وزارة التعليـم العـالي والبـحث العـلمي
المركـز الجـامعي عبد الحفيظ بوالصوف ميــلة
معهد العلوم الإقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

القسم: علوم التسيير
الميدان : العلوم الاقتصادية والتسيير والعلوم التجارية
الشعبة: علوم التسيير
التخصص : مالية و بنوك

المرجع : ...../2016

مذكرة بعنـــــوان :

دور وسائل الدفع الإلكترونية في نمو حجم التجارة الإلكترونية

دراسة مقارنة بين ماليزيا والجزائر(2010-2014)

مذكــرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم التسيير تخصص " مالية و بنوك "

إعداد الطالبة:
لخليفي مريم

إشراف الأستاذ:
أوصالح عبد الحليم

لجنة المناقشة :

اسم ولقب الأستاذ	الجامعة	الصفة
بوالريحان فاروق	المركـز الجـامعي عبد الحفيظ بوالصوف ميــلة	رئيسا
وشاش فؤاد	المركـز الجـامعي عبد الحفيظ بوالصوف ميــلة	مناقشا
أوصالح عبد الحليم	المركـز الجـامعي عبد الحفيظ بوالصوف ميــلة	مشرفا ومقررا

السنة الجامعية: 2016/2015

بسم الله الرحمان الرحيم

الشكر والتقدير

الحمد لله رب العالمين والشكر له سبحانه على ما أنعم به علي، وكان عونا لي في انجاز هذا البحث.

يسرني أن أتقدم بخالص شكري، وعظيم تقديري إلى أستاذي الكريم **الأستاذ أوصالح عبد الحليم** لجهده المخلص وتعاونه البناء في الإشراف على هذا البحث، ولملاحظاته القيمة والجهد الكبير الذي بذله من بداية البحث حتى إنجازه وإخراجه.

كما أتقدم بالشكر لأعضاء لجنة المناقشة لمناقشة هذا البحث.

الإهداء

إلى أمي وأبي جزاهما الله عني كل خير.....

إلى إخواني وأخواتي.....

إلى زميلاتي وزملائي.....

إلى كل من ساهم في انجاز هذا البحث.....

إلى كل هؤلاء أهدي هذا الجهد المتواضع.

قائمة الأشكال

الرقم	عنوان الشكل	الصفحة
01-1	الشبكة النجمية	5
02-1	شبكة هيكلية خطية	6
04-1	عدد مستخدمي الإنترنت	8
05-1	عناصر الاقتصاد الرقمي	12
06-1	تطور حجم التجارة الإلكترونية عالميا(2005- 2015)	14
07-1	أشكال التجارة الإلكترونية	20
01-2	دور البنوك الإلكترونية في التجارة الإلكترونية	38
02-2	نظام التشفير الإلكتروني	46
01-3	وسائل الدفع الإلكترونية التي يتم إصدارها في ماليزيا	61
02-3	حجم المعاملات باستخدام وسائل الدفع الإلكترونية	62
03-3	مؤشر الجاهزية الشبكية في ماليزيا	64
04-3	عدد مستخدمي الإنترنت في ماليزيا	65
05-3	عدد المشتركين في خدمات الهاتف المحمول في ماليزيا	66
06-3	عدد المشتركين في الخدمات المصرفية عبر الإنترنت في ماليزيا	69
07-3	عدد المشتركين في الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول في ماليزيا	70
08-3	حجم التجارة الإلكترونية لكل وسيلة دفع في ماليزيا	72
09-3	مساهمة وسائل الدفع الإلكترونية في تكوين الناتج المحلي الإجمالي في ماليزيا	73
10-3	عدد TPEو DAP في الجزائر	79
11-3	حجم المعاملات باستخدام بطاقة CIB في الجزائر	80
12-3	مؤشر الجاهزية الشبكية في الجزائر	82
13-3	عدد مستخدمي الإنترنت في الجزائر	83
14-3	عدد المشتركين في خدمات الهاتف المحمول في الجزائر	85

قائمة الجداول

الرقم	عنوان الجدول	الصفحة
01-2	أوجه المقارنة بين الخدمات المقدمة من طرف البنوك الإلكترونية بمختلف أنواعها	34
02-2	حجم المعاملات باستخدام بطاقة الائتمان في العالم	51
01-3	حجم المعاملات باستخدام وسائل الدفع الإلكترونية في ماليزيا	61
02-3	مؤشر الجاهزية الشبكية في ماليزيا	63
03-3	عدد المشتركين في الخدمات المصرفية عبر الإنترنت في ماليزيا	68
04-3	عدد المشتركين في الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول في ماليزيا	69
05-03	حجم التجارة الإلكترونية لكل وسيلة دفع في ماليزيا	71
06-3	مساهمة وسائل الدفع الإلكترونية في تكوين الناتج المحلي في ماليزيا	72
07-3	عدد TPE DAB في الجزائر	78
08-3	حجم المعاملات باستخدام بطاقة CIB	80
09-3	مؤشر الجاهزية الشبكية في الجزائر	81

فهرس المحتويات

المحتوى	الصفحة
الإهداء	
الشكر والتقدير	
قائمة الجداول والأشكال والصور والملاحق	VI-I
فهرس المحتويات	X-VII
مقدمة عامة	أ-ج
الفصل الأول: الأسس النظرية للتجارة الإلكترونية	27-2
تمهيد	2
المبحث الأول: مدخل مفاهيمي للإنترنت والاقتصاد الرقمي	3
المطلب الأول: مفهوم شبكة المعلومات وأنواعها	3
المطلب الثاني: الإطار العام للإنترنت	7
المطلب الثالث: الاقتصاد الرقمي، المفهوم والعناصر	10
المبحث الثاني: مفاهيم أساسية حول التجارة الإلكترونية	13
المطلب الأول: ماهية التجارة الإلكترونية	13
المطلب الثاني: دوافع التجارة الإلكترونية وأهميتها	17
المطلب الثالث: أشكال التجارة الإلكترونية	19
المبحث الثالث: مراحل التجارة الإلكترونية، مشاكلها ومتطلباتها الأمنية	21
المطلب الأول: مراحل التجارة الإلكترونية ومقوماتها	21
المطلب الثاني: مشاكل ومحددات التجارة الإلكترونية	23
المطلب الثالث: متطلبات أمن التجارة الإلكترونية وتهديداتها الأمنية	25
خلاصة	27
الفصل الثاني: مدخل نظري لوسائل الدفع الإلكترونية	57-29
تمهيد	29
المبحث الأول: ماهية البنوك الإلكترونية	30
المطلب الأول: مفهوم وأنماط البنوك الإلكترونية	30
المطلب الثاني: تقييم البنوك الإلكترونية وأهدافها	34

المطلب الثالث: أهمية البنوك الإلكترونية في التجارة الإلكترونية ومتطلبات عملها	36
المبحث الثاني: مفاهيم حول وسائل الدفع الإلكترونية	40
المطلب الأول:عوامل تطور وسائل الدفع الإلكترونية ومفهومها	40
المطلب الثاني: تقييم وسائل الدفع الإلكترونية وأهميتها	42
المطلب الثالث: أدوات تأمين وحماية وسائل الدفع الإلكترونية	44
المبحث الثالث: أنواع وسائل الدفع الإلكترونية	48
المطلب الأول: البطاقات البنكية، النقود الإلكترونية	48
المطلب الثاني: البطاقات الذكية والشيكات الإلكترونية	53
المطلب الثالث: المحافظ والتحويلات الإلكترونية	55
خلاصة	57
الفصل الثالث: مساهمة وسائل الدفع الإلكترونية في نمو حجم التجارة الإلكترونية في ماليزيا والجزائر – دراسة مقارنة–	
تمهيد	59
المبحث الأول: وسائل الدفع الإلكترونية ونمو حجم التجارة الإلكترونية في ماليزيا	60
المطلب الأول: تحليل أداء وسائل الدفع الإلكترونية في ماليزيا	60
المطلب الثاني: تحليل الإطار العام للتجارة الإلكترونية في ماليزيا	63
المطلب الثالث: تقييم أثر وسائل الدفع الإلكترونية على نمو حجم التجارة الإلكترونية في ماليزيا	74
المبحث الثاني: وسائل الدفع الإلكترونية ونمو حجم التجارة الإلكترونية في الجزائر	75
المطلب الأول : : تحليل أداء وسائل الدفع الإلكترونية في الجزائر	75
المطلب الثاني: تحليل الإطار العام للتجارة الإلكترونية في الجزائر	80
المطلب الثالث: تقييم أثر وسائل الدفع الإلكترونية على نمو حجم التجارة الإلكترونية في الجزائر	86
المبحث الثالث: مقارنة أثر وسائل الدفع الإلكترونية على نمو حجم التجارة الإلكترونية بين ماليزيا والجزائر	86
المطلب الأول: المقارنة بين أداء وسائل الدفع الإلكترونية لماليزيا والجزائر	86

المطلب الثاني: المقارنة بين الإطار العام للتجارة الإلكترونية لماليزيا والجزائر	87
خلاصة	89
خاتمة عامة	92-91
قائمة المراجع	100-94
الملاحق	107-101
الملخص	108

المقـدمة العـامة

تمهيد:

لقد ساهم التطور الحاصل في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصال في إحداث مفاهيم جديدة لم تكن معروفة سابقا كالاقتصاد الرقمي والتجارة الإلكترونية، حيث كان لظهور الإنترنت وانتشار استخدامه في المجال التجاري أثر في إحداث تغيرات جذرية في بيئة الأعمال، فأصبح يمكن القيام بعمليات شراء وبيع وتوزيع للسلع والخدمات في فضاء افتراضي، الأمر الذي زاد من إمكانية التواصل بين العديد من الأطراف كالزبائن والأفراد والشركات والقطاعات الحكومية والدول، فقد سمحت التجارة الإلكترونية بتوفير العديد من المزايا والفرص لمتعامليها، جعلتها ترقى إلى مكانة مهمة لدى معظم الدول، وإدراك هذه الأخيرة بأهمية الدور المهم الذي تلعبه في نمو الاقتصاديات العالمية.

ومن أجل ضمان القيام بالمعاملات التجارية الإلكترونية بسرعة وأمان كان لابد من تطوير وتحديث لوسائل الدفع باعتبارها أهم عامل في المعاملات التجارية لهذا ظهرت وسائل الدفع الإلكترونية، والتي ساعدت في تسيير الكثير من الإجراءات وتسويق السلع والخدمات، كما أضافت الكثير من التنظيم للمعاملات الإلكترونية، وذلك نظرا لما تتوفر عليه من شفافية مالية وتساهم في تعزيز الموقف المالي للدولة عبر الاحتفاظ بالأموال في النظام المصرفي لأطول فترة ممكنة.

وسعيا لمواكبة التطورات الحاصلة، عملت ماليزيا على تطبيق التجارة الإلكترونية، من خلال توفير بينية تحتية مناسبة، وسن قوانين وتشريعات لضمان القيام بالمعاملات التجارية الإلكترونية بأمان، كما وفرت وسائل دفع إلكترونية كالبطاقات الائتمانية والنقود الإلكترونية.

وبالنسبة للجزائر فإن مفهوم التجارة الإلكترونية مازال غامضا في الجزائر، ولم تعرف التطبيق بعد والذي يعود أساسا، لضعف البني التحتية للتجارة الإلكترونية، وقلة وعي المجتمع الجزائري بهذا النمط من التجارة.

- **<u>إشكالية الدراسة:</u>** إن دراسة هذا الموضوع والإحاطة به يستدعي الإجابة على السؤال التالي:

  كيف تساهم وسائل الدفع الإلكترونية في نمو حجم التجارة الإلكترونية؟

  وعلى ضوء السؤال الرئيسي يمكن صياغة الأسئلة الفرعية التالية:

  - كيف تساهم وسائل الدفع الإلكترونية في نمو حجم التجارة الإلكترونية في ماليزيا؟
  - كيف تساهم وسائل الدفع الإلكترونية في نمو حجم التجارة الإلكترونية في الجزائر؟
  - ما هي حدود الفجوة بين الجزائر وماليزيا في نسبة استدراك التأخر في تفعيل وسائل الدفع الإلكترونية؟

- **فرضيات الدراسة:** إن الإجابة على التساؤلات يستدعي وضع الفرضيات التالي:
  - تساهم وسائل الدفع الإلكترونية بدرجة كبيرة في نمو حجم التجارة الإلكترونية في ماليزيا.
  - تتبنى الجزائر سياسة في تحديث وسائل الدفع الإلكترونية.
  - هناك فجوة بين ماليزيا والجزائر في استدراك نسبة التأخر في تفعيل وسائل الدفع الإلكترونية في التجارة الإلكترونية.
  - محدودية تفعيل وسائل الدفع الإلكترونية في الجزائر في مجال التجارة الإلكترونية.
- **أهداف الدراسة:** نسعى من خلال الدراسة الوصول إلى الأهداف التالية:
  - معرفة الفوائد التي تجنيها الدول من خلال توفير وسائل الدفع الإلكترونية في المعاملات التجارية الإلكترونية.
  - إبراز الارتباط المباشر بين وسائل الدفع الإلكترونية والتجارة الإلكترونية.
  - التعريف بإستراتيجية تفعيل وسائل الدفع الإلكترونية في التجارة الإلكترونية.
- **أهمية الدراسة:** تكمن أهمية هذه الدراسة في النقاط التالية:
  - أهمية التجارة الإلكترونية بحيث تعتبر من المواضيع الحديثة التي ساعدت مختلف فئات المجتمع على الاستثمار وتحقيق أرباح كبيرة.
  - معرفة أهمية وسائل الدفع الإلكترونية في التجارة الإلكترونية وفي الاقتصاد الرقمي.
- **دوافع اختيار الموضوع:** يرجع اختيارنا لمعالجة هذا الموضوع إلى عدة أسباب موضوعية أهمها:
  - طبيعة التخصص الذي يتلاءم وطبيعة الموضوع.
  - الميل إلى دراسة المواضيع الحديثة.
  - الوقوف عند حقائق وسائل الدفع الإلكترونية ومكانتها في التجارة الإلكترونية.
  - حاجة ومتطلبات البيئة الاقتصادية لمثل هذه الدراسة.
- **حدود الدراسة:** يمكن تحديد الحدود العامة للدراسة كالآتي:
  - تركزت الدراسة من حيث الإطار المكاني حول ماليزيا والجزائر.
  - أما الإطار الزماني للدراسة فقد تركز من سنة 2010 إلى سنة 2014.
- **منهجية الدراسة:** للإجابة على الإشكالية المطروحة في البحث، واختبار مدى صحة الفرضيات، فقد تم الاعتماد على الجمع بين المنهج التحليلي لدراسة مختلف التعريفات والمفاهيم المتعلقة بالتجارة الإلكترونية ووسائل الدفع الإلكترونية، واستخدام الأدوات الإحصائية

قصد القيام بمقارنة وتحليل مساهمة وسائل الدفع الإلكترونية في نمو حجم التجارة الإلكترونية في ماليزيا والجزائر.

- **أقسام الدراسة:** بغرض الإجابة على الإشكالية المطروحة في البحث والتساؤلات المتفرعة عنها، سوف يتم تقسيم الدراسة إلى ثلاثة فصول، فصلين نظريين والفصل الثالث تطبيقي، حيث يتم التطرق في الفصل الأول للتجارة الإلكترونية من خلال جملة من التعاريف والمفاهيم المرتبطة بها وكذا تحليل الجوانب الاقتصادية لها، وتم تقسيم هذا الفصل إلى ثلاثة مباحث، يتناول أولها مدخل مفاهيمي للإنترنت والاقتصاد الرقمي، وتناول الثاني ماهية التجارة الإلكترونية، أما الثالث فتم تخصيصه لمراحل التجارة الإلكترونية، مشاكلها ومتطلباتها الأمنية وتناول الفصل الثاني وسائل الدفع الإلكترونية وتضمن هو أيضا ثلاثة مباحث، تطرق أولها إلى ماهية البنوك الإلكترونية، والثاني تناول مفاهيم حول وسائل الدفع الإلكترونية، أما الثالث فقد خصص لأنواع وسائل الدفع الإلكترونية، أما الفصل الثالث من البحث بطابعه التطبيقي، تطرق إلى مساهمة وسائل الدفع الإلكترونية في نمو حجم التجارة الإلكترونية دراسة مقارنة بين ماليزيا والجزائر، وتضمن ثلاثة مباحث تمحور أولها وسائل الدفع الإلكترونية والتجارة الإلكترونية في ماليزيا، أما الثاني فتعلق بوسائل الدفع الإلكترونية والتجارة الإلكترونية في الجزائر، ليتم تخصيص المبحث الثالث لمقارنة أثر وسائل الدفع الإلكترونية على نمو حجم التجارة الإلكترونية في ماليزيا والجزائر.
- **أدوات الدراسة:** لتحقيق أهداف البحث واختبار الفرضيات، اعتمدنا في عملية جمع البيانات والمعلومات عن موضوع الدراسة على العناصر التالية:
  - المراجع المتنوعة ومنها الكتب، والمجلات والدوريات والمقالات، الرسائل الجامعية ومواقع الإنترنت التي تعرضت للموضوع محل الدراسة بصورة شاملة أو جزئية، مباشرة أو غير مباشرة وأهمها الكتب المتخصصة في التجارة الإلكترونية، والبنوك الإلكترونية، ووسائل الدفع الإلكترونية.
  - مختلف القوانين والتشريعات ووثائق العمل الرسمية التي تتعلق بالموضوع.
  - مختلف الإحصائيات والتقارير ذات الصلة.
- **الدراسات السابقة:** فيما يخص الدراسات السابقة المتعلقة بهذا الموضوع، فبعد البحث تبين وجود العديد من البحوث التي تتقارب وموضوع الدراسة، لكن تتناول الموضوع من زوايا أخرى تصب مجملها في دراسة وسائل الدفع الإلكترونية ومساهمتها في التجارة الإلكترونية.
  - **الدراسة الأولى:** دراسة من إعداد الطالب جليد نور الدين، تحت عنوان تطوير وسائل الدفع المصرفية في ظل التجارة الإلكترونية حالة الجزائر 2005-2010، أطروحة لنيل

شهادة الدكتوراه بجامعة دالي إبراهيم الجزائر، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، قسم علوم التسيير، 2010، ومن الدراسة التي أجراها البحث توصل إلى أهم النتائج التالية:

- تطور التجارة الإلكترونية مرتبط بوجود وسائل الدفع الإلكترونية مثل النقود الإلكترونية والبطاقات المصرفية والشيكات الإلكترونية.
- يعتبر تطوير وسائل الدفع عنصر مهم لتحديث الخدمة المصرفية في الجهاز المصرفي الجزائري، حيث الانتقال من وسائل الدفع التقليدية إلى الإلكترونية والتي لها آثار على الاقتصاد الجزائري عامة، وعلى قطاع التجارة الإلكترونية خاصة.
- تأخر القطاع المصرفي مما نتج عنه عدم انتشار التجارة الإلكترونية.

➢ **الدراسة الثانية:** دراسة من إعداد الطالبة صراع كريمة بعنوان واقع وآفاق التجارة الإلكترونية في الجزائر، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في العلوم التجارية، بجامعة وهران كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير والعلوم التجارية، 2014، ومن الدراسة التي أجرتها الباحثة توصلت إلى النتائج التالية:

- تشهد الجزائر تطور ملحوظ في مجال الاهتمام بتطور تكنولوجيا الإعلام والاتصالات مقارنة بالسنوات السابقة، فرغم تزايد عدد مستخدمي الإنترنت فإنه لم يزامنه تطور في تطبيقات التجارة الإلكترونية.
- عمليات الدفع كلها تتم عند التسليم ولم تصل بعد إلى مستوى الدفع الفوري الإلكتروني.

➢ **الدراسة الثالثة:** مداخلة من إعداد محرز نور الدين وصيد مريم، بعنوان نظام الدفع الإلكترونية ودوره في تفعيل التجارة الإلكترونية مع الإشارة إلى حالة الجزائر، الملتقى الدولي الرابع حول عصرنة نظام الدفع في البنوك الجزائرية وإشكالية اعتماد التجارة الإلكترونية في الجزائر –عرض تجارب دولية– يومي 26 و27 أفريل 2011، الجزائر ومن الدراسة التي أجراها الباحثان توصلا إلى أهم النتائج التالية:

- عدم امتلاك المتعاملين الاقتصاديين الجزائريين الثقافة والثقة في المعاملات الإلكترونية، وقد يرجع ذلك لعدم فتح الدولة للمواقع والفضاءات المعرفة بأهمية ومزايا توظيف التكنولوجيا الحديثة.

- عدم وجود البيئة التشريعية المدعمة والمأطرة للتجارة الإلكترونية من أجل إكساب التعاملات التجارية الإلكترونية حد معين من الأمان والقبول، وإن وجدت تكون غير دقيقة أو صريحة.

- **صعوبات الدراسة:** واجهتنا صعوبات في دراستنا تمثلت في:
  - عدم توفر إحصائيات حول التجارة الإلكترونية ووسائل الدفع الإلكترونية في الجزائر.
  - صعوبة عملية المقارنة في بعض الأحيان لوجود فجوة كبيرة بين ماليزيا والجزائر.

الفصل الأول: الأسس النظرية للتجارة الإلكترونية.

- تمهيد.
- مدخل مفاهيمي للإنترنت والاقتصاد الرقمي.
- مفاهيم أساسية حول التجارة الإلكترونية.
- مراحل التجارة الإلكترونية، مشاكلها ومتطلباتها الأمنية.
- خلاصة.

تمهيد:

لقد أدّى استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال إلى تزايد الإقبال والاعتماد عليها في كثير من المعاملات الاجتماعية، والسياسية إلى ظهور ما يسمى بالثورة الرقمية والاقتصاد الرقمي، والذي يقوم على الإنترنت وشبكات الاتصال، حيث أسهم ذلك في توسيع دائرة المعاملات الاقتصادية و التجارية بين دول العالم من خلال التجارة الإلكترونية والتي تعتبر من أهم إفرازات الاقتصاد الرقمي.

تتميز التجارة الإلكترونية بكونها تعطي فرصة للراغبين في الدخول إلى عالمها، فأصبح بإمكان أي متعامل، ممارسة نشاطه برأسمال قليل واستهداف أشخاص كثيرين في أنحاء العالم، كما أنها أصبحت في الوقت الراهن ضرورة حتمية لنمو التجارة الخارجية وتطوير قطاعاتها الإنتاجية على المستوى المحلي والإقليمي والدولي.

المبحث الأول: مدخل مفاهيمي للإنترنت و الاقتصاد الرقمي

يعتمد الاقتصاد الرقمي على تكنولوجيا المعلومات والاتصال، حيث أن التطور الحاصل في هذا الأخير أثر على كل الجوانب وأدى إلى ظهور نماذج أعمال جديدة من أهمها التجارة الإلكترونية والحكومة الإلكترونية .

المطلب الأول: مفهوم شبكة المعلومات وأنواعها.

يعتبر انتشار استخدام الشبكات ضمان لسرعة تحويل ونقل البيانات من موقع لآخر بعيد كان أم قريب الأمر الذي سهل إجراء العديد من العمليات في كثير من المجالات ولجميع فئات المجتمع.

أولا: تعريف شبكات المعلومات.

لشبكة المعلومات دور فعال في إدارة أنظمة المعلومات، ولوضع تعريف لشبكات المعلومات لابد من التطرق إلى:

1. **تعريف الشبكة:** "هي مجموعة الأجهزة التي يتم ربطها باستخدام أسلاك الاتصال ولكن لا تقتصر الشبكة على المعدات أو الأجهزة المستخدمة فقط إنما تحتاج إلى أنظمة برمجية لإدارة هذه المعدات عند الاتصال".[1]
2. **تعريف شبكة الاتصالات:** تعرف شبكة الاتصالات بأنها "الوسيلة التي يتم بواسطتها بث البيانات من جهاز الشبكة إلى جهاز آخر".[2]
3. **تعريف شبكة المعلومات:** تعرف شبكة المعلومات بأنها "مجموعة مكونة من حاسبين فأكثر مرتبطة مع بعضها عن طريق موصلات ناقلة قد تكون أسلاك نحاسية أو ألياف ضوئية، وقد تكون موصولة لاسلكيا باستخدام الأشعة تحت الحمراء أو موجات الراديو أو عن طريق استخدام الأقمار الصناعية بتنصيب أجهزة إرسال واستقبال فيما بينها".[3]

من خلال ما سبق يمكن القول أن شبكة المعلومات هي "مجموعة الأجهزة المرتبطة مع بعضها البعض عن طريق موصولات ناقلة لإرسال واستقبال المعلومات فيما بينها".

---

[1] علاء فرج الطاهر، **الحكومة الإلكترونية**، دار الراية للنشر والتوزيع، الأردن، الطبعة الأولى، 2010، ص: 65.

[2] غسان قاسم داود اللامي وأميرة شكرولي البياتي، **تكنولوجيا المعلومات في منظمات الأعمال الاستخدامات والتطبيقيات**، دار الوراق للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، الطبعة الأولى، 2010، ص: 89.

[3] إبراهيم بختي، **التجارة الالكترونية**، ديوان المطبوعات الجامعية، بن عكنون،الجزائر، الطبعة الأولى، 2005، ص: 23.

ثانيا: أنواع شبكات المعلومات

لقد تعدد تصنيفات شبكات المعلومات وفيما يلي سنعرض أهمها:

1. **تصنيف شبكات المعلومات بناءً على الهيكلة:** وفق هذا المعيار نجد ثلاثة أنواع من شبكات المعلومات هي:

أ. الشبكة الهرمية: تتكون هذه الشبكة من حاسوب مضيف و تكون الطرفيات أو المحطات أسفله، أما وسطه فيحتوي على المعدات، وتمتاز بأن فشل المضيف لا يعيق معالجة العقد الرئيسية داخل الوحدات الفرعية قوية بحيث تسمح باستمرار المعالجة داخلها.[1]

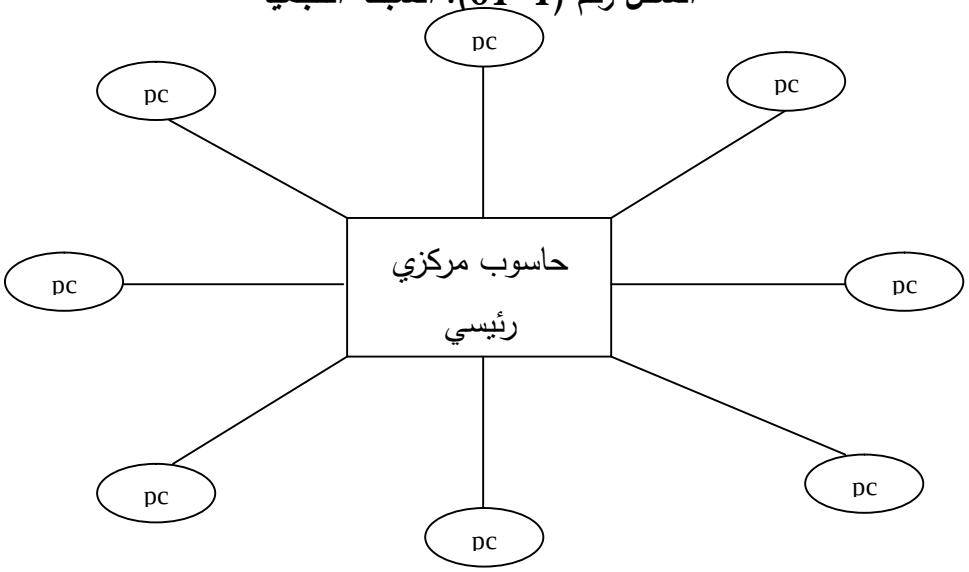
ب. الشبكة النجمية: في هذا النوع يتم وصل أو ربط الأجهزة مركزيا بجهاز يسمى أحيانا بالمجمع وأحيانا المحول، يتم التوصيل بعزل أجهزة الشبكة عن بعضها، حيث تنتقل المعلومات من الجهاز المرسل إلى الجهاز المركزي ومنه إلى بقية الأجهزة المستقبلية وتعطل جهاز لا يؤثر على عمل بقية الشبكة أما تعطل الجهاز المركزي يتسبب في توقف عمل الشبكة ككل.[2] وهو ما يوضحه الشكل التالي:

[1] غسان قاسم داود اللامي وأميرة شكرولي البياتي، مرجع سبق ذكره، ص: 65.

[2] عزيزة عبد الرحمن العتيبي، **أثر استخدام تكنولوجيا المعلومات على أداء الموارد البشرية**، دراسة ميدانية على الأكاديمية الدولية الأسترالية، 2010، ص: 38.على الموقع:

www.abahe.co-uk/reacearch-papers/abahe-03pdf.26/01/2016,21:00

الشكل رقم (1-01): الشبكة النجمية



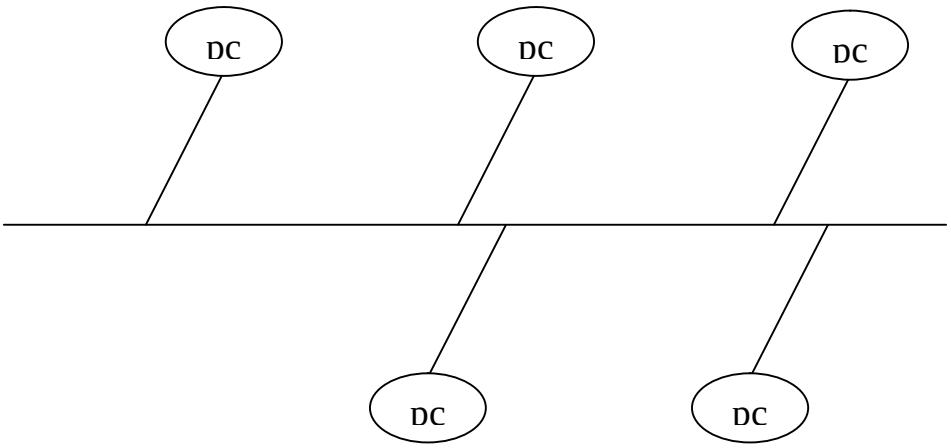
المصدر: غسان قاسم داود اللامي وأميرة شكرولي البياتي، تكنولوجيا المعلومات في منظمات الأعمال الاستخدامات والتطبيقيات، مرجع سبق ذكره ص: 96.

Pc: حاسوب

ت. شبكة خطية: في هذا النوع من تصميم الشبكات يتكون وسط النقل الأساسي للمعلومات من قطعة واحدة في شكل خط ناقل تتصل به جميع الأجهزة المكونة للشبكة (حواسيب، طابعة ماسحات.....الخ).[1]

[1] عزيزة عبد الرحمن العتيبي، مرجع سبق ذكره، ص: 38.

الشكل رقم (1-02): شبكة هيكلية خطية



المصدر: غسان قاسم داود اللامي وأميرة شكر ولي البياتي، تكنولوجيا المعلومات في منظمات الأعمال الاستخدامات والتطبيقيات مرجع سبق ذكره ص: 97.

ث. شبكة ترابطية: حيث يتم وصل جهاز بأجهزة أخرى في الشبكة، فإذا تم ربط الجهاز المعني بجميع الأجهزة الأخرى في الشبكة تصبح هذه الهيكلة كلية، إذا تم ربط هذا الجهاز ببعض تكون هيكلية ترابطية جزئية.[1]

ج. شبكة شجرية: وتكون عقدها ترتبط بجهاز كمبيوتر يدبر عملية سريان البيانات.[2]

2. تصنيف شبكات المعلومات بناءً على التوزيع الجغرافي: بالإضافة إلى التصنيفات السابقة هناك من يصنف الشبكات وفقا للمكان الجغرافي فنجد:[3]

أ. الشبكة المحلية LAN: وهي التي تربط ما بين عدة حواسيب ينتمون إلى المؤسسة موجودين في نفس المبنى عن طريق أجهزة الربط الشبكي، تتراوح سرعة تحويل البيانات من 10ميغابايت إلى 100 ميغابايت حسب نوعية الموصلات والتكنولوجيا المستخدمة في التشبيك، ويصل عدد الحواسيب المحلية حتى 100 حاسب.

ب. الشبكة الجامعة MAN: هي التي تربط بين شبكتين محليتين أو أكثر متباعدة جغرافيا عن طريق الخطوط الهاتفية، هذا النوع من الشبكات تستخدمه المؤسسات متعددة التواجد جغرافيا لربط كل وحداتها، وتدعى هذه الشبكة أحيانا بالشبكة الإقليمية.

ت. الشبكة الواسعة WAN: تستخدم لربط الشبكات المحلية المتباعدة جغرافيا بعدا كبيرا وتعوض الشبكة الجامعة التي لا يمكن لها المحافظة على نفس سرعة البيانات، فالشبكة الواسعة تستخدم الأجهزة

[1] عزيزة عبد الرحمان العتيبي، مرجع سبق ذكره، ص: 38.

[2] غسان قاسم داود اللامي وأميرة شكرولي البياتي، مرجع سبق ذكره، ص: 101.

[3] إبراهيم بختي، مرجع سبق ذكره، ص: 23.

الموجهة أو المسيرة والخطوط المتخصصة لنقل البيانات رقميا بحيث يمكن لها اختيار المسار المناسب لنقل البيانات، وتعتبر شبكة الإنترنت مثالا لها.

المطلب الثاني: الإطار العام للإنترنيت

إن الاختراعات والتطورات التي يشهدها العالم في مجال أجهزة الحاسوب وإنتاج المعلومات والمعارف، والاتصال جعل من الإنترنت محل اهتمام كل الأشخاص في مجالات عدة، لهذا سنتناول كل من التطور التاريخي للإنترنت تعريفه ومجالات استخدامه.

أولا: تطور الإنترنت

لقد كان أول ظهور لشبكة الإنترنت في سنة 1969 في الولايات المتحدة الأمريكية حيث استخدم لأغراض عسكرية، وتم وصل أجهزة الحاسوب من طرف شركةARPA-NET هذا وقد أثبت نظام الأربانت نجاعته وفعاليته مما جعلهم يحافظون عليه، كما ظهرت أيضا خدمة البريد الإلكتروني (e-mail) وذلك من طرف شركة BBN.

في سنة1983 أدى الاستخدام الكثيف للأربانت إلى تقسيمها إلى شبكتين هما: شبكة خاصة بخدمة المواقع العسكريةMIL-NET وشبكة خاصة بخدمة الجمهورARPA-NET

في1985 تم إنشاء شبكة مماثلة للأربانت أطلق عليها اسم NSF-NET وقد ارتبط بها عدد كبير من الجامعات الأمريكية.[1]

في 1986 انتقل الإشراف على الشبكة إلى الهيئة القومية الأمريكية للعلوم، وهنا اتسعت استخدامات الشبكة لتستعمل في البحوث العلمية الخاصة.[2]

في 1987تم الاستغناء على شبكةARPA-NET واستبدالها بشبكات أخرى منها:

print-net, ans-net, nsi-net.[3]

في منتصف التسعينات اتسعت استخدامات الشبكة لتشمل الأغراض التجارية وبخاصة التجارة الإلكترونية، والشكل التالي يوضح لنا تطور عدد مستخدمي الإنترنت في العالم:

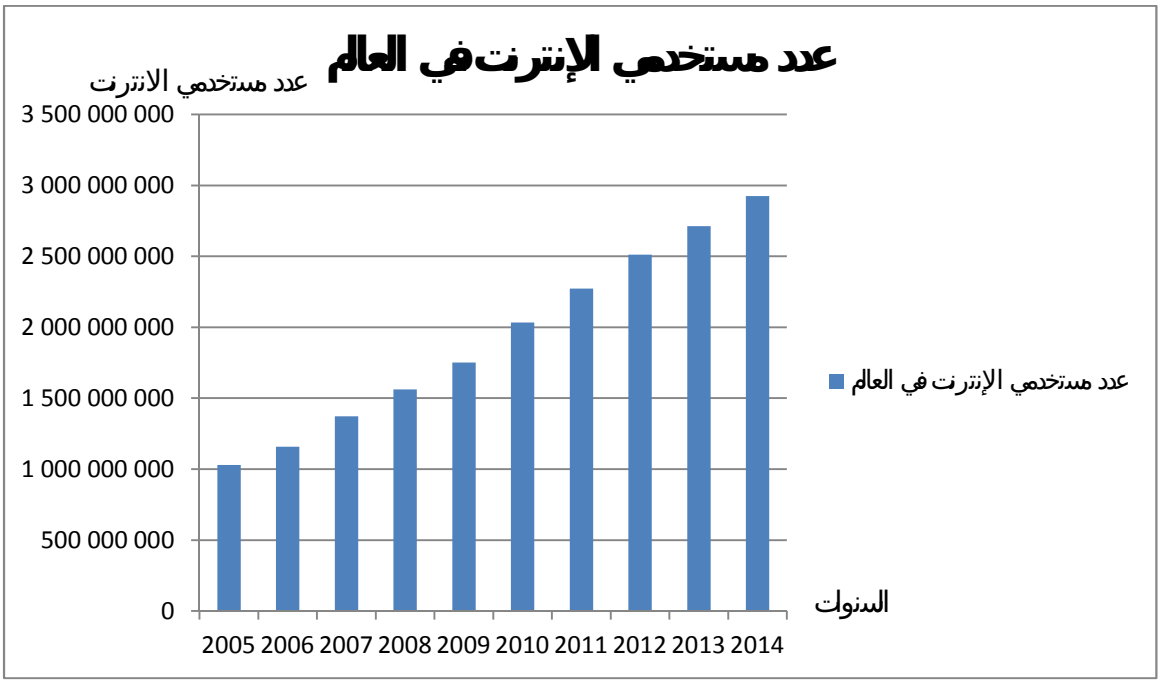
---

[1] يوسف حسن يوسف، **التسويق الإلكتروني**، المركز القومي للإصدارات القانونية، مصر، الطبعة الأولى، 2012، ص- ص: 237، 238.

[2] محمد تقرورت، **واقع وأفاق التجارة الإلكترونية في الوطن العربي**، (رسالة ماجستير في العلوم الاقتصادية، تخصص: نقود ومالية)، جامعة حسيبة بن بوعلي، الشلف، الجزائر، 2005، ص: 30.

[3] يوسف حسن يوسف، مرجع سبق ذكره، ص: 238.

الشكل رقم (1-04): عدد مستخدمي الإنترنت في العالم



Source: http://www.internetlivestats.com/internet-users/ 23/02/2016, 20:00.

من خلال هذا الشكل: نلاحظ أن عدد مستخدمي الانترنت في العالم في تزايد مستمر حيث كان العدد في سنة 2005 حوالي 906 717 029 1 شخص ليصبح في سنة 2010 حوالي 368 259 034 2 وفي سنة 2014 أصبح 355 249 925 2 مستخدم للإنترنت.

ثانيا: تعريف الإنترنت

- الإنترنت هو: "شبكة كونية للمعلومات تضم حزم هائلة متداخلة من ألاف الشبكات المحوسبة الموزعة في مختلف أنحاء المعمورة".[1]
- كما تعرف بأنها: "نظام ووسيلة اتصال مكونة من عدد كبير جدا من الشبكات الحاسوبية تتصل بعدد أكبر من الحواسيب حول العالم وفي إطار أعراف بروتوكولية موحدة هو بروتوكول الإنترنت".[2]
- و يقصد بها "نظام من الشبكات الحاسوبية يصل مابين الحواسيب حول العالم، ببروتوكول موحد هو بروتوكول إنترنت، تربط الإنترنت ما بين ملايين الشبكات الخاصة والعامة في المؤسسات الأكاديمية و الحكومية و مؤسسات الأعمال وتتباين في نطاقها المحلي والعالمي وتتصل بتقنيات مختلفة من الأسلاك النحاسية و الألياف البصرية و الوصلات اللاسلكية"[3].

[1] سعد غالب ياسين، **الإدارة الإلكترونية**، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2010، ص: 66.

[2] مزهر شعبان العاني، شوقي ناجي جواد، **الإدارة الإلكترونية**، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، الطبعة الأولى، 2014، ص: 130.

[3] جهاد فراس الطليوني، **دراسة الجدوى الاقتصادية للمشاريع**، دار كنوز المعرفة العلمية للنشر والتوزيع، الأردن، 2011، ص: 195.

من خلال التعاريف السابقة يمكن القول أن الإنترنت هي: "شبكة ضخمة للمعلومات تصل مابين عدد كبير من الحواسيب الذي يربط مابين الحكومات ومؤسسات أعمال وأفراد على المستوى المحلي والعالمي من خلال بروتوكول إنترنت".

ثالثا: استخدامات الإنترنت

تستخدم الإنترنت في مجالات عدة هي:[1]

1. **الاتصالات:** لعل أكثر استخدامات الإنترنت والويب رواجا هي: البريد الإلكتروني، المعروف أيضا باسم e-mail وفي الواقع يخصص لكل مستخدم للإنترنت عنوان إلكتروني يتم منه إرسال رسائل البريد الإلكتروني واستقبالها وتنقل الإنترنت مئات الملايين من رسائل البريد الإلكتروني في كل يوم.
2. **البحث:** تحتوي الإنترنت على قدر كبير من المعرفة في كل موضوع يضاهي ما تحتويه ملايين الكتب وتوفر المعلومات بأشكال عديدة.
3. **النشر:** تستخدم الإنترنت كوسيلة نشر من خلال عرض الصحف والمجلات والكتب، ولأن المعلومات على الشبكة تأتي في شكل إلكتروني فإن ذلك يوفر على الناشر تكاليف الورق والطباعة و التوزيع.
4. **المبيعات:** تستخدم العديد من الشركات الإنترنت للقيام بأعمالها التجارية، وتبيع مؤسسات البيع بالتجزئة كل أنواع المنتجات تقريبا على الإنترنت، كما أنها تعتبر وسيلة رخيصة لتوزيع منتجاتهم في نظر الناشرون. وهو الجانب الذي يهمنا في الدراسة.

المطلب الثالث: الاقتصاد الرقمي، المفهوم و العناصر

إن التطور الذي شهده العالم في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصال وبالأخص التطور الذي شهده الإنترنت، والذي شمل جميع نواحي الحياة، أدى إلى ظهور ما يسمى بالاقتصاد الرقمي. لهذا سنتناول في مبحثنا هذا مفهوم الاقتصاد الرقمي وعناصره.

[1] عامر محمود الكسواني، **التجارة عبر الحاسوب ماهيتها-إثباتها-وسائل حمايتها**، دار الثقافة، الأردن، الطبعة الأولى، 2008، ص- ص: 92، 93.

أولا: مفهوم الاقتصاد الرقمي

سيتم التطرق فيه إلى تعريف الاقتصاد الرقمي وخصائصه.

1. **تعريف الاقتصاد الرقمي:** يعتبر مفهوم الاقتصاد الرقمي معقد من وجهة نظر علماء المعلومات والاقتصاد و فيما يلي عرض بعض التعاريف:

- الاقتصاد الرقمي هو"التسمية المستخدمة للإشارة إلى الاقتصاد القائم على الإنترنت أو اقتصاد الويب، وهو الاقتصاد الذي يتعامل مع الرقميات أو المعلومات الرقمية، الزبائن الرقميين والشركات الرقمية، التكنولوجيا الرقمية".[1]
- الاقتصاد الرقمي هو "التفاعل والتكامل والتنسيق المستمرين في تكنولوجيا المعلومات وتكنولوجيا الاتصالات من جهة والاقتصاد القومي والقطاعي والدولي من جهة أخرى بما يحقق الشفافية والفورية والإتاحة لجميع المؤشرات الاقتصادية المساندة لجميع القرارات الاقتصادية والتجارية والمالية خلال فترة ما".[2]
- وهو: "ذلك الاقتصاد الذي يتم فيه المشاركة مع تكنولوجيا المعلومات، ويعتمد في عمله أكثر على أجهزة الكمبيوتر والبرمجيات حيث يرتبط ارتباطاً وثيقا مع معدات الاتصالات، وهنا يتم حذف معظم الاتصالات السلكية واللاسلكية الخدمات، وحذف الإذاعة والتلفزيون".[3]

وبالتالي فإن الاقتصاد الرقمي هو"الاقتصاد الذي يعتمد بالدرجة الأولى على الإنترنت و تكنولوجيا المعلومات بحيث تكون كل عوامله (زبائن، التكنولوجيا، الشركات.....الخ) رقمية و غير ملموسة".

ثانيا: خصائص الاقتصاد الرقمي

إن أهم خصائص الاقتصاد الرقمي تتمثل في:[4]

- إن التوجه الاقتصادي القائم على المعلوماتية أصبح توجها يؤكد على الثورة الفكرية والمعلوماتية كمحرك أساسي للاقتصاد.

---

[1] نجم عبود نجم، **الإدارة والمعرفة الإلكترونية "الإستراتيجية– الوظائف– المجالات"**، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، الأردن، 2009، ص: 107.

[2] جمال جود موسة، **الاقتصاد الرقمي ومتطلبات استجابة البنوك إلى التحديات الجديدة**، مجلة الواحات للبحوث والدراسات، غرداية، الجزائر، العدد 10، 2010، ص: 77.

[3] William D.Nordhaus, **Technology economic Growth and the new Economy**, Yale University, 13 Jun 2000, DRAFT, donotquote without permission. على الموقع: www.econ.yale.edu/~nordhaus/homepage/sweden./20061300c.pdf. 22/02/2016, 20:00.

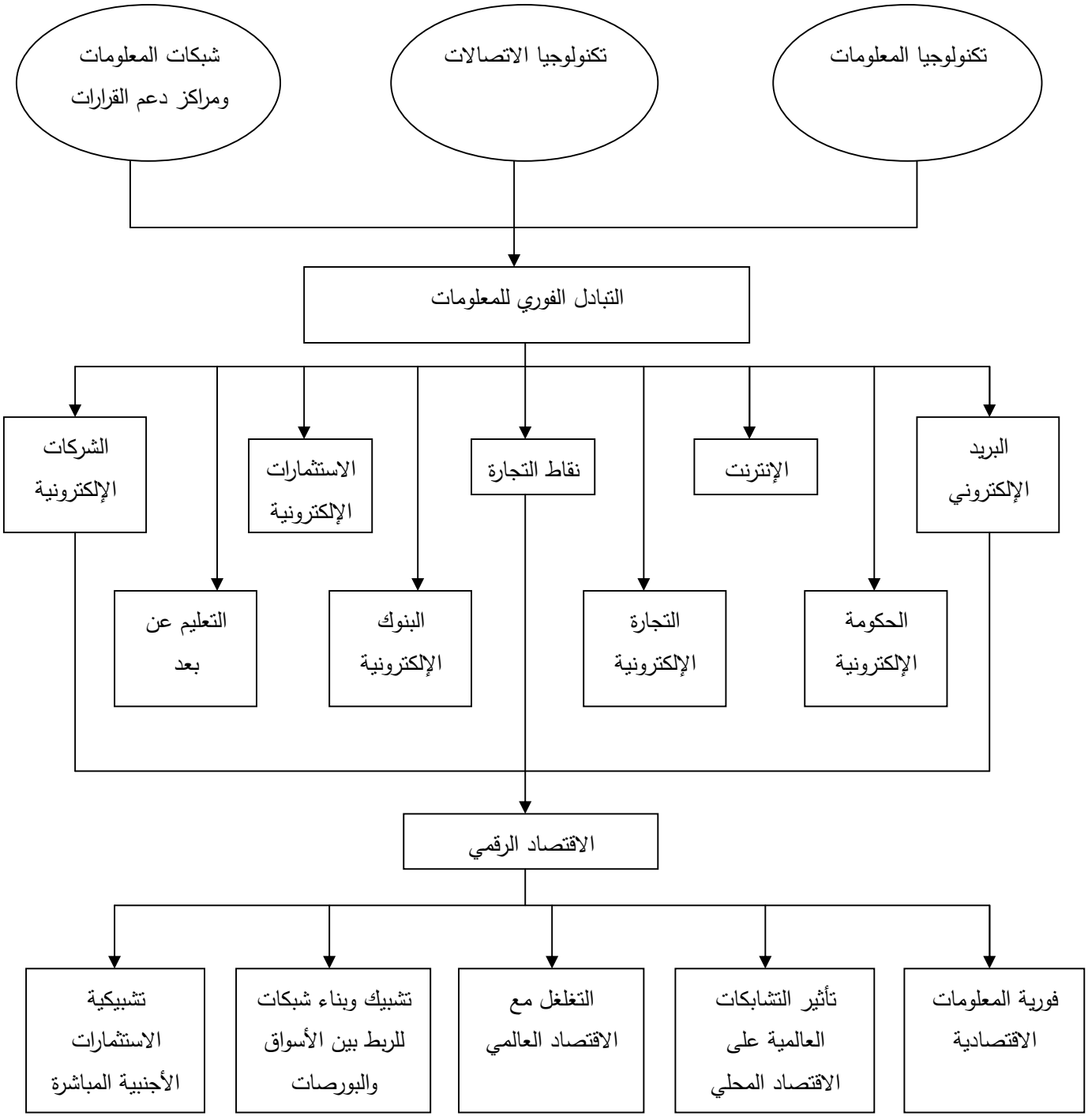
[4] جعفر حسن جاسم، **مقدمة في الاقتصاد الرقمي**، دار البداية ناشرون وموزعون، عمان، الأردن، الطبعة الأولى، 2010، ص– ص: 92، 93.

- لم تعد الموارد الطبيعية المفتاح الرئيسي الوحيد للتطور الاقتصادي، ولا كذلك العدد الكمي للقوى البشرية.
- يقوم الاقتصاد الرقمي على نموذجية تنطلق من أهمية قدرة البشر وتمكينهم من استخدام المعارف والمعلومات وإنتاجها وتطويرها كعامل رئيسي له قيمة اقتصادية و إنتاجية.
- أصبح رصيد المؤسسة الاقتصادية يقوم بالأساس على مخزونها المعرفي المعلوماتي.
- يركز الاقتصاد المعلوماتي بالأساس على أهمية الرصيد الفكري والإبداعي للبشر بوصفه قادرا على زيادة فوائد الاستثمار وخلق الثروات وتحقيق النمو الاقتصادي المستدام.
- الصورة الكاملة والمحصلة النهائية للتجارة الإلكترونية لن تتضح إلا في المستقبل، وفي تلك المرحلة المتقدمة يسود الاعتقاد بأن حقبة ما تسمى بالاقتصاد الرقمي سوف تبدأ والتي سيكون لها منظور مختلف للأنشطة الاقتصادية عن تلك السائدة في الوقت الراهن وهو القول بأن العديد من الأشياء سوف تظهر منها.
- تشغيل أنشطة اقتصادية ومشاريع من خلال الإنترنت.

ثالثا: عناصر الاقتصاد الرقمي

يتكون الاقتصاد الرقمي من العناصر من أهمها تكنولوجيا المعلومات والاتصال التي ساعدت كثيرا على قيام هذا الاقتصاد الجديد، ويمكن إبراز جميع عناصره في الشكل التالي:

الشكل رقم (1-05): عناصر الاقتصاد الرقمي



المصدر: محمد تقرورت، واقع وأفاق التجارة الإلكترونية في الوطن العربي، مرجع سبق ذكره، ص: 16.

المبحث الثاني: مفاهيم أساسية حول التجارة الإلكترونية

يقوم الاقتصاد الرقمي على حقيقتين هما التجارة الإلكترونية و تقنية المعلومات، فالتجارة الإلكترونية هي من المصطلحات العلمية المستحدثة والتي جاءت نتيجة للتطورات الاقتصادية والاجتماعية والعلمية والتكنولوجية التي شهدتها المجتمعات و الاقتصاديات حيث سيتم التطرق إلى تطور التجارة الإلكترونية مفهومها ودوافعها، بالإضافة إلى أهمية التجارة الإلكترونية و أشكالها.

المطلب الأول: ماهية التجارة الالكترونية

إن الازدياد المتنامي لعدد مستخدمي الإنترنت على مستوى العالم وتنوع استخداماته أدى إلى ظهور نماذج أعمال جديدة من بينها التجارة الإلكترونية.

أولا: التطور التاريخي للتجارة الإلكترونية

يعتقد أغلبية المتعاملين بالتجارة الإلكترونية أن هذا النوع من النشاط الإنساني تمخض من عقد التسعينات من القرن الحالي، إلا أن البعض الآخر يرون أن هذا الاعتقاد غير سليم حيث يرجعون البدء في ممارسة النشاط التجاري عبر الحاسوب إلى عصر السبعينات على أيدي خريجي عصر الستينات على الرغم من أن أول موقع للتجارة عبر الحاسوب وجد على شبكة الإنترنت في عام1993.[1]

يوجد ثلاثة مراحل تاريخية لظهور التجارة الإلكترونية و ذلك بإجماع الكتاب وهي:[2]

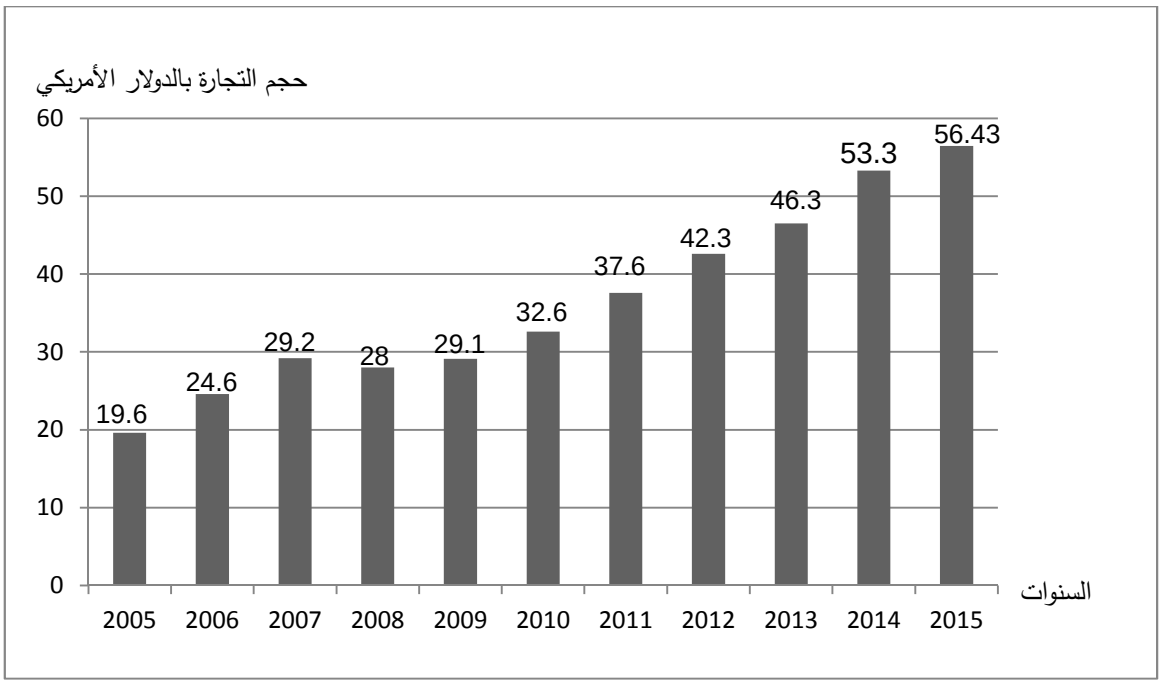
- المرحلة الأولى: ظهرت أولى تطبيقات التجارة الإلكترونية في بداية السبعينات من القرن الماضي من خلال تحويل الأرصدة إلكترونيا من منظمة إلى أخرى، حيث كان هذا التطبيق مقتصر على الشركات الضخمة بسبب تكلفته العالية.
- المرحلة الثانية: بعد ذلك تطورت تطبيقات التجارة الإلكترونية في المنظمات من خلال تبادل البيانات إلكترونيا، الذي يحقق التبادل الآمن بين الشركات بوساطة شبكات القيمة المضافة أو من خلال الإكسترانت حيث يتم تبادل بعض النماذج والوثائق الإلكترونية كطلبات الشراء والفواتير المالية.
- المرحلة الثالثة: بعد ذلك تطورت تطبيقات التجارة الإلكترونية من خلال نظم المعلومات البينية أو بين المنظمات، التي ترتكز على تبادل وتدفق البيانات بين منظمتين أو أكثر بحيث يمكن من تنفيذ مختلف تطبيقات التجارة الإلكترونية بين شركاء الأعمال مثل إرسال الشبكات والحوالات المالية و

[1] عامر محمود الكسواني، مرجع سبق ذكره، ص: 30.

[2] محمد حسين الطائي، **التجارة الإلكترونية المستقبل الواعد للأجيال القادمة**، دار الثقافة للنشر والتوزيع، الأردن، الطبعة الأولى، 2010، ص-ص: 15، 16.

المستندات والوثائق وما شابهها، في إطار العلاقات التي يتم الاتفاق عليها مسبقا والخاصة بتنظيم وترتيب المعاملات التجارية، والشكل التالي يوضح لنا تطور حجم التجارة الالكتروني في العالم:

الشكل رقم(1-06): تطور حجم التجارة الإلكترونية عالميا (2005-2015).



Source: http://www.statista.com/statistics/191173/us-holiday-season-retail-e-commerce-sales-since-2005/ **23/ 03/ 2016,19:30 .**

من خلال هذا الشكل نلاحظ أن حجم التجارة الإلكترونية في العالم قد شهدت ارتفاعا ملحوظا حيث كان في2005 حجمها19.6 مليار دولار أمريكي لتصبح في سنة2007 بحجم 29.2مليار دولار أمريكي ثم انخفضت في سنة 2008 إلى28 مليار دولار وذلك بسبب أزمة الرهن العقاري، وانطلاقا من سنة2010 بدأ حجم التجارة الإلكترونية في الارتفاع من32.6 مليار دولار أمريكي لتصبح في أواخر 2015 بحجم53.43 مليار دولار أمريكي.

ثانيا: مفهوم التجارة الإلكترونية

ويتم التطرق فيه إلى مفهوم التجارة الإلكترونية من خلال استعراض مختلف التعاريف والخصائص.

1. **تعريف التجارة الإلكترونية:** في الواقع ليس هناك تعريف محدد للتجارة الإلكترونية، وذلك لتعدد الجهات المعرفة لها.

- التجارة الإلكترونية هي: "استخدام تقنيات الحوسبة و الاتصالات في التجارة بين بعض أوكل أجزاء من رجال الأعمال و المستهلكين".[1]
- وتعرف بأنها: "تنفيذ وإدارة الأنشطة التجارية المتعلقة بالبضاعة والخدمات، بواسطة تحويل المعطيات عبر شبكة الإنترنت والأنظمة التقنية الشبيهة".[2]
- وعرفتها منظمة الأمم المتحدة United national: بأنها "جميع الأنشطة التي تتم عبر الإنترنت وبأي وسيلة إلكترونية من وسائل إبرام عقود التجارة الإلكترونية ".[3]
- أما منظمة التجارة العالمية world Trade organisation: فعرفتها بأنها"عبارة عن عملية إنتاج وترويج وبيع وتوزيع المنتجات من خلال شبكة اتصال".[4]
- وهي: "جميع أشكال المعلومات التجارية التي تتم بين الشركات أو الأفراد والتي تقوم على أساس التبادل الالكتروني للبيانات سواء كانت مكتوبة أو مرئية أو مسموعة".[5]
- وتعرف أيضا على أنها:"هي عمليات الإعلان والتعريف بالبضائع والخدمات ثم تنفيذ عمليات عقد الصفقات وإبرام العقود ثم الشراء والبيع لتلك البضائع والخدمات ثم سداد القيمة الشرائية عبر شبكات الاتصال المختلفة ".[6]
- أما من الجانب التشريعي فقد عرفتها إمارة دبي بأنها:"معلومات الكترونية ترسل أو تسلم بوسائل الكترونية أيا كانت وسيلة استخراجها من المكان المستلمة فيه"أما التشريع التونسي فقد عرفها بأنها"العمليات التجارية التي تتم عبر المبادلات الإلكترونية".[7]

بعد هذا العرض لأهم التعريفات للتجارة الإلكترونية يمكننا القول بأنه لا يوجد تعريف محدد لهذا المصطلح، عدا أنهم يشتركون في كون أن عملية التبادل تتم إلكترونيا من خلال شبكة الإنترنت وتكنولوجيا الاتصال.

---

[1] Bhanu Prasad, **intelligent techniques for E-Commerce**, Journal of Electronic commerce Research, N.2, 2003, p: 65.

[2] عامر محمد خطاب، **التجارة الإلكترونية**، مكتبة المجتمع الغربي للنشر والتوزيع، الأردن، الطبعة الأولى، 2011، ص: 13.

[3] مخلوفي عبد الوهاب، **التجارة الإلكترونية عبر الإنترنت، (أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه في الحقوق)**، جامعة الحاج لخضر باتنة، الجزائر،2012، ص: 19.

[4] فادي محمد عماد توكل، **عقد التجارة الإلكترونية**، منشورات الجلبي الحقوقية، سوريا، الطبعة الأولى، 2010، ص: 26.

[5] أحمد عبد الخالق، **التجارة الإلكترونية والعولمة**، المنظمة العربية للتنمية والعولمة، القاهرة، مصر، الطبعة الثانية، 2008، ص: 32.

[6] ناصر خليل، **التجارة والتسويق الالكتروني**، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، الطبعة الأولى، 2009، ص: 29.

[7] آيت مبارك سامية، **دور التجارة الإلكترونية في تفعيل الأداء التجاري الواقع والآفاق بالجزائر**، (مذكرة ضمن متطلبات شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية)، جامعة الجزائر3 ، الجزائر،2012، ص: 15.

فالتجارة الإلكترونية هي "استخدام شبكة الإنترنت كقناة لتوزيع الخدمات والقيام بمختلف مراحل العملية التجارية بدءا من الإنتاج حتى عملية التسليم وتحويل الأموال، وذلك باستخدام وسائل الدفع الإلكترونية المختلفة".

2. **خصائص التجارة الإلكترونية:** تتميز التجارة الإلكترونية بمجموعة من الميزات و الخصائص نذكر منها:[1]

- ✓ الانفصال عن المكان: إذ تسمح شبكة الإنترنت للمؤسسة بإدارة تعاملاتها التجارية بكفاءة من أي موقع جغرافي لأن مقر المعلومات الخاص بالمؤسسة يمكن أن يكون في أي مكان دون أن يؤثر على الأداء.
- ✓ تسهيل التبادل التجاري الدولي: إذ تساعد على التعاون داخل المنظمات وهذا ما يدفع إلى تكثيف التجارة بين الدول.
- ✓ تقليص الوسطاء: يمكن أن تؤدي بعض أنواع التجارة الإلكترونية إلى تقليص عدد الوسطاء.
- ✓ إمكانية رقمنة بعض المنتجات.
- ✓ تغير بعض أنماط البيع.
- ✓ وجود أنماط جديدة للدفع.

هذا بالإضافة إلى خصائص أخرى مهمة تتمثل في:[2]

- ✓ عدم وجود مستندات ورقية للمعاملات التجارية لإثبات المعاملات و إتمامها، بل تتم بوسائل إلكترونية ذات تقنية عالية.
- ✓ غياب العلاقة المباشرة بين الأطراف المتعاقدة، إذ يلتقي كل من البائع والمشتري عبر الوسائل الإلكترونية.

بالإضافة إلى:[3]

- ✓ إمكانية تنفيذ كل مكونات العملية التجارية، بما فيها تسليم السلع الغير مادية على الشبكة عكس وسائل الاتصال الأخرى التي تعجز عن القيام بالتسليم.
- ✓ نجد عائقا أمام نموها هو الإثبات القانوني وأثاره.

---

[1] عبد المجيد قدي، **دراسات في علم الضرائب**، دار جرير للنشر والتوزيع، الأردن، الطبعة الأولى، 2011، ص: 182.

[2] أمجد صباح عبد العالي وهيثم عبد الله سلمان، **أهمية التجارة الإلكترونية ومعوقاتها في اقتصادات دول مجلس التعاون الخليجي، مجلة الاقتصادي الخليجي**، العدد24، 2013، ص: 11.

[3] يوسف حسن يوسف، **التجارة الإلكترونية وأبعادها القانونية الدولية**، المركز القومي للإصدارات القانونية، مصر، الطبعة الأولى، 2011، ص: 15.

المطلب الثاني: دوافع التجارة الإلكترونية وأهميتها

ويتم التطرق فيه إلى الدوافع التي أدت إلى ظهور التجارة الإلكترونية فيما تكمن أهميتها.

أولا: دوافع التجارة الإلكترونية

هناك العديد من العوامل المشتركة لدى المؤسسات والقطاعات التي تدفع إلى التجارة الإلكترونية والتي تتمثل في:[1]

- تسيير المعاملات التجارية: إن التجارة الإلكترونية تسمح بتأدية جزء كبير من العمليات المختلفة والتي تدخل ضمن المعاملات التجارية العادية بين البائع والمشتري.
- الفعالية التجارية: من أهم دوافع التجارة الإلكترونية القيام بالوصول إلى أعلى مستويات الإنتاج والتوزيع حيث أن اعتماد تكنولوجيا الإعلام والاتصال في إطار الدعم والتطوير يسمح للمؤسسات بمواجهة التحديات المنتظرة في محيط تجاري عالمي.
- الفعالية التجارية: من أهم دوافع التجارة الإلكترونية القيام بالوصول إلى أعلى مستويات الإنتاج والتوزيع حيث أن اعتماد تكنولوجيا الإعلام والاتصال في إطار الدعم والتطوير يسمح للمؤسسات بمواجهة التحديات المنتظرة في محيط تجاري عالمي.
- تطوير أسواق جديدة: إن دوافع تطوير أسواق جديدة، جعل مؤسسات كثيرة تتوجه إلى استخدام العلاقات التجارية الإلكترونية في إستراتيجيتها للقيام باكتساح السوق وإنشاء أسواق جديدة وتطويرها.

ثانيا: أهمية التجارة الإلكترونية

للتجارة الإلكترونية أهمية كبيرة للمنظمات والمستهلكين من جهة وللمجتمعات من جهة أخرى.

1. بالنسبة للمؤسسات: تكمن أهمية التجارة الإلكترونية للمؤسسات في:[2]

- ✓ التجارة الإلكترونية تسمح بتخفيض المخزون عن طريق استعمال عملية السحب ففي هذا النظام العملية تبدأ بالحصول على طلب تجاري من قبل المستهلك وتزويده بطلبه من خلال التصنيع الوقتي المناسب.
- ✓ عملية السحب تسمح بتصنيع المنتج أو الخدمة وفقا لمتطلبات الزبون وهذا يعطي الشركة أفضلية تجارية على منافسيها.
- ✓ التجارة تخفض تكاليف الاتصال والتكاليف الإدارية للشراء.

[1] أحمد عبد الله العوضي، **العوامل المؤثرة في التسويق والتجارة الإلكترونية**، مجلة الاقتصاد والمجتمع، العدد6، 2010، ص: 171.

[2] يوسف حسن يوسف، مرجع سبق ذكره، ص: 252.

- ✓ التجارة الإلكترونية توسع نطاق السوق.

2. بالنسبة للمستهلكين: وتكمن في:[1]

- ✓ توفير خدمات ومنتجات متنوعة.
- ✓ الحصول على منتجات إلكترونية بأسرع وقت وبسعر منخفض.
- ✓ المشاركة في المزادات.
- ✓ الاتصال بمستهلكين آخرين وتبادل الأفكار والآراء حول المواضيع المشتركة.
- ✓ الحصول على منتجات خاصة.

3. بالنسبة للمجتمعات: تكمن أهمية التجارة الإلكترونية بالنسبة للمجتمعات في:[2]

- ✓ تسمح التجارة الإلكترونية للمستهلك بأن يعمل في منزله مما يعني تقليل الوقت المتاح له للتسوق و بذلك تساهم في التخفيف من حدة الاختناقات المرورية ما يقود إلى خفض نسبة التلوث في الهواء.
- ✓ تساهم التجارة الإلكترونية في تخفيض الأسعار مما يعني أن المستهلك بإمكانه الحصول على بعضها بأسعار زهيدة وبذلك تساعد المستهلك في رفع مستواه لمعاشي وبالتالي للمجتمع ككل.
- ✓ تسمح التجارة الإلكترونية لمستهلكي العالم الثالث من امتلاك منتجات لا تتوفر في بلدانهم.
- ✓ تيسر التجارة الإلكترونية مختلف الخدمات العامة مثل: الصحة والتعليم والخدمات الاجتماعية بسعر منخفض و بكفاءة أعلى

المطلب الثالث: أشكال التجارة الإلكترونية

يوجد العديد من تصنيفات التجارة الإلكترونية بحيث يختلف كل تصنيف عن الآخر بمعيار معين .

1) حسب طبيعة العملية وتقنية المنتج والوسيط: وينقسم إلى:[3]

أ. التجارة الإلكترونية البحتة: ويكون فيها الوكيل رقميا وعملية التبادل والسلعة تكونان رقميتان أيضا عكس التجارة التقليدية التي تكون فيها جميع العوامل السابقة ملموسة.

ب. التجارة الإلكترونية الجزئية: ويكون فيها أحد عواملها (الوكيل والسلعة) رقميا و الباقي ملموسا.

ت. التجارة الإلكترونية المحلية و الخارجية: التجارة المحلية تشمل كافة المنظمات المتعاملة داخل حدود البلد الواحد، أما التجارة الإلكترونية الخارجية فتشمل كافة الأعمال التي تقوم بها المنظمات عبر دول العالم.

2) حسب طبيعة المتعاملين: وتنقسم إلى:

---

[1] محمد نور صالح الجدايه، سناء جودت خلف، **تجارة إلكترونية**، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، الطبعة الثانية، 2012، ص- ص: 36،37.

[2] محمد حميد راضي، سعاد نوري علي، **التجارة الإلكترونية في العالم العربي**، مجلة الإدارة ، والاقتصاد، العدد59، 2006، ص: 201.

[3] غسان قاسم داود اللامي وأميرة شكرولي البياتي، مرجع سبق ذكره، ص-ص: 147-148.

أ. **التجارة الإلكترونية بين المنظمات وبعضها البعض:** يعرف هذا النوع من التجارة بالتجارة البينية، ويقصد به بصفة عامة تبادل كل من المنتجات والمعلومات بين منظمتين ليس بهدف الاستهلاك وإنما لإنتاج منتجات أخرى أو إعادة البيع، أو الخدمات الحكومية[1].

ويضم هذا النوع الأشكال التالية:[2]

- التجارة الإلكترونية بين منظمات أعمال ومنظمات أخرى (Business to Businesse): ويرمز له اختصاراً بـ (B 2 B) وفقا لهذا الشكل تقوم منظمات الأعمال بعرض و بيع منتجاته باستخدام شبكة الإنترنت و تكنولوجيا المعلومات كما أنها تتعامل مع منظمات أخرى و مع الموردين الذين تتعامل لشراء السلع ونقوم بتسديد الفواتير، وتتم عملية الدفع من خلال وسائل الدفع الإلكترونية المتعددة.
- التجارة الإلكترونية بين منظمات أعمال ومنظمة حكومية (Businesse to Gouverment): ويرمز له اختصارا (B 2 G)، بموجب هذا الشكل تقوم الحكومات باستخدام الشبكة وعبر مواقع خاصة بها بعرض الإجراءات ونماذج المعاملات والتعليمات وغيرها بالشكل الذي تستطيع منظمات الأعمال من أن تتطلع عليها من خلال الوسائل الإلكترونية الخاصة بها، والقيام بإجراء المعاملات إلكترونيا، ويطلق على هذا الشكل من التجارة الإلكترونية باسم الحكومة الإلكترونية.

ب. **التجارة الإلكترونية بين المنظمات و المستهلكين:** على ضوء هذا النوع فإن التجارة الإلكترونية تتم للمستهلك وتتضمن:[3]

- التجارة الإلكترونية بين منظمة أعمال ومستهلك (Businesse to Consumer): يرمز له اختصارا بـ(B 2 C) وبمقتضاه أصبحت توجد وتنتشر المراكز التجارية التي تقدم للمستهلكين كل أنواع وأشكال المنتجات عبر شبكات الاتصالات الإلكترونية، بحيث يتخيرون منها ما يشاءون وفقا لرغباتهم واحتياجاتهم.
- التجارة الإلكترونية بين المنظمة الحكومية والمستهلكين(Gouverment to Consumer): يرمز له اختصارا ب(G 2 C) ومن خلال هذا الشكل تقدم المنظمات الحكومية كل خدماتها إلى المواطنين، وذلك كما هو الحال عند دفع الضرائب إلكترونيا.

---

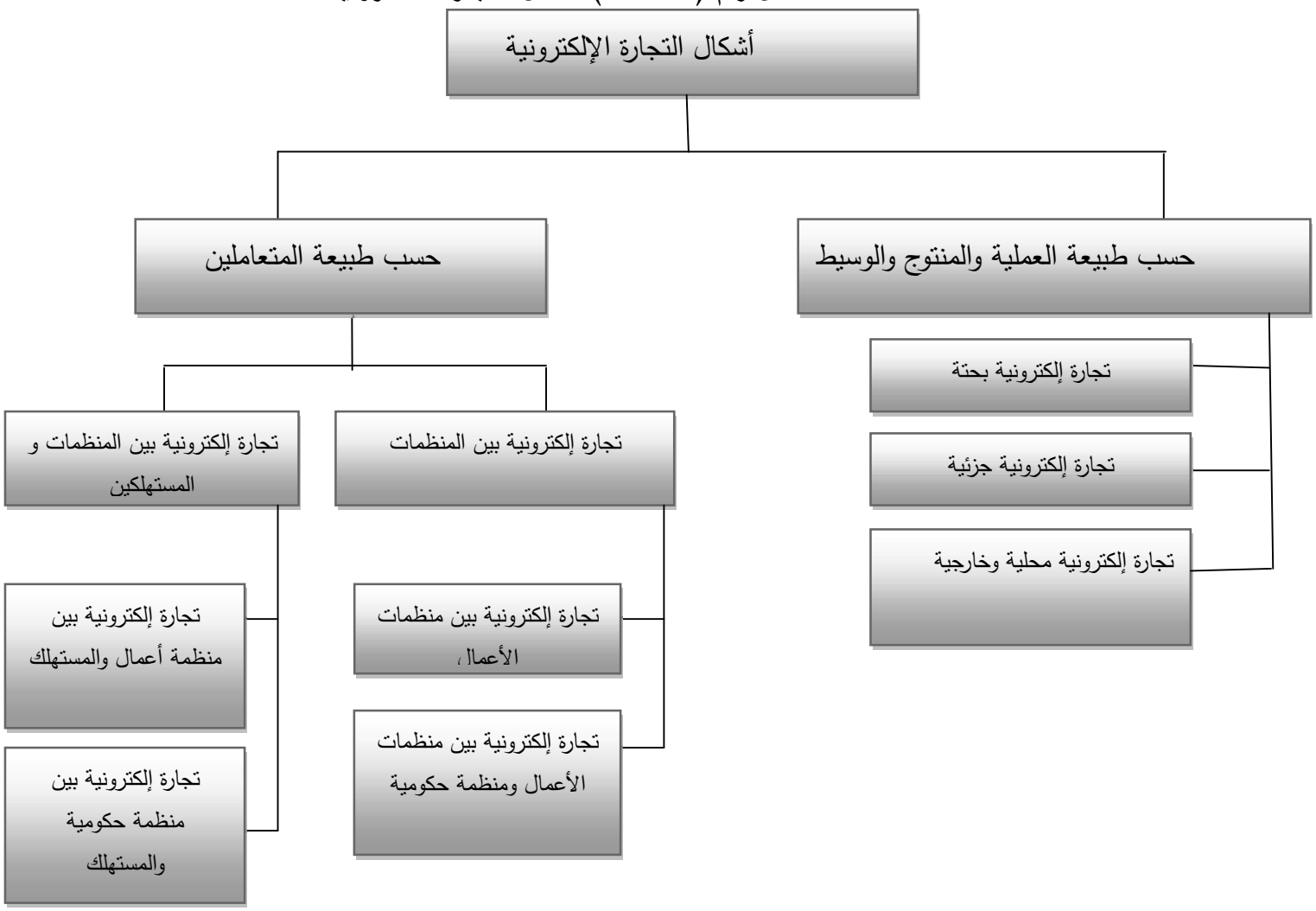
[1] أحمد محمد غنيم، **التسويق والتجارة الإلكترونية**، المكتبة العصرية للنشر والتوزيع، مصر، 2008، ص: 50-51.

[2] محمود جاسم الصميدعي، ردينة عثمان يوسف، **التسويق الإلكتروني**، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، الأردن، الطبعة الأولى، 2012، ص- ص: 63، 64.

[3] أحمد محمد غنيم، مرجع سبق ذكره، ص: 52.

ويمكن اختصار الأشكال السابقة في الشكل التالي:

الشكل رقم:(1- 07):أشكال التجارة الالكترونية



المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على أحمد محمد غنيم، التسويق والتجارة الإلكترونية، مرجع سبق ذكره.

المبحث الثالث: مراحل التجارة الإلكترونية، مخاطرها ومتطلباتها الأمنية

للقيام بالعملية التجارية عبر الانترنت يتم المرور بعدة مراحل الأمر الذي يتطلب وجود مقومات لإتمام هذه العملية بنجاح إلا أنه يمكن أن ينتج عنها عدة مخاطر لهذا يجب توفير المتطلبات الأمنية لإتمام العملية بنجاح.

المطلب الأول: مراحل التجارة الإلكترونية، ومقوماتها

ويتم التطرق فيه إلى المراحل التي تمر بها التجارة الإلكترونية والمقومات الواجب توافرها من أجل انتشارها ونجاحها.

أولا: مراحل التجارة الإلكترونية

لإبرام صفقة إلكترونية يتم المرور بالمراحل التالية:[1]

1. **المرحلة الأولى الحصول على المعلومات والبيانات:** من أفضل مزايا التطور التكنولوجي في مجال المعلومات والاتصال هو السرعة في تجميع البيانات والمعلومات أمام الباحث، وفي هذه المرحلة تتوافر المعلومات الكامنة أمام طرفي النشاط التجاري الإلكتروني ومن هذه المعلومات:

- ✓ حجم الطلب والعرض أمام البائعين والمشترين.
- ✓ معلومات عن السوق المحلي والسوق الخارجي.
- ✓ حاجات ورغبات المستهلكين.

3. **المرحلة الثانية عقد الصفقات:** يمكن التفاعل والاتصال بين البائع والمشتري من خلال البريد الإلكتروني ويتم إرسال واستقبال كل المستندات أو العقود القانونية المبدئية أو النهائية عبر البريد الإلكتروني، وتتميز عملية التفاوض قبل التوصل إلى اتفاق بالسرعة الفائقة، وعند التوصل إلى اتفاق يتم إبرام التعاقدات والاتفاقات بين المنشآت وبعضها أو بينها وبين الأفراد يتم إرسال المستندات من خلال الإنترنت، وتتميز هذه العملية بانخفاض التكلفة عنها في التجارة التقليدية.
4. **المرحلة الثالثة عملية التبادل:** يتم في هذه المرحلة تنازل البائع عن السلعة أو الخدمة في مقابل أن يسدد المشتري القيمة النقدية لهذه السلعة وقد تكون عملية التبادل إلكترونيا في حالة السلع والخدمات غير المادية، وإما تكون عملية التبادل عن طريق شحن السلعة من المنتج إلى المستهلك أومن خلال مكاتب التحصيل.
5. **المرحلة الرابعة النقود الإلكترونية:** وهي مرحلة السداد والدفع الإلكتروني.

ثانيا: مقومات التجارة الإلكترونية

يعتمد انتشار و استمرار التجارة الإلكترونية على مجموعة من المقومات هي:[2]

1. **البنية التحتية:** يجب أن يسندها ويدعمها قطاع صناعي في مجال صناعة الحاسوب والمدخلات المادية العديدة التي تدخل في هذا المجال بالإضافة إلى ضرورة وجود قاعدة اتصالات حديثة والتي تحتاج بدورها إلى العديد من الصناعات المغذية لكي تغطي أكبر عدد من المشتركين

[1] سامح عبد المطلب وعلاء محمد سيد قنديل، **التسويق الإلكتروني**، دار الفكر ناشرون وموزعون، الأردن، الطبعة الأولى، 2012، ص- ص: 377، 378.

[2] إياد زكي محمد أبو رحمة، **أساليب تنفيذ عمليات التجارة الإلكترونية ونظم التسوية المحاسبية عنها (دراسة تطبيقية)على البنوك العاملة في قطاع غزة**، (مذكرة مقدمة لنيل شهادات الماجستير في المحاسبة والتمويل)، الجامعة الإسلامية، غزة، فلسطين، 2009، ص- ص: 20، 21.

وهذا كله يتطلب دعما قوامه بحث علمي وتطوير مستمران لابتكار كل ما هو جديد، بالإضافة إلى ضرورة وجود اقتصاد متطور يساعد التجارة الإلكترونية.

2. **الثقة والأمان:** يعتمد نمو التجارة الإلكترونية على الثقة المتبادلة بين الأطراف الداخلية وبخاصة في ظل افتقار التشريعات الحاكمة.
3. **التنظيم القانوني:** من أهم المقومات الأساسية لزرع الثقة والأمان لدى المتعاملين في التجارة الإلكترونية هو وجود تنظيم قانوني ملائم ومناسب يضع القواعد المنظمة لمختلف جوانبها في المراحل كافة على المستوى الوطني والدولي، حيث يتطلب هذا الاقتصاد الجديد إجراء تعديلات عديدة على التشريعات المدنية والتجارية و الاقتصادية القائمة وكذا استحداث الكثير من الأحكام في شتى المجالات.
4. **تطوير وتنويع الهيكل الاقتصادي:** إن التجارة الإلكترونية لا تنشأ من فراغ وإنما تعمل في اقتصاد ما وتعكس ما يدور فيه وتدفعه نحو التقدم والتفاعل المشترك، ولكن ذلك يتطلب تعبئة مختلف القطاعات الاقتصادية المادية والخدمية وتوظيف تكنولوجيا المعلومات في خدمتها في الإنتاج والتسويق والتوزيع والخدمات وكذلك الخدمات الصحية، لذلك فالنظرة الصحية هي ركن أساسي من أركان الاقتصاد يرتبط بغيره تأثيرا وتأثرا.

هذا بالإضافة إلى مقومات أخرى تساعد في انتشار التجارة الإلكترونية مثل:السياسة الاقتصادية الملائمة و التدريب و التعليم المستمر ووجود نظام رقابي جيد لكي يضمن عملية السداد من خلال الشبكة.

المطلب الثاني: مشاكل ومحددات التجارة الإلكترونية

ويتم التطرق فيه إلى العناصر التالية:

أولا: مشاكل التجارة الإلكترونية

لقد خلق استخدام التجارة الإلكترونية عدة مشاكل تتمثل في:[1]

- ✓ مشكلة الخصوصية، حيث لا توجد حملة للخصوصية في المعاملات التجارية، علما أن الخصوصية هي أهم ما يجب حمايته في التجارة الإلكترونية.
- ✓ قضية الملكية الفكرية، حيث أن أمر كشف الاعتداء على الملكية الفكرية والأسماء التجارية بصورة إلكترونية أمر بالغ الصعوبة، وكذلك الأمر بالنسبة لمرتكبي هذه الاعتداءات.
- ✓ جرائم الحاسوب المختلفة.

[1] ربحي مصطفى عليان، **اقتصاد المعرفة**، دار صفاء للنشر والتوزيع، الأردن، الطبعة الأولى، 2012، ص: 325.

- ✓ مشكلة حماية المشتري وأمان عملية الدفع الإلكتروني وسريتها.
- ✓ مشكلة حجية العقود الإلكترونية والاعتراف بالمعاملات الإلكترونية.
- ✓ مشكلة الضرائب على المعاملات الإلكترونية.
- ✓ مشكلة التوثيق وحماية أمن الرسائل الإلكترونية وسلامتها وحجيتها.
- ✓ مشكلة التوقيع الإلكتروني.

ثانيا: محددات التجارة الإلكترونية

وتشير إلى القيود التي تواجه تطبيقات التجارة الإلكترونية وتقسم إلى:

1. **محددات فنية:** وتتمثل في:[1]

- ✓ الافتقار إلى معايير موحدة عالميا في العديد من الجوانب ذات العلاقة بتطبيقات التجارة الإلكترونية والتي تأتي في مقدمتها جودة المنتجات، جودة المعلومات المعروضة، أمن المعلومات وتشفيـــــرها، حماية خصوصية المعلومات وتبادلها، أنظمة الدفع....الخ.
- ✓ التباين الكبير في مكونات البنية التحتية الضرورية لاعتماد تطبيقات التجارة الإلكترونية، سواء تعلق الأمر بالبنية التحتية للشبكات أو تكنولوجيا نشر المعلومات وتوزيعها أو سرية المعلومات وتشفيرها أو حماية الخصوصية أو خدمات الدعم أو أنظمة الدفع الإلكتروني بين العالم المتقدم والعالم الثالث.
- ✓ القصور في فهم واستيعاب كيفية استخدام شبكة الإنترنت والويب إلى جانب ضعف الاتصالات.
- ✓ على الرغم من الجهود المبذولة من قبل العديد من الجهات المهتمة بتطوير البرمجيات الخاصة بتطبيقات التجارة الإلكترونية إلا أن أغلب البرمجيات التي تدعم تطبيقات التجارة الإلكترونية لازالت تحت التطوير ولم ترتقي إلى مستوى طموحات المعنيين بتطبيقها.
- ✓ توجد صعوبات في دمج وتكامل الإنترنت وبرمجيات التجارة الإلكترونية مع تطبيقات بعض النظم وقواعد البيانات القديمة خاصة في الدول النامية، التي لازالت عاجزة عن مواكبة التطورات السريعة التي تحصل في تكنولوجيا المعلومات والاتصالات والمعتمدة في بناء تلك النظم وقواعد البيانات.
- ✓ على الرغم من انخفاض تكاليف الكثير من الأجهزة والمعدات والبرمجيات المستخدمة في تطبيقات التجارة الإلكترونية إلا أن الحصول على الإنترنت واستخدامه لا يزال مكلفا و غير ملائم بالنسبة للعديد من الدول و الكثير من المنظمات.
- ✓ تستلزم الإجابة السريعة لطلبات الزبائن بالشكل الذي يعزز ولائهم ويزيد من مستوى رضاهم عن المنظمة استخدام نظم الإنتاج والتزويد الحاسوبية التي تمكن الزبون من تجربة المنتج قبل الشراء

[1] محمد عبد حسين الطائي، مرجع سبق ذكره، ص- ص: 96، 97.

من خلال استعراض المنتجات بالصور والوسائط المتعددة واستخدام تكنولوجيا "الواقع الافتراضي" لتجربة المنتج وفحصه ومعرفة استخدامه.

2. محددات غير فنية: وتتمثل في:[1]

- ✓ إشكالية جودة المعلومات في المواقع الإلكترونية.
- ✓ صعوبة قياس حجم التجارة الإلكترونية وتعزى هذه الصعوبة إلى عدة عوامل منها ما يتعلق بتحديد مفهوم التجارة الإلكترونية وأركانها ومكوناتها.
- ✓ قضايا أمن المعلومات وحماية الخصوصية تمنع الكثير من المستهلكين من الشراء والتعامل مع الأعمال باستخدام التكنولوجيا الرقمية.
- ✓ عدم توفر البيئة القانونية والتشريعية التي تدعم تطبيقات التجارة الإلكترونية وخصوصا في مجالات الضرائب والتعاملات التجارية الإلكترونية واعتماد التوقيع الإلكتروني، ومكافحة جرائم الحاسوب والملكية الفكرية وكذلك الالتزام بالشفافية في تطبيق القوانين والتشريعات.
- ✓ صعوبة قياس بعض فوائد التجارة الإلكترونية ودعمها بمعايير واضحة وثابتة وموحدة مما يجعل دعم تطبيقاتها أمرا صعبا وبحاجة إلى إقناع.
- ✓ الكثير من المستهلكين لديهم عادات وقيم خاصة بعملية التسوق توفر لهم متعة خاصة لا يمكن أن توفرها التجارة الإلكترونية، كزيارة الأسواق والاستمتاع بالسوق والتفاوض على الأسعار....الخ.
- ✓ الافتقار إلى العدد الكافي من البائعين والمشترين الذين يعتمدون تطبيقات التجارة الإلكترونية على النحو الذي يؤدي إلى تحقيق الفائدة والعوائد المرجوة.
- ✓ تزايد عمليات الاحتيال عبر الإنترنت.
- ✓ صعوبة توفير الموارد اللازمة لتمويل مشاريع التجارة الإلكترونية نتيجة فشل الكثير من التجارب المماثلة.
- ✓ التقاليد والقيم الاجتماعية السائدة في المجتمع قد تسهم بدور متناقص في تشجيع التجارة الإلكترونية.
- ✓ العوائق النفسية المتمثلة بالتعود على التبادل بالأموال، مما يعني أن الفرد معتاد على التبادل بالأموال نقدا وجه لوجه، بخلاف التجارة الإلكترونية التي يتم التبادل عبر البطاقات الائتمانية والتبادلات المصرفية.

[1] محمد عبد حسين الطائي، مرجع سبق ذكره، ص-ص: 99، 100.

المطلب الثالث: متطلبات أمن التجارة الإلكترونية وتهديداتها الأمنية

للقيام بالعملية التجارية عبر الانترنت يتطلب العديد من الإجراءات الأمنية لضمان نجاحها، إلا أن هناك مجموعة من التهديدات التي تحول أمام سيرها بأمان.

أولا: متطلبات أمن التجارة الإلكترونية

لتجاوز المشاكل التي تواجه التجارة الإلكترونية لابد من الاهتمام بالأمور التالية:[1]

1. **التكاملية:** وهي القدرة على إثبات أن المعلومات المعروضة على موقع الويب أو أن المعلومات المرسلة أو المستقبلة عبر الإنترنت لا يستطيع أن يعدلها أي شخص غير مخول للقيام بهذا التعديل أو التبديل.
2. **عدم النكران (الاعتراف):** وهي القدرة على إثبات أن المشاركين في أعمال التجارة الإلكترونية لا ينكرون الأفعال التي قاموا بها تفاعليا.
3. **الموثوقية:** القدرة على إثبات هوية الشخص أو الكيان الذي نتعامل معه على الإنترنت.
4. **السرية:** القدرة على إثبات أن الرسائل والمعطيات ستكون متاحة فقط للأشخاص المخولين للإطلاع عليها.
5. **الخصوصية:** وهي القدرة على التحكم في استخدام المعلومات التي يقدمها المستخدم نفسه للتاجر أو البائع.
6. **الإتاحية:** وهي القدرة على إثبات أن موقع التجارة الإلكترونية سيستمر بالعمل كما هو مخطط ويحقق الهدف الذي بني من أجله.

ثانيا: التهديدات الأمنية في بيئة التجارة الإلكترونية

تتمثل أكثر أنواع التهديدات الأمنية شيوعا في التجارة الإلكترونية في:[2]

1. **تزييف المواقع:** من خلال بناء مواقع مماثلة للمواقع الأصلية من حيث المحتويات والألوان...الخ للحصول على بطاقات ائتمان زبائن الموقع الأصلي.
2. **التصنت:** استخدام مخترق الشبكة برمجية اختراق لقراءة المعلومات أثناء انسيابها في قنوات الاتصال، وتوظيف هذه المعلومات لأغراض غير شريفة.

[1] ربحي مصطفى عليان، مرجع سبق ذكره، ص: 319.

[2] محمد عبد حسين الطائي، مرجع سبق ذكره، ص-ص: 155، 156.

3. **تبديل محتوى الرسالة:** من خلال اعتراض أرقام حسابات الزبائن أثناء انسيابها عبر الشبكة وتغير بياناتها ثم إرسال لحساب شخص آخر، أو تغيير عنوان شحن البضاعة لكي تصل إلى جهة أخرى غير الجهة الأصلية.
4. **تأخير الخدمة:** من خلال إغراق الشبكة بآلاف الرسائل أو مقاطعة الخدمات في الشبكة وتأخير تزويد الزبون بها.
5. **تأخير خدمة الموزع:** من خلال إغراق عدد من الحسابات المرتبطة مع بعضها في إطار الحسابات الموزعة بالوسائل على النحو الذي يؤدي إلى تأخير خدماتها للزبائن.
6. **الإنكار:** من خلال إنكار إنجاز المعاملة وعدم الاعتراف بالنتائج المترتبة عليها.
7. **الفيروسات:** والتي تضم مختلف التهديدات التي تصيب البيانات.

خلاصة:

تعتبر التجارة الإلكترونية من إفرازات الاقتصاد الرقمي، والذي ظهر نتيجة لانتشار استخدام الإنترنت وشبكات الاتصال فقد أصبحت التجارة الإلكترونية مصطلح شائع في معظم دول العالم، كما أن استخدامها وتداولها في تزايد وذلك باعتبارها شكل من أشكال التعامل التجاري الافتراضي، حيث يتم التفاعل والتعامل بين الأطراف المعنية إلكترونيا سواء بصفة كاملة، إذا تتعلق الأمر بتبادل البيانات أو بصفة جزئية إذا تعلق الأمر بالمنتجات المادية حيث يتم التسليم مباشرة، كما تعتبر التجارة الإلكترونية مكسب لمعظم الدول وذلك نظرا للأرباح و الفوائد التي تجنيها وتحققها الدول عند استخدامها، إلا أن هذا لا يعني خلوها من المخاطر حيث يجب على كل دولة توفير مجموعة من المتطلبات لحماية الأطراف المتعاملين.

الفصل الثاني:

مدخل نظري لوسائل الدفع الإلكترونية.

- تمهيد.
- المبحث الأول: ماهية البنوك الإلكترونية.
- المبحث الثاني: مفاهيم حول وسائل الدفع الإلكترونية.
- المبحث الثاني: أنواع وسائل الدفع الإلكترونية.

تمهيد:

لقد أدى ظهور التجارة الإلكترونية إلى ضرورة إيجاد وسائل دفع إلكترونية تتلاءم وطبيعة العمليات والصفقات التجارية، لهذا فقد شهدت الفترة الأخيرة تحول سريع في العديد من المنشآت والمصارف حيث سارعت العديد من البنوك إلى إنشاء مواقع لها على شبكة الإنترنت وذلك من أجل إجراء عمليات الشراء والبيع من خلال شبكة الإنترنت، ومباشرة التجارة الإلكترونية باستخدام وسائل الدفع الإلكترونية التي تتيحها هذه البنوك والتي أصبحت تعرف بالبنوك الإلكترونية، بعد أن كانت وسائل الدفع التقليدية عبئ ثقيل على البنوك نظرا لاعتمادها بدرجة كبيرة على الاستخدام الورقي والبشري والذي يتطلب وقت كبير لإتمام المعاملات.

المبحث الأول: ماهية البنوك الإلكترونية

نتيجة للتطورات التي شهدها العالم في مجالات الاتصالات والأنظمة والشبكات الإلكترونية، أصبحت التجارة بشكل عام والعمليات المصرفية بشكل خاص تعتمد على الركيزة الإلكترونية والمتمثلة أساسا في شبكة الإنترنت ونظام التبادل الإلكتروني للبيانات لهذا سنتناول في هذا المبحث كل من مفهوم البنوك الإلكترونية، أنواعها وأهدافها المتطلبات اللازمة لأداء مهامها.

المطلب الأول: مفهوم وأنماط البنوك الإلكترونية.

إن تماشي البنوك مع التطورات الحاصلة يستلزم منها إحداث تغييرات جذرية في طبيعة عملها وتعاملها مع الزبائن.

أولا: مفهوم البنوك الإلكترونية

ويتم التطرق فيه إلى كل من تعريف البنوك الإلكترونية والخصائص التي تميزها عن البنوك العادية.

1. تعريف البنوك الإلكترونية:

- البنوك الإلكترونية هي "البنوك الافتراضية التي تنشئ لها مواقع إلكترونية على الإنترنت على النحو الذي تسهل إنجاز مختلف العمليات المصرفية التي تنجزها البنوك التقليدية بشكل إلكتروني".[1]
- كما تعرف "بمعناها الحديث ليست مجرد فرع لبنك قائم يقدم خدمات مالية وحسب، بل موقعا ماليا تجاريا، إداريا استشاريا شاملا له وجود مستقل على الخط، فإذا عجز البنك نفسه عن أداء خدمة ما من بين الأطر كان الحل اللجوء إلى المواقع المرتبطة التي يتم عادة التعاقد معها للقيام بخدمات عبر نفس موقع البنك".[2]
- كما أنها "عبارة عن نظام قائم بذاته، وقد أصبح معمولا به في معظم الدول المتقدمة والمتطورة تكنولوجيا، حيث يتم إدراج الحسابات و السحوبات إلكترونيا، من خلال إدخال كلمة السر والرمز السري المتفق عليه ما بين البنك والعميل، كما يتفقون على التوقيع الإلكتروني وشكله و التحقق من صحته".[3]

---

[1] محمد عبد حسين الطائي، مرجع سبق ذكره، ص: 229.

[2] نبيل بوفليح، فرج شعبان، **البنوك الالكترونية كمدخل لزيادة تنافسية البنوك العربية**، الملتقى الدولي حول المعرفة في ظل الاقتصاد الرقمي ومساهمتها في تكوين المزايا التنافسية للبلدان العربية، 27،28 نوفمبر 2007، جامعة حسيبة بن بوعلي "الشلف"، الجزائر، ص: 5.

[3] نادر عبد العزيز شافي، **المصارف والنقود الالكترونية**، المؤسسة الحديثة للكتاب، لبنان، الطبعة الأولى، 2007، ص: 64.

- البنوك الإلكترونية "بنوك تقدم خدمات مصرفية تقليدية أو مبتكرة والتي يحتاجها العميل من خلال شبكة الإنترنت على مدار 24ساعة، من خلال جهاز الحاسب الآلي دون عوائق يمكن و من أي مكان في العالم".[1]

بعد عرض هذه التعريفات يمكن أن نستنتج بأن:

البنوك الإلكترونية هي "بنوك تعتمد في تأدية كل وظائفها على شبكة الانترنت، من خلال إدراج كل الحسابات والسحوبات التي تتم بينه وبين العميل إلكترونيا، وذلك بعد اتفاقهما على كافة الشروط، حيث تؤدي وظائفها في أي وقت ودون عائق، لتوفير الراحة لكل متعامليها".

2. **خصائص البنوك الإلكترونية:** للبنوك الإلكترونية خصائص من بينها ما يلي:[2]

- ✓ اختفاء الوثائق الورقية للمعاملات، حيث تتم كافة الإجراءات والمراسلات بين الطرفين إلكترونيا.
- ✓ فتح المجال أمام البنوك الصغيرة الحجم لتوسيع نشاطها عالميا باستخدام شبكة الإنترنت دون الحاجة إلى التفرغ خارجيا، وزيادة الاستثمار والموارد البشرية وغيرها.
- ✓ القدرة على إدارة العمليات المصرفية للبنوك على شبكة الإنترنت بكفاءة من أي موقع جغرافي.
- ✓ عدم إمكانية تحديد الهوية، حيث لايرى طرف التعاملات إلكترونيا كل منهما الآخر.
- ✓ إمكانية تسليم بعض المنتجات إلكترونيا مثل المنتجات الرقمية ككشوف الحسابات والرصيد..الخ.
- ✓ سرعة تغير القواعد الحاكمة، وذلك لمواكبة التطور السريع في مجال المعاملات الإلكترونية مما يحتاج إلى سرعة في صياغة التشريعات اللازمة لمواكبة هذا التطور السريع.
- ✓ زيادة رضا العملاء حيث تكفل سرعة عمليات التحويل الإلكتروني وانخفاض كلفتها تحقق رضا العملاء
- ✓ أوقات العمل حيث تتميز البنوك الإلكترونية بأنها تقدم خدماتها في أي وقت ودون قيود.
- ✓ السلامة والأمن حيث أزالت التحويلات المالية الإلكترونية الخوف من سرقة الشبكات ومخاطر كثيرة.

[1] بحوصي مجدوب، سفيان بن عبد العزيز، **واقع وآفاق البنوك الالكترونية (مع الإشارة إلى مستقبلها في الجزائر)**، المجلة العربية الدولية للمعلوماتية، المجلد الثاني ،العدد الثالث، الجزائر، 2013، ص: 61.

[2] سليمة عبد الله، **دور تسويق الخدمات المصرفية الالكترونية في تفعيل النشاط البنكي دراسة حالة القرض الشعبي الجزائري بباتنة**، (مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في العلوم التجارية ،تخصص:تسويق)، جامعة الحاج لخضر، باتنة، الجزائر، 2009، ص: 100.

ثانيا: أنواع البنوك الإلكترونية

يوجد ثلاثة أنواع للبنوك الإلكترونية كل نوع ينفرد بأداء وظيفة معينة وفيما يلي سيتم شرح كل نوع:

1. **الموقع المعلوماتي (INFORMATIONAL)**: وهو المستوى الأول من البنوك الإلكترونية ومن خلاله يقدم البنك معلومات حول برامجه ومنتجاته وخدماته المصرفية.[1]
2. **الموقع التفاعلي أو الاتصالي (COMMUNICATIVE)**: يؤمن هذا الموقع نوع من التبادل الاتصالي بين البنك وعملائه كالبريد وتعبئة نماذج الخط أو تعديل معلومات القيود والحسابات.[2]
3. **الموقع التبادلي(TRANSACTIONAL)**: وهو المستوى الذي يمكن القول فيه أن البنك يمارس خدماته و أنشطته في بيئة إلكترونية، حيث تشمل هذه الصورة السماح للزبون بالوصول إلى حساباته وإدارتها و إجراء الدفعات النقدية والوفاء بقيمة الفواتير والاستعلام وإجراء الحوالات محليا وخارجيا.[3]

ويمكن توضيح الفروق بين الأنواع الثلاثة في الجدول التالي:

[1] ثائر عدنان قدومي، **العوامل المؤثرة في انتشار الصيرفة الالكترونية دراسة تطبيقية على البنوك التجارية الأردنية**، المجلة الأردنية التطبيقية، المجلد11، العدد2، 2008، ص:274.

[2] يوسف حسن يوسف، **التسويق الإلكتروني**، مرجع سبق ذكره، ص:274.

[3] ثائر عدنان القدومي، مرجع سبق ذكره، ص:6.

جدول رقم (2-01): أوجه المقارنة بين الخدمات المقدمة من طرف البنوك الالكترونية بمختلف أنواعها.

أوجه المقارنة	الموقع المعلوماتي	الموقع التفاعلي	الموقع التبادلي
تقديم المعلومات	-تقديم معلومات ترقوية. -توضيح كيفية الاتصال بالبنك. -تقديم عروض و إعلانات خاصة.	-إمكانية تحميل التقارير الخاصة بالبنك. -إمكانية تقديم طلبات العمل عبر الموقع. -إمكانية الدخول إلى مواقع أخرى عن طريق موقع البنك.	-إمكانية التسجيل. -توجيه الإنذارات. -تأسيس منتديات خاصة بزبائن البنك.
استخدام شبكة الإنترنت من أجل إثبات العلاقة بين البنك والزبون.	-استخدام العمل للبريد الإلكتروني من أجل الاتصال بالبنك.	-إمكانية استخدام تقنيات اتصال أخرى.	-استخدام تقنيات متطورة مثل تقنية vidéo conférence.
استخدام شبكة الإنترنت من أجل المبادلات	-طلب فتح الحسابات. -طلب الاستفادة من الخدمات التي يقدمها البنك. -طلب البطاقات النقدية -الاستفسار عن المعاملات الخاصة بالقروض والاستثمارات.	-إمكانية إطلاع الزبون على وضعية حسابه. -إمكانية إجراء التحويل من إلى حساب الزبون. -يمكن للزبون الإطلاع على بعض المعلومات الخاصة بالبنك.	-استخدام النقود الالكترونية كوسيلة لترقية التبادلات عبر شبكة الإنترنت.

المصدر: نبيل بوفليح، فرج شعبان، البنوك الالكترونية كمدخل لزيادة تنافسية البنوك العربية، مرجع سبق ذكره، ص:7.

المطلب الثاني: تقييم البنوك الإلكترونية وأهدافها.

من أجل تحقيق البنوك الالكترونية للأهداف التي تقوم بوضعها لابد لها أن تستغل جيدا المزايا التي انفردت كما يجب عليها مواجهة المخاطر التي قد تعترضها لهذا سنتناول مزايا البنوك الإلكترونية ومخاطرها والأهداف التي تسعى لتحقيقها.

أولا: تقييم البنوك الإلكترونية

إن تحول البنوك إلى هذا النمط جعلها تنفرد بمزايا عديدة لم تكن تملكها من قبل كما انه خلق لها مخاطر أيضا.

1. **مزايا البنوك الإلكترونية :** تحقق البنوك الإلكترونية مزايا لعدة مستويات.

أ- مزايا ينتجها المصرف: تتمثل في:[1]

- الحصول على عوائد أكبر مقارنة بالبنوك التقليدية لأنها تقدم خدمات الحسابات التجارية بأسعار أكثر ارتفاعا عن أسعار الخدمات التقليدية.
- تخفيض الكلف وبالتالي أسعار الفائدة على القروض.
- تخفيض تكاليف أداء عملياتها لأنها تستغني عن الأماكن والموظفين.

ب- مزايا للعملاء: تتمثل في:[2]

- ارتفاع العوائد على شهادات الإيداع.
- الحصول على الخدمة بأسرع وقت.
- تقديم بعض الخدمات بدون دفع رسوم مثل رسوم خدمة دفع الفواتير.
- التوفير والجهد وسرعة الحصول على الخدمات و تخفيض كلفة الانتقال والانتظار.

جـ-مزايا للاقتصاد الوطني: تتمثل في:[3]

- زيادة الدخل المالي للبنوك الوطنية ومن ثم مساهمتها في رفع نسبة الناتج المحلي الإجمالي.
- إن المعاملات المصرفية عبر الإنترنت تزيد من كفاءة الإنتاجية للبنوك والتي بدورها تساعد على تحسين الأداء الاقتصادي بشكل عام.

---

[1] دريد كامل آل شبيب، **إدارة البنوك المعاصرة**، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، الأردن، الطبعة الأولى، 2012، ص: 69.

[2] المرجع نفسه، ص: 69.

[3] بحوصي مجدوب، سفيان بن عبد العزيز، مرجع سابق ذكره، ص: 62.

2. **مخاطر البنوك الإلكترونية:** وتتمثل في:

أ. المخاطر التشغيلية: هي المخاطر التي تنتج من احتمالات الخسارة الناتجة عن خلل في شمولية النظام أو من أخطاء العملاء أومن برنامج إلكتروني غير ملائم للصيرفة والأموال الإلكترونية ويوجد هناك نوع جديد من المخاطر للمؤسسات التي تلعب دورا أو تصدر أموالا إلكترونية هي:

- ✓ عدم التأمين الكافي للنظم، حيث يمكن اختراق نظم حسابات البنك بهدف التعرض على المعلومات الخاصة بالعملاء واستغلالها.
- ✓ عدم ملائمة تصميم النظم أو إنجاز العمل أو أعمال الصيانة والتي تنشأ عن عدم كفاءة النظم لمواجهة متطلبات المستخدمين وعدم السرعة في حل هذه المشكلة وصيانة النظم.
- ✓ إساءة الاستخدام من قبل العملاء ويحدث ذلك نتيجة عدم إحاطة العملاء بإجراءات التأمين الوقائية أو القيام بغسيل أموال باستخدام بياناتهم الشخصية أو عدم إتباعهم إجراءات التأمين الواجبة.[1]

ب. المخاطر الإستراتيجية: وهي تلك المخاطر الناجمة عن عدم بَنيْ الإستراتجيات المناسبة التي تأخذ في اعتبارها كيفية تحقيق المزيج المناسب من الخدمات التقليدية وتأتي أهمية هذا النوع من المخاطر من حيث تأثيرها الكبير على مستقبل البنك ومن حيث العناصر العديدة المكونة لها.[2]

ت. مخاطر السمعة: تنشأ في حالة توفر رأي عام سلبي اتجاه البنك الذي يمتد إلى التأثير على بنوك أخرى مما ينتج عنه خسارة كبيرة في الزبائن والمال.[3]

ث. المخاطر القانونية: هي التي تتعلق غالبا بالتوقيع الإلكتروني أو عدم قابليتها للتنفيذ والقانون الواجب التطبيق.[4]

ج. المخاطر التلقائية: إن فشل المشاركين في نظم نقل الأموال الإلكترونية أو في سوق الأوراق المالية بشكل عام في تنفيذ التزاماتهم في موعدها.[5]

---

[1] إياد زكي محمد أبو رحمة، مرجع سبق ذكره، ص: 35.

[2] رشدي عبد اللطيف وادي، **أهمية ومزايا البنوك الالكترونية في قطاع غزة بفلسطين ومعوقات انتشارها**، مجلة الجامعة الإسلامية، المجلد السادس عشر، العدد الثاني، 2008، غزة، فلسطين، ص: 865.

[3] المرجع نفسه، ص: 865.

[4] إياد زكي أبو رحمة، مرجع سبق ذكره، ص: 36.

[5] رشدي عبد اللطيف وادي، مرجع سبق ذكره، ص: 866.

ثانيا: أهداف البنوك الإلكترونية

تسعى البنوك الإلكترونية لتحقيق الأهداف التالية:[1]

1) تقديم العديد من الخدمات المصرفية للزبائن، عنوانها الخدمة الشاملة والأسرع والأقل كلفة.
2) تحقيق معدلات أفضل للمنافسة والاستمرار في السوق.
3) التحول إلى موقع إلكتروني لتقديم معلومات صحيحة، وتقديم الاستشارات المتخصصة في النشاطات المصرفية والمالية والتجارية.
4) فتح آفاق العمل والاستثمارات وإدارتها، وتقديم للخدمة السريعة بأقل كلفة وكفاءة عالية.
5) تقديم خدمات مالية وضريبية واستشارية واستثمارية، كما تعرض حزما من الخدمات الشاملة التي تتلاقى مع متطلبات الزبائن لحل مشكلاتهم بوقت قصير وبكلفة أقل من الطرق التقليدية.
6) تحقيق أرباح إضافية في وقت قصير.

المطلب الثالث: أهمية البنوك الإلكترونية في التجارة الإكترونية ومتطلبات عملها

أولا: أهمية البنوك في التجارة الإلكترونية

نظرا للتغيرات التي حدثت في بيئة الأعمال والزيادة في استخدام التجارة الإلكترونية أدى إلى خلق تحديات في عمل البنوك، حيث كان لزاما عليها الاستجابة لكل هذه التغيرات وذلك لضمان استمرارها وبقاءها.

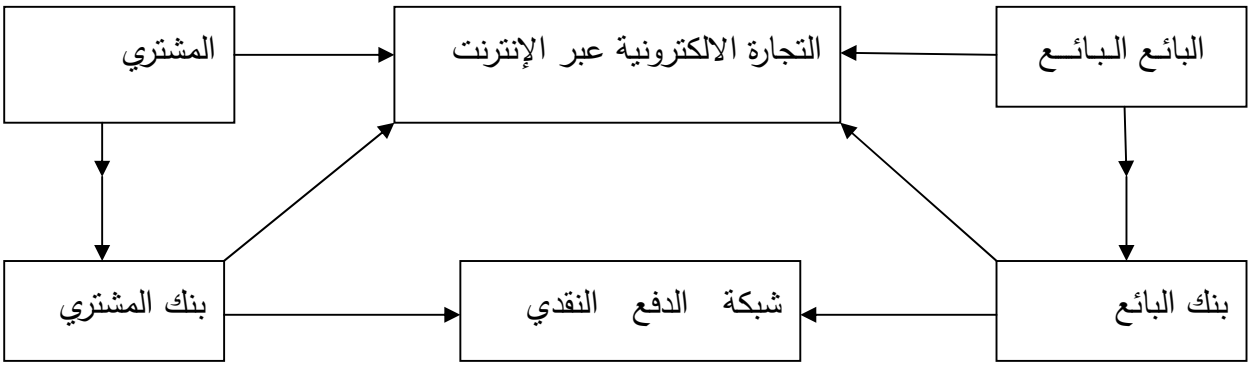
وجاءت هذه الاستجابة في ما يلي:[2]

- تأسيس موقع خاص للبنك على شبكة الإنترنت لتزويد العملاء بالمعلومات عن الخدمات التي يقدمها البنك.
- استخدام الإنترنت كقناة إضافية لتقديم الخدمات المصرفية التقليدية مثل(طلبات الحصول على الائتمان– تحويل الودائع.....).
- ثم تطور الأمر بعد ذلك إلى أن تحول دور البنوك من مجرد وسيط مالي إلى وسيط تجاري بين البائع والمشتري، كما موضح في الشكل التالي:

[1] نادر عبد العزيز شافي، مرجع سبق ذكره، ص: 66.

[2] إبراهيم أحمد عبد الخالق الدوري، **التجارة الالكترونية**، مطبوعات مكتبة الملك فهد الوطنية، الأردن، السلسلة الثانية، 2010، ص: 66.

الشكل رقم (2-01): دور البنوك الالكترونية في التجارة الالكترونية



المصدر: محمد تقرورت، واقع وآفاق التجارة الالكترونية في الوطن العربي مرجع سبق ذكره، ص:131.

ويلاحظ من خلال هذا الشكل أن دور البنوك الحديث كوسيط تجاري في ظل التجارة الإلكترونية جعلها تقوم بالوظائف التالية:[1]

- تأسيس مواقع على شبكة الإنترنت تمكن البائعين من عرض منتجاتهم من خلالها، ويقوم المشترون بزيارتها.
- حماية العملاء أثناء ممارستهم لعمليات التجارة الإلكترونية ضد مخاطر الاحتيال، وذلك من خلال التحقق من هوية أصحاب الحسابات مع البنوك الأخرى.
- مساندة بعض الشركات الصغيرة في تأسيس مواقع لها على شبكة الإنترنت للمشاركة في التجارة الإلكترونية.
- عرض الفواتير الإلكترونية وتحصيلها، وبموجب هذه الخدمة يقوم البنك بتوزيع الفواتير على مواقع العملاء على شبكة الإنترنت مما يساعدهم على مراجعتها وسدادها، وبهذا الشكل يقوم البنك بتحصيل الأموال إلكترونيا وتسليم الحسابات لأصحاب الفواتير، أي سوف يجمع البنك بين قدرته على إرسال الحسابات بالبريد الإلكتروني e-mail والتحصيل الإلكتروني وذلك بدون أي دورة مستندية تتم على الورق.

بالإضافة إلى:[2]

- تسهيل التبادل التجاري الإلكتروني بين الشركات وذلك من خلال توفير المعلومات المتبادلة عن البضائع والخدمات بين المشروعات.

[1] إبراهيم أحمد عبد الخالق الدوري، المرجع السابق، ص: 67.

[2] محمد تقرورت، مرجع سبق ذكره، ص: 131.

- إدماج شبكة الإنترنت مع أجهزة الصرف الآلي والذي يتم بموجبه الحصول على خدمات الإنترنت والموقع الخاص بالبنوك، مما يتيح للعملاء من المشاركة في التجارة الإلكترونية على نطاق واسع.

ثانيا: متطلبات عمل البنوك الإلكترونية

إن إنشاء أي بنك إلكتروني وأدائه مختلف المهام يتطلب توفر الشروط الضرورية التالية:

1. **البنية التحتية التقنية:** يقف في مقدمة متطلبات البنوك الإلكترونية وبالعموم أية مشروعات تقنية، البنية التحتية التقنية والبني التحتية التقنية للبنوك الإلكترونية ليست ولا يمكن أن تكون معزولة عن بني الاتصالات وتقنية المعلومات التحتية للمدونة ومختلف القطاعات ذلك أن البنوك الإلكترونية تحيى في بيئة الأعمال الإلكترونية والتجارة الإلكترونية، والمتطلب الرئيسي لضمان أعمال إلكترونية ناجحة بل وضمان دخول آمن وسلس لعصر المعلومات، عصر اقتصاد المعرفة يتمثل بالاتصالات، وبقدر كفاءة البني التحتية، وسلامة سياسات السوق الاتصالي، وتحديد السياسات الشعيرية لمقابل خدمات الربط بالإنترنت، فلا تحيى الشبكة وأعمالها دون تزايد أعداد المشتركين، كما أن فعالية وسلامة بني الاتصالات تقوم على سلامة التنظيم الاستثماري، ودقة المعايير و تواؤمها الدولي، وكفاءة وفعالية التنظيم القانوني لقطاع الاتصالات.

أما العنصر الثاني للبنى التحتية يتمثل في تقنية المعلومات، من حيث الأجهزة و البرمجيات والحلول والكفاءات البشرية المدربة والوظائف الاحترافية وهذه دعامة الوجود والاستمرارية والمنافسة.

أما عن عناصر إستراتيجية البني التحتية في حقل الاتصالات وتقنية المعلومات، فإننا نرى أنها تتمثل بتحديد أولويات وأغراض تطوير سوق الاتصالات في الدولة، وموائمة هدف الدخول للأسواق العالمية مع احتياجات التطوير التقنية للشركات الخاصة، والسياسات التسويقية والخدمية والتنظيمية المتعين اعتمادها لضمان المنافسة في سوق الاتصالات و لضمان جذب الاستثمارات في هذا القطاع، وتنظيم الالتزامات لمقدمي الخدمات مع تحديد معايير ومواصفات الخدمة المميزة، وفي مقدمتها معايير أمن وسلامة تبادل المعلومات وسريتها وخصوصية المشتركين وتوفير الإطار القانوني الواضح الذي يحدد الالتزامات على أطراف العلاقة، وأخيرا تحديد نطاق التدخل الحكومي وتحديد أولويات الدعم وما يتعين أن يكون محلا للتشجيع الاستثماري من قبل الدولة.[1]

[1] عبد الله خبابة، **الاقتصاد المصرفي**، الناشر مؤسسة شباب الجامعة، القاهرة، مصر، 2008، ص- ص: 108،109.

2. **الكفاءة الأدائية المتفقة مع عصر التقنية:** هذه الكفاءة القائمة على فهم احتياجات الأداء والتواصل التأهيلي والتدريبي، والأهم من ذلك أن تمتد كفاءة الأداء إلى كفاءة الوظائف الفنية والمالية والتسويقية والقانونية والاستشارية والإدارية المتصلة بالنشاط البنكي الإلكتروني.[1]
3. **التطوير والاستمرارية والتفاعلية من المستجدات:** ويتقدم عنصر(التطوير والاستمرارية والتوعية) على العديد من عناصر متطلبات بناء البنوك الإلكترونية وتميزها، فالجمود وانتظار الآخرين لايتفق مع التقاط فرص التميز.[2]
4. **التفاعل مع متغيرات الوسائل والإستراتيجيات الفنية والإدارية والمالية:** التفاعلية لا تكون في التعامل مع الجديد فقط أو مع البني التقنية فقط وإنما مع الأفكار والنظريات الحديثة في حقول الأداء الفني والتسويقي والمالي والخدمي، تلك الأفكار التي تجيء وليد تفكير إبداعي وليس وليد تفكير نمطي.[3]
5. **الرقابة التقييمية الحيادية:** إن التقييم الموضوعي يعد من أهم عناصر نجاح البنوك الإلكترونية، وعلى هذا الأساس أقامت معظم واقع البنوك الإلكترونية جهات مشورة في تخصصات التقنية والتسويق والقانون والنشر الإلكتروني لتقييم أداء وفعالية مواقعها، كما يجب التنبيه على أن ارتفاع عدد زائري الموقع لا يعد مؤشر على النجاح إذ يسود فهم عام أن كثرة زيارة الموقع دليل نجاح الموقع، لكنه ليس كذلك دائما وإن كان مؤشرا حقيقيا على سلامة وضع الموقع على محركات البحث وسلامة الخطط الدعائية والترويجية.[4]

[1] بوفليح نبيل، فرج شعبان، مرجع سبق ذكره، ص: 8.
[2] عبد الله خبابة، مرجع سبق ذكره، ص: 110.
[3] المرجع نفسه، ص- ص: 110، 111.
[4] بوفليح نبيل، فرج شعبان، مرجع سبق ذكره، ص: 8.

المبحث الثاني: مفاهيم حول وسائل الدفع الإلكترونية

بالرغم من أن التجارة الإلكترونية هي السبب الرئيسي لانتشار وسائل الدفع الالكترونية، إلا أن سعي البنوك للاستمرار وبذل مجهوداتها للتأقلم مع كل التغيرات الحاصلة، ساهم في انتشار هذه الوسائل لهذا سيتم التطرق إلى عوامل تطور وسائل الدفع الإلكترونية ومفهومها، عيوبها ومزاياها، أهميتها وأدوات حمايتها.

المطلب الأول: عوامل تطور وسائل الدفع الإلكترونية ومفهومها

إن وسائل الدفع الإلكترونية لم تظهر هكذا فجأة وإنما كانت نتيجة لمجموعة من الدوافع التي أجبرت العالم على ضرورة التحول لها مما أدى إلى تغيير مفاهيم عديدة.

أولا: عوامل تطور وسائل الدفع الإلكترونية

هناك العديد من العوامل التي أدت إلى تطور وسائل الدفع وتحولها من الشكل التقليدي إلى أشكال أخرى تؤدي نفس الوظيفة لكن بطرق مختلفة أكثر تطورا ومن أهم هذه العوامل:[1]

1. **تراجع فعالية وسائل الدفع التقليدية:** بالرغم من أن ظهور وسائل الدفع التقليدية خلق درجة كبيرة من الأمان والطمأنينة لمستعمليها، إلا أن لها مشاكل كثيرة منها:
   - ✓ انعدام الملائمة بين الطرفين.
   - ✓ عدم إجراء المدفوعات في الوقت الحقيقي.
   - ✓ انعدام الأمان.
   - ✓ الشيكات بدون رصيد.
2. **استخدام شبكة الإنترنت في المجال المصرفي:** لقد كان للتطور التكنولوجي في مجال الاتصالات الفضل في حدوث ثورة في المعاملات المصرفية، من خلال شبكة الإنترنت كما ظهرت أيضا شركات توفر خدمة الإنترنت حيث تزود الأشخاص بخدمة الإنترنت عبر شبكة الاتصال الهاتفي، وهو ما يساعد البنوك لعرض خدماتها، حيث يمكن للعميل القيام بأعمالها دون حاجة لتعامل الموظفين وضياع الوقت في الانتظار، فأصبح بإمكانه أن يراجع حساباته ويفحصها ويسدد الفواتير الخاصة به في أي وقت ودون قيود.

[1] صلاح إلياس، **مستقبل وسائل الدفع التقليدية في ظل وجود الوسائل الحديثة**، الملتقى العلمي الدولي الرابع، عصرنة نظام الدفع في البنوك الجزائرية وإشكالية اعتماد التجارة الالكترونية في الجزائر،عرض تجارب دولية، 26،27 أفريل 2011، الجزائر، ص: 9.

3. **التوجه نحو التجارة الإلكترونية:** تقوم التجارة الإلكترونية على أربعة عناصر هم البائعون والمشترون، شبكة الإنترنت ورسائل الدفع الإلكترونية الأمر الذي استدعى إلى استحداث وسائل دفع تكون ملائمة لطبيعة ومتطلبات التجارة الإلكترونية.

ثانيا: مفهوم وسائل الدفع الإلكترونية

لقد أدى ظهور وسائل الدفع الإلكترونية إلى التغيير في تعريف وسائل الدفع والخصائص التي تميزها عن وسائل الدفع التقليدية.

1. **تعريف وسائل الدفع الإلكترونية:** تتمثل أهم تعاريف وسائل الدفع الإلكترونية فيما يلي:

وسائل الدفع الإلكترونية هي:"الوسيلة التي تتم كل عملياتها وتسير إلكترونيا، ولا يوجد للحوالات ولا للقطع النقدية".[1]

وهي "الوسيلة التي تمكن صاحبها من القيام بعمليات الدفع المباشر عن بعد عبر الشبكات العمومية للاتصالات".[2]

كما تعرف بأنها: "عملية تحويل الأموال في الأساس ثمن لسلعة أو خدمة بطريقة رقمية أي باستخدام أجهزة الكمبيوتر وإرسال البيانات عبر خط تلفوني أو شبكة أو أي طريقة لإرسال البيانات".[3]

كما أنها:"الوفاء بالالتزامات المالية إلى الطرف الآخر في العقد بإحدى الوسائل الإلكترونية سواء أكانت أوراق تجارية إلكترونية أو نقود إلكترونية أو بطاقات الائتمان أو أي وسيلة إلكترونية يتم الوفاء بها من خلال التعاقدات التي تبرم عبر الانترنت".[4]

بعد هذا العرض لأهم التعاريف نستنتج أن:

وسائل الدفع الإلكترونية هي "الوسيلة التي يتم فيها الوفاء بالالتزامات المترتبة عن إبرام عقد لطرف آخر بإحدى الوسائل الإلكترونية المختلفة، بحيث لا يكون للحوالات ولا للقطع النقدية أي وجود، وذلك عن طريق استخدام شبكات الاتصال والإنترنت".

---

[1] السعيد بريكة، فوزي شوق، **تحديات وسائل الدفع الإلكتروني،دراسة استطلاعية من وجهة نظر الموظفين بالوكالات البنكية لولاية أم البواقي**، مجلة البحوث الاقتصادية والمالية، العدد2، ديسمبر2012، الجزائر، ص: 57.

[2] صلاح إلياس، مرجع سبق ذكره، ص: 9.

[3] السعيد بريكة، فوزي شوق، مرجع سبق ذكره، ص: 57.

[4] وعود كاتب الأنباري، **السداد الإلكتروني**، مجلة رسالة الحقوق، العدد الخاص بحوث المؤتمر القانوني السابع، 2010، جامعة كربلاء، العراق، ص: 207.

2. **خصائص وسائل الدفع الإلكترونية:** تتميز وسائل الدفع الإلكترونية بجملة من الخصائص جعلته يحتل مكانة رئيسية في ميدان التجارة الإلكترونية وتتمثل هذه الخصائص في:[1]

- ✓ يتسم الدفع الإلكتروني بالطبيعة الدولية، أي أنه وسيلة مقبولة في جميع الدول، حيث يتم استخدامه لتسوية الحساب في المعاملات التي تتم عبر فضاء إلكتروني بين المستخدمين في كل أنحاء العالم.
- ✓ يتم الدفع باستخدام النقود الإلكترونية وهي وحدات نقدية عادية كل ما هناك أنها محفوظة بشكل إلكتروني ويتم الوفاء بها إلكترونيا.

هذا بالإضافة إلى:[2]

- ✓ يستخدم الدفع الإلكتروني لتسوية المعاملات الإلكترونية والعقود التي تبرم عبر الإنترنت مابين أطراف متباعدين في المكان حيث يتم السداد عبر شبكة الإنترنت من خلال تبادل المعلومة اللازمة لإعطاء أمر الدفع وفقا لمعطيات إلكترونية تعرضها الشبكة لتسمح بالاتصال المباشر مابين طرفي العقد.
- ✓ إن وجود نظام سداد إلكتروني لتسوية المعاملات التي تتم عبر شبكة الإنترنت يستلزم نظام مصرفي معد لإتمام عملية السداد وتسهيلها، إذ أن توافر سلطات تقوك بإدارة العمليات المبرمة عن بعد والتي من شأنها أن توفر الثقة المتبادلة لدى المتعاملين بهذه الوسائل.

المطلب الثاني: تقييم وسائل الدفع الإلكترونية وأهميتها

لقد أدى ظهور وسائل الدفع الإلكترونية إلى خلق العديد من المزايا أدت إلى زيادة أهميتها عالميا كما أنها خلقت تحدي من خلال العيوب التي تتضمنها.

أولا: تقييم وسائل الدفع الإلكترونية:

ويتم تقييمها من خلال معرفة مزايا وعيوب وسائل الدفع الإلكترونية.

1. **مزايا وسائل الدفع الإلكترونية:** تحقق وسائل الدفع الإلكترونية عدة مزايا تتمثل في:

- ➢ بالنسبة لحاملها: سهولة ويسر الاستخدام بالنسبة لحاملها، وتمتعها بأمان كبير مقارنة بالنقود الورقية، كما يؤدي استخدامها إلى تقليل الفواتير والإيصالات الورقية المختلفة بالإضافة إلى فرصة الحصول

[1] السعيد بريكة، فوزي شوق، مرجع سبق ذكره، ص: 58.

[2] وعود كاتب الأنباري، مرجع سبق ذكره، ص: 58.

على القروض من البنك أو الشركة المصدرة، هذا كما أن حاملها يمكنه أن يتم صفقة فورية عبر الهاتف بمجرد ذكر البطاقة، وإعطاء حق استخدام بطاقة ائتمانية مثلا لشخص آخر.[1]

- بالنسبة للتاجر: ليس هناك أكثر أمانا وأقوى ضمانا لحقوق البائع من البطاقات البنكية ووسائل الدفع بصفة عامة، ذلك أن الشركة المصدرة لها تضمن وصول حقوق البائعين إضافة إلى زيادة المبيعات إلى جانب أنها أزاحت عبئا على البائعين المتمثل في متابعة ديون الزبائن حيث أصبح يقع على عائق البنوك والشركات المصدرة.[2]
- بالنسبة لمصدرها: حيث تعتبر الفوائد والرسوم والغرامات من الأرباح التي تحققها المصارف والمؤسسات المالية.[3]
- بالنسبة للمجتمع: تعتبر وسائل الدفع الإلكترونية استثمار للشركات التي تصدرها وبالتالي يمكن للدولة التي تحتضن هذه الشركات أن تتقاسمها الأرباح، بالإضافة إلى تخفيض نفقات البنك المركزي في طباعة النقود الورقية، كما أن الشركات المصدرة تكون بذلك قد اقتسمت مع البنك المركزي مسؤولية حماية النقود من التزوير.[4]

ثانيا: عيوب وسائل الدفع الإلكترونية

بالرغم من المزايا العديدة التي جاءت بها وسائل الدفع الالكترونية إلا أنها أيضا أضافت مخاطر للمتعاملين بها تتمثل في:[5]

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

---

[1] عبد الحميد برحومة، صورية بوطرفة، **النقود الالكترونية والأساليب البنكية الحديثة في الدفع والتسديد مخاطرها وطرق حمايتها**، الملتقى العلمي الرابع، عصرنه نظام الدفع في البنوك الجزائرية وإشكالية اعتماد التجارة الالكترونية في الجزائر، عرض تجارب دولية، 26،27أفريل 2011، الجزائر، ص: 8.

[2] المرجع نفسه، ص: 8.

[3] الزين منصوري، **وسائل وأنظمة الدفع والسداد الإلكتروني عوامل الانتشار وشروط النجاح**، الملتقى العلمي الدولي الرابع، عصرنة نظام الدفع في البنوك الجزائر وإشكالية اعتماد التجارة الالكترونية في الجزائر عرض تجارب دولية26،27أفريل،2011، الجزائر، ص: 4.

[4] الزين منصوري، مرجع سبق ذكره، ص: 4.

[5] شفيقة ضويفي، دور **وسائل الدفع الالكترونية في تحديث خدمات الجهاز المصرفي دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة المدية**،(مذكرة مقدمة ضمن متطلبات الحصول على شهادة الماجستير في قسم العلوم الاقتصادية تخصص:نقود ومالية)، جامعة الدكتور يحي فارس المدية، الجزائر، 2015، ص: 25.

- بالنسبة للتاجر: إن مجرد الحدوث بعض المخالفات من جانبه أو عدم التزامه بالشروط يجعل البنك يلغي التعامل معه ويضع اسمه في القائمة السوداء وهو ما يفي تكبد التاجر صعوبات جمة في نشاطه التجاري.
- بالنسبة لمصدرها: أهم خطر يواجه مصدريها هو مدى سداد حاملي البطاقات للديون المشتقة عليهم وكذلك تحمل البنك المصدر نفقات ضياعها .

ثانيا: أهمية وسائل الدفع الالكترونية

لوسائل الدفع الالكترونية أهمية بالغة في الاقتصاد نذكر منها ما يلي:[1]

- تناهي أهمية ودور الوساطة المالية بفعل تزايد حركية التدفقات النقدية والمالية الناتجة عن عولمة الأسواق وتوسع حجم المبادلات التجارية الاستثمارية.
- تطور المعلوماتية وتكنولوجيا الإعلام والاتصال وبدأت شبكة البنوك ترتفع سنة تلو الأخرى خاصة عبر الانترنت إذ تتجلى الأهمية من خلال النمو الرئيسي من جهة وارتفاع عدد المتعاملين بالإنترنت المصرفي من جهة أخرى.
- سهولة التعامل بهذه الوسائل نتيجة اتساع رقعة المبادلات الاقتصادية فكانت ولا زالت أداة مهمة في الاقتصاد والتي تجعل منه يرقى مكانة وصدارة بفعل خصائصها.

المطلب الثالث: أدوات تأمين وحماية وسائل الدفع الالكترونية

طورت مجموعة من الشركات العالمية الرائدة بروتوكولات لعمليات الدفع أطلقت عليها اسم بروتوكول الحركات المالية الآمنة SET، حيث يستخدم هذا البروتوكول برمجيات المحفظة الالكترونية وتحوي رقم البطاقة والشهادة الرقمية النابعة له، أما التاجر فتكون له شهادة رقمية صادرة على أحد البنوك المعتمدة مما يسمح لهما إجراء الحركات المالية عبر الإنترنت.[2]

ويسعى معيار SETإلى تحقيق مجموعة من الأهداف أهمها:[3]

- ✓ تحقيق مستوى عال من الثقة والأمن في البيانات والمعلومات.
- ✓ التأكد من سلامة عملية الدفع.

---

[1] الزين منصوري، مرجع سبق ذكره، ص: 4.

[2] شيروف فضيلة، **أثر التسويق الإلكتروني على جودة الخدمات المصرفية دراسة حالة بعض البنوك في الجزائر**، (مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في التسويق تخصص تسويق)،جامعة متنوري، قسنطينة، 2010، ص- ص: 110،111.

[3] يوسف أحمد أبو فارة، **التسويف الإلكتروني عناصر المزيج التسويقي عبر الإنترنت عناصر المزيج التسويقي عبر الإنترنت**، دار وائل للنشر والتوزيع، الأردن، الطبعة الأولى، 2007، ص: 367.

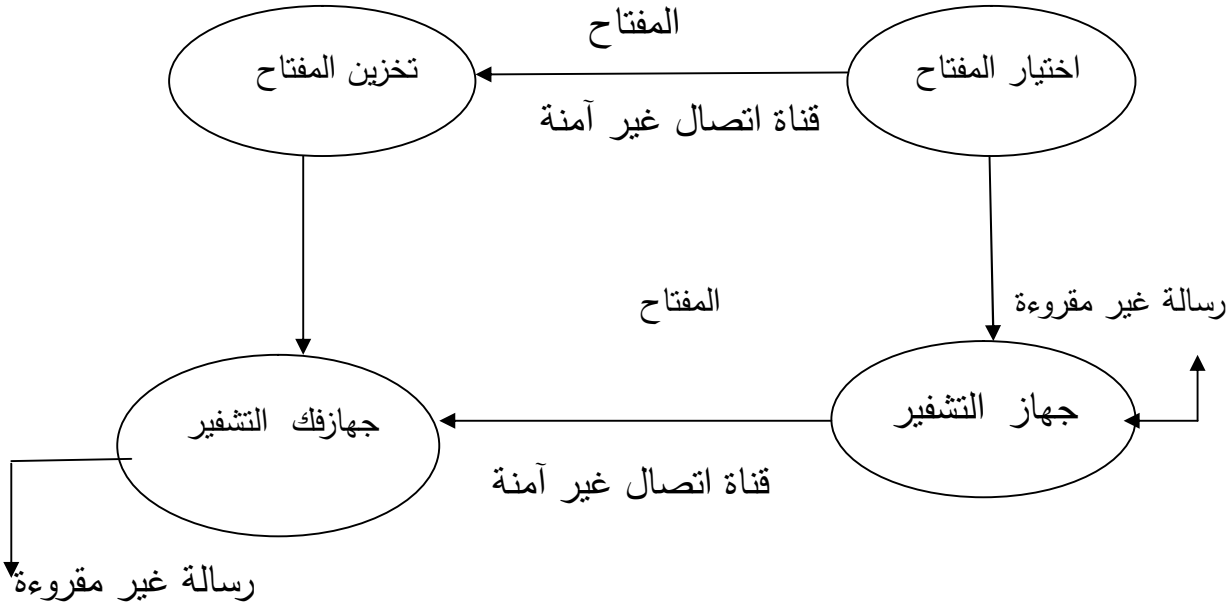
✓ إضفاء الشرعية والموثوقية على أصحاب المتاجر الالكترونية وحملة البطاقات الائتمانية.

ومن بين بروتوكولات الحركات المالية الآمنة هي:

أولا: التشفير الإلكتروني

يعتبر التشفير أحد النظم الأساسية التي تحقق تأمين وحماية كل أعمال ومعاملات التسويق والتجارة الالكترونية ويمكن توضيح هذا النظام بصفة عامة في الشكل التالي:

الشكل رقم (2-02): نظام التشفير الإلكتروني.



المصدر:أحمد محمد غنيم، التسويق والتجارة الالكترونية، مرجع سبق ذكره، ص:275.

ويعتمد نظام التشفير على آلية تغير محتوى المعاملة أو الرسالة عن طريق استخدام برنامج معين محدد يطلق عليه مفتاح التشفير وذلك قبل إرسال هذه المعاملة أو الرسالة إلى المرسل إليه على أن تتوفر لدى هذا المرسل إليه القدرة على استعادة محتوى المعاملة أو الرسالة في شكلها الأصلي قبل التشفير عن طريق استخدام العملية العكسية لعملية التشفير والتي تعرف باسم الحل.[1]

[1] أحمد محمد غنيم، مرجع سبق ذكره، ص: 276.

ويتم التشفير باستخدام ثلاثة أساليب أساسية تتمثل في:[1]

أ. استخدام المفتاح المتماثل: ويتم التشفير هنا باستخدام مفتاح واحد، حيث يقوم المرسل إليه باستخدام وسائل اتصال عادية ويرسل المفتاح باستخدام وسائل مؤمنة وهذا الفك رموز الرسالة لكن العملية تكون غير مؤمنة.

ب. استخدام المفتاح العام: يتم هذا التشفير باستخدام مفتاحين أحدهما المفتاح العام يكون متوفر لدى الجهتين المرسل والمرسل إليه و يستخدم في التشفير فقط وهناك مفتاح خاص بكل واحد منها على حدا لفك شفرة المعاملات والرسائل، و تكون العملية كلها هنا مؤمنة لكنها تتطلب وقت وجهد.

ت. المزج بين استخدام المفتاح المتماثل والمفتاح العام: يتم هذا الأسلوب عن طريق تشفير المرسل الرسالة بالمفتاح المتماثل ثم تشفير هذا المفتاح بالمفتاح العام، فيقوم المرسل إليه بفك المفتاح العام بمفتاح خاص به ليجد المتاح المتماثل فيحل شفرته بواسطة المفتاح الخاص الذي أرسل له من طرف المرسل وبالتالي هذا الأسلوب يحقق درجة ملائمة من التأمين والحماية وبأقل وقت ممكن.

ثانيا: التوقيع الإلكتروني

هو عبارة عن ملف رقمي صغير مكون من بعض الحروف والأرقام والرموز الالكترونية تصدر عن إحدى الجهات المتخصصة والمعترف بها حكوميا ودوليا ويطلق عليها اسم الشهادة الرقمية، وتخزن في هذا الملف جميع معلومات الشخص وتاريخ ورقم الشهادة ومصدرها وعادة يُسلم مع هذه الشهادة مفتاحان أحدهما عام والآخر خاص، أما المفتاح العام فهو الذي ينشر في الدليل لكل الناس والمفتاح الخاص هو توقيعك الإلكتروني وتقوم الهيئات بإصدار تلك الشهادات الرقمية والتي تكون مقابل رسوم معينة.[2]

يوفر التوقيع الإلكتروني درجة عالية من التأمين والحماية والخصوصية عند تنفيذ معاملات التسويق والتجارة الالكترونية، حيث عن طريقها يمكن تحديد وتحقيق هوية الشخصيات أطراف التعامل كما أنها أكثر أمانا من استخدام نظم التوقيع التقليدية التي يمكن تقليدها بسهولة.[3]

---

[1] شيروف فضيلة، مرجع سبق ذكره، ص: 112.

[2] يوسف واقد، **النظام القانوني للدفع الإلكتروني**، (مذكرة مكملة لنيل درجة الماجستير في القانون تخصص قانون التعاون الدولي)، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، الجزائر، 2011، ص: 155.

[3] أحمد محمد غنيم، مرجع سبق ذكره، ص: 280.

ثالثا: نظام الدفع الافتراضي

هو أول نظام يقدم الربط بين المصارف وشركات بطاقات الائتمان والشركات التي تقوم بأعمالها عبر الإنترنت وزبائن الإنترنت، ويتحقق النظام من صحة التحويلات ويتضمن أنظمة مراقبة لتقصي المشاكل وفاعلية الأمن المعلوماتي.[1]

ويتضمن ما يلي:[2]

1. **نقدا عبر الشبكة(NET CASH):** إن معهد علوم المعلومات التابع لجامعة كاليفورنيا الجنوبية طور نظام يعتمد على القسائم أو النقود الافتراضية التي يجري التعامل بها غبر البريد الإلكتروني ويصدر(NET BANK) المرتبط بـ (net cash) القسائم ويحولها، مقابل ذلك يأخذ عمولة 2% كما أن(NET CASH) يركز على الدفعات الالكترونية الصغيرة.
2. **NET CHEQE:** هو نظاما دفع إلكترونيا يحاكي الشبكات العادية، NET CHEQE يقوم بإجازة تحويل المال من المشتري إلى البائع، ويتحقق من التوقيع على الشبكات.
3. بالفاتورة عبر الشبكة(**NET BILL**)**:** هذا النظام يسمح بإجراء الدفعات الالكترونية عبر شبكة الإنترنت باعتماد أعداد كبيرة من التحويلات بوصفه وسيلة لكسب المال عن طريق "دفعات صغيرة".
4. **DIGI CASH:** هو نقد إلكتروني يجمع بين تحويل النقد المؤمن والخصوصية والأمن، ويعتمد على نظام التشفير للتعرف على الشاري.[3]

[1] شيروف فضيلة، مرجع سبق ذكره، ص: 112.

[2] محمد حسين الوادي، بلال محمود الوادي، **المعرفة والإدارة الالكترونية**، دار الصفاء،الأردن، الطبعة الأولى، 2010، ص- ص: 212.

[3] شيروف فضيلة، مرجع سبق ذكره، ص: 113.

المبحث الثالث: أنواع وسائل الدفع الالكترونية

لقد أدى ظهور التجارة الالكترونية وانتشارها، إلى ضرورة إيجاد وسائل للدفع مقابل الخدمات وإيجاد لغة نقدية موحدة، حيث كانت أول وسيلة دفع إلكترونية ظهورا هي البطاقات البنكية كما ظهرت وسائل دفع إلكترونية أخرى سيتم التطرق فيها في هذا المبحث.

المطلب الأول: البطاقات البنكية،النقود الرقمية

تعتبر البطاقات البنكية والنقود الالكترونية من أهم وسائل الدفع الالكترونية التي تستعمل لإبرام الصفقات التجارية الالكترونية.

أولا: البطاقات البنكية

يتم التطرق فيه إلى كل من تعريف البطاقات البنكية، وأنواعها.

1. **تعريف البطاقات البنكية:** ظهرت النقود البلاستيكية مع بداية القرن العشرين في الولايات المتحدة الأمريكية، وقد كانت المتاجر الكبرى والفنادق وشركات البترول هي أول من أصدر هذه البطاقات، وقد كان هدفها ضمان إخلاص عملائها باستمرار تعاملهم معها عن طريق منحهم تسهيلات في السداد من خلال تلك البطاقات التي تصدرها.[1]

ويمكن تعريف البطاقات البنكية بأنها "البطاقات البلاستيكية والمغناطيسية التي تصدرها البنوك لعملائها للتعامل بها كالكارت الشخصي أو الفيزا (VISA)، والماستر كارد بدلا من حمل النقود التي تتعرض للسرقة والتلف".[2]

كما تعرف بأنها:"بطاقة بلاستيكية أو رقمية مصنوعة من مادة يصعب العبث بها تصدرها جهة ما- بنك أو شركة استثمار- يذكر فيها اسم العميل الصادر لصالحه ورقم حسابه، حيث يملك حامل البطاقة تقديم تلك البطاقة للتاجر لتسديد ثمن مشترياته ويقوم التاجر بتحصيل تلك القيمة من الجهة المصدرة التي تقوم بدورها باستيفاء تلك المبالغ من حامل البطاقة".[3]

---

[1] باسم أحمد المبيضين، **التجارة الالكترونية**، دار جليس الزمان، الأردن، الطبعة الأولى، 2010، ص- ص: 126.

[2] عبد الرزاق بوعزيز، بعيليش حرمة، **أهمية تطوير أساليب الدفع الإلكتروني في ترقية ودفع الاقتصاد الافتراضي في الدول النامية**، الملتقى العلمي الدولي الخامس حول الاقتصاد الافتراضي وانعكاساته على الاقتصاديات الدولية،ا لمركز الجامعي بخميس مليانة، 13،14مارس 2012، ص: 3.

[3] باسم أحمد المبيضين، مرجع سبق ذكره، ص: 128.

2. **أنواع البطاقات البنكية:** هناك أنواع عدة من البطاقات البنكية لعل من أهمها ما يلي:

أ. بطاقة الدفع: وتعتمد في الأساس على توافر رصيد فعلي لصاحب البطاقة لدى البنك أو المؤسسة مصدر البطاقة في شكل حساب جاري يتم خصم مدفوعات صاحب البطاقة من هذا الحساب الجاري ولا يوجد أي ائتمان ممنوح لصاحب البطاقة وتعتمد قدرته على الدفع فقط على مدى تغطية رصيد حسابه الجاري للمدفوعات ومن الممكن أن يتم تمويل هذا الحساب الجاري من بطاقة الدفع الائتمانية بتحويل الأموال من البطاقة الائتمانية إلى الحساب الجاري ،ومن مميزات هذا النوع من البطاقات هو توفير وقت وجهد العملاء وارتفاع عوائد البنوك المصدرة لها.[1]

ب. بطاقة الخصم أو الدفع الشهري أو القيد الآجل charge card: إصدار مثل هذه البطاقات لا يتطلب من حاملها الدفع المسبق للبنك المصدر في صورة حساب جاري كما في النوع السابق (بطاقة الدفع)، وإنما تتم لحسابه معه شهريا (أي أن فترة الائتمان لهذه البطاقة لا تتجاوز شهرا)، عن طريق إرسال البنك كشف حساب لحامل البطاقة يتضمن المبالغ المستحقة عليه نتيجة مشترياته من السلع والخدمات، وكذلك مسحوباته النقدية من آلات الصرف أو البنوك على أن يكون ذلك في حدود الحد الأقصى للبطاقة، وتتضمن اتفاقية الإصدار بأنه إذا تأخر حامل البطاقة عن السداد خلال فترة محددة فإن البنك يحمله فوائد معينة.[2]

ت. بطاقة الائتمان crédit carde: وهي البطاقات التي تصدرها المصارف في حدود مبالغ معينة تمكن حاملها من الشراء الفوري لاحتياجاته مع دفع آجل لقيمتها، على أن يقوم بتسديد قيمة المشتريات إلى البنك خلال 25 يوم من تاريخ استلامه لفاتورة الشراء ولا يدفع الزبون أي فوائد للبنك على هذه الخدمة إذا سدد خلال الفترة، إلا أنه يتحمل فوائد مقدارها 15% على الرصيد المتبقي بدون سداد، أما البنك فإنه يتقاضى من الزبون عمولة من 3% إلى5% من قيمة الفاتورة.[3]

---

[1] سامح عبد المطلب عامر، علاء محمد سيد قنديل، **التسويق الإلكتروني**، دار الفكر ناشرون وموزعون، الأردن، الطبعة الأولى، 2012، ص: 380.

[2] باسم أحمد المبيضين، مرجع سبق ذكره، ص: 130.

[3] سامر مصطفى، رهف بدران تعلو، **أثر الخدمات المصرفية الالكترونية على جودة الخدمة(دراسة تطبيقية)**، مجلة الإدارة والاقتصاد، عدد95، 2013، ص: 282.

والجدول التالي يوضح لنا حجم المعاملات باستخدام بطاقة الائتمان في العالم

الجدول رقم (2-02): حجم المعاملات باستخدام بطاقة الائتمان في العالم

السنوات	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
حجم المعاملات بالمليون	118.3	119	118.8	131	144.2	152.1	163	169.4	179.2

SOURCE: http://www.apca.com.au/payment-statistics/transaction-statistics/cards
15/04/ 2016. 18:49

من خلال الجدول نلاحظ أن حجم المعاملات التي تتم باستخدام بطاقة الائتمان تزايدت في سنة 2008 ثم انخفضت سنة 2009 لتشهد ارتفاعا مستمرا انطلاقا من عام 2010 حتى سنة 2015.

هذا وتصدر البطاقات البنكية من طرف مجموعة من المنظمات العالمية والمؤسسات المالية والتجارية نذكر منها:[1]

- Visa-master card: وهي من أشهرها وأكثرها استعمالا، وتصدر هذه الأنواع من البطاقات من جميع بنوك العالم المشاركة في عضويتها، فتصدر برعاية منظمات عالمية.
- American express: هذا النوع من البطاقات يصدر من مؤسسة مالية واحدة، وهي التي تشرف على عملية إصدارها، وتعمل على تسوية عملياتها مع التجار.
- Cheque garante: تسمى ببطاقات ضمان الشيك تصدرها البنوك لعملائها، يستخدمها حاملها عندما يسوي عمليات الشراء ويدفع المستحقات عليه، بواسطة هذه الشبكات المسحوبة من البنك مصدرها للتأكد من أن الشيك ستصرف قيمته من حامله للبنك.

ثانيا: النقود الرقمية

ونتناول في هذا العنصر كل من تعريف النقود الإلكترونية، عناصرها وخصائصها.

1. **تعريف النقود الرقمية:** تعرف أيضا بالنقود الإلكترونية، وتعد وسيلة وفاء جديدة ظهرت نتيجة تزاوج تكنولوجيا المعلومات والاتصالات بتكنولوجيا البطاقات الذكية، وهي:" عبارة عن وحدات رقمية تنتقل بطريقة معينة من حساب شخص إلى حساب شخص آخر، تعبر عن قيمة مفترضة ناتجة من

[1] جلال عابد الشورة، **وسائل الدفع الإلكتروني**، دار الثقافة للنشر والتوزيع، الأردن، الطبعة الأولى، 2008، ص-ص: 33،34.

تسجيل القيمة الحقيقية للنقود لدى مؤسسة مالية، وتستعمل في الأداء المالي للمقابل بعد تسجيلها وتخزينها على وسائط الالكترونية في حيازة الدافع".[1]

كما يمكن تعريفها بأنها:"التمثيل الإلكتروني للنقود التقليدية، كما يشار عادة لوحدة النقود الالكترونية بالعملة الرقمية، فالعملات الرقمية تولد بواسطة وسطاء سماسرة، وتعتمد فكرة النقود الالكترونية أو الرقمية على قيام العميل بشراء عملات إلكترونية من البنك الذي يقوم بإصدارها وتحميلها على الكمبيوتر الخاص بالعميل، وتكون في صورة وحدات إلكترونية تعمل محل العملات العادية، وتكون بنفس القيمة المحددة لتلك العملات العادية".[2]

وتعرف النقود الرقمية بأنها:"مجموعة من البروتوكولات والتواقيع الرقمية التي تتيح للرسالة الالكترونية أن تحل فعليا محل تبادل العملات التقليدي".[3]

2. عناصر النقود الرقمية: تضم النقود الرقمية مجموعة من العناصر تتمثل في:

- قيمة نقدية: أي أنها تشمل وحدات نقدية لها قيمة مالية مثل مائة جنيه، ويترتب على هذا أنه لا تعتبر بطاقات الاتصال التليفوني من قبيل النقود الالكترونية حيث أن القيمة المخزونة على الأولى عبارة عن وحدات اتصال تليفونية وليست قيمة نقدية قادرة على شراء السلع والخدمات.[4]
- مخزنة على وسيلة إلكترونية: وتعد هذه الصفة عنصرا مهما، حيث يتم شحن القيمة النقدية بطريقة إلكترونية على بطاقة بلاستيكية أو على القرص الصلب للكمبيوتر الشخصي للمستهلك وهذا العنصر يميز النقود الالكترونية عن النقود القانونية والائتمانية التي تعد وحدات نقدية مصكوكة أو مطبوعة، وفي الواقع فإنه يتم دفع ثمن هذه البطاقات مسبقا وشرائها من المؤسسات التي أصدرتها، ولهذا فإنه يطلق عليها البطاقات سابقة الدفعprepaid card.[5]
- غير مرتبطة بحساب بنكي: وتتضح أهمية هذا العنصر في تمييزه للنقود الالكترونية عن وسائل الدفع الالكترونية، فهذه الأخيرة عبارة عن بطاقات إلكترونية مرتبطة بحسابات بنكية للعملاء حاملي هذه البطاقات تمكنهم من القيام بدفع أثمان السلع والخدمات التي يشترونها مقابل عمولة يتم دفعها للبنك مقدم الخدمة.[6]
- تحظى بقبول واسع من غير من قام بإصدارها: ويعني هذا العنصر ضرورة أن تحض النقود الالكترونية بقبول واسع من الأشخاص والمؤسسات غير تلك التي قامت بإصدارها، يتعين إذا ألا

---

[1] نور عقيل طاهر، **النقود الالكترونية أحد وسائل الدفع الإلكتروني**، مجلة رسالة الحقوق، العدد الأول، العراق، 2012، ص: 128.

[2] عرابة رابح، **دور التكنولوجيا الخدمات المصرفية الالكترونية في عصرنة الجهاز المصرفي الجزائري**، الأكاديمية للدراسات الاجتماعية والإنسانية،العدد8، 2012، ص: 16.

[3] سامر مصطفى، رهف بدران تعلو، مرجع سبق ذكره، ص: 283.

[4] نور عقيل طاهر، مرجع سبق ذكره، ص: 129.

[5] محمد عبده حافظ، **التسويق عبر الإنترنت**، دار الفجر للنشر والتوزيع، مصر، الطبعة الأولى، 2009، ص: 129.

[6] نور عاقل طاهر، مرجع سبق ذكره، ص: 129.

يقتصر استعمال النقود الإلكترونية على مجموعة معينة من الأفراد، أو لمدة محددة من الزمن أو في نطاق إقليم محدد، فالنقود ولكي تصير نقودا يتعين أن تحوز ثقة الأفراد وتحظى بقبولهم باعتبارها أداة صالحة للدفع ووسيط للتبادل.[1]

- وسيلة للدفع لتحقيق أغراض مختلفة: يجب أن تكون هذه النقود صالحة للوفاء بالالتزامات كشراء السلع والخدمات، أو دفع الضرائب.....الخ، أما إذا اقتصرت وظيفة البطاقة على تحقيق غرض واحد فقط كشراء نوع معين من السلع دون غيره أو للاتصال التليفوني، ففي هذه الحالة لا يمكن وضعها بالنقود الالكترونية بل يطلق عليها البطاقات الإلكترونية ذات الغرض الواحد.[2]

3. خصائص النقود الرقمية: هناك مجموعة من الخصائص تميز النقود الإلكترونية تتمثل في:[3]

- ✓ أنه يحتفظ بالقيمة كمعلومات رقمية مستقلة عن أي حساب مصرفي.
- ✓ يسمح النقد الالكتروني بتحويل القيمة إلى شخص آخر عن طريق تحويل المعلومات الرقمية.
- ✓ يتناسب مع التعاملات القليلة القيمة.
- ✓ يتميز بالقابلية للانقسام ولكونه متاحا بأصغر وحدات النقد الممكنة كتسيير لإجراء المعاملات محدودة القيمة.
- ✓ التعامل فيه متاحا في كافة الأوقات والظروف ويتناسب مع طبيعة تكوينية للانترنت، وما تقتضيه من استمرار المبادلات الدولية وحتى في اختلاف التوقيت من بلد إلى آخر.

بالإضافة إلى خصائص أخرى:[4]

- ✓ لا تتطلب في معظم الأحيان وجود طرف ثالث لإظهار أو مراجعة عملية التبادل وتأكيدها.
- ✓ سهولة استخدامها بالمقارنة مع وسائل الدفع الأخرى، وهو ما يشجع على استخدامها .

[1] محمد عبده حافظ، مرجع سبق ذكره، ص- ص: 142، 143.

[2] نور عقيل طاهر، مرجع سبق ذكره، ص: 129.

[3] عرابة رابح، مرجع سبق ذكره، ص: 17.

[4] جلال عايد الشورة ، مرجع سبق ذكره، ص: 69.

المطلب الثاني: البطاقات الذكية والشيكات الإلكترونية

ويتم التطرق فيه لكل من البطاقات الذكية والشيكات الالكترونية.

أولا: البطاقات الذكية

في الوقت الحالي يتم استخدام النظم القائمة على البطاقة الذكية الأكثر شيوعا لدفع مبالغ صغيرة داخل المنظمات والتي عادة ما تعتمد على أجهزة متخصصة.[1]

وهي عبارة عن رقيقة أو شريحة إلكترونية تحتوي على:[2]

- اسم صاحب البطاقة وعنوانه.
- لبنك أو المؤسسة الائتمانية المصدرة لهذه البطاقة.
- طريقة الصرف.
- المبلغ المنصرف ونوع العملة والتاريخ.
- السيرة الذاتية المصرفية للعميل صاحب البطاقة.
- رصيد صاحب البطاقة وحدود الائتمان الممنوحة لصاحبها.

فهي بطاقة تفاعلية تتضمن ذاكرة دقيقة وشريط إلكترومغناطيسي قابل للقراءة إلكترونيا وبمقدوره التفاعل مع الوحدات الطرفية أو وحدات الصرف الآلي أو أية آليات أخرى للقراءة أو التسجيل، ويمكن للعميل شحنها بمبلغ معين من النقود وتخزين كافة البيانات الخاصة بحاملها، وفي كل مرة يتم فيها إجراء معاملة

يتم تخفيض خط الائتمان المتاح بمقدار المبلغ المتعامل به إلى أن يتم نفاد الرصيد الذي تحمله البطاقة ويمكن في هذه الحالة إعادة شحن البطاقة مرة أخرى برصيد جديد، هذا وتسمح البطاقة بالتعامل على شبكة الإنترنت وبهذا تتم الصفقة مخلفة ورائها خيارات أوسع للمخاطر.[3]

وتتمثل مجالات استخدام البطاقات الذكية في:[4]

- كبديل عن حافظة النقود.
- استخدامها كبطاقة تحقيق شخصية.

---

[1] Organization de cooperation et developpement economiques, organization for co-operation and development, online **payment systems for e-commerce** , 18-apr-2006,p:24.

[2] سامح عبد المطلب عامر، علاء قنديل، مرجع سبق ذكره، ص- ص: 378، 379.

[3] عبد الله شاهين، **نظم الدفع الالكترونية ومخاطرها ووسائل الرقابة عليها دراسة تطبيقية على بنك فلسطين**، مجلة جامعة الأزهر بغزة سلسلة العلوم الإنسانية، المجلد12، العدد1، 2010، فلسطين، ص: 522.

[4] سامح عبد المطلب عامر، علاء محمد قنديل، مرجع سبق ذكره، ص- ص: 379، 380.

- استخدامها كتذكرة للسفر والتنقل بوسائل النقل.
- تستخدم كأداة للتعريف عن الدخول على الشبكات الالكترونية والحصول على البريد الإلكتروني لأنها تعتبر أكثر أمانا من الرموز أو الشفرات السرية.
- تنفيذ التحويلات المالية من خلال شبكة الإنترنت.
- يمكن استخدامها لدى التجار والمؤسسات الخدمية في تسهيل العمليات التجارية.

ثانيا: الشيكات الإلكترونية

تعد الشيكات الالكترونية المكافئ الإلكتروني للشيكات الورقية "التقليدية" إلا أنها رسالة إلكترونية موثقة مؤمن عليها يرسلها حامل الشيك ليعتمده لدى البنك الذي يعمل على الإنترنت، ليقوم المصرف بعد ذلك بتحويل قيمته إلى حساب حامل الشيك، ثم يقوم بعد ذلك بإلغائه أو إعادته إلكترونيا إلى متسلم الشيك ليكون دليل على أنه قد تم صرفه فعلا.[1]

هذا ويعتبر الشيك الإلكتروني، بمثابة وثيقة إلكترونية تحتوي ضمانا على بيانات معينة مثل: رقم الشيك اسم الدافع، رقم حسابه، واسم مصرفه، اسم المستفيد والقيمة، ووحدة العملة المستعملة، تاريخ الصلاحية والتوقيع الإلكتروني للدافع، والتظهير الإلكتروني للشيك، ويعد الشيك الإلكتروني من أهم وسائل الدفع التي تعتمد على استخدام الحاسوب.[2]

تستخدم الشيكات الإلكترونية لإتمام عملية السداد الإلكتروني بين طرفين من خلال وسيط، ولا يختلف ذلك عن نظام معالجة الشيكات العادية فيما عدا أنه يتم توليد الشيكات وتبادلها عبر الإنترنت، ويقوم الوسيط بالخصم من حساب العميل ويضيفه إلى حساب التاجر.[3]

[1] سامر مصطفى، رهف بدران تعلو، مرجع سبق ذكره، ص: 283.

[2] بشير العلاق، **التسويق الإلكتروني**، دار اليازوري، الأردن، 2010، ص- ص: 148، 149.

[3] غسان فاروق غندور، **طرائق السداد الالكترونية وأهميتها في تسوية المدفوعات بين الأطراف المتبادلة**، مجلة جامعة دمشق للعلوم الاقتصادية والقانونية، المجلد 28، العدد1، 2012، سوريا، ص: 584.

المطلب الثالث: المحافظ والتحويلات الإلكترونية

ونتناول فيه المحافظ الإلكترونية والتحويلات الإلكترونية.

أولا: المحافظ الإلكترونية

توفر المحفظة الالكترونية العديد من ميزات الأمان والغير موجودة في المحفظة العادية، حيث يمكن تعريفها بأنها "المحفظة الرقمية التي تسمح للمستخدمين بأداء المعاملات الالكترونية بسرعة وأمان".[1]

المحفظة الالكترونية هي "بطاقة بلاستيكية مثبت عليها من الخلف كمبيوتر صغير مزود بذاكرة تسمح بتخزين معلومات ووحدات إلكترونية تصلح للوفاء بالديون قليلة القيمة سواء عند التجار أو على شبكة الإنترنت".[2]

وتتمثل مهام المحفظة الالكترونية في:[3]

- ✓ توفير مكان تخزين آمن بالنسبة إلى بيانات بطاقة الائتمان والنقد الإلكتروني.
- ✓ جعل التسوق أكثر كفاءة.
- ✓ يمكنها أن تخدم أصحابها بتتبع المشتريات التي أرادها والحصول على إيصالات لهذه المشتريات.
- ✓ حل مشكلة الدخول المتكرر على معلومات الشحن والسداد، وملء النمادج في كل مرة يقوم المستهلك فيها بالشراء.

ثانيا: التحويلات المالية الإلكترونية

إن التحويلات المالية الإلكترونية أصبحت ضرورة في الصناعة المالية في الوقت الحاضر وذلك لعدة أسباب أهمها: معالجة المعاملات بتكلفة منخفضة، التقليل من مخاطر نقل الرسائل المالية، بالإضافة إلى توفير الوقت.[4]

يعرف نظام التحويلات المالية الالكترونية "بعملية منح الصلاحية لبنك ما، للقيام بحركات التحويلات المالية (الدائنة والمدينة) إلكترونيا من حساب بنكي إلى حساب بنكي آخر، أي أن عملية التحويل تتم

---

[1] Mohammed salah uddin, afroza yesmin akhi, **e-wellet system for Bangladesh an electronic payment system**, international journal of modlling and optimization, vol4, no: 3 ,june2014, p: 218.

[2] شفيقة ضويفي، مرجع سبق ذكره، ص- ص: 49، 50.

[3] غسان فاروق غندور، مرجع سبق ذكره، ص: 579.

[4] Codruta poenar, **astudy looking the electronic funds transfers revista a informatics economica** ,nr-3(47) ,2008 , p: 92.

إلكترونيا عبر الهواتف وأجهزة المودم عوضا عن استخدام الأوراق، هذا ويمتاز النظام و بدرجة عالية من الأمن وسهولة الاستخدام والموثوقية".[1]

وهي "مجموعة من الأجهزة والإجراءات المحددة تستخدم لتجعل من حركة التدفق النقدي ممكنة من الدافع إلى المستفيد في وسط إلكتروني خاص".[2]

تنفذ عملية التحويل الإلكتروني بتوقيع العميل نموذجا معتمدا لصالح الجهة المستفيدة (التاجر)، ويمكن هذا النموذج من اقتطاع القيمة المحددة من حساب العميل وفق ترتيب زمني معين (يوميا أو أسبوعيا أو شهريا)، ويختلف نموذج التحويل الإلكتروني عن الشيك في أن صلاحيته تسري لأكثر من عملية تحويل واحدة، وعادة ما يتعامل البنك والعميل مع وسطاء وظيفتهم توفير البرمجيات اللازمة للتحويلات.[3]

[1] نوال بن عمارة، **وسائل الدفع الالكترونية(الآفاق والتحديات)**، الملتقى الدولي حول التجارة الالكترونية، جامعة ورقلة، الجزائر، 15، 16، 17 مارس 2004، ص: 12.

[2] Corduta poenar: op.cit, p: 92.

[3] نوال بن عمارة، مرجع سبق ذكره، ص: 12.

خلاصة:

لقد أدى التوسع في استخدام الإنترنت إلى تغيير طبيعة النشاط المصرفي، وظهور البنوك الالكترونية التي ساهمت في تفعيل التجارة الالكترونية من خلال وسائل الدفع التي تقوم بإصدارها، والتي وفرت الكثير من الجهد والوقت والأمان للمتعاملين مقارنة بالوسائل التقليدية، إلا أن هذا لا يعني خلوها من المخاطر والتهديدات التي تتمثل في عمليات القرصنة واختراق أنظمة التشفير، وتزوير المواقع وغيرها لذا يجب استحداث طرق أكثر أمانا من أجل تشجيع وزيادة استخدامها.

الفصل الثالث:

مساهمة وسائل الدفع الإلكترونية في نمو حجم التجارة الإلكترونية في ماليزيا والجزائر – دراسة مقارنة–

- تمهيد.
- المبحث الأول: وسائل الدفع الإلكترونية ونمو حجم التجارة الإلكترونية في ماليزيا.
- المبحث الثاني: وسائل الدفع الإلكترونية ونمو حجم التجارة الإلكترونية في الجزائر.
- المبحث الثالث: مقارنة أثر وسائل الدفع الإلكترونية على نمو حجم التجارة الإلكترونية في ماليزيا والجزائر.

تمهيد:

بعد أن تطرقنا في الفصل الأول إلى الجانب النظري للتجارة الإلكترونية وتطرقنا في الفصل الثاني للمفاهيم الأساسية لوسائل الدفع الإلكترونية، سنتناول في هذا الفصل دراسة مقارنة لمساهمة وسائل الدفع الإلكترونية في نمو حجم التجارة الإلكترونية في ماليزيا والجزائر، حيث سعت ماليزيا إلى اعتماد التجارة الإلكترونية من أجل تحقيق النمو لاقتصادها، وحققت تقدم ملحوظ في تطبيقها، أما الجزائر فتعتبر متأخرة في تطبيق هذا النمط من التجارة.

المبحث الأول: وسائل الدفع الإلكترونية ونمو حجم التجارة الإلكترونية في ماليزيا.

إن تدعيم وزيادة حجم المعاملات التجارية الإلكترونية في بلد ما يتوقف بالضرورة على توفر مقومات ومن أهمها توفير وسائل دفع تتلاءم مع هذا النمط من التجارة، لهذا سيتم التطرق في هذا المبحث إلى تحليل أداء وسائل الدفع الإلكترونية، ثم تحليل الإطار العام للتجارة الإلكترونية، ليتم أخيرا تقييم أثر وسائل الدفع الإلكترونية على نمو حجم التجارة الإلكترونية في ماليزيا.

المطلب الأول: تحليل أداء وسائل الدفع الإلكترونية في ماليزيا

تعمل الحكومة الماليزية على توفير وسائل دفع إلكترونية تساعد الأفراد على القيام بالمعاملات التجارية بسهولة وتحقيق العديد من الأهداف على مستوى الأفراد والمؤسسات وأهم شيء على مستوى الحكومة للرفع من اقتصاد البلد وتحسينه.[G]

أولا: التنظيمات القانونية للمعاملات الإلكترونية.

قامت الحكومة الماليزية سنة 2006 بسن قانون التجارة الإلكترونية، وقد تضمن هذا القانون كل الجوانب المتعلقة بالتجارة الإلكترونية، حيث نص على الاعتراف القانوني للرسائل الإلكترونية للوفاء بالمتطلبات القانونية، أما في الجزء الثالث من هذا القانون فقد نص على الشروط القانونية الواجب توفرها في الرسائل الإلكترونية والمتمثلة في: الكتابة أي احتوائها على كافة المعلومات حتى يمكن الاعتماد عليها كمرجع لاحقا، التوقيع، الختم، توقيع الشاهد، الأصل أي تكون في الشكل الأصلي مع الاحتفاظ بنسخة التسليم، بالإضافة إلى شروط أخرى تنظم سير العملية التجارية الإلكترونية.[1]

وتوفر مثل هذه القوانين يساعد على زرع الثقة والأمان، أثناء القيام بالمعاملات التجارية الإلكترونية.

ثانيا: وسائل الدفع الإلكترونية المتوفرة في ماليزيا.

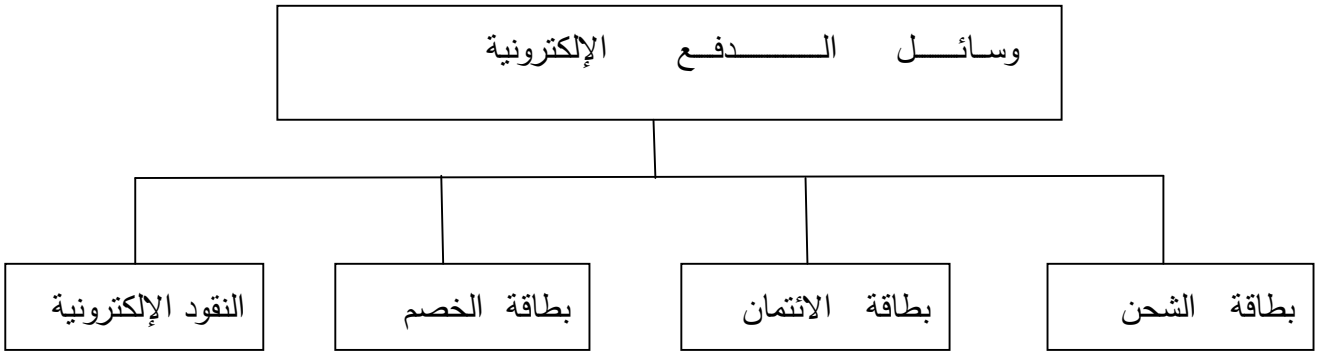
تتوفر في ماليزيا وسائل دفع تتماشى مع نمط التجارة الإلكترونية وذلك ضمانا لنموها ونجاحها، تقوم بإصدارها مصارف تقوم بهذا النوع من العمليات التجارية والشكل التالي يبين لنا وسائل الدفع الإلكترونية الموجودة في ماليزيا.

---

* انظر الملحق رقم:1.

[1] Laws of Malaysia act658 electronic commerce act 2006.

الشكل رقم (3– 01):وسائل الدفع الإلكترونية التي يتم إصدارها في ماليزيا.



المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على الموقع البنك المركزي الماليزي:

http://www.bnm.gov.my/index.php?ch=ps_mps&pg=ps_mps_type&lang=en
16/03/2016 .01:30.

ثالثا: حجم المعاملات باستخدام وسائل الدفع الإلكترونية في ماليزيا.

ويمكن توضيحها في الجدول التالي:

الجدول رقم (3 –01): حجم المعاملات باستخدام وسائل الدفع الإلكترونية.

الحجم بالمليون عملية

السنوات / وسائل الدفع الإلكترونية	2010	2011	2012	2013	2014
بطاقة الائتمان	294.9	316.9	325.3	332.4	345.9
بطاقة الشحن	4.7	3.9	4.1	4	4.4
بطاقة الخصم	18.3	25.1	36	49.4	68.8
النقود الإلكترونية	699.3	804.8	923	1048	1.175

SOURCE: BANK NEGARA MALAYSIA, FINANCIAL STABILITY AND PAYMENT SYSTEMS REPORT 2014,p185.

من خلال الجدول والذي يمثل حجم المعاملات باستخدام وسائل الدفع الإلكترونية نلاحظ :

بالنسبة لبطاقات الائتمان حجم المعاملات التي نفذت باستخدامها في تزايد طيلة فترة الدراسة هذا وكان حجم التغير من سنة 2010 إلى سنة 2011 هو 22 مليون عملية وهو اكبر تغير لتواصل بعد ذلك الزيادة لكن بحجم أقل.

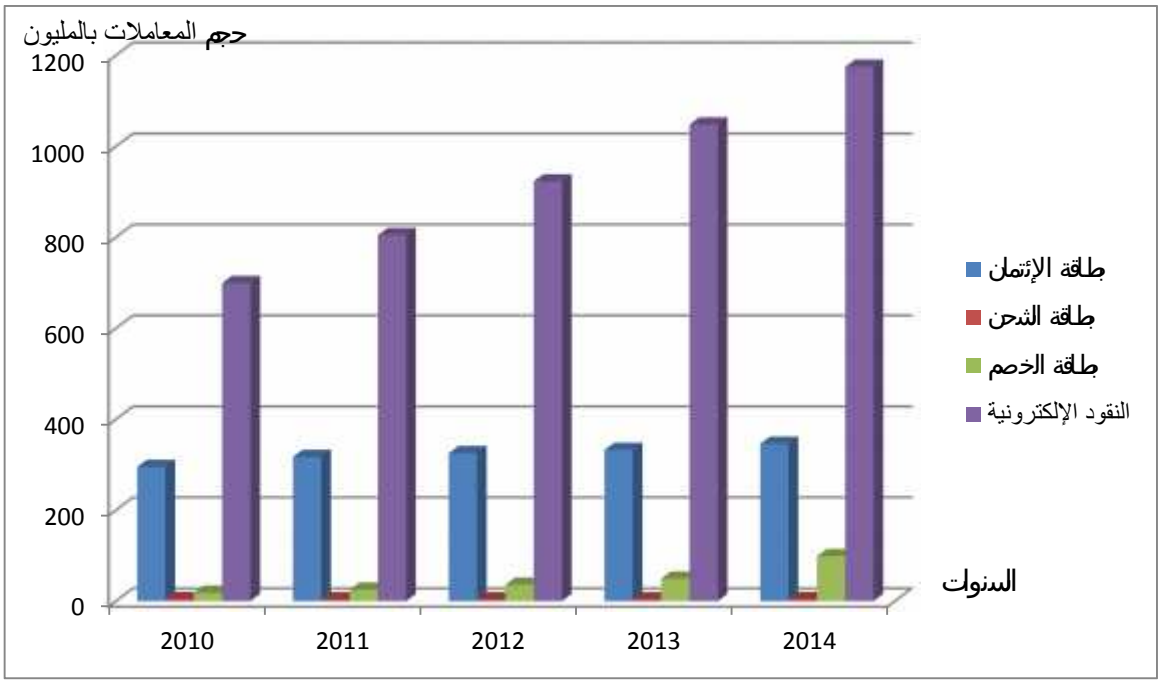
بالنسبة لبطاقات الشحن فقد شهدت انخفاضا من سنة 2010 إلى سنة 2011 بحجم 0.8 مليون لترفع سنة 2012 بحجم 0.2 مليون لتنخفض من جديد سنة 2013 لتشهد سنة 2012 اكبر زيادة في الحجم بـ 0.4 مليون عملية.

بالنسبة لبطاقات الخصم فقد شهدت تزايد مستمر في الاستخدام حيث كانت الزيادات طفيفة السنوات الأولى لتشهد سنة 2014 اكبر زيادة قدرت بـ19.4 مليون عملية.

بالنسبة للنقود الإلكترونية فاستخدامها كان أكبر من استخدام باقي الوسائل واكبر زيادة كانت في عام 2014 بـ 127 مليون عملية.

والشكل التالي يوضح لنا أكثر حجم المعاملات التجارية الإلكترونية لكل وسيلة دفع:

الشكل رقم (3–02): حجم المعاملات باستخدام وسائل الدفع الإلكترونية



المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على المعطيات السابقة

المطلب الثاني: تحليل الإطار العام للتجارة الإلكترونية في ماليزيا

بالرغم من ضرورة توفر وسائل الدفع الإلكترونية لقيام التجارة الإلكترونية إلا أنه لابد من توفر بعض المقومات الأخرى من أهمها البنية التحتية اللازمة لاستخدام هذه الوسائل وتطبيق التجارة الإلكترونية.

أولا: البنية التحتية للتجارة الإلكترونية في ماليزيا.

ويمكن قياس مدى جاهزية البنية التحتية لشبكة الاتصالات في ماليزيا من خلال عدة مؤشرات هي:

1. **مؤشر الجاهزية الشبكية في ماليزيا:** ويقيس هذا المؤشر قدرة اقتصاد معين على الانتفاع من تكنولوجيا المعلومات والاتصالات لزيادة المنافسة والتطور.[1] والجدول التالي يبين لنا المراتب التي احتلتها ماليزيا في الجاهزية الشبكية من سنة 2010 إلى 2014 .

الجدول رقم (3–02) : مؤشر الجاهزية الشبكية في ماليزيا.

السنوات	2010	2011	2012	2013	2014
المرتبة	27	28	29	30	30

المصدر: إعداد الطالبة بالاعتماد على:

-The global information technologie report: 2010،2011،2013،2014

من خلال الجدول والذي يمثل لنا الرتب التي احتلتها ماليزيا في الجاهزية الشبكية نلاحظ أن هناك تراجع في الترتيب حيث احتلت سنة 2010 المرتبة 27 عالميا، لتتراجع بمرتبة واحدة سنة 2011 ونفس الشيء سنة 2012 و 2013 لتستقر سنة 2014 في المرتبة 30 عالميا.

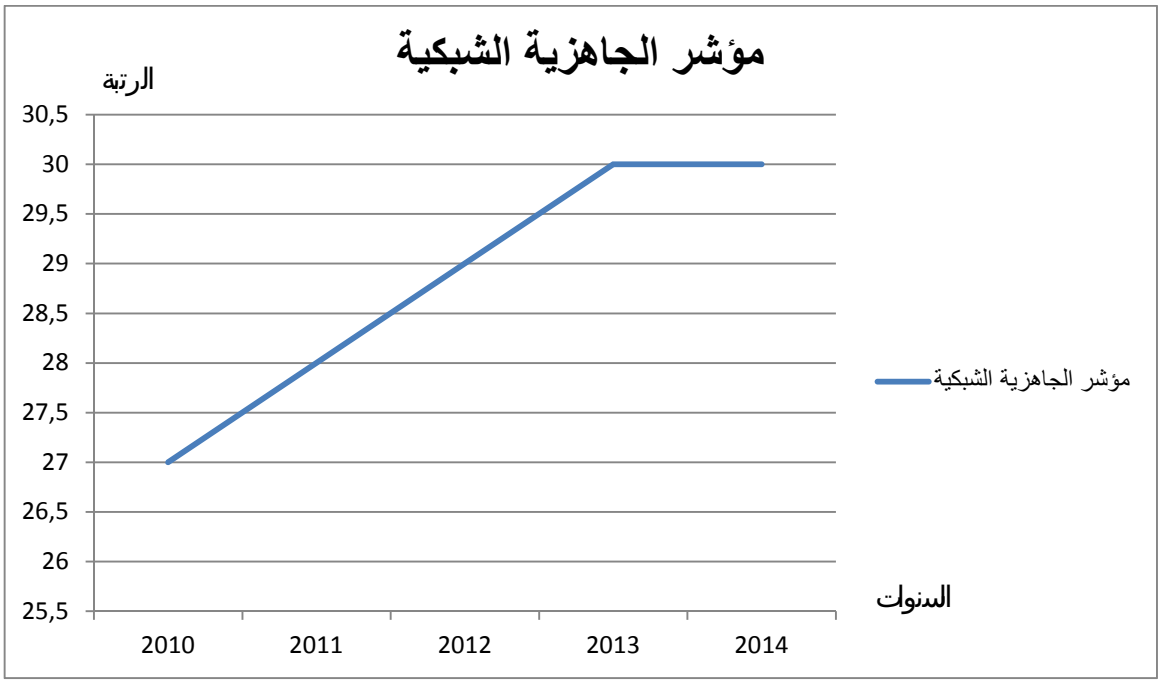
إن هذا التراجع في الترتيب لا يعني أنه لا يوجد تحسين في الجاهزية الشبكية لماليزيا وإنما يعود لزيادة إقبال معظم الدول على تكنولوجيا المعلومات والاتصال بصفة كبيرة.[G]

ويمكن توضيح مؤشر الجاهزية الشبكية من خلال الشكل التالي:

[1] منير نوري، إبراهيم لجلط، **متاجر سوق كوم الافتراضية (com.www.souq) كمؤشر لنجاح التجارة الإلكترونية في دولة الإمارات**، الملتقى العلمي الدولي الرابع حول عصرنة نظام الدفع في البنوك الجزائرية وإشكالية اعتماد التجارة الإلكترونية في الجزائر عرض تجارب دولية، 26 –27 أفريل 2011، الجزائر، ص:7.

[*] انظر الملحق رقم:2.

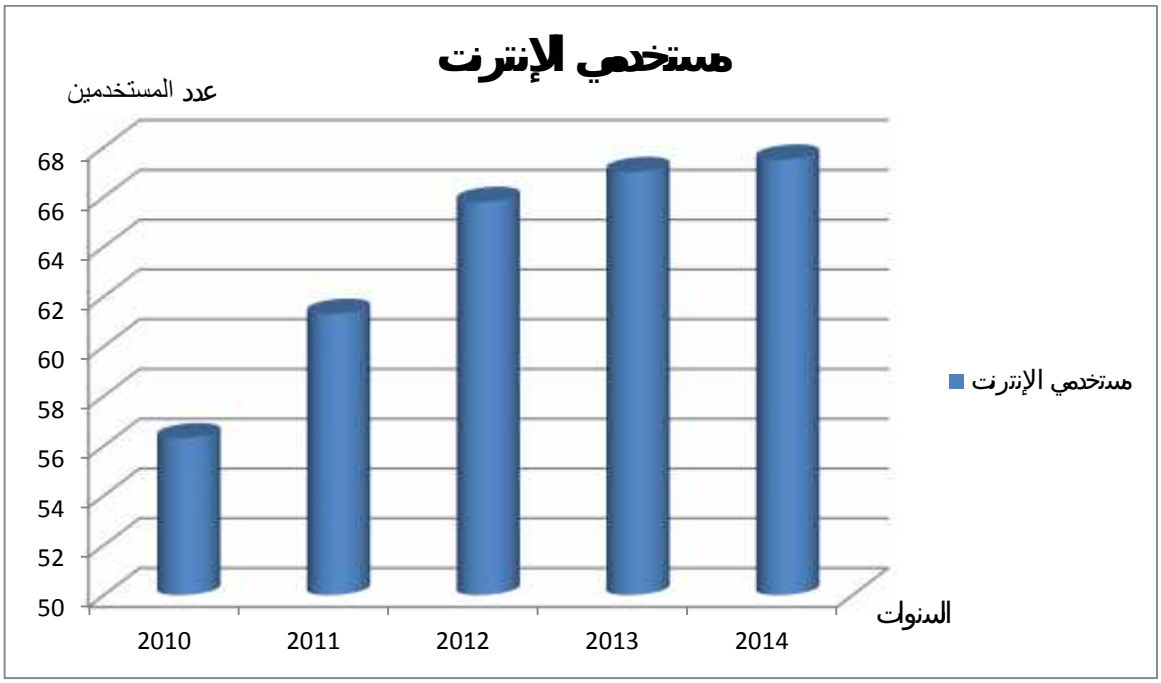
الشكل رقم (3-03): مؤشر الجاهزية الشبكية لماليزيا



المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على المعطيات السابقة.

2. مؤشر استخدام الإنترنت في ماليزيا: يعتبر مؤشر استخدام الإنترنت مؤشر مهم لمعرفة مدى جاهزية البنية التحتية للتجارة الإلكترونية والشكل التالي يوضح لنا التطور في عدد المستخدمين للإنترنت في ماليزيا.

الشكل رقم(3 – 04): عدد مستخدمي الإنترنت في ماليزيا.



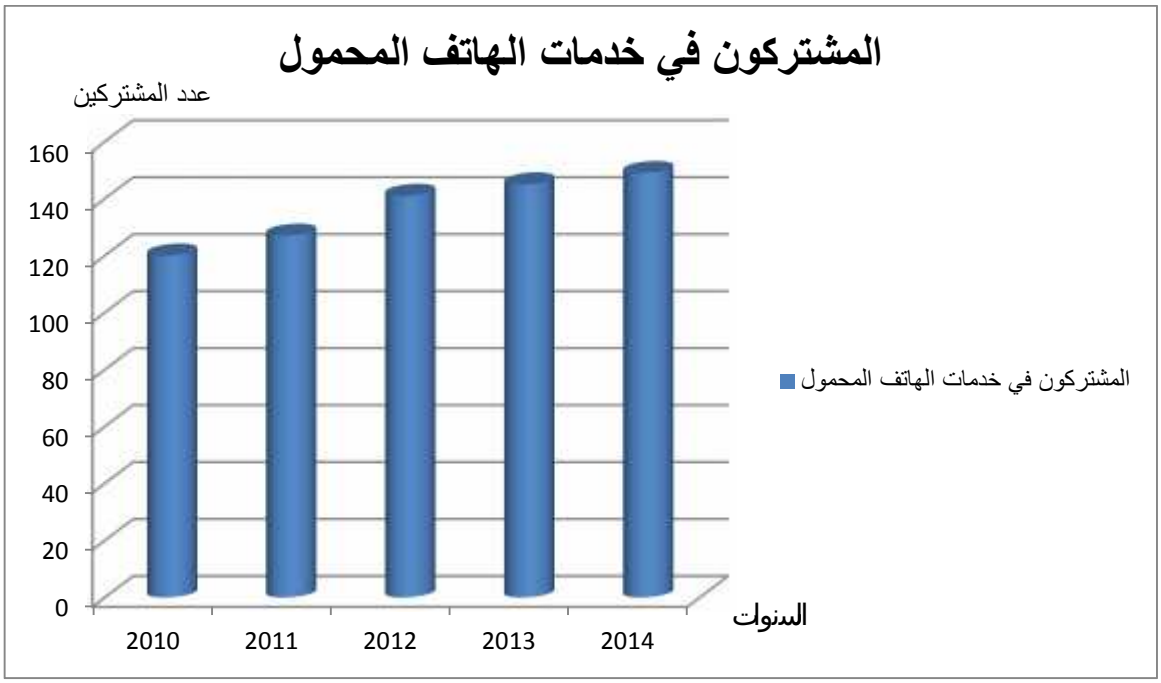
المصدر:إعداد الطالبة بالاعتماد على الموقع:

http://data.albankaldawli.org/indicator/IT.NET.USER.P2 20/03/2016 .14:00

من خلال الشكل السابق والذي يوضح التطور في مستخدمي الإنترنت في ماليزيا نلاحظ أنه في تطور مستمر، حيث كان عدد المستخدمين في سنة 2010 هو 56.3 مستخدم لكل 100 شخص ليواصل الارتفاع طيلة الفترة إلى وصل سنة 2014 إلى 67.5 مستخدم لكل 100 شخص وهذا مؤشر جيد لتوفر جاهزية البنية التحتية للتجارة الإلكترونية .

3. **مؤشر الاشتراك في خدمات الهاتف المحمول:** ويعتبر مؤشر مهم أيضا لمعرفة مدى جاهزية البنية التحتية والشكل التالي يوضح لنا التطور في هذا المؤشر.

الشكل رقم (3–05): عدد المشتركون في خدمات الهاتف المحمول في ماليزيا



المصدر : من إعداد الطالبة بالاعتماد على مجموعة البنك الدولي على الموقع:

http://data.albankaldawli.org/indicator/IT.CEL.SETS.P2 20/03/2016.14:05

من خلال الجدول والذي يبن لنا التطور في استخدام الهاتف المحمول نلاحظ أن عدد الأفراد في تزايد مستمر حيث كان في بداية الفترة 120 لكل 100 فرد ليصبح سنة 2014، 149 مستخدم لكل 100 فرد.

من خلال المؤشرات السابقة يمكن القول أن البنية التحتية للتجارة الإلكترونية في ماليزيا تتمتع بالجاهزية المناسبة والتي تسمح بممارسة التجارة الإلكترونية.

ثانيا: الأسواق التجارية الافتراضية

وهي مساحات افتراضية على شبكة الإنترنت، تمثل حيز التقاء العرض والطلب بين المشترين والبائعين و الوسطاء في الفضاء الإلكتروني، فهي متجر شبكي يحوي توليفة من الأقسام والمتاجر.[1]

ويوجد في ماليزيا العديد من المتاجر التي تعمل على شبكة الإنترنت من أهمها:

[1] منير نوري، إبراهيم لجلط، مرجع سبق ذكره، ص:18.

1. **زالورا Zalora:** هي الوجهة الرائدة في آسيا في مجال الأزياء على الإنترنت، وهي الأكبر والأسرع نموا في التجارة الإلكترونية للموضة، تأسس سنة2012 وله عدة فروع في عدة دول.[1]
2. **لزلادا la zada:** وهو السوق رقم 1 على الإنترنت تأسس سنة 2012، وله عدة فروع في عدة دول، يوفر للعملاء تجربة التسوق على شبكة الإنترنت والمحمول كما يوفر لهم أيضا طرق عديدة للدفع، حيث وصل حاليا إلى ما يقارب 550 مليون مستهلك ويضم فئات واسعة من المنتجات في مجال الإلكترونيات والسلع الاستهلاكية والأزياء.[2]
3. **لولونج le long:** وهو سوق يسمح للعملاء بالدخول إلى الموقع للبيع وشراء أو الحصول على الخدمات التي يوفرها هذا الموقع، ويوفر عدة منتجات ألعاب إلكترونيات، مجوهرات...[3]
4. **فشن فالت fashion vale:** تأسس عام 2010 ويقوم بتقديم أحدث اتجاهات الموضة والأزياء عبر الإنترنت، ويقدم مجموعة واسعة في مجال الأزياء والموضة من ملابس جاهزة وإكسسوارات.[4]
5. **ششنكي Shashinki:** ويعتبر أكبر شركة لتقديم كافة أنواع معدات التصوير الفوتوغرافي عبر الإنترنت في ماليزيا.[5]

ثالثا: عدد الأفراد والشركات المشاركة في خدمات المصرفية عبر الإنترنت والهاتف المحمول

لتسهيل المعاملات التي يقوم بها الأفراد والشركات يعمل البنك على توفير العديد من الخدمات عبر الإنترنت.

[1] http://www.zalora.com.my/ 18/03/2016 .14:00

[2] http://www.lazada.com/ 18/03/2016.14:10

[3] http://www.lelong.com.my/ 18/03/2016 .14:25

[4] http://www.fashionvalet.com/ 18/03/2016 .14:40

[5] http://shashinki.com/ 18/03/2016.15:00

1. **عدد المشتركين في الخدمات لمصرفية عبر الإنترنت:** هناك العديد من الأفراد والشركات في ماليزيا تستفيد من خدمات البنوك التي تقدمها إلكترونيا وهو ما يوضحه الجدول التالي:

الجدول رقم (3– 03): عدد المشتركين في الخدمات المصرفية عبر الإنترنت.

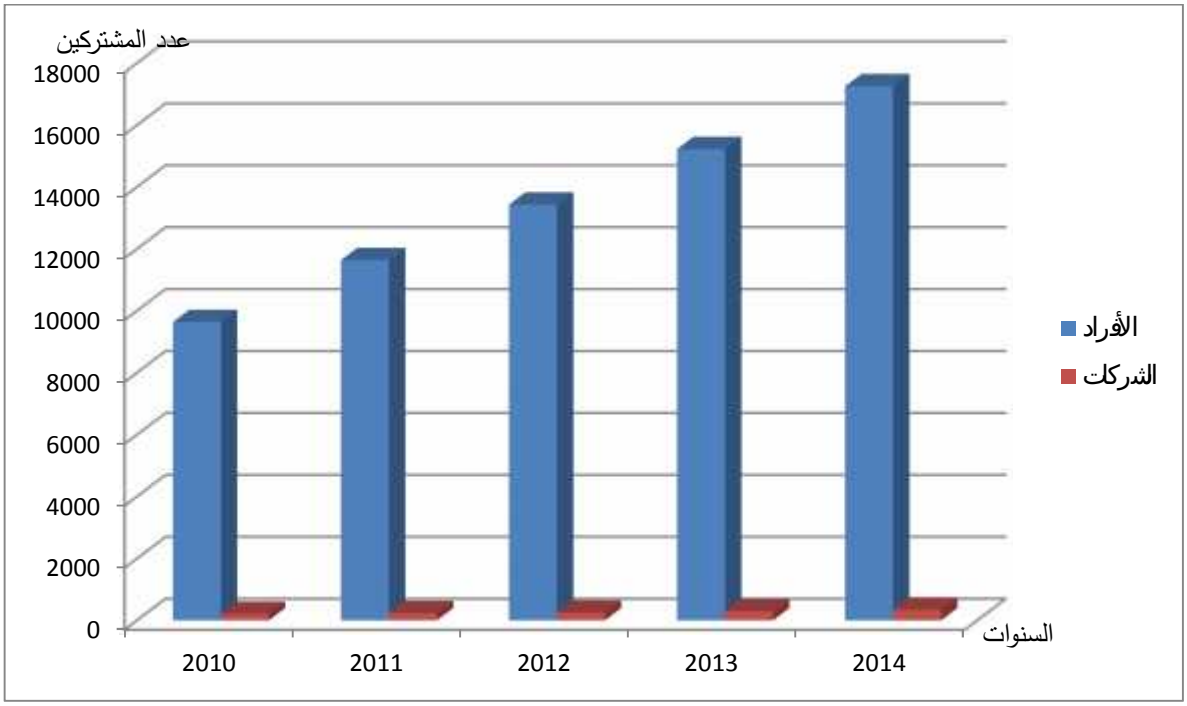
عدد المشتركون في الخدمات المصرفية / السنوات	2010	2011	2012	2013	2014
الأفـراد	9638	11637	13430	15225	17254
الشـركات	209	236	248	299	346

SOURCE: BANK NEGARA MALAYSIA, FINANCIAL STABILITY AND PAYMENT SYSTEMS,REPORT 2014, P:102.

من خلال الجدول والذي يمثل عدد المشتركين في الخدمات المصرفية عبر الإنترنت للأفراد والشركات للسنوات من 2010 إلى 2014، نلاحظ أن الأفراد الذين يستفيدون من الخدمات المقدمة من طرف المصارف عبر الإنترنت في تزايد مستمر حيث كان سنة 2010 هو 9638 فرد ليصبح 17254 فرد سنة 2014، ونفس الشيء بالنسبة للشركات فعدد المشتركين في تزايد حيث في سنة 2010 كان 209 شركة مشتركة لتصبح في 2014، 346 شركة مشتركة، وهذا دليل على انتشار الوعي المصرفي في ماليزيا وثقة الأفراد والشركات فيه .

ويمكن توضيح عدد المشتركين في الخدمات المصرفية عبر الإنترنت أكثر في الشكل التالي:

الشكل رقم(3– 06): عدد المشتركين في الخدمات المصرفية عبر الإنترنت



المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على المعطيات السابقة.

2. عدد المشتركين في الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول: ويمكن توضيح عدد المشتركين في الجدل التالي:

الجدول رقم(03–04): عدد المشتركين في الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول.

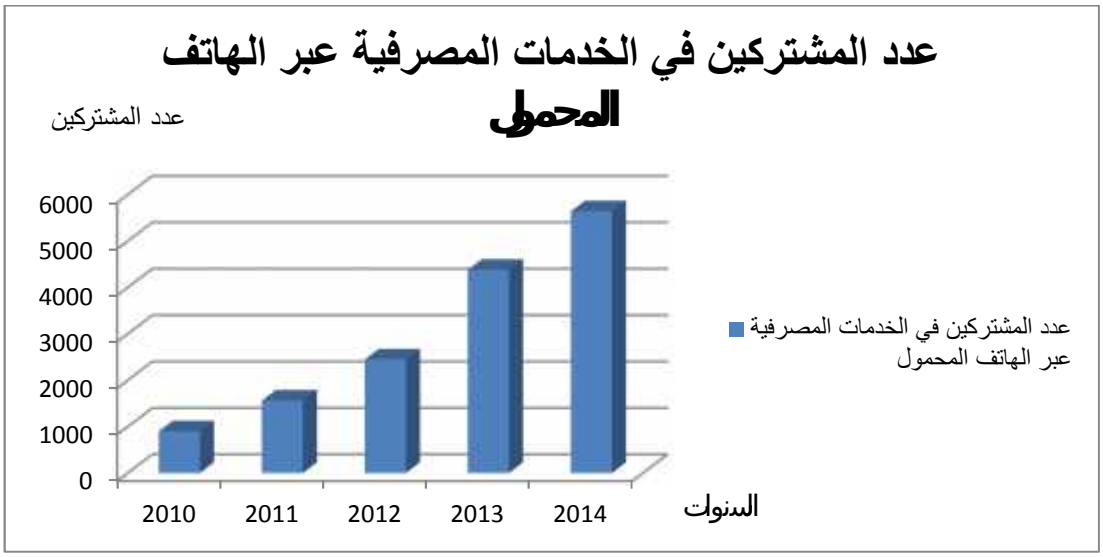
السنوات	2010	2011	2012	2013	2014
المشتركون في الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول	898	1560	2446	4379	5639

SOURCE: BANK NEGARA MALAYSIA, FINANCIAL STABILITY AND PAYMENT SYSTEMS REPORT 2014, P:162.

من خلال الجدول والذي يمثل التطور في عدد المشتركين في الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول نلاحظ أن في سنة 2010 كان عدد المشتركين هو 898 مشترك ليصبح في نهاية فترة الدراسة

5639 مشترك، والاستفادة من خدمات البنوك، وتنفيذ المعاملات عبر الهاتف المحمول هو دليل على أن البنوك الماليزية وكذا أفرادها تتماشى والتطورات العالمية.

الشكل رقم(3–07): عدد المشتركين في الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول.



المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على المعطيات السابقة.

رابعا: حجم التجارة الإلكترونية لكل وسيلة دفع إلكترونية

يمكن توضيح حجم التجارة الإلكترونية الناتجة عن استخدام كل وسيلة دفع في الجدول التالي:

الجدول رقم (3 –05): حجم التجارة الإلكترونية لكل وسيلة دفع

مليون رنجيت*

السنوات / وسائل الدفع	2010	2011	2012	2013	2014
بطاقة الائتمان	79810	88797	94085	99733	105485
بطاقة الشحن	4689	5388	6459	7223	8563
بطاقة الخصم	4704	6256	8619	11454	14795
النقود الإلكترونية	2708	3477	4244	4919	5284

SOURCE: BANK NEGARA MALAYSIA , FINANCIAL STABILITY AND PAYMENT SYSTEMS REPORT214, p:157.

* الرنجيت هي العملة المتداولة في ماليزيا ويرمز لها اختصارا بالحرفين RM

من خلال الجدول والذي يوضح لنا حجم التجارة الإلكترونية عند استخدام وسائل الدفع الإلكترونية نلاحظ:

بالنسبة لبطاقات الائتمان فقد كان حجم التجارة في تزايد مستمر طيلة فترة الدراسة واكبر زيادة شهدها عام 2011 بحجم 8987 مليون رنجيت لتواصل بعد ذلك زيادتها لكن بحجم اقل .

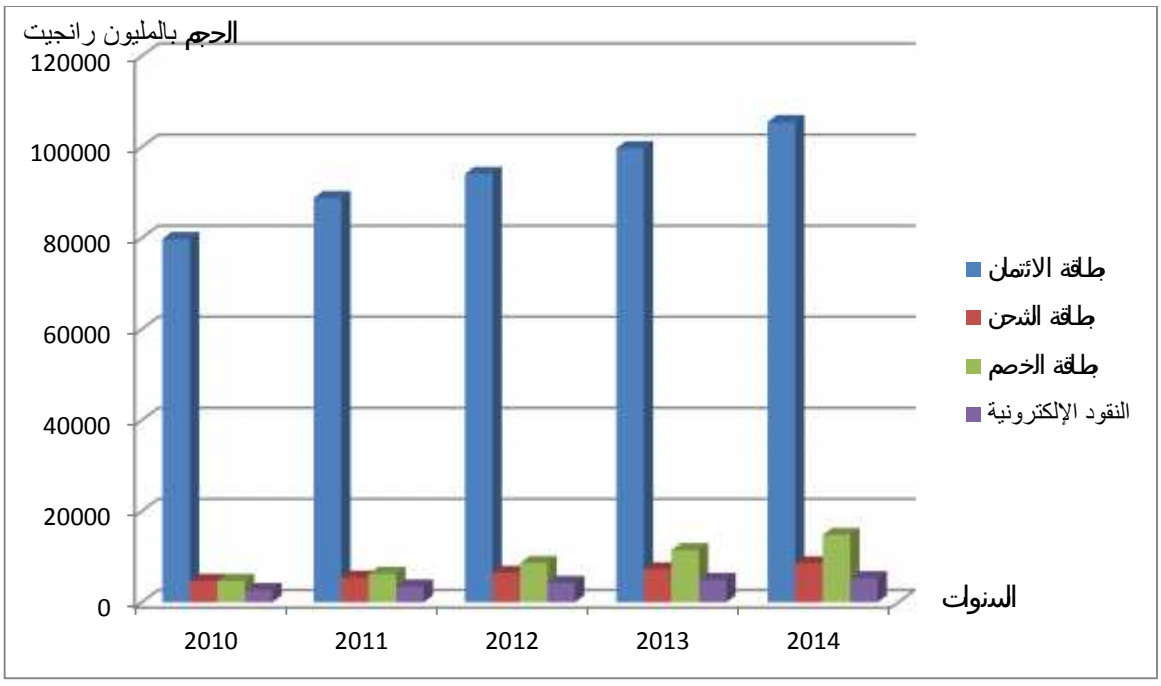
بالنسبة لبطاقات الشحن فقد شهدت هي أيضا زيادة في الحجم طيلة الفترة واكبر زيادة كانت سنة 2014 بحجم 1340 مليون رنجيت.

بالنسبة لبطاقات الخصم كان حجم التجارة الإلكترونية عند استخدامها في تزايد طيلة فترة الدراسة واكبر زيادة في الحجم كانت سنة 2014 بحجم 3341 مليون رنجيت .

بالنسبة للنقود الإلكترونية فقد كانت في تزايد هي أيضا واكبر زيادة كانت سنة 2011 بحجم 769 مليون رنجيت.

ويمكن توضيح حجم التجارة الإلكترونية في ماليزيا أكثر من خلال الشكل التالي:

الشكل رقم (3–08): حجم التجارة الإلكترونية لكل وسيلة دفع إلكترونية.



المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على المعطيات السابقة.

خامسا: الناتج المحلي الإجمالي لكل وسيلة دفع إلكترونية

استخدام وسائل الدفع الإلكترونية يساهم في تكوين الناتج المحلي الإجمالي، ويمكن توضيح مساهمة وسائل الدفع الإلكترونية في تكوين الناتج المحلي الإجمالي في ماليزيا في الجدول التالي:

الجدول رقم (3–06): مساهمة وسائل الدفع الإلكترونية في تكوين الناتج المحلي الإجمالي.

السنوات / إجمالي الناتج المحلي	2010	2011	2012	2013	2014
بطاقة الائتمان	10	10	10	10.1	9.9
بطاقة الشحن	0.6	0.6	0.7	0.7	0.8
بطاقة الخصم	0.6	0.7	0.9	1.2	1.4
النقود الإلكترونية	0.3	0.4	0.5	0.5	0.5

SOURCE: BANK NEGARA MALAYSIA, FINANCIAL STABILITY AND PAYMENT SYSTEMS REPORT214, p: 157.

من خلال الجدول والذي يمثل مساهمة وسائل الدفع الإلكترونية في تكوين الناتج المحلي الإجمالي نلاحظ:

بالنسبة لبطاقات الائتمان نلاحظ أن استخدام هذه الأداة شكل ناتج محلي إجمالي للبلد يقدر عموما 10% من إجمالي الناتج المحلي.

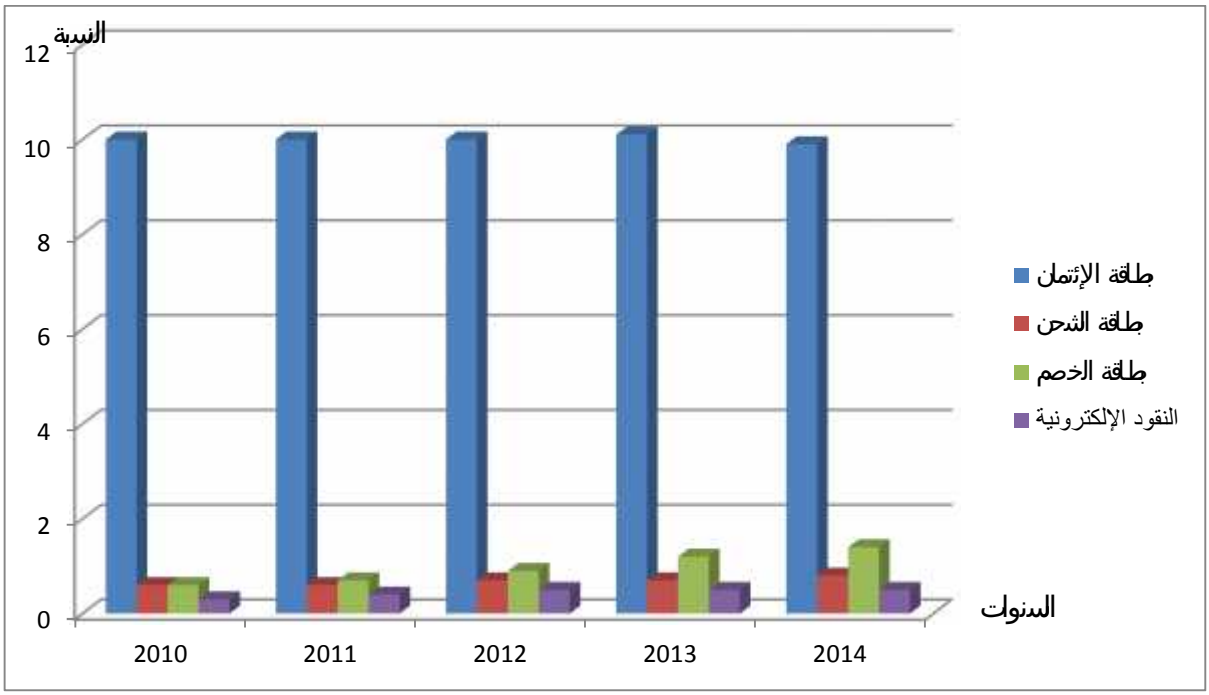
بالنسبة لبطاقات الشحن استخدامها نتج عنه ناتج محلي إجمالي قدر متوسطه 0.68% من إجمالي الناتج المحلي طيلة فترة الدراسة.

بالنسبة لبطاقات الخصم نتج عنها ناتج محلي إجمالي قدر متوسطه 0.96% من إجمالي الناتج المحلي طيلة سنوات الدراسة.

بالنسبة للنقود الإلكترونية تعتبر من أقل الوسائل المساهمة في زيادة الناتج المحلي الإجمالي لماليزيا حيث قدر متوسطه 0.44% من إجمالي الناتج المحلي.

ويمكن توضيح مساهمة وسائل الدفع الإلكترونية في تكوين الناتج المحلي الإجمالي في ماليزيا من خلال الشكل التالي:

الشكل رقم (3–09): مساهمة وسائل الدفع الإلكترونية في تكوين الناتج المحلي الإجمالي



المصدر من إعداد الطالبة بالاعتماد على المعطيات السابقة.

المطلب الثالث: تقييم أثر وسائل الدفع الإلكترونية على نمو حجم التجارة الإلكترونية.

الشيء الواضح والجلي أنه لا يمكن أن تتخيل قيام تجارة إلكترونية دون وجود لوسائل دفع إلكترونية كما أن زيادة عدد الأفراد والشركات المشاركة في العمليات المصرفية عبر الإنترنت دليل على اعتماد التجارة الإلكترونية في ماليزيا.

أولا: أثر بطاقة الائتمان على نمو حجم التجارة الإلكترونية في ماليزيا

يتم استعمال بطاقات الائتمان في ماليزيا من قبل الكثير من الأفراد، حيث وجدنا أن حجم المعاملات التي أبرمت باستخدام هذه الأداة متزايد طيلة سنوات الدراسة وكان أكبر حجم في سنة 2011، كما أن حجم التجارة الإلكترونية هي الأخرى في تزايد، وأكبر حجم سجل كان سنة 2011، وكان كلما قل الاستخدام يقل حجم التجارة الإلكترونية.

وبما أن حجم اقتصاد أي بلد يتم قياسه انطلاقا من الناتج المحلي الإجمالي وجدنا أن استخدام بطاقات الائتمان له دور كبير في تشكيله في دولة ماليزيا.

وبالتالي يمكن التأكيد بأن استخدام بطاقات الائتمان له دور في نمو حجم التجارة الإلكترونية.

ثانيا: أثر بطاقة الشحن على نمو حجم التجارة الإلكترونية.

بالنسبة لبطاقات الشحن وجدنا حجم الاستخدام فيها كان في تذبذب طيلة فترة الدراسة لكن حجم التجارة الإلكترونية كان في تزايد مستمر طيلة السنوات ويعود ذلك لكون بعض العمليات التي يتم إبرامها من قبل الأفراد يتم تسديدها بأخذ قرض من البنك أي أن صاحب البطاقة يقوم بالسحب أكثر من الرصيد الموجود فيها وبعد مدة محددة يقوم إرجاع قيمة القرض لهذا يزيد حجم التجارة مع كون حجم المعاملات ينقص. هذا وكان اكبر حجم للمعاملات هو سنة 2014 يقابلها اكبر زياد لحجم التجارة الإلكترونية في نفس العام. ووجدنا أن هذه الوسيلة أيضا لها دور في تشكيل نسبة من الناتج المحلي الإجمالي.

وبالتالي يمكن التأكيد أن استخدام بطاقات الشحن لها دور في نمو حجم التجارة الإلكترونية.

ثالثا: أثر بطاقة الخصم على نمو حجم التجارة الإلكترونية

بالرغم من أن استخدام بطاقات الخصم في ماليزيا ضعيف إلا أنه كان في تزايد مستمر طيلة فترة الدراسة هذا وكان اكبر حجم للاستخدام هو سنة 2014 تقابلها اكبر زيادة في نفس السنة، وكان كلما قل الاستخدام تقل حجم التجارة الإلكترونية، كما وجدنا أن استخدام هذه الوسيلة له دور في تشكيل الناتج المحلي الإجمالي.

وبالتالي يمكن القول بأن استخدام بطاقة الخصم له دور في نمو حجم التجارة الإلكترونية في ماليزيا.

رابعا: أثر النقود الإلكترونية على نمو حجم التجارة الإلكترونية

يعتبر استخدام النقود الإلكترونية من أكثر الوسائل استخداما في ماليزيا مقارنة بالوسائل الأخرى كما أنها تشهد تزايد ملحوظ في حجم الاستخدام طيلة فترة الدراسة، وكانت أكبر زيادة سنة 2014، تقابلها زيادة مستمرة في حجم التجارة إلا أن هذه الزيادة لم تكن متناسبة مع تزايد حجم الاستخدام وذلك قد ينسب إلى وجود انتهاكات ونشاطات محظورة قانونا ويتمثل سبب وجود مثل هذه الأفعال إلى سهولة التحويل للأرصدة الإلكترونية، كما وجدنا أن استخدام هذه الوسيلة له دور في تشكيل الناتج المحلي الإجمالي لدولة ماليزيا.

وبالتالي يمكن القول أن استخدام النقود الإلكترونية له دور في نمو حجم التجارة الإلكترونية في ماليزيا.

المبحث الثاني: وسائل الدفع الإلكترونية ونمو حجم التجارة الإلكترونية في الجزائر.

إن القيام بالمعاملات التجارية الإلكترونية لا يتم إلا بتوفر وسائل الدفع الإلكترونية، لهذا سيتم التطرق في هذا المبحث إلى تحليل أداء وسائل الدفع الإلكترونية، ثم تحليل الإطار العام للتجارة الإلكترونية، ليتم أخيرا تقييم أثر وسائل الدفع الإلكترونية على نمو حجم التجارة الإلكترونية في الجزائر.

المطلب الأول: تحليل وسائل الدفع الإلكترونية في الجزائر

تبذل الحكومة الجزائرية جهودها لنجاح التجارة الإلكترونية، بحيث تسعى جاهدة لتوفير كل المقومات التي تضمن نجاحها.

أولا: التنظيم القانوني للمعاملات التجارية الإلكترونية في الجزائر

بالرغم من الجهود المبذولة من طرف الحكومة لسن قوانين التجارة الإلكترونية إلا أنها مازالت تتميز بالفراغ والضعف التشريعي، ومن بين هذه القوانين نذكر منها:[1]

1. **الإثبات الإلكتروني:** نصت المادة 323 مكرر 1 من القانون المدني الجزائري على أنه يعتبر الإثبات بالكتابة في الشكل الإلكتروني كالإثبات بالكتابة على الورق بشرط إمكانية التأكد من هوية الشخص الذي أصدرها وأن تكون معدة ومحفوظة في ظروف تضمن سلامتها.
2. **التوقيع الإلكتروني:** نصت المادة327 من القانون المدني على اشتراط التوقيع حيث جاء في نص المادة على أنه "يعتد بالتوقيع الإلكتروني وفق الشروط المذكورة في المادة 323 مكرر 1 أعلاه".
3. **التصديق الإلكتروني:** من أجل ضمان الأمن في تبادل المعلومات على شبكة الإنترنت نص المشرع بنظام الاستغلال المطبق على كل نوع من أنواع الشبكات بما فيها اللاسلكية الكهربائية وعلى مختلف خدمات المواصلات السلكية واللاسلكية.
4. **الدفع الإلكتروني:** كما قام المشرع بسن قوانين متعلقة ببعض وسائل وطرق الدفع:[2]

أ. التحويل:الأمر بالتحويل يحتوي على:

[1] المرسوم التنفيذي رقم 07 –162 المؤرخ في 13 جمادى الأولى عام 1428 الموافق لـ30 مايو سنة 2007.

[2] قانون رقم 05–01 مؤرخ في 27 ذي الحجة عام 1425 الموافق لـ 6 فبراير سنة 2005، يتعلق بالوقاية من تبييض الأموال وتمويل الإرهاب ومكافحتها، الجريدة الرسمية العدد11، 9 فيفري 2005، ص:11.

- الأمر الذي يوجهه صاحب الحساب إلى ماسك الحساب لتحويل الأموال أو القيم أو السندات المحددة القيمة.
- بيان الحساب الذي يتم الخصم منه.
- بيان الحساب الذي يتم إليه التحويل وصاحبه.
- تاريخ التنفيذ.
- توقيع الأمر بالتحويل.

وشكوى الأمر بالتحويل غير قابل للرجوع فيه إبتداءا من تاريخ الاقتطاع من حساب الآمر بالتحويل.

ب. بطاقات السحب والدفع: وتطرق لها كما يلي:

❖ بطاقة الدفع وهي كل بطاقة صادرة عن البنوك أو الهيئات المالية المؤهلة قانونا وتسمح لصاحبها بسحب أو تحويل أموال.

❖ بطاقة السحب هي كل بطاقة صادرة عن البنوك أو الهيئات المؤهلة قانونا وتسمح لصاحبها فقط بسحب الأموال.

❖ الأمر أو الالتزام بالدفع المعطى بموجب بطاقة الدفع غير قابل للرجوع فيه، ولايمكن الاعتراض على الدفع إلا في حالة ضياع أو سرقة البطاقة المصرح بها قانونا، أو تسوية قضائية أو إفلاس المستفيد.

5. **الجريمة الإلكترونية:** تم سن قانون متعلق بالجرائم الإلكترونية يتضمن قواعد حماية الجرائم المتعلقة بأنظمة المعالجة الآلية للمعطيات أو أي جريمة أخرى ترتكب أو يسهل ارتكابها عن طريق منظومة معلوماتية أو نظام للاتصالات الإلكترونية.[1]

ثانيا: وسائل الدفع الإلكترونية في الجزائر

تسعى الجزائر إلى تطوير وسائل الدفع الإلكترونية، وأهم ما طرح في هذا الصدد هو مشروع تحديث نظام الدفع، حيث تبنت الجزائر إبتداءا من سنة 2006 نظامين للدفع بين المصارف كقاعدة لعصرنه وسائل الدفع.

[1] قانون رقم 09 –04 المؤرخ في 14 شعبان عام 1430 الموافق لـ 5 أوت، سنة 2004، يتضمن القواعد الخاصة للوقاية من الجرائم المتصلة بتكنولوجيا الإعلام و الاتصال ومكافحتها، الجريدة الرسمية العدد47، 16 أوت 2009، ص:5.

1. نظام الدفع الإجمالي الفوري للمبالغ الكبيرة والمدفوعات المستعجلة(ARTS):

دخل في الإنتاج في فيفري 2006، ويتم عبر هذا النظام تحويل كل مبلغ يعادل أو يفوق 1 مليون دينار بين المصارف لحسابهم الخاص أو لحساب زبائنهم.[1]

كما أنه نظام مركزي إلكتروني يعمل على أساس فوري إجمالي نهائي ومستمر لتنفيذ أوامر التحويل الدائنة ويوفر نقطة لأنظمة التصفية العاملة في بلد ما من خلال الحسابات المركزية للمصارف.[2]

2. نظام المقاصة الإلكترونية للمدفوعات الخاصة بالجمهور العريض (ACTI):

يسمح هذا النظام والذي دخل في الإنتاج في ماي 2006، بتبادل كل وسائل الدفع للمدفوعات الخاصة بالجمهور العريض (صكوك، أوراق تجارية، تحويلات اقتطاعات آلية، عمليات على البطاقات)، إذا كان النظام قد انطلق في الإنتاج بمقاصة الصكوك الموحدة، فقد تم إدخال وسائل الدفع الأخرى في النظام تدريجيا.[3]

وبصفة عامة يتوفر في الجزائر مجموعة من وسائل الدفع الإلكترونية تصدر من طرف البنوك تتمثل في:[4]

- **بطاقة بلاستيكية CIB:** وتقدم خدمات الدفع والسحب مابين البنوك متاحة للعملاء ذوي الدخل العادي وتمكنهم من السحب النقدي على أجهزة الصراف الآلي(DAB) ودفع قيمة المشتريات والخدمات على محطة الدفع الإلكتروني (TEP).
- **بطاقات ذهبية:** وتقدم للعملاء ذوي الدخل العالي.

[1] بنك الجزائر، التقرير السنوي، **التطور الاقتصادي والنقدي للجزائر**، 2010، ص:120.

[2] زغدار أحمد، حميدي كلثوم، **تقييم أداء نظام الجزائر للتسوية الفورية(ARTS) في النظام المصرفي الجزائري خلال الفترة 2006 –2014**، مجلة البحوث والدراسات العلمية، العدد 9، الجزء 2، ديسمبر 2015، ص:11.

[3] ***بنك الجزائر***، التقرير السنوي، **التطور الاقتصادي والنقدي للجزائر**، 2010، ص:123.

[4] GUIDE DES BANQUES ET DES ETABLISSEMENTS FINANCIORS EN ALGERIE, 2012 ,P:24.

أولا: عدد TPE وDAB في الجزائر

ويمكن توضيحها في الجدول التالي:

الجدول رقم(3–07): عدد TPE وdab في الجزائر.

السنوات	2010	2011	2012	2013	2014
عدد DAB	636	647	543	534	1452
عددTPE	2946	3047	2965	2904	2469

المصدر من إعداد الطالبة بالاعتماد على:

-TEBIB HANA LA MOMETIQUE ET LE E-CITOYEN EN ALGERIE DURANT LA PERIODE"2005-2013"LA COUNTRAINTE CULTURELLE CAS DES CLIENTS DE LA BANQUE EXTERIEURE DALGIRIE ET LA BANQUE DE LAGRICULTURE ET DU DEVELLOPPEMENT RURAL.REVUE DES SCIENCES HUMAINES, N:34, 2014, P:49.

- KPMG, GUIDE DES BANQUES ET DES ETABLISSEMENTS FINANCIERS EN ALGERIE, 2015, P:23.

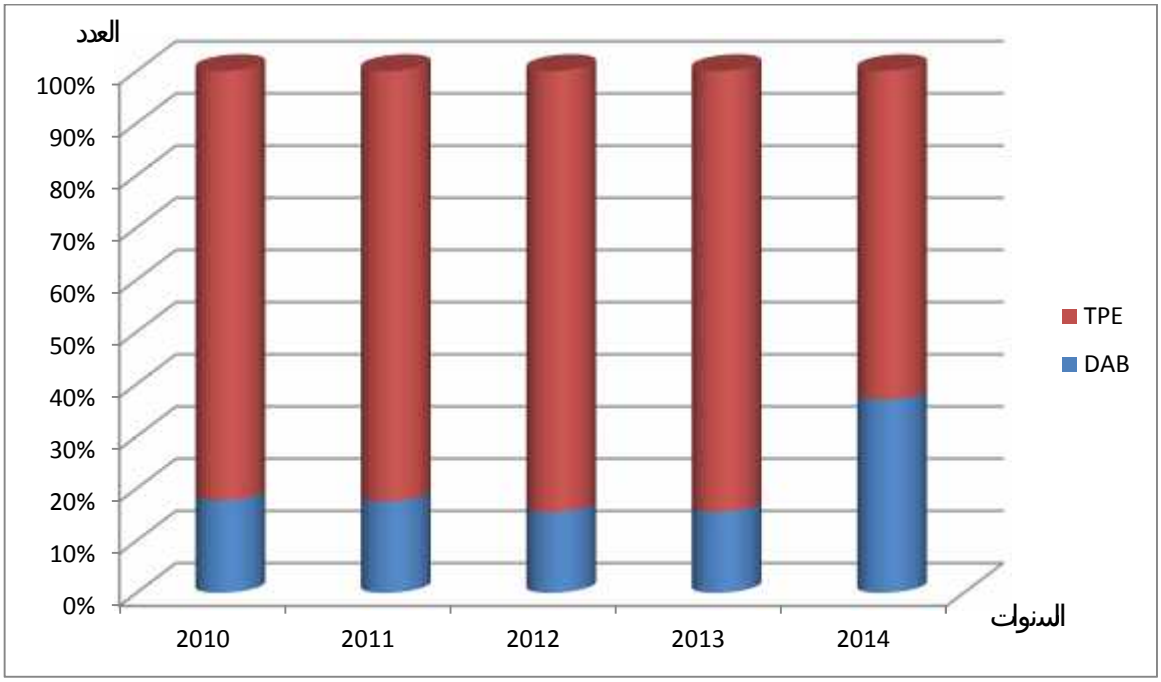
من خلال الجدول والذي يمثل لنا التطور في عددTEPو DADنلاحظ:

عدد محطات الدفع الإلكتروني شهدت زيادة طيلة السنوات الثلاث الأولى لتنخفض سنة 2013 إلى 543 محطة بعد ما كانت 543 محطة في سنة 2012، وفي سنة 2014 شهدت الجزائر أكبر زيادة في عدد محطات الدفع الإلكتروني حيث أصبحت 1452 محطة والذي يعتبر مؤشر على زيادة استخدام البطاقات في عمليات الدفع.

أما عدد موزعات النقود فهي أكبر من عدد محطات الدفع بكثير، شهدت TPE زيادة سنة 2011 لتعرف انخفاضا طيلة السنوات الأخرى وهذا قد يعود إلى انخفاض حجم عمليات السحب من طرف الأفراد.

ويمكن توضيح عددDAB وTPE أكثر في الشكل التالي:

الشكل رقم (3–10): عدد DAB و TPEفي الجزائر.



المصدر: من إعداد الطالبة باعتماد على المعطيات السابقة.

ثانيا: حجم المعاملات باستخدام البطاقة المصرفية CIB

ويتم استخدامها من طرف الأفراد لتسوية معاملاتهم إما بالسحب أو بالدفع والجدول التالي يبين لنا حجم المعاملات التي تمت باستخدام بطاقة CIB.

الجدول رقم (3 –08): حجم المعاملات باستخدام بطاقة CIB في الجزائر.

السنوات	2010	2011	2012	2013	2014
حجم المعاملات (بالمليون)	3.758	4.848	3.953	4.570	4.560

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على التقرير السنوي، التطور الاقتصادي والنقدي للجزائر، لسنوات 2010، 2011، 2012، 2013، 2014.

من خلال الجدول والذي يبين لنا حجم استخدام البطاقة المصرفية في تسوية المعاملات نلاحظ أن الحجم زاد سنة 2011 ليصبح 4.848 مليون عملية بعد ما كان سنة 2010 تقدر بـ3.758 مليون عملية لتشهد انخفاضا خلال سنتي 2012 و2013 لترتفع من جديد سنة 2014 إلى 4.560 مليون عملية.

ويمكن توضيح حجم المعاملات التي تتم باستخدام البطاقة البنكية في الجزائر أكثر في الشكل التالي:

الشكل رقم (3–11): حجم المعاملات باستخدام CIB في الجزائر.

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على المعطيات السابقة.

المطلب الثاني: تحليل الإطار النظري للتجارة الإلكترونية في الجزائر

عند الحديث عن وسائل الدفع الإلكترونية في الجزائر لا بد من الحديث عن شركة SATIM* التي تم إنشاؤها عام 1995 بمبادرة من المجتمع المصرفي وهي إحدى الشركات التابعة لثمانية بنوك هي بنك البركة الجزائري، بنك الفلاحة والتنمية الريفية، بنك الجزائر الخارجي، البنك الوطني الجزائري، الصندوق

*SATIM: LA société d'automatisation des transactions Interbancaires et de monétique

الوطني للتوفير والاحتياط، بنك التنمية المحلية، القرض الشعبي الجزائري، والتي صممت لتطوير نظام الدفع الإلكتروني بين البنوك.[1]

ومع إنشاء هذه الشركة أوكلت لها مهمة إنشاء تجمع بين عدة بنوك من خلال البطاقات البنكية المشتركة، حيث يمكن لصاحب البطاقة السحب من أي موزع آلي للنقود TPE تابع لأي بنك مشترك في النظام، بالإضافة إلى معالجة الصفقات لأجهزة DAB لصالح البنوك المنخرطة وتحويل التدفقات الخاصة بصفقات DAB ما قبل التعويض.[2]

أولا:البنية التحتية للتجارة الإلكترونية في الجزائر

ويمكن قياس مدى جاهزية البنية التحتية لشبكة الاتصالات في الجزائر من خلال عدة مؤشرات هي:

1. مؤشر الجاهزية الشبكية في الجزائر:

احتلت الجزائر عدة مراتب في جاهزيتها الشبكية نوضحها في الجدول التالي:

الجدول رقم (09:3): مؤشر الجاهزية الشبكية في الجزائر

السنوات	2010	2011	2012	2013	2014
الرتبة	113	117	118	131	129

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على:

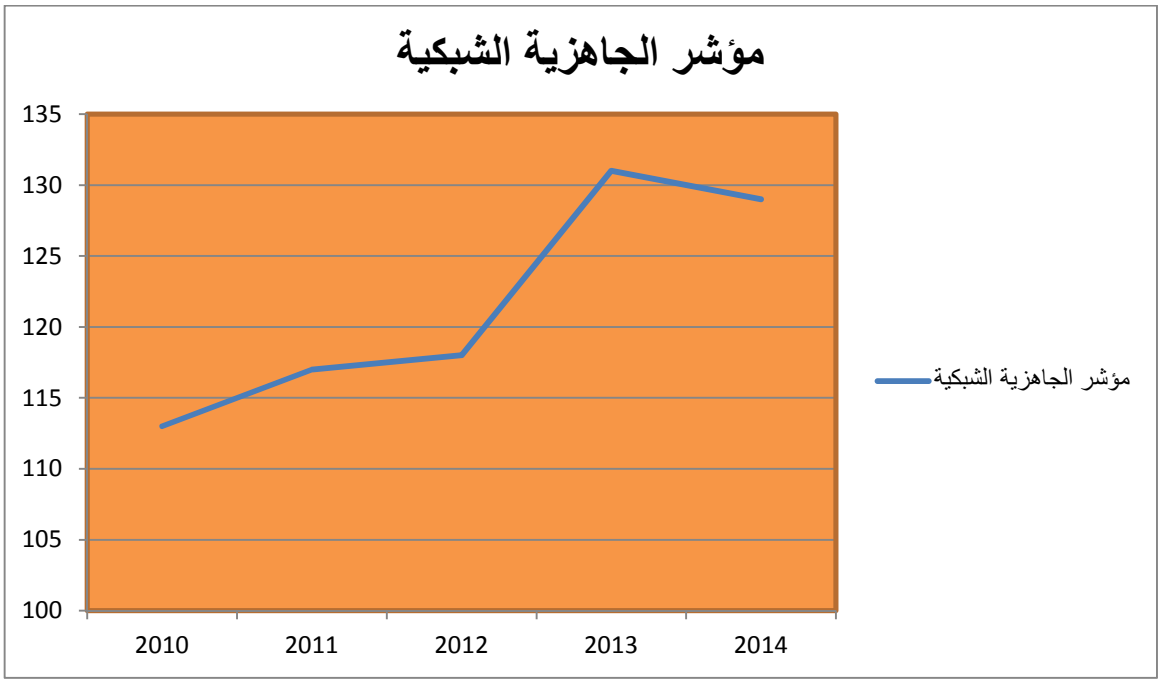
-THE GLOBAL INFORMATION TECHNOLOGY REPORT: 2010, 2011, 2012 ,2013 ,2014.

[1] GUIDE DES BANQUES ET DES ETABLISSEMENTS FINANCIORS EN ALGERIE, 2012, P:23.

[2] عبد الرحيم وهيبة، **إحلال وسائل الدفع المصرفية التقليدية بالإلكترونية دراسة حالة الجزائر، (مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم التسيير)**، جامعة الجزائر، الجزائر، 2006، ص:122.

ويمكن توضيح مؤشر الجاهزية الشبكية في الجزائر أكثر في الشكل التالي:

الشكل رقم (3–12): مؤشر الجاهزية الشبكية في الجزائر.



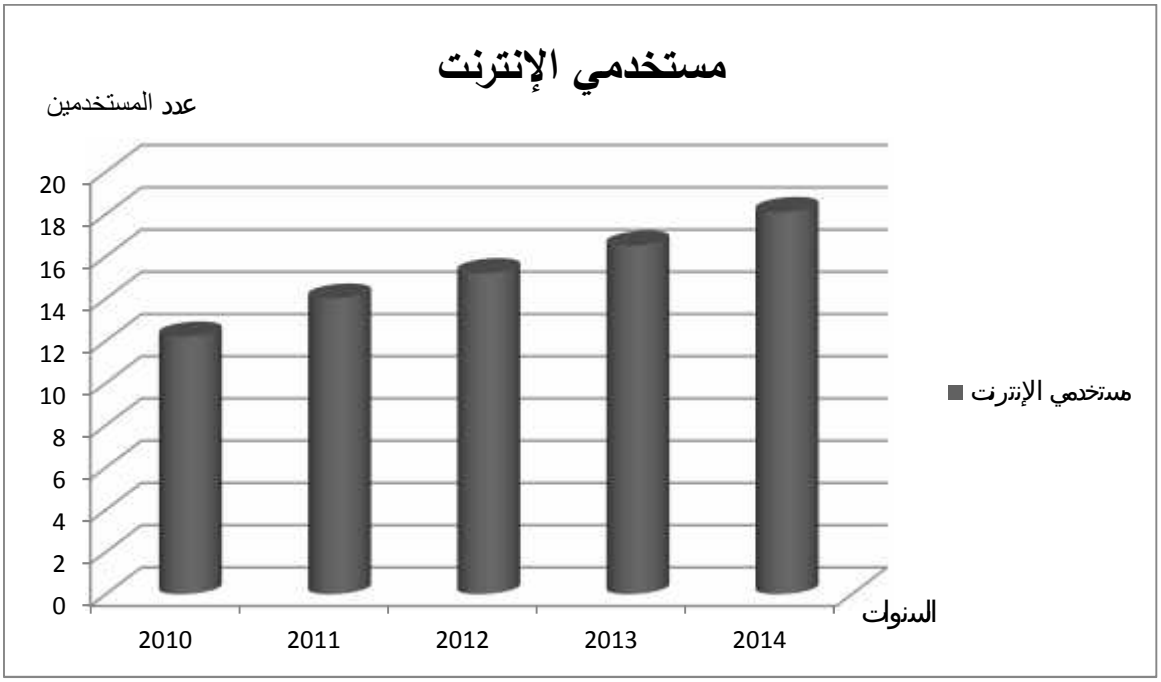
المصدر: من إعداد الطالبة باعتماد على المعطيات السابقة.

من خلال الجدول والذي يمثل الرتب التي احتلتها الجزائر في العالم من حيث الجاهزية الشبكية نلاحظ أنها تحتل المراتب الأخيرة حيث كانت سنة 2010 في المرتبة 113 لتبقى في تراجع طيلة السنوات الأخرى إلى أن وصلت سنة 2013 إلى المرتبة 131 عالميا لتنخفض سنة 2014 إلى المرتبة 129.

وهذا المؤشر دليل على أن الجاهزية الشبكية للجزائر ضعيفة جدا وهو ما يؤثر على اقتصاد الدولة لكون اقتصاديات الدول المتقدمة أصبحت تعتمد بدرجة كبيرة على تكنولوجيا المعلومات والاتصالات.

2. **مؤشر استخدام الإنترنت في الجزائر**: ويمكن توضيحه في الشكل التالي:

الشكل رقم(3–13): عدد مستخدمي الإنترنت في الجزائر.



المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على الموقع:

http://data.albankaldawli.org/indicator/IT.NET.USER.P2 20/03/2016 .14:00

من خلال الشكل والذي يمثل لنا التطور في عدد مستخدمي الإنترنت في الجزائر نلاحظ أن عدد المستخدمين يشهد تزايد مستمر حيث كان العدد سنة 2010 هو 12.5 مستخدم لكل 100 شخص من السكان، ثم ارتفع سنة 2011 إلى 14 ليواصل ارتفاعه سنة 2012 إلى15.2 مستخدم أما في سنة 2013 فقد بلغ 16.5 مستخدم لكل 100 شخص من السكان، أما في سنة 2014 فقد ارتفع إلى 18.1 مستخدم 100 شخص من السكان، وبالرغم من هذا التطور الملحوظ إلا أن الجزائر تعتبر متأخرة جدا من حيث استخدام الإنترنت مقارنة بالكثير من الدول.

3. مؤشر الاشتراك في خدمات الهاتف المحمول:

ويمكن توضيحه من خلال الشكل التالي:

الشكل رقم (3–14): عدد المشتركين في خدمات الهاتف المحمول في الجزائر.

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على الموقع:

http://data.albankaldawli.org/indicator/IT.CEL.SETS.P2 20/03/2016.14:05

من خلال الجدول والذي يمثل عدد الاشتراكات في خدمات الهاتف المحمول نلاحظ أنه كان في سنة 2010 هو 88 مشترك لكل 100 فرد ليصبح 94 مشترك سنة2011، أما في سنة 2012 فقد أصبح 98 مشترك ليواصل ارتفاعه سنة 2003 إلى 101 مشترك لينخفض سنة 2014 إلى93 مشترك لكل 100 فرد.

ثانيا: الأسواق التجارية الافتراضية

إن وجود أسواق إلكترونية في الجزائر يعتبر مؤشر جيد، وعامل مهم لنجاح هذا النمط من التجارة ومن أشهر هذه الأسواق نجد:

1. **قيديني GUIDDINI :** هو موقع لترويج وبيع مختلف المنتجات عبر الإنترنت، ويتم البيع إلى غاية المنزل ،وتباع في هذا الموقع عدة منتجات منها: العقارات، أجهزة إعلام آلي، الألبسة والموضة، تسلية، إعلانات لأنواع مختلفة من المنتجات ويعمل هذا الموقع 24/24 و 7/7.[1]

تتمثل طرق الدفع في هذا الموقع:[2]

- ✓ الدفع عن طريق حوالة بريدية.
- ✓ الدفع عن طريق شيك مصرفي.
- ✓ الدفع عند التسليم.
- ✓ الدفع عن طريق البايبال لبعض المنتجات.

2. **موقع واد كنيس:** يعتبر هذا الموقع واحد من مواقع التجارة الإلكترونية الأكثر شيوعا في الجزائر، تأسس سنة 2006 ويتخصص هذا الموقع في المبادلات التجارية التي تتم بين الخواص وكذا بعض المؤسسات فهو موقع لقاء بين البائع والمشتري وأهم المنتجات التي تتبادل فيه هي السيارات ثم تليها العقارات ثم منتوجات الإعلام الآلي.[3]
3. **سوق الجزائر المفتوح OPEN SOOQ:** ويعد أحد أكبر المواقع الإلكترونية المتخصصة بالإعلانات المبوبة التي تتيح لمستخدميه البحث بكل سهولة، وتباع في هذا الموقع عدة منتجات منها: الأجهزة الإلكترونية، الموضة والأزياء ولوازم الأطفال، كما يمكن أن نجد في هذا الموقع أيضا إعلانات حول الكتب وأرقام الهواتف كما يعرض أيضا الموقع فرص العمل المتاحة في كبرى الشركات دو الوظائف الشاغرة لكل التخصصات دون عمولة.[4]

[1] آيت أمبارك سامية، مرجع سبق ذكره، ص:145.

[2] http://www.guiddini.com/ 28 /03/2016, 16:00.

[3] آيت أمبارك سامية، مرجع سبق ذكره، ص:136.

[4] https://dz.opensooq.com/ar/site/about-us 28/03/2016, 16:15.

المطلب الثالث: تقييم أثر وسائل الدفع الإلكترونية على نمو حجم التجارة الإلكترونية في الجزائر.

إن القول أن هناك علاقة بين وسيلة دفع إلكترونية وحجم التجارة الإلكترونية يتجلى لما تكون زيادة في استخدام الوسيلة تقابلها الزيادة في الحجم والعكس وفي حالة الجزائر لا يمكن إثبات وجود علاقة كما أنه لا يمكن نفيها حيث تفتقر الجزائر لوجود إحصائيات واضحة حول استخدامات البطاقة البنكية CIB، والذي يعود لعدم انتشار ثقافة التجارة الإلكترونية في المجتمع الجزائري.

حيث اقتصر التقرير السنوي للجزائر على ذكر حجم العمليات أما بالنسبة لحجم التجارة فقد استعرض قيمتها إجمالا لوسائل الدفع التقليدية والحديثة، بينما فصل في عدد العمليات، لهذا لا يمكن الجزم إذا ما كانت الزيادة في استخدام هذه الأداة تؤدي إلى نمو حجم التجارة أم لا.

المبحث الثالث: مقارنة أثر وسائل الدفع الإلكترونية على نمو حجم التجارة الإلكترونية بين ماليزيا والجزائر.

نتناول في ما يلي مقارنة شاملة لأثر وسائل الدفع الإلكترونية في نمو حجم التجارة الإلكترونية في ماليزيا والجزائر، وذلك من خلال استخراج أوجه الشبه والاختلاف على مستوى كفاءة وسائل الدفع الإلكترونية، والإطار العام للتجارة الإلكترونية.

المطلب الأول: المقارنة بين أداء وسائل الدفع الإلكترونية في ماليزيا والجزائر

توجد نقاط اختلاف بين كفاءة وسائل الدفع الإلكترونية في ماليزيا، كما أنه توجد نقاط مشتركة أيضا.

أولا: نقاط الاختلاف بين أداء وسائل الدفع الإلكترونية في ماليزيا والجزائر

1. **بطاقة الائتمان:** لقد كان أداء بطاقات الائتمان جيد في ماليزيا، فقد أثر استخدامها إيجابا على نمو حجم التجارة الإلكترونية، و ساهم توفيرها في تعزيز التجارة الإلكترونية الماليزية.
2. **بطاقة الشحن:** وجدنا أن استخدام بطاقة الشحن له أثر في نمو حجم التجارة الإلكترونية، وهذا دليل على حسن الأداء الذي قامت به في تسيير المعاملات التجارية الإلكترونية، وللمزايا التي تقدمها للمتعاملين.

3. **بطاقة الخصم:** بالرغم من أن استخدامها كان ضئيل إلا أن أداءها كان جيد وساهمت في نمو حجم التجارة الإلكترونية في ماليزيا.
4. **النقود الإلكترونية:** تعتبر أكثر الوسائل استخداما في ماليزيا، بالرغم من أن أداءها لم يكن بفعالية الوسائل الأخرى، إلا أنها ساهمت في نمو حجم التجارة الإلكترونية الماليزية.
5. **بطاقة الدفع والسحبCIB:** لقد كان أداء البطاقة ضعيف بحيث لم تساهم في نمو حجم التجارة الإلكترونية في الجزائر، فمعظم استخداماتها كانت في السحب فقط.

ثانيا: نقاط التشابه في أداء وسائل الدفع الإلكترونية

بالرغم من الاختلاف الكبير في وسائل الدفع الإلكترونية بين ماليزيا والجزائر إلا أنهم يشتركون في بعض النقاط هي:

- عدم الفعالية الجيدة لوسائل الدفع الإلكترونية مقارنة بالدول المتقدمة، ففي ماليزيا وبالرغم من مساهمتها في نمو حجم التجارة الإلكترونية إلا أن أداءها ضعيف بالنظر إلى الدول المتقدمة.
- سيطرة وسائل الدفع التقليدية فالمعاملات التي تتم باستخدام الشيك التقليدي أكثر من تلك التي تتم بوسائل الدفع الإلكترونية في ماليزيا، وباستخدام البطاقة البنكية في الجزائر.
- ضعف أنظمة التشفير لحماية وسائل الدفع الإلكترونية، وهو ما يؤثر سلبا على نمو حجم التجارة الإلكترونية.

المطلب الثاني: المقارنة بين الإطار العام للتجارة الإلكترونية لماليزيا والجزائر

توجد نقاط اختلاف في الإطار العام للتجارة الإلكترونية بين ماليزيا والجزائر، كما أنه توجد نقاط مشتركة أيضا.

أولا: أوجه الاختلاف في الإطار العام للتجارة الإلكترونية بين ماليزيا والجزائر.

1. **مؤشر الجاهزية الشبكية:** يوجد اختلاف كبير بين الجزائر وماليزيا في مؤشر الجاهزية الشبكية، حيث احتلت ماليزيا مراتب متقدمة في جاهزية شبكتها في حين أن الجزائر احتلت مراتب متأخرة جدا.
2. **عدد مستخدمي الإنترنت:** وجدنا أنه يوجد فارق كبير في عدد مستخدمي الإنترنت بين ماليزيا والجزائر، فعدد مستخدمي الإنترنت محدود جدا في الجزائر، عكس ماليزيا التي كان عددهم كبير وفي تزايد مستمر.

3. **عدد المشتركين في خدمات الهاتف المحمول:** يوجد فرق ملحوظ في عدد المشتركين في خدمات الهاتف المحمول بين ماليزيا والجزائر، كما أن الجزائر شهدت في السنة الأخيرة انخفاض في عدد المشتركين عكس ماليزيا التي كان فيها العدد في تزايد مستمر.
4. **الأسواق التجارية الافتراضية:** تعمل الأسواق التجارية الإلكترونية على تهيئة الظروف لاستخدام وسائل الدفع الإلكترونية للأفراد داخل البلد وخارجه، عكس الجزائر التي أغلب أسواقها تستعمل الدفع عند التسليم.
5. **البنوك الإلكترونية:** تحولت البنوك في ماليزيا إلى تقديم خدماتها عبر الإنترنت، كما أنها تشارك في إصدار وسائل الدفع الإلكترونية، أما البنوك الجزائرية فمازالت تقدم معظم خدماتها بطريقة تقليدية.

ثانيا: أوجه التشابه في الإطار العام للتجارة الإلكترونية بين ماليزيا والجزائر

يكمن التشابه بين ماليزيا والجزائر في:

- كلا من ماليزيا والجزائر تعتبران في بداية الطريق فيما يتعلق بتطبيق التجارة الإلكترونية، بالرغم من تحقيق ماليزيا تطور ملحوظ بالمقارنة مع الجزائر.
- التخوف من ممارسة التجارة الإلكترونية لدى بعض الأفراد، لإمكانية تعارضها مع الشريعة الإسلامية.

خلاصة :

لقد تبين لنا من خلال دراستنا لهذا الفصل أهمية وسائل الدفع الإلكترونية في نمو حجم التجارة الإلكترونية، حيث تعتبر تجربة ماليزيا جيدة، فمع أن التجارة الإلكترونية فيها مازالت في بدايتها ولم ترقى إلى حجم التجارة الإلكترونية المحققة في الدول المتقدمة، إلا أن توفير وسائل الدفع الإلكترونية وتنويعها لعب دورا مهما في زيادة حجم التجارة الإلكترونية الماليزية، أما الجزائر فهي لم تحقق أي تقدم في تطبيق التجارة الإلكترونية بعد بالرغم من الجهود المبذولة لتطوير وسائل الدفع.

الـــخـــاتـــمـــة الـــعـــامـــة

من الملاحظ بعد عملية معالجة الموضوع معالجة نظرية وتطبيقية أن وسائل الدفع الإلكترونية تؤثر بالإيجاب على نمو حجم التجارة الإلكترونية في جل الاقتصاديات العالمية في ظل الاقتصاد الرقمي.

حيث تؤكد التجربة الماليزية أن توفير وسائل الدفع الإلكترونية وتنوعها له دور كبير في نمو حجم التجارة الإلكترونية، فقد عملت الدولة الماليزية على إصدار وسائل دفع إلكترونية تتلاءم مع ظروف مستخدميها كما تم تكييف بطاقات الائتمان مع شروط الشريعة الإسلامية وبالشكل الذي لا يتم التعامل بالربا في التعاملات المالية الخاصة بالتجارة الإلكترونية، الأمر الذي زاد من ثقة الأفراد في استخدام هذه الوسائل وساعد في القيام بالمعاملات التجارية الإلكترونية.

أما الجزائر ومن خلال إدراكها بأهمية دور وسائل الدفع الإلكترونية في نمو حجم التجارة الإلكترونية فقد شرعت منذ التسعينات بالتجسيد الفعلي في استخدام وسائل الدفع الإلكترونية وذلك بإصدار بطاقة الدفع والسحب، كما قامت أيضا بإجراء تطوير في أنظمة الدفع واعتماد أنظمة ذات معايير دولية، إلا أنها مازالت متأخرة جدا في تطبيق التجارة الإلكترونية مقارنة بالعديد من الدول العربية والإسلامية.

أولا: نتائج الدراسة: إن نتائج الدراسة التي خلصنا إليها تثبت صحة الفرضيات، ومن النتائج التي توصلنا إليها نجد:

1. إن التجارة الإلكترونية هي نتاج لتطور الإنترنت، تطبق فيها تكنولوجيا المعلومات والاتصال في إنتاج وتوزيع السلع والخدمات على المستوى العالمي.
2. إن التجارة الإلكترونية تحتاج إلى توفر بنية تحتية لتكنولوجيا المعلومات والاتصال من أجل تطبيقها إلا أن نموها وانتشارها يعتمد بالدرجة الأولى على توفر وسائل الدفع الإلكترونية.
3. البنوك الإلكترونية هي مؤسسات مالية تنفذ عملها باستخدام شبكة الإنترنت، كما أنها تلعب دور مهم في نمو التجارة الإلكترونية من خلال توفيرها لبنية سعدت على استخدام وسائل الدفع الإلكترونية.
4. تلعب بطاقات الائتمان والنقود الإلكترونية دور مهم في نمو حجم التجارة الإلكترونية في ماليزيا.
5. إن ماليزيا تسعى إلى زيادة حجم تجارتها الإلكترونية من خلال تنويع وسائل الدفع الإلكترونية وتوعية الأفراد وتشجيعهم على استخدام هذه الوسائل.
6. إن المعاملات التجارية التي تتم باستخدام الشيك مازالت مسيطرة في ماليزيا بالرغم من وجود تنوع في وسائل الدفع الإلكترونية.
7. احتلت الجزائر مراتب متأخرة جدا في الجاهزية الشبكية لتكنولوجيا المعلومات والاتصال.
8. إن معظم المواقع التجارية الافتراضية الناشطة في الجزائر تتبع طريقة الدفع عند التسليم، ولم تصل بعد إلى مرحلة تسوية المعاملات المالية إلكترونيا.

9. يواجه الدفع الإلكتروني في الجزائر عراقيل كثيرة تعود أساسا لعدم توفر الأمان والسرية في هذه الوسائل، ولغياب القوانين المنظمة للمعاملات التجارية الإلكترونية.

ثانيا: الاقتراحات

1. لابد من وضع أنظمة تشفير عالية الكفاءة من أجل الحد من أنشطة الغش والاحتيال والتزوير في ماليزيا.
2. ضرورة العمل على تنويع وسائل الدفع الإلكترونية في الجزائر وذلك باعتبارها العامل الأساسي في نمو حجم التجارة الإلكترونية.
3. لابد من توعية المجتمع الجزائري وتحسيسه بأهمية التجارة الإلكترونية نظرا لمزاياها المتعددة للأفراد والشركات والاقتصاد ككل.
4. لابد من قيام الدولة الجزائرية بإجراءات ملموسة لتدعيم النفاذ لتكنولوجيا المعلومات والاتصال والعمل على تدريب الأفراد على استخدام هذه التكنولوجيا.
5. ينبغي سن قوانين وتشريعات كافية في الجزائر لحماية المتعاملين وزيادة ثقتهم في استخدام وسائل الدفع الإلكترونية.
6. يجب وضع خطط وسياسات مستقبلية من قبل الدولة الجزائرية، والاستفادة من تجارب الدول الأخرى من أجل الولوج في التجارة الإلكترونية.
7. ضرورة فتح المجال أمام القطاع الخاص في الجزائر، لكونه قطاع محفز لتوسيع الخيارات وتقديم خدمات متنوعة وذات جودة.
8. ضرورة تحول البنوك الجزائرية من تقديم خدمات تقليدية إلى تقديم خدماتها عبر الإنترنت وذلك لاعتبارها المصدر للنقد الإلكتروني.

ثالثا: آفاق الدراسة: في الأخير نبقى أن نشير إلى أن الاقتراحات المقدمة على ضوء النتائج المستخلصة من البحث، قد تحتاج إلى التحليل والتقييم أكثر لربما لعدم تمكننا من معالجة كافة الأدوار التي تلعبها وسائل الدفع الإلكترونية في نمو حجم التجارة الإلكترونية في الاقتصادات المدروسة، لذلك يبقى هذا الموضوع محاولة لفتح المجال أمام دراسات وبحوث أخرى لتوضيح إيجابياته وسلبياته، ومدى صلاحيته من منظور مستقبلي للتطبيق في الجزائر أو غيرها من الدول، لهذا نقترح المواضيع التالية التي نرى بأنها تنطوي على قدر كبير من الأهمية والتي تشكل مواضيع بحث لاحقة:

- وسائل الدفع الإلكترونية من منظور إسلامي.
- العوامل المؤثرة على انتشار التجارة الإلكترونية.
- دور النقود الإلكترونية في تفعيل التجارة الإلكترونية في دول الاسكوا.

قـائـمة المراجـــع

أولا: المراجع باللغة العربية

أ. الكتب:

1. إبراهيم أحمد عبد الخالق الدوري، **التجارة الالكترونية**، مطبوعات مكتبة الملك فهد الوطنة، الأردن، السلسلة الثانية، 2010.
2. إبراهيم بختي، **التجارة الالكترونية**، ديوان المطبوعات الجامعية، بن عكنون، الجزائر، الطبعة الأولى، 2005.
3. أحمد عبد الخالق، **التجارة الإلكترونية والعولمة**، المنظمة العربية للتنمية والعولمة، القاهرة، مصر، الطبعة الثانية، 2008.
4. أحمد محمد غنيم، **التسويق والتجارة الإلكترونية**، المكتبة العصرية للنشر والتوزيع، مصر، 2008.
5. باسم أحمد المبيضين، **التجارة الالكترونية**، دار جليس الزمان، الأردن، الطبعة الأولى، 2010.
6. بشير العلاق، **التسويق الإلكتروني**، دار اليازوري، الأردن، 2010.
7. جعفر حسن جاسم، **مقدمة في الاقتصاد الرقمي**، دار البداية ناشرون وموزعون، عمان، الأردن، الطبعة الأولى، 2010.
8. جلال عابد الشورة، **وسائل الدفع الإلكتروني**، دار الثقافة للنشر والتوزيع، الأردن، الطبعة الأولى، 2008.
9. جهاد فراس الطليوني، **دراسة الجدوى الاقتصادية للمشاريع**، دار كنوز المعرفة العلمية للنشر والتوزيع، الأردن، 2011.
10. دريد كامل آل شيب، **إدارة البنوك المعاصرة**، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، الأردن، الطبعة الأولى، 2012.
11. ربحي مصطفى عليان، **اقتصاد المعرفة**، دار صفاء للنشر والتوزيع، الأردن، الطبعة الأولى، 2012.
12. سامح عبد المطلب عامر، علاء محمد سيد قنديل، **التسويق الإلكتروني**، دار الفكر ناشرون وموزعون، الأردن، الطبعة الأولى، 2012.
13. سامح عبد المطلب، وعلاء محمد سيد قنديل، **التسويق الإلكتروني**، دار الفكر ناشرون وموزعون، الأردن، الطبعة الأولى، 2012.

14.عامر محمد خطاب، **التجارة الإلكترونية**، مكتبة المجتمع الغربي للنشر والتوزيع، الأردن، الطبعة الأولى، 2011.

15.عامر محمود الكسواني، **التجارة عبر الحاسوب ماهيتها-إثباتها-وسائل حمايتها**، دار الثقافة، الأردن، الطبعة الأولى، 2008.

16.عبد الله خبابة، **الاقتصاد المصرفي**، الناشر مؤسسة شباب الجامعة، القاهرة، مصر، 2008.

17.عبد المجيد قدي، **دراسات في علم الضرائب**، دار جرير للنشر والتوزيع، الأردن، الطبعة الأولى، 2011.

18.علاء فرج الطاهر، **الحكومة الإلكترونية**، دار الراية للنشر والتوزيع، الأردن، الطبعة الأولى، 2010.

19.غسان قاسم داود اللامي وأميرة شكرولي البياتي، **تكنولوجيا المعلومات في منظمات الأعمال الاستخدامات والتطبيقيات**، دار الوراق للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، الطبعة الأولى، 2010.

20.فادي محمد عماد توكل، **عقد التجارة الإلكترونية**، منشورات الجللي الحقوقية، سوريا، الطبعة الأولى، 2010.

21.محمد حسين الطائي، **التجارة الإلكترونية المستقبل الواعد للأجيال القادمة**، دار الثقافة للنشر والتوزيع، الأردن، الطبعة الأولى، 2010.

22.محمد حسين الوادي، بلال محمود الوادي، **المعرفة والإدارة الالكترونية**، دار الصفاء، الأردن، الطبعة الأولى، 2010.

23.محمد عبده حافظ، **التسويق عبر الإنترنت**، دار الفجر للنشر والتوزيع، مصر، الطبعة الأولى، 2009.

24. محمد نور صالح الجدايه، سناء جودت خلف، **تجارة إلكترونية**، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، الطبعة الثانية، 2012.

25.محمود جاسم الصميدعي، ردينة عثمان يوسف، **التسويق الإلكتروني**، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، الأردن، الطبعة الأولى، 2012.

26.مزهر شعبان العاني، شوقي ناجي جواد، **الإدارة الإلكترونية**، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، الطبعة الأولى.

27.نادر عبد العزيز شافي، **المصارف والنقود الالكترونية**، المؤسسة الحديثة للكتاب، لبنان، الطبعة الأولى، 2007.

28.ناصر خليل، **التجارة والتسويق الالكتروني**، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، الطبعة الأولى، 2009.

29.نجم عبود نجم، **الإدارة والمعرفة الإلكترونية "الإستراتيجية- الوظائف- المجالات"**، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، الأردن، 2009.

30.ياسين سعد غالب ، **الإدارة الإلكترونية**، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2010.

31.يوسف أحمد أبو فارة، **التسويف الإلكتروني عناصر المزيج التسويقي عبر الإنترنت عناصر المزيج التسويقي عبر الإنترنت**، دار وائل للنشر والتوزيع، الأردن، الطبعة الأولى، 2007.

32.يوسف حسن يوسف، **التجارة الإلكترونية وأبعادها القانونية الدولية**، المركز القومي للإصدارات القانونية، مصر، الطبعة الأولى، 2011.

33.يوسف حسن يوسف، **التسويق الإلكتروني**، المركز القومي للإصدارات القانونية، مصر، الطبعة الأولى، 2012.

ب.المجلات والدوريات:

1. أحمد زغدار ، حميدي كلثوم، **تقييم أداء نظام الجزائر للتسوية الفورية(ARTS) في النظام المصرفي الجزائري خلال الفترة 2006 -2014**، مجلة البحوث والدراسات العلمية، العدد 9، الجزء 2، ديسمبر 2015.
2. أحمد عبد الله العوضي، **العوامل المؤثرة في التسويق والتجارة الإلكترونية**، مجلة الاقتصاد والمجتمع، العدد6، 2010.
3. أمجد صباح عبد العالي وهيثم عبد الله سلمان، **أهمية التجارة الإلكترونية ومعوقاتها في اقتصادات دول مجلس التعاون الخليجي، مجلة الاقتصادي الخليجي**، العدد24، 2013.
4. بحوصي مجدوب، سفيان بن عبد العزيز، **واقع وآفاق البنوك الالكترونية (مع الإشارة إلى مستقبلها في الجزائر)**، المجلة العربية الدولية للمعلوماتية، المجلد الثاني ،العدد الثالث، الجزائر، 2013.
5. ثائر عدنان قدومي، **العوامل المؤثرة في انتشار الصيرفة الالكترونية دراسة تطبيقية على البنوك التجارية الأردنية**، المجلة الأردنية التطبيقية، المجلد11، العدد2، 2008.
6. جمال جود موسة، **الاقتصاد الرقمي ومتطلبات استجابة البنوك إلى التحديات الجديدة**، مجلة الواحات للبحوث والدراسات، غرداية، الجزائر، العدد 10، 2010.

7. رشدي عبد اللطيف وادي، **أهمية ومزايا البنوك الالكترونية في قطاع غزة بفلسطين ومعوقات انتشارها**، مجلة الجامعة الإسلامية، المجلد السادس عشر، العدد الثاني، 2008، غزة، فلسطين.
8. سامر مصطفى، رهف بدران تعلو، **أثر الخدمات المصرفية الالكترونية على جودة الخدمة(دراسة تطبيقية)**، مجلة الإدارة والاقتصاد، عدد95، 2013.
9. السعيد بريكة، فوزي شوق، **تحديات وسائل الدفع الإلكتروني،دراسة استطلاعية من وجهة نظر الموظفين بالوكالات البنكية لولاية أم البواقي**، مجلة البحوث الاقتصادية والمالية، العدد2، ديسمبر2012، الجزائر.
10. عبد الله شاهين، **نظم الدفع الالكترونية ومخاطرها ووسائل الرقابة عليها دراسة تطبيقية على بنك فلسطين**، مجلة جامعة الأزهر بغزة سلسلة العلوم الإنسانية، المجلد12، العدد1، 2010، فلسطين.
11. عرابة رابح، **دور التكنولوجيا الخدمات المصرفية الالكترونية في عصرنة الجهاز المصرفي الجزائري**، الأكاديمية للدراسات الاجتماعية والإنسانية،العدد8، 2012، ص: 16.
12. غسان فاروق غندور، **طرائق السداد الالكترونية وأهميتها في تسوية المدفوعات بين الأطراف المتبادلة**، مجلة جامعة دمشق للعلوم الاقتصادية والقانونية، المجلد 28، العدد1، 2012، سوريا.
13. محمد حميد راضي، سعاد نوري علي، **التجارة الإلكترونية في العالم العربي**، مجلة الإدارة ، والاقتصاد، العدد59، 2006.
14. نور عقيل طاهر، **النقود الالكترونية أحد وسائل الدفع الإلكتروني**، مجلة رسالة الحقوق، العدد الأول، العراق، 2012.
15. وعود كاتب الأنباري، **السداد الإلكتروني**، مجلة رسالة الحقوق، العدد الخاص بحوث المؤتمر القانوني السابع، ، جامعة كربلاء، العراق، 2010.

ج. التقارير:

1. بنك الجزائر، التقرير السنوي، **التطور الاقتصادي والنقدي للجزائر**، 2010.

د. الملتقيات:

1. الملتقى الدولي حول المعرفة في ظل الاقتصاد الرقمي ومساهمتها في تكوين المزايا التنافسية للبلدان العربية، جامعة حسيبة بن بوعلي "الشلف"، الجزائر، 27،28 نوفمبر2007.

2. الملتقى العلمي الدولي الرابع، عصرنة نظام الدفع في البنوك الجزائرية وإشكالية اعتماد التجارة الالكترونية في الجزائر،عرض تجارب دولية، المركز الجامعي بخميس مليانة، الجزائر، 26،27 أفريل 2011.
3. الملتقى العلمي الدولي الخامس حول الاقتصاد الافتراضي وانعكاساته على الاقتصاديات الدولية، المركز الجامعي بخميس مليانة، الجزائر، 13،14مارس 2012.
4. الملتقى الدولي حول التجارة الالكترونية، جامعة ورقلة، الجزائر، 15، 16، 17 مارس 2004.

هـ. الأطروحات والرسائل الجامعية:

1. إياد زكي محمد أبو رحمة، **أساليب تنفيذ عمليات التجارة الإلكترونية ونظم التسوية المحاسبية عنها (دراسة تطبيقية)على البنوك العاملة في قطاع غزة**، (مذكرة مقدمة لنيل شهادات الماجستير في المحاسبة والتمويل)، الجامعة الإسلامية، غزة، فلسطين، 2009.
2. سامية آيت مبارك، **دور التجارة الإلكترونية في تفعيل الأداء التجاري الواقع والآفاق بالجزائر**، (مذكرة ضمن متطلبات شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية)، جامعة الجزائر3 ، الجزائر،2012.
3. سليمة عبد الله، **دور تسويق الخدمات المصرفية الالكترونية في تفعيل النشاط البنكي دراسة حالة القرض الشعبي الجزائري بباتنة**، (مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في العلوم التجارية ،تخصص:تسويق)، جامعة الحاج لخضر، باتنة، الجزائر، 2009.
4. شفيقة ضويفي، دور **وسائل الدفع الالكترونية في تحديث خدمات الجهاز المصرفي دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة المدية**،(مذكرة مقدمة ضمن متطلبات الحصول على شهادة الماجستير في قسم العلوم الاقتصادية تخصص:نقود ومالية)، جامعة الدكتور يحي فارس المدية، الجزائر، 2015.
5. عبد الوهاب مخلوفي، **التجارة الإلكترونية عبر الإنترنت، (أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه في الحقوق)**، جامعة الحاج لخضر باتنة، الجزائر،2012.
6. فضيلة شيروف، **أثر التسويق الإلكتروني على جودة الخدمات المصرفية دراسة حالة بعض البنوك في الجزائر**، (مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في التسويق تخصص تسويق)،جامعة منتوري، قسنطينة، 2010.
7. محمد تقرورت، **واقع وأفاق التجارة الإلكترونية في الوطن العربي**، (رسالة ماجستير في العلوم الاقتصادية، تخصص: نقود ومالية)، جامعة حسيبة بن بوعلي، الشلف، الجزائر، 2005.

8. وهيبة عبد الرحيم، **إحلال وسائل الدفع المصرفية التقليدية بالإلكترونية دراسة حالة الجزائر، (مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم التسيير)**، جامعة الجزائر، الجزائر، 2006.

9. يوسف واقد، **النظام القانوني للدفع الإلكتروني**، (مذكرة مكملة لنيل درجة الماجستير في القانون تخصص قانون التعاون الدولي)، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، الجزائر، 2011.

و. القوانين والمراسيم التشريعية:

1. قانون رقم 05-01 مؤرخ في 27 ذي الحجة عام 1425 الموافق لـ 6 فبراير سنة 2005، يتعلق بالوقاية من تبييض الأموال وتمويل الإرهاب ومكافحتها، الجريدة الرسمية العدد11، 9 فيفري 2005.

2. المرسوم التنفيذي رقم 07 -162 المؤرخ في 13 جمادى الأولى عام 1428 الموافق لـ30 مايو سنة 2007.

3. قانون رقم 09 -04 المؤرخ في 14 شعبان عام 1430 الموافق لـ 5 أوت، سنة 2004، يتضمن القواعد الخاصة للوقاية من الجرائم المتصلة بتكنولوجيا الإعلام و الاتصال ومكافحتها، الجريدة الرسمية العدد47، 16 أوت 2009.

ثانيا: المراجع باللغة الأجنبية

A. REVUES:

1. Bhanu Prasad, **intelligent techniques for E-Commerce**, Journal of Electronic commerce Research, N.2, 2003.
2. Codruta poenar, **astudy looking the electronic funds transfers revista a informatics economica**, nr-3(47) ,2008.
3. Mohammed salah uddin, afroza yesmin akhi, **e-wellet system for Bangladesh an electronic payment system**, international journal of modlling and optimization, vol4, no: 3 ,june2014.
4. TEBIB HANA, **LA MONETIQUE ET LE E-CITOYEN EN ALGERIE DURANT LA PERIODE"2005-2013"LA COUNTRAINTE CULTURELLE CAS DES CLIENTS DE LA BANQUE EXTERIEURE DALGIRIE ET LA BANQUE DE LAGRICULTURE ET DU DEVELLOPPEMENT RURAL**.REVUE DES SCIENCES HUMAINES, N:34, 2014.

B. RAPPORTS, DOCUMENTS DE TRARAVAIL:

1. BANK NEGARA MALAYSIA, FINANCIAL STABILITY AND PAYMENT SYSTEMS REPORT214.
2. GUIDE DES BANQUES ET DES ETABLISSEMENTS FINANCIORS EN ALGERIE, 2012.

3. The global information technologie.

C. **LOIS**:

1. Laws of Malaysia act658 electronic commerce act 2006.

2. Organization de cooperation et developpement economiques, organization for co-operation and development, online **payment systems for e-commerce** , 18-apr-2006.

ثالثا: مواقع الإنترنت

1. عزيزة عبد الرحمن العتيبي، **أثر استخدام تكنولوجيا المعلومات على أداء الموارد البشرية**، دراسة ميدانية على الأكاديمية الدولية الأسترالية، 2010،.على الموقع:
www.abahe.co-uk/reacearch-papers/abahe-03pdf

2. مجموعة البنك الدولي، مستخدمي الهاتف المحمول على الموقع:

http://data.albankaldawli.org/indicator/IT.CEL.SETS.P2

3. مجموعة البنك الدولي، مستخدمي الإنترنت على الموقع:

http://data.albankaldawli.org/indicator/IT.NET.USER.P2.

4. البنك المركزي الماليزي:

http://www.bnm.gov.my/index.php?ch=ps_mps&pg=ps_mps_type&lang=en

5. William D.Nordhaus, **Technology economic Growth and the new Economy**, Yale University, 13 Jun 2000, DRAFT, donotquote without permission.
www.econ.yale.edu/~nordhaus/homepage/sweden./20061300c.pdf

6. http://shashinki.com/

7. http://www.apca.com.au/payment-statistics/transaction-statistics/cards /.

8. http://www.fashionvalet.com/

9. http://www.guiddini.com/

10. http://www.internetlivestats.com/internet-users/

11. http://www.lazada.com/

12. http://www.lelong.com.my/

13. http://www.statista.com/statistics/191173/us-holiday-season-retail-e-commerce-sales-since-2005/

14. http://www.zalora.com.my/

15. https://dz.opensooq.com/ar/site/about-us

الملاحـــــق

الملحق رقم:1

المؤشرات الاقتصادية لدولة ماليزيا.

Table 1.2

Malaysia - Key Economic Indicators

	2012	2013	2014*p*	2015*f*
Population (million persons)	29.5	29.9	30.3	30.6
Labour force (million persons)	13.1	13.6	14.0	14.4
Employment (million persons)	12.7	13.2	13.6	14.0
Unemployment (as % of labour force)	3.0	3.1	2.9	3.0
Per Capita Income (RM)	30,698	31,844	34,123	35,572
(USD)	9,938	10,106	10,426	9,914[6]
NATIONAL PRODUCT (% change)				
Real GDP at 2005 prices[1]	5.6	4.7	6.0	4.5 ~ 5.5
(RM billion)	751.9	787.6	835.0	877.2
Agriculture, forestry and fishery	1.3	2.1	2.6	0.3
Mining and quarrying	1.0	0.7	3.1	3.0
Manufacturing	4.8	3.5	6.2	4.9
Construction	18.6	10.9	11.6	10.3
Services	6.4	5.9	6.3	5.6
Nominal GNI	4.9	5.2	8.4	5.5
(RM billion)	905.9	952.6	1,032.6	1,089.4
Real GNI	3.9	5.3	6.0	5.2
(RM billion)	693.6	730.5	774.6	814.9
Real aggregate domestic demand[2]	10.7	7.4	6.0	6.0
Private expenditure	11.3	8.6	8.0	6.7
Consumption	8.2	7.2	7.1	6.0
Investment	22.8	13.1	11.0	9.0
Public expenditure	9.2	4.4	0.2	3.7
Consumption	5.0	6.3	4.4	2.7
Investment	14.6	2.2	-4.9	5.1
Gross national savings (as % of GNI)	33.0	31.2	30.9	29.8
BALANCE OF PAYMENTS (RM billion)				
Goods balance	125.2	108.2	125.1	94.2
Exports	686.0	679.1	726.0	723.9
Imports	560.9	570.9	601.0	629.7
Services balance	-16.2	-16.7	-20.5	-16.4
Primary income, net	-36.1	-34.1	-37.4	-38.0
Secondary income, net	-18.5	-17.5	-17.6	-18.5
Current account balance	54.5	39.9	49.5	21.4
(as % of GNI)	6.0	4.2	4.8	2.0 ~ 3.0
Bank Negara Malaysia international reserves, net[3]	427.2	441.9	405.3	-
(in months of retained imports)	9.5	9.5	8.3	-
PRICES (% change)				
CPI (2010=100)[4]	1.6	2.1	3.2	2.0 ~ 3.0
PPI (2010=100)[5]	0.1	-1.7	1.4	-
Real wage per employee in the manufacturing sector	4.7	5.8	4.4	-

[1] Beginning 2012, real GDP has been rebased to 2005 prices, from 2000 prices previously
[2] Exclude stocks
[3] All assets and liabilities in foreign currencies have been revalued into ringgit at rates of exchange ruling on the balance sheet date and the gain/loss has been reflected accordingly in the Bank's account
[4] Effective 2011, the Consumer Price Index has been revised to the new base year 2010=100, from 2005=100 previously
[5] Effective 2015, the Producer Price Index has been revised to the new base year 2010=100, from 2005=100 previously
[6] Based on average USD exchange rate for the period of January-February 2015
p Preliminary
f Forecast

Note: Numbers may not necessarily add up due to rounding

Source: Department of Statistics, Malaysia and Bank Negara Malaysia

الملحق رقم 2

مؤشر الجاهزية الشبكية.

The Networked Readiness Index 2009–2010

Country/ Economy	Rank	Score	Rank within income group*	
Sweden	**1**	**5.65**	**HI**	**1**
Singapore	2	5.64	HI	2
Denmark	3	5.54	HI	3
Switzerland	4	5.48	HI	4
United States	5	5.46	HI	5
Finland	6	5.44	HI	6
Canada	7	5.36	HI	7
Hong Kong SAR	8	5.33	HI	8
Netherlands	9	5.32	HI	9
Norway	10	5.22	HI	10
Taiwan, China	11	5.20	HI	11
Iceland	12	5.20	HI	12
United Kingdom	13	5.17	HI	13
Germany	14	5.16	HI	14
Korea, Rep.	15	5.14	HI	15
Australia	16	5.06	HI	16
Luxembourg	17	5.02	HI	17
France	18	4.99	HI	18
New Zealand	19	4.94	HI	19
Austria	20	4.94	HI	20
Japan	21	4.89	HI	21
Belgium	22	4.86	HI	22
United Arab Emirates	23	4.85	HI	23
Ireland	24	4.82	HI	24
Estonia	25	4.81	HI	25
Malta	26	4.75	HI	26
Malaysia	**27**	**4.65**	**UM**	**1**
Israel	28	4.58	HI	27
Bahrain	29	4.58	HI	28
Qatar	30	4.53	HI	29
Slovenia	31	4.51	HI	30
Cyprus	32	4.48	HI	31
Portugal	33	4.41	HI	32
Spain	34	4.37	HI	33
Barbados	35	4.36	HI	34
Czech Republic	36	4.35	HI	35
China	**37**	**4.31**	**LM**	**1**
Saudi Arabia	38	4.30	HI	36
Tunisia	39	4.22	LM	2
Chile	40	4.13	UM	2
Lithuania	41	4.12	UM	3
Montenegro	42	4.10	UM	4
India	43	4.09	LM	3
Jordan	44	4.09	LM	4
Puerto Rico	45	4.07	HI	37
Hungary	46	3.98	HI	38
Thailand	47	3.97	LM	5
Italy	48	3.97	HI	39
Costa Rica	49	3.95	UM	5
Oman	50	3.91	HI	40
Croatia	51	3.91	HI	41
Latvia	52	3.90	UM	6
Mauritius	53	3.89	UM	7
Vietnam	**54**	**3.87**	**LO**	**1**
Slovak Republic	55	3.86	HI	42
Greece	56	3.82	HI	43
Uruguay	57	3.81	UM	8
Panama	58	3.81	UM	9
Romania	59	3.80	UM	10
Colombia	60	3.80	UM	11
Brazil	61	3.80	UM	12
South Africa	62	3.78	UM	13
Brunei Darussalam	63	3.77	HI	44
Azerbaijan	64	3.75	LM	6
Poland	65	3.74	UM	14
Jamaica	66	3.73	UM	15
Indonesia	67	3.72	LM	7
Kazakhstan	68	3.68	UM	16
Turkey	69	3.68	UM	17
Egypt	70	3.67	LM	8
Bulgaria	71	3.66	UM	18
Sri Lanka	72	3.65	LM	9
Macedonia, FYR	73	3.64	UM	19
Dominican Republic	74	3.64	UM	20
Senegal	75	3.63	LO	2
Kuwait	76	3.62	HI	45
Gambia, The	77	3.61	LO	3
Mexico	78	3.61	UM	21
Trinidad and Tobago	79	3.60	HI	46
Russian Federation	80	3.58	UM	22
El Salvador	81	3.55	LM	10
Ukraine	82	3.53	LM	11
Guatemala	83	3.53	LM	12
Serbia	84	3.51	UM	23
Philippines	85	3.51	LM	13
Botswana	86	3.47	UM	24
Pakistan	87	3.44	LM	14
Morocco	88	3.43	LM	15
Namibia	89	3.40	UM	25
Kenya	90	3.40	LO	4
Argentina	91	3.38	UM	26
Peru	92	3.38	UM	27
Georgia	93	3.38	LM	16
Mongolia	94	3.36	LM	17
Albania	95	3.27	LM	18
Mali	96	3.27	LO	5
Zambia	97	3.26	LO	6
Ghana	98	3.25	LO	7
Nigeria	99	3.25	LM	19
Guyana	100	3.22	LM	20
Armenia	101	3.20	LM	21
Mauritania	102	3.19	LO	8
Libya	103	3.16	UM	28
Côte d'Ivoire	104	3.16	LM	22
Syria	105	3.13	LM	23
Honduras	106	3.13	LM	24
Lesotho	107	3.12	LM	25
Burkina Faso	108	3.10	LO	9
Tajikistan	109	3.09	LO	10
Bosnia and Herzegovina	110	3.07	UM	29
Benin	111	3.06	LO	11
Venezuela	112	3.06	UM	30
Algeria	113	3.05	UM	31
Ecuador	114	3.04	LM	26
Uganda	115	3.03	LO	12
Mozambique	116	3.03	LO	13
Cambodia	117	3.03	LO	14
Bangladesh	118	3.01	LO	15
Malawi	119	3.01	LO	16
Tanzania	120	3.01	LO	17
Madagascar	121	3.00	LO	18
Ethiopia	122	2.98	LO	19
Kyrgyz Republic	123	2.97	LO	20
Nepal	124	2.95	LO	21
Nicaragua	125	2.95	LM	27
Suriname	126	2.92	UM	32
Paraguay	127	2.88	LM	28
Cameroon	128	2.86	LM	29
Burundi	129	2.80	LO	22
Timor-Leste	130	2.69	LM	30
Bolivia	131	2.68	LM	31
Zimbabwe	132	2.67	LO	23
Chad	133	2.57	LO	24

* Income groups: HI = high income; UM = upper-middle income; LM = lower-middle income; LO = low income. The highest-ranked economy of each income group appears in bold blue typeface. Country classification by income group is from the World Bank (situation as of December 2009).

(Cont'd.)

The Networked Readiness Index 2010–2011

Country/ Economy	Rank	Score	Rank within income group*	
Sweden	**1**	**5.60**	**HI**	**1**
Singapore	2	5.59	HI	2
Finland	3	5.43	HI	3
Switzerland	4	5.33	HI	4
United States	5	5.33	HI	5
Taiwan, China	6	5.30	HI	6
Denmark	7	5.29	HI	7
Canada	8	5.21	HI	8
Norway	9	5.21	HI	9
Korea, Rep.	10	5.19	HI	10
Netherlands	11	5.19	HI	11
Hong Kong SAR	12	5.19	HI	12
Germany	13	5.14	HI	13
Luxembourg	14	5.14	HI	14
United Kingdom	15	5.12	HI	15
Iceland	16	5.07	HI	16
Australia	17	5.06	HI	17
New Zealand	18	5.03	HI	18
Japan	19	4.95	HI	19
France	20	4.92	HI	20
Austria	21	4.90	HI	21
Israel	22	4.81	HI	22
Belgium	23	4.80	HI	23
United Arab Emirates	24	4.80	HI	24
Qatar	25	4.79	HI	25
Estonia	26	4.76	HI	26
Malta	27	4.76	HI	27
Malaysia	**28**	**4.74**	**UM**	**1**
Ireland	29	4.71	HI	28
Bahrain	30	4.64	HI	29
Cyprus	31	4.50	HI	30
Portugal	32	4.50	HI	31
Saudi Arabia	33	4.44	HI	32
Slovenia	34	4.44	HI	33
Tunisia	**35**	**4.35**	**LM**	**1**
China	36	4.35	LM	2
Spain	37	4.33	HI	34
Barbados	38	4.32	HI	35
Chile	39	4.28	UM	2
Czech Republic	40	4.27	HI	36
Oman	41	4.25	HI	37
Lithuania	42	4.20	UM	3
Puerto Rico	43	4.10	HI	38
Montenegro	44	4.09	UM	4
Uruguay	45	4.06	UM	5
Costa Rica	46	4.05	UM	6
Mauritius	47	4.03	UM	7
India	48	4.03	LM	3
Hungary	49	4.03	HI	39
Jordan	50	4.00	LM	4
Italy	51	3.97	HI	40
Latvia	52	3.93	HI	41
Indonesia	53	3.92	LM	5
Croatia	54	3.91	HI	42
Vietnam	55	3.90	LM	6
Brazil	56	3.90	UM	8
Brunei Darussalam	57	3.89	HI	43
Colombia	58	3.89	UM	9
Thailand	59	3.89	LM	7
Panama	60	3.89	UM	10
South Africa	61	3.86	UM	11
Poland	62	3.84	HI	44
Trinidad and Tobago	63	3.83	HI	45
Greece	64	3.83	HI	46
Romania	65	3.81	UM	12
Sri Lanka	66	3.81	LM	8
Kazakhstan	67	3.80	UM	13
Bulgaria	68	3.79	UM	14
Slovak Republic	69	3.79	HI	47
Azerbaijan	70	3.79	UM	15
Turkey	71	3.79	UM	16
Macedonia, FYR	72	3.79	UM	17
Jamaica	73	3.78	UM	18
Egypt	74	3.76	LM	9
Kuwait	75	3.74	HI	48
Gambia, The	**76**	**3.70**	**LO**	**1**
Russian Federation	77	3.69	UM	19
Mexico	78	3.69	UM	20
Dominican Republic	79	3.62	UM	21
Senegal	80	3.61	LM	10
Kenya	81	3.60	LO	2
Namibia	82	3.58	UM	22
Morocco	83	3.57	LM	11
Cape Verde	84	3.57	LM	12
Mongolia	85	3.57	LM	13
Philippines	86	3.57	LM	14
Albania	87	3.56	UM	23
Pakistan	88	3.54	LM	15
Peru	89	3.54	UM	24
Ukraine	90	3.53	LM	16
Botswana	91	3.53	UM	25
El Salvador	92	3.52	LM	17
Serbia	93	3.52	UM	26
Guatemala	94	3.51	LM	18
Lebanon	95	3.49	UM	27
Argentina	96	3.47	UM	28
Moldova	97	3.45	LM	19
Georgia	98	3.45	LM	20
Ghana	99	3.44	LO	3
Guyana	100	3.43	LM	21
Iran, Islamic Rep.	101	3.41	UM	29
Zambia	102	3.36	LO	4
Honduras	103	3.34	LM	22
Nigeria	104	3.32	LM	23
Malawi	105	3.31	LO	5
Mozambique	106	3.29	LO	6
Uganda	107	3.26	LO	7
Ecuador	108	3.26	LM	24
Armenia	109	3.24	LM	25
Bosnia and Herzegovina	110	3.24	UM	30
Cambodia	111	3.23	LO	8
Tajikistan	112	3.23	LO	9
Côte d'Ivoire	113	3.20	LM	26
Benin	114	3.20	LO	10
Bangladesh	115	3.19	LO	11
Kyrgyz Republic	116	3.18	LO	12
Algeria	117	3.17	UM	31
Tanzania	118	3.16	LO	13
Venezuela	119	3.16	UM	32
Mali	120	3.14	LO	14
Lesotho	121	3.14	LM	27
Burkina Faso	122	3.09	LO	15
Ethiopia	123	3.08	LO	16
Syria	124	3.06	LM	28
Cameroon	125	3.04	LM	29
Libya	126	3.03	UM	33
Paraguay	127	3.00	LM	30
Nicaragua	128	2.99	LM	31
Madagascar	129	2.98	LO	17
Mauritania	130	2.98	LO	18
Nepal	131	2.97	LO	19
Zimbabwe	132	2.93	LO	20
Angola	133	2.93	LM	32
Swaziland	134	2.91	LM	33
Bolivia	135	2.89	LM	34
Timor-Leste	136	2.72	LM	35
Burundi	137	2.67	LO	21
Chad	138	2.59	LO	22

* Income groups: *HI* = high income; *UM* = upper-middle income; *LM* = lower-middle income; *LO* = low income. The highest-ranked economy of each income group appears in bold typeface. Country classification by income group is from the World Bank (situation as of December 2010).

(Cont'd.)

Table 1: The Networked Readiness Index 2012

Rank	Country/Economy	Score	Group*
1	Sweden	5.94	ADV
2	Singapore	5.86	ADV
3	Finland	5.81	ADV
4	Denmark	5.70	ADV
5	Switzerland	5.61	ADV
6	Netherlands	5.60	ADV
7	Norway	5.59	ADV
8	United States	5.56	ADV
9	Canada	5.51	ADV
10	United Kingdom	5.50	ADV
11	Taiwan, China	5.48	ADV
12	Korea, Rep.	5.47	ADV
13	Hong Kong SAR	5.46	ADV
14	New Zealand	5.36	ADV
15	Iceland	5.33	ADV
16	Germany	5.32	ADV
17	Australia	5.29	ADV
18	Japan	5.25	ADV
19	Austria	5.25	ADV
20	Israel	5.24	ADV
21	Luxembourg	5.22	ADV
22	Belgium	5.13	ADV
23	France	5.12	ADV
24	Estonia	5.09	ADV
25	Ireland	5.02	ADV
26	Malta	4.91	ADV
27	Bahrain	4.90	MENA
28	Qatar	4.81	MENA
29	Malaysia	4.80	DEVASIA
30	United Arab Emirates	4.77	MENA
31	Lithuania	4.66	CEE
32	Cyprus	4.66	ADV
33	Portugal	4.63	ADV
34	Saudi Arabia	4.62	MENA
35	Barbados	4.61	LATAM
36	Puerto Rico	4.59	ADV
37	Slovenia	4.58	ADV
38	Spain	4.54	ADV
39	Chile	4.44	LATAM
40	Oman	4.35	MENA
41	Latvia	4.35	CEE
42	Czech Republic	4.33	ADV
43	Hungary	4.30	CEE
44	Uruguay	4.28	LATAM
45	Croatia	4.22	CEE
46	Montenegro	4.22	CEE
47	Jordan	4.17	MENA
48	Italy	4.17	ADV
49	Poland	4.16	CEE
50	Tunisia	4.12	MENA
51	China	4.11	DEVASIA
52	Turkey	4.07	CEE
53	Mauritius	4.06	SSA
54	Brunei Darussalam	4.04	DEVASIA
55	Kazakhstan	4.03	CIS
56	Russian Federation	4.02	CIS
57	Panama	4.01	LATAM
58	Costa Rica	4.00	LATAM
59	Greece	3.99	ADV
60	Trinidad and Tobago	3.98	LATAM
61	Azerbaijan	3.95	CIS
62	Kuwait	3.95	MENA
63	Mongolia	3.95	CIS
64	Slovak Republic	3.94	ADV
65	Brazil	3.92	LATAM
66	Macedonia, FYR	3.91	CEE
67	Romania	3.90	CEE
68	Albania	3.89	CEE
69	India	3.89	DEVASIA
70	Bulgaria	3.89	CEE
71	Sri Lanka	3.88	DEVASIA
72	South Africa	3.87	SSA
73	Colombia	3.87	LATAM
74	Jamaica	3.86	LATAM
75	Ukraine	3.85	CIS
76	Mexico	3.82	LATAM
77	Thailand	3.78	DEVASIA
78	Moldova	3.78	CIS
79	Egypt	3.77	MENA
80	Indonesia	3.75	DEVASIA
81	Cape Verde	3.71	SSA
82	Rwanda	3.70	SSA
83	Vietnam	3.70	DEVASIA
84	Bosnia and Herzegovina	3.65	CEE
85	Serbia	3.64	CEE
86	Philippines	3.64	DEVASIA
87	Dominican Republic	3.60	LATAM
88	Georgia	3.60	CIS
89	Botswana	3.58	SSA
90	Guyana	3.58	LATAM
91	Morocco	3.56	MENA
92	Argentina	3.52	LATAM
93	Kenya	3.51	SSA
94	Armenia	3.49	CIS
95	Lebanon	3.49	MENA
96	Ecuador	3.46	LATAM
97	Ghana	3.44	SSA
98	Guatemala	3.43	LATAM
99	Honduras	3.43	LATAM
100	Senegal	3.42	SSA
101	Gambia, The	3.41	SSA
102	Pakistan	3.39	DEVASIA
103	El Salvador	3.38	LATAM
104	Iran, Islamic Rep.	3.36	MENA
105	Namibia	3.35	SSA
106	Peru	3.34	LATAM
107	Venezuela	3.32	LATAM
108	Cambodia	3.32	DEVASIA
109	Zambia	3.26	SSA
110	Uganda	3.25	SSA
111	Paraguay	3.25	LATAM
112	Nigeria	3.22	SSA
113	Bangladesh	3.20	DEVASIA
114	Tajikistan	3.19	CIS
115	Kyrgyz Republic	3.13	CIS
116	Malawi	3.05	SSA
117	Benin	3.05	SSA
118	Algeria	3.01	MENA
119	Belize	3.01	LATAM
120	Mozambique	2.99	SSA
121	Suriname	2.99	LATAM
122	Côte d'Ivoire	2.98	SSA
123	Tanzania	2.95	SSA
124	Zimbabwe	2.94	SSA
125	Cameroon	2.93	SSA
126	Mali	2.93	SSA
127	Bolivia	2.92	LATAM
128	Nepal	2.92	DEVASIA
129	Syria	2.85	MENA
130	Ethiopia	2.85	SSA
131	Nicaragua	2.84	LATAM
132	Timor-Leste	2.84	DEVASIA
133	Lesotho	2.78	SSA
134	Madagascar	2.73	SSA
135	Burkina Faso	2.72	SSA
136	Swaziland	2.70	SSA
137	Burundi	2.57	SSA
138	Chad	2.55	SSA
139	Mauritania	2.55	MENA
140	Angola	2.49	SSA
141	Yemen	2.41	MENA
142	Haiti	2.27	LATAM

Note: Group classification follows the International Monetary Fund's classification (situation as of September 2011).
* Groups: ADV = Advanced economies; CEE = Central and Eastern Europe; CIS = Commonwealth of Independent States and Mongolia; DEVASIA = Developing Asia; LATAM = Latin America and the Caribbean; MENA = Middle East and North Africa; SSA = Sub-Saharan Africa.

© 2012 World Economic Forum

The Networked Readiness Index 2013

Rank	Country/Economy	Score	2012 rank (out of 142)
1	Finland	5.98	3
2	Singapore	5.96	2
3	Sweden	5.91	1
4	Netherlands	5.81	6
5	Norway	5.66	7
6	Switzerland	5.66	5
7	United Kingdom	5.64	10
8	Denmark	5.58	4
9	United States	5.57	8
10	Taiwan, China	5.47	11
11	Korea, Rep.	5.46	12
12	Canada	5.44	9
13	Germany	5.43	16
14	Hong Kong SAR	5.40	13
15	Israel	5.39	20
16	Luxembourg	5.37	21
17	Iceland	5.31	15
18	Australia	5.26	17
19	Austria	5.25	19
20	New Zealand	5.25	14
21	Japan	5.24	18
22	Estonia	5.12	24
23	Qatar	5.10	28
24	Belgium	5.10	22
25	United Arab Emirates	5.07	30
26	France	5.06	23
27	Ireland	5.05	25
28	Malta	4.90	26
29	Bahrain	4.83	27
30	Malaysia	4.82	29
31	Saudi Arabia	4.82	34
32	Lithuania	4.72	31
33	Portugal	4.67	33
34	Chile	4.59	39
35	Cyprus	4.59	32
36	Puerto Rico	4.55	36
37	Slovenia	4.53	37
38	Spain	4.51	38
39	Barbados	4.49	35
40	Oman	4.48	40
41	Latvia	4.43	41
42	Czech Republic	4.38	42
43	Kazakhstan	4.32	55
44	Hungary	4.29	43
45	Turkey	4.22	52
46	Panama	4.22	57
47	Jordan	4.20	47
48	Montenegro	4.20	46
49	Poland	4.19	49
50	Italy	4.18	48
51	Croatia	4.17	45
52	Uruguay	4.16	44
53	Costa Rica	4.15	58
54	Russian Federation	4.13	56
55	Mauritius	4.12	53
56	Azerbaijan	4.11	61
57	Brunei Darussalam	4.11	54
58	China	4.03	51
59	Mongolia	4.01	63
60	Brazil	3.97	65
61	Slovak Republic	3.95	64
62	Kuwait	3.94	62
63	Mexico	3.93	76
64	Greece	3.93	59
65	Georgia	3.93	88
66	Colombia	3.91	73
67	Macedonia, FYR	3.89	66
68	India	3.88	69
69	Sri Lanka	3.88	71
70	South Africa	3.87	72
71	Bulgaria	3.87	70
72	Trinidad and Tobago	3.87	60
73	Ukraine	3.87	75
74	Thailand	3.86	77
75	Romania	3.86	67
76	Indonesia	3.84	80
77	Moldova	3.84	78
78	Bosnia and Herzegovina	3.80	84
79	Seychelles	3.80	n/a
80	Egypt	3.78	79
81	Cape Verde	3.78	81
82	Armenia	3.76	94
83	Albania	3.75	68
84	Vietnam	3.74	83
85	Jamaica	3.74	74
86	Philippines	3.73	86
87	Serbia	3.70	85
88	Rwanda	3.68	82
89	Morocco	3.64	91
90	Dominican Republic	3.62	87
91	Ecuador	3.58	96
92	Kenya	3.54	93
93	El Salvador	3.53	103
94	Lebanon	3.53	95
95	Ghana	3.51	97
96	Botswana	3.50	89
97	Liberia	3.48	n/a
98	Gambia, The	3.47	101
99	Argentina	3.47	92
100	Guyana	3.45	90
101	Iran, Islamic Rep.	3.43	104
102	Guatemala	3.42	98
103	Peru	3.39	106
104	Paraguay	3.37	111
105	Pakistan	3.35	102
106	Cambodia	3.34	108
107	Senegal	3.33	100
108	Venezuela	3.33	107
109	Honduras	3.32	99
110	Uganda	3.30	110
111	Namibia	3.29	105
112	Tajikistan	3.29	114
113	Nigeria	3.27	112
114	Bangladesh	3.22	113
115	Zambia	3.19	109
116	Zimbabwe	3.17	124
117	Suriname	3.13	121
118	Kyrgyz Republic	3.09	115
119	Bolivia	3.01	127
120	Côte d'Ivoire	3.00	122
121	Gabon	2.97	n/a
122	Mali	2.97	126
123	Benin	2.97	117
124	Cameroon	2.95	125
125	Nicaragua	2.93	131
126	Nepal	2.93	128
127	Tanzania	2.92	123
128	Ethiopia	2.85	130
129	Malawi	2.83	116
130	Burkina Faso	2.80	135
131	Algeria	2.78	118
132	Libya	2.77	n/a
133	Mozambique	2.76	120
134	Timor-Leste	2.72	132
135	Mauritania	2.71	139
136	Swaziland	2.69	136
137	Madagascar	2.69	134
138	Lesotho	2.68	133
139	Yemen	2.63	141
140	Guinea	2.61	n/a
141	Haiti	2.58	142
142	Chad	2.53	138
143	Sierra Leone	2.53	n/a
144	Burundi	2.30	137

@ 2013 World Economic Forum

The Networked Readiness Index 2014

Rank	Country/Economy	Value	2013 rank (out of 144)
1	Finland	6.04	1
2	Singapore	5.97	2
3	Sweden	5.93	3
4	Netherlands	5.79	4
5	Norway	5.70	5
6	Switzerland	5.62	6
7	United States	5.61	9
8	Hong Kong SAR	5.60	14
9	United Kingdom	5.54	7
10	Korea, Rep.	5.54	11
11	Luxembourg	5.53	16
12	Germany	5.50	13
13	Denmark	5.50	8
14	Taiwan, China	5.47	10
15	Israel	5.42	15
16	Japan	5.41	21
17	Canada	5.41	12
18	Australia	5.40	18
19	Iceland	5.30	17
20	New Zealand	5.27	20
21	Estonia	5.27	22
22	Austria	5.26	19
23	Qatar	5.22	23
24	United Arab Emirates	5.20	25
25	France	5.09	26
26	Ireland	5.07	27
27	Belgium	5.06	24
28	Malta	4.96	28
29	Bahrain	4.86	29
30	Malaysia	4.83	30
31	Lithuania	4.78	32
32	Saudi Arabia	4.78	31
33	Portugal	4.73	33
34	Spain	4.69	38
35	Chile	4.61	34
36	Slovenia	4.60	37
37	Cyprus	4.60	35
38	Kazakhstan	4.58	43
39	Latvia	4.58	41
40	Oman	4.56	40
41	Puerto Rico	4.54	36
42	Czech Republic	4.49	42
43	Panama	4.36	46
44	Jordan	4.36	47
45	Brunei Darussalam	4.34	57
46	Croatia	4.34	51
47	Hungary	4.32	44
48	Mauritius	4.31	55
49	Azerbaijan	4.31	56
50	Russian Federation	4.30	54
51	Turkey	4.30	45
52	Montenegro	4.27	48
53	Costa Rica	4.25	53
54	Poland	4.24	49
55	Barbados	4.22	39
56	Uruguay	4.22	52
57	Macedonia, FYR	4.19	67
58	Italy	4.18	50
59	Slovak Republic	4.12	61
60	Georgia	4.09	65
61	Mongolia	4.07	59
62	China	4.05	58
63	Colombia	4.05	66
64	Indonesia	4.04	76
65	Armenia	4.03	82
66	Seychelles	4.02	79
67	Thailand	4.01	74
68	Bosnia and Herzegovina	3.99	78
69	Brazil	3.98	60
70	South Africa	3.98	70
71	Trinidad and Tobago	3.97	72
72	Kuwait	3.96	62
73	Bulgaria	3.96	71
74	Greece	3.95	64
75	Romania	3.95	75
76	Sri Lanka	3.94	69
77	Moldova	3.89	77
78	Philippines	3.89	86
79	Mexico	3.89	63
80	Serbia	3.88	87
81	Ukraine	3.87	73
82	Ecuador	3.85	91
83	India	3.85	68
84	Vietnam	3.84	84
85	Rwanda	3.78	88
86	Jamaica	3.77	85
87	Tunisia	3.77	n/a
88	Guyana	3.77	100
89	Cape Verde	3.73	81
90	Peru	3.73	103
91	Egypt	3.71	80
92	Kenya	3.71	92
93	Dominican Republic	3.69	90
94	Bhutan	3.68	n/a
95	Albania	3.66	83
96	Ghana	3.65	95
97	Lebanon	3.64	94
98	El Salvador	3.63	93
99	Morocco	3.61	89
100	Argentina	3.53	99
101	Guatemala	3.52	102
102	Paraguay	3.47	104
103	Botswana	3.43	96
104	Iran, Islamic Rep.	3.42	101
105	Namibia	3.41	111
106	Venezuela	3.39	108
107	Gambia, The	3.38	98
108	Cambodia	3.36	106
109	Lao PDR	3.34	n/a
110	Zambia	3.34	115
111	Pakistan	3.33	105
112	Nigeria	3.31	113
113	Suriname	3.30	117
114	Senegal	3.30	107
115	Uganda	3.25	110
116	Honduras	3.24	109
117	Zimbabwe	3.24	116
118	Kyrgyz Republic	3.22	118
119	Bangladesh	3.21	114
120	Bolivia	3.21	119
121	Liberia	3.19	97
122	Côte d'Ivoire	3.14	120
123	Nepal	3.09	126
124	Nicaragua	3.08	125
125	Tanzania	3.04	127
126	Swaziland	3.00	136
127	Mali	3.00	122
128	Gabon	2.98	121
129	Algeria	2.98	131
130	Ethiopia	2.95	128
131	Cameroon	2.94	124
132	Malawi	2.90	129
133	Lesotho	2.88	138
134	Sierra Leone	2.85	143
135	Benin	2.82	123
136	Burkina Faso	2.78	130
137	Mozambique	2.77	133
138	Libya	2.75	132
139	Madagascar	2.74	137
140	Yemen	2.73	139
141	Timor-Leste	2.69	134
142	Mauritania	2.61	135
143	Haiti	2.52	141
144	Angola	2.52	n/a
145	Guinea	2.48	140
146	Myanmar	2.35	n/a
147	Burundi	2.31	144
148	Chad	2.22	142

© 2014 World Economic Forum

الملحق رقم:3

المؤشرات الاقتصادية للجزائر

BALANCE DES PAIEMENTS

	2010	2011	2012	2013	2014 *
	(En milliards de dollars E.U. ; sauf indication contraire)				
Solde extérieur courant	**12,149**	**17,766**	**12,493**	**0,999**	**-5,424**
Balance commerciale	18,205	25,861	20,187	9,727	0,328
Exportations (f.o.b.)	57,090	72,888	71,736	64,714	59,986
Hydrocarbures	56,121	71,661	70,589	63,682	59,362
Autres (hors hydrocarbures)	0,968	1,227	1,153	1,051	1,634
Importations (f.o.b.)	-38,885	-46,927	-51,589	-54,987	-59,670
Services, hors revenus des facteurs, nets	-8,340	-8,805	-7,009	-6,988	-8,159
Crédits	3,567	3,745	3,822	3,778	3,547
Débits	-11,907	-12,550	-10,829	-10,727	-11,706
Revenus des facteurs nets	-0,368	-2,030	-3,085	-4,521	-4,893
Crédits	4,598	4,453	3,733	3,549	3,170
Débits	-4,964	-6,482	-7,039	-8,069	-8,053
Paiements des intérêts	-0,110	-0,241	-0,134	-0,067	-0,045
Autres	-4,854	-6,251	-7,505	-8,002	-8,008
dont: part des associés (hydrocarb.)	-3,830	-4,870	-6,342	-5,911	-5,256
Transferts nets	2,650	2,849	3,183	2,782	3,282
Solde du compte de capital	**3,177**	**2,378**	**-0,361**	**-0,865**	**3,554**
Compte de capital			-0,009		-0,009
Investissements directs nets	3,478	2,046	1,541	1,961	1,534
Capitaux officiels nets	**0,136**	**-1,081**	**-0,587**	**-0,364**	**0,518**
Tirages	0,575	0,067	0,266	0,185	0,672
Amortissements	-0,439	-1,148	-0,853	-0,549	-0,154
Erreurs et omissions (en net)	-0,437	1,411	-1,386	-2,442	1,505
Solde global	**15,326**	**20,141**	**12,057**	**0,134**	**-5,880**
Financement	**-15,326**	**-20,141**	**-12,057**	**-0,134**	**5,880**
Augmentation des réserves brutes (-)	-14,866	-20,036	-12,216	-0,239	5,556
Rachats au FMI					
Autres créances, produits de placement d	-0,079	0,102	0,195	0,187	0,347
Allocations de DTS					
Position de réserves au FMI	-0,252	-0,208	-0,036	-0,082	-0,022
Pour mémoire :					
Réserves brutes (or non compris)	182,221	160,324	190,661	194,012	178,938
En mois d'importations des biens et services non facteurs	**38,326**	**36,748**	**36,667**	**35,401**	**30,084**
Valeur unitaire des exportations du pétrole brut (dollars E.U./bari)	80,150	112,943	111,035	109,550	100,788

* Situation provisoire

Source : Banque d'Algérie ; Direction Générale des Douanes

ملخص:

إن استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال وتزايد الإقبال عليها، أدى إلى تغيير نمط التجارة والتبادل التجاري في العالم لتظهر التجارة الإلكترونية، الأمر الذي استدعى ضرورة تحديث وسائل الدفع بالشكل الذي يلاءم المعاملات التجارية الإلكترونية، حيث ساعد ظهور وسائل الدفع الإلكترونية على تسريع إبرام الصفقات وتنظيمها، وجعلها أكثر أمانا مما كانت عليه.

ولقد حاولنا من خلال دراستنا هذه توضيح وإبراز الأهمية البالغة والأثر الإيجابي والفعال الذي يمكن أن تلعبه وسائل الدفع الإلكترونية في نمو حجم التجارة الإلكترونية في كل من ماليزيا والجزائر.

الكلمات المفتاحية: التجارة الإلكترونية، وسائل الدفع الإلكترونية، ماليزيا، الجزائر.

Abstract:

The use of information and communication technologies and the increasing demand for them, resulting in a change in the method and the type of trade and commerce, and in particulaire what is known as e-commerce, which led to the modernization of payments in a manner suitable for transactions with this new commerce or electronic commerce, which is known as electronic Order who helped through its means, to make their business transactions are very fast manner and in a way very organized and make it safe trade.

We have tried through this study clarifying and highlighting the importance of the means of electronic payment and the extent of positives in both the State of Malaysia, Algeria.

key words: Electronic commerce, electronic means of payment, Malaysia, Algeria.