

جامعة ابن خلدون - تيارت -

كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير

قسم علوم التسيير

أثر تكنولوجيا الإعلام والاتصال في تفعيل

الأعمال المالية والتجارية في المؤسسات

دراسة حالة - بنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة تيارت 554-

مذكرة تخرج تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر

تخصص: مالية

الأستاذ المشرف:

- مسري الجيلالي

إعداد الطالبة:

- حديدي فتيحة

نوقشت وأجيزت علنا بتاريخ: .....

السنة الجامعية: 2015/2014

# كلمة شكر

الحمد لله عدد خلقه ورضا نفسه وزنة عرشه ومداد كلماته حمدا طيبا كثيرا مباركا فيه، كما ينبغي لجلال وجهه وعظيم سلطانه والصلاة والسلام على المبعوث رحمة للعالمين وعلى اله وصحبه. لا يسعني بعد أن وفقني الله إلى إتمام هذا الموضوع المتواضع والوصول به إلى الغاية المنشودة، مستفيدة بذلك من معلومات ثرية وقيمة، إلا أن أتقدم بجزيل الشكر والتقدير وعظيم الامتنان إلى أستاذي الفاضل "مسري الجيلالي" الذي تواضع مشكورا وأشرف على هذا الموضوع، ولم يوفر عني أي معلومة من أجل إنجازة مقدما الكثير من وقته وجهده في قراءته ومراجعته وإبداء ملاحظاته وتوجيهاته القيمة، التي كان لها الأثر الأكبر في إتمام هذا العمل، فقد كان أستاذا وصاديقا وموجها.

كما أتقدم بالشكر وعظيم الامتنان لأساتذة كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير وذلك لما بذلوه مخلصين في مسؤولياتهم العلمية تجاه طلبة الدفعة.

كما لا يفوتني أيضا أن أشكر موظفي وكالة بدر - تيارت - 554 على حسن استقبالهم وتعاونهم الذي مكنتني من إجراء الدراسة الميدانية.

هؤلاء من ذكرتهم من أصحاب الفضل أما من غفلتهم من غير قصد فلهم مني كل الشكر

# إهداء

أهدي هذا العمل إلى من علماني مبادئ الحياة ورباني على الصدق والإخلاص  
إلى اللذان وهبا لي الأمل الذي أعيش له

إلى ثالث من يحبهم قلبي بعد الله ورسوله اللذان لو أهديتهما حياتي لن تكفي لتفيهما حقهما  
إلى ملاكي في الحياة... إلى معنى الحب وإلى معنى الحنان والتفاني... إلى بسمة الحياة وسر الوجود إلى من  
كان دعائها سر نجاحي وحنانها بلسم جراحي إلى أغلى الحبايب أمي الحبيبة.  
إلى من كلله الله بالهبة والوقار... إلى من علمني العطاء بدون انتظار... إلى من أحمل اسمه بكل افتخار  
...والذي العزيز

إلى من بهم أكبر وعليهم أعتد إلى من بوجودهم أكتسب قوة وحنة لا حدود لها  
إلى من عرفت معهم معنى الحياة إخوتي "عزيز، عبد القادر"  
إلى الأخوات اللواتي لمن تلدهن أمي إلى من تحلو بالإخاء وتميزوا بالوفاء والعطاء  
إلى من كانوا معي على طريق النجاح الخير إلى من عرفت كيف أجدهم وعلموني أن لا أضيعهم صديقاتي  
إلى كل من ساعدني من قريب أو من بعيد في عملي هذا  
إلى كل من يحمل في قلبه ذرة ودّي.

# فهرس

البسمة

الشكر

إهداء

قائمة الجداول والأشكال البيانية

قائمة الملاحق

2..... المقدمة

## الفصل الأول: تكنولوجيا الإعلام والاتصال

10..... تمهيد

11..... المبحث الأول: ماهية التكنولوجيا، الإعلام والاتصال

11..... المطلب الأول: التكنولوجيا

14..... المطلب الثاني: الإعلام

16..... المطلب الثالث: الاتصال

22..... المبحث الثاني: الإطار العام لتكنولوجيا الإعلام والاتصال

22..... المطلب الأول: مفهوم تكنولوجيا الإعلام والاتصال وبنيتها التحتية

24..... المطلب الثاني: خصائص تكنولوجيا الإعلام والاتصال وآثارها:

27..... المطلب الثالث: انعكاسات تكنولوجيا الإعلام والاتصال

29..... المبحث الثالث: شبكات الإعلام والاتصال

29..... المطلب الأول: مفهوم شبكات الإعلام والاتصال، مكوناتها ومزاياها

32..... المطلب الثاني: تصنيفات شبكات الإعلام والاتصال

38..... المطلب الثالث: الانترنت

41..... خلاصة الفصل

## الفصل الثاني: الأعمال المالية والتجارية للمؤسسات في ظل تكنولوجيا الإعلام والاتصال

- تمهيد: ..... 43
- المبحث الأول: الإدارة الالكترونية..... 44
- المطلب الأول: ماهية الإدارة الالكترونية ..... 44
- المطلب الثاني: عناصر الإدارة الالكترونية و متطلبات نجاح تطبيقها ..... 48
- المطلب الثالث: أهداف الإدارة الالكترونية ومعوقاتها..... 51
- المبحث الثاني: الأعمال التجارية الإلكترونية ..... 54
- المطلب الأول: ماهية الأعمال التجارية الإلكترونية ..... 54
- المطلب الثاني: نماذج الأعمال التجارية الالكترونية وفوائدها ..... 59
- المطلب الثالث : تحديات الأعمال التجارية الالكترونية ..... 61
- المبحث الثالث: الأعمال المالية الالكترونية ..... 63
- المطلب الأول: مفهوم الأعمال المالية الالكترونية وأسباب اللجوء إليها..... 63
- المطلب الثاني: وسائل الدفع الالكترونية..... 64
- المطلب الثالث: أنظمة الدفع الالكترونية ..... 66
- خلاصة الفصل: ..... 71

## الفصل الثالث: دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية

### –وكالة تيارت -554

- تمهيد: ..... 73
- المبحث الأول: الإطار العام لبنك الفلاحة والتنمية الريفية ..... 74
- المطلب الأول: نشأة بنك الفلاحة والتنمية الريفية وتطوره ..... 74

77	المطلب الثاني: أهداف بنك الفلاحة والتنمية الريفية و هيكله التنظيمي .....
80	المطلب الثالث: وكالة بدر تيارت 554 .....
83	المبحث الثاني: الأعمال التجارية الالكترونية في بنك الفلاحة و التنمية الريفية .....
83	المطلب الأول: البطاقات البنكية في بنك الفلاحة والتنمية الريفية .....
87	المطلب الثاني: خدمة بدر نت .....
93	المطلب الثالث: خدمة الرائد .....
95	المبحث الثالث: الأعمال المالية الالكترونية في بنك الفلاحة والتنمية الريفية .....
95	المطلب الأول: نظام التسوية الفورية الإجمالية ARTS .....
97	المطلب الثاني: نظام المقاصة الالكترونية ATCI .....
	المطلب الثالث: نظام سويفت والتحويلات المالية الالكترونية في بنك الفلاحة والتنمية الريفية
100	.....
102	..... خلاصة الفصل
104	..... خاتمة
110	..... قائمة المصادر والمراجع

## قائمة الجداول

الصفحة	عنوان الجدول	رقم الجدول
80	توزيع الوكالات التابعة للوكالة الجهوية تيارت 554	(01-03)
85	عدد البطاقات الكلاسيكية الموزعة على عملاء وكالة بدر تيارت 554	(02-03)
85	عدد البطاقات الذهبية الموزعة على عملاء وكالة بدر تيارت 554	(03-03)
86	عدد البطاقات البنكية CBRI الموزعة على عملاء وكالة بدر تيارت 554	(04-03)
87	عدد البطاقات التوفير الموزعة على عملاء وكالة بدر تيارت 554	(05-03)

## قائمة الأشكال

الصفحة	عنوان الشكل	رقم الشكل
21	عناصر الاتصال	(01-01)
34	الشبكة النجمية	(02-01)
35	الشبكة الحلقية	(03-01)
35	الشبكة الخطية	(04-01)
51	متطلبات نجاح تطبيق الإدارة الالكترونية	(01-02)
58	أنواع الأعمال التجارية الالكترونية	(02-02)
69	تسوية المدفوعات في نظام RTGS	(03-02)
79	الهيكل التنظيمي لبنك الفلاحة والتنمية الريفية	(01-03)
81	الهيكل التنظيمي لوكالة بدر تيارت 554	(02-03)
84	البطاقة CIB الكلاسيكية	(03-03)
86	البطاقة البنكية CBRI	(04-03)
87	بطاقة التوفير	(05-03)

88	واجهة خدمة بدر نت	(06-03)
89	طلب الانخراط في خدمة بدر نت	(07-03)
89	تغيير العميل لرقمه السري	(08-03)
90	عرض حساب العميل	(09-03)
90	خطوات الحصول على كشف حساب العميل	(10-03)
91	طباعة البيان الخاص بحساب العميل	(11-03)
92	أسعار الصرف	(12-03)
92	وكالات بنك الفلاحة والتنمية الريفية	(13-03)
94	تطبيقات خدمة الرائد	(14-03)
97	آلية عمل نظام التسوية الفورية الإجمالية في الجزائر	(15-03)
98	نظام المقاصة الالكترونية	(16-03)
101	تدفق الرسائل بين بنكين يستخدمان شبكة سويفت	(17-03)

### قائمة الملحق

رقم الملحق	عنوان الملحق
1	اتفاقية خاصة بالأفراد للاشتراك في خدمة بدر نت
2	اتفاقية خاصة بالمؤسسات للاشتراك في خدمة بدر نت
3	التصريح للمتصرف بالتحويل
4	التصريح للمتصرف بعرض الحساب



## الملخص

شهد قطاع تكنولوجيا الإعلام والاتصال على مستوى العامل نموا ملحوظا واهتماما متزايدا خلال السنوات القليلة الماضية، كونه من القطاعات ذات الأثر الكبير على تنافسية الدول وزيادة معدلات تنميتها الاقتصادية، وكان من أهم ملامح ومظاهر نمو وتطور هذا القطاع ظهور الأعمال الإلكترونية التي تعتبر من أهم التطبيقات العملية وتكنولوجيا الإعلام والاتصال، فقد أحدثت تطورا كبيرا في طرق إجراء المعاملات المالية والتجارية إلكترونيا. الأعمال الإلكترونية تهدف إلى خلق سوق كبيرة للمؤسسات لفرض منتجاتها وخدماتها عبر وسائل إلكترونية معتمدين في ذلك على وسائل وأنظمة دفع حديثة.

وتعتبر البنوك الجزائرية من المصارف التي تأثرت بالثورة التكنولوجية حيث أن التطورات السريعة لها، أدت إلى فرض ضغوطات متزايدة على المصارف المحلية من بينها بنك الفلاحة والتنمية الريفية نظرا للمنافسة المفروضة من قبل البنوك العالمية الكبرى التي تستحوذ على إمكانيات بشرية وتكنولوجية هائلة تمكنها من السيطرة على مختلف الأسواق واحتكارها لها، ولمواجهة هذه التحديات لجأ بنك الفلاحة والتنمية الريفية إلى إعادة صياغة استراتيجية بما يمكنه من القدرة على المنافسة محليا، إقليميا، دوليا. وذلك من خلال التوجه نحو الأعمال الإلكترونية بتحديث وسائل وأنظمة الدفع وعصرنتها وتطبيق خدمات حديثة لتحسين الأداء المالي والتجاري له.

**الكلمات المفتاحية:** تكنولوجيا الإعلام والاتصال، الأعمال المالية الإلكترونية، الأعمال التجارية الإلكترونية، المؤسسات، الإدارة الإلكترونية، النقود الإلكترونية.

### Abstract:

Information technology sector and communication saw the world's remarkable growth increased attention during the past few years, being one of the sectors with significant impact on the competitiveness of nations and increase economic development rates, and it was the most important features and aspects of growth and development of this sector e-business which is one of the most important practical applications of the technology media appearance and communication, has made a great progress in the ways of conducting financial and commercial transactions electronically. E business aims to create a large market for institutions to impose their products and services through electronic means relying on tools and modern payment systems algerian banks are banks that were affected by the technological revolution as rapid developments have led to the imposition of increasing pressure on local banks, including the Bank of agriculture and rural development because of competition imposed by the major global banks, that capture the enormous human and technological potential to dominate various markets and monopolies, and to meet these challenges in the Bank of agriculture and rural development to rework its strategy to compete locally, regionally, and internationally through e-business orientation update Means of payment systems and modernization and modern services to improve their financial performance and trade.

**Key words:** Information and communication technology, E -Finance Business, E-Commercial Business, , Institutions, E-Administration, E-money

# المقدمة

## المقدمة

لقد واجه العالم في الآونة الأخيرة تحديات كبيرة وتغيرات كثيرة أحدثت العديد من الثورات، وفي مقدمتها تلك الحاصلة في المجالات العلمية والتكنولوجية وخاصة في مجال تكنولوجيا الإعلام والاتصال، وهذه التغيرات أحدثت تحولات كبرى وجذرية شملت مختلف جوانب الحياة الاقتصادية والاجتماعية داخل المجتمع، وأضحت من العوامل المهمة والأساسية المعول عليها في دفع عجلة التنمية.

وبفضل الاندماج بين تكنولوجيا الإعلام بأنظمتها الرقمية ذات القدرة على نشر كم هائل من المعلومات بالإضافة إلى تكنولوجيا الاتصال التي مكنت من نقل البيانات والمعلومات إلى أي مكان في العالم عبر شبكات اتصال أصبح تبادل المعلومات بين الأفراد والمؤسسات يتم بسرعة فائقة لا تعيقه المسافات الشاسعة ولا الزمن، وتمثل شبكة الانترنت قمة هذا الاندماج باعتبارها أكبر مستودع للمعلومات والطريق السريع لنقلها إلى أي مكان في العالم.

وإن تأثير تكنولوجيا الإعلام والاتصال امتد إلى عدة مجالات من بينها مجال الأعمال فظهرت الأعمال الالكترونية التي تعتبر أسلوب جديد يربط المنظمة من خلال موقعها الالكتروني بالزبائن والشركاء عبر شبكة رقمية عالمية، ويساعدها على تعظيم مركزها السوقي وتوسيع آفاق أعمالها حيث أصبح الانطلاق نحو الآفاق الدولية والعالمية ممكناً لجميع المنظمات، كما تتزايد التحديات التي تواجه بيئة الأعمال فلا يمكن لمنظمة أن تنجح في أعمالها باستخدام الانترنت فقط دون وجود منظور استراتيجي واضح، وخيار استراتيجي تنافسي مرن قادر على التكيف مع طبيعة الاقتصاد الجديد (اقتصاد الأعمال الالكترونية).

ونتيجة للتطورات المتسارعة والتغيرات المتلاحقة في تكنولوجيا الإعلام والاتصال التي أدت إلى ظهور الأعمال الالكترونية أدركت البنوك الجزائرية ومنها بنك الفلاحة والتنمية الريفية ضرورة الارتقاء بنظامه المصرفي إلى مستوى تلك التطورات بالاتجاه نحو الأعمال التجارية الالكترونية من خلال الاعتماد على البطاقات البنكية وخدمات حديثة متمثلة في خدمة "بدر نت" والرائد، بالإضافة إلى تطبيق الأعمال المالية الالكترونية بتبني عدة مشاريع دخل بعضها حيز التطبيق انطلاقةً من سنة 2005 في إطار تحديث أنظمة الدفع وعصرنتها متضمنة بذلك الخطوات الأولى نحو تطبيق أنظمة دفع إلكترونية، ففي ظل التطورات الاقتصادية التي نعيشها أضحت تكنولوجيا الإعلام والاتصال ضرورة حتمية لتطوير الأعمال المالية والتجارية الالكترونية المصرفية.

## المقدمة

### إشكالية البحث:

انطلاقاً مما سبق يمكن طرح الإشكالية التالية:

كيف يمكن لتكنولوجيا الإعلام والاتصال أن تساهم في دعم وتفعيل الأعمال المالية والتجارية للمؤسسات؟

وفي ظل هذه الإشكالية تتجلى لنا التساؤلات التالية:

- ما هي تكنولوجيا الإعلام والاتصال؟
- ماذا نعني بالأعمال المالية والتجارية الالكترونية؟
- إلى أي مدى يمكن لاستخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال أن يطور من الممارسات المالية والتجارية في المؤسسات؟
- إلى أي مستوى تطبق الأعمال الالكترونية في بنك الفلاحة والتنمية الريفية؟.

### فرضيات البحث:

للإجابة عن التساؤلات السابقة ارتكزنا على الفرضيات التالية:

- التوجه نحو تكنولوجيا الإعلام والاتصال جاء من أجل بناء نظم معلومات تساعد الإدارة على القيام بمختلف العمليات التشغيلية في المؤسسة؛
- لتكنولوجيا الإعلام والاتصال دور مهم وأساسي في خلق نموذج جديد للأعمال؛
- الأعمال الإلكترونية كمفهوم جديد تُعنى بعملية تبادل المنتجات والخدمات من خلال شبكة اتصالات من ضمنها الانترنت؛
- رفع كفاءة وفعالية العمل المصرفي في بنك الفلاحة والتنمية الريفية مرتبط بالتحول نحو الأعمال الإلكترونية، التي تعتمد في الأساس على التوظيف المناسب لتكنولوجيا الإعلام والاتصال.

### أسباب اختيار الموضوع:

لعل من أهم الأسباب التي دفعت بنا إلى تناول هذا الموضوع هي:

## المقدمة

- باعتبار أن الموضوع جديد لم يسبق التطرق إليه من قبل وهو يدخل ضمن شعبة علوم التسيير؛
- موضوع واسع ومتشعب ويتعلق بالتطور الكبير لتكنولوجيا الإعلام والاتصال خاصة ذلك الذي يشهده الجانب المالي والتجاري؛
- اتجاه الجزائر في السنوات الأخيرة إلى الاستثمار في تكنولوجيا الإعلام والاتصال لدعم وتطوير المنظمات؛
- الميل الشخصي لدراسة الموضوع كونه يزخر بالمفاهيم الجديدة والتوجهات الحديثة التي تثري رصيدنا المعرفي؛
- الرغبة في الاطلاع على التكنولوجيا المصرفية ومدى مقدرتها على تحقيق الكثير من المنافع لبنك الفلاحة والتنمية الريفية؛

### أهمية الدراسة:

تكمن أهمية الدراسة في حيوية موضوعها حيث يتسم بالتميز النظري والتطبيقي على حد سواء، وسد الفراغ الواضح حول مفهوم تكنولوجيا الإعلام والاتصال من خلال بيان أهميتها بالنسبة للمؤسسات في ظل التحولات التي تشهدها البيئة الاقتصادية.

### أهداف الدراسة:

هذه الدراسة تهدف إلى مايلي:

- معرفة العلاقة الموجودة بين تكنولوجيا الإعلام والاتصال والأعمال الالكترونية؛
- معرفة دور تكنولوجيا الإعلام والاتصال في تعزيز التحول إلى الإدارة الالكترونية؛
- معرفة دور تكنولوجيا الإعلام والاتصال في تطوير المنظمات ؛
- معرفة متطلبات تطبيق الأعمال الالكترونية في بنك الفلاحة والتنمية الريفية؛
- إثراء المكتبة الوطنية بموضوع حديث نسبيا نأمل أن تساهم هذه الدراسة في توجيه الاهتمام نحوه.

## المقدمة

### أدوات الدراسة:

تم الاعتماد في هذه الدراسة على العديد من أدوات البحث، من خلال الكتب، المؤتمرات، المقالات، وبعض الرسائل الجامعية بالإضافة إلى بعض المواقع الالكترونية كما اعتمدنا أيضا على المقابلات التي تعد أداة هامة للحصول على المعلومات من مصادرها مباشرة.

### الدراسات السابقة:

يوجد العديد من الباحثين الذين تطرقوا إلى موضوع تكنولوجيا الإعلام والاتصال، وتمثل هذه الدراسات في:

- شادلي شوقي، أثر استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال على أداء المؤسسات الصغيرة والمتوسطة-دراسة حالة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في ولاية الجزائر-، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير (غير منشورة)، تخصص تسيير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، كلية العلوم الاقتصادية، جامعة ورقلة، 2007-2008، وقد حاول الباحث من خلالها الإجابة على إشكالية رئيسية مفادها هل يمكن لتكنولوجيا المعلومات والاتصال أن تساهم في الرفع من أداء المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في ظل الأوضاع الراهنة وتوجه الجزائر نحو بناء مجتمع للمعلومات؟. وقد توصل من خلال هذه الدراسة إلى أن استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة يلعب دورا مهما في الرفع من أدائها، غير أن هذا التوجه لا يكتمل إلا باكتمال الإصلاحات وهيئة البنى التحتية الضرورية للدولة، إذ لا تقتصر البنى التحتية على توفر الخدمات الهاتفية والاتصال بالانترنت فقط، بل تتعداها إلى التطوير والنهوض بقطاع المؤسسات المالية ووضع التشريعات القانونية الخاصة بهذا المجال الذي يعتبر محركا أساسيا للانطلاق الفعلي للتجارة الالكترونية؛
- فاروق حريزي، دور التكنولوجيات الحديثة للاتصالات في تحقيق أهداف إستراتيجية التنمية البشرية المستدامة في الجزائر-دراسة حالة مؤسسة اتصالات الجزائر-، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير (غير منشورة)، تخصص إدارة الأعمال الإستراتيجية والتنمية المستدامة، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة فرحات عباس، سطيف، 2010-2011، وقد حاول الباحث من خلالها الإجابة على إشكالية رئيسية

## المقدمة

مفادها كيف يمكن للتكنولوجيا الحديثة للاتصالات أن تساهم في تحقيق أهداف إستراتيجية التنمية البشرية المستدامة في المؤسسة الجزائرية وبالتحديد في مؤسسة اتصالات الجزائر؟ وقد توصل من خلال هذه الدراسة إلى أن التكنولوجيا الحديثة للاتصالات تتمثل في الشبكات الداخلية(الانترانت)، والانترنت، الهاتف الثابت، المحمول، واستخدام الألياف الضوئية في نقل كل معلومة سواء كانت صوتية أو مرئية، كما أن التكنولوجيا الحديثة للاتصالات بمؤسسة اتصالات الجزائر لها عدة أوجه لكن يمكن أن تتمثل بشكل أساسي في شبكة الانترانت و استخدامها المتعددة خاصة التطبيقات و البرامج الخاصة بتسيير الموارد البشرية و الزبائن و التي تسعى إلى تسهيل إيصال و نقل و حفظ المعلومات في أسرع وقت و بأقل تكلفة سواء للموظف أو للزبون ناهيك عن الاتصالات بين الأشخاص و الأجهزة والمشاركة في اتخاذ القرار؛

- بلقيدوم صباح، أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصالات الحديثة على التسيير الاستراتيجي للمؤسسات الاقتصادية-دراسة حالة مؤسسة اتصالات الجزائر **MOBILIS**، مذكرة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه (غير منشورة)، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة قسنطينة 2، 2012-2013؛ وقد حاولت الباحثة من خلالها الإجابة على إشكالية رئيسية مفادها ما هو أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصالات الحديثة على التسيير الإستراتيجي للمؤسسات الاقتصادية؟. وقد توصلت من خلال هذه الدراسة إلى أن الإدارة التقليدية أصبحت عاجزة عن جعل المنظمة قادرة على مواجهة المنافسة الشديدة التي يعرفها سوق الاتصالات في الجزائر خاصة بعد فتح هذا القطاع أمام المنافسة الأجنبية والحل يكمن في التحول إلى استعمال التكنولوجيات والأساليب الحديثة في العمل؛
- أما من خلال دراستنا المتمثلة في أثر تكنولوجيا الإعلام والاتصال في تفعيل الأعمال المالية والتجارية للمؤسسات-دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية-وكالة بدر تيارت 554-فسنحاول من خلالها التركيز على مختلف الأعمال التجارية والمالية الالكترونية من الناحية النظرية ثم معرفة مدى تطبيقها في بنك الفلاحة والتنمية الريفية.

## المقدمة

### حدود الدراسة:

بينت الدراسة على حدود مكانية حيث اقتصر على الجزائر (بنك الفلاحة والتنمية الريفية-وكالة بدر تيارت554-) أما الحدود الزمانية فكانت منذ الاستقلال إلى يومنا هذا.

### منهج البحث:

لقد اعتمدنا في هذه الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي وهذا نظرا لطبيعة الموضوع الذي فرض علينا توظيف هذا المنهج، من أجل الوصول إلى نتائج علمية بطريقة موضوعية وذلك من خلال الوصف الدقيق والتفصيلي لمفهوم تكنولوجيا الإعلام والاتصال، الأعمال المالية والتجارية الالكترونية وكذا التطرق إلى إستراتيجية تطبيقها في بنك الفلاحة والتنمية الريفية، كما تم استعمال المنهج التاريخي في التطرق إلى تطور الأعمال التجارية الالكترونية ونشأة وتطور بنك الفلاحة والتنمية الريفية.

### صعوبات البحث:

من أهم الصعوبات التي تم مواجهتها:

- صعوبات نظرية: تمثلت في قلة المراجع بسبب حداثة الموضوع؛
- صعوبات تنظيمية: تمثلت في قلة المعلومات المقدمة من طرف المؤسسات وعدم وجود مواقع على الشبكة العنكبوتية توفر المعلومات الأزمنة؛
- صعوبات إدارية: تمثلت في ضيق الوقت الممنوح لنا من أجل الانتهاء من الموضوع الذي يتميز بالتشعب وبالامتساع.

### تقسيمات البحث:

انطلاقا من طبيعة الموضوع، والأهداف المنوطة به، وللإجابة على الإشكالية المطروحة، قسمنا هذه الدراسة إلى ثلاث فصول:

**الفصل الأول،** سنعرض فيه تكنولوجيا الإعلام والاتصال وذلك من خلال ثلاث مباحث:

- المبحث الأول: ماهية التكنولوجيا، الإعلام والاتصال.
- المبحث الثاني: الإطار العام لتكنولوجيا الإعلام والاتصال.
- المبحث الثالث: شبكات الإعلام والاتصال.

## المقدمة

---

أما الفصل الثاني، فسنعرض فيه الأعمال المالية والتجارية للمؤسسات في ظل تكنولوجيا الإعلام والاتصال وهذا من خلال ثلاث مباحث:

- المبحث الأول: الإدارة الالكترونية.
- المبحث الثاني: الأعمال التجارية الالكترونية.
- المبحث الثالث: الأعمال المالية الالكترونية.

أما الفصل الثالث، فسنحاول من خلاله اعتماد دراسة ميدانية للأعمال المالية والتجارية الالكترونية في بنك الفلاحة والتنمية الريفية من خلال المباحث الثلاث التالية:

- المبحث الأول: الإطار العام لبنك الفلاحة والتنمية الريفية-وكالة بدر تيارت554-
- المبحث الثاني: الأعمال التجارية الالكترونية في بنك الفلاحة والتنمية الريفية -وكالة بدر تيارت554-
- المبحث الثالث: الأعمال المالية الالكترونية في بنك الفلاحة والتنمية الريفية-وكالة بدر تيارت554-

# الفصل الأول

## تكنولوجيا الإعلام والاتصال

المبحث الأول: ماهية التكنولوجيا، الإعلام والاتصال

المطلب الأول: التكنولوجيا

المطلب الثاني: الإعلام

المطلب الثالث: الاتصال

المبحث الثاني: الإطار العام لتكنولوجيا الإعلام والاتصال

المطلب الأول: مفهوم تكنولوجيا الإعلام والاتصال وبنيتها التحتية

المطلب الثاني: خصائص تكنولوجيا الإعلام والاتصال وآثارها

المطلب الثالث: انعكاسات تكنولوجيا الإعلام والاتصال

المبحث الثالث: شبكات الإعلام والاتصال

المطلب الأول: مفهوم شبكات الإعلام والاتصال، مكوناتها ومزاياها

المطلب الثاني: تصنيفات شبكات الإعلام والاتصال

المطلب الثالث: الانترنت

## تمهيد:

أحدثت التطورات التقنية الحديثة التي يشهدها العالم ثورة في تكنولوجيا الإعلام والاتصال على مدى السنوات القليلة الماضية مما أدى إلى ظهور تغييرات نوعية في العديد من أوجه الحياة وبوتيرة عالية، حيث مهدت الطريق لعملية الانتقال من المجتمع الصناعي إلى مجتمع المعلومات.

إضافة إلى ذلك فإن التلاقي بين التكنولوجيا المختلفة في مجال الاتصالات مكن من إنشاء شبكات معقدة والربط بينها مما يتيح المعالجة والسرعة في نقل البيانات فمن جهة هناك جمع أقوى لوسائل الاتصال وتوحيد أشمل لشبكاته، ومن جهة أخرى هناك توحيد أكبر لمصادر المعلومات وبهذا المعنى أضحت لتكنولوجيا الإعلام والاتصال وزن هام نظرا للخصائص والمميزات التي تتمتع بها والتي يمكن أن تكون لها بعض الانعكاسات في شتى المجالات.

وعليه سيتم التطرق في هذا الفصل لتكنولوجيا الإعلام والاتصال من خلال المباحث الثلاثة التالية:

المبحث الأول: ماهية التكنولوجيا، الإعلام والاتصال.

المبحث الثاني: الإطار العام لتكنولوجيا الإعلام والاتصال.

المبحث الثالث: شبكات الإعلام والاتصال.

## المبحث الأول: ماهية التكنولوجيا، الإعلام والاتصال

انتشر استخدام الحاسوب في مختلف المجالات بغرض تحسين أداء العمل وزيادة كفاءة الأعمال وسرعتها، وبزيادة ذلك الاستخدام ازدادت الحاجة لتبادل المعلومات والبيانات بين الوحدات المكونة للمنظمة أو بين المنظمات مع بعضها البعض. هذا الكم الهائل من البيانات المراد نقله من وحدة أو منظمة أدى لتطور الاتصالات بين الحاسبات كوسيلة لنقل المعلومات المخزنة من حاسب لآخر وأصبحت المشاركة في المعلومات والبرامج أمرا يسيرا جدا.

### المطلب الأول: التكنولوجيا

تعتبر التكنولوجيا من الأدوات الأكثر مساهمة في بناء مجتمع متقدم ينطوي على استخدام أساليب وتقنيات حديثة فالاعتماد عليها أصبح أمرا ضروريا من أجل مسايرة العصر وعليه سنتناول في هذا المطلب مختلف المفاهيم المتعلقة بالتكنولوجيا وأنواعها.

#### أولا: مفهوم التكنولوجيا:

تعد التكنولوجيا من أكثر الألفاظ شيوعا واستخداما في عصرنا حتى من قبل المواطن العادي مما زاد في اللبس والغموض اللذين يكتنفانها حتى أصبحت لها معاني كثيرة ومفاهيم مختلفة ومتناقضة حسب مستخدم اللفظ، فقد تعددت التعاريف التي أعطيت لهذا المصطلح إلا أنه ما زال الغموض يشوبه إلى حد كبير، فالكثير يستخدمونه دون العناية بتحديد معناه أو مضمونه.

**1. التعريف الأول:** يرجع أصل كلمة تكنولوجيا (technology) إلى اليونانية التي تتكون من مقطعين هما (techno) وتعني حرفة أو مهارة أو فن، والثاني (logy) أي العلم أو الدراسة، ومن هنا فإن كلمة تكنولوجيا تعني علم الأداء أو علم التطبيق، أو الطريقة الفنية لتحقيق غرض عملي<sup>1</sup>؛

**2. التعريف الثاني:** التكنولوجيا هي التطبيق المنظم للمعرفة والخبرات المكتسبة في المهام العملية لحياة الإنسان وتمثل مجموع الوسائل والأساليب الفنية التي يستخدمها الإنسان في مختلف نواحي حياته العملية أي تمثل مركب قوامه المعدات والمعرفة<sup>2</sup>؛

<sup>1</sup> - محمد الصيرفي، إدارة تكنولوجيا المعلومات، ط1، دار الفكر الجامعي، مصر، 2009، ص13.

<sup>2</sup> - ردينة عثمان يوسف، محمود جاسم الصميدعي، تكنولوجيا التسويق، ط1، دار المناهج، الأردن، 2004، ص24.

**3. التعريف الثالث:** التكنولوجيا هي الجهد المنظم الرامي إلى استخدام نتائج البحث العلمي في تطوير أساليب أداء العمليات الإنتاجية بالمعنى الواسع الذي يشمل الخدمات الإدارية أساليب جديدة يفترض أنها أجدى للمجتمع<sup>1</sup>.

فالتكنولوجيا تشمل جميع الأدوات والمعدات والإنشاءات الهندسية والفنية المختلفة بالإضافة إلى الجانب الفكري فهي تضم الجانب المادي والفكري معا .

ثانيا: أنواع التكنولوجيا:

يتم تصنيف التكنولوجيا على أساس عدة أوجه منها ما يلي<sup>2</sup>:

**1. على أساس درجة التحكم:** ونجد فيها:

أ. التكنولوجيا الأساسية: وهي التكنولوجيا الشائعة والتي تملكها المؤسسات الصناعية وتتميز بأن درجة التحكم فيها كبيرة؛

ب. تكنولوجيا التمايز: وهي عكس النوع السابق، حيث تملكها مؤسسة واحدة أو عدد محدود من المؤسسات الصناعية وهي التكنولوجيا التي تتميز بها عن بقية منافسيها المباشرين.

**2. على أساس موضوعها:** ونجد فيها:

أ. تكنولوجيا المنتج: وهي التكنولوجيا المحتواة والمتضمنة في المنتج النهائي والمكونة له؛

ب. تكنولوجيا أسلوب الإنتاج: وهي تلك المستخدمة ضمن عمليات الصنع، وعمليات التركيب والمراقبة؛

ج. تكنولوجيا التسيير: وهي المستخدمة في معالجة مشاكل التنظيم وتسيير تدفقات الموارد، ومن أمثلتها البرامج والتطبيقات التسييرية (نظم دعم القرارات، نظم دعم المديرين...)

د. تكنولوجيا التصميم: وهي التي تستخدم في نشاطات التصميم في المؤسسة، كالتصميم بمساعدة الحاسوب؛

<sup>1</sup> - جمال أبو شنب، العلم والتكنولوجيا والمجتمع منذ البداية وحتى الآن، دار المعرفة الجامعية، مصر، 1999، ص28.

<sup>2</sup> - لمين علوطي، تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وتأثيرها على تحسين الأداء الاقتصادي للمؤسسة، (مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، علوم تسيير، جامعة الجزائر، غير منشورة)، الجزائر، 2003-2004، ص- ص: 09-11.

هـ. تكنولوجيا المعلومات والاتصالات: وهي التي تستخدم في معالجة المعلومات والمعطيات ونقلها كما تتزايد أهميتها باستمرار نظرا للدور الذي تلعبه في عملية التسيير، الذي يعتمد على جمع ومعالجة وبت المعلومات.

### 3. على أساس محل استخدامها: ونجد فيها:

أ. تكنولوجيا مستخدمة داخل المؤسسة: وتكون درجة التحكم فيها ذات مستوى عال من الكفاءة والخبرة وبفضلها تكون المؤسسة مستقلة عن المحيط الخارجي؛

ب. تكنولوجيا مستخدمة خارج المؤسسة: عدم توفر هذه التكنولوجيا داخل المؤسسة لأسباب أو أخرى يجعلها ترتبط بالتبعية للمحيط الخارجي، من موردي أو مقدمي تراخيص استغلالها.

### 4. على أساس كثافة رأس المال: وتضم:

أ. التكنولوجيا المكثفة للعمل: وهي تلك التي تؤدي إلى تخفيض نسبة رأس المال اللازم للوحدة من الإنتاج، مما يتطلب زيادة في عدد وحدات العمل اللازمة لإنتاج تلك الوحدة، ويفضل تطبيقها في الدول ذات الكثافة السكانية والفقيرة في الموارد ورؤوس الأموال؛

ب. التكنولوجيا المكثفة لرأس المال: وهي التي تزيد من رأس المال اللازم لإنتاج وحدة من الإنتاج مقابل تخفيض وحدة عمل، وهي تتناسب في الغالب مع الدول التي تتوفر على رؤوس أموال كبيرة؛

ج. التكنولوجيا المحايدة: هي تكنولوجيا يتغير فيها معامل رأس المال والعمل بنسبة واحدة لذلك فإنها تبقى على المعامل في أغلب الأحيان بنسبة واحدة.

### 5. على أساس درجة التعقيد: وتضم:

أ. التكنولوجيا ذات الدرجة العالية: وهي تكنولوجيا شديدة التعقيد والتي من الصعب على المؤسسات الوطنية في الدول النامية تحقيق استغلالها إلا بطلب المعونة من صاحب البراءة؛

ب. التكنولوجيا العادية: وهي أقل تعقيدا من سابقتها، ويمكن للفنيين والمختصين المحليين في الدول النامية، استيعابها إلا أنها تتميز أيضا بضخامة تكاليف الاستثمار، والصعوبات التي تصادف الدول النامية في الحصول على استغلال براءتها مع المعرفة الفنية.

## المطلب الثاني: الإعلام

أصبح الإعلام لغة عصرية وحضارية لا يمكن الاستغناء عنها أو تجاهلها مما يتطلب فهمها واستيعابها من خلال امتلاك مقوماتها وعناصرها ومواكبة التطورات التي يشهدها العالم لذلك سنتطرق في هذا المطلب إلى مفهوم الإعلام، وسائله وشروطه.

### أولاً: مفهوم الإعلام:

الإعلام يعتبر وسيلة تهدف إلى التأثير في الآخرين من خلال نشر الأفكار والأخبار والآراء، حيث

للإعلام تعاريف عديدة نذكر منها:

**1. التعريف الأول:** الإعلام هو تزويد الجماهير بأكبر قدر ممكن من المعلومات الصحيحة والواضحة، فهو التعبير الموضوعي عن عقلية الجماهير وميولهم واتجاهاتهم<sup>1</sup>؛

**2. التعريف الثاني:** الإعلام هو تلك العملية التي يترتب عليها نشر الأخبار والمعلومات الدقيقة التي تتركز على الصدق والصراحة ومخاطبة عقول الجماهير وعواطفهم والارتقاء بمستوى الرأي<sup>2</sup>؛

**3. التعريف الثالث:** الإعلام هو اتصال بين طرفين بقصد إيصال معنى، أو قضية أو فكرة للعلم بها واتخاذ موقف اتجاهها<sup>3</sup>.

إذن فالإعلام هو نشر الحقائق والمعلومات والأخبار بين الجمهور بقصد تنمية الوعي السياسي والاجتماعي والثقافي كما يعد كذلك من وسائل الربط والاتصال بين الأفراد.

### ثانياً: وسائل الإعلام:

للإعلام وسائل عديدة ومتنوعة من بينها<sup>4</sup>:

**1. الإعلام الصحافي:** يشمل النشر في الصحف والمجلات العامة والخاصة، ميزتها أنها تعطي القارئ حرية كاملة في اختيار الوقت الملائم للقراءة، أما مشكلتها فتكمن في أن معظم القراء لا يقرأون من الصحيفة

<sup>1</sup> - أحمد محمد المصري، الإدارة الحديثة (الاتصالات-المعلومات-القرارات)، دار الفتح، مصر، 2008، ص142.

<sup>2</sup> - فيصل محمد أبو عيشة، الدعاية والإعلام، ط1، دار أسامة، الأردن، 2011، ص25.

<sup>3</sup> - لؤي خليل، الإعلام الصحفي، ط1، دار أسامة، الأردن، 2010، ص05.

<sup>4</sup> - سعادة راغب الخطيب، مبادئ العلاقات العامة، ط1، دار البداية، الأردن، 2009، ص- ص: 143-145.

أو المحلة إلا العناوين وبعض المقتطفات من هنا وهناك وعليه هناك تحد كبير أمام القائمين عليها لجذب أكبر عدد من القراء من خلال الغنى في المضمون والجمال في الشكل؛

**2. المؤتمرات الصحافية:** تمتاز المؤتمرات الصحافية بأنها أسرع وسيلة لنشر معلومة ما، وهي تستخدم عادة إبان الأحداث الساخنة، أو حين تنجز المؤسسة إنجازا هاما أو حين ترغب المؤسسة في اطلاع الجمهور على حقيقة بعض القضايا التي تهمه بشكل مباشر أو غير مباشر وقد يكون من المفيد توزيع بيانات مكتوبة على الصحافيين قبل الشروع في الأسئلة كما ينبغي دعوة المرسلين من جميع وسائل الإعلام؛

**3. الإعلام الإذاعي:** الإذاعة هي الوسيلة الإعلامية الأكثر انتشارا فهي موجودة في السيارة، البيت، المكتب، وهي وسيلة مؤثرة إلا أن هناك إشكاليات فيها تتمثل في أن المواد الإعلامية فيها مرتبطة بتوقيت دقيق، بحيث على الجمهور أن يستمع للإذاعة في وقت محدد كي تصله الرسالة المقصودة بالإضافة إلى أنه ليس ممكنا عرض البرنامج أكثر من مرة في اليوم لمن فاته الاستماع؛

**4. الإعلام السينمائي:** الفيلم السينمائي يمكن عرضه في مناسبات وأماكن مختلفة، بمعنى أنه يمكن التحكم في وقت عرضه أكثر من البرنامج الإذاعي و التلفزيوني فقد تستغل عقد ندوة أو مؤتمر أو مهرجان أو تواجد جمهور معين لعرض فيلم لكن المشكلة في الفيلم أنه ينبغي إعداده بشكل دقيق و بحكمة وروية أكثر بكثير من غيره من المواد في الوسائل الأخرى؛

**5. الإعلام الإعلاني:** هناك تصنيف يقسم الإعلانات إلى قسمين إعلان تجاري و إعلان إعلامي، ولكننا نرى أن الإعلان سواء كان تجاريا أو إعلاميا فهو غالبا إما أن يكون ترويجيا لسلعة تنتجها مؤسسة تجارية مثل المنظفات، الأغذية، الأدوات الكهربائية أو أفكارا لمؤسسة اجتماعية مهمة بحقوق المرأة أو المعاق أو الطفل وهناك إعلان إخباري وليس ترويجي يكتفي بإخبار الجمهور بمعلومات معينة دون محاولة إغرائه أو التأثير عليه؛

**6. المعارض والمهرجانات:** في المعرض يتم التسويق والترويج للمؤسسة التجارية، أو إعلام الجمهور بدور المؤسسة ويستخدم في المعارض أساليب عديدة سمعية وبصرية وملصقات ومجسمات فهي وسيلة تعارف مهمة جدا بين الجمهور والمؤسسة وتوفر فرصة ممتازة للنقاش والحوار والتعارف والاتصال التي لا يمكن أن تتم في الأيام العادية إلا بجهد كبير أما المهرجان فهو تظاهرة إعلامية مميزة ينبغي عدم تركه يمر دون إبراز دور للمؤسسة.

### ثالثاً: شروط الإعلام:

لنجاح وسائل الإعلام في تنفيذ المهام الموكلة لها والتي تتمثل في إيصال الأفكار والمعلومات التي تتضمنها الرسائل إلى الأفراد، لابد من توفر عدد من الشروط والتي لولاها لن يتحقق لها النجاح في تنفيذ تلك المهام ومن هذه الشروط ما يلي<sup>1</sup>:

1. وضوح موضوع الرسالة الإعلامية ومدى مناسبة ذلك الموضوع للجماهير التي يستهدفها الإعلام إذ أن عملية الإعلام مشاركة وتفاهم أي أنها عملية تناغم بين المرسل والمستقبل؛
2. استخدام وسائل التشويق لجذب انتباه الجماهير لإشباع حب الاستطلاع لديهم؛
3. استخدام الخبرات السابقة للجماهير وتوظيفها في عملية دفعهم لتقبل المادة التي تعرضها وسيلة الإعلام والتأثر بها؛
4. استخدام الخبرات الإعلامية السابقة لكيفية التعامل مع الجماهير المختلفة والاستفادة منها في مهام لاحقة؛
5. ربط موضوع الرسالة بالحاجات والرغبات التي تسعى لتحقيقها تلك الجماهير والتي يوجه لها الإعلام؛
6. أن تسهم الموضوعات التي تتناولها تلك الوسائل في إيجاد حلول لبعض المشكلات؛
7. مدى قدرة الرسالة الإعلامية على التكيف مع الظروف والمواقف المختلفة؛
8. أن تكون المادة الإعلامية أكثر إقناعاً وأسهل استيعاباً، وأكثر ثباتاً ورسوخاً في أذهان المتلقين.

### المطلب الثالث: الاتصال

يأخذ الاتصال دوراً وحيزاً كبيراً في الحياة اليومية للأفراد والمنظمات بصورة عامة، نظراً لكونه الوسيلة الأساسية في تحقيق التفاعل مع الآخرين للوصول إلى الأهداف على مختلف المستويات، وبالتالي فإنه وظيفة أو مهمة واجب القيام بها وخاصة المنظمات لكونها تسعى إلى تحقيق أهدافها المرسومة، فضلاً عن كونها ملزمة بالاستمرار في العمل والنمو في مجالات عملها المختلفة.

<sup>1</sup> -جودت شاكر محمود، الاتصال في علم النفس، ط1، دار الصفاء، الأردن، 2013، ص651.

أولاً: تعريف الاتصال:

لاشك بأن هناك اتفاقاً تاماً على ضرورة وجود نظام اتصال فعال من أجل نمو المجتمعات اقتصادياً واجتماعياً وحضارياً فللاتصال تعاريف عديدة نذكر منها:

**1. التعريف الأول:** يقصد بالاتصال بصفة عامة تلك العملية التي بمقتضاها يتم نقل وتبادل المعلومات بين طرفين أو أكثر<sup>1</sup>؛

**2. التعريف الثاني:** الاتصال هو العملية التي بموجبها يقوم شخص بنقل أفكار أو معاني أو معلومات على شكل رسائل كتابية أو شفوية مصاحبة بتعبيرات الوجه ولغة الجسم وعبر وسيلة اتصال تنقل هذه الأفكار إلى شخص آخر يقوم بالرد على هذه الرسالة حسب فهمه لها<sup>2</sup>؛

**3. التعريف الثالث:** يعرف الاتصال على أنه عملية تبادل الأفكار والآراء والمعلومات عن طريق الحديث أو الكتابة أو الإشارات<sup>3</sup>؛

**4. التعريف الرابع:** الاتصال هو عملية تتضمن قيام أحد الأطراف بتحويل أفكار ومعلومات معينة إلى رسالة شفوية أو مكتوبة، تنقل من خلال وسيلة اتصال إلى الطرف الآخر<sup>4</sup>؛

من خلال التعاريف السابقة يمكن القول بأن الاتصال هو العملية التي يتم بها نقل المعلومات والمعاني والأفكار من شخص إلى آخر أو آخرين بصورة تحقق الأهداف المنشودة .

ثانياً: أهمية الاتصال:

يعتبر الاتصال وسيلة المديرين في إدارة أنشطتهم الإدارية وتحقيق أهداف العمل وذلك باعتبار أن الاتصال يساعد في القيام بـ:

- تحديد الأهداف الواجب تنفيذها؛
- تعريف المشاكل وسبل علاجها؛

<sup>1</sup> - طارق طه، نظم دعم القرار في بيئة العولمة والانترنت، دار المكتب، مصر، 2007، ص456.

<sup>2</sup> - فاطمة عبد الرحيم النوايسة، الاتصال الإنساني بين المعلم والطالب، ط1، دار الحامد، الأردن، 2012، ص16.

<sup>3</sup> - محمد محمد عمر الطنوبي، نظريات الاتصال، ط1، مكتبة الإشعاع، مصر، 2001، ص12.

<sup>4</sup> - أحمد ماهر، كيف ترفع مهاراتك الإدارية في الاتصال، الدار الجامعية، مصر، 2000، ص24.

- تقييم الأداء وإنتاجية العمل؛
- التنسيق بين المهام والوحدات المختلفة؛
- تحديد معايير ومؤشرات الأداء؛
- إصدار الأوامر والتعليمات؛
- توجيه العاملين ونصحهم وإرشادهم؛
- التأثير في الآخرين وقيادتهم؛
- تحفيز وتحسيس العاملين<sup>1</sup>.

### ثالثاً. أنواع الاتصال:

لقد اختلف الكثير في تصنيف الاتصال وسوف نتحدث عن الأنواع الرئيسية للاتصال وهي كما يلي<sup>2</sup>:

**1. الاتصال الذاتي:** يحدث هذا النوع من الاتصال داخل الفرد حينما يتحدث مع نفسه، وهو اتصال داخل عقل الفرد متضمناً أفكاره وتجاربه ومدركاته، في هذه الحالة يكون المرسل والمتلقي شخصاً واحداً، يبحث الاتصال الذاتي في الإنسان وكيف يشعر ويفكر، وكيف يستقبل المعلومات والرموز عبر الحواس الخمس ويحللها ويفسرهما وكيف يترجم الخبرات إلى معانٍ، فيتمثل هذا الاتصال في الشعور والوعي والتخيل والتفكير، وغير ذلك من العمليات النفسية الداخلية؛

**2. الاتصال الشخصي:** يتم هذا النوع من الاتصال بين شخصين أو أكثر وجهاً لوجه لهذا يسمى أيضاً (الاتصال الوجيه) ويتمثل عموماً في المقابلات واللقاءات الشخصية بين اثنين أو أكثر وبشكل مباشر دون اللجوء إلى استخدام وسائل الاتصال المختلفة، وهذا النوع من الاتصال يحدث يومياً، ويمكن أن يكون بين الأفراد أنفسهم أو بين الأفراد والآلة كاتصال الفرد بالحاسوب؛

**3. الاتصال الجمعي أو الاتصال المجتمعي:** يتم هذا النوع من الاتصال بين شخص ومجموعة محددة

<sup>1</sup> - احمد النواعرة، الاتصال والتسويق، ط1، دار أسامة، الأردن، 2010، ص43.

<sup>2</sup> - ربحي مصطفى عليان، عدنان محمود الطوباسي، الاتصال والعلاقات العامة، ط1، دار الصفاء، الأردن، 2005، ص - ص: 87-97.

أو صغيرة وتتصف المجموعة الصغيرة عادة بأن أفرادها غالبا ما يتقابلون ويتباحثون في الأمور المختلفة ولديهم معايير ومصالح مشتركة ويتم الاتصال الجمعي بالطرق التالية:

- الدروس والمحاضرات؛
- الندوات والمؤتمرات؛
- الخطب في المناسبات؛
- اللقاءات الجماعية و الاجتماعات والحفلات الاجتماعية؛
- برامج التدريب.

**4.الاتصال التنظيمي:** يتم هذا النوع من الاتصال باستخدام وسائل الاتصال المختلفة بشكل فعال داخل المنظمات لتحقيق أهدافها التنظيمية ويغلب على الاتصالات التنظيمية أسلوب الاتصال الشخصي سواء كان الاتصال الشخصي ثنائيا كالحوار والمحادثة بين الزملاء في العمل أو مع المدير، أو كان الاتصال جماعيا من خلال اللقاءات والاجتماعات، أما الوسائل التي تستخدمها المنظمات فهي: الاتصال الوجيه، الهواتف، البرقيات، التلكس، الفاكس، الرسائل، الانترنت والبريد الالكتروني؛

**5.الاتصال الجماهيري:** توجه في هذا النوع من الاتصال الرسائل إلى جماهير واسعة من المستقبلين، ويشير مصطلح الاتصال الجماهيري إلى تلك العمليات التي تقوم بها هيئات ومؤسسات كبيرة تستخدم الأجهزة والآلات التي يمكن بواسطتها إنتاج الرسائل العامة ونقلها إلى جماهير غفيرة متعددة، تعتمد وسائل الإعلام الجماهيرية على تكنولوجيا متقدمة وغالب ما تكون تحت سيطرة الحكومات أو الهيئات والمؤسسات الإعلامية الضخمة ؛

**6.الاتصال بالرموز (غير اللفظي):** يطلق على هذا الاتصال اللغة الصامتة وهو من أقدم أنواع الاتصال، فالرموز هي مجموعة إشارات منظمة تتطلب وجود جهازين عند الإنسان الجهاز المحرك والجهاز الصوتي وبشكل عام فإن الرموز التي تستخدم في الاتصال تقع ضمن الفئات التالية:

- الرموز الصورية مثل الصور والخرائط والرسومات؛
- الرموز الصوتية مثل الموسيقى الضحك وقرع الطبول؛
- الرموز الحركية مثل حركات اليد والرأس، العين، وغيرها؛

• الرموز اللونية مثل استخدام الألوان في الصحافة، السينما، الملابس.

**7. الاتصال الشفوي:** يتم من خلال استخدام اللغة المنطوقة أو الشفوية (الكلام) في توصيل الرسالة

أو المعلومات إلى المستقبل، غالبا ما يتم ذلك وجها لوجه، ويسمى أيضا الاتصال اللفظي ويمتاز الاتصال الشفوي بسرعة الاتصال والتفاعل، كما أنه غير مكلف مقارنة مع غيره، ويقدم فرصة للمرسل والمستقبل للتعرف على بعضهم البعض بشكل مباشر وخاصة على الجوانب الشخصية التي لا يستطيع نقلها الاتصال الكتابي؛

**8. الاتصال الكتابي:** يعبر عنه بالاتصال غير الشخصي ويعتمد على الكلمات والألفاظ اللغوية المكتوبة لا المنطوقة وذلك في صياغة مضمون الرسالة التي تتوجه إلى مستقبلها أفرادا أو جماعات.

**رابعا: عناصر الاتصال:**

الاتصال هو عبارة عن نقل معلومات من خلال طرف مرسل وذلك في رسالة شفوية أو مكتوبة، تنقل عبر وسيلة إلى طرف آخر مستقبل وعناصر الاتصال تتمثل فيما يلي<sup>1</sup>:

**1. المرسل:** وهو شخص لديه مجموعة من الأفكار والمعلومات يود أن ينقلها إلى شخص آخر، يتأثر أثناء محاولة نقله للمعلومات بطريقة إدراكه ودوافعه وشخصيته وقدراته في التقييم والحكم والتذكر والربط ومهاراته في اللغة و التعبير الشفوي؛

**2. الرسالة:** و هي عبارة عن تحويل للأفكار إلى مجموعة من الرموز، الكلمات، الحركات، الأصوات، الحروف، الأرقام، الصور و تعبيرات الوجه من الصراخ والهمس؛

**3. الوسيلة:** على المرسل أن يختار الوسيلة الأكثر تعبيرا وتأثيرا على من يستقبلها وهناك وسائل كثيرة للاتصال، منها المنطوق كالمقابلات الشخصية، الاجتماعات، اللجان، التلفزيون، المحادثات الشخصية والندوات، ومنها المكتوب كالخطابات، المذكرات، التقارير؛

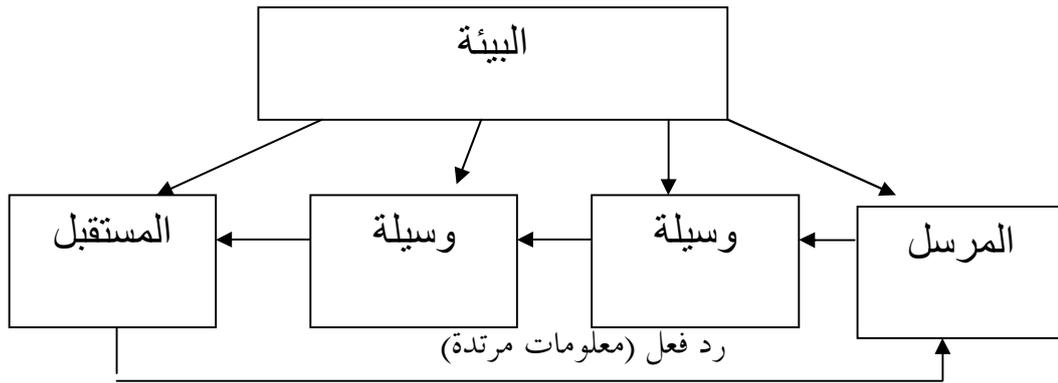
**4. المستقبل:** هو الطرف الآخر في الاتصال والذي يتلقى بجواسه المختلفة الرسالة، وينظمها ويفسرها وفقا لإدراكه ودوافعه وتعليمه وشخصيته وصفاته؛

<sup>1</sup> - أحمد ماهر، الإدارة (المبادئ والمهارات)، الدار الجامعية، مصر، 2006، ص- ص: 490- 491.

5. الرد (المعلومات المرتدة): هنا ينقلب المستقبل إلى مرسل يستخدم أدوات معينة لإرسال الرد عبر وسيلة إلى الطرف الذي أمامه؛

6. بيئة الاتصال: إن ما يحيط بعملية الاتصال من أشخاص آخرين وأصوات أو رموز وأماكن وعلاقات ووقائع يمكنها أن تسهل أو تعيق عملية الاتصال. والشكل التالي يوضح عناصر الاتصال:

الشكل رقم (01-01): عناصر الاتصال



المصدر: احمد ماهر، مرجع سبق ذكره، ص 490.

## المبحث الثاني: الإطار العام لتكنولوجيا الإعلام والاتصال

لقد تعاضم في الوقت الحالي اعتماد المجتمعات على التكنولوجيا بكل أنواعها حتى أضحت ضرورة ملحة من ضروريات العصر، خاصة بالمقارنة مع دورها الفعال في مختلف الميادين، ومع تطور الوسائل الالكترونية في المجتمعات الحديثة واستخدامها في المعالجة الرقمية للبيانات زادت أهمية تكنولوجيا الإعلام والاتصال حتى صارت إلى ما هي عليه الآن، فتزايد بذلك تسابق المؤسسات على اقتناء أحدث ما توصل إليه التقدم في هذا المجال.

### المطلب الأول: مفهوم تكنولوجيا الإعلام والاتصال وبنيتها التحتية

عملت رهانات الألفية الجديدة على إحداث تحولات عميقة وجذرية في المجتمع شملت مختلف الميادين، أضحت من خلالها تكنولوجيا الإعلام والاتصال مادة أولية أهم من جميع المواد الأولية الأخرى المعروضة في اقتصاد السوق في الوقت الراهن، ودعامة أساسية لنمو الاقتصاديات وازدهارها، وعليه سنتطرق من خلال هذا المطلب إلى مفهوم تكنولوجيا الإعلام والاتصال وبنيتها التحتية.

#### أولاً: مفهوم تكنولوجيا الإعلام والاتصال:

قبل التطرق لمفهوم تكنولوجيا الإعلام والاتصال سنتناول أهم التعاريف المتعلقة بتكنولوجيا الإعلام وتكنولوجيا الاتصال.

**1. تعريف تكنولوجيا الإعلام:** يمكن تعريف تكنولوجيا الإعلام بأنها تلك الأدوات التي تستخدم لبناء نظم المعلومات التي تساعد الإدارة على استخدام المعلومات التي تدعم احتياجاتها في اتخاذ القرارات وللقيام بمختلف العمليات التشغيلية في المؤسسة، وتتضمن هذه التكنولوجيات البرامج الفنية و البرامج الجاهزة وقواعد البيانات وشبكات الربط بين العديد من الحواسيب أو العناصر الأخرى ذات العلاقة<sup>1</sup>؛

**2. تعريف تكنولوجيا الاتصال:** هي مجموع التقنيات أو الوسائل التي توظف لمعالجة المضمون

أو المحتوى الذي يراد توصيله من خلال عملية الاتصال يتم من خلالها جمع المعلومات والبيانات المسموعة، المكتوبة، المرسومة أو الرقمية أو المسموعة المرئية من خلال الحاسبات الالكترونية ثم تخزينها

<sup>1</sup>-الهادي بوقلقول، تكنولوجيا المعلومات كأداة قوية في خدمة مسعى الجودة الشاملة، المؤتمر العلمي الثاني حول الجودة الشاملة في ظل إدارة المعرفة و تكنولوجيا المعلومات، الجامعة الأردنية، الأردن، يومي 26-27 أفريل، 2006، ص 7.

واسترجاعها في الوقت المناسب وعملية نشرها تتم عن طريق أجهزة اتصالية، مسموعة، أو مسموعة مرئية، أو مطبوعة ونقلها من مكان لآخر فتكنولوجيا الاتصال ليست كغيرها من التكنولوجيات فهي تتحدى نفسها وتسابق الزمن فاستخدامها يقود إلى إعادة ابتكارها من جديد وهو ما يؤدي إلى مزيد من الاستخدام وهكذا في دائرة لا تنتهي؛

**3. تعريف تكنولوجيا الإعلام والاتصال:** إن مفهوم تكنولوجيا الإعلام والاتصال متداخل بعض الشيء، حيث أن هذه التكنولوجيات لا تعتبر جديدة في حد ذاتها، وذلك لأن معظمها كان موجودا منذ السنوات الماضية أو أكثر وما يمكن اعتباره حديثا هو توسع استخداماتها في مجال إدارة المؤسسات واعتمادها بدرجة كبيرة على العمل الشبكي، إذ تتضمن هذه التكنولوجيات جميع الاستعمالات من حواسيب، شبكات اتصال وأجهزة تداول المعلومات سلكية ولا سلكية، حيث تمثل عادة في أجهزة الاتصال من هاتف، فاكس وانترنت، وبالتالي فإن تكنولوجيا الإعلام والاتصال بالنسبة للمؤسسة هي تلك الأدوات التي تستخدم لبناء نظم المعلومات والتي تساعد الإدارة على استخدام المعلومات المدعمة لاحتياجها في اتخاذ القرارات وللقيام بمختلف العمليات التشغيلية في المؤسسة وذلك عن طريق تحويل، تخزين ومعالجة كل أنواع المعلومات في شكل معطيات رقمية موحدة، وبثها بسرعة الضوء في كل أنحاء العالم باستخدام الشبكة العالمية (انترنت)، كما يمكنها ترجمة المعلومات المستقبلية وتحويلها إلى الشكل المرغوب فيه، فضلا عن تغيير طرق الاتصال داخل الإدارات<sup>1</sup>.

### ثانيا. البنية التحتية لتكنولوجيا الإعلام والاتصال:

تشمل البنية التحتية لتكنولوجيا الإعلام والاتصال على ما يلي:

**1. البيانات:** و هي الأساس الأول لبناء المفهوم و الذي من دونها لا يمكن إطلاقا لباقي الأسس و البنى أن تعمل أو بالأحرى أن تقوم لها قائمة أصلا؛

**2. الأجهزة:** و هي الأدوات التي تحفظ وتخزن وتعالج البيانات، والتي هي مجموعة من الحواسيب بمختلف أنواعها وأحجامها وسرعتها وإمكانية استيعابها من البيانات. و الحاسوب هو جهاز الكتروني يأخذ

<sup>1</sup> - بن بركة عبد الوهاب، بن التركي زينب، اثر تكنولوجيا الإعلام والاتصال في دفع عجلة التنمية، مجلة الباحث، جامعة بسكرة، العدد 07، الجزائر، 2009-2010، ص 246.

البيانات كمدخلات حيث يتم تخزينها ومعالجتها حسب الأوامر الصادرة لتنفيذ مهام معينة ثم يتم عرضها كمخرجات؛

3. البرمجيات: وهي البنى التي بواسطتها يمكن السيطرة على البيانات إضافة إلى التحكم وتطبيق العمليات الحسابية والمنطقية والحصول على نتائج وحل المشكلات حسب الحاجة والطلب ويوجد نوعان رئيسيان من البرامج وهما برامج النظام وبرامج التطبيقات ويؤدي كل منهما وظيفة مختلفة عن الآخر؛

4. الاتصالات: وهي من نتائج تطور البنية التحتية السابقة الذكر والتي ساعدت على نشر وتوزيع البيانات، ربط العالم، تقليص المسافات، الإسراع في التوزيع التجاري للمنتجات وبالذات التي تعرف بالاتصالات عن بعد والتي قصرت المسافات وجعلت العالم كله كقرية واحدة؛

5. الشبكات: وهي حصيلة تطور الاتصالات عن بعد وتأخذ مفهوم العالم كقرية واحدة والتي سرعت في نقل البيانات والمعلومات؛

6. الانترنت: وتعتبر أحدث مستخدمات البنى التحتية لتكنولوجيا الإعلام والاتصال إضافة إلى الإكسترانت والانترانت، كما تلعب دورا هاما وحاسما حيث تقدم خدمات عديدة ومتنوعة لمختلف الزبائن والعاملين والوسطاء والموزعين.

### المطلب الثاني: خصائص تكنولوجيا الإعلام والاتصال وآثارها

تعتبر تكنولوجيا الإعلام والاتصال احد العوامل الأساسية في إحداث تنمية اقتصادية واجتماعية وعليه سنحاول في هذا المطلب الوقوف على أهم خصائصها وكذا التطرق لمختلف آثارها.

#### أولا: خصائص تكنولوجيا الإعلام والاتصال:

تميزت تكنولوجيا الإعلام والاتصال في الوقت الحاضر بعدد من السمات والخصائص عن غيرها من التكنولوجيات ومن أبرزها<sup>1</sup>:

- **الفاعلية:** من ابرز صفاتها هي تبادل الأدوار بين المرسل والمستقبل أي هناك أدوار مشتركة بينها في العملية الاتصالية ما يسمح بخلق نوع من التفاعل؛

<sup>1</sup> -حسن رضا النجار، تكنولوجيا الاتصال (المفهوم والتطور)، مؤتمر دولي حول الإعلام الجديد: تكنولوجيا جديدة لعالم جديد، جامعة البحرين، البحرين، يومي 07-09 أفريل، 2009، ص- ص: 506- 507.

- **تحديد المستفيد:** تعني أن المعلومات التي تتبادل سوف تكون محددة الغرض أي هناك درجة من التحكم في معرفة المستفيد الحقيقي من معلومات معينة دون عينها، وهذه السمة أفرزتها تكنولوجيا الإعلام والاتصال المتمثلة بإحدى أنظمة البريد الإلكتروني التي تتيح للمشارك بها مجالا واسعا للتحكم بكمية المعلومات المرغوبة ونوعيتها ومن الطبيعي أن يقوم بهذه الخدمة شخص يدعي المنسق الذي يقوم بترتيب هذه العملية عن طريق معرفة المستفيدين وحاجاتهم من المعلومات وتجهيزهم بها عن طريق صناديق البريد الإلكتروني الخاص بكل مشترك لقاء اشتراك شهري أو سنوي يدفع مقابل تقديم هذه الخدمات؛
- **اللاتزامية:** تعني إمكانية ترسل المعلومات بين أطراف العملية الاتصالية من دون شرط تواجدها في وقت إرسالها وهذا يعني أن هناك إمكانية لحزن المعلومات المرسله عند استقبالها في الجهاز واستعمالها وقت الحاجة فمثلا في أنظمة البريد الإلكتروني ترسل المعلومات من منتجها إلى المستفيد منها في أي وقت؛
- **قابلية التحرك أو الحركية:** بمعنى إمكانية بث المعلومات واستقبالها من أي مكان إلى آخر أثناء حركة مرسل والمستقبل المعلومات وذلك باستعمال عدد من الأجهزة؛
- **قابلية التحويل:** وهي إمكانية نقل المعلومات من وعاء لآخر باستعمال تقنيات تسمح بتحويل الأوعية الورقية إلى مصغرات فلمية وبالعكس، كذلك إمكانية تحويل المعلومات المسجلة على المصغرات الفلمية إلى الأوعية الممغنطة وكذلك إمكانية تحويل النصوص من لغة إلى أخرى أو ما يسمى بنظام الترجمة الآلية؛
- **قابلية التوصيل:** إمكانية استعمال الأجهزة المصنعة من قبل الشركات المختلفة التي تحكمها معايير معينة في توحيد صناعة الأجزاء المختلفة لهذه الأجهزة مما يتيح إمكانية تناقل المعلومات بين المستفيدين وبغض النظر عن الشركات المصنعة للأجهزة المختلفة؛
- **الشيوع والانتشار:** قابلية التوسع أكثر فأكثر لوسائل الاتصال حول العالم وفي الطبقات المختلفة للمجتمع؛
- **تقليص الوقت:** السماح بالنقل اللحظي للمعلومات والمعطيات؛
- **العالمية أو الكونية:** إمكانية تناقل المعلومات بين المستفيدين على مستوى العالم وذلك لتوفر التقنيات التي تسمح بذلك فيكون التواصل عالميا؛
- **اللاجهارية:** إمكانية التحكم في إيصال الرسالة سواء من شخص لشخص أو من جهة واحدة إلى مجموعات أو من الكل إلى الكل.

ثانيا: آثار تكنولوجيا الإعلام والاتصال:

لقد أحدثت تكنولوجيا الإعلام والاتصال آثارا كبيرا على مختلف المستويات خاصة فيما يتعلق بطرق الإنتاج والابتكار وغيرها، يمكن حصرها فيما يلي<sup>1</sup>:

**1. الإنتاجية:** إن تكنولوجيا الإعلام والاتصال، تقوم بتحفيز العملية الإنتاجية لنشاط المؤسسة

تسويقيا، محاسبيا وفي جميع القطاعات الاقتصادية ويمكن تطبيق تكنولوجيا الإعلام والاتصال في عدة مجالات وهي:

- الحصول على المعلومات، توثيقها وتحليلها؛
- الاتصال. بمعنى تداول المعلومات؛
- السيطرة على العمليات؛
- الإدارة. بمعنى دعم القرار وإدارة المعلومات؛
- التصنيع. بمعنى التصميم؛
- مشاركة الخبرة.

فاستعمال تكنولوجيا الإعلام والاتصال يساعد كثيرا على التحليل المالي كما أن استعمال البرامج الحديثة يسهل عملية اتخاذ القرار وتنفيذ الاستثمارات ويمكن المؤسسة الاقتصادية بفضل تجهيزاتها المتطورة ونوعية المعلومات المحصل عليها من القيام بدراسات فعالة للسيطرة على السوق وتحسين حصتها فيه باختيار فئات العملاء المناسبين لأعمالها، وتقييم عملائها الحاليين للاستجابة لمتطلباتهم، والحفاظ عليهم ودراسة المخاطر والفرص التي قد تواجهها. فتكنولوجيا الإعلام والاتصال توفر للمؤسسة فرصة التعرف على المنتجات والخدمات المطلوبة وعلى المنافسة القائمة في السوق؛

**2. دخول المعلومة:** تسهل تكنولوجيا الإعلام والاتصال دخول المعلومة حيث تسمح بأن يكون السوق

أكثر فاعلية، ويحتمل أن تكون الأسواق أكثر شفافية، كما تسمح للمستهلك بالبحث وإيجاد الأسعار المناسبة، وتسمح للمؤسسات بالحصول على معلومات عن الموردين، كما يمكن لتكنولوجيا الإعلام

<sup>1</sup> - زلماط مريم، دور تكنولوجيا الإعلام والاتصال في إدارة المعرفة داخل المؤسسة الجزائرية - دراسة حالة بسونظراك فرع STH، (مذكرة مقدمة

لنيل شهادة الماجستير، تخصص تسيير الموارد البشرية، جامعة أبو بكر بلقايد، غير منشورة)، تلمسان، 2009-2010، ص-ص 31-34.

والاتصال من تخفيض تكاليف المبادلات و حواجز الدخول، وبمصطلح آخر، هي تشبه نموذج الاقتصاد المعروف بالمنافسة المثالية التي تحتاج إلى وفرة من المعلومات، وتجعل هذه الافتراضات أكثر واقعية في بعض الأحيان على الرغم من المساعدة في تعزيز الاحتكار في بعض الصناعات والأسواق التي تعتمد على المعلومات؛

**3. العولمة:** تكنولوجيا الإعلام والاتصال هي كمية المعطيات والمعلومات المهمة التي نستطيع تخزينها تحت شكل سلاسل رقمية ترسل إلى أي مكان في العالم بتكلفة ضئيلة. والعولمة هي في المعنى مرتبطة ببعضها تخفض من تكاليف الاتصالات، وقد أدت بالفعل إلى عولمة الأسواق، الإنتاج ورأس مال، كما أن العولمة خلقت المنافسة، الابتكار، وسرعة انتشار التكنولوجيا الجديدة بتكاليف منخفضة؛

**4. الابتكار:** إن تكنولوجيا الإعلام والاتصال تسرع من عملية الابتكار وكسر الروتين، تسهل من معالجة كميات كبيرة من البيانات وفي أسرع وقت ممكن نتخذها لنصمم منتجات جديدة وعرض خدمات جيدة.

### المطلب الثالث: انعكاسات تكنولوجيا الإعلام والاتصال

إن تطبيق تكنولوجيا الإعلام والاتصال له العديد من الإيجابيات بالإضافة إلى وجود بعض الانعكاسات السلبية والتي سنتطرق إليها في هذا المطلب .

#### أولاً: الانعكاسات الايجابية:

أصبحت تكنولوجيا الإعلام والاتصال تلعب دوراً رئيسياً في مجتمع المعلومات لما توفره من منافع والمتمثلة في:

- الارتباطية والوصول العالمي أي قدرتها على ربط عدد كبير من الناس في مختلف بقاع العالم بعضهم ببعض وبأقل التكاليف الممكنة؛
- تكاليف اتصال منخفضة بحيث يمكن للمنظمات تنسيق جهود العاملين لديها بسهولة، وبتكلفة منخفضة خصوصاً في حالات فتح أسواق جديدة أو العمل في مناطق نائية؛
- تكاليف التعامل منخفضة، ترى العديد من المنظمات أن التعاملات الالكترونية ليست فقط أسرع وأكثر كفاءة من التعاملات على الورق، وإنما أقل تكلفة؛
- التفاعلية والمرونة حيث تتفاعل مع الأفراد بتوفير لهم المعلومات؛

- توزيع متسارع للمعرفة أي أنها تساهم في الوصول الفوري المباشر لمصادر المعلومات في مجالات حيوية كالأعمال، العلوم، القانون والحكومة<sup>1</sup>.

#### ثانياً: الانعكاسات السلبية:

إن معظم الدول النامية تفقد القدرة على أن تحدد التكنولوجيا الرقمية المناسبة، والأسوأ من ذلك ليس هناك تناسق في السياسات الرقمية فيما بين الدول النامية نفسها، مع العلم أن التخطيط لتبني ونشر التقنيات الرقمية لم تعد مسألة محلية، وإجمالاً فإن التطورات في مجال تكنولوجيا الإعلام والاتصال لا تستهدف تلبية احتياجات المستهلكين أكثر مما توجه إلى المستخدم القادر فعلياً على دفع تكلفتها.

وقد أكدت تقارير لليونسكو بوجود دلائل قوية على أنه إذا لم تعكس التطبيقات التكنولوجية احتياجات المستخدم أو تتضمنها عملية التنمية فإنها ببساطة لن تأتي بالفوائد المتوقعة، بل يحتمل أن تثير مشكلات جديدة تكلف مواردها الكثير، وإذا لم تجمع الظروف الاقتصادية والاجتماعية الخاصة، وخبرة والتزام المستخدمين، ومقومات البنية التحتية، فإن تطبيقات تقنيات الإعلام والاتصال سوف تفشل في أن تثمر أية فوائد.

<sup>1</sup> - بشير عباس العلق، تكنولوجيا المعلومات وتطبيقها في مجال التجارة والنقالة، منشورات المنظمة العربية للتنمية الإدارية، مصر، 2007، ص130.

## المبحث الثالث: شبكات الإعلام والاتصال

الاستثمار في مجال تكنولوجيا المعلومات يتطلب توجيه الموارد نحو شبكة الاتصال التي تربط نظم معالجة العمليات بنظم إدارة قواعد البيانات وبنقاط الخدمة المباشرة للمستفيد النهائي.

كما أن الاستثمار في تكنولوجيا برامج الاتصالات له فوائد جمة أقلها أن معظم نظم المعلومات الحاسوبية هي اليوم ذات بنية شبكية موزعة وبالتالي تتطلب وجود شبكة فعالة وذات تقنية عالية من الاتصالات، وعليه سنتطرق من خلال هذا المبحث لكل المفاهيم المتعلقة بشبكات الإعلام والاتصال.

### المطلب الأول: مفهوم شبكات الإعلام والاتصال، مكوناتها ومزاياها

الشبكة هي وسيلة ربط بين أجزاء تتعلق ببعضها تجمع بينها وظيفة مشتركة لهذا فإن وجودها أصبح أمراً ضرورياً وعليه سنتطرق في هذا المطلب إلى مفهوم شبكات الإعلام والاتصال، مكوناتها ومزاياها.

#### أولاً: مفهوم شبكات الإعلام والاتصال:

توجد تعريفات متعددة ومتنوعة لمفهوم الشبكات سواء في مجال الاتصال أو الإعلام أو غيرها من المجالات، لأن الشبكات ليست محصورة في مجال فقط بل أصبحت متداخلة في كافة جوانب الحياة ومن هذه التعريفات:

1. **التعريف الأول:** الشبكة هي مجموعة الحواسيب ربطت مع بعضها البعض لتمكين مستخدميها من التراسل فيما بينهم من أجل تبادل المعلومات والمشاركة في البيانات والمصادر<sup>1</sup>؛

2. **التعريف الثاني:** الشبكة هي مؤسستان أو أكثر تشتركان في عملية تبادل المعلومات من خلال روابط اتصالات وذلك خدمة لأهداف مشتركة<sup>2</sup>؛

3. **التعريف الثالث:** تعرف الشبكات على أنها النظام الذي يربط مجموعة من الحاسبات مع بعضها البعض بهدف تحقيق المشاركة في الموارد المتاحة وأيضاً في المعلومات المتولدة عن النظام<sup>3</sup>؛

<sup>1</sup> محمد دباس الحميد، ماركو إبراهيم نينو، حماية أنظمة المعلومات، ط1، دار الحامد، الأردن، 2007، ص145.

<sup>2</sup> سعيد يس عامر، الاتصالات الإدارية والمدخل السلوكي لها، بدون دار نشر، مصر، 2000، ص61.

<sup>3</sup> محمد الطائي، صيانة وإدامة نظم المعلومات الإدارية، ط1، دار المسيرة، الأردن، 2007، ص229.

وعليه فالشبكة هي عبارة عن مجموعة من أنظمة الحاسوب المتصلة ببعضها البعض، ولا تقتصر على المعدات أو الأجهزة المستخدمة فقط، وإنما تحتاج إلى أنظمة برمجية لإدارة هذه المعدات عند إجراء الاتصال.

### ثانياً: مكونات شبكات الإعلام والاتصال

كل شبكة للحاسوب تتكون من عناصر أساسية هي<sup>1</sup>:

1. **عتاد الشبكة:** من الأجهزة وخاصة الحاسوب المزود، أجهزة الزبائن والأجهزة التقنية الأخرى؛
2. **برامج الشبكة:** وبصفة جوهرية نظام تشغيل الشبكة الذي يتولى إدارة الأجهزة والمزودات، توفير الحماية للشبكة، إدارة وحدات التخزين بشكل فعال، توفير السرعة في معالجة البيانات، وإدارة مصادر الشبكة من طابعات ووحدات تخزين؛
3. **بروتوكولات الشبكة:** وبصفة جوهرية نظام تشغيل الشبكة، تسمى مجموعة البروتوكولات والمعروفة اختصاراً (TCP/IP)\* وذلك لضمان تحقيق الارتباط بين شبكات الحاسوب المختلفة وبين هذه الشبكة وأم الشبكات (الانترنت) ؛
4. **وسائط التراسل:** وهي عبارة عن وسائل متنوعة لنقل البيانات المرسلة من جهاز إلى آخر في الشبكة وبين شبكات الحاسوب، وتستخدم قنوات الاتصال وسائل متعددة ؛
5. **الوسائط اللاسلكية للاتصالات ولنقل البيانات :** وتستخدم في كثير من شبكات الحاسوب حيث توجد مثلاً شبكات الاتصال المحلي اللاسلكية؛
6. **أجهزة خاصة تستخدم في الشبكات:** مثل:

- **المحول:** لنقل الإشارات الرقمية إلى تناظرية؛
- **الموزع:** يقوم بتوزيع الشرائح المرقمة (الرسالة) إلى جميع الأجهزة المتصلة به ضمن بنية الشبكة؛
- **الموجه:** يوجه الشريحة المرقمة عبر المسار المناسب في الشبكة وذلك لضمان وصولها إلى الحاسوب المستهدف ويستخدم في شبكات الحاسوب الكبيرة وفي مقدمتها الانترنت؛

<sup>1</sup>-سعد غالب ياسين، أساسيات نظم المعلومات الإدارية وتكنولوجيا المعلومات، ط1، دار المناهج، الأردن، 2006، ص-ص: 163-164.

\*(TCP/IP): Transmission and Control /Internet Protocol

- **البوابة:** تستخدم البوابات لربط شبكات محلية مختلفة في بنيتها الهندسية أو في نظم تشغيل الشبكات لتكوين شبكة حاسوبية أكبر؛
- **الجسر:** على خلاف البوابات يقوم الجسر بربط شبكتين محليتين متشابهتين لتشكيل شبكة حاسوب أكبر؛
- **المضخمات:** تستخدم لتقوية موجات وإشارات أجهزة الاتصالات في شبكات الحاسوب الكبيرة؛
- **الجمعات:** تستخدم لتجميع حزم الرسائل من محطات العمل في الشبكة لكي يتم نقلها عبر وسائط التراسل إلى الجهة المستهدفة ضمانا للسرعة ولحماية موارد بيانات الشبكة.

### ثالثا: مزايا شبكات الإعلام والاتصال

هناك عدة مزايا ومنافع مباشرة لشبكات الإعلام والاتصال يمكن إيجازها فيما يلي:

- المشاركة بعتاد نظم وأدوات تكنولوجيا الإعلام والاتصال مثل طابعة واحدة للشبكة؛
- المشاركة في برامج نظم المعلومات الحاسوبية إذ يكفي وجود نسخة واحدة من برنامج نظام إدارة قواعد البيانات أو أي برنامج من برامج التطبيقات لكي يتم استخدامها من قبل جميع نظم الحاسوب الموجودة في الشبكة؛
- المشاركة بمراد نظام المعلومات من بيانات، معلومات والأهم من ذلك المشاركة بمراد المعرفة وأصولها وبرأس مال المعرفة الموجود في المنظمة؛
- تسهيل عمليات إدارة المعرفة من تكوين، تخزين، نقل، المشاركة بالمعرفة، وتوزيع المعرفة؛
- شبكات الإعلام والاتصال هي قاعدة بناء نظم الدعم الجماعي للإدارة مثل نظم مساندة القرارات الجماعية وغيرها؛
- تشبيك جميع المستفيدين والزبائن مع المنظمة وذلك من خلال شبكة المنظمة الخارجية اكسترنات وربط جميع العاملين في أقسامهم ووحداتهم من خلال شبكة المنظمة الداخلية انترانت؛
- الكفاءة والفعالية في تنفيذ أنشطة وعمليات المنظمة؛

- السرعة، الجودة، المرونة، الموثوقية العالية في إنتاج وتوزيع الخدمات الالكترونية للمستخدمين والزبائن؛
- الشبكات هي منطلق جميع تطبيقات التجارة الالكترونية، الأعمال الالكترونية، المصارف الالكترونية، وتطبيقات الأعمال على شبكة الانترنت.

## المطلب الثاني: تصنيفات شبكات الإعلام والاتصال

هناك عدة أنواع من الشبكات ويمكن تصنيفها وفق عدة معايير وهي:

أولاً: حسب المدى الجغرافي الذي تغطيه الشبكة:

يتضمن ثلاث أنواع من الشبكات وهي<sup>1</sup>:

**1. الشبكات المحلية LAN\***: تدعى الحواسيب المرتبطة ببعضها في منطقة جغرافية واحدة بشبكة منطقة محلية أو شبكة محلية اختصاراً أو LAN كما هو شائع، تعود ملكية هذه الشبكات عادة إلى شركة واحدة، تكون مكاتبها في نفس الموقع أو البناء أو ضمن حرم واحد. وتحتوي الشبكة المحلية الخاصة بشركة، على شبكات محلية صغيرة في كل قسم من أقسام الشركة، ويوجد في كل قسم مخدم خاص، يتم ربط كل من الشبكات الصغيرة بمجمع أو محول مركزي يقوم ربطها مع المخدم الرئيسي، ويكون لكل من أقسام الشركة مخدم خاص واحتياجات معلوماتية خاصة، يمنع هذا الترتيب الازدحام على المخدم أو الشبكة، الأمر الذي يحسن أداء الشبكة ككل وتعرف هذه التقنية بتقنية تقسيم الشبكة؛

**2. الشبكات الإقليمية MAN\*\***: صممت لنقل البيانات عبر مناطق جغرافية شاسعة ولكنها ما تزال تقع تحت مسمى المحلية وهي تصلح لربط مدينة أو مدينتين متجاورتين ويستخدم في ربط هذا النوع من الشبكات الألياف البصرية أو الوسائل الرقمية فهذه التقنية تقدم سرعات فائقة وشبكات MAN يمكن أن تحتوي على عدد من شبكات LAN وتتميز بالسرعة والفاعلية ومن عيوبها مكلفة وصيانتها صعبة؛

<sup>1</sup>- ناصر خليل، التجارة والتسويق الإلكتروني، ط1، دار أسامة، الأردن، 2009، ص: 159\_160.

\* - LAN: Local Area Networks

\*\* - MAN: Métropolitain Area Networks.

**3. شبكات المناطق الواسعة WAN\***: فهي تغطي مساحات كبيرة جدا مثل ربط الدول مع بعضها البعض، ومن مميزات هذا النوع أنها تربط آلاف الأجهزة وتنقل كميات كبيرة من البيانات لا تنقل إلا بها ومن عيوبها تحتاج إلى برامج وأجهزة عالية جدا وصعوبة تشغيلها وصيانتها.

ثانيا: حسب توزيع المهام بين الحواسيب في الشبكة:

يتضمن نوعين من الشبكات وهما<sup>1</sup>:

**1. شبكات الند للند Peer-to-Peer**: مكونة من مجموعة من الأجهزة يستطيع أي جهاز مشترك في الشبكة رؤية المواد المخزنة على أي أجهزة متصلة بها حيث أن كل جهاز يمكن أن يزود غيره بالمعلومات وفي نفس الوقت يطلب المعلومات من غيره من الأجهزة المشتركة في الشبكة، وفي مثل هذا النوع من الشبكات كل عضو من أعضاء الشبكة بمثابة مدير للشبكة لأنه هو الذي يسيطر ويدير عمليات الوصول إلى المصادر المتاحة في حاسوبه ومن مميزات هذه الشبكات سهولة التركيب والبناء، تكلفتها محدودة، ومن عيوبها لا تؤدي دورا جيدا عندما يكون عدد حواسيب الشبكة كبيرا ومع نمو الشبكة يصبح الحفاظ على أمن الشبكة أمرا صعبا؛

**2. شبكات الزبون/ المزود Server/ Client**: في هذا النوع من الشبكات تكون موارد الشبكة

متمركزة في جهاز واحد هو الجهاز الرئيسي لتشغيل الشبكة يسمى جهاز الخدمة الرئيسي أو المزود

أو الخادم وهو عبارة عن حاسوب يتميز بالسرعة العالية، طاقة تخزينية كبيرة لكي يستوعب البيانات والبرمجيات التي سوف يتداولها المشاركون في الشبكة ويكون عمله فقط كمزود ولا يعمل كزبون حيث يتيح ما لديه من مصادر لمستخدمي الشبكة. كما أن هذه الشبكات قائمة على أن المستخدم يطلب من الخادم والخادم يستجيب لهذه الطلبات ويوفرها ويضعها تحت تصرف المستخدم، من مميزات وجود كلمة مرور واحدة للدخول إلى الشبكة والوصول إلى مصادرها، السيطرة المركزية على أمن الشبكة ومصادرها من خلال شخص وهو مدير الشبكة ومن عيوبها تكلفتها عالية، حدوث أي عطل في الخادم يؤدي إلى عدم القدرة على الاستفادة من المصادر المتاحة.

\* - WAN: Wide Area Networks

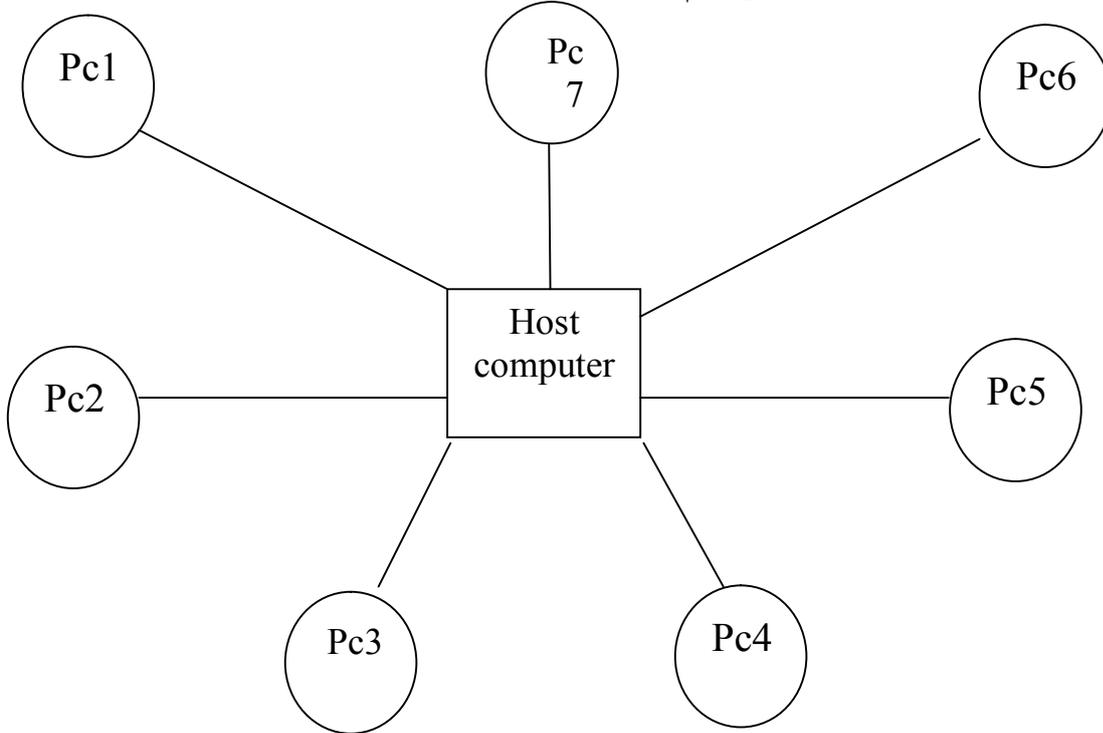
<sup>1</sup> - نihal فؤاد اسماعيل، تحليل وتصميم نظم المعلومات الرقمية، دار المعرفة، مصر، 2012، ص - ص: 103-106.

ثالثاً: حسب التركيب البنيوي للشبكة.

يتضمن ثلاث أنواع من الشبكات وهي<sup>1</sup>:

**1. الشبكة النجمية Star Network:** تعتمد تقسيمات الشبكة النجمية على وجود حاسب مركزي رئيسي يطلق عليه الخادم، يعمل كناقل تحكم بعملية الاتصال مع الحواسيب الأخرى في الشبكة من حواسيب شخصية صغيرة أو محطات طرفية وتأخذ هذه الشبكة شكل النجمة، من مميزات سهولة تراسل المعلومات، لا يؤثر عطل أي جهاز في الشبكة على عملها ومن عيوبها ارتفاع التكاليف، عطل الشبكة عندما يعطل الخادم؛ والشكل التالي يوضح الشبكة النجمية:

الشكل رقم (01-02): الشبكة النجمية



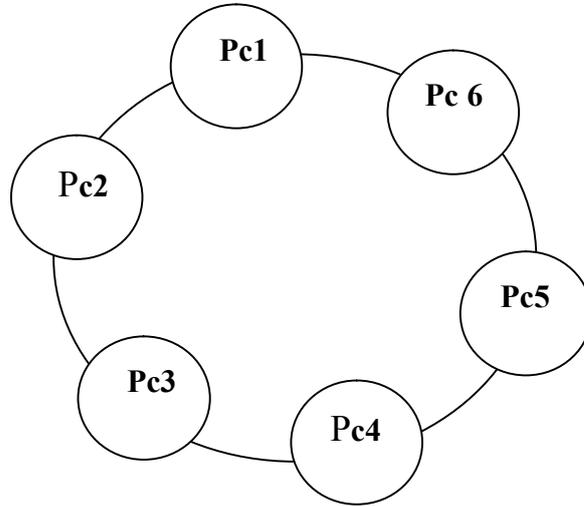
المصدر: فايز جمعة صالح النجار، مرجع سبق ذكره، ص 206.

**2. الشبكة الحلقية Ring Network:** ترتبط جميع الحواسيب في الشبكة الحلقية بواسطة دائرة

مغلقة مع بعضها البعض مباشرة دون الحاجة إلى وجود حاسب مركزي، وليس بالضرورة أن تتعطل الشبكة إذا عجز أحد الحواسيب في الدخول إلى الشبكة، تعتبر الشبكة الحلقية أكثر موثوقية من الشبكة النجمية لعدم حاجتها إلى توجيه مركزي والشكل التالي يمثل الشبكة الحلقية:

<sup>1</sup> \_فايز جمعة صالح النجار، نظم المعلومات الإدارية، ط2، دار الحامد، الأردن، 2007، ص\_ص: 205- 209.

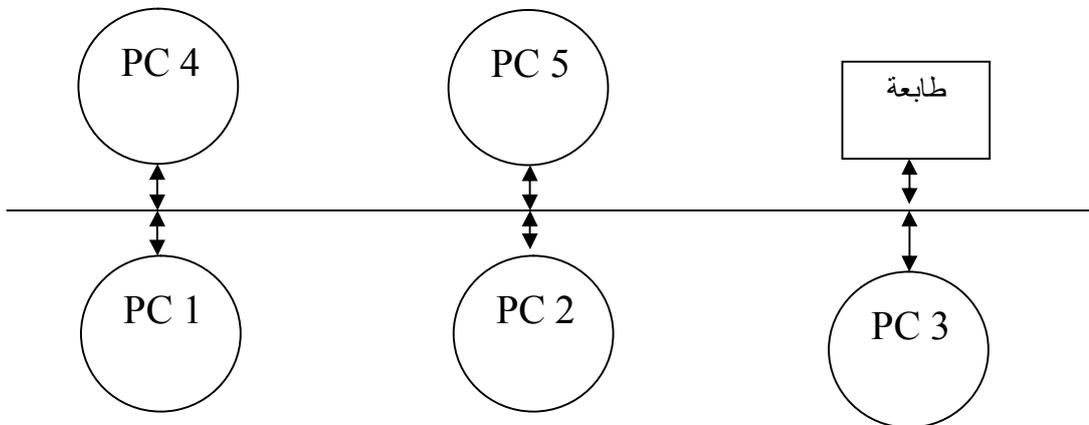
الشكل رقم (01-03): الشبكة الحلقية



المصدر: فايز جمعة صالح النجار، مرجع سبق ذكره، ص 209.

**3. الشبكة الخطية Bus Network:** تستخدم الشبكة خطا رئيسيا واحدا يمر بين الأجهزة المختلفة المرتبطة بالشبكة، ولا يوجد حاسوب مركزي للتحكم في الشبكة لذلك إذا فشل احد الحواسيب في الدخول إلى الشبكة فإنه لا يتأثر أي حاسوب آخر بذلك فهذه الشبكة تتميز بالبساطة، قلة التكلفة وسهولة إدارتها والشكل التالي يوضح الشبكة الخطية:

الشكل رقم (01-04): الشبكة الخطية



المصدر: فايز جمعة صالح النجار، مرجع سبق ذكره، ص 207.

## رابعاً: شبكات الأعمال:

يمكن تقسيم شبكات الأعمال إلى ثلاث أنواع وهي الانترانت، الاكسترانت، والانترنت\*

### 1. شبكات المنظمة الداخلية "انترانت":

هي عبارة عن شبكة داخلية في منظمة تستطيع أن تؤمن وصول والحصول على البيانات من خلال المنشأة وتستخدم الانترانت الركائز والبنية التحتية لشبكة المنشأة نفسها، بالإضافة إلى وسائل الربط المعيارية المستخدمة في الانترنت، والبرمجيات المطورة للشبكة العنكبوتية العالمية وتستطيع الانترانت تأمين تطبيقات شبكية أو تعاونية باستخدام أنواع مختلفة من الحواسيب المتوفرة والموزعة في المنشأة بما في ذلك الحواسيب اليدوية وكذلك الوسائط اللاسلكية البعيدة. وعلى الرغم من أن الشبكة العنكبوتية العالمية الويب بشكل خاص والانترنت بشكل عام هي مفتوحة للاستخدام من قبل الجميع، وان الانترانت هي شبكة داخلية خاصة، فينبغي أن تكون هذه الأخيرة محمية بواسطة ما يسمى بجدار النار.

جدار النار هو عبارة عن مكونات مادية (معدات وأجهزة) وبرمجيات خاصة توضع بين الشبكة الداخلية للمنظمة من جهة وبين الشبكات الخارجية، ويعمل جدار النار على منع أي من المستخدمين الخارجيين من التوغل في الشبكات الخاصة والدخول في المرخص إليها. فهو إذن نظام للحماية مزود ببرمجية خاصة تمنع الغرباء من اختراق الشبكات الخاصة لذلك يوجد جدار النار بأجهزته وبرمجياته في مكان مناسب بين شبكة المنظمة الداخلية والشبكات الخارجية بما فيها الانترنت وقد صمم جدار النار بطريقة تؤمن له اعتراض كل حزمة رسائل تمر بين شبكتين، وتفحص صفتها، ومن ثم رفض رسالة منها غير محولة من محاولة الدخول والاختراق<sup>1</sup>.

### 2. شبكات المنظمة الخارجية "اكسترانت":

شبكة الاكسترانت تسمح بالربط بين المتعاملين، الشركاء والموردين ونظراً لأهميتها البالغة سنتطرق إلى مفهومها، أنواعها وفوائدها.

\*انترنت: سنتطرق إلى الانترنت بالتفصيل في المطلب الموالي.

<sup>1</sup> - ثابت عبد الرحمن ادريس، نظم المعلومات الادارية في المنظمات المعاصرة، الدار الجامعية، مصر، 2007، ص 497.

أ. مفهوم شبكات الاكسترنات:

الاكسترنات هي عبارة عن شبكات انترانت داخلية توسعت وامتدت خدماتها إلى مستخدمين خارجيين مخولين من خارج المنظمة بأن يكون لهم وصول واستخدام محدد إلى شبكات المنظمة الداخلية، والاكسترنات مفيدة مثلا للربط بين المنظمة أو الشركة، أو الزبائن، أو الشركاء. فشبكة الاكسترنات هي مكونة من مجموعة شبكات انترانت ترتبط ببعضها البعض عن طريق الانترنت وتحافظ على خصوصية كل شبكة انترانت<sup>1</sup>.

ب. أنواع شبكات الاكسترنات: نشأت شبكات الاكسترنات استجابة إلى ما يتطلبه قطاع الأعمال من شركات وتحالفات وما يقتضيه من أمن على المعلومات المتبادلة عن طريق الشبكات مع العناية الشديدة بالصلاحيات، ولهذا فإن تصنيف شبكات الاكسترنات يعتمد على قطاع الأعمال الذي يقسمها إلى الأنواع التالية:

- **شبكات اكسترنات التزويد:** تربط هذه الشبكات المستودعات الرئيسية للبضائع بالفرعية بغرض تسيير العمل فيها آليا للمحافظة على كمية ثابتة من البضائع في المستودع إضافة للعديد من الخدمات الأخرى المتعلقة بالتحكم في المخزون؛
- **شبكات اكسترنات للتوزيع:** تمنح هذه الشبكات صلاحيات للمتعاملين مستندة إلى حجم تعاملاتهم، وتقدم لهم خدمة الطلب الالكتروني وتسوية الحسابات آليا، مع التزويد الدائم بقوائم المنتجات الجديدة والموصفات التقنية وما إلى ذلك من خدمات؛
- **شبكات الاكسترنات التنافسية:** تعزز هذه الشبكات التنافس في القطاعات الصناعية، إذ تمنح الشركات الكبيرة والصغيرة فرصة متكافئة في مجال البيع والشراء عن طريق ربطها فيما بينها بحيث تنقل الأسعار والموصفات التقنية الدقيقة مما يرفع من مستوى الخدمة في ذلك القطاع ويعزز جودة المنتجات ويقضي على الاحتكار<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> - عامر ابراهيم قنديلجي، علاء الدين عبد القادر الجنابي، نظم المعلومات الإدارية وتكنولوجيا المعلومات، ط2، دار المسيرة، الأردن، 2007، ص459.

<sup>2</sup> - فاروق حريري، دور التكنولوجيا الحديثة للاتصالات في تحقيق أهداف إستراتيجية التنمية البشرية المستدامة في الجزائر\_دراسة حالة مؤسسة اتصالات الجزائر (مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر، تخصص إدارة الأعمال الإستراتيجية والتنمية المستدامة، جامعة فرحات عباس، غير منشورة)، سطيف، 2011-2012، ص44.

ج. فوائد شبكات الاكسترنات: شبكات الاكسترنات لها فوائد كثيرة وهي كالتالي:

- **تسهيل عمليات الشراء في الشركات:** إذ يمكن أن تقوم شركة من الشرق الأوسط بإرسال طلب شراء لشركة يابانية عبر الاكسترنات التي تربط بينها وتلغي الحاجة إلى المراسلات بكل أنواعها؛
- **متابعة الفواتير:** هذه الخدمة تسهل عملية توقيع الفواتير من مديري الفروع المنتشرين عبر مناطق مختلفة (في حالة التوقيع الجماعي) كما تسمح لهم بمتابعة إجراءات الصرف والقبض؛
- **خدمات التوظيف:** تستخدم الاكسترنات لربط مصادر الموارد البشرية المؤهلة مع سوق العمل المتخصصة بغرض تقديم خدمة متعددة المنافع للطرفين، إذ تجد الموارد البشرية المؤهلة فرصة العمل المناسب في الوقت المناسب كما أن سوق العمل يؤمن احتياجاته عن طريق الشبكة نفسها، وقد تصل فعالية هذه الشبكة إلى درجة المشاركة بالتخطيط مع مصادر الموارد البشرية؛
- **تواصل شبكات توزيع البضائع:** يمكن بناء شبكة اكسترنات تربط الموزعين المحليين بالمرزود الرئيسي لتسريع عمليات الطلب والشحن وتسوية الحسابات.

### المطلب الثالث: الانترنت

تعتبر الانترنت كإحدى التقنيات الاتصالية المهمة في العالم والتي ارتبطت ارتباطا وثيقا بشكل مباشر بثورة الاتصالات والتقدم التكنولوجي فالانترنت أصبحت ضرورية من اجل بناء مجتمع متقدم ونظرا لأهميتها سنتطرق في هذا المطلب إلى كل المفاهيم المتعلقة بالانترنت.

#### أولاً: نشأة وتطور الانترنت:

يعتبر عام 1969 هو التاريخ الحقيقي لولادة شبكة الانترنت فقد بدأت كشبكة لوكالة مشاريع الأبحاث المتقدمة والتي كانت إحدى الوكالات المدعومة رسمياً من قبل وزارة الدفاع الأمريكية وقد أطلق على الشبكة تسمية شبكة أربانيت، في عام 1982 أصبح بروتوكول النقل والسيطرة المعروف باسم (Transmission and Control Protocol) والبروتوكول الآخر الملازم له أي بروتوكول انترنت هما وسيلتنا التعامل مع المعلومات التي توفرها شبكة الانترنت، في عام 1987 تم استحداث بروتوكولا جديدا باسم بروتوكول نقل الأخبار عبر الشبكات والذي كرس خدمة جديدة عبر شبكة الانترنت هي خدمة المجموعة الإخبارية التي أصبحت إحدى المكونات والاستخدامات الأساسية للشبكة العالمية. ثم طرحت مؤسسة سيرن مشروع الشبكة العنكبوتية عبر العالم والتي اشتهرت باسم (WWW)

الذي أصبح من الأدوات والخدمات الواسعة والمهمة في مسيرة الانترنت التاريخية، وهكذا نجد أن الانترنت هي أكبر مزود بالمعلومات في الوقت الحاضر حيث أنها أم الشبكات تضم عددا كبيرا من شبكات المعلومات<sup>1</sup>.

### ثانيا: مفهوم الانترنت:

انترنت هي كلمة انجليزية تتكون من **Inter** يقصد به البنية أو الاتصال ومن **Net** التي تعني الشبكة فشبكة الانترنت تعني الشبكة المتصلة. وهي وسيلة تربط الأفراد والمنظمات للتواصل وتبادل المعلومات، تتألف من الحواسيب المختلفة والبرمجيات والعنصر البشري الذي يتكون من مزودي الخدمات والمستخدمين المستفيدين من خدمة الشبكة. وتكمن أهمية الانترنت في إمكانية حصول المشترك تلقائيا على دليل العناوين التي تحتوي على عناوين كل المشتركين الآخرين الموصولين مع شبكة الانترنت<sup>2</sup>.

### ثالثا: استخدامات شبكة الانترنت:

هناك عدد كبير من الاستخدامات لشبكة الانترنت وهي<sup>3</sup>:

- **البريد الالكتروني:** يعتبر من الاستخدامات الشائعة والتي توفر إمكانية الاتصال بالملايين من البشر حول العالم؛
- **شبكة العنكبوت العالمية:** تعني تصفح مواقع المعلومات وهذه الخدمة تجمع النصوص والصور والأصوات والأفلام المتحركة بطريقة تفاعلية؛
- **استرجاع المعلومات:** تحتوي الشبكة على العديد من قواعد المعلومات التي يمكن الرجوع إليها بجانا كما هناك قواعد معلومات الدخول إليها يكون لقاء اشتراك سنوي؛
- **الحلقات النقاشية والتحاوير والاستشارة:** مجموعة مناقشات عبر الألواح الالكترونية؛
- **الأخبار والمجلات اليومية الدورية:** ثمة ثورة أخرى ترافق الثورة المعلوماتية وهي ثورة النشر الالكتروني مما جعل الانترنت مكتبة ضخمة جدا؛

<sup>1</sup> -إيمان فاضل السامرائي، هيثم محمد الزعبي، نظم المعلومات الإدارية، ط1، دار صفاء، الأردن، 2004، ص-ص: 180-181.

<sup>2</sup> -زكريا احمد عزام وآخرون، مبادئ التسويق الحديث (بين النظرية والتطبيق)، ط2، دار المسيرة، الأردن، 2011، ص427.

<sup>3</sup> -رضا صاحب أبو حمد آل علي، سنان كاظم الموسوي، الإدارة (لحاث معاصرة)، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، الأردن، 2006، ص-ص: 319-320.

- العمل عن بعد: شجعت الانترنت عدد كبير من العاملين من انجاز أعمالهم عن بعد وهم في منازلهم؛

#### رابعاً: ايجابيات وسلبيات شبكة الانترنت:

بالرغم من الايجابيات والفوائد العديدة لشبكة الانترنت إلا أن الأمر لم يخلو من بعض السلبيات ونرى أن ايجابيات وسلبيات شبكة الانترنت هي كالتالي<sup>1</sup>:

#### 1. ايجابيات شبكة الانترنت: لشبكة الانترنت العديد من الايجابيات وهي:

- إتاحة إجراء اتصالات بعيدة المدى بفعالية وكلفة زهيدة؛
  - إمكانيات التسويق والتسوق عالمياً؛
  - الوصول إلى مصادر المعلومات مباشرة؛
  - تعزيز الديمقراطية حيث يتم طرح الأفكار ومناقشتها من خلال الشبكة.
- #### 2. سلبيات شبكة الانترنت: بالرغم من الفوائد المتعاظمة لشبكة الانترنت إلا أن ذلك لم يمنع من وجود بعض السلبيات ومنها:

- قلة ضمان الثقة والأمن وانعدامها أحياناً أخرى؛
- مخاطر التحميل الزائد والخاطئ للمعلومات؛
- استهلاك الكثير من الوقت للتنقل خلال الشبكة وخصوصاً عندما تكون الأجهزة بطيئة؛
- احتواؤها على معلومات غير شرعية وغير قانونية وغير أخلاقية.

<sup>1</sup> - محمد إبراهيم أبو الهيجاء، عقود التجارة الالكترونية، ط2، دار الثقافة، الأردن، 2011، ص38.

## خلاصة الفصل:

لقد أصبحت المعلومات قوة مؤثرة تتحكم في مختلف نواحي الحياة بما فيها المنظمات التي باتت مختلف عملياتها ونشاطاتها تعتمد إلى حد كبير على حجم ونوعية المعلومات، ولا تستطيع أي منظمة جمع وتخزين المعلومات، تحليلها، نشرها والاستفادة منها بدون توفر أساليب وتقنيات حديثة ومتطورة وهكذا تبرز أهمية تكنولوجيا الإعلام والاتصال في المنظمات، حيث أن تطبيقاتها تعدى الحدود التقليدية، فلم تعد وظيفة الاتصالات تقتصر على التخابر داخل المؤسسة أو بينها وبين المحيط بل اتسعت بسرعة وأصبحت بمثابة البنية التحتية الشاملة، وما زاد من أهمية الاتصال استخدام أساليب حديثة متمثلة في الانترنت، الانترنت والاكسترنات لذلك بات من الضروري على المؤسسة الاطلاع على التطورات التي حدثت في قطاع تكنولوجيا الإعلام والاتصال في الآونة الأخيرة، الذي أصبح المحرك الأهم لأي تطور اقتصادي فلا بد من العمل على اكتسابه والتحكم فيه. ومن بين الأعمال التي تأثرت بتكنولوجيا الإعلام والاتصال الأعمال المالية والتجارية للمؤسسات فما مدى تأثير هذه الأعمال بهذه التكنولوجيا وهذا ما سنتطرق إليه في الفصل الثاني.

# الفصل الثاني

## الأعمال المالية والتجارية للمؤسسات في ظل تكنولوجيا الإعلام والاتصال

### المبحث الأول: الإدارة الإلكترونية

المطلب الأول: ماهية الإدارة الإلكترونية

المطلب الثاني: عناصر الإدارة الإلكترونية و متطلبات نجاح تطبيقها

المطلب الثالث: أهداف الإدارة الإلكترونية ومعوقاتها

### المبحث الثاني: الأعمال التجارية الإلكترونية

المطلب الأول: ماهية الأعمال التجارية الإلكترونية

المطلب الثاني: نماذج الأعمال التجارية الإلكترونية وفوائدها

المطلب الثالث: تحديات الأعمال التجارية الإلكترونية

### المبحث الثالث: الأعمال المالية الإلكترونية

المطلب الأول: مفهوم الأعمال المالية الإلكترونية وأسباب اللجوء إليها

المطلب الثاني: وسائل الدفع الإلكترونية

المطلب الثالث: أنظمة الدفع الإلكترونية

### تمهيد:

إن الحديث عن تغيرات المحيط يقودنا إلى تصور مجموعة من العوامل المساهمة في هذا التطور أهمها العوامل التكنولوجية وخصوصا تكنولوجيا الانترنت حيث عرف هذا القطاع نموا هائلا في حقبة زمنية سريعة وهذا راجع للتطورات الحاصلة في مختلف الأدوات والبرامج الداعمة لها، مما شجع السعي نحو استغلال الانترنت في مختلف الأعمال، نظرا لما تقدمه من انخفاض في التكاليف والسرعة في اختراق الأسواق وأصبحت الانترنت حاليا تعبر عن فضاء عالمي لممارسة الأعمال، وهنا كان لزاما على المؤسسات أن تسارع في تبني هذه التكنولوجيا لتحقيق معدلات نمو عالية في مختلف مستوياتها، كما توجب على المؤسسات تطوير قدراتها ومهاراتها الإدارية بسبب تزايد حدة المنافسة خاصة مع التطورات الحاصلة في مجال تكنولوجيا الانترنت.

وعليه يتم التطرق في هذا الفصل إلى الأعمال المالية والتجارية للمؤسسات في ظل تكنولوجيا الإعلام والاتصال في المباحث الثلاث التالية:

المبحث الأول: الإدارة الالكترونية.

المبحث الثاني: الأعمال التجارية الالكترونية.

المبحث الثالث: الأعمال المالية الالكترونية.

## المبحث الأول: الإدارة الالكترونية

إن كثيرا من الإدارات في العالم قد وصلت إلى قناعة لم تعد قابلة للتراجع عنها بأن التحول إلى أسلوب الإدارة الالكترونية وتطبيقها بشكل فعال، وضخ معطياتها في الجهاز الإداري، هو الإنجاز الأهم الذي يمكن أن تحققة تلك الإدارات. فتطبيق أسلوب الإدارة الالكترونية يوفر سهولة متابعة الإدارات المختلفة للمؤسسة وإدارتها وكأها وحدة مركزية.

### المطلب الأول: ماهية الإدارة الالكترونية

تعتمد الإدارة الالكترونية على تطوير البنية المعلوماتية داخل المؤسسة بصورة تحقق تكامل الرؤية ومن ثم أداء الأعمال وعليه سنتطرق في هذا المطلب إلى مختلف المفاهيم المتعلقة بالإدارة الالكترونية.

#### أولاً: مفهوم الإدارة الالكترونية:

على الرغم من أن هدف الإدارة الالكترونية واحد إلا أنه هناك تنوع بين المفكرين والمهتمين في تعريفهم لها.

**1. التعريف الأول:** الإدارة الالكترونية هي الجهود الإدارية التي تتضمن تبادل المعلومات وتقديم الخدمات للمواطنين وقطاع الأعمال بسرعة عالية وتكلفة منخفضة عبر أجهزة الحاسوب وشبكات الانترنت مع ضمان سرية أمن المعلومات المتناقلة<sup>1</sup>؛

**2. التعريف الثاني:** عرفت بأنها التعامل مع موارد معلوماتية تعتمد على الانترنت وشبكات الأعمال حيث أصبح رأس المال المعلوماتي المعرفي الفكري هو العامل الأكثر فاعلية في تحقيق أهدافها والأكثر كفاية في استخدام مواردها<sup>2</sup>؛

وعليه يمكن القول بأن الإدارة الالكترونية هي الانتقال من العمل الإداري التقليدي إلى تطبيق تقنيات المعلومات والاتصالات في البناء التنظيمي واستخدام التقنية الحديثة بما فيها شبكات الحاسب الآلي لربط الوحدات التنظيمية مع بعضها لتسهيل الحصول على البيانات والمعلومات لاتخاذ القرارات المناسبة وإنجاز

<sup>1</sup> - بسام بن عبد العزيز الحمادي، وليد بن سليمان الحمضي، الحكومة الالكترونية: الواقع والمعوقات وسبل التطبيق بدول مجلس التعاون لدول الخليج العربية، الندوة الدورية العاشرة، معهد الإدارة العامة، الرياض، يومي 16-17 مارس، 2004، ص3.

<sup>2</sup> - عبود نجم، الإدارة الالكترونية الاستراتيجية والوظائف والمشكلات، دار المريخ، الرياض، 2004، ص126، بتصرف.

## الفصل الثاني الأعمال المالية والتجارية للمؤسسات في ظل تكنولوجيا الإعلام والاتصال

الأعمال وتقديم الخدمات للمستفيدين بكفاءة وبأقل تكلفة وأسرع وقت ممكن، فهو تحول الإدارة من إدارة عادية إلى إدارة إلكترونية.

### ثانيا: الفرق بين الإدارة التقليدية والإدارة الإلكترونية:

يمكن الوقوف على أبرز الفوارق بين الإدارتين من خلال النقاط التالية:

**1. الحفظ:** ففي حين كان كثير من المعاملات الورقية في النظام التقليدي يتعرض للتلف مع مرور الوقت أصبح الملف الإلكتروني الذي يضم المعاملة ضمن محتوياته محفوظا في مأمّن من التلف والتقادم في الموضع المخصص له على الشبكة الإلكترونية للمنظمة التي يوجد لديها الملف، بالإضافة إلى تأمين كثير من المنظمات الإلكترونية محتوياتها باستخدام أكثر من وسيط تخزين إلكتروني احترازا من حدوث أي عارض للشبكة الأم<sup>1</sup>؛

**2. الضياع:** يتعرض المتعاملون أو المراجعون للمنظمات التقليدية لمشكلة كبرى تتركز في احتمال يحدث كثيرا، وهو ضياع معاملاتهم بين أكداس المعاملات الأخرى، أو ضياعها بين كومة أوراق ألقيت في سلة النفايات بالخطأ، إن هذه المشكلة قد تكون كارثية بالنسبة إلى المراجع، وخاصة إذا كانت تلك الورقة تخص معاملة على درجة من الحساسية، و من تبعات ذلك إلحاق الضرر أو خسائر جسيمة بصاحب المعاملة أو بالإدارة نفسها، وهو الأمر الذي لا يواجهه إطلاقا مراجع الإدارات الإلكترونية نظرا إلى أنه لا سبيل إلى فقدان أي بيان أو معاملة أو ملف من الملفات التي تم حفظها على الشبكة الإلكترونية إلا في القليل النادر؛

**3. الاسترجاع:** إن الحصول على معلومة ما أو معاملة من احد الملفات الورقية للنظام التقليدي أمر بالغ الصعوبة، نظرا إلى تكديس الملفات و المعاملات، مما قد يحتاج إلى ساعات أو أيام فالانتقال إلى الأرشيف للبحث عن ملف تائه بين مئات وربما آلاف الملفات، رحلة شاقة في حين أن مثل هذا الأمر لا يكلف الباحث في أرشيف الشبكة الإلكترونية عن هذه المعاملة أو هذا الملف أكثر من الضغط على الزر المعني في لوحة المفاتيح ليخرج تاريخ معاملات المراجع كاملا وليس فقط تلك المعاملة؛

<sup>1</sup> - رأفت عبد الباقي رضوان، الإدارة الإلكترونية، المنتدى الإداري الثاني حول الإدارة والمتغيرات العالمية الجديدة، الجمعية السعودية للإدارة، الرياض، يومي 16-17 محرم، 1425هـ، ص5.

## الفصل الثاني الأعمال المالية والتجارية للمؤسسات في ظل تكنولوجيا الإعلام والاتصال

**4. التكاليف:** يكبد الأسلوب الورقي الإدارة التقليدية الكثير من النفقات في سبيل سعيها لحفظ تلك الملفات والمعاملات يحدث هذا في الوقت الذي لا يكلف الأمر في ظل الإدارة الالكترونية أكثر من ثمن وسائط التخزين أو الشبكة التي حملت البيانات أو المعلومات أو المعاملات عليها سلفاً، دون عمل عناء الصيانة أو الحفظ أو التجديد، وأيضاً دون تكلف خسائر أو نفقات إضافية؛

**5. المكان:** يعد حفظ المعاملات الورقية وتخزين ملفاتها التي قد تتجاوز أعدادها أرقاماً من أكبر المشكلات التي تواجه الإدارات التقليدية، إذ أن ذلك سيضطر الإدارة إلى توفير مخازن ضخمة لتلك المعاملات فضلاً عن توفير طاقم عمالة وموظفين وغيرهم مهمتهم فقط بإدارة هذه المخازن والحصول على أحد الملفات حين طلبه مما يرهق تلك الإدارة التقليدية ويعطل مواردها، ويتلعب جهودها المهذرة في الحفظ والتخزين، أما الإدارات الالكترونية فإن هذا الأمر ربما لا يدخل في حساباتها على الإطلاق، حيث تتسع شبكتها لملايين بل مليارات الملفات، في حين قد لا تحتاج مجموع الأجهزة التي تحمل عليها تلك الشبكة حجم غرفة صغيرة<sup>1</sup>؛

**6. الحماية:** من مميزات الإدارات الالكترونية التي لا تتوافر للإدارات التقليدية تأمين الشبكات الالكترونية ببرامج حماية تضمن عدم تمكن أحد من الدخول إليها والتلاعب في ملفاتها ومعاملاتها بالحذف أو الإضافة، فهذه كلها أمور أصبحت غير واردة في حساب المتعامل مع الإدارات الالكترونية الذي يدرك أن واقع معاملاته وبياناته المحمية المخزنة على شبكة الإدارة الالكترونية لا سبيل لأحد في الوصول إليها؛

**7. التوثيق والضبط:** تستطيع الإدارات الالكترونية بكل يسر تسجيل أي إجراء يتم على الشبكة الالكترونية للإدارة بالساعة والدقيقة والثانية التي تم فيها، مما يضمن لتلك الإدارات أعلى مستوى من الدقة والتوثيق لمداخلها ومخرجاتها ومعاملاتها التي تحكمها النظم والبرامج فائقة الدقة والحماية والأمان للإدارات الالكترونية؛

**8. الإجراءات:** تكشف النظرة العميقة إلى طبيعة كل من أسلوب الإدارة التقليدية والإدارة الالكترونية، وإلى طبيعة الممارسات في كلتا الإدارتين عن أوجه اختلاف جوهرية منها، أن إجراءات الإدارة الالكترونية ليست بتلك المباشرة التي يعتمد عليه أسلوب الإدارة التقليدية، حيث لا يلتقي مراجع الإدارة الالكترونية مسؤولاً أو موظفاً على مكتبه، مثلما يحدث في النظام التقليدي، فمراجع الإدارة الالكترونية قد يتعاطى مع

<sup>1</sup> - محمد الصيرفي، الإدارة الالكترونية، ط1، دار الفكر الجامعي، الاسكندرية، 2006، ص91.

## الفصل الثاني الأعمال المالية والتجارية للمؤسسات في ظل تكنولوجيا الإعلام والاتصال

برنامج حاسوبي نظمت خلاله عمليات دقيقة محددة ينفذها المراجع عبر قائمة من الأوامر التي يقوم بتنفيذها على لوحة مفاتيح جهازه.

### ثالثاً: خطوات تنفيذ الإدارة الالكترونية:

عندما نتخذ قرار تطبيق الإدارة الالكترونية في منظماتنا لابد من التأكد من عدة أمور أهمها الحاجة الفعلية لهذه الإدارة وهل التكلفة التي سوف تصرف عليها موازية للخدمات التي سوف تقدمها هذه الإدارة وهل تتوفر لديها العناصر الأساسية لإنجاح هذه الإدارة ولذلك لابد من القيام بالخطوات الموالية<sup>1</sup>:

**1. إعداد الدراسة الأولية:** لإعداد الدراسة الأولية لابد تشكيل فريق عمل يضم بعضويته متخصصين في الإدارة والمعلوماتية لغرض معرفة واقع حال الإدارة من تقنيات المعلومات وتحديد البدائل المختلفة وجعل الإدارة العليا على بينة من كل النواحي المالية والفنية والبشرية حيث يصل الفريق إلى واحد من القرارات التالية:

- تحتاج الإدارة إلى تطبيق الإدارة الالكترونية؛
- وجود تكنولوجيا معلومات سابقة ولكن تحتاج إلى تطوير؛
- ينسجم مع آخر التطورات الحديثة واستخدام تكنولوجيا معلومات متطورة لغرض تطبيق الإدارة الالكترونية؛
- عدم الحاجة إلى تطبيق الإدارة الالكترونية لأنها غير اقتصادية.

**2. وضع خطة التنفيذ:** عند إقرار توصية الفريق من قبل الإدارة العليا في تطبيق الإدارة الالكترونية في الإدارة أو المؤسسة لابد من إعداد خطة متكاملة ومفصلة لكل مرحلة من مراحل التنفيذ؛

**3. تحديد المصادر:** تحديد المصادر التي تدعم الخطة بشكل محدد وواضح ومن هذه المصادر الكوادر البشرية التي تحتاجها الخطة لغرض التنفيذ والأجهزة والمعدات والبرمجيات المطلوبة ويعني هذا تحديد البنية التحتية لتطبيق الإدارة الالكترونية في هذه الإدارة أو المؤسسة؛

<sup>1</sup> -علاء عبد الرزاق السالمي، الإدارة الالكترونية، دار وائل، الأردن، 2008، ص - ص: 64-65.

**4. تحديد المسؤولية:** لتنفيذ الخطة لا بد من تحديد الجهات التي سوف تقوم بتنفيذها وتمويلها بشكل واضح ضمن الوقت المحدد في الخطة والكلفة المرصودة إليها؛

**5. متابعة التقدم التقني:** نظرا للتطور السريع في مجال تقنيات المعلومات الإدارية ولغرض مواكبة آخر الابتكارات في هذا المجال فإن هناك مسؤولية مضافة عند تنفيذ الخطة وهو العمل على الحصول على آخر هذه الابتكارات في كافة عناصر الإدارة الالكترونية من اتصالات وأجهزة وبرمجيات وغيرها من العناصر التي لها علاقة في تطبيق خطوات تنفيذ الإدارة الالكترونية.

### المطلب الثاني: عناصر الإدارة الالكترونية و متطلبات نجاح تطبيقها

الإدارة الالكترونية تقوم على عدة عناصر ومتطلبات التي تضمن نجاح تطبيقها، وبدونها لا يمكن لهذه الإدارة من القيام، لذلك لمن يرغب في التحول من الإدارة التقليدية إلى الإدارة الالكترونية عليه الاهتمام بهذه العناصر والمتطلبات الضرورية.

#### أولا: عناصر الإدارة الالكترونية:

تتكون الإدارة الإلكترونية من أربعة عناصر أساسية مترابطة فيما بينها وتمثل هذه العناصر فيما

يلي<sup>1</sup>:

**1. عتاد الحاسوب :** يقصد به أجهزة الحاسوب وملحقاتها. ونظرا لتطور برامج الحاسوب والزيادة المستمرة في عدد مستخدمي الأجهزة في المؤسسات فإنه من الأفضل للمؤسسة السعي وراء امتلاك أحدث ما توصل إليه صانعو العتاد في العالم حتى تحقق ميزتين أساسيتين هما:

● توفير تكاليف التطوير المستمر وتكاليف الصيانة؛

● ملائمة عتاد الحاسوب للتطورات البرمجية وبرمجيات نظم المعلومات.

**2. البرمجيات والشبكات :** البرمجيات هي مجموعة برامج المستخدمة لتشغيل جهاز الحاسب الآلي والاستفادة من إمكانياته المختلفة بينما الشبكات فهي الوصلات الإلكترونية الممتدة عبر نسيج اتصالي لشبكات الإنترنت، الإكسترنات، وشبكة الإنترنت التي تمثل شبكة القيمة للمؤسسة وإدارتها الإلكترونية؛

<sup>1</sup> - موسى عبد الناصر، محمد قريشي، مساهمة الإدارة الالكترونية في تطوير العمل الإداري. مؤسسات التعليم العالي (دراسة حالة كلية العلوم والتكنولوجيا بجامعة بسكرة)، مجلة الباحث، بسكرة، العدد 09، 2011، ص-ص: 89-90.

**3. صناع المعرفة :** وهو العنصر الأهم في منظومة الإدارة الإلكترونية من القيادات الرقمية والمديرون والمحللون للموارد المعرفية ورأس المال الفكري في المؤسسة. ويتولى صناع المعرفة إدارة التعاضد الإستراتيجي لعناصر الإدارة الإلكترونية من جهة وتغيير طرق التفكير السائدة للوصول إلى ثقافة المعرفة من جهة أخرى. وبناء على ما سبق يمكن القول بأن الإدارة الإلكترونية هي الإدارة التي تمارس عناصرها (البرمجيات، المكونات المادية، الشبكات، وصناع المعرفة) أو وظائفها (التخطيط الإلكتروني، التنظيم الإلكتروني، القيادة الإلكترونية، والرقابة الإلكترونية) وفقا لمتطلبات المواكبة والاستخدام الكفء والفعال لتكنولوجيا المعلومات.

### ثانيا: متطلبات نجاح الإدارة الإلكترونية:

إن نجاح تطبيق الإدارة الإلكترونية واستكمالها لعملية التحول من الإدارة التقليدية إلى الإدارة الإلكترونية يتطلب توفر مجموعة متكاملة من العناصر الجوهرية التي تتبادل التأثير والوظائف والأدوار في سياق تطور عملية التحول الإلكتروني للمنظمة، وهذه المتطلبات والشروط الأساسية لنجاح تطبيق الإدارة الإلكترونية هي كما يلي<sup>1</sup>:

**1. العمليات الإلكترونية:** تنشأ العمليات الإلكترونية من تحويل الارتباطات المادية والمهام الجزئية المجمعة في بنية العملية العادية إلى سلسلة قيمة من الأنشطة الرقمية المصممة على أساس تدفق جديد للمعلومات والعمليات من خلال استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال وتقنيات شبكات الانترنت، وتظهر العملية الإلكترونية كنتاج لجهود إعادة تصميم العملية الإدارية من جديد باستخدام تكنولوجيا المعلومات من أجل خلق تلاؤم بين العملية الجديدة والانترنت؛

**2. الإستراتيجية الإلكترونية:** تغطي الإستراتيجية الإلكترونية أنشطة التحليل الاستراتيجي لبيئة الأعمال، التصميم، الاختيار الاستراتيجي وتطبيق إستراتيجية الأعمال الإلكترونية. وتتضمن الإستراتيجية تحديد مصادر التميز عن المنافسين المرتبطة بخيارات مختلفة، ومن بين هذه الخيارات تطبيق إستراتيجية استبدال جميع قنوات توزيع الخدمات التقليدية مثلا بخدمات الكترونية كاملة، أو إستراتيجية الاستكمال وبناء قنوات

<sup>1</sup> - بن ذهية محمد، الإدارة الإلكترونية وتطبيقها في الجزائر - دراسة حالي البطاقات البيومترية والإلكترونية بمقر الدائرة والبطاقة الإلكترونية الشفاء الخاصة بالصندوق الوطني للتأمينات الاجتماعية للعمال الأجراء ولاية تيارت، (مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر، تخصص مالية، جامعة ابن خلدون، غير منشورة)، تيارت، 2011-2012، ص-ص: 46-47.

## الفصل الثاني الأعمال المالية والتجارية للمؤسسات في ظل تكنولوجيا الإعلام والاتصال

خدماتية إلكترونية جديدة مكملة لقنوات التوزيع التقليدية بسبب ضعف استخدام الإنترنت من طرف المواطنين أو لأهمية استمرار قنوات التوزيع أو ضعف توزيعها عبر الوسائل الإلكترونية، وغيرها من الأسباب التي تؤدي إلى اختيار إستراتيجية الجمع بين الأعمال التقليدية والإلكترونية؛

**3. التسويق الإلكتروني:** يركز على التوجه نحو الزبون والتحليل العميق لاحتياجات الزبائن التي يتم تحديدها من خلال العلاقات الإلكترونية والتقليدية للمنظمة مع زبائنها في الأسواق المستهدفة. وتساعد بيئة الإنترنت على تكوين صلات تفاعلية مباشرة مع الزبائن يمكن استثمارها لتلبية احتياجاتهم في الوقت المناسب، كما تدفع باتجاه الانتقال من التسويق الموجه للجمهور الواسع لمنتجات وخدمات قياسية، إلى تسويق موجه لاحتياجات الزبائن بغض النظر عن قيود المكان والزمان. ويتطلب التسويق الإلكتروني بناء وتطوير نظم للشراء والبيع الإلكتروني، مع تحديد أنواع المنتجات التي يكمن نقلها وتوزيعها من خلال موقع المنظمة على شبكة الإنترنت مع تطبيق نظم فعالة لحماية البيانات والمعلومات وسريتها؛

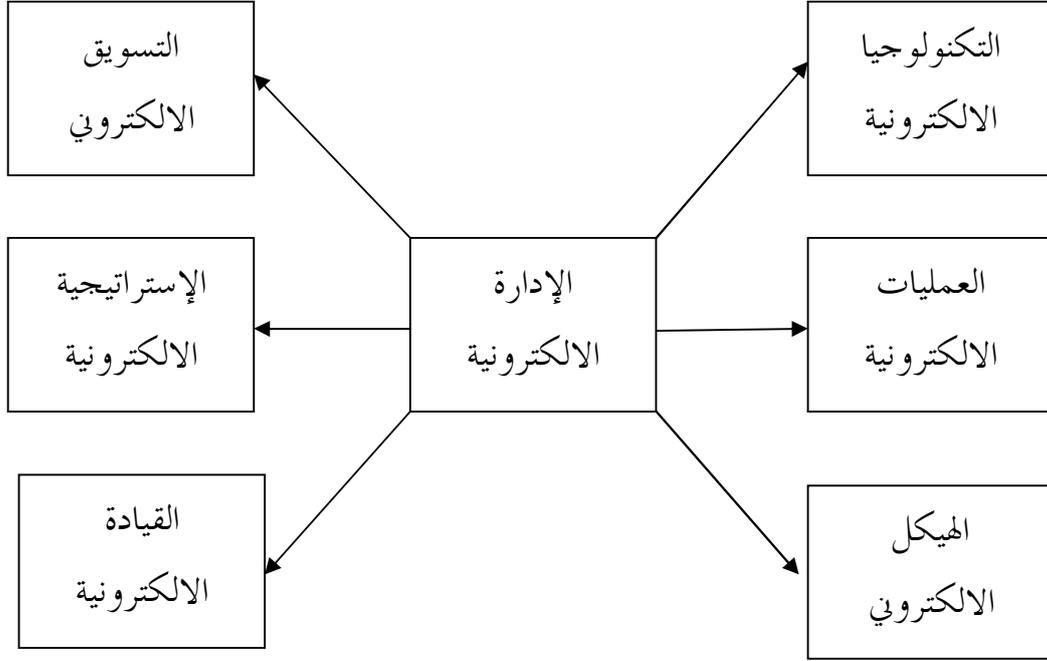
**4. الهيكل الإلكتروني:** الإدارة الإلكترونية لا تستطيع العمل في هيكل تنظيمي هرمي متعدد المستويات والمهام المستقلة عن بعضها في تكوين آلي عمودي الاتصالات مغلق وذوي بعد واحد، ولكل إدارة شكلها وأدواتها ووسائلها المناسبة في العمل وإنجاز الأهداف المنشودة، فالإدارة الإلكترونية تتطلب وجود بنية تنظيمية حديثة ومرنة أفقية وعمودية الاتصالات، وبنية شبكية تستند إلى قاعدة تقنية ومعلوماتية متطورة وثقافة تنظيمية تتمحور حول قيمة الابتكار والإبداع والمبادرة والريادة في الأداء وإنجاز الأعمال بكفاءة وفاعلية؛

**5. التكنولوجيا الإلكترونية:** أي توفير الأجهزة والمعدات والبرامج وأساليب ومصادر المعرفة الملائمة في كافة المستويات وإتاحتها للاستخدام الفردي والمؤسسي على نطاق واسع؛

**6. القيادة الإلكترونية:** إن تطوير قيادة إدارية تتعامل بكفاءة وفاعلية مع تكنولوجيا الإعلام والاتصال يعتبر أحد أهم العناصر المهمة التي إنبثقت حديثا عن حقل الإدارة الإلكترونية، حيث أن وجود القيادة الإلكترونية من شروط قيام المنظمات الإلكترونية، فيمكن من خلالها استثمار الأصول الإنسانية الثمينة الخفية للمنظمة، وبصورة خاصة رأس المال الفكري والإنساني وإدارته لتحقيق الميزة التنافسية.

والشكل التالي يلخص المتطلبات الفنية الستة لإدارة الالكترونية كما يلي:

الشكل رقم(02-01): متطلبات نجاح تطبيق الإدارة الالكترونية



المصدر: بن ذهيبية محمد، مرجع سبق ذكره، ص 48.

### المطلب الثالث: أهداف الإدارة الالكترونية ومعوقاتها

إن لجوء المنظمات بشكل متزايد نحو تطبيق الإدارة الالكترونية نظرا لفوائدها الكثيرة، ولكن رغم ذلك توجد معوقات ترافق الإدارة الالكترونية وعليه سنتناول في هذا المطلب أهداف الإدارة الالكترونية ومعوقاتها.

#### أولا: أهداف الإدارة الالكترونية:

تعمل أغلب مبادرات الإدارة الالكترونية على تحقيق انتقال، وتحول جذري من الأساليب الإدارية التقليدية، إلى العمل الالكتروني لتجسيد عدد من الأهداف نوجزها في الآتي<sup>1</sup>:

<sup>1</sup> - عشور عبد الكريم، دور الإدارة الالكترونية في ترشيد الخدمة العمومية في الولايات المتحدة الأمريكية والجزائر، (مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، تخصص الديمقراطية و الرشادة، جامعة منتوري، غير منشورة)، قسنطينة، 2009-2010، ص 16 .

## الفصل الثاني الأعمال المالية والتجارية للمؤسسات في ظل تكنولوجيا الإعلام والاتصال

- تسهيل إجراء الاتصال بين دوائر المؤسسة المختلفة وكذلك مع المؤسسات الأخرى داخل وخارج بلد المؤسسة؛
- التحول نحو الاعتماد على مراسلات البريد الإلكتروني؛
- اختصار الوقت وسرعة إنجاز المعاملات، حيث أن التعامل الإلكتروني يتم بشكل آني دون انتظار؛
- التوجه نحو شفافية العمل الإداري، و شفافية المعلومات وعرضها أمام العملاء، المواطنين، الموردين... إلخ؛
- الدقة في إنجاز العمليات المختلفة داخل المؤسسة؛
- الإدارة الإلكترونية سوف تؤدي إلى تحويل الأيدي العاملة الزائدة عن الحاجة إلى أيدي عاملة لها دور أساسي في تنفيذ هذه الإدارة عن طريق إعادة التأهيل لغرض مواكبة التطورات الجديدة التي طرأت على المؤسسة والاستغناء عن الموظفين غير الأكفاء وغير القادرين على التكيف مع الوضع الجديد.

### ثانيا: معوقات الإدارة الإلكترونية:

- من المسلمات أن أي مشروع يقام يصاحبه بعض المعوقات فتارة تكون في سوء التخطيط وفي عشوائية التنفيذ ومن تلك المعوقات التي تصاحب الإدارة الإلكترونية ما يلي<sup>1</sup>:
1. الرؤية الضبابية للإدارة الإلكترونية وعدم واستيعاب أهدافها؛
  2. عدم وجود أنظمة وتشريعات أمنية أو التساهل في تطبيقها؛
  3. قلة الموارد المالية وصعوبة توفير السيولة النقدية؛
  4. التمسك بالمركزية وعدم الرضا بالتغيير الإداري؛
  5. النظرة السلبية لمفهوم الإدارة الإلكترونية من حيث تقليلها للعنصر البشري؛

<sup>1</sup> - محمد سمير أحمد، الإدارة الإلكترونية، ط1، دار المسيرة، الأردن، 2009، ص- ص: 73-74.

## الفصل الثاني الأعمال المالية والتجارية للمؤسسات في ظل تكنولوجيا الإعلام والاتصال

---

6. وجود الفجوة الرقمية بين الناس المتخصصين في مجال التقنية وآخرين لا يفقهون شيئا من إيجابياتها، ومن المعروف أن أي جهاز حاسب آلي يتم توصيله بشبكة الانترنت يمكن اختراقه خلال ثلاث أيام إذا كان خاليا من برامج الحماية ونظرا لعدم وجود نظام معلوماتي كامل وخال من الاختراقات لكن هناك مجموعة من الإجراءات التي ينبغي أن تتوفر لحفظ المعلومات مثل:

- التحديث المستمر لأنظمة التشغيل للحسابات الآلية؛
  - التحديث المستمر للبرامج المضاد للفيروسات؛
  - عمل نسخ احتياطية للمعلومات الهامة وحفظها في أماكن آمنة؛
  - ينبغي أن تتكون كلمة المرور أو كلمة السر من ست خانات على الأقل وأن تكون مزيجاً من الأحرف والأرقام ويفضل عدم التكرار؛
7. استخدام البطاقة الذكية الممغنطة أو البصمات؛

8. سن التشريعات والقوانين التي تحفظ حقوق الناس وتنفيذها وعدم التساهل بها.

## المبحث الثاني: الأعمال التجارية الإلكترونية

تعتبر الأعمال التجارية الإلكترونية مفهوماً متعدد الأوجه والأبعاد بحكم طبيعته وأنماط تطبيقاته المتباينة، فالأعمال التجارية الإلكترونية تمثل نموذجاً جديداً للأعمال، وكان أول من استخدم هذا المصطلح شركة IBM\* سنة 1997 في سعيها المكثف لتمييز أنشطة الأعمال التجارية الإلكترونية عن أنشطة التجارة الإلكترونية.

### المطلب الأول: ماهية الأعمال التجارية الإلكترونية

يدور مجال الأعمال التجارية الإلكترونية في فلك شبكة الانترنت، فهي تساعد على تكوين بيئة معلوماتية أكثر استجابة وأغنى تفاعلاً لتطبيقات المؤسسة الداخلية، من خلال وصلات الربط التي تنسجها بين كل المجالات الوظيفية لأعمال ونشاطات المؤسسة.

#### أولاً: مفهوم الأعمال التجارية الإلكترونية:

الأعمال التجارية الإلكترونية هي أكثر شمولية من التجارة الإلكترونية فهي عملية ربط مباشر بين الأنظمة التجارية مع الزبائن أو البائعين أو المزودين عبر الانترنت أو الانترانت أو حتى الاكسترانت، الأعمال التجارية الإلكترونية تعني استخدام المعلومات الإلكترونية لتحسين الأداء التجاري ولصنع القيمة للشركة بتشكيل علاقة قوية بين الشركة التجارية والزبائن. إذن الأعمال التجارية الإلكترونية تتعدى عملية البيع والشراء كما هو الحال في التجارة الإلكترونية إلى ما وراء ذلك لتقوية العلاقة بين الشركات وبين الأطراف الأخرى المختلفة مثل الزبائن وشركاء العمل وغيرهم<sup>1</sup>.

#### ثانياً: مراحل تطور الأعمال التجارية الإلكترونية:

لقد مرت الأعمال التجارية الإلكترونية منذ تأسيس شبكة الانترنت بمراحل متعددة، وهذه المراحل تجسد التطور التدريجي في تبني وتطبيق الأعمال التجارية الإلكترونية، وهي انعكاس للتطورات التي كانت تطرأ على شبكة الانترنت من جانب، وزيادة الإيمان والثقة في ممارسة الأعمال التجارية الإلكترونية على

---

<sup>1</sup> -حضر مصباح الطيطي، التجارة الإلكترونية والأعمال الإلكترونية من منظور تقني وتجاري وإداري، دار الحامد، الأردن، 2008، ص34.

\*IBM: International Business Machines.

## الفصل الثاني الأعمال المالية والتجارية للمؤسسات في ظل تكنولوجيا الإعلام والاتصال

صعيد المؤسسات والأفراد من جانب آخر، والمراحل التي مرت بها الأعمال التجارية الالكترونية هي كما يلي<sup>1</sup>:

**1. المرحلة الأولى:** بدأت هذه المرحلة منذ نشأة الانترنت حتى عام 1995، وخلال هذه المرحلة كانت الشركات تقوم بعرض أعمالها التجارية التقليدية على الانترنت بصورة ساكنة غير متحركة، أي أن عملية العرض كانت شبيهة تماما بما يجري عرضه في الصحف والمجلات؛

**2. المرحلة الثانية:** خلال هذه المرحلة التي بدأت في العام 1995 وامتدت حتى العام 1997 ظهرت شركات تهتم بتقديم خدمات الانترنت، واستطاعت أن تطرح على الشبكة العالمية مجموعة جيدة من الخدمات الجديدة، وهذا التطور الجديد عزز من فرص رواج ونجاح الأعمال التجارية الالكترونية وأسس لمرحلة جديدة من التفاعل الحقيقي بين الشركات التجارية من جهة والانترنت من جهة أخرى؛

**3. المرحلة الثالثة:** هذه المرحلة هي مرحلة نشوء شبكات الانترنت، وقد ساعدت شبكات الانترنت على تطور أنظمة الاتصالات داخل الشركات وجرى عقد توأمة بين شبكة الانترنت على مستوى الشركة وشبكة الانترنت العالمية، إن استخدام الانترنت في منظمات الأعمال بكفاءة وفاعلية يتطلب من إدارة هذه المنظمات تنفيذ برامج عملية لتدريب وتطوير عاملها في هذا المجال. إن استخدام شبكة الانترنت إلى جانب شبكة الانترنت من قبل منظمات الأعمال قد عزز ودعم الأعمال التجارية الالكترونية وزادت عمليات التنسيق والتعاون والتكامل بين العاملين في منظمات الأعمال؛

**4. المرحلة الرابعة:** هذه المرحلة بدأت مع نهايات العام 1998، وقد شهدت هذه المرحلة تزايدا كبيرا وتطورا ملحوظا في منهجية تعامل منظمات الأعمال مع الأعمال التجارية الالكترونية وقد ظهرت تكنولوجيايات جديدة خاصة بعمليات الربط بين منظمات الأعمال والمستهلكين (اعتمادا على شبكة الانترنت) وكذلك بين منظمات الأعمال من جهة والشركاء من جهة أخرى (اعتمادا على شبكة الاكسترانت) وهذه الشبكة تتيح الفرصة لذوي المصالح المشتركة لتبادل وتناقل البيانات والمعلومات والرسائل فيما بينهم. كما توفر مزايا وخدمات مفيدة لمنظمات الأعمال فمثلا بإمكان الموزعين الدخول إلى البيانات الخاصة بمستويات التخزين المتوفرة لدى منظمة الأعمال في لحظة معينة، وبإمكان الوكلاء والسماسة الدخول إلى قاعدة بيانات منظمة الأعمال للتعرف على المزيد من الشروط والبيانات ذات

<sup>1</sup> - يوسف أحمد أبو فارة، التسويق الالكتروني عناصر المزيج التسويقي عبر الانترنت، ط2، دار وائل، الأردن، 2007، ص- ص: 35-38.

العلاقة بمنتجات المنظمة وأعمالها؛

**5. المرحلة الخامسة:** هذه المرحلة هي مرحلة ممارسة الأعمال التجارية الالكترونية بصورة فعلية وحقيقية، وزادت عمليات التبادل التجاري الالكتروني بين منظمات الأعمال فيما بينها وبين منظمات الأعمال والمستهلكين، وفي ظل هذه المرحلة أصبح هناك اتجاه قوي لتحقيق التكامل والتنسيق بين الشبكات الثلاث الأساسية لمباشرة الأعمال التجارية الالكترونية (شبكة الانترنت، شبكة الانترنت وشبكة الاكسترانت).

إن انتشار رواج الأعمال التجارية الالكترونية قد خلق اقتصادا كونيا جديدا هو اقتصاد الانترنت وهذا الاقتصاد أدى إلى نشوء أساليب جديدة في البيع والشراء كما أن العلاقة بين المنتجين والمستهلكين، أصبحت أكثر بساطة وقد تحطمت حواجز كثيرة كانت تقف عائقا أمام المنتجين والمستهلكين، وأصبحت منظمات الأعمال تعبر الحدود الوطنية والقومية وتصل إلى آخر أرجاء العالم لتمارس تجارتها الالكترونية وتنفذ عمليات البيع والشراء وتروج منتجاتها وأعمالها التجارية.

### ثالثا: أنواع الأعمال التجارية الالكترونية:

هناك عدة أنواع للأعمال التجارية الالكترونية يمكن إجمالها فيما يلي<sup>1</sup>:

**1. الأعمال التجارية الالكترونية بين مؤسسات الأعمال (B2B):** أي المنظمات التي تستهدف وتوجه أعمالها نحو الأسواق التجارية والأسواق الصناعية ويمثل هذا النوع من الأعمال العمليات التي تتم بين التجار وبعضهم البعض، وأيضا بين مؤسسات الأعمال وبعضها البعض وباستخدام شبكة الانترنت؛

**2. الأعمال التجارية الالكترونية الموجهة إلى المستهلك (B2C):** تشير إلى التبادلات الالكترونية بين المنظمات والزبائن حيث تقوم المنظمة بعرض وتسويق منتجاتها وخدماتها للزبائن وبيعها لهم وتقديم الدعم والخدمات والإجابة عن استفساراتهم الكترونيا، ويتم التعامل بين المنظمة والأفراد سواء على مستوى السوق المحلي أو الدولي حيث يقوم الفرد بطلب المنتج من موقع المنظمة على شبكة الانترنت ويدفع ثمنها بالبطاقة مثلا ثم يحصل على المنتج مباشرة أو عن طريق البريد إذا كان المنتج غير قابل للتسليم الكترونيا؛

**3. الأعمال التجارية الالكترونية من المستهلك إلى مؤسسات الأعمال (C2B):** تشير إلى اتصال الزبائن على شكل مجموعات مع المنظمات باستخدام التكنولوجيا الرقمية لتحقيق مكاسب من خلال استخدام

<sup>1</sup> - محمد عبد حسين الطائي، التجارة الالكترونية المستقبل الواعد للأجيال القادمة، ط1، دار الثقافة، الأردن، 2010، ص- ص: 31-32.

## الفصل الثاني الأعمال المالية والتجارية للمؤسسات في ظل تكنولوجيا الإعلام والاتصال

عروض خاصة أو الحصول على منتجات بمواصفات وجودة عالية حيث يستفيد الزبائن من اجتماعهم معا في تشكيل قوة اقتصادية يخاطبون من خلالها هذه المنظمات؛

**4. الأعمال التجارية الالكترونية بين المستهلكين وبعضهم البعض (C2C):** حيث يكون التعامل بين الأفراد المستهلكين أنفسهم فتكون عملية البيع والشراء بين المستهلك ومستهلك آخر من خلال وضع إعلانات على المواقع الشخصية في الانترنت بهدف بيع الأغراض الشخصية أو بيع الخبرات إلى الآخرين ويشمل ذلك المزادات الالكترونية التي تتم فيها المعاملات التجارية بين الأفراد؛

**5. الأعمال التجارية الالكترونية بين الحكومات وبعضها البعض (G2G):** وتتضمن استخدام الدوائر والأجهزة الحكومية للتكنولوجيا الرقمية للقيام بنشاطاتها المختلفة كتبادل المعلومات والخدمات بين الحكومات في إطار اتفاقيات التبادل، الموائيق الدولية، علاقات الدول الثنائية والإقليمية والامية؛

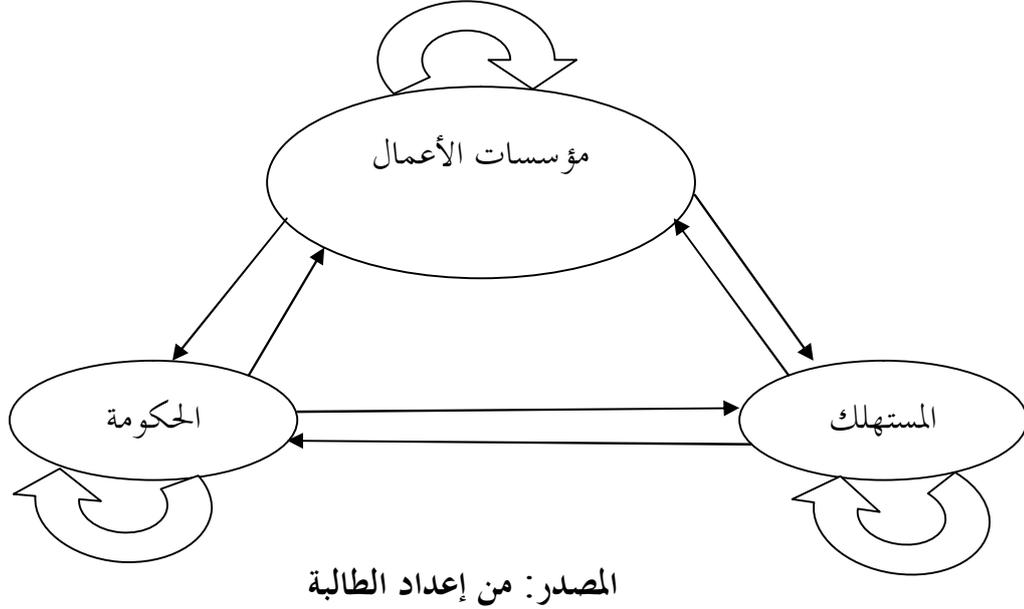
**6. الأعمال التجارية الالكترونية بين الحكومة والمستهلك (G2C):** تقدم كافة الخدمات التي يحتاجها المواطنين من خلال شبكة الانترنت، أي تمكين المواطنين من طلب وتلقي السلع والخدمات والمعلومات التي تقدمها الحكومة والإجابة على أية استفسارات من منازلهم أو سياراتهم أو أي مكان آخر في أي وقت؛

**7. الأعمال التجارية الالكترونية من الحكومة إلى مؤسسات الأعمال (G2B):** تشمل استخدام التكنولوجيا الرقمية في انجاز الإجراءات والمعاملات وعرض القوانين المنظمة لأعمال قطاعات الأعمال المختلفة وبيع الحكومة منتجاتها وخدماتها الكترونيا إلى مؤسسات الأعمال. فالحكومة تسعى إلى تقديم المعلومات والخدمات لمؤسسات الأعمال الكترونيا؛

**8. الأعمال التجارية الالكترونية من مؤسسات الأعمال إلى الحكومة (B2G):** وتضم كافة أنواع العمليات التي تتم بين منظمات الأعمال والجهات الحكومية في إطار تنفيذ التعاقدات الموقعة بين الطرفين والتي بموجبها تنجز المنظمات بنود هذه التعاقدات للوفاء بالتزاماتها تجاه تلك الجهات مثال ذلك تنفيذ مقاولات بناء المباني الحكومية.

والشكل التالي يوضح أنواع الأعمال التجارية الالكترونية فيما يلي:

الشكل رقم (02-02): أنواع الأعمال التجارية الالكترونية



رابعاً: أسس الأعمال التجارية الالكترونية:

لكي يتمكن البائع أو التاجر من مواصلة عمله التجاري عبر الانترنت لابد وأن تتوفر عدد من الأسس والركائز التي هي العمود الفقري والأساسي للأعمال التجارية الالكترونية وهذه الأسس هي<sup>1</sup>:

**1. البنية التحتية:** حيث تتمثل البنية التحتية للأعمال التجارية الالكترونية بتوفر المعدات والبرمجيات حيث تتكون المعدات من أجهزة حاسوب وخطوط اتصالات وخدمة الشبكة والربط بالانترنت ولابد من توفر البرمجيات والأدوات اللازمة في المعاملات التجارية كموقع الويب والذي يحتوي العديد من المهام مثل برامج لإتمام عمليات الدفع المالي الالكتروني والتحويلات المالية وغيرها؛

**2. الوعي والثقافة والعامل البشري:** حيث لا بد لمن يرغب بالعمل التجاري عبر الانترنت من معلومات وثقافة عامة تتعلق بكيفية التسويق وإدارة العمليات التجارية وعمليات التنظيم والتنسيق مع كافة الأطراف كالمؤسسات المالية والوسطاء، كما لابد من توفر الأفراد ذوي الخبرات الفنية والمؤهلات العالية لتمكينهم من إجراء كافة العمليات اللازمة لإتمام كل المعاملات التجارية الكترونياً؛

<sup>1</sup> -خضر مصباح الطيطي، إدارة تكنولوجيا المعلومات، ط1، دار الحامد، الأردن، 2012، ص-ص: 352-354.

**3. التشريعات والقوانين المتعلقة بالأعمال التجارية الالكترونية:** يتمثل هذا المحور الأساسي في عمليات سن القوانين والتشريعات المحلية والقادرة على تنظيم أمور الاقتصاد الرقمي وتوضيح ماهيتها وفقا لحاجات الدولة بحيث لا تكون هذه القوانين مجرد ترجمة غير دقيقة للقوانين العالمية المتعلقة بالأعمال التجارية الالكترونية، حيث يجب أن تأخذ هذه القوانين الحق الكامل في الدراسة والتمحيص والبحث، كما تعتمد هذه التشريعات على دور الحكومة والسلطة التشريعية والتي يجب عليها وضع نظام كلي وعمام وقانون كامل متكامل ينظم هذا النوع من الأعمال ليحمي جميع الأفراد والمؤسسات ويضفي على كل التعاملات الأمن، الأمان، السلامة ويعزز الثقة، الأمانة والمصدقية.

### المطلب الثاني: نماذج الأعمال التجارية الالكترونية وفوائدها

استطاعت التجارة الالكترونية خلق الأعمال وخطط واستراتيجيات جديدة في عالم إدارة الأعمال وتمكنت من تغيير مفهوم العمل عن طريق خلق نماذج جديدة لم تكن في السابق وعليه سنتطرق في هذا المطلب إلى مختلف النماذج في عالم الأعمال التجارية الالكترونية بالإضافة إلى فوائدها.

#### أولاً: نماذج الأعمال التجارية الالكترونية:

الشكل العام لنموذج العمل يختلف باختلاف الطرق التي ستتبعها المنظمة لتحقيق أهدافها

**1. التسويق المباشر عبر الانترنت:** هذا النموذج من أكثر النماذج استخداما في عمليات البيع والشراء المباشر من المصنع للمستهلك لاغيا دور الوسيط بين الإثنين؛

**2. نظم المناقصات الالكترونية:** تقوم المنظمات الكبيرة سواء كانت عامة أم خاصة في نظم المناقصات الالكترونية بطلب كميات كبيرة من نوع محدد وتدعو الشركات المصنعة لتضع أسعارها وتكسب المناقصة الشركة صاحبة السعر الأقل ويتم ذلك عبر شبكات الحاسوب مباشرة بهدف توفير الوقت والمال؛

**3. نموذج تسمية السعر:** تسمح هذه الطريقة للمشتري بأن يضع السعر المناسب له لشراء سلعة محددة

أو خدمة معينة؛

**4. تسويق الشركات الأخرى:** هو اتفاق بين شركاء العمل سواء كانوا منظمات أو شركات أو أشخاص مستقلين، يسمح هذا الاتفاق للمستهلكين بالرجوع إلى موقع الشركة للشراء؛

**5. الشراء الجماعي:** تتضامن الشركات الصغيرة والمتوسطة للحصول على طلباتها لتقليل الكلفة والحصول على احتياجاتها بأقل سعر<sup>1</sup>.

### ثانيا: فوائد الأعمال التجارية الالكترونية:

إن أعداد منظمات الأعمال التجارية الالكترونية في تزايد مستمر وبصورة متسارعة ويعود السبب في ذلك إلى الفوائد الكثيرة الناجمة عن استغلال هذه الأعمال و المتمثلة في<sup>2</sup>:

**1. فوائد الأعمال التجارية الالكترونية بالنسبة للمؤسسات:** تحقق الأعمال التجارية الالكترونية العديد من الفوائد للمؤسسات والتي يمكن إدراجها فيما يلي:

- توسع نطاق السوق إلى نطاق دولي وعالمي مع القليل من التكاليف التي تمكن أي مؤسسة من إيجاد مستهلكين أكثر ومزودين أفضل وشركاء أكثر ملائمة وبصورة سريعة وسهلة؛
- التخلص من الأوراق، رفع الإنتاجية وخفض تكاليف المواصلات مما يساهم في تحسين صورة المؤسسة لدى زبائنها؛
- تسمح بخفض المخزونات فبعد حصول المؤسسة على طلب تجاري من قبل المستهلك تزوده بطلبه في أسرع وقت ممكن.

**2. فوائد الأعمال التجارية الالكترونية بالنسبة للمستهلكين :** وتمثل في:

- الأعمال التجارية الالكترونية تعطي الخيار للمستهلك بأن يتسوق أو ينهي معاملته طوال 24 ساعة في اليوم ومن أي مكان في العالم دون أي عوائق؛
- الأعمال التجارية الالكترونية تقدم الكثير من الخيارات للمستهلك بسبب قابلية الوصول إلى منتجات ومؤسسات لم تكن متوفرة بالقرب من المستهلك؛

<sup>1</sup> -محمود نور صالح الجداية، سناء جودت خلق، تجارة الكترونية، ط1، دار الحامد، الأردن، 2009، ص-ص: 31-32.

<sup>2</sup> -الإنترنت، التجارة الالكترونية كيف ومتى وأين؟، الموسوعة العربية للكمبيوتر والإنترنت، الموقع:

[www.ust.edu/open/library/mang/10/10](http://www.ust.edu/open/library/mang/10/10)، تاريخ الاطلاع يوم 31-03-2015، 14:00.

- الأعمال التجارية الالكترونية تشجع المنافسة مما يعني خفض الأسعار؛
- المستهلك يستطيع أن يتسوق في الكثير من المواقع على الانترنت ومقارنة بضائع كل شركة مع أخرى بسهولة وبالتالي الحصول على أفضل عرض.

### المطلب الثالث : تحديات الأعمال التجارية الالكترونية

على الرغم من الأهمية الكبيرة التي شكلتها الأعمال التجارية الالكترونية منذ تطبيقها إلا أن هناك بعض التحديات التي تواجهها ويمكن تحديدها في <sup>1</sup>:

**1.التحديات المتعلقة بتطبيقات الأعمال:** تتم الصفقات بين أطراف غير معروفين بعضهم لبعض وقد تكون البيانات التي يعرضها كل من المورد والمستهلك من خلال الموقع الخاص بهم على الانترنت مضللة أو غير معبرة عن الحقيقة بكاملها مما يؤدي إلى بعض التحديات والمتمثلة في:

- إمكانية ألا تقوم مؤسسات الأعمال التجارية الالكترونية التي لها موقعا الكترونيا من تنفيذ أوامر التوريد من سلع وخدمات كما طلب منها؛
- إمكانية تعرض المستهلك لوقوع خسائر أو غش أو عدم ملائمة السلعة لمتطلباته؛
- إن ما تسببه الأعمال التجارية الالكترونية من استغناء المنظمات عن عدد كبير من العمال لأداء أعمالها قد يسبب مشكلة كبيرة على المستوى القومي وهي زيادة حجم البطالة.

**2.التحديات المتعلقة بتكامل العمليات:** إن استخدام الأساليب الالكترونية في المعاملات التجارية والتي حلت محل الشكل التقليدي الورقي المعتاد في المعاملات التجارية خلق العديد من التحديات وهي:

- إمكانية تعرض المستهلك لمخاطر تغيير أو فقد أو ازدواج البيانات عند التنفيذ؛
- أن يصبح موضوع تكامل البيانات الآلية محل تساؤل لدى الكثير من المستهلكين للسلع والخدمات عبر الانترنت بسبب خصائص الأسلوب الآلي في التوثيق؛

<sup>1</sup> \_ابراهيم احمد عبد الخالق الدوي، التجارة الالكترونية دراسة تطبيقية على المكتبات، ط2، مطبوعات مكتبة الملك فهد الوطنية، السعودية، 2010، ص-ص: 51-48.

## الفصل الثاني الأعمال المالية والتجارية للمؤسسات في ظل تكنولوجيا الإعلام والاتصال

---

- وجود تحفظ كبير حول شروط العمليات وعملية إصدار الفواتير المرتبطة بها بسبب ما تثيره

وسائل الإثبات الآلية من جدل.

### 3. التحديات المتعلقة بالأمن والخصوصية وحماية المعلومات: وتتمثل هذه التحديات فيما يلي:

- التعرض لالتقاط أرقام بطاقات الائتمان وسرقتها أثناء إرسالها عبر شبكة الانترنت إذا لم تستخدم الأساليب الفنية للتشفير؛

- مراقبة واعتراض وتفريغ الرسائل المتبادلة عبر البريد الإلكتروني بين المنظمة والمستهلك؛

التعرض لاختراق نظام المؤسسة بالدخول إلى شبكة الحاسوب الآلي الخاص بها والتوصل إلى وسائل الاتصال بعملاء الشركة و إلى أجهزة الحاسب الشخصية بهم وهذا يمثل خطرا كبيرا لأنه يؤدي إلى التعرف على رغباتهم و ميولهم وبالتالي إغراقهم بمنتجات دعائية غير صحيحة.

## المبحث الثالث: الأعمال المالية الالكترونية

يمكن تعريف العمل المالي الالكتروني أنه النشاط الذي تستخدم فيه شبكة الانترنت كوسيلة اتصال بين المؤسسة والعملاء، فيستطيع العميل الاستفادة من الخدمات والحصول على المنتجات المختلفة التي تقدمها المؤسسة باستخدام الكمبيوتر دون حاجة الزبون لزيارة المؤسسة أو الاتصال مع موظفيها.

### المطلب الأول: مفهوم الأعمال المالية الالكترونية وأسباب اللجوء إليها

في السنوات الأخيرة تزايد عدد المؤسسات التي لجأت إلى استخدام الأعمال المالية الالكترونية وذلك بهدف تطوير عمل إدارتها، تقليل التكاليف وريح الوقت لذلك سنتطرق في هذا المطلب إلى مفهوم الأعمال المالية الالكترونية وأسباب اللجوء إليها

#### أولاً: مفهوم الأعمال المالية الالكترونية:

تشير غالبية الدراسات أن مطلع التسعينات قد شهد عدة مفاهيم ضمنية للعمل المالي الالكتروني ومثال ذلك مفهوم الخدمات المالية عن بعد وذلك يوحي بشكل أو بآخر مزاوله العميل للخدمات التي يرغب الحصول عليها بنفسه دون الحاجة لزيارة المؤسسة وإنما من خلال تواجد في منزله أو مكتبه أو أي مكان يتواجد فيه جهاز الحاسوب. ولذلك فإن الأعمال المالية الالكترونية هي التقنية التي تتيح للشخص القيام بأية معاملات يريدونها والحصول على مختلف الخدمات والمنتجات من شبكة المعلومات التي يرتبط بها جهاز الحاسوب الخاص به<sup>1</sup>.

#### ثانياً: أسباب اللجوء إلى استخدام الأعمال المالية الالكترونية:

في خضم الأحداث المتعاقبة والمتسارعة أحيانا أخرى وفي ظل ثورة المعلومات والثورة المالية جنباً إلى جنب تعددت الأسباب التي دفعت بالمؤسسات لتبني الأعمال المالية الالكترونية بهدف تقديم الخدمات والمنتجات لعملائها على أتم وجه وأعلى درجات الكفاءة، ومن بين تلك الأسباب نذكر ما يلي:

**1. اشتداد المنافسة:** من بين الأسباب الرئيسية لتبني المؤسسات والمصارف أسلوب الأعمال المالية الالكترونية احتدام المنافسة بين المؤسسات والمصارف لتقديم الخدمة المتميزة فاستخدام شبكات الانترنت

<sup>1</sup> - مؤيد الفضل وآخرون، التفكير الإداري والاستراتيجي في عالم متغير، الجزء الثاني، ط1، مكتبة المجتمع العربي للنشر والتوزيع، الأردن، 2010، ص556، بتصرف.

## الفصل الثاني الأعمال المالية والتجارية للمؤسسات في ظل تكنولوجيا الإعلام والاتصال

تعتبر الوسيلة الرئيسية التي تساعد المؤسسات والمصارف في الاحتفاظ بالعملاء الحاليين واستقطاب العملاء الجدد من مختلف أنحاء العالم، فليس هناك ما يمنع أي عميل وفي أي مكان من التعامل مع المؤسسات والمصارف؛

**2. تقليص معدل التكلفة:** بينت الدراسات التي أجريت على معدل التكلفة بأن تقديم الخدمة يكون مرتفعا لدى المؤسسات التي تستخدم إدارات تقليدية بينما يكون منخفضا لدى المؤسسات التي تعمل وفق إدارات الكترونية لأن الخدمات يتم تقديمها من خلال شبكة الانترنت بحيث لا تكلف المؤسسات؛

**3. التوسع الجغرافي:** يساعد العمل المالي عبر الانترنت المؤسسات على الانتشار في تسويق وتقديم الخدمات والمنتجات لأكثر عدد من العملاء وفي أكبر عدد ممكن في العالم.

### المطلب الثاني: وسائل الدفع الالكترونية

نتيجة لتسارع التطورات التكنولوجية في السنوات الماضية وانتشار استخدام الحاسوب والانترنت في جميع دول العالم، ظهر شكل جديد من أشكال النقود تسمى بالنقود الالكترونية.

#### أولا: مفهوم وسائل الدفع الالكترونية ومزاياها:

يوجد عدة تعريف لوسائل الدفع الالكترونية يمكن إدراجها فيما يلي:

**1. التعريف الأول:** عرفت وسائل الدفع الالكترونية على أنها عملية يتم من خلالها استبدال القيمة المالية بالبضاعة أو بالخدمات أو بالمعلومات، فهي تستخدم وسيطا لتسهيل عملية التبادل مثل البنك<sup>1</sup>؛

**2. التعريف الثاني:** عرفها المجلس الاقتصادي والاجتماعي الفرنسي سنة 1982 بأنها مجموعة من التقنيات

المعلوماتية الممغنطة إلكترونيا، والتي تسمح بتبادل الأموال بدون الحاجة لتحرير أوراق، والتي تتضمن علاقة ثلاثية بين المصدر (البنك أو المؤسسة المالية) والحامل والمستفيد (التاجر) الذي يقبل الدفع بواسطتها<sup>2</sup>.

إذن وسائل الدفع الالكترونية تتم كل عملياتها وتسير إلكترونيا ولا وجود للقطع النقدية. ومن أهم

مزايها لدينا<sup>3</sup>:

<sup>1</sup> -عبادلية سارة، إحلال وسائل الدفع التقليدية بالالكترونية (دراسة حالة الجزائر)، (مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر، تخصص تأمينات وبنوك، جامعة ابن خلدون، غير منشورة)، تيارت، 2011-2012، ص11.

<sup>2</sup> -عبد القادر خليل، مبادئ الاقتصاد النقدي والمصرفي، الجزء الأول، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2010، ص88.

<sup>3</sup> -أكرم حداد، مشهور هذلول، النقود والمصارف، ط3، دار وائل، الأردن، 2010، ص-ص:59-60.

## الفصل الثاني الأعمال المالية والتجارية للمؤسسات في ظل تكنولوجيا الإعلام والاتصال

- **التكلفة الاقتصادية المنخفضة:** حيث تعتبر عملية استخدام التحويل أو التسديد الكترونياً أرخص من استخدام الأنظمة المصرفية التقليدية؛
- **البساطة وسهولة الاستخدام:** حيث لا تتطلب وجود الإجراءات التقليدية في المصارف كملء الاستمارات وغيرها ولا تعترف بالحدود الجغرافية والعوائق أمام حركة الأموال؛
- **السرعة في إنجاز الدفع:** والتي تتم فور الانتهاء من ضغط آخر الأزرار المطلوبة على لوحة المفاتيح في الحاسوب؛
- **الآمان والثقة في التحويلات المالية:** والتي توفرها أجهزة خادمة تدعم بروتوكولات الحركات المالية الآمنة.

### ثانياً: أشكال وسائل الدفع:

سنتناول مختلف أنواع وسائل الدفع الالكترونية و هي على النحو التالي:

- 1. البطاقة المغنطة:** هي عبارة عن بطاقة يستطيع حاملها استخدامها في شراء معظم احتياجاته أو أداء مقابل ما يحصل عليه من خدمات دون الحاجة لحمل مبالغ كبيرة قد تتعرض لمخاطر السرقة أو الضياع والإتلاف تحمل وفيها شريط مغناطيسي مخزن فيه معلومات تتعلق بحساب الزبون، اسمه الكامل وغيرها من المعلومات<sup>1</sup>؛
- 2. البطاقة الذكية:** هي بطاقة ابتكرت للتغلب على المشاكل التي تتعلق بالسرية والأمان كما تحمل شريحة الكترونية مخزن فيها معلومات تتعلق بحساب الزبون، اسمه الكامل، البنك الذي أصدرها وغيرها من المعلومات ويتم تحميل هذه البطاقة بقيمة معينة من حساب العميل لدى البنك<sup>2</sup>؛
- 3. الشيك الالكتروني:** وهي عبارة عن رسالة تحتوي جميع البيانات الموجودة في الشيك الورقي العادي

حيث يقوم أحد طرفي العلاقة بتحريره للطرف الثاني وإرساله له عبر البريد الالكتروني، وتكون جميع التوقيعات التي يتضمنها الشيك توقيعات الكترونية، من ثم فإنه يتمتع بنفس قوة الشيك الورقي في الدول

<sup>1</sup> - عبد المنعم راضي، فرج عزت، اقتصاديات النقود والبنوك، البيان للطباعة والنشر، مصر، 2001، ص26.

<sup>2</sup> - سوزي عدلي ناثر، مقدمة في الاقتصاد النقدي والمصرفي، منشورات الحلبي الحقوقية، لبنان، 2010، ص28.

## الفصل الثاني الأعمال المالية والتجارية للمؤسسات في ظل تكنولوجيا الإعلام والاتصال

التي تعتبر التوقيع الإلكتروني بمثابة التوقيع اليدوي وتعطيه حجية في الإثبات، ومن مميزات هذه التقنية أنه لا يشترط توافر كل من الطرفين على حسابات بنفس البنك الذي يقوم بعملية المقاصة، لأن ظهور نظام المقاصة الآلية أعطى إمكانية إجراء المقاصة بين البنوك بعيد عن الإجراءات اليدوية<sup>1</sup>.

**4. النقد الافتراضي:** هو عبارة عن مستودع للقيمة النقدية يحتفظ بها على شكل الكتروني، ويستعمل كأداة للدفع، إذن النقد الافتراضي هاهو إلا نقود غير ملموسة تأخذ صورة وحدات إلكترونية مخزنة تسمح للعميل القيام بعمليات البيع أو الشراء أو التحويل؛

**5. الكميالة:** هي ورقة شكلية يأمر فيها الساحب شخصا آخر يسمى المسحوب عليه بأن يدفع مبلغا معيناً من النقود في تاريخ ومكان معينين إلى شخص ثالث هو المستفيد، ويمكن لحامل الكميالة أن يحتفظ بها إلى غاية تاريخ الاستحقاق، أو يقوم بحصمها لدى البنك إذا احتاج إلى السيولة.

### المطلب الثالث: أنظمة الدفع الإلكترونية

إن أهم ما يميز هذا العصر هو التطور الكبير والسريع الذي أحدثته التكنولوجيا الحديثة في المجالات الاقتصادية ووسائل الاتصال وفي مقدمتها البنوك والمؤسسات المالية والتي تمثل العصب الرئيسي للاقتصاد مما دفع هاته الأخيرة إلى تطبيق مجموعة من الأنظمة الخاصة بالدفع الإلكتروني.

#### أولاً: مفهوم أنظمة الدفع الإلكتروني:

إن أنظمة الدفع لا يفرضها القانون، بل تنتج عن مميزات ثقافية، تاريخية، اجتماعية واقتصادية للبلد وكذا التطورات التكنولوجية، فإن هذه المميزات تحدد أشكال، طرق واستعمال وسائل الدفع في بلد ما ويجب أن يدعم بتطوير متناسق لقطاع حساس وشامل، وبأعمال ذات طابع بيداغوجي. وتدل عبارة نظام الدفع على الخلفية المؤسساتية، والتاريخية التي تستخدم في كنفها وسائل الدفع على المستوى الوطني<sup>2</sup>.

#### ثانياً: أنواع أنظمة الدفع الإلكترونية:

هناك عدة أنواع من أنظمة الدفع الإلكتروني وهي كالآتي:

<sup>1</sup> - محمود محمد أبو فروة، الخدمات البنكية الإلكترونية عبر الانترنت، ط2، دار الثقافة، الأردن، 2012، ص50.

<sup>2</sup> - لعربي محمد، حسين عبد القادر، أنظمة الدفع الإلكترونية وأزمة السيولة في الجزائر، الملتقى الدولي الرابع حول عصرة نظام الدفع في البنوك الجزائرية وإشكالية اعتماد التجارة الإلكترونية في الجزائر - عرض تجارب دولية -، خميس مليانة، يومي 26-27 أبريل، 2011، ص03.

## الفصل الثاني الأعمال المالية والتجارية للمؤسسات في ظل تكنولوجيا الإعلام والاتصال

**1. نظام سويفت (SWIFT)\*:** نظام سويفت هو تقنية حديثة تم إدخالها في المصارف وكلمة سويفت اختصار لمصطلح جمعية الاتصالات المالية العالمية بين البنوك فهو عبارة عن شبكة اتصالات إلكترونية مصرفية بدأت فكرة إنشاء هذه الشبكة في سنة 1973 في بلجيكا بأكثر من 200 مصرف دولي، وذلك بهدف توحيد نظم الدفع الإلكترونية وتبادل البيانات المالية ويستخدم هذا النظام إشارات موحدة للمدفوعات المالية عبر شبكة آمنة وذات كفاءة عالية لنقل البيانات<sup>1</sup>. ومن أهم مزايا نظام swift:

- المرونة في استخدام النظام في عمليات متنوعة؛
- الدقة المتناهية في المعلومات المرسله؛
- يستخدم النظام لغة عملية موحدة ومفهومة لجميع الأطراف التي تستخدمه؛
- السهولة في الاتصالات حيث يعمل هذا النظام على مدار 24 ساعة.

**2. نظام التحويلات المالية الإلكترونية EFT\*\*:** يقصد بنظام التحويلات المالية مجموعة من القواعد والإجراءات المعتمدة في تحويل الأموال عبر مصارف إلكترونية أو مصارف انترنت مرخص لها للقيام بهذه العملية ويتم إصدار أمر التحويل عن طريق الكمبيوتر أو الهاتف المحمول. وبفضل تعزيز أنظمة الأمن أصبحت التحويلات المالية الإلكترونية تحظى أكثر فأكثر بالمصداقية والأمان لدى المتعاملين فضلا عما يتيح هذا النظام من اختصار للزمن ووفر في الجهد والتكلفة ويسر في التعامل<sup>2</sup>. حيث يتم إجراء التحويل المالي الإلكتروني عن طريق توقيع العميل نموذجاً معتمد المنفعة للجهة المستفيدة مثلا التاجر ويتيح هذا النموذج اقتطاع قيمة محدودة من حساب العميل وفق ترتيب زمني معين يوميا أو أسبوعيا أو شهريا. كما يختلف نموذج التحويل المالي الإلكتروني عن الشيك في أنه قابل للتجزئة إذ يمكن توزيع مبلغ التحويل على أكثر من مستفيد وهو ما لا يتوفر في الشيك.

<sup>1</sup>-مراد عودة، واقع تأثير تكنولوجيا الإعلام والاتصال على أنشطة البنوك الجزائرية، (مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر، تخصص تأمينات وبنوك، جامعة ابن خلدون، غير منشورة)، تيارت، 2009-2010، ص34.

\* - SWIFT: Society for world Inter-bank Financial and Telecommunication

\*\* - EFT: Electronic Funds Transfer

<sup>2</sup>-رحيم حسين، النقد والسياسة النقدية في إطار الفكرين الإسلامي والغربي، دار المناهج، الأردن، 2010، ص32.

### 3. نظام المقاصة الالكترونية :

سننتظر إلى مفهوم نظام المقاصة الالكترونية وآلية عمله.

أ. مفهوم نظام المقاصة الالكترونية: تعرف المقاصة الالكترونية على أنها أداة دفع بين البنوك وأداة إيفاء دين بينها دون الحاجة لحمل الشيكات ومن خلال تجسيد التحويلات المالية الدائنة والمدينة بطريقة الكترونية من حساب بنكي إلى آخر، حيث يتحقق ذلك عن طريق تطبيق نظام المقاصة الالكترونية الذي أضحي مطبق من قبل البنوك في العديد من دول العالم. حيث بموجبه تم التخلي عن الفرز اليدوي للشيكات وحل محله الفرز الآلي باستعمال أجهزة متخصصة في ذلك تسمح بقراءة الشيكات من خلال السطور المغناطيسية.

وللمقاصة الالكترونية أهمية بالغة، حيث تتمثل فيما يلي:

- تمكين البنوك من تجنب مخاطر نقل الشيكات كما كان يحدث عند إجراء المقاصة اليدوية؛
- إمكانية تحقق البنوك من صحة الشيكات المقدمة للمقاصة ومن ثم تقليل فرص تزويرها؛
- تساهم في التسيير الأمثل لخزينة البنوك<sup>1</sup>.

ب. آلية عمل نظام المقاصة الالكترونية: حتى تتمكن دار المقاصة من تحويل الأموال من مكان إلى آخر

أو من بنك لآخر تحتاج إلى معرفة من يقوم بالإيداع المباشر، أي بمعنى آخر مؤسسة المودع والذي سيستلم الدفعة أي البنك الذي ستصله المبالغ المدفوعة، وتحتاج دار المقاصة إلى معرفة بنك المنشأ، الذي يقوم بالدفع من حسابه حتى تقوم بالسحب من حسابه الأصلي ويكون البنك عبارة عن وسيط أصلي، وبالتالي تنتقل الأموال إلى دار المقاصة.

### 4. نظام التسوية الفورية الإجمالية RTGS:

سننتظر إلى مفهوم نظام التسوية الفورية الإجمالية، كيفية عمله وأهدافه.

أ. مفهوم نظام التسوية الفورية الإجمالية RTGS: يمكن تقسيم مصطلح Real Time Gross Settlement System إلى جزأين كما يلي:

<sup>1</sup> -فضيل فارس، التقنيات البنكية محاضرات وتطبيقات، الجزء الأول، ط1، مطبعة المוסاك رشيد، الجزائر، 2013، ص296.

## الفصل الثاني الأعمال المالية والتجارية للمؤسسات في ظل تكنولوجيا الإعلام والاتصال

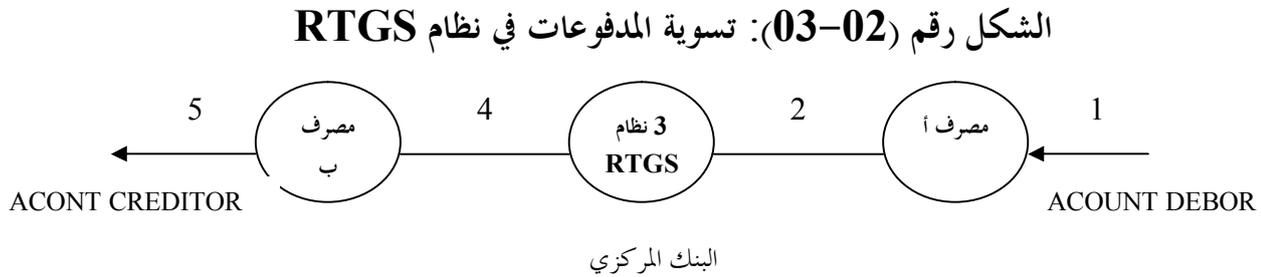
**Real Time**: تعني أوامر الدفع تكون منفذة وبشكل متواصل ومستمر في حال دخولها النظام.

**Gross Settlement**: تعني أن المبلغ لكل أمر دفع من الأموال يكون قد تم تحويله وتشير كلمة التسوية **Settlement** في آلية عمل هذا النظام إلى أن التحويل الفعلي للأموال من بنك الإرسال إلى بنك الاستلام وبشكل نهائي. بمعنى أوضح أن التسوية هنا في هذا النظام تكون غير مشروطة وحتمية. فيعرف نظام التسوية الفورية على أنه :

• نظام تسوية المبالغ الإجمالية في وقت حقيقي ويتم فيه سير التحويلات بصفة مستمرة وعلى الفور بدون تأجيل وعلى أساس إجمالي؛

• نظام مركزي الكتروني يعمل على أساس فوري إجمالي نهائي ومستمر لتنفيذ أوامر التحويل الدائنة ويوفر نقطة تسوية لأنظمة التصفية العاملة في بلد ما من خلال الحسابات المركزية للمصارف.<sup>1</sup>

ب. **كيفية عمل نظام التسوية الفورية الإجمالية**: يوضح الشكل أدناه تسوية المدفوعات في نظام التسوية الفورية الإجمالية خلال الوقت الفعلي لدى البنك المركزي



المصدر: نقي فاطمة، بوش مريم، مرجع سبق ذكره، ص 30.

1. تمثل الجانب من حساب المدين مع المصرف أ؛

2. تمثل تحويل أداة المدفوعات إلى نظام التسوية الإجمالية في الوقت الفعلي؛

3. تمثل تسوية مدفوعات المصرف (أ)، الجانب المدين من حساب مصرف (أ) والجانب الدائن من حساب مصرف (ب) لدى البنك المركزي؛

<sup>1</sup> -نقي فاطمة، بوش مريم، أنظمة الدفع الالكترونية ودورها في تحسين جودة الخدمات البنكية، دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية، (مذكورة مقدمة لنيل شهادة الماستر، تخصص تأمينات وبنوك، جامعة ابن خلدون، غير منشورة)، تيارت، 2013-2014، ص47.

4. تمثل تحويل المعلومات بشأن المدفوعات إلى المصرف ب؛

5. تمثل الجانب الدائن من حساب الدائن لدى المصرف ب.

ج. أهداف نظام التسوية الفورية الإجمالية : يهدف نظام التسوية الفورية الإجمالية إلى تحقيق ما يلي:

- تسوية عمليات البطاقة المصرفية في وقت حقيق وفي كل وسائل الدفع الأخرى؛
- تلبية مختلف احتياجات المستعملين باستخدام نظام الدفع الإلكتروني؛
- تقليص آجال التسوية؛
- تخفيض التكلفة الإجمالية للمدفوعات؛
- تقوية العلاقات بين المصارف؛
- تشجيع إقامة المصارف الأجنبية<sup>1</sup>.

---

<sup>1</sup> معطى سيد احمد، واقع وتأثير التكنولوجيا الجديدة للإعلام والاتصال على أنشطة البنوك الجزائرية -دراسة تحليلية استنباطية، حالة بنوك سعيدة، (مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، تخصص حوكمة الشركات، جامعة أبو بكر بلقايد، غير منشورة)، تلمسان، 2011-2012، ص66.

### خلاصة الفصل:

الانترنت هي أداة تكنولوجية أساسية جديدة جذبت انتباه قطاعات الأعمال المختلفة والمديرين والاقتصاديين مما دفع منظمات الأعمال لتبنيها من أجل تطوير إدارتها و بالتالي التحول من الإدارة التقليدية إلى الإدارة الالكترونية لما تحققة من منافع ومزايا متعددة كما أن الثورة المعلوماتية ساهمت في تطوير تطبيقات الأعمال عبر الانترنت وظهور الأعمال التجارية الالكترونية مما دفع بالمؤسسات إلى تطبيقها لتحسين الأداء التجاري لها وتشكيل علاقة قوية مع الزبون، لذلك كان من الضروري إحداث وسائل وأنظمة دفع الكترونية من أجل التماشي مع التطورات التي أحدثتها تكنولوجيا الإعلام والاتصال.

ومن بين المؤسسات التي سارعت إلى تطبيق تكنولوجيا الإعلام والاتصال البنوك نظرا لأهميتها وفوائدها الكثيرة لهذا سنقوم في الفصل الثالث بدراسة ميدانية في بنك الفلاحة والتنمية الريفية وذلك من خلال التطرق لمختلف الأعمال المالية والتجارية الالكترونية على مستوى بنك الفلاحة والتنمية الريفية.

# الفصل الثالث

دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية-وكالة تيارت -

-554

المبحث الأول: الإطار العام لبنك الفلاحة والتنمية الريفية

المطلب الأول: نشأة بنك الفلاحة والتنمية الريفية وتطوره

المطلب الثاني: أهداف بنك الفلاحة والتنمية الريفية و هيكله التنظيمي

المطلب الثالث: وكالة بدر تيارت 554

المبحث الثاني: الأعمال التجارية الالكترونية في بنك الفلاحة والتنمية الريفية

المطلب الأول: البطاقات البنكية في بنك الفلاحة والتنمية الريفية

المطلب الثاني: خدمة بدر نت

المطلب الثالث: خدمة الرائد

المبحث الثالث: الأعمال المالية الالكترونية في بنك الفلاحة والتنمية الريفية

المطلب الأول: نظام التسوية الفورية الإجمالية ARTS

المطلب الثاني: نظام المقاصة الالكترونية ATCI

المطلب الثالث: نظام سويفت والتحويلات المالية الالكترونية في بنك الفلاحة والتنمية

الريفية

### تمهيد:

إن ظهور تكنولوجيا الإعلام والاتصال دفع بالمؤسسات المصرفية الجزائرية إلى تطبيقها نظرا لأهميتها وإيقاعها السريع لهذا سارع بنك الفلاحة والتنمية الريفية إلى التوجه نحو العمل التجاري عبر الانترنت وذلك من خلال جلب أفراد ذوي خبرات فنية ومؤهلات عالية لإتمام كل المعاملات التجارية الكترونيا بالإضافة إلى إحداث وسائل وأنظمة دفع الكترونية لربح الوقت، تقليل التكاليف وكسب أكبر عدد ممكن من الزبائن.

وعليه سنقوم في هذا الفصل بدراسة ميدانية في بنك الفلاحة والتنمية الريفية من أجل معرفة مختلف أعماله التجارية والمالية الالكترونية، في المباحث الثلاثة التالية:

المبحث الأول: الإطار العام لبنك الفلاحة والتنمية الريفية-وكالة بدر تيارت-554-

المبحث الثاني: الأعمال التجارية الالكترونية في بنك الفلاحة والتنمية الريفية-وكالة بدر تيارت-554-

المبحث الثالث: الأعمال المالية الالكترونية في بنك الفلاحة والتنمية الريفية-وكالة بدر تيارت-554-

## المبحث الأول: الإطار العام لبنك الفلاحة والتنمية الريفية

نتيجة انفتاح النظام المصرفي الجزائري على الأسواق المصرفية العالمية سعى بنك الفلاحة والتنمية الريفية إلى التأقلم مع هذه التغيرات ببذل مجهودات كبيرة من أجل مواجهة المنافسة التي فرضها اقتصاد السوق وللحفاظ على مكانة البنك في السوق المصرفية الجزائرية كبنك رائد في مجال العمل المصرفي، سواء بالانتشار الجغرافي المميز عبر كافة التراب الوطني، أو عن طريق توسيع وتنويع مجالات نشاطاته.

### المطلب الأول: نشأة بنك الفلاحة والتنمية الريفية وتطوره

عرف بنك الفلاحة والتنمية الريفية تطورات كثيرة منذ نشأته وذلك لمحاولة الاستجابة لكافة احتياجات وتطلعات العملاء ومواكبة التكنولوجيا التي من شأنها تسهيل العمليات المختلفة وإرضاء الزبائن.

#### أولاً: نشأة بنك الفلاحة والتنمية الريفية:

أنشئ بنك الفلاحة والتنمية الريفية في إطار سياسة إعادة الهيكلة التي تبنتها الدولة بعد إعادة هيكلة البنك الوطني الجزائري بموجب مرسوم رقم 82-106 المؤرخ في 13 مارس 1982<sup>1</sup>، وذلك بهدف المساهمة في تنمية القطاع الفلاحي وترقيته، ودعم نشاطات الصناعات التقليدية والحرفية والمحافظة على التوازن الجهوي، و في هذا الإطار قام بنك الفلاحة والتنمية الريفية بتمويل المؤسسات الفلاحية التابعة للقطاع الاشتراكي، مزارع الدولة والمجموعات التعاونية، وكذلك المستفيدين الفرديين للثورة الزراعية، مزارع القطاع الخاص، تعاونيات الخدمات، والدواوين الفلاحية والمؤسسات الفلاحية الصناعية، إلى جانب قطاع الصيد البحري. و في إطار الإصلاحات الاقتصادية تحول بنك الفلاحة والتنمية الريفية بعد عام 1988 إلى شركة مساهمة ذات رأس مال قدره 22 مليار دينار جزائري مقسم إلى 2200 سهم بقيمة 1.000.000 للسهم الواحد، لكن بعد صدور قانون النقد والقرض في 14/04/1990 والذي منح استقلالية أكبر للبنوك وألغى من خلاله نظام التخصيص أصبح بنك الفلاحة والتنمية الريفية كغيره من البنوك يباشر جميع الوظائف التي تقوم بها البنوك التجارية و المتمثلة في منح التسهيلات الائتمانية وتشجيع عملية الادخار والمساهمة في التنمية<sup>2</sup>. ولتحقيق أهدافه

<sup>1</sup> - مرسوم رقم 106/82، المتعلق بإنشاء بنك الفلاحة والتنمية الريفية، الجريدة الرسمية، العدد 11، المؤرخ في 13 مارس 1982.

<sup>2</sup> - رجم نور الدين، دور سياسة الترويج في تسويق الخدمات المصرفية -دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية - وكالة 748-، (مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، تخصص تسويق، جامعة 20 اوت 1955، غير منشورة)، سكيكدة، 2008-2009، ص 109

والاستعداد للمرحلة الراهنة وضع البنك إستراتيجية شاملة من خلال التغطية الجغرافية لكامل التراب الوطني بـ 963 وكالة ومؤطرة حاليا ورأس مال يقدر بـ 33 مليار دينار جزائري، بالإضافة إلى القيام بتنوع منتجاته وخدماته المتضمنة أبعاد الجودة الشاملة، وهذا بغية اكتساب ميزة تنافسية تؤهله لمنافسة البنوك الخاصة والأجنبية التي تزاوّل نشاطها في السوق المصرفية الجزائرية.

### ثانيا: تطور بنك الفلاحة والتنمية الريفية:

مر بنك الفلاحة والتنمية الريفية في تطوره بثلاثة مراحل رئيسية وهي<sup>1</sup>:

**1. المرحلة الأولى 1982-1990:** خلال هذه المرحلة انصب اهتمام البنك على تحسين موقعه في السوق المصرفية، والعمل على ترقية العالم الريفي عن طريق تكثيف فتح الوكالات البنكية في المناطق ذات النشاط الفلاحي، حيث اكتسب تجربة كبيرة في مجال تمويل القطاع الفلاحي والصناعات الغذائية، هذا التخصص في مجال التمويل فرضته آلية الاقتصاد المخطط الذي اقتضى تخصص كل بنك في تمويل قطاعات محددة؛

**2. المرحلة الثانية 1991-1999:** بموجب قانون النقد والقرض الذي ألغي من خلاله التخصص القطاعي للبنوك المطبق من قبل في إطار الاقتصاد الموجه، توسع نشاط بنك الفلاحة والتنمية الريفية ليشمل مختلف قطاعات الاقتصاد الوطني، خاصة قطاع الصناعات الصغيرة والمتوسطة مع بقاءه الشريك ذو الأفضلية الكبيرة في تدعيم وتمويل القطاع الفلاحي، أما في المجال التقني فقد شهدت هذه المرحلة إدخال وتعميم استخدام الإعلام الآلي عبر مختلف وكالات البنك، كما شهدت هذه المرحلة العديد من الإجراءات كانت تصب كلها في تطوير نشاط البنك، للإشارة فقد شهدت هذه المرحلة ما يلي:

- **1991:** تم الانخراط في نظام سويفت لتسهيل معالجة وتنفيذ عمليات التجارة الخارجية؛
- **1992:** تم وضع نظام Sybu (System bancaire universal) وهو عبارة عن شبكة معلوماتية خاصة ببنك بدر تربط الوكالات البنكية بالمديرية العامة حيث يساعد هذا النظام على سرعة أداء العمليات المصرفية إلى جانب تعميم استخدام الإعلام الآلي في كل عمليات التجارة الخارجية، خاصة في مجال فتح الاعتمادات المستندية والتي أصبحت معالجتها لا تتجاوز أكثر من 24 ساعة، كما تم إدخال نظام محاسبي جديد على مستوى كل الوكالات؛

<sup>1</sup> -وثائق مقدمة من طرف مدير وكالة بدر تيارت 554.

- **1993**: إنهاء عملية إدخال الإعلام الآلي في جميع العمليات البنكية على مستوى شبكات البنك؛
  - **1994**: بدء العمل بمنتج جديد يتمثل في بطاقة التسديد والسحب بدر؛
  - **1995**: إدخال نظام المعالجة عن بعد لجميع العمليات المصرفية في وقت حقيقي؛
  - **1998**: بدء العمل ببطاقة السحب ما بين البنوك (Carte Inter Bancaire) CIB.
- 3. المرحلة الثالثة ما بعد عام 2000**: تميزت هذه المرحلة بوجود التدخل الفعلي والفعال للبنوك العمومية لبعث نشاط جديد فيما يتعلق بمجالات الاستثمارات المربحة وجعل نشاطاتها ومستوى مردوديتها يساير قواعد اقتصاد السوق، وفي هذا الصدد رفع بنك الفلاحة والتنمية الريفية إلى حد كبير من القروض لفائدة المؤسسات الاقتصادية الصغيرة والمتوسطة، وكذا المؤسسات الصغيرة وفي شتى مجالات النشاط الاقتصادي إضافة إلى رفعه لمستوى مساعداته للقطاع الفلاحي وفروعه المختلفة. وضع بنك بدر برنامج خماسي فعلي يتركز خاصة على عصنة البنك وتحسين الخدمات وكذلك إحداث تطهير في ميدان المحاسبة وفي الميدان المالي، ومن أهم النتائج التي حققها مايلي:
- **2000**: القيام بفحص دقيق لنقاط القوة والضعف وإنجاز مخطط تسوية للبنك لمطابقة القيم الدولية؛
  - **2001**: التطهير المحاسبي والمالي، والعمل على تخفيف الإجراءات الإدارية والتقنية المتعلقة بملفات القروض، مع تحقيق مشروع البنك الجالس والخدمات المشخصة ببعض الوكالات الرائدة، وكذا إدخال مخطط جديد في الحسابات على مستوى المحاسبة المركزية؛
  - **2002**: تعميم مفهوم بنك الجلوس والخدمات المشخصة على مستوى جميع وكالات البنك؛
  - **2003**: إدخال نظام تغطية الأرصدة عن طريق الفحص السلبي دون اللجوء إلى النقل المادي للقيم مما يسمح بتقليص فترات تغطية الصكوك والأوراق التجارية، تأسيس نادي الصحافة بمبادرة مديرية الاتصال تشجيعاً لمبدأ التداول الحر للمعلومات البنكية وكذا تعريف الزبائن بمختلف خدمات البنك؛
  - **2004**: تعميم استخدام الشبايك الآلية للأوراق النقدية المرتبطة ببطاقات الدفع التي تشرف عليه شركة النقد الآلي والعلاقات التلقائية بين البنوك خاصة في المناطق التي تتميز بكثافة سكانية كبيرة؛

- **2006**: إدخال كل من المقاصة الإلكترونية ونظام التسوية الفورية الإجمالية، وذلك من أجل تحقيق الأمان والثقة والشفافية في التعاملات من جهة، ومحاربة الغش والاختلاسات من جهة أخرى.
- **2008**: التركيز على تنمية القطاعات الفلاحية وإطلاق قروض العتاد الفلاحي؛
- **2012**: بدء العمل ببطاقة بدر للتوفير؛
- **2013**: إطلاق خدمة بدر نت؛
- **2014**: العمل على تطبيق خدمة الرائد في الأشهر القادمة.

### المطلب الثاني: أهداف بنك الفلاحة والتنمية الريفية و هيكله التنظيمي

يسعى بنك الفلاحة والتنمية الريفية إلى تحقيق جملة من الأهداف وذلك من خلال وضع هيكل تنظيمي يساعد البنك في تحقيقه لهذه الأهداف.

#### أولا : أهداف بنك الفلاحة والتنمية الريفية:

تتمثل أهداف بنك الفلاحة والتنمية الريفية فيما يلي<sup>1</sup>:

- زيادة الموارد بأقل التكاليف وزيادة أرباحه عن طريق القروض الإنتاجية؛
- إدارة خزينة البنك بالدينار و العملات الأجنبية؛
- تطوير نشاطات البنك وتوسيع شبكته؛
- إرضاء الزبائن وذلك بعرض وتقديم منتجات وخدمات قادرة على تلبية حاجاتهم؛
- تبني تسيير حركي يتوافق والتطورات الحاصلة في المجتمع محليا ودوليا؛

#### ثانيا: الهيكل التنظيمي لبنك الفلاحة والتنمية الريفية:

إن تحقيق البنك لأهدافه مرتبط بمدى قدرته على إتاحة وتجنيد الوسائل المادية والبشرية لأجل تحقيق أهداف وإستراتيجية البنك، بتنظيمها والتنسيق بينها ضمن هيكل تنظيمي ملائم يخدم المصالح العامة للبنك ويحدد العلاقات الرسمية من أطراف التنظيم، فالهيكل التنظيمي لبنك الفلاحة والتنمية

<sup>1</sup>-بنشوري عيسى، دور التسويق بالعلاقات في زيادة ولاء الزبون-دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية المديرية الجهوية ورقلة-، (مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، تخصص تسويق، جامعة ورقلة، غير منشورة)، ورقلة، 2008-2009، ص103.

الريفية يعتمد على شكلين هما : التنظيم المركزي والتنظيم اللامركزي<sup>1</sup>.

### 1.التنظيم المركزي: يضم:

- مجلس إداري برئاسة الرئيس المدير العام؛
- مديريات عامة مساعدة، على رأس كل منها مدير عام مساعد، ويتفرع بعض منها إلى مديريات فرعية أخرى حسب ما يبينه الهيكل التنظيمي لبنك الفلاحة والتنمية الريفية تتكون أهم المديريات العامة المساعدة لعمل الرئيس المدير العام من :
  - ❖ المديرية العامة المساعدة للإدارة والوسائل؛
  - ❖ المديرية العامة المساعدة للمراقبة والتطوير؛
  - ❖ المديرية العامة المساعدة للإعلام الآلي، المحاسبة والصندوق؛
  - ❖ المديرية العامة المساعدة للعمليات الدولية؛
  - ❖ المديرية العامة المساعدة للموارد والتعهدات؛
  - ❖ مديريةية الاتصال والتسويق.

إضافة إلى ما سبق، توجد المفتشية العامة، المستشارون واللجان الذين يقومون بمراقبة وإعطاء النصائح والآراء فيما يخص عمل ونشاط البنك بصفة عامة.

### 2.التنظيم الامركزي: يضم:

- المجموعة الجهوية للاستغلال: تتولى مهمة التنظيم، التنشيط، المساعدة، المراقبة ومتابعة الوكالات المصرفية التي هي تحت مسؤوليتها غالبا ما تكون هذه المجموعات الجهوية للاستغلال ولائية؛
- الوكالة المحلية للاستغلال: تتمثل في الوكالة المصرفية لبنك الفلاحة والتنمية الريفية تكون تابعة للمديرية العامة وتحت رقابة إحدى المجموعات الجهوية للاستغلال، تقوم الوكالة المحلية للاستغلال بمعالجة جميع أو بعض العمليات المصرفية حسب مناطق تواجدها وما يقتضيه عملها، أين تدخل في علاقات مباشرة مع الزبائن. والشكل التالي يوضح الهيكل التنظيمي لبنك الفلاحة والتنمية الريفية:

<sup>1</sup>-معراج هواري، التسويق المصرفي وتأثيره على الزبائن، (مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، تخصص تسويق، جامعة الجزائر، غير منشورة)، الجزائر، 2001-2002، ص132.



### المطلب الثالث: وكالة بدر تيارت 554

وكالة تيارت 554 أنشأت في ديسمبر 2011 مقرها ولاية تيارت (طريق السوق)، تعمل على تكثيف وترسيخ وجودها في العالم الريفي والزراعي، ومن مهامها معالجة كل العمليات الخاصة بالاقتراض، تحويل العملات، فتح الحسابات، استقبال الودائع، التعاون مع الدولة من أجل الرقابة لحماية حركة الأموال في المؤسسات الوطنية كذلك استخدام الانترنت وأجهزة الصراف الآلي وغيرها من المهام. وتضم هذه الوكالة الجهوية 12 وكالة تابعة لها موزعة على تيارت، تسميبت<sup>1</sup>.

#### الجدول رقم(03-01): توزيع الوكالات التابعة للوكالة الجهوية تيارت 554

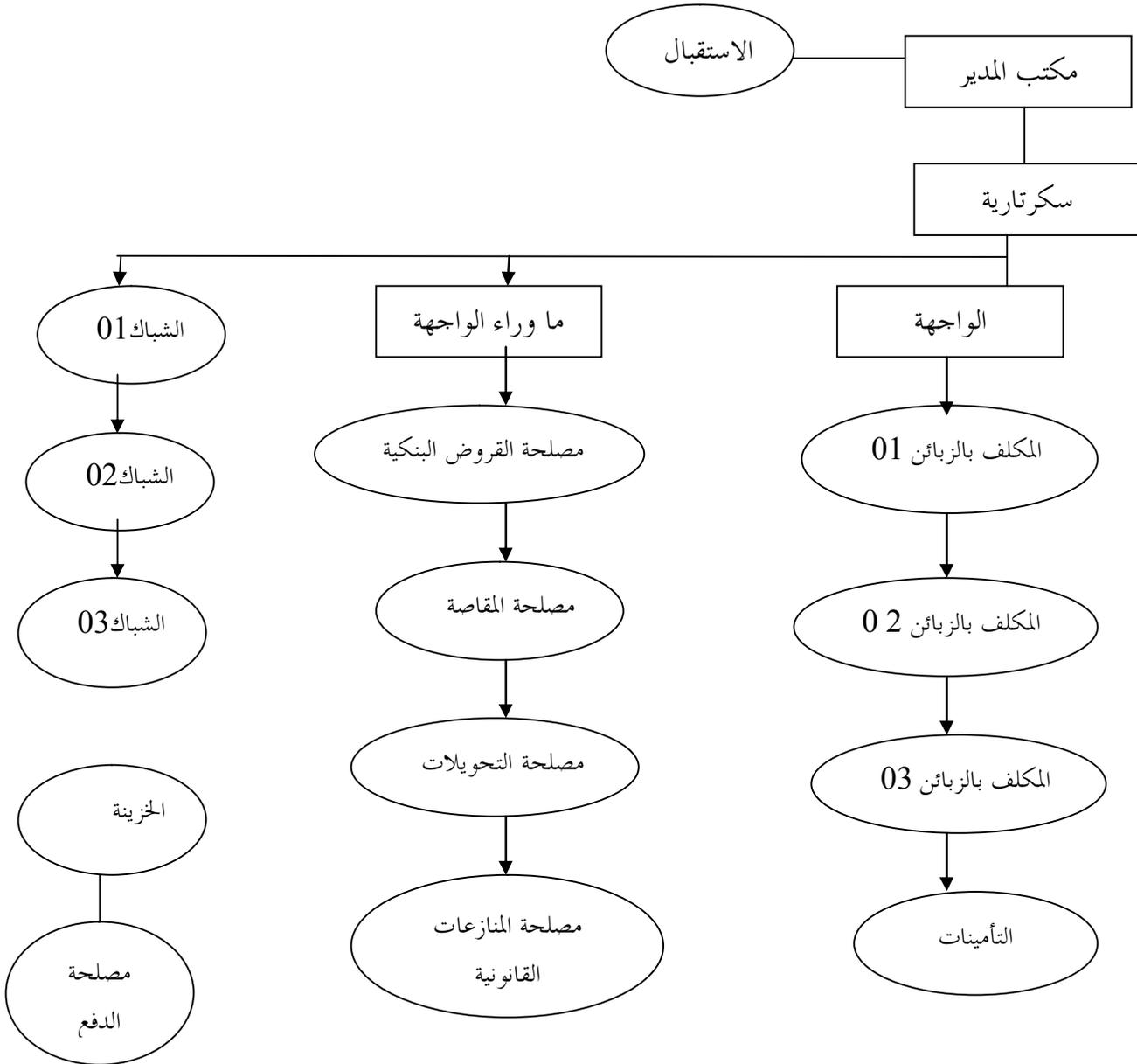
وكالة	تيارت	وكالة	تسميبت
رقم الوكالة	مكان الوكالة	رقم الوكالة	مكان الوكالة
541	تيارت	544	تسميبت
542	الرحوية	548	ثنية الحد
543	فرندة	551	لرجام
545	مهدية		
546	سوقر		
547	قصر الشلالة		
549	تاخمرت		
550	مدريسة		
552	عين كرمس		
554	تيارت		

المصدر: من إعداد الطالبة

<sup>1</sup>-وثيقة من أرشيف وكالة بدر تيارت 554.

أ. الهيكل التنظيمي لوكالة بدر تيارت 554: وهو على الشكل التالي:

الشكل رقم (02-03): الهيكل التنظيمي لوكالة بدر تيارت 554



المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على المعلومات المقدمة من طرف مدير وكالة بدر تيارت 554

ومن خلال الشكل السابق يتبين لنا مايلي:

1. **مدير الوكالة:** يعتبر المسير العملي للوكالة، حيث يمتلك كامل السلطة في تسيير الوكالة حسب الصلاحيات التي يخولها له القانون الداخلي؛
2. **السكرتارية:** تضمن التوجيه والمعونة للعملاء؛
3. **المكلف بالزبائن:** يظهر عمل المكلف بالزبائن في الجانب الأمامي بالوكالة المصرفية، الذي يدخل في تعامل مباشر مع الزبائن فهو يتعامل، ينفذ، يساعد، ينصح زبائن البنك ويقوم بالترويج لمنتجات وخدمات بنك الفلاحة والتنمية الريفية من خلال الاتصالات والتفاعلات الحاصلة مع الزبائن فهو يقوم بجميع العمليات المصرفية المطلوبة من طرف الزبائن كفتح حسابات بالبنك، السحب، أوامر التحويلات، طلب قرض، خصم أوراق مالية،... الخ.
4. **التأمينات:** يتم تقديم خدمة التأمينات للخوادم والمؤسسات؛
5. **مصلحة المحاسبة:** يقوم رئيس هذه المصلحة في نهاية كل يوم بالتأكد من العمليات وتصحيح الأخطاء فهو يعمل كمراقب للعمليات اليومية التي يقوم بها الموظفون<sup>1</sup>؛
6. **مصلحة القروض البنكية:** تقوم هذه المصلحة بتقديم مجموعة من القروض البنكية لصالح الأفراد والمؤسسات؛
7. **مصلحة المقاصة:** القيام بعملية المقاصة الكترونياً؛
8. **مصلحة التحويلات:** القيام بعمليات التحويل سواء بالعملة الوطنية أو بالعملة الصعبة؛
9. **مصلحة المنازعات القانونية:** معالجة مختلف المشاكل القانونية للعملاء؛
10. **الشباك 01 والشباك 02:** يتم التعامل فيهما بالعملة الوطنية أما الشباك 03 فيتم التعامل فيه بالعملة الصعبة.
11. **الخزينة:** يرأس هذه الخزينة مسؤول مختص يعين من طرف مدير الوكالة، يتمثل دوره في استقبال الودائع والمسحوبات النقدية؛
12. **مصلحة الدفع:** تقوم هذه المصلحة بدفع القيم المالية للعملاء.

<sup>1</sup> \_مقابلة مع رئيس مصلحة المحاسبة.

## المبحث الثاني: الأعمال التجارية الالكترونية في بنك الفلاحة و التنمية الريفية

إن الثورة المعلوماتية دفعت بنك الفلاحة والتنمية الريفية إلى الاتجاه نحو الأعمال التجارية الالكترونية وذلك من خلال اعتماد بطاقات بنكية بالإضافة إلى تطبيق خدمات حديثة متمثلة في خدمة بدران و الرائد بهدف الحصول على أكبر حصة في السوق المصرفية الجزائرية.

### المطلب الأول: البطاقات البنكية في بنك الفلاحة والتنمية الريفية

بفضل التقدم التكنولوجي الذي أضحى يميز العمل التجاري البنكي ظهرت وسائل الدفع الحديثة التي تعبر عن مجموعة من الأدوات تستخدم لتسوية المدفوعات و من بين تلك الوسائل نجد البطاقة البنكية.

#### أولاً: البطاقة البنكية ما بين البنوك CIB\*:

هي بطاقة وطنية صالحة في الجزائر فقط تعتبر أداة للسحب و الدفع تسمح لحاملها بتسديد المشتريات من السلع والخدمات (كالشراء من مختلف المحلات التجارية، تسديد فاتورة الفندق أو المطعم) وذلك بمجرد الاشتراك في شبكة بنك الفلاحة والتنمية الريفية بالإضافة إلى القيام بالسحب النقدي من قبل الوكالات البنكية لبنك بدر و الصرافات الآلية<sup>1</sup>.

#### 1. كيفية استعمال بطاقة ما بين البنوك CIB: يتم استعمال بطاقة ما بين البنوك بإتباع الخطوات التالية:

- يمكن للزبون استعمال بطاقته في أجهزة الصراف الآلي لبنك بدر و البنوك الأخرى؛
- تسجيل المبلغ المراد سحبه مع مراعاة السقف الأقصى؛
- من اللازم إدخال الرمز السري بطريقة صحيحة لأجل قبول الآلة للبطاقة؛
- في كل عملية سحب يمنح الجهاز للعميل تذكيرة تشير إلى التاريخ، الساعة و المبلغ المسحوب.

<sup>1</sup> - بن عزة محمد أمين، زوهري حليمة، واقع المصارف الجزائرية في تطبيق نظام الدفع الالكتروني - دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية **BADR** -، الملتقى العلمي الدولي حول عصرنة نظام الدفع في البنوك الجزائرية و إشكالية اعتماد التجارة الالكترونية في الجزائر - عرض تجارب دولية -، خميس ملبانة، يومي 26-27 أبريل، 2011، ص-ص: 09-10.

\*CIB: La Carte Inter Bancaire

**2. مميزات بطاقة ما بين البنوك CIB: لبطاقة ما بين البنوك CIB العديد من المميزات هي :**

- سهولة الاستعمال؛
- توفر الجهد والوقت؛
- يكون السحب في حدود المبلغ المثبت في العقد بين العميل والبنك كما يمكنه القيام بسحب هذا المبلغ في عملية واحدة أو عدة عمليات بشرط أن تكون المدة بين عملية السحب الأولى و عملية السحب الأخرى يومين حتى يتم اقتطاعه من الحساب الخاص بالعميل.

**3. أنواع البطاقة البنكية ما بين البنوك CIB : لبنك الفلاحة والتنمية الريفية نوعين من البطاقة البنكية ما بين البنوك CIB وهما<sup>1</sup>:**

- **البطاقة الكلاسيكية CIB:** وهي عبارة عن بطاقة الكترونية تمنح للتجار ذوي الدخل المنتظم ويتم تحديد السقف المالي بناء على رصيد العميل؛

**الشكل رقم(03-03): البطاقة CIB الكلاسيكية:**



Source: site officiel de BADR Banque: <http://www.badr-bank.dz>,

Le 08/04/2015

والجدول التالي يوضح عدد البطاقات الكلاسيكية CIB الممنوحة من سنة 2013 إلى غاية

2015/03/24

<sup>1</sup> - حياة بن سماعين، وسيلة السبتي، مقالة حول البطاقة الالكترونية وتطوير وسائل الدفع للمؤسسات البنكية - دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية - (وكالة بسكرة نموذجاً)، مجلة الاقتصاديات المالية البنكية وإدارة الأعمال، جامعة محمد خيضر، بسكرة، ص230.

جدول رقم (02-03): عدد البطاقات الكلاسيكية الموزعة على عملاء وكالة بدر تيارت 554

عدد البطاقات البنكية الموزعة لسنة 2015 (من 01/01 إلى 2015/03/24)	عدد البطاقات البنكية الموزعة لسنة 2014	عدد البطاقات البنكية الموزعة لسنة 2013	البطاقة البنكية
86	440	109	البطاقة الكلاسيكية
635	549	109	إجمالي

المصدر: معلومات مقدمة من طرف مدير وكالة بدر تيارت 554

- **البطاقة الذهبية:** هي بطاقة الكترونية تمنح للعملاء ذوي الدخل المرتفعة حيث تستخدم هذه البطاقة بسقف مالي محدد من طرف البنك.

جدول رقم (03-03): عدد البطاقات الذهبية الموزعة على عملاء وكالة بدر تيارت 554

عدد البطاقات البنكية الموزعة لسنة 2015 (من 01/01 إلى 2015/03/24)	عدد البطاقات البنكية الموزعة لسنة 2014	عدد البطاقات البنكية الموزعة لسنة 2013	البطاقة البنكية
05	30	09	البطاقة الذهبية
44	39	09	إجمالي

المصدر: معلومات مقدمة من طرف مدير وكالة بدر تيارت 554

ثانيا: **البطاقة البنكية\* CBRI** : هي بطاقة وطنية صالحة في الجزائر فقط تقدم لعملاء البنك حيث تسمح لهم بالقيام بمختلف عمليات السحب النقدي لدى أجهزة الصراف الآلي فهي موجهة إلى زبائن البنك الذين لديهم حساب و موظفي القطاع الخاص؛

\* - CBRI : La Carte De Retrait Inter Bancaire

الشكل رقم(03-04): البطاقة البنكية CBRI



Source: site officiel de BADR Banque: <http://www.badr-bank.dz>,

Le 08/04/2015

جدول رقم (03-04): عدد البطاقات البنكية CBRI الموزعة على عملاء وكالة بدر تيارت 554

عدد البطاقات البنكية الموزعة لسنة 2015 (من 01/01 إلى 2015/03/24)	عدد البطاقات البنكية الموزعة لسنة 2014	عدد البطاقات البنكية الموزعة لسنة 2013	البطاقة البنكية
420	1498	444	البطاقة البنكية CBRI
2362	1942	444	إجمالي

المصدر: معلومات مقدمة من طرف مدير وكالة بدر تيارت 554

ثالثا: بطاقة التوفير لبدر: هي بطاقة للاادخار صالحة في الجزائر فقط مخصصة للعملاء الذين يملكون دفاتر توفير حيث تسمح لهم بالقيام بمختلف عمليات السحب النقدي لدى أجهزة الصراف الآلي<sup>1</sup>؛

<sup>1</sup> \_مقابلة مع المكلف بالربائن 03.

الشكل رقم (03-05): بطاقة التوفير



Source: site officiel de BADR Banque: <http://www.badr-bank.dz>,

Le 08/04/2015

جدول رقم (03-05): عدد البطاقات التوفير الموزعة على عملاء وكالة بدر تيارت 554

عدد البطاقات البنكية الموزعة لسنة 2015 (من 01/01 إلى 2015/03/24)	عدد البطاقات البنكية الموزعة لسنة 2014	عدد البطاقات البنكية الموزعة لسنة 2013	البطاقة البنكية
96	401	90	بطاقة التوفير
587	491	90	إجمالي

المصدر: معلومات مقدمة من طرف مدير وكالة بدر تيارت 554

المطلب الثاني: خدمة بدر نت

تم تطبيق خدمة بدر نت في بنك الفلاحة والتنمية الريفية سنة 2013، حيث تسمح هذه الخدمة للعملاء بمعرفة أرصدهم وحركة حساباتهم خلال 24/24 ساعة وطيلة أيام الأسبوع بالإضافة إلى تحويل الأموال من حساب إلى آخر وغيرها من الخدمات. للاستفادة من خدمة بدر نت لابد من تتبع الخطوات التالية<sup>1</sup>:

<sup>1</sup> - Internet, Bienvenue sur BADRnet, votre portait de banque en ligne, site officiel de BADR banque: e-banking. badr.dz, le10-04-2015 -

1. أن يقوم العميل (سواء كان شخص أو مؤسسة) بفتح حساب له في بنك الفلاحة والتنمية الريفية حتى يتحصل على رقم الانخراط والرقم السري الخاص به ثم يقوم العميل بتوقيع اتفاقية مع البنك وإن كان للعميل متصرف لا بد من التصريح به في الاتفاقية؛
2. بعد فتح الحساب وتوقيع الاتفاقية يتجه العميل إلى خدمة بدر نت والشكل التالي يوضح هذه العملية:

### الشكل رقم (03-06): واجهة خدمة بدر نت



Source: Internet, Bienvenue sur BADRnet, votre portail de banque en ligne, Site officiel de BADR banque: e-banking.badr.dz, le10-04-2015

3. يتوجه العميل إلى طلب الانخراط في الخدمة من خلال إدخاله رقم الانخراط والرقم السري المقدمين من طرف البنك كما هو موضح في الشكل التالي<sup>1</sup>:

<sup>1</sup> - وثائق مقدمة من طرف مدير وكالة بدر تيارت 554

الشكل رقم(03-07): طلب لانخراط في خدمة بدر نت

Source: Internet, Bienvenue sur BADRnet, votre portait de banque en ligne, Site officiel de BADR banque: e-banking.badr.dz, le10-04-2015

4. بعد الاشتراك في خدمة بدر نت يتم الطلب من العميل تغيير رقمه السري الذي منحه له البنك وذلك من أجل حمايته فيقوم العميل بإدخال رقمه السري القديم وإدخال رقمه السري الجديد ثم تأكيد رقمه السري الجديد كما هو موضح في الشكل التالي:

الشكل رقم(03-08): تغيير العميل لرقمه السري

Source: Internet, Bienvenue sur BADRnet, votre portait de banque en ligne, Site officiel de BADR banque: e-banking.badr.dz, le10-04-2015

5. بعد الاشتراك في خدمة بدر نت يمكن للعميل الاستفادة من الخدمات المقدمة والمتمثلة في<sup>1</sup>:
- عرض حسابه؛

### الشكل رقم(03-09): عرض حساب العميل



The screenshot shows the 'SOLDE DE VOS COMPTES' page. It includes a navigation menu with options like 'Accueil', 'Consultation', 'Transfert', etc. The main content area displays account details for 'CLIENT TEST BADR' as of 22/01/2014. A table lists four accounts: 'Compte courant' (415,661,102.41), 'Compte cheque' (255,946,198.75), 'Compte epargne' (202,097,017.83), and 'Compte devise (EUR)' (0.00).

Liquidités et épargne	Titulaire	Date du solde	Devise	Solde
Compte courant	CLIENT TEST	20/12/2013	DZD	415,661,102.41
Compte cheque	CLIENT TEST	14/12/2013	DZD	255,946,198.75
Compte epargne	CLIENT TEST BADR	10/12/2013	DZD	202,097,017.83
Compte devise (EUR)	CLIENT TEST		EUR	0.00

Source: Internet, Bienvenue sur BADRnet, votre portait de banque en ligne, Site officiel de BADR banque: e-banking.badr.dz, le10-04-2015

- القيام بالتحويل من حسابه إلى حساب آخر؛
- طباعة الكشف الخاص بحسابه (\*RIB) وذلك من خلال اتباع الخطوات الظاهرة في الشكل التالي:

### الشكل رقم(03-10): خطوات الحصول على كشف حساب العميل



The screenshot shows the 'IMPRESSION DE RIB' page. It includes a navigation menu and a form for printing the RIB. The form has fields for 'Compte sélectionné', 'Nombre d'impressions' (set to 1), 'Titulaire', 'Libellé', 'RIB', 'Agence', and 'Adresse du client'. The client address is listed as 'Client Test BADR, 27, Rue du Commerce, Alger, Algérie'. A 'Valider' button is at the bottom.

Source: Internet, Bienvenue sur BADRnet, votre portait de banque en ligne, Site officiel de BADR banque: e-banking.badr.dz, le10-04-2015

<sup>1</sup> -مقابلة مع المكلف بالزبائن 02.

وبعد ذلك يظهر الكشف ويمكن للعميل طباعته دون الحاجة للتوجه إلى الوكالة كما هو موضح في الشكل الموالي:

### الشكل رقم(03-11): طباعة البيان الخاص بحساب العميل

The screenshot shows the online banking interface of the Banque de l'Agriculture et du Développement Rural (B.A.D.R.). The main content area displays the 'Relevé d'Identité Bancaire' (Bank Identity Statement) for a test client. The statement includes the following information:

**Titulaire du compte**  
CLIENT TEST  
Client Test BADR  
27, Rue du Commerce  
Alger  
Algérie

Code banque	Code guichet	Numéro de compte	Clé RIB
999	00278	5425602680	

SWIFT : BADRZALXXX

Source: Internet, Bienvenue sur BADRnet, votre portait de banque en ligne, Site officiel de BADR banque: e-banking.badr.dz, le10-04-2015

- يمكن للعميل التعرف على أسعار الصرف والوكالات المختلفة للبنك كما هو موضح في الشكل التالي<sup>1</sup>:

<sup>1</sup> -مقابلة مع المكلف بالربائن 01.

الشكل رقم(03-12): أسعار الصرف



**COURS DES DEVICES**

Accueil Consultation Transfert Virements Oppositions Services Administration Se déconnecter

Date : 05/01/2014 Client : CLIENT TEST BADR  
Précédente connexion : 05/01/2014 à 15:20 Vous n'avez pas de message personnel

**COURS DES DEVICES DE LA SEMAINE DU 29/12/2013**

Code ISO	Libellé de la devise	Valeur d'achat	Valeur de vente
AED	DIRHAM E A U.	5,192900	5,188100
AUD	DOLLAR AUSTRAL	1,382300	1,376700
CAD	DOLLAR CANADA	1,380400	1,375400
CHF	FRANC SUISSE	1,288000	1,288000
DKK	COUR DANOISE	7,459300	7,454100
GBP	LIVRE STERLING	9,885200	9,878600
JPY	YEN	118,500000	112,570000
NOK	COURONNE NORV.	7,884200	7,882000
SEK	COUR SUEDOISE	8,990000	8,980000
USD	DOLLAR US	1,418800	1,418800

Plan du site | Guide en ligne | BADR

Source: Internet, Bienvenue sur BADRnet, votre portail de banque en ligne, Site officiel de BADR banque: e-banking.badr.dz, le10-04-2015

الشكل رقم(03-13): وكالات بنك الفلاحة والتنمية الريفية



**LISTE DES AGENCES**

Accueil Consultation Transfert Virements Oppositions Services Administration Se déconnecter

Votre région:

**Groupe Régional d'Exploitation ADRAR Code GRE 001**  
Adresse PLACE DES MARTYRES  
N° de téléphone 049 96 06 08  
N° de fax 049 96 87 45

**Agence ADRAR Code agence 252**  
Adresse PLACEDES MARTYRS  
N° de téléphone 049 96 04 10  
N° de fax 049 96 04 09

**Agence TIMMOUNE Code agence 253**  
Adresse RUE DE L'ECOLE MAHDJOUR  
N° de téléphone 049 90 17 23  
N° de fax 049 90 41 64

**Agence REGGANE Code agence 254**  
Adresse PLACEDES MARTYRS  
N° de téléphone 049 97 03 02  
N° de fax 049 97 03 50

Source: Internet, Bienvenue sur BADRnet, votre portail de banque en ligne, Site officiel de BADR banque: e-banking.badr.dz, le10-04-2015

• للحصول على أي معلومات يتجه العميل إلى [contactbadr-bank.dz](http://contactbadr-bank.dz) أما لتقديم

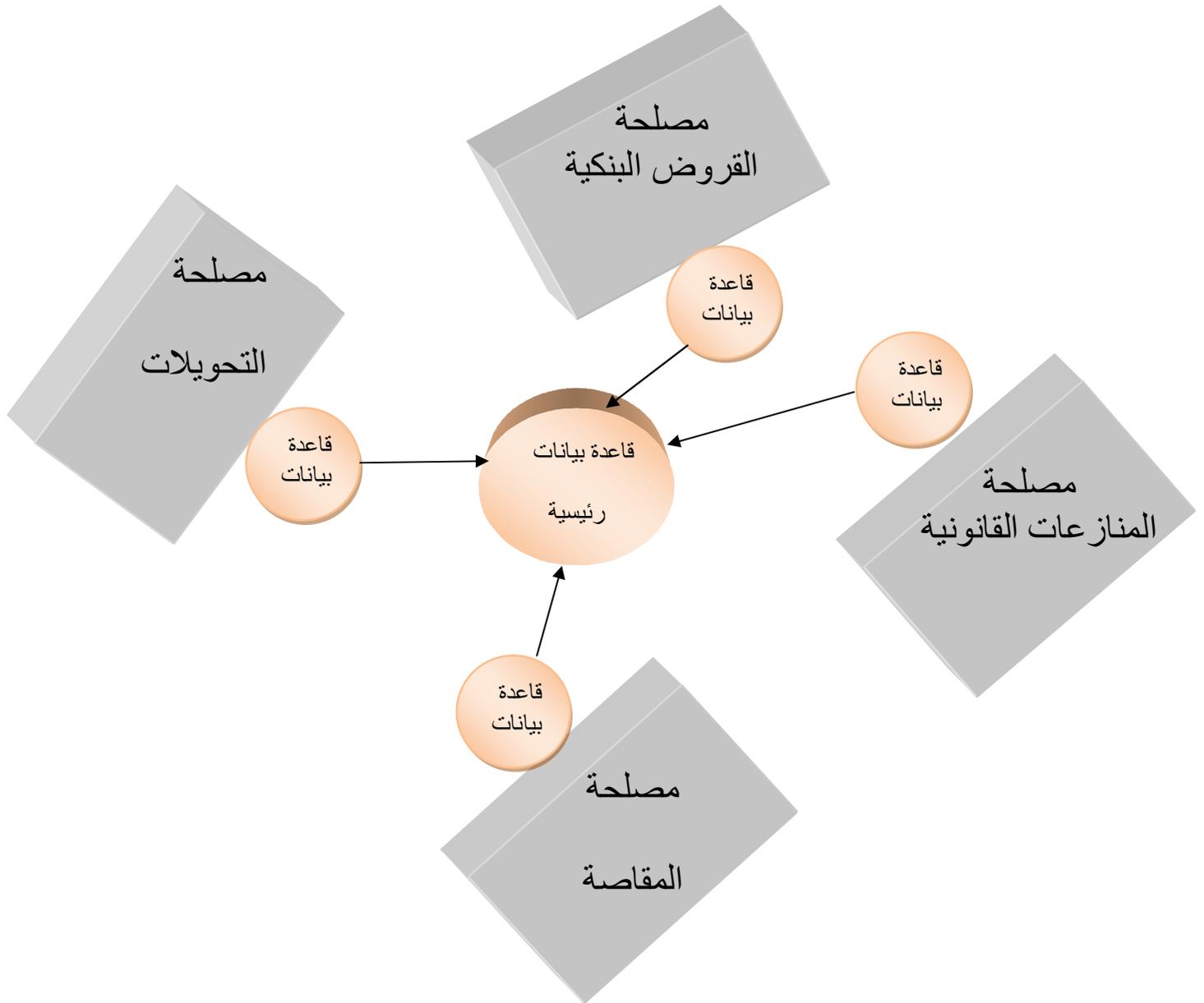
الشكاوى فيتم التوجه إلى [reclamation\\_clientelebadr-bank.dz](http://reclamation_clientelebadr-bank.dz)

### المطلب الثالث: خدمة الرائد

لقد انعكست التغيرات في البيئة الخارجية للبنوك على البيئة الداخلية لها ووجد بنك الفلاحة والتنمية الريفية نفسه مضطرا للتغيير وإعادة الهيكلة لمواكبة هذه المتغيرات فتطلب الأمر أن يكون البنك أكثر عمقا في الإدارة المصرفية وفي التطور النوعي للأداء من خلال استخدام أساليب معاصرة كالاعتماد على خدمة الرائد التي جعلته يعتمد على مجموعة من التطبيقات الداخلية والمتمثلة في استخدام الشبكة الداخلية إنترنت من خلال ربط الحاسوب المركزي بوكالات بنك الفلاحة والتنمية الريفية عبر التراب الوطني بغرض رفع كفاءة العمل الإداري و تحسين آليات تشارك الموارد و المعلومات عن طريق قاعدة بيانات مشتركة يتم الوصول إليها من طرف المستخدمين كل تبعاً للصلاحيحة الممنوحة لهم والاستفادة من تقنيات الحوسبة المشتركة، فالشبكة الداخلية إنترنت تسمح بتزليل الملفات والتطبيقات بسهولة، وتقدم حلولاً إلكترونية لبنك الفلاحة والتنمية الريفية من خلال الاستغناء عن النماذج الورقية وبالتالي تمكين عملاء بنك الفلاحة والتنمية الريفية أينما كانوا عبر التراب الوطني من التعرف على حساباتهم والقيام بمختلف المعاملات المالية والتجارية دون الحاجة إلى التنقل إلى وكالاتهم الرئيسية وبالتالي فإن خدمة الرائد تمكن من توفير الوقت، سرعة القيام بالمعاملات، تقليص التكاليف<sup>1</sup>. والشكل التالي يوضح تطبيقات خدمة الرائد:

<sup>1</sup> -وثائق مقدمة من طرف مدير وكالة بدر تيارت 554.

الشكل رقم(03-14): تطبيقات خدمة الراءد



المصدر: من إعداد الطالبة

### المبحث الثالث: الأعمال المالية الالكترونية في بنك الفلاحة والتنمية الريفية

عرفت الجزائر في السنوات الأخيرة وضع برنامج خاص بإصلاح نظام الدفع اشتمل على تطوير نظام للتسويات الفورية الإجمالية في الوقت الحقيقي للمبالغ المرتفعة والدفع المستعجل فضلا عن تحديث نظام المقاصة الالكترونية بالإضافة إلى اعتماد نظام سويفت والتحويلات المالية.

#### المطلب الأول: نظام التسوية الفورية الإجمالية ARTS\*

نظام التسوية الفورية الإجمالية في الوقت الحقيقي هو نظام للدفع يتم فيه معالجة وتسوية الأوامر باستمرار في الوقت الحقيقي لها على أساس إجمالي.

#### أولاً: تعريف نظام ARTS :

عرف نظام التسوية الفورية الإجمالية للمبالغ المالية المرتفعة والدفع المستعجل في المادة رقم 2 من القانون رقم 04-05 بتاريخ 13 أكتوبر 2005 الذي أنشأه بنك الجزائر والمسمى نظام ARTS بأنه نظام للتسوية ما بين البنوك لأوامر الدفع المتعلقة بتحويل مبالغ ما بين الحسابات، أو سحب مبالغ مرتفعة أو القيام بعمليات الدفع المستعجلة للمشاركين به ويقصد بـ :

- **التسوية الإجمالية:** أن كل عملية يجري تنفيذها في بنك الجزائر يكون على أساس إجمالي بعد التأكد من كفاية الرصيد؛
- **التسوية الفورية:** يدل على استمرارية العمليات دون انقطاع ودون أن يكون هناك تأجيل لها، كما أن إتمام عملية التسوية يتم في الوقت ذاته<sup>1</sup>.

**ثانياً: العمليات التي يعالجها النظام:** يقوم نظام ARTS بمعالجة مختلف العمليات المصرفية بمختلف المشاركين سواء كانوا بنوكاً أو مؤسسات مالية أو غيرها من المؤسسات وتتم المعالجة وفقاً للمنهج التالي<sup>2</sup> :

**1. عمليات ما بين البنوك:** حيث تتم من خلال هذا النظام تحويلات بين البنوك أو حسابات الزبائن والتي تكون تتضمن مبالغ هامة أو مستعجلة؛

\*ARTS: Algeria Real Time Settlement

<sup>1</sup>-العاني إيمان، البنوك التجارية وتحديات التجارة الالكترونية، (مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، تخصص تأمينات وبنوك، جامعة منتوري، غير منشورة)، قسنطينة، 2006-2007، ص215.

<sup>2</sup>- مسري الجيلالي، نشأة وتطور النظام المصرفي في الجزائر-البطاقات والنقود الالكترونية نموذجاً-، (مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في الاقتصاد، جامعة دمشق، غير منشورة)، سورية، 2007، ص111.

**2. عمليات بنك الجزائر:** يعتبر بنك الجزائر المشارك الوحيد القادر في حدود اختصاصات إصدار وتوجيه الأوامر بالقرض أو الخصم من حسابات المشتركين، وتمثل مهمته في تدقيق كل تعليمة متعلقة بالتحويل والتأكد ما إذا كانت هذه التعليمة صادرة من بنك منخرط في النظام (أي مرخص له باستعمال النظام)، بالإضافة إلى التعرف على صاحب الأمر ومراقبة الهوية الحقيقية. عموماً فإن الأوامر أو الرسائل ترسل عبر قنوات اتصال خاصة مؤمنة ومحمية من مخاطر كشف الأسرار أو محاولة التلاعب عن طريق تقنية التشفير، وكل أمر أو رسالة مبعوثة تتضمن المعلومات التالية:

● مبلغ صاحب الأمر و المستفيد؛

● بنك صاحب الأمر وبنك المستفيد؛

● معلومات عن حساب المستفيد؛

**3. تسوية المبالغ عن طريق المقاصة الالكترونية:** إن المبالغ المدينة و الدائنة الناتجة عن طريق المقاصة الالكترونية تعالج بهذا النظام قرضاً ودينياً في نفس الوقت وفي حسابات المشاركين، تعمل على أساس مبدأ الكل أو لا شيء وفي حالة استحالة تطبيق العملية ترفض من قبل غرفة المقاصة الالكترونية، وعلى الراغب أن يعيد العملية في وقت لاحق؛

**4. حسابات التسوية:** يعتبر بنك الجزائر المسؤول على إدارة نظام ARTS، ولهذا الغرض يقوم البنك في سجلاته بفتح حسابات تسوية باسم كل مشارك، وتنقسم هذه الحسابات الرئيسية إلى حسابات فرعية، وهذه الحسابات تحول حسب الحالات إما في زيادة مبالغ الحسابات الجارية للمشاركين أو في نقصها والتي تضبطها المحاسبة العامة لبنك الجزائر والتسويات التي تتم عن طريق النظام حيث تتم بصفة مستمرة وفي وقت حقيقي وبعد التأكد الآلي بوجود مخزون كافي في حساب المشارك المعني، يطبق مبدأ FIFO\* أول من يدخل أول من يخرج مع الأخذ بعين الاعتبار بعض الأولويات والتي سنذكرها فيما يلي :

● الأولوية الأولى: عمليات بنك الجزائر؛

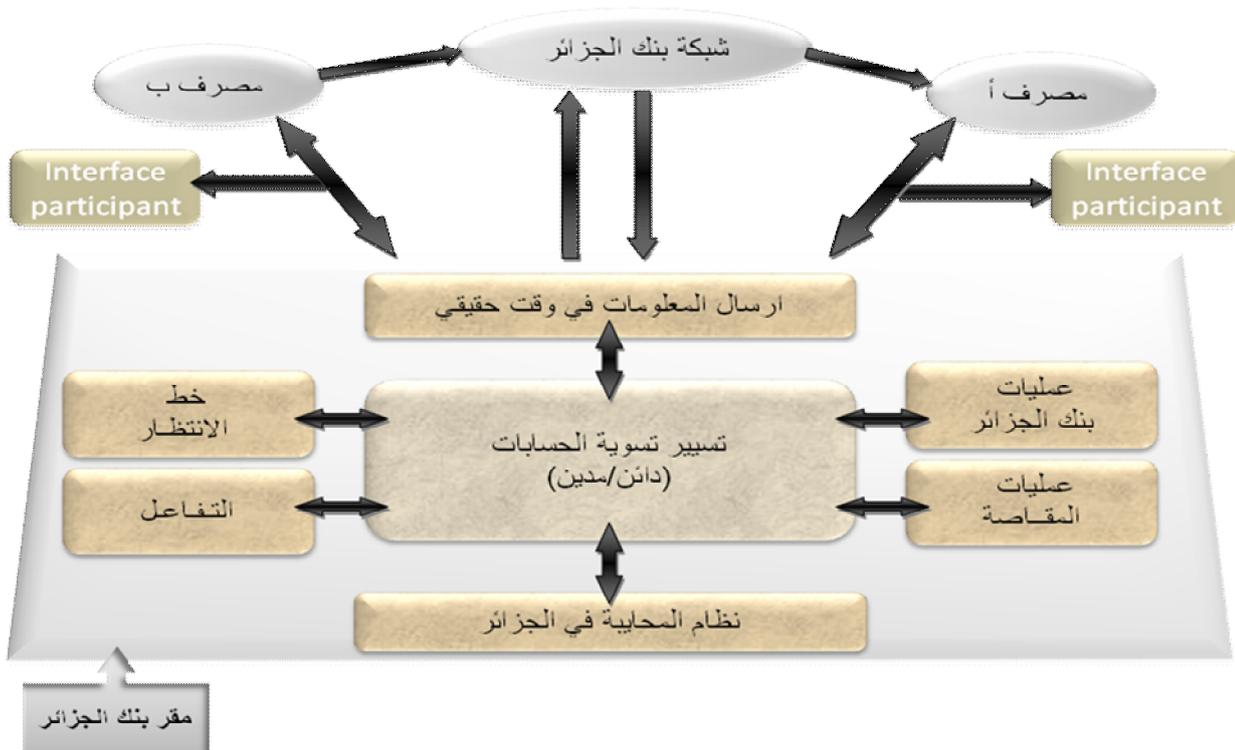
● الأولوية الثانية : المبالغ المخصصة للمقاصة؛

● الأولوية الثالثة: أوامر مستعجلة بطبيعتها.

والشكل التالي يوضح آلية عمل نظام التسوية الفورية الإجمالية في الجزائر

\*-FIFO: First in First out.

الشكل رقم(03-15): آلية عمل نظام التسوية الفورية الإجمالية في الجزائر



المصدر: بن عزة محمد أمين، زوهري جلييلة، مرجع سبق ذكره، ص12.

### المطلب الثاني: نظام المقاصة الالكترونية ATCI\*

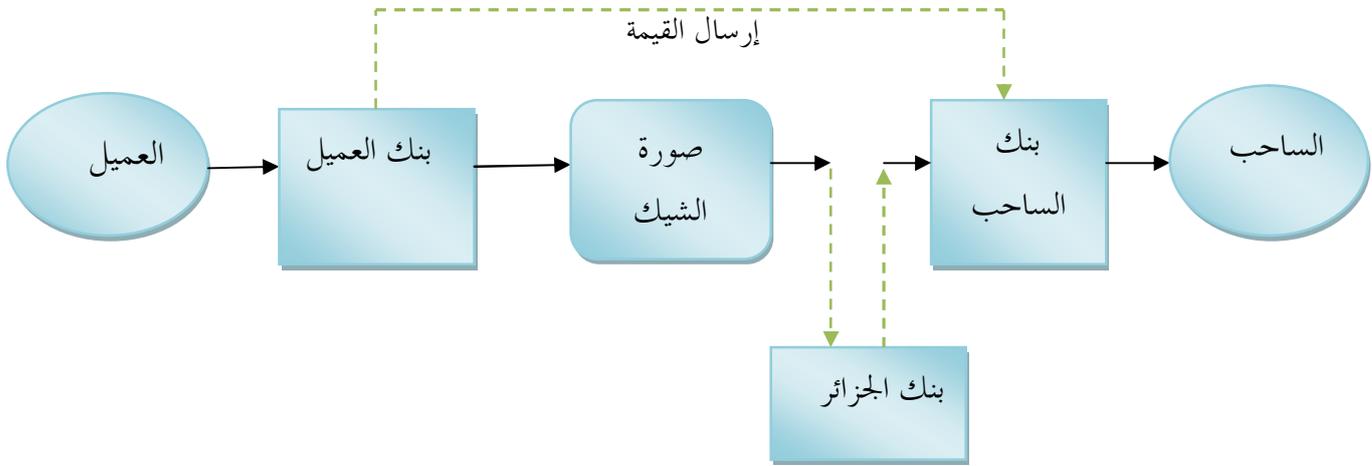
في إطار تحديث وسائل الدفع في السوق المصرفية الجزائرية خصوصا تلك المتعلقة بالمبالغ الصغيرة قام بنك الجزائر في شهر أوت 2004 بمشاركة المؤسسات البنكية بإنشاء فرع لها تمثل في مركز المقاصة بين البنوك حيث استحوذ بنك الجزائر على أعلى نسبة من الأسهم وأوكلت لهذا المركز مهمة إحداث نظام المقاصة الالكترونية في البداية (والذي تجسد في سنة 2005 في نظام ATCI) ومن ثمة وبمجرد تفعيل نظام ATCI يقوم بالإشراف على أداء هذا النظام باعتباره المسير الرئيسي له. يتميز نظام ATCI بكونه نظام مقاصة سريع للشيكات وباقي وسائل الدفع حيث يتجاوب مع احتياجات ومتطلبات تحديث نظم الدفع في الجزائر، كما يقوم بتكميل النظام الجزائري للتسوية الحقيقية الإجمالية ARTS وهكذا، فإن تحديث نظام الدفع الإجمالي يمثل قفزة نوعية وهامة في إصلاحات نظم الدفع في الجزائر ويظهر هذا جليا من خلال إحداث نظام للمقاصة الآلية للشيكات والكمبيالات<sup>1</sup>.

\*ATCI: Algérie Télé Compensation Interbancaire

<sup>1</sup> - Modernisation de l'instructure du système bancaire, rapport de la banque d'Algérie, 2005, chapitre06, p 120.121.

أولاً: كيفية عمل نظام المقاصة الالكترونية: يقوم الموظف البنكي المشرف على عملية المقاصة بتصوير الشيكات التي استلمها عملاء الوكالة البنكية عبر جهاز السكاينير وإرسالها إلى بنك الجزائر كونه هو المشرف على عملية المقاصة أثناء ذلك ينتظر البنكي الرد إما يكون بالقبول فيستقبل التحويلات المالية الواردة من البنوك الأخرى إلى بنك الجزائر ثم إلى الوكالة أو الرفض بسبب وجود خطأ في ملأ الشيك أو عدم وضوحه في جهاز السكاينير أو لعدم وجود رصيد في الحساب وهكذا تنتهي معالجة الشيكات المستلمة من عملاء البنك ونفس المراحل السابقة الذكر تمر بها مختلف وسائل الدفع الأخرى وبعد الانتهاء منها يتم إغلاق يوم المقاصة مع الاحتفاظ بصور للشيكات لمواجهة أي مشكل. إذن فالمقاصة الالكترونية عبارة عن تحويل الشيكات والأوراق التجارية من وسائل دفع ملموسة إلى صور الكترونية لضمان عدم حدوث أي مشاكل<sup>1</sup>. والشكل التالي يوضح نظام المقاصة الالكترونية:

الشكل رقم(03-16): نظام المقاصة الالكترونية



المصدر: من إعداد الطالبة

<sup>1</sup> -مقابلة مع رئيس مصلحة المقاصة.

### ثانيا: خصائص نظام المقاصة الالكترونية:

هو نظام مبرمج لدى جميع فروع بنك الفلاحة والتنمية الريفية على المستوى الوطني، يتكون من ثلاثة مواقع، موقع أساسي، موقع تجميع (التقاط) ساخن، موقع تجميع (التقاط) بارد عن بعد، تم اعتماد هذه الهندسة من أجل ضمان الأداء الجيد للنظام وفعاليتها. يعتبر كل من البنوك، الخزينة العامة و بريد الجزائر منخرطين في النظام إما كمشاركين مباشرين أو غير مباشرين، حيث يتواصل المشاركون المباشر بالنظام من خلال بنية تحتية هي البنية التحتية للمشارك، في حين يقوم المشاركون غير المباشر باستعمال البنية التحتية للمشارك المباشر من أجل التواصل بالنظام. وإن هذا النظام يتميز بمجموعة من الخصائص تتمثل فيما يلي:

- يقوم في نهاية كل يوم مقاصة بحساب الأرصدة الجانبية المتعددة الصافية للمشاركين، ثم يقوم بتحويلها إلى نظام التسوية الفورية الإجمالية والدفعات المستعجلة ARTS والذي يسيره بنك الجزائر؛
- محمي ألياً من خلال تحديد الحد الأقصى المسموح به للأرصدة الجانبية المدينة، والتي يتم مراقبتها باستمرار، حيث يتم إرسال رسائل إنذار لمدير النظام والمشارك المعني في حال ما إذا كان الرصيد المدين لبنك ما يقترب من الحد المسموح به؛
- مؤمن ومحصن ضد مخاطر الاحتيال والغش، باعتبار أن المبادلات البينية تتم من خلال تبادل الملفات المختومة، المشفرة والموقعة بالاعتماد على بروتوكول نموذجي مؤمن عن طريق مرشد مدمج مع النظام المركزي والبنية التحتية للتواصل والترابط؛ كما أنه أيضاً مؤمن ومحصن ضد الخطر العملي من خلال مواقع مساعدة عن بعد العاجلة والآجلة؛
- نظام ألي مطوق تماماً، مركب لمبادلات التحويلات الإلكترونية المطوقة (الشيكات والكمبيالات).

## المطلب الثالث: نظام سويفت والتحويلات المالية الالكترونية في بنك الفلاحة والتنمية الريفية

لتنوع وزيادة سرعة ودقة الخدمات المصرفية قام بنك الفلاحة والتنمية الريفية بتطبيق نظام سويفت للقيام بعمليات التجارة الخارجية بالإضافة إلى نظام التحويلات المالية الالكترونية لتسهيل عملية تحويل الأموال.

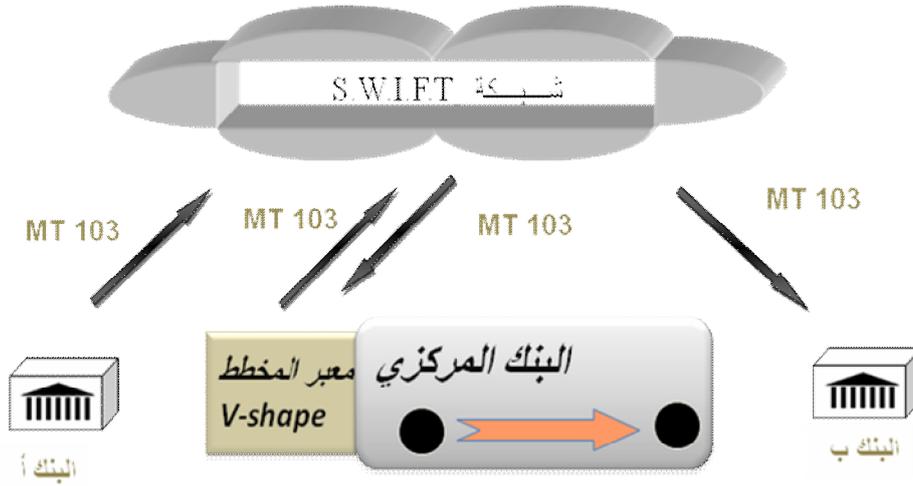
### أولاً: نظام سويفت في بنك الفلاحة والتنمية الريفية:

انخرط بنك الفلاحة والتنمية الريفية في نظام سويفت سنة 1991 لتسهيل معالجة وتنفيذ عمليات التجارة الخارجية حيث تتم التحويلات الخارجية من خلال إعطاء العميل تعليمات لبنك الفلاحة والتنمية الريفية بإصدار تحويل خارجي لصالح العميل الموجود في الخارج، ومن خلال المثال التالي سنوضح كيفية عمل نظام سويفت<sup>1</sup>:

لدينا شخص (A) في الجزائر يخبر بنك الفلاحة والتنمية الريفية بأنه يريد تحويل مبلغ 500 يورو إلى قريب له (B) في إيطاليا عبر سويفت، البنك يحول الطلب إلى صيغة سويفت تدعى رسالة سويفت تتضمن خصم مبلغ 500 يورو من حساب (A) في بنك الفلاحة والتنمية الريفية ثم يرسلها عبر نظام سويفت إلى بنك (B) المتواجد في إيطاليا مخبراً إياه أن حوالة بقيمة 500 يورو في طريقها إلى صاحب هذا الحساب وبذلك عليه إيداع المبلغ في حساب الزبون. والشكل التالي يوضح تدفق الرسائل بين بنكين يستخدمان شبكة سويفت:

<sup>1</sup> - بن عمارة بديعة، سافر مليكة، التكنولوجيا الالكترونية البنكية وأثرها على المنظومة المصرفية الجزائرية، (مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر، تخصص مالية، جامعة ابن خلدون، غير منشورة)، تيارت، 2013-2014، ص109.

الشكل رقم(03-17): تدفق الرسائل بين بنكين يستخدمان شبكة سويفت



المصدر: بن عمارة بديعة، سافر مليكة، مرجع سبق ذكره، ص110.

ثانيا: نظام التحويلات المالية الالكترونية في بنك الفلاحة والتنمية الريفية:

بنك الفلاحة والتنمية الريفية اعتمد نظام التحويلات المالية سنة 2005 المتمثل في القيام بحركات التحويلات المالية الكترونيا من حساب بنكي إلى حساب بنكي آخر حيث يوقع العميل نموذجاً للجهة المستفيدة ويتيح هذا النموذج اقتطاع القيمة المحددة من حساب العميل وفق ترتيب زمني، ويشترط في التحويل وجود الأطراف التالية الأمر بالتحويل ولنظام التحويلات المالية الالكترونية منافع عديدة متمثلة في تنظيم الدفعات، السلامة والأمن، إرضاء الزبائن<sup>1</sup>.

<sup>1</sup> - مقابلة مع رئيس مصلحة التحويلات.

- MT103: أمر بالدفع أو التحويل.

### خلاصة الفصل:

من خلال الدراسة الميدانية التي قمنا بها في بنك الفلاحة والتنمية الريفية ظهر لنا أنه ملزم على مواكبة التطورات التكنولوجية لتطوير أدائه بما يتوافق مع متطلبات العولمة المالية لذلك اتجه نحو اعتماد الأعمال التجارية الالكترونية من خلال تطبيق مجموعة من الخدمات المتمثلة في البطاقات البنكية، خدمة بدران وخدمة الرائد لتسهيل العمل التجاري وزيادة حصته السوقية، كما سعى أيضا نحو تطبيق الأعمال المالية الالكترونية من خلال تبنيه أنظمة دفع الكترونية لتحسين جودته.

وعلى الرغم من كل الجهود المبذولة لتطبيق تكنولوجيا الإعلام والاتصال في بنك الفلاحة والتنمية الريفية إلا أنه يواجه العديد من التحديات لذلك وجب على الجزائر إعطاء أهمية كبرى لقطاع تكنولوجيا الإعلام والاتصال، تطبيق مشروع الصيرفة الالكترونية على أحسن وجه، التحكم في تقنيات الاتصال، حماية شبكات الانترنت من الاحتيال، وضع رقابة صارمة تضبط المعاملات الالكترونية وضمان سرية العمليات المصرفية من اجل تحسين النظام المصرفي الجزائري.

الخلافة

## الخلاصة

إن تطور تكنولوجيا الإعلام ونظم الاتصالات الحديثة أدى إلى خلق اقتصاد رقمي قائم على إنتاج المعرفة ومرونة وسرعة تبادل المعلومات دون اعتبار للحواجز الزمانية والمكانية وبأقل التكاليف وقد وصلت الكثير من المؤسسات إلى حد القناعة لم تعد قابلة للتراجع عنها بأن إدماج هذه التكنولوجيات في مختلف أنشطتها هو الانجاز الأهم الذي يمكن أن تحققه.

كما أن توسع استخدام التكنولوجيات الحديثة أدى إلى نشأة الأعمال الالكترونية والتي تعتبر من أهم الآثار البارزة للثورة المعلوماتية، وذلك من خلال الانتقال من الاتصال المباشر للمؤسسات مع الزبائن إلى الاتصال الافتراضي، ولتفعيل دور الأعمال الالكترونية كان من الضروري تحديث وتطوير نظم الدفع باعتبارها البنية الأساسية للمعاملات المالية والتجارية الالكترونية .

والجزائر كغيرها من الدول تعمل جاهدة على توفير البيئة المناسبة لتنامي الأعمال الالكترونية، خاصة وأنها تعتبر مكسب لإحداث تنمية اقتصادية شاملة، لذلك سعت إلى تطوير مؤسساتها وعصرنتها وفق النماذج العالمية، ولهذا اتجهت المؤسسات المصرفية الجزائرية وخاصة بنك الفلاحة والتنمية الريفية نحو تطبيق الأعمال التجارية الالكترونية والمتمثلة في خدمة بدر نت، خدمة الرائد وإدخال بطاقات بنكية بهدف تقديم خدماته بشكل الكتروني لأنه أدرك أهمية تكنولوجيا الإعلام والاتصال في تسهيل وتبسيط العمل التجاري، كما أن تحديث وعصرنة نظم المدفوعات في بنك الفلاحة والتنمية الريفية يعتبر من أهم الجوانب الايجابية التي أدت إلى ظهور الأعمال المالية الالكترونية مما ساهم في تحسين جودة خدماته المقدمة للعملاء، اتساع حصته في السوق المصرفية الجزائرية ومواجهة ضغط منافسة البنوك المحلية والدولية، إلا أن استثمار الجزائر الفعلي في مجال الأعمال الالكترونية لم يرقى بعد إلى مصف الدول المتقدمة التي تعتمد على التقنيات الحديثة كوسيلة لتقديم خدماتها إلى الزبائن، ولعل انعدام البنية التحتية لتكنولوجيا الإعلام والاتصال هي السبب الرئيسي في عدم الاستثمار الفعلي في هذا المجال.

ومن هنا فإن تطبيق الأعمال الالكترونية يهدف إلى خلق منظمات مالية ومصرفية ذات أسلوب جديد في العمل الإداري يحقق قدرا من النضج الإداري يتميز بالمرونة والفعالية ويوفر المعلومات بشكل سريع ودقيق، كما يسهل ممارسة الأعمال ويعمل على دعم التواصل بين المؤسسات ومختلف زبائنها.

### اختبار الفرضيات:

لقد استند البحث على مجموعة من الفرضيات، وحاولنا اختبارها خلال الدراسة، ومنه يتضح لنا:

**1. الفرضية الأولى:** والتي تنص على أن التوجه نحو تكنولوجيا الإعلام والاتصال جاء من أجل بناء نظم معلومات تساعد الإدارة على القيام بمختلف العمليات التشغيلية في المؤسسة، كانت صحيحة فمن خلال ما تطرقنا إليه في الفصل الأول من الدراسة يتضح لنا أن تكنولوجيا الإعلام والاتصال تتضمن جميع الاستعمالات من حواسيب، شبكات اتصال وأجهزة تداول المعلومات سلكية ولا سلكية، حيث تتمثل عادة في أجهزة الاتصال من هاتف، فاكس وانترنت، التي تستخدم للقيام بمختلف العمليات التشغيلية في المؤسسة وذلك عن طريق تحويل، تخزين ومعالجة كل أنواع المعلومات في شكل معطيات رقمية موحدة، وبثها بسرعة الضوء في كل أنحاء العالم باستخدام الشبكة العالمية (انترنت)؛

**1. الفرضية الثانية:** والتي تنص على أن لتكنولوجيا الإعلام والاتصال دور مهم وأساسي في خلق نموذج جديد للأعمال، كانت صحيحة فمن خلال ما تطرقنا إليه في الدراسة يظهر جليا أن التطورات المتسارعة والتغيرات المتلاحقة في مجال تكنولوجيا الإعلام والاتصال أدت إلى ظهور اقتصاد جديد هو اقتصاد الانترنت الذي خلق نمودجا جديدا للأعمال يتمثل في الأعمال الالكترونية، فقد تحطمت حواجز كثيرة كانت تقف عائقا أمام منظمات الأعمال إذ أصبح بإمكانها أن تعبر الحدود الوطنية والقومية وتصل إلى آخر أرجاء العالم لتمارس أعمالها الالكترونية، وذلك من خلال السعي نحو تحقيق التكامل والتنسيق بين الشبكات الثلاث الأساسية (شبكة الانترنت، شبكة الانترانت وشبكة الاكسترانت) لمباشرة الأعمال الالكترونية؛

**2. الفرضية الثالثة:** والتي تنص على أن الأعمال الإلكترونية كمفهوم جديد تُعنى بعملية تبادل المنتجات والخدمات من خلال شبكة اتصالات من ضمنها الانترنت؛ كانت خاطئة فمن خلال التطور الذي عرفته الأعمال الالكترونية منذ تأسيس شبكة الانترنت يتأكد لنا أن الأعمال الالكترونية تعني استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال لتنفيذ المعاملات المالية والتجارية. فهي تعدى عملية تبادل المنتجات والخدمات إلى ما وراء ذلك لتقوية العلاقة بين الشركات وبين الأطراف الأخرى المختلفة مثل الزبائن وشركاء العمل وغيرهم بهدف تحسين الأداء المالي والتجاري وصنع القيمة للشركة؛

3. الفرضية الرابعة: والتي تنص على أن رفع كفاءة وفعالية العمل المصرفي في الجزائر مرتبط بالتحول نحو الأعمال الالكترونية، التي تعتمد في الأساس على التوظيف المناسب لتكنولوجيا الإعلام والاتصال، كانت صحيحة من خلال الدراسة الميدانية التي قمنا بها في بنك الفلاحة والتنمية الريفية-وكالة بدر تيارت 554-، ينتج لنا أن للبنوك دور كبير في الأعمال الالكترونية لذلك عملت الجزائر على توفير وسائل ونظم دفع حديثة بالإضافة إلى إحداث خدمات جديدة لتسهيل المعاملات الالكترونية.

### النتائج:

مما تم تناوله في فصول الدراسة الثلاث، يمكن الخروج بالنتائج التالية:

- حولت تكنولوجيا الإعلام والاتصال الاقتصاد التقليدي إلى اقتصاد معرفي تتمثل موارده في المعلومات؛
- توسيع استخدام تطبيقات تكنولوجيا الإعلام والاتصال في المنظمات يؤدي إلى زيادة إيراداتها وتقليل تكاليفها؛
- تعتبر الانترنت عاملا رئيسيا للدخول في الأعمال الالكترونية فهي بمثابة السوق الالكتروني الذي تتم من خلاله المعاملات المالية والتبادلات التجارية؛
- تعد الإدارة الالكترونية مظهر معاصر تحمل في طياتها توجهات عالمية نحو تكنولوجيا الإعلام والاتصال سعيا منها إلى تسهيل انجاز الأعمال الالكترونية وتقديمها في الوقت والشكل المناسبين؛
- إن التغيرات التي تشهدها السوق المصرفية الجزائرية فرضت على بنك الفلاحة والتنمية الريفية العمل على تبني المفهوم الحديث للأعمال؛
- ساعدت الأعمال الإلكترونية المؤسسات من اختراق الأسواق العالمية بسهولة والوصول لأكبر عدد ممكن من العملاء في أي مكان في العالم؛
- ساهمت الأعمال التجارية الالكترونية في تزويد العملاء مباشرة باحتياجاتها؛
- شجعت الأعمال الالكترونية عن المنافسة بين المؤسسات مما ساهم في تخفيض الأسعار؛

## الختام

- تطبيق بنك الفلاحة والتنمية الريفية لخدمات الكترونية حديثة والمتمثلة في خدمة بدر نت وخدمة الرائد مكن الزبائن من التعرف على حساباتهم والقيام بمختلف المعاملات المالية والتجارية دون الحاجة إلى التنقل للوكالة؛
- إن تطبيق وسائل الدفع الالكترونية في بنك الفلاحة والتنمية الريفية شجع على قيام خدمات مصرفية الكترونية تتلائم مع تطورات العصر من حيث السرعة والفاعلية التي توفرها لها؛
- عصرنة أنظمة الدفع أدى إلى تحسين نوعية الخدمات المقدمة في بنك الفلاحة والتنمية الريفية؛
- ساعدت الأعمال المالية والتجارية الالكترونية بنك الفلاحة والتنمية الريفية من توسيع حصته السوقية بأقل التكاليف؛
- خدمة بدر نت مكنت بنك الفلاحة والتنمية الريفية أن يعرض خدماته ومنتجاته ويستقبل طلبات زبائنه في أي وقت وعلى مدار الساعة وطيلة أيام الأسبوع؛
- مكنت خدمة الرائد بنك الفلاحة والتنمية الريفية من إحداث تغيير شامل في طريقة أداء مختلف نشاطاته.

### التوصيات:

- بناء على ما تقدم، يمكن اقتراح بعض التوصيات، والتي تقوم على نتائج الدراسة:
- دعم وفتح مجال الاستثمار في تكنولوجيا الإعلام والاتصال للقطاع الخاص المحلي، وجذب رؤوس الأموال الأجنبية للاستثمار في إقامة صناعات داعمة للبنى التحتية اللازمة لتطبيق الأعمال الالكترونية؛
- لا بد أن يكون التحول للإدارة الالكترونية بشكل تدريجي وبخطوات تجريبية متأنية ومدروسة بحيث تراعي الإمكانيات المتاحة وضمان فعالية التحول وسهولة تطبيقه؛
- ضرورة تصميم خطط إستراتيجية شاملة في مجال التحول نحو مفهوم الأعمال الالكترونية باعتبارها كمفهوم جديد للأعمال؛

## الخاتمة

- وضع الإطار القانوني والتنظيمي الضروري لقيام الأعمال الالكترونية الذي يضمن استمرارها وحماية حقوق الأطراف المتعاملة بها؛
- توفير المتطلبات البشرية والمالية والتكنولوجية وغيرها من المتطلبات الضرورية لإجراء التحول نحو الأعمال الالكترونية؛
- ضرورة الاستفادة من التجارب السابقة في مجال الأعمال الالكترونية خاصة منها التجارب الناشئة؛
- إجراء مؤتمرات وندوات علمية متخصصة لمناقشة تحول المؤسسات نحو الأعمال الالكترونية وذلك من خلال تحليل علمي وتبادل الآراء التي تقود إلى تشخيص موضوعي دقيق؛
- إدخال التقنيات الالكترونية في النشاط البنكي والتدريب على استعمالها سواء تعلق الأمر بالعمليات التي تتم ما بين البنوك أو عند تقديم الخدمات إلى العملاء.

### آفاق الدراسة:

- من خلال دراسة العلاقة بين تكنولوجيا الإعلام والاتصال والأعمال المالية والتجارية للمؤسسات، يمكن توسيع وتطوير الدراسة إلى:
- الأعمال الإلكترونية وأثرها على التنمية الاقتصادية في الجزائر؛
  - أثر تطبيق تكنولوجيا الإعلام والاتصال في تحقيق ريادة المنظمات الحديثة؛
  - حتمية اكتساب وتطوير المزايا والاستراتيجيات التنافسية في المؤسسات الصناعية في ظل تحديات البيئة الدولية المعاصرة؛
  - تكنولوجيا الإنترنت وتأهيل المؤسسة للاندماج في الاقتصاد العالمي.

# قائمة المصادر والمراجع

## قائمة المصادر والمراجع

أولاً: باللغة العربية:

### I- الكتب:

- 1- ابراهيم احمد عبد الخالق الدوي، التجارة الالكترونية دراسة تطبيقية على المكتبات، ط2، مطبوعات مكتبة الملك فهد الوطنية، السعودية، 2010
- 2- أحمد النواعرة، الاتصال والتسويق، ط1، دار أسامة، الأردن، 2010.
- 3- أحمد ماهر، الإدارة (المبادئ والمهارات)، الدار الجامعية، مصر، 2006.
- 4- أحمد ماهر، كيف ترفع مهاراتك الإدارية في الاتصال، الدار الجامعية، مصر، 2000
- 5- احمد محمد المصري، الإدارة الحديثة (الاتصالات-المعلومات-القرارات)، دار الفتح، مصر، 2008.
- 6- أكرم حداد، مشهور هذلول، النقود والمصارف، ط3، دار وائل، الأردن، 2010، .
- 7- إيمان فاضل السامرائي، هيثم محمد الزعبي، نظم المعلومات الإدارية، ط1، دار صفاء، الأردن، 2004.
- 8- بشير عباس العلاق، تكنولوجيا المعلومات وتطبيقاتها في مجال التجارة والنقالة، منشورات المنظمة العربية للتنمية الإدارية، مصر، 2007.
- 9- ثابت عبد الرحمن ادريس، نظم المعلومات الادارية في المنظمات المعاصرة، الدار الجامعية، مصر، 2007.
- 10- جمال أبو شنب، العلم والتكنولوجيا والمجتمع منذ البداية و حتى الآن، دار المعرفة الجامعية، مصر، 1999.
- 11- جودت شاكر محمود، الاتصال في علم النفس، ط1، دار الصفاء، الأردن، 2013.
- 12- خضر مصباح الطيطي، إدارة تكنولوجيا المعلومات، ط1، دار الحامد، الأردن، 2012
- 13- خضر مصباح الطيطي، التجارة الالكترونية والأعمال الالكترونية من منظور تقني وتجاري وإداري، دار الحامد، الأردن، 2008
- 14- ربحي مصطفى عليان، عدنان محمود الطوباسي، الاتصال والعلاقات العامة، ط1، دار الصفاء، الأردن، 2005.
- 15- رحيم حسين، النقد والسياسة النقدية في إطار الفكرين الإسلامي والغربي، دار المناهج، الأردن، 2010
- 16- ردينة عثمان يوسف، محمود جاسم الصميدعي، تكنولوجيا التسويق، ط1، دار المناهج، الأردن، 2004.

## قائمة المصادر والمراجع

- 17- رضا صاحب أبو حمد آل علي، سنان كاظم الموسوي، الإدارة (لمحات معاصرة)، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، الأردن، 2006 .
- 18- زكريا احمد عزام وآخرون، مبادئ التسويق الحديث (بين النظرية والتطبيق)، ط2، دار المسيرة، الأردن، 2011.
- 19- سعادة راغب الخطيب، مبادئ العلاقات العامة، ط1، دار البداية، الأردن، 2009.
- 20- سعد غالب ياسين، أساسيات نظم المعلومات الإدارية وتكنولوجيا المعلومات، ط1، دار المناهج، لأردن، 2006.
- 21- سعيد يس عامر، الاتصالات الإدارية والمدخل السلوكي لها، بدون دار نشر، مصر، 2000.
- 22- سوزي عدلي ناثر، مقدمة في الاقتصاد النقدي والمصرفي، منشورات الحلبي الحقوقية، لبنان، 2010.
- 23- طارق طه، نظم دعم القرار في بيئة العولمة والانترنت، دار المكتب، مصر، 2007.
- 24- عامر ابراهيم قنديلجي، علاء الدين عبد القادر الجنابي، نظم المعلومات الإدارية وتكنولوجيا المعلومات، ط2، دار المسيرة، الأردن، 2007.
- 25- عبد القادر خليل، مبادئ الاقتصاد النقدي والمصرفي، الجزء الأول، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2010.
- 26- عبد المنعم راضي، فرج عزت، اقتصاديات النقود والبنوك، البيان للطباعة والنشر، مصر، 2001.
- 27- عبود نجم، الإدارة الالكترونية الإستراتيجية والوظائف والمشكلات، دار المريخ، الرياض، 2004.
- 28- علاء عبد الرزاق السالمي، الإدارة الالكترونية، دار وائل، الأردن، 2008.
- 29- فاطمة عبد الرحيم النوايسة، الاتصال الإنساني بين المعلم والطالب، ط1، دار الحامد، الأردن، 2012.
- 30- فايز جمعة صالح النجار، نظم المعلومات الإدارية، ط2، دار الحامد، الأردن، 2007.
- 31- فضيل فارس، التقنيات البنكية محاضرات وتطبيقات، الجزء الأول، ط1، مطبعة الموساك رشيد، الجزائر، 2013.
- 32- فيصل محمد أبو عيشة، الدعاية و الإعلام، ط1، دار أسامة، الأردن، 2011.
- 33- لؤي خليل، الإعلام الصحفي، ط1، دار أسامة، الأردن، 2010.
- 34- مؤيد الفضل وآخرون، التفكير الإداري والاستراتيجي في عالم متغير، الجزء الثاني، ط1، مكتبة المجتمع العربي للنشر والتوزيع، الأردن، 2010.

## قائمة المصادر والمراجع

- 35- محمد إبراهيم أبو الهيجاء، عقود التجارة الالكترونية، ط2، دار الثقافة، الأردن، 2011.
- 36- محمد الصيرفي، إدارة تكنولوجيا المعلومات، ط1، دار الفكر الجامعي، مصر، 2009 .
- 37- محمد الصيرفي، الإدارة الالكترونية، ط1، دار الفكر الجامعي، الاسكندرية، 2006
- 38- محمد الطائي، صيانة وإدامة نظم المعلومات الإدارية، ط1، دار المسيرة، الأردن، 2007 .
- 39- محمد دباس الحميد، ماركو إبراهيم نينو، حماية أنظمة المعلومات، ط1، دار الحامد، الأردن، 2007.
- 40- محمد سمير أحمد، الإدارة الالكترونية، ط1، دار المسيرة، الأردن، 2009
- 41- محمد عبد حسين الطائي، التجارة الالكترونية المستقبل الواعد للأجيال القادمة، ط1، دار الثقافة، الأردن، 2010
- 42- محمد عمر الطنوبي، نظريات الاتصال، ط1، مكتبة الإشعاع، مصر، 2001.
- 43- محمود محمد أبو فروة، الخدمات البنكية الالكترونية عبر الانترنت، ط2، دار الثقافة، الأردن، 2012
- 44- محمود نور صالح الجداية، سناء جودت خلق، تجارة الكترونية، ط1، دار الحامد، الأردن، 2009،
- 45- ناصر خليل، التجارة والتسويق الالكتروني، ط1، دار أسامة، الأردن، 2009.
- 46- نihal فؤاد اسماعيل، تحليل وتصميم نظم المعلومات الرقمية، دار المعرفة، مصر، 2012.
- 47- يوسف أحمد أبو فارة، التسويق الالكتروني عناصر المزيج التسويقي عبر الانترنت، ط2، دار وائل، الأردن، 2007
- II-المذكرات والأطروحات:**
- 48- بن ذهبية محمد، الإدارة الالكترونية وتطبيقاتها في الجزائر - دراسة حالي البطاقات البيومترية والالكترونية بمقر الدائرة والبطاقة الالكترونية الشفاء الخاصة بالصندوق الوطني للتأمينات الاجتماعية للعمال الأجراء ولاية تيارت، (مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر، تخصص مالية، جامعة ابن خلدون، غير منشورة)، تيارت، 2011-2012،
- 49- بن عمارة بديعة، سافر مليكة، التكنولوجيا الالكترونية البنكية وأثرها على المنظومة المصرفية الجزائرية، (مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر، مالية، جامعة ابن خلدون، غير منشورة)، تيارت، 2013-2014.
- 50- بنشوري عيسى، دور التسويق بالعلاقات في زيادة ولاء الزبون-دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية المديرية الجهوية ورقلة-، (مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، تسويق، جامعة ورقلة، غير منشورة)، ورقلة، 2008-2009.

## قائمة المصادر والمراجع

- 51- رجم نور الدين، دور سياسة الترويج في تسويق الخدمات المصرفية -دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية - وكالة 748-، ( مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، تسويق، جامعة 20 اوت 1955، غير منشورة)، سكيكدة، 2008-2009.
- 52- زلماط مريم، دور تكنولوجيا الإعلام والاتصال في إدارة المعرفة داخل المؤسسة الجزائرية -دراسة حالة بسونطراك فرع STH، (مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، تسيير الموارد البشرية، جامعة أبو بكر بلقايد، غير منشورة)، تلمسان، 2009-2010.
- 53- العاني إيمان، البنوك التجارية وتحديات التجارة الالكترونية، (مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، تأمينات وبنوك، جامعة منتوري، غير منشورة)، قسنطينة، 2006-2007.
- 54- عبادلية سارة، إحلال وسائل الدفع التقليدية بالالكترونية (دراسة حالة الجزائر)، (مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر، تأمينات وبنوك، جامعة ابن خلدون، غير منشورة)، تيارت، 2011-2012.
- 55- عشور عبد الكريم، دور الإدارة الإلكترونية في ترشيد الخدمة العمومية في الولايات المتحدة الأمريكية والجزائر، (مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، الديمقراطية و الرشادة، جامعة منتوري، غير منشورة)، قسنطينة، 2009-2010.
- 56- فاروق حريزي، دور التكنولوجيا الحديثة للاتصالات في تحقيق أهداف إستراتيجية التنمية البشرية المستدامة في الجزائر\_دراسة حالة مؤسسة اتصالات الجزائر (مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر، إدارة الأعمال الإستراتيجية والتنمية المستدامة، جامعة فرحات عباس، غير منشورة)، سطيف، 2011-2012.
- 57- لمين علوطي، تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وتأثيرها على تحسين الأداء الاقتصادي للمؤسسة، (مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، علوم تسيير، جامعة الجزائر، غير منشورة)، الجزائر، 2003-2004.
- 58- مراد عودة، واقع تأثير تكنولوجيا الإعلام والاتصال على أنشطة البنوك الجزائرية، (مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر، تأمينات وبنوك، جامعة ابن خلدون، غير منشورة)، تيارت، 2009-2010،
- 59- مسري الجيلالي، نشأة وتطور النظام المصرفي في الجزائر-البطاقات والنقود الالكترونية نموذجاً-، (مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في الاقتصاد، جامعة دمشق، غير منشورة)، سورية، 2007.
- 60- معراج هواري، التسويق المصرفي وتأثيره على الزبائن، (مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، تسويق، جامعة الجزائر، غير منشورة)، الجزائر، 2001-2002.

## قائمة المصادر والمراجع

61- معطى سيد احمد، واقع وتأثير التكنولوجيا الجديدة للإعلام والاتصال على أنشطة البنوك الجزائرية - دراسة تحليلية استببانية، حالة بنوك سعيدة، (مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، حوكمة الشركات، جامعة أبو بكر بلقايد، غير منشورة)، تلمسان، 2011-2012.

62- نقى فاطمة، بوش مريم، أنظمة الدفع الالكترونية ودورها في تحسين جودة الخدمات البنكية، دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية، (مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر، تأمينات وبنوك، جامعة ابن خلدون، غير منشورة)، تيارت، 2013-2014

### III- المقالات العلمية:

63- بن بريكة عبد الوهاب، بن التركي زينب، اثر تكنولوجيا الإعلام والاتصال في دفع عجلة التنمية، مجلة الباحث، العدد 07، جامعة بسكرة، 2009-2010

64- موسي عبد الناصر، محمد قريشي، مساهمة الإدارة الالكترونية في تطوير العمل الإداري. مؤسسات التعليم العالي (دراسة حالة كلية العلوم والتكنولوجيا بجامعة بسكرة)، العدد 09، مجلة الباحث، بسكرة، 2011

65- حياة بن سماعين، وسيلة السبتي، مقالة حول البطاقة الالكترونية وتطوير وسائل الدفع للمؤسسات البنكية - دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية- (وكالة بسكرة نموذجاً)، مجلة الاقتصاديات المالية البنكية وإدارة الأعمال، جامعة محمد خيضر، بسكرة.

### IV- المؤتمرات والملتقيات:

66- بسام بن عبد العزيز الحمادي، وليد بن سليمان الحميضي، الحكومة الالكترونية: الواقع والمعوقات وسبل التطبيق بدول مجلس التعاون لدول الخليج العربية، الندوة الدورية العاشرة، معهد الإدارة العامة، الرياض، يومي 16-17 مارس، 2004.

67- بن عزة محمد أمين، زوهري جلييلة، واقع المصارف الجزائرية في تطبيق نظام الدفع الالكتروني - دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية BADR-، الملتقى العلمي الدولي حول عصرة نظام الدفع في البنوك الجزائرية و إشكالية اعتماد التجارة الالكترونية في الجزائر - عرض تجارب دولية -، خميس مليانة، يومي 26-27 أفريل، 2011 .

68- حسن رضا النجار، تكنولوجيا الاتصال (المفهوم والتطور)، مؤتمر دولي حول الإعلام الجديد: تكنولوجيا جديدة لعالم جديد، جامعة البحرين، يومي 07-09 افريل، 2009.

## قائمة المصادر والمراجع

- 69- رأفت عبد الباقي رضوان، الإدارة الالكترونية، الملتقى الإداري الثاني حول الإدارة والمتغيرات العالمية الجديدة، الجمعية السعودية للإدارة، الرياض، يومي 16-17 محرم، 1425هـ.
- 70- العربي محمد، لحسين عبد القادر، أنظمة الدفع الالكترونية وأزمة السيولة في الجزائر، الملتقى الدولي الرابع حول عصرنه نظام الدفع في البنوك الجزائرية وإشكالية اعتماد التجارة الالكترونية في الجزائر- عرض تجارب دولية-، خميس مليانة، يومي 26-27 أفريل، 2011.
- 71- الهادي بوقلقول، تكنولوجيا المعلومات كأداة قوية في خدمة مسعى الجودة الشاملة، المؤتمر العلمي الثاني حول الجودة الشاملة في ظل إدارة المعرفة و تكنولوجيا المعلومات، جامعة الأردن، يومي 27-26 افريل، 2006.
- V-الجرائد الرسمية:**
- 72- مرسوم رقم 106/82، المتعلق بإنشاء بنك الفلاحة والتنمية الريفية. الجريدة الرسمية، العدد 11، المؤرخ في 13 مارس 1982.
- VI-المقابلات:**
- 73-مقابلة مع رئيس مصلحة المحاسبة.
- 74\_مقابلة مع المكلف بالزبائن 01.
- 75-مقابلة مع المكلف بالزبائن 02.
- 76-قابلة مع المكلف بالزبائن 03.
- 77-مقابلة مع رئيس مصلحة المقاصة.
- 78- مقابلة مع رئيس مصلحة التحويلات.
- ثانيا: باللغة الأجنبية:**

### Les rapports:

1- Modernisation de l'instructure du système bancaire, Le rapport de la banque d'Algérie, 2005, chapitre 06.

### Site Internet:

2-www.e-banking.badr. dz

3-www.badr-bank .dz.

4- الإنترنت، التجارة الالكترونية كيف ومتى وأين؟، الموسوعة العربية للكمبيوتر والانترنت، الموقع: [www.ust.edu/open/library/mang/10/10](http://www.ust.edu/open/library/mang/10/10).

الملاحق

## الملاحق

الملحق رقم 1: اتفاقية خاصة بالأفراد للاشتراك في خدمة بدر نت

**BANQUE DE L'AGRICULTURE ET DU DEVELOPPEMENT RURAL**  **بنك الفلاحة و التنمية الريفية**

**CONVENTION D'ABONNEMENT AU SERVICE «BADRnet»**  
LES SOUSSIGNÉS

**LA BANQUE DE L'AGRICULTURE ET DU DEVELOPPEMENT RURAL «BADR»**

Société par actions au capital social de trente-trois (33) milliards de dinars, immatriculée au Centre national du registre de commerce d'Alger sous le N° 00B 0011640, ayant son siège social au 17, Boulevard Colonel Amirouche - Alger.

Représentée par :

Madame  Mademoiselle  Monsieur

En sa qualité de

Ci-après désignée «La Banque» d'une part :

**ET LE CLIENT**

Madame  Mademoiselle  Monsieur

Nom Prénom

Nom de jeune fille

Adresse fiscale

Adresse courrier

Date et lieu de naissance

Profession

Pièce d'identité : C.N.I.  P.C.  Numéro

Déjà(e) le par

Téléphone privé (Fixe ou mobile) Téléphone professionnel

E-mail Fax

**Ont convenu de ce qui suit :**

Le client souscrit un abonnement d'une année aux services «BADRnet» régis par les conditions générales de la présente convention ainsi que par les conditions particulières stipulées sur les documents spécifiques y relatifs. Les services concernés par cet abonnement sont à marquer d'une croix dans l'état ci-après :

NATURE DE LA PRESTATION	CANAL	N° DE COMPTE ABONNÉ À «BADRnet»	CHOIX (*)	PÉRIODICITÉ (**)
<input type="checkbox"/> Consultation des soldes <input type="checkbox"/> Consultation des mouvements <input type="checkbox"/> Téléchargement du relevé de compte <input type="checkbox"/> Recherche d'opérations <input type="checkbox"/> Historique des soldes	Internet	N° N° N° N°		illimité
<input type="checkbox"/> Envoi hebdomadaire du relevé de compte N° Fax	Fax	N° N°		
<input type="checkbox"/> Information sur le solde du compte (1SMS/mois) N° Portable	SMS (***)	N° N°		
<input type="checkbox"/> Consultation et information du solde	Vocal (Audio)	N° N°		illimité

NB. Les prestations par Fax, SMS et Vocal seront prochainement mises en service.

(\*) Cochez d'une croix la prestation selon le canal choisi.  
 (\*\*) Précisez le jour d'envoi de l'SMS (exp : 1<sup>er</sup> 2.3...31)  
 (\*\*\*) Le numéro de Fax / portable est obligatoire.

Le client autorise la Banque à prélever les frais, commissions et taxes liés au présent abonnement, dont il déclare avoir pris connaissance, sur le compte de facturation : N° 003/ / / /

## CONDITIONS GÉNÉRALES RELATIVES AU SERVICE «BADRnet»

### Article 1 / OBJET DE LA CONVENTION

La présente convention a pour objet de définir les conditions générales de fonctionnement et d'utilisation des services banque en ligne mis par la Banque de l'Agriculture et du Développement Rural «BADR» à la disposition des clients abonnés et titulaires d'un ou plusieurs comptes ouverts sur ses livres. Le client utilise les multiples canaux énumérés ci-après.

Ce service bancaire de consultation de comptes bancaires et de fourniture d'informations, accessible par le réseau internet, est appelé «BADRnet». Il pourrait également être accessible par d'autres canaux de communication à distance tels que le FAX, le SMS et le VOICEL (audio). Les échanges de données couvertes par les présentes conditions se réfèrent aux affaires bancaires dont les bases se trouvent régies par contrats séparés et par les conditions générales de banque.

La Banque se réserve le droit, à tout moment, de modifier la teneur des prestations offertes.

### Article 2 / SERVICES ACCESSIBLES

La BADR offre à son client abonné une variété de services en ligne rentrant dans le cadre de «la Banque à distance». Ces services sont présentés et détaillés dans la présente convention.

La Banque se réserve le droit de modifier le portail «BADRnet» et les services le composant. Ainsi, d'autres prestations qui ne figurent pas dans le périmètre de la présente convention pourront être proposées ultérieurement au client et progressivement mis à sa disposition.

### Article 3 / INSCRIPTION DES COMPTES AU SERVICE «BADRnet»

Au moment de sa souscription d'abonnement, le client détermine les comptes qu'il souhaite inscrire au service «BADRnet» et, parmi ces derniers, le compte principal qui sera le compte de facturation désigné par le client et indiqué sur la convention d'abonnement. L'abonné ne peut inscrire au service «BADRnet» que le(s) compte(s) ouvert(s) en son nom personnel ou au nom de tiers et fonctionnant sous sa seule responsabilité. Sauf demande expresse de l'abonné, tous les comptes inscrits bénéficient d'office, en fonction de la nature de chaque compte, de tous les services proposés par «BADRnet» au fur et à mesure de leur mise à disposition.

### Article 4 / ACCÈS AU SERVICE «BADRnet» ET GESTION DU MOT DE PASSE

L'accès technique du client désigné «Utilisateur» aux prestations «BADRnet» s'effectue actuellement via internet. L'accès via le téléphone portable, le fax et l'audio (téléphone) sera disponible une fois que ces canaux seront opérationnels.

**Le client abonné ne peut avoir accès au service «BADRnet» que par l'introduction de :**

- Du numéro d'identification remis par la banque.
- De son mot de passe personnel.

Ces identifiants sont attribués à titre strictement personnel au client à la signature de la convention d'abonnement au niveau de son agence de facturation. La détention de ces identifiants relève de la responsabilité exclusive du client abonné quant à leur conservation et utilisation par celui-ci.

L'Utilisateur «BADRnet» s'engage à modifier immédiatement et dès réception, le premier mot de passe communiqué par la banque. Il est recommandé à l'abonné, par mesure de sécurité, de le modifier fréquemment. Le mot de passe modifié n'est connu que de l'abonné. En cas d'oubli, le client abonné peut demander à son agence un nouveau mot de passe, qui lui sera attribué dans les mêmes modalités et règles que le premier.

La personne qui s'identifie par l'introduction du mot de passe et du numéro d'abonné est considérée comme autorisée à bénéficier des services «BADRnet» et les ordres passés sous cette forme sont juridiquement reconnus comme effectués par le client abonné lui-même.

### Article 5 / PAIEMENT DES FRAIS D'ABONNEMENT «BADRnet»

Les sommes dues sur les prestations «BADRnet» sont prélevées à chaque échéance par la banque sur le compte de facturation qui est le compte principal indiqué sur la convention d'abonnement. Les tarifs sont définis dans les conditions générales de banque et/ou dans les conditions spécifiques, et sont portés à la connaissance de l'abonné le jour de la signature de la convention d'abonnement. Le souscripteur à l'abonnement «BADRnet» donne autorisation à la Banque de prélever d'office sur son compte de facturation les sommes dues au titre de la présente convention. L'abonné s'engage à maintenir ce compte suffisamment provisionné à l'effet de permettre à la Banque de prélever les frais, droits et taxes dus aux prestations «BADRnet».

Toute modification de ces tarifs ou des modalités de facturation est communiquée au client abonné par le moyen le plus approprié. La première utilisation du service «BADRnet» suite à la mise en œuvre desdites modifications, signifie leur acceptation automatique par l'abonné. Par ailleurs, le client peut ne pas accepter ces modifications en demandant la résiliation de la présente convention. Cette résiliation obéit aux mêmes conditions de résiliation stipulées dans l'article 10 (ci-dessus).

Les frais d'abonnement au service «BADRnet» s'appliquent à compter de la date de signature de la présente convention d'abonnement ou de son renouvellement. Les frais s'entendent en deux tranches, l'une attribuée et l'autre servent facturée en supplément aux tarifs en vigueur à la date de facturation.

### Article 6 / RESPONSABILITÉ DU CLIENT ABONNÉ

Le client abonné au service «BADRnet» est tenu comme seul responsable de la conservation et de l'utilisation de son mot de passe. Il lui est conseillé de ne pas le garder sous forme écrite. Il demeure également entendu qu'en cas de doute de la possession de ce mot de passe par une tierce personne, l'abonné doit procéder immédiatement à sa modification. La modification périodique du mot de passe peut garantir le maximum de sécurité d'accès au service «BADRnet». Le client abonné demeure seul responsable quant aux risques engendrés par la qualité des équipements qu'il utilise pour l'accès au portail «BADRnet». Il est également responsable du risque d'intrusion des différents virus et dégâts causés par le contact avec des périphériques extérieurs à son ordinateur.

### Article 7 / AUTRES RISQUES

Les données affichées dans le portail «BADRnet» concernant les comptes de la clientèle et les informations générales ont un caractère temporaire et relatif et ne peuvent remplacer d'une façon absolue les données contenues dans les documents délivrés par l'agence de communication. Les problèmes de fonctionnement de l'internet peuvent aussi engendrer des risques de sécurité d'accès et de transmission de données dans le portail «BADRnet». La banque décline toute responsabilité quant aux fuites d'informations dans les cas d'interruption de la connexion, la difficulté de transmission, la saturation du réseau, l'intrusion frauduleuse aux différents réseaux... Par souci de sécuriser l'accès au portail «BADRnet», la Banque peut interrompre temporairement le service sans qu'elle ne soit responsable des éventuels dommages qui pourraient résulter suite à cette interruption.

### Article 8 / MODIFICATION DE LA CONVENTION ET DES PRESTATIONS

La Banque se réserve le droit de modifier, à tout moment, les présentes conditions et au service «BADRnet». Le cas échéant, le client et ses mandataires seront tenus informés par tout moyen approprié. A défaut d'objection écrite dans un délai d'un mois après communication, les modifications seront considérées comme approuvées.

### Article 9 / RENOUELEMENT DE LA CONVENTION D'ABONNEMENT

La convention d'abonnement aux services «BADRnet» est annuelle. Elle est renouvelable par tacite reconduction et peut être dénoncée par les deux parties. Cette dénonciation doit être signifiée par lettre recommandée avec accusé de réception à l'autre partie, un mois avant l'échéance de la convention.

### Article 10 / RÉSILIATION DE LA CONVENTION

La convention d'abonnement au service «BADRnet» peut être résiliée par l'une des deux parties contractantes par lettre recommandée avec accusé de réception et notifiée à l'autre partie un mois avant la date d'effet de la résiliation. Dans le cas de la résiliation de la présente convention, les frais perçus ne sont pas remboursés.

La Banque se réserve le droit de supprimer l'abonnement du client, pour une période de six mois au bout de trois incidents successifs (faible solde du compte souscrit non suffisant pour le prélèvement automatique du montant de l'abonnement). Le client ne peut à cet effet, souscrire à un nouvel abonnement sauf si le semestre est écoulé.

### Article 11 / RÉSERVE DE DISPOSITIONS LÉGALES

D'éventuelles dispositions légales pouvant intervenir dans la gestion et l'utilisation du portail «BADRnet» sont réservées et seront appliquées dès leur entrée en vigueur.

### Article 12 / RÉGLEMENT DES LITIGES

Tout différend né de l'exécution ou l'interprétation de la présente convention sera réglé à l'amiable. A défaut d'accord amiable, tout litige sera tranché définitivement par le tribunal métropolitain et territorialement compétent.

### Article 13 / ELECTION DE DOMICILE

Pour l'exécution de la présente convention, les deux parties élisent domicile en leurs adresses respectives où toutes notifications peuvent être faites.

### Article 14 / ENTRÉE EN VIGUEUR

La présente convention entre en vigueur dès sa signature par les deux parties.

#### POUR LA BANQUE SADR

AGENCE

ADRESSE

TEL

FAX

#### POUR LE CLIENT ABONNÉ

ADRESSE

TEL

FAX

Fait à \_\_\_\_\_ Le \_\_\_\_\_

P/ la Banque  
Signature et cachet de l'agence

Signature du Client abonné précédé  
de la mention manuscrite «Lu et approuvé»

الملحق رقم 2: اتفاقية خاصة بالمؤسسات للاشتراك في خدمة بدر نت

BANQUE DE L'AGRICULTURE ET DU DEVELOPPEMENT RURAL  
بنك الفلاحة و التنمية الريفية

**CONVENTION D'ABONNEMENT AU SERVICE «BADRnet»**

LES SOUSSIGNÉS

LA BANQUE DE L'AGRICULTURE ET DU DEVELOPPEMENT RURAL «BADR»

Banque de l'Agriculture et du Développement Rural «BADR», société par actions au capital social de trente-trois (33) milliards de dinars, immatriculée au centre national du registre de commerce d'Alger sous le N° 00B 0011640, ayant son siège social au 17 Boulevard Colonel Amirouche - Alger.

Représentée par :  
Madame  Mademoiselle  Monsieur

En sa qualité de

Ci-après désignée «La Banque» d'une part ;

ET LE CLIENT

Raison sociale

Représentée par :  
Madame  Mademoiselle  Monsieur

Nom Prénom Qualité

Date et lieu de naissance

Date de création Adresse du siège social

Forme juridique Registre de Commerce N°

Déjà livré le par N.I.F

N° Tél N° Fax E-mail

Ci-après désigné «Le Client Abonné» d'autre part

Ont convenu ce qui suit :

Le client souscrit un abonnement d'une année aux services «BADRnet» qui seront régis par les conditions générales de la présente convention ainsi que par les conditions particulières stipulées sur les documents spécifiques y relatifs.

Les services et les comptes concernés par cet abonnement sont à marquer d'une croix dans l'état ci-après :

NATURE DE LA PRESTATION	CANAL	N° DE COMPTE ABONNÉ À «BADRnet»	CHOIX (*)	PÉRIODICITÉ (**)
<ul style="list-style-type: none"> <li>● Consultation des soldes</li> <li>● Consultation des mouvements</li> <li>● Téléchargement du relevé de compte</li> <li>● Commande de chèquiers</li> <li>● Recherche d'opérations</li> <li>● Historique des soldes</li> </ul>	Internet	N° N° N° N° N°		illimité
<ul style="list-style-type: none"> <li>● Envoi hebdomadaire du relevé de compte</li> </ul> N° FAX :	Fax (***)	N° N°		
<ul style="list-style-type: none"> <li>● Information sur le solde du compte (4 SMS/mois)</li> </ul> N° Portable :	SMS (***)	N° N°		
<ul style="list-style-type: none"> <li>● Consultation et information du solde par téléphone</li> </ul>	Vocal (Audio)	N° N°		illimité
Web EDI (Echanges de données informatisé) : <ul style="list-style-type: none"> <li>● Virement de salaires multiples.</li> <li>● Prélèvements automatiques</li> </ul>	Internet	N° N°		(****)

NB. / Les prestations par Fax, SMS et vocal seront prochainement mises en service.

(\*) Cochez d'une croix le canal choisi pour la prestation.  
(\*\*) Précisez le jour d'envoi des SMS (exemple: chaque mardi).  
(\*\*\*) Le numéro de fax/portable est obligatoire.  
(\*\*\*\*) Le client désirant s'abonner au service EDI doit signer une annexe relative à ce service.

Le client autorise la Banque à prélever les frais, commissions et taxes liés au présent abonnement, dont il déclare avoir pris connaissance, sur le compte de facturation : N° 003/ / / /

«BADRnet» ENTREPRISE

CONDITIONS GÉNÉRALES D'ACCÈS ET DE FONCTIONNEMENT DU PORTAIL «BADRnet»

Article 01 - OBJET DE LA CONVENTION

La présente convention a pour objet de définir les conditions générales de fonctionnement et d'utilisation des services «banque en ligne» mis par la Banque de l'Agriculture et du Développement Rural «BADR» à la disposition de ses clients abonnés et titulaires d'un ou plusieurs comptes(s) ouvert(s) sur ses livres.

Le client utilise les multiples canaux énumérés ci-dessous. Ce service bancaire, de consultation de comptes bancaires, de fourniture d'informations, de passation d'ordres et de prestations de services en ligne accessible par le réseau Internet, est appelé «BADRnet». Il pourrait également être accessible par d'autres canaux de communication à distance tels que le fax, le SMS et le vocal (audio) une fois tous les paramètres du service mis en marche.

Les échanges de données courantes par les présentes modalités se réfèrent aux opérations de banque régies par les conditions générales de banque édictées par des circulaires spécifiques. La banque se réserve le droit de modifier le portail «BADRnet», la teneur des prestations offertes ainsi que les conditions de banque y relatives. Le client abonné sera informé par son agence avant leur entrée en vigueur.

Article 02 - SERVICES ACCESSIBLES

Les services proposés par la BADR sont énumérés dans la présente convention dans laquelle le client doit sélectionner les services qu'il désire souscrire.

LES SERVICES DISPONIBLES DANS LA SOLUTION «BADRnet» SONT LES SUIVANTS :

- Virements de masse
- Prélèvements automatiques
- Salaires variables
- Recherche d'opérations
- Téléchargement d'opérations
- Affichage des opérations au format imprimable (PDF)
- Historique des soldes
- Visualisation graphique de l'historique des soldes
- Commande de chèque
- Historique des commandes de chèques
- Liste des agences
- Demande d'abonnement
- Changement de mot de passe
- Messages personnalisés.

La banque se réserve le droit de modifier le portail «BADRnet» et les services le composant.

D'autres prestations prévues par la banque seront accessibles par différents canaux tels que :

- Le SMS (solde des comptes ; alertes sur des positions de comptes précises) ;
- Le FAX (Solde des comptes ; dernières opérations effectuées sur un compte) ;
- L'appel vocal (Solde des comptes).

Article 03 - INSCRIPTION DES COMPTES AU SERVICE «BADRnet»

Le client abonné, au moment de sa souscription d'abonnement, détermine les comptes qu'il souhaite inscrire au service «BADRnet» et indiquera, parmi ces derniers, le compte auquel les facturations seront imputées.

Le client abonné ne peut inscrire au service «BADRnet» que les compte(s) ouvert(s) en son nom et fonctionnant sous sa seule responsabilité.

Article 04 - ACCÈS AU SERVICE «BADRnet» ET GESTION DU MOT DE PASSE

Le client abonné ne peut avoir accès au service «BADRnet» que par l'introduction :

- Du numéro d'abonné.
- Du mot de passe sécurisé.

Ces identifiants sont délivrés, sous le couvert de la confidentialité, à la personne dûment habilitée, à la signature de la convention d'abonnement au niveau de son agence de facturation. Le détournement de ces identifiants implique la responsabilité exclusive du client abonné quant à leurs conservations et utilisations.

Le client abonné à «BADRnet» s'engage à modifier immédiatement et dès réception, le premier mot de passe communiqué par la banque. Il est recommandé au client abonné, par mesure de sécurité, de le modifier fréquemment. Il ne doit être connu que par la (les) personne(s) habilitée(s).

En cas d'oubli du mot de passe, le client abonné peut demander à son agence un nouveau. Cette attribution interviendra dans le respect des mêmes modalités et règles que pour le premier.

La personne qui s'identifie par l'introduction du mot de passe et du numéro d'abonné est considérée comme autorisée à bénéficier du service «BADRnet» et les actions passées sous cette forme sont reconnues comme effectuées par le client abonné lui-même juridiquement.

Article 05 - PAIEMENT DES FRAIS D'ABONNEMENT «BADRnet»

Les sommes dues sur les prestations de «BADRnet» sont prélevées d'office au début de chaque échéance par la banque sur le compte de facturation qui est le compte principal indiqué par le souscripteur d'abonnement «BADRnet» à la signature de la convention.

L'abonné s'engage à maintenir ce compte suffisamment provisionné à l'effet de permettre à la banque de prélever les frais, droits et taxes dus sur les prestations «BADRnet».

Les frais d'abonnement au service «BADRnet» s'entendent hors taxes et s'appliquent à compter de la date de signature de la présente convention d'abonnement ou de son renouvellement. Tous droits et taxes seront facturés en supplément au tarif en vigueur à la date de facturation. Toute modification de ces tarifs ou des modalités de facturation est annoncée au client abonné par le moyen le plus approprié.

Le client peut arrêter ce changement en continuant à utiliser «BADRnet» (la première utilisation du service après ce changement signifie son approbation) ou le refuser en résiliant son abonnement.

Cette résiliation obéit aux mêmes conditions de résiliations stipulées dans l'article 10 ci-dessous.

Article 06 - RESPONSABILITÉ DU CLIENT ABONNÉ

Le client abonné au service «BADRnet» est tenu seul responsable de la conservation et de l'utilisation de son mot de passe. Il lui est conseillé de ne pas le garder sous forme écrite.

En cas de doute de la possession de ce mot de passe par une tierce personne, l'abonné doit procéder immédiatement à sa modification. La modification périodique du mot de passe peut prendre le maximum des mesures d'urgence à «BADRnet».

Le client abonné demeure seul responsable des risques engendrés de la qualité des équipements qu'il utilise pour l'accès au portail «BADRnet». Il est également responsable du risque d'intrusion des différents virus et dégâts causés par le contact à des emplacements ou des périphériques informatiques non autorisés.

Article 07 - AUTRES RISQUES

Les relevés de comptes, les soldes et les autres informations communiquées au titre de l'abonnement «BADRnet» le sont sous réserve des opérations en cours de comptabilisation et sont à titre purement indicatif.

Le client abonné est donc tenu de contrôler les relevés de comptes périodiques adressés par la banque qui eux seuls font foi.

La banque ne peut être tenue responsable du dommage directement ou indirectement subi et/ou causé par le client abonné, issu de la déconnexion, de la panne, de la mauvaise utilisation ou de la déconnexion du terminal de connexion utilisé par celui-ci pour accéder à «BADRnet».

Si un intervenant tiers venait à perturber l'accès au service «BADRnet», la banque dans le souci de la préservation de la sécurité de son accès.

Dans ce cas, la banque ne supporte aucune responsabilité concernant les dommages éventuels découlés de cette interruption.

Article 08 - MODIFICATION DU CONTRAT ET/OU DE L'ENVIRONNEMENT DES PRESTATIONS

La banque se réserve le droit de modifier en tout temps les présentes conditions et les prestations «BADRnet». Le cas échéant, le client sera tenu informé par tout moyen approprié. A défaut d'objection écrite dans un délai d'un mois après communication, les modifications seront considérées comme acceptées.

Article 09 - RENOUELEMENT DE LA CONVENTION D'ABONNEMENT

La convention d'abonnement au service «BADRnet» est annuelle. Elle est renouvelable par tacite reconduction et peut être dénoncée par les deux parties.

Cette dénonciation doit être signalée par lettre recommandée avec accusé de réception à l'autre partie, un mois avant l'échéance de la convention.

Article 10 - RÉSILIATION DE LA CONVENTION D'ABONNEMENT

La convention d'abonnement au service «BADRnet» peut être résiliée par l'une des deux parties contractantes par lettre recommandée avec accusé de réception et notifiée à l'autre partie un mois avant la date d'effet de la résiliation. Dans le cas de la résiliation de la présente convention, les frais perçus ne sont pas remboursés.

La banque se réserve le droit de supprimer l'abonnement du client pour une période de six mois au bout de trois incidents successifs (solde du compte souscrit non suffisant pour le prélèvement automatique du montant de l'abonnement). Le client ne peut à cet effet, souscrire à un nouvel abonnement sauf si le semestre est écoulé.

Article 11 - RÉSERVES DE DISPOSITIONS LÉGALES

D'éventuelles dispositions légales et réglementaires pouvant intervenir dans la gérance et l'utilisation de «BADRnet», sont réservées et seront appliquées dès leur entrée en vigueur.

Article 12 - RÉGLEMENT DES LITIGES

Tout différend né de l'exécution ou de l'interprétation de la présente convention sera réglé à l'amiable. A défaut d'accord amiable, tout litige sera tranché définitivement par le tribunal algérien matériellement et territorialement compétent.

Article 13 - ENTRÉE EN VIGUEUR

La présente convention entrera en vigueur dès sa signature par les deux parties.

Article 14 - ÉLECTION DE DOMICILE

Pour l'exécution de la présente convention, les deux parties élisent domiciles en leurs adresses respectives où toutes notifications peuvent être faites :

POUR LA BANQUE BADR

AGENCE	ADRESSE	TEL	FAX
--------	---------	-----	-----

POUR LE CLIENT ABONNÉ

ADRESSE	TEL	FAX
---------	-----	-----

Fait à ..... le .....

P/ La Banque  
Signature et cachet de l'agence

Signature du titulaire du compte  
précédé de la mention manuscrite «Lu et approuvé»

# الملاحق

## الملحق رقم 3: التصريح للمتصرف بالتحويل



Annexe 06 bis

### FORMULAIRE INTERLOCUTEUR « BADRnet » Abonnement EDI (Virements multiples)

<b>ENREGISTREMENT DU CLIENT (ABONNE)</b>		N° d'adhésion : .....
Raison sociale de l'entreprise :		
<b>ENREGISTREMENT DE L'INTERLOCUTEUR (CO-ABONNE)</b>		N° d'adhésion : .....
Nom & Prénom :		
N° de téléphone fixe :		
N° de portable :		
Adresse postale :		
Adresse e-mail :		

**ATTENTION :**

Un interlocuteur ne peut être autorisé à transférer un fichier de virements depuis un compte sans avoir, préalablement, une autorisation de consultation (INTERNET) sur ce même compte.

<b>DECLARATION DU PROFIL DE L'INTERLOCUTEUR (CO-ABONNE)</b>		
Code profil (**): « Cochez une seule case »	<input type="checkbox"/> Profil 1	<input type="checkbox"/> Profil 4
	<input type="checkbox"/> Profil 2	<input type="checkbox"/> Profil 5
	<input type="checkbox"/> Profil 3	<input type="checkbox"/> Profil 5

Comptes du client (domiciliés dans la même agence)					Comptes inscrits CLIENT (Conformément à la convention)	Comptes affectés INTERLOCUTEUR (*)
N° d'ordre	Code agence	N° Compte	N° Série	Clé Contrôle		
001					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
002					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
003					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
004					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
005					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

(\*) Cochez les comptes que votre interlocuteur peut débiter

(\*\*) Code profil :

**Profil 1 (envoi de fichiers uniquement) :** l'interlocuteur est autorisé uniquement à envoyer le fichier sur le site (uploader puis envoyer le fichier) sans pouvoir en consulter le détail (la liste des bénéficiaires, leur compte, leur salaire).

**Profil 2 (envoi de fichiers et consultation du détail) :** l'interlocuteur est autorisé à envoyer le fichier de virement puis à consulter le détail de son contenu sur la plateforme de banque en ligne.

**Profil 3 (envoi et signataire unique) :** l'interlocuteur est autorisé à envoyer le fichier et à le signer. La signature de ce profil est définitive, elle permet la transmission du fichier à la banque pour exécution.

**Profil 4 (2<sup>ème</sup> signataire ou signataire unique si ce profil dépose la 1<sup>ère</sup> signature) :** l'interlocuteur est autorisé à envoyer le fichier et à apposer, soit une 1<sup>ère</sup> signature qui donne ordre d'exécution du virement ou alors, une 2<sup>ème</sup> signature après que le fichier ait été signé une 1<sup>ère</sup> fois par un autre interlocuteur.

**Profil 5 (1<sup>er</sup> signataire et/ou 2<sup>ème</sup> signataire) :** l'interlocuteur est autorisé à apposer une 1<sup>ère</sup> signature qui requiert une seconde pour que le virement s'exécute ou alors une 2<sup>ème</sup> signature (dans le cas d'un fichier ayant déjà eu une 1<sup>ère</sup> signature).

Signature du GERANT/ ENTREPRISE  
(ou mandaté)

## الملاحق

الملحق رقم 4: التصريح للمتصرف بعرض الحساب

**BADR**  
BANQUE DE L'AGRICULTURE  
ET DU DEVELOPPEMENT RURAL



بنك التنمية الريفية

Annexe 06

### FORMULAIRE INTERLOCUTEUR « BADRnet »

#### Abonnement Web (Consultation du solde)

<b>ENREGISTREMENT DU CLIENT (ABONNE)</b>		N° d'adhésion : .....
Famille Client :	<input type="checkbox"/> Entreprise <input type="checkbox"/> Particulier	
Raison sociale ou Nom & Prénom :		
<b>ENREGISTREMENT DE L'INTERLOCUTEUR (CO-ABONNE)</b>		N° d'adhésion : .....
Nom & Prénom :		
N° de téléphone fixe :		
N° de portable :		
Adresse postale :		
Adresse e-mail :		

Comptes du client (domiciliés dans la même agence)					Comptes inscrits <b>CLIENT</b> (Conformément à la convention)	Comptes affectés <b>INTERLOCUTEUR</b>
N° d'ordre	Code agence	N° Compte	N° Série	Clé Contrôle		
001					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
002					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
003					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
004					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
005					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
006					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
007					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
008					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
009					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
010					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Signature du client co- abonné (l'interlocuteur)

