

واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر من منظور تطوير وسائل الدفع الإلكتروني - حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية

The fact of e-commerce in Algeria from the perspective of developing electronic payment methods - the case of the Agriculture and Rural Development Bankخيثر هواري¹¹ جامعة أحمد ابن يحيى الونشريسي تيسمسيلت، مخبر الاقتصاد الحديث والتنمية المستدامة، الجزائر، khiterhouari@yahoo.fr

تاريخ النشر: 2021/09/15

تاريخ القبول: 2021/08/25

تاريخ الاستلام: 2021/05/31

ملخص: تعرض إشكالية الموضوع واقع التجارة الإلكترونية في الجزائر، ومدى اعتماد البنوك التجارية على الرقمنة وهل بإمكانها تقديم خدمات إلكترونية بما يتوافق مع المعايير العالمية في ظل بنى تحتية لا تراها محمية بشكل لائق من الإختلاس الإلكتروني، حيث حاولت إبراز أهم التحديات التي تواجه التطور المصرفي في الجزائر وعوائق تطبيق التجارة الإلكترونية والخروج من الانغلاق والتهميش و تعزيز التحول إلى الإقتصاد الرقمي، حيث أسهبت في عرض نموذج لبنك الفلاحة والتنمية الريفية باعتباره رائدا على المستوى الوطني في استعمال التكنولوجيات الحديثة ومواكبة التطورات العالمية، ورغم ذلك إلا أنّ البنوك الجزائرية تفتقر إلى التحفيز الكافي من أجل تبني سياسة التجارة الإلكترونية خاصة في ظل إحجام المواطن عن تقبل لكل ما هو جديد.

الكلمات المفتاحية: التجارة الإلكترونية، الاقتصاد الرقمي، البنوك التجارية، البطاقة الذكية، بنك البدر.

Summary: The issue of the topic presents the reality of electronic commerce in Algeria, and the extent to which commercial banks rely on digitalization and can they provide electronic services in line with international standards in light of infrastructures that we do not see properly protected from electronic embezzlement, as I tried to highlight the most important challenges facing banking development in Algeria, obstacles to implementing e-commerce, getting out of isolation and marginalization, and promoting the transition to a digital economy, as it has extensively presented a model for the Agriculture and Rural Development Bank as a pioneer at the national level in using modern technologies and keeping pace with global developments. Adopting an e-commerce policy, especially in light of the citizen's reluctance to accept everything new.

Key words: electronic commerce, digital economy, commercial banking, smart card, badrbank.

مقدمة:

تعتبر البنوك إحدى الركائز التي تقوم عليها الاقتصاديات الوطنية؛ نظرا لدورها الرائد في تعبئة المدخرات وتقييم المشروعات والاستثمارات الداخلية والخارجية للدولة، عن طريق تلقي الودائع ومنح الإئتمانات كنشاط رئيس، ومع التطور الزمني للنشاطات الاقتصادية صارت الأشخاص تبحث عن يضمن ويسهل لها أهم الخدمات المالية بأقل تكلفة وفي وقت مختصر.

هكذا فرض مصطلح (التجارة الإلكترونية) وجوده في عالم اليوم الذي أصبح سوقا كونيا تتعادل فيه الفرص والتهديدات، سيما في مجال التجارة العالمية وتدويل البضائع والسلع والخدمات بطريقة تجاوزت كل الحدود والتوقعات، وكذلك الحال بالنسبة للأفراد الذين أصبح بمقدورهم تنفيذ نشاطاتهم الاقتصادية والمدنية؛ بل حتى السياسية؛ بمجرد نقرة زر واحدة، دون الحاجة لمغادرة أماكنهم، في ظل حكومات وإدارات رقمية متطورة في كثير من البلدان.

إنّ المميزات العديدة التي يوفرها هذا النوع الحديث من المبادلات التجارية عبر الوسائط الإلكترونية عزّز من زيادة تبني مفهوم التجارة الإلكترونية، حيث أصبح إدراك هذا النوع من التجارة ضرورة حتمية فرضت وجودها على جميع الدول دون استثناء، لكن درجة تطورها مرهونة باستجابة العديد من الحكومات لهذا النمط من المبادلات حسب أوضاعها وخصوصياتها.

إنّ اعتماد الجزائر مشروع التجارة الإلكترونية لا يزال في مراحل متقدمة ولم يرق بعد إلى المصاف التقني للإقتصاد الرقمي لعدة أسباب. هو الأمر الذي جعلنا نطرح الإشكاليات التالية:

- إلى أي مدى إعتمدت الجزائر على التجارة الإلكترونية في بنوكها التجارية؟
- هل تستطيع البنوك الجزائرية تقديم خدمات إلكترونية تتماشى مع المعايير العالمية؟
- هل البنى التحتية للتجارة الإلكترونية في الجزائر محمية بشكل لائق من الإختلاس الإلكتروني؟

أهمية الدراسة:

حاولنا في هذه الدراسة إبراز التحديات التي تواجه التطور المصرفي في الجزائر وعوائق تطبيق التجارة الإلكترونية والخروج من الانغلاق و التهميش و تسريع عملية التحول إلى الإقتصاد الرقمي.

أهداف الدراسة:

تهدف الدراسة إلى:

- ✓ التعريف بواقع البنوك الجزائرية واتخاذ بنك الفلاحة والتنمية الريفية كنموذج مماثل.
- ✓ التعرف على واقع وآفاق التجارة الإلكترونية في الجزائر.
- ✓ الكشف عن آليات الدفع الإلكتروني المطبقة في البنوك.

فرضيات الدراسة:

تنطلق هذه الدراسة من الفرضيات التالية:

- H1/ التجارة الإلكترونية ضرورة حتمية لمشروع الإقتصاد الرقمي؛
- H2/ التجارة الإلكترونية مستقبل واعد لاستعاب الطاقات الشبابية؛
- H3/ البنوك الجزائرية متخلفة عالميا في تطوير نشاطات الدفع الإلكتروني.

هيكل الدراسة:

المحور الأول يتطرق لواقع التجارة الإلكترونية ومدى تطبيقها في البنوك الجزائرية، أما الثاني فتناولنا فيه مفاهيم أساسية متعلقة بواقع البنوك الجزائرية الناشطة، طبيعة عملها وأنواعها، كما أسهبنا في عرض نموذج للبنك محل الدراسة (بنك الفلاحة والتنمية الريفية).

المحور الأول: التجارة الإلكترونية في الجزائر، مفاهيم وأهداف

إذا كان من المسلم به أن العالم يعاصر اليوم عهدا جديدا من النهضة في المجالات الإلكترونية وتكنولوجيا المعلومات والتي تعد بحق الثورة الصناعية الثانية في حياة البشرية، فإن لنا أن نتصور عمق التغيير والتحول المتوقعين في أنماط الحياة والبناء الاجتماعي والإقتصادي مقارنة بما أحدثته الثورة الصناعية من تغييرات على المجتمع الإنساني ككل، فجددير بالذكر أن الثورة الإلكترونية بخلاف الثورة الصناعية؛ لا تعتمد على الثروات الطبيعية إلا بقدر يسير حيث تحقيق أهداف الإقتصاد الأخضر.

م يعد أحد يجادل الآن في أهمية تأثير التوجه نحو الإقتصاد الرقمي كأسلوب ومنهاج عمل وهدف على عملية التنمية الشاملة بالنسبة لأية دولة تتطلع إلى مستقبل مليء بالرخاء.

تعتبر المعلومات من الثروات الثمينة التي لا تنضب أو تضمحل، بل هي في تطور مستمر كأسلحة داعمة للثورة الرقمية؛ هذه الأخيرة من أهم روافدها التجارة الإلكترونية كمصطلح حديث لازم الإنسان المعاصر في حياته اليومية حتى أنها أصبحت تستخدم في العديد من الأنشطة التي هي ذات إرتباط ملازم لثورة تكنولوجيا المعلومات والإتصالات. (مولايين، 2018، الصفحات 4-6)

أولا: تعريف التجارة الإلكترونية.

تعددت التعاريف الخاصة بالتجارة الإلكترونية (ElectronicCommerce) إلا أنّ كلها تصب في معنى واحد وهو أنها عملية البيع والشراء للمنتجات والخدمات وتبادل المعلومات والأموال عبر الشبكات مثل شبكة الإنترنت أو شبكات الإتصالات اللاسلكية مثل الهاتف النقال وما يصاحبها من حركات مثل عملية الطلب و الإتصال وعملية الدفع و التسليم. (الطيبي، 2008، صفحة 31) يمكن أيضا تعريف التجارة الإلكترونية بأنها إجراء عملية البيع أو الشراء في أي وقت ومن أي مكان ولأي فرد أو مؤسسة خاصة أو حكومة حيث أنها تركز على أداء العمل التجاري بكل مرونة وسهولة وفعالية. (الطيبي، 2008، صفحة 33)

ثانيا: خصائص التجارة الإلكترونية.

تحقق التجارة الإلكترونية عديد الفوائد لاقتصاديات الدول نظرا للمزايا التالية(يوسف، 2017، صفحة 184):

- انخفاض تكلفة البحث عن المعلومات حيث يقوم المشتري بالبحث المباشر عن الموردين والمنتجات والأسعار الامر الذي يساعد على توفير الجهد والمال.
- انخفاض تكلفة المعاملات وعقد الصفقات بما في ذلك الفواتير وأوامر الشراء وطريقة السداد والتحويل.
- انخفاض تكاليف إدارة المخزونات.
- تمكن الموردين من التعامل المباشر مع الزبائن وإلغاء كل أعباء الوسطاء والموزعين.
- تحقيق الشفافية في عمليات التسعير حيث أن تجميع عدد كبير من البائعين والمشتريين في شبكة إلكترونية واحدة عبر الأنترنت يوفر معلومات كثيرة عن الأسعار لجميع المتعاملين ويسهم هذا الأمر في اتجاه الأسعار عموما إلى الإنخفاض وزيادة درجة المنافسة.
- يؤدي النمو السريع للتجارة الإلكترونية بين الشركات بعضها البعض إلى توليد مزايا مرتبطة بالحجم حيث يتزايد عدد البائعين والمشتريين ويتزايد حجم الصفقات عبر الأنترنت.

إن السباق في التطورات التكنولوجية والتقنيات المتغيرة يوميا يؤكد بأن التجارة الإلكترونية في أشكالها المختلفة سوف تستمر في جذب العديد من المؤسسات ورؤوس الأموال وفي خلق فرص عمل جديدة وبناء ثروات ضخمة والتي بدورها تعمل على تحسين الأوضاع الاقتصادية وانتعاشها وتطورها. (الطيبي، 2008، صفحة 34)

إنّ للتجارة الإلكترونية عدة خصائص تتمثل أساسا في اختزال سلسلة العلاقات بين أطراف العملية التجارية، حيث يلتقى كلا من البائع والمشتري من خلال شبكة الأنترنت، إضافة إلى إلغاء التعامل الورقي في إجراء وتنفيذ المعاملات، وبذلك تصبح الرسالة الإلكترونية هي السند القانوني في حالة حدوث أي نزاع بين طرفي العملية التجارية، كذلك إمكانية التأثير المباشر على أنظمة الحاسبات بالشركة من خلال ما يسمى بالتبادل الإلكتروني للبيانات والوثائق، وهو ما يعد في الحقيقة طفرة هائلة تحقق إنسياب البيانات والمعلومات بين الجهات المشتركة في الصفقة التجارية بكفاءة وفاعلية، وكذا إمكانية التفاعل مع أكثر من مصدر في الوقت نفسه، حيث يستطيع أحد أطراف التعامل إرسال الرسائل الإلكترونية إلى عدد لا نهائي من المستفيدين. (سعدية، 2020)

ثالثا: عوائق ومخاطر تطبيق التجارة الإلكترونية:

إن القرار بتبني التجارة الإلكترونية في دول العالم الثالث منوط بالكثير من العقبات والعوائق، إن من حيث استعداد الزبون لتقبله وتمكنه من آلياتها ووعيه بمزاياها، أو من حيث المشاكل القانونية التي تكتنفها، فثمة دول تفتقر لأهمّ التشريعات المؤطرة للرقمنة بالرغم من اقتنائها واسترادها لبرامجها، خاصة دول العالم الثالث، وقد تحتوي قوانين تتعلق بالتجارة الإلكترونية ولكنها تختلف من قطر لآخر، فما قد يسمح به في دولة ما نجده محضورا في دولة أخرى، ناهيك عن مسألة الأمن والخوف من السرقة أو الإحتيال وهشاشة البنية التحتية للاتصالات والأجهزة والقدرة على التأقلم مع البرامج المتطورة للحاسوب وتدفق الأنترنت بالنسبة للزبائن والشركات وندرة رأس المال البشري المتخصص ذو الخبرة والكفاءة الفنية لإدارة وتصميم المواقع ومتابعتها. (يوسف، 2017، الصفحات 188-190 بتصرف) إن استخدام التجارة الإلكترونية يتضمن عدة مخاطر، أهمها: (هوري .، 2010) (العوضي، العوامل المؤثرة في التسويق والتجارة الإلكترونية، 2010، الصفحات 188-190 بتصرف):

1- المخاطر القانونية:

يصطدم التعامل الإلكتروني بالنصوص التشريعية التي تمت صياغتها على أساس حريات التعامل باستخدام الورق (الكتابة) وضرورة التوقيع بوسائل بدائية (كالختم والبصمة)، ولهذا فإن الانتقال من مرحلة التعامل الورقي إلى الإلكتروني دون تهيئة بيئة قانونية بكوادرها البشرية لتحقيق المعاملات الإلكترونية وحماية الحقوق المتولدة من هذه التجارة وإثباتها لسوف يجري في فراغ قانوني يهدد حقوق المتعاملين ويقلل فرص الاستفادة من استخدام التطور التكنولوجي.

2- مخاطر التوثيق الإلكتروني:

تعتبر هذه المشكلة من التحديات الكبيرة للتجارة الإلكترونية، حيث يتطلب الأمر إثبات أن الطرفين المتعاملين في عقد صفقة معينة هما نفسهما بالفعل اللذان قاما بذلك عبر شبكة الإنترنت.

ولعلاج هذه المخاطر لجأت بعض الدول المتقدمة إلى معدات وأنظمة الإنترنت الخاصة بنظم الكتابة بالشفرة وكلمة السر والتوقيع الرقمي، حتى لا تسرق الرسالة أو تعدل وهي في مسيرتها الإلكترونية عبر شبكة الإنترنت، وللتأكد من أن المرسل والمستقبل هما نفسهما المتعاملان في عقد الصفقة التجارية او الخدماتية.

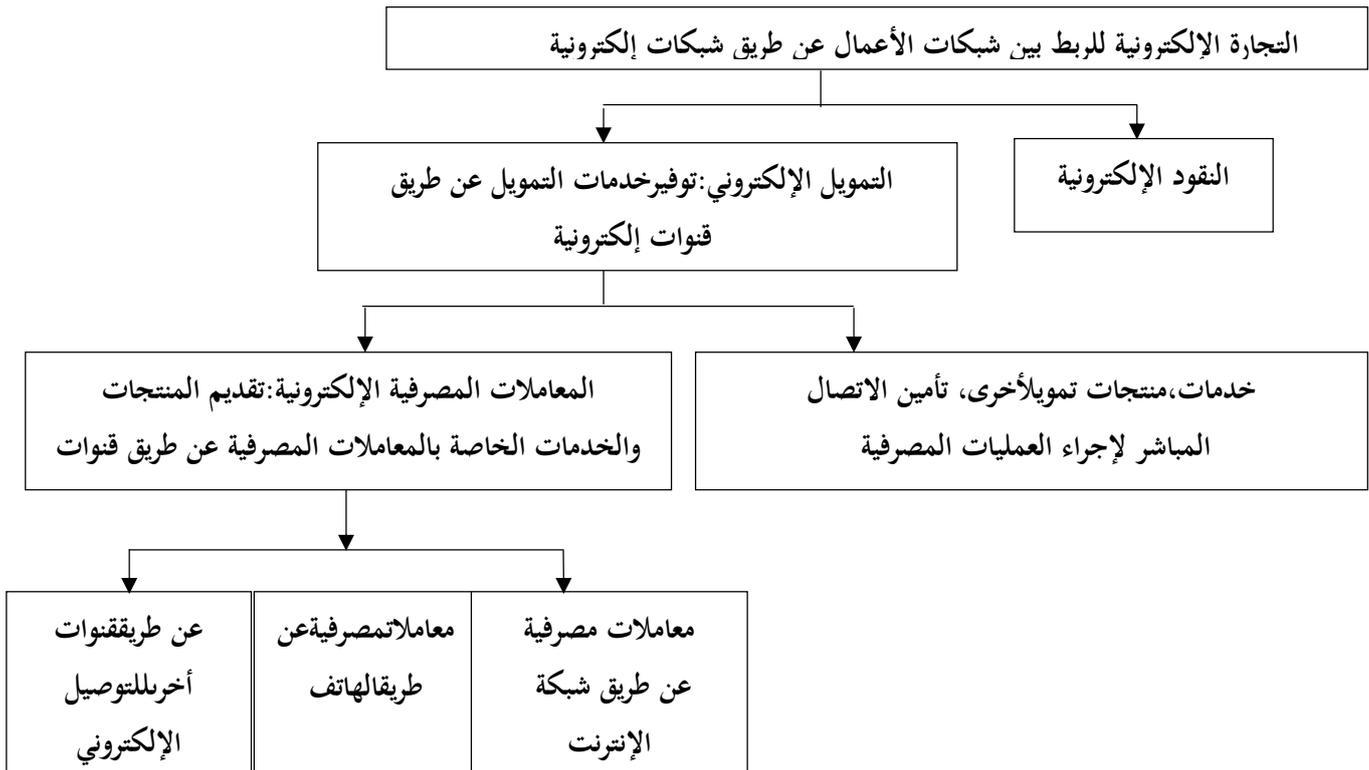
3 - مخاطر عدم القدرة على حماية العناوين المسجلة على شبكة الإنترنت:

حيث ينتحل البعض أسماء وعناوين الشركات الكبرى، وعلاج هذه المشكلة يحتاج إلى تعاون دولي لوضع إتفاقية تسمح بإمتداد نطاق حماية العلامات التجارية إلى أسماء وعناوين شبكة الإنترنت أيضا.

رابعا: التجارة الإلكترونية في البنوك التجارية الجزائرية.

البنوك الإلكترونية ما هي إلا وسيلة إلكترونية لنقل المنتجات والخدمات البنكية التقليدية والحديثة مباشرة إلى العملاء عبر الأنترنت، وهي بذلك تمكنهم من الوصول لحساباتهم وإجراء العمليات والحصول على المعلومات دون التنقل بين فروع البنك، وهو ما يوضحه الشكل التالي:

الشكل 1: المعاملات المصرفية الإلكترونية



المصدر: صالح نسوري وأندريا شاينتر: تحديات المعاملات المصرفية الإلكترونية، مجلة التمويل والتنمية، صندوق النقد الدولي، العدد الثالث، سبتمبر: 2002، ص 48.

1- واقع التجارة الإلكترونية في البنوك الجزائرية (Boudi abdessamed, 2020, pp. 185-209):

رغم التطور الكبير والسريع الذي شهدته الجزائر خلال السنوات الأخيرة في إستخدام التكنولوجيات الحديثة، إلا أن ذلك لم ينعكس على كل مناحي الحياة اليومية للجزائريين، ومنها المعاملات التجارية التي ما فتئت تحتكم في كثير من الأحيان إلى الأنماط التجارية التقليدية، في ظل حضور محتشم للمعاملات الإلكترونية التي تختصر وتسهل المعاملات التجارية، فبعد أكثر من عقد من بدء الحديث عن الشروع في تطوير نظم الدفع الإلكتروني، مازالت التعاملات النقدية هي سيدة الموقف، ورغم المحاولات الحثيثة للإستفادة من الأنترنت في عالم التجارة والتجارب العديدة التي ظهرت في هذا المجال، إلا أن التسويق الإلكتروني واقتناء السلع بكبسة زر مازال بالنسبة لغالبية الجزائريين مجرد حلم قد لا يتحقق غدا.

2- آليات تطبيق التجارة الإلكترونية في البنوك الجزائرية.

من أجل تطوير التجارة الإلكترونية في البنوك الجزائرية يعول على اتباع مجموعة من الطرق نوجزها فيما يلي (العوضي، العوامل المؤثرة في التسويق والتجارة الإلكترونية، 2010، الصفحات 179-180 بتصرف):

1-2/ السبل التشريعية: بناء نظم تشريعية وتنظيمية تحكم التجارة الإلكترونية مع دعم البيئة اللازمة لها بإدخال تعديلات على التشريعات القائمة، بشكل يجعلها أكثر إستجابة لمتطلبات التجارة الإلكترونية أو إصدار تشريع مختص ليقوم بتنظيم هذه التجارة البنكية الإلكترونية من مختلف جوانبها إنطلاقاً من إنشاء المواقع على شبكات الإتصال الإلكتروني وإثباته إلى إجراءات تأمينها و نظم سداد المدفوعات.

2-2/ السبل التكوينية: إن إتماد التجارة الإلكترونية في أية دولة يجب أن يقوم بواسطة إطارات مختصة في التكنولوجيا الإلكترونية، وخاصة الإعلام الآلي بكل توابعه.

2-3/ السبل الإقتصادية: عن طريق حوصصة قطاعات الإتصال وفتح أبواب المنافسة بغرض تخفيض تكلفة إستخدام الأنترنت مما يساهم في إنتشار الثقافة الإلكترونية، وكذلك تخفيض الرسوم الجمركية على تكنولوجيا المعلومات المستوردة، وتحديث أساليب الدفع الإلكتروني وإنشاء الشبكات المصرفية الإلكترونية.

خامساً: عوائق تطبيق التجارة الإلكترونية في البنوك الجزائرية.

يجمع عدد من الخبراء والمختصين على أن مشكلات الدفع الإلكتروني في الجزائر تمثل العائق الأكبر الذي يواجه البنوك، فهناك من يرى أن التجارة الإلكترونية لن تصبح واقعا ملموسا ما لم تتكيف البنوك مع التطورات التكنولوجية التي يشهدها العالم حاليا، ولكن ومع التطورات التكنولوجية والحدثة التي تشهدها البنوك الجزائرية فإن العائق الأساسي أمام تطبيق التجارة الإلكترونية هو عدم تقبل المواطن الجزائري للتطورات البنكية أو قد يستغرق وقتا طويلا نسبيا للتعود على الأمر وتقبله، وقد يرجع الأمر كذلك إلى جهله الكامل بطرق استخدامها أو للتكاليف المترتبة عن إستعمالها.

المحور الثاني: مدخل تشخيص البنوك الجزائرية.

تعد البنوك من أهم الأدوات المالية في تيسير دفة الحياة الاقتصادية والإجتماعية في مجتمعات اليوم، فالأنشطة التجارية والصناعية والخدمية لا يمكن ممارستها في عصرنا دون وجود مؤسسات تلقي على عاتقها استقبال الأموال وحفظها وتنميتها وإستثمارها وتمويل من يحتاج إليها، وبث الطمأنينة لدى الأفراد والمنظمات لتقتهم في التعامل معها. (المغربي، 2009، صفحة 15)

فهي منشآت مالية تنصب عملياتها الرئيسية على تجميع النقود الفائضة على حاجيات الجمهور أو منشآت الأعمال أو الدولة لغرض إقراضها للآخرين وفق أسس معينة أو استثمارها في أوراق مالية محددة (القزويني، 2008، صفحة 25)، وقد تطوّر نشاطها اليوم في كثير من الدول كوسائط مالية بين مجموعتين رئيسيتين من العملاء، المجموعة الأولى لديها فائض من الأموال وتحتاج إلى الحفاظ عليها وتنميتها، والمجموعة الثانية هي مجموعة من العملاء تحتاج إلى أموال لأغراض أهمها الاستثمار أو التشغيل أو كلاهما (الصيرفي، 2002، صفحة 13)

وقد تطور الأداء المصرفي في الآونة الاخيرة لحد تجاوز إطار البنوك التجارية إلى البنوك المتخصصة، وهي مؤسسات أوهيئات اعتبارية أنشأت لأغراض خاصة هدفها منح القروض وتطوير قطاع عميندا لادولة،

ويمكن تعريفها أيضا بأنها تلك التي تقوم بعمليات مصرفية تخدم نوعا محددا من النشاط الاقتصادي وبالتالي يمكن قبول الودائع تحت الطلب من أنشطتها الرئيسية، ولبنوك المتخصة أنواعا متعددة، فكل بنك يصنف حسب القطاع الذي يمولها والذي أنشأ من أجله.

أولا: بنك الفلاحة و التنمية الريفية (نموذج للبنوك المتخصصة)

عرفت المنظومة المصرفية الجزائرية سلسلة من الإصلاحات أثمرت ميلاد بنوك؛ كان لها دور في تفعيل المهنة المصرفية، منها بنك الفلاحة والتنمية الريفية الذي عرف النور بعد إعادة هيكلة البنك الوطني الجزائري الذي تم إنشاؤه بموجب قانون 178-66 الصادر في 03 جوان 1966 وكان مكلفا بتمويل عدة قطاعات اقتصادية تتمثل في قطاع التجارة الخارجية، ومختلف قطاعات الاقتصاد الزراعي، ونظرا للأهمية البالغة التي تكتسبها الفلاحة الجزائرية فتطورها يعتبر خطوة هامة للدولة وللإقتصاد الفلاحي (الريفية ا.، 2016/04/05) وبموجب المرسوم 82-106 الصادر في 07 جمادى الأولى 1402 هـ الموافق لـ 13 مارس 1982 تم إنشاء بنك الفلاحة والتنمية الريفية، حيث نشر القرار في الجريدة الرسمية رقم 11 في 16 مارس 1982 وحدد قانونه الأساسي، وقد ظهر هذا البنك في تلك الفترة لسببين رئيسيين هما:

- الرغبة في تدعيم المشاريع الفلاحية بهدف زيادة مردوديتها ومنه تحقيق الأمن الغذائي للبلاد ورفع المستوى المعيشي لسكان الأرياف وتحسين ظروف حياتهم.
- الظروف الاقتصادية التي أدت إلى نشوء هذا البنك من أجل رفع حصة المنتجات الزراعية في مجال الإنتاج الوطني وتنمية الوعي ببناء السدود وحفر الآبار، وزيادة المساحات الصالحة للزراعة واستصلاح أراضي جديدة.

ولقد ضم بنك الفلاحة والتنمية الريفية في قائمة البنوك المتخصصة للتكفل بتمويل احتياجات القطاع الفلاحي وكذا تمويل مختلف النشاطات المتمثلة في بناء السدود والمؤسسات الفلاحية والصناعية المرتبطة مباشرة بقطاع الفلاحة وكذا مختلف التنظيمات الفلاحية، إضافة إلى قطاع الصيد البحري وتنظيم الغابات وتمويل كل المشاريع التي تساهم في تنمية الأرياف.

1- التعريف ببنك الفلاحة والتنمية الريفية

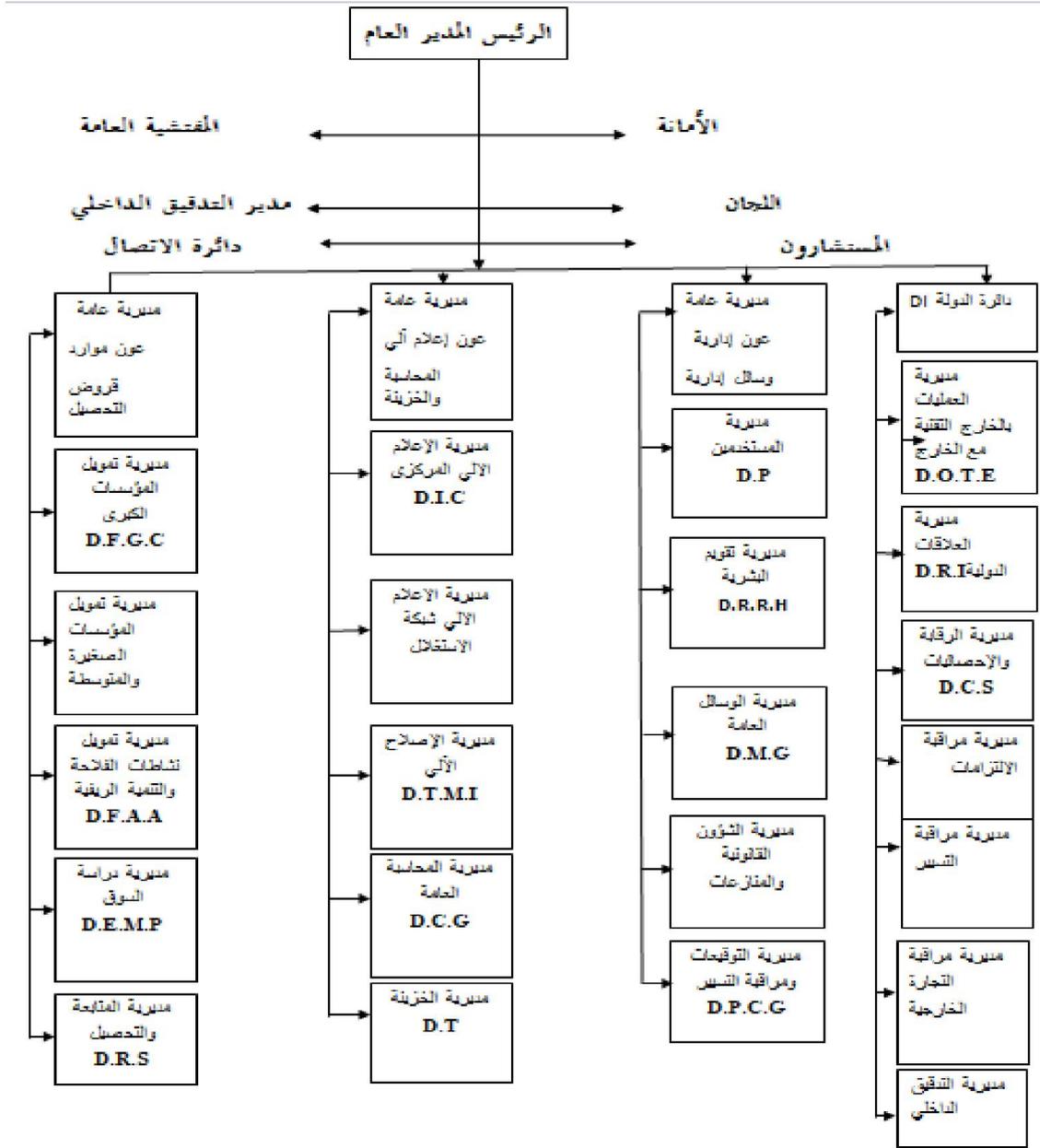
هو هيئة عمومية اقتصادية تتمتع بالشخصية المعنوية وكذا الاستقلال في التسيير، مهمته تطوير القطاع الفلاحي وترقية عالم الأرياف، إضافة إلى اهتمامه بتمويل مختلف القطاعات الاقتصادية.

كما يعتبر البنك صاحب أكبر شبكة بنكية في الجزائر بالمقارنة مع الهيئات الأخرى، في بداية الأمر تكون البنك من 140 وكالة متنازل عنها من طرف البنك الوطني الجزائري وأصبح يحتضن حاليا 326 وكالة و31 مديرية عامة (حليلية، 2011، صفحة 194)، ويضم حوالي 7000 موظف على مستوى الهياكل المركزية والجهوية وكذا المحلية، كما يعتبر الآن شركة مساهمة ذات رأس مال قدره 33 مليار دينار جزائري، مقرها الرئيسي 17 شارع العقيد عميروش الجزائر العاصمة. (زيدان، 2008، صفحة 55)

ونظرا لكثافة نشاطه ومستواه فقد صنف بنك الفلاحة والتنمية الريفية من قبل قاموس مجلة البنوك (Bankers Almanac) لطبعة 2002 في المركز الأول في الجزائر و668 عالميا من أصل 4100 بنك. (ALMANAC, 2002)

2- الهيكل التنظيمي لبنك الفلاحة و التنمية الريفية:

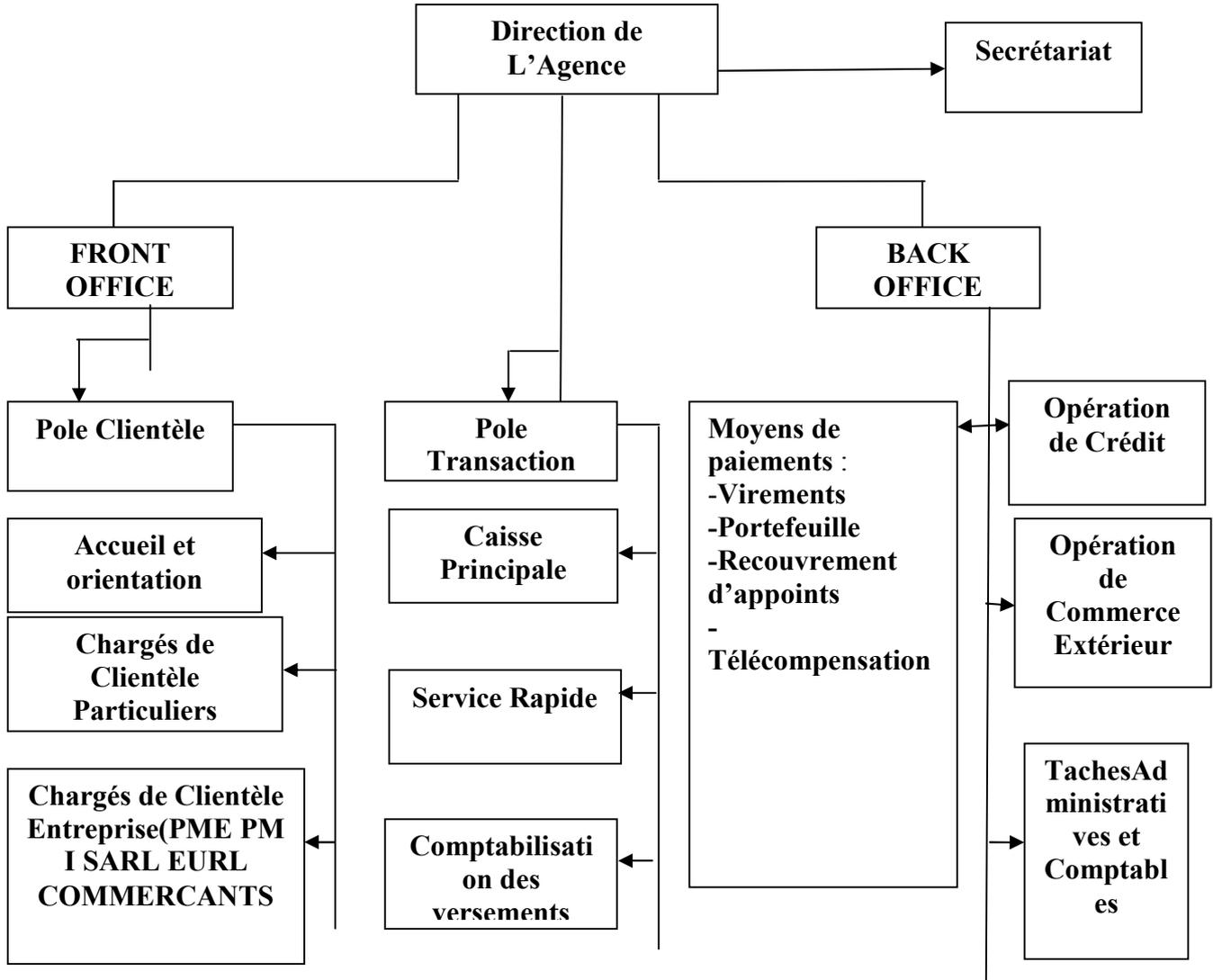
الشكل 2: الهيكل التنظيمي لبنك الفلاحة والتنمية الريفية (BADR)



المصدر: وثائق مقدمة من طرف بنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة تيسمسيلت.

أما وكالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية بولاية تيسمسيلت، فقد أنشئت يوم 13/03/1982 كوكالة تابعة لإداريا لبنك الفلاحة و التنمية الريفية لولاية تيارت، يقع مقرها بحي 119 سكن بوسط مدينة تيسمسيلت

الشكل 3: الهيكل التجاري لبنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة -تيسمسيلت- (OCA)



المصدر: وثائق مقدمة من طرف بنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة تيسمسيلت.

- من خلال الهيكل السابق نجد أن البنك له ثلاثة واجهات رئيسية، كل واجهة تحتوي على عدد من المصالح نستعرضها كالتالي:
- 1-2/ الواجهة الأمامية (FRONT OFFICE): يكون فيها التعامل مباشرة مع الزبائن حيث تضم: المكلفة باستقبال الزبائن والاستعلام والتوجيه، المكلفة بالزبائن الخواص، والمكلفة بالزبائن الخاصة بالمؤسسات والتجار والشركات والمؤسسات المصغرة.
- 2-2/ واجهة المعاملات (POLE TRANSACTION): هي مصلحة حديثة نسبيا على مستوى البنك تضم كلا منالصندوق، الشباك السريع الذي تنشط على مستواه عمليتي سحب وإيداع الأموال، وبصدد التحضير لمصلحة المحاسبة وإنشائها.
- 2-3/ الواجهة الخلفية (BACK OFFICE): يتم التعامل فيها بصورة غير مباشرة مع الزبائن ويتم على مستواها عمليات القروض، عمليات التجارة الخارجية، والإدارة والمحاسبة.
- 3- أسس و أهداف بنك الفلاحة و التنمية الريفية (BADR).

يركز البنك تمويله فيالانشاطات ذات الصلة بالمحاور التالية:

- الفلاحة و النشاطات التابعة لها.
- الصيد البحري و تربية المائيات و النشاطات التابعة لها.
- صناعة العتاد الفلاحي.
- الصناعات الغذائية الفلاحية.
- تسويق و توزيع المنتجات المتعلقة بالنشاطات الإستراتيجية.
- تنمية العالم الريفي خاصة
- تشجيع نشاطات الحرفيين الصغار
- السكن الريفي.
- المشاريع الإقتصادية المجاورة.
- مشاريع الري الصغيرة.
- صناعة السروج و الأدوات الجلدية.
- صناعة الخشب و المنتجات الخشبية و الفلين و المواد الخيزرائية.

كما وتسعى وكالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية لولاية تيسمسيلت جاهدة لبلوغ الأهداف المسطرة والمتمثلة في النقاط التالية:

- جمع مصادر التمويل والكيفية الجيدة لإستغلالها.
- التعريف بالمنتجات البنكية وبيع أكبر قدر ممكن.
- الحفاظ على السيولة.
- تقليص نسبة المخاطرة البنكية في تقديم القروض.
- تطوير القطاع المصرفي بإستعمال الوسائل الإلكترونية.

المحور الثالث: آليات النشاط الرقمي لبنك الفلاحة والتنمية الريفية:

يعتمد بنك البدر في نشاطاته اليومية على برنامج (LOGICIEL) يدعى (SYBU)، كما أن الهدف الرئيسي لبنك الفلاحة والتنمية الريفية هو تلبية رغبة الزبون والوصول إلى رضا العملاء، أيضا محاولة إيصال مختلف التكنولوجيات الحديثة إلى مختلف شرائح المجتمع وتعريفهم بكل المنتجات الجديدة من أجل الإستغلال الأمثل للشبكة المعلوماتية المتطورة على مستوى البنك. (khnifsa, 2007)

أولا: الخدمات الرقمية المقدمة في بنك الفلاحة والتنمية الريفية:

يعرض بنك الفلاحة والتنمية الريفية عدة خدمات لزبائنه انطلاقا من إتاحة فتح حساب بنكي لدى المؤسسة بتقديم وثائق تختلف حسب حالة الزبون من العادي إلى التجاري والمؤسسي أو الأطفال، بعد تقديم الوثائق اللازمة؛ يقدم للزبون بطاقة تعتبر كدليل يمكنه إستعراضها عند أي إجراء يقوم به؛ كسحب، تحويل، أو تفقد الرصيد تسمى بـ (RIB) تحتوي رقم الحساب المتكون من عشرين رقما وهو خاص بكل زبون.

إن الخدمات المتمثلة في تقديم القروض، البطاقات الذكية (البطاقة الذهبية، البطاقة العادية وبطاقة توفير) إضافة إلى سحب أو إيداع الأموال أو الودائع ومختلف الخدمات الجانبية المقترحة إلكترونياً عبر الموقع الإلكتروني لبنك بدر، كشف الحساب، ومعرفة الرصيد وحتى تحويل الأموال لجذب أكبر قدر ممكن من الزبائن، حيث يعتبر بنك الفلاحة والتنمية الريفية رائداً على المستوى الوطني في استعمال التكنولوجيا الحديثة ومواكبة التطورات العالمية. (هوارى خ.، 2017، صفحة 111).

وقد اقترح بنك الفلاحة والتنمية الريفية في الفترة الأخيرة بطاقته البنكية الدولية الجديدة (ماستر كارد) تيتانيوم، وإتاحة استعمالها في شراء السلع والخدمات السياحية، وذلك عن طريق استعمال التطبيق (MasterCard Buy 1 Get 1) وإتاحة التطبيق (Careem) للاستفادة من تخفيضات التنقل إلى منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا، وتسهيل عمليات السحب من الموزعات الآلية (DAB) والشبائيك الآلية (GAB) خارج الوطن والتي تحمل شعار ماستر كارد، وكذلك تسهيل عمليات تسديد المشتريات من خلال البطاقات البنكية لاجهزة الدفع الإلكتروني (TPE) وتوفير ولوج دائم ومؤمن إلى أموال الزبائن في الخارج على مدار الساعة، حيث يؤمن بروتوكول الدفع الآمن (3D Secure) عمليات الدفع الإلكتروني بفضل تقنية البطاقة البنكية الذكية (EMV) (الريفية 1، 2021)

الشكل 4: البطاقة البنكية الدولية تيتانيوم
الشكل 5: البطاقة البنكية الدولية الكلاسيكية



المصدر: الصفحة الرسمية لبنك الفلاحة والتنمية الريفية، تاريخ 2021/05/22

ثانياً: مستوى تطبيق التجارة الإلكترونية في بنك الفلاحة والتنمية الريفية - وكالة تيسمسيلت.
تشهد الخدمات الإلكترونية في بنك الفلاحة والتنمية الريفية قدراً كبيراً من التطور، مما حقق الكثير من الضغط على الشبائيك التقليدية في مجال السحب، خاصة بعد توسيع منح البطاقة (la carte Inter Bancaire-CIB).
كذلك توفير الخدمات عبر الموقع الإلكتروني للبنك وما يسهل الأمر أكثر هو التعاون بين مختلف البنوك في إطار البطاقات الذكية حيث تمكن سحب مبلغ ببطاقة ذكية من البدر في صراف آلي خاص ببنك التنمية المحلية BDL أو البنك الوطني الجزائري BNA.
إن الخدمات الإلكترونية المقدمة من طرف بنك الفلاحة والتنمية الريفية والتميز بكفائتها ونوعيتها تجذب المستهلك أو الزبون الجزائري عامة وعملاء البنك من ولاية تيسمسيلت بصفة خاصة، إذ وبالرغم من أن للبنك جمهور واسع من الشيوخ إلا أنهم لا يتوانون عن طلب البطاقة الذكية ومحاوله كشف الحساب عن طريق الموقع الإلكتروني وبكبسة زر بدل تحمل عناء التنقل للبنك، وبفعالية كبيرة؛ إضافة إلى خطة الحماية المطبقة من طرف السلطات في حماية زبائن البنوك من الإختلاس الإلكتروني، والسرية التامة التي تحظى بها كل معاملاتها التجارية حيث نجد برنامجاً خاصاً ببنك الفلاحة والتنمية الريفية (OUTLOOK)، يُمكنك من تسليم وإستلام وتبادل معلومات ومستندات لكل مؤسسات ووكالات بنك البدر على مستوى القطر.

ثالثاً: البطاقة الذكية لبنك الفلاحة والتنمية الريفية.

تمنح هذه البطاقة بطلب من الزبون الوفي الموثوق فيه، حيث يسعى البنك لبيع أكبر عدد ممكن من البطاقات الإلكترونية بإلزام الزبون ملاً اتفاقية التاجر للحصول على نظام الدفع عبر البطاقة الإلكترونية، تحوي الإتفاقية كل المعلومات الخاصة بالزبون إضافة إلى شروط الحصول على البطاقة البنكية.

البطاقة الذكية لبنك الفلاحة والتنمية الريفية تعتبر ورقة نقدية حديثة، تحتوي على شريحة سيم (sim) وشريط ممغنط، تعرف أيضا ببطاقة CIB، حيث يملك بنك البدر ثلاثة أنواع من البطاقة الذكية:

- بطاقة السحب: مهمتها سحب الأموال المودعة في البنك، تتراوح قيمة المبلغ المسحوب بين 5000.00 دج و50000.00 دج للتجار و5000.00 دج و10000.00 دج للموظفين، هذه المبالغ خاضعة للتغيير.
- بطاقة الدفع: تختص بدفع قيمة المشتريات عبر جهاز خاص يتواجد حاليا لدى عدد من تجار ولاية تيسمسيلت.
- بطاقة توفير.
- البطاقة الفضية والذهبية.
- كما قد تم إضافة البطاقة الذكية الممغنطة مزودة بشريحة سيم (Mégration en carte a puces) كبطاقة حديثة أكثر تطورا وأكثر أمانا.

إن وجود بطاقة ذكية بجوزتك هي تعني إجراء المعاملات البنكية دون تنقل، وتسريع عمليات السحب والدفع النقديين، وتسهيل الدخول إلى الحساب البنكي عبر كامل شبكة بدر بنك وتسديد المشتريات ولو بدون سيولة، وتزويد حساب الادخار عن بعد، حيث يتيح البنك(الريفية ا.، 2021):

- بطاقة الدفع الذهبية بين البنوك (CIB)
- البطاقات البنكية القابلة للشحن (CBR)
- بطاقة بدر توفير مرتبطة بحساب التوفير (LEB) أو دفتر التوفير للفلاح (LEF)

رابعا: طرق حماية الزبائن من الإختلاس الإلكتروني في بنك الفلاحة و التنمية الريفية.

إن حماية زبائن بنك الفلاحة والتنمية الريفية هو إستراتيجية مهمة مطبقة من قبل السلطات الوصية على بنك البدر بالجزائر، إذ لحد اللحظة لم يتم ملاحظة أي عملية إختلاس إلكتروني أو أي تسريب للمعلومات السرية سواء من الموزعات الآلية أو عبر الموقع الإلكتروني الخاص بالبنك، ما يجعل زبائن البنك في أريحية تامة ورضا كامل عن جودة الخدمات المقدمة في البنك.

خاتمة:

تسعى البنوك الجزائرية جاهدة للحاق بالركب العالمي للتطورات التكنولوجية وتعظيم الإستفادة من التقنيات الحديثة، غير أنها لم تستطع لحد الساعة تسخير هذه التقنيات بشكل فعال وتعزيز إستخدامها في النشاط التجاري، فمعدلات إنتشار التجارة الإلكترونية في البنوك الجزائرية تبقى متواضعة نسبيا وبعيدة كثيرا عن مستوى الأداء عالميا، ومرد ذلك راجع إلى الصعوبات الكثيرة التي تعرقل نموها وتطبيقها، بالرغم من ذلك تتوهج الطموحات لتطوير الإدارة الإلكترونية على مستوى هيكل الدولة، وذلك بتركيز الجهود لإيجاد الأدوات والآليات الكفيلة بتنفيذ النشاط الرقمي وتوفير البيئة الملائمة لتوسيع إستخدام التجارة الإلكترونية في البنوك الجزائرية كنموذج لذلك، هكذا خلصنا إلى النتائج التالية:

- رغم تعدد وسائل تكنولوجيا الإعلام والإنصال إلا أن شبكة الأنترنت برزت كركيزة أساسية لتطوير التجارة الإلكترونية في البنوك، فقد ساعدت خدمات الشبكة المعلوماتية التعاملات التجارية بين المستخدمين والعملاء في أقصر وقت ممكن و بأقل تكلفة .
- تنامي الإهتمام بتطبيقات التجارة الإلكترونية وزيادة معدلات استخدامها بصورة أساسية في مختلف البنوك الجزائرية.
- عدم إنتشار الوعي الكافي بأهمية التجارة الإلكتروني في البنوك التجارية والأفراد وعدم إيلائها الأهمية الكافية لتطويرها من طرف السلطات الوصية.
- عدم توفر التحفيز الكافي للبنوك من أجل تبني سياسة التجارة الإلكترونية وبطء تقبل المواطن لكل ما هو جديد.(هوارى، 2017، صفحة 130)

من خلال نتائج الدراسة يمكننا إلى حد بعيد إختبار مدى صحة الفرضيات المفترضة:

- **H1** / التجارة الإلكترونية ضرورة حتمية لبناء الاقتصاد الرقمي؛ (فرضية صحيحة) وهي أثبتته التجارب الرائدة في تطوير الرقمنة عن طريق تسريع عملية المبادلات زمنكانيا وبأقل تكلفة.
- **H2** / التجارة الإلكترونية مستقبل واعد لاستعاب الطاقات الشبابية؛ (فرضية صحيحة)، من حيث توسيع مفهوم سوق المبادلات إلى العالم افتراضي وشموليته لشرائح واسعة من الشباب لتطوير أفكارهم وإبداعاتهم الفكرية والتقنية.
- **H3** / البنوك الجزائرية متخلفة عالميا في تطوير نشاطات الدفع الإلكتروني؛ (فرضية صحيحة)، وهو ما أثبتته دراسة نموذج له زيادة وسط هذه البنوك، وقصوره على أداء إلكتروني محتشم.

توصيات:

- تشجيع النظام المصرفي على لعب دور أساسي في التجارة الإلكترونية من خلال تطوير التعامل الإلكتروني وتعميم وسائل الدفع الإلكتروني باعتبارها أول خطوة لتبني هذه التجارة، مع الحفاظ على حقوق مختلف الأطراف.
- الإقتداء بالتجارب الناجحة لهذه التجارة وإستخلاص الدروس منها، إضافة إلى التعاون على التفاعل الإيجابي معها.
- تحويل التجارة البنكية من الشكل التقليدي إلى الشكل الإلكتروني وتوعية الزبائن على ذلك بمساهمة مختلف الأطراف الفاعلة.
- تسخير الإمكانيات الضرورية واللازمة للإنتقال بالبنوك الجزائرية الإلكترونية إلى واقع ملموس.
- دعم الإستعداد الإلكتروني لمستخدمي البنوك و تشجيعهم على التحول إلى التجارة الإلكترونية وذلك باتباعها لمختلف الأساليب من بينها الإعلانات الإعلامية المرسحة لثقافة التسوق عبر الأنترنت وتوفير برامج وورشات

تدريبية للأفراد والموظفين، إضافة إلى وجوب تحديث البرامج التعليمية بغية تأهيل الكفاءات للتعاطي مع تحديات التجارة الإلكترونية.

- محاولة إنشاء قاعدة بيانات مغاربية أو عربية تساعد المواطن المغربي أو العربي أثناء حله و تحاله.

قائمة المراجع:

ALMANAC, B. (2002).

Boudi abdessamed, A. K. (2020). The Problem of electronic banking in the light of electronic commerce of Algerian banks. *Revue de L'innovation et marketing*, 7(1), pp. 185-209.

khnifsa, A. (2007, 10 31). *la Badr lance ses services, les archives de 2004*. Récupéré sur www.ebanking.badr.dz.

أحمد عبد الله العوضي. (2010). العوامل المؤثرة في التسويق والتجارة الإلكترونية. *مجلة الاقتصاد والمجتمع* (06).

أحمد عبد الله العوضي. (2010). العوامل المؤثرة في التسويق والتجارة الإلكترونية. *مجلة الاقتصاد والمجتمع* (06)، الصفحات 179-180 بتصرف. الأخصر عزي، خيثر هواري. (01-04 جوان، 2010). إنعكاسات التجارة الإلكترونية على أداء الإدارة المصرفية- تحليل الحالة الجزائرية. *المؤتمر العالمي الأول للإدارة الإلكترونية*.

الأخصر عزي، خيثر هواري. (2017). محاولة تحليل انعكاسات التجارة الإلكترونية على أداء الإدارة المصرفية (الحالة الجزائرية. *مجلة اقتصاديات شمال افريقيا*، 01(16).

الصفحة الرسمية لبنك الفلاحة والتنمية الريفية. (12 05 2021). *بنك الفلاحة والتنمية الريفية*. تم الاسترداد من <https://badrbanque.dz>.

الموقع الإلكتروني لبنك الفلاحة والتنمية الريفية. (05/04/2016). تم الاسترداد من (www.badr-bank.net).

بن عزة محمد أمين، زوهري جليلية. (ماي، 2011). واقع المصارف الجزائرية في تطبيق نظام الدفع الإلكتروني، دراسة حالة لبنك الفلاحة والتنمية الريفية. *مجلة الاقتصاد الجديد* (03)، صفحة 194.

خضر مصباح الطيبي. (2008). *التجارة الإلكترونية من منظور تقني وتجاري وإداري*. عمان، الأردن: دار الحامد.

خيثر هواري. (2017). *إشكالية تمويل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في ظل إصلاحات المنظومة المصرفية (حالة الجزائر)*. جامعة تلمسان : أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه العلوم.

خيثر هواري، خامت سعدية. (2020). مساهمة التسويق الإلكتروني في رفع مستوى القيمة المدركة للزبون لدى المؤسسات الخدمية. *تأليف الملتقى الوطني الأول: تطبيقات الإدارة الإلكترونية وسبل تأمينها في المؤسسات الجزائرية - واقع التطبيق ورهانات المستقبل*. جامعة تيسمسيلت، الجزائر.

شاكر القزويني. (2008). *محاضرات في اقتصاد البنوك*. الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية.

عبد الحميد عبد الفتاح المغربي. (2009). *إدارة المنشآت المتخصصة (البنوك، منشآت التأمين، البورصات)* (الإصدار الطبعة الأولى). مصر: المكتبة العصرية للنشر والتوزيع.

مارتن مولاي زن. (يونيو، 2018). كل ما يمكن أن يقال عن الثورة الرقمية. *مجلة التمويل والتنمية، صندوق النقد الدولي*، الصفحات 4-6.

محمد زيدان. (أكتوبر، 2008). أهمية العنصر البشري ضمن مكونات المزيج التسويقي الموسع في البنوك بالتطبيق على بنك الفلاحة والتنمية الريفية. (15).

محمد عبد الفتاح الصيرفي. (2002). *إدارة البنوك* (الإصدار 01). الأردن: دار المناهج للنشر والتوزيع.

نعيمة يحيوي، مريم يوسف. (جوان، 2017). التجارة الإلكترونية وآثارها على اقتصاديات الأعمال العربية. *المجلة الجزائرية للتنمية الاقتصادية* (العدد 06)، صفحة 184.