



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي و البحث العلمي
جامعة غرداية



كلية العلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير
قسم العلوم التجارية
مذكرة تخرج لاستكمال متطلبات نيل شهادة ليسانس أكاديمي
قسم العلوم التجارية
تخصص : مالية وتجارة دولية

ب عنوان:

واقع التجارة الإلكترونية في البنوك الجزائرية البنك الجزائري الخارجي " ولاية غرداية "

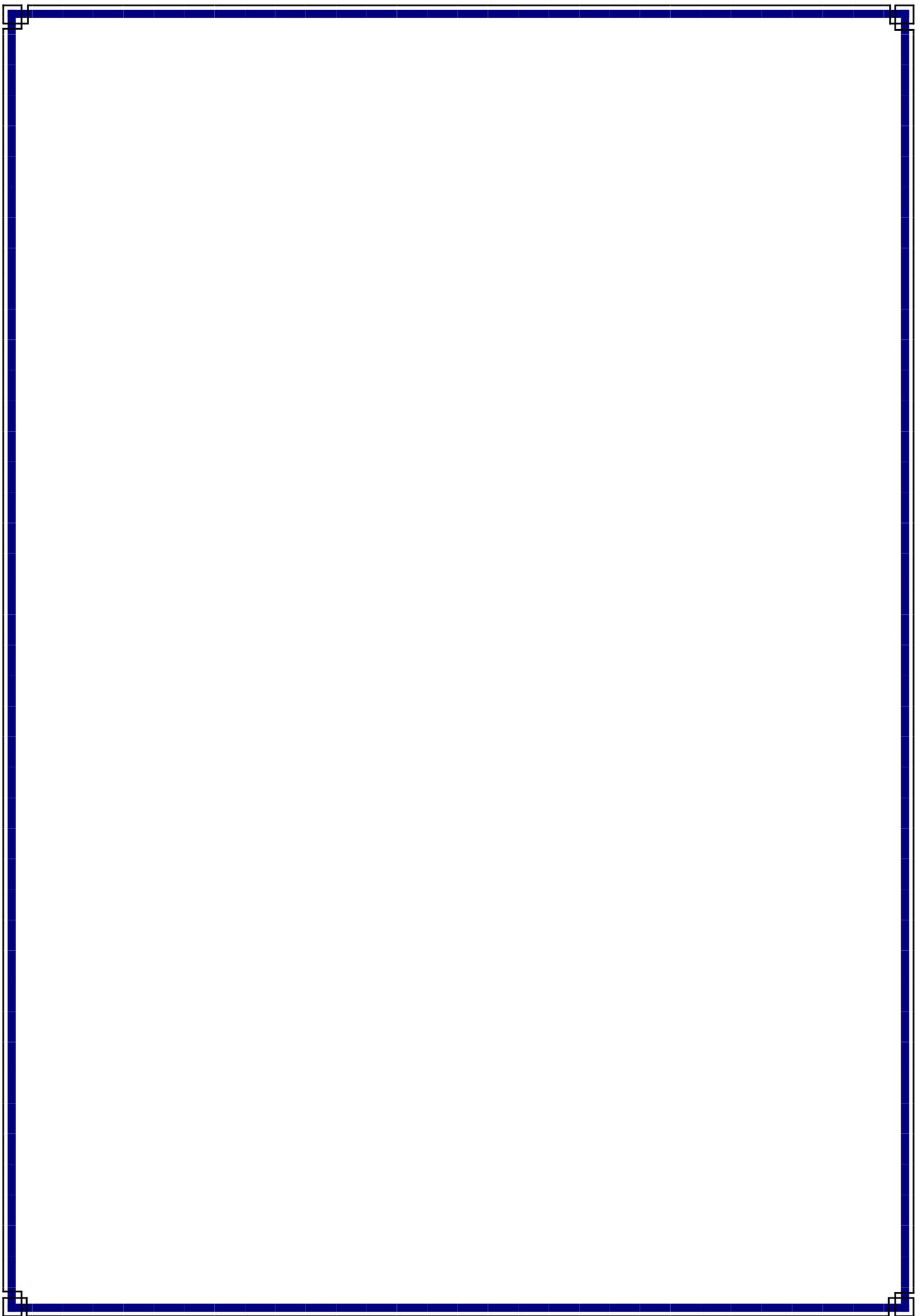
إشراف الأستاذ :

د . د . مراكشي عبد الحميد

إعداد الطالب :

بلبقة بشير

السنة الجامعية : 2024/2023





**La République Algérienne Démocratique et
Populaire**

**Ministère de l'Enseignement Supérieur et
de la Recherche Scientifique**



University of Ghardaia

**Faculté des Sciences Économiques, Commerciales et de Gestion
Département des Sciences Commerciales**

**Mémoire de fin d'études pour compléter les exigences d'obtention d'un
baccalauréat universitaire
Département des Sciences Commerciales
Specialty: International Trade**

Titre :

**Le vrai commerce électronique dans les banques
Algériennes**

Banque Extérieure d'Algérie « Province de Ghardaia »

Prepared by the student:

✍ BELBAGRREA BACHIR

Under the supervision:

✍ ABDEL HAMID MARRAKCHI

Academic year 2021/2022

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

إهداء

بسم الله الرحمن الرحيم و الصلاة و السلام على أشرف خلق الله
محمد رسول الله

أهدي هذا العمل و هذه المذكرة إلى من رباني في صغري و كان
أستاذًا لي في شبابي و سندي في حياتي الى الذي ألهمني و كلل
عزيمتي بالثقة لمواصلة الدراسة.....* **والدي** *

لمن ربنتي و أنارت دربي إلى معنى الحب و الحنان و التفاني
إلى بسمة الحياة إلى من كان دعاؤها سر نجاحي و حنانها بلسم
جراحي.....* **والدتي** *

وإلى أفراد العائلة و جميع أسرتي كل شخص باسمه

الذين عشت معهم الحلوة و المرة.....* **إخوتي** *

كما لا أنسى أن أهديه أيضا الى كل من :

..... أفضل صديقة و أخت في الدرب داخل و خارج

الجامعة و التي تملك قلبا صافيا كيباض الثلج

وإلى*.....* صديقي و أخ لم تلده أمي كان سندا لي في

مسيرتي الجامعية , كما أنا جد ممتن لمنظمة **الإتحاد العام للطلبة**

الجزائريين و نادي **الإبداع للتجارة و التسويق** في توجيهنا و تأطيرنا

طيلة هاته السنوات , كما أشكر جميع **الزملاء** الذين عرفتهم و كل

من قدم لي فائدة و أعانني في حياتي الجامعية , أسأل الله أن يرزقهم

الصحة و العافية و يجعل عملهم في ميزان حسناتهم



كلمة شكر

الحمد لله والصلاة والسلام على أشرف المرسلين سيدنا محمد عليه أزكى الصلاة والتسليم
وعلى آله وصحبه الكرام.

أشكر الله عز وجل الذي وفقني لإتمام هذا العمل، كما لا يفوتني الذكر أن أتقدم
بالشكر الجزيل والتقدير الكبير والعرفان الجميل لأستاذي الكريم

الأستاذ د. مراكشي عبد الحميد

كما أتقدم بكل الشكر وعظيم الامتنان وخالص التقدير إلى كل من:

مدير الجامعة د. بن ساسي إلياس

الأستاذ د. بوداود بومدين

وإلى كل أشاتذة وموظفي جامعة غرداية

فجزاهم الله عني خير

الملخص:

تهدف هذه الدراسة الى تسليط الضوء على واقع التجارة الإلكترونية في تنمية البنوك الجزائرية الخارجية وتطور مفهوم الخدمات المالية من مجرد تنفيذ أعمال عبر خط خاص ومن خلال برمجيات نظام كمبيوتر العميل ، إلى بنك له وجود كامل على الشبكة ويحتوى موقعه كافة البرمجيات اللازمة للأعمال المصرفية ، وفوق ذلك تطور مفهوم العمل المصرفي من أداء خدمات مالية خاصة بحسابات العميل إلى القيام بخدمات المال والاستشارة المالية وخدمات الاستثمار والتجارة والإدارة المالية ... وقد لعبت البنوك الالكترونية أو بنوك الانترنت دورا كبيرا في زيادة حجم التجارة الالكترونية نظرا للتسهيلات التي تقدمها للمتعاملين في مجال تسوية المعاملات حيث تجاوز العديد من الصعوبات ، وبذلك فرضت هذه البنوك نفسها في السوق المصرفية والمحلية والعالمية .

الكلمات المفتاحية : بنوك الكترونية، تجارة الكترونية، برمجيات، خدمات مالية، الشبكة، أعمال مصرفية، المتعاملين، سوق مصرفي، محلية وعالمية،،،،.

Abstract:

This study aims to shed light on the reality of electronic commerce in the development of Algerian foreign banks and the evolution of the concept of financial services from simply carrying out business via a private line and through the client's computer system software, to a bank that has a complete presence on the network and whose website contains all the software necessary for banking, and above that. The concept of banking has evolved from performing financial services related to client accounts to providing financial services, financial advice, investment services, trade, and financial management... Electronic banks or Internet banks have played a major role in increasing the volume of electronic commerce due to the facilities they provide to customers in the field of settling transactions, as it has exceeded Many difficulties, and thus these banks imposed themselves in the banking market, local and global.

The Key words: Electronic banks, electronic commerce, software, financial services, network, banking, dealers, banking market, local and global,,,,,.

قائمة المحتويات

الصفحة	البيان
I	الاهداء.....
II	الشكر.....
III	الملخص.....
IV	قائمة المحتويات.....
أ-ج	المقدمة.....
23-2	الفصل الأول: الإطار المفاهيمي حول التجارة الإلكترونية الدولية
3-14	المبحث الأول: الإطار المفاهيمي حول التجارة الإلكترونية الدولية
8-3	المطلب الأول: نشأة وماهية التجارة الإلكترونية الدولية.
11-8	المطلب الثاني: خصائص وأشكال التجارة الإلكترونية الدولية
22-15	المبحث الثاني: ماهية البنوك الإلكترونية وتطورها التاريخي وأهميتها
19-15	المطلب الأول: مفهوم البنوك الإلكترونية وتطورها التاريخي
20-19	المطلب الثاني: أهمية البنوك الجزائرية وأنواعها
43-25	الفصل الثاني: الإطار التطبيقي لواقع التجارة الإلكترونية في البنك الجزائري بوكالة غرداية
30-26	المبحث الأول: نبذة عن البنك الجزائري الخارجي وهيكلها
27-26	المطلب الأول: نشأة بنك الجزائري الخارجي وكالة غرداية ومهامه
30-28	المطلب الثاني: الهيكل التنظيمي للبنك الجزائري بغرداية
42-31	المبحث الثاني: واقع التجارة الإلكترونية على البنوك الجزائرية الخارجية وأسواقها
35-31	المطلب الأول: واقع التجارة الإلكترونية على البنوك الجزائرية الخارجية
42-36	المطلب الثاني: أنواع أسواق التجارة الإلكترونية للبنك الجزائري الخارجي
	الخاتمة
	المراجع

مقدمة

مقدمة

يشهد العالم اليوم موجة من التغيرات والتطورات المتسارعة، والتي أضفت بآثارها على كل مستويات الاقتصاد جزئية كانت أم كلية ، وعلى مختلف الأصعدة؛ وقد اتفق المختصون على تسميتها بالعولمة، أو الشمولية، وإذا تمعنا في هذه الظاهرة التي هي في تطور مستمر ، خاصة ابتداء من النصف الثاني من القرن 20 ، نجد أن أهم عنصر صنع هذه الخصوصية والتميز فيها هو: تكنولوجيا المعلومات والاتصالات.

لقد أدى التطور التكنولوجي إلى إحداث الكثير من التغيرات والتطورات في مختلف الاقتصادية وقد نتج عن النمو المتسارع لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات أثراً كبيراً سوائاً على مستوى الشركات والمؤسسات من ناحية أشكالها وأدائها وكيفية أو تسويق خدماتها على مستوى الاقتصاديات الوطنية، فقد ساهم التقدم التكنولوجي مساهمة فعالة في دمج و تكامل الأسواق الدولية، حيث تم التغلب على الحواجز المكانية والزمنية بين مختلف الأسواق الوطنية وانخفضت تكلفة الاتصالات السلكية واللاسلكية وهو الأمر الذي كان له الأثر البالغ في زيادة سرعة حركة رؤوس الأموال من سوق إلى آخر.

طرح الإشكالية

أدى انتشار الانترنت وتكنولوجيا الاتصالات إلى ظهور التجارة الإلكترونية الدولية مما جعل الزبائن أكثر دقة وأكثر معرفة بمواقع التسوق الإلكتروني وخدماتها الإلكترونية، حيث يمكن للزبون تصفح مواقع التسوق الإلكتروني للمنظمات المنافسة فأصبح له القدرة على دراسة مواقع التسوق الإلكتروني وخدماتها الإلكترونية الدولية التي تقدمها للزبائن والمقارنة بينهم، وبما أن قرار الشراء للزبون يلعب دوراً مهماً في تحديد نجاح أو فشل التجارة الإلكترونية ويؤثر على حجم الطلب والعرض، وأن الأفراد دائماً يسعون إلى اشباع حاجاتهم ورغباتهم من خلال الحصول على سلع والخدمات. واستناداً الى ذكر سابقاً يمكن اظهار مشكلة الدراسة وهي كالاتي:

إشكالية الدراسة: على ضوء ما سبق تمحورت مشكلة البحث في السؤال الرئيسي التالي :

ما واقع التجارة الإلكترونية في البنوك الجزائرية الخارجية ؟

من أجل معالجة وتحليل هذه المشكلة وبغية الوصول إلى فهم واضح لها، تم طرح الأسئلة الفرعية التالية - :
ماهي الصعوبات التي تواجهها البنوك الجزائرية الخارجية في مواكبة التجارة الإلكترونية؟
فيما ساهمت التجارة الإلكترونية في مجال البنوك الجزائرية الخارجية ؟

أهداف البحث

تهدف هذه الدراسة إلى:

- أ- تحديد ومعرفة طبيعة التجارة الإلكترونية باعتبارها أحد المستجدات الحديثة في عولمة الاقتصاد .
- ب- إبراز واقع التجارة الإلكترونية في البنوك الجزائرية .
- ت- هدفت الدراسة أيضاً إلى التعرف على العوامل القائمة على البنوك الجزائرية
- ث- هدفت أيضاً إلى معرفة العلاقة بين التجارة الإلكترونية الدولية وسلوك التعاملات في البنوك
- ج- معرفة أهم جانب في التجارة الإلكترونية من حيث التسويق وتطوير التقنيات البيع والشراء و إبراز تأثير جديد على البنوك الجزائرية

أهمية الدراسة

تكمن أهمية الدراسة في أن التجارة الإلكترونية أصبحت عاملاً مهم في تطوير اقتصاديات الدول وتعزيز تجارتها الخارجية. وقد أصبحت وسيلة هامة في زيادة القدرة التنافسية من تسويق للمنتجات وتوفير المعلومات والخدمات وتمكين المستهلك من الطلب. وتعود هذه الأهمية المتزايدة لموضوع التجارة الإلكترونية إلى المكانة التي تحتلها في وقتنا الحالي خاصة من حيث الجانب التسويقي الذي يساعد في تسويق المنتج أو الخدمة وتطوير تقنيات البيع التي لها تأثير جديد على البنوك الجزائرية .

الإطار النظري للتجارة الإلكترونية الدولية والبنوك الجزائرية

المبحث الأول: نشأة وماهية التجارة الإلكترونية الدولية

سنحاول من خلال هذا المبحث التعرف على أهم المفاهيم المتعلقة بالجانب النظري، وسنحاول التطرق إلى نشأة التجارة الإلكترونية وكيفية ظهور تكنولوجيا المعلومات والاتصال وكيف تم الانتقال من التجارة التقليدية إلى التجارة الإلكترونية، ثم مفهوم التجارة الإلكترونية الدولية من عدة أوجه نظر مختلفة، ومن ثم التطرق لخصائص وأشكال التجارة الإلكترونية.

المطلب الأول: نشأة وماهية التجارة الإلكترونية الدولية

1- نشأة التجارة الإلكترونية:

أ- ظهور تكنولوجيا المعلومات والاتصال:

وحتى يتسنى لنا التعرف على هذه الكلمات التقنية يمكننا الرجوع إلى مجموعة من التعريفات التي أطلقت على تكنولوجيا المعلومات والاتصالات من بينها¹:

■ هي مجموعة الموارد والأجهزة اللازمة لمعالجة المعلومات من أجهزة كمبيوتر وبرامج وشبكات ضرورية لإنتاج هذه المعلومات وتوزيعها واسترجاعها وعرضها".

■ ومن بين التعريفات التي أعطيت أيضا لهذه التكنولوجيا: " تشير تكنولوجيا المعلومات والاتصالات إلى جميع أنواع التكنولوجيا المستخدمة في تشغيل ونقل وتخزين المعلومات في شكل إلكتروني، وتشمل تكنولوجيا الحاسبات الآلية ووسائل الاتصال وشبكات الربط وأجهزة الفاكس وغيرها من المعدات التي تستخدم بشدة في الاتصالات".

■ وتعرفها منظمة التعاون والتنمية الاقتصادية OCDE بأنها: "مجموعة الأنشطة الاقتصادية التي تشارك في إظهار معالجة، تخزين وتحويل المعلومة باستخدام وسائل إلكترونية".

. ومن أهم القضايا المناقشة هي تأثير تكنولوجيا المعلومات والاتصالات على البنية الاقتصادية والاجتماعية للدول النامية والمتطورة وكيفية استخدامها من أجل بناء مجتمع المعلومات وتحقيق التنمية العالمية المستدامة.²

¹ سمية ديمش، التجارة الإلكترونية حتميتها وواقعها في الجزائر، مذكرة ماجستير في تخصص تحليل واستشراف اقتصادي قسم العلوم الاقتصادية، جامعة منتوري، قسنطينة، 2010/2011، ص 4-5.

² سمية ديمش، نفس المرجع السابق، ص 6.

الفصل الأول: الإطار النظري مفاهيم حول التجارة الإلكترونية الدولية

ب- الانتقال من التجارة التقليدية إلى التجارة الإلكترونية:¹

يرى البعض أن التجارة الإلكترونية تمثل أولى الاستخدامات التجارية للإنترنت في منتصف التسعينيات من القرن الماضي منذ كان استعمالها مرتبطا بأغراض عسكرية وأكاديمية ، في حين يرى البعض الآخر أن التجارة الإلكترونية ظهرت قبل ذلك بكثير وبالضبط مع بداية السبعينيات من القرن الماضي، حيث قامت البنوك بتحويل الأموال إلكترونيا، وهي تحويلات إلكترونية لمعلومات تبادل الحساب على شبكات ، تطورت بعدها تطبيقات اتصالات خاصة، وبسبب ضخامة تكاليفها كانت مقتصرة على المؤسسات الضخمة التجارة الإلكترونية لتشمل تبادل البيانات إلكترونيا بين المؤسسات، وذلك من خلال شبكات القيمة المضافة ومن خلال الإنترنت، حيث يتم تبادل الوثائق المالية كطلبات الشراء والفواتير المالية، ثم توسعت بعد ذلك المعاملات والإجراءات وخرجت من إطار المالي لتشمل إدارة العلاقات أوسع من خلال إرسال الاستثمارات الإلكترونية، البريد الإلكتروني، وثنائق الفاكس، بالإضافة إلى المشاركة في قاعدة البيانات الموزعة، إدارة سلسلة التوريد في إطار التعاون بين المؤسسات، الموردين و الزبائن في إعداد التنبؤات بالطلب وقوائم الجرد.

2- ماهية التجارة الإلكترونية:

في هذا الجزء سوف نتناول مفهوم التجارة الإلكترونية من خلال استعراض تعريفات التجارة الإلكترونية المتداولة و الشائعة التي يحاول كل منها أن يصف ويحدد طبيعة هاته التجارة وما يتعلق بها، ومن التعريفات التي المتداولة في هذه الظاهرة أنها:

▪ "ممارسة تجارة السلع والخدمات بمساعدة أدوات الاتصال وغيرها من الوسائل ذات العلاقة بالاتصالات"².

▪ وتعرف أيضا بأنها تلك التجارة التي تتم بين البائع والمشتري عبر الحاسوب الآلي وتشغيل شبكة الانترنت أو شبكة الهاتف المحمول وقد تكون عبر الأقمار الاصطناعية.

▪ تعرف وزارة الصناعة والتجارة الفرنسية التجارة الإلكترونية على أنها:³ "التجارة التي تشمل جميع المبادلات الإلكترونية ذات العلاقة بالنشاطات التجارية، فهي تعني تلك العلاقات بين المؤسسات، العلاقة بين المؤسسات والإدارات والمبادلات بين المؤسسات والمستهلكين، فالتجارة تغطي في نفس الوقت: تبادل المعلومات والتعاملات الخاصة بالمنتجات، التجهيزات أو السلع الاستهلاكية والخدمات،

¹ غزولي إيمان، العوامل المؤثرة على تطبيق التجارة الإلكترونية في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية، أطروحة دكتوراه، اقتصاد وتسيير المؤسسات، جامعة فرحات عباس 01، سطيف، 2018/2017، صص 14-15.

² عابد بن عابد العبدلي، التجارة الإلكترونية في الدول الإسلامية، قسم الاقتصاد الإسلامي، جامعة أم القرى، مكة المكرمة، 2005، ص 6.

³ طرشي محمد، بوفليح نبيل، التجارة الإلكترونية في الدول العربية بين الواقع والمأمول، مجلة اقتصاديات شمال إفريقيا، المجلد 14/العدد 19، 2018، ص 38.

الفصل الأول: الإطار النظري مفاهيم حول التجارة الإلكترونية الدولية

وسائل وطرق الاتصالات المستعملة المتعددة: هاتف، تلفزيون، الانترنت... خصائصها المشتركة هي معالجة المعلومة الرقمية التي تحوي المعطيات، النصوص، الاصوات والصور".

■ وحسب منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية (OCDE) فإن مصطلح التجارة الإلكترونية يدل بصفة عامة على¹ "جميع أشكال التعاملات ذات الصلة بالنشاطات التجارية التي تجمع الأفراد والمنشآت معتمدة على المعالجة النقل الإلكتروني للمعطيات خاصة النصوص، الأصوات الصور، ويدل كذلك على الآثار التي يمكن أن يحدثها التبادل الإلكتروني للمعلومات التجارية في المنشآت والإجراءات التي تسهل وتحيط بالنشاطات التجارية كتسيير المنشآت، المفاوضات التجاري والعقود، الأطر القانونية والتنظيمية، التسويات فيما يخص التسديدات الجباية كأمثلة بسيطة".

ومن هذه التعاريف يمكن القول أن التجارة الإلكترونية هي مبادلات الكترونية تجارية بين البائع والشراء تقوم على معالجة المعلومات الرقمية إلى نصوص وصور وأصوات، وتكون هذه المبادلات الإلكترونية عبر الانترنت أو عبر الهاتف أو عبر التلفزيون.

3- تعريف التجارة الإلكترونية الدولية:

لا يوجد تعريف محدد مقبول على نطاق واسع ل التجارة الإلكترونية الدولية.² مع ذلك، العديد من الهيئات الحكومية والخاصة لديها تطوير تعريفات وظيفية للتجارة الإلكترونية حتى يتمكنوا من جمع إحصاءات مفيدة.

أدت هذه الجهود إلى قبول عام للتعريف المستندة إلى المعاملات، والتي يتطلب الكثير منها ملف الالتزام عبر الإنترنت ببيع سلعة أو خدمة مقابل النشاط المراد تصنيفه على أنها تجارة إلكترونية.

ويمكن أيضا تعريف التجارة الإلكترونية على أنها:³ "أنها تتكون من المعاملات التي تتضمن أوامر عبر الإنترنت تؤدي إلى (استيراد أو تصدير) تسليم البضائع وخدمات. كما سنرى، وهذا التعريف العام يتفق

¹ بن وارث حكيمة، دور وأهمية التجارة الإلكترونية في اقتصاد المعرفة، مذكرة ماجيستر، كلية العلوم الاقتصادية، المركز الجامعي العربي بن مهيدي، أم البواقي، 2008، ص39.

² GAO, Report to the Ranking Senate Minority Member of the Joint Economic Committee, INTERNATIONAL ELECTRONIC COMMERCE Definitions and Policy Implications, March 2002, p9-10.

IMPACT OF GLOBALIZATION ON NATIONAL ACCOUNTS³

https://unece.org/fileadmin/DAM/stats/groups/wggna/GuideByChapters/Chapter_13.pdf

الفصل الأول: الإطار النظري مفاهيم حول التجارة الإلكترونية الدولية

مع BPM6، دليل إحصاءات التجارة الدولية في الخدمات (MSITS 2010)، والتعريف الذي تستخدمه منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية.

4- العلاقة بين التجارة الدولية والتجارة الإلكترونية:

يرجع الفضل في تسهيل المبادلات التجارية الدولية في السنوات الأخيرة إلى تطور أدوات الاتصال الإلكترونية بصورة كبيرة.

وتحتل التجارة الإلكترونية على المستوى الدولي أهمية كبيرة، لأن الكثير من الخدمات التي تتم علي المستوى الدولي أصبح من السهل أن تتم من خلال التجارة الإلكترونية. لقد تيسرت التجارة عبر الدول بصورة كبيرة وذلك بفضل توافر وسائل متعددة أمام التجارة الإلكترونية لاسيما أجهزة الإرسال الإلكتروني والإنترنت وغيرها.

فباستقراء تعريف التجارة الإلكترونية والأدوات التي تعتمد عليها، يتضح أن هناك فوائد محققة من استخدام أساليب التجارة الإلكترونية في مجال التجارة الدولية. إن استخدام أدوات التجارة الإلكترونية وإتاحة إمكانية تسليم الكثير من المنتجات بصورة إلكترونية سوف يسهل بصورة كبيرة التجارة الدولية وهناك عوامل متعددة تؤكد أن التجارة الإلكترونية سوف تسهل التجارة الدولية، وتساعد علي نموها وازدهارها. فالهاتف والفاكس يساهمان بصورة كبيرة في إتمام المبادلات التجارية بين أطراف تجارية تقيم في دول عديدة.¹

المطلب الثاني : خصائص وأشكال التجارة الإلكترونية الدولية

1- خصائص التجارة الإلكترونية: هناك العديد من المزايا التي تتصف بها التجارة الإلكترونية تجعلها

مختلفة عن التجارة الإلكترونية يمكن تلخيصها كالآتي:²

- **خاصية الوصول العالمي:** ونعني بذلك إمكانية وصول المؤسسة التي تملك موقعا تجاريا على الإنترنت ولولا كانت صغيرة بمنتجاتها وخدماتها إلى الأسواق عبر العالم بأسره طالما أن شبكة الإنترنت لا تعرف الحدود المكانية والجغرافية؛
- **خاصية كلية الوجود:** ونعني بذلك أن التجارة الإلكترونية تسمح للزبون بالحصول على السلعة أو الخدمة في كل مكان وفي جميع الأوقات، من خلال تسوقه عبر الحاسوب، من المنزل، من موقع

¹ نعيمة يحيوي، مريم يوسف، التجارة الإلكترونية وأثارها على اقتصاديات الأعمال العربية، المجلة الجزائرية لتنمية الإقتصادية، جامعة باتنة 01، العدد 06، جوان، 2017، ص
² غرزولي إيمان، العوامل المؤثرة على تطبيق التجارة الإلكترونية، مرجع سابق، ص ص 19-20.

الفصل الأول: الإطار النظري مفاهيم حول التجارة الإلكترونية الدولية

عمله وحتى من سيارته وذلك باستخدام التجارة عبر الهاتف المحمول، وبالتالي ساهمت التجارة

الإلكترونية في الانتقال من مكان السوق (Market place) إلى فضاء السوق (Market space)

■ إمكانية إيصال المنتج أو الخدمة دون اللقاء المباشر بين الزبون والمنتج: وذلك فيما يتعلق ببعض العناصر كالموسيقى، أفلام الفيديو، الأقراص المدمجة التي تحتوي على برامج كمبيوتر أو معلومات أو إحصائيات أو غيرها، هذه العناصر صار بإمكان المؤسسة إيصالها للمستهلك مباشرة على الخط دون اللجوء إلى وسائل الاتصال التقليدية؛

■ غياب كلي أو جزئي للمستندات الورقية في المعاملات:¹ إذ يمكن إتمام صفقة تجارية كاملة بدءاً من التفاوض على الشراء والتعاقد و دفع قيمة البضاعة واستلامها إلكترونياً (في حالة السلع القابلة للتقييم) دون تبادل مستندات ورقية على الإطلاق، و هنا تظهر مشكلات جديدة في إثبات التعاملات والعقود و توثيق الحقوق و الالتزامات و إثبات صحة التوقعات و الحفاظ على حقوق الملكية الفكرية، وهذا ما أدى بمنظمات دولية وحكومات متعددة إلى وضع قانون خاص بالتجارة الإلكترونية.

■ التفاعل المتوازي في آن واحد بين أطراف المعاملات: حيث يمكن أن يجتمع عدد كبير من المشتركين في آن واحد على موقع واحد أو إرسال شخص نفس الرسالة أو الإعلان أو الطلب إلى عدة مستقبليين في آن واحد. إضافة إلى إمكانية التأثير المباشر على أنظمة الحاسبات بالشركة من خلال ما يسمى التبادل الإلكتروني للبيانات والوثائق، مما يحقق انسياب البيانات والمعلومات بين الجهات المشتركة في العملية لتجارية دون تدخل بشري و أقل تكلفة له إمكانية تنفيذ كل مكونات العملية التجارية بما فيها تسليم السلع الغير مادية على الشبكة عكس وسائل الاتصال الأخرى التي تعجز عن القيام بالتسليم.²

■ الفردية والتوجه نحو الزبون: بالموازاة مع التفاعلية وكثافة المعلومات تساعد التجارة الإلكترونية في الحصول على أكبر قدر ممكن من المعلومات حول الزبون، احتياجاته وسلوكياته الشرائية في الماضي، تخزينها واستعمالها مباشرة في بناء رسالة تسويقية تستهدف أفراد محددين وتكييف المنتجات مع تفضيلات المستهلك وسلوكياته السابقة.³

¹ بن وارث حكيمة، دور وأهمية التجارة الإلكترونية في اقتصاد المعرفة، مرجع سابق، ص 48.
² هباشية فوزية، دورة التجارة الإلكترونية في تفعيل مناطق التجارة الحرة- حالة منطقة التجارة الحرة العربية الكبرى، كلية العلوم الإقتصادية، جامعة حسنية بن بوعلي، شلف، 2012، ص 27
³ غرزولي إيمان، مرجع سابق، ص 21.

الفصل الأول: الإطار النظري مفاهيم حول التجارة الإلكترونية الدولية

2- أشكال التجارة الإلكترونية:

هناك العديد من أشكال التجارة الإلكترونية إلا أنه تداولاً وشيوعاً هو التصنيف حسب الجهات المشاركة في تطبيقاتها، وهنا اعتمدنا معيار هدف التبادل الإلكتروني بين الأطراف، وهي كالاتي:¹

▪ التجارة الإلكترونية بين منظمات الأعمال (B2B):

يشمل هذا الشكل قيام الشركة باستخدام الشبكة في كافة أطر العمل والتبادل البيئي بين الشركات كإعداد الطلبات والفواتير وطرق التسديد، كذلك تحرير العقود التجارية ويعتبر هذا النوع من أكثر الأشكال اتساعاً وانتشاراً.

▪ التجارة الإلكترونية بين منظمات الأعمال والمستهلكون (B2C):

شهد هذا الشكل نمواً واتساعاً كبيراً مع انتشاراً للإنترنت عبر العالم، مع انتشار المواقع التجارية الإلكترونية ومراكز التسوق التي تعرض فيها أنواع السلع والخدمات للمستهلكين.

▪ التجارة الإلكترونية بين منظمات الأعمال والحكومة (B2G):

ويشمل استخدام الشبكة في إنجاز الإجراءات وكافة التعاملات بين الشركات والحكومة كإدارة وجمع الضرائب، أو قيام الحكومة بالبحث عن موردين لاقتناء و شراء لوازمها والمشاركة في المناقصات إلكترونياً، فمثلاً نجد أن الو.م.أ تقوم بنشر مشترياتها عبر الإنترنت لاستقطاب أكبر عدد ممكن من الشركات لاختيار الأحسن.

▪ التجارة الإلكترونية بين المستهلك والمستهلك (C2C):

في هذا الشكل يقوم التعامل بين الأفراد فيما بينهم، وفيه تكون عملية البيع والشراء بين مستهلك ومستهلك آخر من خلال وضع إعلانات على المواقع الشخصية في الإنترنت بهدف بيع أغراض شخصية أو بيع خبيزات إلى الآخرين، ويشمل ذلك المزادات الإلكترونية التي تتم فيها المعاملات التجارية بين الأفراد، مثل ذلك قيام مستهلك ببيع منزل أو سيارة أو أي منتج آخر لمستهلك آخر.

▪ التجارة الإلكترونية بين المستهلك والحكومة (C2G):

¹ زين يونس، أثر التجارة الإلكترونية على المراجع الداخلية في المصارف - حالة الجزائر-، قسم العلوم التجارية، جامعة الجزائر 03، 2014، ص ص 93-94.

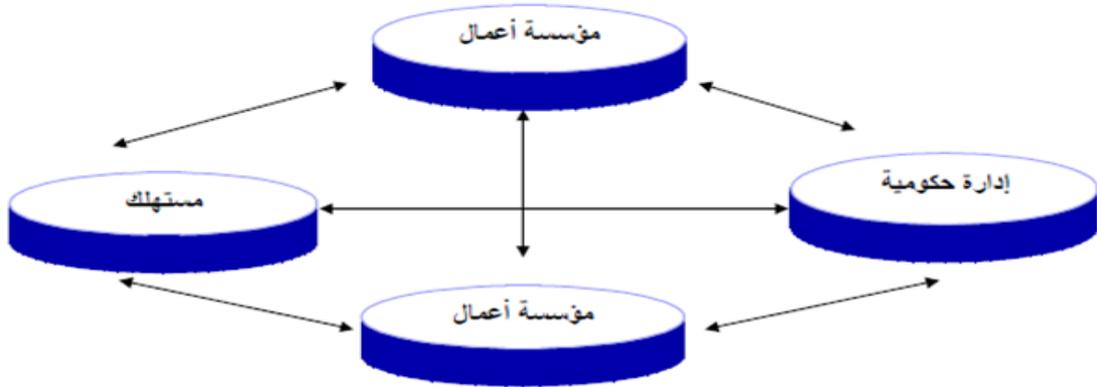
الفصل الأول: الإطار النظري مفاهيم حول التجارة الإلكترونية الدولية

وتشمل التفاعل الإلكتروني بين الحكومة ومواطنيها تمكنهم من تلقي المعلومات والخدمات التي تقدمها الحكومة، والإجابة على مختلف التساؤلات دون التنقل إلى مكان الدوائر الحكومية أو حتى خارج أوقات العمل الرسمي، مثل التقدم لطلب رخصة وتمكينهم من دفع الضرائب إلكترونياً واستلام المعونات والوثائق ومن تطبيقاتها أيضاً تحويل المساعدات المالية على البنوك المستفيدين في حساباتهم وقد تقوم بتزويد المستفيدين ممن ليس لديهم حسابات في البنوك ببطاقات ذكية تقوم بشحن الرصيد إلكترونياً بالمبلغ المرصود لهم.

▪ التجارة الإلكترونية من الحكومة إلى الحكومة (G2G):

ويتضمن هذا الشكل من التجارة الإلكترونية استخدام الشبكة بين الحكومات لتبادل المعلومات ومختلف التسهيلات في إطار ما يعرف بالاتفاقيات الدولية والعلاقات الدبلوماسية بين مختلف الدول، إلا أن هذه الفئة تعرف نمواً بطيئاً نظراً لانعدام الثقة بين مختلف الحكومات الدولية.

الشكل 1-1: مختلف أشكال التجارة الإلكترونية



المصدر: زين يونس، أثر التجارة الإلكترونية على المراجع الداخلية في المصارف - حالة الجزائر -، قسم العلوم التجارية، جامعة الجزائر 03، 2014.

الفصل الأول: الإطار النظري مفاهيم حول التجارة الإلكترونية الدولية

المبحث الثاني: ماهية البنوك الإلكترونية وتطورها التاريخي وأهميتها

للبنوك الإلكترونية دور كبير في تسهيل العمليات المصرفية، وهذا يرجع لسهولة الاتصال والتعامل معها وعدم تقيدتها بوقت معين في تلبية حاجات العملاء.

المطلب الأول: مفهوم البنوك الإلكترونية وتطورها التاريخي

أولاً: مفهوم البنوك الإلكترونية:

قبل التطرق إلى مفهوم البنوك الإلكترونية سيتم التطرق إلى مفهوم البنوك.

أ- تعريف البنوك:

- البنك هو شخصية اعتبارية تقوم بدور الوسيط بين رؤوس الأموال لمن يملكها كفائض وبين من يبحث عن تلك الأموال لحاجة أو استثمار، وترجع كلمة بنك إلى أصل الكلمة الفرنسية *banque*، وإلى أصل الكلمة الإيطالية *banca*، وتعني هاتان الكلمتان صندوق متين لحفظ النقائس، وتصف دالة هاتين الكلمتين الوظيفتين الأساسيتين التي تقوم بهما المصارف التجارية¹

- البنك عبارة عن شركة ينطوي عملها على استلام الودائع المختلفة والقيام بالعمل المصرفي اللازم للنشاط التجاري، والمالي والاقتصادي، ويهدف البنك من هذا العمل إلى دعم المركز المالي والحصول على أرباح في كل عملية مالية يقوم بها².

ومنه يمكن تعريف البنك على انه مؤسسة تقوم بعمليات الائتمان بالاقتراض والقراض قصد توظيف الاموال وإمداد المشاريع الاقتصادية بمصادر التمويل.

ب- تعريف البنوك الإلكترونية:

للبنوك الإلكترونية عدة تعاريف يمكن ذكر أهمها فيما يلي:

- هي بنوك لها وجود كامل على شبكة الأنترنت ويحتوي موقعها على كافة البرمجيات اللازمة للأعمال المصرفية، حيث تتيح هذه البنوك للعميل القيام بكافة العمليات الخاصة بالبنك¹، عن طريق أي مكان موجود

¹ خباية عبد الله، الاقتصاد المصرفي، مؤسسة شباب الجامعة، الإسكندرية، 2008، ص: 87.

² عادل عبد الله الفهيم، البنوك وأنواعها، مقال منشور على الموقع [ae.albayan.ae](https://www.ae.albayan.ae)، يوم 13 ماي 2012.

الفصل الأول: الإطار النظري مفاهيم حول التجارة الإلكترونية الدولية

به وذلك بواسطة خط يوفره البنك يسمح له بإنجاز كافة معاملاته دون أن يضطر إلى الذهاب بنفسه إلى مقر البنك.

- كما تعرف على أنها النظام الذي يتيح للعميل الوصول إلى حساباته أو الحصول على الخدمة المصرفية من خلال شبكة معلومات مرتبطة بجهاز كمبيوتر العميل أو أي وسيلة أخرى².

- أيضا البنوك الإلكترونية هي تلك البنوك التي تقدم خدماتها إلكترونيا عن بعد عن طريق شبكة معلومات البنك الداخلية³.

وبناء على ما ورد في التعريفات السابقة يمكن التوصل إلى تعريف البنوك الإلكترونية بأنها تلك البنوك أو المؤسسات المالية المستندة على الركائز الإلكترونية، من خلال توظيف التطورات الحديثة في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصال لتقديم كافة الخدمات المصرفية للعميل بأمان، وبأقل تكلفة وأسرع وقت، وأقل جهد.

ثانيا: التطور التاريخي للبنوك الإلكترونية

في البداية كانت البنوك عبارة عن محلات مخصصة ليقوم التجار بإيداع ما يملكونه من ذهب وفضة بها عند سفرهم بدال من السفر بها وما قد يتعرضون له من عمليات سرقة، فكان التجار يودعون ما يملكونه من معادن نفيسة بتلك المحال ويستلمون بدال منها صكوكا تفيد ملكيتهم لتلك المعادن على أن يتسلمون ما أودعوه عند رجوعهم من السفر، وهكذا أصبحت تلك المحلات تسمى بالبنوك، ومع التطور بدأت تلك البنوك في تطوير ما تقدمه من خدمات إلى زبائنهم، فبدأت بماكينات الصرف الآلي التي تسمح للعميل بسحب مبلغ من المال من رصيده لدى هذا البنك ثم تطور الأمر وبدأت تلك الماكينات في تقديم كشف حساب العميل برصيده في البنك وإيداع ما يريد من النقود في حسابه عبر تلك الماكينات، وهكذا تطورت تلك البنوك إلى ما يسمى بالبنوك الإلكترونية⁴.

ويستخدم تعبير أو اصطلاح البنوك الإلكترونية، أو بنوك الأنترنت كتعبير متطور وشامل للمفاهيم التي ظهرت مع التسعينات كمفهوم الخدمات المالية عن بعد أو البنوك الإلكترونية عن بعد، أو البنك المنزلي، أو البنك على الخط الخدمات المالية الذاتية، وجميع تلك المصطلحات تعني أن الزبون يتاح له كافة أعماله الخاصة

¹ وسيم محمد الحداد وآخرون، الخدمات المصرفية الإلكترونية، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، الأردن، 2012، ص: 67.

² ناظم محمد نوري الشمري، وعبد الفتاح عبد الاليت، الصيرفة الإلكترونية، دار وائل للنشر والتوزيع، 2008، ص: 29

³ محمد عبد الفتاح الصيرفي، إدارة البنوك، دار المناهج للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2006، ص: 68.

⁴ منير محمد الجنيبي، وممدوح محمد الجنيبي، البنوك الإلكترونية، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2005، ص: 9.

الفصل الأول: الإطار النظري مفاهيم حول التجارة الإلكترونية الدولية

بالبنك الذي يتعامل معه عن طريق أي مكان يكون موجود به وذلك عن طريق خط خاص يوفره له البنك، يتيح له من خلاله إنجاز كافة معاملاته مع البنك من خلاله دون أن يضطر إلى الذهاب إلى مقر البنك لإنجاز تلك الأعمال، ومع تطور الخدمات التي يقدمها البنك لعملائه أصبحت البنوك تقوم بتقديم مجموعة من البرامج اللازمة لكي يتمكن العميل من الدخول عبرها إلى الكمبيوتر الخاص بالبنك والقيام بما يريد من أعمال¹

المطلب الثاني: أهمية البنوك الإلكترونية و أنواعها

أولاً : أهمية البنوك الإلكترونية

يمكن إبراز أهمية البنوك الإلكترونية بالنسبة للبنك في حد ذاته وإذا بالنسبة للعملاء فيما يلي:

أ- لم تعد البنوك الإلكترونية بنكا قائما يقدم خدمات مالية فحسب، بل موقعا ماليا تجاريا وإداريا و استشاريا شاملا، لتقديم العروض والخدمات التي تتفق مع رغبات وطلبات الزبائن.

ب- إن وجود البنك الإلكتروني مرهون بقدرته على التحول إلى موقع للمعلومة ومكان للحل المبني على المعلومة الصحيحة، وهو مؤسسة للمنشورة، ولفتح آفاق العمل، وهو مكان لفرص الاستثمار وإدارتها، ومكان للخدمة المالية السريعة بأقل الكلف، ومكان لإدارة المتميزة للاحتياجات الزبون مهما اختلفت.

ج- إن البنوك غير الإلكترونية، تقدم جزءا من الحلول لمشكلات الزبون لكنها ال تقدم حولا شاملة، فإذا

عملنا أن التنافس على أشده في سوق العمل المصرفي، وعنوانه الخدمة الشاملة، والأسرع بالكلفة الأقل فإن البنوك الإلكترونية فرصة لتحقيق معدلات أفضل للمنافسة والبقاء في السوق.

د- إن الاتجاه نحو الدفع النقدي الإلكتروني المصاحب لمواقع التجارة والأعمال الإلكترونية يقدم مبررا لبناء البنوك الإلكترونية، فشركات التأمين، النفط، والطيران، الفنادق،... الخ، تتجه بخطى واثقة نحو عمليات الدفع عبر الخط أو الدفع الإلكتروني، وهي عمليات تستلزم،

¹ منير محمد الجنبهي، وممدوح محمد الجنبهي، مرجع سبق ذكره، ص: 9-10.

الفصل الأول: الإطار النظري مفاهيم حول التجارة الإلكترونية الدولية

هـ- إن اللجوء إلى البنوك الإلكترونية هو اللجوء إلى وسائل المنافسة وهو أيضا لجوء إلى تقديم خدمات شاملة بوقت قصير من عدد محدود من الموظفين، ولقاء تكلفة أقل، باعتبار أن البنك الإلكتروني يوفر في كلفة موجودات البنك¹

ثانيا : أنواع البنوك الإلكترونية

ليس كل موقع لبنك على شبكة الأنترنت يعني بنكا إلكترونيا، فوفقا للدراسات العالمية وتحديدًا دراسات جهات الإشراف والوقاية الأمريكية والأوروبية، فإن هناك ثلاثة صور أساسية للبنوك الإلكترونية على الأنترنت وهي:

1. الموقع المعلوماتي:

وهو المستوى الأساسي للبنوك الإلكترونية أو ما يمكن تسميته بصورة الحد الأدنى من النشاط الإلكتروني المصرفي، ومن خلاله فإن البنك يقدم معلومات حول برامجه ومنتجاته وخدماته المصرفية؛

2. الموقع الاتصالي:

ويسمى كذلك بالموقع التفاعلي، حيث يسمح الموقع نوع ما من التبادل الاتصالي بين البنك وعملائه كالبريد الإلكتروني وتعبئة طلبات أو نماذج على الخط أو تعديل معلومات القيود والحسابات؛

3. الموقع التبادلي:

وهذا والمستوى الذي يمكن القول بأن البنك فيه يمارس خدماته وأنشطته في بيئة إلكترونية، حيث تشمل هذه الصورة السماح للزبون بالوصول إلى حساباته وإدارتها وإجراء الدفعات النقدية للوالب بقيمة الفواتير وإجراء كافة الخدمات الاستعلامية، وإجراء التحويلات بين حساباته داخل البنك.

ثالثا : مقارنة البنوك الإلكترونية والبنوك التقليدية

تتيح المصارف الإلكترونية للعملاء فرصة للتسوق الجديد وبتكاليف منخفضة، بالإضافة إلى سهولة الاتصال بالمعلومات المصرفية والجدول المالي يبين أهم الفروقات بين البنوك التقليدية والبنوك الإلكترونية.

¹ مرجع سبق ذكره، ص ص: 9-10.

الفصل الأول: الإطار النظري مفاهيم حول التجارة الإلكترونية الدولية

جدول (1-1) مقارنة بين البنوك التقليدية والبنوك الالكترونية

البنوك التقليدية	البنوك الإلكترونية
الاعتماد على الورق القلم والسجلات والملفات	الاعتماد على تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في الحاسوب الآلي وملحقاته
عنصر بشري كثيف ذو تدريب محدود وتقليدي	عنصر بشري محدود ومدرب تكنولوجيا الاعلام
المستندات والوثائق الشخصية هي الضرورية بينما المعاملات تتم ببطء وتأخذ وقت كبير	إنجاز الاعمال الإدارية والمعاملات بسرعة في وقت قصير
إمكانية التلاعب والعبث بالتزوير والبيروقراطية في إنجاز الأعمال والمعاملات	الشفافية والمصادقية في إنجاز الأعمال الإدارية والمعاملات
محدودية الأداء والخدمة حيث لا تقدم الخدمات الا أثناء ساعات الدوام الرسمي	بفضل الشبكة العنكبوتية يتم تقديم الخدمات على مدار 24 ساعة وكل الأيام
إلزامية الحضور الشخصي الى مقر الإدارة لطلب الخدمة والانتظار لساعات	إمكانية الاتصال والحضور على الخدمة عبر التكنولوجيا الحديثة
تعطل الاعمال مرده غياب المسئول او ضياع المستندات	تعطل الاعمال مرده عطل في الحاسوب او المنظومة الالكترونية

المصدر: نصيرة شبوب، الإدارة البنكية الإلكترونية في الجزائر -دراسة ميدانية حول أنظمة النقد الآلي-، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم العالم والاتصال، تخصص: مجتمع معلومات، كلية العلوم السياسية، جامعة الجزائر-3، -2012-2013-ص 43.

الفصل الأول: الإطار النظري مفاهيم حول التجارة الإلكترونية الدولية

خلاصة الفصل

تعرضنا في هذا الفصل إلى الإطار النظري للتجارة الإلكترونية ونشأتها وتعريف ومفهوم التجارة الإلكترونية الدولية ومختلف التعريفات من مختلف الهيئات والباحثين والمفكرين، وكذا أهم خصائص وأشكال التجارة الإلكترونية.

كما تم التطرق إلى الإطار المفاهيمي للبنوك من مفهومه إلى مراحل عملية خدماتها، وكذا أهم مستويات البنك الدولي وأنواعه وكانت التجارة قديما تعتمد على أساليب ووسائل جد تقليدية. إلا أن التطورات والتحولات السريعة أحدثت الكثير من التغييرات في النشاط التجاري وأدخلت البشرية في عصر جديد تصاحب مع استخدام مختلف أدوات التكنولوجيا المعلومات والاتصالات لاسيما الأنترنت لتعزيز التفاعلات التجارية في مد خيوطها حول مجمل بلدان العالم متجاهلة القيود الجغرافية، وقد أنشأت التجارة الإلكترونية نتيجة للخصائص الأنترنت ومزاياها العديدة ونظرا لهذه السمات والمزايا اكتسبت التجارة الإلكترونية اهتمام متزايد وأصبحت بمثابة محرك جديد للنمو الاقتصادي. من خلال هذا الفصل، تطرقنا الى مفهوم التجارة الإلكترونية، وأهم خصائصها، والمزايا التي تقدمها للشركات من حيث فتح أسواق جديدة والوصول إلى نطاق أوسع من العملاء بتكلفة أقل. واستنتجنا أيضا مما سبق أن النمو السريع لهذه التجارة جعل من الضروري إنشاء وسائل إلكترونية تلبي الاحتياجات الحديثة وال تعوق تنمية التجارة الإلكترونية. وقد عزز ذلك من أهمية نظم الدفع الإلكتروني التي توفر تسوية سريعة وبسيطة للدفع لجميع المعاملات التجاري.

**الفصل الثاني: الإطار الميداني لواقع التجارة الإلكترونية في
البنوك الجزائرية**

المبحث الأول: نبذة عن البنك الجزائري الخارجي

يعتبر بنك الجزائر الخارجي من أقدم البنوك التجارية التقليدية ومن أكثر البنوك المواكبة لما اخذته ظاهرة العولمة الإلكترونية التي فرضت نفسها بقوة على كل المعلومات المصرفية

المطلب الأول: نشأة بنك الجزائر الخارجي وكالة غرداية

أولاً: نشأة البنك:

ان البنك الجزائري الخارجي هو بنك تجاري جزائري تأسس سنة 1967 وهو ثاني بنك جزائري ظهر بعد الاستقلال بموجب المرسوم رقم 66-36 الصادر في 29 ديسمبر 1966 انطلاقاً من شبكات موروثه وكانت مهامه عند إنشائه تتمثل في تمويل النشاطات الحرفية والفندقية والسياحية والصيد والنشاطات الملحقة به، والتعاونيات الانتاجية غير الحرفية. وفي سنة 1985 ساهم في انشاء بنك التنمية المحلية، وفي 7 أفريل 1990 تحصل بنك الجزائر الخارجي على اعتماده بعد أن استوفي كل الشروط التي أقرها قانون النقد والفرض، ليصبح بذلك ثاني بنك شعبي يحصل على اعتماده من طرف مجلس النقد والقرض²³.

و تتمثل مهمة بنك الجزائر في ضمان استقرار الأسعار كهدف للسياسة النقدية. وتكون مسؤولة عن تنظيم تداول الأموال، وتوجيه ومراقبة توزيع الائتمان بجميع الوسائل المناسبة، وتنظيم السيولة، وضمان الإدارة السليمة للالتزامات المالية تجاه البلدان الأجنبية، وتنظيم سوق النقد الأجنبي، وضمان سلامة النظام المصرفي وصلابته.

ثانياً: تعريف وكالة غرداية لبنك الجزائر الخارجي

البنك الجزائري الخارجي (Algérie Gulf Bank) هو بنك جزائري يعمل في مجال الخدمات المالية والمصرفية. يُعتبر البنك الجزائري الخارجي وكالة غرداية فرعاً من البنك الجزائري الخارجي، وهو أحد البنوك الرائدة في الجزائر. يقع مقرها الرئيسي في العاصمة الجزائرية، الجزائر، ولها فروع في عدة مدن جزائرية أخرى. يوفر البنك الجزائري الخارجي مجموعة واسعة من الخدمات المصرفية والمالية للعملاء، بما في ذلك الحسابات

²³ سليمة عبد الله، دور تسويق الخدمات المصرفية الإلكترونية في تفعيل النشاط البنكي، مذكرة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية و علوم التسيير، جامعة الحاج لخضر، باتنة، الجزائر، 2009، ص134.

الفصل الثاني: الإطار الميداني لواقع التجارة الإلكترونية في البنك الجزائري الخارجي

الجارية وحسابات التوفير، والقروض، وخدمات البطاقات الائتمانية، والاستثمارات المالية، والتحويلات المالية الدولية، وغيرها.

وتعرف وكالة البنك الجزائري الخارجي بغرداية من انجح الوكالات التابعة للمجموعة الاستغلال والتي تضم إضافة الوكالة غارداية كل من وكالة بريان الأغواط حاسي مسعود نقرت وورقلة والجلفة . وقد ساهم الموقع الجغرافي للوكالة الكائن وسط المدينة بغرداية في تسهيل التعامل المباشر مع الزبائن الحاليين واستقطاب عملاء آخرين، ذلك ما تتميز به هذه الوكالة من حسن المعاملة وتطور مستوى الخدمات المصرفية بالمقارنة مع وكالات أخرى، كذلك لما تضخه من أموال كقروض تمنحها لأصحاب العجز المالي للنهوض بالعجلة الاقتصادية، كذلك بما تعرضه الوكالة من خدمات متطورة خصوصا المعاملات التي تتم الكترونيا.

ثالثا : مهام البنك الجزائري الخارجي

البنك الجزائري الخارجي يُعتبر جزءًا هامًا من البنية المالية والاقتصادية في الجزائر، وله مجموعة متنوعة من المهام والوظائف التي تشمل على وجه الخصوص²⁴:

1. تقديم الخدمات المصرفية الدولية: يعمل البنك الجزائري الخارجي على تقديم مجموعة واسعة من الخدمات المصرفية الدولية، مثل تمويل التجارة الدولية، وتحويل الأموال، وفتح الحسابات البنكية للعملاء الأجانب.
2. المساهمة في تمويل الاقتصاد الوطني: يلعب البنك الجزائري الخارجي دورًا في تمويل الاقتصاد الوطني من خلال تقديم القروض والتسهيلات المالية للشركات الجزائرية التي تعمل في الخارج أو لتمويل المشاريع الخارجية.
3. توفير الخدمات للشركات الجزائرية في الخارج: يقوم البنك الجزائري الخارجي بتقديم الدعم المالي والخدمات المصرفية للشركات الجزائرية التي تعمل في الخارج، مما يساعدها على تنفيذ عملياتها بكفاءة وفعالية.
4. إدارة العمليات المالية الدولية: يقوم البنك الجزائري الخارجي بإدارة العمليات المالية الدولية للعملاء، مثل الصرف الأجنبي، والتحويلات الدولية، والتعامل مع البورصات الدولية.

²⁴ نهلة أحمد قنديل، التجارة الإلكترونية، بدون دار نشر، القاهرة، 2004.

الفصل الثاني: الإطار الميداني لواقع التجارة الإلكترونية في البنك الجزائري الخارجي

5. الامتثال للتشريعات واللوائح الدولية: يتطلب عمل البنك الجزائري الخارجي الامتثال للتشريعات واللوائح المالية والمصرفية الدولية، بما في ذلك قواعد مكافحة غسل الأموال ومكافحة التمويل الإرهابي.

6. تطوير العلاقات الدولية: يلعب البنك الجزائري الخارجي دوراً في تعزيز العلاقات الدولية للجزائر في قطاع الخدمات المالية من خلال التعاون مع بنوك ومؤسسات مالية دولية

رابعا : اهمية البنك الجزائري الخارجي بالتجارة الالكترونية

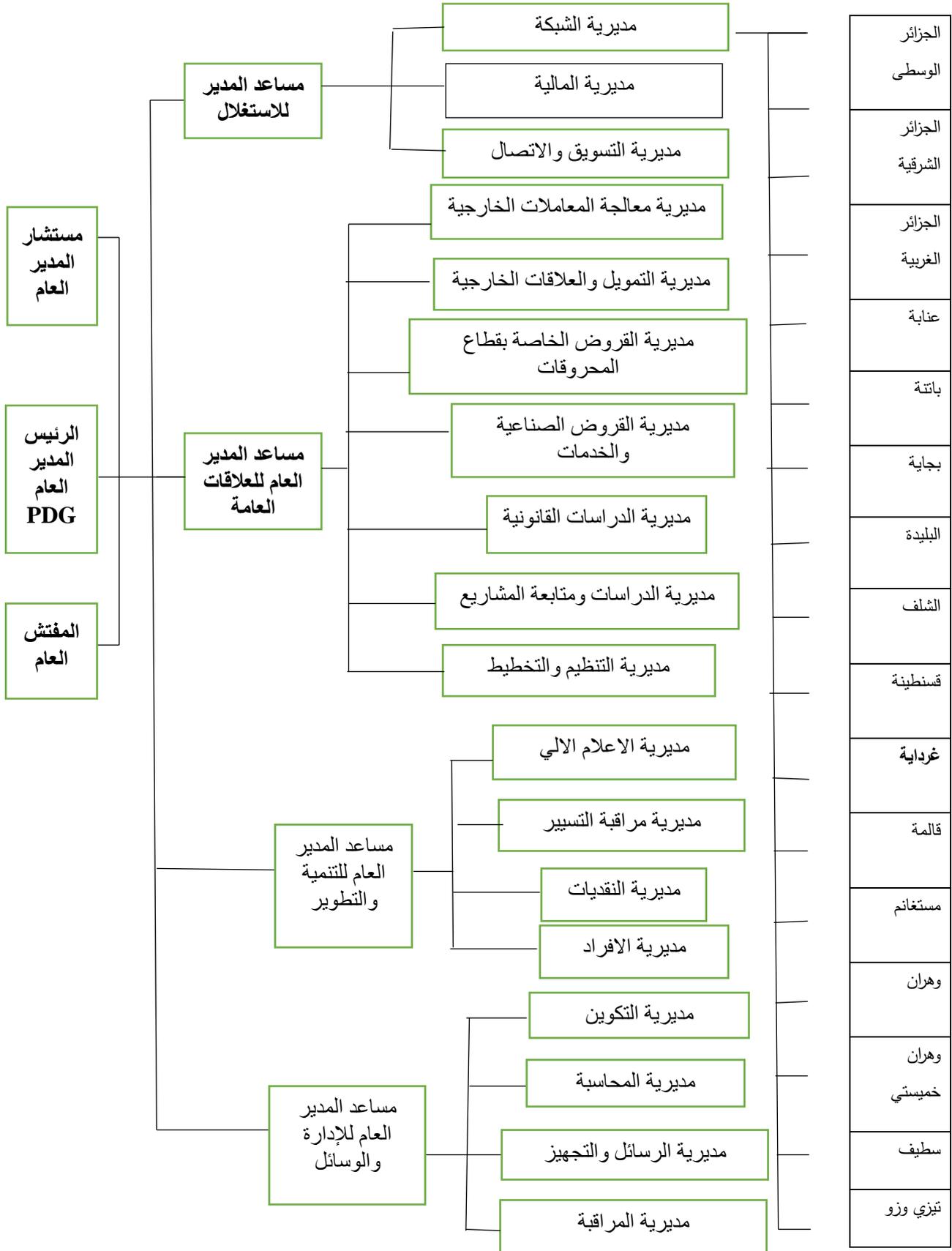
البنك الجزائري الخارجي يلعب دوراً مهماً في دعم وتسهيل التجارة الإلكترونية في الجزائر وخارجها ، يعد البنك الجزائري الخارجي شريكاً أساسياً في تعزيز البنية التحتية المالية والتكنولوجية التي تدعم التجارة الإلكترونية، وبالتالي يسهم في تعزيز النمو الاقتصادي وتحقيق التنمية المستدامة²⁵ وأهمها :

- **تيسير عمليات الدفع الإلكتروني:** يوفر البنك الجزائري الخارجي خدمات الدفع الإلكتروني التي تسمح للشركات والأفراد بإجراء المعاملات المالية عبر الإنترنت بسهولة وأمان.
- **توفير الحلول المالية للتجارة الدولية:** يعمل البنك الجزائري الخارجي على توفير الحلول المالية المناسبة للتجارة الإلكترونية الدولية، مما يساعد في تسهيل عمليات الاستيراد والتصدير.
- **ضمان الأمان المالي:** يقدم البنك الجزائري الخارجي آليات حماية مالية متقدمة مثل التشفير وتقنيات الأمان الأخرى لضمان سلامة المعاملات المالية عبر الإنترنت وحماية المعلومات الشخصية والمالية للعملاء.
- **تمويل الأعمال التجارية الإلكترونية:** يوفر البنك الجزائري الخارجي خدمات التمويل التي تدعم الشركات الناشئة والمتوسطة في مجال التجارة الإلكترونية، مما يساعدها على توسيع نطاق أعمالها وتحقيق نمو مستدام.
- **تعزيز الاقتصاد الرقمي:** من خلال دعم التجارة الإلكترونية، يسهم البنك الجزائري الخارجي في تعزيز الاقتصاد الرقمي وتحفيز الابتكار وخلق فرص العمل في القطاع التقني والمالي.

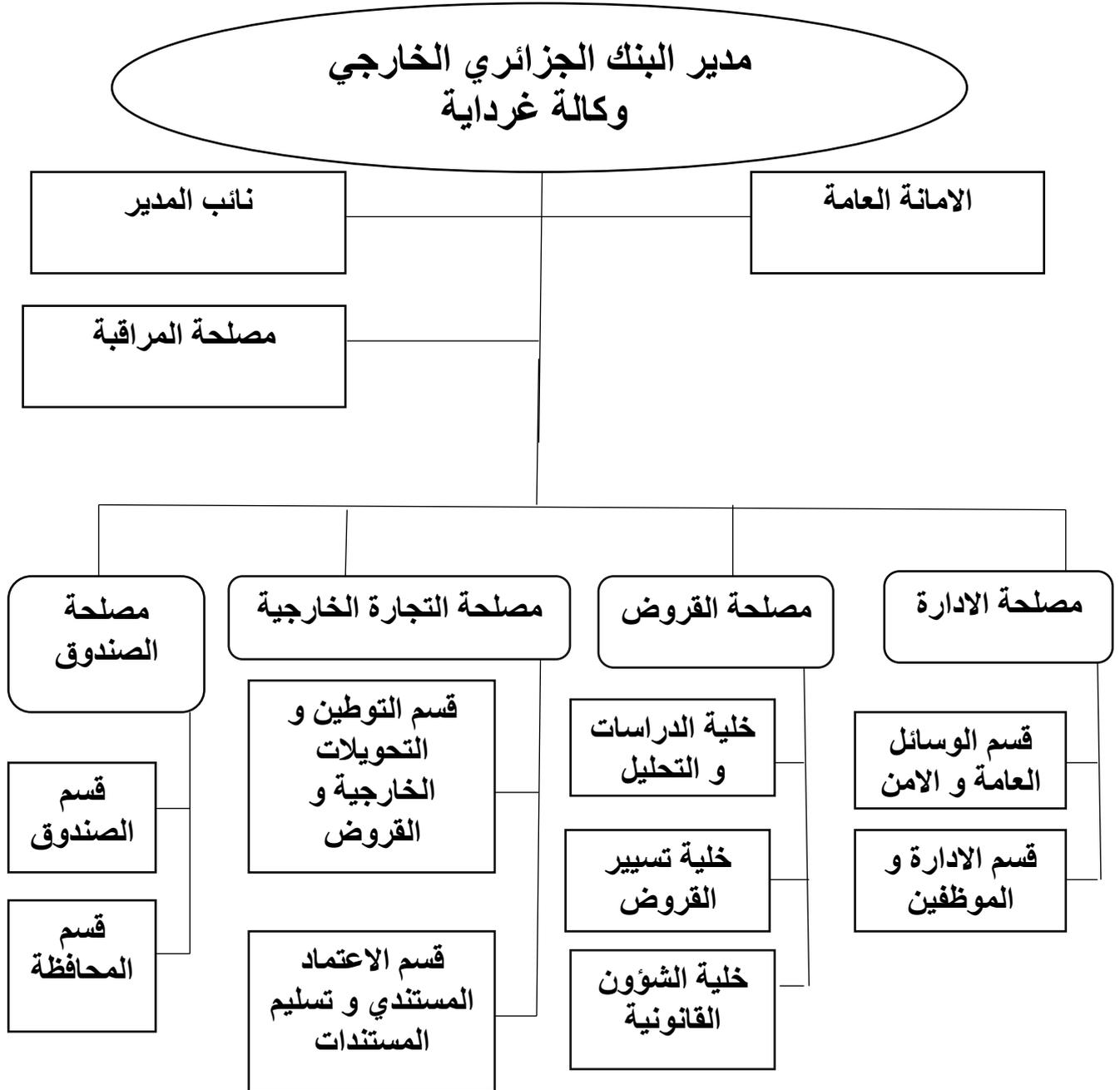
²⁵ سليمة عبد الله، دور تسويق الخدمات المصرفية الإلكترونية في تفعيل النشاط البنكي، مذكرة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية و علوم التسيير، جامعة الحاج لحضر، باتنة، الجزائر، 2009، ص134.

الفصل الثاني: الإطار الميداني لواقع التجارة الإلكترونية في البنك الجزائري الخارجي

المطلب الثاني : الهيكل التنظيمي لبنك الجزائر الخارجي : (المصدر وثائق البنك)



ثانيا : تحليل الهيكل التنظيمي للبنك الجزائري بغرداية
سنعرض من خلال هذا المطلب الهيكل التنظيمي لوكالة غرداية كما سنقدم شرحا دقيقا لمهام كل مصلحة
الشكل رقم 1:الهيكل التنظيمي لوكالة القرض الشعبي الجزائري بغرداية



المصدر: من اعداد الطالب وفق بيانات بنك الجزائري الخارجي وكالة غرداية

الفصل الثاني: الإطار الميداني لواقع التجارة الإلكترونية في البنك الجزائري الخارجي

تشرف وكالة غرداية على عمل 13 مستخدما مقسمين على المصالح التالية:

1- الإدارة وتنقسم الى المدير والأمانة:

- المدير: وهو المسؤول الأول والساھر على سير العمل بالوكالة بمساعدة نائبه وجميع عمال الوكالة لان كل عامل يكمل الآخر وكل قسم يكمل الآخر.
- الأمانة (السكرتارية): وهي المصدر الأساسي الذي يؤدي الى نجاح جميع المصالح لان جميع اعمال الوكالة تعتمد أولا وأخيرا عليها ان في مركز العمل.

2- مصلحة الصندوق : وتتكون من عدة موظفين:

- رئيس مصلحة الصندوق: ودوره الاشراف على المصلحة ومراقبة سير عملها، كما يقوم بعمليات المقاصة.
- امين الصندوق: وهو المكلف بكل العمليات الخاصة بتسليم واستلام النقود لعملاء البنك.
- أمين الشباك: وهذا الأخير يقوم بعمليات ادخال لكل الصكوك والأوراق المالية جهاز الحاسوب لبرمجتها داخل الوحدة المركزية بنظام المعلوماتية المعمول به في البنك، وذلك من اجل زيادة او نقصان الرصيد في الحسابات الجارية.

- 3- مصلحة المراقبة والشؤون الإدارية: ويشرف عليها رئيس المصلحة والذي يقوم بعمليات لجميع العمليات الإدارية والبنكية ويسهر على المعلومات المبرمجة وهذا بوجود دليل كتابي مثلا صك او وصل او سند

- 4- مصلحة العمليات الخارجية (التجارة الخارجية): ويشرف عليها رئيس مصلحة العمليات الخارجية، وهي تعمل تحت رقابة المدير.

- 5- مصلحة القروض: ويشرف عليها رئيس مصلحة القروض والمكلف بالدراسات، ويعمل كذلك تحت رقابة المدير.

6- مصلحة المحاسبة والمراقبة: وتضم قسمين:

أ. قسم المحاسبة: تقوم بتسجيل جميع العمليات اليومية التي يقوم بها البنك في جميع اقسامه أيضا باعداد الميزانيات الختامية وتحليلها والمراجعة بالدقيقة لحسابات البنك. كما يشرف على النفقات العامة في الوكالة ومتابعة عقود الصيانة والتأمين وتوزيع التكاليف.

ب. قسم المراقبة: يقوم بالمراقبة الداخلية لعملية التسيير ومدى تطبيق القوانين الداخلية للبنك كما تقوم بتنسيق بين المصالح، والحث على تطبيق السياسة الإدارية المتبعة كما تساعد المدير في اتخاذ القرارات من خلال التقارير التي يوجه اليه عن مدى انتظام ودقة البنك، ومدى وجود المشاكل الإدارية وكل هذا يتم عن طريق المراقبة الدورية منتظمة من اجل تحقيق سياسة البنك.

المبحث الثاني: واقع التجارة الإلكترونية على البنوك الجزائرية الخارجية بوكالة غرداية

لقد مهدت التطورات التكنولوجية الحديثة لظهور التجارة الإلكترونية، والتي تمثل منظورا جديدا في بيئة الاعمال التجارية فكرا وفلسفة واجتهادا وممارسة، على الرغم من المزايا المختلفة للأعمال التجارية الإلكترونية، إلا أن الجزائر لا تزال غير مواكبة للتطور الحاصل في العالم.

المطلب الأول : واقع التجارة الإلكترونية على البنوك الجزائرية الخارجية بوكالة غرداية

أولا :واقع التجارة الإلكترونية على البنك الجزائري الخارجي

بالنسبة للبنك الجزائري الخارجي، يمثل القطاع المصرفي الإلكتروني جزءًا مهمًا من استراتيجيته لتلبية احتياجات العملاء وتوفير خدمات مالية متطورة ومريحة. يُعتبر البنك الجزائري الخارجي واحدًا من البنوك الجزائرية الرائدة التي تسعى جاهدة لتعزيز التجارة الإلكترونية وتقديم حلول تمويلية رقمية مبتكرة. من بين الجوانب الهامة لواقع التجارة الإلكترونية على البنك الجزائري الخارجي²⁶:

1. خدمات البنك عبر الإنترنت:

يقدم البنك الجزائري الخارجي خدمات مصرفية إلكترونية تشمل الوصول إلى الحسابات عبر الإنترنت، وإدارة الحسابات، وإجراء الدفعات، وتحويل الأموال، وغيرها من الخدمات عبر منصات الإنترنت.

2. تطبيق الهاتف المحمول:

يتيح تطبيق البنك الجزائري الخارجي على الهواتف المحمولة للعملاء الوصول إلى حساباتهم وإجراء العمليات المصرفية بسهولة أثناء التنقل، ويمكنهم القيام بمجموعة متنوعة من العمليات من خلال التطبيق.

3. دعم التجارة الإلكترونية:

يسعى البنك الجزائري الخارجي لدعم التجار والشركات في مجال التجارة الإلكترونية من خلال تقديم خدمات تمويلية متنوعة مثل خدمات البطاقات الائتمانية وتسهيلات الائتمان وحلول الدفع الإلكتروني.

4. الأمان والخصوصية:

يولي البنك الجزائري الخارجي اهتمامًا كبيرًا بأمان وخصوصية العملاء عبر القنوات الإلكترونية، ويعمل جاهدًا على توفير بنية تحتية آمنة ومتطورة لتأمين المعاملات المالية عبر الإنترنت والتطبيقات. باختصار، يُعتبر البنك الجزائري الخارجي ملتزمًا بتطوير وتقديم خدمات مصرفية إلكترونية متطورة للعملاء، بما في ذلك دعم التجارة الإلكترونية، وذلك من خلال توفير منصات مصرفية رقمية موثوقة وآمنة تسهل على العملاء إدارة أمورهم المالية بكفاءة وسهولة.

ثانيا : تحديات البنك الجزائري الخارجي بغرداية

إلا أن البنوك الجزائرية الخارجية ما زالت تواجه تحديات عدة في هذا الصدد، من بينها:

1. التحديات التقنية:

قد تواجه البنوك الجزائرية صعوبات في تطوير البنية التحتية اللازمة لدعم عمليات التجارة الإلكترونية بشكل متكامل وآمن.

2. القوانين والتنظيمات:

تتطلب قوانين وتنظيمات صارمة على التجارة الإلكترونية في الجزائر، وقد تتطلب هذه القوانين من البنوك الالتزام بمعايير أمنية مشددة وتوفير خدمات مالية متقدمة للعملاء.

3. قبول الدفع الإلكتروني:

مع زيادة الطلب على خدمات التجارة الإلكترونية، قد تواجه البنوك الجزائرية ضغوطاً لتطوير وتسهيل عمليات الدفع الإلكتروني بشكل أكبر وأسرع.

4. التوعية وثقافة الاستخدام:

يحتاج العملاء والتجار على حد سواء إلى زيادة الوعي بأهمية وفوائد التجارة الإلكترونية وكيفية استخدامها بشكل آمن وفعال.

بصفة عامة، تتجه البنوك الجزائرية الخارجية نحو تعزيز وتطوير الخدمات المصرفية الإلكترونية لتلبية تطلعات العملاء ومواكبة التطورات التكنولوجية، ومن المتوقع أن يشهد القطاع المالي في الجزائر مزيداً من التطور في مجال التجارة الإلكترونية في السنوات القادمة.

المطلب الثاني : أنواع أسواق التجارة الإلكترونية للبنك الجزائري الخارجي

أولاً: أنواع أسواق التجارة الإلكترونية في البنك الجزائري الخارجي

تتوسع أعمال التجارة الإلكترونية في الجزائر، لكنها لا تزال بعيدة عن الوصول إلى إمكاناتها الكاملة ومساها وراء اقتصاد شمال إفريقيا المجاورة، حيث لا توجد أرقام رسمية عن مبيعات التجارة الإلكترونية في الجزائر، والبنك الجزائري الخارجي يقدم مجموعة متنوعة من الأسواق والمنتجات المالية لخدمة احتياجات مختلف العملاء. من بين الأسواق الرئيسية التي يعمل فيها البنك الجزائري الخارجي²⁷:

1. التمويل الشخصي

يتيح البنك الجزائري الخارجي للأفراد الحصول على التمويل الشخصي لتلبية احتياجاتهم المالية الشخصية، سواء لشراء منزل، أو لتغطية تكاليف التعليم، أو لأغراض أخرى.

²⁷ حداد سفيان ، التجارة الإلكترونية في الجزائر ، مجلة معالم للدراسات العالمية و الاتصالية ، جامعة الجزائر 3 العدد الثاني/ جوان 2020.

2. التمويل العقاري

يقدم البنك الجزائري الخارجي خدمات تمويل عقاري للأفراد والشركات لشراء أو بناء العقارات، مما يشمل الشقق السكنية والمكاتب التجارية والعقارات الأخرى.

3. التمويل التجاري

يوفر البنك الجزائري الخارجي حلول تمويلية للشركات والمؤسسات التجارية، بما في ذلك التسهيلات الائتمانية وخطوط الائتمان والتمويل لتلبية احتياجاتها التشغيلية والاستثمارية.

4. التمويل الاستثماري

يوفر البنك الجزائري الخارجي خدمات تمويل استثماري للمشاريع الكبيرة والصغيرة، سواء كانت في قطاع البناء والعقارات أو الصناعة أو الخدمات الأخرى.

5. التجارة الدولية

يقدم البنك الجزائري الخارجي خدمات مالية متخصصة لدعم التجارة الدولية، بما في ذلك تمويل الاستيراد والتصدير والتحويلات الدولية وتقديم الاستشارات المالية والمصرفية للشركات التي تشارك في التجارة العالمية.

ثانياً : عملية التجارة الإلكترونية الدولية مع البنك الجزائري الخارجي

في سياق التجارة الإلكترونية الدولية، يمكن للبنك الجزائري الخارجي أن يلعب دوراً هاماً في توفير الدعم المالي والمصرفي للشركات والأفراد الذين يشاركون في عمليات التجارة العابرة الحدود عبر الإنترنت. إليك بعض الطرق التي يمكن للبنك الجزائري الخارجي الاستجابة فيها لاحتياجات التجارة الإلكترونية الدولية²⁸:

1. خدمات الدفع الإلكتروني: يمكن للبنك الجزائري الخارجي توفير خدمات معالجة الدفع الإلكتروني

للشركات التي تقوم ببيع منتجاتها أو خدماتها عبر الإنترنت. يمكن للعملاء الدوليين استخدام بطاقات الائتمان أو خدمات التحويل الدولي لإتمام المعاملات.

2. التمويل التجاري الدولي: يمكن للبنك الجزائري الخارجي توفير التمويل والخطوط الائتمانية الدولية

للشركات التي تحتاج إلى تمويل لتوسيع أو تطوير أعمالها الدولية عبر الإنترنت، مثل شراء الأسهم أو توسيع خطوط الإنتاج.

3. تحويلات الأموال الدولية: يمكن للبنك الجزائري الخارجي تسهيل التحويلات المالية الدولية للعملاء

الذين يقومون بتجارة عبر الإنترنت، سواء كان ذلك لتحويل الأموال لتوريد البضائع أو لتلقي الدفعات من العملاء الدوليين.

4. الضمانات المصرفية الدولية: يمكن للبنك الجزائري الخارجي تقديم ضمانات مصرفية دولية لدعم

عمليات التجارة الدولية عبر الإنترنت، والتي قد تتطلبها الشركات والمؤسسات كضمان للمدفوعات أو لضمان تسليم المنتجات بشكل صحيح.

الفصل الثاني: الإطار الميداني لواقع التجارة الإلكترونية في البنك الجزائري الخارجي

5. **الاستشارات المالية والتجارية:** يمكن للبنك الجزائري الخارجي تقديم الاستشارات المالية والتجارية المتخصصة للشركات التي تشارك في التجارة الإلكترونية الدولية، مما يشمل استشارات حول هياكل التمويل والتسعير وإدارة المخاطر.

باختصار، يمكن للبنك الجزائري الخارجي تقديم مجموعة واسعة من الخدمات والحلول المالية والمصرفية لدعم التجارة الإلكترونية الدولية، مما يساعد الشركات والأفراد على توسيع نطاق عملياتهم وتحقيق النجاح في السوق الدولية عبر الإنترنت.

ثالثاً: إيجابيات وسلبيات البنك الجزائري الخارجي بواقع التجارة الإلكترونية

بالطبع، هناك عدة جوانب إيجابية وسلبية لتأثير البنك الجزائري الخارجي على واقع التجارة الإلكترونية²⁹:

○ **الإيجابيات:**

1. **تسهيل الدفع الإلكتروني:** يمكن للبنك الجزائري الخارجي توفير بنية تحتية للدفع الإلكتروني تسهل

عمليات الشراء والبيع عبر الإنترنت، مما يزيد من سهولة التجارة الإلكترونية للعملاء.

2. **حماية المعلومات الشخصية والمالية:** يمكن للبنك الجزائري الخارجي أن يوفر مستويات عالية من الأمان للمعاملات المالية عبر الإنترنت، وذلك من خلال استخدام تقنيات التشفير والحماية الأخرى، مما يزيد من ثقة العملاء في التجارة الإلكترونية.

3. **تمويل الأعمال الناشئة:** يمكن للبنك الجزائري الخارجي تقديم تمويل للشركات الناشئة في مجال التجارة الإلكترونية، مما يساعدها على النمو والتوسع وتحسين خدماتها.

○ **السلبيات:**

1. **رسوم الخدمات البنكية:** قد تفرض البنوك رسوماً على الخدمات المالية والبنكية التي تقدمها، وهذا قد يؤثر سلباً على تكاليف التجارة الإلكترونية للشركات والعملاء.

2. **قيود البنك المحلي:** قد تفرض بعض البنوك الجزائرية قيوداً على العمليات المالية الدولية، مما قد يؤثر على قدرة الشركات الجزائرية على التوسع عبر الحدود وتوسيع نطاق عملياتها التجارية الإلكترونية.

3. **تحديات التكنولوجيا القديمة:** قد يواجه البنك الجزائري الخارجي تحديات في تطوير وتحديث البنية التحتية التكنولوجية اللازمة لدعم التجارة الإلكترونية بشكل متكامل، مما قد يؤثر على جودة الخدمات المقدمة.

باختصار، يتوجب على البنك الجزائري الخارجي التوازن بين تقديم الخدمات المالية والبنكية بشكل فعال وسهل الوصول، وبين تحقيق الأمان والثقة فيما يتعلق بالتجارة الإلكترونية، وذلك من خلال تقديم الحلول المالية المناسبة والاستثمار في التكنولوجيا الحديثة.

²⁹ رمزي محمود، النقود والبنوك و التجارة الإلكترونية، دار التعليم الجامعي، الإسكندرية، مصر، 2022.

خلاصة الفصل

في الختام يمثل النشاط التجاري الإلكتروني تحديًا وفرصة للبنوك الجزائرية الخارجية على حد سواء رغم أن التجارة الإلكترونية في الجزائر لا تزال في مراحلها الأولى، إلا أنها تشهد نموًا تدريجيًا ومتزايدًا، مما يفتح الباب أمام البنوك لاستكشاف فرص جديدة في هذا السوق الناشئ وتتطلب نجاح التجارة الإلكترونية على البنوك الجزائرية الخارجية اعتماد إستراتيجيات شاملة تشمل تحسين البنية التحتية التكنولوجية للتأكد من توفير خدمات مصرفية إلكترونية موثوقة وأمنة وتقديم منتجات وخدمات مصرفية إلكترونية مبتكرة ومتنوعة تلبي احتياجات العملاء المتغيرة وتسهم في جذب عملاء جدد والحفاظ على معايير أمان عالية وضمان خصوصية المعلومات لضمان ثقة العملاء وتحقيق رضاهم وكذلك تعزيز الوعي بأهمية التجارة الإلكترونية وتوفير التدريب والدعم للعملاء لضمان استخدامهم الفعّال والأمن للخدمات المصرفية عبر الإنترنت وفي الأخير يمكننا القول أن البنوك الجزائرية الخارجية تستطيع الاستفادة من التجارة الإلكترونية كفرصة للنمو والتطور، شريطة أن تكون مجهزة بالتكنولوجيا المناسبة والاستراتيجيات الصحيحة لتقديم خدمات مصرفية إلكترونية موثوقة وفعّالة.

الكتابة

خاتمة

في الختام، يُعد البنك الجزائري الخارجي شريكاً أساسياً في دعم وتطوير التجارة الإلكترونية في الجزائر. يقدم البنك الجزائري الخارجي مجموعة من الخدمات والحلول المالية المتنوعة التي تسهل عمليات البيع والشراء عبر الإنترنت وتعزز الأمان المالي والثقة لدى العملاء ورغم التحديات التي قد تواجهها، مثل الرسوم البنكية وقيود العمليات المالية الدولية، فإن البنك الجزائري الخارجي يعمل على تقديم حلول مبتكرة وتحديث البنية التحتية التكنولوجية لتلبية احتياجات السوق المتزايدة و بفضل دوره الحيوي، يساهم البنك الجزائري الخارجي في تعزيز النمو الاقتصادي وتحفيز الابتكار في قطاع التجارة الإلكترونية، وبناء اقتصاد رقمي قوي يدعم التنمية المستدامة في البلاد وتعد التجارة الإلكترونية كبيرة ونوعية جديدة وتعتبر البنوك لغير التقليدية تتماشى مع معطيات هذا النوع من التجارة ولا تنقيد بمكان معين أو بأوقات عمل معينة كالبنوك التقليدية وعليه نشأت فكرة البنوك الإلكترونية. وعليه تهدف هذه الورقة البحثية إلى إلقاء الضوء على ذلك الدور والواقع الذي تلعبه البنوك الإلكترونية في توجيه نظم الاقتصاد نحو الأداء الجيد.

قائمة المصادر والمراجع

المراجع والمصادر

المراجع باللغة العربية:

- سمية ديمش، التجارة الإلكترونية حتميتها وواقعها في الجزائر، قسم العلوم الإقتصادية - تخصص تحليل واستشراف اقتصادي، مذكرة ماجستير، جامعة منتوري، قسنطينة، 2011/2010.
- غزولي إيمان، العوامل المؤثرة على تطبيق التجارة الإلكترونية في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية، أطروحة دكتوراه، اقتصاد وتسيير المؤسسات، جامعة فرحات عباس 01، سطيف، 2018/2017.
- عابد بن عابد العبدلي، التجارة الإلكترونية في الدول الإسلامية، قسم الاقتصاد الإسلامي، جامعة أم القرى، مكة المكرمة، 2005.
- طرشي محمد، بوفليح نبيل، التجارة الإلكترونية في الدول العربية بين الواقع والمؤمل، مجلة اقتصاديات شمال إفريقيا، المجلد 14/العدد 19، 2018.
- بن وارث حكيمة، دور وأهمية التجارة الإلكترونية في اقتصاد المعرفة، مذكرة ماجستير، كلية العلوم الإقتصادية، المركز الجامعي العربي بن مهدي، أم البواقي، 2008.
- نعيمة يحيوي، مريم يوسف، التجارة الإلكترونية وآثارها على اقتصاديات الأعمال العربية، المجلة الجزائرية لتنمية الإقتصادية، جامعة باتنة 01، العدد 06، جوان، 2017.
- هباشية فوزية، دورة التجارة الإلكترونية في تفعيل مناطق التجارة الحرة- حالة منطقة التجارة الحرة العربية الكبرى، كلية العلوم الإقتصادية، جامعة حسيبة بن بوعلي، شلف، 2012.
- زين يونس، أثر التجارة الإلكترونية على المراجع الداخلية في المصارف - حالة الجزائر-، قسم العلوم التجارية، جامعة الجزائر 03، 2014.
- مصطفى كمال إسماعيل البيسي، تقييم أثار استخدام أدوات التعامل مع الإنترنت في عمليات التجارة الإلكترونية، مذكرة ماجستير، كلية العلوم الإدارية، القاهرة، 2015.
- رمزي محمود، النقود والبنوك و التجارة الإلكترونية، دار التعليم الجامعي، الإسكندرية، مصر، 2022.
- نهلة أحمد قنديل، التجارة الإلكترونية، بدون دار نشر، القاهرة، 2004.
- سعد غالب ياسين ، بشير عباس العالق، التجارة الإلكترونية، دار المناهج للنشر و التوزيع ، القاهرة، مصر، 2021.

المراجع باللغة الأجنبية

- GAO, Report to the Ranking Senate Minority Member of the Joint Economic Committee, **INTERNATIONAL ELECTRONIC COMMERCE Definitions and Policy Implications**, March 2002, p9-10.
- IMPACT OF GLOBALIZATION ON NATIONAL ACCOUNTS
https://unece.org/fileadmin/DAM/stats/groups/wgna/GuideByChapters/Chapter_13.pdf
- Lingming Chen, Md. Salamun Rashidin , Fei Song, Yi Wang, Sara Javed, and Jian Wang, **Determinants of Consumer's Purchase Intention on Fresh E-Commerce Platform: Perspective of UTAUT Model**, SAGE Open, April-June2021.
- Daniel Tolstoy, Emilia Rovira Nordman, Sara Mel'en Hånell, Nurgül "Ozbekm, **the development of international e-commerce in retail SMEs: An effectuation perspective**, Journal of World Business, 56:2021.

