

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية-قسنطينة-



كلية الشريعة والاقتصاد

مخبر الدراسات القانونية والتطبيقية

فرقة بحث الحماية الجزائرية للتجارة الإلكترونية دراسة مقارنة بين الفقه الإسلامي والتشريعات الجزائرية

تنظم ملتقى وطني حول:

التجارة الإلكترونية

-بين التنظيم القانوني والخلفية الشرعية-



يوم 2023/05/10

رئيس الملتقى: أ.د.كمال لدرع

رئيس اللجنة العلمية : د.ليندة بومحراث

ط.د سارة بو الشعير، د.حسيبة سميرة جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية
عنوان المداخلة: أهمية وسائل الدفع الإلكتروني ودورها في تفعيل التجارة الإلكترونية في
المصارف الإسلامية -دراسة حالة مصرف الراجحي وبيت التمويل الكويتي-

الملخص:

تهدف هذه الورقة البحثية إلى إبراز أهمية وسائل الدفع الإلكتروني في تفعيل التجارة الإلكترونية في المصارف الإسلامية، حيث تم تسليط الضوء على أهم المفاهيم المتعلقة بوسائل الدفع الإلكتروني والتجارة الإلكترونية، إلى جانب الوقوف على واقع هذه الوسائل في دعم التجارة الإلكترونية في كل من مصرف الراجحي وبيت التمويل الكويتي، وقد خلصت إلى أن تطور التجارة الخارجية يرتبط بتطور وسائل الدفع الإلكتروني، وقد استحدثت المصارف الإسلامية محل الدراسة مجموعة من وسائل الدفع للنهوض بهذه التجارة وتفعيلها.

الكلمات المفتاحية: وسائل الدفع الإلكتروني، التجارة الإلكترونية، المصارف الإسلامية.

Abstract: This research paper aims to highlight the importance of electronic payment methods in activating electronic commerce in Islamic banks, where the most important concepts related to electronic payment methods and electronic commerce were highlighted, as well as standing on the reality of these means in supporting electronic commerce in each of Al-Rajhi Bank and Kuwait Finance House, and I concluded that the development of foreign trade is linked to the development of electronic payment methods, and the Islamic banks under study have introduced a set of payment methods to promote and activate this trade.

Keywords: electronic payment methods, electronic commerce, Islamic banks.

مقدمة:

يشهد العالم اليوم موجة كبيرة للتغيرات والاكتشافات العلمية في مجال المعلوماتية، والتي أدت إلى ظهور اقتصاد رقمي قائم على إنتاج المعرفة ومرونة وسرعة تبادل المعلومات دون اعتبار للحواجز الزمانية وبأقل تكلفة، فكان لها التأثير الواضح على مختلف مناحي الحياة وخاصة الاقتصادية وما تتضمنه من معاملات مالية وتجارية، والتي أصبحت تمارس بوسائل متطورة جدا، بفضل الانتشار الواسع والسريع لشبكة الأنترنت، الأمر الذي ساهم في ظهور أنماط جديد من المعاملات تتمثل في المعاملات الإلكترونية وظهور نوع جديد من التجارة ألا وهي التجارة الإلكترونية.

إن امتلاك الثروة التكنولوجية للعديد من عناصر القوة مكنها من إحداث تغيرات جذرية في مناهج العمل في جميع الميادين بما فيها المصرفية، حيث أصبحت المصارف ومنها المصارف الإسلامية أمام تحديات كبيرة ألزمت عليها تبني سبل جديدة تمكنها من استيعاب هذه المستجدات وإعادة رسم استراتيجيات تطويرها لإعطائها الصبغة التنافسية لتتماشى ومتطلبات العصر، نظرا لكون وسائل الدفع التقليدية لم تعد فعالة في عصر يتطلب السرعة في معالجة المعاملات والصفقات. فاستحدثت بذلك مجموعة من أدوات الدفع الإلكترونية لمواكبة البيئة الرقمية وتفعيل التجارة الإلكترونية لضمان بقائها في السوق ومواجهة المنافسة الخارجية.

من هذا المنطلق جاءت هذه الورقة البحثية للإجابة على التساؤل: كيف تساهم وسائل الدفع الإلكتروني الحديثة في تفعيل التجارة الإلكترونية في المصارف الإسلامية؟

للإجابة على هذا التساؤل تم تقسيم هذه الورقة البحثية إلى المحاور الأساسية التالية:

أخو الأول: الإطار النظري لوسائل الدفع الإلكتروني

أولا: مفهوم وسائل الدفع الإلكتروني وخصائصها

وردت تعريفات عديدة لوسائل الدفع الإلكتروني ويتحور معظمها حول طبيعة الدفع بالمقارنة مع نظيرتها في النظم التقليدية، ومن هذه التعاريف نذكر:

يمكن تعريف الدفع الإلكتروني على أنه: "جميع أشكال الدفع التي تتم بطريقة غير مادية أو إلكترونية، أو المعاملات التجارية لتبادل السلع أو الخدمات عبر الإنترنت"¹.

¹ Sadika Benmadani, les moyens de paiement électronique en Algérie : état des lieux et perspectives, revue études économiques, vol 16, n°1, 2022, p 797.

وهو أيضا: "نظام يمكن المتعاملين بتطبيقات التجارة الإلكترونية من التبادل المالي إلكترونيا، بدلا من استخدام النقود المعدنية والورقية أو الشيكات الورقية، حيث يقوم البائعون عن طريق الانترنت بتوفير طرق سهلة وسريعة وآمنة للحصول على أثمان منتجاتهم من الزبائن"¹.

ويعرف أيضا بأنه: "نظام دفع مبني على تقنيات إلكترونية بالإضافة إلى تقنيات الإعلام الآلي التي تستعمل لغرض صناعة نظام الدفع الإلكتروني، من خلال تحصيل قيم وسائل الدفع التي تم ضبطها عن طريق المبادلات البنكية عبر سند معلوماتي بدل سندي ورفي"².

إن الانتشار الواسع لوسائل الدفع الإلكتروني يترجم أهميتها في مجال التجارة الإلكترونية سواء على الصعيد العام أو على الأطراف المتعاملين بها، وما زادا من أهميتها مجموعة الخصائص التي تميزها عن غيرها التقليدية، والتي يمكن تلخيصها فيما يلي³:

- الطبيعة الدولية لأنظمة الدفع الإلكتروني، فهي وسيلة مقبولة في جميع الدول، حيث يتم استخدامها لتسوية الحسابات في المعاملات التي تتم عبر فضاء إلكتروني بين المستخدمين في كل أنحاء العالم؛
- الدفع باستخدام النقود الإلكترونية: وهي قيمة نقدية تتضمنها بطاقة بما ذاكرة رقمية أو الذاكرة الرئيسية للمؤسسة التي تهيمن على إدارة أعمال التبادل؛
- يستخدم هذا الأسلوب لتسوية المعاملات الإلكترونية عن بعد: حيث يتم إبرام العقد بين أطراف متبايعين مكانيا، ويتم الدفع عبر شبكة الأنترنت، بتبادل المعلومات الإلكترونية بفضل وسائل الاتصال اللاسلكية، ويتم إعطاء أمر الدفع وفقا لمعطيات إلكترونية تسمح بالاتصال المباشر بين طرفي العقد.

ثانيا: أنواع وسائل الدفع الإلكترونية

تعتبر وسائل الدفع الإلكتروني عن مجموعة الأدوات المستخدمة لتسوية المدفوعات، ومن أهم هذه الأدوات نجد:

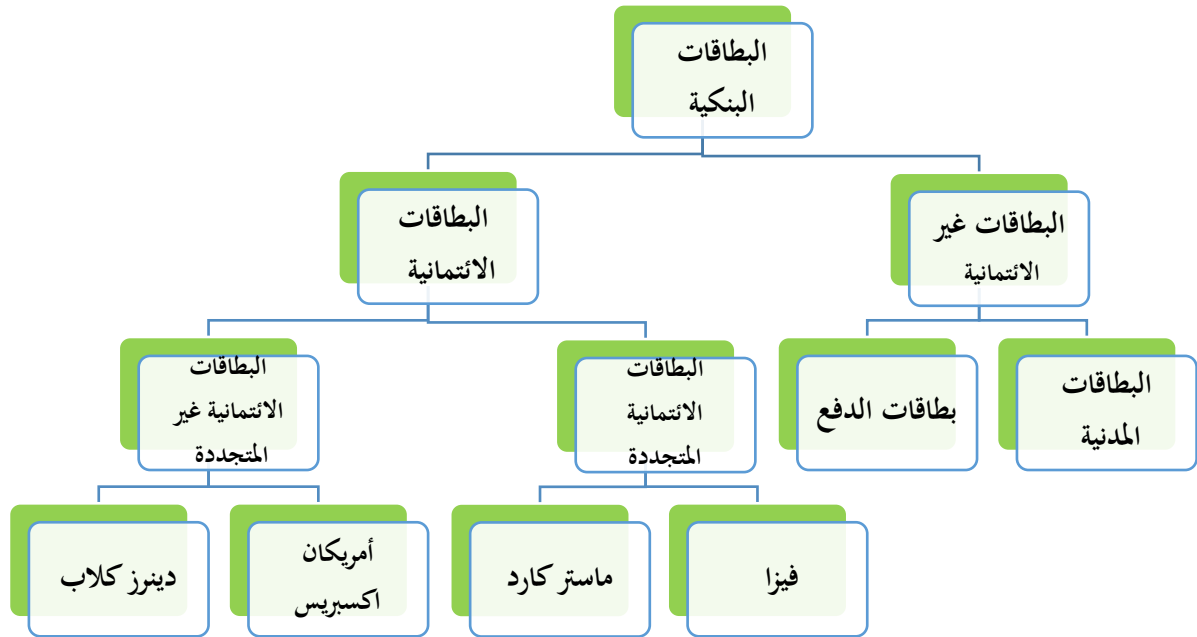
1. **البطاقات البنكية:** يطلق عليها عديد المسميات ومنها: بطاقات الدفع البلاستيكية، بطاقات الدفع الإلكترونية والنقود البلاستيكية، غير أن مسمى بطاقات الائتمان يعد الأكثر شيوعا، وتعرف على أنها بطاقة بلاستيكية صغيرة الحجم شخصية تصدرها البنوك ومؤسسات التمويل الدولية وتمنح لأشخاص لهم حسابات مصرفية مستمرة، وهي من أشهر الخدمات المصرفية الحديثة وبموجبها يستطيع الحاملون لهذه البطاقة سحب المبالغ النقدية من أجهزة سحب النقود، وأن يقدمها كأداة وفاء للسلع والخدمات.

¹ محمد عبد حسين الطائي، التجارة الإلكترونية، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، ط 1، 2010، ص 178.

² عبد القادر بيجيج، المشاكل لتقنيات أعمال البنوك، دار الخلدونية، الجزائر، 2013، ص 234.

³ عماد الدين بركات، حورية طيبي، وسائل الدفع الإلكترونية ودورها في تفعيل التجارة الإلكترونية ودورها في تفعيل التجارة الإلكترونية، مجلة القانون والتنمية المحلية، المجلد 1، العدد 2، 2019، ص 126.

الشكل رقم (1): أنواع البطاقات البنكية



المصدر: عبد القادر مطاي، كريمة بن شنيبة وآخرون، وسائل الدفع الإلكترونية ودورها في عصنة المنظومة المصرفية الجزائرية، مجلة الاقتصاد الحديث والتنمية المستدامة، المجلد 2، العدد 2، 2020، ص 32.

2. الشيك الإلكتروني: يعد الشيك الإلكتروني أكثر الأوراق التجارية التي يمكن الاستفادة منها في مجال تقنية المعلومات والمعالجات الإلكترونية كون أن البنوك طرفا أساسيا في الوفاء به وتحصيله، فهي تستعمل دائما وسائل المعالجة الإلكترونية فضلا عن أن الشيك لا بد وأن يكون على نموذج بنكي، وهذا ما يسمح للبنوك بوضع النموذج الذي يتلاءم مع المعالجة الإلكترونية للبيانات وهو محرر ثلاثي الأطراف معالج إلكتروني بشكل كلي أو جزئي يتضمن أمرا صادرا من شخص يسمى الساحب إلى البنك المسحوب عليه بأن يدفع مبلغا من النقود لإذن شخص ثالث يسمى المستفيد¹.

3. النقود الإلكترونية: تعتبر النقود الإلكترونية الرصيد النقدي المسجل إلكتروني على قيمة مخزنة في بطاقة، وتحتوي هذه الأخيرة على معالجات دقيقة مدججة يمكن تحميلها بقيمة نقدية². وتعرف كذلك بأنها القيمة النقدية المخزنة على وسيلة إلكترونية مدفوعة مقدما وغير مرتبطة بحساب بنكي³. ويتم تخزينها في المعالجات وأجهزة حاسبات أخرى بواسطة الخوارزميات، ويتم التعامل مع النقود الإلكترونية بواسطة البطاقات الذكية Smart Cards التي تستطيع التعامل

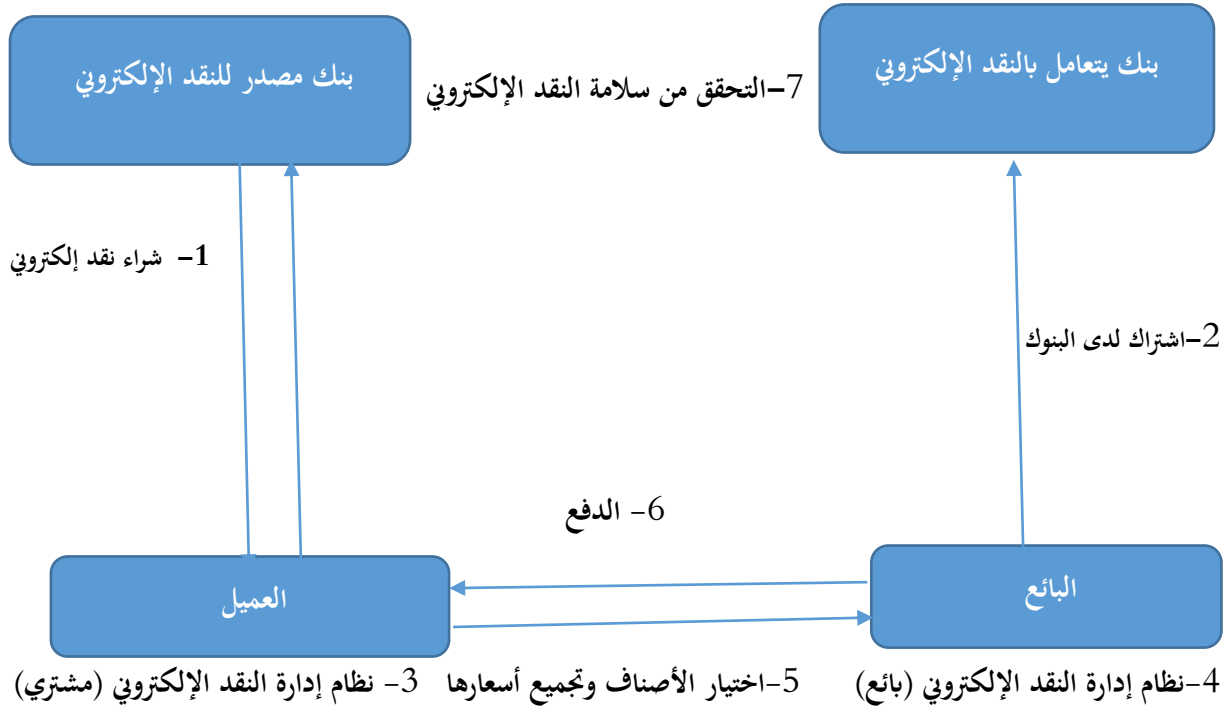
¹ صليحة مبراح، خيرة ميمون، مظاهر تفعيل بيئة الدفع الإلكتروني بين الحتمية الاقتصادية والمتطلبات القانونية، مجلة البحوث الإدارية والاقتصادية، المجلد 3، العدد 1، 2018، ص 201.

² Zakaria Hasan, electronic money, submitted in partial of requirements for degree of master of business administration at university of Dhaka, Bangladesh, November 2015, p 27.

³ محمود محمد أبو فروة، الخدمات البنكية الإلكترونية عبر الأنترنت، دار الثقافة، عمان، ط 1، 2009، ص 36.

والاتصال مع أي جهاز يحتوي على برمجيات تتناسب معها ومن ثم نستطيع تنفيذ عمليات البيع والشراء عن طريق شبكة الأنترنت¹.

الشكل رقم (2): خطوات استخدام النقود الإلكترونية وإجراءاتها



المصدر: حسين محمود الوادي، بلال محمود الوادي، المعرفة والإدارة الإلكترونية، دار الصفاء للنشر والتوزيع، عمان، ط 1، 2011، ص 83.

4. **المحافظ الإلكترونية:** المحفظة الإلكترونية هي نظام مبني على أساس رقمي للقيام بالتبادلات والمعاملات التجارية الرقمية، وباستخدامها يمكن بسهولة القيام بعمليات الشراء من خلال الحواسيب أو الهواتف الذكية أو أجهزة التابلت، وبشكل عام يتم ربط حسابات الأفراد في البنوك مع محفظتهم الرقمية، والتي يتم فيها توثيق وحماية أموال المستهلك ومعاملاته التجارية من شراء وتبادل. ويمكن تعريفها بأنها "وسيلة دفع افتراضية تستخدم في سداد المبالغ قليلة القيمة بشكل مباشر أو غير مباشر".

ثالثاً: منافذ الدفع الإلكتروني

¹ إبراهيم عبد الخالق الدوي، التجارة الإلكترونية-دراسة تطبيقية على المكتبات، مطبوعات مكتبة الملك فهد الوطنية، المملكة العربية السعودية، 2010، ص 57.

تماشياً مع التطورات السريعة في تكنولوجيا الاتصالات والمعلومات حرصت البنوك على مواكبة تطورات وسائل العمل المصرفي الإلكتروني واستعمال القنوات الحديثة في تقديم الخدمة المصرفية، فظهرت منافذ عديدة تستخدم في عملية الدفع الإلكتروني حتى تفي بحاجات ورغبات العميل. وأهمها ما يلي:

1- خدمات آلات الصراف الآلي: وتشكل أكثر الوحدات الإلكترونية شيوعاً واستخداماً في مجال الخدمة البنكية،

وهي أجهزة اتصال محوسبة تمكن عملاء المؤسسات المالية من الوصول للخدمات المقدمة من قبل تلك المؤسسات، بحيث يتم التعرف على العميل بمجرد إدخال البطاقة البلاستيكية ذات الشريط المغنط ويحتوي على رقم البطاقة وبعض المعلومات الأخرى مثل: تاريخ انتهاء الصلاحية، رقم التعريف الشخصي الذي سبق إدخاله من قبل العميل للجهاز¹، ويتم نشر تلك الآلات بالأماكن المختلفة وتكون متصلة بشبكة حاسب المصرف، وتستخدم للحصول على العديد من الخدمات مثل: السحب والإيداع النقدي، وإيداع الشيكات ودفع الفواتير، الاستفسار عن الرصيد والتحويل ما بين الحسابات، الاستفسار عن أسعار العملات... الخ².

2- خدمات الصيرفة المنزلية: وهو ذلك الحاسب الشخصي الموجود بالمنزل أو العمل أو أي مكان آخر، والذي

يتصل بحاسب المصرف ليتمكن من خلال كلمة السر أو رقم سري أو كليهما لإتمام العمليات المصرفية المطلوبة، وهذا يتضمن السرية العالية في التعامل³.

3- خدمة الرسائل المصرفية: وتسمح هذه الخدمة للعميل بمتابعة كافة العمليات المصرفية التي تمت على حساباته

الشخصية أولاً بأول من خلال استلامه رسائل نصية من المصرف على هاتفه النقال تبلغه فيها بنوعية المعاملة التي تمت على حسابه خلال دقائق من إجرائها، ومن أهم الرسائل تحويل الراتب، التحويلات بين الحسابات، الإيداع النقدي، السحب النقدي، معاملات بطاقات السحب الآلي ومعاملات استخدام بطاقة الائتمان.

4- خدمة البنك الهاتفية: وهي خدمة تقدمها البنوك لعملائها، حيث تمنحهم حق الاتصال الهاتفي بالبنك من خلال

رقم مخصص مرتبط بالحاسوب المركزي للبنك، ويطلب بعد ذلك من العميل إدخال رقمه السري على جهاز الهاتف، ثم يطلب العملية التي يريد، فتتنجز بذلك العملية دون الحاجة للحضور الشخصي للبنك، مما يتيح الفرصة لعملاء البنك بالتحكم في حساباتهم وإجراء عمليات الدفع وتحويل الأموال من أي مكان حول العالم بواسطة هواتفهم الجوال⁴.

¹ منير الحكيم، الصيرفة الإلكترونية: مفاهيم أساسية، مجلة الدراسات المالية والمصرفية، الأكاديمية العربية للعلوم المالية والمصرفية، الأردن، العدد 04، 2012، ص 13.

² زكي خليل المساعد، تسويق الخدمات وتطبيقاتها، دار المناهج للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ط 01، 2003، ص 326.

³ وسيم محمد الحداد، شقيري نوري موسى وآخرون، الخدمات المصرفية الإلكترونية، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، ط 01، 2012، ص 64، 65.

⁴ Sabiha Bechir, le développement de la monétique en Algérie- étude comparative avec la Tunisie et le Maroc, séminaire nationale sur l'activation des moyens de paiement modernes

5- نقاط البيع الإلكتروني: وهي الآلات التي تنتشر لدى المؤسسات التجارية والحديثة بمختلف أنواعها وأنشطتها، ويمكن للعميل استخدام بطاقة بلاستيكية أو بطاقات ذكية للقيام بأداء مدفوعات من خلال الخصم على حسابه الإلكتروني بإدخال هاتيه البطاقة داخل هاتيه الآلات المتصلة إلكترونياً مع الحاسوب المركزي للبنك بإدخال الرقم السري للعميل أن تخصم القيمة من رصيده وتضاف إلى رصيد المتجر إلكترونياً.

6- خدمة السويفت: هي عبارة عن شبكة اتصالات متطورة ما بين البنوك تعالج معاملات تحويل الأموال في كافة أنحاء العالم وتعمل على ربطها وتوفير لها الاتصال بسهولة وسرعة وأمان، بحيث تكون مبروطة بخدمة المقاصة ومراقبة من قبل البنوك المركزية وهذا من أجل تسهيل عمليات الاتصال مع البنوك العالمية¹.

7- خدمة السويتش الإلكتروني: هو عبارة عن خدمة تتمثل في الربط بين فروع المصرف الواحد، بحيث يتمكن العميل من السحب أو الإيداع في حسابه لدى أي فرع، دون وجوب حضوره إلى الفرع الذي فتح فيه حسابه وكذلك الأمر بالنسبة للشيكات، كما تتمثل هذه الخدمة في الربط بين المصرف والمصارف الأخرى، للتحويل منه واليه وتبادل الرسائل المالية وغير المالية إلكترونياً عبر نظام مستقر وعلى درجة عالية من الإتقان.

8- الصيرفة عبر شبكة الأنترنت: تسمح هذه الخدمة لعملاء المؤسسات البنكية بالقيام بالمعاملات المالية من خلال الدخول إلى الصفحة الإلكترونية التي تشغلها المؤسسة البنكية عبر الأنترنت، حيث تسمح هذه الخدمة المريحة الآمنة للعملاء الذين يحوزون على بطاقات السحب الآلي من الدخول لمعلوماتهم البنكية من أي مكان وعلى مدار الساعة، ومن أهم هذه المعاملات نجد: التحقق من أرصدة الحسابات، فتح حسابات جديدة، تحويل الأموال بين الحسابات ودفع الفواتير إلكترونياً، تسديد فواتير بطاقات الائتمان، شراء أو بيع الاستثمارات وغيرها².

رابعاً: مزايا وسائل الدفع الإلكتروني وعيوبها

تتوافر وسائل الدفع الإلكتروني على العديد من المزايا والإيجابيات، إلى أن هناك أيضاً مخاطر تنجر عن استعمالها نبرزها كالاتي³:

❖ **مزايا وسائل الدفع الإلكتروني:** تحقق وسائل الدفع الإلكتروني على العديد من المزايا بالنسبة لحاملها، وبالنسبة للتاجر أو الزبون المتعامل معها، وأيضاً بالنسبة لمصدرها، كما يلي:

dans le système financier et bancaire algérien, université de Bouira, le 13 et 14 Mars 2017, p 03.

¹ Michel Aglietta, Laurence Scialom, les risque de la monnaie électronique, revue française de l'économie politique, Alternative Economique, Paris, n°14, 2002, p 04.

² اضاءات مالية ومصرفية، الخدمات المصرفية الإلكترونية، معهد الدراسات المصرفية، السلسلة 05، العدد 06، الكويت، 2013، ص 03.

³ سمية أحمد ميلي، أهمية وسائل الدفع الحديثة في تحسين جودة الخدمات البنكية (مع الإشارة إلى بنك الفلاحة والتنمية الريفية بالمسيلة)، مجلة التنمية والاقتصاد التطبيقي، المجلد 5، العدد 1، 2021، ص 125.

- بالنسبة لحاملها: تحقق هذه الوسائل سهولة ويسر الاستخدام، كما تمتنحه الأمان بدل حمل النقود الورقية وتفادي السرقة والضياع، كما توفر لحاملها إمكانية الحصول على الائتمان المجاني لفترة محددة، وتمكنه من إتمام صفقاته فوراً بمجرد ذكر رقم البطاقة، وبالتالي ربح الوقت والجهد.
- بالنسبة للتاجر: تعد أعلى ضماناً لحقوق البائع، وتساهم بنسبة كبيرة في زيادة المبيعات، كما أنها أزاحت عبء متابعة ديون الزبائن طالما أن العبء يقع على عاتق البنك والشركات المصدرة.
- بالنسبة لمصدرها: من خلال الفوائد والرسوم والغرامات من الأرباح التي تحققها البنوك والمؤسسات المالية.
- ❖ **عيوب وسائل الدفع الإلكتروني:** رغم المزايا التي تحظى بها وسائل الدفع الإلكتروني إلا أنها تنطوي على عيوب وأهمها:
 - بالنسبة لحاملها: من المخاطر الناجمة عن استخدام هذه الوسائل زيادة الاقتراض والإنفاق بما يتجاوز القدرة المالية، وعدم سداد حامل البطاقة قيمتها في الوقت المحدد يترتب عنه وضع اسمه في القائمة السوداء.
 - بالنسبة للتاجر: بمجرد حدوث بعض المخالفات من جانبه أو عدم التزامه بالشروط يجعل البنك يلغي التعامل معه ووضعه اسمه في القائمة السوداء، وهو ما يعني تكبد التاجر صعوبات حمة في نشاطه التجاري.
 - بالنسبة لمصدرها: أهم خطر يواجهه هو مدى سداد حاملي البطاقات للديون المستحقة عليهم، وكذا يتحمل البنك المصدر نفقات ضياعها.

المحور الثاني: عموميات حول التجارة الإلكترونية

أولاً: مفهوم التجارة الإلكترونية ومميزاتها

نظراً لاختلاف المنطلقات الفكرية والفلسفية للمفكرين، فقد اختلفوا في إعطاء مفهوم موحد للتجارة الإلكترونية، وسنحاول إبراز أهمها فيما يلي:

تشير التجارة الإلكترونية إلى: "جميع عمليات التبادل التجاري للسلع والخدمات التي تتم بين المنتجين وبعضهم البعض، أم بين المنتجين والمستهلكين سواء على المستوى المحلي أو الدولي من خلال مجموعة مركبة ومتقدمة من تكنولوجيات الاتصالات السلكية واللاسلكية والحاسب في إطار سوق عالمية هي الشبكة الدولية للمعلومات (الانترنت)"¹.

وتعرف بأنها: "عمليات تبادل باستخدام نظام تبادل البيانات إلكترونيًا عن طريق البريد الإلكتروني والنشرات الإلكترونية والفاكس وتحويل الأموال بواسطة الوسائط الإلكترونية، وكذلك كافة الوسائط الإلكترونية المشابهة".

وهي أيضاً: "عبارة عن مجموعة من المعاملات الإلكترونية الممكنة رقمياً بين المنظمات والأفراد، حيث تتم هذه المعاملات بواسطة التكنولوجيا الرقمية، بمعنى أن التجارة الإلكترونية هي كل المعاملات التي تتم عبر الأنترنت أو الويب أو الأجهزة المحمولة"¹.

¹ نور الدين محرز، مريم صيد، نظام الدفع الإلكتروني ودوره في تفعيل التجارة الإلكترونية مع الإشارة لحالة الجزائر، مجلة الاقتصاد الجديد، العدد 2، 2010، ص 270.

وحسب المنظمة العالمية للتجارة OMC فإن التجارة الإلكترونية هي: "عملية إنتاج، توزيع، بيع وتسليم السلع والخدمات عبر وسائط إلكترونية"

أما القانون الجزائري (رقم 18-05، المؤرخ في 10 ماي 2018، والمتعلق بالتجارة الإلكترونية) فيعرفها على أنها: "النشاط الذي يتم من خلاله عرض سلعة أو خدمة للمستهلك، من طرف مورد إلكتروني عن طريق وسائط إلكترونية"².

وتتميز التجارة الإلكترونية بمجموعة من الخصائص التي تميزها عن التجارة التقليدية، نذكر منها³:

- انتفاء الوثائق الورقية المستخدمة في إجراء وتنفيذ العمليات التجارية، كما أن عمليات التفاعل بين الأطراف تتم إلكترونياً؛
- السرعة في إنجاز الصفقات التجارية، لكونها تتم دون الحاجة لانتقال الطرفين والتقاءهما في مكان معين وذلك لتوفير الوقت والجهد والمال؛
- عدم إمكانية تحديد هوية المتعاقدين، حيث تتيح للمنشأة التجارية إدارة معاملتها التجارية بكفاءة من أي مكان من العالم دون أن يؤثر ذلك على الأداء، فمن غير الممكن معرفة كافة المعلومات الأساسية عن المتعاقدين كما هو الحال في التعاملات التقليدية؛
- وجود الوسيط الإلكتروني، وهو جهاز الكمبيوتر المتصل بشبكة الاتصالات الدولية، التي تقوم بنقل التعبير عن الإرادة الإلكترونية لكل من الطرفين المتعاقدين في ذات اللحظة.
- يتم التفاعل بين الأطراف المتبادلة من خلال شبكة الأنترنت، مما يسمح باستمرار تبادل السلع والخدمات على مدار 24 ساعة؛
- غياب العلاقة المباشرة بين المتعاقدين فلا يوجد مجلس للتعاقد للاتفاق على تفاصيل العقد المراد إبرامه، فقد يكون البائع في مكان والمشتري يبعد عن آلاف الأميال، وقد يختلف التوقيت الزمني أيضاً بين مكان المتعاقدين.
- التفاعل الجماعي بين عدة أطراف بمعنى أنه يستطيع أحد الأطراف إرسال رسالة إلكترونية إلى عدد لا نهائي من المستقبلين في نفس الوقت دون الحاجة لإعادة إرسالها في كل مرة.

ثالثاً: الآثار الاقتصادية المترتبة على قيام التجارة الإلكترونية:

¹ C.L. Kenneth, G.T. Carol, e-commerce business, technology, society, 13th edition ed, England, 2017, p51.

² Kamel Chikhi, le comportement des consommateurs face au e-commerce en Algérie, revue Rims, n°3, 2020, p83.

³ عماد مجدي عبد الملك، التجارة الإلكترونية، دار المطبوعات الجامعية، مصر، 2011، ص 15-17.

يمكن عرض المكاسب المتحققة من قيام التجارة الإلكترونية من خلال النقاط التالية¹:

1- مزايا متحققة لقطاعات الاستهلاك:

- سرعة وسهولة التسويق من خلال ميكانيزم السوق الإلكترونية وذلك في أي وقت من اليوم وعلى مدار العام ومن أي مكان من العالم يتاح فيه الاتصال؛
- تعدد بدائل الاختيار من خلال التعرف على المنتجات المختلفة، التي تحقق نفس القدر من الإشباع عبر المواقع التجارية المختلفة على الأنترنت وذلك مقارنة بالأسواق التقليدية التي تنحصر على المنتجات المتاحة لديها فقط؛
- انخفاض تكلفة الحصول على السلع والخدمات المختلفة بالإضافة إلى سرعة الحصول عليها وبخاصة المنتجات الرقمية (برامج الكمبيوتر، المجلات، الكتب، التقارير، الصحف، الخدمات البنكية، السياحة، الصحة...)
- المنافسة بين مواقع الأنترنت تتيح التعرف على فرص وعروض سلعية أكثر وبالتالي الحصول على تخفيضات مستمرة عبر العالم وهذا غير متاح في الأسواق التقليدية إلا من خلال أوقات محددة في العام (on sale)؛
- سرعة وسهولة تبادل المعلومات بين المستهلكين من خلال التشاور والمشاركة وتبادل التجارب والآراء ومن ثم تدعيم خدمات جمعيات حماية المستهلك ومن ثم الارتفاع بالمستوى الثقافي والوعي الاستهلاكي لدى المستهلكين ومن قم تحقيق الشفافية.

2- مزايا متحققة لقطاع الإنتاج:

- اتساع نطاق السوق، فلم تعد الأسواق التقليدية الممتلئة في الحيز المكاني الذي يحدده الموقع الجغرافي، ففي ظل التجارة الإلكترونية استطاع عدد كبير من صغار ومتوسطي الشركات أن تعمل وتستفيد بعد انفتاح الأسواق واستطاعت أن تعمل على تخفيض أوقات دورة الإنتاج والتوريد وتبسيط إجراءات الشراء وذلك دون تدخل الوسطاء التقليديين من مصدريين ومستوردين وتجار جملة وتجار تجزئة؛
- انخفاض قيمة إنشاء وتداول وتوزيع وتخزين العمليات المستندية وذلك من خلال إنشاء نظام مشتريات إلكتروني تستطيع الشركات خفض التكاليف السعريّة لعمليات الشراء بنسبة تصل إلى 85% الأمر الذي ينعكس بالإيجاب على خفض أسعار المنتجات وبالتالي زيادة القدرة التنافسية؛
- خفض تكلفة المخزون من خلال تسهيل عمليات السحب في نظام إدارة سلسلة التوريد، ففي هذا النظام لا تبدأ العمليات إلا عند طلب المستهلك وذلك من خلال نظام التصنيع الوقي المناسب (Just in time)؛

¹ مُجّد لحسن علاوي، عبد الرزاق مولاي لخضر، آليات التجارة الإلكترونية كأداة لتفعيل التجارة العربية البنينة، الملتقى الدولي الرابع حول: عصرنة نظام الدفع في البنوك الجزائرية وإشكالية اعتماد التجارة الإلكترونية، المركز الجامعي خميس مليانة، يومي 26-27 أفريل 2011.

- خفض قيمة الاتصالات الدولية.

3- مزايا متحققة للاقتصاد القومي:

- تشجيع التجارة الإلكترونية على انفتاح الأسواق الدولية، الأمر الذي يسهم في زيادة القدرة التنافسية للصادرات الوطنية للدول المختلفة وبالتالي تطوير القطاعات الصناعية والخدمية من خلال الحفز على الاستثمار في البنية الأساسية والمؤسسية لهذه القطاعات وبالتالي العمل على تحقيق أهداف عملية التنمية الاقتصادية فنجد أن التجارة الإلكترونية عادت بالنفع على كثير من الدول وبخاصة المتقدمة وبصورة أكثر تحديدا الولايات المتحدة الأمريكية التي تحتل المكانة الأولى عالميا في التجارة الإلكترونية وحقت لها دخل يعادل 700 بليون دولار عام 2000 تليها أوروبا 430 بليون دولار ويليهما باقي أجزاء العالم 179 بليون دولار، وبالتالي فالزيادة في استخدام الانترنت بنسبة 10% سنويا سوف يعمل على نمو الصادرات والواردات بالدول الغربية بما يعادل 1.7%، 1.1% على التوالي، وكذلك زيادة معدل نمو الناتج القومي الإجمالي بنسبة 0.25% سنويا.

- إيجاد فرص عمل جديدة في المشروعات الصغيرة والمتوسطة الجديدة وربط أسواق العمل بالدول المختلفة من خلال مواقع التوظيف المتاحة بالمؤسسات المختلفة في الدول المختلفة والتي يمكن التعرف إليها من مواقع التوظيف المتاحة على الانترنت، وبالتالي توفير فرص وظيفية في قطاع الاتصالات، المعلومات، إنشاء المواقع التجارية، الإداريين والفنيين المعنيين بهذه القطاعات.

ثانيا: أنماط التجارة الإلكترونية

يمكن التمييز بين عدة أشكال للتجارة الإلكترونية فيما يلي:

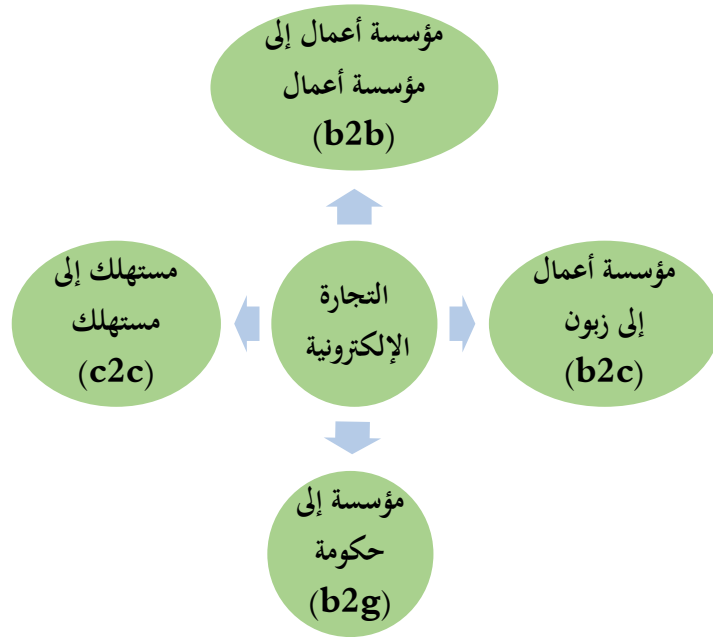
- التجارة الإلكترونية بين مستهلك ومستهلك آخر: ويشار إليها اختصارا بـ C to C حيث يقوم المستهلك في خط مستقيم بالتعامل مع مستهلك آخر عبر شبكة الأنترنت لبيع أو اقتناء منتجات، خدمات وغيرها¹.
- التجارة الإلكترونية بين المؤسسة والمستهلك: ويشار إليها اختصارا بـ B to C يتم التعامل هنا بطريقة مباشرة مع المستهلك حيث يشتري المستهلكون سلعهم وخدماتهم مباشرة من الأنترنت للاستخدام الشخصي، مما يسمح للشركات بالتعرف على عملائهم بشكل أفضل من خلال مراقبة العملاء المحتملين من الطلب إلى التسليم².

¹ Amel Asmar Zaboob, Nadia Khutheir Ganawi, the role of e-commerce industry in the sustainable economic development of Iraq, international journal of entrepreneurship, vol 22, special issue, 2018, p 4.

² Kamel Chikhi, Saida Ourlis, le comportement des consommateurs face au e-commerce en Alegria : quelle stratégies marketing digital ?, revue internationale du marketing et management stratégique, vol 2, n°3, juillet-septembre 2020, p 30.

- التجارة الإلكترونية بين المؤسسة والمؤسسة: ويشار إليها اختصاراً بـ B to B ويتم هذا النوع من التجارة بين مؤسسات الأعمال والمؤسسات الأخرى في السوق الإلكتروني والذي يقوم فيه التجار والشركات والمؤسسات بعقد الصفقات التجارية وتقديم طلبات الشراء للموردين والعارضين وتسليم الفواتير وإتمام عملية الدفع¹.
- التجارة الإلكترونية بين المؤسسة والحكومة: ويشار إليها اختصاراً بـ B to G وهو نوع مختلف من نموذج B to B ففي هذا النوع، يتم استخدام هذه المواقع من قبل الحكومة للتجارة وتبادل المعلومات مع منظمات الأعمال المختلفة. وتمثل الأعمال التجارية بين الشركات والحكومة الطرق التي تتم بها المعاملات التجارية بين الشركات والقطاع العام.

الشكل رقم (3): أنماط التجارة الإلكترونية



المصدر: من إعداد الباحثين.

المحور الثالث: دراسة حالة مصرف الراجحي وبيت التمويل الكويتي

تزامنا والتطورات الحديثة التي يعرفها عالمنا المعاصر والتي غيرت من ملامح التجارة وأدخلت عليها تعديلات جذرية تصب كلها في مصلحة المنتج والمستهلك، فأدت إلى خلق ضرورة لتطوير طرق الدفع بما يتلاءم وطبيعتها لتظهر وسائل الدفع الإلكتروني، والتي استمرت في التطور بفعل التطورات التي شهدتها تكنولوجيا المعلومات والاتصال، حتى أصبحت المكون الأساسي الذي يعتمد عليه

¹ علي ساحي، راوية مطماطي، التجارة الإلكترونية قراءة في المفاهيم والأثر الاستهلاكي، مجلة العلوم القانونية والاجتماعية، المجلد 4، العدد 2، جوان 2019، ص 703.

نجاح أو فشل التجارة الإلكترونية. ولما كانت التجارة الإلكترونية تتطلب قطاعا ماليا متطورا يواكب التغيرات المصاحبة لها، فإنه ينبغي على المؤسسات المالية طرح وسائل دفع مناسبة وملائمة وسهلة الاستعمال، وفي هذا الصدد ذهبت العديد من المصارف الإسلامية ومنها الراجحي وبيت التمويل الكويتي إلى استحداث وسائل دفع إلكترونية جديدة تتلاءم مع طبيعة المعاملات التجارية.

أولاً: دراسة حالة مصرف الراجحي

❖ لمحة عن مصرف الراجحي:

مصرف الراجحي السعودي أحد أكبر المصارف الإسلامية في العالم، تأسس عام 1957، ويتمتع بخبرة تمتد لأكثر من 60 عاما في مجال الأعمال المصرفية والأنشطة التجارية، تم افتتاح أول فرع لمصرف الرجال في حي الديرة في الرياض عام 1957، بينما افتتح أول فرع للسيدات عام 1979، وقد حصل مصرف الراجحي على اسمه الحالي عام 2006، ولكن تم تأسيسه في الأصل كشركة صرافة في 1957 ثم تحول عام 1987 إلى مصرف تحت اسم شركة الراجحي للمصرفية للاستثمار، ويعد شركة سعودية مساهمة مقرها الرياض بالمملكة العربية السعودية، يمتلك مصرف الراجحي شبكة واسعة تضم أكثر من 570 فرعاً، وأكثر من 4.794 جهاز صراف آلي، و 74616 محطة طرفية للنقاط الطرفية، كما أن لديه أكبر قاعدة عملاء بين المصارف السعودية وهو مدرج في السوق المالية السعودية تحت رمز RJHI، وله فروع خارج المملكة في ماليزيا والأردن والكويت وغيرها¹.

وسائل الدفع الإلكتروني لدعم التجارة الإلكترونية في مصرف الراجحي:

يهتم مصرف الراجحي بتزويد عملائه بأحدث المنتجات التجارية الجديدة وأحدث التقنيات المستحدثة في عالم التجارة الإلكترونية، ونظراً لأن نسبة المستهلكين والمتعاملين مع المصرف والذين يمثلون 60% من إجمالي السكان، ومع انتشار المتاجر الإلكترونية وإقبال كل منشأة بعمل متجر إلكتروني خاص بتجارها، فإن مصرف الراجحي قدم بوابات الدفع الإلكترونية، لدعم عملائه الذين يحتاجون إلى تلك الخدمة في ممارسة عمل التجارة الإلكترونية، وبالتالي تسهيل عمليات البيع والشراء للمنتجات والخدمات بشكل إلكتروني.

بوابة الدفع الإلكتروني الراجحي: إدراكاً من مصرف الراجحي بحجم الانتشار الكبير للمتاجر الإلكترونية، والتطور الهائل الذي تمر به التجارة، دفع به لتوفير البنية التحتية وآليات السداد الأكثر أمناً لتلبية متطلبات جميع أنواع المتاجر الإلكترونية للأفراد، فقام بتوفير بوابات الدفع الإلكتروني ضمن أنظمتهم المصرفية، وبالتالي تزويد عملائهم بالمنتجات المصرفية الجديدة المبتكرة باستخدام أفضل التقنيات المتوفرة في السوق، وفيما يلي أبرز بوابات الدفع التي قدمها مصرف الراجحي²:

¹ الموقع الرسمي لمصرف الراجحي الإسلامي على الرابط: <https://www.alrajhibank.com.sa> تاريخ الدخول 2021/05/29.

² الموقع الإلكتروني على الرابط: <https://tjaratuna.com> ، تاريخ الدخول: 2023/04/17.

بوابة الدفع الإلكتروني "إي ريال": "إي ريال" هي أحد بوابات الدفع الإلكتروني التي قدمها مصرف الراجحي لعملائه، كما أنها بمثابة منتج لعملائه من الشركات والذين يقدمون خدماتهم التجارية عبر شبكة الأنترنت.

بوابة الدفع الإلكتروني "إي ريال" التي أصدرها مصرف الراجحي تم تصميمها بشكل خاص للشركات التي تعمل في مجال التجارة الإلكترونية، والتي تيسر أمور البيع والشراء بشكل إلكتروني، كما أنها تغطي كل أنواع قطاعات الأعمال بداية من المحلات التجارية الصغيرة وصولاً للشركات الكبرى. بالإضافة إلى القطاعات الحكومية أيضاً حيث يمكنها من قبول رسوم خدماتها عن طريق مواقعها على الأنترنت. أما عن مميزات بوابة الدفع الإلكتروني "إي ريال" فهي كالآتي:

- تقديم أسرع الطرق لقبول وتنفيذ عمليات الدفع عن طريق بطاقات الائتمان على الأنترنت من أي مكان وأي عملة.
- ينبغي التأكد من صحة معلومات البطاقات الائتمانية للعملاء وجميع العمليات المالية المنفذة بواسطتها.
- انخفاض قيمة الرسوم، حيث أن رسوم الخدمة معقولة جداً مما تناسب جميع الشركات والتجار.
- توفير أقصى درجات الأمان والسرية في عمليات الدفع عبر الأنترنت.
- دعم تنفيذ عدد هائل من العمليات بمختلف العملات واللغات.
- صفحة الدفع مستضافة في نطاق مصرف الراجحي الآمن.
- إمكانية تحكم التجار في صفحته بشكل كامل.

بطاقات الدفع الإلكتروني في مصرف الراجحي¹:

بطاقات الدفع المسبق في مصرف الراجحي:

بطاقة سفر بلس: بطاقة متعددة العملات تتيح لحاملها شحن البطاقة بعملة متعددة (دولار أمريكي، يورو، جنية إسترليني، درهم إماراتي، ريال سعودي، واستخدامها في المشتريات من خلال أجهزة نقاط البيع والمتاجر الإلكترونية وكذلك السحب النقدي من مكائن الصرف الآلي في جميع أنحاء العالم.

البطاقة الرقمية "كاش باك": بطاقة رقمية تمكن العملاء من إجراء مشترياتهم في نقاط البيع أو عبر الأنترنت وتمنحهم استرداد نقدي تلقائياً على جميع مشترياتهم المحلية والدولية.

بطاقة تسوق "منخفضة الرصيد": تقدم هذه البطاقة الراحة والمرونة للعملاء في القيام بجميع عملياتهم الشرائية اليومية والتسوق عبر الأنترنت وذلك عن طريق شحن البطاقة من الحساب الجاري للعميل عبر تطبيق مصرف الراجحي والاستمتاع بالتسوق.

بطاقة إنسان: صممت لتساعد العملاء على فعل الخير وذلك بالتبرع بنقاط "مكافأة" المكتسبة عند استخدامهم لها في عملياتهم الشرائية لصالح أيام الجمعية الخيرية لرعاية الأيتام "إنسان" باقتنائهم بطاقة "إنسان". حيث يتم تحويل نفاك مكافأة إلى ما يعادلها من مبالغ نقدية بحسب النظام المعتمد في المصرف، وإيداعها مباشرة في حساب الجمعية.

¹ الموقع الرسمي لمصرف الراجحي الإسلامي، مرجع سابق.

بطاقات الائتمان في مصرف الراجحي:

بطاقة سيليكثيف الائتمانية: خاصة بالسيدات، ذات حد ائتماني مرتفع ومتوافقة مع الضوابط الشرعية تسمح لهم بالسداد المر عبر التقسيط الشهري لمشترياتهم.

بطاقة بلاينيوم: تعتمد على تمويل المراجعة، تمنح تمويلا بالطرق المعتادة لدى المصرف والمتوافقة مع الضوابط الشرعية، حيث يتم إيداع مبلغ التمويل في حساب البطاقة لاستخدامه في المشتريات أو السحب النقدي.

ثانيا: دراسة حالة بيت التمويل الكويتي "بيتك":

❖ لمحة عن بيت التمويل الكويتي "بيتك"

بيت التمويل الكويتي (بيتك)، هو أحد أهم المؤسسات الرائدة في تقديم الخدمات المصرفية التجارية والاستثمارية الإسلامية، تأسس في يناير عام 1977 كأول بنك إسلامي في دولة الكويت، وأصبح اليوم أحد أكبر البنوك الإسلامية في العالم، وواحدا من أكبر الممولين في السوق الكويتي والإقليمي.

تقود مجموعة "بيتك" التمويل الإسلامي عالميا، حيث تقدم مجموعة متنوعة من المنتجات والخدمات المالية الإسلامية، وتعمل في مناطق عدة حول العالم، ولديها 631 فرعا مصرفيا و2100 جهاز سحب آلي و16000 موظفا تقريبا. ومن كبار مساهمي "بيتك" الهيئة العامة للاستثمار (ملكية مباشرة)، والأمانة العامة للأوقاف (ملكية مباشرة)، والهيئة العامة لشؤون القصر (ملكية مباشرة)، والمؤسسة العامة للتأمينات الاجتماعية (ملكية مباشرة وغير مباشرة)¹.

❖ وسائل الدفع الإلكتروني لدعم التجارة الإلكترونية في بيت التمويل الكويتي²:

على غرار مصرف الراجحي يقدم بيت التمويل الكويتي أيضا وسائل للدفع الإلكتروني للنهوض بالتجارة الإلكترونية لعملائه كالتالي:

خدمة نقاط المبيعات: هي خدمة فريدة لعملاء بيت التمويل الكويتي "بيتك" للجهات الاعتبارية، تسهل إنجاز المعاملات المصرفية مع مراعاة تحقيق الأمان التام باستخدام تقنية رمز التحقق (OTP)، وهي تقنية لمنع محاولات الاختراق، إضافة إلى نظام متقدم لإدارة صلاحية المستخدم لمزيد من الأمان، ومن مميزات هذه الخدمة:

- وسيلة آمنة للسداد والحصول على السلع دون الحاجة للعملة الورقية.
- إتاحة الخيارات متعددة السداد عن طريق قبول بطاقات السحب الآلي وفيزا وماستر كارد.
- تبسيط عملية الشراء لعملاء التاجر مما يؤدي إلى توفير الوقت وتحسين الخدمة.

¹ الموقع الرسمي لبيت التمويل الكويتي، على الرابط: <http://www.kfh.com> ، تاريخ الدخول: 2023/04/17.

² نفس المرجع السابق.

- الحصول على كشف حساب إلكتروني.
- اعتماد سريع للمعاملة حيث تودع قيمة جميع المعاملات في حساب التاجر عند صباح يوم العمل التالي.
- تقليل خطورة نقل الأموال النقدية.

بوابة السداد الإلكتروني: خدمة بوابة السداد الإلكتروني لدى بيت التمويل الكويتي هي وسيلة دفع سريعة وفعالة تلي متطلبات التجار ورجال الأعمال، يمكن استخدامها لمعالجة معاملات التجارة الإلكترونية، وبيع السلع والخدمات عبر الإنترنت، مع معايير أمان عالية تتوافق مع أحدث متطلبات السوق. ومن مميزات هذه الخدمة:

- وسيلة آمنة ومريحة للشراء والسداد عبر الإنترنت.
- إتاحة خيارات متعددة للسداد عن طريق قبول بطاقات السحب الآلي وفيزا وماستر كارد.
- الإيداع الفوري لقيمة مبيعاتك عبر الإنترنت في حسابات الشركة مباشرة.
- توفير الوقت وتحسين فعالية تحقيق الدخل بشكل أسرع.

البطاقات البنكية في بيت التمويل الكويتي¹:

بطاقات الدفع المسبق في بيت التمويل الكويتي:

بطاقة بيتك نادي الواحة: هي بطاقة مسبقة الدفع يقدمها بيت التمويل الكويتي بالتعاون مع نادي الواحة التابع لمؤسسة الخطوط الجوية الكويتية، إذ تتيح لمستخدميها إلى جانب مزاياها الشرائية والخصومات الفريدة التي تقدمها، فرصة الحصول على أميال من نادي الواحة مع كل عملية شراء، يمكن استبدالها لاحقاً للحصول على مزايا سفر حصريّة على متن الخطوط الجوية الكويتية.

بطاقة نجوم بيتك: توفر كل المزايا الشرائية التي تطلبها في بطاقة مسبقة الدفع: بالإضافة إلى عروض مميزة من شركة أوريدو للاتصالات والتي ستوفرها هذه البطاقة المقدمة بالتعاون بين كل من بيت التمويل الكويتي وشركة أوريدو للاتصالات، حيث يمكنك الحصول على نقاط نجوم مع كل دينار يتم إنفاقه، ويمكن استبدالها بقسائم شرائية مع العديد من المتاجر أو استبدالها بدقائق مجانية من شركة أوريدو للاتصالات.

بطاقة الخير: هي بطاقة مسبقة الدفع من بيت التمويل الكويتي، توفر خصومات مميزة لدى أشهر المتاجر في الكويت، ومع كل عملية شراء سوف تساهم في تحقيق حلم أحد المحتاجين لأداء مناسك الحج والعمرة.

بطاقة الأسرة: هي بطاقة مسبقة الدفع حيث يستطيع رب الأسرة أن يعمل على استخراج هذه البطاقة لأفراد العائلة والسائق والخدم عند الحاجة للتحكم بإدارة مصاريف العائلة ويستطيع العميل إصدار حتى 7 بطاقات.

¹ نفس المرجع السابق.

بطاقة حسابي: هي بطاقة مسبقة الدفع من بيت التمويل الكويتي، تصدر فقط لعملاء شريحة "حسابي" وتوفر خصومات مميزة لدى أشهر المتاجر في الكويت.

بطاقة الدفع المسبق بالعملات الأجنبية: صممت من بيت التمويل الكويتي للمسافرين الدائمين، لمنحهم طريقة ذكية ومرضية لحمل أموال السفر وهي متوفرة بخمس عملات رئيسية (الدولار الأمريكي، الجنيه الأسترليني، اليورو، الدرهم الإماراتي، الريال السعودي، الليرة التركية).

بطاقات الائتمان في بيت التمويل الكويتي:

بطاقة دايموند: يقدم بيت التمويل الكويتي بطاقة الاعتماد الماسية، والتي تتوافق مع مبادئ الشريعة الإسلامية، فكما يعتبر الألماس حجر نفيس كذلك هو حاملها هذه البطاقة بالنسبة للبنك، والذين يخصص لهم أرفع تقدير وامتيزاز، حيث صممت هذه البطاقة لتلبية احتياجات النخبة المختارة من كبار العملاء ذوي الملاءة المالية، باختصار هذه البطاقة هوية لمستوى خدمات راقية جدا.

بطاقة فيزا Signature الائتمانية: هذه البطاقة مدعومة بتقنية الشريحة الذكية بالإضافة إلى تقنية عدم التماس (فيزا باي ويف) لتمكين العملاء من القيام بالدفع لعملياتهم الشرائية بكل سهولة وأمان مع ميزات الأمان المتقدمة وأعلى المعايير الدولية.

البطاقة الائتمانية البلاستيكية: صممت لتوفر لمستخدميها أفضل المزايا التي يمكن أن تقدمها، مع حد ائتماني مرن، وخصومات مميزة وخدمات خاصة.

بطاقة فيزا "التمويل نت": توفر أقصى درجة من حرية التسوق عبر الانترنت، مع أقصى درجات الحماية والأمان، بالإضافة إلى سهولة السداد عبر خصم المستحقات في موعد محدد شهريا.

بطاقة التيسير الماسية الائتمانية: صممت لتلبية احتياجات النخبة المختارة من كبار العملاء ذوي الملاءة، وبالتالي فتح المجال أمامهم لتسديد أقساطهم الشهرية بسهولة ومرونة تامة وفقا لمبادئ الشريعة، فبواسطتها يمكن الحصول على أعلى حدود ائتمانية لإصدار البطاقة وتسديد الرصيد المستحق بكل مرونة، مع توفير سقف ائتماني مرتفع وحدود عالية للصرف.

بطاقة التيسير الذهبية: صممت في الكويت لتلبية احتياجات العملاء وسداد قيمة مشترياتهم سواء داخل الكويت أو خارجها وبالأسلوب السليم.

خاتمة: إن أهم ما يميز عالمنا المعاصر هو التطورات التكنولوجية المتسارعة في مختلف القطاعات الاقتصادية والتي مست بشكل خاص الجهاز المصرفي، حيث تم تطوير نظام الدفع في المصارف من شكله التقليدي إلى نظام إلكتروني لمسايرة متطلبات العصر الحديث، فوسائل الدفع التقليدية لم تعد ملائمة لهذه المستجدات لا من ناحية السرعة ولا الفعالية، فبرزت وسائل الدفع الإلكتروني كأحد الوسائل الحديثة التي يسرت المعاملات التجارية والمالية.

ومن خلال ما تم عرضه نخلص إلى مجموعة النتائج التالية:

- وسائل الدفع الإلكتروني هي مجموعة من الوسائل والتقنيات الإلكترونية التي تسمح بتحويل الأموال بشكل مستمر وآمن وتساهم في تطوير المعاملات البنكية وتسريع التحول نحو التجارة الإلكترونية.
- تعتبر التجارة الإلكترونية منهج جديد للأعمال ومن أهم نتائج تكنولوجيا المعلومات في عصر الاقتصاد الرقمي، التي وتوفر فرصاً وفوائداً عديدة للموردين والعملاء وللاقتصاد القومي ككل.
- ترتبط عصرنة وتطوير التجارة الإلكترونية بالتحديث والابتكار المستمر لوسائل الدفع الإلكتروني، والاعتماد على أحدث التقنيات في هذا المجال.
- تساهم وسائل الدفع الإلكتروني بدرجة كبيرة في تفعيل وتطوير التجارة الإلكترونية من خلال المزايا التي تنفرد بها من اختصار للوقت والجهد وخفض للتكاليف.
- تتميز وسائل الدفع الإلكتروني بمجموعة من الميزات الإيجابية التي تساعد أطراف المعاملة على استعمالها بشكل سلس ودقيق وآمن.
- يعتبر كل من مصرف الراجحي وبيت التمويل الكويتي من أهم المصارف الإسلامية التي استحدثت وسائل دفع إلكترونية جديدة لدعم التجارة الإلكترونية.

التوصيات:

- نشر الوعي وتحسيس المتعاملين في الجزائر بمزايا وسائل الدفع الإلكتروني من خلال الإشهار والأيام الدراسية في هذا المجال.
- الرفع من كفاءة العاملين وتكوين الإطارات في مجال استخدام التكنولوجيا الرقمية.
- الاستفادة من تجارب الدول المتقدمة في مجال تحديث وسائل الدفع الإلكتروني.
- زيادة الإنفاق على مجال التكنولوجيات الحديثة، والتوسع أكثر في شبكة الأنترنت وزيادة سرعة تدفقها.
- إنشاء مراكز وهيئات وطنية في مجال تقنية المعلومات والاتصالات ودعمها بالإمكانيات المادية والمعنوية.

قائمة المراجع:

1. إبراهيم عبد الخالق الدوي، التجارة الإلكترونية-دراسة تطبيقية على المكتبات، مطبوعات مكتبة الملك فهد الوطنية، المملكة العربية السعودية، 2010.
2. اضاءات مالية ومصرفية، الخدمات المصرفية الإلكترونية، معهد الدراسات المصرفية، السلسلة 05، العدد 06، الكويت، 2013.
3. زكي خليل المساعد، تسويق الخدمات وتطبيقاتها، دار المناهج للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ط 01، 2003.

4. سمية أحمد ميلي، أهمية وسائل الدفع الحديثة في تحسين جودة الخدمات البنكية (مع الإشارة إلى بنك الفلاحة والتنمية الريفية بالمسيلة)، مجلة التنمية والاقتصاد التطبيقي، المجلد 5، العدد 1، 2021.
5. عبد القادر بيجح، الشاغل لتقنيات أعمال البنوك، دار الخلدونية، الجزائر، 2013.
6. علي ساحي، رابطة مطماطي، التجارة الإلكترونية قراءة في المفاهيم والأثر الاستهلاكي، مجلة العلوم القانونية والاجتماعية، المجلد 4، العدد 2، جوان 2019.
7. عماد الدين بركات، حورية طيبي، وسائل الدفع الإلكترونية ودورها في تفعيل التجارة الإلكترونية ودورها في تفعيل التجارة الإلكترونية، مجلة القانون والتنمية المحلية، المجلد 1، العدد 2، 2019.
8. عماد مجدي عبد الملك، التجارة الإلكترونية، دار المطبوعات الجامعية، مصر، 2011.
9. مُجّد عبد حسين الطائي، التجارة الإلكترونية، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، ط 1، 2010.
10. مُجّد لحسن علاوي، عبد الرزاق مولاي لحضر، آليات التجارة الإلكترونية كأداة لتفعيل التجارة العربية البنكية، الملتقى الدولي الرابع حول: عصرة نظام الدفع في البنوك الجزائرية وإشكالية اعتماد التجارة الإلكترونية، المركز الجامعي خميس مليانة، يومي 26-27 أفريل 2011.
11. محمود مُجّد أبو فروة، الخدمات البنكية الإلكترونية عبر الأنترنت، دار الثقافة، عمان، ط 1، 2009.
12. منير الحكيم، الصيرفة الإلكترونية: مفاهيم أساسية، مجلة الدراسات المالية والمصرفية، الأكاديمية العربية للعلوم المالية والمصرفية، الأردن، العدد 04، 2012.
13. نور الدين محرز، مريم صيد، نظام الدفع الإلكتروني ودوره في تفعيل التجارة الإلكترونية مع الإشارة لحالة الجزائر، مجلة الاقتصاد الجديد، العدد 2، 2010.
14. وسيم مُجّد الحداد، شقيري نوري موسى وآخرون، الخدمات المصرفية الإلكترونية، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، ط 01، 2012.
15. صليحة مرياح، خيرة ميمون، مظاهر تفعيل بيئة الدفع الإلكتروني بين الحتمية الاقتصادية والمتطلبات القانونية، مجلة البحوث الإدارية والاقتصادية، المجلد 3، العدد 1، 2018.

16. Sadika Benmadani, les moyens de paiement électronique en Algérie : état des lieux et perspectives, revue études économiques, vol 16, n°1, 2022.
17. Zakaria Hasan, electronic money, submitted in partial of requirements for degree of master of business administration at university of Dhaka, Bangladesh, November 2015.
18. Sabiha Bechir, le développement de la monétique en Algérie- étude comparative avec la Tunisie et le Maroc, séminaire nationale sur l'activation des moyens de paiement modernes dans le système financier et bancaire algérien, université de Bouira, le 13 et 14 Mars 2017.
19. Michel Aglietta, Laurence Scialom, les risque de la monnaie électronique, revue française de l'économie politique, Alternative Economique, Paris, n°14, 2002.
20. C.L. Kenneth, G.T. Carol, e-commerce business, technology, society, 13th edition ed, England, 2017.
21. Kamel Chikhi, le comportement des consommateurs face au e-commerce en Algérie, revue Rims, n°3, 2020.
22. Amel Asmar Zaboon, Nadia Khutheir Ganawi, the role of e-commerce industry in the sustainable economic development of Iraq, international journal of entrepreneurship, vol 22, special issue, 2018.

23. Kamel Chikhi, Saida Ourlis, le comportement des consommateurs face au e-commerce en Alegria : quelle stratégies marketing digital ?, revue internationale du marketing et management stratégique, vol 2, n°3, juillet-septembre 2020.

24. الموقع الرسمي لمصرف الراجحي الإسلامي على الرابط: <https://www.alrajhibank.com.sa>

25. الموقع الإلكتروني على الرابط: <https://tjartuna.com>

26. الموقع الرسمي لبيت التمويل الكويتي، على الرابط: <http://www.kfh.com>