بسم الله الرحمن الرحيم

جامعة الشيخ عبدالله البدري

كلية التكنولوجيا

قسم التقنية الإجتماعية

تخصص نظم المعلومات المحاسبية

بحث مقدم لنيل درجة الدبلوم التقني

بعنوان

أثر إستخدام الحاسب الآلي على التسويق الإلكتروني وكيفية تطبيق البطاقة الإلكترونية

إعداد الطلاب :

مهند عثمان عبدالرحمن

عمر عطا الخليفه محمد

أمل حسن عبدالله

فاطمة عبدالله محمود

أمل كوه جابر

جامعة الشيخ عبدالله البدري
عمادة المكتبات
مكتبة كلية الهندسة
رقم التسجيل Reg.No
رقم التصنيف Classi.No

إشراف الأستاذ

محمد الحاج عبدالغني

جامعة الشيخ عبد الله السالم
عمادة المكتبات
التاريخ / /
مكتبة كلية الحقوق والشريعة

بسم الله الرحمن الرحيم

الأيـــة

قال تعالى: (وعلم أدم الأسماء كلها ثم عرضهم على الملائكة فقال أنبئوني بأسماء هؤلاء إن كنتم صادقين، قالوا سبحانك لا علم لنا إلا ما علمتنا إنك أنت العليم الحكيم).

صدق الله العظيم

سورة البقرة

٢٠١٦م

الإهداء

- إلى من غمرتنا بنبع الحياة وعلمتنا ليل العطاء

- إلى أغلى الغوالي وأجمل وردة في بستاننا إلى أمي.

- خصوصية أخرى إلى الذي علمنا تحدي الصعاب والمواجهه

إلى أبي.

- خصوصية ثالثة إلى زمائلنا وزميلاتنا.

- خصوصية أخرى إلى الأستاذ محمد الحاج لوقفته معنا ودعمنا

- إلى كل إنسان يشاركنا مشاعر الصدق والحب

- إلى الذين نلتمسهم في عالم الخيال ووجدناهم في الواقع

- إلى كل باحث عن المعرفة والحقيقة

- إلى كل من يقدم جهده لإرثاء البحث العلمي

الباحثون

شكر وعرفان

الحمد لله منزل الكتاب الذي هداني وشرح صدري لنور العلم والقائل جل وعلا :- ((لئن شكرتم لأزيدنكم))

الشكر الجزيل إلى الأستاذ / محمد الحاج على حسن تعاونه وصبره ووقفته المقدرة في إخراج هذا العمل المتواضع.

كما يسرنا أن نشكر أسرة بنك السودان المركزي والتي لم تبخل علينا وكانت خير معين لنا ورحبت بنا خير ترحيب وأعطتنا من وقتها الكثير والشكر موصول إلى أسرة كلية التكنولوجيا بربر وبصفة خاصة مكتبة الكلية.

والشكر أولا وأخيرا لله سبحانه وتعالى

الباحثون

فهـرس المحتويات

الموضوع	رقم الصفحة
الآيـة	أ
الإهداء	ب
الشكر والعرفان	ج
فهرست الموضوعات	هـ
خطة البحث	
الفصل الأول – أثر إستخدام الحاسب الآلي على التسويق الإلكتروني	
المبحث الاول –مفهوم الحاسب الآلي وأثره على التسويق الإلكتروني	١-١٤
المبحث الثاني : مفهوم البطاقة الإلكترونية وانواعها	١٥-٢٧
المبحث الثالث: دور الحاسب الآلي في إستخدام البطاقة الإلكترونية	٢٨ -٣٦
الفصل الثاني – أثر استخدام البطاقة الإلكترونية على أداء البنوك	
المبحث الأول – نبذه تعريفية عن بنك السودان المركزي – فرع عطبرة	٣٧-٥٥
المبحث الثاني – نبذة تعريفية عن البطاقة الإلكترونية	٥٦-٦١
المبحث الثالث: الدور الذي يلعبه الحاسب الآلي على أداء البطاقة الإلكترونية والتسويق الإلكتروني	٦٢-٧٤
الفصل الثالث الدراسة الميدانية	
المبحث الأول : الإستبيان	٧٥-٨٣
المبحث الثاني التوصيات	٨٣
المراجع والمصادر	٨٤- ٨٥

بسم الله الرحمن الرحيم

جامعة الشيخ عبدالله البدري

كلية التكنولوجيا

قسم نظم المعلومات المحاسبية والمصرفية

خطة بحث بعنوان

أثر إستخدام الحاسب الآلي على التسويق الإلكتروني وكيفية تطبيق البطاقة الإلكترونية

المقدمة :-

يتكون هذا البحث من ثلاثة فصول وتسعة مباحث وكل فصل يحتوي علي ثلاثة مباحث علي حسب ما يتم توزيعه من مشرف البحث.

تناول المبحث الأول من الفصل الأول مفهوم إستخدام الحاسب الآلي و أثره على التسويق الإلكتروني حيث يعد الحاسب الآلي من أهم اختراعات التقنية الالكترونية التي غزت العالم واستحوذت علي اهتمامات العالم كافة، وهو يعتبر جهاز الكتروني يقوم بإدخال البيانات وتخزينها ومعالجتها وإخراجها وتنفيذ التعليمات المعطاء في صورة برامج ويساعد في القيام بعمليات حسابية منطقية ويتعامل مع البيانات في الصورة الرقمية الثنائية0ولذلك جاءت أهمية الحاسب الآلي على التسويق الالكتروني حيث يعتبر الاستخدام الأمثل للتسويق التقني الإلكتروني بما في ذلك تقنيات تفعيل إنتاجية التسويق وعملياته المتمثلة في الوظائف التنظيمية والعمليات والنشاطات الموجهة لتحديد حاجات الأسواق المستهدفة وتقديم السلع والخدمات ألي العملاء وذوي المصلحة في المنظمة أو الموسسة التجارية .

تناول المبحث الثاني مفهوم البطاقة الإلكترونية بنوعيها : بطاقة الصراف الآلي ، والمحفظة الإلكترونية .

تطرق الباحثون في المبحث الثالث على دور الحاسب الآلي في إستخدام البطاقة الإلكترونية

مع تبين أهمية البطاقة وإستخدامها بواسطة الحاسب الآلي .

شمل الفصل الثاني من البحث الذي كان بعنوان أثر إستخدام البطاقة الإلكترونية على آداء البنوك على نبذة تعريفية عن البطاقة الإلكترونية والتسويق الإلكتروني في مبحثه الأول ،وإحتوى المبحث الثاني على نبذة تعريفية عن بنك السودان فرع عطبره حيث نبين رسالة البنك وأهدافه ،أما المبحث الثالث فقد أخذنا فيه الدور الذي يلعبه الحاسب الآلي على التسويق الإلكتروني والبطاقة الإلكترونية .

تناول الفصل الثالث النتائج والتوصيات التي توصل إليها الباحثون ، كما شمل على الدراسة الميدانية (الاستبيان) .

أهداف البحث:

عند كتابة أي بحث تخرج يجب علي الباحث أن يعرف أهداف البحث أولا :

فأهداف هذا البحث تتلخص في الآتي:

1) التعرف علي مفهوم استخدام الحاسب الآلي في التسويق الالكتر وني وكيفية تطبيق البطاقة الالكترونية
2) التعرف علي مفهوم الحاسب الآلي والمحاسبة الالكترونية في التسويق الالكتروني.
3) التعرف علي مفهوم الرقابة المالية للتسويق الالكتروني "والتسويق المالي العادي "وكيفية تطبيق البطاقة ومفهومها وكيفية التعامل م[illegible] معرفة قوانينها .

أهمية البحث :-

استخدام الحاسب الآلي والتسويق الالكتروني والبطاقة الذكية في منظمات العمل وماتحدثة من تغيرات في مجلات التسويق الالكتروني إن أهمية البحث تتلخص في معرفة أثار استخدام الحاسب الآلي في التسويق الالكتروني و كيفية تطبيق البطاقة الالكترونية حيث أصبح العالم قرية صغيرة تحكمها ثورة التقنية المعلوماتية وشبكات الحاسب الآلي وشبكة الانترنت هذا ماجعل من أهمية ومعرفة والحاسبات الإلية.
ولهذا فان للبحث أهمية وفائدة خاصة وعامة ويجب معرفتها والعمل بها وتطبيقها ذاتيا.

مشكلة البحث:-

أن مشكلة البحث تقوم علي مجمل أشياء يجب حلها والتخلص منها وكيفية الوصول لنتائج صحيحة حيث يكون هنالك بحث خالي من أي مشكلة أو أخطاء في التطبيق المنهجي او الواقعي للبحث.

عناصر المشكلة هي:

1. كيف يوثر استخدام الحاسب الآلي علي التسويق الالكتروني.
2. كيف يوثر استخدام الحاسب الآلي علي طبيعة التسويق الالكتروني وكيفية تطبيقه.
3. كيف يوثر استخدام الحاسب الآلي بتقنيات وسياسات وقياسات التسويق الالكتروني .
4. كيف يوثر استخدام الحاسب الآلي في تطبيق البطاقة الالكترونية.

فروض البحث:-

عند التحدث عن فروض البحث يجب علي الباحث ان يتوقع ويفترض نتائج وعلامات وأسئلة لكي يصل الي فروض تساعد علي استخراج البحث بصورة جيد.

1. هنالك علاقة بين الحاسب الآلي و التسويق الالكتروني
2. هنالك علاقة بين الحاسب الآلي والعلامات التسويقية
3. هل يوجد علاقة بين محاسبة التسويق والحاسب الآلي

4. هل يمكن أن تتكون علاقة بين التسويق الالكتروني وتقنية الحاسب والمحاسبة الالكترونية والبطاقة الالكترونية .

منهجية البحث :

يتبع البحث المنهج الوصفي التحليلي فهو يعتمد علي توضيح الآثار القائمة من استخدام الحاسب الآلي علي التسويق الالكتروني وكيفية تطبيق البطاقة الالكترونية و مدي معرفة العلاقة بين العلامات والظروف الموجودة في البحث من متغيرات . كما يتبع الوصف التحليلي للمنهج الاستنباطي في الوصول للنتائج والتوصيات التي يجب أن يخرج بها البحث من أثار واستخدامات للحاسب الآلي في كل المجالات التقنية والتسويقية والمصرفية الالكترونية.

مصادر جمع البيانات :-

1. المصادر الأولية :

المراجع والكتب

2. المصادر الثانوية :

المقابلات الشخصية والاستبيان

حدود البحث:

تنقسم حدود البحث إلي :

حدود زمنية (2016-2015م)
وحدود مكانية (ولاية نهر النيل)

الفصل الأول

أثر استخدام الحاسب الآلي على التسويق الإلكتروني

المبحث الأول : مفهوم الحاسب الآلي وأثره على التسويق الإلكتروني

المبحث الثاني: مفهوم البطاقة الإلكترونية وأنواعها

المبحث الثالث: دور الحاسب الآلي في إستخدام البطاقة الإلكترونية

المبحث الأول
مفهوم الحاسب الآلي واثره على التسويق الإلكتروني

أولاً:مقدمة عن مفهوم الحاسب الآلي بشكل كامل:

يعتبر الحاسب الآلي جهاز إلكتروني يوناني قديم حيث كان يستخدم في حسابات حركات الكواكب والتاريخ وقد كان العالم تشارلز باباج أول من فكر وصمم جهاز حاسوبياً مبرمجاً بالكامل وذلك في بداية عدم القدرة على حل مشكلة الإصلاح غير الجيد.

حيث يستخدم جهاز الحاسب الآلي الألف العمامات التي تغير برمجته الإلكترونية وهو ذو سترج كبير ولديه القدرة على البرمجة[1].

يعتبر جهاز الحاسب الآلي الأمريكي هو أول جهاز إلكتروني ذو أغراض عامة. وتعتبر إعادة برمجته وإعادة توصله ميزة تقدم أوتماتيكي في نهاية 1956م أخذت شركة (؟؟؟) القيادة في صناعة الحاسوب[2].

***تعريف جهاز الحاسب الآلي:-**

هو جهاز إلكتروني يقوم باستقبال البيانات وتخزينها ومن ثم إجراء مجموعة من العمليات الحسابية والمنطقية عليها وذلك وفقاً لسلة من التعليمات أو البرامج المخزنة في ذاكرته حيث يقوم بإخراج النتائج على حدات الإخراج المختلفة[3].

فهو يستخدم في معالجة البيانات للحصول على معلومات لحل مشكلة معينة.

تعريف ثاني للحاسب الآلي:-

يعتبر آلة معقدة التركيب مجهزة بالعديد من الأجزاء الإلكتروني التي تقدم أحدث ما توصلت إليه من التكنلوجيا الحديثة في العالم. ويقوم بعملية معالجة المعلومات واسترجاعها بدقة وسرعة كبيرة.

([1]) د. مامون أحمد (مبادي الحاسوب ج1) السودان
([2]) مرجع (ص رقم 705) جامعة السودان
([3]) مرجع سابق (ص -8)

يعتبر وسيلة مترابطة صممت ونظمت لمعالجة البيانات إلكترونياً لذلك يساعد على حل وعمل .... وتنزيل الأرقام وحفظها[1] .

ثانياً:-

إعتمد تطوير الحاسب الآلي على أربع ركائز رئيسية هي:- [2].

- السرعة.
- الحجم.
- التكلفة.
- التخزين.

كما يشكل التيار الكهربائي أساساً لتشغيل الحاسب.

خصائص الحاسب الآلي:- (3).

1- الخصائص الإلكترونية:

يقصد بها الاعتماد على النبضات الإلكترونية في العمل مما يؤدي إلى قلة الأعطال.

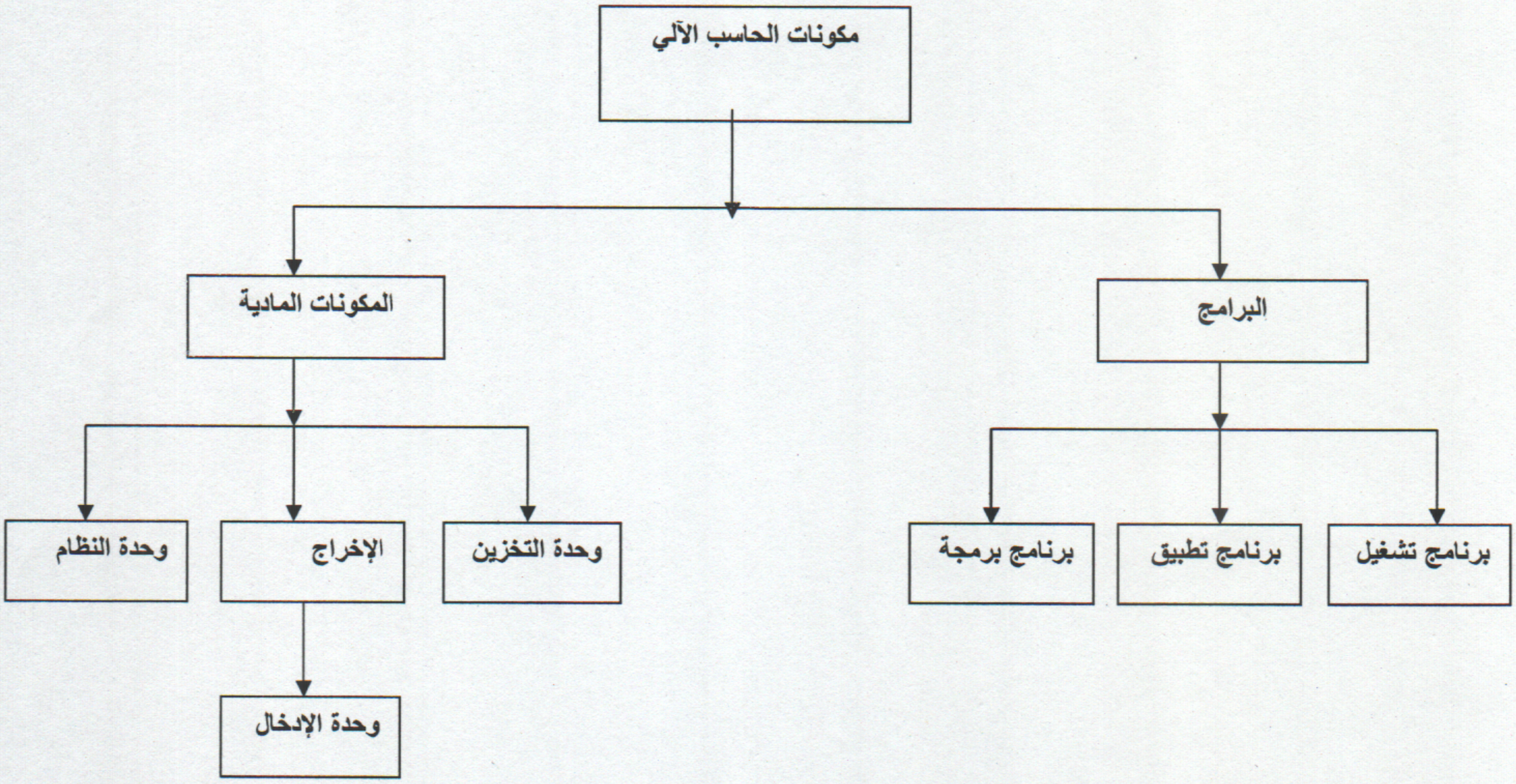
2- الدقة الاعتمادية:

وهو على شرط توفير الدقة من إدخال البيانات.

3- القدرة على الاتصال بالحسابات والأجهزة الأخرى.

ثالثاً: مكونات الحاسب الآلي: [4].

([1]) د. مامون أحمد جامعة السودان - الخرطوم
([2]) د. أحمد حلمي جمعة (نظم المعلومات المحاسبية)
([3]) جامعة النيلين (ص 9-10)
([4]) مرجع سابق د. أحمد حلمي جمعة (ص 10 – 11)



رسم يوضح مكونات الحاسب الآلي

عند التحدث عن مكونات الحاسب الآلي نجدها:

أ/ مكونات مادية.

ب/ مكونات غير مادية.

المكونات المادية تنقسم إلى:

الشاشة – لوحة المفاتيح – الفأرة

المكونات غير المادية:-

وحدة الإدخال – وحدة الإخراج – وحدة النظام.

رابعاً:ـــ

البرامج التي يتم تشغيلها بواسطة الحاسب الآلي:- [1].

عند التحدث عن الحدث هذه البرامج وتسمى التعليمات وهي التي تجعل الحاسوب يعمل ويخزن البرمجيات على القرص الصلب الخاص بالحاسوب أو على قرص مدمج أو قرص رقمي متعدد الاستخدام أو قرص مرن.

تنقسم برامج الحاسوب إلى:-

*برامج تشغيلية:-

هي مجموعة من البرامج التي تقوم بتشغيل جهاز الحاسب الآلي.

*برامج التطبيقات والخدمات:-

وهي البرامج التي تصمم لعمل نوع معين من التطبيقات والخدمات وتنقسم إلى:

أ- تطبيقات جاهزة مثل: برامج مايكروسوفت أوفيس 97،2000.

ب- برامج خاصة معدة بواسطة المستخدم أو شركات البرمجة.

([1]) د. رياض الحلبي (تطبيقات الحاسوب) جامعة حلب – 2007م دار الباس للنشر (ص رقم 12)

مثل: برامج المحاسبة – برامج العقارات وغيرها.

وظائف الحاسب الآلي:- [1].

تلعب وظائف الحاسب الآلي دوراً هاماً:

1- استخدام نظام النظم يؤدي إلى الدقة في العمل.

2- رفع مستوى جودة العمل.

3- تخفيض أداء تكاليف العمل.

4- تقليل المبذول من موظفي الأعمال الإدارية.

5- تخفيض الأعمال المكتبية الورقية.

6- السرعة في أداء العمل المكتبي.

7- تسهيل عملية الاتصال داخل المؤسسة.

8- تساعد على حرية الاتصال بين الفروع.

9- يساعد على تطوير الأعمال الإدارية.

10- يساعد على رفع مستوى التعليم.

تعريف كامل لشبكات الحاسب الآلي:- (2).

عند التحدث عن شبكات الحاسب الآلي نجد أن لها عدة تعريفات وهي قد تكون شبيهة لهذا التعريف:-

هي عبارة عن ربط جهازي حاسب ألي أو أكثر عن طريق المكونات المادية والبرمجيات وذلك لإدارة عملية الاتصال بين الأجهزة بغرض تبادل المعلومات.

مميزات الحاسب الآلي:-

([1]) د. سليمان نضيف وآخرون (مرجع الحاسب الآي) ص 13 ، جامعة النيلين ، دار الطباعة للنشر 1998م

([2]) د. أحمد شعبان دسوقي (أساسيات وتقنيات الحاسب) جامعة ألويس (ص رقم 3)

عند التحدث عن مميزات الحاسب الآلي نجدها تختصر في:-

أ/ تبادل المعلومات.

ب/ مشاركة الملفات.

ج/ السرعة والسهولة في العمل.

د/ تسهيل عملية التعليم.

و/ نقل كافة برامج التقنية الحديثة.

هـ/ تسهيل عملية التسويق التجاري.

نشأة وتطور الحاسب الآلي:- (1).

نشأته كانت على أيدي العالم الأمريكي (هوارد أيكن) كان أول جهاز حاسوب في عام 1944م وسمى بالحاســـــوب(I .B . M) العالم وظهر هذا التقييم من شركة بعدها توالت التطويرات وصارت أفضل من قبلها.

وهو له قدرة هائلة على إجراء العمليات الحسابية والمنطقية بالإضافة إلى قدرته على تخزين المعلومات بكميات هائلة.

مجالات استخدام الحاسب الآلي:-

1- يستخدم في مجال الإحصاء.

- يستخدم في مكينة المعلومات الإحصائية.

- يستخدم في المعلومات الإحصائية.

2/ يستخدم في مجال الإدارة:-

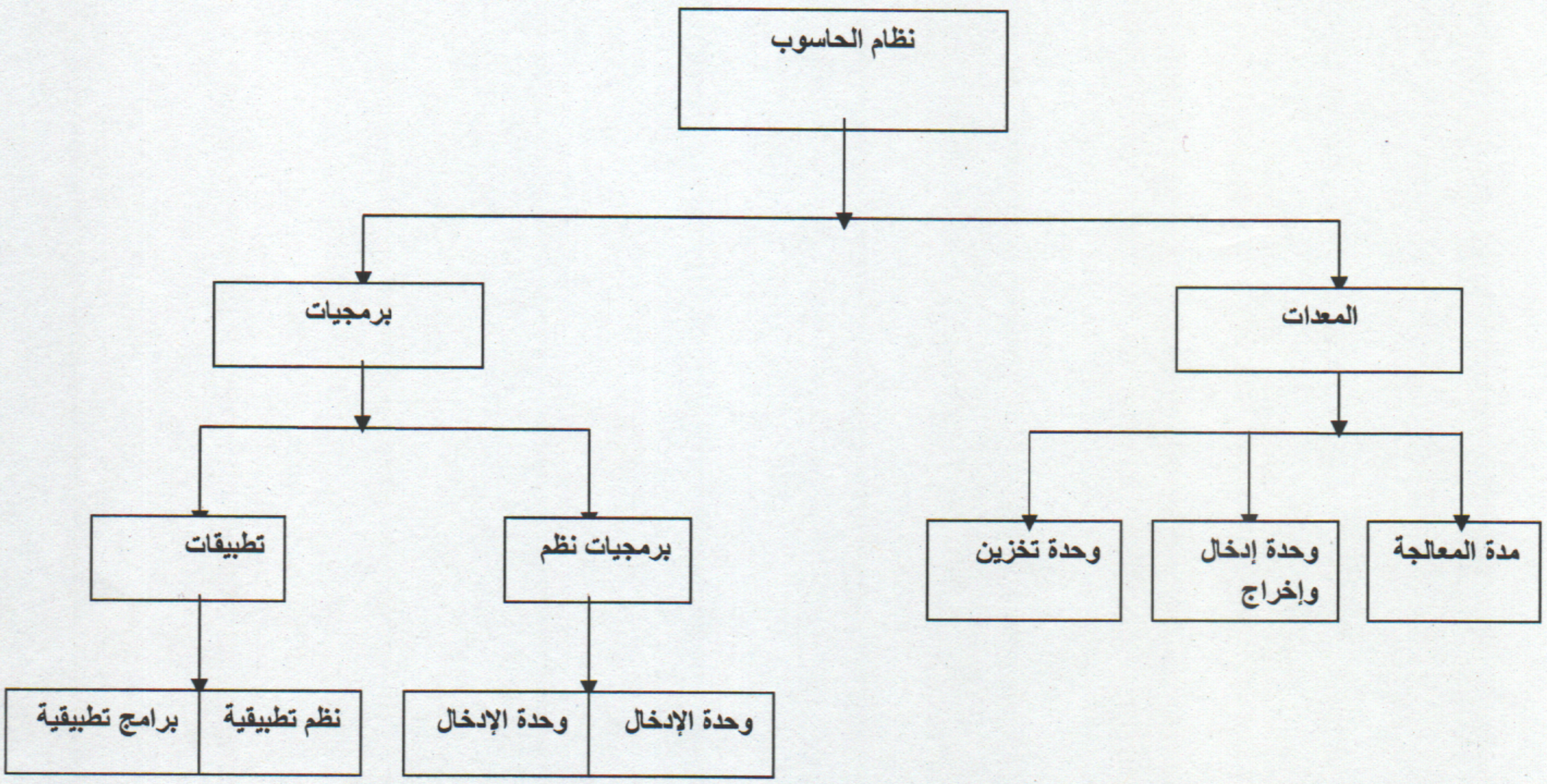
- يستخدم في التطبيقات العلمية.

([1]) د. مروان مصطفى (مبادئ الحاسوب والبرمجة) ص رقم 23 ، دار الطباعة للنشر.

- يستخدم في تهيئة التطبيقات للبيانات العلمية.

مكونات نظام الحاسوب:- [1].

عند التحدث عنها نجدها تتكون من (11) مكون فرعي كالآتي:-



الشكل (6-1)

الرسم يوضح العلاقة بين المكونات الرئيسية لنظام الحاسوب

نظام تشغيل الحاسوب:-

هو عبارة عن نظام من مجموعة برام تعمل على ضبط وإدارة مكونات الحاسوب.

وتلعب نظم تشغيل الحاسب الآلي دوراً أساسياً في حل المشكلات البرمجية الحاسوبية.

مراحل معالجة المعلومات داخل الحاسب:- [2]

([1]) د. مصطفى نعسان (مبادئ الحاسوب) جامعى حلب ، ص 123-124
([2]) د. مروان مصطفى (مرجع سابق) جامعة حلب

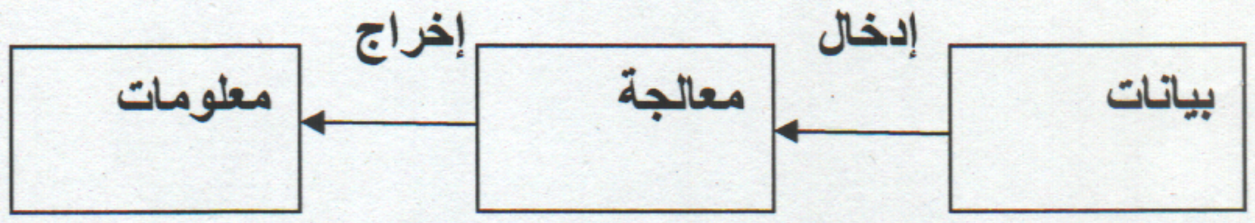
1- معالجة.

2- إدخال.

3- بيانات.

4- إخراج.

5- معلومات.



الشكل (5-1)

أن عملية معالجة مراحل الحاسب الآلي تلعب دوراً هاماً في الحصول على معلومات مفيدة في علم الحاسوب، وهذا بعد إدخال البيانات واسترجاعها ومعالجتها وإخراجها معلومات.

حيث يتم إدخال البيانات بواسطة لوحة المفاتيح ومن ثم تخضع هذه البيانات إلى معالجة وتتحول إلى معلومات ومن ثم يتم إخراجها بواسطة وسائل الإخراج مثل (الطابعة وغيرها).

ثانياً: أثر الحاسب الآلي على التسويق الإلكتروني:- (1)

مقدمة:

يطلق على عملية التسويق الإلكتروني في كثير من الشركات بما يسمى إدارة الكعب العالي وهذا نظراً لأهميتها الكبيرة في تحقيق أهداف الشركة.حيث يقوم مدير التسويق بكافة وسائل الاتصال مع العملاء وذلك من خلال أجهزة الحاسب الآلي وغيرها من الوسائل الأخرى.

([1]) د. منير إبراهيم هندي (إدارة المنشآت المالية) ص80

حيث تقوم الشركات التسويقية في الدول المتقدمة بوضع إستراتيجيات تسويقية تقنية غير شبكات الحاسب الآلي.

ما يقترحه الحاسب الآلي من خدمات للمؤسسات التجارية هو كيفية وضع خطة لبرنامج الدعاية والإعلان عبر شبكات حاسوبية متقدمة.

كما يساعد الحاسب في تحديد أماكن البيع والشراء وتحديد المرتبات للعاملين بعد تنزيلهم في قائمة داخل الحاسب الآلي.

يبدأ عمل شركات التسويق بعد قياس مدى احتياج السوق للمنتجات أو خدمات المشتركين. [1]

يوجد تأثير كبير للحاسب الآلي على التسويق الإلكتروني وذلك عبر حمالات الاتصالات الهاتفية وبغرض تحديد الأماكن التسويقية.

يؤثر الحاسب الآلي على التسويق الإلكتروني من ناحية معرفة مدى صلاحية المنتج الموجود في الشركة أو المؤسسة التسويقية.

كما يؤثر في عملية البيع وتبادل السلع وعملية الشراء عبر ماكينات التشغيل الإلكتروني.

يؤثر الحاسب على التسويق الإلكتروني وذلك بعد وضع علامات تجارية على المنتج، ومعرفة مدى نجاحه أو فشله.

كما يؤثر على أسعار الأسواق الإلكتروني الخارجية وذلك بتغيير نظام الشركات من نظام تقليدي إلى نظام حاسوبي.

لذلك فإن عملية التسويق الإلكتروني تتأثر بالتقنية الحديثة والحاسب الآلي بصفة خاصة في كل شئ.

وهذا ما سنعرفه عند التعرف على آثار الحاسب الآلي على التسويق الإلكتروني.

([1]) د. عبد الرحمن هجان (مرجع مبادئ إدارة الأعمال) (ص39)

أثر الحاسب الآلي على التسويق الإلكتروني الصناعي:-

عند التحدث عن التسويق الإلكتروني الصناعي نجد أن الشركات التي كانت تنتج عدداً من المنتجات الصناعية سواء كانت أجهزة إلكترونية أو أجهزة كهربائية أو معدات طبية لم تستعمل لبرنامج الدعاية لأنها لم يتوفر لها جهاز حاسب آلي. [1]

وكان زبائنها في نسبة الشراء والبيع قليلة، ولكن بعد دخول الحاسب الآلي أصبحت الدعاية عملية سهلة بالنسبة للتسويق الصناعي.

وصار التسويق الصناعي تسويق إلكترونياً سهل ومبسط.وهذا مما ساعد على عملية بيع المنتجات الصناعية الصناعية عبر شبكات الحاسب الآلي.

ساعد تأثير الحاسب الآلي على تخفيض تكاليف الأسعار تكنلوجياً. حيث تميزت الشركات التسويقية بخدمة الحاسب الآلي الصناعي.وصارت منتجات التسويق تعرف يوماً بعد يوم وذلك عبر عملية التسويق الإلكتروني عبر شبكة الحاسب الآلي.

بهذا يكون قد أثر الحاسب على عملية التسويق الصناعي، وبه اهتم المستهلكون وكثرة عملية الشراء على المنتج الصناعي التسويقي.

أثر الحاسب الآلي على تسويق الخدمات إلكترونياً:-

يؤثر الحاسب الآلي على الخدمات التسويقية وذلك عبر تلبية خدمات المستهلكين وذلك عبر تسويق المنتجات إلكترونياً. [2]

فلكل شركة جهاز حاسوبي يقوم بخدمات مخصصة له. فخدمات التسويق الإلكتروني لها مميزاتها الخاصة بها وهي قد تكون محسوسة أو غير محسوسة وهذا ما يساعد المشتري على معرفة ما ينقصه من مستلزمات أو خدمات تسويقية.

وأن خدمات المنتجات أو الموظفون المسئولون عن عملية توصيل وتلبية الخدمة يجب عليهم معرفة التعامل عبر الحاسب الآلي.

([1]) د. عبد الرحمن هجان (مرجع سابق) ص 101 ، جامعة حلب (دمشق)
([2]) د. عمر بن حمد الحمود (تقنيات التسويق) ص10 ، جامعة الأردن

فقد أصبح الحاسب الآلي الأثر الأكبر في عملية التسويق عبر شبكات الحاسوب ذلك لتسهيل عملية الشراء والبيع للسلع.

ولكن ما يلاحظ في بعض المراكز التجارية العملاقة أو المؤسسات التسويقية أن هنالك شرط لتوفير خدمة التسويق الإلكتروني وهو وضع جهاز الحاسب الآلي حتى يتمكن العميل أو الموظف من التعامل معه.

أثر الحاسب الآلي على إدارة التسويق الإلكتروني:-

عند التحدث عن إدارة التسويق الإلكتروني نجدها تأثرت بالحاسب الآلي تأثيراً كبيراً حيث صارت الشركات تتعامل بشبكة الحاسب الآلي بعدما كانت تتعامل بالتسويق التقليدي. [1]

صارت بعض الشركات تعمل على نظام تقني تكنولوجي حديث أما بالنسبة لعملية تبادل السلع فكانت عملية تقليدية حيث يأتي الزبون ويطلب السلعة ويحاسب عليها نقداً ولكن بعد دخول الحاسب الآلي صارت الأمور أكثر متعة وخاصة في المؤسسات التسويقية الكبرى حيث بدأ التعامل بنظام البطاقات المصرفية وهذا مما جعل إدارة التسويق في نجاح مستمر.

من تأثيرات الحاسب الآلي على إدارة التسويق أنه تم وضع نظام جديد تقني يسمى (نظام الكاشير) ويقصد به الشراء عبر ماكينات المؤسسة وهذا النظام طبق حالياً في بعض المراكز التجارية.

وهذا فإن للحاسب الآلي تأثير على أداة إدارة التسويق الإلكتروني. ولكن يظل هذا التأثير تأثيراً إيجابياً.

أثر الحاسب الآلي على عملية الإعلان والدعاية للتسويق الإلكتروني:-

عملية الإعلان: [2]

([1]) د. منير إبراهيم هند (ص80) مرجع سبق ذكره
([2]) د. جمال الطاهر (منتدى معارش) رقم الطبعة 7079

تعتبر عبر الحاسب الآلي عملية سهلة فهي خدمة أو وسيلة مدفوعة الأجر وهي قد تكون في المواقع الإلكترونية وغيرها.

وذلك للحصول على تغطية مجانية للمعلومات عن الشركة التسويقية.

قد تكون الدعاية قائمة على تبادل المصالح المشتركة بين مصمم الإعلان والشركة المعلنة.

وهذا يلعب الحاسب الآلي دوراً مهماً وله أثر في عملية الإعلان عن منتجات الشركات التسويقية.

وقد تكون الدعاية أكثر مصداقية من الإعلان لدى الجمهور.

فقد ساعد الحاسب الآلي وأثره بدوره في عملية الإعلان عن المنتجات له أثر عظيم يساعد على نجاح المؤسسة أو الشركات الكبرى.

وعادة قد تكون الدعاية والإعلانات عبر مواقع الحاسب الآلي أو عبر شاشات العرض الكبرى.

أثر الحاسب الآلي على الإنتاج التسويقي:- (1)

عند التحدث عن إدارة التسويق الإنتاجية نجد أنها تهتم بإنتاج السلع والخدمات التي تتعامل بها المؤسسة التسويقية.

كما يؤثر الحاسب الآلي على إنتاجية الشركة التسويقية من ناحية بيع المنتج وعرضه في صورة جيدة.

وهذا مما جعل عملية التسويق الإلكتروني أكثر سهولة ومربحيه بالنسبة للطرفين (البائع – المشتري) حيث يجعل الحاسب الآلي كل عمل الشركة مرتباً ومهياً، مما يسمح للزبون أو العميل التجول في المركز التجاري ومعرفة السلعة ونوعها وما هو سعرها ومدة إنتاجها.

([1]) د. جمال الطاهر (مرجع سبق ذكره) ص20

هذه العملية تسهل عملية تزايد الحاجات لإشباع رغبات المستهلكين.

إن عملية تأثير الحاسب الآلي على الجودة الإنتاجية التسويقية ويعتبر مفهوم حديث وتغني على الشركات والمراكز التجارية.

كما أثر استخدام الحاسب الآي على أفراد المؤسسة التسويقية في تقديم الخدمات للزبائن أو العملاء بالشركة.

يؤثر على الشركة التسويقية في تحديد منتجاتها عبر شبكات الحاسب الآلي.

يؤثر على هيئة التسويق الإلكتروني والموارد البشرية.[1]

يؤثر أيضاً على هيئة الأداء العالي لأفراد المؤسسة التجارية.

وهذا ما جعل أهمية عظمى للحاسب الآلي داخل الشركات والمؤسسات التجارية الكبرى.

كما يؤثر الحاسب الآلي على تحسين أوضاع الشركة أو الأفراد أو العملاء.

أن للحاسب الآلي تأثيراً أعظم في ربحية الشركة وزيادة عدد العاملين وذلك بعد استخدام جهاز الحاسب الآلي.

لذلك فإن عملية تأثير الأفراد في الشركات التسويقية أصبح أمر طبيعي مما يسهل عمل الإنتاج داخل المؤسسة التسويقية وزيادة إنتاجية الأفراد.

أثر الحاسب الآلي على الإدارة المالية التسويقية:-

1- يؤثر الحاسب على كيفية استخدام المعلومات المالية للمؤسسة.

2- يؤثر على تحليل الحسابات.

3- يؤثر على مؤشرات الأسواق المالية.

4- يؤثر على الإدارة الفاعلة والوظائف المالية.[1]

([1]) د. جمال الطاهر (إدارة الإنتاج التسويقي) ص 20-21 جامعة القاهرة ، كلية تجارة

أثر الحاسب على فحص السلع التسويقية الإلكتروني:-

1- يؤثر الحاسب على السلع من ناحية الفحص الإلكتروني.

2- يستعمل جهاز الحاسب الآلي على كشف السلع ومدى صلاحيتها.

3- يؤثر على سعر السلع التسويقية عبر الشبكات الحاسوبية.

4- أن للحاسب الآلي تأثيراً على السلع الاحتياطية الآلية.

5- يكشف الحاسب الآلي على مدة السلع وكميتها ومعرفة سعرها.

6- يساعد ويؤثر الحاسب على جذب البائعين بعد تبديل أسعار السلع على الحاسب وشبكات الإنترنت.

أثر استخدام الحاسب الآلي على إدارة التسويق المالية:-

أن تعريف عملية الإدارة المالية ما هي إلا عملية تخطيط وتنظيم ومتابعة لحركتي الدخول والخروج للأموال وذلك بواسطة الحاسب الآلي. [2]

حيث يؤثر على إدارة التسويق المالية بصورة كبيرة وقد يكون تأثير سلبي أو إيجابي.

التأثير السلبي للحاسب الآلي على عملية الإدارة المالية:-

1- اختفاء السجلات المالية:

ولذلك يجب حفظ السجلات المالية في قرص أو ذاكرة رئيسية.

2- سهولة النشر وارتكاب الجرائم الحاسوبية:

ولذلك يجب برنامج السرقة المضاد وذلك باستخدام الحاسب الآلي.

3- يؤثر الحاسب الآلي على إدارة التسويق المالية في أنها تمنع إدخال الفيروسات وذلك بعد عمل برنامج داخل الحاسب الآلي.

ولذلك فإن للحاسب أثره على إدارة

([1]) د. بشير العلاق (مرجع التسويق الإلكتروني) ص20 ، جامعة سوريا (كلية علوم الحاسوب) الريان للنشر والطباعة.
([2]) د. محمد محمد الهادي (مرجع سبق ذكره) ص25

المبحث الثاني

مفهوم البطاقة الإلكترونية

أولاً: مقدمة عن مفهوم البطاقة الإلكترونية:-

تعتبر البطاقة الإلكترونية بطاقة حديثة التصنيع حيث يصدرها البنك المركزي ولذلك يتم تصنيعها بهدف الحصول على الأموال النقدية والخدمات الأخرى حيث يقوم الراغبون في هذه العملية بالحصول على بطاقة إلكترونية من البنك والعمل بها وذلك بعد تقديم طلب وفتح حساب داخل البنك. ويقوم البنك باستخراج البطاقة وذلك بعد عدة إجراءات من ضمنها فتح حساب للعميل وإكمال إجراءاته بعمل كشف حساب شهري بإجمالي القيمة [1] لتسديد أقساط شهرية للبنك المسئول عن استخراج البطاقة الإلكترونية حيث تقوم البطاقة الإلكترونية بالصرف بدلاً من أوراق الشيك الورقية وتتم هذه العملية بإدخال البطاقة الإلكترونية إلى ماكينة الصراف الآلي والضغط على أزرار البطاقة حتى تتم عملية الصرف الإلكتروني.

وما يلاحظ أن للبطاقة الإلكترونية رقم سري يحفظ الأموال الموجودة بداخل الحساب . يتكون رقم البطاقة الإلكترونية من أربعة أرقام يقوم العميل بدخلها حتى تتم عملية السحب النقدي للمبالغ النقدية. [2]

حيث تعتبر البطاقة Depitcard بطاقة بلاستيكية يقوم العميل بتحويل المبالغ النقدية فيها وتنزيل بياناته حتى يسهل التعامل معها.

ويتم ذلك داخل البنك من خلال تقديم أوراقه الثبوتية المكونة من فتح الحساب وهوية العميل وإثبات الشخصية حتى يقوم البنك بتكملة الإجراءات وتسليم البطاقة الإلكترونية للعميل.

يقدم البنك للعميل بطاقته حتى يستطيع التصرف بها والاستفادة منها وتوجد مثل هذه البطاقات في كل البنوك التجارية والاستثمارية ويقوم بإصدارها بنك السودان المركزي وتطبيقها في كل البنوك [1].

([1]) د. مصطفى أحمد عبد الرحمن (جامعة الإسكندرية – دار التعليم الجامعي)
([2]) مرجع (إدارة التسويق الإلكتروني) ص 298-299

ويقوم البنك المسئول والصانع للبطاقات الإلكترونية بعمل كود سري حتى لا تتم عملية السرقة الإلكترونية ويضع كود لحمايتها.

إن للبطاقة الإلكترونية نطاق خاص للاستعمال بطريقة خاصة بالصرف وبواسطتها يتم الصرف من الصراف الآلي.

وما يلاحظ أن للبطاقة الإلكترونية (15) سنت لكل معاملة فإن تكلفة التعامل بين العملات المعدنية والورقية كبير.

وما يجب علينا معرفته أن نظام البطاقة الإلكترونية لا يستطيع صرف المبالغ المعدنية بل يستطيع صرف المبالغ الورقية فقط [2].

حيث تعتبر البطاقة الإلكترونية بطاقة صالحة لمستخدميها فقط لا يستطيع أي شخص الاستفادة في التعامل بها بدون معرفة الرقم السري ويتم عن طريقها إيداع المبالغ النقدية داخل الحساب في البنك، حيث يوجد فرق شاسع بين البطاقات الإلكترونية ودفتر الشيكات الورقي وهي تعبر من طرق الدفع الإلكتروني والسحب النقدي [3].

يعتبر الشيك الإلكتروني عبارة عن أوراق شيكات ورقية تلزم العميل بإجراء عملية الإمضاء على الشيك والذهاب للبنك حتى يستطيع صرف الأموال.

تعتبر البطاقة الإلكترونية أسرع عملية صرف تتم داخل البنك حيث يقوم البنك باستخراج عدة بطاقات بأشكال مختلفة وأسماء مختلفة منها ما يسمى:-

1/ البطاقة الذكية.

2/ المحفظة الإلكترونية.

3/ بطاقة الرواد كاش.

([1]) د. صابر الطيب مرجع روية التجارة الإلكترونية.
([2]) مرجع سابق ص35-36 جامعة السودان المفتوحة.
([3]) مرجع سابق من ص 300 – 301.

4/ بطاقة الائتمان المصرفي.

خدمات البطاقة الإلكترونية:

عند التحدث عند خدمات البطاقة الإلكترونية نجدها:-

1/ الاستعلام عن الرصيد ومعرفة نوع الحساب البنكي.

2/ تحويل التعامل داخل البنك من الحساب الجاري إلى حساب توفير.

3/ تحويل المبالغ إلى الشخص الآخر.

4/ معرفة تسديد الرصيد الباقي.

5/ التعرف على أسعار الصرف

6/ طلب شهادة تعريفية (فاتورة كشف حساب) [1].

تأمين البطاقة الإلكترونية:-

لمعرفة كيفية تأمين البطاقة الإلكترونية يجب علينا معرفة التأمين وطريقة عمله:-

1/ عمل شفرة أو كود سري للبطاقة.

2/ التبليغ في حالة فقدان البطاقة الإلكترونية.

3/ قفلها من البنك المصدر لها واستخراج بدل فاقد

4/ إدخال كود سري جديد بديل الكود الماضي [2].

أنوع البطاقات الإلكترونية:-

1/ البطاقة الذكيـــة:-

تعريفها: هي بطاقة بلاستيكية مبطنة بها شريحة حاسوب واحدة تقوم بحفظ المعلومات وربما تودي لبعض العمليات الحسابية والرياضية وتستخدم في كثير من الأجهزة الإلكترونية [1].

([1]) مرجع سابق ص306-307.

([2]) نفيسه حسن مرجع علوم الحاسوب جامعة النيلين.

مثل:- الآن الصرف الآلي – الهواتف النقالة – الحواسيب.

تاريخ ابتكارها [2]:-

تم ابتكار واختراع البطاقات الذكية بواسطة العالم الألماني (هيلمون جروتروب) في عام 1968م.

وكان أول استخدام لها عام 1983م بفرنسا.

وابتكر هو نيوبيل بول أول بطاقة مزودة بمعالج 1983م إلى 1977م.

وأول إصداراتها EMV في عام 1994م.

مميزات البطاقة الذكية (3):-

1/ قادرة على تشفير البيانات.

2/ قادرة على معالجة البيانات.

3/ تقوم بتأدية المهام.

4/ سهلة الاستخدام.

5/ متوافقة مع عدة أجهزة إلكترونية.

أنواع البطاقات الذكية:

1/ بطاقة من حيث الكتابة والقراءة: وهي تتكون من ثلاث أنواع:

1/ تلامسية.

2/ لا تلامسية.

3/ بطاقة مزدوجة.

([2]) مرجع سابق ص1-2
([3]) مرجع سابق سابق د. نفيسه حسن. ص3-4.

2/ بطاقة من حيث طبيعة الشريحة وتتكون من اثنين:

1/ بطاقة ذاكرة .

2/ بطاقة معالجة.

مكونات نظام البطاقة الذكية:

1/ البطاقة نفسها.

2/ حامل البطاقة. Card holder

3/ الطرفيات: Teminal

4/ الشبكة: Network

5/ البرامج.

أنواع أنظمة الأمنية للبطاقة الذكية (1).

تنقسم أنظمة حماية البطاقات إلى :-

1/ نظام يتعلق بالبطاقة نفسها.

2/ نظام يتعلق بالاستخدام.

أنواع مجالات البطاقة الذكية [2].

1/ تطبيقات الاتصال.

2/ تطبيقات تحديد الهوية .

3/ التطبيقات المالية.

أنظمة الأمان [3]:

([1]) د. سارة مامون جامعة النيلين

([2]) مرجع تقنية المعلومات ص8-9- 22 دار النشر الاتحادية.

([3]) مرجع سابق ص6-7

1/ نظام Overlay:

هو عبارة عن شريط حماية شفاف يكون ضمن شريط الأخبار الأساسي.

2/ نظام Poly Guard:

هو عبارة عن طبقة شفافة تتوفر بعدة سماكات وتطبع على البطاقات وتتوفر بشعار العميل وتمتد إلى عشر سنوات.

البطاقة التلامسية [1]:

تعتبر من أشهر البطاقات وأكثرها شيوعاً وهي توضع في جهاز القراء بحيث يحدث تلامس مباشر على سطح مناطق الاتصال الذهبية في البطاقة.

البطاقة اللا تلامسية: هي بطاقة تتطلب الاقتراب بمسافات معينة من جهات القراءة تحتوي على البطاقات الذكية وبهذه القراءة.

البطاقات المزدوجة : هي عبارة عن تدمج بين التكنولوجيا التلامسية واللا تلامسية في بطاقة واحدة .

عوائق انتشار البطاقة الذكية [2]:

هنالك عوائق تقف على طريق انتشار البطاقة الذكية:

وقد تكون تلك العوائق هي:-

1/ التكلفة المالية للبطاقات الذكية.

2/ نقص البنية الأساسية التي تدعم البطاقات الذكية.

3/ طبيعة النظام الحصري لتشغيل الشريحة.

4/ نقص المعايير لضمان التوافق المتبادل بين برامج البطاقات:

([1]) مرجع علوم الحاسوب د. سارة احمد جامعة النيلين.
([2]) مرجع سبق ذكر (ص رقم (6-7)

5/ توجد مشكلات قانونية وسياسية خصوصية مرتبطة بقوانين المستهلك.

انواع البطاقات المزدوجة بمعالجات [1]:

1/ بطاقات تحمل قيمة معالية.

2/ بطاقات تحمل قيمة مكافئة للعمال.

3/ بطاقات تتيح الوصول للامن لشبكة معينة.

4/ بطاقات حماية التلفونات ومن الغيش والاحتيال.

5/ بططاقات تحمي أجهزة التلفزيون.

6/ بطاقات تساعد على صرف الاوراق المالية من الصراف الآلي.

أنظمة تشغيل البطاقات الذكية [2]:

عند التحدث أن نظام تشغيل الإدارة الملفات والذاكرة الوصول للبيانات هو ليس مثل نظام تشغيل برامج الويندوز وهو برنامج صغير يتحكم في البطاقة ويقوم بتشغيل أجهزة الاتصال ولها نوعان:

1/ نظام البنية الثابتة للملفات.

2/ نظام التطبيقات المتغيرة.

أن الفرق بين البطاقات هو تنفيذ نظام تشغيل البطاقات.

برنامج تنفيذ البطاقات الذكية [3]:

يقوم بالمعالجات الدقيقة وتنفيذ البيانات وذلك باستخدام لوغريثمات معقدة . ويتم بعد توليد أزواج المفاتيح لتجنب مخاطر جود أكتر من نسخة من المفتاح.

([1]) مرجع البطاقات الذكية: https://ar . wikpedila

([2]) مرجه سابق ص 6-7)

([3]) مرجع البطاقات الإلكترونية الزكية .

وهذا النوع من البرامج تستخدم في التوقيع والهوية.

برنامج قراءة البطاقات الذكية:

يعتمد على الحاسب الآلي الشخصيات في المعالجة.

والجهاز الطرفي جهاز يكتفي ذاتياً على معالج خاص.

البطاقة أو المحفظة الإلكترونية:-

تسمح لمستخدميها التمتع بالخدمات الآتية:-

1- سداد أقساط التمويل.

2- التحويلات الفورية.

3- شراء الكهرباء.

4- شحن الرصيد وتجمع جميع خدمات بطاقات الخصم الفورية.

5- تسهيل عملية التسويق عبر الإنترنت.[1]

أنواع بطاقة المحفظة الإلكترونية:-

1- البطاقة الأساسية.

2- البطاقة الفضية.

3- البطاقة الزهبية.

مميزات البطاقة أو المحفظة الإلكترونية[2]:

1- تسديد رسوم المعاملات الحكومية.

2- انتشار شبكات الاتصالات اللاسلكية.

([1]) د. محمد موسى أحمد . جامعة الإسكندرية

([2]) مرجه سابق ص 6-7)

3- تساعد على ضبط إيرادات الدولة.

4- تعتبر وسيلة سهلة وفعالة لسداد المرتبات.

5- تسهيل المعاملات المالية بين القطاعين (العام – الخاص).

أهمية المحفظة الإلكترونية[1]:-

يمكن القول أن المحفظة الإلكترونية تعد من أهم اختراعات العصر والتي يمكن من خلالها الحفاظ على قيمة الأموال عن طريقها يقوم مستخدمها من توفير عملية إجراء بطاقات الصراف الآلي العادية ... حيث تقوم على أساس تكلفة قليلة يرجع منها فائدة عظمى لمستخرجها ومستخدمها.

فوائد المحفظة الإلكترونية[2]:-

هنالك عدة فوائد بالنسبة للمحفظة الإلكترونية فهي:-

1/ أصبحت مهمة جداً في الحياة:

إن للمحفظة الإلكترونية فائدة في تجديد فكر المجتمع وذلك عبر التعامل المالي التقني وهذا ما يجعل هنالك رغبة لدي المجتمع في الحصول على محفظة إلكترونية حيث تسهل عمليات التبادل في البيع والشراء تعمل هذه الخدمة على التمتع بالتسويق والحفاظ على الأموال.

فائدتها بالنسبة للشركات [3]:-

تقوم الشركات أو البنوك المستخدمة والصفة تمثل هذه الخدمة بتقديم خدماتها وعرض فرص البطاقة أو المحفظة وهذا مما يجعل هنالك توفير في الوقت والطاقة وتجديد التعامل.

([1]) مرجع التجارة الإلكترونية ص 17 الناشر مكتبة الوفاء
([2]) مرجع سابق (ص 20 -21)
([3]) مرجع للدكتور محمد موسى أحمد

ولها ميزة في الشركات المستخرجة لها وهي ميزة نجعلها مهمة بالنسبة للشركات وهي زيادة أرباح المشتركة مما تساعد على تسهيل وتخفيض التكاليف المنتجة من خلال التشغيل الإلكتروني للبيانات.

فائدتها بالنسبة للمستخدمين والمستهلكين:-

تسمح البطاقة أو المحفظة الإلكترونية للمستخدمين والعملاء بالتسويق وإجراء التعاملات على مدار 24 ساعة يومياً. على مدار العالم[1] .

أسماء الوكلاء وشروط تقديم المحفظة الإلكترونية:-

1- يتم التعاقد مع البنوك والمصارف لتقديم الخدمة.

2- تساعد على توفير نقد للمقابلة.

3- توفير خدمة النقدية.

4- الإلتزام بسياسات البنك المنفذ لها.

من أسماء الوكلاء[2]:

1- بنك السودان المركزي.

2- بنك فيصل الإسلامي.

3- بنك النيل المصرفي.

4- بنك أمدرمان الوطني.

الفهم العام للمحفظة الإلكترونية:-

عند التحدث عن الفهم العام للمحفظة الإلكترونية أنها تستخدم الخدمة الجديدة في جميع المعاملات النقدية فهي تساعد على عملية الشراء والقيام بدفع المبالغ النقدية

([1]) مرجع سابق ص 14 -15

([2]) د. محمد عبد العظيم / جامعة الإسكندرية – كلية التجارة (الدار الناشر – الدار الجامعية)

عن طريق الدفع الإلكتروني حيث تكون عملية تغذيتها من نقاط البيع وتتميز بضبط إيرادات الدولة وتمكن من سداد المعاملات بأنواعها لذلك يجب أن تعمل على تغطية جميع المناطق المجهولة لعلوم التكنولوجيا وعالم الصرف الآلي حيث تعد وسيلة فعالة لصرف المرتبات. يتبع نظام المحفظة الإلكترونية بيئة المحول القومي الجديد وهي تعمل على مواصفات عالمية وقياسية للتوفير.

وتقوم بتوفير خدمات التأمين والخدمات المالية.

تقوم بخدمة الفقراء ومحدودي النقل ويمكن استخدامها بواسطة عملاء المصارف

ـ تقوم بجذب الكتلة النقدية للقطاع المصرفي مما يجعل شبه السودانيين المحترمين لهذه الخدمة حوالي (96%)حيث ***المحفظة الإلكترونية آلية دفع الكتروني 0

ـ الأهداف العامة من المحفظة الإلكترونية .(1)

الهدف من المحفظة الإلكترونية يوضح لنا كيفية التعامل بالمحفظة وكيفية معرفتها حيث يتكون من عدة أهداف سنذكرها حسب ما ذكر :ـ

1/ هي وسيلة دفع متاحة لكل شرائح المجتمع.

2/ الحفاظ على النقود بشكل سهل وأمن.

3/ الحصول على النقود الموجودة بالمحفظة بالنقود في أي وقت.

4/ إمكانية شحن المحفظة بالنقود بسهولة مثل المرتبات والمعاشات.

5/ وجود وسيلة سهلة وفعالة لتبادل النقود عن طريق التحويلات.

6/ دفع الرسوم والفواتير بطريقة سهلة وآمنة وسريعة.

7/ استخدامها في المشتريات عبر الموبايل والانترنت.

8/ تقليل تكلفة واستهلاك وطباعة أوراق النقد

9/ ضبط عمليات التحصيل للإيرادات في القطاعين الحكومي و الخاص.

10/ تفعيل الزحام على منافذ خدمتي التحصيل والصرف وتقليل التكلفة وتقديمها.

3/ بطاقة الرواد كاش:-

تعريفها:-

هي عبارة عن بطاقة ذكية يمكن استخدامها لحفظ أي مبلغ من النقود وتشبه في خدمتها محفظة النقود المادية وذلك في إطار الخدمات المصرفية الجديدة وحيث يمكن استخدامها في جميع المعاملات النقدية ويمكن عن طريقها دفع المبالغ لبائعه وذلك عن طريق نقاط البيع أو عبر شبكة الانترنت أو عبر تطبيقات الموبايل ويتم تغذيتها أ إضافة النقود إليها عبر نقاط الليع والوكلاء.

مميزات بطاقة الرواد كاش:

من مميزات البطاقة الإلكترونية الرواد كاش.

1/ غير مرتبطة بحساب بنكي.

2/ يمكن احترامها لإجراء معظم المعاملات المصرفية.

3/ يمكن تغذيتها عبر نقاط البيع أو بالتحويل من حساب بنكي أو عن طريق التحويل من بطاقة لأخرى.

4/ يمكن استخدامها حسب النقدي عبر ماكينات الصرافات الآلية وماكينات البيع والنقاط.

أنواع البطاقة الإلكترونية الرواد كاش[1]:

هنالك ثلاثة أنواع من بطاقات الرواد كاش هي متاحة في البنك:

1/ البطاقـــة الأساسيـــة:-

([1]) مرجع (تقنية المعلومات الحديثة(ص (35-36)

وهي بطاقة متاحة لأي شخص ويمم نشرها من أي وكيل يقدم الخدمة ولا يشترط فيها وجود حساب بنكي وتكون من خدمات هي: (سحب- إيداع – تحويل).

2/ البطاقة الفضية:-

تقوم هذه البطاقة بخدمة الفئات الآتية:

- المؤسسات (الموظفين).
- الطلبات والطلاب.
- وتعرف باسم العميل.

وهي ستخرج بضمان المؤسسة.

3/ البطاقة الذهبية:

ستخرج لأصحاب الحسابات المصرفية وتكون بسقف مفتوح للإيداع والتحويل[1].

([1]) د. ماهر الطيب) جامعة السودان – دار النشر للطباعة.