



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة بلحاج بوشعيب _ عين تموشنت -
كلية علوم اقتصادية والتسيير وعلوم التجارية
قسم العلوم الاقتصادية



الصيرفة الالكترونية كأداة فعالة لتحسين أداء المؤسسات المصرفية
دراسة ميدانية في بنك القرض الشعبي الجزائري وكالة - عين تموشنت -

مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماستر في العلوم الاقتصادية
تخصص : اقتصاد نقدي وبنكي

تحت إشراف الدكتور:

بن عامر عبد الكريم

إعداد الطالبة:

حسني سعيدة

رئيس اللجنة	استاد تعليم العالي	جديدن لحسن
رئيس ممتحن	استاد محاضر ا	مخضار سليم
مشرف	استاد محاضر ا	استاد بن عامر عبد الكريم

الموسم الجامعي : 2021-2022

شكر و عرفان

قبل كل شيء نحمد الله على نعمة العلم لقوله تعالى بعد بسم الله الرحمن الرحيم

" وقل ربي زدني علما " (طه: 114)

اما بعد نتقدم بالشكر الجزيل الى الدكتور "بن عامر" لتفضله بالإشراف على هذه
المذكرة لما قدمه لنا من توجيهات ونصائح.

كما نتوجه بالشكر والتقدير الى لجنة المناقشة والى كافة اساتذة قسم العلوم
الاقتصادية

أيضا أتوجه بالشكر لكل موظفي بنك القرض الشعبي الجزائري CPA محل الدراسة
على حسن الاستقبال وكذلك على كل المعلومات التي أفادوني بها.
وكل من ساعدنا في انجاز هذا العمل المتواضع من قريب او من بعيد.

الاهداء

إلى أعز ما أملك أُمي الغالية منبع الحب و الحنان،

و إلى اخي حفظه الله،

و الى روح اختي رحمها الله،

و الى ابن عمي الذي ساعدني في كتابة المذكرة،

إلى أساتذتي الكرام، وإلى كل من علمني حرفاً،

إلى جميع زملائي وأصدقائي في قسم العلوم الاقتصادية،

وإلى كل محب للعلم،

أهدي عملي المتواضع

الملخص:

يشهد العالم تطورا كبيرا في مجال الصناعة المصرفية حيث تحولت العديد من الاجهزة المصرفية في العالم إلى أنظمة الصيرفة الالكترونية في التعامل مع الاطراف المختلفة، وذلك من اجل رفع مستوى الاداء المقدم من طرف البنوك للحصول على درجة عالية من رضا المتعاملين وتحقيق مردودية مالية أكبر، حيث شرعت الجزائر وكغيرها من الدول العربية في إصلاح منظومتها البنكية ونظم وآليات الصيرفة الالكترونية عليها، فقامت بمجموعة من الخطوات الهامة نحو تطوير البنية التقنية للمنظومة البنكية، غير أنها ال تزال لم ترقى للوضع الذي يشهده هذا القطاع.

حيث تلعب الصيرفة الالكترونية دورا كبيرا في تحسين الاداء في البنوك التجارية، وذلك بفعل استعمال آليات الصيرفة الالكترونية في التعاملات اليومية للبنك، ولكن هذا التحسن يعتبر ضئيلا، وذلك بفعل اعتماد الكبير البنوك التجارية الجزائرية ونخص بالذكر وكالة القرض الشعبي الجزائري CPA على الانظمة البنكية التقليدية .

الكلمات المفتاحية: الصيرفة الالكترونية، تقييم الاداء البنكي، آليات الصيرفة الالكترونية.

Resumé

Le monde connaît un grand développement dans le domaine de l'industrie bancaire, beaucoup de systèmes bancaires dans le monde se sont transformés en systèmes bancaires électroniques dans leurs transactions avec différentes parties, et ce afin d'améliorer la qualité des prestations fournies par les banques dans le but d'obtenir un grand niveau de satisfaction de la clientèle et afin de réaliser et d'assurer une plus grande rentabilité financière, pour ce fait, l'Algérie à l'instar d'autres pays arabes ont entamé une réforme du système bancaire en introduisant des systèmes et machines bancaires électroniques à celles-ci, elle a procédé par plusieurs étapes importantes tendant vers un développement de l'infrastructure technique des systèmes bancaires, sauf qu'elle ne parvient toujours pas à atteindre le degré de développement que connaît le secteur.

Les services bancaires électroniques ont joué un grand rôle dans l'amélioration des prestations des banques Algériennes, et ce par l'utilisation de systèmes de machinerie bancaire électronique dans les transactions bancaires quotidiennes, mais cette amélioration reste relativement faible, et ce, du fait les banques commerciales Algérienne, et en particulier l'agence du Crédit Populaire Algérien dépendent encore des systèmes bancaires traditionnels. Mots clés : système bancaire (monétique) électronique, évaluation des prestations bancaires, prestation bancaire, systèmes monétaires électroniques.

صفحة	عنوان
	الاهداء

	التشكر
	فهرس المحتويات
2	المقدمة
	الفصل الأول : المصارف الالكترونية
3	المبحث الأول : عموميات حول المصارف الالكترونية
3	تمهيد
3	المطلب الأول : نشأة المصارف الالكترونية وتطورها
4	المطلب الثاني : مزايا البنوك الالكترونية وأهميتها
6	المطلب الثالث : متطلبات انشاء مصارف الالكترونية
10	المبحث الثاني : ماهية الصيرفة الالكترونية
10	المطلب الأول : مفهوم الصيرفة الالكترونية
15	المطلب الثاني : خصائص ومخاطر الصيرفة الالكترونية
25	المطلب الثالث : أهمية ومميزات الصيرفة الالكترونية
27	خلاصة الفصل الأول
	الفصل الثاني
29	تمهيد
29	المبحث الأول: ماهية الخدمات المصرفية
29	المطلب الأول : مفهوم الخدمات المصرفية واهم خصائصها
32	المطلب الثاني : أنواع الخدمة المصرفية ومميزاتها
34	المطلب الثالث : تصميم الخدمة المصرفية
37	المبحث الثاني : تحسين الأداء البنكي من خلال الصيرفة الالكترونية
37	المطلب الاول : العوامل مساعدة في دمج آليات الصيرفة الالكترونية في أنشطة البنوك التجارية

38	المطلب الثاني : مداخل تحسين الاداء البنكي باستخدام آليات الصيرفة الالكترونية
40	المطلب الثالث: أثر الصيرفة الالكترونية على أداء البنوك التجارية
44	خلاصة الفصل الثاني
45	الفصل الثالث
45	المبحث الاول : واقع الصيرفة الالكترونية بالجزائر ومتطلبات تنشيطها
45	المطلب الأول : واقع الصيرفة الالكترونية بالجزائر
49	المطلب الثاني : متطلبات تنشيط الصيرفة الالكترونية بالجزائر
50	المطلب الثالث : اهمية العمل بالصيرفة الالكترونية في الجزائر
51	المبحث ثاني : واقع تطبيق اليات الصيرفة الالكترونية في بنك القرض الشعبي الجزائري CPA وكالة عين تموشنت
51	المطلب الأول : تقديم بنك القرض الشعبي الجزائري CPA
54	المطلب الثاني : لمحة حول وكالة القرض الشعبي الجزائري
56	المطلب الثالث: آليات تطبيق الصيرفة الالكترونية في بنك CPA وكالة عين تموشنت
59	المبحث الثالث : دراسة استطلاعية لعملاء وكالة CPA لولاية عين تموشنت الصيرفة الالكترونية في تحسين الأداء في البنوك التجارية حول دور الصيرفة الالكترونية في تحسين اداء المؤسسات المصرفية
60	المطلب الاول : تحديد مجتمع وعينة الدراسة
	خاتمة
	المراجع والمصادر
	الملاحق

الصفحة	العنوان	الرقم
39	تأثير الصيرفة الالكترونية على جودة الخدمات	1-2
42	مميزات الصيرفة الالكترونية	2-2
54	يوضح الهيكل التنظيمي لوكالة CPA	1-3
59	دراسة قياسية ليكارت	2-3
59	توزيع العينة حسب العمر	3-3
60	الجدول يمثل توزيع العينة حسب النوع	3-3
60	الجدول يمثل توزيع العينة حسب العمر	4-3
62	الجدول يمثل توزيع العينة حسب المستوى العلمي	5-3
65	الجدول يمثل توزيع العينة حسب مدة التعامل مع البنك	6-3
65	جدول تحليل العبارات المحور الأول "الصيرفة الالكترونية"	7-3
65	جدول تحليل العبارات المحور الثاني "جودة الخدمات الالكترونية"	8-3
66	الجدول يمثل جودة و ثبات محاور الاستبيان	9-3

أدت ثروة الاتصالات والمعلومات في هذا العصر، عصر التطورات المتلاحقة الى ظهور تغيرات جوهرية في طبيعة عمل القطاع المصرفي، ونظرا لانقطاع سريع التأثير والاستجابة للمتغيرات الخارجية أدى الى وجود كيانات مصرفية عملاقة، فكان لابد من إعادة النظر في الدور التقليدي للمصارف الذي يقوم على قبول الودائع وضمان الائتمان، والتطلع الى تقديم خدمات مصرفية متطورة ومتنوعة، وذلك بالاعتماد على ما أنتجته التكنولوجيا وثورة المعلومات من وسائل حديثة متطورة والتي أدت الى استغناء عن بعض الخدمات التقليدية بخدمات الكترونية اعتمدت في تقدمها على تقنية المعلومات والاتصال.

وقد فرض الانترنت على النشاط التجاري وبروزه ظاهرة التجارة الالكترونية والنمو المتسارع للاقتصاد العالمي على المصارف ان تستغل هذه الفرص لتقديم خدمات مصرفية.

ولقد أدى تطور الخدمة المصرفية الالكترونية والخدمة عن بعد في ظل اقتصاد يتسم بالرقمية او مايسمى بالاقتصاد الرقمي الى ظهور مصارف الالكترونية هذا الكيان الجديد الافتراضي في السوق المصرفي.

الإشكالية:

ومن هنا نطرح الإشكالية التالية : ما مدى تأثير الصيرفة الالكترونية على أداء المؤسسات المصرفية؟

الفرضيات :

1. هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين الصيرفة الالكترونية والخدمات المصرفية.
2. تلعب الصيرفة الالكترونية دور هام في تحسين أداء المصارف .

أهمية البحث:

تتمثل أهمية البحث في مايلي:

1. تعتبر المؤسسات المصرفية من أهم العوامل المحركة لأي اقتصاد متطورة؛ وبما أن الجزائر في طريق النمو استوجب علينا إلقاء نظرة حول تطور المؤسسات المصرفية الجزائرية.
2. تبيان أهمية دراسة تقييم الأداء البنكي من كشف الانحرافات والمخاطر البنكية ومحاولة الخروج منها.
3. تبيان دور الصيرفة الإلكترونية في الحياة اليومية وتحقيق التنمية الاقتصادية، باعتبارها من المؤشرات الأساسية الذي تعكس مدى تقدم البلد.
4. تزداد أهمية الصيرفة الالكترونية من فكرة تمكين اجراء وتسوية العمليات البنكية بسهولة وزيادة في أداء البنوك التجارية.

اهداف الدراسة:

- توجد جملة من الأهداف التي نحاول الوصول إليها من خلال دراستنا هذه:
- 1- ابراز دور الصيرفة الإلكترونية التي أصبحت ضرورة ملحة للمؤسسات المصرفية لتقديم خدماتها بكل يسر وبأقل جهد ووقت.
 - 2- ابراز أهم الآليات الصيرفة الإلكترونية المستخدمة في المؤسسات المصرفية.

- 3- معرفة أهم العوامل المساعدة على تبني المؤسسات المصرفية الجزائرية لصيرفة الالكترونية.ذ
- 4- تبيان دور الصيرفة الالكترونية في تحسين الأداء المؤسسات المصرفية الجزائرية عن طريق معالجة بيانات الاستبيان المتحصل عليها باستخدام برمجية SPSS.

تقسيمات الدراسة:

وسيتم من خلال هذه المذكرة الإجابة على إشكالية والتي يمكن معالجتها من خلال ثلاث فصول:

- الفصل الأول : عبارة عن عموميات عن المصارف الالكترونية، وإعطاء مفهوم حول الصيرفة الالكترونية وكذلك يتناول وسائل الدفع الالكترونية.
- الفصل الثاني : سوف نتطرق فيه على تأثير الصيرفة الالكترونية على تحسين اداء الخدمات المصرفية .
- الفصل الثالث: سوف يكون عبارة عن دراسة تطبيقية التي ستشمل واقع الصيرفة الالكترونية في الجزائر.

الفصل الأول

المصارف الإلكترونية

تمهيد:

لقد أصبحت البنوك ضرورة من ضروريات العصر الحديث لا تستطيع أن تستغني عن خدماتها أمة من الامم، أو قطاع من القطاعات الاقتصادية والاجتماعية وغيرها، وبغير العمليات البنكية لا يمكن أن تستمر المؤسسات التجارية والصناعية والزراعية في نشاطها، حيث تلعب البنوك التجارية دورا هاما في تحريك دواليب الاقتصاد من خلال وظائفها وعملياتها المصرفية، ونتيجة للتطورات التكنولوجية واتساع حجم التعاملات التي يشهدها قطاع البنوك كان لزاما عليها مواكبة هذه التطورات، وذلك من أجل الرفع من مستوى الاداء في البنوك التجارية من أجل تحقيق أكبر مردودية ممكنة، ونظرا للأهمية التي تلعبها البنوك في وقتنا الحاضر سنحاول في هذا الفصل التطرق إلى أداء في البنوك التجارية.

المبحث الاول: عموميات حول المصارف الالكترونية

تعتبر المؤسسات المصرفية في أي اقتصاد العمود الفقري والركيزة الاولى لتحقيق أهدافه ومن ثم فنجاعها ضرورة ملحة، إذ أنها تساهم في تعبئة المدخرات بغية استغلالها بأكثر إنتاجية مما يؤدي إلى وضع قطار التنمية على الطريق الصحيح

وفي ظل الحالة التي يشهدها العالم اليوم من تطور تكنولوجي في شتى المجالات وبخطى سريعة ومتلاحقة، حيث انعكست هذه التغيرات على عمل المؤسسات المصرفية التي ليس أمامها سوى أن تتكيف وتتواءم مع هذه التغيرات السريعة ومتطورة.

المطلب الأول : نشأة المصارف الالكترونية وتطورها

I. نشأة الصيرفة الالكترونية:

أولا : ظهور المصارف الالكترونية

في ظل التطور الهائل في تقنيات الحوسبة والاتصال التي حققت تبادلا سريعا وشاملا للمعلومات وترافق ذلك مع استثمار الانترنت في ميدان التجاري الالكتروني ضمن مفاهيم الأعمال الالكترونية والتجارة الالكترونية والاقتصاد الرقمي، في ظل كل ذلك تطور مفهوم الخدمات المالية على الخط، للتحويل الفكرة من مجرد تنفيذ أعمال عبر الخط خاص من خلال برمجيات نظام حاسوب العميل، إلى مصرف له وجود كامل على الشبكة ويحتوي موقعه كافة البرمجيات اللازمة للأعمال المصرفية؛

وفوق ذلك تطور مفهوم الخدمة المصرفية من أداء خدمات مالية خاصة بحسابات العميل إلى القيام بخدمات المال والاستشارة المالية وخدمات الاستثمار والتجارة والإدارة وغيرها. ويرجع تاريخ ظهور المصارف الالكترونية أو مصارف الانترنت إلى عام 1995 الذي شهد ولادة أول مصرف على الشبكة هو نت بنك (NET BANK) ومنذ ذلك بدأت المصارف الالكترونية تنشأ خاصة في الدول

المتقدمة، وهذه المصارف تعمل ككيانات منفصل مرخصة لها أو كمؤسسة تابعة أو كفرع للمصرف الأجنبي أو كمصرف الكترونية¹.

II. مفهوم البنوك الالكترونية وواقعها :

يستخدم اصطلاح البنوك الالكترونية (Electronic Banking) او بنوك الانترنت (Internet Banking) كتعبير متطور وشامل للمفاهيم التي ظهرت مع مطلع التسعينات كمفهوم الخدمات المالية عن بعد او البنوك الالكترونية عن بعد (Remote Electronic Banking) او البنك المترلي (Home Banking) او البنك على الخط (Online Banking) او الخدمات المالية الذاتية (Self-Service Banking)، وجميعها تعبيرات تتصل بقيام الزبائن بإدارة حساباتهم وإنجاز أعمالهم المتصلة بالبنك عن طريق المترل او المكتب او أي مكان اخر وفي الوقت الذي يريد الزبون. ويعبر عنه "بعبارة الخدمات المالية في كل وقت ومن أي مكان"، وقد كان الزبون عادة يتصل بحساباته لدى البنك ويتمكن من الدخول اليها واجراء ما تتيحه له الخدمة عن طريق خط خاص، وتطور المفهوم هذا مع شيوع الانترنت اذ امكن للزبون الدخول من خلال الاشتراك العام عبر الانترنت، لكن بقيت الفكرة الخدمة المالية عن بعد تقوم على أساس وجود البرمجيات المناسبة داخل نظام الكمبيوتر الزبون، بمعنى ان البنك يزود جهاز العميل (الكمبيوتر الشخصي pc) بحزمة البرمجيات "اما مجانا او لقاء رسوم مالية" وهذه تمكنه من تنفيذ عملية معينة عن بعد (البنك المنزلي)، او كان العميل يحصل على حزمة البرمجيات "اما مجانا او لقاء رسوم مالية" وهذه تمكنه من تنفيذ عمليات معينة عن بعد (البنك المنزلي)، او كان العميل يحصل على حزمة البرمجيات اللازمة عبر شرائها من الجهات المزودة، وعرفت هذه الحزمة باسم برمجيات الإدارة المالية الشخصية (personal-PFM management) (Financial) مثل حزمة (Microsoft's Maney) وغيرها وهذا المفهوم للخدمات المالية عن بعد هو الذي يعبر عنه واقعا ببنك الكمبيوتر الشخصي (PC banking) وهو مفهوم وشكل قائم ولا يزال الأكثر شيوعا في العمل المصرفي الالكتروني².

المطلب الثاني : مزايا البنوك الالكترونية وأهميتها

إن ظهور المصارف الالكترونية كانت استجابة لمتطلبات البيئة الجديدة في ظل الاقتصاد الرقمي واشتداد المنافسة ما بين المصارف.

أولا : مزايا المصارف الالكترونية

لاشك أن هذه المصارف التي تعتمد على التكنولوجيا العالية لها مزايا كثيرة، سواء للمصرف كمصرف أو للعميل وتتخلص أهم هذه المزايا فيما يلي:

1 - محمد حمو، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات الحصول على شهادة ماجستير في العلوم الاقتصادية، تخصص نقود و مالية،"اثر اتفاقية تحرير تجارة الخدمات المالية و المصرفية على صناعة المصرفية بالبنوك الجزائرية سنة 2009 صفحة 104.
1 يوسف مسعدواي ، مداخلة في الملتقى الوطني حول المنظومة المصرفية الجزائرية والتحويلات الاقتصادية - الواقع والتحديات- عنوان المداخلة "البنوك الالكترونية" جامعة شلف يوم 15 , 14 ديسمبر 2004 ، ص 227

أ. **المزايا التي تتحقق للمصرف** : أهم مزايا المصرف الالكتروني هو تخفيض التكاليف عن عاتق المصرف أو المؤسسة المنشأة له، حيث يتخلص المصرف من أعباء فتح فروع جديدة في أماكن مختلفة داخل أو خارج الدولة، وذلك لان نظام المصرف الالكتروني ينقل المصرف وخدماته المتنوعة إلى كل عميل حيث ما كان،

ب. **المزايا التي تحقق للفرد**: تحقق المصارف الالكترونية للفرد درجة عالية من الراحة حيث توفر عليه الذهاب إلى مقر المصرف والوقوف في طابور حتى يتحصل على الخدمة، كما توفر له الوقت وتتيح له خدمات جيدة، كسداد فواتير السلع والخدمات التي يحصل عليها دون عناء والخدمات الجديدة الأخرى، التي قد تتناسب مع طلباتها الأخرى كوثيقة التامين أو التعليم وغيرها من الخدمات، كما أن هذا النظام من المصارف يحقق سرية الحسابات والمعاملات التي يقوم بها العميل¹.

ثانيا :معايير تقويم مدى نجاح المصارف الالكترونية

إن تقييم مدى نجاح ومكانة المصرف الالكتروني، لا يقوم على ذات المعايير المعهودة في البيئة التقليدية، ذلك أن تقويم مواقع المصارف يخضع أيضا لاعتبارات أخرى غير اعتبارات الخاصة بالمصارف الالكترونية وحاجتها إلى استراتيجيات أمنية وتسويقية وتصميمها تختلف عن المصارف العادية، لها اثر على نجاح المصارف ومستوى الموثوقية بخدماته، لهذا اعتمدت معايير مختلفة منها على سبيل المثال المعايير التالية:

-نطاق تقديم المصرف للخدمة وشمولها، فضلا عن تقديم خدمات إضافية من خلال المصارف الالكترونية التفاعلية؛

-مدة عمل المصرف في البيئة الافتراضية؛

-عدد وأنماط ونوعية الخدمات الالكترونية المقدمة؛

-آليات العمل والمعايير المتبعة؛

-بساطة الإجراءات التقنية وفعالية الوثيقة القانونية؛

-مقارنة المعايير المتقدمة مع حجم المؤسسة المصرفية وسوقها البشري والائتماني والفئة التي تعمل ضمنها.

-الإطار والمحتوى المعلوماتي المقدم على موقع المصرف؛

-الإطار التفاعلي مع الزبون.

-الوجود الإضافي والفعلي لموقع المصرف على الأرض وقدرة الوصول إلى مواقع خدماتية تفاعلية؛
وبتدقيق هذه المعايير وغيرها نلاحظ أن جهة التقويم لم تعد بالضرورة جهة مصرفية بل أن غالبية هذه

دكتور مداح عرابي الحاج جامعة شلف، مجلة الاقتصاد الجديد العدد 22-جانفي 2010 أهمية البنوك الالكترونية في تفعيل وسائل الدفع الالكتروني

المعايير يقوم بها مستشارون تقنيون أو قانونية أو نحو ذلك، و خلاصة التقويم تكون محلا للمواد الإعلامية المختلفة مما يضع المصرف في تحدي التأثير بالرأي العام.¹

ثالثا: أهمية وواقع المصارف الالكترونية

تعتبر المصارف الالكترونية الوسيلة المناسبة لتحقيق معدلات أفضل لمنافسة والبقاء في السوق، في ظل التنافس القوي في السوق المصرفي والذي عنوانه الخدمة الشاملة والأسرع والأقل تكلفة، فهي تفتح آفاق وفرص جديدة للاستثمار ومكان لتقديم الخدمة المالية السريعة بأقل كلفة ومكان للإدارة الممتازة لاحتياجات الزبون، كما أن تطور أنظمة الدفع الالكترونية وظهور النقود الالكترونية المصاحب لتطور الأعمال الالكترونية والتجارة الالكترونية، يقدم مبرر لوجود المصارف الالكترونية.

وحسب الدراسات التي أجريت على مواقع المصارف الالكترونية إضافة إلى الدراسات البحثية الصادرة عن مؤسسات الأبحاث المختلفة والتي تظهر ما يلي:

- غالبية مواقع المصارف على الانترنت مواقع تعريفية معلوماتية وليست مواقع خدمات مصرفية على الخط.

- أن الكثير من مواقع البحثية توفر مدخل شامل لكافة مواقع المصارف على شبكة الانترنت، ومن هنا فإن أهم إستراتيجية في واقع المصارف على شبكة الانترنت هي أن يدرك القائمون عليها انه لا بد من نشر موقع المصرف في مختلف محركات البحث.

- غالبية المواقع تقدم مواقع تعريفية ومعلوماتية، لكن لن يمضي وقت على تحولها إلى مواقع خدمية تقيم علاقات تفاعل مباشرة مع الزبون.²

المطلب الثالث : متطلبات انشاء مصارف الكترونية

يطرح إنشاء المصارف الالكترونية عدة متطلبات سواء متعلقة بالاقتصاد ككل أو تتعلق بالمصرف نفسه، رغم ذلك يمكن التأكيد أن البيئة المناسبة جدا للمصارف الالكترونية ونشاطها هي بيئة الاقتصاد رقمي والحكومة الكترونية، ونسب ذلك من خلال العناصر التالية:

أولا: البنية التحتية التقنية

يقف في مقدمة متطلبات إنشاء المصارف الالكترونية وبالعموم أية مشروع تقني أخرى، والبنية التحتية التقنية للمصارف الالكترونية ليست ولا يمكن أن تكون معزولة عن قطاع الاتصالات المعلومات للدول ومختلف القطاعات، ذلك أن المصارف الالكترونية لا تعمل إلا في بيئة الأعمال الالكترونية والتجارة الالكترونية، والمطلب الأساسي لضمان أعمال الكترونية ناجحة وضمان دخول امن وسليم لعصر المعلومات يتمثل في بنية قطاع الاتصالات وقدرة وكفاءة البنية التقنية وسياسات سعرية مقبولة مقابل خدمات الربط بشبكة الانترنت حتى يزداد نسبة المشتركين في الانترنت، كما أن

¹ دكتور مداح عرابي الحاج جامعة شلف، مجلة الاقتصاد الجديد العدد 22-جانفي 2010 أهمية البنوك الالكترونية في تفعيل وسائل الدفع الالكتروني

² محمد مجيد جواد الحمداني، رسالة مقدمة لنيل شهادة ماجستير في العلوم المالية و المصرفية، "قياس اثر الصيرفة الالكترونية في مؤشرات الاداء المالي للمصارف"، سنة 2013 صفحة 17

فعالية وسلامة بيئة الاتصالات تقوم على سلامة التنظيم الاستثنائي ودقة المعايير وتلائمها الدولي وكفاءة وفعالية التنظيم القانوني لقطاع الاتصالات.

وبقدر ما تتحسن معايير التعامل السليم مع هذه العناصر يتحقق توفير أهم دعامة للتجارة الالكترونية، بل وللبناء القوي للتعامل مع عصر المعلومات، فضلا عن توفير وإيجاد الأجهزة والحلول والكفاءات البشرية المدربة والوظائف الاحترافية وهذه دعامة الوجود والاستمرارية.

أما عناصر الإستراتيجية البناء التحتي في حقل الاتصالات وتقنية المعلومات، فإنها تتمثل في تحديد أولويات وأغراض تطور سوق الاتصالات في الدولة وملائمة هدف الدخول للأسواق العالمية مع احتياجات التطوير التقنية للشركات الخاصة، والسياسات التسويقية والخدمية والتنظيمية المتعين اعتمادها لضمان المنافسة في سوق الاتصالات، ولضمان جذب الاستثمارات في هذا القطاع، وتنظيم الالتزامات لمقدمي الخدمات لتحديد معايير

ومواصفات الخدمة المصرفية الالكترونية وفي مقدمتها معايير امن وسلامة وتبادل المعلومات وسيرتها وخصوصية المشتركين وتوفير الإطار القانوني الواضح، وأخيرا تحديد نطاق التدخل الحكومي وتحديد أولويات الدعم وما يتعين أن يكون محلا للتشجيع الاستثماري من قبل الدولة.

وبالتالي يمكن حصر عناصر إستراتيجية البناء التحتي في حقل الاتصالات وتقنية المعلومات فيما يلي:

-تحديد أولويات وأغراض تطوير سوق الاتصالات في الدولة.

-السياسات التسويقية والخدمية والتنظيمية المتعين اعتمادها لضمان المنافسة في سوق الاتصالات ولضمان جذب الاستثمارات في هذا القطاع.

-تنظيم الالتزامات لمقدمي الخدمات مع تحديد معايير ومواصفات الخدمة المتميزة، وفي مقدمتها امن وسلامة وتبادل المعلومات وسيرتها وخصوصية المشتركين.

-توفير الإطار القانوني الواضح الذي ينظم الأعمال الالكترونية.

-أخيرا تحديد نطاق التدخل الحكومي وتحديد أولويات الدعم وما يتعين أن يكون محلا للتشجيع الاستثماري من قبل الدولة.

ثانيا :الكفاءة الأدائية المتفقة مع عنصر التقنية

هذه الكفاءة القائمة على فهم احتياجات الأداء والتواصل والتأهيل والتدريب ؛ والمقصود من ذلك توفير الموارد البشرية في مختلف المستويات المؤهلة والمدربة، والأهم من ذلك أن تمتد كفاءة الأداء الوظائف الفنية والمالية والتسويقية والقانونية والاستثمارية والإدارية المتصلة بالنشاط المصرفي الالكتروني.

ثالثا :التطوير والاستمرارية والتفاعلية مع المستجدات

ان إنشاء المصرف الالكتروني لابد أن يوافق هذا البناء عناصر التطوير والاستمرارية والتنوع، فلا يقيم المصرف الالكتروني في الجمود وينتظر إلى إبداع الآخرين فلا بد أن يبادر إلى التميز والانفراد خاصة في ظل المنافسة العالمية القوية.¹

1 محمد مجيد جواد الحمداني نفس المرجع السابق صفحة 27-28

المبحث الثاني: ماهية الصيرفة الالكترونية

أدت ثروة تكنولوجيا المعلومات والاتصال الى ظهور تغيرات جوهرية في طبيعة العمل في القطاع البنكي مما أدى به الى ظهور قطاعات بنكية عملاقة فكان لابد من إعادة النظر في الدور التقليدي للبنوك وكذا التطلع الى تقديم خدمات بنكية عملاقة، ومتطورة اعتمادا على ما أنتجته التكنولوجيا وثروة المعلومات من وسائل حديثة ومتطورة أدت الى الاستغناء عن بعض الخدمات التقليدية وتعويضها بخدمات بنكية الكترونية اطلق عليها مصطلح الصيرفة الالكترونية

المطلب الأول: مفهوم الصيرفة الالكترونية

- نشأة الصيرفة الالكترونية:

لقد ظهرت الصيرفة الالكترونية بظهور النقد الالكتروني حيث تزوج النقد الالكتروني تقنيات المعلومات. غير ان استخدم البطاقات بدل النقد الائتماني في الواقع ظهر بفرنسا، فمثلا تم استخدام بطاقات الكرتونية في الهاتف وفي الولايات المتحدة الامريكية تم استخدام البطاقة المعدنية، فهي تستعمل في تعريف الزبون على مستوى البريد، مع ذلك كان لابد من الانتظار حتى الخمسينات من القرن الماضي حتى يشهد العالم تحولا في هذه البطاقات، حيث طرحت شركة (Netscape) في عام 1958 بطاقات بلاستيكية والتي انتشرت على النطاق الدولي في الستينات.

وفي سنة 1968 أصرت مجموعة من الشركات تتكون من ثمانية مصارف كبيرة بطاقة بنك (carte banquer) والتي تحولت فيما بعد إلى شركة فيزا (visa) المشهورة عالميا، وتم اصدار بطاقة الزرقاء (bleu carte) في فرنسا من قبل ستة مصارف فرنسية، وبفضل ثروة العولمة ثم تزويدا البطاقات بمسارات مغناطيسية في البلدان المتقدمة، حيث أصبحت البطاقة تحتوي على ذاكرة ويمكن تجزئة القيمة المحزنة فيها لإجراء عمليات الدفع .

ومع التطور الذي حدث مع ثروة الانترنت والتجارة الالكترونية والاقتصاد الرقمي، أدت الى تحول كبير لمجالات الصيرفة الالكترونية وظهرت الخدمات المصرفية غير شبكة الانترنت وظهور وسائل الدفع الالكترونية منها الشيك الالكتروني والنقود الالكترونية...¹

مفهوم الصيرفة الى الكترونية

هناك عدة تعاريف للصيرفة الالكترونية سنسرد بعضها منها:

1-1 تعرف على انها: اجراء للعمليات المصرفية بطرق إلكترونية أي استخدام تكنولوجيا الاعلام والاتصال الجديدة سواء تعلق الامر بالأعمال المصرفية التقليدية او الجديدة وظل هذا النمط لن يكون العميل مضطرا للتنقل للمصرف اذ امكنه القيام بالأعمال من مصرفه من أي مكان وفي أي زمان.

1رحيم حسب هواري معراج "الصيرفة الالكترونية كمدخل لعصرنة المصارف الجائرين " مداخلة في ملتقى وطني حول منظومة المصرفية الجزائرية التحولات الاقتصادية واقع وتحديات شلف صفحة 316.

1-1-2 أيضا هي كل العمليات او النشاطات التي يتم عقدها او تنفيذها او الترويج لها بواسطة الوسائل الالكترونية مثل الهاتف او الحاسوب والمصارف الالي والانترنت الخ، وذلك من قبل المصارف او المؤسسات المالية.

نستنتج ان الصيرفة الالكترونية هي: "جميع العمليات المصرفية التي تتم بطرق الكترونية، أي باستخدام التكنولوجيات الاعلام والاتصال، سواء تعلق الامر بالسحب او بالدفع او بالائتمان او بالتعامل في الأوراق المالية او غير ذلك من اعمال المصارف، وفي ظل هذا نمط الصيرفة لا يكون العميل مضطرا للتنقل الى المصرف، اذ يمكنه القيام ببعض العمليات مع مصرفه وهو في منزله او مكتبه، وهو ما يعني تجاوز بعدي المكان والزمان".¹

الفرع الأول : وسائل وأدوات الصيرفة الالكترونية

لقد تطورت وسائل الدفع العمل البنكي الالكتروني بتطور التكنولوجيا المعلومات والاتصالات فظهرت عدة قنوات للعمل البنكي الالكتروني من أهمها ما يلي:

• الصيرفة عبر المصارف الالي :

تعد اكثر الوحدات الالكترونية شيوعا واستخداما في مجال الخدمة البنكية، وهو جهاز اوتوماتيكي لخدمة العملاء دون أي تدخل من العنصر البشري، وذلك بمساعدة برامج معدة سلفا لتلبي الاحتياجات البنكية للعملاء على مدار الساعة، باستخدام بطاقة المصارف الالي وهي بطاقة بلاستيكية بمواصفات معينة تصدر من البنك تحمل عادة هذه البطاقة اسم العميل ورقم حسابه ورمز الفرع، وعليها شريط ممغنط ذو لون بني داكن يحمل نفس المعلومات السابقة، ولكن بطاقة رقم سري يعرفه حاملها فقط، وتعتمد الية عمل آلات الصرف الذاتي عليه وجود اتصال بين الحاسب الرئيسي للبنك والة الصرف الذاتي المتواجدة في أماكن جغرافية، بحيث يمكن استقبال بيانات العميل كرقم التعريف الشخصي ورقم الحساب ثم ادخال رمز الخدمة، لتقوم بعد ذلك بإعطاء استجابة فورية تتمثل في السحب النقدي، الابداع النقدي، كشف الحساب، بيان الأرصدة...، ويتيح استخدام المصارف الالي للاستفادة من العديد من المزايا بالنسبة للبنك والعميل.

الصيرفة عبر الهاتف النقال :

بدأت البنوك باستخدام الهاتف النقال في مجال البنكي من خلال ارسال رسائل قصيرة تبين الحركات التي تمت على الحساب حيث يستقبلها العميل بشكل منتظم على هاتفه النقال ويطلق على نشاط البنك يطلق عليه بالصيرفة الخلوية، وقد تم في سنوات ربط الانترنت بالهاتف النقال حيث يشترط البنك لعرض هذه الخدمة وجود بطاقة الفيزا الكترونية لمن يريد ربطها بالانترنت اما في الوقت الحالي مع ظهور الجيل الجديد للهواتف النقالة والتي أصبحت تتميز بنفس خصائص الحاسب الالي إلا انها بحجم مصغر وبسعة اقل، فبمجرد توفر خدمة التغطية بالشبكة يمكن للعميل الحصول على أي خدمة بنكية يريدتها فقد اصبح يعتمد من قبل العملاء دون شروط حيث يتم من خلاله معرفة

¹ محمد منصف تطار، النظام المصرفي الجزائري والصيرفة الالكترونية، مجلة العلوم الإنسانية، جامعة محمد خيضر بسكرة، الجزائر، العدد 02 سنة 2002، صفحة 180.

الرصيد تحويل من حساب الى حساب وكذا القيام بعمليات الدفع المختلفة وقد عرف هذا النوع من الصيرفة تطورا واسعا من حيث عدد المستخدمين عبر العالم.

خدمة الرسائل القصيرة: هي خدمة تتيح للعميل استقبال الرسائل القصيرة (sms) للعديد من الخدمات البنكية والحركات التي تمت على حساباته إضافة الى المعلومات الترويجية عن البنك بحيث يستقبلها بشكل منتظم على هاتفه الخليوي في أي مكان وفي أي وقت، ويشترط لتقديم هذه الخدمة وجود بطاقة فيزا لمن يود الاشتراك عن طريق الانترنت ومن اهم هذه الرسائل تحويل الراتب، التحويلات بين الحسابات، الإيداع النقدي، السحب النقدي...

البنوك المنزلية: طبق هذا النظام لأول مرة سنة 1980 في الوم أ ولكن استخدامه على النطاق التجاري الواسع لم يتحقق إلا بعد انتشار أجهزة الحسابات الشخصية ويعتمد نظام البنوك المنزلية على ما يعرف بعملية تحويل وإعادة تحويل البيانات حتى يتم ربط الحاسب الالى للبنك بالحاسب الشخصي الموجود بمنازل العملاء من خلال وسائل الاتصال كشبكة الخطوط الهاتفية ويعمل هذا الحاسب الشخصي كمحطة طرفية يتم عن طريقها تقديم الخدمات البنكية عرض ارصدة لعميل، بيان الشيكات المحصلة وتحت التحصيل، ارسال تعليمات للبنك كتحديد الودائع، تحويل مبلغ من حساب لآخر، طلب دفتر الشيكات... الخ ويتم تداول البيانات بين حساب البنك وحساب العميل عن طريق تحويلها من شكلها الرقمي الى إشارات يمكن نقلها الكترونيا الى حساب العميل.

خدمات نقاط البيع : تمنح عملاء البنوك مرونة كبيرة لتسديد قيمة مشترياتهم الكترونيا كبديل للنقود الورقية او الشيكات وخاصة اذا كانت المبالغ المطلوبة كبيرة، حيث يتم استخدام جهاز للدفع الالى متصل بشبكة الكترونيا مع البنوك، يتم من خلاله التحويل الالكتروني للنقود من حساب العميل الى حساب التاجر باستخدام بطاقة العميل البنكية، والتي يستخدمها العميل عند الدفع قيمة الخدمات والبضائع التي يحصل عليها لدى محلات البيع بالتجزئة.

الصيرفة عبر شبكة الانترنت: تسمح هذه الخدمة لعملاء المؤسسات البنكية بالقيام بالمعاملات المالية من خلال الدخول الى الصفحة الالكترونية التي تشغلها المؤسسة البنكية عبر الانترنت حيث تسمح هذه الخدمة المريحة الامنة للعملاء الذين لديهم بطاقات السحب الالى من الدخول لمعلوماتهم البنكية من أي مكان وعلى مدار الساعة، ومن اهم هذه المعاملات نجد:

التحقق من ارصدة الحسابات، فتح حسابات جديدة تحويل الأموال بين الحسابات ودفع الفواتير الكترونيا، تسديد فواتير بطاقات الائتمان، شراء او بيع الاستثمارات، ارسال رسائل الكترونيا للاستفسار عن اية معلومات مثل أسعار الفوائد على الودائع والقروض وغيرها.¹

فرع الثاني : شروط نجاح الصيرفة الالكترونية.

من بين اهم الشروط للصيرفة الالكترونية إيجاد بنية تحتية معتمدة على قطاع التكنولوجيا المعلومات والاتصالات بالإضافة الى مجموعة من المتطلبات والتي يمكن ذكر اهمها فيما يلي:

¹ خشة حسينية، وسائل الدفع الحديثة في القانون الجزائري، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، جامعة محمد بوضياف بالمسيلة، كلية الحقوق والعلوم السياسية، سنة 2016، صفحة 205

البنية التحتية التقنية والتشريعية: تعد البنية التحتية التقنية في مقدمة متطلبات الصيرفة الالكترونية خصوصا واية مشروعات تقنية، عموما والبنى التحتية للصيرفة الالكترونية ليست ولا يمكن ان تكون معزولة عن بنى الاتصالات وتقنية المعلومات التحتية لأي بلد، ذلك ان الصيرفة الالكترونية تحي في بيئة أساسها الاعمال الالكترونية والمتطلب الرئيسي لضمان اعمال الكترونية ناجحة وضمان دخول امن وسلس لعصر المعلومات يتمثل بالاتصالات وبقدر كفاءة البنى التحتية وسلامة سياسة السوق الاتصالي، وتحديد السياسات السعرية لمقابل خدمات الربط بالانترنت فالشبكة اعمالها لا تحي دون تزايد اعداد المشتركين الذين تعوقهم كلفة الاتصالات، وهذه المسألة ربما تمثل اهم تحد امام الصيرفة الالكترونية كما ان فعالية وسلامة بنى الاتصالات وهذه الاتصالات تقوم على سلامة التنظيم الاستثماري، ودقة المعايير وتوائمها الدولي، وكفاءة وفعالية التنظيم القانوني لقطاع الاتصالات بقدر ما تسود معايير التعامل السليم مع هذه العناصر يتحقق توفير اهم دعامة لتجارة الالكترونية بل وللبناء القوي للتعامل مع عصر المعلومات والعنصر الثاني للبناء التحتي يتمثل بتقنية المعلومات من حيث الأجهزة البرمجيات والحلول والكفاءات البشرية المدربة والوظائف الاحترافية، وهذه دعامة الوجود والاستمرارية والمنافسة، ومال وحده لم يعد المتطلب الرئيسي وسلامة البرامج والنظم المطبقة لضمان التقنية بصورة فاعلة، وضمان استخدام الامثل والسليم لوسائل تقنية اما عن عناصر الاستراتيجية البناء التحتي في حقل الاتصال وتقنية المعلومات، فإنها تتمثل بتحديد أولويات وأغراض تطوير سوق الاتصالات في الدولة، لهدف الدخول للأسواق العالمية مع احتياجات التطوير التقنية لشركات الخاصة وسياسات التسويقية والخدمية والتنظيمية المتعين اعتمادها لضمان المنافسة في سوق الاتصالات لضمان جذب الاستثمارات في هذا القطاع وتنظيم الالتزامات لمقدمي الخدمات مع تحديد معايير ومواصفات الخدمة المميزة، وفي مقدمتها امن وسلامة تبادل المعلومات وسريتها وخصوصية المشتركين، وتوفير الاطار القانوني الواضح الذي يحدد الالتزامات على اطراف العاقبة، وأخيرا تحديد نطاق التدخل الحكومي وتحديد أولويات الدعم ومايتعين ان يكون مجال لتشجيع الاستثماري من قبل الدولة، وهو اتجاه تعمل عليه البنوك.

ضرورة توافر كوادر بشرية ذات كفاءة عالية: اذ توفرت الكوادر البشرية المؤهلة والقادرة على أداء الأنماط الجديدة من العمل القائم على تقنية الحديثة يعد من المتطلبات الضرورية لضمان التحول نحو الصيرفة الالكترونية وهو ما يتطلب تواصل التاهيلي والتدريبي للكوادر في مختلف الوظائف الفنية والمالية والتسويقية والاستشارية والإدارية.

مواكبة التطوير والاستمرارية والتنوع: من المستجدات يتقدم هذا العنصر على العديد من عناصر متطلبات الصيرفة الالكترونية وتميزها، وانتظار الاخرين لا يتفق مع النقاط فرص التميز، ويلاحظ ان البنوك العربية لا تتجه دائما نحو الريادية في اقتحام الجديد، بل ان تنتظر أداء الاخرين وربما يكون مبرر الخشية على الأموال المساهمين واجتياز المخاطر، وهو امر هام وضروري، ولكنه ليس مانعا من الريادية في الاقتحام الجديد التسرع في التعامل مع المستجدات، لكنها حتما تتطلب السرعة في انجاز ذلك التفاعل مع متغيرات الوسائل والاستراتيجيات الفنية والإدارية والمالية:

لا تكون التفاعلية في التعامل مع الجديد فقط او مع البنى التحتية فقط، وانما مع الأفكار والنظريات الحديثة في حقوا الأداء الفني والتسويقي والمالي والخدمي، تلك الاتي تأتي نتيجة تفكير ابداعي وليست نتيجة تفكير نمطي.

التقويم المستمر: تتطلب الاستمرارية في الأداء الصيرفة الالكترونية التقييم الموضوعي والمستمر لفاعلية أداءها والوقوف على الصعوبات التي تواجه عملها، واتخاذ القرارات والإجراءات المناسبة للحد منها.¹

المطلب الثاني : خصائص ومخاطر الصيرفة الالكترونية

- يمتاز العمل الكتروني المصرفي بعدة خصائص يمكن الوقوف عليها:
- 1. انها نظام قائم ومعمول بها في معظم الدول المتقدمة والمتطورة تكنولوجيا.
- 2. اختفاء الوثائق الورقية للمعاملات.
- 3. عدم إمكانية تحديد هوية بين أطراف العملية.
- 4. خدمة الالكترونية فورية، على مدار 24 ساعة وطيلة أيام الأسبوع.
- 5. تشفير المعلومات فور استخدام الرقم السري الخاصة بالخدمة.
- 6. سرعة ودقة تقديم الخدمات.

اما عن الأهمية الاقتصادية والعملية للمصارف الالكترونية فستحدد في العنصر الموالي .

• مخاطر الصيرفة الالكترونية :

قد يساهم تقديم المصارف للخدمات المصرفية الالكترونية في تغيير طبيعة المخاطر المصرفية كما سبقت الإشارة بما يفرض تحديات جديدة امام هذه المصارف في مجال تحكم في هذه المخاطر. فبدورها، يتوجب على السلطات الاشرافية التعامل مع تبعات تقديم المصارف لهذه الخدمات والعمليات على كافة المخاطر المصرفية سواء المخاطر الاستراتيجية او تشغيلية او القانونية او مخاطر السمعة بالإضافة الى مخاطر تقليدية أخرى.

1- **المخاطر الاستراتيجية :** هي مخاطر التي ترتبط بالقرارات والسياسات والتوجيهات التي تتخذها الإدارة العليا للمصرف. وتختلف بذلك عن بقية المخاطر المصرفية في كونها اكثر عمومية واتساعا من بقية المخاطر الأخرى، كما ان لها تأثير على كافة هذه المخاطر.

وتنشأ هذه المخاطر في العمليات المصرفية الالكترونية، من الخطأ او الخلل الذي قد يحدث عند تبني الاستراتيجيات والخطط تقديم هذه العمليات والخدمات وتنفيذها، التي قد تقع فيها الإدارة العليا وذلك في ضوء الحاجات الملحة في تقديم مثل هذه الخدمات في ظل تزايد الطلب عليها من جهة واشتداد المنافسة المصرفية في هذا الشأن من جهة أخرى.

ويتضح من ذلك ان المخاطر الاستراتيجية في العمليات المصرفية الالكترونية ترتبط بجزء منها، القضايا التوقيت.

¹ عبد الغاني ربوح، نور الدين غردة، "الصيرفة الالكترونية في البنوك الجزائرية بين الواقع و الافاق"، المؤتمر الدولي العلمي حول اصلاح النظام المصرفي الجزائري في ظل التطورات الراهنة، جامعة ورقلة، 11-12-2008 الصفحة 03

فقد تنشأ مخاطر استراتيجية كبيرة في حالة توجه إدارة المصرف لأخذ زمام الريادة في استخدام التقنيات حديثة، او على العكس تماما، قد تنشأ هذه المخاطر في حالة تباطؤ إدارة المصرف في ادخال تقنيات مصرفية حديثة .

فبالإضافة الى متطلبات وترتيبات عديدة التي يستلزم ها تقديم الخدمات المصرفية الكترونية، بما في ذلك التعامل مع تبادلات متلاحقة في تقنيات هذه الخدمات، فان على الإدارة العليا النظر في اعتبارات تتعلق بالربحية والوضع التنافسي للمصرف والانعكاسات على المخاطر الأخرى بالشكل الذي يساهم في تبني الخيارات الملائمة عند وضع استراتيجيات تقديم هذه الخدمات.

2- **المخاطر التشغيلية :** هي مخاطر مرتبطة باستخدام التقنيات والأنظمة والامر الذي يجعل هذه المخاطر اكثر أهمية بالنسبة للخدمات المصرفية الإلكترونية وذلك نظرا للاعتماد الكبير على التقنيات في كافة اوجه تقديم هذه الخدمات.

و تنشأ هذه المخاطر بصورة رئيسية على الخلل في كافة البنية التحتية القائمة او عن عدم الملائمة تصميم الأنظمة او الإجراءات او عن عدم توفير المتطلبات الأمنية اللازمة لحد من هذه المخاطر، يتوجب على المصارف بناء نظام كفوء متكامل وتوفير البنية التحتية للخدمات المصرفية الالكترونية، بما يتكفل كل من سهولة الارتباط مع الأنظمة الأخرى للمصرف، وسلامة والامن للمتعاملين، وضمان استمرارية توفير تدفق البيانات، وضمان المساندة المطلوبة من الأطراف الأخرى الموردة للخدمات. كما يتوجب على المصارف للحد من هذه المخاطر امتلاكها، وأيضا الإجراءات السليمة والكافية للضبط والتحكم والتدقيق وبالإضافة لوجود إجراءات كافية لاكتشاف وتسجيل الاختراقات بصورة مستمرة.

أ- **البنية التحتية التقنية:** يمثل توفير البنية التحتية التقنية الملائمة، العامل الرئيسي للحد من المخاطر التشغيلية. ويعتبر جانب موائمة ودمج الأنشطة والعمليات المصرفية الالكترونية والانظمة الأخرى لدى المصرف بكفاءات واهم الشروط المطلوبة في هذا الصدد، وذلك نظرا للمخاطر التشغيلية الكبيرة التي قد تحدث من الاجراء ووجود خلل ما في العملية الدمج والرابط بين العمليات المصرفية الالكترونية وبين الأنظمة القائمة للمصرف. وقد دفع ذلك، الكثير من المصارف الكبيرة على وجه الخصوص نحو الاستثمار بأموال ضخمة في البنى التحتية التقنية من الأجهزة والبرمجيات وكوادر مؤهلة، في حين لجأت المصارف الأخرى نحو الاعتماد على موردي الخدمات الاخرين بتوفير إدارة البنية التحتية التقنية اللازمة لدعم العمليات والانظمة المصرفية الالكترونية. وفي الحالة الأخيرة فان المصرف يظل محتفظا بمسؤولية النهائية على ضمان وجود تحكم الكافي والإدارة السليمة لهذه الخدمات.

ب- **النواحي الأمنية:** تعتبر الجوانب الأمنية في المخطر التشغيلية، النواحي الأكثر اهتماما الإدارة المصارف فيما يتعلق بالعمليات المصرفية الالكترونية. فنواحي انتهاك شبكات وتجسس والقرصنة وتعطيل الخدمات تمثل مخاطر أمنية جديدة، نشأت مع تقديم الخدمات المصرفية الالكترونية. فمن الواضحة ان طبيعة المفتوحة للخدمات المصرفية الالكترونية، خلفية قضايا امنية وإدارات المصارف تتعلق بسريرة وسلامة المعلومات والتحكم في الدخول الى الأنظمة والشبكات والتأكد من هوية المستخدمين، وبالإضافة الى الاحتفاظ بسجلات للمعاملات. ومما

لاشك فيه ان الضعف او الخلل في التعامل مع هذه القضايا قد يقود الى مخاطر إضافية لإدارة المصرف كالمخاطر القانونية ومخاطر السمعة.

✚ ويتعين على المصارف مراعاة عدد من المبادئ في هذا الخصوص:

- وجود الاجراءات الضرورية المناسبة والكفوءة للتأكد من شرعية العميل او من يخوله للإجراء المعاملات المصرفية الالكترونية.
- وجود الوسائل المناسبة للتأكد من شرعية المعاملات.
- وجود الإجراءات اللازمة للتأكد من فصل المهام اثناء اجراء المعاملات المصرفية الالكترونية داخل المصرف.
- التأكد من وجود نظم تحويل سليمة للدخول على الأنظمة الالكترونية الخاصة بشبكة الانترنت.
- التأكد من وجود الإجراءات المناسبة لحماية المعلومات المتعلقة بالمعاملات الالكترونية والسجلات والمعلومات والمحافظة على سرية هذه المعلومات اثناء انتقالها او تخزينها.
- وجود اليات وقواعد واضحة لتدقيق جميع المعاملات المصرفية الالكترونية.
- بالإضافة الى ذلك يتعين على المصارف أيضا معالجة المخاطر الأمنية التي قد تنشأ من شبكاتنا الداخلية.
- كذلك يتعين العمل بصورة جماعية في القطاع المصرفي، للوصول الى مبادئ ومعايير عامة موحدة بشأن المعاملات المصرفية الإلكترونية وعلى وجه الخصوص فيما يتعلق بقضايا القانونية والتحقق من هوية المعاملين.

ج- سلامة ومصداقية البيانات: تعتبر سلامة البيانات جزء مهم من المكونات الأمنية للمعاملات المصرفية الالكترونية. يتعين على المصارف ارساء إجراءات الفعال بالشكل الذي يكفل دقة وسلامة البيانات المستلمة والمرسلة، يضمن كفاءة إدارة الارتباط والعلاقات بين الأنظمة داخل هذه المصارف وكذلك مع الأطراف والمؤسسات الأخرى والعملاء .

د- انتظام وتقديم الخدمة: بالإضافة الى التأكد من الكفاءة الإجراءات الأمنية وسلامة البيانات، فان انتظام توفير الخدمات المصرفية الالكترونية على مدار الساعة يمثل عنصرا هاما من مكونات الإدارة وتوفير هذه الخدمات، الامر الذي تعززه متطلبات المنافسة من جهة والحاجة الى حد من المخاطر السمعية التي قد تنشأ من عدم الانتظام الخدمة من جهة أخرى. ويتعين على المصارف التأكد من كفاءة إجراءات انتظام الخدمة ووجود البدائل عند انقطاعها، كذلك من وجود بدائل فيما يتعلق بالأطراف الخارجية الموردة للخدمات.

كما انه وللحد من الهجمات التي قد تساهم في تعطل الخدمة، قد يكون من المفيد التعاقد مع احدى بيوت الخبرة لاكتشاف الخلل في الأنظمة، وذلك بصورة دورية. كذلك فانه يجب اخذ الحيطة ولحالة حدوث عطل ما في شبكة الانترنت وتبني خطط للطوارئ.

ه- الضبط والتدقيق الداخلي: تمثل كفاءة إدارة المصرف في ضبط جوانب الخلل وتصحيحها في الوقت المناسب من خلال اجراء التدقيق الداخلية عاملا مهما في إدارة العمليات المصرفية. ولا شك ان طبيعة العمليات المصرفية الالكترونية تفرض تحديات كبيرة امام أجهزة التدقيق والرقابة الداخلية، نظرا لطبيعتها المفتوحة وارتكازها على جملة واسعة من التقنيات والبرمجيات، الامر الذي يتفاقم في ظل النقص الحاد في الخبرات والمهارات اللازمة للقيام بذلك .

ويتعين على المصارف ان تسعى لإرساء ممارسات قوية وفعالة للتدقيق على التقنيات والبرمجيات المستخدمة، على ان تقع ضمن صلاحيات إدارات التدقيق هذه، فان على المصرف القيام بذلك بصورة دورية، لتقييم الاستمرارية وفعالية سياسات وإجراءات المصرف القيام بذلك بصورة دورية، لتقييم استمرارية وفعالية سياسات وإجراءات المصرف المتعلقة بأمن المعلومات والأنظمة والشبكات والبرمجيات الخاصة بالعمليات المصرفية الالكترونية .

و- التعاقد مع اطراف خارجية: يتزايد الاعتماد بشكل كبير على الأطراف خارجية في توفير الخدمات المصرفية الالكترونية سواء من قبل المصارف الكبيرة او الصغيرة وذلك على اختلاف دوافعها. ومما لا يشك فيه، ان ذلك له تأثيرات عديدة على مجمل المخاطر المصرفية وعلى إدارة هذه المخاطر من قبل المصارف. قد يكون من المفيد في تقديم الخدمات المصرفية الالكترونية تجنب التعاقد مع جهة واحدة من الأطراف الخارجية، وكذلك تجنب التعاقد مع المؤسسات الجديدة قليلة الخبرة.

وبالإضافة الى ذلك، وللحد من المخاطر الإضافية التي قد تنشأ من جراء التعاقد مع الأطراف الخارجية، فان على إدارات المصارف القيام بمراجعة دقيقة لشروط التعاقد مع هذه الأطراف، كذلك عليها القيام بمتابعة ومراجعة مستمرة لأداء هذه الأطراف قبل وبعد التعاقد معها. كما يتعين على إدارات المصارف ان تمتلك القدرة والكفاءة في إدارة المخاطر المرتبطة بهذه التعاقدات، وعلى وجه الخصوص التقيد في نواحي سلامة وسرية البيانات والمعلومات التي تحصل عليها هذه الأطراف.

وبصورة عامة، فان هناك بعض التوجيهات الاسترشادية التي تم وضعها من قبل العديد من السلطات الاشرافية للمصارف، لكيفية التعاقد مع اطراف خارجية لتقديم الخدمات المصرفية، التي يمكن ان تشكل اطار لأخذ به في هذا الشأن. وتتمثل هذه التوجيهات في ضرورة التشاور مع السلطات الاشرافية، عند التوجه لإسناد اطراف خارجية لتقديم الخدمات والتقنيات المصرفية الالكترونية، وعند القيام بذلك فان على إدارات المصارف مراعاة ما يلي :

➤ تكليف جهة ثالثة مستقلة بمراجعة النواحي الأمنية لهذه الأطراف، من حيث أنظمة وإجراءات التحكم، على ان تقدم هذه الجهة تقريرها للسلطات الاشرافية.

➤ تزويد السلطات الاشرافية بنسخة من مستندات التعاقد الرسمية مع هذه الأطراف الخارجية (موردي الخدمات التقنية) بمعالجة المعلومات والبيانات وتطبيق الإجراءات المتعلقة بالأمن وفق التعليمات الصادرة من قبل المصرف.

3- مخاطر السمعة: يرتبط نجاح المصارف اعمالها بالسمعة التي تؤسسها كمؤسسات جديرة بالثقة، وتنشأ مخاطر السمعة فيما يتعلق بالعمليات المصرفية الالكترونية، في حال فشل المصرف في ارساء شبكة موثوق وامنة لتقديم هذه الخدمات، او عند تقديم خدمات غير كفوءة، او عند عدم انتظام تقديم الخدمات، كذلك قد تنشأ هذه المخاطر في حالة نقص متطلبات الإفصاح اللازمة للعملاء او عند حدوث انتهاك للخصوصية.

وفي ضوء ذلك، يتوجب على المصارف الإفصاح عن احكام استخدام الخدمات المصرفية الالكترونية التي تقدمها، بما في ذلك الرسوم والمسائل الأمنية وكافة الاحكام العامة والتفصيلية وغير ذلك من المعلومات الواجب الإفصاح عنها، وعموما يجب ان تشمل المعلومات المقدمة للعملاء، كيفية استخدام المنتج، وكيفية تجنب المخاطر الأمنية، ونصائح فنية لمواجهة أي تحديات اثناء استخدام هذه التقنية، وكذلك كيفية التعامل مع المشاكل التي قد تحدث، وكيفية استخدام الأسماء والأرقام السرية.

4- المخاطر القانونية: تشمل المخاطر القانونية التي قد تنشأ عن عمليات المصرفية الالكترونية، ومجالا اخر من المجالات التي يتزايد الاهتمام بشأنها. وتقع هذه المخاطر في حالة انتهاك القوانين والقواعد والضوابط المقررة من قبل السلطات، او قد تقع من جراء عدم التحديد الواضح للحقوق والالتزامات القانونية الناتجة عن التعاملات المصرفية الالكترونية، والنقص في متطلبات الإفصاح المرتبطة بذلك. كما قد تقع هذه المخاطر نتيجة الإخفاق في توفير السرية الواجبة لمعاملات العملاء او نتيجة الإساءة في استخدام البيانات والمعلومات. ويعزز هذه المخاطر، النقص في التشريعات المصرفية المتعلقة بالتعاقد والعمليات الالكترونية والاليات القانونية لضبط تنفيذ هذه التعاقدات والتعاملات.

5- المخاطر المصرفية التقليدية: تتأثر المخاطر التقليدية للمصارف مثل مخاطر الائتمان ومخاطر السيولة ومخاطر النقد الأجنبي ومخاطر السوق، بالتبعات الناشئة عن العمليات والخدمات المصرفية الالكترونية. ليس بالضرورة ان يقود ذلك الى زيادة او نقصان في هذه المخاطر، ولكن قد يحدث تغيير في طبيعتها وشكلها.

أ- المخاطر الائتمانية: تتأثر المخاطر الائتمانية لمصرف من جراء التعاملات المصرفية الالكترونية بعدة نواحي. فعلى سبيل المثال يوفر استخدام شبكة الانترنت للمصارف الصغيرة منها على وجه الخصوص، الفرصة لكي توسع نشاطها واعمالها بشكل كبير ومتسارع، الامر الذي قد يؤدي الى زيادة المخاطر المرتبطة بجودة الأصول والمتطلبات التدقيق الداخلي اللازمة، كذلك فان استخدام شبكة الانترنت، يخلق صعوبات في التحقق من هوية العملاء واهليتهم الائتمانية، وهي جوانب جوهرية في اتخاذ القرارات الائتمانية السليمة. بالإضافة الى ذلك، فان التوسع الجغرافي الذي تتيحه هذه الشبكة في تقديم الخدمات والمنتجات المصرفية، سينتج عنه مخاطر ائتمانية مرتبطة بمتطلبات معرفة السوق وطبيعة العملاء، وكذلك التحقق من صحة الضمانات على سبيل المثال .

ب- مخاطر السيولة: تساعد السرعة الكبيرة في انتشار المعلومات الصحيحة او المضللة في أوضاع المصارف في مشاكل سيولة لهذه المصارف. فعلى سبيل المثال، معلومات سلبية عن وضع مصرف

ما سواء كانت صحيحة او غير صحيحة، الى تدافع العملاء بإعداد كبيرة وفي وقت واحد على سحب ودائعهم من هذا المصرف، وبشكل اسرع مما مضى من خلال استخدام المعاملات الالكترونية، وسيؤدي الى زيادة حدة التقلبات في حركة الودائع، مما سيخلق مشاكل سيولة إضافية لهذه المصارف.

ت- مخاطر السوق: قد تتعرض المصارف لمخاطر سوق إضافية عبر العمليات المصرفية الالكترونية، من جراء التوسع الناتج عن هذه العمليات، سواء تسويق الودائع او القروض او أنشطة التوريق وتداول الأوراق المالية، وعلى الرغم من ذلك فائدة التي يمكن ان يجنيها السوق

ث- مخاطر النقد الأجنبي: نظرا لان شبكة الانترنت تتيح للمصارف إمكانية توسيع نطاق الجغرافي لخدمتها خارج حدودها، فان ذلك قد يؤدي الى مخاطر نقد اجنبي اكبر من مخاطر النقد الأجنبي التي قد تتعرض لها هذه المصارف من خلال العمليات التقليدية التي تستخدمها في تقديم خدماتها.¹

ثالثا : التبعات الاشرافية ومبادئ إدارة مخاطر الصيرفة الالكترونية

يتبين من استعراض المخاطر المرتبطة بالعمليات المصرفية الالكترونية، ان السنوات التي تتصف بها هذه العمليات والتي تتميز بالتغير السريع في الابتكارات التقنية والخدمات المصرفية المصاحبة واستخدام الشبكات المفتوحة وتزايد الاعتماد على الأطراف الخارجية، تتطلب إعادة تقييم لإجراءات إدارة المخاطر بشكل مستمر على ضوء التبادلات في مكونات المخاطر المصرفية التي تعززها هذه العمليات.

يتوجب على السلطات الاشرافية من جانب، ان تدرك الحاجة الماسة لوجود كادر اشرافي لديها، يمتلك المعرفة والخبرة الملائمة والكافية بالمخاطر والتحديات الناشئة عن العمليات المصرفية الالكترونية.

يجب ان تضع هذه السلطات ضمن أولوياتها القصوى توفير التدريب الملائم لعناصرها البشرية والاستفادة من الخارجية الكفوءة، للتحقق باستمرار بأن لدي الكوادر الدراية اللازمة لمقابلة التطورات المتزايدة في مجالات التقنيات المصرفية.

كما يتعين على السلطات الإشرافية من جانب آخر، التحقق من أن لدى المصارف التي تخضع لإشرافهم آليات وإجراءات وأنظمة شاملة لإدارة ومراقبة مخاطر الصيرفة الإلكترونية.

ولتحقيق هذا الأمر يمكن الاسترشاد بالمبادئ العامة التي صدرت عن لجنة بازل، كأسس وأدوات أساسية للسلطات الإشرافية للتحقق من تواجد الممارسات السليمة من قِبَل المصارف في تعاملها مع قضايا الصيرفة الإلكترونية.

وتندرج هذه المبادئ ضمن ثلاثة جوانب، مسؤوليات الإدارة العليا، وقضايا التحكم بالمخاطر الأمنية والتنشغيلية، وقضايا إدارة المخاطر القانونية ومخاطر السمعة.

أ- المبادئ المتعلقة بمسؤوليات الإدارة العليا للمؤسسات المصرفية :

¹ عبد الغاني ربوح، نور الدين غردة، نفس المرجع السابق ص 34

يتعين على مجلس الإدارة والإدارة العليا في المؤسسات المصرفية أن تراعي:

- إتباع سياسات مراقبة فعالة للإدارة على المخاطر المرتبطة بالأنشطة المصرفية الإلكترونية "بما فيها وضع سياسات وأدوات تحكم خاصة لإدارة تلك المخاطر، وتحديد صريح للمسؤوليات".
- مراجعة واعتماد النواحي الرئيسية الخاصة بعمليات التحكم والمراقبة للنواحي الأمنية.
- الاهتمام بوضع منهج شامل ومستمر في إدارة ومراقبة علاقات المصرف مع الأطراف الخارجية، ممن يدعمون العمليات المصرفية الإلكترونية للمصرف.

ب- المبادئ المتعلقة بالتحكم بالأمن : يتعين على المؤسسات المصرفية أن تراعي:

- اتخاذ الإجراءات اللازمة والسليمة، للتحقق من صحة هوية وتفويض العملاء ممن يقومون بإجراء عمليات مع المصرف عن طريق الإنترنت.
- استخدام طرق التحقق من صحة التعاملات التي تعزز عدم الإنكار وتحدد المسؤوليات في التعاملات المصرفية الإلكترونية.
- التأكد من تطبيق الإجراءات الملائمة لغايات فصل الواجبات والمهام ضمن الأنظمة المصرفية الإلكترونية وقواعد المعلومات والتطبيقات.
- التأكد من استخدام أدوات مناسبة لمراقبة التفويض فيما يخص الأنظمة المصرفية الإلكترونية وقواعد المعلومات والتطبيقات.
- اتخاذ الإجراءات اللازمة الهادفة لحماية سلامة المعلومات الخاصة بالتعاملات المصرفية الإلكترونية والسجلات والمعلومات المرتبطة بها.
- ضمان وجود تدقيق واضح لجميع التعاملات المصرفية الإلكترونية.
- إتخاذ الإجراءات اللازمة الكفيلة بالحفاظ على سرية المعلومات المصرفية الإلكترونية الهامة، بما يتناسب مع حساسية المعلومات التي يتم نقلها وتخزينها في قواعد المعلومات.

ت- المبادئ المتعلقة بإدارة المخاطر القانونية والمخاطر المرتبطة بالسمعة :

يتعين على المؤسسات المصرفية أن تراعي:

- التأكد من الإفصاح عن المعلومات الصحيحة على موقع الإنترنت الخاص بالمصرف، بغية للسماح للعملاء المحتملين التوصل لاستنتاج واضح حول هوية هذا المصرف والوضع التنظيمي والقانوني له قبل الدخول في تعاملات مصرفية إلكترونية.
- إتخاذ الإجراءات المناسبة الكفيلة بالالتزام بالمتطلبات المتعلقة بخصوصية العملاء، في إطار الالتزامات التشريعية والقانونية السائدة في المنطقة التي يقدم هذا المصرف المنتجات والخدمات المصرفية الإلكترونية.

- ضرورة إمتلاك المصرف للقدرة الفعالة على الإستمرارية في تقديم الخدمات المصرفية الإلكترونية، وإمتلاكه لخطط وبدائل في حالات الطوارئ، بما يكفل توفر الأنظمة والخدمات المصرفية الإلكترونية في جميع الأوقات.

- وضع خطط مناسبة للتجاوب في حالات وقوع حوادث، من أجل إدارة المشكلات واحتوائها والتقليل من فداحتها، التي قد تظهر نتيجة لأحداث غير متوقعة بما في ذلك عمليات الانتهاك والقرصنة، والتي قد تعيق تقديم الأنظمة والخدمات المصرفية الإلكترونية.¹

رابعاً: العمليات المصرفية الإلكترونية عبر الحدود :

بذلت السلطات الإشرافية في العديد من دول العالم على مدار سنوات عديدة جهود واسعة، للتوصل والتنسيق فيما بينها، حول قضايا العمليات المصرفية عبر الحدود، وصولاً لإرساء توجهات ومبادئ استرشادية عامة للتعامل مع هذه الأنشطة وتبادل المعلومات وتحديد مسؤوليات السلطات المختلفة. إلا أن التوسع المتسارع الذي حدث في الآونة الأخيرة على صعيد الأنشطة والخدمات المالية والمصرفية الإلكترونية، قد أضاف مخاطر وتحديات جديدة على صعيد قضايا التنسيق والتعاون بين السلطات الإشرافية. فمن المعروف أن العمليات المصرفية الإلكترونية تقوم بطبيعتها على تقنيات مصممة لأغراض توسع المدى الجغرافي (الافتراضي) للمصارف، وأيضاً للعملاء، بما يمكنهم من خلاله التعامل مع بعضهما البعض دون الحاجة للتواجد الشخصي. ومن شأن ذلك التوسع أن يمتد خارج الحدود الوطنية للمصرف أو للعميل. ويعزز ذلك:

- السهولة والسرعة اللتين يمكن بهما لأي مصرف في العالم أن يمارس أنشطته، من خلال شبكة الإنترنت، مع عملاء في بلدان لا يكون المصرف فيها مرخصاً أو خاضعاً للإشراف والرقابة.

- القدرة المتاحة لأي مؤسسة مصرفية أو غير مصرفية على أن تستخدم شبكة الإنترنت لتعبر الحدود الوطنية، ولتجمع بين أنشطة مصرفية تخضع بطبيعتها للإشراف والرقابة المصرفية، وأنشطة غير مصرفية قد لا تكون خاضعة للإشراف من قبل أي سلطة.

➤ الصعوبات العملية التي يمكن أن تجابهها السلطات الوطنية التي ترغب في مراقبة أو ضبط إمكانية الوصول محلياً إلى مواقع أعمال مصرفية إلكترونية ناشئة من مناطق سيادية أخرى، دون تعاون مع سلطات الدولة الأم. وعلى الرغم من ذلك إلا أن معظم المصارف في العالم، مازالت تتبنى منهجية متحفظة بشأن الدخول إلى أسواق خارج حدودها الوطنية، تتمثل بصورة أساسية في اتباع الإجراءات القائمة التي سبق أن اتبعوها عند دخولهم سوقاً جديدة من حيث الحصول على موافقة رسمية من السلطات الإشرافية.

➤ فقد امتنعت معظم هذه المصارف عن إجراء خدمات مصرفية إلكترونية في سوق أجنبية لا يكون قد سبق لها التعامل داخلها من خلال القنوات التقليدية (أي الفروع المرخصة، والوكلاء أو المؤسسات التابعة).

1 . بوغافية رشيد، الصيرفة الإلكترونية والنظام المصرفي الجزائري، مذكرة ماجستير في العلوم الاقتصادية، جامعة البليدة 2005

➤ كذلك عمدت معظم المصارف التي تقوم حالياً بإجراء أنشطة مصرفية إلكترونية خارج الحدود، إلى قصر هذه الأنشطة إما على عملة وطنها الأم أو عملة بلد يكونون مرخصين فيه مسبقاً، وتتوفر لهم فيه إمكانية الوصول إلى النظم المحلية لتسوية المعاملات على نحو مباشر، أو على نحو غير مباشر من خلال وجود مادي مرخص في البلد المعني.

إلا أنه في المقابل وفي ظل ما تتيحه شبكة الإنترنت للمصارف من فرصة كما سبقت الإشارة، للتوسع في تقديم خدماتها في أسواق أجنبية دون حاجة لتكبد نفقات تأسيس مكاتب وإعداد دراسة الجدوى التي تلجأ لها عادة عند تأسيس فرع خارجي أو وكالة أو مؤسسة تابعة، فإن أعداد متزايدة من المصارف ستقوم على تجاوز حدودها الوطنية.

وسيؤدي ذلك إلى مجموعة من التحديات للسلطات الإشرافية، وستتفاقم المخاطر في حالة غياب الفهم الكامل للسليم للعملاء، ولتقاليد السوق والأنظمة والتشريعات والمتطلبات القانونية في السوق الأجنبي، من قبل هذه المصارف.

ويمكن في هذا الإطار الإشارة إلى مجموعة من التحديات أمام السلطات الإشرافية، يمكن حصرها في ثلاثة جوانب:

➤ يتوجب على السلطات الإشرافية أن تدرك أن شبكة الإنترنت تتيح إمكانية تقديم الخدمات المصرفية الإلكترونية التي يمكن أن تتجاوز الحدود الجغرافية، الأمر الذي يثير تساؤلات بشأن متطلبات الترخيص من السلطات المختصة والعمليات والإجراءات الرقابية تبعاً لذلك.

➤ يتوجب على السلطات الإشرافية أن تدرك التبعات التي يمكن أن تترتب على تبني توجهات تقييد من حرية المصارف الخاضعة حالياً للرقابة والإشراف، دون الحرص على تطبيق هذه التوجهات نفسها على المؤسسات المصرفية الأجنبية التي قد تكون منخرطة في تقديم أنشطة مطابقة أو شبه مطابقة في السوق المحلي من خلال شبكة الإنترنت.¹

المطلب الثالث: أهمية ومميزات الصيرفة الإلكترونية

❖ أهمية الصيرفة الإلكترونية

إن قيام البنوك بتسوية أنشطتها وخدماتها المالية عبر الأنترنت يحقق فوائد كثيرة من أهمها:

1. تخفيض النفقات التي يتحملها البنك يجعل تكلفة إنشاء موقع للبنك عبر الأنترنت لا تقارن بتكلفة إنشاء فرع جديد للبنك وما يتطلبه من مباني وأجهزة وكفاءة إدارية، إضافة إلى أن تسويق البنك لخدماته من موقعه على الأنترنت يساعده على إمتلاك ميزة تنافسية تعزز من مكانته التنافسية وتؤهله إلى مستوى المعاملات التجارية العالمية.

1 السعيد بريكة، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في العلوم الاقتصادية تخصص بنوك و تأمينات سنة 2010-2011 صفحة 72

2. إن توجه البنوك العالمية نحو شبكة الإنترنت وما تتميز به من قدرات تنافسية يلزم البنوك الصغيرة ضرورة الارتقاء إلى مستوى هذه التحديات، ووفقا لذلك سيقوم العملاء بمقارنة بين خدمات البنوك لاختيار الأنسب وبذلك تكون الانترنت عامل منافسة قوي في جذب العملاء.
3. يساهم الأنترنت في التعريف بالبنوك والترويج للخدمات المصرفية بشكل إعلامي وهو ما يساهم في تحسين جودة الخدمات المصرفية المقدمة.
4. إن الصيرفة الإلكترونية تؤدي إلى تسهيل التعامل بين المصارف وبناء علاقات مباشرة وتوفير المزيد من فرص العمل والاستثمار وهو ما يساعد على النجاح والبقاء في السوق المصرفية .
5. استخدام الانترنت يساهم في تعزيز رأس المال الفكري وتطوير تكنولوجيا المعلومات والاستفادة من الابتكارات الجديدة التي يكون لها انعكاس على أعمال البنوك.¹

مزايا الصيرفة الالكترونية:

1. مزايا الصيرفة الالكترونية للعملاء

- إن مزايا الصيرفة الالكترونية عديدة وكثيرة للعملاء ونذكر من أهمها:
- ❖ منح للعملاء قدرة أكبر لاختيار الخدمة البنكية الأكثر ملائمة لهم وهذه الميزة التي توفرها الانترنت تعتبر نقلة نوعية في علاقة البنوك مع عملائها، أي إذا كانت الخدمة مطلوبة غير متوفرة لدى البنك المختار على الانترنت أو أن سعرها غير تنافسي فإن العميل سيتحول بسهولة إلى بنك آخر له موقع على الأنترنت.
 - ❖ تقديم الخدمات البنكية طوال أيام الأسبوع وعلى مدار 24 ساعة، بمعنى خدمة متواصلة 24/24 يوم في السنة، بما فيها العطل والأعياد، ودعم الالتزام بمواعيد الرسمية.
 - ❖ تمكين العميل من الإطلاع على الحساب بإضافة إلى معرفة أسعار الفائدة، أسعار الصرف، مواعيد استحقاق أقساط القروض.....
 - ❖ سهولة اجراء التحويلات المالية من حساب لآخر.
 - ❖ إمكانية اتصال بموقع البنك من أي مكان في العالم، المكتب، المنزل، مقاهي الأنترنت، حيثما وجدت خدمة الانترنت.
 - ❖ توفر درجة الأمان والسرية بشكل متفاوت .
 - ❖ إمكانية الحصول على الخدمات المصرفية سريعة ومريحة وتكاليف منخفضة .

1. د. درويش هاجر , د. حريزي عبد الغاني دور الصيرفة الالكترونية في تحسين الخدمة المصرفية دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية –المديرية الجهوية بالشلف- تاريخ النشر 2021/06/24 صفحة 106

❖ إمكانية الحصول على الخدمات المصرفية المطلوبة في الوقت .

2. مزايا الصيرفة الإلكترونية للبنوك:

وتعتبر البنوك الأكثر استفادة من مزايا الصيرفة الإلكترونية ومن أهم هذه المزايا نذكر:

❖ إمكانية البنوك بواسطة التكنولوجيا والاستفادة من البيانات المتوفرة لديها من عملائها وتحويلها إلى معلومات كاملة عنهم باستخدام برامج الكمبيوتر الخاصة بقواعد البيانات¹.

خاتمة الفصل الأول:

تعتبر البنوك أهم الركائز التي يقوم عليها الاقتصاد الوطني لمختلف الدول، وذلك من خلال الدور الذي تلعبه في تعبئة المدخرات من الجمهور ووضعها رهن إشارة المشروعات والاستثمارات للدولة، فتلقي الودائع ومنح الائتمان يشكلان النشاط الأساسي والرئيسي للبنك.

حيث تسعى البنوك إلى دائما إلى الوصول لأداء متميز ذو كفاءة وفعالية عالية لذا تعمل دراسته ومحاولة تقييمه لمحاولة التعرف على نقاط القوة والضعف وذلك من أجل الوقوف على الإختلالات التي تتعرض لها البنوك ومن أجل الحفاظ على الاستقرار والصمود أمام المنافسين.

¹ د. درويش هاجر، د. حريري عبد الغاني، نفس المرجع السابق، صفحة 87

الفصل الثاني

أصبح العالم في وقتنا الحاضر يشهد ثورة تقدم في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصال، الامر الذي أدى ويؤدي إلى تغيير مستمر في طبيعة الاليات والعلاقات التي تحكم التعامل بين أطراف مختلفة حول العالم . وفي خضم هذه التطورات والتغيرات فقد سايرت البنوك هذه التغيرات وحاولت التكيف معها بقوة، وأن تأخذ بهذا التقدم لتحسين وتقوية تعاملاتها من خلال تطوير هياكلها وعصرنة خدماتها، حيث الحظنا في مرحلة التغيير ظهور مصطلحات جديدة إلى الساحة البنكية ومن بينها الصيرفة الالكترونية التي تعتبر من أبرز المصطلحات من خلال اعتمادها على الوسائل الحديثة في التعاملات البنكية .

ومن خلال هذا الفصل سوف نحاول التطرق إلى الصيرفة الالكترونية من خلال المبحث الاول في التحدث عن نشأتها ومفهومها والبنية الازمة للعمل بها وأطراف المشكلة لصيرفة الالكترونية، أما المبحث الثاني فنتحدث عن أهم الخدمات الصيرفة الالكترونية.

المبحث الأول: ماهية الخدمات المصرفية

تشكل الصناعة المصرفية أحد أهم مؤشرات التطور الاقتصادي الذي وصلت إليه المجتمعات البشرية، نظرا لإسهامها الواسع في توفير متطلبات الاستثمار والتنمية، إذ يمكن قياس مستوى التقدم والتطور الاقتصادي لأي مجتمع بمدى كفاءة نظامه المصرفي ونوع خدماته المقدمة.

وسوف يتم في هذا المبحث تناول نشأة الخدمات المصرفية الإلكترونية، وكذا مفهومها، والبنية التحتية لهذه التقنية، وكذا مزايا الخدمات المصرفية الإلكترونية.

المطلب الأول : مفهوم الخدمات المصرفية وأهم خصائصها

الفرع الأول : مفهوم الخدمات المصرفية

تعددت التعاريف حول مفهوم الخدمات المصرفية الالكترونية، والتي نذكر أهمها فيما يلي:

أ. "قيام البنوك بتقديم الخدمات المصرفية او المبتكرة او بما يعرف من خلال شبكات اتصال الكترونية، وتقتصر صلاحية الدخول اليها على المشاركين فيها وفقا لشروط العضوية التي تحددها البنوك وذلك احد المنافذ على شبكة كوسيلة اتصال العملاء .

ب. كما تعرف على انها "النظام الذي يتيح للزبون الوصول الى حساباته او اية معلومات يريدها، والحصول على مختلف الخدمات والمنتجات المصرفية من خلال شبكة المعلومات يرتبط بها جهاز الكمبيوتر الخاص به او الوسائل الالكترونية او الرقمية الالية الأخرى من خلال التعاريف السابقة يمكن ان نستخلص ان نلخص الى تعريف الخدمات المصرفية الالكترونية على انها "كل عملية يقوم بها العميل للوصول الى تأدية احتياجاته المتنوعة من المنتجات

المصرفية بالنظم والإمكانيات التكنولوجية، التي وفرتها البنوك عبر نوافذ التوزيع ومواقعها الإلكترونية في الوقت والمكان الذي يرغب به ¹.

الفرع الثاني : خصائص الخدمات المصرفية الإلكترونية :

تتميز الخدمات المصرفية الإلكترونية بمجموعة من الخصائص التي نوجز أهمها فيما يلي :

أ. **الخصوصية:** إذ تتطلب طبيعة المصرفية درجة عالية من السرعة في التعامل والمحافظة على الاسرار المالية للزبائن، كما تحتاج لتفاعل الشخصي بين الزبون والمصرف لنجاح العملية المصرفية، أي لا مجال هنا للوسطاء.

ب. **اللاملموسية:** فالمستهلك النهائي لها يستطيع رؤيتها أو لمسها أو تذوقها...، اما من جهة المنتج لها فلا يمكنه تخزينها أو تجزئتها، وبناء على ذلك فهي تنتج وتوزع في ان واحد.

ت. **الاعتماد على الودائع:** تعتمد المصارف على الودائع في تأدية جميع خدماتها المصرفية والتي تمثل المصدر الأساسي لتمويل المصارف، وتحقيق الأرباح للمصرف.

ث. **التلازمية (التكاملية):** تكتسي الخدمة المصرفية الصفة التلازمية، أي انتاجها وتوزيعها (استهلاكها) متزامنان، تنتج وتوزع في ان واحد، ولا يمكن الفصل بينها وبين الشخص الذي يقدمها.

ج. **التشتت الجغرافي:** ليس هناك حدود جغرافية للمطالب والاحتياجات المصرفية للعملاء، فهناك طلب محلي موزع على أماكن جغرافية متفرقة داخل أي بلد، وهناك طلب محلي موزع على أماكن جغرافية متفرقة داخل أي بلد، وهناك طلب خارجي يتمثل في طلب التحويلات المصرفية بين الدول وبعضها، واستخدام بطاقات الائتمان المصرفية خارج الحدود الدول المصدرة لها.

ح. **المسؤولية الائتمانية :** ان من اولى أولويات أي مصرف سواء كان تجاريا او غير تجاري هو حماية ودائع زبائنه والمحافظة على سرية المصرفية للزبائن وعدم افشاء اسرارهم، مما يزيد من ثقة الزبائن في المصارف التي يتعاملون معها.

خ. **تشابه ما تقدمه المصارف من خدمات :** تتشابه الخدمات التي تقدمها المصارف، وهذا ما يشكل المشكلة التسويقية الأولى التي يواجهها أي مصرف، حيث تدفعه الى محاولة التميز عن المنافسين بإنتاج خدمات ذات جودة عالية.

د. **أهمية عنصر الثقة في المصرف:** نظرا لحساسية التعامل في الأموال، فان خسارة المصرف في احد العمليات المالية قد تنشأ تخوفا لدى الزبائن، الامر الذي يؤدي الى عجز المصرف عن توفير السيولة اللازمة لمواجهة حركة السحب غير العادية الناتجة عن تخوف الزبائن

¹ مسري ندير، نمذجة اثر جودة الخدمات البنكية على رضا العميل (حالة البنوك الجزائرية)، جامعة المنار، تاريخ القبول 08-01-2018، تاريخ النشر 15-04-2022، مجلة الابتكار والتطوير، الطبعة 04

وتحولهم الى مصارف أخرى، كما ان عجز المصرف عن تحقيق الإيرادات والأرباح المناسبة قد يؤدي الى اهتزاز صورة المصرف ونقص الثقة لدى الزبائن.

د. **الاعتماد على التوزيع المباشر:** لا يستطيع المصرف انتاج الخدمة مركزيا ثم توزيعها بواسطة قنوات توزيع كما هو الحال بالنسبة للسلع لمادية، ولكن المصرف يقدم خدماته مباشرة عن طريق فروعه المنتشرة لتلبية رغبات الزبائن ويكون قريب منهم.

ر. **عدم تجانس الخدمة المصرفية:** الخدمات البنكية لا تأخذ شكلا نمطيا محددًا حيث تختلف طريقة تقديم الخدمة ودرجة تفاعل موظف البنك من زبون لآخر.

ز. **مشبعة لرغبات الزبائن:** يتعين ان تكون الخدمات التي يقدمها المصرف خدمات كاملة الاشباع، أي ان ترضي الزبون تماما ولا تدع لديه مجال او نقص في الاشباع، وذلك حتى لا يدفعه للبحث عن مصرف اخر يقدم الخدمات المصرفية التي يحتاج اليها بصورة افضل.¹

المطلب الثاني : أنواع الخدمة المصرفية ومميزاتها

الفرع الأول : أنواع الخدمات المصرفية

تتنوع الخدمات المصرفية التي تقدمها المصارف التجارية بتنوع قنوات الاتصال المستخدمة في تقديمها والتي يتم عرض اهمها فيما يلي :

- **اجهزة الصراف الآلي : الموزع الآلي للأوراق (DAB)، الشباك الآلي للأوراق (GAB) نهائي نقاط البيع الالكتروني (TPV) :**

ظهرت اجهزت الصراف الآلي في السبعينات من القرن العشرين الماضي كبديل لموظفي الصرافة في الفروع المصرفية لتقليل المعاملات داخل المصرف، وبالتالي هي صورة بسيطة للمكننة في القطاع المصرفي، هو آلة اوتوماتيكية اكثر تعقيدا وتنوعا، فبالإضافة لخدمة السحب النقدي تقدم خدمات أخرى كقبول الودائع، طلب صك، عمليات التحويل من الحساب لآخر، ودفع الفواتير، كل ذلك الشبائيك الاوتوماتيكية للأوراق متصلة بالحاسوب الرئيسي للمصرف.

- **الصيرفة عبر الهاتف (Phone Bank) :**

يعد الهاتف المصرفي من قنوات الخدمات المصرفية الالكترونية الذي يستطيع المصرف من خلاله الرد على استفسارات العملاء وتقديم خدمات أخرى مثل تسديد فاتورة او اجراء عملية الدفع، تحويل مبالغ نقدية لجهات معلومة، طلب خدمات كدفتر الشيكات... الخ، وتعتمد هذه الخدمة كذلك على وجود شبكة تربط فروع المصرف الواحد ككل وتمكن الموظف المنوط به تقديم الخدمات الهاتفية من الوصول لبيانات العميل مباشرة من أي فرع من فروع البنك، و اخر

¹ لخلف فاطمة الزهراء , معين السيد امين, مجلة الدراسات والأبحاث المجلة العربية في العلوم الإنسانية والاجتماعية مجلد 13 عدد الثالث عشر السنة 5 أكتوبر 2021 .

التطورات التي شهدتها هذا النوع من الصيرفة استخدام هذه المراكز للإجابة على رسائل البريد الإلكتروني والذي أصبح أداة فعالة في تخاطب بين المصرف والعميل.

-أوامر الدفع المصرفية الإلكترونية وخدمات المقاصة الإلكترونية:

المقاصة الإلكترونية عبارة عن الية يتم من خلالها تحويل الأموال من حسابات العملاء الى حسابات اشخاص او هيئات أخرى في نفس البنك او أي فروع، حيث تعتبر هذه الوسيلة طريقة سهلة ومحكمة لإجراء المدفوعات المتكررة مثل سداد أقساط الرهن العقاري، سداد أقساط التأمين، سداد فواتير هيئات المنفعة العامة، سداد الضرائب، سداد رواتب العاملين لدى العميل.... الخ، ويعرف هذا النوع في الدوائر المصرفية بالخصم المصرح به مقدما، ويفيد ذلك في سداد مثل هذه المدفوعات تلقائيا في موعدها خصما من حساب العميل ودون تحرير شيكات بالقيمة مما يقلل من الجهد والنفقة وسداد المدفوعات في وقتها.

كما يتم تسوية المدفوعات المصرفية عن طريق نظام تسوية المبالغ الاجمالية في الوقت الحقيقي، والذي هو عبارة نظام مركزي إلكتروني يعمل على أساس فوري اجمالي نهائي ومستمر لتنفيذ أوامر التحويل الدائنة ويوفر نقطة تسوية لأنظمة التصفية العاملة من خلال الحسابات المركزية للمصارف.¹

الفرع الثاني مميزات الصيرفة الإلكترونية:

كما سبقت الإشارة إلى أن الخدمات المصرفية تتميز بمواصفات تختلف عن بقية الخدمات الأخرى يمكن إبرازها فيما يلي:

(1) تشابه ما تقدمه البنوك من خدمات: إن الخدمات التي يقدمها أي بنك تقدمها معظم البنوك الأخرى، وهذه أول مشكلة تسويقية تواجه أي بنك حيث يدفعه ذلك إلى محاولة التميز عن المنافسين بمستوى خدمات تتصف بالجودة العالية.

(2) تعدد وتنوع الخدمات المقدمة: يقدم البنك الواحد تشكيلة واسعة من الخدمات المصرفية وكل خدمة لها خصوصياتها ولكل خدمة عملاء ذوي خصائص ورغبات معينة، الأمر الذي يحتم على موظفي البنك بذل مجهودات من أجل التعرف على هذه الخصائص والرغبات ومحاولة الاستجابة لها وتحقيقها للعميل في الوقت والمكان المناسبين وبالسر المناسب والجودة المطلوبة.

(3) شدة المنافسة بين البنوك: تشتد المنافسة بين البنوك في الأفراد بتقديم خدمات متميزة للزبائن وجلب عدد أكبر منهم الأمر الذي يصعب من مهمة البنك في المحافظة على مستوى معين من المنافسة نظراً للظروف البيئية المتغيرة التي ينشط فيها البنك.

(4) أهمية عنصر الثقة في البنك: نظراً لحساسية التعامل في الأموال فإن خسارة البنك في أحد العمليات المالية قد تنشئ خوفاً لدى الزبائن الأمر الذي يؤدي إلى عجز البنك عن

¹ وهاب نعمون، النظم المعاصرة لتوزيع الخدمات المصرفية كمدخل لزيادة القدرة التنافسية للبنوك التجارية مع الإشارة إلى حالة الجزائر، أبحاث اقتصادية و إدارية، العدد الرابع، ديسمبر 2008، ص:111-112

توفير السيولة اللازمة لمواجهة حركة السحب غير العادية الناتجة عن تخوف الزبائن وتحولهم إلى بنوك أخرى، كما أن عجز البنك عن تحقيق الإيرادات والأرباح المناسبة قد يؤدي إلى اهتزاز صورة البنك ونقص الثقة لدى الزبائن.

(5) الاعتماد على التوزيع المباشر: لا يستطيع البنك إنتاج الخدمة مركزياً ثم توزيعها بواسطة قنوات توزيع كما هو الحال بالنسبة للسلع المادية ولكن البنك يقدم خدماته مباشرة عن طريق فروعه المنتشرة لتلبية رغبات الزبائن ويكون قريباً منهم، ولأهمية الناحية الشخصية في تقديم الخدمة يستخدم البنك طريقة حديثة في تقديم بعض الخدمات.

(6) ارتباط نشاط البنك بالسياسة الاقتصادية والنقدية للدولة: إن العلاقة الوثيقة بين الجهاز المصرفي والنشاط الاقتصادي تجعل كلاً منهما يؤثر ويتأثر بالآخر فبناءً على الحالة الاقتصادية للدولة يتخذ البنك المركزي قرارات ويستخدم مجموعة من الأدوات النقدية والانتمانية للتأثير على النواحي الاقتصادية حسب الأهداف الموضوعية، ومن خلال ذلك تتأثر البنوك بهذه القرارات والأدوات وينعكس ذلك على طبيعة المنتجات والخدمات المصرفية التي تقدمها.¹

المطلب الثالث : تصميم الخدمة المصرفية

تتقيد المصارف أثناء تصميم الخدمة بمجموعة اعتبارات هامة تتعلق بكيفية تحديد ملائمة الخدمة للزبون واختيار مفهوم التصميم الذي يجب أن ينسجم مع الاحتياجات المطلوبة للزبائن وترجمة هذا المفهوم إلى مواصفات وبعد ذلك يجب أن يعطي المصرف تأكيداً خاصاً على الجوانب الإضافية لجودة التصميم من خلال المراجعة الدورية للخدمة، أي أن تصميم جودة الخدمة المصرفية يتعلق بالعناصر الثلاثة التالية كما توضحها المعادلة التالية:

و بحيث ان : (AUD, CON, Des, STAN)

1- تصميم الخدمة المصرفية :DES

2- معايير الخدمة :STAN

3- المطابقة:CON

4- مراجعة الخدمة :AUD

1- STAN:معايير الخدمة

وهي التوقعات ومستويات الأداء القابلة للقياس التي تحدد جودة الاتصال بالزبون وهي تتضمن المعايير الفنية مثل زمن الاستجابة أو المعايير السلوكية.

ويصنف Gilmore & Borland معايير جودة الخدمات المصرفية في قسمين : معايير نفسية صعبة القياس هي الاستجابة والتعاطف والاستعداد للمساعدة والاتصال الجيد وكفاءة الموظفين والثقة والسمعة، ومعايير كمية سهلة القياس تتضمن التسهيلات المادية والحزم الخدمية

¹ وهاب نعوم، نفس المرجع السابق صفحة 144

وسرعة التسليم والتسهيلات الائتمانية والدعم الفني ومظهر ولباقة موظفي المصرف وتشكل احتياجات وتوقعات الزبائن أساس معايير الخدمة القابلة للقياس ويجب على المصارف إيصال معايير الخدمة المصرفية لجميع الموظفين ذوي الاتصال المباشر مع الزبون وضرورة شرح هذه المعايير عند إعطاء توجيهات للموظفين وللمحافظة على تماسك وفاعلية هذه المعايير يجب على المصارف أن تدعم وتعزز معايير خدماتها باستمرار ويمكن الاستفادة من التغذية العكسية لشكاوي الزبائن في تحسين وتطوير معايير الخدمة المصرفية، وتساعد ثقافة المعلومات في الوقت الحالي في تحقيق المطابقة لمعايير خدمة الزبون، ويجب أن تتضمن معايير خدمة الزبون وصفا للخدمة المقدمة وقابليتها للتطبيق والفوائد التي تعود على الزبون الذي يتلقاها ومبادئ الخدمة التي تتضمن جودة تسليم الخدمة التي يتوقعها الزبون، وأهداف التسليم المحددة للجوانب الرئيسية للخدمة وتكاليف تسليم الخدمة وشكاوي الزبائن في حال الشعور بعدم التقاء المعايير الخدمية.

إن معايير جودة الخدمة يجب أن توضع بناء على مستويات جميع المقاييس التي تمثل الجودة المقبولة وغير المقبولة ومن الضروري القيام بالأعمال التصحيحية عندما يوضح قياس جودة الخدمة أن النظام الخدمي يقع خارج نطاق الرقابة المصرفية، وبالرغم من أن عملية إقامة مقاييس الجودة يعد معقداً، إلا أنها تعكس التأكيد السلوكي والفني لنظم الخدمة، ففي البداية يحتاج الأمر لجهود شاملة ومكثفة لإقامة هذه المقاييس في الخدمات المصرفية، لاسيما وأنها يجب أن تتضمن عنصر التكامل لجميع الفعاليات المختلفة المؤثرة والمتأثرة بها.

إن القوانين الموضوعية لخدمة الزبائن تتجاوز الحدود الدنيا لشروط الأعمال حيث تتضمن معايير الأداء التي يهدف المصرف لتحقيقها من خلال تعامله مع الزبائن، وبهذا الأسلوب يمكن للمصارف أن تنشر قوانين تحدد من خلالها أسلوبها في دفع حساباتها ومعالجة شكاوي الزبائن. فنجد على سبيل المثال ميثاق مصرف WESTMINSTER الوطني لممارسة الأعمال المصرفية يتضمن وعوداً هامة ميثاق مصرف بإخبار الزبائن خطياً بأي شروط خاصة متعلقة بالفروض ومناقشة السعر الذي يتقاضاه لقاء أي خدمات خاصة، والبحث في أي حالة لعدم الرضا عن الخدمة من خلال إجراء شكاوي رسمية.

2-CON:المطابقة

أي انجاز المواصفات وتوثيق الخدمة والالتزام بمعاييرها، حيث تشكل العمليات المصرفية إحدى تحديات تطبيق الطريقة الجديدة المقترحة لعولمة جودة الخدمات المصرفية، والمهارات التي يتمتع بها أفراد المصرف بهدف تسليم خدمات مصرفية ذات جودة ومطابقة لتصميم هذه الخدمة أي أنها تلتقي المواصفات الموضوعية لها.

ويتحقق ذلك من خلال منع ورقابة الأخطاء في المعاملات المصرفية، لذلك تلعب العمليات المصرفية دوراً أساسياً في تحقيق جودة المطابقة ويجب أن يكون أفراد المصرف ذوي دراية كافية ليروا أن أعمالهم المصرفية تقود إلى جودة الخدمة في مستوى التكلفة المناسبة وتعد القيم والاتجاهات التي يتمتع بها الأفراد هامة جداً في تشجيع انجاز جودة الخدمة وتعد هذه

الخطوة مهمة جدا لاكتشاف الأفراد غير المؤهلين للدخول في إستراتيجية عولمة جودة الخدمات المصرفية بحيث يتم إعادة تدريبها وتأهيلها وإعدادها لخدمة الأهداف المستقبلية لإدارة المصرف.

3-AUD:مراجعة الخدمة

تعد المراجعة عنصرا أساسيا في أي إستراتيجية للخدمة المصرفية بهدف تحسين جودة وعملية تسليم هذه الخدمة خصوصا على المستوى العالمي من الضروري أن تأخذ هذه المراجعة بعين الاعتبار تقييم الزبائن للخدمات المصرفية الموجودة حاليا، والاحتياجات الحالية والمستقبلية لهم والمسائل التي تواجه موظفي المصرف أثناء تسليم الخدمات المصرفية والأولويات والاعتبارات الاقتصادية والاجتماعية والمالية السائدة في البلد الأم للمصرف، والتطورات المهنية والإدارية والقانونية وبيئة الموارد المتوفرة.¹

المبحث الثاني: تحسين الأداء البنكي من خلال الصيرفة الالكترونية

يعتبر النشاط البنكي أحد أهم الركائز التي يقوم عليها الاقتصاد، إذ أنه يساهم في تمويل مختلف الأنشطة، الامر الذي يجعله يتأثر ويستجيب لمختلف التغيرات الخارجية، حيث أدت التطورات الحاصلة في تكنولوجيا الاعلام والاتصال التي يشهدها هذا العصر إلى ظهور العديد من التغيرات الجوهرية في طبيعة عمل البنوك، وهذا ما سنحاول التطرق إليه في هذا المبحث.

المطلب الاول: العوامل مساعدة في دمج آليات الصيرفة الالكترونية في أنشطة البنوك التجارية

هنالك العديد من الاسباب التي دفعت البنوك إلى الاعتماد آليات الصيرفة الالكترونية يمكن ذكر منها :

1) **الانترنت** تعتبر الانترنت ثمرة الدمج مابين آليات الصيرفة الالكترونية وأنشطة البنوك، إذ نجد الجميع يتفق على أن شبكة الانترنت أصبحت وسيلة اتصال مطلوبة من طرف الكثير من المنظمات من جهة ومن طرف المتعاملين من جهة أخرى، حيث تؤثر خصائص الانترنت بشكل جوهري في إستراتيجيات البنوك فإذا كان هدف الاساسي يركز على إشباع الحاجات الحالية والمستقبلية للعملاء فإن البنك بإضافته لهذه التقنية سيتمكن من تحقيق هذا الهدف وكذا تحقيق أهداف أخرى مصاحبة لها،

2) **التجارة الالكترونية:** ظهرت التجارة الالكترونية نتيجة للثورة العلمية والتكنولوجيا التي أحدثت تغيرات هيكلية في اقتصاديات الدول، حيث يعتبر مصطلح التجارة الالكترونية أكثر تحديدا من الاعمال الالكترونية فهذا الاخير يضم جميع آليات الصيرفة الالكترونية التي تمكن من ممارسة جميع الأنشطة والاعمال داخل البنوك والمتعاملين معه، في المقابل نجد أن التجارة الالكترونية تتطوي على عمليات البيع والشراء بالوسائل الالكترونية وبصفة أساسية من خلال الانترنت التي ساعدتها في تحقيق :

¹ وهاب نعوم، نفس المرجع السابق 146

- أ- سرعة وسهولة الاتصالات مما ساعد على إبرام العديد من الصفقات بين أطراف متعددة، وكذا القيام بمعاملات مالية مختلفة، وهذا يساهم في توفير الوقت والجهد.
- ب- وجود الشفافية في التعامل مما يوفر المعلومات الوافية عن المتعاملين وكذا المنافسين، وهذا يسهل للمتعامل الحصول على الخدمة بجودة عالية وتكلفة منخفضة .

3) عولمة الاسواق: صاحب تحرير التجارة الدولية تحرير لحركة رؤوس الاموال حيث نجد الدول المتقدمة قد فتحت أسواقها المالية لرأس المال الاجنبي، إذ لوحظ تجاوز كبير في معدلات النمو في حركة رؤوس الاموال الدولية ومعدلات النمو في التدفقات السلعية، وحدث توسع كبير في الاسواق العالمية وتزايد أعدادها ودرجة تكاملها، حيث أنها لم تعد أسواق مالية وطنية متفرقة، بل اندمجت جميعها في سوق عالمي واحد، حيث نتج عن العولمة الاسواق حرية حركة رؤوس الاموال وهذا لتطور حجم المعاملات عبر الحدود في الاوراق المالية في الدول المتقدمة بالإضافة إلى تطور تداول النقد الاجنبي على المستوى العالمي.¹

المطلب الثاني : مداخل تحسين الاداء البنكي باستخدام آليات الصيرفة الالكترونية

إن أول خطوة تخطوها البنوك هي عملها المستمر على تحديد القوى المعيقة للعمل والقوى الدافعة له بهدف تحقيق التوازن بين هذه القوى، والوصول إلى أداء بنكي جيد، ومن بين الاستراتيجيات التي اعتمدها البنوك في الوصول إلى دمج آليات الصيرفة الالكترونية في نشاطها، وهذا لكي تساهم في تحقيق عدد من الميزات نذكر منها:

➤ **تغيير القوانين المنظمة للنشاط المصرفي:** إن البنك الذي يريد التطور والنمو ومسايرة التغيرات الاقتصادية عامة والمالية خاصة، يجب عليه أن يكون مرنا في قوانين العمل البنكية الالكترونية وأن يعمل على تطويرها بشكل مستمر بحسب نوع

➤ **تغيير الهيكل التنظيمي للبنك:** تعمل البنوك باستمرار على وضع هيكل تنظيمي يتميز بالمرونة، وهذا قد يساهم في تشجيع الافراد على الابتكار والتجديد، ولا يمكن تحقيق ذلك إلا إذا أدركت البنوك أهمية الانفتاح على البيئة الخارجية، وكذا التعرف على مختلف النقائص وسليبات الهيكل الحالي والعمل المستمر على إدماج الانظمة والمعدات المتخصصة لكل قسم، بالإضافة إلى تكييف مختلف الاقسام مع الوضع الحالي بهدف الوصول إلى هيكل مناسب لمتغيرات السوق.

➤ **توفير عنصر الاتصال:** ساهمت الصيرفة الالكترونية في توفير نظام فعال في الاتصال داخل البنك، حتى يساهم بصورة جيدة في نقل المعلومات بين مختلف أقسام البنك وباقي الفروع، وبين البنك وبنوك أخرى، وكذا بينه وبين المتعاملين، وتعتبر آليات الصيرفة الالكترونية وخاصة الشبكات بكل أنواعها داخلية أو خارجية أفضل وسيلة في تدعيم كل الاستراتيجيات الاتصال في البنوك وذلك من خلال توفيرها لعامل السرعة وتقليص للوقت وسهولة الاتصال.

¹ عبد الغاني ربوح، نور الدين غردة، تطبيق أنظمة الصيرفة الالكترونية في البنوك الجزائرية بين الواقع والافاق، مؤتمر الدولي حول إصلاح النظام المصرفي الجزائري في ظل التطورات العالمية الراهنة، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، صفحة 20

➤ **التعرف على حاجات العملاء:** يعتبر العميل منبع التغيرات التي تحدث في البنوك، وذلك نتيجة لعملها المستمر على تحديد احتياجاتها من خلال الوصول إلى توقعاتها ومعرفة مدركاته، ويتم ذلك من خلال استخدام أساليب خاصة كالدراسات الاستكشافية والميدانية، التي تعتمد في جمع المعلومات الخاصة بالعميل، ويتم التعامل مع هذه الأخيرة بأنظمة أتاحتها تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، بحيث توفر السهولة والسرعة في جمع البيانات، تبويبها، معالجتها، الاحتفاظ بها واسترجاعها وقت الحاجة، للاستفادة منها للوصول إلى نتائج فعالة في التعرف على رغبات وحاجات المتعاملين، التي لوحظ أنها تتميز بالتغير والتطور من فترة لفترة أخرى، من فئة عملاء لأخرى ومن عميل لآخر .

➤ **التعرف على مختلف العروض :** أتاحت الصيرفة الالكترونية العديد من القنوات التي استخدمتها في عرض خدماتها عبر التلفزة الرقمية وغيرها، وكل هذه التقنيات وفرت للعميل إمكانية التعرف على عروض وأسعار كل الخدمات في العديد من البنوك بكل يسر وسهولة، وبالتالي أمام هذا الوضع الجديد على البنوك توفير سياسة تسعيرية مرنة تختلف باختلاف الخدمة وطريقة الحصول عليها، بالإضافة إلى ارتباطها بحاجات المتعاملين معها، كما يجب على البنك جعلها منافسة بالنسبة للبنوك الأخرى، وقد ساهم وجود القنوات البنكية عن بعد في خلق صنف جديد من أدوات التسعير يمكن للبنك استخدامها في ظل البيئة الرقمية يعرف بإستراتيجيات التسعير الدينامكية.

➤ **تطوير عنصر الترويج :** يساهم اعتماد البنوك لإستراتيجية ترويجية فعالة في جذب العملاء وكذا التأثير فيهم وهذا يدعم قدرة البنك في الوصول إلى أهدافه، ولقد تمكنت البنوك من تحقيق ذلك باعتمادها أدوات وأساليب ترويجية جديدة ساعدتها على توسيع مجالات الاعلان والترويج لمختلف خدماتها في أماكن وأوقات متعددة، حيث استخدمت آليات الصيرفة حديثة نتجت عن تبنيها لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات كالبريد الإلكتروني مواقع البنك عبر الانترنت والهاتف النقال،...إلخ.

➤ **تحقيق ميزة تنافسية:** إن تعود البنك على تحديد نوع وحجم المنافسة في السوق يكسب البنك ما يعرف بميزة تنافسية، وهذا ما يعتبر عامل جوهريا في تحسين أداء البنوك، لقد وفر تبني البنوك الآليات الصيرفة الالكترونية السهولة والسرعة في التعرف على خدمات البنوك المنافسة وكل ما يترتب عليها من تكلفة، توزيع، تسعير،...إلخ،

➤ **مساهمة في ابتكار والتجديد:** ساهم دمج البنوك اليات الصيرفة الالكترونية في عرض خدمات لم تكن من قبل كخدمة الدفع الالكتروني بالبطاقات البنكية، النقود الالكترونية والشيكات الالكترونية، بالإضافة إلى تبنيها لمختلف القنوات البنكية عن بعد، وكذا عملها المستمر على إدخال مختلف التقنيات والأنظمة الحديثة التي تأتي بها تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في هذا المجال، وبالتالي هذا الدمج نتج عنه تحقيق لإستراتيجية الابتكار والتجديد التي تعتبر من بين أهم العناصر المسيطرة على مكانة البنك¹.

¹ د. عبد الغاني ربوح ، د. نور الدين غردة نفس المرجع السابق صفحة 115

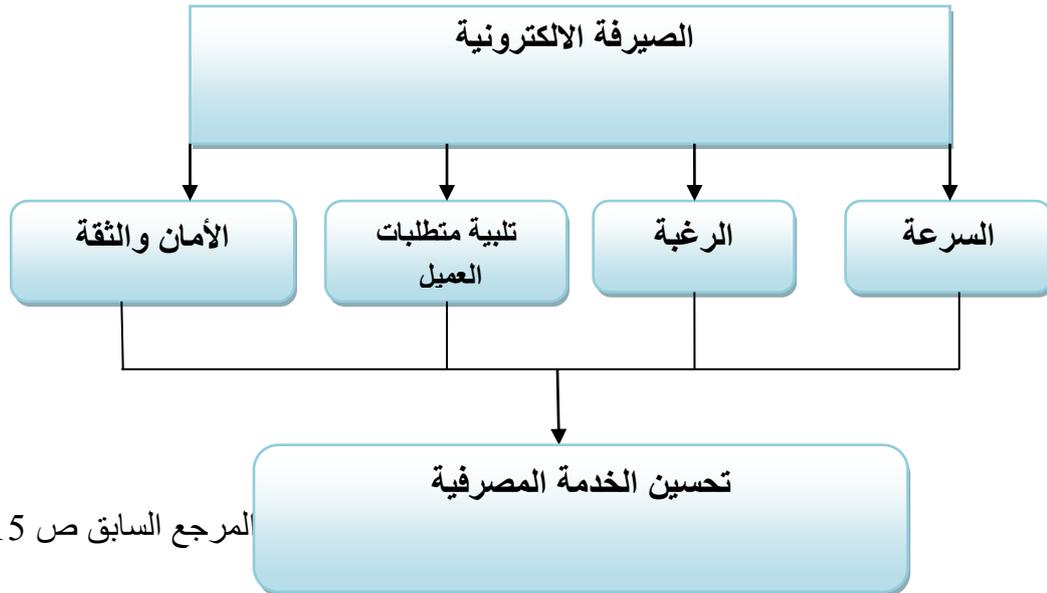
المطلب الثالث: أثر الصيرفة الالكترونية على أداء البنوك التجارية

إن ظهور الصيرفة الالكترونية كان نتيجة التوسع الهائل والسريع في اقتصاد المعلومات والشبكات الالكترونية، والتي أعطت دفعا للبنوك لتركز في السوق، كما وفرت لها فرصا وقدرات تمكنهم من الوصول إلى عملاء وتقديمها لهم خدمات شخصية مفصلة على مقاساتهم وبمستويات من الجودة تتناسب مع إدراكا تهم وتوقعاتهم أحيانا، كما تعود على البنك بالعديد من مزايا نذكر منها :

أ- **تخفيض تكلفة:** أدى اعتماد الصيرفة الالكترونية في البنوك التجارية إلى تخفيض النفقات التي يتحملها البنك لإجراء بعض المعاملات البنكية المختلفة بدون الحاجة للانتقال إلى البنك وهذا ما يؤدي إلى توفير تكلفة إنشاء فروع جديدة للبنك في المناطق البعيدة ألن تكلفة إنشاء موقع للبنك عبر الانترنت ال تقارن بتكلفة إنشاء فرع جديد له بما يحتاجه من مباني وأجهزة وعمالة مدربة ومستندات وصيانة، فممارسة البنك عبر موقع عبر الانترنت مختلف المعاملات المالية تساعده على امتلاك ميزة تنافسية وتدعيم عالقات مع العملاء وتخفيض التكلفة.

ب- **تحسين جودة الخدمات المصرفية:** يبحث المتعاملون مع البنك عن الجديد والمواكب للتطورات المعاصرة، لذا نجد المصارف عملت على دمج آليات الصيرفة الالكترونية، وخاصة الآليات التي ساعدتها بدرجة كبيرة في تحسين خدماتها، لان أساس تحسين الخدمة هو إشباع الحاجات والتوقعات الظاهرة والضمنية للعميل وبالتالي الاستمرار في تحسين الخدمات يعتبر عنصر ضروري لكسب ثقة المتعاملين ومن ثم الحصول على تفوق في الامد القصير والطويل.

الشكل 1-2 : تأثير الصيرفة الالكترونية على جودة الخدمة المصرفية



المرجع السابق ص 115

من خلال الشكل نلاحظ أن الصيرفة الالكترونية ساهمت في تغيير نمط تقديم الخدمة من خلال توجه البنوك إلى عرض خدمات بنكية عن بعد، بحيث تعد الصيرفة الالكترونية دور فعال في تحسين وتطوير الخدمة المصرفية ويمكن توضيح ذلك من خلال العناصر التالية:

- السرعة تعتبر سمة السرعة في تقديم الخدمة عنصر مهم جدا بالنسبة للمتعاملين ويساعد على الحفاظ عليهم، فلقد ساهمت الصيرفة الالكترونية في تحقيق ذلك من خلال تعدد قنوات عرض الخدمة، فالعميل أصبح بإمكانه معرفة كل العمليات التي جرت على رصيده في دقائق معدودة ومن مكانه، كذلك عملية التحويل الالكتروني الاموال من حساب إلى آخر أصبحت تتم في ظرف ثواني.

- الرغبة في الحصول على خدمة: ساهمت الصيرفة الالكترونية في تحقيق عامل الرغبة في الحصول على الخدمة والاستفادة منها من خلال تميزها بعدد من الخصائص في عرض الخدمة كالدقة، الملائمة، الحداثة، الترابط، سهولة الفهم .

- الخدمة ملبية لطلبات المتعاملين: نقصد بها تقليص الفجوة بين ما هو متوقع من طرف العميل و ثم إدراكه، فالصيرفة الالكترونية تبنتها البنوك لتلبية حاجيات ورغبات العملاء بهدف الوصول إلى درجة عالية من الرضا على الخدمة الذي بدوره يؤدي إلى زيادة ولاء العملاء .

- الأمان والثقة: بمعنى توفير الراحة والأمان للعميل عند طلبه الخدمة المصرفية، وتعتبر الثقة شرطا أساسيا في الصيرفة الالكترونية أكثر منها في المعاملات التقليدية، وهذا يرجع لغياب العالقة المباشرة مع المتعاملين ومصداقية مختلف الخدمات المقدمة من خلال آليات الصيرفة الالكترونية وتطويرها المستمر لأنظمة الحماية والأمان للحد من المخاطر المتوقعة وهذا يقوي الثقة بين البنك والعميل، كما نجد أن هنالك من ينظر لتحسين الخدمة من خلال ثلاثة مداخل هي كما يلي:

1- **مدخل تعديل نوعية الخدمة:** يقصد به تحسين نوعية الخدمة بصورة مستمرة وعلى أن تكون منسجمة ومتوافقة مع النوعية المرغوب فيها من قبل المتعاملين المستهدفين .

2- **مدخل التعديل في خصائص الخدمة:** بمعنى إضافة فوائد ومزايا جديدة للخدمة لكن هذا المدخل سهل التقليد من قبل المنافسين.

3- **مدخل التعديل على نمط الخدمة:** نقصد به القيام بتطوير كل ما هو مرتبط بكيفية تقديم الخدمة للمتعاملين.

ت- **فتح أسواق جديدة وتوسيع نطاق الخدمات:** تسمح آليات الصيرفة الالكترونية إلى كسر كل الحواجز المكانية والزمنية، وبالتالي يستطيع البنك غزو الاسواق وهذا للحفاظ على عملائه وكذلك استهداف شرائح جديدة في الاسواق المحلية والاجنبية، وهذا يقودنا إلى قول بأن ارتفاع درجة اعتماد المعاملات البنكية على وسائل متطورة له أثر إيجابي على فتح أسواق جديدة للبنوك لتوسيع نطاق المنتجات والخدمات المقدمة للعملاء لتلبية

مطالبهم واحتياجاتهم، والتي تختلف عن عروض المنافسين مما يسمح للبنك التميز مقارنة بالمنافسين .

ث- **تعزيز العالقة مع العملاء:** إن اعتماد المعاملات البنكية على آليات المتطورة لصيرفة الاللكترونية يسمح للمؤسسات المالية تعزيز علاقتها مع عملائها من خلال استخدام قنوات اتصال متعددة ومتكاملة ومتاحة في جميع الاوقات، لهذا فتشخيص العالقة يمكن أن تكون أفضل ميزة تتجاوب لتلبية الاحتياجات المحددة لكل عميل في البنك والتي سوف تؤثر على مستوى الرضا العام.

ج- **تخفيض تكلفة:** أدى اعتماد الصيرفة الاللكترونية في البنوك التجارية إلى تخفيض النفقات التي يتحملها البنك لإجراء بعض المعاملات البنكية المختلفة بدون الحاجة للانتقال إلى البنك وهذا ما يؤدي إلى توفير تكلفة إنشاء فروع جديدة للبنك في المناطق البعيدة ألن تكلفة إنشاء موقع للبنك عبر الانترنت ال تقارن بتكلفة إنشاء فرع جديد له بما يحتاجه من مباني وأجهزة وعمالة مدربة ومستندات وصيانة، فممارسة البنك عبر موقع عبر الانترنت مختلف المعاملات المالية تساعده على امتلاك ميزة تنافسية وتدعيم عالقات مع العملاء وتخفيض التكلفة.

ح- **تحقيق مزايا جديدة ومختلفة:** كما الزبون الحظ مجموعة من الميزات التي تحققها الصيرفة الاللكترونية لم تحققها الصيرفة الاللكترونية نذكر منها:

الجدول 2-2: يمثل مميزات الصيرفة الاللكترونية

الصيرفة الالكترونية	الصيرفة التقليدية	نوع البنك معايير الاختلاف
منخفضة	عالية	تكلفة تسيير المعلومات مع العميل
إتجاه أكثر تخصص	مخصصة	جودة العلاقة مع العميل
عالية	متوسطة	تكلفة الحصول على عملاء جدد
عالية	عالية	وفاء العملاء
قليل	كبير	عدد الموظفين
ثانوية	ضرورية	كفاءات الموظفين
عالية	متوسطة	إنتاجية الموظفين
24سا/24سا	خلال أوقات العمل	إمكانية الالتحاق بالبنك
منخفضة	عالية	تكلفة المعاملات
قصيرة	طويلة	المدة اللازمة للمعاملات
منعدم	موجود	الاتصال البشري

المصدر: بن عياد محمد سمير، سماحي أحمد، مرجع سابق، ص 10.

نلاحظ من خلال الجدول أن للصيرفة الالكترونية مزايا تميزها عن الصيرفة التقليدية حيث تتمثل أهم العناصر المميزة في السرعة حيث نلاحظ أن الصيرفة الالكترونية تتميز بالسرعة القوية عكس الصيرفة التقليدية التي تتميز بالبطء في الاجراءات الروتينية الكتابية، كذلك من حيث التكلفة المنخفضة للصيرفة الالكترونية أداء الخدمات البنكية عكس الصيرفة التقليدية، كذلك من حيث عدد موظفي البنك الذي يتميز بالصغر في ظل الصيرفة لالكترونية عكس الصيرفة التقليدية، كما نلاحظ من خلال الجدول مجموعة كبيرة من الفروق الجوهرية بين الصيرفة الالكترونية والتقليدية.¹

خاتمة الفصل الثاني:

في خضم التحولات السريعة في بيئة لتقنية للمؤسسات المصرفية التي سارت بخطوات سريعة نحو تبني المفاهيم الجديدة ومتطورة في إتمام الاعمال، حيث حققت مكاسب عديدة في عملها البنكي من خلال توسيع مجال عملها إلى تقديم خدمات حديثة إلكترونية وليدة لتكنولوجيا

¹ - أحمد بوراس، العمليات المصرفية الالكترونية، مجلة العلوم الانسانية، جامعة محمد خيضر بسكرة، العدد الحادي عشر 2007، ص203،

المتطورة، كما أنها ساهمت في توسع تعاملاتها بتقديم خدماتها إلى شرائح أوسع من العملاء وذلك راجع إلى القنوات الجديدة التي أفرزتها الصيرفة الالكترونية، ومن جهة أخرى تعمل البنوك التجارية على تلبية حاجات عملائها المتزايدة والمتغيرة باستمرار وفق ما تمليه الظروف الراهنة والتي أثرت على عاداتهم بسبب ميلهم إلى استعمال الوسائل الالكترونية الحديثة والتكنولوجيا المتطورة والتي تقرب المسافات بين أطراف العملية البنكية كما مما يحقق أداء أفضل من عدة زوايا من بينها الوقت والتكلفة وغيرها.

الفصل الثالث

المبحث الأول: واقع الصيرفة الالكترونية بالجزائر ومتطلبات تنشيطها

تعتبر الصيرفة الالكترونية احد دعائم البنية الأساسية لانطلاق انفتاح الجزائرية على الاقتصاد العالمي، وتطوير هذه التقنية في الجزائر يتطلب توفير عناصر مرتبطة بالبيئة المصرفية، وذلك من خلال إقامة وتطوير أنظمة اتصالات وذلك لتحديث وعصرنة النظام المصرفي وجعله احد اهم الأجهزة في الحركة الاقتصادية.

سنتطرق من خلال هذا المبحث الى واقع الصيرفة الالكترونية بالجزائر

المطلب الأول: واقع الصيرفة الالكترونية بالجزائر

ان التطورات التكنولوجية الحاصلة في مجال الصيرفة في مختلف دول العالم، يفرض على الجزائر تبني الصيرفة الالكترونية لمواكبة هذه التطورات، وتحقيق مركز تنافسي يمكنها من المحافظة على مكانتها في خضم المنافسة الشديدة التي يشهدها القطاع التجاري والمصرفي العالمي. فما نلاحظه ان معظم المصارف والمؤسسات المالية في الجزائر لا زالت بعيدة عن الصيرفة الالكترونية، والسبب هو تخلف الجزائر عن مواكبة التعاملات الالكترونية، بسبب ضعف البنية التحتية، وعدم وجود الخبرة الكافية في هذا المجال والافتقار للاستقرار التشريعي.

الفرع الأول: واقع أنظمة الدفع الجزائري

عمل البنك الجزائري على استحداث أنظمة دفع تتماشى مع تلك السائدة في العالم، وذلك بإنشاء نظامين للدفع المصرفي، وهذا من اجل ضمان تحويل امن وسريع للأموال .

أولا : تأسيس نظام التسوية الاجمالية الفورية الجزائرية ARTS كأول خطوات بادرت لها الجهات المختصة في الجزائر لتأسيس الصيرفة الالكترونية هي انجاز الذي حققه بنك الجزائر بالتعاون مع وزارة المالية وبمساعدة البنك الدولي، يتمثل هذا الإنجاز في "نظام دفع متطور هو نظام التسوية الاجمالية الفورية"، وقد اعتمدت في 15 ماي 2006، وذلك في اطار تحسين الخدمات المصرفية.

ويقصد بنظام التسوية الاجمالية الفورية نظام تسوية المبالغ الاجمالية في وقت حقيقي ويتم سير التحويلات بصفة مستمرة وعلى الفور وبدون تأجيل وعلى أساس اجمالي . كما يعرف أيضا انه نظام مركزي الكتروني يعمل على أساس فوري اجمالي نهائي، ومستمر لتنفيذ أوامر التحويل الدائنة، ويوفر نقطة تسوية لأنظمة التصفية العاملة في بلد ما من خلال الحسابات المركزية للمصارف. كما يقصد بالتسوية الاجمالية كل عملية يجري تنفيذها في بنك الجزائر على أساس اجمالي بعد التأكد من كفاية الرصيد، والتسوية الفورية يدل على استمرارية العمليات دون انقطاع او تأجيل .

تم الشروع في هذا النظام سنة 2004 وذلك بتحديد الخصائص التقنية والتشغيلية، ومن ثم تجريبه من نهاية سنة 2005 ومطلع شهر فيفري 2006، بحضور ممثلي البنك الدولي للتأكد من سلامة تشغيل النظام واستجابته للمعايير الدولية .

ثانيا: تأسيس نظام المقاصة الالكترونية للمدفوعات ACTI

هو نظام مكمل للنظام السابق يختص بالمعالجة الآلية لوسائل الدفع العامة المستخدمة في نظام الدفع العام، وصكوك تحويل اقتطاع عمليات السحب والدفع بالبطاقات البنكية وذلك باستعمال وسائل متطورة مثل برمجيات مختلفة. ويمثل هذا النظام المعتمد في 15 ماي 2006، القسم الثاني من أنظمة الدفع المتطورة، ووفق المعايير الدولية وهذا اهدف التحسين النهائي للخدمات المقدمة للعملاء .

و دخل هذا النظام حيز التنفيذ بالاشتراك بنك الجزائر وكل البنوك التجارية والمؤسسات المالية، اتصالات وبريد الجزائر، وذلك عبر كامل الفروع والمكاتب المتواجدة بالجزائر، ويعتمد هذا النظام على نظام التبادل المعلوماتي للبيانات الرقمية والمحاسبية .

الفرع الثاني: وسائل الدفع الالكترونية المعتمدة في الجزائر

في اطار تحسين الخدمات المصرفية وتسيير التعاملات النقدية ما بين المصارف الجزائرية، ثم انشاء شركة مساهمة تضم بنوك عمومية هي بنك الجزائر، بنك الفلاحة والتنمية الريفية بنك التنمية المحلية البنك الخارجي الجزائري الصندوق الوطني للتوفير والاحتياط، القرض الشعبي الجزائري وصندوق الوطني للتعاون الفلاحي، حيث تقوم بصناعة البطاقات المصرفية الخاصة بالسحب وطبع الإشارة السرية وفقا للمقاييس الدولية. و نشأت هذه الخدمة بموجب عقد مبرم بين شركة المساهمة مع شركة ساتيم *SATIM société algérienne* *d'automatisation des transactions* الذي يحدد إجراءات التسليم وعمليات ربط الموزعات الآلية مع الشركة "ساتيم" عن طريق شبكة اتصال تسمح بالقيام بعمليات السحب سواء كانت على مستوى الداخلي او الخارجي، كما تعمل شركة ساتيم على تأمين قبول البطاقات في جميع البنوك المشتركة و اجراء عملية المقاصة لصفقات السحب بين البنوك وتأمين تبادل البطاقات المالية .

وفي عام 1997 قامت شركة ساتيم بإعداد شبكة الكترونية بين البنوك الجزائرية تعطي الإصدارات المتعلقة بالبطاقات المصرفية الخاصة بالسحب من الموزع الآلي محليا مما يمكن البنوك المحلية والأجنبية من سحب الأموال بالاستخدام الموزع الآلي مباشرة .

وقد اعترف المشرع الجزائري لأول مرة بالاستخدام التقنيات الالكترونية الحديثة في مجال المعاملات المصرفية، بموجب نص المادة 69 من الامر رقم 11-03 المؤرخ في 26 اوت 2003 المتعلق بالنقد والقرض. التي من خلالها اعتبر جميع الأدوات التي تمكن الأشخاص من القيام بتحويل الأموال مهما كان "سند" او "أسلوب التقني" المستعمل فيها كوسيلة دفع حديثة في ميدان المصرفي، حيث لم يتطرق في هذا الامر الى تعريف النقود الالكترونية ولا العملات الافتراضية، ولم ينظم خدمات الشركات المالية والمؤسسات المصدرة للنقود الالكترونية ورقابتها، بل اكتفي فقط بالكشف عن ارادته ونيته في استخدام تقنيات الدفع الالكتروني الحديثة في المعاملات المصرفية.

ولكن بصور القانون رقم 17-11 المؤرخ في 27 ديسمبر 2017 المتضمن لقانون المالية لسنة 2018، قام المشرع الجزائري بموجب احكام المادة 117 منه، بمنع جميع التعاملات الالكترونية

المتعلقة بشراء وبيع وحيازة العملات الافتراضية التي تفتقد للدعامة المادية كالقطع والأوراق النقدية و عملات الدفع بالصك او بالبطاقات المصرفية .

اما من حيث استعمال وسائل الدفع الالكترونية في البنوك الجزائرية فتشير الاحصائيات الى محدودية التعامل بالبطاقات البنكية بسبب غياب ثقافة بنكية لدى العملاء ومحدودية عدد الموزعات الالية التي تتعطل أحيانا وتتطلب تكاليف الصيانة مرتفعة، الامر الذي يحول دون استعمالها وتفضيل الدفع التقليدي بدل الالكتروني .

وذلك بالرغم من سماح المشرع الجزائري بموجب احكام المادتين 543 مكرر 23، و543 مكرر 24 من القانون التجاري بإمكانية التعامل تجاريا ببطاقات الدفع والسحب الالكترونية التي تصدرها المصارف والمؤسسات المالية المؤهلة قانونا لأصحابها، حيث يمكن لمالك البطاقات القيام بعمليات سحب وتحويل الأموال، ولا يمكن الاعتراض على عملية الدفع الا في حالة ضياع او سرقة البطاقة المصرح قانونا .

لذا الزم المشرع الجزائري بموجب احكام المادة 111 من القانون 17-11 المؤرخ في 17 ديسمبر 2017 المتضمن قانون المالية لسنة 2018، كل متعامل اقتصادي يقدم سلعا او خدمات للمستهلكين ان تكون لديه وسائل الدفع الكترونيا، تسمح للمستهلكين بدفع ثمن مشترياتهم باستعمال بطاقات الدفع الالكتروني بناء على طلبهم، حيث يتعين على المتعاملين الاقتصاديين الامتثال لأحكام المادة 111 في اجل سنة واحدة ابتداء من تاريخ نشر قانون المالية لسنة 2018 في الجريدة الرسمية أي في 28 ديسمبر 2018، وكل مخالفة له يعاقب عليها بغرامة خمسون الف دينار (50000 دج) .

كما انه بإصدار المشرع للقانون المتعلق بالتجارة الالكترونية رقم 18-05 بتاريخ 10 ماي 2018، والذي نظم فيه "الدفع في المعاملات الالكترونية" في الفصل السادس منه، يكون قد اكد بصفة نهائية على وجوب اعتماد الدفع الالكتروني يتم من خلال منصات دفع مخصصة لهذا الغرض، منشأة ومستغلة حصريا من طرف البنوك المعتمدة من قبل بنك الجزائر وبريد الجزائر، وموصولة بأي نوع من أنواع محطات الدفع الالكتروني عبر شبكة المتعامل العمومي للمواصلات السلكية واللاسلكية .

والجدير بالملاحظة ان كل من الامر رقم 03-11 المتعلق بالنقد والقرض والقانون رقم 18-05 المتعلق بالتجارة الالكترونية، لم يحدد قائمة لوسائل الدفع الالكتروني المعتمدة او المرخص استعمالها في التعاملات الالكترونية، وهذا في انتظار النصوص التنظيمية لقانون التجارة الالكترونية التي هي في مرحلة الاعداد. وانما نستنتج انه من خلال التطور الملحوظ للصرافات الالية، ان تزايد نسبة استخدام البطاقات المصرفية المحلية والدولية "في عمليات السحب والدفع" بشكل كبير خاصة بعد سنة 2007.

ومازال استخدام الدفع عم طريق الانترنت ضعيفا وذلك لعدة أسباب. اما الدفع عبر الهاتف النقال فيبقى استخدامه محصورا فقط في المشتركين في شبكة جازي الحاملين لبطاقات بنكية تابعة للشبكة الوطنية للخدمات المصرفية الالكترونية بين البنوك، ليقوموا بشراء رصيد او دفع فواتيرهم عبر واجهات الدفع الالكتروني " e-flexy"، و"web-facture". وتتوفر حاليا

بالجزائر خدمة الدفع الالكتروني فقط لشركات الخدمات الكبرى مثل دفع الفواتير استهلاك الماء والطاقة، والهاتف الثابت المحمول، والنقل الجوي.¹

المطلب الثاني : متطلبات تنشيط الصيرفة الالكترونية بالجزائر

لحد الساعة تبقى المصارف الجزائرية بعيدة على ان تكون مصارف الكترونية بالمعنى المتعارف عليه عالميا، نتيجة وجود معوقات والتي يستدعي منها ضرورة الأخذ بجملته من الإجراءات لتأهيل أداء القطاع المصرفي الجزائري ورفع إمكانياته، للارتقاء الى مستوى التحديات التي يواجهها، وبالتالي مواكبة مستجدات الصيرفة الالكترونية .

وهذه الإجراءات والمتطلبات سواء كانت متعلقة بالاقتصاد ككل او بالمصرف نفسه، الامر المؤكد ان البيئة المناسبة جدا للمصارف الالكترونية ونشاطها هي بيئة الاقتصاد الرقمي والحكومة الالكترونية، واهم الإجراءات ما يلي:

- ❖ الارتقاء بالعنصر البشري الذي يعد من الركائز الأساسية للارتقاء بالأداء المصرفي.
- ❖ زيادة الانفاق الاستثماري في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات.
- ❖ الاستعداد لتطبيق ثقافة إدارية جديدة تأخذ في الاعتبار التغير المستمر في أوضاع السوق المصرفية، وبالتالي التطوير والاستمرارية والتفاعلية مع المستجدات.
- ❖ توسيع الشبكات المصرفية التي تكون بمثابة حلقة وصل الكترونية بين المصارف من جهة وباقي فروعها بما حقق السرعة في تدويل المعلومات الخاصة بالعملاء، بالإضافة الى الربط الشبكات الالكترونية الخاصة بالمصارف العالمية.
- ❖ انشاء شبكة الكترونية مصرفية وطنية وتوسيع استخدام البطاقات الائتمانية وشبكة الانترنت. ولقد بادرت بعض المصارف في الجزائر بتطوير شبكات الالكترونية للدفع والسداد منتشرة في بعض النقاط المحدودة داخل التراب الوطني "انترنت"، ولكن البعض منها لم يستمر طويلا بسبب اعتماد هذه المؤسسات على حلول جاهزة غير ملائمة للأوضاع المحلية، ولكن الطلب المتزايد عليها شجع بعض المصارف والمؤسسات المالية في الاستمرار في تقديم بعض المصارف التجارية.
- ❖ وضعي المقاصة الالكترونية بالتنسيق مع البنك المركزي.
- ❖ تحديث وسائل الدفع وخاصة الدفع بالبطاقة الالكترونية والدفع عن طريق الانترنت، وتعميم عملية الدفع عن طريق الانترنت.²

المطلب الثالث : اهمية العمل بالصيرفة الالكترونية في الجزائر

¹ حمد بوراس، العمليات المصرفية الالكترونية، مجلة العلوم الإنسانية، جامعة محمد خيضر بسكرة، العدد الحادي عشر، 2007، ص 203

² حمد بوراس نفس المرجع السابق ص 173

ان تبني نظام الصيرفة الالكترونية في الجزائر سيؤدي الى حدوث العديد من التغيرات الإيجابية على اقتصاد بصفة عامة والنظام المصرفي في الجزائر وذلك من خلال :

1. تأثير الصيرفة الالكترونية على الاقتصاد الجزائري :

ان مرور الاقتصاد الجزائري بفترة انتقالية نحو اقتصاد السوق جعله مستعدا لتبني كل الوسائل التي تؤدي به الى استقرار .

1) بناء الاقتصاد الرقمي الجزائري : ان تبني نظام الصيرفة الالكترونية يكون القاعدة نحو الانطلاق في المشاريع رقمية الأخرى، تنتقل الاقتصاد الوطني نحو اقتصاد رقمي يقوم أساسا على التقنية المعلوماتية الرقمية، ويوظف المعلومات والمعرفة في ادارته، بوصفها المورد الجديدة للثورة، ومصدر الهام للابتكارات الجديدة، وبذلك تساهم الصيرفة الالكترونية بشكل كبير في تبني هذا النوع من الاقتصاد .

2) محاربة الاقتصاد الموازي : لقد فرض تأخر وسائل الدفع في المنظومة المصرفية الجزائرية على المتعاملين التجاريين التعامل خارج الدائرة المصرفية.

هذا التعامل قد ساعد على التداول النقود خارج هذا الاطار والذي ساهم في بروز ظاهرة الاقتصاد الموازي وتفشي ثقافة الاكتمال، كلها عوامل ساعدت على ارتفاع السوق الموازية، وهذا الامر اصبح يهدد الاقتصاد الوطني الذي مازال هشا، وبالتالي فان اعتماد الصيرفة الالكترونية وإقامة أنظمة دفع الكترونية سوف يسهل دخول النقود المتداولة في السوق الموازي الى دائرة السوق المصرفية وبالتالي المساهمة في التخفيف من حدة الاقتصاد غير الرسمي .

3) تطوير التجارة الالكترونية في الجزائر: ان أساس ظهور التجارة الالكترونية يعود في الأصل الى مدى انتشار استخدام وسائل الدفع الالكترونية والصيرفة الالكترونية، وبالتالي على الجزائر تدعيم الصيرفة ووسائل الدفع الالكترونية لإيجاد وسط مناسب لهذه التجارة.

2. تأثير الصيرفة الالكترونية على النظام المصرفي الجزائري :

ان اعتماد الصيرفة الالكترونية في النظام المصرفي الجزائري سوف يتيح للنظام :

1- مواكبة المصارف الجزائرية للتطورات العالمية : خاصة في ميدان الخدمات المصرفية الالكترونية، علما انها تستعد للاندماج في الاقتصاد العالمي وتبحث عن جلب الاستثمار الأجنبي .

2- تخفيض التكاليف

3- تعزيز الشفافية : ان استخدام الانترنت في المصارف والمبادلات الالكترونية

4- تفعيل دور البورصة القيم المنقولة بالجزائر 1.

¹ قاسي ياسين، فايد كمال، إسهامات الصيرفة الالكترونية في تحقيق التنمية المستدامة بالجزائر، ملتقى الدولي الرابع حول عصنة نظام الدفع في اشكالية اعتماد التجارة الالكترونية في الجزائر، جامعة البليدة، ص البنوك الجزائرية 09.

المبحث الثاني : واقع تطبيق اليات الصيرفة الالكترونية في بنك القرض الشعبي الجزائري CPA وكالة عين تموشنت

من أجل إثراء الرصيد المعرفي في هذه المذكرة عمدنا إلى القيام بتربص تطبيقي على مستوى وكالة القرض الشعبي الجزائري " CPA عين تموشنت" وهذا لدراسة أكثر عمقا باعتبار أن القرض الشعبي الجزائري رائد في كل المجالات خاصة مجال الصيرفة الالكترونية.

المطلب الأول : تقديم بنك القرض الشعبي الجزائري CPA

يعتبر القرض الشعبي الجزائري أول بنك يتعامل مع شركة SATIM ، وأول بنك يتعامل البطاقات البنكية في الجزائر، كما أنه أول بنك في الجزائر يتعامل مع المؤسسات الدولية المصدرة للبطاقات كارد فيزا و ماستر كارد، ولهذه الاسباب ارتأينا أن نقوم بتقديم نبذة عن البنك.

1- نشأة القرض الشعبي الجزائري

القرض الشعبي الجزائري بنك عمومي تم إنشائه وفقا للقرار رقم 366- 66 بتاريخ 29 ديسمبر 1966، برأسمال ابتدائي قدره 15 مليون دج، حيث ورث القرض الشعبي الجزائري الاعمال المسيرة من قبل البنوك الشعبية مثل :

- ❖ البنك الشعبي التجاري والصناعي للجزائر.
- ❖ البنك الشعبي التجاري والصناعي لوهران.
- ❖ البنك الشعبي التجاري والصناعي لقسنطينة.
- ❖ البنك الجهوي التجاري والصناعي لعنابة.
- ❖ البنك الجهوي للقرض الشعبي الجزائري .

هذا بالإضافة لبنوك أجنبية أخرى :

- ❖ بنك الجزائر- مصر
- ❖ المؤسسة المرشيلية للقروض. Société Marseillaise du Crédit
- ❖ المؤسسة الفرنسية لقروض البنوك Compagnie Française de Crédit et de CFACB Banque.

في عام 1985 تم إنشاء بنك التنمية المحلية عن طريق تنازل القرض الشعبي الجزائري عن 04 وكالة من وكالته و550 موظف من موظفيه بالإضافة ل 89.000 حساب بنكي لصالح هذا البنك، وبعد سنة 1988 وتبعاً للقانون الخاص باستقلالية المؤسسات، أصبح القرض الشعبي الجزائري مؤسسة عمومية اقتصادية ذات أسهم، وبرأس مال ذو ملكية خاصة للدولة.

سمح الانفتاح الاقتصادي للقرض الشعبي الجزائري أن يعزز مركزه في السوق الوطنية من خلال إتباع تنظيم جديد وتوجيهات حديثة في مجال التسيير، عن طريق إعادة التنظيم

الشامل لهياكل البنك وتعزيز المراقبة، الأمر كزنية القرار، استغلال العوائد، تنوع التعاملات لمجالات جديدة والاهتمام أكثر بالمحفظة وتنوع مصادر ها لجعلها أكثر مردودية، هذا التوجه الجديد في السياسة الادارية والتجارية أدى إلى ميلاد هيكل تنظيمي جديد يمكن تلخيصه فيما يلي :

1. **الرئاسة المديرية العامة :** هي مركز القيادة والقرار والمراقبة تهتم بتسيير وإدارة أعمال المؤسسة، وتقوم بتحديد وتطبيق الاستراتيجيات وخطط العمل، تعمل تحت سلطة رئيس مدير عام.

2. **المديرية العامة المساعدة الخاصة بالتزامات :** تؤمن الالتزامات والقضايا القانونية، هذه المديرية العامة تهتم بتمويل المؤسسات بأخذ بعين الاعتبار القواعد المسطرة من قبل بنك الجزائر، كما تهتم بحل ومتابعة المنازعات، تقييم مخاطر تسيير المنازعات، تحديد القطاعات ذات العوائد والمدرة الارباح .

3. **المديرية العامة المساعدة لاستغلال :** لها كمهمة وضع التقديرات المالية، تسيير الخزينة، وضع وتطبيق المخطط التنموي للشبكة، مخطط التسويق والاتصال، دراسة السوق وعن طريقه إصدار خدمات جديدة في مجال الادخار، تطوير وتسيير النقد الالي، المساعدة على مراقبة كل الشبكة في مجال الاستغلال

4. **المديرية العامة المساعدة الادارة والتطور :** لها كمهمة تأطير وتسيير الوسائل البشرية، تطبيق مخطط إنشاء الهياكل، تحديد العمليات المحاسبية للبنك، وبالتالي لها مهمة أساسية خاصة تتمثل في تطبيق نظام معلوماتي وتنظيمي وكذا مراقبة التسيير.

5. **المديرية النقدية للقرض الشعبي الجزائري :** القرض الشعبي الجزائري باعتباره بنك مفتوح لكل التطورات التكنولوجية بالنظر إلى توسع نشاطاته، اتبع تقنيات جديدة تجعله رائدا في ميدان النقد الالي في الجزائر وهذا منذ سنة 1989 .

كما تهتم المديرية النقدية بإصدار نظام دفع بالبطاقات البنكية الوطنية والدولية، ونهائيات الدفع الالكتروني TPE بالموازاة مع تركيب الموزعات الالية للأوراق النقدية DAB كما تقوم بعمليات إنشاء واستغلال الانظمة، إنجاز الاجراءات المعلوماتية، وكذا تسيير الوظائف الأساسية لتطوير عمل الانظمة المعلوماتية والالية، ونذكر من المهام الرئيسية للمديرية النقدية للقرض الشعبي الجزائري :

❖ تطوير الجوانب التقنية التي تسمح بتعميم وسائل الدفع بواسطة البطاقات البنكية الوطنية والدولية

❖ وكذلك تعمل على تطوير الخدمات الشبه بنكية التي تسمح بالسير الحسن للعمليات الخاصة بالتعاملات بواسطة البطاقات البنكية المصدرة، والتي يتم قبولها من قبل الشبكة الخاصة بالبنك.

❖ كما تهتم المديرية النقدية بتسيير المعلومات المرسله من قبل الوكالات البنكية والخاصة بطالبي البطاقات لغرض تشخيص بطاقتهم البنكية، وبالتالي العمل على

تسيير العالقات مع الانظمة الدولية القابلة للتعامل بهذه البطاقات وفقا للمعلومات المستقاة والخاصة بكل حامل بطاقة والعملية التي تم إجراؤها، عن طريق عمليات تقنية وبنكية، وذلك يكون دوما وبصفة متكررة .

❖ القيام بعمليات المتابعة التقنية للموزعات الالية للأوراق النقدية ونهائيات الدفع الالكتروني واستغلال المعلومات المتعلقة بالعمليات التي تمت بواسطة البطاقات البنكية.

❖ تحليل ودراسة اصدار الكتابات المحاسبية الازمة للهيكل المتخصصة¹.

2- مهام القرض الشعبي الجزائري :

ان القرض الشعبي الجزائري له مهمة أساسية المساهمة تطوير القطاعات الخاصة بالصحة والصيدلة، التجارة والتوزيع، الفنادق، السياحة، الاتصال، الصناعات الصغيرة والمتوسطة والترقية العقارية والصناعات التقليدية .

وتبعا للقوانين السارية في الجزائر، فإن القرض الشعبي الجزائري يهتم أيضا بالعمليات الخاصة بدراسة القروض البنكية، قبول الايداعات، تقديم القروض بكل أنواعها، الاشتراك في رؤوس أموال المؤسسات، إصدار قروض بمشاركة بنوك أخرى أو شراء القروض، ويهدف البنك من خلال ذلك إلى تطوير حصة البنك في السوق، تقوية عمليات المراقبة، تحسين فعالية التسيير بغرض تأمين التحويلات اللازمة حسب متطلبات السوق وتنويع مصادر المحفظة وكذا تشتيت المخاطر، إضافة إلى العمل على تطوير التجارة عن طريق إدخال تقنيات إدارية وتسويقية جديدة، تصور وادخال وأنواع جديدة من المنتجات والخدمات البنكية .

كما يعمل البنك أيضا على تسيير فعال للموارد البشرية وتحديد الوسائل المادية والتقنية حسب حاجة البنك والسعي نحو تحسين وتطوير أنظمة العالم الالي والاتصال.

اضافة إلى كل ذلك، فإن المصالح التابعة للمديرية النقدية للقرض الشعبي الجزائري تحرص على القيام بالعديد من الوظائف حيث نذكر منها:

❖ ترجمة واستغلال المراجع والمراسلات القانونية والتنظيمية والتقنية التي يتم تلقيها من طرف VISA أو Mastercard

❖ وضع تقارير إحصائية شهرية أو لكل ثلاثة أشهر خاصة بالنشاطات التجارية لكل من Mastercard أو VISA وكذا لما يتم تحقيقه من عوائد للقرض الشعبي الجزائري.

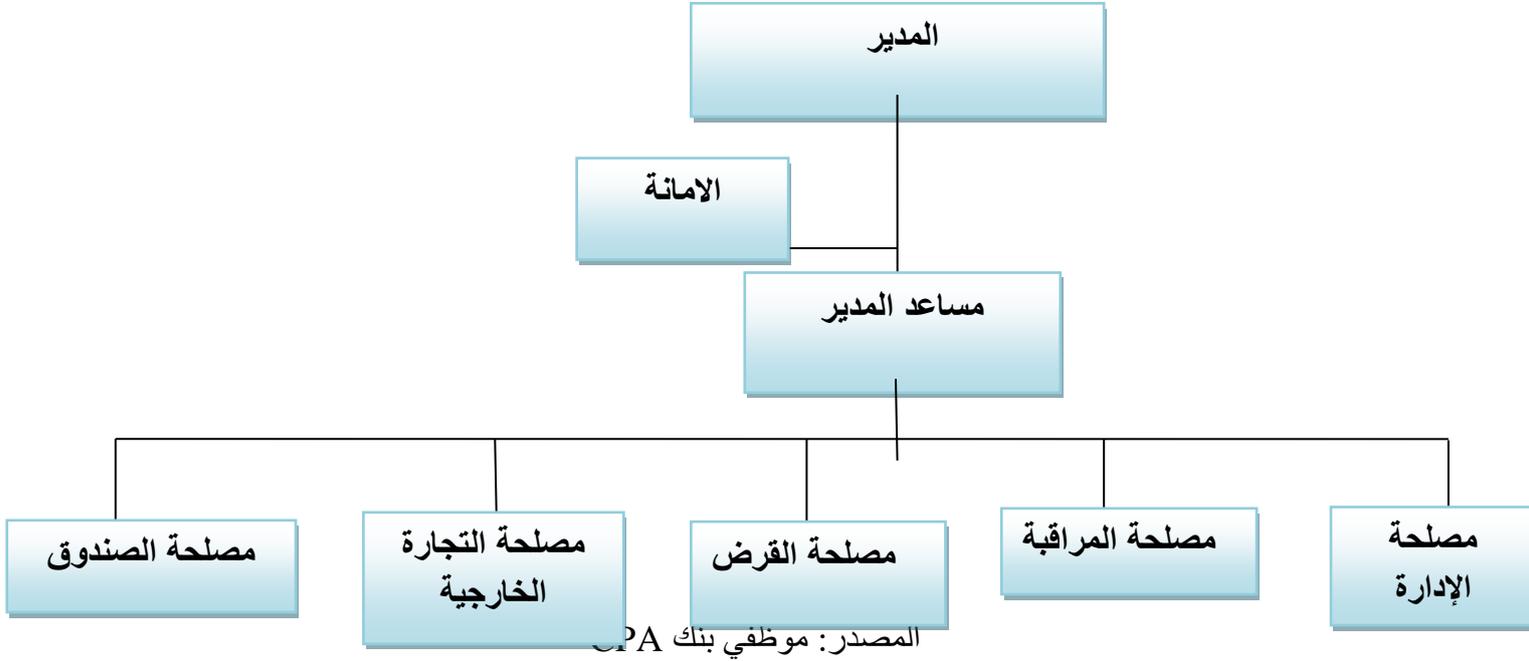
❖ التسيير والمتابعة الداخلية للمراجع والاعمال المقدمة من قبل Mastercard أو VISA .

❖ انشاء وارسال المراسلات بين المصالح لطلب الفواتير الفندقية والمعلومات الخاصة بالعمليات التي تم إجراؤه.

¹ معلومات مقدمة من طرف موظفي البنك CPA

المطلب الثاني : لمحة حول وكالة القرض الشعبي الجزائري

الشكل 3-1: يوضح الهيكل التنظيمي لوكالة CPA عين تموشنت



المصدر: موظفي بنك CPA

I. مهام وأهداف الوكالة :

مهام الوكالة : تسند وكالة CPA على عدة مهام من بينها مايلي :

- معالجة العمليات البنكية المتعلقة بالعملاء وتطوير عالقات تجارية معهم ؛
- استقبال، دراسة، اتخاذ القرارات وتنفيذها فيما يتعلق بالقروض في حدود ما هو مسموح به للوكالة ضم تنظيمات، وحسب القواعد والاجراءات الداخلية للبنك؛
- تقديم الخدمات البنكية الالكترونية ؛
- توفير وتطوير شبكات جديدة، ووضع وسائل حديثة وأجهزة وأنظمة معلوماتية؛
- توسيع نشاطات البنك فيما يخص التعاملات خاصة التجارة الخارجية؛
- تحسين نظام المعلومات من خلاله توسيع استخدام الاعلام الالي .

II.1 أهداف الوكالة : تتمثل هذه الأهداف في :

- منافسة البنوك الاخرى في مجال التسيير وتقديم الخدمات وتحسين ظروف العمل وتوفير أحسن الخدمات للعميل؛
- تجديد الممتلكات والوسائل؛

• إيجاد سياسة أكثر فعالية في جميع الموارد؛

• تطوير نوعية الخدمات المقدمة؛

• المساهمة في دعم الاقتصاد الوطني؛

• العمليات المتعلقة بالسحب على الاجهزة التابعة للبنوك الأخرى.¹

المطلب الثالث: آليات تطبيق الصيرفة الإلكترونية في بنك CPA وكالة عين تموشنت

يعتبر بنك القرض الشعبي الجزائري CPA من بين المؤسسات المصرفية العريقة في الجزائر حيث استطاعت ان تشغل خبرتها وتجربتها الطويلة في مجال المعاملات البنكية في إحداث بعض التغييرات والتجديدات في أساليب عملها وتطوير نظم خدماتها المقدمة لزبائنها رغبة منها في مجاراة التطورات العالمية، وهذا ما دفع بنك CPA إلى إدخال النظم المتطورة للبطاقات البنكية على خدماتها سواء تعلق الأمر بالسحب أو الدفع حيث نجد :

1- البطاقة البنكية: CIB تسمح بطاقة (CIB) حاملها باستغلالها داخل كامل التراب الوطني، حيث يصدرها القرض الشعبي الجزائري، موصولة بشبكة النقد مابين البنوك (RIM Interbancaire Monétique Réseaux)، وتقبل في التعامل بها من طرف البنوك الأخرى و بريد الجزائر.

تتضمن هذه البطاقة شريحة إلكترونية (Une pus) مضبوطة وفقا لنموذج (Mastercard - visa Europay)، الأمر الذي يتضمن الحماية المطلوبة عند التعامل بها وتسمح لحاملها بسحب أموالهم في أي وقت عبر كل الموزعات الآلية للأوراق النقدية ذات الدفع المسبق، وكذلك تسوية مشترياتهم والخدمات المقدمة لهم بواسطة جهاز الصراف الآلي، كما تقدر مدة صلاحيتها بستنين وتجديدها يكون تلقائي إلا في حالة إلغائها من طرف بنك CPA، حيث نميز منها نوعين:

البطاقة العادية (الكلاسيكية) : وتمنح أصحاب الدخل المتوسطة والثابتة ومدة صلاحيتها عام وشهرين وتحدد قيمة الحد الأدنى للرصيد وسقفه حسب دخل الفرد ؛

البطاقة الذهبية : وتمنح أصحاب الدخل المرتفعة وسقف هذه البطاقة يفوق 50000 دينار جزائري، ومدة صلاحيتها عامين.

1-1 إجراءات الحصول على بطاقة الوطنية CIB :

يمكن لاي زبون أن يحصل على بطاقة CIB وذلك بتقريبه من الوكالة وبالضبط على مستوى المكلف بالزبائن أي يبدي رغبته في الحصول على بطاقة، حيث يقوم المكلف بالزبائن على إثر ذلك بتقديم كل المعلومات الخاصة بكيفية الحصول على البطاقة وطريقة استخدامها، ويطلع في نفس الوقت على وضعية الزبون، مهنته، دخله، امتلاكه لحساب على مستوى وكالة CPA أو لا وغير ذلك من المعلومات، لمعرفة مكانية منحه إمكانية منح الزبون هذه البطاقة من عدمها، وبعد تأكد المكلف بالزبائن من وضعية الزبون او البطاقة يقدم له عقدا هو عقد البطاقة البنكية للدفع CIB من أجل وضع البيانات اللازمة عليه والتوقيع، ويتكون هذا العقد من ثالث نسخ، نسخة

¹ معلومات مقدمة من طرف موظفي البنك

يحتفظ بها الزبون، أخرى للهيئة النقدية والاحيرة تحتفظ بها الوكالة البنكية، ويتضمن هذا العقد على المعلومات التالية:

اسم الوكالة ورقمها، رقم العقد، تاريخه، نوع البطاقة.

معلومات خاصة بصاحب الحساب: الاسم، اللقب، اسم المؤسسة (في حالة المؤسسة هي المالكة للحساب)، العنوان الشخصي، المدينة، رقم الهاتف، رقم الحساب، دخل صاحب الحساب، تحديد ما إذا كان صاحب الحساب هو نفسه صاحب البطاقة أم غير ذلك .

معلومات خاصة بصاحب البطاقة: اسم ولقب حامل البطاقة، مهنته، تاريخ ومكان الازدياد.... الخ هذه المعلومات تكون مختلفة عن البيانات السابقة في حال ما إذا كان حامل البطاقة وصاحب الحساب لا يمثلان نفس الشخص .بالإضافة إلى ذلك تحديد السقف الشهري المسحوبات والمدفوعات، رقم البطاقة وتاريخ انتهاء صلاحيتها مكان خاص بمدير الوكالة ليديلي بحكمه مساحة مخصصة لإمضاء كل من صاحب الحساب، حامل البطاقة ومدير الوكالة أما الجهة الخفية للعقد فتحتوي على الشروط العامة لاستخدام البطاقة .

وبعد موافقة الوكالة على العقد والمعلومات الواردة فيه ومقدمة من طرف الزبون بإضافة إلى تقديم وثائق الثبوتية (بطاقة التعريف، رخصة السياقة...) ترسلها إلى الهيئة النقدية لتشرع في إعداد الكشوفات اللازمة لإتمام العمليات الخاصة بإصدار البطاقة من إدخال المعلومات في الشريط الممغنط وغير ذلك.

بطاقة International VISA / CPA :

هي بطاقة دولية للسحب والدفح يصدرها بنك CPA بناء على موافقة المنظمة العالمية VISA CARD، وطبقا لأحكام وشروط هذه المنظمة وهي موجهة للعملاء الوطنيين الذين يملكون حسابا بالخارج، وللمؤسسات المصدرة للسلع والخدمات نحو الخارج، حيث تمكنهم من تسوية مشترياتهم والسحب من أرصدهم في أي وقت، وقد تم إصدار هذه البطاقة لأول مرة على مستوى البنك CPA سنة 1989 م، ويكون ذلك حسب نوع البطاقة التي يحملها العميل ونميز:

بطاقة العادية (الكلاسيكية) : تتيح لحاملها سحب مبلغ 200 أورو يوميا كحد أقصى أو تسديد ما يعادل هذا المبلغ من المشتريات ؛

بطاقة الذهبية : تمكن حاملها من سحب مبلغ 800 أورو يوميا، مع الإشارة إلا أن هذه البطاقة لم تصدر بعد من طرف CPA، ويشترط للحصول على هذه البطاقة أن يكون لدى العميل حسابين بالعملة الوطنية والعملة الصعبة، هذه البطاقة تمنح أصحاب الحسابات بالعملة الصعبة وهي صالحة لمدة سنة قابلة للتجديد.

إجراءات الحصول على البطاقة الدولية: VISA CPA يمكن ألي شخص تتوفر فيه شروط الحصول على البطاقة، أن يصبح مالكا لها وذلك بإتباع الخطوات الاتية الذكر:

1- تقديم العميل بطلب الحصول على البطاقة: يتقدم العميل الراغب في الحصول على البطاقة إلى مكلف الزبائن على مستوى الوكالة البنكية SPA حيث يتعين عليه ملا نموذج خاص بهذا

الغرض، ولتقبله يجب على المكلف بالزبائن أن يتأكد من امتلاك الزبون لحسابين في البنك، أحدهما بالعملة الصعبة والآخر بالعملة الوطنية، وفي حالة عدم امتلاكه للحسابين المذكورين فهو مطالب بفتح حسابين جديدين وتجميد مال يقل عن 1525 أورو في حسابه بالعملة الصعبة، وعن 20000 دج في حساب العملة الوطنية. حيث يتكون نموذج طلب البطاقة من 3 نسخ، نسخة يحتفظ بها الزبون، وأخرى للهيئة النقدية والآخرى تحتفظ بها الوكالة البنكية، بحيث تتضمن كل نسخة المعلومات التالية:

- معلومات محددة لهوية طالب البطاقة من اسمه، عنوانه، مهنته، ورقم الجواز السفر....
- أرقام الحسابات المفتوحة بالعملة الصعبة والوطنية، تاريخ فتحها وقيمتها.
- مكان مخصص لإمضاء العميل على شهادته بأنه اطلع على شروط العامة المتعلقة بالبطاقة ووافق عليها.
- مكان مخصص لمدير الوكالة ليضع توقيعه وبالتالي فهو يوافق على الطلب، بعد مال الزبون لهذا النموذج بدقة يقوم المكلف بالزبائن بالتأكد من إجابته على كل الأسئلة دون استثناء.

2- دراسة طلب عميل للحصول على البطاقة VISA

تتم هذه العملية من خلال مراجعة حسابات العميل بالعملة الصعبة والوطنية (قيمة الحسابين، أقدمية فتحها، عدد العمليات التي أجريت عليها من طرف العميل...)، بالإضافة إلى اعتبارات أخرى مثل: نزاهة وأخلاقيات العميل. ملائمة العميل.

سيرته وتاريخ حياته المصرفية. دخله الشهري، أقدميته في الوظيفة... وبناء على نتائج هذه الدراسة تتخذ الوكالة القرار بمنح البطاقة للعميل أو عدم منحها وفي كلتا الحالتين تقوم بمراسلة العميل معلمة إياه بقرارها، في حالة القبول تتضمن الرسالة قرار القبول، واستدعاء للزبون تطلب فيه حضوره الشخصي للمضاء العقد الخاص بالحصول على البطاقة.

3- **العقد الخاص بحامل البطاقة:** يتقدم الزبون إلى المكلف بالزبائن على مستوى الوكالة البنكية حاملا معه الاستدعاء السابق، في حين يقدم له المكلف بالزبائن العقد الخاص بحامل البطاقة، والذي يتكون من نسختين نسخة باللغة العربية وأخرى باللغة الفرنسية.

تقوم الوكالة البنكية بإرسال نسخة إلى الهيئة النقدية، حيث يقوم مسؤول قسم المنخرطين والمنتسبين بالتأكد من وضوح المعلومات المسجلة فيها وصحتها ونقلها في سجل العقود الخاص بالهيئة، ومن ثم تخزينها في الشريط الممغنط للبطاقة،

4- **الحصول على البطاقة:** حصول الهيئة النقدية على البطاقة والرقم السري من طرف المصنع، مرفقة بالكشف الموافق لها، إلا أنها لا تحصل على الرمز السري إلا بعد مرور أسبوع وهذا السبب أمنية.

المبحث الثالث: دراسة استطلاعية لعملاء وكالة CPA لولاية عين تموشنت الصيرفة الإلكترونية في تحسين الأداء في البنوك التجارية حول دور الصيرفة الإلكترونية في تحسين أداء المؤسسات المصرفية.

من أجل الوقوف على دور الصيرفة الإلكترونية في تحسين أداء البنوك التجارية، وكالة القرض CPA محل الدراسة وتماشيا مع الطرح النظري لمتغيرات الدراسة (الصيرفة الإلكترونية، الشعبي الجزائري الأداء البنكي) وتحليل العلاقة الناتج التي تجمع بينهما، تم استعانة بأسلوب الاستبيان من خلال طرح مجموعة من الأسئلة على العملاء في وكالة محل الدراسة التي تتناسب مع أبعاد المتغيرين الذين تطرقنا واستخدام الأدوات الإحصائية "SPSS" لهما في الفصل الأول والثاني، وعن طريق استخدام برمجية اللازمة لتحليل نتائج الاستبيان.¹

المطلب الاول : تحديد مجتمع وعينة الدراسة

ارتأينا في بحثنا هذا أن نصل إلى أدق التفاصيل عن الصيرفة الإلكترونية ودورها في تحسين أداء المؤسسات المصرفية الجزائرية، وللوصول إلى المعلومات المطلوبة والتوصل إلى الأهداف المرجوة من المذكرة تم الاعتماد بشكل رئيسي على أسلوب الاستبيان (استمارة الأسئلة) من خلال إجابات العملاء المكونة من 30 عميل على فقرات الاستبيان الذي تم تقسيمه إلى أربعة أبعاد مستقلة وكل بعد يحتوي على مجموعة من الفقرات، حيث كان الهدف من تصميم الاستمارة معرفة دور الصيرفة الإلكترونية في تحسين الأداء وذلك من أجل الوصول إلى النقاط التالية : CPA

1- معرفة درجة تبني الوكالات البنكية لصيرفة الإلكترونية.

التعرف على مدى تأثير الصيرفة الإلكترونية على معاملات البنكية وكذلك على الأداء البنكي ككل، من أجل التعرف على الإجابات العملاء محل الدراسة استخدام مقياس مناسب لتصنيف وتقييم الإجابات الموافقة لكل عبارة، ولقد أختبر مقياس شائع الاستخدام في العلوم الاجتماعية والإنسانية ومن بينها علم الإدارة ويتلخص المقياس في تحديد مجموعة من العبارات تصف الموضوع المراد تقييمه، ويمكن أن تأخذ العبارات صيغا موجبة أو سالبة، يطلب من العميل المبحوث اختيار إجابة لكل عبارة من هذه العبارات وذلك باختيار الإجابة المعبرة أكثر عن اتجاهه، يمثل سلم كارت السلم الذي يستخدم في تصنيف الإجابات على الأسئلة أو العبارات المقياس، هنالك سلم يحتوي ثلاث قيم ،آخر خمس، آخر ست وفي كثير من الأحيان يستخدم السلم ذي خمس درجات كما هو موضح في التالي:

جدول (1-3) دراسة قياسات ليكارت

الوزن النسبي	1	2	3	4	5
الرأي	معارض تماما	معارض	محايد	موافق	موافق تماما

¹ معلومات مقدمة من طرف موظفي البنك

وبما استخدمنا مقياس لكارث الخماسي الذي يعبر عن الخيارات (موافق بشدة، موافق، محايد، غير موافق، غير موافق بشدة) هو متغير تدريبي، والارقام التي تدخل في البرنامج تعبر عن أوزان الاجابات، ولتحديد طول الخلايا مقياس لكارث الخماسي (الحدود الدنيا والعليا)،

دراسة وتحليل الاستبيان

1- المعلومات الشخصية : والتي نبينها في الجداول والأشكال التالية:

أولا : توزيع افراد العينة حسب "النوع" :

والذي يتم توضيحه من خلال الجدول والشكل التالي:

جدول 1-3 : يتم توزيع العينة حسب " النوع "

النوع	التكرار	النسب المئوية
ذكر	19	63.3
انثى	11	36.7
المجموع	30	% 100

مصدر: من اعداد الطالبة استنادا على مخرجات spss

الشكل (2-3) "يوضح نوع الجنس"



من اعداد الطالبة استنادا على مخرجات برنامج spss

بالنسبة للنوع نلاحظ من خلال الجدول والشكل ان نسبة الذكور تمثل 63.3% في حين ان نسبة الاناث تمثل 36.7% وبالتالي فان نسبة الذكور تفوق نسبة الاناث ب 26.6% .

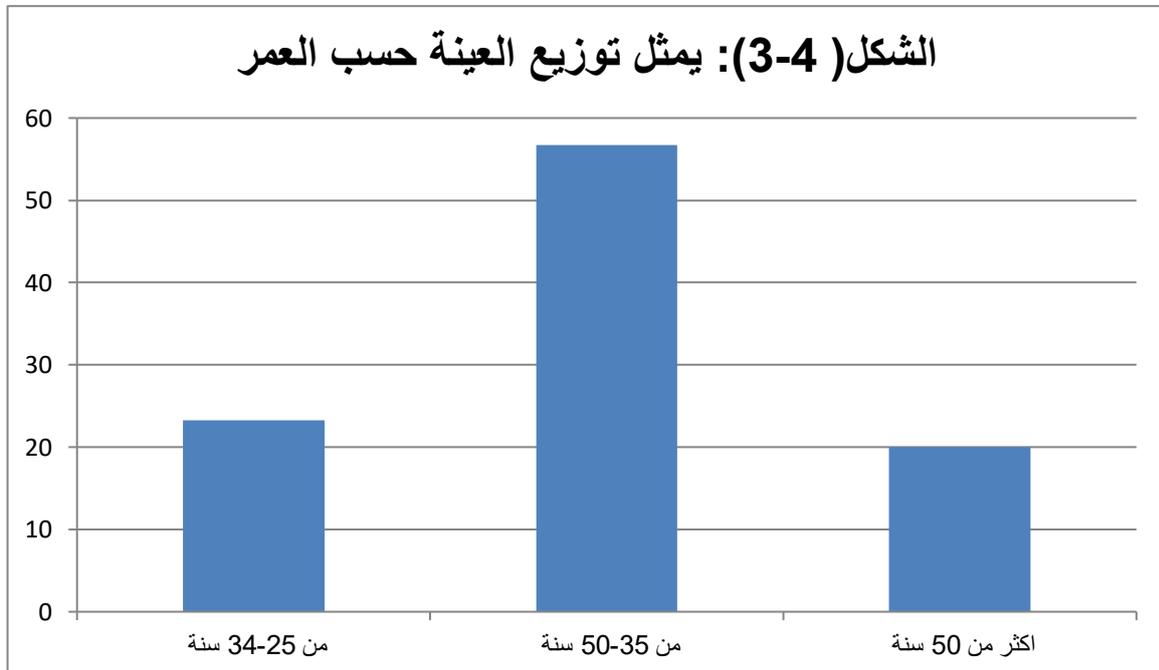
ثانيا : توزيع العينة حسب " العمر "

الذي يتم توضيحه من خلال الجدول والشكل التمثيلي التالي :

الجدول(3-3): يمثل توزيع العينة حسب العمر

العمر	التكرار	النسبة المئوية %
من 34-25 سنة	7	23.3 %
من 50-35 سنة	17	56.7 %
اكثر من 50 سنة	6	20.0 %
المجموع	30	100 %

مصدر: من اعداد الطالبة استنادا على مخرجات SPSS



المصدر : من اعداد الطالبة استنادا على مخرجات SPSS

نجد من خلال الجدول و الشكل البياني ان الفئة من 35 - 50 سنة تمثل اعلى نسبة و بمعدل 56.7 % تليها فئة التي أعمارهم تتراوح من 25-50 سنة و التي تمثل نسبة 23.3 % و الفئة التي أعمارهم اكثر من 50 سنة تمثل 20.0 % .

نلاحظ من خلال المعطيات ان انجذاب الفئة العمرية المتوسطة لبنك CPA وهذا راجع لجودة خدمات التي يقدمها هذا البنك .

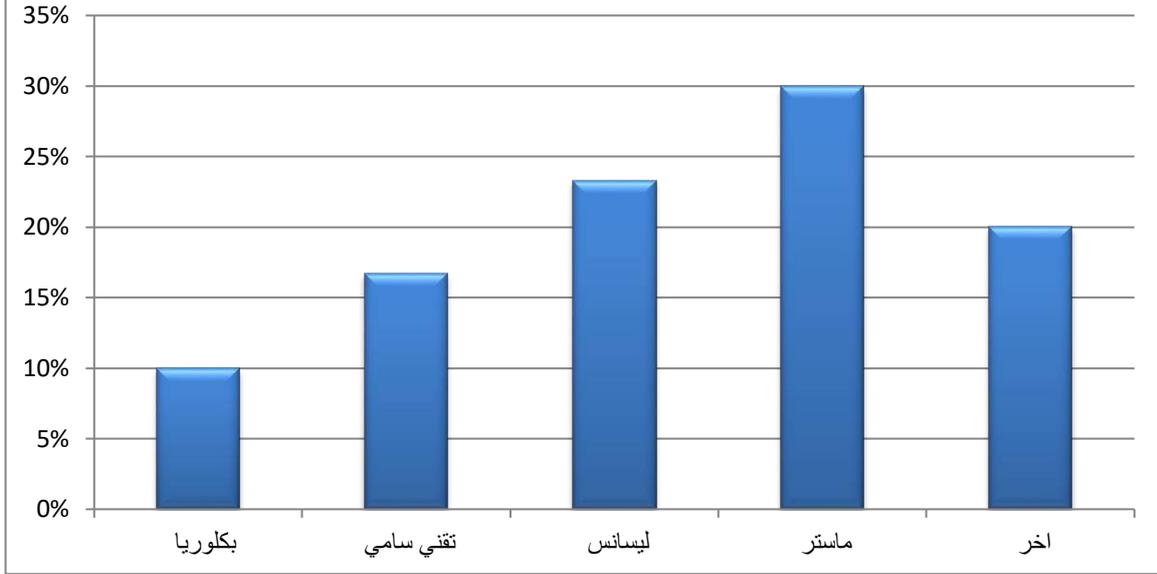
ثالثا : توزيع العينة حسب "المستوى العلمي " الذي يتم توضيحه من خلال الجدول و الشكل التمثيلي التالي :

الجدول (3-3): توزيع العينة حسب "المستوى العلمي"

النسبة %	التكرار	المستوى العلمي
10.0	3	بكلوريا
16.7	5	تقني سامي
23.3	7	ليسانس
30.0	9	ماستر
20.0	6	اخر
100	30	المجموع

مصدر: من اعداد الطالبة استنادا على مخرجات SPSS

الشكل (3-5): توزيع العينة حسب المستوى العلمي



المصدر: من اعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات SPSS

بالنسبة للمستوى العلمي : نلاحظ ان العملاء ذو مستوى ماجستير يحتلون المرتبة الأعلى و التي تقدر بـ 30 % تليها نسبة ذو مستوى ليسانس و التي تقدر بـ 23.3 % و تليها الفئة التي مستواها العلمي اخر تمثل 20 % ثم يليها كل من مستوى تقني سامي و بكوريا بالنسب التالية على التوالي 16.7 % و 10 %.

و هذا يدل على ان اغلب الفئات ذو مستوى جامعي تنجذب الى البنك نظرا لثقافتهم و لتقديمه لأحسن الخدمات و لسد حاجاتهم .

رابعا : مدة التعامل مع البنك

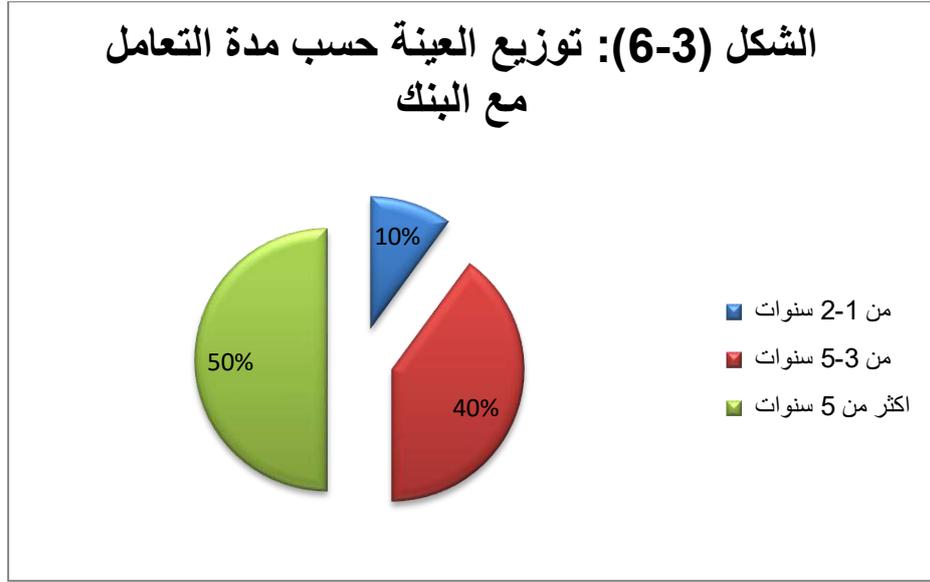
الجدول (3-5) يمثل توزيع العينة حسب مدة تعاملها مع البنك

النسبة %	التكرار	مدة التعامل مع البنك
10.0	3	من 1-2 سنوات
40.0	12	من 3-5 سنوات
50.0	15	اكثر من 5 سنوات
100	30	المجموع

المصدر : من اعداد الطالبة استنادا على مخرجات SPSS

و يمكن توضيح توزيع افراد عينة الدراسة من خلال الشكل التالي

الشكل (3-6): توزيع العينة حسب مدة التعامل مع البنك



المصدر: من اعداد الطالبة استنادا على مخرجات SPSS

بالنسبة لمدة تعامل مع البنك : نلاحظ ان العملاء الذين نسبة تعاملهم مع البنك اكثر من 5 سنوات يحتلون اعلى نسبة و المقدرة ب 50% و تليها الفئة التي مدة تعاملهم مع البنك من 3-5 سنوات بنسبة 40% و أخيرا العملاء الجدد التي مدة تعاملهم مع البنك من 1-2 سنة يمثلون نسبة 10%.

♦ عرض و تحليل نتائج الاستبيان :

تظهر الجداول بالأسفل كل من التوزيع التكراري، الانحراف المعياري، الوسط الحسابي ودرجة الاستجابة للمحورين كل لوحده التي تم التوصل إليها من خلال المدى و هو عبارة عن الفرق بين القيمة الأكبر و الأصغر المعطاة لخيارات مقياس الاستمارة، وباعتبار أننا اعتمدنا على مقياس ليكارت الخماسي و الذي يحتوي على خمسة درجات من 1-5 فقيمة المدى هي (1-5=4) و التي يتم قسمتها على خلايا المقياس (0.8=5/4)، بحيث تضاف هذه القيمة للقيم المعطاة لكل خيار و بالتالي كلما كان الوسط الحسابي محصور في المجال (1-1.81) فهذا يدل على أن درجة الاستجابة منخفضة جداً، أما إذا كان محصور في المجال (1.80-2.60) فنقول أن درجة الاستجابة منخفضة، يليه المجال (2.60-3.40) درجة الاستجابة تكون متوسطة، ثم المجال (3.40-4.20) الذي تكون فيه درجة الاستجابة مرتفعة، أما بالنسبة للمجال (4.20-5) فإن درجة الاستجابة فيه تعتبر مرتفعة جداً و أن المتوسط المعياري يساوي (3).

♦ يوضح الجدول (3-6) التالي توزيع الدرجات حسب سلم ليكارت الخماسي

1-1.79	1.80-2.59	2.60-3.39	3.40-4.19	4.20-5
منخفضة جداً	منخفضة	متوسطة	مرتفعة	مرتفعة جداً

المصدر : سلم ليكارت الخماسي

❖ إذا كانت متوسطات الإجابة أقل من 3: يعني أن ميل المستجوبين إلى رفض محتوى العبارة.

❖ إذا كانت متوسطات الإجابة أكثر من 3: يعني أن ميل المستجوبين إلى قبول محتوى العبارة.

المحور الأول: الصيرفة الالكترونية

جدول (7-3): تحليل عبارات المحور الأول "الصيرفة الالكترونية"

الفقرة	معامل الارتباط	SIG
1	0.293	0.116
2	0.519	0.003
3	0.457	0.11
4	0.394	0.31
5	0.081	0.672
6	0.693	0.000
7	0.753	0.000
8	0.651	0.000
9	0.708	0.000
10	0.754	0.000
11	0.807	0.000
12	0.749	0.000
13	0.742	0.000
14	0.791	0.000

المصدر : من اعداد الطالبة استنادا على مخرجات SPSS

نلاحظ من خلال الجدول العبارة رقم "5" معامل ارتباطها يساوي 0.081 فهذا يدل على أن درجة الاستجابة منخفضة جدا، و هذا ما يؤكد على ضرورة معرفة الطرق المثلى للاستفادة من الصيرفة الالكترونية

المحور الثاني: جودة الخدمات المصرفية

الفقرات	معامل الارتباط	SIG
1	0.708	0.000
2	0.657	0.000
3	0.815	0.000
4	0.718	0.000
5	0.808	0.000
6	0.568	0.001
7	0.744	0.000
8	0.682	0.000
9	0.648	0.000
10	0.804	0.000

المصدر : من اعداد الطالبة اعتمادا على مخرجات SPSS

الجدول (3-8): يمثل جودة و ثبات محاور الاستبيان

الترتيب	ثبات المحاور	عدد العبارات	
2	0.83	14	لصيرفة الالكترونية
1	0.894	10	جودة الخدمات المصرفية
0.880		24	معامل ثبات العام

المصدر: من اعداد الطالبة استنادا على مخرجات SPSS

- من الجدول نلاحظ ان معامل الفا كرونبا الكلي يساوي 0.88 و هذا ما يؤكد على جودة ثبات محاور الاستبيان .
- من الجدول أعلاه ان معامل الفا كرونبا "للصيرفة الالكترونية" يساوي 0.834 و هذا ما يؤكد أيضا على جودة وثبات المحاور الاستبيان.
- من الجدول أعلاه نلاحظ ان معامل الفا كرونبا "لجودة الخدمات" 0.894 و هذا ما يؤكد أيضا على جودة وثبات المحاور الاستبيان .

خلاصة الفصل:

اثناء التربص الذي قمنا به في بنك القرض الشعبي الجزائري و بعد الاطلاع على مختلف اليات الصيرفة الالكترونية التي تمتلكها وكالة CPA محل الدراسة و مختلف المعلومات التي اعطية لنا، و من خلال تصميم الاستبيان متكون من أربعة ابعاد و التي تحتوي مجموعة من الفقرات حول موضوع الدراسة، حيث قدر مجموع العينة ب: 30 عميل، و تم تحليل بيانات الاستبيان عن طريق برمجة "SPSS"، و من اجل حساب اثر التي تتركه الصيرفة الالكترونية على الأداء البنكي تم الاستعانة على الأساليب الإحصائية الوصفية و المتمثلة في التكرارات و النسب المئوية، و المتوسط الحسابي و الانحراف المعياري و معامل الاختلاف لمعرفة اتجاه إجابات افراد العينة نحو ابعاد الدراسة، و من خلال النتائج المحصل عليها نجد ان الصيرفة الالكترونية أصبحت ضرورة حتمية في البنوك الجزائرية من اجل تلبية احتياجات العملاء من جهة ، و من جهة أخرى تحقيق اهداف البنك .

حيث نجد ان المؤسسات المصرفية الجزائرية و نخص بالذكر بنك القرض الشعبي الجزائري CPA انها قد قطعت شوطا كبير في تطبيق و ترسيخ الصيرفة الالكترونية في ارض الواقع، حيث لازالت تقليدية تنحصر معظمها في بعض البطاقات البنكية الخاصة بالسحب و الدفع التي تستعمل من طرف عملاء معدودين، حيث نجدها لا ترتقى لا مستوى المعاملات البنكية التي تجري في الدول المتقدمة

الختمة

الخاتمة

أصبح لزاما على البنوك التجارية أن تتماشى مع التطور الذي تشهده تكنولوجيا المعلومات والاتصال، حيث أصبح استخدام تلك التكنولوجيا ضرورة من ضروريات العمل البنكي، وذلك من أجل تلبية حاجات ورغبات زبائننا باعتبارهم محور الاهتمام من حيث الاهداف المسطرة، من ذلك من أجل الارتقاء والرفع من مستوى الأداء البنكي والذي يظهر أساسا في كل من العائد على حقوق الملكية والعائد على الأصول.

ومن هنا فقد أضحي لزاما على البنوك التجارية مواجهة تلك التحديات والمتطلبات بإتخاذ الخطوات الملائمة، حيث كان ظهور الصيرفة الالكترونية والتي توفر الراحة والوقت والمال لعميل حيث تسمح له القيام بالعمليات البنكية التي يريدونها من بيته أو من أي مكان مجهز بحاسوب خلال كل أيام الاسبوع، كما عرفت الصيرفة الالكترونية عدة أنواع من وسائل الدفع الالكترونية وأنظمة التحويل المالي الالكتروني وأجهزة الصراف الآلي، حيث ترسي الصيرفة رساء الصيرفة وذلك من أجل تقديم أداء ذو فعالية وكفاءة.

ونظرا لاهمية ما قدمته الصيرفة الالكترونية للاقتصاد العالمي حاولت الجزائر مثلها مثل الدول العربية النهوض وتطوير نظامها البنكي لمواكبة كل ما هو جديد في تحديث أنظمة إمداد الخدمة البنكية، فقامت بإصلاحات عديدة لارساء بنية تحتية تساعد على نهوض بآليات الصيرفة الالكترونية، وذلك من أجل تفعيل نشاطها البنكي، ومن خلال دراستنا الميدانية بوكالة القرص الشعبي الجزائري "CPA" حاولنا فيها قياس مدى تأثير الصيرفة الالكترونية في تحسين الاداء البنكي لهذه الوكالة من خلال تصميم استبيان موجه للموظفين بها.

المصادر والمرجع

- (1) أحمد بوراس، العمليات المصرفية الالكترونية، مجلة العلوم الانسانية، جامعة محمد خيضر بسكرة، العدد الحادي عشر 2007 .
- (2) بوغافية رشيد، الصيرفة الالكترونية والنظام المصرفي الجزائري، مذكرة ماجستير في العلوم الاقتصادية، جامعة البليدة 2005
- (3) خشة حسبية، وسائل الدفع الحديثة في القانون الجزائري، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، جامعة محمد بوضياف بالمسيلة، كلية الحقوق والعلوم السياسية، سنة 2016.
- (4) د. درويش هاجر , د. حريري عبد الغاني دور الصيرفة الالكترونية في تحسين الخدمة المصرفية دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية –المديرية الجهوية بالشلف- تاريخ النشر 2021/06/24 .
- (5) دكتور مداح عرايبي الحاج جامعة شلف، مجلة الاقتصاد الجديد العدد 22-جانفي 2010 أهمية البنوك الالكترونية في تفعيل وسائل الدفع الالكتروني
- (6) رحيم حسب هواري معراج "الصيرفة الالكترونية كمدخل لعصرنة المصارف الجائرين " مداخلة في ملتقى وطني حول منظومة المصرفية الجزائرية التحولات الاقتصادية واقع وتحديات شلف،
- (7) السعيد بريكة، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في العلوم الاقتصادية تخصص بنوك و تأمينات سنة 2010-2011 .
- (8) عبد الغاني ربوح، نور الدين غردة،"الصيرفة الالكترونية في البنوك الجزائرية بين الواقع و الافاق"، المؤتمر الدولي العلمي حول اصلاح النظام المصرفي الجزائري في ظل التطورات الراهنة، جامعة ورقلة، 11-12-2008.
- (9) عبد الغاني ربوح، نورالدين غردة،" تطبيق أنظمة الصيرفة الالكترونية في البنوك الجزائرية بين الواقع و الافاق"، مؤتمر الدولي حول إصلاح النظام المصرفي الجزائري في ظل التطورات العالمية الراهنة، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة.
- (10) قاسي ياسين، فايدي كمال، إسهامات الصيرفة الالكترونية في تحقيق التنمية المستدامة بالجزائر، ملتقى الدولي الرابع حول عصرنة نظام الدفع في اشكالية اعتماد التجارة الالكترونية في الجزائر، جامعة البليدة، البنوك الجزائرية.
- (11) لخلف فاطمة الزهراء , معين السيد امين, مجلة الدراسات والأبحاث المجلة العربية في العلوم الإنسانية والاجتماعية مجلد 13 عدد الثالث عشر السنة 5 أكتوبر 2021 .
- (12) محمد حمو، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات الحصول على شهادة ماجستير في العلوم الاقتصادية، تخصص نقود و مالية،"اثر اتفاقية تحرير تجارة الخدمات المالية و المصرفية على صناعة المصرفية بالبنوك الجزائرية سنة 2009 .
- (13) محمد منصف تطار، النظام المصرفي الجزائري والصيرفة الإلكترونية، مجلة العلوم الإنسانية، جامعة محمد خيضر بسكرة، الجزائر، العدد 02 سنة 2002،
- (14) محمد مجيد جواد الحمداني،" قياس اثر الصيرفة الالكترونية في مؤشرات الاداء المالي للمصارف" مذكرة لنيل شهادة الماجستير في العلوم المالية و المصرفية سنة 2013

- (15) مسري ندير، نمذجة اثر جودة الخدمات البنكية على رضا العميل (حالة البنوك الجزائرية)، جامعة المنار، تاريخ القبول 08-01-2018، تاريخ النشر 15-04-2022، مجلة الابتكار والتطوير، الطبعة 04.
- (16) وهاب نعمون، النظم المعاصرة لتوزيع الخدمات المصرفية كمدخل لزيادة القدرة التنافسية للبنوك التجارية مع الشارة إلى حالة الجزائر، أبحاث اقتصادية و ادارية، العدد الرابع، ديسمبر 2008.
- (17) يوسف مسعدواي ، مداخلة في الملتقى الوطني حول المنظومة المصرفية الجزائرية والتحويلات الاقتصادية - الواقع والتحديات- عنوان المداخلة "البنوك الالكترونية" جامعة شلف يوم 15 , 14 ديسمبر 2004 .

