



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة عين تموشنت - بلحاج بوشعيب

كلية العلوم الاقتصادية التجارية وعلوم التسيير

مذكرة تخرج ضمن متطلبات لنيل شهادة الماستر في العلوم الاقتصادية

تخصص: إقتصاد بنكي و نقدي

تحت عنوان:

دور الصيرفة الإلكترونية في تحسين جودة الخدمات المصرفية
دراسة حالة القرض الشعبي الجزائري – عين تموشنت-

تحت اشراف:

د. مهداوي هند

من اعداد الطالبة:

رياح دنيا

أعضاء لجنة المناقشة

رئيسا	جامعة عين تموشنت - بلحاج بوشعيب	د. غرزي سليمة
مشرفا	جامعة عين تموشنت - بلحاج بوشعيب	د. مهداوي هند
ممتحنا	جامعة عين تموشنت - بلحاج بوشعيب	د. جباري لطيفة

السنة الجامعية: 2021/2020

سُورَةُ الْفَاتِحَةِ ٧٩

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ ١

الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ ٢ الرَّحْمَنِ

الرَّحِيمِ ٣ مَلِكِ يَوْمِ الدِّينِ ٤

إِيَّاكَ نَعْبُدُ وَإِيَّاكَ نَسْتَعِينُ ٥

أَهْدِنَا الصِّرَاطَ الْمُسْتَقِيمَ ٦ صِرَاطَ

الَّذِينَ أَنْعَمْتَ عَلَيْهِمْ غَيْرِ الْمَغْضُوبِ

عَلَيْهِمْ وَلَا الضَّالِّينَ ٧

وَآيَاتُهَا سَبْعٌ ٧٩

شكر و تقدير II

إن الحمد والشكر لله نحمده ونشكره الذي وفقنا لإنجاز هذا العمل، راجين أن يتقبله منا قبولاً حسناً، ونسأل الله العظيم رب العرش العظيم خيراً العمل وخيراً العلم ينفعنا وينفع غيرنا به.

في البداية وعلى قاعدة من شكر الله شكر العبد وللعرفان بالجميل يطيب لنا أن نتوجه بأفضل الامتنان والتقدير وأسمى عبارات الشكر والثناء إلى الأستاذ المشرف "مهداوي هند" الذي تكرم بقبول الإشراف على تأطيرنا، ولما قدمه لنا من توجيهات وملاحظات ونصائح علمية قيمة، وكذا حرصه الدائم والدؤوب على إتمام هذا العمل.

كما نتقدم لجزيل الشكر وعظيم الامتنان للسادة الأفاضل أعضاء لجنة المناقشة الموقرين، وإننا على يقين أنهم سيضيفوا من علمهم الوافر ليزيدوا من قيمة هذه المذكرة من خلال خبراتهم وملاحظاتهم القيمة.

فلجميع هؤلاء خالص التحية والعرفان والشكر والحمد لله من قبل ومن بعد وبفضله تتم الصالحات.

إهداء

الحمد لله حمدا كثيرا، والصلاة والسلام على من لا شفيح سواه المصطفى الكريم السراج المنير
وعلى اله وأصحابه أبرار، عليه أزكى الصلاة والتسليم.

أهدي ثمرة جهدي إلى من بها أكبر وعليها أعتمد إلى شمعة موقدة تثير ظلمة حياتي، إلى معنى
الحب وإلى معنى الحنان والتفاني، إلى بسملة الحياة وسر الوجود إلى من كان دعاؤها سر نجاحي والتي
لا تسعها كل عبارات الشكر والثناء والتقدير والاحترام " أمي حفظها الله".

إلى من علمني العطاء بدون انتظار، إلى من حملت اسمه بكل افتخار، إلى من لا يمكن
للكلمات أن توفي حقه إلى من عمل بكد في سبيلي وعلمني معنى الكفاح وأوصلني إلى ما أنا عليه
"أبي حفظه الله".

إلى كنز من كنوز الجنة محمد أمين

إلى كل من ساعدني من قريب أو بعيد في إعداد هذه المذكرة وفي الأخير نسأل الله أن يتقبل
منا هذا العمل خالصا لوجهه الكريم، وأن يجعل عملنا هذا نفعا يستفيد منه جميع الطلبة المقبلين على
التخرج.

دنيا

الفهرس

الإهداء.

الشكر و التقدير.

فهرس المحتويات.

قائمة الجداول و الأشكال.

الملخص.

المقدمة العامة.....أ،ب،ج،د،ه،و.

الفصل الأول.

تمهيد.....1

المبحث الأول: عموميات حول البنوك الإلكترونية2

المطلب الأول: مفهوم البنوك.....2

المطلب الثاني : مفهوم البنوك الإلكترونية و تطورها التاريخي.....2

المطلب الثالث : أهمية البنوك الإلكترونية و عوامل نجاحها ومتطلباتها.....4

المطلب الرابع : خصائص و أنواع البنوك الإلكترونية و طبيعتها القانونية.....6

المبحث الثاني : خدمات البنوك الإلكترونية.....11

المطلب الأول : مفهوم وسائل الدفع الإلكترونية و خصائصها.....11

المطلب الثاني : آلية الدفع الإلكتروني.....12

المطلب الثالث : مزايا و عيوب وسائل الدفع الإلكتروني.....14

المطلب الرابع : مخاطر الخدمات المصرفية الإلكترونية.....15

المبحث الثالث : أدوات الدفع الإلكتروني.....17

المطلب الأول : تعريف أدوات الدفع الإلكتروني.....17

المطلب الثاني : أنواع أدوات الدفع الإلكتروني.....17

المطلب الثالث : أشكال تأمين الدفع الإلكتروني.....20

المطلب الرابع : التحويلات الإلكترونية.....21

خلاصة الفصل الأول.....22

الفصل الثاني.

- 24.....تمهيد
- 25.....المبحث الأول : مدخل إلى الخدمات المصرفية.
- 25.....المطلب الأول : مفهوم الخدمة.
- 25.....المطلب الثاني : مفهوم الخدمة المصرفية و خصائصها.
- 27.....المطلب الثالث : أنواع الخدمة المصرفية و مميزاتها.
- 29.....المطلب الرابع : بيئة و تصميم الخدمة المصرفية.
- 32.....المبحث الثاني : جودة الخدمات المصرفية.
- 32.....المطلب الأول : مفهوم الجودة و خدمة الجودة.
- 34.....المطلب الثاني : مفهوم جودة الخدمات المصرفية و خصائصها الرئيسية.
- 35.....المطلب الثالث : أبعاد جودة الخدمات المصرفية.
- 36.....المطلب الرابع : العلاقة بين إدارة الجودة و الخدمة و المصرف.
- 37.....المبحث الثالث : تأثير الصيرفة الإلكترونية على جودة الخدمات المصرفية.
- 37.....المطلب الأول : مختلف أدوات قياس جودة الخدمات المصرفية على الأنترنت.
- 38.....المطلب الثاني : تأثير مصارف الأنترنت على سلوك العملاء و أداء المصارف.
- 41.....المطلب الثالث : تقييم الموقع الإلكتروني و مفاتيح النجاح لإعتماد المعاملات المصرفية فيه.
- 45.....المطلب الرابع : التحديات التي تحول دون تطبيق نظام الصيرفة الإلكترونية بالمصارف.
- 46.....خلاصة الفصل الثاني.

الفصل الثالث.

- 48.....تمهيد
- 49.....المبحث الأول : الصيرفة الإلكترونية في الجزائر.
- 49.....المطلب الأول : المكونات الرئيسية للصيرفة الإلكترونية في الجزائر.
- 56.....المطلب الثاني : إشكالية اعتماد الصيرفة الإلكترونية في الجزائر.
- 59.....المطلب الثالث : أهمية تطبيق الصيرفة الإلكترونية في المؤسسة المصرفية الجزائرية.

- المطلب الرابع : تشخيص واقع الصيرفة الإلكترونية في الجزائر.....60
- المبحث الثاني : مخلفات الصيرفة الإلكترونية في الجزائر و وسائل حمايتها.....61
- المطلب الأول : تأثير الصيرفة الإلكترونية على الإقتصاد الجزائري.....62
- المطلب الثاني : تحديات رقمنة الخدمات المصرفية في النظام المصرفي الجزائري.....63
- المطلب الثالث : المصارف الجزائرية أمام الصيرفة الإلكترونية.....66
- المطلب الرابع : وسائل حماية الخدمات المصرفية الإلكترونية في الجزائر.....67
- المبحث الثالث : دراسة حالة القرض الشعبي الجزائري –عين تموشنت-.....69
- المطلب الأول : تعريف بنك القرض الشعبي الجزائري لولاية عين تموشنت و هيكله التنظيمي.....69
- المطلب الثاني : الإجراءات المنهجية للدراسة.....72
- المطلب الثالث : صدق و ثبات الإستبانة.....75
- المطلب الرابع : عرض و مناقشة النتائج و إختبار الفرضيات.....78
- خلاصة الفصل الثالث.....86
- الخاتمة العامة.
- قائمة المرجع.

قائمة الأشكال و الجداول

قائمة الجداول :

رقم الصفحة	عنوان الجدول	رقم الجدول
53	نشاط نظام آرتس للفترة 2010-2014	(01-03)
54	المعاملات من خلال نظام RBTR في الفترة 2009-2016	(02-03)
55	تطور المعاملات المالية عبر نظام ATCI (2012-2015)	(03-03)
55	نسب مساهمة المقاصة الإلكترونية في تسوية الأرصدة الصافية متعددة الأطراف خلال الفترة 2010-2014.	(04-03)
57	عدد مستخدمي الأنترنت و عدد السكان في الجزائر	(05-03)
73	يوضح مقياس ليكارت الخماسي لقياس إجابات أفراد العينة	(06-03)
74	يوضح إحصائيات خاصة بإستمارة الاستبيان.	(07-03)
76	يوضح نتائج ألفا كرومباخ لقياس ثبات الإستبيان للمحور الأول.	(08-03)
77	يوضح نتائج ألفا كرومباخ لقياس ثبات الإستبيان للمحور الثاني.	(09-03)
79	توزيع عينة الدراسة حسب متغير النوع.	(10-03)
80	توزيع عينة الدراسة حسب متغير العمر.	(11-03)
81	توزيع عينة الدراسة حسب متغير المستوى الدراسي.	(12-03)
82	يبين تحليل نتائج أفراد العينة حول إجاباتهم عن الفقرات المحور الأول.	(13-03)
84	يبين تحليل نتائج أفراد العينة حول إجاباتهم عن الفقرات المحور الثاني.	(14-03)

قائمة الأشكال :

رقم الصفحة	عنوان الشكل	رقم الشكل
3	ماهية البنك الإلكتروني	(01-01)
13	نسبة إستخدام الصراف الآلي عبر العالم خلال 2004-2015	(02-01)
33	التعريفات المختلفة للجودة.	(01-02)
40	المصارف على الأنترنت و الأداء التجاري للبنوك.	(02-02)
70	الهيكل التنظيمي للقرض الشعبي الجزائري (عين تموشنت).	(01-03)
78	توزيع عينة الدراسة حسب متغير النوع	(02-03)
79	توزيع عينة الدراسة حسب متغير العمر.	(03-03)
80	توزيع عينة الدراسة حسب متغير المستوى الدراسي.	(04-03)

ملخص: هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على دور الصيرفة الإلكترونية و دورها في تحسين جودة الخدمات المصرفية في ولاية عين تموشنت، و قد أوضحت الدراسة أن البنوك الإلكترونية تعد وسيلة جيدة وهامة لجذب العملاء وتنمية وتطوير التجارة الإلكترونية في عين تموشنت. وأن تأثيرها يقتصر على العملاء الذين يجيدون التعامل مع الأنترنت. وأن المزايا التي تعود على البنك في حالة تقديم الخدمات عبر الأنترنت هي تقليل التكاليف، وزيادة حجم التعاملات التجارية، وسهولة الدخول إلى الأسواق المحلية والعالمية، وتحسين خدمات العملاء، وإمكانية تقديم الخدمات على مدار الساعة، و توفير الوقت والجهد، و جمع المعلومات عن المنافسين من خلال صفحات الأنترنت، ولعل الجهاز المصرفي من أكثر القطاعات حساسية من حيث التأثير بالبيئة الخارجية الذي ينعكس على حجم ونوعية نشاط هذا الجهاز حيث تعمل المصارف على جذب الزبائن والاحتفاظ بالزبائن الحاليين وكسب رضاهم وثقتهم عبر تحسين جودة خدماتها، ولذلك يعتبر الزبائن مركز إهتمام المصارف، فهي تستقي منهم المواصفات التي تحولها إلى معايير تنتج وفقها خدمات حديثة ومتطورة، فكل خدمة خالية من هذه المعايير مآلها الفشل لأنها لاتحمل مواصفات الجودة في نظر متلقيها ولهذا تتسابق المصارف إلى الظفر بأكبر عدد من الزبائن مع بذل الجهد في الحفاظ على الزبائن الحاليين.

Abstract: This study aimed to identify the role of electronic banking and its role in improving the quality of banking services in the state of Ain Temouchent, and the study showed that electronic banks are a good and important way to attract customers and develop and develop electronic commerce in Ain Temouchent. And that its impact is limited to customers who are proficient in dealing with the Internet. And that the advantages that accrue to the bank in the case of providing services via the Internet are reducing costs, increasing the volume of commercial transactions, ease of access to local and international markets, improving customer services, the ability to provide services around the clock, saving time and effort, and collecting information about competitors from Through the Internet pages, the banking system is perhaps one of the most sensitive sectors in terms of being affected by the external environment, which is reflected in the volume and quality of the activity of this system. Banks work to attract customers, retain existing customers, and gain their satisfaction and trust by improving the quality of their services. Therefore, customers are considered the focus of banks' attention. Including the specifications that it converts into standards according to which modern and advanced services are produced. Every service that is devoid of these standards is doomed to failure because it does not carry the quality specifications in the eyes of its recipients. This is why banks are racing to win the largest number of customers while making the effort to maintain existing customers.

مقدمة عامة

مقدمة :

يشهد العالم اليوم طفرة من التغيرات و التحولات واسعة النطاق التي أحدثتها التكنولوجيا الحديثة في قطاعات الاقتصاد، الصناعة، وسائل الإتصال و في البنوك، كونها تمثل العصب الرئيسي للإقتصاد.

تمثل الصيرفة الإلكترونية أحد الظواهر التجارية النقدية المتطورة بالنظر إلى ما أفضت إليه من تعديل عميق في الأسواق والتوزيع والتبادل الإلكتروني، حيث تقدم إمكانيات وآفاق جديدة للإتصال والتفاعل مع الزبائن والبنوك على حد سواء، وعلى اعتبار أن تطبيقات الصيرفة الإلكترونية تزداد يوماً بعد يوم دقة وتعقيداً في مكوناتها واستعمالاتها، وتتوسع في غير إتجاه، لتأدية أكبر عدد من الخدمات في ظل سوق مفتوحة على تنافس حاد على كل المستويات الأمر الذي أدى إلى رواج خدمات الصيرفة الإلكترونية وسط تعاظم الإعتماد على الشبكات المفتوحة والتقنيات المتطورة على نحو واسع.

حيث مع وجود شبكة الأنترنت و شيوعها و إزدياد مستخدميها و في ظل التطور الهائل في تقنيات الحاسوب و الإتصال التي حققت تبادلاً سريعاً و شاملاً للمعلومات ضمن سياسة و خطط الإنسياب السريع للبيانات و مفهوم العولمة على الخط، و ترافق ذلك مع إستثمار الأنترنت في ميدان النشاط التجاري الإلكتروني ضمن مفاهيم الأعمال الإلكترونية و التجارة الإلكترونية، و مع إزدياد القيمة الإقتصادية للمعلومات في ظل ذلك كله تطور مفهوم الخدمات المالية على الخط لتتحول الفكرة من مجرد تنفيذ أعمال عبر خط خاص إلى بنك له وجود كامل على الشبكة و يحتوي موقعه كافة البرمجيات اللازمة للأعمال المصرفية، التي تساعد على تطوير و تحسين جودة الخدمات المقدمة من قبل البنك.

و من خلال هذا المنطلق تعد جودة الخدمات المصرفية عنصراً فعالاً للنجاح في الأعمال المصرفية إلى جانب فكرة بروز البنوك الإلكترونية، والتي أدت إلى زيادة حدة المنافسة بين المصارف التقليدية التي تبحث عن دور لها وبين المصارف الإلكترونية التي نمت في إطار التراكم المعرفي و التطور التكنولوجي وما تبعه من تطور في تكنولوجيا المعلومات و الإتصال سمح بربط عدة شبكات محلية و دولية.

1- إشكالية البحث :

ماهو تأثير الصيرفة الإلكترونية في تحسين جودة الخدمات المصرفية ؟

و لكي يتسنى لنا الإجابة على هذه الإشكالية سوف نستعين بالتساؤلات الفرعية :

- ما المقصود بالصيرفة الإلكترونية ؟

- فيما تتمثل أنظمة الدفع الإلكترونية ؟

- ماذا نعني بجودة الخدمات المصرفية، وماهي خصائصها، وماهي العلاقة بين الجودة و الخدمة و المصرف ؟

2- فرضيات البحث :

و للإجابة على هذه التساؤلات إرتأينا وضع بعض الفرضيات و هي كما يلي :

- تؤدي جودة الخدمات المصرفية إلى ولاء الزبون أو العميل وثقته بالمصرف.

- تعتبر أنظمة الدفع الإلكترونية وسيلة تريح الموظف في تعاملاته مع المؤسسات المالية و المصرفية .
- توجد علاقة إرتباط موجبة بين إستخدام الصيرفة و تحسين الخدمات المصرفية في بنك القرض الشعبي الجزائري .

3- أسباب إختيار الموضوع :

- التعرف على البنوك الإلكترونية و معرفة المعاملات الخاصة بها .
- الكشف عن أهمية نظام الدفع الإلكتروني في تحسين الخدمات المصرفية .
- إعطاء نظرة عامة على الكيفية التي يتم بمقتضاها تحسين الخدمة المصرفية من خلال الوسائل الحديثة.

4- أهمية الموضوع :

- تشكل الصيرفة الإلكترونية عاملا أساسيا في التطور الإقتصادي بفعل التطور العلمي والتقني وانتشار تكنولوجيا المعلومات.
- دراسة قطاع عام من القطاعات الإقتصادية و هو قطاع البنوك الذي أصبح يعمل في بيئة أكثر تنافسية.
- ضرورة الإستفادة من التكنولوجيا الحديثة واستخدامها في تحسين مختلف الخدمات المصرفية.

5- أهداف البحث :

- محاولة تقييم البنوك الإلكترونية لإمكانية مقارنتها بالبنوك التقليدية.
- محاولة رصد مدى التطور الذي حققته البنوك الإلكترونية في الإقتصاد.
- إظهار أهمية الصيرفة الإلكترونية من خلال المنافع التي يحصل عليها البنك و العملاء من خلالها.

6- منهج البحث :

- إن منهج الدراسة المتبع هو المنهج الوصفي التحليلي و المنهج التاريخي في الجانب النظري نظرا لما تقتضيه طبيعة الدراسة القائمة، وذلك لوصف طبيعة الظاهرة المراد بحثها.

أما في الجانب التطبيقي تم الإعتماد على المنهج الوصفي التحليلي ومنهج دراسة حالة، لأنه من خلال هذا المنهج يمكن جمع البيانات عن الظاهرة محل الدراسة و تبويبها وتحليلها بهدف دراستها، وكذا الإعتماد على المنهج الإحصائي كطريقة من طرق البحث التي تعتمد على الأسلوب الكمي في تحليل البيانات و اختبار الفرضيات.

7- تقسيمات البحث :

تم تقسيم الدراسة الى جانب نظري حيث تطرقنا في الفصل الأول إلى الصيرفة الإلكترونية في البنوك إبتداءا بعموميات حول البنوك الإلكترونية وخدماتها و أدوات الدفع الإلكتروني، أما الفصل الثاني فتناولنا فيه الخدمات المصرفية و جودتها وتأثيرها على جودة الخدمات المصرفية، و في الأخير تعرضنا إلى الصيرفة الإلكترونية في الجزائر و دراسة حالة وكالة القرض الشعبي الجزائري.

8- صعوبات الدراسة :

- التجاوب السلبي لبعض المستجوبين، من خلال عدم الإجابة على الأسئلة وتأخر أو عدم إرجاع الإستمارات.
- عدم الإكتراث بأهمية الموضوع من طرف بعض المستجوبين.
- تناولت الدراسة موضوع نظري هذا ما جعل المهنيين الذين لا يملكون مستوى جامعي يواجهون صعوبة في فهم المصطلحات.

9- الدراسات السابقة :

- دراسة حورية جنان (2013/2012) ، الموسومة بدور الصيرفة الإلكترونية في تحسين جودة الخدمات المصرفية، " The role of electronic banking in improving the quality of banking -services CPA Bank Ain Melilla- Case Study "، جامعة العربي بن المهدي أم البواقي، حيث هدفت الدراسة إلى التعرف على دور الصيرفة الإلكترونية في تحسين جودة الخدمات المصرفية. و محاولة تقييم البنوك الإلكترونية لإمكانية مقارنتها بالبنوك التقليدية و محاولة رصد مدى التطور الذي حقته البنوك الإلكترونية في الإقتصاد و إكتشاف الدور الذي تلعبه الصيرفة الإلكترونية في تحقيق جودة الخدمات المصرفية.
- دراسة شيروف فضيلة (2010/2009)، الموسومة بأثر التسويق الإلكتروني جودة على الخدمات المصرفية -دراسة حالة بعض البنوك في الجزائر-، "The impact of electronic marketing on the quality of banking services - a case study of some banks in Algeria" ، هدفت هذه الدراسة إلى إبراز دور التسويق الإلكتروني الذي أصبح ضرورة لإتصال البنوك ببيئتها و تسهيل المعاملات الإلكترونية بأقل جهد و وقت لتحقيق الجودة و إبراز أن تطور جودة الخدمات البنكية و تكنولوجيا المعلومات و الإتصال في العمل البنكي يرفع من كفاءة وأداء الخدمات و تشجيع البنوك التقليدية على تبني مفهوم التسويق الإلكتروني و تطبيق الجودة.
- دراسة مخرمش حاج محمد (2018/2017)، الموسومة بدور الصيرفة الإلكترونية في تحقيق الميزة التنافسية للبنوك التجارية -دراسة حالة مجموعة من الوكالات البنكية في ولاية ورقلة-، "The role of electronic banking in achieving the competitive advantage of commercial banks - a

"- case study of a group of banking agencies in the state of Ouargla" ، تهدف هذه الدراسة إلى تحقيق جملة من الأهداف نذكر منها : محاولة تحديد مفهوم دقيق و واضح لكل من الصيرفة الإلكترونية والميزة التنافسية و إلى تحليل العلاقة القائمة بين تطبيق الصيرفة الإلكترونية وإكتساب الميزة التنافسية للبنوك التجارية و أيضا إلى التعرف على مستوى الخدمة المقدمة من خلال القنوات الإلكترونية من وجهة نظر العملاء و تسليط الضوء على أهمية وضرورة تطبيق الصيرفة بالقطاع المصرفي في الوقت الحاضر.

- دراسة د. أوصغير الويزة (ماي2018)، الموسومة بخدمات الصيرفة الإلكترونية في البنوك الجزائرية - " Electronic banking services in Algerian banks - a case study of the Algerian popular loan - " ، تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على واقع توفر خدمات الصيرفة الإلكترونية في البنوك الجزائرية، حيث أن ما يميز الخدمة المصرفية الإلكترونية في البنوك الجزائرية أنها مازالت في مرحلة أولية من خلال إدخال بطاقات السحب، وإدخال بعض تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في القطاع المصرفي. ويعتبر القرض الشعبي الجزائري من بين المؤسسات المصرفية العريقة في الجزائر والتي إستطاعت تطوير نظم خدماتها المقدمة للزبائن، من خلال إدخال النظام المتطور للبطاقات على خدماتها المصرفية المتعلقة سواء بالسحب أو الدفع وذلك على المستوى الوطني أو على المستوى الدولي، بالإضافة إلى إستخدام أسلوب تقديم الخدمة عبر الخط.

- دراسة نصيرة شبوب (2013/2012) ، الموسومة بالإدارة البنكية في الجزائر - دراسة ميدانية حول أنظمة النقد الدولي- ، " Banking administration in Algeria - a field study on the international monetary systems - " ، تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على : البنوك الإلكترونية و شبكة النقد الآلي في الجزائر، طريقة عمل البنوك الجزائرية بعد التحول الإلكتروني، أجهزة الدفع الإلكتروني و البطاقات التي تقدم الخدمات الإلكترونية، مستقبل النقد الآلي في ظل الصعوبات التي تواجه التحول الإلكتروني.

- دراسة بلعياش ميادة (2015/2014) ، الموسومة بأثر الصيرفة الإلكترونية على السياسة النقدية - دراسة مقارنة بين الجزائر و فرنسا- ، " The impact of electronic banking on monetary policy - a comparative study between Algeria and France - " ، ترمي هذه الدراسة إلى تحقيق جملة من الأهداف نذكر منها : محاولة تحديد مفهوم دقيق و واضح للصيرفة الإلكترونية و السياسة النقدية، فهم السياسة النقدية في الجزائر و مقارنتها بالسياسة النقدية الفرنسية لإستخراج أوجه الشبه و الإختلاف بين الإقتصاديين، تحليل العلاقة القائمة بين السياسة النقدية و النقود الإلكترونية، الوقوف على أبرز معالم النظام المصرفي الجزائري و تشخيص المنظومة المصرفية من حيث فرص إندماجها في الإقتصاد العالمي و التحديات التي تواجهها، محاولة رصد إنعكاسات التطور الحاصل في الخدمات المصرفية على النشاط الإقتصادي، دراسة الآثار الناجمة عن إستخدام الصيرفة الإلكترونية على السياسة النقدية، الوقوف على أهم العراقيل و التحديات التي تواجه التعامل الحسن بخدمات الصيرفة الإلكترونية مع تحديد كل الإجراءات القانونية و التشريعية الخاصة بها، إبراز أهمية إعتداد الصيرفة الإلكترونية في المصارف الجزائرية و كيفية أدائها مستقبلا في الجزائر.

- دراسة بزخامي سليمة (2015/2014) ، الموسومة بأثر التسويق الإلكتروني على جودة الخدمات المصرفية - دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة سيدي لخضر- ، " The impact of e-marketing on the quality of banking services - a case study of the Bank of Agriculture and Rural Development, Agency of Sidi Lakhdar" ، تهدف هذه الدراسة إلى إبراز دور التسويق الإلكتروني الذي أصبح ضرورة لإتصال البنوك ببيئتها وتسهيل المعاملات الإلكترونية بأقل جهد و وقت لتحقيق الجودة، إبراز أن تطور جودة الخدمات البنكية وتكنولوجيا المعومات في العمل البنكي يرفع من كفاءة وأداء الخدمات، مواكبة البنوك التجارية للمعايير الدولية التي فرضتها الساحة المصرفية العالمية والمؤسسات الدولية للإرتقاء بالعمل البنكي، تشجيع البنوك التقليدية على تبني مفهوم التسويق الإلكتروني وتطبيق الجودة.

-دراسة معطى سيد أحمد (2012/2011) ، الموسومة بواقع و تأثير التكنولوجيا الجديدة للإعلام و الإتصال على أنشطة البنوك الجزائرية -دراسة تحليلية إستبائية حالة بنوك سعيدة- ، " The reality and impact of the new media and communication technology on the activities of Algerian banks - a survey-analytical study of the state of Saida banks" ، تهدف هذه الدراسة إلى العوامل التي تمكن البنوك الجزائرية و التي تستطيع أن تكون لها كدفعة مقابل المتغيرات السريعة التي تشهدها البنوك إضافة إلى منافسة البنوك الأجنبية، التمكن من إستنتاج متطلبات البنوك الجزائرية لتقديم أحسن الخدمات المصرفية للحصول على قاعدة أوسع من العملاء.

-دراسة برباش أميرة (2015/2014) ، الموسومة بعمليات الصيرفة الإلكترونية في المؤسسات المصرفية ودورها في تدعيم ركائز الإقتصاد الرقمي -دراسة حالة عينة من الوكالات البنكية بأم البواقي-، " Electronic banking operations in banking institutions and their role in strengthening the pillars of the digital economy - A case study of a sample of banking agencies in Oum El Bouaghi" ، تهدف هذه الدراسة إلى تسليط الضوء على الإقتصاد الرقمي وأهم تطبيقاته وكذا أهم التحديات التي تواجهه، معرفة العراقيل التي تواجه الجزائر في طريقها للإندماج في الإقتصاد الرقمي، معرفة مدى إستجابة البنوك الجزائرية للتطورات الحاصلة في المجال المصرفي، التعرف على الصيرفة الإلكترونية الناتجة عن تطوير القطاع المصرفي والمالي وتطوير مختلف الجوانب من بينها تطوير وسائل الدفع، التعرف على البنوك الإلكترونية و معرفة المعاملات الخاصة بها، إبراز أهمية إعتداد الصيرفة الإلكترونية في البنوك الجزائرية وكيفية أدائها مستقبلا في الجزائر.

-دراسة منصف نزار (2016/2015) ، الموسومة بدور الصيرفة الإلكترونية في تحسين الأداء في البنوك التجارية -دراسة ميدانية في بنك القرض الشعبي الجزائري وكالة 333 عين مليلة- ، " The role of electronic banking in improving performance in commercial banks - a field study in the Popular Credit Bank of Algeria, Agency 333 Ain Melilla" ، تهدف هذه الدراسة إلى إبراز دور الصيرفة الإلكترونية التي أصبحت ضرورة ملحة للبنوك التجارية لتقديم خدماتها بكل يسر وبأقل جهد و وقت، إبراز أهم آليات الصيرفة الإلكترونية المستخدمة في البنوك التجارية، معرفة أهم العوامل المساعدة على تبني البنوك التجارية الجزائرية للصيرفة الإلكترونية، تبيان دور الصيرفة الإلكترونية في تحسين الأداء البنوك التجارية الجزائرية عن طريق معالجة بيانات الإستبيان المتحصل عليها باستخدام برمجية SPSS ، تقديم بعض التوصيات المناسبة في هذا المجال.

دراسة بلفاسمي باهية و بايوسف فاطيمة (2018/2019) ، الموسومة بالصيرفة الإلكترونية كمدخل لعصرنة النظام المصرفي في الجزائر -دراسة حالة مؤسسة بنك الخليج بولاية أدرار- " Electronic banking as an introduction to modernizing the banking system in Algeria - a case study of the Gulf Bank Corporation in the Wilayat of Adrar" ، تهدف هذه الدراسة إلى معرفة مستوى الخدمات التي تقدمها البنك محل الدراسة، أهم أنظمة الدفع الإلكتروني المتوفرة، تأثير الصيرفة الإلكترونية داخل البنوك الجزائرية.

- ما يميز هذه الدراسة عن الدراسات السابقة أنها حاولت معرفة دور الصيرفة الإلكترونية في تحسين جودة الخدمات المصرفية في بنك القرض الشعبي الوطني -عين تموشنت- كونهم النقطة الإرتكازية لوجود المصرف الإلكتروني حيث نجد أن الصيرفة الإلكترونية أصبحت ضرورة حتمية أوجبتها التغيرات الحاصلة في السوق و التكنولوجيا المستمرة في هذا المجال من أجل تلبية احتياجات العملاء و خدمتهم بالدرجة الأولى.

الفصل الأول:

تمهيد :

تمثل الصيرفة الإلكترونية أحد الظواهر التجارية النقدية المتطورة بالنظر إلى ما أفضت إليه من تعديل عميق في الأسواق والتوزيع والتبادل الإلكتروني، حيث تقدم إمكانيات وآفاق جديدة للاتصال والتفاعل مع الزبائن والبنوك على حد سواء، وعلى إعتبار أن تطبيقات الصيرفة الإلكترونية تزداد يوما بعد يوم دقة وتعقيدا في مكوناتها واستعمالاتها، وتتوسع في غير اتجاه لتأدية أكبر عدد من الخدمات في ظل سوق مفتوحة على تنافس حاد على كل المستويات الأمر الذي أدى إلى رواج خدمات الصيرفة الإلكترونية وسط تعاظم الإعتناء على الشبكات المفتوحة والتقنيات المتطورة على نحو واسع، حيث شهدت طرق السداد والتعاملات المالية عبر الخط هي الأخرى تطورا كبيرا للتحويل من مجرد تنفيذ أعمال عبر الخط من خلال برمجيات وشبكات بين البنوك والزبون إلى وجود كامل على الشبكة للأعمال البنكية.

وهكذا تطور ميدان العمل المصرفي الإلكتروني، وصار عملا ممارسا فعلا لدى المؤسسات البنكية والمالية لكبيرها وصغيرها، لإفادته التفاعلية من حيث المحتوى والأنماط، ولم يعد خيارا فحسب بل الكل يؤكد على أهميته وعلى صعيد التجربة الجزائرية في مجال الصيرفة الإلكترونية وتحسين القدرات التنافسية للقطاع، شرعت الجزائر بتطوير المنظومة المصرفية وتعزيز الجانب التكنولوجي منه، كحوسبة البنوك و إدراج الشبكات والإنتفاخ على الأنترنت وإعداد القوانين والتشريعات ...، إلا أن طبيعة الخدمات لا تزال مشوهة في أغلب الأحيان، ولا تسير بالشكل المطلوب، كما أن معظم المتعاملين لم يستفيدوا من تلك الخدمات لمحدوديتها ونقص تأهيلها وعليه أنت هذه الدراسة لتسلط الضوء على الصيرفة الإلكترونية ودورها في تحقيق الميزة التنافسية لدى البنوك التجارية بالجزائر وذلك من وجهة نظر العملاء.

تناول هذا الفصل الصيرفة الإلكترونية في البنوك في ثلاث مباحث :

المبحث الأول: عموميات حول البنوك الإلكترونية.

المبحث الثاني: خدمات البنوك الإلكترونية.

المبحث الثالث: أدوات الدفع الإلكتروني.

المبحث الأول : عموميات حول البنوك الإلكترونية

بسبب التطور الحاصل في مجال التكنولوجيا و وسائل الإعلام و الإتصال و الدخول في عصر العولمة، و سهولة الإتصال و الإنتقال بين الدول و مع ازدياد عمليات التجارة الإلكترونية أصبح من الضروري وجود بنوك غير التقليدية للتعامل مع هذا النوع من التجارة و عليه نشأت فكرة البنوك الإلكترونية.

المطلب الأول : مفهوم البنوك

وردت عدة تعريفات للبنك منها : الكلاسيكية، و منها الحديثة ، فمن وجهة النظر الكلاسيكية يمكن القول أن البنك هو : "مؤسسة تعمل كوسيط مالي بين مجموعتين رئيسيتين من العملاء : المجموعة الأولى : لديها فائض من الأموال و تحتاج إلى الحفاظ عليه و تنميته. المجموعة الثانية : هي مجموعة من العملاء تحتاج إلى أموال لأغراض أهمها : الإستثمار أو التشغيل أو كلاهما .

كما قد ينظر إلى البنك على إعتبار أنه : " تلك المنظمة التي تتبادل المنافع المالية مع مجموعات من العملاء بما لا يتعارض مع مصلحة المجتمع و بما يتماشى مع التغير المستمر في البيئة المتغيرة " ¹.

المطلب الثاني : مفهوم البنوك الإلكترونية و تطورها التاريخي**أولاً- مفهوم البنوك الإلكترونية :**

هناك عدة تعريفات للبنوك الإلكترونية نذكر منها :

يمكن تعريفها بأنها منافذ إلكترونية تقدم خدمات مصرفية متنوعة دون توقف و دون عمالة بشرية.

و أيضا يمكن تعريفها بأنها بنوك تعمل بالكامل على الأنترنت و هذا البنك الافتراضي هو الذي تقوم العلاقات و التعاملات و الصفقات فيه ليس من خلال اللقاء المباشر و جها لوجه إنما هو من خلال الوسائل الإلكترونية.

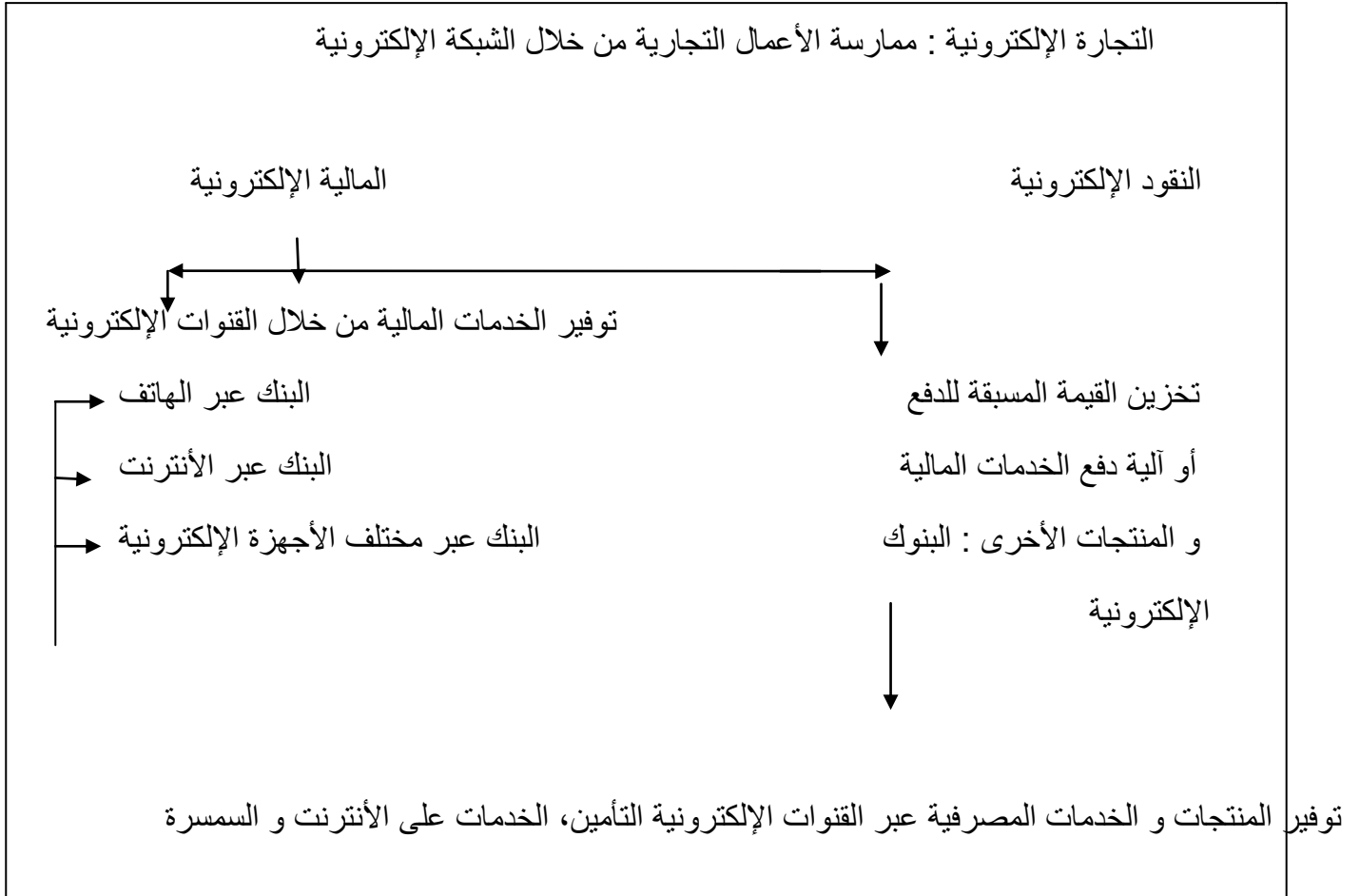
ويعرفها بعضهم مثل (Huschke) بأنها : منافذ إلكترونية تقدم خدمات مصرفية متنوعة دون توقف و دون عمالة بشرية².

و عليه يمكن تعريف البنوك الإلكترونية على أنها البنوك الافتراضية التي تنشئ لها مواقع الكترونية على الانترنت على النحو الذي تسهل إنجاز مختلف العمليات المصرفية التي تنجزها البنوك التقليدية بشكل إلكتروني.¹

¹ د.محمد فتحي البديوي ، إدارة البنوك ، الجزيرة ، المكتبة الأكاديمية ، الطبعة الأولى ، 2012 ، ص15.

² الباحث د.رشدي عبد اللطيف وادي ، أهمية و مزايا البنوك الإلكترونية في قطاع غزة بفلسطين ومعوقات إنتشارها ، غزة-فلسطين ، 2010 ، ص7.

الشكل (01-01) : ماهية البنك الإلكتروني



المصدر : نصيرة شبوب ، الإدارة البنكية الإلكترونية في الجزائر-دراسة حالة- ، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام و الاتصال ، تخصص مجتمع معلومات ، جامعة الجزائر ، 2012/2013 ، ص4

ثانيا- التطور التاريخي للبنوك الإلكترونية :

تعود نشأة المصارف الإلكترونية إلى بداية الثمانينات مع ظهور النقد الإلكتروني، أما استخدام البطاقات كان مع بداية القرن الماضي في فرنسا على شكل بطاقات كرتونية تستخدم في الهاتف العمومي، وبطاقات معدنية تستعمل على مستوى البريد في الولايات المتحدة الأمريكية. وفي عام 1958 أصدرت أول بطاقة بلاستيكية لتنتشر على نطاق واسع، ثم قامت بعدها ثمانية مصارف بإصدار بطاقة " Americard Bank " عام 1968 لتتحول إلى شبكة Visa العالمية، كما تم إصدار في نفس العام البطاقة الزرقاء من طرف ستة مصارف فرنسية.

¹ حورية جنان ، دور الصيرفة الإلكترونية في تحسين جودة الخدمات المصرفية -دراسة حالة بنك القرض الشعبي الوطني عين مليلة- ، مذكرة لنيل شهادة الماستر علوم اقتصادية ، تخصص مالية بنوك ، جامعة أم البواقي ، 2012/ 2013 ، ص 13

وفي عام 1986 قامت إتصالات فرنسا، بتزويد الهواتف العمومية بأجهزة قارئة للبطاقات الذاكرة لتصبح عام 1992 كل البطاقات المصرفية بطاقات برعوثية تحمل بيانات شخصية لحامله.¹

لقد ظهرت الصيرفة الإلكترونية بظهور النقد الإلكتروني حيث تزوج النقد الإلكتروني بتقنيات المعلومات غير أن استخدام البطاقات في الواقع ظهر بفرنسا، حيث تم استخدام بطاقة كرتونية في الهاتف و في الوم. أ تم استخدام بطاقة معدنية تستعمل في تعريف العميل على مستوى البريد ومع ذلك كان لابد من الإنتظار حتى الخمسينات من القرن الماضي حيث يشهد العامل تحولا في هذه البطاقات حيث طرحت شركة " express American " في عام 1955 بطاقة بلاستيكية والتي انتشرت على نطاق دولي في الستينات من القرن الماضي، وفي سنة 1968 أصدرت مجموعة شركات تتكون من 8 بنوك كبيرة بطاقة " card american Bank " والتي تحولت فيما بعد إلى شركة visa المشهورة عالميا، بالإضافة إلى إصدار بطاقة زرقاء في فرنسا من قبل 6 بنوك فرنسية وبفضل الثورة الإلكترونية تم تزويد البطاقات بمسارات مغناطيسية في البلدان المتقدمة حيث أصبحت البطاقات تحتوي على ذاكرة ويمكن تجزئة القيمة المخزنة فيها لإجراء عمليات الدفع.²

المطلب الثالث : أهمية البنوك الإلكترونية و عوامل نجاحها و متطلباتها

أولا- أهمية البنوك الإلكترونية :

تظهر أهمية هذه البنوك في العصر الحديث بأدائها أرصدة ضخمة من الودائع الصغيرة على مستوى الوفورات المحققة من الحجم الكبير و ذلك لما يلي :

- بدون هذه الوساطة يتعين على صاحب المال أن يجد المستثمر المطلوب و العكس بالشروط و المدة الملائمة للإثنين؛
- بدون المصارف تكون المخاطرة أكبر لاقتصار المشاركة على مشروع واحد؛
- نظرا لتنوع لإستثمارات المصارف فإنها توزع المخاطر مما يجعل في الإمكان الدخول في مشاريع ذات مخاطر عالية؛
- يساهم الأنترنت في التعريف بالبنوك و الترويج للخدمات المصرفية بشكل إعلامي؛
- يمكن للمصارف نظرا لكبر حجم الأرصدة أن تدخل في مشاريع طويلة الأجل؛
- إن توجه البنوك العالمية نحو شبكة الأنترنت و ما تتميز به من قدرات تنافسية يلزم البنوك الصغيرة ضرورة الإرتقاء إلى مستوى هذه التحديات، و وفقا لذلك سيقوم العملاء.

ثانيا- عوامل نجاح الصيرفة الإلكترونية :

إن إقامة نظام للصيرفة الإلكترونية يقتضي الإلتزام بجملة من العوامل و هي كالتالي :

- وجود شبكة عريضة تضم كل الجهات ذات الصلة و ترتبط بالأنترنت وفقا للأسس القياسية مع مراعاة التأمين في تصميم هذه الشبكة؛

¹ أ.العياطي جهيدة و د.محمد بن عزة ، تطور الخدمات المصرفية الإلكترونية بين وسائل الدفع الحديثة والتقليدية ، تحليل إحصائي حديث لواقع وآفاق تطور الصيرفة الإلكترونية في الجزائر ، جامعة أبو بكر بلقايد تلمسان ، لا توجد سنة ، ص2.

² حورية جنان ، نفس المرجع السابق ، ص18

- وضع خطط للبدء في إدخال خدمات الصيرفة الإلكترونية، بداية من وضع إستراتيجية على مستوى البنك المركزي أو البلد أو التحالفات الدولية؛
- إعداد خطة لتدريب الموارد البشرية؛
- العمل على إنشاء تنظيم إداري يعمل على التنسيق بين الأطراف المتعاقدة.

ثالثا- متطلبات البنك الإلكتروني :

1- البنية التحتية التقنية :

يقف في مقدمة متطلبات إنشاء المصارف الإلكترونية البنية التحتية التقنية التي لا يمكن أن تكون معزولة عن بنية الاتصالات وتقنية المعلومات التحتية للدولة ومختلف القطاعات، ذلك أن المصارف تحيي في بيئة الأعمال الإلكترونية و التجارة الإلكترونية والمتطلبات الرئيسية لضمان أعمال إلكترونية ناجحة وهي :¹

1-1-1 فعالية وسلامة بين الاتصالات

و التي تقوم على :

- سلامة التنظيم الاستثنائي؛
- دقة المعايير و توافرها الدولي؛
- كفاءة وفعالية التنظيم القانوني لقطاع الاتصالات .

1-2-2 تقنية المعلومات :

- الأجهزة ؛
- ملحقات الأجهزة؛
- البرمجيات والحلول، الكفاءات البشرية المدربة و الوظائف الاحترافية .

1-3-3 كفاءة البنية التحتية :

و تتمثل في الآتي :

- تحديد أولويات وأغراض تطوير سوق الاتصالات في الدولة؛
- موازنة هدف الدخول للأسواق العالمية مع احتياجات التطوير التقني للشركات؛

¹ حورية جنان ، مرجع سبق ذكره ، ص21

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

1-4- تحديد معايير و مواصفات الخدمة المميزة :

- معايير أمن وسلامة تبادل المعلومات وسريتها وخصوصية المشتركين؛

- تحديد نطاق التدخل الحكومي و تحديد أولويات الدعم و ما يتعين أن يكون محلا للتشجيع الاستثماري من قبل الدولة.

3-2- الكفاءة الأدائية المتفقة مع عصر التقنية :

هذه الكفاءة القائمة على فهم احتياجات الأداء و التواصل التأهيلي والتدريبي والمتمثلة بكفاءة الأداء في كافة الوظائف الفنية والمالية والتسويقية والقانونية والاستشارية والإدارية المتصلة بالنشاط المصرفي الإلكتروني .

3-3- التطور و الاستمرارية والتفاعلية مع المستجدات :

وهذا العنصر يتقدم على العديد من عناصر متطلبات بناء المصارف و يميزها لأن الجمود و انتظار الآخرين لا يتفق مع اقتناص فرص التميز.

3-4- التفاعل مع متغيرات الوسائل و الإستراتيجيات الفنية و الإدارية و المالية:

التفاعلية (communicative) لا تكون في التعامل مع الجديد فقط أو مع البنى التحتية فقط و إنما مع الأفكار والنظريات الحديثة في حقول الأداء الفني والتسويقي والمالي والخدمي ، تلك الأفكار التي تأتي وليدة تفكير إبداعي و ليس وليدة تفكير نمطي.

المطلب 04 : خصائص وأنواع البنوك الإلكترونية و طبيعتها القانونية

أولا- خصائص البنوك الإلكترونية :

تتمثل فيما يلي¹ :

- إمكانية الوصول إلى قاعدة أوسع من المتعاملين :

يساهم الانترنت في التعريف بالبنوك و الترويج للخدمات المصرفية بشكل إعلامي على النحو الذي يوفر لها القدرة على الوصول إلى قاعدة عريضة من العملاء دون التقيد بمكان أو زمان معين كما تتيح لها إمكانية طلب الخدمة في أي وقت و على طول أيام الأسبوع و هو ما يوفر الراحة للعميل.¹

¹ حورية جنان ، مرجع سبق ذكره ، ص23.

¹ حورية جنان ، مرجع سبق ذكره ، ص23.

- تقديم خدمات مصرفية كاملة و جديدة :

تتيح البنوك الإلكترونية خيارات أوسع للمتعاملين بها وحرية أكثر في اختيار الخدمات نوعيتها، إذ تقدم البنوك الإلكترونية كافة الخدمات المصرفية التقليدية إلى جانب الخدمات الأخرى التي تتيحها صيغ التعامل مع الانترنت والتي تميزها عن الأداء التقليدي .

- تخفيض التكاليف :

من أهم ما يميز البنوك الإلكترونية مساهمتها في تقليص تكاليف تقديم الخدمة من خلال تخفيض النفقات التي يتحملها البنك، فتكلفة إنشاء موقع للبنك عبر الانترنت لا تقارن بتكلفة إنشاء فرع جديد للبنك و ما يتطلبه من مباني وأجهزة و مستلزمات إدارية، وما يترتب على ذلك من توفير فرص تعزيز جودة الخدمات إلى جانب استقطاب وجذب المتعاملين.

- زيادة كفاءة البنوك الإلكترونية :

نظرا لاتساع الانترنت و سرعة إنجاز الأعمال بالمقارنة مع البنوك التقليدية، فقد أصبح من السهولة على المتعامل الاتصال بالبنك عبر الانترنت الذي يقوم بتنفيذ الإجراءات التي تنتهي في أجزاء صغيرة من الدقيقة الواحدة بأداء صحيح و بكفاءة عالية بدلا من انتقال المتعامل إلى مقر البنك شخصيا، إلى جانب الوقت الذي يتطلبه الانتظار في حالة وجود متعاملين آخرين يتزاحمون على الحصول على نفس الخدمة أو خدمات يقدم من قبل ذات الموظف لمجموعة من المتعاملين في صف الانتظار.

- خدمات البطاقات :

توفر البنوك الإلكترونية خدمات متميزة لشريحة محدودة من المتعاملين مثل رجال الأعمال و المتعاملين VIP ، وتشتمل هذه الخدمات على خدمات سامبا الماسية والذهبية المقدمة لفئة محدودة من المتعاملين على شكل بطاقات إنتمانية و بخصم خاص، و من هذه البطاقات بطاقة سوني التي تمكن العميل من استخدامها في أكثر من 18 مليون من أكبر الأماكن، و تشتمل على خدمات مجانية على مدار الساعة برقم خاص، خدمة مراكز الأعمال، الإعفاء من رسوم و عمولات الخدمات البنكية، بالإضافة إلى كثير من الخدمات الخاصة .

- تحقيق الميزة التنافسية :

توفر عملية تسويق البنك لخدماته من موقعه على الانترنت للبنك فرصة امتلاك ميزة تنافسية تعزز من مكانته التنافسية وتؤهله إلى مستوى المعاملات التجارية العالمية فضلا عن أن استخدام الإنترنت يسهم في تعزيز رأس المال الفكري و تطوير تكنولوجيا المعلومات و الاستفادة من الابتكارات الجديدة التي يمكن توظيفها في تعزيز العمليات المصرفية كما أن توجه البنوك العالمية نحو شبكة الانترنت وما تتميز به من قدرات تنافسية تحفز البنوك الصغيرة على ضرورة الإرتقاء إلى مستوى هذه التحديات و وفقا لذلك سيقوم المتعاملون بالمقارنة بين خدمات البنوك لإختيار الأنسب، وبذلك تكون الانترنت عامل منافسة قوي في جذب المتعاملين.

- بالإضافة إلى هذه الخصائص يتميز البنك الإلكتروني بعدة مزايا أهمها ما يلي :

أ- السرية :

إن المعاملات بين البنك تقوم على الثقة فيه و في العاملين لديه فإن التزام البنك بالسرية في معاملاته، إنما هو التزام عام تقتضيه أصول المهنة، و ظروف معاملاته التي تتسم بحساسية فائقة.

ب- حسن المعاملة :

إن المعاملة الحسنة التي يتلقاها عميل البنك من العاملين فيه هي الأساس في تحويل العميل إلى عميل دائم، و اعتباره أداة اجتذاب العملاء للتعامل مع بنك دون غيره مادامت الخدمات المصرفية التي تقدمها كافة البنوك واحدة.

ج- الراحة و السرعة :

إن إحساس العميل بالراحة عند وجوده في البنك يغريه على كثرة التردد عليه، لهذا تسعى البنوك إلى توفير أكبر قدر من الراحة للعملاء من إعداد أماكن مناسبة لاستقبالهم لقضاء وقت الانتظار فضلا عن استخدام أجهزة تكييف الهواء و يجب إنجاز الأعمال في أسرع وقت.

سرعة تغير القواعد الحاكمة و ذلك لمواكبة التطور السريع في مجال المعاملات الإلكترونية، مما يحتاج إلى سرعة في صياغة التشريعات اللازمة لمواكبة هذا التطور السريع.¹

د- كثرة الفروع :

كثرة الفروع و انتشارها في مناطق جغرافية مختلفة تعود على البنك بفوائد كثيرة مثل :

- التيسير على عملاء البنك إجراء معاملاتهم؛

- التمتع بمزايا المشروعات فيتمكن من تقسيم العمل على نطاق واسع، و يقل عنده الاحتياطي النقدي اعتمادا على تبادل المساعدات بين الفروع؛

- السهولة و السرعة و قلة التكاليف التي ستحملها البنك عند تحويل النقود من جهة لأخرى؛

- توزيع المخاطر التي يواجهها البنك على جهات مختلفة فإذا كسدت صناعة ما في منطقة جغرافية فإن هذا الكساد لن يؤثر إلا على الفرع الموجود بهذه المنطقة وحده، و يمكن تعويض خسارة هذا الفرع بالأرباح الناتجة عن عمليات فروع أخرى.

ثانيا- أنماط البنوك الإلكترونية:

إن إدخال شبكة الانترنت على النشاط المصرفي أعطى البنوك الإلكترونية ثلاث صور أساسية حسب نوعية الخدمة المقدمة كما يلي¹ :

- الموقع المعلوماتي : يمثل المستوى الأساسي والحد الأدنى للنشاط الإلكتروني المصرفي، ويسمح هذا الموقع للبنك بتقديم معلومات حول برامجه ومختلف منتجاته وخدماته المصرفية.

¹ د.محمد الصيرفي، "إدارة العمليات المصرفية"، القاهرة-مصر-، دار الفجر للنشر و التوزيع، الطبعة الأولى، 2016، ص97

¹ نصيرة شبوب، مرجع سبق ذكره، ص62-63

- الموقع الاتصالي : يتيح هذا الموقع عملية التبادل الاتصالي بين البنك والعملاء مثل البريد الإلكتروني، القيام بتعبئة طلبات ونماذج على الخط، وتقديم معلومات عن الحساب والإجابة عن الاستفسارات وكذلك تعديل القيود.

-الموقع التبادلي : يسمح هذا الموقع للبنك بممارسة نشاطاته في بيئة إلكترونية، كما يسمح للعميل أن يقوم بمختلف معاملاته إلكترونياً من الوصول إلى الحساب وسداد الفواتير، إلى إدارة التدفقات النقدية إلى إجراء كافة الخدمات الاستعلامية سواء داخل البنك أو مع جهات خارجية.

ثالثاً- الطبيعة القانونية للبنوك الإلكترونية :

لا بد من تحديد الطبيعة القانونية للبنوك الإلكترونية وعند الحديث عن الطبيعة القانونية لا بد من تناول المواضيع التالية :

1- مدى سريان القواعد القانونية الخاصة بالبنوك التقليدية على البنوك الإلكترونية :

من حيث الكيان القانوني فإن البنوك التقليدية لها كيان قانوني لما لها من واقع ملموس على الأرض، متمثلاً في فروعها الكثيرة المنتشرة وعدد كبير من الموظفين منتشرين في تلك الفروع، بينما البنوك الإلكترونية ليس لها فروع منتشرة على الأرض وإنما هو فرع واحد يستطيع أي من العملاء الوصول إليه مهما كان الوقت الذي يريد الدخول فيه إلى البنك، كذلك البنوك الإلكترونية ليس لها هذا العدد المهول من الموظفين الموجود في البنوك التقليدية .ومن حيث الخدمات المقدمة إلى العملاء فإن البنوك التقليدية تقدم كافة العمليات المصرفية إلى عملائها و لكن بطريقة تقليدية تحتاج إلى الكثير من الجهد و الوقت من كل من البنك و العميل، أما البنوك الإلكترونية فهي تقدم ذات الخدمات إلى عملائها أيضاً و لكن بطريقة إلكترونية حديثة توفر الوقت و المجهود . وعليه فنحن نرى أن البنوك الإلكترونية لا بد و أن تخضع لذات القواعد القانونية المنظمة لعمل البنوك التقليدية، و ذلك حتى يتوفر للعملاء الحد المناسب من الطمأنينة عند قيامهم بالتعامل مع تلك النوعية من البنوك.

2- مدى خضوع البنوك الإلكترونية لإشراف البنوك المركزية :

في بعض دول العالم لايشترط إشراف البنك المركزي على البنوك العامة، سواء كانت بنوك تقليدية أو إلكترونية، و إن خضوع البنوك سواء التقليدية أو الإلكترونية لإشراف البنوك المركزية الموجودة في كل دولة يوفر الكثير من الحماية للعملاء، الذين تتوفر لهم الحماية من إشراف البنك المركزي على ما يقوم به البنك من عمليات مصرفية و ذلك لحماية أموالهم المودعة بتلك البنوك و لكي لا تكون تلك الأموال بدون إشراف أو مراقبة فتستخدم في عمليات مريبة كعمليات غسل الأموال التي تنتشر في الكثير من البلدان التي لا يتوفر فيها أي قدر من الإشراف و المراقبة على العمليات المصرفية التي تقوم بها تلك البنوك أيا كان نوعها تقليدي أو إلكتروني.

3- مدى قيام البنوك الإلكترونية بالعمليات المصرفية :

لقد ثار الكثير من الجدل في البداية عما إذا كان من حق تلك البنوك، التي يطلق عليها بنوكا إلكترونية القيام بالعمليات المصرفية التي تقوم بها البنوك التقليدية، إلا أن هذا الجدل لم يلبس إلا و حسم لصالح تلك البنوك حيث أنه من حقها القيام بكافة العمليات المصرفية بطريقة إلكترونية وذلك لما فيه من مميزات عن البنوك التقليدية، من توفير للوقت و الجهد و الأموال سواء للعميل أو البنك نفسه . و حيث أن تلك البنوك الإلكترونية

تتمتع بنفس الكيان القانوني للبنوك التقليدية و الاختلاف بينهما سوى أن البنوك التقليدية تقدم خدماتها للعملاء بطريقة تقليدية بينما البنوك الإلكترونية تقدم خدماتها بطريقة إلكترونية، وكلاهما يتمتعان بنفس الكيان القانوني و يخضعان لنفس الإشراف و المراقبة و يقدمان نفس العمليات المصرفية، بل إن تلك البنوك الإلكترونية قد استطاعت أن تقدم خدمات مصرفية إلكترونية لا تستطيع البنوك التقليدية تقديمها.

4- القواعد و الأسس المحاسبية التي تنطبق على البنوك الإلكترونية :¹

لكل دولة من دول العالم قواعد و أسس محاسبة تطبقها على البنوك التقليدية التي تعمل داخل تلك الدولة، وقد تختلف تلك القواعد و الأسس من دولة إلى أخرى إلا أنها في مجموعها لا تختلف في المضمون. و قد اختلف فقهاء القانون فيما إذا كان الواجب تطبيق تلك الأسس و القواعد على تلك البنوك الإلكترونية من عدمه، نظراً للطبيعة الخاصة التي تتمتع بها البنوك الإلكترونية، فهناك من الفقهاء من ذهب الرأي إلى وجوب تطبيق تلك القواعد و الأسس على البنوك الإلكترونية، لكونها لا تختلف عن البنوك التقليدية إلا في طريقة تقديم الخدمات المصرفية لعملائها، و ذهب رأي آخر إلى عدم تطبيق تلك القواعد و الأسس على أساس أن تلك البنوك تختلف كلياً عن البنوك التقليدية. و نحن نرى أن الأسس التي يتم تطبيقها على البنوك التقليدية نطبقها على البنوك الإلكترونية و لكن لا بد من تطوير و تحديث تلك القواعد و الأسس للتطور التكنولوجي الذي تتعامل به البنوك الإلكترونية.

¹ حورية جنان ، مرجع سبق ذكره ، ص30

المبحث الثاني : خدمات البنوك الإلكترونية

ظهور الإنترنت والتجارة الإلكترونية أصبحت طرق الدفع التقليدية لا تتماشى مع طبيعة هذه التعاملات الافتراضية . من حيث لم تستطع مجارات عصر السرعة، لذا كان لزاما استحداث طرق ووسائل دفع تتلاءم و هذه الطبيعة الافتراضية المرنة.

المطلب الأول : مفهوم وسائل الدفع الإلكترونية و خصائصها

أولاً- مفهوم وسائل الدفع الإلكتروني :

يعرف الدفع الإلكتروني على أنه : " عملية تحويل الأموال هي في الأساس ثمن لسلمة أو خدمة بطريقة رقمية أي باستخدام أجهزة الكمبيوتر، و إرسال البيانات عبر خط تلفوني أو شبكة ما أو أي طريقة لإرسال البيانات".¹

تعريف قانون المعاملات الإلكترونية السعودي لوسائل الدفع الإلكترونية : " يعتبر تحويل الأموال الإلكترونية وسيلة مقبولة لإجراء الدفع. ولا يؤثر هذا القانون بأية صورة كانت على حقوق الأشخاص المقررة بمقتضى التشريعات ذات العلاقة نافذة المعقول" .

أما قانون المعاملات و التجارة التونسي يعتبر أنها: " الوسيلة التي تمكن صاحبها من القيام بعمليات الدفع المباشر عن بعد عبر الشبكات العمومية للاتصالات " يعرفها البنك المركزي الأوربي : بأنها كل عملية دفع صدرت و عولجت بطريقة إلكترونية.

من جهة أخرى، يعرفها البنك المركزي الأوربي بأنها كل عملية دفع صدرت و عولجت بطريقة إلكترونية².

وهذا يعني أن وسائل الدفع الإلكترونية هي عبارة عن تحويل معاملات، من خلال نقل معطيات من طرف إلى آخر ومن نظام إلى آخر وهذه المعطيات تتم معالجتها من طرف وسيط. وتتم هذه العملية عن طريق مجموعة الأدوات الإلكترونية التي تصدرها المصارف و مؤسسات الائتمان.

وهذا يعني أن وسائل الدفع الإلكترونية هي عبارة عن تحويل معاملات، من خلال نقل معطيات من طرف إلى آخر ومن نظام إلى آخر وهذه المعطيات تتم معالجتها من طرف وسيط (نظام المعالجة). وتتم هذه العملية عن طريق مجموعة الأدوات الإلكترونية التي تصدرها المصارف و مؤسسات الائتمان

ثانيا- خصائص وسائل الدفع الإلكتروني :

تتميز وسائل الدفع الإلكترونية بالخصائص الآتية :

¹ لوصيف عمار، إستراتيجيات نظام المدفوعات للقرن 21 مع الإشارة إلى التجربة الجزائرية ، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية ، تخصص تحليل و إستشراف ، جامعة منتوري قسنطينة، 2009/2008، ص29

² زهير زواش ، دور نظام الدفع الإلكتروني في تحسين المعاملات المصرفية-دراسة حالة الجزائر- ، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية ، كلية العلوم الاقتصادية و علوم التسيير ، جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي- الجزائر، 2010/ 2011، ص 17

- يتسم الدفع الإلكتروني بالطبيعة الدولية : أي أنه وسيلة مقبولة من جميع الدول، حيث يتم استخدامه لتسوية الحساب في المعاملات التي تتم عبر فضاء الكتروني بين المستخدمين في كل أنحاء العالم؛
- يتم الدفع من خلال استخدام النقود الإلكترونية: و هي قيمة نقدية تتضمنها بطاقة بها ذاكرة رقمية أو الذاكرة الرئيسية للمؤسسة التي تهيمن على إدارة عملية التبادل؛¹
- يستخدم هذا الأسلوب لتسوية المعاملات الإلكترونية عن بعد، حيث يتم إبرام العقد بين أطراف متباعين فيفي المكان ويتم الدفع عبر شبكة الانترنت أي من خلال مسافات تتبادل المعلومات الإلكترونية بفضل وسائل الاتصال اللاسلكية؛²
- يتم إعطاء أمر الدفع وفقا لمعطيات الكترونية تسمح بالاتصال المباشر بين طرفي العقد.

المطلب الثاني : آلية الدفع الإلكتروني

يقصد بها الوسائل و الأجهزة التقنية الخاصة التي تستخدم كأدات لإجراء المدفوعات النقدية بين الأطراف المتعاملين بها، ذلك لأن هذه الوسائط قد تكون عبارة عن أجهزة خاصة كماكينات الصرافات الآلية أو أجهزة عامة بترتيبات خاصة كأجهزة الحاسوب الشخصية أو الأجهزة ذات القدرة على التعامل مع بطاقات الدفع. وهي :

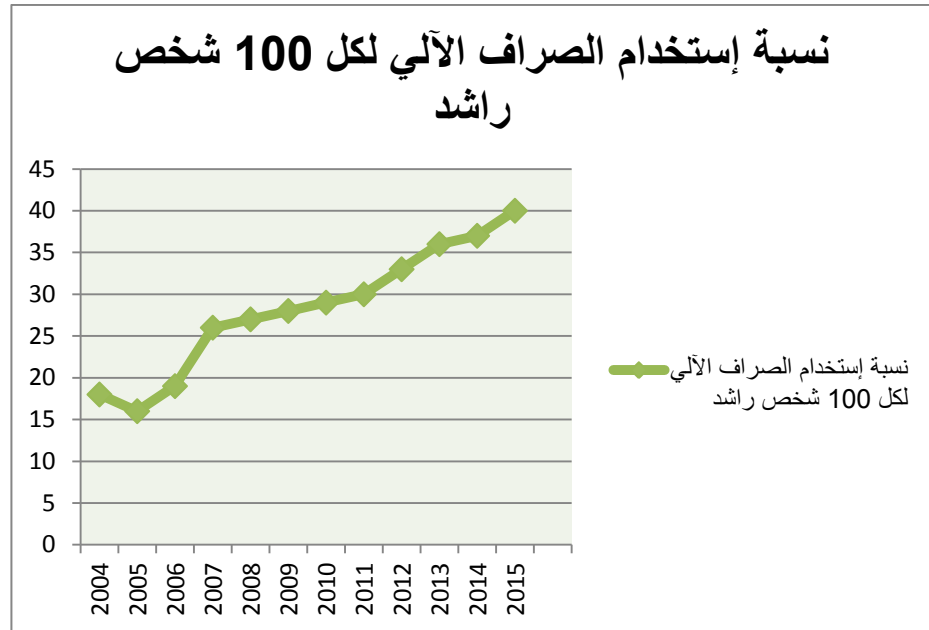
أولا- من خلال الصرافات الإلكترونية : وتتمثل فيما يلي :

- 1- الموزع الآلي للأوراق : هو آلة أوتوماتيكية تسمح للعميل عن طريق بطاقة إلكترونية بسحب مبلغ من المال دون حاجة اللجوء إلى الفرع.
- 2- الشباك الآلي للأوراق : هو أيضا آلة أوتوماتيكية أكثر تعقيدا أو تنوعا، فبالإضافة إلى خدمة السحب النقدي تقدم خدمات أخرى كقبول الودائع، طلب صك، عمليات التحويل من حساب لآخر... إلخ. وكل ذلك والشبائيك الأوتوماتيكية للأوراق متصلة بالحاسوب الرئيسي للبنك.
- 3- نهائي نقطة البيع الإلكترونية : تسمح هذه التقنية بخصم قيمة مشتريات العميل من رصيده الخاص بعد أن يمرر موظف نقطة البيع البطاقة الائتمانية على الفارئ الإلكتروني الموصول مباشرة مع الحاسوب المركزي للبنك بإدخال الرقم السري للعميل أين تخصم القيمة من رصيده و تضاف إلى رصيد المتجر إلكترونيا.

¹ لوصيف عمار ، مرجع سبق ذكره ، ص30

² حورية جنان ، مرجع سبق ذكره ، ص33

شكل (01-02) : نسبة استخدام الصراف الآلي عبر العالم خلال 2004-2015



المصدر : أ.العياطي جهيدة + د. محمد بن عزة ، مرجع سبق ذكره ، ص3

يوضح الشكل إلى أن عدد الصرافات الآلية في العالم في تطور مستمر، ما عدا سنة 2005 عرفت تراجعاً بـ5%، وهذا راجع لتبني المصارف لقنوات أخرى كالهاتف النقال و الصيرفة عبر الإنترنت، لكن سرعان ما أدركت المصارف دورها في النشاط المصرفي : مما انعكس على ارتفاع عددها بصورة مستمرة حيث بلغت نسبة 30% صرافاً لكل 100 شخص راشد سنة 2011 ، و نسبة 40 % سنة 2015 مما يوضح لنا توفر هذه الخدمة بشكل كبير و تقريبها من العميل لنيل رضاه.

ثانياً- عبر الهاتف المصرفي :

إن استخدام الهواتف الخلوية في مجال الأعمال المصرفية حديث جداً بحدثة أجهزة الهواتف الخلوية، ولم تتمكن من العثور على تعريف للبنوك الخلوية لا في الفقه ولا في القضاء لكي نتعرف على ماهيتها، ولكن باختصار يمكن القول إنها عملية استخدام الهاتف النقال من خلال إحدى القنوات الإلكترونية المخصصة للوصول إلى المعلومات المصرفية المطلوبة أو إستلام الرسائل ووفق شروط العقد الموقعة بين البنك والعميل.¹

مع تطور الخدمات المصرفية على مستوى العالم أنشأت المصارف خدمة "الهاتف المنزلي" لتسهيل إدارة العملاء لعملياتهم البنكية و تفادي البنوك طوابير العملاء للاستفسار عن حساباتهم، و تستمر هذه الخدمة 24 ساعة يومياً ، تقدم هذه الخدمة بالاعتماد على شبكة الانترنت المرتبطة بفروع البنك أين تمكن العميل من الحصول على خدمات محددة، فقط بإدخال الرقم السري الخاص به ، ومن الخدمات التي يقدمها الهاتف المصرفي على مستوى عالمي :

¹ عماد الدين أحمد محمد عبد الحليم ، المعاملات المصرفية بواسطة الهواتف النقالة ، متطلبات الحصول على درجة الماجستير في القانون الخاص ، قسم القانون الخاص ، كلية الحقوق ، جامعة الشرق الأوسط ، الأردن ، لا توجد سنة ، ص10.

- يتم تطبيق هذا النظام في " ميلاند بنك بإسم " Acount FirstDirect" عن طريق الإتصالات الهاتفية بإدخال الرقم السري الخاص بالعمل يحول من حسابه بالمصرف لسداد بعض التزاماته مثل : فاتورة الغاز، الكهرباء.....

- في المملكة المتحدة الأمريكية أدخلت هذه الخدمة منذ عام 1985 و تعمل بواسطة شاشة لدى العميل في منزله لها اتصال مباشر بالمصرف، وفي عام 1986 تم إدخال خدمات جديدة للهاتف المصرفي تتمثل في خدمة التحويلات المالية من حساب العميل المدفوعة لسداد الكمبيالات و الفواتير عليه.

- وفي نوفمبر 1994 استحدثت "باركليز بانك" خدمة تحويل الأموال، ودفع الالتزامات وأتاحت خدمة الهاتف المصرفي للعميل فرصة التعاقد للحصول على قرض أو فتح اعتمادات مستندية وغيرها.

ثالثا- أوامر الدفع المصرفية الإلكترونية و خدمات المقاصة الإلكترونية :

تأسست خدمت المقاصة الإلكترونية عام 1960 ويتم من خلالها تحويل النقود من حسابات العملاء إلى حسابات أشخاص أو هيئات أخرى في أي فرع و لأي مصرف في دولة أخرى، كدفع المرتبات الشهرية من حساب صاحب العمل إلى حساب الموظفين ، أو دفع إلتزامات دورية من حساب العميل إلى مصلحة الكهرباء، الغاز.

كما يتم تسوية المدفوعات المصرفية عن طريق نظام التسوية الإجمالية بالوقت الحقيقي ، ضمن الخدمات الإلكترونية، و يتيح هذا النظام بطريقة إلكترونية أمانة نقل و تحويل المبالغ المالية من حساب بنكي إلى آخر بسهولة، حيث تتم المدفوعات في نفس اليوم و بنفس قيمة اليوم دون إلغاء أو تأخير.¹

المطلب الثالث : مزايا و عيوب وسائل الدفع الإلكتروني

1- مزايا الدفع الإلكتروني:

- بالنسبة لحاملها : تحقق وسائل الدفع الإلكتروني لحاملها عدة مزايا عديدة أهمها سهولة و يسر الاستخدام، كما تمنحه ألامان بدل حمل النقود الورقية وتفادي السرقة والضياع، كما أن لحاملها فرصة الحصول على الائتمان المجاني لفترات محددة، كذلك تمكنه من إتمام صفقاته فوراً بمجرد ذكر رقم البطاقة.²

- بالنسبة للتاجر: تعد اقوي ضمان لحقوق البائع، تساهم في زيادة المبيعات كما أنها أزاحت عبء متابعة ديون الزبائن طالما أن العبء يقع على عاتق البنك و الشركات المصدرة .

- بالنسبة لمصدرها : يجني مصدر البطاقة عدة مزايا منها الفوائد و الرسوم و الغرامات من الأرباح التي تحققها المصارف و المؤسسات المالية.

¹ حورية جنان ، مرجع سبق ذكره ، ص38

² ناشف فاطمة ، "وسائل الدفع الإلكتروني في البنوك و المؤسسات المالية الجزائرية -دراسة حالة-" ، مذكرة لنيل شهادة ماستر ، تخصص إقتصاد نقدي و بنكي ، جامعة مستغانم

2017/2018، ص38،

2- عيوب وسائل الدفع الإلكتروني :

- **بالنسبة لحاملها :** من المخاطر الناجمة عن استخدام هذه الوسائل زيادة الاقتراض، و الانفاق بما يتجاوز القدرة المالية، و عدم سداد حامل البطاقة قيمتها في الوقت المحدد يترتب عنه وضع اسمه في القائمة السوداء.
- **بالنسبة للتاجر:** إن مجرد حدوث بعض المخالفات من جانب التاجر او عدم التزامه بالشروط يجعل البنك يلغي التعامل معه و يضع اسمه في القائمة السوداء، و هو ما يعني تكبد التاجر صعوبات جمة في نشاطه التجاري.
- **بالنسبة لمصدرها :** أهم خطر مصدرها هو مدى سداد حاملي البطاقات للديون المستحقة عليهم، و كذلك تحمل البنك المصدر نفقات ضياعها.

المطلب الرابع : مخاطر الخدمات المصرفية الإلكترونية

بالرغم من مميزات الخدمات المصرفية الإلكترونية إلى أن تعرضها للخطر كبير سواء على مستوى الحفاظ على تلك النوعية من الأموال البنوك أو الاقتصاد القومي ككل. و تتمثل هذه المخاطر فيما يلي¹:

1- مخاطر التشغيل: و ينشأ هذا النوع من المخاطر نتيجة ما يلي :

- **عدم التأمين الكافي للنظم :** يتمثل هذا الخطر في إمكانية الاختراق غير المسموح به بالدخول إلى نظم حسابات البنك بهدف التعرف على المعلومات الخاصة بالزبائن و استغلالها أو سرقة أرقام البطاقات الائتمانية سواء تم ذلك من خارج البنك أو العاملين به.
- **عدم ملاءمة تصميم النظم أو التنفيذ أو أعمال الصيانة :** ينشأ هذا الخطر نتيجة إخفاق النظم أو عدم كفاءتها لمواجهة متطلبات المستخدمين وعدم السرعة في حل هذه المشاكل المتعلقة بالنظم و صيانتها و عدم توفر نظم الحماية الفعالة لقواعد البيانات من حسابات الزبائن الذين يتوقعون منه السرعة الفائقة في تقديم ما يريدون من خدمات مصرفية.
- **إساءة الاستخدام من قبل العملاء :** ينشأ هذا النوع من المخاطر نتيجة عدم إحاطة العملاء بإجراءات التأمين الوقائية أو بسماحهم لعناصر إجرامية بالدخول إلى حسابات عملاء آخرين أو القيام بعمليات غسل الأموال باستخدام معلوماتهم الشخصية أو قيامهم بعدم إتباع إجراءات التأمين اللازمة.
- **سلامة البيانات :** وهي من أهم مكونات أمن النظام و يجب على إدارات البنوك أن تعمل على تحسين قابلية الأنظمة للعمل و الارتباط مع أنظمة أخرى داخل المنظمة نفسها ومع المؤسسات الأخرى ولكون الخدمة البنكية متوفرة على مدار الساعة زاد ذلك في الضغوط التنافسية لكسب رضا العملاء وقلل من استعداداتهم لتحمل وقوع أخطاء.
- **ضبط التدقيق الداخلي :** إن تحقيق الكفاءة في العمل المصرفي و قدرة البنك على خفض النفقات يعتمد على قدرته على معالجة كافة نواحي و مراحل العمل الإلكتروني، و كذلك القدرة على الفصل السليم بين المهام و المسؤوليات لتحقيق الضبط الداخلي بفعالية، و تزداد الضغوط على البنك في حالة وجود نقص في الخبرات أو نقص الكفاءات ذات المهارة في أداء العمليات البنكية الإلكترونية و قدرة البنك على معالجة هذه الظروف الطارئة.

¹ <http://thesis.univ-biskra.dz/>, 21/03/2021 , 03 :55

2- مخاطر السمعة: إن أي إضرار في الخدمات التي تقدمها البنوك قد يمس سمعتها، إذ تزيد احتمالات مخاطر السمعة بازدياد اعتماد البنك على القنوات الإلكترونية في تقديم خدماته وذلك بسبب تكرار المشاكل التقنية مما يساهم في فقدان الثقة في هذه القنوات، أما من جانب الزبائن فقد تنشأ هذه المخاطر نتيجة سوء استخدام الزبائن لإحتياطات الأمان أو نتيجة الجهل بالخدمة الإلكترونية، وحل هذه المعضلة يكون من خلال الدور الإعلامي للبنك حول الخدمة الإلكترونية وذلك بتقديم مساعدات تقنية وإستشارية لزبائنه، حتى لا يتضاعف هذا الخطر سواء بسبب عدم الإنظام في تقديم الخدمات أو إنتهاك خصوصية الزبائن أو عدم كفاءة البنك في تقديم الخدمة.¹

3- مخاطر قانونية: تحدث المخاطر القانونية عندما لا يحترم البنك القواعد القانونية و التشريعات المنصوص عليها أو عندما لا تكون هناك نظم قانونية واضحة و دقيقة بخصوص عمليات مصرفية جديدة، و تبرز أهم التحديات القانونية متمثلة في تحدي قبول القانون للتعاقدات الإلكترونية، حجيتها في الإثبات أمن المعلومات، وسائل الدفع التحديات الضريبية. إثبات الشخصية، التوقيع الإلكتروني، أنظمة الدفع النقدي، المال الرقمي أو الإلكتروني سرية المعلومات، أمن المعلومات من مخاطر إجرام التقنية العالية خصوصية العميل.

4- مخاطر أخرى: يرتبط أداء العمليات البنكية الإلكترونية بالمخاطر الخاصة بالعمليات البنكية التقليدية و من ذلك مخاطر الإئتمان و السيولة و سعر العائد و مخاطر السوق مع احتمال زيادة حدتها، فعلى سبيل المثال فإن استخدام قنوات غير تقليدية للإتصال بالعملاء و امتداد نشاط منح الإئتمان إلى عملاء عبر الحدود قد يزيد من احتمالات إخفاق بعض العملاء في سداد التزاماتهم.

كذلك هناك بعض المخاطر الأخرى نذكر منها:

- ارتفاع تكاليف جذب عملاء جدد للمعاملات البنكية من خلال الانترنت مما أدى إلى تراجع بعض البنوك عن تقديم خدمات مجانية للعملاء .

- عدم وجود فهم واضح لمتطلبات عملاء البنوك الإلكترونية و كيفية تلبية هذه المتطلبات على مواقع البنك بالشكل الأمثل .

- صعوبة الاعتماد على الانترنت فقط كوسيلة لتقديم الخدمات البنكية ، فقد أثبتت الدراسات أهمية الوجود المادي للبنوك التقليدية بالإضافة للبنوك الإلكترونية، حيث أن العديد من العملاء يفضلون التواجد المادي للبنك بالإضافة إلى عامل الأمان.

- إن عملية الإيداع النقدي تعد مشكلة بالنسبة لعملاء بنوك الانترنت حيث يضطر العميل لإرسال المبالغ التي يريد إيداعها بالبريد و هذه مشكلة كبيرة بالنسبة له.

¹ نسيم بوكحيل، تطويرالخدمات البنكية كمدخل لتحقيق رضا الزبون في ظل إقتصاد المعرفة -دراسة حالة البنوك العاملة بولاية جيجل- ، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه في علوم التسيير ، تخصص إدارة أعمال المؤسسة ، جامعة العربي بن مهيدي- أم البواقي ، 2017/2018 ، ص59.

المبحث الثالث : أدوات الدفع الإلكتروني

المطلب الأول : تعريف أدوات الدفع الإلكتروني

يعرف على أنه عملية تحويل الأموال، هي في الأساس ثمن لسلعة أو خدمة بطريقة رقمية أو باستخدام أجهزة الكمبيوتر، و إرسال البيانات عبر خط تلفوني أو شبكة ما أو أي طريقة إرسال البيانات، أما التشريع الجزائري فقد عرفها من خلال قانون النقد والقرض في المادة 69 من الأمر رقم 11-30 المؤرخ 26 أوت سنة 2003 على أنها " تعتبر وسائل الدفع كل الأدوات التي تمكن كل شخص من تحويل الأموال مهما يكن السن أو الأسلوب التقني المستعمل"¹.

المطلب الثاني : أنواع أدوات الدفع الإلكتروني

تصدر البنوك الإلكترونية وسائل الدفع في شكل وسائط تحتوي على شرائح ممغنطة وتدعى بطاقات القيمة المخزنة، يقابلها مقدار من الوحدات النقدية بحيث يزود الزبون بها للتعامل مع مختلف أجهزة الدفع من أجل الاستجابة لكافة الخدمات التي يحتاجها من سحب نقدي، طلب كشف الحساب ودفتر الشيكات، تحويل أموال ودفع فواتير مستحقة، على أن يستفيد من هذه الخدمات على مدار 24 ساعة. وعرفت وسائل الدفع الإلكتروني تطوراً واسعاً مع انتشار عمليات التجارة الإلكترونية، وتتمثل في البطاقات البنكية، النقود الإلكترونية والبطاقات الذكية و الشيكات الإلكترونية.

❖ البطاقات البنكية BankingCards :

تسمى أيضا البطاقات البلاستيكية، وهي عبارة عن بطاقة يستعملها حاملها في شراء معظم احتياجاته أو دفع مقابل ما يحصل عليه من خدمات دون الحاجة إلى حمل مبالغ كبيرة قد تتعرض لمخاطر السرقة أو الضياع أو التلف،² وتنقسم البطاقات البنكية إلى ثلاثة أنواع :

أ. **بطاقات الإنتمان**: هي البطاقات التي تصدرها المصارف في حدود مبالغ معينة، تمكن حاملها من الشراء الفوري لاحتياجاته مع دفع أجل لقيمتها، مع احتساب فائدة مدينة على كشف الحساب بالقيمة التي تجاوزها العميل نهاية كل شهر.

ب. **بطاقات الدفع** : تصدرها البنوك أو شركات التمويل الدولية بناءً على وجود أرصدة فعلية للعميل في صورة حسابات جارية تقابل المسحوبات المتوقعة له.

ج. **بطاقات الصرف الشهري** : تختلف هذه البطاقات عن بطاقات الإنتمان كونها تسدد بالكامل من قبل العميل للبنك خلال الشهر الذي تم فيه السحب.

تصدر هذه البطاقات البنكية من طرف مجموعة من المنظمات العالمية والمؤسسات المالية والتجارية الكبرى نذكر منها :

- **فيزا الدولية : International Visa** تعد أكبر شركة دولية في إصدار البطاقات الإنتمانية، ويعود تاريخ إنشائها إلى سنة 1958 ،عندما أصدر بنك أميركا البطاقات الزرقاء والذهبية والفضية.

¹ ناشف فاطمة ، مرجع سبق ذكره ، ص29

² معارفي فريدة و صالح مفتاح ، البنوك الإلكترونية ، مداخلة مقدمة ضمن المؤتمر العلمي الخامس ، جامعة فيلادلفيا ، ص9

- **ماستر كارد الدولية : International Card Master** هي ثاني أكبر شركة دولية في إصدار البطاقات الائتمانية مقرها الولايات المتحدة الأمريكية، بطاقتها مقبولة لدى 4,9 مليون محل تجاري، استخدمت لتسوية معاملات بلغت قيمتها أكثر من 200 مليون دولار .

- **أميريكن أكسبريس : Express American** هي من المؤسسات المالية الكبرى التي تصدر بطاقات إئتمانية مباشرة دون ترخيص إصدارها لأي مصرف وأهم البطاقات الصادرة عنها :

أكسبريس الخضراء : تمنح للعملاء ذوي الملاءة المالية العالمية .

أكسبريس الذهبية: تمتاز بتسهيلات غير محددة للسقف الائتماني، تمنح للعملاء ذوي الملاءة المالية العالية.

أكسبريس الماسية : تصدر لحاملها بعد التأكد من الملاءة المالية، وليس بالضرورة أن يفتح حاملها حساباً لديها .

- **ديتر كلوب : Club Diter** من مؤسسات البطاقات الائتمانية الرائدة عالمياً رغم صغر عدد حملة بطاقتها، إلا أنها حققت أرباحاً وصلت إلى 16 مليون دولار، وتصدر بطاقات متنوعة مثل :

- بطاقات الصرف البنكي لكافة العملاء
- بطاقات الأعمال التجارية لرجال الأعمال .
- بطاقات التعاون مع الشركات الكبرى مثل شركات الطيران.

❖ النقود الإلكترونية : Cash.E

لقد عرفتها المفوضة الأوروبية " بأنها قيمة نقدية مخزونة بطريقة إلكترونية على وسيلة إلكترونية كبطاقة أو ذاكرة كمبيوتر، و مقبولة كوسيلة للدفع بواسطة متعهدين غير المؤسسة التي أصدرتها. و يتم وضعها في متناول المستخدمين لإستعمالها كبديل عن العملات النقدية و الورقية، و ذلك بهدف إحداث تحويلات إلكترونية لمدفوعات ذات قيمة محددة"¹.

كما عرف البنك المركزي الأوروبي النقود الإلكترونية بأنها: " مخزون إلكتروني لقيمة نقدية على وسيلة تقنية، يستخدم بصورة شائعة للقيام بالمدفوعات للمتعهدين غير من أصدرها دون الحاجة إلى وجود حساب بنكي عند إجراء الصفقة كأداة محمولة مدفوعة مقدماً".

❖ الشيكات الإلكترونية : Checks.E

الشيك الإلكتروني هو المكافئ للشيكات الورقية التي نتعامل بها، فالشيك الإلكتروني "هو رسالة إلكترونية آمنة يرسلها موقع الشيك إلى حامل الشيك ليقدمه للبنك عبر الأنترنت، ثم يحول البنك قيمة الشيك إلى حساب حامل الشيك، وبعد ذلك يقوم بإلغاء الشيك وإعادته إلكترونياً إلى حامل الشيك ليكون دليلاً على صرفه".

و يمكن تعريفه أيضاً بأنه : "محرر رقمي معالج إلكترونياً بشكل كلي أو جزئي وفق شرائط مذكورة في القانون يتضمن أمراً من شخص هو الساحب إلى شخص آخر يكون مصرفاً و هو المسحوب عليه بأن

¹ د.مصطفى يوسف كافي، النقود الإلكترونية في ظل التقنيات الحديثة، سوريا ، دار رسلان للطباعة و النشر و التوزيع ، 2011، ص18

يدفع لشخص ثالث أو لأمره أو لحامل الشيك - هو المستفيد- أوتى لمصلحة الساحب نفسه مبلغا معيناً من النقود بمجرد الإطلاع على الشيك".¹

❖ التحويلات المالية الإلكترونية ElectronicFundeTransfor :

يقصد بها عملية منح الصلاحية لبنك ما للقيام بحركة التحويلات المالية الدائنة والمدينة إلكترونياً من حساب لآخر، ويساعد هذا النظام عملاء البنوك على تسديد المدفوعات من خلال بنوكهم ودون الحاجة إلى استخدام الحواسيب المالية أو البطاقات. وتتم عادة عملية التحويل من خلال مفاصة آلية ومجموعة من البروتوكولات المالية الإلكترونية الآمنة، والتي تتضمن الحفاظ على خصوصية البيانات وسلامتها والتحقق من وصولها إلى الجهة المطلوبة .

❖ الصراف الآلي Machine Teller ATMAutomated :

هو جهاز يعمل إلكترونياً لخدمة العملاء دون تدخل العنصر البشري ضمن برامج معدة سلفاً تلبى العديد من حاجات العملاء على مدار الساعة، ذلك من خلال بطاقات الصراف الآلي، وهي بطاقات بلاستيكية تحمل نفس البيانات السابقة.

❖ البطاقات الذكية Cards Smart :

ظهرت البطاقة الذكية تماشياً مع التطورات التكنولوجية، وهي عبارة عن بطاقة بلاستيكية تحتوي على خلية إلكترونية يتم عليها تخزين جميع البيانات الخاصة بحاملها ك: الاسم، العنوان، المصرف المصدر، أسلوب الصرف، المبلغ الذي يتم صرفه وتاريخه، تاريخ حياة العميل المصرفية. إن هذا النوع من البطاقات المصرفية يسمح للعميل باختيار طريقة التعامل، سواء كان إئتماني أو دفع فوري، وهو ما يجعلها بطاقة عالمية تستخدم على نطاق واسع في معظم الدول الأوروبية، التي تم طرحها لعملاء 84 والأمريكية. ومن أمثلة البطاقات الذكية بطاقة مندكس MendexCard المصارف.

المطلب الثالث : أشكال تأمين الدفع الإلكتروني

لا شك في أنه عندما تتم عملية الدفع والتحويل بوسائل إلكترونية عبر شبكة مفتوحة تزيد من مخاطر الإختراق والإطلاع على المعلومات تخص الآخرين وحتى التلاعب بحساباتهم ما يحتم على المؤسسات المالية وجوب توفير الأمان والثقة لعملائها بغية تشجيعهم على التعاملات الإلكترونية، ومن ثم أوجب اللجوء إلى وسائل التأمين لتوفير الأمان والثقة بين المتعاملين لضمان فعالية ونجاعة وسائل الدفع الإلكترونية، مما يضمن نجاح الصفقات التجارية عبر هذه الشبكات وتتولى الجهة التي تقدم خدمة الدفع الإلكتروني مهمة توفير الأمان والثقة المتبادلة، حيث يتم تحديد الدائن والمدين، أي أطراف العملية التي تتم بطريقة مشفرة من خلال برنامج معد لهذا الغرض بحيث لا يظهر الرقم البنكي على الشبكة ويتم عمل أرشيف، يسهل الرجوع إليه، للمبالغ التي يتم سحبها بهذه الطريقة وهذا ما يعرف بنظام المعاملات الإلكترونية الآمنة، ويحقق هذا النظام عدة ضمانات أساسية أهمها : التكاملية أي ضمان أن الرسالة المرسله هي الرسالة المستقبله عن طريق البصمة الرقمية وسرية المعاملة من خلال تشفير محتوى الرسالة، والتحقق من شخصية صاحب بطاقة الائتمان وشخصية البائع.¹

¹ المحامي عامر أحمد مطر، "الشيك الإلكتروني"، عمان -الأردن-، دار الجنان للنشر و التوزيع، الطبعة الأولى، 2013، ص23

¹ زهير زواش، مرجع سبق ذكره، ص22-23

كذلك من أشكال التأمين المستحدثة ما يسمى بالحوائط النارية² وقد ابتكرت هذه التقنية العديد من الشركات العاملة في مجال تكنولوجيا المعلومات وتأمين الشبكات، وهي من أهم الأدوات الأمنية المستخدمة في تأمين الشبكات، ومنع الإتصالات الخارجية المرئية في الأنترنت من الوصول إلى داخل الشبكة.

كما أن هناك بروتوكول الطبقات الأمنية والذي أدخل هذا النظام من طرف شركة (Corp communication scape Net) وهو برنامج بروتوكول تشفير متخصص في نقل البيانات والمعلومات المشفرة بين جهازين عبر شبكة الانترنت بطريقة آمنة، بحيث لا يمكن لأي شخص إلا المرسل والمستقبل يمكن قراءتها وتكون قوة التشفير فيها قوية، ويصعب فكها ويقوم هذا البرنامج بربط المتصفح الموجود على الكمبيوتر المستخدم بالكمبيوتر المزود (الخاص بالموقع المراد الشراء منه، وهذا طبعاً إذا كان الكمبيوتر الخادم مزوداً بهذه التقنية، ويقوم هذا البرنامج بتشفير أي معلومة صادرة من ذلك المتصفح وصولاً إلى الكمبيوتر الخاص بالموقع باستخدام بروتوكول التحكم بالإرسال وبروتوكول الانترنت اللذان يعرفان بـ (Control Transfer Protocol /Internet Protocol) ولقد سميت بالطبقة الآمنة لأن هذا البرنامج يعمل كطبقة وسيطة تربط بين بروتوكول التحكم بإرسال وبروتوكول إرسال النص الفائق (Hyper text transfer protocol) كذلك يوجد بروتوكول الحركات المالية الآمنة، ويسمح هذا البروتوكول الذي أدخلته كل من internationale و Visa و Master card بمعرفة أطراف التبادل من خلال تبادل التوقيعات الإلكترونية حتى أنه يعتبر بمثابة الحاكم في أغلب عمليات الدفع التي تجرى عبر الانترنت وقد قامت كبرى البنوك بالاشتراك مع كلتا الشركتين من أجل الوصول إلى معايير قياسية ونظام موحد حتى أصبح بروتوكول Set هو البروتوكول الآمن الأول المقدم من طرف شركات الائتمان لاستخدام بطاقات الائتمان ولتنفيذ العمليات التجارية.

و هو يوفر الخصوصية والتأكد من الهوية والتكامل أي أن المعلومات التي يتم نقلها هي معلومات صحيحة ومتكاملة لم يتم تغييرها أو تضييعها وعدم إنكار أحد طرفي التعامل البائع أو المشتري . وقد نتج عن تطور شبكة الأنترنت بروز التجارة الإلكترونية ووسائل دفع جديدة إلكترونية اتخذت أشكالاً مختلفة تتلائم مع طبيعة المعاملات وتسوية المدفوعات.

المطلب الرابع : التحويلات الإلكترونية

نظام التحويلات الإلكترونية هو : "عملية منح الصلاحية لمصرف ما للقيام بحركة التحويلات المالية الدائنة والمدينة إلكترونياً من حساب عميل إلى حساب عميل آخر سواء أكان ذلك من خلال الهاتف أو أجهزة الحاسوب عوضاً عن استخدام الأوراق"¹. و تنفذ عملية التحويل المالي هذه عن طريق دار المقاصة الآلية و هي شبكة تعود ملكيتها و أحقية تشغيلها إلى المصارف المشتركة بنظام التحويلات المالية الإلكترونية.

و تتمثل منافع نظام التحويلات المالية الإلكترونية فيما يلي²:

² الحوائط النارية : تقنية لحماية الشبكات الإلكترونية ، تستخدم لإغلاق قنوات الإتصال غير الضرورية، وتقلل من نطاق تشغيل التطبيقات غير الضرورية على الكمبيوتر.

¹ محمد عمرالشوير ، التجارة الإلكترونية في ظل النظام التجاري العالمي الجديد ، ليبيا ، الطبعة الأولى ، دار زهران للنشر ، 2013 ، ص154

² <http://moh42ed.blogspot.com/2009/05/electronic-funds-transfer-ef.html> , 22/03/2021 , 04:01.

- **تنظيم الدفعات :** يكفل الاتفاق على وقت اقتطاع وتسديد قيمة التحويلات المالية تنظيم عمليات الدفع، دون أي ريبية في إمكان السداد في الوقت المحدد.
- **تيسير العمل :** ألغت عملية المَقَاصَة الآلية حاجة العميل والتاجر إلى زيارة البنك لإيداع قيمة التحويلات المالية، مما يعني تيسير الأمر، ورفع فعالية نظام العمل.
- **السلامة والأمن :** ألغت المَقَاصَة الآلية والتحويلات المالية الإلكترونية الخوف من سرقة الشيكات الورقية، والحاجة إلى تناقل الأموال السائلة.
- **تحسين التدفق النقدي :** رَفَع إنجاز التحويلات المالية إلكترونياً موثوقية التدفق النقدي، وسرعة تناقل النقد.
- **تقليل الأعمال الورقية :** يتمثل ذلك في تقليل الاعتماد على النماذج الورقية، والشيكات التقليدية وغيرها من المعاملات الورقية.
- **توفير المصاريف :** قللت شبكة نظام المَقَاصَة الآلية من تكاليف إدارة عمليات المَقَاصَة.
- **زيادة رضا العملاء :** تكفل سرعة عمليات التحويل الإلكتروني وانخفاض كلفتها تحقيق رضا العملاء وتوطيد ثقتهم في التعامل مع التاجر أو الشركة.

خلاصة الفصل الأول :

لقد أثر تطور قطاع تكنولوجيا المعلومات و الإتصالات الحديثة على كل مجالات الحياة بما فيها القطاع المصرفي سواء من حيث أدائه أو من حيث سياسته لذلك كان لا بد عليه من تبني الإستراتيجيات لواجهة التحديات التي فرضتها عليه الثورة التكنولوجية ولعل من أبرزها تبني الصيرفة الإلكترونية كمنهج لتحديث بيئة العمل المصرفي حيث أصبحت البنوك اليوم تتسابق لتحقيق نجاحات باهرة في مجال تحويل عملياتها المصرفية التقليدية إلى فضاءات الصيرفة الإلكترونية من خلال إجراء العمليات المصرفية بشكل إلكتروني، بمعنى تقديم البنوك لخدماتها التقليدية المبتكرة على مدار الزمان و من أي مكان دون انقطاع بواسطة قنوات الصراف الآلي أو بهاتف أو بواسطة شبكة الأنترنت و غيرها من القنوات كما تقتصر صالحيه الدخول إليها على المشاركين فيها وفقا لشروط معينة وبالتالي ضمان تخفيض التكلفة وزيادة حجم السوق وضمان البنوك في ظل المنافسة الشديدة.

فنظام الصيرفة الإلكترونية هو القاعدة نحو الإنطلاق في مشاريع رقمية تنقل الإقتصاد الوطني نحو إقتصاد رقمي وذلك عن طريق ما يسمى : وسائل الدفع الإلكترونية الحديثة التي توسع نطاق استخدامها ليشمل مختلف المجالات، ومن بين أهم وسائل الدفع الحديثة : البطاقات البنكية، النقود الإلكترونية والبطاقات الذكية والتي تحقق العديد من المزايا سواء بالنسبة لحاملها أو مصدرها أو بالنسبة للتجار كما أن هذه الأخيرة لا تخلو من العيوب.

في ظلّ التحولات والتطورات المتلاحقة في البيئة المصرفية التي شهدتها الساحة المالية والمصرفية نتيجة العولمة المالية، حيث تطور نشاط البنوك وتوسعت مساحة ودائرة ونطاق أعمالها المصرفية سواء على المستوى الداخلي أو الدولي، حيث أخذت البنوك تتجه نحو الإستفادة القصوى مما يتيحها هذه التكنولوجيا الحديثة وتمتلت أساساً في الاستخدام الواسع لوسائل الدفع والسداد الإلكترونية، حيث حققت هذه الأخيرة السرعة في المعاملات، وقللت من التكلفة، وأصبحت تدر عوائد وفوائد مالية لم تكن تحققها من قبل إنجاز وسائل الدفع التقليدية، ومن ثم حققت مزايا سواء بالنسبة للبنك أو للعملاء أو حتى للاقتصاد الوطني، ومن ثم كان هناك تضارب في الآراء حول إمكانية زوال استعمال وسائل الدفع التقليدية في المعاملات المصرفية في ظلّ وسائل الدفع الإلكترونية .

الفصل الثاني

جودة الخدمات المصرفية

تمهيد :

تعتبر الخدمة المصرفية من أهم الأنشطة الاقتصادية في أي دولة ، إذ يمكن تحديدها من خلال البنك الذي يقوم بتقديمها في صورة أهدافه و إمكانياته والظروف المحيطة به، وعليه فإن الخدمات المصرفية عرفت تطورات جوهرية نتيجة التغيرات الجذرية في الإقتصاد العالمي، حيث أصبح لزاما على البنوك مواجهة هذه التحديات من خلال الإندماج في الإقتصاد العالمي، و مجريات تحولاته المستمرة، و الإنتقال من تقديم الخدمات المصرفية التقليدية إلى إعادة صياغة إستراتيجياتها وانتهاج سياسات أكثر شمولا و تطورا في تقديم خدماتها نظرا لكثرة المتعاملين مع البنوك من قطاعات وأشخاص معنويين و طبيعيين كعملاء سواء مودعين أو مقترضين، كمستثمرين حاليين أو مستقبليين.

لذلك قسم هذا الفصل إلى :

المبحث الأول : مدخل إلى الخدمات المصرفية.

المبحث الثاني : جودة الخدمات المصرفية.

المبحث الثالث : تأثير الصيرفة الإلكترونية على جودة الخدمات المصرفية.

المبحث الأول : مدخل إلى الخدمات المصرفية

يهدف هذا المبحث إلى إبراز و تحديد مفهوم الخدمات المصرفية كما سنتطرق من خلاله إلى أنواع الخدمات المصرفية بالإضافة إلى عرض خصائصها ومميزاتها و أخيرا سنتعرض إلى بيئة و تصميم الخدمة المصرفية.

المطلب الأول : مفهوم الخدمة

للخدمة عدة تعاريف منها :

" هي أي عمل أو أداء غير ملموس يقدمه طرف إلى طرف آخر دون أن ينتج عن ذلك ملكية شيء ما، فتقديم الخدمة قد يكون مرتبط بمنتج مادي أو لا يكون"¹.

كذلك تم تعريفها بأنها : " منتج غير ملموس يقدم فوائد و منافع للعميل نتيجة تطبيق أو إستخدام جهد أو طاقة بشرية أو آلية على أشخاص أو أشياء معينة و محددة، الخدمة لا يمكن حيازتها أو إستهلاكها ماديا"²

تعريف الخدمة حسب judo : " الخدمة هي معاملة منجزة من طرف المؤسسة بحيث لا ينتج عن التبادل تحويل الملكية كما في السلعة الملموسة"³.

و يتضح من التعاريف السابقة مايلي :

- أن الخدمة أداء أو نشاط و ليست شيء ملموس.
- تتطلب الخدمة وجود طرفين,طرف يقدم الخدمة و طرف يحصل عليها.
- الخدمة غير ملموسة .
- لا ينتج عن أداء الخدمة نقل ملكية شيء بإعتبارها غير ملموسة.

المطلب الثاني: مفهوم الخدمة المصرفية و خصائصها

أولاً- مفهوم الخدمة المصرفية :

تمثل الخدمة المصرفية نشاط أو عمل غير ملموس يحصل عليه المستفيد من طرف أفراد أو مكائن التي

تقدم من خلالها هاته الخدمة وأن مستوى إشباع هذا المستفيد يرتبط بمستوى أداء الأفراد والمكائن.¹

¹ د. عمر علي بابكر الطاهر و د. نزار بنعبده ، أثر جودة الخدمات المصرفية على رضا العملاء -دراسة ميدانية : المصارف التجارية بمحافظة الدرب- ، المجلة العربية للنشر العلمي ، العدد الرابع عشر ، 2019/12/02 ، ص82

² د. عمر علي بابكر الطاهر و د. نزار بنعبده ، مرجع سبق ذكره ، ص82

³ سلماني فاطمة ، جودة الخدمات المصرفية وأثرها على تحقيق رضا الزبون -دراسة حالة- ، مذكرة ليل ش هادة الماسترأكاديمي في علوم التسيير ، تخصص إستراتيجية وتسويق ، جامعة المسيلة ، 2013-2014 ، ص8

تعرف أيضا مجموعة من الأنشطة والعمليات ذات المضمون المنفعي الكامن في العناصر الملموسة وغير الملموسة والمقدمة من قبل المصرف، والتي يدركها المستفيدون من خلال ملامحها وقيمها المنفعية والتي تشكل مصدر لإشباع حاجاتهم و رغباتهم المالية و الانتمانية الحالية والمستقبلية وفي الوقت ذاته تشكل مصدر لأرباح المصرف من خلال العلاقة التبادلية بين الطرفين.

فمفهوم الخدمة المصرفية إذا لا يختلف عن مفهوم الخدمات بصورة عامة، و تمثل الخدمات المصرفية و المالية مجموعة الخدمات التي تقدمها البنوك لعملائها و ترتبط هذه الخدمات بالوظائف الأساسية للبنوك، كما انها تحقق مصدر أرباح للبنك و مستوى إشباع للأفراد.

ثانيا- خصائص الخدمة المصرفية :

حسب وجهات نظر بعض الكتاب المختصين في حال التسويق المصرفي، فإن الخدمات المصرفية تتمتع بخصائص ندرجها كالآتي:²

- الخدمات المصرفية ليست مادية ملموسة؛
- الخدمات المصرفية غير قابلة للتجزئة أو التقسيم أو الانفصال عند تقديمها؛
- الخدمات المصرفية ليست محمية ببراءة إختراع و كل خدمة جديدة يوجد بها بنك ما يمكن لبنك آخر تقديمها؛
- تعتمد الخدمة المصرفية في تقديمها على التسويق الشخصي و على مهارة و كفاءة مقدم الخدمة؛
- لا يمكن إنتاج الخدمة المصرفية مقدما و تخزينها، فهي تنتج و تستهلك في نفس اللحظة التي يتقدم فيها العميل لطلبها؛
- لا يمكن لموظف البنك إنتاج عينات من الخدمة و إرسالها للزبون لفحصها و الحصول على موافقته على جودتها قبل الشراء؛
- الخدمات المصرفية غير قابلة للإستدعاء مرة ثانية في حالة وجود عيوب أو أخطاء عند تقديمها، ففي هذه الحالة الإعتذار و ترضية العميل هما البديل الوحيد أمام موظف البنك؛
- جودة الخدمة المصرفية غير قابلة للفحص قبل تقديمها من طرف موظف البنك إلى الزبون؛
- تقديم الخدمات المصرفية لا يأخذ شكلا نمطيا محددًا حيث تختلف طريقة تقديم الخدمة و درجة تفاعل موظف البنك من زبون لآخر.

بالإضافة إلى هذه الخصائص هناك خصائص أخرى للخدمات المصرفية نوجزها فيما يلي :

- التفقت الجغرافي : حيث يمكن تقديم الخدمات المصرفية داخل حدود الدولة عبر مختلف مناطقها و خارج حدود الدولة بالخارج خاصة خدمات التحويلات المالية، و إصدار البطاقات البنكية و الشيكات السياحية حيث هذه الخدمات تقدم للزبون حيث ما وجد؛

¹ حورية جنان ، مرجع سبق ذكره ، ص39

² حورية جنان ، مرجع سبق ذكره ، ص41-42

- زيادة قدرة عرض الخدمات المصرفية على خلق الطلب عليها؛

- إرتفاع مرونة الطلب على الخدمات المصرفية؛

- تصاعد أهمية العنصر البشري : حيث أن طبيعة التعامل المصرفي و ما يتطلبه من السرعة في الأداء و السرية و الأمانة، و كبير حجم المخاطر التي تتعرض لها البنوك فإن تدريب موظفي البنك و الرفع من كفاءتهم يعتبر أمراً حاسماً؛

- إرتباط الخدمات المصرفية باسم البنك مقدم للخدمة و درجة الثقة فيه.

المطلب الثالث : أنواع الخدمة المصرفية و مميزاتها

أولاً- أنواع الخدمة المصرفية :

إنه لمن الصعب حصر جميع الخدمات المصرفية التي أصبحت تقدمها البنوك نظراً و كما أشرنا سلفاً أن الخدمات المصرفية متعددة و متنوعة، و أصبحت خاضعة لتطورات مستمرة نتيجة استخدام الوسائل التكنولوجية في تقديم الخدمات المصرفية، و عموماً يمكن تقسيم أنواع الخدمات المصرفية على النحو التالي¹:

• قبول الودائع :

و تتمثل في مختلف الحسابات و الودائع التي تترك لدى البنوك و هي :

- الودائع الجارية (الحسابات الجارية أو حسابات تحت الطلب).

- الودائع الادخارية : و هي الودائع لأجل محدد، و دائع التوفير، و شهادات الإيداع.

• تقديم التسهيلات الائتمانية :

و تتمثل في القروض بمختلف أنواعها قصيرة و متوسطة و طويلة الأجل، بالإضافة إلى خطابات الضمان و فتح الإعتمادات المستندية.

• الخدمات البنكية التقليدية :

و هي كل الخدمات التي تقدمها البنوك التجارية يومياً لزبائنها مقابل حصولها على عمولات مثل

- صرف الشيكات المسحوبة على البنك بالعملة المحلية و الأجنبية .

- تحصيل الشيكات لصالح زبائن البنك .

- إجراء جميع عمليات التحويلات وفقاً لأوامر الزبائن بالداخل و الخارج .

- إصدار الشيكات للزبائن .

¹ د. خديجة عتيق ، واقع التسويق المصرفي في البنوك و أثرها على رضا العملاء ، دار خالد اللحياني للنشر و التوزيع ، الطبعة الأولى ، 2016 ، عمان-الأردن ، ص95

- فتح الحسابات بالعملة المحلية و الأجنبية.

- إصدار الشهادات التي تثبت القيام بالعمليات المالية مع الزبائن.

• **الخدمات المتعلقة بالاستثمار في الأوراق المالية :**

و تتمثل في الاستثمار في الأوراق المالية، إدارة محافظ الأوراق المالية لصالح الزبائن، المساهمة في رؤوس أموال المشاريع الاستثمارية، خدمات الهندسة المالية، خدمات أمناء الاستثمار لصالح الزبائن، تقديم الاستشارات المالية، دراسة الجدوى الاقتصادية للمشاريع لصالح العملاء .وتجدر الإشارة إلى أن هذه الخدمات جد محدودة في البنوك الجزائرية نظرا لضعف التعامل بالأدوات المالية الاستثمارية وضعف السوق المالي أي البورصة.

• **الخدمات المصرفية الحديثة :**

لقد حدث تطور هام في أسلوب و مجال نشاط البنوك خلال السنوات الأخيرة، فقد تعددت و تنوعت الخدمات التي أصبحت تقدمها البنوك، و بالتالي أسلوب تقديمها للعملاء، و يرجع ذلك لعدة أسباب أهمها :

- الاستفادة من التطورات الهائلة في مجال المعلومات و الحاسبات الآلية .
- التزايد المستمر في احتياجات و رغبات الزبائن .
- التحول في فلسفة العمل المصرفي و التسويق المصرفي حيث أصبحت البنوك تستهدف شريحة واسعة من الزبائن و لا تقتصر على شريحة أو فئة محدودة منهم، و تحول الاهتمام من التركيز على أداء الخدمات المصرفية إلى التركيز على الزبائن و إشباع احتياجاتهم.

ثانيا- مميزات الخدمة المصرفية:

كما سبقت الإشارة إلى أن الخدمات المصرفية تتميز بمواصفات تختلف عن بقية الخدمات الأخرى يمكن إبرازها فيما يلي¹ :

• **تشابه ما تقدمه البنوك من خدمات :**

إن الخدمات التي يقدمها أي بنك تقدمها معظم البنوك الأخرى، و هذه أول مشكلة تسويقية تواجه أي بنك حيث يدفعه ذلك إلى محاولة التميز عن المنافسين بمستوى خدمات تتصف بالجودة العالية.

• **تعدد و تنوع الخدمات المقدمة :**

يقدم البنك الواحد تشكيلة واسعة من الخدمات المصرفية و كل خدمة لها خصوصياتها و لكل خدمة عملاء ذوي خصائص و رغبات معنية، الأمر الذي يحتم على موظفي البنك بذل مجهودات من أجل التعرف على هذه الخصائص و الرغبات و محاولة الاستجابة لها و تحقيقها للعميل في الوقت و المكان المناسبين و بالسعر المناسب و الجودة المطلوبة.

• **شدة المنافسة بين البنوك :**

¹ حورية جنان ، مرجع سبق ذكره ، ص42-43

تشهد المنافسة بين البنوك في الافراد بتقديم خدمات متميزة للزبائن و جلب عدد أكبر منهم الأمر الذي يصعب من مهمة البنك في المحافظة على مستوى معين من المنافسة نظراً للظروف البيئية المتغيرة التي ينشط فيها البنك.

• 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 توفير السيولة اللازمة لمواجهة حركة السحب غير العادية الناتجة عن خوف الزبائن و تحولهم إلى بنوك أخرى، كما أن عجز البنك عن تحقيق الإيرادات و الأرباح المناسبة قد يؤدي إلى اهتزاز صورة البنك و نقص الثقة لدى الزبائن.

• الإعتماد على التوزيع المباشر :

لا يستطيع البنك إنتاج الخدمة مركزياً ثم توزيعها بواسطة قنوات توزيع كما هو الحال بالنسبة للسلع المادية و لكن البنك يقدم خدماته مباشرة عن طريق فروع المنتشرة لتلبية رغبات الزبائن و يكون قريباً منهم، و لأهمية الناحية الشخصية في تقديم الخدمة يستخدم البنك طريقة حديثة في تقديم بعض الخدمات.

• ارتباط نشاط البنك بالسياسة الاقتصادية و النقدية للدولة :

إن العلاقة الوثيقة بين الجهاز المصرفي و النشاط الاقتصادي تجعل كلاً منهما يؤثر و يتأثر بالآخر فبناء على الحالة الاقتصادية للدولة يتخذ البنك المركزي قرارات و يستخدم مجموعة من الأدوات النقدية و الائتمانية للتأثير على النواحي الاقتصادية حسب الأهداف الموضوعية، و من خلال ذلك تتأثر البنوك بهذه القرارات و الأدوات و ينعكس ذلك على طبيعة المنتجات و الخدمات المصرفية التي تقدمها.

المطلب الرابع : بيئة و تصميم الخدمة المصرفية

أولاً- بيئة الخدمة المصرفية :

إعترض بيئة الخدمة المصرفية مجموعة من التغيرات التي أثرت على هيكل و طبيعة المنافسة فيها، وشككت هذه التغيرات مراحل داخلية و خارجية تركت آثاراً هامة على قطاع الخدمات المصرفية بأكمله¹، ومن أهم هذه العوامل تلك العوامل الاقتصادية و الاجتماعية والقانونية والتقانية، وترتبط بيئة الخدمة المصرفية بالعوامل التالية :

- **البيئة التنافسية :** حتي يتمكن البنك من النجاح في السوق ينبغي أن يكون مدركاً لما تعرضه البنوك والمؤسسات المماثلة من الخدمات والأساليب التسويقية المستخدمة. كذلك ينبغي على إدارة التسويق في البنك أن تعمل باستمرار على تفهم العوامل التي تحكم اختيار العملاء للخدمات المصرفية و التعامل مع البنوك.

- **الظروف الاقتصادية :** على البنوك أن تستجيب للمتغيرات الاقتصادية التي تتسم بعدم الإستقرار مثل ارتفاع معدلات التضخم و تقلب أسعار الفائدة المستمر وكذلك أسعار الصرف و أن تزود العملاء بإحتياجاتهم من

¹ حورية جنان ، مرجع سبق ذكره ، ص44

الخدمات المالية و المصرفية المناسبة للظروف الاقتصادية السائدة، وعند تحليل تأثير البيئة الاقتصادية على البنوك يجب أن تركز إهتماماتها على ناحيتين أساسيتين هما: الموقف الاقتصادي والمالي للبنك والموقف الاقتصادي أو الحالة الاقتصادية للعملاء.

- **البيئة السياسية و القانونية :** يفرض التشريع قيودا قانونية على النشاط التسويقي للبنك . والأمر الذي لا شك فيه أن القيود التي تصنعها حكومات الدول المختلفة تفرض العديد من النظم الرقابة على العديد من الجوانب المتعلقة بالتجارة من النقل و التوزيع ... وغيرها . وفيما يتعلق بالبنوك فإن التشريع يضع قوانين التي تحكم منح الائتمان للإستهلاكي،فتح الفروع ،السماح للبنوك الأجنبية بفتح فروع لها في السوق المحلي ،وغير ذلك من التشريعات و القوانين¹.

- **البيئة الثقافية :** ينبغي الأخذ في الحساب العوامل الثقافية و الإجتماعية و أثرها في كيفية إدارة البنك و التعامل مع العملاء .و على الرغم من إقتناع البنوك بأن هناك عملاء جدد ينبغي الوصول إليهم ألا أن الكثير من البنوك تجد نفسها في حالة من التحفظ و عدم الإستجابة السريعة لكثير من مطالب العملاء غير المتعلمين أو ذوي المستوى التعليمي المنخفض . وإذا كان هناك إتجاها نحو إقناع هؤلاء الذين لا يتعاملون مع البنوك بإستخدام الخدمات التي يقدمها البنك، فإن على موظفي البنك أن يبدؤوا روح الصداقة و المعاملة الجيدة لهؤلاء العملاء.

- **البيئة الديموغرافية :** ينبغي على البنك كذلك أن يأخذ في الحساب عند رسم الإستراتيجيات و السياسات التسويقية الإتجاهات و التغييرات المتوقعة في الظروف الديموغرافية فيما يتعلق بمعدلات المواليد ،حجم السكان و كافة الخصائص الديموغرافية .ولا شك أن دراسة هذه العوامل له دلالات تسويقية بالنسبة لنشاط البنك حيث تظهر أهمية إتجاهات العملاء نحو الإدخار و الصرف و الإقتراض في التأثير على النشاط التسويقي للبنك.

- **البيئة التكنولوجية :** تعتبر صناعة البنوك من أكثر الصناعات تأثيرا بالتطور التقني الذي كان له أكبر الأثر على تنوع و تعدد ، و ما يعرف بالبنك المنزلي، POS EFT و كذلك 'ATM S لخدمات الصرف الآلي.

و تعد كل هذه التطورات التقنية ذات تأثير هائل على أداء البنوك و تقديمها للخدمات المصرفية خلال حقبة الثمانينات التسعينات .وسوف تستمر الثورة الإلكترونية في تحسين الطرق و الأساليب التي تتمكن بها البنوك من خدمة عملاءه.

ثانيا- 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 تأكيدا خاصا على الجوانب الإضافية لجودة التصميم من خلال المراجعة الدورية للخدمة، أي أن تصميم جودة الخدمة المصرفية يتعلق بالعناصر الثلاثة التالية كما توضحها المعادلة التالية:

$$DES=F(STAN,CON,AUD)$$

حيث أن :

¹ حورية جنان ، مرجع سبق ذكره ، ص45

DES¹: تصميم الخدمة المصرفية.

STAN²: معايير الخدمة.

CON³: المطابقة.

AUD⁴: مراجعة الخدمة.

- معايير الخدمة :

وهي التوقعات ومستويات الأداء القابلة للقياس التي تحدد جودة الاتصال بالزبون وهي تتضمن المعايير الفنية مثل زمن الاستجابة أو المعايير السلوكية⁵.

ويصنف Borland&Gilmor 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 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 تقانة 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.

- 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 .

- 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

¹ DES : banking service design

² STAN : Service Standards

³ CON : matching

⁴ AUD : Service review

⁵ حورية جنان ، مرجع سبق ذكره ، ص46

للخدمات المصرفية الموجودة حالياً، 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.

المبحث الثاني : جودة الخدمات المصرفية

تعتبر قضية جودة الخدمة من القضايا الحديثة في الفكر التسويقي و التي أثارت إهتمام الباحثين و الممارسين، حيث أصبحت عنصراً حاسماً في تحديد الموقف التنافسي و ما سيتبع ذلك من تحديد النصيب السوقي و الأرباح، و هناك عدة متغيرات دفعت بقضية الجودة لتحتل موقع الصدارة من بين اهتمامات المنظمات الخدمية بما فيها البنوك، الأمر الذي أدى بهذه الأخيرة إلى القيام بدراسات سوقية تطبيقية للحصول على توقعات العملاء بالإبتعاد على أبعاد أو مؤشرات الجودة.

المطلب الأول : مفهوم الجودة و جودة الخدمة

أولاً- تعريف الجودة :

مفهوم الجودة أول ما تم تعريفه ارتبط بمجال الصناعة والاقتصاد حيث أن تطبيقه سيؤدي بالتبعية إلى ثقة العملاء في المنتج وكذلك عدم وجود شكاوى من العملاء كذلك زيادة حجم المنتج واتساع مجال التسويق مما سيؤدي في النهاية إلى نجاح المنظومة بشكل عام¹.

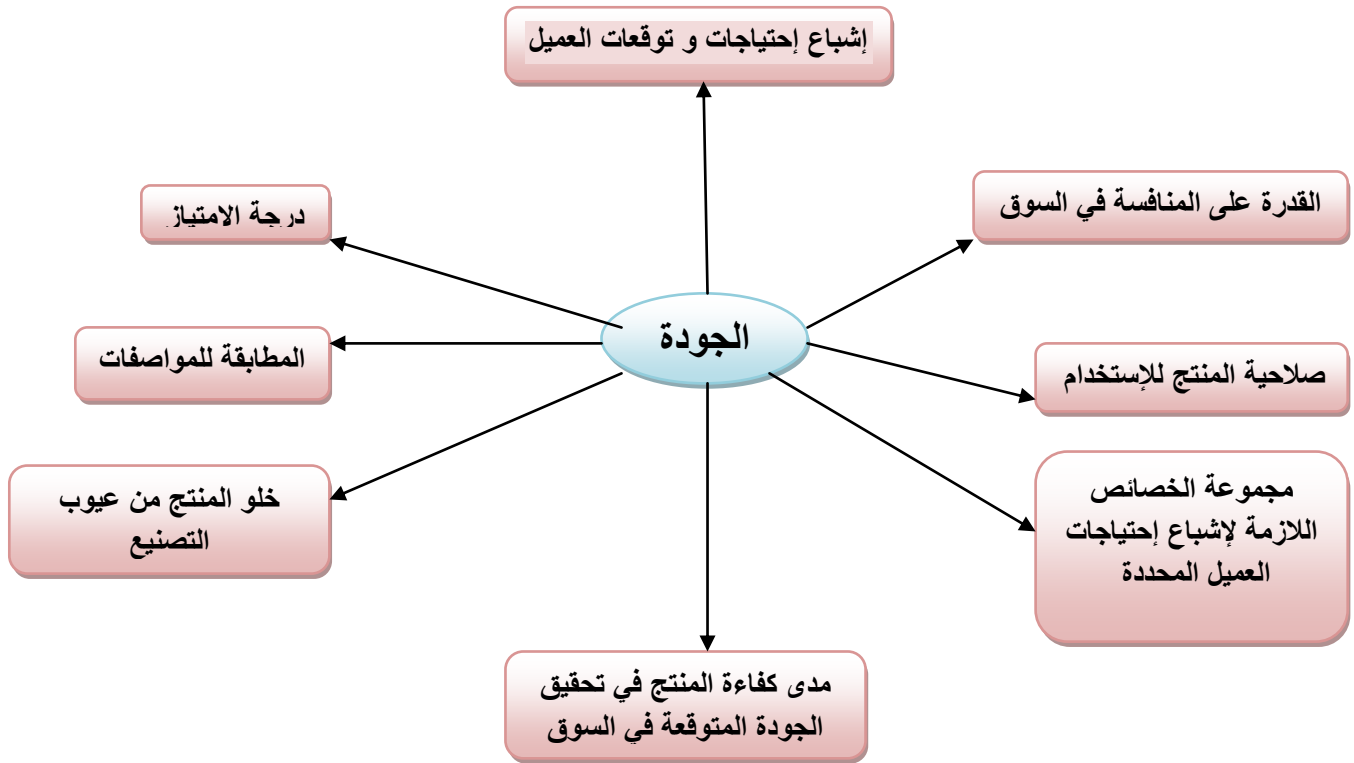
تعرفها الجمعية الأمريكية للجودة: "أنها الهيئة أو الخصائص الكلية للسلعة أو الخدمة التي تعكس قدرتها على تلبية حاجات صريحة وضمنية".

كما تعرف على أنها : " هي الخصائص و الصورة الكلية للمنتج التي تقوي القدرة على إشباع حاجات معينة أو ضمنية للزبون، وانها خلو للخدمة من أي عيب أثناء إنجازها و أنها نتيجة الحكم المتعلقة بتوقعات الزبون المدركة عن الخدمة و الأداء الفعلي لها".

و في ضوء التعاريف السابقة لمفهوم الجودة يمكن التعبير عنها في الشكل التالي :

¹ Promediaz .com//#heading-h2-1 , 25/03/2021 , 20 :15

الشكل (01-02) : التعريفات المختلفة للجودة.



المصدر : حورية جنان ، مرجع سبق ذكره ، ص49.

ثانيا- تعريف جودة الخدمة :

يمكن تعريفها على أنها : " معيار لدرجة تطابق الأداء الفعلي للخدمة مع توقعات الزبائن لهذه الخدمة".¹

و يمكن تعريفها أيضا على أنها : " تلك الجودة التي تشمل على البعد الإجرائي والبعد الشخصي كأبعاد مهمة في تقديم الخدمة ذات الجودة العالية، حيث يتكون الجانب الإجرائي من النظم والإجراءات المحددة لتقديم الخدمة أما الجانب الشخصي للخدمة فهو كيف يتفاعل العاملون (بمواقفهم وسلوكياتهم وممارساتهم اللفظية) مع الزبائن".¹

وقد اعتبر المؤلف خضيركاظم حمود، جودة الخدمة بأنها تعتبر من المجالات الرئيسية التي يمكن لمنظمات الخدمات أن تميز نفسها وهي : "تقديم نوعية عالية وبشكل مستمر وبصورة تفوق قدرة المنافسين الآخرين".²

¹ د.قاسم نايف علوان المحيوي ، إدارة الجودة في الخدمات ، ليبيا ، دار الشروق للنشر و التوزيع ، الطبعة العربية الأولى ، 2006 ، ص90

¹ د.محمد خير و أ.أسماء مرابي ، "العلاقة التفاعلية بين أبعاد جودة الخدمة و رضا الزبون بالمؤسسة" ، مجلة الريادة لإقتصاديات الأعمال-المجلد 03 ، العدد 07 ، 2014 ،

ص32

² بسنونسى حنان ، "جودة الخدمات و أثرها على رضا العميل-دراسة حالة-" ، مذكرة تخرج لنيل شهادة ماستر أكاديمي ، تخصص التسويق ، جامعة عبد الحميد ابن باديس

مستغانم ، 2016/2017 ، ص11

كما تعرف أيضا بأنها: "الفجوة أو الإنحراف ما بين توقعات الزبون للخدمة وإدراك الجودة بعد استهلاك الخدمة".

من خلال التعاريف السابقة يمكن إستخلاص ما يلي :

- تتعلق جودة الخدمة أساسا بوجود علاقة بين المزايا المحققة فعلا من استعمال الخدمة والفوائد المرجوة منها.
- تتعلق جودة الخدمة بدرجة تطابق توقعات المستهلكين مع مدى إدراكهم للخدمات المقدمة فعلا.
- ترتبط جودة الخدمة بقدرتها على إرضاء الزبون بصفة دائمة.

المطلب الثاني : مفهوم جودة الخدمات المصرفية و خصائصها الرئيسية

أولا- مفهوم جودة الخدمات المصرفية :

إن مفهوم جودة الخدمة المصرفية لا يختلف عن مفهوم جودة الخدمة، و منه فهي تهدف إلى تقديم خدمات للزبائن ذات جودة عالية لإرضائهم وتلبية حاجاتهم و رغباتهم بصفة مستمرة، فهي تكمن في إدراكات العملاء والتعبير عنها.³

و هي خلو الخدمة المصرفية من أي عيب أثناء إنجازها، نتيجة الحكم المتعلق بتوقعات الزبون أو العميل المدركة عن الخدمة البنكية و الأداء الفعلي لها.

إذن فجودة الخدمة المصرفية هي مقياس الدرجة التي يرقى إليها مستوى الخدمة المقدمة للعملاء ليقابل توقعاتهم، وبالتالي فإن تقديم خدمة ذات جودة متميزة يعني تطابق مستوى الجودة الفعلي مع توقعات العملاء أو التفوق عليها في بعض الأحيان، ولذلك فإن مفهوم الجودة المصرفية يكمن في المقارنة بين توقعات العملاء لأبعاد الخدمة ومستوى الأداء الفعلي الذي يعكس مدى توافر تلك الأبعاد بالفعل في الجودة التي تتضمنها الخدمات المصرفية المقدمة لهم.⁴

ثانيا- الخصائص الرئيسية لجودة الخدمة المصرفية :

تقسم الخصائص الرئيسية لجودة الخدمة المصرفية إلى النوعين التاليين :

• الجودة الفنية :

يتطلب هذا النوع من الجودة الاعتماد على موظفي المصرف ذوي الخبرات والمعارف المتميزة بالخدمات المصرفية وإجرائاتها المتنوعة ويلاءم هذا النوع الخدمات المصرفية المعقدة مثل: خطط التقاعد والمعاشات حيث تعد المعرفة الفنية متطلبا رئيسيا واضحا.

³ شيروف فضيلة، "أثر التسويق الإلكتروني على جودة الخدمات المصرفية -دراسة حالة-" ، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماجستير ، تخصص التسويق ، جامعة منتوري قسنطينة ،

2010/2009 ، ص28

⁴ د.عبد الكريم أحمد جميل ، "التسويق المصرفي" ، الجنادرية للنشر و التوزيع ، الطبعة الأولى ، 2015 ، ص145

• الجودة الوظيفية :

يركز هذا النوع على المصادفة الخدمية والكيفية التي تقدم بها الخدمة وهي تتطلب التفاعل النفسي بين المصرف وزبائنه، ويجب أن تسعى إدارة المصرف لتعزيز جودة خدماتها المصرفية من خلال تحديد الهدف الاستراتيجي لجودة الخدمة المصرفية ومتابعة احتياجات وتوقعات الزبائن، وقياس الجودة ورضا الزبون، ومن ثم القيام بإعادة تنظيم المصرف حول الزبون، وتحديد الأدوار الجديدة لمديري ومشرفي المصرف وتحقيق فوائد الإنتاجية المصرفية، وقياس وتخفيض تكاليف الخدمة المصرفية، وبناء قاعدة متينة لكسب ولاء الزبون.¹

المطلب الثالث : أبعاد جودة الخدمة المصرفية

تتمثل في مجموعة من المعايير التي يمكن على أساسها تقييم جودة الخدمة المصرفية، يمكن إجمالها في²:

• الإعتادية :

وهي القدرة على إنجاز الخدمة المطلوبة باعتمادية ودقة وثبات، أي تشير إلى قدرة المصرف على إنجاز الخدمة المصرفية الموعودة بشكل دقيق يعتمد عليه. وبما أن العميل يريد أن يجري معاملاته مع المصارف التي تحافظ على وعودها خصوصا تلك المرتبطة بالميزات الجوهرية للخدمة، ولذا يجب على المصارف أن تكون على دراية بتوقعات الزبون وذلك بالبحث عنها.

• الإستجابة :

هي قدرة المصرف على تقديم الخدمة بسرعة ومساعدة العملاء باستمرار . ويركز هذا البعد على المجاملة واللفظ أي التعامل مع طلبات العملاء من استفسارات وشكاوي ومشاكل بسرعة.

• الأمان :

ضمان السرية في المعاملات مع المصرف والخلو من الخطورة والشك.

• الإهتمام والتعاطف :

يعني توافر صفات اللياقة والتأدب في شخص مقدم الخدمة وكذلك الكياسة والمودة والصدقة مع العملاء، حتى يبني علاقات جيدة معهم يسودها الاحترام مما يؤدي إلى سهولة الاتصال و تفهم العملاء و العناية بهم.

• العناصر الملموسة :

هي مظهر التسهيلات المادية المتاحة لدى البنك وهي الأجهزة والمعدات ووسائل الاتصال التابعة للبنك (الصراف الآلي،معدات لتدقيق وحساب النقد) ومستلزمات الراحة للعملاء.

¹ حورية جنان ، مرجع سبق ذكره ، ص51

² شيروف فضيلة ، مرجع سبق ذكره ، ص30

المطلب الرابع : العلاقة بين إدارة الجودة و الخدمة و المصرف

إن العمليات الخدمية المصرفية تنشأ في كل أنحاء العالم ولنجاح العلاقة بين الجوانب المختلفة للنموذج المقترح لابد من وضع إجراءات تأسيس العمليات الخدمية المصرفية العالمية والتي تتمثل في¹ :

- تحديد ما إذا كانت التسهيلات المصرفية كافية لدعم جودة الخدمات المصرفية على المستوى العام وبشكل خاص تطبيقات تقنية المعلومات والانترنت والاتصالات إضافة إلى التقانات الرقمية والصوتية والتأكد من تزويد أفراد المصرف باللغات الأجنبية المناسبة لدعم ذلك.
- تحديد الأسواق المالية الخارجية المفتوحة إذ يمكن للمصارف أن تمارس أعمالها المصرفية العالمية فيها وتقدم كافة أنواع خدماتها، لأن هذه الأسواق متحررة نسبياً من القيود المالية كونها تمارس أعمالها في ظل اتفاقية تحرير تجارة الخدمات المالية.
- تحديد ما تقدمه الخدمات المصرفية من فوائد للزبائن الخارجيين لذلك لابد من الاهتمام بعملية التطوير والتحسين المستمر بجودة الخدمات المصرفية على المستوى العالمي.
- تحديد كيفية الوصول إلى الزبائن العالميين، وتتضمن المداخل الرئيسية لهذا الأسلوب استغلال الانترنت ووضع قوائم للزبائن والحصول على المعلومات اللازمة عن السوق المصرفي الأجنبي لمعرفة درجة جودة الخدمات التي يمكن منحها له.

إن الجودة المتميزة للخدمات المصرفية تعزز سمعة المصرف وتخفض تكاليفه، وتعزز ولاء الزبون مما يؤدي إلى زيادة الحصة السوقية والربحية والدقة في الأعمال المصرفية.

المبحث الثالث : تأثير الصيرفة الإلكترونية على جودة الخدمات المصرفية

إن ظهور عصر الخدمة الإلكترونية كان نتيجة التوسع الهائل و السريع في اقتصاد المعلومات و الشبكات الإلكترونية، التي أعطت دفعا لمنظمات الأعمال عامة و البنوك على وجه الخصوص للتمركز أكثر في السوق، كما وفرت لها فرصا و قدرات تمكنهم من الوصول إلى العملاء و تقديمها لهم خدمات شخصية مفصلة على مقاساتهم و بمستويات من الجودة تناسب و إدراكاتهم وتوقعاتهم أحيانا.

المطلب الأول : مختلف أدوات قياس جودة الخدمات المصرفية على الانترنت

لقد تطورت جودة الخدمات من التقليدية إلى الإلكترونية نتيجة توجه العديد من المنظمات إلى عرض خدماتهم على مواقع في الإنترنت، مما دفع العديد من الباحثين إلى إيجاد أدوات قياس تتماشى و هذا التطور.¹

• الجودة على الخط "webqual" :

يمكن تعريفه على أنه : " الاستبيان على الخط (الاستبيان الإلكتروني) الذي يقدم للعملاء لتقييم جودة المواقع على شبكة الإنترنت وفقا لتطوراته. الاستبيان ينجز من قبل العملاء (يجيب على التساؤلات في الاستبيان) و تقييم العملاء النوعي يحول إلى مقاييس كمية تعتبر مفيدة لإدارة عملية صنع القرار".

¹ حورية جنان ، مرجع سبق ذكره ، ص55

¹ شيروف فضيلة ، مرجع سبق ذكره ، ص 54

"webqual" يسمح بإجراء مقارنات بين بيئة التجارة الإلكترونية في نفس الميدان و مع مرور الوقت، وقد تم تطبيقه في العديد من المجالات منها مواقع الجامعة على الشبكة؛ مواقع البيع بالمزاد العلني؛ موقع بيع الكتب على الشبكة . كما أنها تعتبر تتابع جزئي لتقييم جودة المعلومة و انتشارها في بيئة التجارة الإلكترونية. إن وسيلة "webqual" أصبحت سلوك متكرر تنجز و تعدل حسب متغيرات كل ميدان في التجارة الإلكترونية.

• E.Servqual :

يمكن تعريفه على أنه : " نموذج مفاهيمي لجودة الخدمة في محيط الجدار الإلكتروني و هي قائمة على هيكل جودة الخدمات التقليدية خارج الخط المسماة " servqual " و هي مشتقة من البحوث الاستكشافية حول مجموعات التعديل و مرحلتين من مجموعة المعلومة التجريبية و التحليلية. هذا ينتج سبعة خصائص لجودة الخدمة : الكفاءة؛ الاعتمادية، الإنجاز السرية، الاستجابة، التعويض، الاتصال المباشر كل هذه الخصائص تمثل مقاييس يستعملها العملاء لتقييم الخدمات على الخط".

• E-sequal :

يمكن تعريفها بأنها : "هيكل لجودة الخدمة التي تعتبر أساس تجربة و إدماج علاقات العملاء الإلكترونية، الجدار الإلكتروني، وإستراتيجيات للتصميم الفعال وتطوير محيط الجدار الإلكتروني".

Sequal-E يمكن أن يوفر توجيهات و إرشادات للتجارة الإلكترونية فيما يتعلق بتكامل الواجهة وإنهاء الإجراءات التجارية . و عبر مختلف نقاط التماس للعملاء مثل : الهاتف، الفاكس البريد الإلكتروني...، ويمكن تطبيقه كوسيلة تقييمية لتوجيه مصممي ومختصي التسويق لطريقة إستخدام تتماشى مع الشروط الأساسية لإدماج توقعات العملاء لتحقيق جودة الخدمة، و قابلية الإستعمال في تصميم محيط الجدار الإلكتروني.

• E-S-Qual :

يمكن تعريفها على أنها : "مشتقة لقياس جودة الخدمة المقدمة على الخط. و من المعلومات التجريبية المجمعة اكتشفت وضعيتين مختلفتين و ضروريتين لقياس جودة الخدمة الإلكترونية. الوضعية الأولى "Qual-S-E" تضم أربعة أبعاد لها 22 صفة و هي : الكفاءة، الوفاء، توافر النظام و الخصوصية. والوضعية الثانية "Qual-RecS-E" تكون مع العملاء الذين ليس لهم لقاء روتيني مع الموقع وتضم ثلاثة أبعاد لهم 11 صفة و هي الاستجابة، التعويض، الاتصال".

المطلب الثاني : تأثير مصارف الانترنت على سلوك العملاء و أداء المصارف

للمصارف على الانترنت أثر كبير على سلوك العملاء من خلال الفوائد المتوقعة منه و الأمن و التكاليف و الشروط التسهيلية التي يوفرها.و التي تدفع العميل لبناء الثقة في البنك أو العكس. كما أن أداء المصارف لا يتحقق إلا بتحسين جودة الخدمات و فتح أسواق جديدة مع تعزيز العلاقة مع العملاء¹.

¹ شيروف فضيلة ، مرجع سبق ذكره ، 59

أولاً- المحددات السلوكية للعميل المصرفي عبر الانترنت :

أ- الفائدة المتوقعة :

القيمة المتوقعة هو احتمال أن استخدام التكنولوجيا يزيد من أداء المستخدم في التنظيم. يمكن أن ينظر الأفراد للفوائد المنتظرة من استخدام شبكة الانترنت في المعاملات المصرفية بأن توفير الوقت والمال أو أي منفعة أخرى، فهي تؤثر إيجاباً على الموقف من العمل المصرفي على شبكة الأنترنت.

• أمن المعاملات :

هي من العقبات التي يواجهها البنوك، لقد ثبت أن الأمن هو أحد العوامل التي تحدد للمستخدم أن يبدأ أو يواصل معاملاته المصرفية عبر الانترنت أو العكس. فعلى البنك أن يوفر موقع آمن يحافظ على خصوصية العميل ويحافظ على سرية معاملاته الشخصية.

ب- الظروف المواتية : هي الظروف البيئية التي تسهل أو تمنع سلوك العميل.

• التعقيد :

يعكس مدى التجديد في البنك الذي يعتبر حالياً من الصعب فهمه أو استخدامه، لأن سهولة الاستخدام يعكس درجة عدم التعقيد، فالمعاملات المصرفية عبر الانترنت هي الطريقة الأكثر سهولة لأنها خالية من أي جهد.

• الوصول :

هو أحد سمات النظام نفسه، يشير إلى سرعة وسهولة الاتصال والتصفح والعكس صحيح لأنه يمكن أن يتخذ الفرد موقفاً سلبياً اتجاه المعاملات المصرفية عبر الانترنت لصعوبة أو عدم القدرة على استخدام هذه التكنولوجيا.

• الثقة :

الثقة تأخذ معناها الكامل، إن افتراضية الصفقات تدفع بالعملاء للاعتماد على الثقة في المصرف.

ج- الخبرة في استخدام الانترنت والمواقف اتجاه المعاملات المصرفية عبر الانترنت :

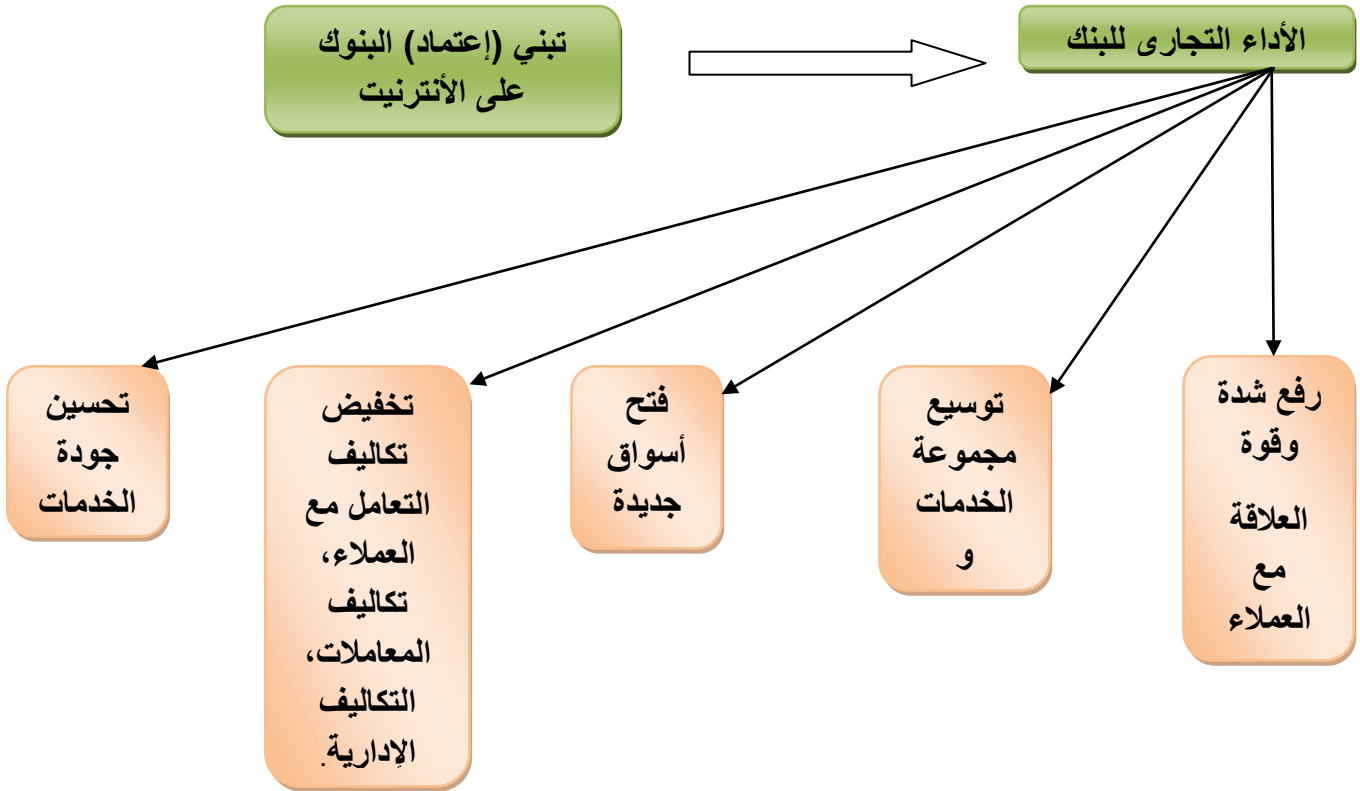
هي التجربة من حيث الاستخدام ووقت الاستخدام، حيث يوفر للمستخدم المهارات والمعرفة التي تجعل من الأنترنت أكثر إنتاجية وأقل تكلفة من غيرها من وسائل توزيع الخدمات المصرفية مما تنتج عنها سهولة في التعامل معه. والتجارب السابقة هي أهم مصدر لتكوين موقف اتجاه المعاملات المصرفية عبر الانترنت إيجابي أو سلبي. والذي ينتج عنه النية في إجراء هذه المعاملات.

د- العوامل الاجتماعية : هي قابلية الفرد للامتثال للمعايير المرجعية للجماعة في استخدام الإنترنت للمعاملات المصرفية.

ثانيا- تأثير بنوك الإنترنت على الأداء التجاري للمصارف :

إن المعاملات المصرفية عبر الإنترنت هو مفهوم يشمل العملية التي تمكن المستهلك من إدارة المعاملات المصرفية عبر الإنترنت لمدة 24/24 ساعة و7 أيام على 7 أيام ، بأي وسيلة فعالة لنظام المعلومات كي يجري كل نوع من المعاملات المالية وفقا للمستويات المختلفة بتطبيق تكنولوجيا المعلومات والاتصالات.¹

الشكل (02-02) : المصارف على الأنترنت و الأداء التجاري للبنوك.



المصدر : شويرف فضيلة ، مرجع سبق ذكره ، ص61

أ- تحسين جودة الخدمات وتخفيض التكاليف :

و لتحسين جودة الخدمة، نرى أن القطاع المصرفي يلجأ للتجديد أي استخدام تكنولوجيا الاتصال والمعلومات لتحسين جودة خدماته وتوسيع مجموعة عروضه. أما المستفيدين من الخدمات على الإنترنت ينظرون إليها على أنها الزيادة في حرية الخدمات وتطوير الخدمات الاستشارية عن بعد. إن اللامؤقتية للخدمة التي تسمح بها مختلف المعدات وأنظمة المعلومات، واللامحلية وكسب الوقت، إمكانية التفاوض، المرونة، تسهيل عملية الحصول على هذه الخدمة، التفاعل في الوقت الحقيقي، الاستجابة السريعة، تبادل المعلومات الموثوقة والأمانة وغير ذلك. كلها تساهم في تحسين جودة الخدمة البنكية، وبالتالي فالبنوك تعتمد قنوات التوزيع الإلكتروني من أجل زيادة ولاء العملاء، فهي ملزمة إذا بتحسين الخدمات المقدمة. فواضعي التسويق جميعا متفقون على القول

¹ شويرف فضيلة ، مرجع سبق ذكره ، ص61

بأن اعتماد كفاءة الشبكات يقود إلى تخفيض التكاليف بشكل كبير وتحقيق وفورات الحجم، وتوفير فرصة لنقل المعلومات بتكلفة منخفضة جدا وبناء قاعدة عملاء واسعة.

ب- فتح أسواق جديدة وتوسيع نطاق الخدمات :

نرى أن البنك الذي يعتمد قنوات التوزيع الإلكتروني والاتصالات، سيكون قادرا على كسر الحواجز المكانية والزمنية، وبالتالي سيكون قادرا على غزو الأسواق (الإنفتاح) وهذا للحفاظ على عملائه بل وإستهداف شرائح جديدة في الأسواق المحلية والأجنبية. هذا يقودنا إلى القول بأن ارتفاع درجة اعتماد المعاملات المصرفية عبر الإنترنت له أثر ايجابي على فتح أسواق جديدة للبنوك. إن التكنولوجيا تساعد المؤسسات على تقديم خدمة أفضل لعملائها وبالتالي تنفي المنافسة وتتغلب عليها. لأن المؤسسة في هذه الحالة تغير نظامها للعروض من أجل أن يعمل في مجموعة أكثر شمولا، أكثر تماسكا، أكثر ثراء، وأكثر ابتكارا لكل من المؤسسة والعميل نفسه. ونحن نعتقد في الواقع أن اعتماد المصارف على الإنترنت يتيح فرصا جديدة لتوسيع نطاق المنتجات والخدمات المقدمة للعملاء لتلبية متطلباتهم واحتياجاتهم، والتي تختلف عن عروض المنافسين مما يسمح للمصرف التميز مقارنة بالمنافسين الرئيسيين.

ج- تعزيز العلاقة مع العملاء :

لقد أثبتت الدراسات أن غالبية المؤسسات المشاركة في التجارة الإلكترونية قد استخدمت لتعزيز علاقاتها مع العملاء المحتملين أو لزيادة رضا العملاء الحاليين، لهذا نرى أن اعتماد المعاملات المصرفية عبر الإنترنت يسمح للمؤسسات المالية تعزيز علاقتها مع عملائها من خلال استخدام قنوات اتصال متعددة ومتكاملة ومتاحة في جميع الأوقات، هذه العلاقة تميل إلى أن تصبح أكثر تخصيصا، لهذا فتشخيص العلاقة يمكن أن تكون أفضل ميزة تتجاوب لتلبية الاحتياجات المحددة لكل عميل في البنك والتي سوف تؤثر على مستوى الرضا العام.

المطلب الثالث : تقييم الموقع الإلكتروني و مفاتيح النجاح لإعتماد المعاملات المصرفية فيه

يعتبر الموقع الإلكتروني المرآة العاكسة للمنظمة، لأنه يعرض خدمات و منتجات المنظمة ويوفر كل المعلومات عنها و يجدها مع تقديم كل التسهيلات اللازمة من تكنولوجيا لاعتماد المعاملات بسرعة و أمان. فمن خلاله يمكن أن يقيم العميل مدى جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية المقدمة له، و اتخاذ قرار اعتماد المعاملات المصرفية عبر الانترنت أم لا.

أولا- تقييم الموقع الإلكتروني للبنك :

وقال " philippe- jean " و " sabadie william " الذين نشرا دراسة عن تقييم مواقع الانترنت، حيث سعي الباحثان فيها لفهم العوامل الرئيسية في نجاح أي موقع تجاري على شبكة اتجاه سلوكي يقيس الأنترنت. ولقياس تأثير الموقع التجاري على شبكة الانترنت هناك اتجاهين : سلوك المتعاملين مع الموقع، والوقت الذي يقضيه الزوار، ومسارهم المتواصل على الموقع من خلال سلوك التفحص وغيرها . واتجاه موقفي يقيس فعالية الموقع، والنية في المعاملات وغير ذلك . إذا في البداية هذه الدراسات ركزت على الجانب الإعلامي للموقع وإحراز تقدم في التطور التكنولوجي الذي يسمح باستخدام الصور، الحركة؛ وقواعد البيانات .

ولقد أخذت هذه الدراسات في عين الاعتبار أبعاد الأجوبة المرتبطة بالتفاعل والميزة الترفيهية والجمالية للموقع¹.

ولقد تبين أن استخدام التكنولوجيا لا يمكن أن يخلق ميزة تنافسية في المدى الطويل لأنه من السهل تقليده، هذا ما يزيد إذا الخوف من التفريق أو التمييز بين علامات المؤسسات في ظل المنافسة التامة والكاملة . لذلك كيف في ظل هذه الظروف يمكن للمؤسسات الافتراضية الحفاظ على تميز العلاقات مع عملائها؟ مع العلم أن الإنترنت ينمو شيئاً فشيئاً والوسائط المتعددة يمكن أن توفر مستوى من الخدمات أعلى بكثير من مستوى الخدمات التقليدية، لذا نرى أن جودة الخدمات المقترحة من العملاء هي الطريقة الوحيدة للتميز والتموقع.

إن الدراسات السلوكية يمكن أن تؤدي إلى تحليل أكثر دقة ووظيفته لردود فعل مستخدمي المواقع، إلا أنه لا يمكنها دائما تفسير الدوافع وراء بعض السلوكيات مثل الرضا اختيار موقع بالنسبة لآخر... الخ. لهذا بعض الكتاب طوروا بناء متعدد الأبعاد قادر على فهم السلوكيات الملاحظة من طرف الدراسات السلوكية، وهي على وجه الخصوص الموقف اتجاه الموقع، الرضا، النية، الدخول و الخروج من الموقع (العودة للموقع مرارا وتكرار) والنقطة المشتركة لهذين الاتجاهين هو أن الموقع ليس مجرد منفعة للحصول على معلومات وخصائص المنتجات أو الخدمات، واختيار أو تمرير الطلب. بل يأخذ في عين الاعتبار تدريجيا أبعاد أخرى مرتبطة بالتمتع بزيارة الموقع؛ ع والتفاعل الموجود بين المستخدم والموقع، وهي أربعة أبعاد أساسية :

- **البعد الإعلامي :** هي كل المعلومات التجارية، التقنية الموضوعية والذاتية التي يحتاجها المستخدم وترتبط معظم هذه المعلومات بالخدمة، المؤسسة أو نقاط البيع.
- **البعد الترويجي :** هذا البعد يضم بعدان فرعيان: الأول هو البعد الجمالي لصياغة النص الموسيقي والألوان لجعل الموقع أكثر متعة . والبعد الثاني هو الميل للموقع الذي يقدم وسائل الراحة للمستخدم.
- **البعد التفاعلي:** التفاعل هو عامل متعدد الأبعاد على موقع الأنترنت، ويظهر جليا من خلال تفاعل الوظائف . رغم ذلك نفرق بين بعدين فرعيين . البعد الأول هو التفاعل مع الموقع الذي من خلاله نفهم المدى الذي يمكن للمستخدم من الإشتراك في تغيير شكل ومحتوى هذا الموقع في الوقت الحقيقي . والبعد الثاني هو مراعاة البعد الاجتماعي الذي يتوافق مع الاحتياجات التي حددتها المنفعة المادية، العلاقة، الخيار الجامح، والمعاملات التي تسمح بصياغة موقع لمجتمع حقيقي افتراضي.

إن الموقع على الإنترنت ليس مجرد وسيلة اتصال تمكن البنوك من الوصول إلى العملاء الأكثر استهدافا وبيع الخدمات المباشرة عبر الإنترنت . فالموقع حسب طبيعته لا يقتصر على موضوع الجمالية التي يمكن تقييمها حسب معايير الشكل والتصميم، بل موقع الأنترنت المصرفي يعتبر كسوق للخدمات يمكن أن يحدد طبيعة العلاقة بين المصرف وعملائه ويحدد الوقت التفاعلي بينهم، لأن من صميم تسويق الخدمات هو إلتقاء الخدمة (لحظة الحقيقة) والذي يشارك فيها العملاء وموظفي المصرف للمشاركة في إنتاج هذه الخدمة . إذن فالخدمات التقليدية يمكن أن تتم في بيئة الكترونية للمنتجات والخدمات الموجودة كمعلومات رقمية، دون اللجوء إلى استبدال التفاعل بين الموظفين والعملاء . لأن التكنولوجيا يمكن أن تحرر الخدمة وتغير مفهوم التقاء الخدمة إلا أن العلاقة بن الأطراف الفاعلة تبقى ذاتية ومتوقعة وبالتالي التأكد من أن هذه التكنولوجيا لا تخلق مسافة مع العميل و البنك، لأن التعامل مع موقع المصرف على الإنترنت يشارك لفترة أطول من أي وسيلة توزيع أخرى من خلال تنظيم التفحص الخاص به ووفقا

¹ بزخامي سليمة ، أثر التسويق الإلكتروني على جودة الخدمات المصرفية -دراسة حالة- ، مذكرة لنيل شهادة ماستر أكاديمي ، تخصص تسويق ، جامعة عبد الحميد ابن باديس مستغاثم ، 2015/2014 ، ص48

لتوقعاته ومستوى خبرته . فموقع الإنترنت إذا هو الواجهة التي يمكن أن تدعم الإنتاج المشترك للخدمة المصرفية بين البنك و عملائه. ومن الآثار الإيجابية للتكنولوجيا في التقاء الخدمات هناك ثلاثة مصادر للرضا هم :

- **التخصيص والمرونة** : وتعني القدرة على التكيف مع الوقت الحقيقي للعملاء وتقديم الخدمة الشخصية. هناك شكل آخر من أشكال التخصيص أين يستخدم فيه المستهلك التكنولوجيا بهدف خلق خدمة لنفسه.
- **خدمة التصحيح** : إن العملاء على الإنترنت يتوقعون تصحيح فعال في حالة حدوث خطأ؛ والميزة التفاعلية هو أن تكون التكنولوجيا قادرة على التعامل مع شكاوى المستهلكين وتقليل المشاكل.
- **متعة العفوية** : توفر تجربة ممتعة وغير متوقعة للعميل وهو وسيلة لتحقيق الرضا المنفعة.

ثانيا- مفاتيح النجاح لاعتماد المعاملات المصرفية عبر الأنترنت :

إن اعتماد المعاملات المصرفية عبر الأنترنت أصبح ضرورة للمصرف الذي يرغب في المحافظة على حصته في السوق، والحفاظ على زبائنه واكتساب زبائن جدد . غير أن اعتماده من قبل المصارف ليس واضح في كثير من الأحيان، لأن هناك عدة عوامل يمكن أن تعزز سرعة اعتماد المعاملات المصرفية عبر الأنترنت والبعض الآخر يجدها عقبة في سبيل اعتمادها¹.

1- دور الموقع في تقديم الخدمات المصرفية عبر الأنترنت :

- تحسين جودة الخدمة المصرفية مع تحقيق ميزتين إضافيتين وهي التفاعل وإمكانية الحصول على هذه الخدمة في العمل أو المنزل .
- تعتبر وسائل جديدة للترويج والتسويق .
- إعادة تنظيم العمليات الداخلية للبنك نحو مزيد من التواصل والتنسيق الأفضل للمهام .
- تكيف وتحسين العلاقات مع العملاء .
- أثر الخدمات المصرفية عبر الإنترنت كوسيط للاتصال المباشر بين المنتجين والمستهلكين . إذا إن نجاح التكنولوجيا المصرفية يعتمد إلى حد كبير على جاذبية تولدها بين المستخدمين (من حيث الخدمة، الود، السرعة)، واستخدام هذه الأخيرة قادر على تطوير هذه الممارسات لتتماشى مع استراتيجيات البنوك.

2- وسائل وشروط وأغراض الاستخدام لموقع البنك :

إن الهدف من استخدام المصارف للموقع هو أداء جميع لمعاملات المصرفية عبر الأنترنت.

أ - **وسائل الاستخدام** : هناك وسائل مختلفة للاستخدام تقدمها المصارف وهي :

- وسائل الاتصال في كل مكان تحقق وظيفة من الوظائف ذات علاقة بالعملاء (الاستماع دائما للعملاء وإنشاء علاقات معهم) والتسويق (جمع البيانات الشخصية لتخصيص علاقة)، هذه الوسائل

¹ بزخامي سليمة ، مرجع سبق ذكره ، ص66

تتمثل في (الردشة، البريد الإلكتروني، القوائم البريدية... الخ) لإبقاء الاتصال مع العملاء خاصة الذين يحضرون بانتظام إلى الوكالات.

- وسائل ولاء العملاء مع المصارف بحيث تستفيد المصارف من شبكة الإنترنت باتخاذ أسلوب لتنويع أعمالها من خلال الجمع بين المنتجات المصرفية التقليدية والحديثة . والهدف هو تقديم موقع متكامل للمستخدمين على شبكة الإنترنت والذي يمكنها من تنفيذ جميع معاملاتهم سواء المصرفية أو غيرها.
- وسائل العمل : البنك يهدف لتطوير استخدامات أكثر عملية، فقد فوضت المعاملات عبر الإنترنت للصراف الآلي عمليات كالسحب وفحص الحسابات... الخ. وذلك لإتاحة المجال أمام المستخدمين للتدخل في الوقت الحقيقي لحساباتهم.

ب- شروط و أغراض الاستخدام :

- مساعدة المستخدمين في حل المشاكل و الصعوبات أثناء الحوار مع الموقع.
- تسهيل عملية التفحص على الموقع من خلال توفير الإمكانيات التكنولوجية و غيرها من الروابط التفاعلية المتجانسة و المدركة.
- خفض التكاليف الناتجة عن استخدام الموقع.
- المواءمة بين خصائص الموقع و احتياجات المستخدمين.
- توفير نظام مراقبة للمستخدم لتوليد المزيد من الثقة في النظام.
- جعل المستخدمين أكثر فعالية في البحث عن المعلومات.
- و أخيرا توفير البيئة الرسومية، الصداقة و المرح التي استولى عليها المستخدم . كذلك الموقع يستخدم كقاعدة معلومات للمستخدم، يحصل منها على بيانات المنتجات المصرفية والمعلومات العامة في ممارسات الوكالة المصرفية . بالإضافة إلى أن الموقع له استخدامات أكثر رمزية تعتبر مهمة أيضا للمستخدمين و هي تطوير معرفته و ثقافته المصرفية عن الخدمات المالية فالموقع إذا يستعمل كمحيط ذاتي للمستخدمين.

3- صناعة الخدمات في حالة تغيير مستمر :

يعتبر القطاع المصرفي القطاع الأكثر تأثرا بالثورة التكنولوجية. لأنه مجال يعتمد على المعلومات التي بدورها تعتمد بشكل كبير على تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات للحصول على تحليل و تقديم البيانات لجميع المستخدمين، كما أنها تسمح للمصارف للتميز بين عروض خدماتها مقارنة بمنافسيها¹، لذلك أجبرت المصارف على الابتكار و تحديث استراتيجيات التسويق حتى تتجاوز بطريقة أكثر ملائمة مع متطلبات و احتياجات العملاء و تقديم الخدمات التي تناسبهم بأمان و ثقة، أي إقامة إستراتيجية تسويقية علانقية تتجلى في إنشاء ثقافة تمنح أولوية للعميل و إيجاد آلية تعزز معرفة و ولاء أفضل لكل عميل، و بالتالي تحقيق رضا العميل الذي هو أساس العلاقة، فهي بالنسبة للمصرف استهداف بناء شراكة حقيقية.

نحن نعلم أن سوق الخدمات المصرفية الآن مشبع و المنتجات أصبحت موحدة، فالفرق إذا لا يمكن أن يتم إلا عن طريق هذه الخدمة، ومن ثم تطوير علاقة شخصية مع العملاء وتصبح أساس العلاقة بين البنك والعميل

¹ بزخامي سليمة ، مرجع سبق ذكره ، ص67

هي الجودة في تقديم الخدمات، هذا لتحقيق هدف أولي هو ولاء العميل عبر الإنترنت من خلال تقديم مجموعة كاملة من الخدمات عن طريق قنوات توزيع أكثر حداثة.

المطلب الرابع : التحديات التي تحول دون تطبيق نظام الصيرفة الإلكترونية بالمصارف

على الرغم من الجهود المبذولة من طرف المصارف لنقل العديد من التقنيات المصرفية الحديثة و الإستفادة من التكنولوجيات الحديثة التي جاءت بها الثورة الرقمية، إلا أن هناك العديد من التحديات و الصعوبات التي يمكن إدراجها في النقاط التالية :¹

- ضعف البنية التحتية اللازمة لإقامة مثل هذه المشاريع : كالنقص في الشبكة العالية للمعلومات، و كذلك نقصها و ضعفها ما بين البنوك.
- نقص التشريعات الضرورية لتسهيل إنتشار الأعمال الإلكترونية، و خصوصا المتعلقة بالصيرفة الإلكترونية، غياب البحث و التطوير لتوظيف هذه التقنية.
- يرجع ذلك لعدم إقبال الأفراد على التعامل المصرفي عبر الأنترنت أيضا إلى نقص الإعلام و الإتصال.

¹ طالبة الدكتوراه هالة عبدلي ، الصيرفة الإلكترونية آلية لضمان جودة الخدمات المصرفية ، مجلة الأصيل للبحوث الإقتصادية و الإدارية ، العدد الأول ، جوان 2017 ، ص392

خلاصة الفصل الثاني :

بعد تعرضنا لجودة الخدمات المصرفية وارتقائها من العمل التقليدي إلى العمل المصرفي الإلكتروني و أهم التكنولوجيات القائمة عليها بهدف اجتذاب عملاء جدد، حيث أتاحت لهم التعبير الإلكتروني عن احتياجاتهم و أولوياتهم اليومية مما سمح للمصارف التجاوب معها واستحداث خدمات مالية ومصرفية جديدة، نرى أنه يتعين على المصارف الراغبة في دخول عالم الصيرفة الإلكترونية أن تمتلك المعرفة و القدرة على وضع إستراتيجية شاملة وكذلك تطبيقها بصورة دقيقة وسليمة لضمان تحقيق الأهداف المرجوة من اعتماد هذه الصيرفة من جهة ومن جهة أخرى التحكم الأفضل للمصارف في نظام المعلومات و أساليب الاتصالات يحقق الجودة في الخدمات و السرعة في أداء تقديمها و إنشاء علاقات مع العملاء.

الفصل الثالث:

الصيرفة الإلكترونية في الجزائر

تمهيد :

شرعت الدولة الجزائرية في السنوات الأخيرة من القرن الماضي في إصلاحات إقتصادية شملت جميع المجالات بما فيها إصلاح المنظومة البنكية، وتجلّى ذلك من خلال صدور نصوص تشريعية وتنظيمية تسهل عملية التلاؤم مع متغيرات البيئة البنكية، وهذا يدخل في إطار التحول إلى الإقتصاد الحر والإندماج في الإقتصاد العالمي، ولعل أهم الأفكار الجديدة التي ظهرت في هذا المجال هو الدخول فيما يسمى بالصيرفة الإلكترونية، وسنحاول من خلال هذا الفصل إبراز واقع الصيرفة الإلكترونية في الجزائر كاتجاه حديث لتطوير وعصرنة البنوك الجزائرية.

المبحث الأول : الصيرفة الإلكترونية في الجزائر

تعتبر الصيرفة الإلكترونية من أهم مظاهر الحداثة و العصرية لأي جهاز مصرفي، والذي يعكس مدى تطور نظام المعاملات المالية والمصرفية وطرق معالجة المعلومات، هذا وقد عكفت البنوك الجزائرية وعلى رأسها بنك الجزائر على تطوير هذا الجانب الذي يعد أحد أهم محاور إصلاح المنظومة المصرفية في الجزائر.

المطلب الأول : المكونات الرئيسية للصيرفة الإلكترونية في الجزائر

إن سعي الجزائر وراء تحديث و تطوير خدماتها المصرفية ألزم عليها إيجاد سبل و قنوات لإنجاز هدفها، و تعد كل من شركة النقد الآلي والعلاقات التلقائية ما بين البنوك SATIM و ARTS و ACTI من أهمها.

أولاً- شركة النقد الآلي والعلاقات التلقائية ما بين البنوك SATIM

"ساتيم" هي شركة أتمتة المبادلات بين البنوك والنقد الآلي تمثل فرعاً لـ 8 بنوك جزائرية. تأسست في 1995 بمبادرة من المجموعة البنكية وهي من الأدوات التقنية لمراقبة برنامج عصرنة وتطوير البنوك، خاصة فيما يخص وسائل الدفع عن طريق البطاقة. تضم الشركة 17 منخرطاً في شبكتها النقدية الآلية ما بين البنوك، منها 7 بنوك عمومية و9 خاصة إلى جانب بريد الجزائر. من أبرز مهامها إقامة وتسيير الأرضية التقنية والتنظيمية للسلسلة النقدية الرقمية ومراقبة البنوك في تطوير الخدمات النقدية الآلية وكذا شخصنة الفاتر وبطاقات الدفع والسحب للسيولة المالية.

جاء إنشاء شركة النقد الآلي والعلاقات التلقائية ما بين البنوك بغرض أداء مجموعة من المهام الأساسية والضرورية التي تحقق السير الفعال لتعاملات النقد الآلي البنكي، و تتمثل هذه المهام فيما يلي¹:

- النهوض بوسائل الدفع الإلكترونية وتطوير إستخدامها في المجتمع الجزائري؛
- تطوير النقد الآلي البنكي، من خلال إتباع أحدث التكنولوجيات؛
- مراقبة البنوك في تطوير الوظيفة النقدية و كذا إصدار منتجاتها خاصة بالنقد الآلي ووضعها في متناول زبائنها؛
- تأخذ على عاتقها كل ما يخص تسيير الهياكل والوسائل التقنية الخاصة بالنقد الآلي "بطاقات، موزعات آلية، نهائيات إلكترونية، تعاملات"؛
- المشاركة في التعريف بالمبادئ والقواعد الخاصة بالعمليات التي تتم بواسطة البطاقات البنكية وكذا وضع قوانين، تقنيات وأسس التسيير وأسعار المنتجات النقدية إصدار الشيكات والبطاقات البنكية وتشخيصها لصالح كل البنوك المشاركة في الشبكة البنكية؛
- القيام بعمليات المقاصة البنكية الخاصة بالتعاملات بالبطاقات البنكية.

إن المهمة الأساسية لشركة النقد الآلي والعلاقات التلقائية ما بين البنوك تركز على تطوير وتسيير حل عملي للتعاملات البنكية للنقد الآلي، والذي يعتمد على هياكل ووسائل تقنية مؤمنة ومرتبطة بمراكز

¹ بلعاش ميادة، "أثر الصيرفة الإلكترونية على السياسة النقدية -دراسة مقارنة الجزائر، فرنسا-"، أطروحة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة دكتوراه الطور الثالث في العلوم الاقتصادية، تخصص إقتصاديات النقود والبنوك والأسواق المالية، جامعة محمد خيضر، 2015/2014، ص216

الإعلام الآلي والنقد الآلي الخاصة بالبنوك، التي تخضع للمعايير الدولية الخاصة بتأمين التعاملات بالنقد الآلي الأكثر تطوراً ألا وهي معايير EMV التي تحبط كل محاولات التزوير والقرصنة، حيث لم يتم اختراقها إلى غاية يومنا هذا.

ثانيا- الجزائر لخدمات الصيرفة الإلكترونية AEBS

تم إنشاء شركة الجزائر للخدمات المصرفية الإلكترونية (AEBS) منذ عام 2004. وقد أصبحت رائدة في مجالها من خلال كونها أول شركة جزائرية تكتسب الخبرة في مجال الأعمال المصرفية عن بُعد، ثم قامت بالتصدير دولياً. وبذلك أصبحنا قوة اقتراح في توحيد المقاييس للتبادلات بين البنوك في الجزائر، والعمل في تعاون وثيق مع مؤسسات الدولة في مجالات التمويل المصرفي.¹

إن هذه الشركة أنشئت من أجل هدف أساسي هو تلبية حاجات المؤسسات المالية باقتراح برمجيات تقدم خدمات عن طريق برمجيات متعددة وذلك من خلال²:

- اقتراح حلول المصارف عن بعد من جهة؛
- تبسيط و تأمين المبادلات الإلكترونية متعددة الأقسام من جهة أخرى.

و إن الخدمات التي تقدمها توجد على قسمين على نفس الدرجة من التطور التكنولوجي :

- الصنف الخاص بالبنك : BANKING - E DIAGRAM .
- صنف التبادل الإلكتروني للبيانات EDI متعدد الجهات و الأقسام FILES- E DIAGRAM .

تهدف AEBS أساسا إلى :

- الاقتراح على الزبائن (بنوك مؤسسات مالية) حلول معتمدة أساسا على الخدمات متعددة القنوات و فعالية عالية مع تأمين تام لمبادلات المعلومات؛
- تكييف الخدمات وفق حاجات كل زبون و وفق رغباته؛
- تسمح لزيائنها بإكتساب نظام معلومات ممتد على مجالات عديدة و هذا بما يتوافق مع مستلزمات كل واحد منهم.
- لقد إعتمدت العديد من المصارف الجزائرية على AEBS في تقديم خدمات عبر الأنترنت وذلك من خلال إمضاء عقود ، نذكر منها :
- عقد مع القرض الشعبي الجزائري : في جويلية 2005 لتزويد البنك بخدمات EDI DIAGRAM
- عقد BNP PARIBAS مع البنك BNP PARIBAS الجزائر: في 2005/11/21 لتزويد هذا البنك الخاص بخدمات BANKING E - DIAGRAM.

إن شركة AEBS تعتبر أول خطوة للجزائر في مجال الصيرفة الإلكترونية بما حققته من توفير هذه الخدمات، ولكن هذا لا يمنع وجود شركات أخرى لتقديم خدمات الصيرفة الإلكترونية و هذا لتحقيق

¹ <https://www.linkedin.com/company/algeria-e-banking-services> , 18/04/2021 , 07:28.

² بلعاش ميادة ، مرجع سبق ذكره ، ص218

المنافسة من جهة وتوسيع قاعدة هذه الخدمات من جهة أخرى من أجل تطوير النظام المصرفي و المالي و محاولة للحاق بركب الدول الأخرى التي قطعت أشواطاً كبيرة في هذا المجال.

ثالثاً- أنظمة الصيرفة الإلكترونية في الجزائر

على الصعيد الدولي، خلال السنوات الأخيرة، تم تحقيق تقدماً كبيراً في مجال تطوير المؤسسات المصرفية ونوعية الوساطة وتكثيف المنافسة. وأدى هذا إلى تنويع أدوات ووسائل الدفع. في نفس الوقت، ساهمت التكنولوجيات الجديدة في مجال إرسال المعطيات والتقدم في مجال الإعلام الآلي في تغيير جذري في إجراءات الدفع والتسديد.

كذلك عرفت مركزيات المعلومات، خصوصاً مركزيات مخاطر القرض وميزانيات المؤسسات، تطورات معتبرة في داخل وخارج البنوك المركزية، مساهمة بذلك في تسيير أكثر حذر للمخاطر المصرفية. فيما يتعلق بالجزائر، دخل النظامان الجديان للدفع بين المصارف في الإنتاج في سنة 2002، وهما أمان وفعالان وشفافان ويستجيبان للمعايير المعدّة من طرف لجنة أنظمة الدفع والتسوية لبنك التسويات الدولية.

❖ نظام الدفع الإجمالي الفوري للمبالغ الكبيرة و المدفوعات المستعجلة ARTS

يعد نظام آرتس من بين الأنظمة التي تستعملها البنوك وهو نظام جديد للدفع، كما أنه يهدف إلى تحسين الخدمة المصرفية لا سيما من حيث أنظمة الدفع وذلك لمواكبة المعايير الدولية كما يرمز لهذا النظام دولياً بـ "RTGS" إذ يتميز هذا النظام بعدة مفاهيم على المستوى الدولي من بينها³:

- نظام التسوية الإجمالية الفورية هو نظام تسوية المبالغ الإجمالية في وقت حقيقي ويتم فيه سير التحويلات بصفة مستمرة وعلى الفور بدون تأجيل وعلى أساس إجمالي؛
- كما أنه نظام مركزي إلكتروني يعمل على أساس فوري إجمالي نهائي ومستمر لتنفيذ أوامر التحويل الدائنة ويوفر نقطة تسوية لأنظمة التصفية العاملة في بلد ما من خلال الحسابات المركزية للمصارف؛
- كما عرف المشرع الجزائري أو بالأحرى الهيئة المنظمة لهذا النظام ألا وهو بنك الجزائر الذي وضع قانون لنظام آرتس المسمى بنظام الجزائر للتسوية الفورية ARTS ، على أنه : "نظام للتسوية بين البنوك لأوامر الدفع عن طريق التحويلات المصرفية أو البريدية للمبالغ الكبيرة أو الدفع المستعجل التي يقوم بها المشاركون في هذا النظام.

يهدف هذا النظام إلى تحقيق عدة أهداف منها :

- مساهمة المعايير والمقاييس الدولية في مجال مخاطر أنظمة الدفع وتأهيل القطاع المصرفي؛
- تخفيض مخاطر الدفع وتقليص المدة بين البنوك؛
- ضمان الأمان والسرعة في المبادلات طبقاً للمقاييس الدولية؛
- تشجيع إقامة المصارف الأجنبية.

¹ زغدار أحمد و حميدي كلثوم ، تقييم أداء نظام الجزائر للتسوية الفورية في النظام المصرفي الجزائري خلال الفترة 2006-2014 ، مجلة البحوث و الدراسات العلمية ، لا يوجد رقم العدد و المجلد ، جامعة د.بجي فارس ، 2015 ، ص2

و من عملياته¹:

(1) عملية السحب :

وفق هذا النظام تتم عمليات السحب وفق الخطوات التالية :

- يقوم المشتركون بالنظام بتحويل إحتياجاتهم المتوقعة من النقود الائتمانية إلى البنك المركزي؛
- يقوم البنك المركزي بجمع الإحتياجات الخاصة على مستوى كل ولاية لمختلف المقررات؛
- يرسل المشاركون بنظام ARTS أوامر التحويل الخاصة بعملية الحجز؛
- يقوم نظام آرتس بإقرار عملية الحجز مع إشعار بجعل الحساب مدين يحتوي هذا الإشعار على قيمة المبلغ وكذا رقم التصريح؛
- يتحمل المشاركون بالنظام مسؤولية إبلاغ رقم التصريح والمبالغ أيضا إلى فروعها المختلفة؛
- تتقدم فروع البنوك المشتركة بالنظام إلى الشبائيك بمقررات بنك الجزائر مع رقم التصريح والمبلغ الذي سيتم سحبه؛
- يحوز أمين الصندوق في بنك الجزائر الوثائق عند المراقبة الأولية ثم يقوم بإدخال رقم التصريح إسم البنك، رقم العملية الائتمانية وذلك للتأكد من تطابقها مع الحجز.

(2) عملية الإيداع :

أما عملية الإيداع في نظام التسويات الإجمالية الفورية يتم وفق الخطوات التالية :

- يقوم الأطراف المشاركون بنظام التسويات الإجمالية الفورية بإجراء عملية إيداع الأموال لدى شبك بمقر بنك الجزائر؛
- يقوم أمين صندوق بنك الجزائر بفحص الوثائق ثم إدخال رقم العملية إسم البنك وقيمة المبلغ المودع؛
- كما يقوم نظام آرتس بإبالغ المشاركين بإشعارات الحسابات الدائنة الخاصة بكل عملية إيداع والقيام بجعل الحسابات دائنة بقيمة المبالغ المودعة.

¹ زغدار أحمد و حميدي كلثوم ، مرجع سبق ذكره ، ص4-5

الجدول (01-03) : نشاط نظام آرتس للفترة 2010-2014

معدل النمو	المتوسط الشهري				قيمة العمليات المنجزة (مليار دج)	عدد العمليات	نسبة تداول نظام آرتس %	السنوات
	القيمة	العمل	عدد أيام العمل	مبلغ العملية الشهري				
-9,6	+2,8	254	48956	17630	587475	211561	99,93	2010
+15,8	+12,8	251	56676	19776	680123	237311	99,77	2011
-21,3	+13,6	252	44603	22463	535234	269557	99,77	2012
-33,1	+7,7	253	29835	24202	358026	290418	99,99	2013
+4	+8,2	253	31033	26196	372294	314357	99,99	2014

المصدر : زغدار أحمد و حميدي كلتوم ، مرجع سبق ذكره ، ص6.

سجلت في السنوات الأخيرة ارتفاعا كبيرا في العمل بهذا النظام والدليل على هذا هو ارتفاع عدد العمليات والقيمة المنجزة وذلك حسب المدة الزمنية، لذا نلاحظ من خلال الجدول أعلاه ارتفاع معدل نمو عدد العمليات والذي يختلف من سنة لأخرى، وهذا راجع إلى تغير في عدد أيام فتح نظام آرتس المبرمجة في كل سنة.

نلاحظ منذ سنة 2010 إلى غاية سنة 2014 معدل توافر هذا النظام يفوق نسبة 99% كذا تعتبر هذه العلاقة المحصل عليها مطابقة للمقاييس الدولية والذي المتفق بشأنها بشكل مشترك لقياس الموثوقية العملية لأنظمة التسوية الإجمالية الفورية للمبالغ الكبيرة بشكل عام .

كما يعرف هذا النظام تراجعاً في معدلات النمو منذ سنة 2012 من حيث عدد العمليات ومن حيث القيمة رغم وجود ارتفاع طفيف في عدد العمليات، وحسب الإحصائيات الموجودة في الجدول أعلاه نلاحظ تراجع في قيمة العمليات المنجزة¹.

¹ زغدار أحمد و حميدي كلتوم ، مرجع سبق ذكره ، ص7

الجدول (02-03) : المعاملات من خلال نظام RBTR في الفترة 2009-2016

السنوات	2011	2012	2013	2014
نسبة تداول نظام ARTS %	99.77	99.77	99.99	99.99
عدد العمليات	237311	269557	290418	314357
قيمة العمليات (مليار دج)	680123	535234	358026	372394

المصدر : أ.العياطي جهيدة و د.محمد بن عزة ، " تطور الخدمات المصرفية الإلكترونية بين وسائل الدفع الحديثة والتقليدية " ، تحليل إحصائي حديث لواقع وآفاق تطور الصيرفة الإلكترونية في الجزائر ، جامعة أبو بكر بلقايد تلمسان ، لا توجد سنة ، ص7

نلاحظ منذ سنة 2011 إلى غاية سنة 2014 معدل توافر هذا النظام يفوق نسبة 99%، كذا تعتبر هذه العلاقة المحصل عليها مطابقة للمقاييس الدولية والذي المتفق بشأنها بشكل مشترك لقياس الموثوقية العملية لأنظمة التسوية الإجمالية الفورية للمبالغ الكبيرة بشكل عام.

❖ نظام المقاصة الإلكترونية للمدفوعات الخاصة بالجمهور العريض ATCI

هذا النظام يختص بالمعالجة الآلية لوسائل الدفع العام¹ و يعرف أنه : " نظام مكمل لنظام التسوية الإجمالية الفورية، حيث إستخدم النظام في بداية تشغيله لمعالجة الشيكات الموحدة وقد أدخلت وسائل الدفع أخرى جديدة في النظام تدريجيا² .

تتمثل الوظائف الأساسية لنظام المقاصة الإلكترونية للمدفوعات الكثيفة فيما يلي³ :

- تسيير المبادلات بين البنوك بوسائل الدفع غير المادية، وتسيير المقاصة متعددة الأطراف الذي يتجسد بحساب الأرصدة متعددة الأطراف لكل أداة من أدوات الدفع (شيك، الأوراق مالية، الحوالات، الكمبيالة، البطاقة البنكية...).
- تدفق أرصدة المقاصة المحسوبة في نظام التسوية آرتس لتسويتها و تحصيل الشيكات المشخصة وتجميعها نحو البنوك المسحوبة عليها، الحفاظ على أرشيف للمعطيات الإلكترونية.

يسير نظام ATCI من طرف مركز المقاصة القبلية بين البنوك، وهو شركة أسهم، فرع لبنك الجزائر تم فتح رأسمالها أمام مساهمة البنوك، إذ يعمل هذا النظام على أساس المقاصة متعددة الأطراف لأوامر

¹ د.عبد الهادي مسعودي ، الأعمال المصرفية الإلكترونية ، الجزائر ، دار اليازوري ، الطبعة الأولى ، 2015 ، ص151

² جلولي سهام و منصورالشريفة ، المعاملات المالية الإلكترونية بين البنوك المصرفية -دراسة حالة الجزائر- ، المجلة العالمية للإقتصاد و الأعمال ، لا يوجد رقم العدد و المجلد ، 2018 ، ص380

³ د.بالعبيدي عايدة عبير و د.شاوش إخوان سهام ، اليوم الدراسي حول : تحديات تطبيق الحوكمة الإلكترونية في ظل التجارة الإلكترونية ، عنوان المداخلة آليات و تدابير بنك الجزائر في تفعيل الحوكمة الإلكترونية في إطار المحافظة على سلامة و إستقرار النظام المصرفي الجزائري ، جامعة محمد خيضر بسكرة ، 2019 ، ص 8

الدفع، حيث يتم إيداع الأرصدة الصافية من أجل التسوية المؤجلة في نظام ARTC في ساعة محددة مسبقا في النظام، حيث تشمل هندسته صيغة تبادل أوامر الدفع بشكل متواصل بين المشتركين، تبعا لتاريخ يوم التبادل، ومرحلة حساب الوضعيات الصافية متعددة الأطراف، حسب كل مشارك قبل إقفال يوم التبادل، ومرحلة الإيداع من أجل تسوية الأرصدة الصافية في حسابات التسوية الخاصة بالمشاركين المفتوحة في نظام ARTC ، ولا تتم تسوية الأرصدة فعليا إلا-و فقط- عندما يكون مجموع الوضعيات الصافية المدينة مغطاة بمؤونة موجودة في حسابات التسوية المعنية، على أساس المبدأ "كل شيء أو لا شيء".

جدول (03-03) : تطور المعاملات المالية عبر نظام ATCI (2012-2015)

السنوات	عدد عمليات الدفع	معدل نمو عدد عمليات الدفع %	مبلغ عمليات الدفع	معدل نمو مبلغ عمليات الدفع %
2012	17387	01.90	11766.1	11.19
2013	19470	11.98	12661.6	07.61
2014	20750	06.57	13979	10.40
2015	20756	0	15892	13.68

المصدر : http://economie.univ-guelma.dz/sites/economie.univ-guelma.dz/files/1_29.pdf

بالمقارنة مع المقاصة اليدوية و مختلف العمليات على السندات فقد ساهمت المقاصة الإلكترونية في الجهاز البنكي الجزائري بشكل شبه كلي على تسوية الأرصدة الصافية متعددة الأطراف خلال الفترة 2008-2014 كما هو موضح في الجدول التالي¹:

جدول(03-04) : نسب مساهمة المقاصة الإلكترونية في تسوية الأرصدة الصافية متعددة الأطراف خلال الفترة 2010-2014.

السنوات	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
نسبة مساهمة المقاصة الإلكترونية	85%	95.3%	87.8%	93.1%	96%	97.1%	95%

المصدر : د.بن عمر خالد و د.بورزامة جيلالي ، "واقع الصيرفة الإلكترونية في الجزائر بين معوقات التوسع و متطلبات النجاح" ، جامعة بومرداس ، مجلة بحوث إقتصادية عربية ، العدد 80 ، جوان 2019 ، ص 105

¹ د.بن عمر خالد و د.بورزامة جيلالي ، مرجع سبق ذكره ، ص 105

المطلب الثاني : إشكالية اعتماد الصيرفة الإلكترونية في الجزائر

إن أي مشروع ناجح تسبقه دراسة دقيقة و مفصلة عن إمكانية تطبيقه أو إعماده والنظام المصرفي الجزائري يسعى لإعتماد الصيرفة الإلكترونية في أداء معاملاته وذلك بدراسة واقع مختلف القطاعات و مدى إستعدادها لتدعيم هذا المشروع.

أولاً- واقع قطاع تكنولوجيا المعلومات و الإتصالات في الجزائر

رغم التأخر الكبير الذي شهده قطاع الإتصالات في الجزائر إلا أنه مع بداية خوصصة و تحرير القطاع، بدأ هذا الأخير يعرف تطوراً ملحوظاً لاسيما في الهاتف النقال و شبكة الأنترنت.

❖ تطور الأنترنت في الجزائر

دخلت خدمة الأنترنت أول مرة في الجزائر عام 1993 عن طريق مركز البحث للمعلومات العلمية والتقنية وهو مركز للأبحاث تابع للدولة الجزائرية، في عام 1998 صدر المرسوم الوزاري رقم 265 لعام 1998 الذي بموجبه أنهى إحتكار خدمة الأنترنت من الدولة وسمح للشركات الخاصة بتقديم هذه الخدمة، بيد أن هذا المرسوم إشتراط على الذين يريدون هذه الخدمة لأغراض تجارية أن يكونوا جزائري الجنسية، ويتم تقديم الطلبات مباشرة إلى وزير الإتصالات. وفي عام 1998 ظهرت أولى شركات التزويد الخاصة وارتفعت أعداد الشركات التي تزود الزبائن إلى 18 شركة بحلول شهر مارس عام 2000 ورغم تحرير قطاع الإتصالات في الجزائر إلا أن الوضع الحالي بالنسبة لشبكة الأنترنت ما يزال ضعيفا مقارنة بدول الجوار، وتشير الإحصائيات أن مجموع مستخدمي الأنترنت في الجزائر بلغ 1.9 مليون شخص حتى نهاية عام 2005 وفي العام 2010 وصل عدد المستخدمين لحوالي 4,323,273 أي ما يقدر بحوالي 12.5% من عدد السكان. ومن أبرز شركات التزويد بالأنترنت شركة إيباد لكن في مايو 2008 بقرار من وزارة البريد وتكنولوجيا الإتصال والإعلام خفض سعر الإشتراك إلى النصف لدى أكبر شركات التزويد بالأنترنت التابعة لدولة الجزائر وهي "إتصالات الجزائر" حيث عرف عدد المشتركين إرتفاعا ملحوظاً¹.

جدول (03-05) : عدد مستخدمي الأنترنت و عدد السكان في الجزائر

السنة	مستعملي الأنترنت	عدد السكان	النسبة المئوية%
2000	50000	31795500	0.2%
2005	1920000	33033546	5.8%
2007	2460000	33506567	7.3%
2008	3500000	33769669	10.4%
2009	4100000	34178188	12.0%
2010	4700000	34586184	13.6%

المصدر : برباش أميرة ، عمليات الصيرفة الإلكترونية في المؤسسات المصرفية و دورها في تدعيم ركائز الإقتصاد الرقمي -دراسة حالة عينة من الوكالات البنكية بألم البواقي- ، مذكرة مكملة لنيل شهادة ماستر أكاديمي في علوم التسيير ، تخصص مالية و بنوك ، جامعة العربي بن المهدي بألم البواقي ، 2014/2015 ، ص111

¹ https://ar.wikipedia.org/wiki/الإنترنت_في_الجزائر , 20/04/2021 , 07:42

بلغ عدد مستعملي الأنترنت سنة 2010 إلى حوالي 4700000 بما يعادل 6.13% من عدد السكان لذات الفترة، ويكرس ذلك النمو المعترف لجهود الدولة في سبيل تحديث الحياة الاقتصادية وأتمتها، إذ ما قورنت بعدد مستعملي الأنترنت عام 2000 و الذي لم يتجاوز 2.0% من عدد السكان، وعلى الرغم من هذا التحسن الملحوظ إلا أن هناك رهانات وتحديات أمام المؤسسات الوطنية في سبيل تغيير نمط عملها مع مستجدات الألفية التي برز فيها الإقتصاد الرقمي على مصراعيه.

كما أن عدد مستخدمي الأنترنت ذات التدفق العالي وعبر الهاتف المحمول في الجزائر هي 11 مليون شخص جزائري يستخدمون حاليا الأنترنت مقابل 10 ملايين نسمة سنة 2011.¹

❖ شبكة الإتصالات :

تغطي شبكة الإتصالات في الجزائر غالبية التراب الوطني بشبكة تقدر 22000 كلم من الخطوط الهيرتيزية و 15000 كلم من الألياف البصرية كذلك 50 محطة أرضية و 100 نظام ويفي، بالإضافة إلى شبكة لإرسال المعطيات بالجملة التي بدأ إستغلالها منذ سنة 1992 و وصلت إلى 4500 خط في سنة 2000 أيضا الشبكة الخاصة لإرسال المعطيات بالجملة التي وضعت تحت تصرف وزارة الإعلام و الإتصال بالإضافة إلى الشبكة المؤسسية الخاصة بقطاع البريد.

توجد بعض مؤشرات تكنولوجيا المعلومات و الإتصالات المتعلقة بمجتمع المعلومات في الجزائر وهي:

- تجهيزات عمومية ل 100 نسمة هي 4300 بنسبة 0.164.
- الكثافة الهاتفية بالنسبة ل100 نسمة هي 2687603 بنسبة 35.13 للثابت.
- الكثافة الهاتفية بالنسبة ل100 نسمة هي 27031472 بنسبة 97.90 للجوال.
- نسبة العائلات التي لها حاسوب بالنسبة ل100 عائلة 710967 بنسبة 10.14.
- نسبة النفاذ إلى الأنترنت ذي التدفق العالي بالنسبة ل100 نسمة هي 585455 بنسبة 1.83.
- نسبة النفاذ إلى الأنترنت ذي التدفق المنخفض بالنسبة ل100 نسمة هي 892 105 بنسبة 1.83.
- نسبة النفاذ إلى الأنترنت بالنسبة للمشاركين المهنيين (مؤسسات) هي 116559 بنسبة 13.94.

ثانيا- واقع إستعمال تكنولوجيا الإتصالات والمعلومات في النظام المصرفي في الجزائر

إن واقع إستعمال تكنولوجيا الإعلام في النظام المصرفي الجزائري يظهر من خلال :

❖ شبكة الإتصالات الإلكترونية :

بادرت بعض المؤسسات المصرفية والمالية بتطوير شبكات إلكترونية للدفع والتسديد منتشرة في نقاط محدودة من التراب الوطني، لكن عدم القدرة على التحكم فيها وتسييرها جعل بعضها يتوقف عن أداء خدماته وذلك بسبب إعتقاد هذه المؤسسات على حلول وأنظمة مستوردة وغير متوافقة وخصائص السوق الجزائرية وكذلك عدم تزايد الطلب على هذه الخدمات، هذا العامل الذي كان من الممكن أن يشجع هذه

¹ برياش أميرة ، مرجع سبق ذكره ، ص 111

المؤسسات على مواصلة العمل بهذه الوسائل، ورغم ذلك فقد بادرت بعض المؤسسات بإصدار بطاقات السحب¹.

❖ الأنترنت والنظام المصرفي الجزائري :

إن معظم البنوك الجزائرية لها موقع على شبكة الأنترنت فالنسبة لبنك الجزائر يتمثل موقعه على الأنترنت ب www.algeria.of.bank.dz تظهر فيه مجموعة من المعطيات والبيانات عن السياسة النقدية والمالية إحصائيات مختلفة ولكنها غيرمتجددة، كما أنه لم يقدم أي خدمة معلوماتية إلكترونية بعكس واقع البنوك المركزية في العالم والتي بعضها يشرف على أنظمة الدفع الإلكترونية لبنوك تلك الدول إنطلاقاً من موقعه الإلكتروني.

أما بالنسبة للبنوك التجارية، فمواقعها تعرض مجموعة من المعلومات عن نفسها ومعظمها لم يحدد منذ مدة، إلا أنه يجب أن نذكر أن هناك بنوك تسمح بالإطلاع على الرصيد وبعض العمليات الأخرى ومن أمثلة مواقع تلك البنوك موقع الصندوق الوطني للتوفير والإحتياط، القرض الشعبي الجزائري، بنك الفلاحة والتنمية الريفية، لكنها تقدم عمليات محدودة سواء من حيث نطاق الخدمة أو نوعيتها.

❖ استخدام الهاتف في الخدمة المصرفية :

يمكن إعتبار الخدمات المصرفية المقدمة عبر الهواتف المحمولة بمثابة محاولة لتوفير القيمة المضافة² المطلوبة للعملاء، وذلك من خلال توفير المزيد من الأساليب للقيام بالإجراءات المصرفية المختلفة.

فهي تمثل الأعمال المصرفية بإستخدام الهاتف المحمول، بالنسبة للعملاء، توازنا حساسا بين توافر فرصة قوية من الوجهة النظرية (هي القدرة على إنجاز المعاملات في أي وقت وفي أي مكان) وتحديات عملية (متمثلة في التسلسل الدقيق لقائمة الخيارات المتاحة على شاشة صغيرة بإستخدام أزرار بالغة الصغر)¹.

لا تستعمل البنوك الجزائرية الهاتف في تقديم خدماتها، سواء الهاتف الثابت أو المحمول رغم ما شهده هذا الأخير من تطور كبير بعد فتح السوق الجزائرية في السنوات القليلة الماضية وعلى البنوك الإستفادة من عدد مشترك في خدمة الهاتف في تقديم خدماتها بجلب أكبر عدد من الزبائن.

¹ برياش أميرة ، مرجع سبق ذكره ، ص112

² أمجد مارديني ، العوامل المؤثرة في نية إستخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية عبر الهاتف المحمول (الموبايل البنكي) في سوريا ، بحث مقدم لنيل شهادة الماجستير في

إدارة الأعمال ، تخصص إدارة الأعمال ، الجامعة الافتراضية السورية ، 2018 ، ص7

¹ إغناسيو ماس و كايبر كومار ، "الأعمال المصرفية بإستخدام الهاتف المحمول : لماذا وكيف.و لمن؟" ، واشنطن-أمريكا ، مذكرة المناقشة المركزة ، العدد 48 ، جوان

2008 ، ص1

المطلب الثالث : أهمية تطبيق الصيرفة الإلكترونية في المؤسسة المصرفية الجزائرية

إن اعتماد الصيرفة الإلكترونية في الجزائر سيتيح للمصارف الجزائرية دخول العصر من أبوابها الواسعة، فهي تمنح عدة إمتيازات يمكن حصرها فيما يلي²:

- تيسر التعامل بين المصارف الجزائرية، و بناء علاقات مباشرة فيما بينها؛
- إقامة أنظمة دفع إلكترونية تساهم في تطوير الأداء، و خفض التكاليف؛
- المساهمة في جلب الإستثمارات لا سيما الإستثمار الأجنبي المباشر من خلال توفير خدمات مصرفية إلكترونية (7/7) و (24/24)؛
- تخفيض النفقات التي يتحملها البنك، بحيث لا يستطيع البنك إنشاء فرع خاص به في كل منطقة عبر التراب الوطني و ما يتطلبه من مباني و أجهزة و كفاءة إدارية، فإنشاء موقع للمصرف عبر شبكة الأنترنت يوفر تكلفة إنشاء فرع له و كل المصاريف الناجمة عن ذلك، كما يمكنكم خلال المصرف الإلكتروني تسويق مختلف الخدمات المصرفية و التبادل الإلكتروني للوثائق في مدة وجيزة، فضلا عن إجراء التعاملات البنينية بين مصرف و مصرف آخر أو بين المصرف و فروعها لما يكلفه ذلك من جهد ووقت؛
- إن توجه البنوك الجزائرية نحو شبكة الأنترنت و ما تتميز به من قدرات تنافسية يلزم البنوك الصغيرة ضرورة الإرتقاء إلى مستوى هذه التحديات، و وفقا لذلك سيقوم العملاء بالمقارنة و بين خدمات البنوك لإختيار الأنسب و بذلك تكون الأنترنت تعامل منافسة قوي في جذب العملاء. حيث تساهم الأنترنت في التعريف بالبنوك و الترويج للخدمات المصرفية بشكل إعلامي و هو ما يساهم في تحسين جودة الخدمات المصرفية المقدمة؛
- تفعيل دور بورصة القيم المنقولة في الجزائر من خلال إقامة سوق مالية إلكترونية، و إقامة أنظمة دفع إلكترونية تساهم في تطوير أداءها و ترقيتها؛
- إستخدام الأنترنت في المصارف الجزائرية يساهم في تعزيز رأس المال الفكري و تطوير تكنولوجيا المعلومات و الإستفادة من الإبتكارات الجديدة التي يكون لها إنعكاس على أعمال المصارف.

المطلب الرابع : تشخيص واقع الصيرفة الإلكترونية في الجزائر

من خلال إجراء عملية التشخيص لواقع الصيرفة الإلكترونية في الجهاز البنكي الجزائري، فقد تبين أنها تعاني مما يلي :

❖ ضعف إستخدام البطاقات البنكية :

تكمن نقاط ضعف إستخدام البطاقات البنكية في الجزائر فيما يلي¹:

² أ.بوزرورة ليندة و د.زبيري رابع ، "آفاق الصيرفة الإلكترونية في المؤسسة المصرفية الجزائرية" ، مجلة كلية العلوم الاقتصادية و التسيير و العلوم التجارية ، العدد 16 / 2016 ، ص 298

¹ د.بن عمر خالد و د.بورزامة جيلالي ، مرجع سبق ذكره ، ص 105

- قلة عدد البطاقات البنكية مقارنة بعدد مالكي الحسابات البنكية في الجزائر، إذ بلغ عددها سنة 2014 ما يقارب 7 مليون بطاقة من أصل 24 مليون حساب؛
 - ضآلة عدد البطاقات البنكية الدولية و قلة أماكن إستخدامها في السوق البنكية و إقتصارها على بعض الفنادق الضخمة و بعض شركات الأعمال الخاصة؛
 - محدودية الخدمات عند إستخدام البطاقات البنكية و إقتصار أغلبها على الإطلاع على الرصيد أو السحب دون الإنتشار الواسع لخدمة التحويل المالي المحلي و الدولي.
- ❖ **ضعف إستعمال الصيرفة الهاتفية في البنوك الجزائرية :**

ما عدا خدمات الإطلاع الرصيد و دفع بعض الفواتير المحددة، لا تستعمل البنوك الجزائرية الهاتف في تقديم خدماتها سواء الثابت أو المحمول، و هذا رغم ما شهده هذا الأخير من تطور كبير بعد فتح السوق الجزائرية في السنوات الأخيرة و رغم العدد الكبير من مشتركى خدمة الهاتف في الجزائر، و هي الشبكة التي يمكن أن تساهم في تقديم الخدمات المصرفية لأكبر عدد ممكن من الزبائن.

❖ **غياب أنظمة قوية لمجابهة مخاطر الصيرفة الإلكترونية :**

إن التفكير في توفير وسائل الدفع الإلكتروني والإعتماد على نظامي التسوية الإجمالية الفورية والمقاصة الإلكترونية أمر غير كاف لنجاح ممارسة الصيرفة الإلكترونية في الجزائر، بإعتبار أن أمر إدارتها يقتصر على بعض الشركات وتسيير العمليات الإلكترونية بين البنوك دون الإعتماد على أنظمة إلكترونية قوية مكافئة لقوة المخاطر التي تهددها بما في ذلك المخاطر التنظيمية والقانونية ومخاطر السمعة.

❖ **محدودية الممارسات الصيرفية عبر الأنترنت :**

على الرغم من البرامج المستقبلية المسطرة والتصريحات المتكررة من قبل مسؤولي البنوك في الجزائر لممارسة الصيرفة بإستخدام تكنولوجيا الأنترنت إلا أن تجسيدها فعليا لم يخطو خطوات كبيرة، ويرجع ذلك إلى غياب التعاون والتنسيق بين البنوك الجزائرية في مجال الصناعة الإلكترونية مع فقدان ثقافة التسوق عبر الأنترنت لديها. إذ بقي النظام المصرفي الجزائري متأخرا في إستعمال التكنولوجيا وأنظمة الدفع الحديثة، فليس هناك ما يسمى بالعمل المصرفي عبر الأنترنت، وذلك لأن معظم البنوك الجزائرية تمتلك مواقع تعريفية أو إشهارية فقط وليس لتقديم الخدمات، ولم يعد في الجزائر من يتحدث عن التجارة الإلكترونية رغم انتشارها في العالم، وذلك لغياب القاعدة الهيكلية التي تستند إليها وهي العمل المصرفي عبر الأنترنت.

❖ **الإفتقاد لشبكة ربط إلكترونية قوية مع البنوك العالمية :**

على الرغم من الجهود المبذولة من مختلف البنوك الجزائرية لتطوير شبكة إتصالات إلكترونية مع البنوك العالمية إلا أنها ظلت دائما متأخرة وبطيئة وغير قادرة على إدارتها والتحكم فيها، ويرجع ذلك إلى إعتقادها على حلول أو أنظمة مستوردة وغير مصممة حسب أبعاد وخصائص السوق الجزائرية. وهذا الوضع أتاح فرصة ثمينة للبنوك الأجنبية الناشطة في الجزائر لإستقطاب أغلب الزبائن طالبي الخدمات الإلكترونية البنكية الدولية، بإعتبارها تتوفر على شبكة ربط مع البنوك العالمية أقوى مما هو متوفر لدى البنوك الجزائرية.

وقد إعترض إنتشار الأنترنت بشكل واسع في الجزائر مجموعة من العوائق تتلخص في إرتفاع أسعار الهاتف الثابت التي وصلت إلى 200% عام 2003 وبعدها 100% سنة 2004، وبطء الشبكة، بالإضافة إلى الهيمنة الجزائرية للإتصالات على الخدمة إلى غاية 2006، أين دخلت شركات أخرى منافسة في هذا المجال(أوراسكوم المصرية)، ناهيك عن إرتفاع أسعار الحواسيب مقارنة على ما هو عليه الحال في الدول الخليجية مثلا.¹

المبحث الثاني : مخلفات الصيرفة الإلكترونية في الجزائر و وسائل حمايتها

إن تبني نظام الصيرفة الإلكترونية في الجزائر سيؤدي إلى حدوث العديد من التغيرات الإيجابية على الإقتصاد بصفة عامة و على النظام المصرفي الجزائري بصفة خاصة. طبعاً بالإضافة إلى السلبيات و الأضرار الناجمة عنها، و التي تستلزم مجموعة من القوانين و التشريعات لضبطها و التحكم فيها.

المطلب الأول : تأثير الصيرفة الإلكترونية على الإقتصاد الجزائري

سنتطرق في هذا المطلب إلى أهم الآثار الناجمة عن الصيرفة الإلكترونية على الإقتصاد الجزائري :

أولاً- تأثير الصيرفة الإلكترونية على المؤسسة الإقتصادية :

تعمل الصيرفة الإلكترونية على زيادة تحسين الإدارة، و إقتصاد الوقت و التكلفة و الاستفادة من خدماتها بجودة عالية، و بتكلفة و بجهد أقل. و يظهر تأثير الصيرفة الإلكترونية على المؤسسة الإقتصادية فيما يلي:¹

❖ محاربة الإقتصاد الموازي :

لقد فرض تأخر وسائل الدفع في المنظومة المصرفية الجزائرية على المتعاملين التجاريين التعامل خارج الدائرة المصرفية، هذا التعامل قد ساعد تداول النقود خارج الإطار الذي ساهم بدوره في بروز ظاهرة الإقتصاد الموازي، و تفشي ثقافة الإكتناز، كلها عوامل ساعدت على إرتفاع السوق الموازية، و هذا الأمر أصبح يهدد الإقتصاد الوطني الذي مازال هشاً و بالتالي فإن اعتماد الصيرفة الإلكترونية و إقامة أنظمة دفع إلكترونية سوف يسهل دخول النقود المتداولة في السوق الموازي إلى دائرة السوق المصرفية و بالتالي المساهمة في التخفيف من حدة الإقتصاد غير الرسمي و السوق الموازية بالأخص في ظل توفير بيئة مناسبة لذلك.

❖ إيجاد و تطوير التجارة الإلكترونية في الجزائر :

إن أساس ظهور و تطور التجارة الإلكترونية يعود في الأصل إلى مدى إنتشار إستخدام وسائل الدفع الإلكترونية، و لا أحد تخفى عليه أهمية التجارة الإلكترونية، و بالتالي على الجزائر تدعيم الصيرفة و وسائل الدفع الإلكترونية لإيجاد وسط مناسب لهذا النوع من التجارة.

¹ برنيس نعيمة ، الوظيفة الإعلامية لشبكة الأنترنت في عصر ثورة المعلومات -دراسة نظرية ميدانية في قسم الأخبار بالقناة الأرضية للتلفزيون الجزائري- ، مذكرة مكلمة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال ، تخصص صحافة مكتوبة وسمعية بصرية ، جامعة منتوري قسنطينة ، 2010/2009 ، ص 103

¹ بلعياش ميادة ، مرجع سبق ذكره ، ص 227

❖ إعطاء دفع للحكم الإلكتروني في الجزائري :

لقد أصبحت فكرة إنشاء الحكومة الإلكترونية أمراً لا بد منه في ظل إنفتاح الجزائر على الإقتصاد العلمي، و تشجيع للإستثمارات الأجنبية، و تزايد المطالب الشعبية بضرورة تخفيف الأعباء البيروقراطية، و هذا المشروع يتطلب توفير بنية أساسية للإطلاق أحد دعائمها هي الصيرفة الإلكترونية.

❖ بناء الإقتصاد الرقمي في الجزائر :

إن الإقتصاد الرقمي هو التسمية المستخدمة للإشارة إلى الإقتصاد القائم على الأنترنت أو إقتصاد الوب، وهو الإقتصاد الذي يتعامل مع الرقميات أو المعلومات الرقمية، الزبائن الرقبيين و الشركات الرقمية، التكنولوجيا الرقمية، و المنتجات الرقمية.¹

إن تبني نظام الصيرفة الإلكترونية يكون القاعدة نحو الإنطلاق في مشاريع رقمية أخرى، تنقل الإقتصاد الوطني نحو إقتصاد رقمي.

ثانيا- تأثير الصيرفة الإلكترونية في النظام المصرفي الجزائري :

إن اعتماد الصيرفة الإلكترونية في النظام المصرفي الجزائري سوف يتيح للنظام دخول العصرنة من أبوابها الواسعة سواء تعلق الأمر بالبنوك التجارية أو بنك الجزائر أو المؤسسات المالية الأخرى، وهي تمنح عدة إمتيازات مثل :²

- تخفيض النفقات التي تتحملها البنوك في أداء الخدمات و إنشاء فروع جديدة في مناطق مختلفة خاصة أن الجزائر مساحتها واسعة والتواجد على الأنترنت قادر على التكفل بالوصول إلى عدد كبير من الزبائن وتقديم خدمات جيدة و متنوعة و بتكلفة أقل، إضافة إلى إمكانية تسويق خدماتها المصرفية، فضلا عن التعاملات بين البنوك و المبادلات الإلكترونية؛
- إن إستخدام الأنترنت في البنوك الجزائرية يشكل نافذة إعلامية لتعزيز الشفاعة وذلك من خلال التعريف بهذه البنوك وترويج لخدماتها و الإعلام بالنشرة و تطورات المؤشرات المالية لوضعها تحت تصرف الباحثين و سائر الأطراف الأخرى المعنية بالأمر؛
- تساهم ثورة الإتصالات و المعلومات في شؤون الحياة اليومية و ذلك بتحسين و تسهيل معيشة العائلات و الأفراد بترقيتها للأفضل و تطوير المجتمع بتمكينه من وسائل جديدة؛
- تفعيل دور بورصة القيم المنقولة بالجزائر من خلال إقامة سوق مالية إلكترونية و إقامة أنظمة دفع إلكتروني تساهم في تطور أدائها و ترقيتها؛
- مواكبة البنوك الجزائرية للتطورات العالمية في ميدان الخدمات المصرفية الإلكترونية وهي تستعد للإندماج في الإقتصاد العالمي و تبحث عن جلب الإستثمار الأجنبي.

¹ سحقي نعيمة ، الإقتصاد الرقمي في الجزائر الفرص و التحديات -دراسة حالة الجزائر- ، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر في العلوم التجارية ، تخصص مالية مؤسسة ، جامعة أكلي محند ولحاج-البويرة ، 2014/2015 ، ص36

² برياش أميرة ، مرجع سبق ذكره ، ص114

المطلب الثاني : تحديات رقمنة الخدمات المصرفية في النظام المصرفي الجزائري

إن الفشل النسبي الذي سجله مشروع بطاقات السحب البنكي بسبب عدم القدرة على التحكم فيها و تسييرها، جعل بعض هذه البنوك و المؤسسات المالية المشاركة في المشروع تتوقف عن تقديم خدماتها، و يعود ذلك لإعتماد هذه البنوك على حلول و أنظمة مستوردة غير متوافقة.

و لذلك فإنه لا فائدة من الإنطلاق في تجربة جديدة دون تقييم التجارب السابقة و معرفة أسباب فشلها لتفاديها مستقبلا.

أولا- مشاكل وسائل الصيرفة الإلكترونية :

- مشكل الأمية يجعل الأشخاص لا يثقون سوى في السيولة النقدية و غير قادرين على إستيعاب أو إستعمال خدمات الصيرفة الإلكترونية¹
- يحبذ المواطن الجزائري إستخدام النقد لأنها أحسن وسيلة للتهرب من الضرائب و عدم القدرة على فرض رقابة، خاصة بالنسبة للتجار الذين ستجبرهم عملية البيع بالبطاقات على التصريح بالقيمة الفعلية لتعاملاتهم التجارية؛
- وجود أزمة ثقة بين العملاء و التجار و بين المؤسسات المالية التي تسيير حساباتهم، و قد زاد من حدة هذه الأزمة الفضائح المالية التي عرفتها البنوك الجزائرية كبنك الخليفة؛
- عدم الثقة في النظام و المحاكم القضائية التي حال وقوع مشاكل ستأخذ وقتا طويلا للفصل في القضايا، و مرد إنعدام الثقة يعود إلى طول الإجراءات القضائية التي تتخذ في القضايا المتعلقة بالشيكات بدون رصيد؛
- إرتفاع الإستعمالات المتكررة للشيكات بدون رصيد أو غير كافية الرصيد، ساهم في رفع الثقة عن وسائل الدفع مما ساهم في تفضيل السيولة النقدية.

و هذا بالإضافة إلى المشاكل التي تواجهها الخدمات المصرفية الإلكترونية في أي دولة كانت و هي :

● السرقة والضياع :

و لمواجهة هذا المشكل تم وضع في المتناول مركز خاص بهذه الحالات يتلقى الإتصالات لمدة 24/24 و 7/7، و هو مركز تابع لشركة SATIM و الذي بمجرد أن يتلقى إتصال بضياع أو سرقة معينة، يقوم بوضع الخدمة في حالة معارضة، لكن إن لم يتلق هذا المركز التأكيد الكتابي من طرف الحامل أو بنكه على ضياع أو سرقة الخدمة في مدة 15 يوما فسيقوم برفع الحجز عن البطاقة، و تصبح المسؤولية على عاتق الحامل أو البنك.

● الإستعمال الإحتيالي :

في حال إكتشاف إستعمال مشبوه فيه سيتم حجزها مؤقتا حتى يتم التأكد من عملية الغش، و في حال التأكد من براءة الحامل ستصدر وسيلة جيدة أخرى لصالحه.

¹ بلعياش ميادة ، مرجع سبق ذكره ، ص228

• العمليات التعسفية :

كل بطاقة أصبحت غير صالحة للإستعمال كإنقضاء مدة صلاحيتها أو تجاوز العميل للمبلغ المصرح له من قبل البنك، و تم قبول الدفع بهذه البطاقة من طرف التاجر، يتم وقف عمل الأجهزة التابعة للبنوك و التي تكون موجودة لدى هذا التاجر، و يطلب من البنك المتعامل مع التاجر إلغاء العقد.

• إشكالية الإثبات :

يتم إثبات العمليات المستخدمة لوسيلة الخدمة المصرفية الإلكترونية من خلال التسجيلات التي تتم أوتوماتيكيا على الشريط الإلكتروني، كما يتم إستخدام كافة البيانات المسجلة حول كل عمليات السحب من أجهزة TPE و GAB و DAB ، و عادة هذه المشكلة لا تثار إلا حينما يطرح نزاع على القضاء.

ثانيا- معوقات التجارة الإلكترونية في الجزائر :

في الحقيقة ليس هناك تجارة إلكترونية في الجزائر ماعدا الأقليات التي تستخدم البطاقات البنكية الدولية، و لعل أهم معوقاتها في الجزائر ما يلي¹ :

• الأمية المعلوماتية :

نقصد بالأمية المعموماتية عدم تمكن الأفراد والتنظيمات من التحكم وإستخدام مختلف الوسائط التكنولوجية الحديثة في إنتاج معومات وخدمات يحتاجونها في حياتهم وأيضا عدم القدرة على الإبداع والإبتكار ومسايرة التطور التكنولوجي الحاصل في مختلف دول العالم.²

• الحاجز اللغوي :

إذ أن معظم التعاملات التجارية الإلكترونية تتم باللغة الأجنبية.

• سيطرة قيم المجتمع النقدي :

حيث أن التعاملات تتم في معظمها بالنقود التقليدية و ليس بأدوات التعامل المالي الحديثة.

• الطابع اللامادي و غير الملموس للتعامل الإلكتروني :

الأمر الذي لا يشجع الكثيرين على التعامل مع أطراف لا يواجهونهم وجها لوجه و على وسائط إلكترونية غير ورقية.

• تطور القوانين المصرفية التي تنظم العمليات المصرفية الإلكترونية :

و الجزائر لا تزال بعيدة جدا عن وضع مثل هذه القوانين، فهي لم تقم بوضع قوانين منظمة للمعاملات التجارية الإلكترونية و ما بالك العمليات المصرفية الإلكترونية.

¹ بلعاش ميادة ، مرجع سبق ذكره ، ص230

² بجياوي محمد ، مقالة حول محو الأمية المعلوماتية ركيزة لبناء مجتمع المعلومات ، جامعة 'بجي فارس' المدية - الجزائر ، ص268

المطلب الثالث : المصارف الجزائرية أمام الصيرفة الإلكترونية

مما لا شك فيه أن المصارف الجزائرية هي إنعكاس للنظام المصرفي، و بالتالي إنعكاس للنظام الإقتصادي، فإذا ركزنا الأضواء على النظام المصرفي الجزائري نجد أنه على الرغم مما شهد من تغيرات و تحولات مست القطاع المالي و المصرفي في العالم، نتيجة ثورة الإتصال الحديثة، إلا أنه تميز بتراجع اللجوء للوساطة، و تقلص الرقابة و التنظيم، و بالتالي لا يمكن للمصارف الجزائرية القيام بدورها و بوتيرة سريعة دون اللجوء للإستخدام المكثف للتكنولوجيات الحديثة فهناك عدة شروط حتى يدخل الإقتصاد عامة و المؤسسات خاصة إلى تكنولوجيا المعلومات و الإتصالات¹.

• مسؤولية سلطات البلد :

إن الإستثمار في التربية و التكوين الذي يعطي قوة مؤهلة في مجالات عالم تكنولوجيا الإعلام و الإتصالات و تخفيف القيود على قطاع الإتصالات، عاملان هامان للإقتصاديات الوطنية و للإقتصاد العالمي، و يمكن أن تستفيد الجزائر من تقرير مكتب الإستشارة الأمريكي MC DENNELL INTERNATIONAL، و الذي يركز على ما سماه المكتب بالإستعداد الإلكتروني فيرى ضرورة توفير خمسة نقاط قوة في الإقتصاد حتى يعمل في عالم تكنولوجيا الإعلام و الإتصالات، و هي :

- الربط : هل شبكات تكنولوجيا المعلومات قابلة و سهلة الاستخدام ؟
- القيادة الإلكترونية : هل وضعت الحكومة الاستعداد الإلكتروني كأولوية وطنية ؟
- أمن المعلومات : هل يمكن للمستخدمين وضع ثقتهم في معالجة و تخزين المعلومات بالشبكات المعلوماتية ؟
- رأس المال البشري : هل حصلت القوة العاملة على التكوين المناسب لبناء و تدعيم الأعمال الإلكترونية و مجتمع المعلوماتية ؟
- مناخ الأعمال الإلكترونية : إلى أي مدى يسهل القيام بالأعمال الإلكترونية بالبلد ؟ على الجزائر أن توفر الشرط الثاني كأولوية و المتمثل في القيادة الإلكترونية كخطوة حتى يسمح لها بتهيئة البيئة للشروط الأخرى.

• المسؤولية الدولية :

يتزايد الإهتمام عبر العالم بمعالجة مسألة الهوية بين الدول المتقدمة و المتخلفة أو ما يسمى بالفجوة الرقمية، لذلك على البلدان المتقدمة أن تساعد الدول النامية في تضييق هذه الفجوة، حيث يمكن للجزائر القيام بذلك من خلال التعاون الإقليمي و الدولي، و إيجاد موارد للتمويل و كذا وضع سياسة حكومية تشجع المنافسة في قطاع الإتصالات و هياكل الأنترنت و التجارة الإلكترونية، و فتح الإستثمار في هذا الميدان.

• مسؤولية المؤسسات المالية و المصرفية و المؤسسات الأخرى :

في إطار إستعمال و إعتقاد الصيرفة الإلكترونية، يجب على المصارف أن تعيد هيكلة جهازها و تحديث إدارتها، و ذلك بإدخال مختلف الوسائل التكنولوجية، فضلا عن نوعية الزبائن، و وضع إعلام مصرفي قوي يسهل نجاح إعتقاد الصيرفة الإلكترونية، من جانب آخر على المؤسسات و

¹ بلعياش ميادة ، مرجع سبق ذكره ، ص230

المراكز التجارية أن تستعد لذلك، و هذا بإدخال مختلف وسائل التكنولوجيا في أداء نشاطاتها التجارية، و تكوين الإطار المناسب لذلك، حتى يكتمل عملها بما تقوم بها المصارف و الدولة، و تكون عملية اعتماد الصيرفة الإلكترونية ناجحة بمختلف المعايير.

المطلب الرابع : وسائل حماية الخدمات المصرفية الإلكترونية في الجزائر

سنتطرق في هذا المطلب إلى أهم الإجراءات و الضوابط المستخدمة داخل المنظومة المصرفية الجزائرية بهدف حماية خدماتها الإلكترونية.

• الحماية التقنية لوسائل الدفع في الجزائر :

تعريف الحماية التقنية للدفع الإلكتروني : أنه حماية جميع أنواع المعلومات ومصادر الأدوات التي يتعامل معها، من غرفة تشغيل الأجهزة، و وسائط التخزين و الأفراد و السرقة والتزوير والتلف والضياع والإخراق.¹

المقصود بالحماية التقنية للمعلومات في مجال الدفع الإلكتروني جميع وسائل الحماية و التدابير التقنية التي تستهدف حماية نظام الدفع الإلكتروني من أي إعتداء على أنظمة المعلومات الخاصة به، بحماية المواقع الإلكترونية و البرمجيات ومصنفات الحاسب الآلي و كذلك حماية قاعدة البيانات ببنك المعلومات. فإستعمال وسائل الدفع الإلكتروني يمكن أن يعترضه عديد من المخاطر خاصة ذات الطابع الأمني و هو ما يترك أثرا بالغاً في ثقة المتعاملين بهذه الوسائل و إغفال معالجة هذه المخاطر من شأنه تهديد مستقبل العمل بوسائل الدفع الحديثة. و بذلك تعد الحماية التقنية لوسائل الدفع الإلكتروني الوسيلة الأمثل لمواجهة المخاطر الأمنية الناشئة عن إستخدام وسائل الدفع الإلكتروني.¹

• الحماية القانونية للخدمات المصرفية الإلكترونية في الجزائر :

تأخرت الجزائر في سن قانون لحماية وسائل الدفع الإلكترونية، فالتقدم التكنولوجي السريع والمذهل، و إنتشار وسائل الإتصال الحديثة أدى إلى ظهور أشكال جديدة ورهيبة الإجرام، الأمر الذي دفع بالمشروع الجزائري إلى ضرورة توفير حماية جزائية لأنظمة المعلوماتية وأساليب المعالجة الآلية للمعطيات كان الأمر رقم 05/03 المتعلق بحقوق المؤلف والحقوق المجاورة، أول قانون أشار إلى الحماية القانونية للجريمة الإلكترونية، من خلال نصه في المادة الرابعة منه على الخدمات المحمية، حيث أشار إلى برامج الحاسوب ضمن نطاق الملكية الفكرية المحمية، والتي يعاقب على التعدي عليها من طرف الغير دون رخصة من مالكيها الأصلي.²

¹ دبابش عبد الرؤوف و هشام ذبيح ، وسائل الدفع ما بين الحماية التقنية و القانونية للمستهلك الإلكتروني ، مجلة الإجتهد القضائي ، دار المنظومة ، العدد 14 ، أبريل 2017 ، ص104

¹ هداية بوعزة و يوسف فتيحة ، الحماية التقنية للمعلومات و دورها في تأمين نظام الدفع الإلكتروني ، مجلة الدراسات و البحوث القانونية ، المجلد رقم 3 ، العدد 4 ، 2018 ، ص23

² بلحارث ليندة و والي نادية ، الملتقى الوطني الثامن حول آلية تفعيل وسائل الدفع الحديثة في النظام المالي و المصرفي الجزائري ، كلية الحقوق والعلوم السياسية جامعة البويرة ، 13-14 مارس 2017 ، ص4

ثم صدر القانون رقم 15/04 المعدل والمتمم بالأمر رقم 165/66، والمتضمن قانون العقوبات، فتضمن قسما كاملا (القسم السابع مكرر) تحت عنوان المساس بأنظمة المعالجة الآلية للمعطيات، في المواد من 394 مكرر إلى 394 مكرر 7.

نجد في المنظومة القانونية الجزائرية حماية أخرى لوسائل الدفع الإلكتروني، من خلال قانون النقد والقرض، الذي تصدر عنه أنظمة داخلية لبنك الجزائر، من أبرزها النظام رقم 07/05 المتعلق بأمن أنظمة الوفاء، حيث تقوم فكرة أمن أنظمة الدفع على ضمان البنية التحتية للنظام و وسائل الدفع المختلفة، ويتعلق الأمر بالبنية التحتية والمكونات المركزية للإنتاج مع التجهيزات التقنية أو البرامج الموضوعة تحت تصرف المشتركين المعتمدين، ومدى نجاعة العملية للبنية التحتية.

كما قامت سلطة التنظيم التابعة للبريد والمواصلات بإعداد مشروع قانون حول الشهادة الإلكترونية، وذلك لضمان حماية فعالة للعمليات الإلكترونية وتأمين المعاملات عبر شبكة المواصلات، ولقد تم تنظيم لأجل تحقيق ذلك مناقصة وطنية ودولية سنة 2009، لأجل إيجاد شركة مختصة في مجال الشهادات الإلكترونية، التي تتولى وضع الآليات والميكانيزمات الضرورية لإنشاء ومتابعة إستعمال هذه الشهادات أثناء تبادل المعلومات عبر الأنترنت.

المبحث الثالث : دراسة حالة القرض الشعبي الجزائري - عين تموشنت-

يهدف هذا المبحث إلى التعرف على بنك CPA و وسائل الدفع الإلكتروني المستعملة في هذا البنك و التعرف على البطاقات الائتمانية التي يصدرها.

المطلب الأول : تعريف بنك القرض الشعبي الجزائري لولاية عين تموشنت و هيكله التنظيمي

أولا- تعريف بنك القرض الشعبي الجزائري :

تم تأسيس القرض الشعبي الجزائري بمقتضى المرسوم الصادر في 14/05/1967، وهو ثاني بنك تجاري تم تأسيسه في الجزائر بعد الاستقلال، وقد تأسس على أنقاض القرض الشعبي للجزائر، وهران، عنابة وقسنطينة، والصندوق المركزي الجزائري للقرض الشعبي، ثم اندمجت فيه ثلاث بنوك أجنبية أخرى هي :

- البنك الجزائري المصري بتاريخ 01 جانفي 1968؛
- الشركة المرسلية للبنوك بتاريخ 30 جوان 1968؛
- الشركة الفرنسية للإقراض والبنوك سنة 1971؛
- البنك المختلط ميسر.

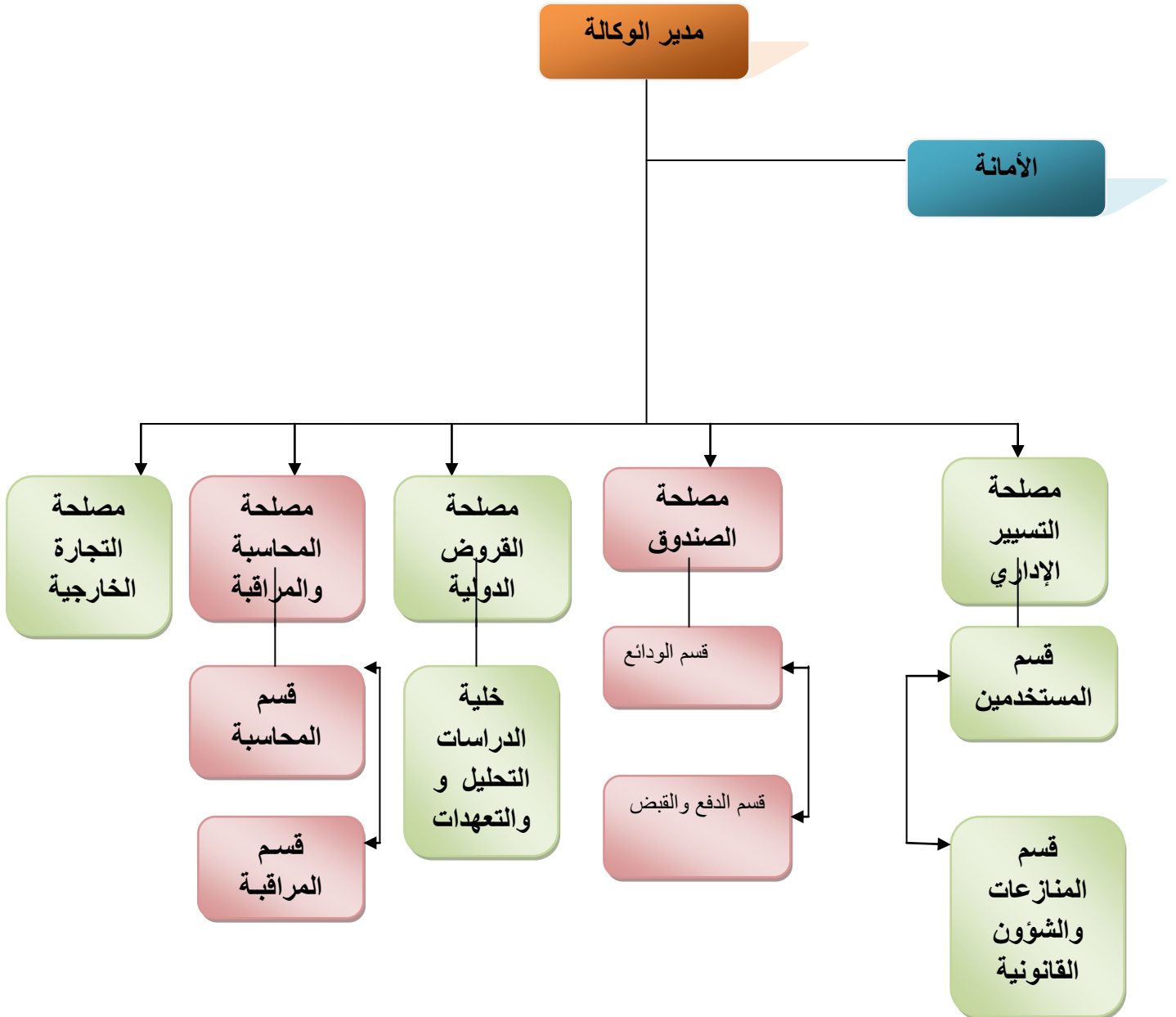
لقد قام القرض الشعبي الجزائري بفتح وكالة مقرها حي محمد بوضياف عين تموشنت، يشرف عليها مدير كمسؤول أول و تتمثل مهنته في السهر على السير الحسن للوكالة في جميع مجالات الإستغلال و القرارات المتعلقة بتسيير الوكالة و يساعده مساعد "نائب المدير" تنحصر مهام هذا الأخير في إستقبال

الزبائن عند غيابه -المدير- بالإضافة إلى عدد من المسؤولين على الهيكل التنظيمي للوكالة كل حسب وظيفته و رتبته.

ثانيا- الهيكل التنظيمي لوكالة القرض الشعبي الجزائري :

كأي بنك تجاري للقرض الشعبي الجزائري هيكل تنظيمي يحدد العلاقات بين الأطراف المكونة له.

الشكل (01-03) : الهيكل التنظيمي للقرض الشعبي الجزائري (عين تموشنت).



المصدر : وثائق من وكالة القرض الشعبي الجزائري عين تموشنت

يتكون الهيكل التنظيمي للوكالة من :

• **مدير الوكالة :**

يعتبر الممثل الرئيسي للقرض الشعبي الجزائري على مستوى ولاية عين تموشنت، حيث يتحمل مسؤولية إبرام وتوقيع كل العقود والإتفاقيات، ومختلف الوثائق، ومن مهامه أيضا مراقبة جميع المصالح التابعة للوكالة، وكذلك يقدم تقريرا دوريا للمديرية العامة عن إنجاز الأعمال و البرامج المتعلقة بالبنك.

• **إدارة السكرتارية :**

من مهامها تسهيل أعمال المدي، الذي بدوره يتدخل في شؤون سيرها وتنظيمها، كما تقوم باستقبال العملاء الذين قدموا طلبات للحصول على القروض والاتصال بالعملاء عند الحاجة، واستقبال البريد والمكالمات الهاتفية.

• **نائب المدير :**

يقوم بمساعدة المدير في أداء مهامه، ويخلفه في حالة غيابه.

• **مصلحة الإدارة :**

تضم قسمين :

- **قسم المستخدمين :** وهو قسم يهتم بشؤون المستخدمين مثل وضع الأجور والعلاوات وتنظيم الإجازات و إعداد الحوافز الخاصة بهم، كما تقوم بتسجيل الغيابات والمخالفات، ... الخ.
- **قسم المنازعات القانونية :** يقوم هذا القسم بمساعدة البنك من الناحية القانونية وكذا متابعة الحالات المتنازع فيها، ودراسة الشكاوي، وطلبات تحصيل الحقوق، وتعين المحامين الذين يقومون بتمثيل البنك أمام المحاكم، ومتابعة تنفيذ الحكم بعد إصداره.

• **مصلحة القروض :**

وتقوم هذه المصلحة بتنفيذ الإجراءات والتعليمات المتعلقة بشؤون القرض وفقا للمبادئ المعتمدة من قبل الإدارة، وتقوم أيضا باستقبال العملاء والبت في طلباتهم، و إعداد المذكرات اللازمة، كما تضم هذه المصلحة كل من أمانة الالتزامات و خلية تسمى بخلية الدراسات والتحليل، حيث تقوم هذه الأخيرة بدراسة طلبات القروض ، مع العلم أن الوكالة لا تقدم الموافقة المباشرة على منح القرض، تتطلب دراسة ملف قرض على مستوى الوكالة على الأقل شهرا كاملا، أما إذا تم تحويل الملف إلى الفرع والمديرية العامة فإن دراسة الملف تتطلب أكثر من 6 أشهر. كما تقوم الخلية بمتابعة مراحل التي يمر بها القروض حتى تحصيله في حدود القوانين الملزمة¹.

¹ . حسب تصريحات أحد موظفي القرض الشعبي الجزائري لولاية عين تموشنت

• مصلحة التجارة الخارجية :

تعتبر هذه المصلحة بمثابة الوسيط بين المتعاملين الجزائريين والأجانب، في عمليات البيع أو الشراء، وتقوم هذه المصلحة بالتحويلات إلى الخارج و عمليات التوطين المصرفي وفتح الإعتمادات المستندية للعمليات المتعلقة بالتجارة الخارجية، و هي على إتصال دائم مع المراسلين بالخارج.

ويضم ثلاثة أقسام : قسم التحويلات الحرة والمباشرة، قسم القبض المستندي والإعتماد المستندي، قسم تسير العقود.

• مصلحة الصندوق :

وهي بدورها تنقسم إلى قسمين :

- قسم الودائع :

ويقوم باستلام طلبات فتح حسابات الودائع وتحدد نوعها، متابعة كل الإجراءات المتعلقة بفتح الحسابات والتأكد من توفير جميع الشروط القانونية ومتابعة عمليات إيداع والسحب من الحساب لصالح المودعين.

- قسم الدفع والقبض :

ويسمى أيضا الشباك ويقوم بقبض ودفع المبالغ النقدية لكافة أنواع العملات، وتقوم أيضا بإعداد جرد حركة النقد وتسجيلها والعمل على تطبيق الأنظمة والإجراءات المعتمدة من طرف المدير.

• مصلحة المحاسبة والمراقبة :

وتضم قسمين :

- قسم المحاسبة : وتقوم بتسجيل جميع العمليات اليومية التي يقوم بها البنك في جميع أقسامه ويقوم أيضا بإعداد الميزانيات الختامية وتحليلها والمراجعة الدقيقة لحسابات البنك، كما يشرف على النفقات العامة في الوكالة، ومتابعة عقود الصيانة والتأمين وتوزيع التكاليف.

- قسم المراقبة : ويقوم بالمراقبة الداخلية لعملية التسيير ومدى تطبيق القوانين الداخلية للبنك كما تقوم بتنسيق بين المصالح، والحث على تطبيق السياسة الإدارية المتبعة، كما تساعد المدير في إتخاذ القرارات من خلال التقارير التي توجه إليه عن مدى انتظام ودقة البنك، و مدى وجود المشاكل الإدارية، وكل هذا يتم عن طريق مراقبة دورية منتظمة من أجل تحقيق سياسة وأهداف البنك.

المطلب الثاني : الإجراءات المنهجية للدراسة**أولاً- منهج الدراسة :**

من أجل تحقيق أهداف الدراسة تم اعتماد المنهج الوصفي التحليلي والذي يعرف بأنه : "أسلوب من أساليب التحليل المرتكز على معلومات كافية و دقيقة عن ظاهرة أو موضوع محدد من خلال فترة أو فترات زمنية معلومة وذلك من أجل الحصول على نتائج عملية تم تفسيرها بطريقة موضوعية وبما ينسجم مع المعطيات الفعلية للظاهرة".

ثانياً- حدود الدراسة :

لقد تمت هذه الدراسة الميدانية أخذا بعين الاعتبار حدودها المتمثلة فيما يلي :

- **الحدود الزمانية :** تم هذه الدراسة خلال الفترة الممتدة من شهر جوان إلى بداية شهر جويلية 2021

- **الحدود المكانية :** يتكون المجتمع الإحصائي من مجموعة الأفراد العاملين لدى وكالة القرض الشعبي الجزائري بولاية عين تموشنت.

ثالثاً- الأدوات المستعملة في الدراسة :

لتسهيل عملية جمع البيانات يمكن إستخدام بعض الأدوات والتي يختلف إستعمالها حسب طبيعة البحث، حيث تتمثل هذه الأدوات فيما يلي :

1- الملاحظة : تعتبر الملاحظة من الأدوات التي ساعدتنا على التقصي وجمع المعلومات وهذا من خلال تواجدها في الشركة وذلك أثناء تنقلها بين مختلف أقسامها مما مكننا من جمع العديد من الملاحظات التي ساعدنا على معرفة واقع التخطيط في المؤسسة محل الدراسة و مدى تأثيره على أداء العاملين فيها.

2- المقابلة : وهي من خلال المحادثة التي قمنا بها مع بعض العمال ورؤساء المصالح للتعرف على إنطباعات وراء العمال في مواقف معينة وردة فعلهم إتجاهها والوصول إلى بعض الحقائق التي تخص موضوع البحث.

3- الإستبانة : ولقد كانت الوسيلة الأساسية في جمع البيانات ومعلومات الدراسة بهدف التأكد من فرضيات البحث، فبعد مجموعة من المقابلات التي أجريتها تم إستخدام أسلوب الإستبيان الذي وزع على أفراد عينة الدراسة لإستكمال الدراسة الميدانية التي تمت على مستوى مؤسسة سونلغا، حيث ينقسم الإستبيان إلى جزئين :

- **الجزء الأول :** الجنس، السن، الحالة الاجتماعية، المستوى التعليمي، الخبرة العلمية.
- **الجزء الثاني:** يتكون من خمس محاور :

المحور الأول : بعنوان الصيرفة الإلكترونية و الذي يحتوي على 16 فقرة.

المحور الثاني: بعنوان جودة الخدمات المصرفية والذي يحتوي على 18 فقرة.

الجدول رقم (03-06) : يوضح مقياس ليكارت الخماسي لقياس إجابات أفراد العينة

الدرجة	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة
الإجابة	01	02	03	04	05

المصدر : من إعداد الطالبة.

• المعالجة الإحصائية :

لقد استخدمت الإختبارات الأساليب الإحصائية لتفريغ وتحليل الإستبانة من خلال الحزمة الإقتصادية spss لمعالجة البيانات وكانت على النحو التالي :

- معامل ألفا كرونباخ : استخدم للتأكد من درجة ثبات المقياس.

- المتوسطات و الانحرافات المعيارية : استخدمت المتوسطات الحسابية للتعرف على إتجاهات عينة الدراسة نحو الفقرات التي تقيس المتغيرات كما استخدمت الانحرافات المعيارية لبيان مدى تشتت أو تقارب إجابات عينة الدراسة.

4- مجتمع الدراسة :

يتمثل مجتمع الدراسة في جميع عناصر المشكلة أو الظاهرة، ومن خلال دراستنا فإن المجتمع الدراسة المتمثلة في وكالة القرض الشعبي الجزائري، مقرها بولاية عين تموشنت.

5- عينة الدراسة :

تم تلخيص المعطيات المتعلقة بالعينة الخاصة بهذه الدراسة في الجدول كما يلي :

الجدول رقم (03-07) : يوضح إحصائيات خاصة بإستمارة الاستبيان.

مكان الدراسة	عدد الإستبانات الموزعة	عدد الإستبانات الضائعة	عدد الإستبانات الصالحة	نسبة الإستبانات الصالحة
وكالة القرض الشعبي الجزائري - عين تموشنت-	30	00	30	%100

المصدر : من إعداد الطالبة.

نستنتج من الجدول أعلاه أنه تم إسترجاع كل الإستبيانات المتمثلة في 30 إستبانة.

المطلب الثالث : صدق و ثبات الإستبانة

أولاً- صدق أداة الدراسة :

يعني أن عباراتها تقيس ما يريد الباحث قياسه بالفعل، من أجل ذلك قمنا بعرضها على الأستاذ المشرف من أجل إختبار مدى ملائمتها لجمع البيانات حيث تم تعديلها بشكل أولي، ثم عرضناها على مجموعة من المحكمين المتمثلين في مجموعة من الأساتذة المختصين في العلوم الإقتصادية و علوم التسيير بجامعة عين تموشنت، وقد تم الأخذ بأرائهم و إعادة صياغة بعض العبارات حيث تم إجراء التعديلات المطلوبة و حذف مايجب، لتخرج في شكلها النهائي من أجل توزيعها على مجموعة من العاملين في المؤسسة محل الدراسة.

ثانياً- ثبات أداة الدراسة :

يقصد بثبات أداة الدراسة دقته في ما يقيسه من معلومات و سلوك و إتجاهات المتقضي، و لقياس ثبات الأداة تم الإعتماد على معامل الثبات ألفا كرومباخ الذي يحدد مستوى قبول أداة القياس بمستوى 0.6 فأكثر، فإذا كانت أقل ترفض أداة القياس.

• إختبار ثبات الإستبيان لفقرات المحور الأول :

يوضح الجدول التالي إختبار ثبات الإستبيان للمحور الأول بإستعمال معامل ألفا كرومباخ :

الجدول رقم (03-08) : يوضح نتائج ألفا كرومباخ لقياس ثبات الإستبيان للمحور الأول.

الرقم	العبارات	معامل ألفا كرومباخ
01	التعامل بنظام المعاملات الإلكترونية واضح و مفهوم.	0.587
02	التعامل بنظام البنوك الإلكترونية لا يتطلب مني مجهودا فكريا كبيرا.	0.567
03	أجد أن نظام البنوك الإلكترونية سهل الإستخدام.	0.562
04	إنجاز التعاملات التي أرغب بها بواسطة نظام البنك الإلكتروني سهل.	0.568
05	أجد أن نظام البنوك الإلكترونية مرن، عند إجراء تعاملاتي البنكية.	0.579
06	إستخدام نظام البنوك الإلكترونية يمكنني من إنهاء تعاملاتي التجارية والمالة بسرعة أكبر.	0.552
07	التوجهات المتعلقة باختيار نظام البنوك الإلكترونية متوفرة.	0.578
08	التعلمت الخاصة بنظام البنوك الإلكترونية متاحة لي.	0.575
09	يوجد شخص معين أو مجموعة معينة لمساعدتي عند مواجهتي لصعوبات في إستخدام نظام البنوك الإلكترونية.	0.573
10	إستخدام نظام البنوك الإلكترونية فكرة جديدة.	0.610
11	أنوي إستخدام نظام البنوك الإلكترونية اذا كان متاحا.	0.575
12	أستخدم أجهزة الكمبيوتر فقط لأن عملي يفرض على ذلك.	0.534
13	إمتلاك الحاسوب يسمح لي بالبقاء على إتصال مع فريق العمل الخاص بي أو مع بعض الأشخاص في محيطي.	0.626
14	إستخدام تكنولوجيا المعلومات ترفيحية.	0.566
15	تكنولوجيا المعلومات أداة تسمح لي بالقيام ببعض المهام التي أعتبرها مهمة.	0.571

المصدر : من إعداد الطالبة إعتقادا على مخرجات SPSS

من خلال الجدول رقم (07) السابق يمكن معاينة معامل ألفا كرومباخ في حالة حذف أحد فقرات المحور الأول تتراوح بين 0.587 و 0.534، وهي أصغر من 0,600 مما يدل على مساهمتها في زيادة الثبات، وهذا ما يؤكد المعدل الكلي للمحور بقيمة 0.570.

• إختبار ثبات الإستبيان لفقرات المحور الثاني :

الجدول (09-03) : يوضح نتائج ألفا كرومباخ لقياس ثبات الإستبيان للمحور الثاني.

الرقم	العبارات	معامل ألفا كرومباخ
01	خدمة العميل من أهم أولويات البنك.	0,548
02	موظفو البنك يمتازون بسمعة حسنة في خدمة عملائهم.	0,585
03	يقدم البنك كشوف واضحة ودقيقة.	0,564
04	موظفو البنك يجيبون عن إستفساراتي فوراً.	0,536
05	البنك يتعامل مع معلوماتي الخاصة بسرية.	0,564
06	البنك يقدم لي جميع المعلومات المتعلقة بأي خدمات جديدة.	0,524
07	أشعر بالأمان في التعامل مع البنك.	0,526
08	موظفو البنك يفهمون طلبي بسرعة.	0,540
09	موظفو البنك يقومون بتكليف الخدمة لتلبية طلبي.	0,520
10	البنك يوفر خدمة الإستفسار عبر الهاتف.	0,559
11	موظفو البنك يحسنون إستقبال العميل.	0,550
12	موظفو البنك يمكن الإعتماد عليهم.	0,525
13	أثق دائماً بعمليات البنك.	0,570
14	موظفو البنك ذو مظهر لائق.	0,594
15	البنك يولي رعاية خاصة بي كعميل.	0,598
16	أوقات دوام الصيرفة الإلكترونية مناسبة.	0,525
17	المنتجات البنكية مناسبة.	0,524
18	المنتجات البنكية ذات جودة.	0,561
19	البنك ذو تصميم داخلي منظم ومتكامل.	0,546

المصدر : من إعداد الطالبة إعتامدا على مخرجات SPSS

من خلال الجدول رقم (08) السابق يمكن معاينة معامل ألفا كرومباخ في حالة حذف أحد فقرات المحور الثاني تتراوح بين 0.598 و 0.520، وهي أصغر من 0,600 مما يدل على مساهمتها في زيادة الثبات، وهذا ما يؤكد المعدل الكلي للمحور بقيمة 0.570.

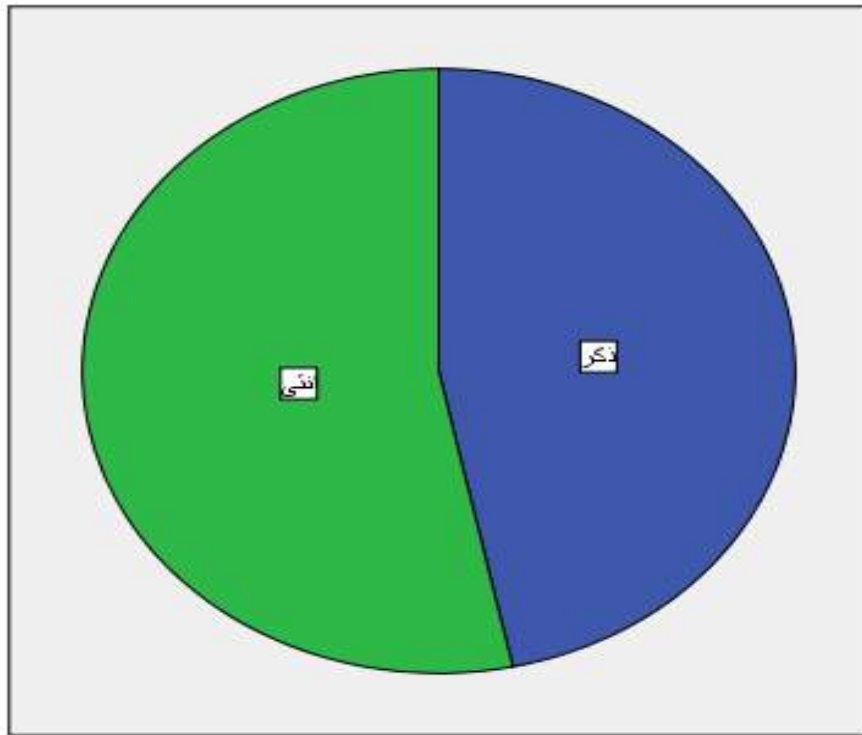
المطلب الرابع : عرض و مناقشة النتائج و إختبار الفرضيات

يتضمن هذا المبحث عرضا لتحليل بيانات وإختيار فرضيات الدراسة، وذلك من خلال إجابات أفراد العينة عن أسئلة الدراسة وإستعراض أبرز نتائج الإستبانة والتي تم التوصل إليها، ومن خلال تحليل فقراتها المتمثلة في المحور الأول، المحور الثاني وإجراء المعالجات الإحصائية لهذه المحاور.

أولا- عرض و مناقشة البيانات الشخصية :

• حسب النوع :

الشكل (02-03) : توزيع عينة الدراسة حسب متغير النوع.



المصدر : من إعداد الطالبة.

الجدول (10-03) : توزيع عينة الدراسة حسب متغير النوع.

النوع	العدد	النسبة المئوية
ذكر	14	46.7
أنثى	16	53.3
المجموع	30	100

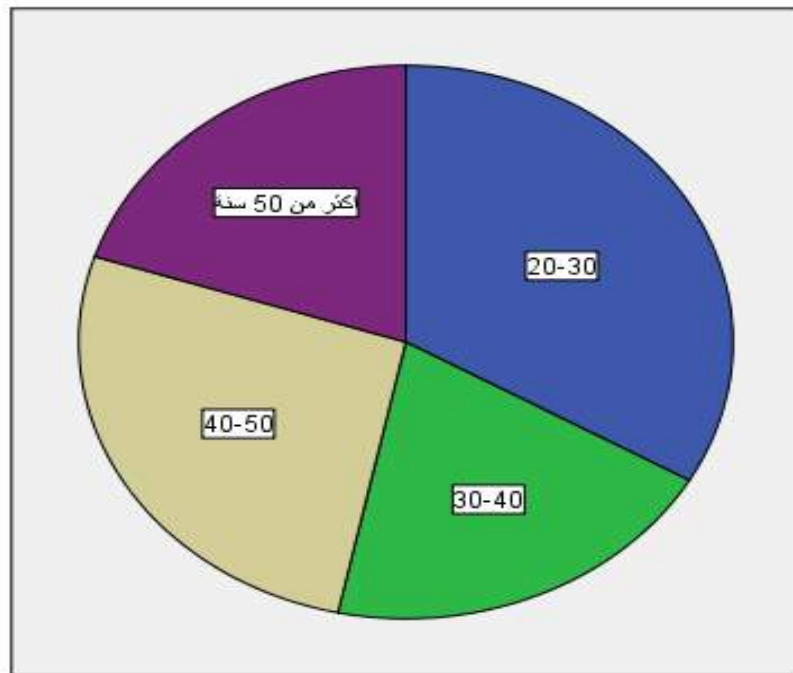
المصدر : من إعداد الطالبة اعتمادا على مخرجات SPSS

من خلال الشكل

النوع : يبين الجدول رقم (03-03) أن نسبة عينة أفراد الدراسة من الذكور هي (46.7) و من الإناث هي (53.3%)، و هذا يدل أن نسبة الإناث من موظفي وكالة القرض الشعبي الجزائري (وحدة عين تموشنت أعلى من الذكور)، و هذا يعود إلى طبيعة المجتمع و ميله إلى توظيف الإناث خاصة في الوظائف الإشرافية.

• **حسب العمر :**

الشكل (03-03) : توزيع عينة الدراسة حسب متغير العمر.



المصدر : من إعداد الطالبة.

الجدول (03-11) : توزيع عينة الدراسة حسب متغير العمر.

العمر	العدد	النسبة المئوية
30-20	10	33.3
40-30	6	20.0
50-40	8	26.7
أكثر من 50 سنة	6	20.0
المجموع	30	100

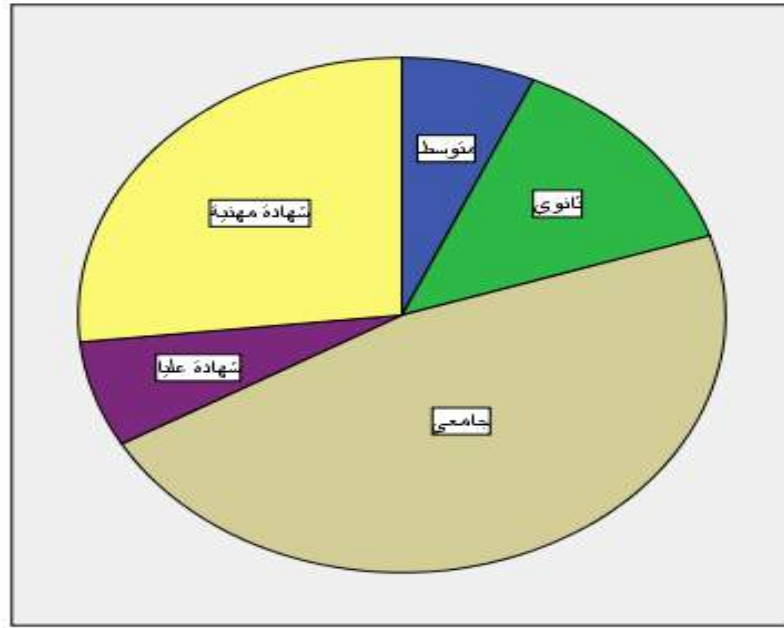
المصدر : من إعداد الطالبة اعتمادا على مخرجات SPSS

حسب العمر : من خلال الشكل رقم (04) يتضح لنا توزيع عمر أفراد العينة و تشمل بنسبة 33.3 % بالنسبة للموظفين الذين تتراوح أعمارهم ما بين 20 و 30 سنة مما يدل على تدعيم فئة الشباب في

الوكالة هي تمثل اكبر نسبة من موظفي هذه الوكالة، في حين بلغت نسبة الذين تتراوح أعمارهم ما بين 30 و 40 سنة 20 %، أما بالنسبة للموظفين الذين تتراوح أعمارهم ما فوق 50 سنة فقدرت ب 20 % مما يدعم وجود أصحاب الخبرات و هذا ما يساهم في تأطير الفئات الصادرة، نلاحظ أيضا ان متوسط العمر يميل لفئات العمر المتوسطة من (33 الى 40 سنة).

• حسب المستوى الدراسي :

الشكل (03-04) : توزيع عينة الدراسة حسب متغير المستوى الدراسي.



المصدر : من إعداد الطالبة.

الجدول (03-12) : توزيع عينة الدراسة حسب متغير المستوى الدراسي.

المستوى الدراسي	العدد	النسبة المئوية
متوسط	2	6.7
ثانوي	4	13.3
جامعي	14	46.7
شهادة عليا	2	6.7
شهادة مهنية	8	26.7
المجموع	30	100

المصدر : من إعداد الطالبة اعتمادا على مخرجات SPSS

من خلال الجدول رقم (11) نلاحظ أن المستوى التعليمي الذي غلب على أفراد العينة الإحصائية هو مستوى جامعي بنسبة 46.7 % يليه المتحصلين على الشهادة المهنية بنسبة 26.7% ثم المستوى الثانوي

تقدر نسبته ب 13.3 % هذا يدل على سياسة هذه المؤسسة في إطار عملية التوظيف و جلب اليد العاملة ذات مستويات عالية، حيث أن المقابلات الشخصية معهم أثبتت أن معظم متحصلين على شهادات جامعية.

ثانيا- إختبار فرضيات الدراسة :

بعد تفرغ البيانات في البرنامج spss أتمت عملية حساب كل المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لكل فقرة وفقا لكل محور، بإستخدام إختبار T للعينة الواحدة.

One samplet test وهذا لتحليل فقرات الإستبانة وذكرت فقرة إيجابية بمعنى أن أفراد العينة يوافقون على محتواها إذا كانت t المحسوبة أكبر من t الجدولية أو مستوى المعنوية أقل من 0.05 والوزن النسبي أكبر من 0.6 وتكررت الفقرة سلبية بمعنى أفراد العينة لا يوافقون على محتواها وهذا إذا كانت قيمة t المحسوبة أقل من قيمة t الجدولية أو مستوى الدلالة أقل من 0.05 والوزن النسبي أقل من 0.6 وتكون الفترة محايدة إذا كان مستوى الدلالة أكبر من 0.05.

• إختبار الفرضيات المحور الأول :

سنقوم بإختبار الفرضية المتعلقة بالمحور الأول وذلك بإستخدام t test حيث يجب التذكير أولا بالفرضيات المتعلقة بهذا المحور وهي كما يلي :

H0 : لا يوجد دور إيجابي في المعاملات الإلكترونية في بنك CPA.

H1 : يوجد دور إيجابي في المعاملات الإلكترونية في بنك CPA.

الجدول (03-13) : يبين تحليل نتائج أفراد العينة حول إجاباتهم عن الفقرات المحور الأول.

الرقم	الفقرات	قيمة t	df	مستوى الدلالة	المتوسط الحسابي	95% فاصل الثقة للإختلاف	
						الأعلى	الأدنى
01	التعامل بنظام المعاملات الإلكترونية واضح و مفهوم.	8,063	29	0.00	1,53333	1,1444	1,9223
02	التعامل بنظام البنوك الإلكترونية لا يتطلب مني مجهودا فكريا كبيرا.	4,255	29	0.00	0,93333	0,4847	1,3820
03	أجد أن نظام البنوك الإلكترونية سهل الإستخدام.	5,291	29	0.00	1,26667	0,7770	1,7563
04	إنجاز التعاملات التي أرغب بها بواسطة نظام البنك الإلكتروني سهل.	6,595	29	0.00	1,40000	0,9659	1,8341
05	أجد أن نظام البنوك الإلكترونية مرن، عند إجراء تعاملاتي البنكية.	7,307	29	0.00	1,80000	1,2962	2,3038
06	إستخدام نظام البنوك الإلكترونية	6,565	29	0.00	1,53333	1,0556	2,0111

						يمكنني من إنهاء تعاملاتي التجارية والمالة بسرعة أكبر.	
1,6429	0,7571	1,20000	0.00	29	5,541	التوجهات المتعلقة بإختيار نظام البنوك الإلكترونية متوفرة.	07
1,6934	0,8400	1,26667	0.00	29	6,071	التعلمت الخاصة بنظام البنوك الإلكترونية متاحة لي.	08
2,0842	1,5158	1,80000	0.00	29	12,953	يوجد شخص معين أو مجموعة معينة لمساعدتي عند مواجهتي لصعوبات في إستخدام نظام البنوك الإلكترونية.	09
1,9223	1,1444	1,53333	0.00	29	8,063	إستخدام نظام البنوك الإلكترونية فكرة جديدة.	10
2,3641	1,3692	1,86667	0.00	29	7,675	أنوي إستخدام نظام البنوك الإلكترونية اذا كان متاحا.	11
1,3669	0,6331	1,00000	0.00	29	5,574	أستخدم أجهزة الكمبيوتر فقط لأن عملي يفرض على ذلك.	12
1,8070	0,8597	1,33333	0.00	29	5,757	إمتلاك الحاسوب يسمح لي بالبقاء على إتصال مع فريق العمل الخاص بي أو مع بعض الأشخاص في محيطي.	13
2,2860	1,5807	1,93333	0.00	29	11,212	إستخدام تكنولوجيا المعلومات ترفيحية.	14
1,5453	0,8547	1,20000	0.00	29	7,107	تكنولوجيا المعلومات أداة تسمح لي بالقيام ببعض المهام التي أعتبرها مهمة.	15

المصدر : من إعداد الطالبة إعتامدا على مخرجات SPSS

من خلال الجدول السابق (12) نلاحظ الفقرة رقم 1 بلغت القيمة t المحسوبة 8,063 وهي أكبر من القيمة المجدولة 2.042 وقدر مستوى الدلالة 0.000 و هو أقل من 0.05 مما يدل على إيجابية الفقرة، أما الفقرة 2 بلغت القيمة t المحسوبة 4,255 وهي أكبر من 2.042 وقدر مستوى الدلالة 0.000 وهو أقل من 0.05 مما يدل على إيجابية الفقرة أي أن افراد العينة موافقون على محتوى هذه الفقرة، الفقرة 3 بلغت القيمة t المحسوبة 5.291 وهو أكبر من 2.042 وقدر مستوى الدلالة ب0.000 وهو أقل من 0.05 مما يدل على إيجابية الفقرة أي أن أفراد العينة يوافقون على محتوى هذه الفقرة، أما بالنسبة للفقرة 4 قدرت القيمة t المحسوبة 6.595 وهي اكبر من قيمة t الجدولية 2.042 مما يدل على إيجابية الفقرة أي أن أفراد العينة يوافقون على محتوى هذه الفقرة، أما الفقرة 5 قدرت قيمة t 7.307 وهي أكبر من قيمة t الجدولية 2.042 مما يدل على إيجابية الفقرة أي أن أفراد العينة يوافقون على محتوى هذه الفقرة، الفقرة 06 بلغت القيمة t المحسوبة 6.565 وهي أكبر من القيمة المجدولة 2.042 وقدر مستوى الدلالة 0.000 و هو أقل من 0.05 مما يدل على إيجابية الفقرة، الفقرة 07 بلغت القيمة t المحسوبة 5.541 وهي أكبر من القيمة المجدولة 2.042 وقدر مستوى الدلالة 0.000 و هو أقل من 0.05 مما يدل على إيجابية الفقرة، الفقرة 08 بلغت القيمة t المحسوبة 6.071 وهي أكبر من القيمة المجدولة 2.042 وقدر

مستوى الدلالة 0.000 و هو أقل من 0.05 مما يدل على إيجابية الفقرة، الفقرة 09 بلغت القيمة t المحسوبة 12.953 وهي أكبر من القيمة المجدولة 2.042 وقدر مستوى الدلالة 0.000 و هو أقل من 0.05 مما يدل على إيجابية الفقرة، الفقرة 10 بلغت القيمة t المحسوبة 8.063 وهي أكبر من القيمة المجدولة 2.042 وقدر مستوى الدلالة 0.000 و هو أقل من 0.05 مما يدل على إيجابية الفقرة، الفقرة 11 بلغت القيمة t المحسوبة 7.675 وهي أكبر من القيمة المجدولة 2.042 وقدر مستوى الدلالة 0.000 و هو أقل من 0.05 مما يدل على إيجابية الفقرة، الفقرة 12 بلغت القيمة t المحسوبة 5,574 وهي أكبر من القيمة المجدولة 2.042 وقدر مستوى الدلالة 0.000 و هو أقل من 0.05 مما يدل على إيجابية الفقرة، الفقرة 13 بلغت القيمة t المحسوبة 5.757 وهي أكبر من القيمة المجدولة 2.042 وقدر مستوى الدلالة 0.000 و هو أقل من 0.05 مما يدل على إيجابية الفقرة، الفقرة 14 بلغت القيمة t المحسوبة 11.212 وهي أكبر من القيمة المجدولة 2.042 وقدر مستوى الدلالة 0.000 و هو أقل من 0.05 مما يدل على إيجابية الفقرة، الفقرة 15 بلغت القيمة t المحسوبة 7.107 وهي أكبر من القيمة المجدولة 2.042 وقدر مستوى الدلالة 0.000 و هو أقل من 0.05 مما يدل على إيجابية الفقرة.

من خلال نتائج الجدول يتبين أن كل إجابات أفراد عينة الدراسة كانت إيجابية وذلك بالنسبة لكل الفقرات الخاصة بالمحور الأول وعليه نرفض الفرضية العدمية ونقبل الفرضية البديلة المتمثلة في أنه يوجد المعاملات الإلكترونية في وكالة القرض الشعبي الجزائري.

• اختبار الفرضيات المحور الثاني :

سنقوم باختبار الفرضية المتعلقة بالمحور الثاني وذلك بإستخدام t test حيث يجب التذكير أولاً بالفرضيات المتعلقة بهذا المحور وهي كما يلي :

H0 : لا يوجد دور إيجابي في جودة الخدمات المصرفية في بنك CPA.

H1 : يوجد دور إيجابي في جودة الخدمات المصرفية في بنك CPA.

الجدول (03-14) : يبين تحليل نتائج أفراد العينة حول إجاباتهم عن الفقرات المحور الثاني.

الرقم	الفقرات	قيمة t	df	مستوى الدلالة	المتوسط الحسابي	95% فاصل الثقة للاختلاف	
						الأدنى	الأعلى
01	خدمة العميل من أهم أولويات البنك.	5,525	29	0.00	1,33333	0,8398	1,8269
02	موظفو البنك يمتازون بسمعة حسنة في خدمة عملائهم.	5,593	29	0.00	1,60000	1,0149	2,1851
03	يقدم البنك كشوف واضحة ودقيقة.	9,267	29	0.00	1,93333	1,5066	2,3600
04	موظفو البنك يجيبون عن إستفساراتي فوراً.	5,613	29	0.00	1,13333	0,7204	1,5463
05	البنك يتعامل مع معلوماتي الخاصة بسرية.	5,070	29	0.00	1,13333	0,6762	1,5905
06	البنك يقدم لي جميع المعلومات المتعلقة بأي خدمات جديدة.	4,862	29	0.00	1,06667	0,6180	1,5153

1,6456	0,8877	1,26667	0.00	29	6,836	أشعر بالأمان في التعامل مع البنك.	07
1,4160	0,5840	1,00000	0.00	29	4,916	موظفو البنك يفهمون طلبي بسرعة.	08
1,0247	0,3086	,66667	0.00	29	3,808	موظفو البنك يقومون بتكييف الخدمة لتلبية طلبي.	09
1,7340	1,0660	1,40000	0.00	29	8,573	البنك يوفر خدمة الإستفسار عبر الهاتف.	10
1,9038	1,2962	1,60000	0.00	29	10,770	موظفو البنك يحسنون إستقبال العميل.	11
1,4967	0,7699	1,13333	0.00	29	6,378	موظفو البنك يمكن الإعتماد عليهم.	12
2,0247	1,3086	1,66667	0.00	29	9,520	أثق دائما بعمليات البنك.	13
2,3023	1,4311	1,86667	0.00	29	8,764	موظفو البنك ذو مظهر لائق.	14
2,1793	1,1540	1,66667	0.00	29	6,649	البنك يولي رعاية خاصة بي كعميل.	15
1,6193	0,9140	1,26667	0.00	29	7,346	أوقات دوام الصيرفة الإلكترونية مناسبة.	16
1,5905	0,6762	1,13333	0.00	29	5,070	المنتجات البنكية مناسبة.	17
1,7582	0,6418	1,20000	0.00	29	4,397	المنتجات البنكية ذات جودة.	18
1,6934	0,8400	1,26667	0.00	29	6,071	البنك ذو تصميم داخلي منظم ومتكامل.	19

المصدر : من إعداد الطالبة إعتمادا على مخرجات SPSS

من خلال الجدول رقم (13) نلاحظ أن جميع فقرات المحور المذكور أعلاه لديهم القيمة t المحسوبة اكبر من 2.042 ومستوى الدلالة أقل من 0.05، مما يدل على إيجابية فقرات المحور الثاني أي أن أفراد العينة يوافقون على محتوى الفقرات وعليه نرفض الفرضية العدمية ونقبل بالفرضية البديلة المتمثلة في وجود دور إيجابي لجودة الخدمات المصرفية.

خاتمة الفصل الثالث :

من خلال ماتقدم في هذا الفصل نجد أن الصيرفة الإلكترونية أصبحت ضرورة حتمية أوجبتها التغيرات الحاصلة في السوق و التكنولوجيا المستمرة في هذا المجال من أجل تلبية إحتياجات العملاء و خدمتهم بالدرجة الأولى .

و نجد أن الجزائر مازالت تقطع أشواطاً في تطبيق هذا النوع من التكنولوجيا و ترسيخها في أذهان العملاء لأنها أدركت أن ثقافة البيئة الإلكترونية مازالت ضعيفة جداً في أذهان الأفراد حيث أن وسائل الدفع الإلكتروني المستعملة في الجزائر تقتصر فقط على البطاقات الممغنطة و ذلك لعدم ثقافة و ثقة العميل في التعاملات و البيئة الإلكترونية.

خاتمة

خاتمة

الخاتمة :

لقد غيرت تكنولوجيا المعلومات و الإتصالات جوانب كثيرة من حياة المجتمعات، وأجّدت عدة خدمات جديدة كالصيرفة الإلكترونية التي حققت معدلات مرتفعة في نموها و إنتشارها خلال فترة وجيزة نظرا لما تمتع به من خصائص تجعلها ذات تأثير كبير على القدرات التنافسية ونظرا للطبيعة التنافسية التي آلت إليها السوق المصرفية أدت إلى جعل البنوك تدرك أن زيادة قدرتها التنافسية و تعزيز أوضاعها في السوق لا يكون إلا بتقديم خدمات متنوعة و متطورة ذات جودة عالية، و التي لا تتحقق إلا بتوفر المعلومات عن مستويات الجودة من منظور العملاء و محاولة قياس مدى إدراكهم لجودة الخدمة المصرفية و تقييمهم لها مما إستلزم ضرورة تطور النظام المصرفي و تطبيق نظم المعلومات و الإتصال في البنوك أو ما يطلق عليه البنوك الإلكترونية التي استطاعت أن تفقز بالعمل المصرفي إلى اتجاهات معاصرة تتماشى مع الوسائل التكنولوجية المتطورة.

النتائج :

- الصيرفة الإلكترونية نمط جديد في المجال يشهد إقبالا متزايدا من طرف الأفراد و المنشآت، لما لها من فوائد و مميزات لم تكن متوفرة في الصيرفة التقليدية كإختصار الزمن و المسافة و تخفيض الأسعار و تلبية طلبات محددة للزبائن و التعرف على إحتياجاتهم و تطلعاتهم، فقد حققت نتائج فاقت كل التوقعات سواء بالنسبة للدول أو المنشآت التي تبنتها، وذلك بإتباعها للتطور الحاصل في مجال التكنولوجيا؛
- يرتبط مفهوم جودة الخدمة المصرفية من وجهة نظر العميل بمدى قدرة المنظمة على تقديم خدمة تقابل توقعاته أو تتجاوزها، فتقديم خدمات ذات جودة متميزة يعني تطابق مستوى الجودة الفعلي و يعكس مدى توافر أبعاد جودة الخدمة مع توقعات العملاء لهذه الأبعاد؛
- بالرغم من المزايا الهائلة التي تقدمها وسائل الدفع الإلكتروني للعميل إلا أنه لا يميل إلى التعامل بها و ذلك لعدم ثقته بالنظم المعلوماتية و جهله للتطورات التكنولوجية الحاصلة في المجال المصرفي، إذ أنه يميل إلى الوسائط التقليدية وخاصة النقود الورقية أو المعدنية؛
- إن إعتقاد وسائل الدفع الإلكتروني تساهم في تحسين جودة الخدمات المصرفية حيث ما يجعل العميل يستغني عن الذهاب إلى نقطة البيع، بإستطاعته الإستفادة من الخدمات المصرفية من مكان إقامته أو عمله أو أي مكان تتوفر فيه خدمة الأنترنت إضافة إلى هذا فتقديم الخدمات المصرفية يكون طوال ساعات اليوم وأيام السنة، العميل غير مقيد بمواقيت دوام نقطة البيع وله كل الحرية في الوقت الذي يستفيد فيه من الخدمة المصرفية؛
- ساهم تخلف الجهاز المصرفي الجزائري و عدم قدرته على مواكبة التطور الهائل في ميدان وسائل الدفع الإلكترونية الحول وراء دفع هذه الأخيرة التي وجدناها في شكلها البسيط و المتمثل عند البنوك في البطاقات الإئتمانية.

إثبات صحة الفرضيات :

- تؤكد الفرضية الأولى: أن تقديم الخدمة المصرفية بالجودة المطلوبة و التي يرغب الزبون في الحصول عليها تجعل من هذا الأخير يزيد من ثقته بالمصرف الذي يتعامل معه.
- تؤكد الفرضية الثانية : جاءت وسائل الدفع الإلكترونية كسد للنقص و كبديل عن وسائل الدفع العادية و المتمثلة في النقود المعدنية أو الورقية من جهة، و الصكوك و الشيكات المعتمدة من جهة أخرى. حيث أن وسائل الدفع الإلكتروني تريح الموظف في تعاملاته مع المؤسسة المالية و المصرفية حيث تتمتع بسرعة الأداء و قلة التكاليف و لا تتقيد بالحدود الجغرافية.

التوصيات :

- أن تقوم البنوك بإجراء دراسات لمتابعة كل ما هو جديد فيما يتعلق بتطوير الخدمات المصرفية.
- أن تعمل البنوك على خلق جو من الثقة و الطمأنينة في علاقاتها مع العملاء.
- ضرورة متابعة التطورات الحديثة في مجال الصيرفة الإلكترونية و الوصول إلى العملاء عبر أحدث الوسائل الإلكترونية بإعتبار أن لها تأثير مباشر على جودة الخدمات المصرفية.
- ضرورة التطوير المستمر في أداء المصرف لرفع مستوى كفاءة التشغيل بحيث يقدم المصرف خدماته دائما بأفضل جودة خدمة ممكنة و بأفضل وقت و بأقل تكلفة خاصة و أن الزبائن اليوم يبحثون عن جودة الخدمة الأفضل.
- ضرورة التطوير و التغيير في المفاهيم التقليدية للأعمال المصرفية و التطوير في القواعد و الإجراءات و التعليمات المصرفية التي لا يمكن أن تنسجم مع فكرة و ممارسات الأعمال المصرفية الإلكترونية.
- وضع السبل الكفيلة بمواجهات التحديات الناتجة عن التعامل بالنقود الإلكترونية و بطاقات الائتمان و الشيكات الإلكترونية و المصارف الافتراضية و غيرها.
- فهم و تحليل و إستيعاب ماهية الأعمال المصرفية الإلكترونية و فوائدها و مساوئها و المخاطر الناتجة.
- المعرفة الكاملة بالقوانين و التشريعات المصرفية الإلكترونية لاسيما تلك المتعلقة بالنواحي الإلكترونية.
- العمل على تفعيل شبكة الأنترنت كعامل مهم من عوامل نجاح البنوك و المؤسسات المالية في العصر الحديث.

آفاق البحث :

من الواضح أن البحث الذي قمنا به ما هو إلا مجرد توضيح لأثر الصيرفة الإلكترونية على جودة الخدمات المصرفية و عليه فإن مجال البحث مازال في مهده لذا نرى إمكانية مواصلة البحث من جوانب أخرى لها صلة بالموضوع مثل :

- أثر إستخدام الصيرفة الإلكترونية على تنافسية البنوك و المؤسسات المالية.
- القيام بدراسة مقارنة بين المصارف الأجنبية الرائدة في تبني الصيرفة الإلكترونية و بين المصارف الجزائرية من أجل رصد الإختلاف في مستوى الجودة.

قائمة المراجع

1. الكتب :

- د.محمد فتحي البديوي ، إدارة البنوك ، الجيزة ، المكتبة الأكاديمية ، الطبعة الأولى ، 2012
- الباحث د.رشدي عبد اللطيف وادي ، أهمية و مزايا البنوك الإلكترونية في قطاع غزة بفلسطين ومعوقات إنتشارها ، غزة-فلسطين ، 2010
- د.محمد الصيرفي ، إدارة العمليات المصرفية ، القاهرة-مصر- ، دار الفجر للنشر و التوزيع ، الطبعة الأولى ، 2016
- د.مصطفى يوسف كافي ، النقود الإلكترونية في ظل التقنيات الحديثة، سوريا ، دار رسلان للطباعة و النشر و التوزيع ، 2011
- المحامي عامر أحمد مطر ، الشيك الإلكتروني ، عمان -الأردن- ، دار الجنان للنشر و التوزيع ، الطبعة الأولى ، 2013
- محمد عمر الشوير ، التجارة الإلكترونية في ظل النظام التجاري العالمي الجديد ، ليبيا ، الطبعة الأولى ، دار زهران للنشر ، 2013
- د.خديجة عتيق ، واقع التسويق المصرفي في البنوك و أثرها على رضا العملاء ، دار خالد اللحياني للنشر و التوزيع ، الطبعة الأولى ، 2016 ، عمان-الأردن
- د.قاسم نايف علوان المحيوي ، إدارة الجودة في الخدمات ، ليبيا ، دار الشروق للنشر و التوزيع ، الطبعة العربية الأولى ، 2006
- د.عبد الكريم أحمد جميل ، "التسويق المصرفي" ، الجنادرية للنشر و التوزيع ، الطبعة الأولى ، 2015
- د.عبد الهادي مسعودي ، الأعمال المصرفية الإلكترونية ، الجزائر ، دار اليازوري ، الطبعة الأولى ، 2015

2. الرسائل الجامعية :

أ- الدكتوراة :

- نسييم بوكحيل ، تطوير الخدمات البنكية كمدخل لتحقيق رضا الزبون في ظل إقتصاد المعرفة - دراسة حالة البنوك العاملة بولاية جيجل- ، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه في علوم التسيير ، تخصص إدارة أعمال المؤسسة ، جامعة العربي بن مهيدي- أم البواقي ، 2018/2017
- بلعائش ميادة ، أثر الصيرفة الإلكترونية على السياسة النقدية -دراسة مقارنة الجزائر، فرنسا- ، أطروحة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة دكتوراه الطور الثالث في العلوم الإقتصادية ، تخصص إقتصاديات النقود و البنوك و الأسواق المالية ، جامعة محمد خيضر ، 2015/2014

ب- الماجستير :

- لوصيف عمار، إستراتيجيات نظام المدفوعات للقرن 21 مع الإشارة إلى التجربة الجزائرية ، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية ، تخصص تحليل و إستشراف ، جامعة منتوري قسنطينة، 2009/2008
- زهير زواش ، دور نظام الدفع الإلكتروني في تحسين المعاملات المصرفية-دراسة حالة الجزائر- ، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية ، كلية العلوم الاقتصادية و علوم التسيير ، جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي- الجزائر، 2010/ 2011
- عماد الدين أحمد محمد عبد الحليم ، المعاملات المصرفية بواسطة الهواتف النقالة ، متطلبات الحصول على درجة الماجستير في القانون الخاص ، قسم القانون الخاص ، كلية الحقوق ، جامعة الشرق الأوسط ، الأردن ، لا توجد سنة
- شيروف فضيلة ، أثر التسويق الإلكتروني على جودة الخدمات المصرفية -دراسة حالة- ، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماجستير ، تخصص التسويق ، جامعة منتوري قسنطينة ، 2009/2010
- أمجد مرديني ، العوامل المؤثرة في نية إستخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية عبر الهاتف المحمول (الموبايل البنكي) في سوريا ، بحث مقدم لنيل شهادة الماجستير في إدارة الأعمال ، تخصص إدارة الأعمال ، الجامعة الافتراضية السورية ، 2018
- برنيس نعيمة ، الوظيفة الإعلامية لشبكة الأنترنت في عصر ثورة المعلومات -دراسة نظرية ميدانية في قسم الأخبار بالقناة الأرضية للتلفزيون الجزائري- ، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال ، تخصص صحافة مكتوبة وسمعية بصرية ، جامعة منتوري قسنطينة ، 2009/2010

ج- الماستر:

- حورية جنان ، دور الصيرفة الإلكترونية في تحسين جودة الخدمات المصرفية -دراسة حالة بنك القرض الشعبي الوطني عين مليلة- ، مذكرة لنيل شهادة الماستر علوم اقتصادية ، تخصص مالية بنوك ، جامعة أم البواقي ، 2012/ 2013
- ناشف فاطمة ، وسائل الدفع الإلكتروني في البنوك و المؤسسات المالية الجزائرية -دراسة حالة- ، مذكرة لنيل شهادة ماستر ، تخصص إقتصاد نقدي و بنكي ، جامعة مستغانم ، 2017/2018
- سلماني فاطمة ، جودة الخدمات المصرفية وأثرها على تحقيق رضا الزبون -دراسة حالة- ، مذكرة لنيل شهادة الماستر أكاديمي في علوم التسيير ، تخصص إستراتيجية و تسويق ، جامعة المسيلة ، 2013-2014
- بسنونسي حنان ، جودة الخدمات و أثرها على رضا العميل-دراسة حالة- ، مذكرة تخرج لنيل شهادة ماستر أكاديمي ، تخصص التسويق ، جامعة عبد الحميد ابن باديس مستغانم ، 2016/2017
- بزخامي سليمة ، أثر التسويق الإلكتروني على جودة الخدمات المصرفية -دراسة حالة- ، مذكرة لنيل شهادة ماستر أكاديمي ، تخصص تسويق ، جامعة عبد الحميد ابن باديس مستغانم ، 2014/2015

قائمة المراجع

- سحقي نعيمة ، الإقتصاد الرقمي في الجزائر الفرص و التحديات –دراسة حالة الجزائر- ، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر في العلوم التجارية ، تخصص مالية مؤسسة ، جامعة أكلي محند ولحاج-البويرة ، 2015/2014

3. الملتقيات :

- معارفي فريدة و صالح مفتاح ، البنوك الإلكترونية ، مداخلة مقدمة ضمن المؤتمر العلمي الخامس ، جامعة فيلادلفيا
- د.بالعبيدي عايدة عبير و د.شاوش إخوان سهام ، اليوم الدراسي حول : تحديات تطبيق الحوكمة الإلكترونية في ظل التجارة الإلكترونية ، عنوان المداخلة آليات و تدابير بنك الجزائر في تفعيل الحوكمة الإلكترونية في إطار المحافظة على سلامة و إستقرار النظام المصرفي الجزائري ، جامعة محمد خيضر بسكرة ، 2019
- بلحارث ليندة و والي نادية ، الملتقى الوطني الثامن حول آلية تفعيل وسائل الدفع الحديثة في النظام المالي و المصرفي الجزائري ، كلية الحقوق والعلوم السياسية جامعة البويرة ، 13-14 مارس 2017
- د.بالعبيدي عايدة عبير و د.شاوش إخوان سهام ، اليوم الدراسي حول : تحديات تطبيق الحوكمة الإلكترونية في ظل التجارة الإلكترونية ، عنوان المداخلة آليات و تدابير بنك الجزائر في تفعيل الحوكمة الإلكترونية في إطار المحافظة على سلامة و إستقرار النظام المصرفي الجزائري ، جامعة محمد خيضر بسكرة ، 2019

4. المجلات :

- د. عمر علي بابكر الطاهر و د. نزار بنعبده ، أثر جودة الخدمات المصرفية على رضا العملاء – دراسة ميدانية : المصارف التجارية بمحافظة الدرب- ، المجلة العربية للنشر العلمي ، العدد الرابع عشر ، 2019/12/02
- د.محمد خيثر و أسماء مرايمي ، العلاقة التفاعلية بين أبعاد جودة الخدمة و رضا الزبون بالمؤسسة ، مجلة الريادة لإقتصاديات الأعمال-المجلد 03 ، العدد 07 ، 2014
- طالبة الدكتوراه هالة عبدلي ، الصيرفة الإلكترونية آلية لضمان جودة الخدمات المصرفية ، مجلة الأصيل للبحوث الإقتصادية و الإدارية ، العدد الأول ، جوان 2017
- زغدار أحمد و حميدي كلثوم ، تقييم أداء نظام الجزائر للتسوية الفورية في النظام المصرفي الجزائري خلال الفترة 2006-2014 ، مجلة البحوث و الدراسات العلمية ، لا يوجد رقم العدد و المجلد ، جامعة ديجي فارس ، 2015
- جلولي سهام و منصور الشريفة ، المعاملات المالية الإلكترونية بين البنوك المصرفية –دراسة حالة الجزائر- ، المجلة العالمية للإقتصاد و الأعمال ، لا يوجد رقم العدد و المجلد ، 2018

قائمة المراجع

- أبوزرورة ليندة و د.زبيري رابح ، "آفاق الصيرفة الإلكترونية في المؤسسة المصرفية الجزائرية" ، مجلة كلية العلوم الاقتصادية و التسيير و العلوم التجارية ، العدد 16 / 2016
- يحياوي محمد ، مجلة حول محو الأمية المعلوماتية ركيزة لبناء مجتمع المعلومات ، جامعة 'يحي فارس ' المدية – الجزائر
- دبابش عبد الرؤوف و هشام ذبيح ، وسائل الدفع ما بين الحماية التقنية و القانونية للمستهلك الإلكتروني ، مجلة الإجتهد القضائي ، دار المنظومة ، العدد 14 ، أبريل 2017
- هداية بوعزة و يوسف فتيحة ، الحماية التقنية للمعلومات و دورها في تأمين نظام الدفع الإلكتروني ، مجلة الدراسات و البحوث القانونية ، المجلد رقم 3 ، العدد 4 ، 2018

5. مواقع الأنترنت :

- <http://thesis.univ-biskra.dz/>
- <http://moh42ed.blogspot.com/2009/05/electronic-funds-transfer-eft.html>
- Promediaz .com//ال جودة/#heading-h2-1
- <https://www.linkedin.com/company/algeria-e-banking-services>
- [الإنترنت في الجزائر/ https://ar.wikipedia.org/wiki/](https://ar.wikipedia.org/wiki/الإنترنت_في_الجزائر)

