



الموضوع

تأثير أنظمة الدفع الالكترونية على جودة الخدمة في البنوك
التجارية

دراسة حالة عينة من بنوك ولاية بسكرة

مذكورة مقدمة كجزء من متطلبات نيل شهادة الماستر في العلوم الاقتصادية

تخصص : اقتصاد نقدي وبنكي

الأستاذ المشرف:

إعداد الطالبة :

■ بن الزاوي عبد الرزاق

■ بن ناجي مبروكة

السنة الجامعية: 2018/2019



الموضوع

تأثير أنظمة الدفع الالكترونية على جودة الخدمة في البنوك
التجارية

دراسة حالة عينة من بنوك ولاية بسكرة

مذكورة مقدمة كجزء من متطلبات نيل شهادة الماستر في العلوم الاقتصادية

تخصص : اقتصاد نقدي وبنكي

الأستاذ المشرف:

إعداد الطالبة :

■ بن الزاوي عبد الرزاق

■ بن ناجي مبروكة

السنة الجامعية: 2018/2019

الإهداء

إلى من هواه سرق قلبي و حبه ينسيني تعبي، إلى من أشعل الشمعة بيدي لينير لي بها دربي، إلى من في قلبه يحمل حلمي و دوما يشاركني فرحي و حزني، إلى من يتعب اليوم من أجلي لكي أأني أنا غدي، إلى من كان لي درع أمان أحتمي به من نائبات الزمان،

إلى الغالي أبي أطل الله في عمره.

بن ناجي مسعود

إلى التي عشقت بريق عينيها و أخذت أنفاسي الأولى بين ذراعيها، إلى التي كلما رأيتها اجتهد لساني في ذكر اسمها، إلى التي في قلبي حملت حبها و بودي أن أكون عبدا لها، إلى التي علمتني أن الحياة كفاح وأن ثمارها بعد ذلك نجاح، إلى التي بها أنعم و بدونها أتألم،

إلى أُمي الغالية حفظها الله لي .

حمدي مباركة

إلى كل رمز من رموز الحب و حرف من حروفه و نسق من معانيه في وجودي، إلى جواهر حياتي إخوتي و أخواتي: سمير، عبير، حفيظة، و داد ، عز الدين، دلال ، أسامة و زوجة أخي الغالية على قلبي حمدي سامية إلى عصفير بيتنا و فرحة قلوبنا و نور عيوننا إلى قطرات أبناء أخي هيثم، ضرار، صهيب، و أبناء أختي أصالة و عامر ، و لا أنسني حبيبي الغالي ابن أختي بدر الدين، .

إلى أعلى كنز ملكته في حياتي، إلى من معها سعدت و برفقتها في دروب الحياة سرت حزني و سعادتي معها تقاسمت، إلى من يطيب لقاءها و يعز علي فراقها، إلى من عرفت كيف أجدها و علمتني ألا أضيعها. أعز صديقاتي: بلحسن خولة .

وتحياتي الخالصة والمحببة لخطيبي العزيز والغالي "وليد رمضان" وكل عائلته الكريمة .

إلى من عرفتهم و أحببتهم إلى من جمعني بهم القدر صدقاتي في إقامة قربازي صافية.

إلى عائلتي الثانية بكل أفرادها: طالباتها و عمالها و عاملاتها إقامة قربازي صافية.

إلى كل من أحب الله و الرسول "صلى الله عليه و سلم".

بن ناجي مباركة

شكر وتقدير

الحمد لله أولاً وقبل شيء لله عز وجل على فضل نعمته وجزيل عطائه

ومن ثم يسعدني أن أتقدم بجزيل الشكر وأعظم التقدير إلى الأستاذ المحترم " بن الزاوي عبد الرزاق " الذي شرفني بقبوله الإشراف على انجاز هذا البحث، ولم يبخل علياً بنصائحه وتوجيهاته السديدة التي كان لها بليغ الأثر في إنجاز هذا العمل، وكذلك صبره وسعة صدره وحرصه الدائم لإتمام هذا العمل في أحسن الظروف، كما أحيى فيه روح التواضع والمعاملة الجيدة، فجزاه الله كل خير، سائلين المولى عز وجل أن يجعل جهده هذا في ميزان حسناته.

كما أتقدم بشكر للسيد قهري عادل منير موظف ببنك التنمية المحلية وكالة بسكرة والسيد موسي حمزة موظف في بنك الفلاحة والتنمية الريفية لفرع زربية الوادي وكذلك السيد محمد فاروق قرميظ موظف في بنك الخليج لهم الفضل الكبير في مساعدتي على إكمال تحضيري لمذكرة التخرج لنيل شهادة الماستر.

بن ناجي مبروكة

ملخص

يتمثل الهدف الأساسي لموضوع دراستنا "تأثير أنظمة الدفع الإلكترونية على تحسين جودة الخدمة في البنوك التجارية" في الوقوف على معظم التقنيات ووسائل الدفع البنكية، وأطراف الذين يتعاملون بهذه الوسائل بالأخص البطاقات البنكية التي كانت محل دراستنا، إذا تم التطرق إلى موضوع جودة الخدمة وكيفية قياسها وكذا رضا العميل عليها، وذلك بغية تسهيل وتنشيط حركة التعاملات المالية.

كل هذا يؤدي بالبنك إلى معرفة وتحديد مختلف العوامل المؤثرة على توقعات العملاء، وبالتالي العمل على تحديد مستويات الجودة المناسبة لهذا التوقعات والتي تزيد من رضا العملاء وولائهم للبنك.

الكلمات المفتاحية:

أنظمة الدفع الإلكترونية، البطاقات البنكية، التعاملات المالية، جودة الخدمة، العملاء.


Abstract

The main objective of our study is "The impact of electronic payment systems on improving the quality of service in commercial banks" to identify most of the techniques and means of bank payment, and the parties who deal with these means, especially the bank cards that were the subject of our study, if the subject of quality of service and how to measure, Customer satisfaction, in order to facilitate and stimulate the movement of financial transactions.

This leads the Bank to identify and determine the various factors influencing customer expectations, and accordingly work to determine the appropriate quality levels for these expectations that increase customer satisfaction and loyalty to the Bank.

keywords:

Electronic payment systems, bank cards, financial transactions, quality of service, customers

A decorative border of black and white line-art maple leaves surrounds the central text. The leaves are arranged in a rectangular frame, with a single row of leaves along each side.

قائمة المحتويات

فهرس المحتويات

الصفحة	الفهرس
I	الإهداء
II	الشكر والتقدير
III	ملخص
V	فهرس المحتويات
VIII	قائمة الجداول
IX	قائمة الأشكال
X	قائمة الملاحق
XI	فهرس المصطلحات
أ- و	المقدمة
1	الفصل الأول: أنظمة الدفع الالكترونية
3	المبحث الأول: عموميات حول أنظمة الدفع الالكترونية
3	المطلب الأول: ماهية أنظمة الدفع الالكترونية
4	المطلب الثاني: الأبعاد الاقتصادية للنظام الدفع الالكتروني
5	المطلب الثالث: خصائص وأهمية أنظمة الدفع الالكترونية
7	المطلب الرابع: تقييم أنظمة الدفع الالكترونية
11	المبحث الثاني: الأطراف المتعلقة بعملية الدفع
11	المطلب الأول: المنظمات المسؤولة عن إصدار البطاقات البنكية
13	المطلب الثاني: البنك
16	المطلب الثالث: حامل البطاقة
24	المطلب الرابع: التاجر
24	المبحث الثالث: وسائل الدفع الالكترونية
26	المطلب الأول: الوسائط البنكية الالكترونية
28	المطلب الثاني: أشكال تأمين الدفع الالكتروني
31	المطلب الثالث: البطاقات البنكية وأنواعها
34	المطلب الرابع: البطاقات الذكية
36	الفصل الثاني: أساسيات حول جودة الخدمة البنكية
36	المبحث الأول: عموميات حول الخدمة البنكية

فهرس المحتويات

39	المطلب الأول: مفهوم الخدمات البنكية وخصائصها
41	المطلب الثاني: أنواع الخدمات البنكية
43	المطلب الثالث: دورة حياة الخدمة البنكية
44	المطلب الرابع: تصميم الخدمة البنكية DES
46	المبحث الثاني: جودة الخدمات البنكية
46	المطلب الأول: مفهوم جودة الخدمات البنكية
49	المطلب الثاني: أهمية جودة الخدمات البنكية
50	المطلب الثالث: أبعاد الجودة الخدمة البنكية
52	المطلب الرابع: نماذج قياس جودة الخدمة البنكية
56	المبحث الثالث: جودة العميل من خلال جودة الخدمة البنكية
56	المطلب الأول: أنماط العملاء وطرق التعامل معهم
58	المطلب الثاني: العوامل المؤثرة على إدراك العملاء لجودة الخدمة
61	المطلب الثالث: محددات رضا أو عدم رضا العميل
62	المطلب الرابع: العلاقة بين جودة الخدمة المدركة ورضا العميل
66	الفصل الثالث: قياس تأثير أنظمة الدفع الالكترونية على تحسين جودة الخدمة في البنوك التجارية
68	المبحث الأول: تقديم الوكالات البنكية ببسكرة محل الدراسة
68	المطلب أول: بنك التنمية المحلية وكالة بسكرة
71	المطلب الثاني: بنك الفلاحة والتنمية الريفية فرع زريبة الوادي ببسكرة
72	المطلب الثالث: بنك الخليج وكالة بسكرة
75	المبحث الثاني: الإطار المنهجي للدراسة التطبيقية
75	المطلب الأول: أسلوب وأدوات الدراسة
76	المطلب الثاني: نموذج الدراسة وعينة البحث
77	المطلب الثالث: أساليب وطرق المعالجة الإحصائية
80	المبحث الثالث: عرض نتائج الدراسة
80	المطلب الأول: عرض البيانات العامة
85	المطلب الثاني: تحليل اتجاهات الآراء
89	المطلب الثالث: تحليل نتائج الدراسة
93	خاتمة العامة

فهرس المحتويات

96	قائمة المراجع
101	الملاحق

قائمة الجداول

الرقم	العنوان	صفحة
01-01	الأبعاد الاقتصادية لأنظمة الدفع الالكترونية	4
02-01	ايجابيات ومزايا وسائل الدفع الالكترونية	8
03-01	سلبيات وسائل الدفع الالكترونية	9
01-02	أبعاد جودة الخدمة البنكية	51
02-02	أنماط العملاء وكيفية التعامل معهم	56
01-03	توزيع درجات مقياس ليكرت الخماسي	76
02-03	قياس الارتباط	79
03-03	معاملات الثبات والصدر لمحاور الاستبيان	80
04-03	توزيع أفراد مجتمع الدراسة حسب الجنس	81
05-03	توزيع أفراد مجتمع الدراسة حسب السن	82
06-03	توزيع أفراد مجتمع الدراسة حسب المهنة	83
07-03	توزيع أفراد مجتمع الدراسة حسب عدد سنوات تعامل العميل مع البنك	84
08-03	تحليل عبارات أنظمة الدفع الالكترونية	86
09-03	تحليل عبارات جودة الخدمة في البنوك التجارية	88
10-03	تحليل الانحدار للتباين للتأكد من صحة النموذج لاختبار الفرضية الرئيسية	90
11-03	تحليل الانحدار البسيط لاختبار الفرضية الرئيسية	90

قائمة الأشكال

الرقم	العنوان	صفحة
02-02	أبعاد الخدمة البنكية	37
02-02	خصائص الخدمات البنكية	39
03-02	دورة حياة الخدمة البنكية	41
04-02	مفهوم جودة الخدمة	46
05-02	الجودة من وجهة نظر البنك	48
06-02	الجودة من وجهة نظر مقدم الخدمة	49
07-02	يمثل نموذج الفجوة	53
08-02	العوامل المؤثرة في سلوك العميل	59
09-02	العلاقة بين الرضا وجودة الخدمة	64
01-03	التمثيل البياني لتوزيع أفراد مجتمع الدراسة حسب الجنس	82
02-03	التمثيل البياني لتوزيع أفراد مجتمع الدراسة حسب السن	83
03-03	التمثيل البياني لتوزيع أفراد مجتمع الدراسة حسب المهنة	84
04-03	التمثيل البياني لتوزيع أفراد مجتمع الدراسة حسب عدد سنوات تعامل العميل مع البنك	85

قائمة الملاحق

الصفحة	العنوان	الرقم
102	الاستبيان	1
104	الأساتذة المتحكمين	2

قائمة المصطلحات

المصطلح	معناه
On line	طريقة مباشرة
Off line	الطريقة غير المباشرة
Visa Card International	بطاقة فيزا الدولية
Master Card International	ماستر كارد
Inter Change	عملية تبادل حركة المالية لتسوية الحسابات
Crédit Voucher	قسيمة الدفع
BASE II	نظام لتسوية المعاملات البنكية عبر الانترنت
Chargeback	تحميل التكاليف
Second Charge Back	رد الفعل الثاني
ATM	الصراف الآلي
Phone Bank	الهاتف البنكي
Pin Nombre	الرقم السري الخاص بعميل
First Vertual	شركة للخدمات المالية تسمح بتأمين عمليات الدفع الالكتروني على شبكة الانترنت
Card Cach	بطاقة السحب الآلي
Cheque Guarantee Card	بطاقة الشيكات
DebitCard	بطاقة الدفع
Charge Card	بطاقة الصرف البنكي
Internet Card	بطاقة الانترنت
Card Crédit	بطاقة الائتمان
Smart Card	بطاقة الذكية
Biometrics	المدخل البيولوجي
Top UP	استعراض النقد
Swift	شبكة عالمية لنقل الأموال
Bank Service	الخدمة البنكية
DES	تصميم الخدمة البنكية
STAN	معايير الجودة

قائمة المصطلحات

المطابقة	CON
مراجعة الخدمة	AUD
نموذج الفجوة	Servqual
نموذج الإتجاه	Servperf
بنك الفلاحة والتنمية الريفية	BADR
بنك الخليج	AGB
بنك التنمية المحلية	BDL
الموزعات الآلية للأموال	DAB
ونقاط البيع الالكترونية	TPE
معامل الثبات	Alpha Cronbagh
القيمة الاحتمالية	sig
تحليل التباين للانحدار	Analysais of variance
تحليل الإنحدار البسيط	Simple Régression Analysais

المقدمة

المقدمة

تعد البنوك الدعامه والركيزة الأساسية لأي اقتصاد، لذلك تسعى كل دولة من دول العالم إلى تطويرها من خلال تحسين خدماته، وتطوير وسائل وأنظمة الدفع المتاحة لديها، وذلك لمواكبة التطور التكنولوجي الحاصل حالياً الذي يشهده العالم في العقود الأخيرة.

حيث أدى هذا التطور في عالم الالكترونيات إلى ظهور شبكة الانترنت كوسيلة لنقل وتبادل المعلومات والاتصال، وقد عملت البنوك على استغلال هذه التطورات من خلال تطبيق أنظمة الدفع الالكترونية في البنوك التجارية حيث تعتبر من الضمانات الأساسية واللازمة لنموه واستمراره وتطوير أدائه، فإن الخدمات الالكترونية قد تطورت بشكل كبير وواسع في الآونة الأخيرة ولغرض تقييم جودة الخدمة في البنوك التجارية خلال فترة معينة، فإن ذلك يعني بضرورة استخدام وسائل وأنظمة دفع الكترونية حديثة ومواكبة التكنولوجيا لتحديد الأهداف التي تضمن للبنوك وصولها إلى تحقيق غايته في تحسين جودة خدماتها.

في ظل ذلك أدركت البنوك الجزائرية ضرورة تحسين والارتقاء بخدماتها إلى مستوى تلك التطورات، وبالتالي تحديث نظام الدفع الذي يعاني من تأخر في تطبيق وإدخال أنظمة الدفع الكترونية ومن مجتمع يرفض التعامل بالأنظمة التقليدية بسبب توفر التكنولوجيا، وعليه وفي ظل هذا التطور الحاصل تقوم البنوك الجزائرية بطرح وتقديم خدماتها الكترونيا رغبة منها في تحسين خدماتها باستخدام أنظمة الدفع الالكترونية التي تسهل للعميل التعامل مع البنوك دون عناء التنقل إليها.

ومن أجل تعزيز دراستنا سنقوم بقياس مدى تأثير أنظمة الدفع الالكترونية على تحسين جودة الخدمة في البنوك التجارية، وسنختار عينة من بنوك ولاية بسكرة من بينها بنك التنمية المحلية وبنك الخليج وكذلك فرع بنك الفلاحة والتنمية الريفية، من أجل ذلك سنقوم بإعداد استبيان يوجه لعملاء البنوك لمعرفة مدى رضاهم على استخدام أنظمة الدفع الالكترونية وهل تعمل لتحسين جودة الخدمة أم العكس.

الإشكالية:

ومن هنا يمكننا طرح التساؤل الرئيسي ""ما مدى تأثير أنظمة الدفع الالكترونية على تحسين جودة الخدمة في البنوك التجارية ؟

المقدمة

الأسئلة الفرعية:

وتتدرج أسفل هذا التساؤل الرئيس مجموعة من الأسئلة الفرعية التالية:

- ماهية أنظمة الدفع الالكترونية ؟
- فيما تتمثل جودة الخدمة في البنوك التجارية ؟
- هل توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين أنظمة الدفع الالكترونية وجودة الخدمة في البنوك التجارية ؟

الفرضيات:

- تعد أنظمة الدفع الالكترونية وسيلة حديثة تسمح بنقل ودفع وسحب الأموال .
- جودة الخدمة تتمثل في ملائمة ما يتوقعه العميل من الخدمة البنكية المقدمة إليهم مع إدراكهم الفعلي للمنفعة التي يحصل عليها العميل نتيجة حصولهم على الخدمة.
- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين أنظمة الدفع الالكترونية وجودة الخدمة في البنوك التجارية.

أسباب اختيار الموضوع:

يرجع اختيارنا لهذا الموضوع دون غيره لجملة من الأسباب الذاتية والموضوعية نوردتها في النقاط التالية:

أسباب ذاتية:

- الرغبة في مواصلة ومتابعة الموضوع كونه اعتبر محل دراستنا السابقة في إطار متطلبات نيل شهادة الليسانس، وذلك لمتابعة آخر التطورات والوضعية التي آلت إليها وسائل الدفع.

أسباب موضوعية:

- يعد مشروع تطوير أنظمة الدفع، تجربة جديدة في الجزائر وهي الآن باشرت تطبيقها لذلك من المهم التعرف على كل جديد فيها.
- الكشف عن أهمية أنظمة الدفع الالكترونية في تحسين جودة الخدمة في البنوك التجارية حسب نظرة العملاء.

المقدمة

أهمية الدراسة:

تكمن أهمية الدراسة في الدور الذي تلعبه أنظمة الدفع الالكترونية في البنوك التجارية، وضرورة مسايرة التطور البنكي، أصبح من المهم اختيار التقنيات والوسائل والأنظمة التي تحقق رضا العملاء وراحتهم، والأهم في ذلك أنها تعمل على تحسين جودة الخدمة في البنوك التجارية.

أهداف الدراسة:

- إبراز أهمية أنظمة الدفع الالكترونية التي أصبحت ضرورية في العمليات البنكية، حيث تسهيل المعاملات بأقل جهد ووقت لتحقيق الجودة.
- توضيح مزايا وعيوب وسائل الدفع الالكترونية.
- التعرف على العلاقة بين جودة الخدمات البنكية ورضا العميل.

المنهج الدراسة:

للإجابة على الإشكالية المعتمدة في هذا البحث والتساؤلات المطروحة تم الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي والذي من خلاله سنتعرفنا على أسس أنظمة الدفع، وجودة الخدمات في الجزء النظري ، أما الجزء التطبيقي سنعتمد على المنهج الإحصائي باستعمال برنامج SPSS بحيث يمثل أداة جمع البيانات المعتمدة في الدراسة في الاستبيان موجه لعينة من عملاء بنوك بسكرة (بنك التنمية المحلية وبنك الخليج وكذا فرع بنك الفلاحة والتنمية الريفية لزربية الوادي) بغية قياس مدى تأثير أنظمة الدفع الالكترونية على تحسين جودة الخدمة في البنوك التجارية

الدراسات السابقة:

- حواف عبد الصمد، " النظام القانوني لوسائل الدفع الالكترونية"، (2014-2015): قدمت لنيل شهادة الدكتوراه في الحقوق، جامعة أبو بكر بلقايد، تلمسان، هدفت هذه الدراسة إلى دراسة موضوع البطاقات الدفع ومعالجته من الناحية القانونية حيث أضاف الباحث نوعا من الخصوصية على هذه الآلية المستحدثة في التعاملات المالية بشكل عام وعلى المتعاملين فيها بشكل خاص كونها تشكل دعامة قانونية وبشكل بارز على صعيدي الوفاء والائتمان حيث توصل الباحث إلى أن المشكلة الحقيقية لدى

المقدمة

المتعاملين بالوسائل الحديثة للدفع الالكتروني للأداء والوفاء والدفع، حيث سنعتمد على الجزء القانوني لهذه الدراسة من أجل تدعيم دراستنا بأن أنظمة الدفع الالكترونية لديها نظام قانوني يحكم سيرها.

➤ عبد الرحيم وهيبة، "إحلال وسائل الدفع المصرفية التقليدية بالالكترونية-دراسة حالة الجزائر" 2004-2005: دراسة قدمت لنيل شهادة الماجستير في علوم التسيير، جامعة الجزائر، هذه الدراسة تناولت إشكالية تحديث وسائل الدفع في الجزائر من خلال عرض لتطور وسائل الدفع وتقييم لوسائل الدفع الالكترونية ومستقبل وسائل الدفع التقليدية في ظل وجودها، خصصت هذه الدراسة جانبا منها لدراسة تحديث أنظمة الدفع في الجزائر، اعتمدت الباحثة في بحثها على مقارنة وسائل الدفع الالكترونية بوسائل الدفع التقليدية لتبين إمكانية إحلال وسائل الدفع الجديدة مكان وسائل الدفع التقليدية، في حين أن دراستنا سنركز على وسائل الدفع الالكترونية التي تساهم في تحسين جودة الخدمة.

➤ زهير زواش، "دور نظام الدفع الالكتروني في تحسين المعاملات المصرفية- دراسة حالة الجزائر"، 2010-2011: قدمت مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماجستير في العلوم الاقتصادية، جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي: تهدف الدراسة إلى محاولة تقييم وسائل الدفع الحديثة لإمكانية مقارنتها بوسائل الدفع التقليدية، وكذا محاولة رصد التجربة الجزائرية في مجال وسائل الدفع ومعرفة التي وصلت إليها ومعرفة مدى استجابة البنوك الجزائرية، من التطورات الحاصلة في مجال البنكي، وأهم العراقيل التي توجهها لإيجاد الحلول.

هيكل الدراسة: للإجابة عن الإشكالية المطروحة قسمنا دراستنا إلى ثلاثة فصول، وهي:

الفصل الأول: أنظمة الدفع الالكترونية

نتعرض في هذا الفصل عموميات حول أنظمة الدفع الالكترونية من خلال إعطاء تعريفات لها وكذا تحديد الأبعاد الاقتصادية وخصائصها وأهميتها ثم في الأخير سنقوم بتقييم أنظمة الدفع الالكترونية هذا تم تخصيصه للمبحث الأول، في حين تم تخصيص المبحث الثاني لدراسة الأطراف المتعلقة بعملية الدفع لتعرف من خلاله عن المنظمات المسؤولة عن إصدار البطاقات البنكية والبنك وحامل البطاقة وكذا لا ننسى التاجر فهو عنصر مهم في عملية الدفع الالكترونية، وفي سنقوم بتحديد المبحث الثالث لمعرفة الدفع الالكترونية من خلال تبين الوسائط البنكية الالكترونية ومعرفة أشكال تأمين الدفع الالكترونية والبطاقات البنكية وأنواعها والبطاقات الذكية.

المقدمة

الفصل الثاني: أساسيات حول جودة الخدمة البنكية

نقوم بدراسة عموميات حول الخدمة البنكية من خلال تعريف الخدمة وخصائص وأنواعها وكذا معرفة دورة حياة الخدمة البنكية، ومعرفة تصميم الخدمة البنكية في المبحث الأول، في حين تم تخصيص المبحث الثاني لدراسة جودة الخدمات البنكية وأهميتها وأبعادها ونماذج قياسها، وفي الأخير سنقوم المبحث الثالث لجودة العميل من خلال جودة الخدمة البنكية حيث سنتعرف على أنماط العملاء وطرق التعامل معهم وكذا العوامل المؤثرة على إدراك العملاء وسنتعرف على محددات الرضا من عدمه والعلاقة بين جودة الخدمة المدركة ورضا العميل.

الفصل الثالث: قياس تأثير أنظمة الدفع الالكترونية على تحسين جودة الخدمة في البنوك التجارية

سنعمل في هذا الفصل على التعريف بالبنوك المراد تطبيق الدراسة عليها وأخذها كعينة من عدة بنوك وأما في المبحث الثاني سنتعرف على الإطار المنهجي للدراسة التطبيقية وذلك بتحديد أسلوب وأدوات الدراسة ونموذجها وعينة البحث وكيفية معالجتها معالجة إحصائية ، في حين سنقوم بتخصيص المبحث الثالث لعرض نتائج الدراسة وذلك بعرض البيانات العامة وتحليل اتجاهات الآراء ونتائج الدراسة.

الفصل الأول:

أنظمة الدفع

الالكترونية

تمهيد:

يساهم عصر المعلوماتية في خلق عمليات جديدة تتناسب مع طبيعة الانتشار الواسع للشبكة العنكبوتية حيث يعيش في تطوير مستمر وتقدم تكنولوجي في عدة مجالات، خاصة في مجال الاتصالات والحاسبات الالكترونية، وقد شمل هذا التطور جميع المجالات الاقتصادية والسياسية والاجتماعية وغيرها، كما ساعد هذا التطور للبنوك على إقامة أنظمة جد متطورة من شأنها خلق وسائل جديدة ومتطورة أهمها وسائل الدفع الالكترونية، حيث تعتمد هذه الوسائل على نظام معلومات متكامل، وتعتبر طريقة حديثة من طرق الدفع التي يتعامل بها العملاء وتلقى قبولا جليا من أجل تحقيق السرعة في أداء معاملاتهم بدلا من وسائل الدفع التقليدية والتي تتطلب وقتا أطول في إتمام التسوية النهائية لها، وتكلفة أكبر لإتمامها، لذلك قسمنا الفصل الأول لثلاث مباحث كالتالي:

المبحث الأول: عموميات أنظمة الدفع الالكترونية.

المبحث الثاني: أهم الأطراف المتعلقة بعملية الدفع.

المبحث الثالث: أهم بطاقات الدفع الالكترونية.

المبحث الأول: عموميات حول أنظمة الدفع الإلكترونية

تعد أنظمة الدفع الإلكترونية وسيلة من الوسائل المستحدثة لتحريك وتسريع الدفع والوفاء لتسوية التعاملات، والتي تلقى قبولا عاما على المستويات المحلية والدولية، من أجل إضفاء الأمن والسرية على الأداء وسير مختلف المعاملات كحل بديل عن الوسائل التقليدية، التي تتطلب وقتا وتكلفة أكبر لإتمام مثل هاته التسويات.

المطلب الأول: ماهية أنظمة الدفع الإلكترونية

1- أنظمة الدفع لا يفرضها القانون بل تنتج عن مميزات ثقافية وتاريخية واجتماعية واقتصادية لأي بلد وكذا التطورات التكنولوجية فإن هذه المميزات تحدد أشكال وطرق استعمال وسائل الدفع.

أولا- أنظمة الدفع الإلكترونية

1- مفهوم النظام: هو عبارة عن مجموعة من العناصر المتفاعلة فيما بينها من أجل تحقيق هدف محدد، وهذه العناصر تسمى مدخلات النظام، يتم المزج فيما بينها، على أساس مجموعة من الموارد والإجراءات، قصد تحقيق نتائج مرغوبة تسمى مخرجات النظام.¹

2- مفهوم نظام الدفع: هو مجموعة من المؤسسات والتنظيمات والقواعد والأدوات والقنوات التي تتم من خلالها عملية الدفع بين الوحدات الاقتصادية.²

3- مفهوم أنظمة الدفع الإلكترونية:

➤ عملية تحويل الأموال في الأساس ثمن لسلعة أو خدمة بطريقة رقمية أي باستخدام أجهزة الكمبيوتر وإرسال البيانات عبر الشبكة أو خط تلفوني أو أي طريقة لإرسال البيانات.³

➤ جملة الوسائل التي مهما كانت الدعائم والأساليب التقنية المستعملة، تسمح لكل الأشخاص بتحويل الأموال.⁴

¹ - أبو أحمد أبو العز، التجارة الإلكترونية وأحكامها في الفقه الإسلامي، دار النفائس للنشر والتوزيع، الأردن، 2008، ص10.

² - زهير زواش، دور نظام الدفع الإلكتروني في تحسين المعاملات المصرفية- دراسة حالة الجزائر، مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماجستير (غير منشورة) في العلوم الاقتصادية، جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي، 2010-2011، ص06.

³ - السعيد بريكة، فوزي شوق، تحديثات وسائل الدفع الإلكترونية -دراسة استطلاعية من وجهة نظر الموظفين بالوكالات البنكية لولاية أم البواقي، مجلة البحوث الاقتصادية والمالية، العدد2، الجزائر، ديسمبر 2010، ص57.

⁴ - حميزي سيد أحمد، تحديث وسائل الدفع كعنصر لتأهيل النظام المصرفي الجزائري، مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماجستير (غير منشورة)، تخصص التحليل الاقتصادي، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، 2002، ص14.

➤ إن وسائل الدفع الإلكترونية الحديثة حسب اللجنة الأوروبية هي "عبارة عن قيمة مخزنة إلكترونياً على حامل إلكتروني مثل بطاقة ذات رقاقة أو ذاكرة حاسوب، تصدر مقابل إيداع مبلغ مالي قيمته لا تقل عن القيمة النقدية الصادرة، يتم قبولها كوسيلة دفع من قبل كل المؤسسات مع تلك المصدر لها، وتكون تحت تصرف مستعمليها كبديل إلكتروني للقطع والأوراق النقدية.¹

من خلال التعريفات السابقة سنحاول إعطاء تعريف شامل لنظام الدفع الإلكتروني: " مجموعة من الوسائل والتقنيات الإلكترونية التي تسمح بتحويل الأموال بشكل مستمر وآمن وذلك لتسديد دين ما على السلع والخدمات بصفة تلغي التعامل النقدي بين المدين والدائن".

المطلب الثاني: الأبعاد الاقتصادية لنظام الدفع الإلكتروني

يخلق الاعتماد على وسائل الدفع الإلكترونية كأداة دفع في التعاملات المالية سواء عمليات الشراء أو البيع عبر الانترنت أبعاداً تتعكس على الاقتصاد ككل وكذا على كل المؤسسات المصدر (البنك) وعلى المنشآت التجارية والخدماتية، والتي سنلخصها في الجدول التالي:

الجدول (01-01): يمثل الأبعاد الاقتصادية لأنظمة الدفع الإلكترونية

على مستوى البنوك	على مستوى العملاء	على مستوى المنشآت التجارية والخدمية:
-تساهم بشكل فعال في تقليص عمليات الصندوق وتخفيض كلفة التسيير.	-تحسين التصرف في الموارد بالنسبة للخواص والمنشآت التجارية على حد سواء.	-تأمين الصفقات من جراء التأمين البنكي المتصل بالبطاقة.
-تحسين نوعية الخدمات الإنتاجية والبنكية.	-تعزيز التدابير الأمنية وبالتالي تحسين استعمال الموارد.	-تخفيض الرصيد لدى التجار مما يعزز التدابير الأمنية.
-تنويع المنتجات البنكية وتأمين وفاء العملاء.	-توفير سيولة دائمة.	-تنمية حجم المعاملات.
-تطوير خدمات الاستشارة لصالح العملاء.		-إرساء الثقة وتأمين الوفاء بين المتعاملين.

المصدر: شنيبي حنان، كمال وليدة، أثر وسائل الدفع الحديثة في تطوير الخدمات المصرفية -دراسة حالة بنك التنمية المحلية وكالة جيجل، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات الحصول على شهادة ماستر في العلوم الاقتصادية (غير منشورة)، تخصص نفود ومالية، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد الصديق بن يحيى - جيجل، 2013-2014، ص45.

¹ - زينب عوض الله، أسامة محمد النولي، أساسيات الاقتصاد النقدي، لبنان، 2003، ص26.

ومن جهة أخرى نجد أن الأبعاد الاقتصادية لأنظمة الدفع الإلكترونية تتفرد بها على غرار الأنظمة التقليدية ونذكر منها:¹

- تنمية معايير ومقاييس المدفوعات التي تعتبر شرطا سبقا لتحديث المدفوعات صغيرة الحجم.
- تحديث نظام المعلومات الخاصة ببنك الجزائر كمكمل ضروري وداعم لأنظمة الدفع ومعالجة السياسة النقدية.
- دعم الهياكل الأساسية للاتصال الإلكتروني بين بنك المركزي والمقر الاجتماعي لكل بنك.
- تسهيل الشبكة الخاصة ببنك انتقال المبادلات ومعالجة عمليات الدفع من أولها إلى آخرها ويتعلق الأمر بإنشاء نظام موثوق به ومؤمن للإرسال.
- وضع هياكل أساسية تسمح بتحسين فعالية العمليات بين البنوك والسوق المالية.
- تخفيض النفقات التي يتحملها البنك يجعل تكلفته إنشاء موقع البنك عبر الانترنت لا تقارن بتكلفة إنشاء فرع جديد له وما يتطلبه من مباني وأجهزة كفاءة إدارية، إضافة إلى تسويق خدماته من موقعه على الانترنت يساعده على امتلاك ميزة تنافسية وتعزز مكانته التنافسية وتؤهله إلى مستوى المعاملات التجارية والمالية.
- تساهم الانترنت في التعريف بالبنوك والترويج للخدمات البنكية بشكل إعلامي وهو ما تحسن من جودة الخدمات البنكية المقدمة.

ومن خلال النقاط التي تم ذكرها نستنتج أن أنظمة الدفع الإلكترونية تساهم بشكل كبير في جذب العملاء وتحسين من جودة الخدمات البنكية.

المطلب الثالث: خصائص وأهمية أنظمة الدفع الإلكترونية

تتميز أنظمة الدفع الإلكترونية بعد خصائص ومميزات تميزها على أنظمة الدفع التقليدية والتي تجعل لها أهمية كبيرة في المنظومة البنكية ونذكر منها:

أولاً- خصائص أنظمة الدفع الإلكترونية: تتميز أنظمة الدفع بعد خصائص نذكر منها:²

¹- عابدة عبير بلعبيدي، واقع تحديث أنظمة الدفع في الجزائر وأثرها على المنظومة المصرفية الجزائرية، مجلة اقتصادية، مخبر مالية وإدارة أعمال، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير جامعة محمد خيضر بسكرة الجزائر ، ص 317.

²- زهير زواش ، مرجع سابق ، ص 06.

1- البساطة والوضوح: تكون القواعد والإجراءات المعمول بها واضحة وغير معقدة وسهلة الفهم والممارسة من جميع المتعاملين.

2- المرونة: وهي قدرة نظام الدفع على التكيف والاستجابة للتغيرات سواء كانت راجعة إلى تطور في سلوك الوحدات (الأفراد والمؤسسات) ومجال وسائل الدفع وقنوات الاتصال أو القوانين والتنظيمات.

3- السرعة: وهي إجراء الدفع في أقل زمن حقيقي ممكن.

4- الأمان: يتعلق الأمر هنا أساسا بأمان وسائل الدفع والطرق المستعملة، فكلما ساد الأمن في الطرق والوسائل المعتمدة في الدفع، كلما سادت الثقة بين المتعاملين.

✓ ومن جهة أخرى يرى بعض الباحثين أن خصائص أنظمة الدفع كالتالي:¹

- يتسم نظام الدفع الالكتروني بالطبيعة الدولية، أي أنها وسيلة مقبولة من جميع الدول حيث يتم استخدامها لتسوية الحسابات في المعاملات التي تتم عبر الفضاء الالكتروني بين المستخدمين في كل أنحاء العالم.
 - يتم الدفع من خلال استخدام النقود الالكترونية: وهي قيمة نقدية تتضمنها بطاقة بها ذاكرة رقمية أو ذاكرة رئيسية للبنك التي تهيمن على إدارة عملية التبادل.
 - يستخدم أسلوب لتسوية المعاملات الالكترونية عن بعد، حيث يتم إبرام العقد بين متباعدين فيفي المكان ويتم الدفع عبر شبكة الانترنت أي من خلال مسافات تتبادل المعلومات الالكترونية بفضل وسائل الاتصال اللاسلكية.
 - يتم إعطاء أمر الدفع وفق لمعطيات الكترونية تسمح بالاتصال المباشر بين طرفي العقد.
- ومن هذه النقاط نستنتج أن أنظمة الدفع الالكترونية تتنوع في خصائصها والتي تعمل على تطوير وتحسين من الجودة الخدمات البنكية.

ثانيا - أهمية أنظمة الدفع الالكترونية

تتمثل أهمية أنظمة الدفع الالكترونية فيما يلي:²

1- تسهيل العمليات الحسابية المعقدة واختصار الجهد.

¹ - حورية حنان، دور الصيرفة الالكترونية في تحسين جودة الخدمات المصرفية-دراسة حالة بنك القرض الشعبي الجزائري وكالة عين مليلة، مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات نيل شهادة الماستر الأكاديمي علوم اقتصادية ، تخصص: مالية وبنوك، (غير منشورة)، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة العربي بن مهيدي -ولاية أم البواقي، 2012-2013، ص32.

² - عبد الرحيم وهيب، إحلال وسائل الدفع المصرفية التقليدية بالالكترونية- دراسة حالة الجزائر، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في علوم التسيير فرع نقود ومالية، جامعة الجزائر ، 2004-2005 ، ص30.

- 2- تفادي حوادث السرقة والضياع للأموال.
- 3- السرعة والبساطة والسير في انجاز التعاملات الخاصة بالسلع والخدمات.
- 4- إمكانية الوصول إلى مختلف الأسواق ومختلف أنواع المشتريات على امتداد العالم كله.
- 5- تمكين الشركات من تنظيم عملياتها المالية والإنتاجية والإدارية بمرونة كبيرة وبكفاءة أعلى.
- 6- طبيعة التجارة الالكترونية أدى إلى ظهور تعاملات عبر شبكة الانترنت ك عقود الالكترونية.
- 7- تمكن العميل بالوفاء بمقابل السلعة والخدمات بطرق الالكترونية تسمح بتوفير الوقت والجهد.
- 8- عدم توافق أساليب الدفع التقليدية مع التطورات الالكترونية.
- 9- التطورات التي مست البنوك مما أدى إلى ظهور وسائل حديثة لتسهيل قيامها بعملياتها التقليدية.

وكل هذا وأكثر جعل البنوك تسارع للعمل بأسلوب أنظمة الدفع الالكترونية وذلك لتنافس وتواكب التطور التكنولوجي.

المطلب الرابع: تقييم أنظمة الدفع الالكترونية

لقد ظهرت وسائل الدفع الالكترونية كنتيجة للتطور التكنولوجي، فبدأت الآراء تتضارب حول إمكانية إحلالها محل الوسائل التقليدية، وبالمقابل كانت هناك وسائل أخرى ترجع عدم اختفائها في ظل تلك الوسائل الحديثة لكن في ظل تلك الآراء هنا حقيقة وهي أن وسائل الدفع الالكترونية حققت مزايا لم تتمكن التقليدية من تحقيقها، حيث جردت وسائل الدفع التقليدية من طابعها المادي أو الورقي والاعتماد على الالكترونيات.¹

أولاً- إيجابيات ومزايا وسائل الدفع الالكترونية: الجدول التالي يلخص إيجابيات ومزايا وسائل الدفع الالكترونية

¹ مفتاح صالح، معارفي فريدة، البنوك الالكترونية، المؤتمر العلمي الخامس كلية العلوم الإدارية والمالية، جامعة فيلادلفيا، 2014، ص08.

الجدول رقم (01-02): يمثل ايجابيات ومزايا وسائل الدفع الالكترونية

بالنسبة لمصدرها	بالنسبة لتاجر	بالنسبة لحاملها
<p>- تعتبر الفوائد والرسوم والغرامات من الأرباح التي تحققها البنوك والمؤسسات المالية.</p> <p>- وسيلة دفع آلية تتم التعاملات فيها بصفة أوتوماتيكية عن طريق نقل المعلومات آليا.</p> <p>- إمكانية الخطأ ضئيلة.</p> <p>- زيادة مداخيل البنك من خلال رسوم إصدار البطاقة وكذا التعامل بها.</p> <p>- التقليل من تكاليف نقل النقود، عدها، تداولها، حيث أنها عمليات مكلفة للبنك بغض النظر عن المخاطر الناجمة عنها.</p>	<p>- تعد أقوى ضمان لحقوق البائع لسداد قيم مبيعاته وذلك بطريقة آلية ومباشرة، وفي حسابه البنكي.</p> <p>- تساهم في زيادة المبيعات.</p> <p>- إزاحت عبء متابعة ديون العملاء طالما أن العبء يقع على عاتق البنك والشركات المصدرة.</p> <p>- جذب عدد أكبر من العملاء.</p> <p>- توسع نشاط التجاري.</p> <p>- الأمن والأمان في التعاملات التجارية التي يقوم بها مع زبائنه دون الخوف من السرقة أو السطو أو النقود المزورة.</p> <p>- السرعة والسهولة والملائمة في القيام بالعمليات التجارية مع العملاء.</p>	<p>- سهولة ومرونة وسرعة الاستخدام البطاقات.</p> <p>- منح الأمان بدل حمل النقود الورقية لتفادي السرقة والضياع.</p> <p>- تتيح له فرصة الحصول على الائتمان المجاني لفترات محددة.</p> <p>- تمكنه من إتمام صفقاته فوراً بمجرد ذكر رقم البطاقة.</p> <p>- إمكانية استخدام البطاقة 24 سا/24 سا.</p> <p>- إمكانية استخدام البطاقة في أي مكان يتم فيه قبول هذه البطاقات.</p> <p>- الأمان في التعامل بالبطاقة وهذا راجع لارتباط البطاقة برمز سري خاص بها يتم إدخاله في كل عملية يتم القيام بها، ولا يمكن لأي عملية سحب أو دفع بدونه.</p> <p>- الفعالية في التعامل بالبطاقة، كونها تحد من مخاطر السرقة والضياع أو التزوير التي غالبا ما تحدث ولا يمكن كشفها بسرعة عند التعامل بالنقود، وغيرها من المزايا.</p>

المصدر: مفتاح صالح، معارفي فريدة، البنوك الالكترونية، المؤتمر العلمي الخامس كلية العلوم الإدارية والمالية، جامعة فيلادلفيا، 2014، ص 08.

ثانيا: عيوب وسائل الدفع الالكترونية:

الجدول رقم (01-03): يمثل سلبيات وسائل الدفع الالكترونية

بالنسبة لحاملها	بالنسبة لتاجر	بالنسبة لمصدرها
<p>-زيادة الاقتراض والإنفاق بما يتجاوز القدرة المالية.</p> <p>-عدم سداد حامل البطاقة قيمتها في الوقت المحدد، مما يترتب عنه وضع اسمه في القائمة السوداء.</p> <p>-دفع رسوم مقابل عمليات السحب.</p> <p>في حالة سرقة البطاقة أو ضياعها مع الرمز السري يمكن للشارق أن يستخدم البطاقة بكل حرية في حالة عدم إلغاء البطاقة بسرعة من قبل حاملها.</p> <p>- وجوب تتبع الحسابات البنكية بصفة دائمة لتدارك الأخطاء التي قد تحدث أحيانا مثل الخصم المزدوج لقيم التعاملات.</p>	<p>- إن مجرد حدوث مخالفات من جانبه أو عدم التزامه بالشروط يجعل البنك يلغي التعامل معه ويضع اسمه في القائمة السوداء وهو ما يعني تكبد التاجر صعوبات جمة في نشاط التجاري.</p> <p>-دفع التاجر لرسوم مقابل كل تسديد بالبطاقة تتم على مستوى نهائيا الدفع الإلكتروني الخاص به.</p> <p>-إمكانية حدوث إعطاب في الخطوط الهاتفية أو الربط مع البنك مما يوقف عمليات الدفع على مستوى جهاز TPE وغيرها من العيوب.</p>	<p>أهم خطر يواجه مصدرها هو مدى سداد حاملي البطاقات للديون المستحقة عليهم.</p> <p>-تحمل البنك المصدر نفقات ضياع البطاقات .</p> <p>- كونه استثمار مكلف جدا للبنك حيث يتطلب تجهيزات ضخمة ومطلقة كالموزع الآلي للأوراق النقدية وبالتالي لا يمكن استرجاع الأموال إلا على المدى الطويل.</p> <p>- خسائر القرصنة والتزوير، حيث يكون البنك مجبرا على تعويض العمليات التي تمت ببطاقات مزورة ولا يمكنه استرجاع الأموال الضائعة.</p>

المصدر: مفتاح صالح، معارفي فريدة، البنوك الالكترونية، المؤتمر العلمي الخامس كلية العلوم الإدارية والمالية جامعة فيلادلفيا، 2014، ص08.

ثالثا: آلية عمل البطاقات البنكية

يوحي المظهر الخارجي لبطاقة الوفاء ببساطتها وسهولة استعمالها، إلا أن الحقيقة غير ذلك، فقد بلغت درجة من التعقيد تجعل استعمالها مرهونا بضرورة تزويد التجار بالتجهيزات اللازمة والقادرة على ترجمة المعلومات المشار إليها بواسطة رموز في البطاقة، حتى يتسنى لها أن تؤدي الوظيفة التي وجدت من أجلها وهي الوفاء.¹

¹ - واد يوسف، النظام القانوني للدفع الالكتروني، مذكرة ماجستير (غير منشورة)، كلية الحقوق، فرع قانون التعاون الدولي، جامعة تيزي وزو، 2011، ص87.

إن عملية تحويل ثمن البضائع والخدمات من حساب حامل البطاقة المشتري أو العميل إلى حساب التاجر البائع يتم بإحدى الطريقتين:

1- الطريقة المباشرة (on line):¹

تتم عملية الدفع في هذه الحالة في نفس لحظة حصول المشتري على السلع أو الخدمات المطلوبة، وتقديم بطاقته إلى التاجر المعني، الذي يمرر البطاقة في جهاز نهاية الوفاء الإلكتروني من أجل قراءة البيانات المدمجة على شريط المغنط، مع إدخال الرقم السري فإذا كانت هذه البيانات صحيحة يدخل التاجر مبلغ العملية.

ويكون التاجر على اتصال مع الجهة التي تتعهد بالدفع، أي البنك المصدر، تصله رسالة بكفاية لرصيد لإجراء عملية الدفع، وذلك بعد مطابقة الأرصدة فيتم الوفاء بثمن المشتريات بتحويل المبلغ من حساب المدين إلى حساب الدائن مباشرة عن طريق عمليات حسابية، فيكون هذا الأمر بمثابة دفع فوري، لأن تسوية الديون تتم مباشرة لحظة إجراء الصفقة، توفر هذه البطاقات أعلى درجة من ضمان الوفاء للتاجر.

وما تجدر الإشارة إليه في هذا المقام أن مثل هذه الأجهزة أصبحت مرتبطة في أغلب دول العالم بحساب العميل مباشرة لدى البنك، والوسيلة الأساسية لدخول العميل لحسابه والتمكين عن سحب وتحويل المبلغ الذي يريد الشراء به حساب التاجر وتتمثل في تقنية حديثة عبارة عن جهاز مرتبط بجهاز التحويل، يسمى بجهاز الرقم السري، حيث يقدم التاجر هذا الجهاز للعميل، فيقوم هذا الأخير بإدخال رقمه السري، حتى يتمكن جهاز التحويل من الارتباط التام مع حاسوب البنك، وتتم مطابقة البيانات والأرصدة.

2- الطريقة غير المباشرة (off line):²

هذه الطريقة هو الاستناد إلى المعطيات والمعلومات المتعلقة بحامل البطاقة المغنطة المعبأة على الشريحة، إذ يكون ذلك في حالة عدم وجود اتصال مباشر عبر شبكة الحواسيب بين التاجر والجهة المصدرة التي تتولى عملية الدفع في هذه الحالة، بتقديم الحامل بطاقته للتاجر الذي يقوم على فاتورة من عدة نسخ (3 نسخ عادة) وهي البيانات البارزة على البطاقة.

أما البيانات المضغوطة فيتولى جهاز نهاية الوفاء الإلكتروني قراءتها، ليثبت مبلغ الصفقة على الفاتورة ليقوم بعد ذلك حامل البطاقة بالتوقيع على هذه النسخ الثلاث للفاتورة، إقراراً منه بصحة

¹ - واقد يوسف، مرجع سابق، ص 88.

² - المرجع السابق، ص 89.

المعلومات الواردة فيها، بحيث ترسل النسخة الأصلية إلى الجهة السداد، بينما يحتفظ كل من التاجر والمشتري بالنسختين المتبقيتين فلا تتم عملية التحويل مباشرة في لحظة الشراء، إنما بعد تلقي البنك الفواتير فتقوم الجهة المصدرة بالدفع للتاجر عن طريق قيد المبلغ في الجانب الدائن من حسابه، وقيد في الجانب المدين من حساب حامل البطاقة.

من خلال هذا المبحث يتبين لنا أن أنظمة الدفع الإلكترونية من الأساليب الجديدة التي تعتمد عليها البنوك لجذب عدد كبير من العملاء، والتي سنتعرف على طريقة استقطاب العملاء من خلال الخدمات المقدمة من طرفها لتسهيل أعمالها.

المبحث الثاني: الأطراف المتعلقة بعملية الدفع

تتشارك أنظمة الدفع الإلكترونية في أنها وسيلة لانتقال النقود من شخص إلى آخر، ومجموعة لشخص آخر أو لمجموعة أخرى عبر شبكة الانترنت دون الحاجة للتفاعل وجها لوجه، وعلى اختلاف هذه النظم تجد أنها تحتوي جميعها على أربعة عناصر، وتتداخل في هذه العملية في دورتها المتكاملة مجموعة من الأطراف وهي:

المطلب الأول: المنظمات المسؤولة عن إصدار البطاقات البنكية

1- بطاقة فيزا الدولية **Visa Card International**:¹ مقرها لوس أنجلوس بولاية كاليفورنيا بالولايات المتحدة الأمريكية، تعد أكبر شركة دولية في إصدار البطاقات الائتمانية، يعود تاريخ إنشائها إلى عام 1958، ومع بداية 1981 قامت هذه الشبكة بإعادة هيكلة نفسها، حيث أصبحت تسمى فيزا العالمية **Visa International**، وهي شركة متعددة الجنسيات (تجمع أكثر من 21 مؤسسة مالية) متعاقدة حالياً مع حوالي 2100 هيئة مالية داخل 150 دولة في العالم، وتستحوذ لوحدها على حوالي 44% من سوق بطاقات الائتمانية في الولايات المتحدة الأمريكية، كما تعد هذه البطاقات الأفضل على المستوى العالمي.

تمنح بطاقة فيزا العالمية تراخيص إصدار ثلاث أنواع من بطاقتها وهي:

¹ - حواف عبد الصمد، النظام القانوني لوسائل الدفع الإلكترونية، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة أبو بكر بلقايد، تلمسان، 2014-2015، ص 26.

- **بطاقة الفيزا الفضية:** وهي ذات حدود ائتمانية (إقراض) منخفضة نسبياً، تمنح لأغلب العملاء عند انطباق الحد الأدنى من المتطلبات عليه، توفر هذه البطاقة جميع أنواع الخدمات المتوفرة من قبل منظمة الفيزا كالسحب النقدي من البنوك، أو أجهزة الصراف الآلي، أو الشراء من التجار.
 - **بطاقة فيزا الذهبية:** وهي ذات حدود ائتمانية (إقراض) عالية وتمنح العملاء إضافة إلى الخدمات المتوفرة للبطاقة السابقة تأميناً على الحياة، وخدمات أخرى دولية فريدة كأولوية الحجز في مكاتب السفر، الفنادق، والتأمين الصحي، والخدمات القانونية.
 - **بطاقة فيزا إلكترون:** وتستخدم في أجهزة الصرف الآلي الدولية أو في الأجهزة القارئة للشريط المغناطيسي، وهذا النوع هو الذي يميز شركة الفيزا عن بقية الشركات المانحة، إذ تمكن المستهلكين باستخدام الدفع من حساباتهم دون الحاجة إلى حمل مبالغ مالية نقدية، إضافة إلى سحب مبالغ النقدية من أجهزة الصرف الآلي في جميع أنحاء العالم بشكل آمن ومريح وبعيدا عن أي إجراءات معقدة.
- 2- **ماستر كارد Master Card International :** ومركزها سانت لويس بولاية نيويورك الولايات المتحدة الأمريكية، وهي ثاني أكبر شركة دولية في إصدار البطاقات الائتمانية من حيث الانتشار بعد فيزا، وهي الوحيدة التي يمكنها أن تتنافسها، لكنها تتفوق على هذه الأخيرة بالتقنيات العالية، تمارس نشاطها في جميع أنحاء العالم، وتعتمد في عملها على الشبكات الوطنية للبنوك أو الشبكات المحلية لمجموعة من الدول، بطاقتها مقبولة لدى أكثر من 9.4 مليون محل تجاري، استخدمت لتسوية معاملات بلغت أكثر من 200 مليون دولار، وشركة ماستر Master الراعية ببطاقات Master Card هي شركة مساهمة مغلقة تقوم بمنح تراخيص للبنوك لإصدار بطاقات تحمل شعارها وتمنح بطاقة ماستر كارد تراخيص إصدار ثلاثة أنواع من بطاقتها وهي:¹
- **بطاقة ماستر كارد إلكترون المحلية:** وهي ذات حدود ائتمانية (إقراض) منخفضة .
 - **بطاقة ماستر كارد الفضية:** وهي ذات حدود ائتمانية (إقراض) منخفضة نسبياً تمنح لأغلب العملاء، عند انطباق الحد الأدنى من المتطلبات عليهم، توفر هذه البطاقة جميع أنواع الخدمات المتوفرة من قبل منظمة الفيزا كالسحب النقدي من البنوك، أو أجهزة الصراف الآلي، أو الشراء من التاجر

¹ - حواف عيد الصمد، مرجع السابق، ص30.

- بطاقة ماستر كارد الذهبية: وهي ذات حدود ائتمانية (إقراض) عالية وتمنح العملاء إضافة إلى الخدمات المتوفرة للبطاقة السابقة تأميناً على الحياة، وخدمات أخرى دولية كأولوية الحجز في مكاتب السفر والفنادق والتأمين الصحي والخدمات القانونية.

المطلب الثاني: البنك.¹

هو مؤسسة مالية التي تقوم بالترويج لاستخدام البطاقة من قبل أصحاب التجار والخدمات، وهي الجهة التي تتولى التعاقد معهم لتحويلهم بقبول البطاقة أينما كان مصدرها ومن أي بلد في العالم، كما تقدم لهم الأجهزة اللازمة وكل ما يحتاجونه من بيانات ومعلومات.

وبناء على هذا التعاقد يقوم البنك التاجر بدفع فواتير البيع للتجار ومتابعة تحصيلها من البنك المصدرة للبطاقة مقابل عمولة مقررّة متفق عليها بين الطرفين (البنك التاجر والتاجر الذي يقبل باستخدام البطاقة)، وبطبيعة الحال يقوم البنك التاجر بهذه المهمة بعد اعتماده رسمياً من قبل المنظمة العالمية كبنك تاجر، وقد يكون البنك التاجر بنك مصدراً في الوقت نفسه.

يقوم البنك بإصدار البطاقات البنكية للعملاء بناء على طلبهم ومقابل رسم اشتراك سونوي يدفعه العميل، وتكون صلاحية هذه البطاقات عادة لمدة سنة واحدة أو سنتين من تاريخ الإصدار، وتجديد تلقائياً بناء على رغبة العميل، وعليه فإن المبالغ التي يحصل عليها المصدر من عملية حامل البطاقة وهي التالية:

- الرسوم العضوية: يحصل هذا الرسم مرة واحدة عند الموافقة على طلب العميل للحصول على البطاقة أول مرة.
- الرسوم التجديد: يحصل هذا الرسم عند تجديد صلاحية البطاقة وإصدار أخرى للعميل بدلا عنها بعد انتهاء مدتها المقررة سابقاً (سنة واحدة أو سنتين).
- رسوم الاستبدال: يحصل هذا الرسم عند ضياع البطاقة من حاملها أو تلفها أو سرقتها، فيصدر البنك بدلا عنها عند إبلاغه بذلك.

ويقوم البنك المصدر للبطاقة بدفع المبالغ المطلوبة من عملاءه من قبل البنك التاجر بالدولار، ثم يقوم هذا البنك بتحصيل المبالغ التي دفعها إلى البنك التاجر من عملائه حاملي البطاقات بعد تحويلها إلى العملة المحلية التي يتعامل بها عملاءه أصحاب البطاقات، وقد يتم هذا بخصم المبالغ المستحقة عليهم ومطالباتهم بسدادها.

¹ - حواف عبد الصمد، المرجع السابق، ص 33

- العلاقة بين البنك المصدر والبنوك الأخرى: تنشأ علاقات معينة بين البنك المصدر للبطاقة مع البنك الأخرى الأعضاء في الحالتين التاليتين:
- تبادل الحركات المالية لتسوية الحسابات:¹ تنشأ هذه العلاقة في الحالات التالية:
- ✓ عند إرسال البنك التاجر إلى البنك المصدر بيانات قسيمة البيع عن طريق المنظمة العالمية، وتزويده بمعلومات مفصلة عند العملية من حيث تاريخها ومكانها وقيمتها، وذلك لتسوية الحسابات وتحصيل المبالغ المطلوب، ويطلق على هذه العمليات Inter change.
- ✓ عند إرسال البنك التاجر بيانات قسيمة السحب النقدي لمطالبة البنك المصدر بتسوية الحسابات نتيجة استخدام عميله للبطاقة في السحب النقدي من فرع من فروع البنك التاجر أو بواسطة أجهزة الصراف الآلي التابعة له.
- ✓ في حالة تسوية مردودات المشتريات، وذلك بإرسال البنك التاجر بيانات قسيمة الدفع Crédit Voucher التي حررها التاجر لحامل البطاقة بقيمة البضاعة المرتجعة لخصمها من قسيمة البيع الأصلية.
- ✓ وفي كل هذه الحالات، يتم تحصيل قسيمة القسيمة من بنك المصدر لصالح البنك التاجر من خلال نظام يسمى* BASE II حيث يخصم ما يعادل المبالغ بالدولار من حساب البنك المصدر ويودع في حساب البنك التاجر. وهذا النظام التابع للمنظمة العالمية هو متخصص في إجراءات عملية التسوية والتفاس اليومية بين مختلف البنوك الأعضاء بصورة عالية الدقة والكفاءة.
- ✓ وإذا لم يعترف البنك التاجر بالمطالبة للمرة الثانية فلا يستطيع الرجوع إلى البنك المصدر صاحب المطالبة، بل يلجأ إلى التحكيم من خلال المنظمة العالمية التي تبحث المشكلة وتصل إلى الحل المناسب مع الأطراف المعنية.
- وفيما يلي بعض الحالات التي تتم المطالبة بناء على طلب العميل نفسه أو بناء على اكتشاف البنك المصدر للبطاقة خطأ ما في عملية مالية.

- تسجيل المبلغ وخصمه أكبر من القيمة الحقيقية لعملية الشراء أو السحب.
- تسجيل الحركة المالية التي قام بها العميل مرتين بالخطأ أو عن قصد من قبل التاجر.

¹ - المرجع السابق، ص 40

*- تعريف BASE II : شبكة تكنولوجيا المعلومات التي تديرها الولايات المتحدة الأمريكية فيزا للمقاصة وتسوية المعاملات المصرفية بين بطاقة البنوك التجارية والشركات المصدرة لبطاقات، هذا النظام يوفر حسابا صافي التسوية اليومية بين المؤسسات الأعضاء في فيزا تجهيز البيانات الأخرى عن طريق شبكة فيزا.

- التلاعب بعملية ما نتيجة نية سابقة للعميل بالشراء وعدل عنها فيما بعد، إلا أن التاجر قام بتثبيتها وكأنها تمت بالفعل.
- ورود حركات مالية وهمية لم يقيم العميل بتنفيذها أصلاً، وخاصة إذا ضاعت منه البطاقة.
- ❖ **دور التعامل بالبطاقة في حالة الشراء من التاجر:**¹ توضح الخطوات التالية الدورة الكاملة للتعامل بالبطاقة في حال شراء حامل شراء حامل البطاقة سلعة من تاجر:
 - 1- يصدر بطاقة للعميل (حامل البطاقة) وفق حدود استخدام شهرية محددة.
 - 2- حامل البطاقة يستخدم بطاقته في الشراء لدى التاجر ويحصل على قسيمة بيع بمبلغ العملية الفعلي.
 - 3- يقوم التاجر بإيداع قسيمة البيع في حساب لدى البنك التاجر، ويتم دفع المبلغ إليه مباشرة، مخصوماً منه عمولة البنك التاجر المتفق عليها فيما بينهما.
 - 4- ترسل إلى "فيزا" من خلال النظام الالكتروني المتبع جميع الحركات المالية التي تم احتسابها لصالح التاجر من خلال العمليات التبادلية ويتم التقاص في اليوم نفسه.
 - 5- يتم تحصيل قيمة القسيمة من البنك المصدر لصالح البنك التاجر من خلال نظام (BASE II) حيث يخصم المبلغ من حساب البنك المصدر ويودع في حساب البنك التاجر، وعند استلام الحركات المالية للبنك المصدر بالتفصيل تخصم المبالغ من الحسابات العملاء مع احتساب العمولة على مبالغ مشترياتهم وذلك لصالح البنك نفسه لتسوية مدفوعاته.
- **المطالبة وإعادة المطالبة الناتجة عن الأخطاء في قيد العملية:**² تنشأ العلاقة بين البنوك الأعضاء عند المطالبة وإعادة المطالبة الناتجة عن الأخطاء في قيد العملية المالية، والتزوير والاحتيال وما إلى ذلك من الأمور....، فهي تكون نتيجة خطأ معين بمبلغ عملية الشراء أو السحب أو عدم اعتراف العميل بالعملية كلها.

فبناءً على طلب العميل حامل البطاقة بالمبلغ الذي سبق دفعه بالكامل أو جزء منه نتيجة فواتير البيع أو السحب النقدي، يقوم البنك المصدر حينئذ بمطالبة البنك التاجر عن طريق المنظمة العالمية، ويتصل البنك التاجر بدوره بعميله التاجر وهكذا، وتسمى عملية المطالبة هذه التي يقوم بها أحد البنوك الأعضاء في بعملية **Charge Back**.

¹ - المرجع السابق، ص 41

² - المرجع السابق، ص 42

أما عند خطأ البنك التاجر على سبيل المثال وتسجيله لعملية ما مرتين بالخطأ ثم اكتشافه للأمر بنفسه، فإنه يقوم في هذه الحالة بعكس القيد دون إشعار أو مطالبة هذه العملية Reveraul، وإذا لم يكتشف الخطأ بل بقيت العملية وتم تسجيلها على البنك المصدر الذي بدوره اكتشف هذا الخطأ إما بنفسه أو من قبل عمليه حامل البطاقة، فيقوم في هذه الحالة بالمطالبة بالمبلغ الإضافي ليعاد إليه حتى يستطيع إعادة تسجيله لعملية.

وهنا من الممكن إن يرفض البنك التاجر هذه المطالبة ولا يعترف بها، ويقوم بإثبات هذا الرفض بعملية يطلق عليها représentation التي تصل إلى البنك التاجر صاحب المطالبة.

وفي هذه الحالة إما أن يقبل البنك عدم الاعتراف بمطالبته بالمبلغ ويفتتح بالأدلة وبالتالي يقنع عمليه، أو يعيد المطالبة مرة أخرى وتسمى العملية حينئذ Back Second Charge .

المطلب الثالث: حامل البطاقة

وهو الشخص الذي يحصل على البطاقة من البنك المصدر لاستخدامه الشخصي لها كوسيلة دفع، مقابل الحصول على السلع والخدمات أو إتمام الصفقات التجارية والحصول على احتياجاته النقدية من البنوك المصرح لها بالتعامل، أو من خلال آلات الصراف الآلي (ATM) بدلا من مخاطر حمل النقود، ويتم الحصول على هذه البطاقة عن طريق التعاقد مع البنك المصدر لها وفق شروط مبرمة في العقد، ولا يقوم البنك بإصدارها إلا بعد دراسة طلب العميل أو بعد التأكد من وجود الضمانات الكافية التي تتناسب مع السقف الائتماني المصرح للبطاقة.¹

وبتعريف آخر هو الشخص أو الأشخاص الذين حصلوا على البطاقة بناء على طلب تم تقديمه للمصدر ووافق على منحهم إياها، لتمكنهم من الشراء بواسطتها أو الحصول على الخدمات وكذلك تمكنهم من السحب النقدي من الصراف الآلي باستخدام البطاقة الممنوحة لهم من طرف المصدر.

هو الشخص الذي صدرت البطاقة باسمه أو خول باستخدامها وأخذ على نفسه الالتزام أمام مدر البطاقة الوفاء بكل الواجبات التي تنشأ عن استعمال البطاقة.

¹ - المرجع السابق، ص 43

حيث تحقق له البطاقة عدم المخاطرة بحمل مبالغ ضخمة من النقود لتلبية احتياجاته وعد دفع قيمة مشترياته من البضائع والخدمات التي تؤدي إليه فور حصوله على البضاعة أو الخدمة والاستفادة من تأجيل الوفاء إلى الموعد المحدد بالعقد، كما تمكنه من سحب النقود التي يحتاج إليها.

يتعرف حامل البطاقة على مكان قبول البطاقة من خلال ملصق يرمز إلى التعامل بنكيا، ويوضع الملصق على واجهة محل التاجر.

1- التزامات حامل البطاقة:

تترتب على عاتق حامل البطاقة البنكية تجاه الجهة المصدرة لها مجموعة من الالتزامات المنصوص عليها في العقد، بعضها يتعلق بالاعتبار الشخصي، والبعض الآخر متعلق بالاعتبار المالي:

🚩 **الالتزامات المتعلقة بالاعتبار الشخصي الحامل للبطاقة:** ويمكن تقسيمها هي الأخرى إلى قسمين التزامات سابقة على التعاقد، وأخرى لاحقة له، أي بعد التوقيع على عقد الانضمام، بالإضافة إلى بعض الالتزامات العامة في العقود.¹

➤ **الالتزامات السابقة على التعاقد:**² فهي على الخصوص الالتزام بالإعلام مصدر البطاقة، حيث إن أول ما يقوم به الحامل هو ملء طلب الاشتراك في نظام الوفاء بالبطاقة، والذي يتضمن عادة بيانات شخصية عن الحامل موارده المالية، وجميع العناصر اللازمة لتحديد هويته.

وهذه العناصر تختلف في حالة طلب البطاقة بواسطة أحد الأفراد الطبيعيين عنها في حالة طلب البطاقة من قبل أحد الأشخاص المعنوية باسم أحد ممثليه، ففي حالة طلب البطاقة بواسطة أحد الأفراد الطبيعيين لاستعماله الشخصي، يجب أن يفصح هذا الفرد عن اسمه، ونسبه وعنوانه كاملا، وموطنه وجنسيته، ووضعيته المهنية وتوقيعه وبصفة عامة جميع المعلومات التي تهم مصدر البطاقة عند إبرام العقد مع توقيع مالك الحساب عند اختلافه عن طالب البطاقة مسبقا بعبارة "قرأ أو اعتمد".

أما في حالة طلب البطاقة من قبل أحد الأشخاص المعنوية فيجب ذكر الاسم التجاري للشخص المعنوي ومقره الاجتماعي مع ذكر اسم ولقب حامل البطاقة وعنوانه كاملا، وموقع الحامل في التدرج الوظيفي داخل الشخص المعنوي، كما أنه من الممكن أن يرد اسم الشخص المعنوي على البطاقة إذا رغب في ذلك وأخيرا توقيع كل من حامل البطاقة والممثل القانوني للشخص المعنوي وعليه فإن تعبئة طلب الحصول على البطاقة وتوقيع

¹ - محمد مؤمن، أحكام ووسائل الأداء والائتمان في القانون المغربي، الوراق الوطنية، ط1، 2013، ص473.

² - البطاقات البنكية في التشريع المغربي - بطاقة الأداء نموذجاً - مجلة مغرب القانون، 12 أبريل 2018، تاريخ الاطلاع: 18 مارس 2019، 30: 20

العميل عليها لا يبرم العقد تلقائياً، بل إن البنك مصدر البطاقة مقيد دائماً بنتيجة فحص طلب العميل ودراسته من جميع الوجوه، سواء من ناحية ملائمة وقدرته المالية، ومركزه الاجتماعي، فالبنوك تحتاط غالباً بأن يكون للعميل طالب البطاقة حساب مصرفي لديها ولها في ذلك حرية انتقاء الزبائن الذين تتعامل معهم، خاصة وأن المعاملات البنكية تقوم على الاعتبار الشخصي.

وإذا كان الأصل أن العميل حامل البطاقة البنكية غير ملزم بتقديم أي معلومات لا يطلبها البنك، فإنه يجب أن يكون صادقاً فيها، وإلا جاز البنك طالب إبطال العقد للغلط أو للتدليس بحسب الظروف طبقاً للقواعد العامة مع التعويض إن كان له محل.

➤ **التزامات الحامل بعد التعاقد يمكن إجمالها كالتالي:**¹ إن عقود الانخراط تنص على التزام صاحب البطاقة بإخطار مصدرها بكل ما من شأنه أن يؤدي إلى تعديل المعلومات المثبتة في العقد الابتدائي حول شخصية صاحب البطاقة خصوصاً تغيير محل الإقامة لما من أهمية في تسهيل الاتصال بين المصدر والحامل.

الالتزام بالاستعمال الشخصي للبطاقة البنكية، إذ أن جميع بطاقات الأداء تنص على أن البطاقة شخصية ولهذا فكل حامل بطاقة يتوفر على رقم سري خاص به وعليه فليس بإمكان الحامل تفويتها لغيره أو إعارتها وإن فعل ذلك سيكون مسؤولاً عن جميع النفقات التي قام بها حائز البطاقة كما أنه يتعرض للفسخ التقائي العقد المبرم بينه وبين مصدر البطاقة مع تحمله إصلاح الأضرار المترتبة عن هذا الاستعمال لأن الحامل في هذه الحالة يكون قد أخل بالتزاماته، ويجب على حامل البطاقة الالتزام بالإسراع إلى إخطار الجهة المصدرة في حالة ضياع أو سرقة البطاقة، هو من أهم الالتزامات التي تمليها عقود بطاقة لكونها الوسيلة الوقائية من الاستعمال غير المشروع للبطاقة من طرف الغير وعلى أن يتم الإبلاغ هاتفياً بوسيلة سريعة أو بأي طريقة أخرى وإلا تحمل المسؤولية عن الاستعمال غير المشروع للبطاقة من الحامل إلى البنك المصدر.

🇲🇦 **الالتزامات المرتبطة بالاعتبار المالي لحامل البطاقة:**² تقع على عاتق العميل عدة التزامات مالية كمقابل لاستعمال البطاقة أهمها:

¹ - البطاقات البنكية في التشريع المغربي - بطاقة الأداء نموذجاً - مجلة مغرب القانون، 12 أبريل 2018، تاريخ الاطلاع: 18 مارس 2019، 30: 20 <https://www.maroclaw.com>

² - البطاقات البنكية في التشريع المغربي - بطاقة الأداء نموذجاً - مجلة مغرب القانون، 12 أبريل 2018، تاريخ الاطلاع: 18 مارس 2019، 30: 20 <https://www.maroclaw.com>

- التزامه بتسديد جميع المبالغ المستحقة في ذمته نتيجة استخدام البطاقة إذ عليه دفع الاشتراك السنوي للبنك مصدر البطاقة، فاقتطاعه وتختلف قيمة هذا الاشتراك بحسب ما إذا كان استخدام تلك البطاقة على المستوى الوطني الداخلي أن على المستوى الدولي ويلتزم أيضا العميل حامل البطاقة بالتصرف في حدود المبلغ الذي وضعه البنك تحت تصرفه.

- أما عن طبيعة العلاقة بين المصدر والحامل فقد اختلف في تحديدها، فهنا من اعتبرها علاقة بين مقرض ومقترض في حالة السحب على المكشوف لأنه بالنظر إلى حالة وجود الرصيد لا تكون العلاقة قرضية، ومن جهة آخر يرى البعض آخرون على كفالة فيلتزم مصدر البطاقة بالسداد الفوري لكل دين ينشأ عن استخدامها، فهو كفيل بالمال لحاملها والعلاقة بينهما علاقة ضمان.

2- **التزامات البنك تجاه العميل:**¹ بالإضافة إلى التزام المصدر في أغلب الأحيان بأن يقدم للحامل ميزة إجراء سحب نقدي من أجهزة الصراف الآلي، فإن هناك مجموعة من الالتزامات تقع على عاتق الجهة المصدر للبطاقة البنكية تجاه حاملها وهي على الشكل التالي:

❖ **إصدار بطاقة لعميله وتسليمها له:** وهو التزام مستمد من الأحكام العامة للعقود، بعد أن يقوم البنك، قبل الموافقة على تسليمه البطاقة المطلوبة، بالتقصي عن طريق التحقق من مجموعة من البيانات للتعرف على العميل، سواء كان شخصا طبيعيا أو معنويا، فالبنك يتوفر على مجموعة من المعلومات عن عميله، لكن هذا الالتزام يبدو أكثر وضوحا عندما يتعلق الأمر بمنح ائتمان العميل، فقبل منح مثل هذا الائتمان يجب على البنك البحث والتقصي عن المركز المالي للعميل لمعرفة مدى ملائمته وقدرته على السداد.

ويتم التسليم عن طريق سحب البطاقة من الوكالة البنكية، وفي نفس الوقت يتم إرسال الرقم السري بشكل معزول عبر البريد.

❖ **المحافظة على البيانات السرية المتعلقة بالحامل:** يلتزم بالبنك بحماية الأسرار المعهودة إليه من طرف عملائه، ومنهم حامل البطاقة البنكية احتراما للثقة المتبادلة التي تشكل أساس العمل البنكي.

¹ - البطاقات البنكية في التشريع المغربي- بطاقة الأداء نموذجا- مجلة مغرب القانون، 12 أبريل 2018، تاريخ الاطلاع: 18 مارس 2019، 30: 20

<https://www.maroclaw.com>

❖ **الالتزام بالوفاء بالتاجر المنخرط:** يلتزم البنك المصدر بالوفاء للتاجر المنخرط بقيمة المشتريات التي يقوم بها صاحب البطاقة لديه، أي أن المؤسسة المصدرة للبطاقة تكون في مركز الضامن أمام التاجر الدائنين المنخرطين في حدود المبلغ المتفق عليه بوصفه الحد الأقصى لاستعمال البطاقة، أما فيما يتعدى هذا المبلغ فإن البنك يكون في مركز الوكيل عن صاحب البطاقة في الوفاء.

❖ **الالتزام بإرسال كشف النفقات لصاحب البطاقة:** يجب هذا الالتزام أساسه في الأحكام العامة لفتح الحساب وقد جرت العادة من الناحية العملية أن يقوم البنك بإرسال الكشوفات الحسابية خلال كل شهر، لحامل البطاقة عن العمليات التي قام بها خلال المدة المتفق عليها في العقد، والرصيد المتبقي له، والعمولة المستحقة، ومبلغ الفوائد المستحقة المبالغ التي أنفقها عن الرصيد السابق، ثم تاريخ استحقاق المبالغ التي أنفقها عن طريق البطاقة.

❖ **الالتزام بنشر الإخطار بواقعة فقد أو سرقة البطاقة البنكية:** يلتزم المصدر في حالة إخطاره بسرقة أو فقد البطاقة مع الرقم السري أن ينشر هذا التعرض فوراً من أجل الحيلولة دون استعمالها في عملية الوفاء الالكتروني.

وهناك من ميز بخصوص هذا الالتزام بين حالة فقد أو سرقة البطاقة وحدها، وحالة فقد أو سرقته مع الرقم السري، وإن كان هذا الالتزام هو التزام ببذل عناية، يتعين على البنك القيام به بمجرد إخطاره بحدوث الفقد أو السرقة ولو بدون الرقم السري، دون اللجوء إلى شرح الإمكانيات الفعلية لاستخدام البطاقة البنكية في سحب النقود بدون معرفة الرقم السري.

المطلب الرابع: التاجر

هو الشخص أو المؤسسة أو المحل التجاري أو الشركة أو الفندق الذي اعتمد قبول البطاقة في عمليات البيع أو تقديم الخدمة المطلوبة، وذلك بمقتضى اتفاقية مبرمة بين التاجر والبنك التاجر، وتتضمن هذه الاتفاقية الأسس والإجراءات الفعلية لتأدية هذه المهمة.¹

والتاجر الذي يعتمد هذه الخدمة يجب أن يعلن ذلك عن طريق وضع ملصق أو لوحة عليها شعار الخدمة حتى يسهل على العملاء تمييزه عن غيره من الذين لا يتعاملون بها.

¹ - حواف عبد الصمد، المرجع السابق، ص 44

ويلزم نظام هذه البطاقات بوجود علاقة مسبقة بين هؤلاء التجار وأحد البنوك الأعضاء في المنظمة والذي يسمى في هذه الحالة البنك التاجر، بحيث التعاقد بينهما ويخول التاجر بموجبه قبول التعامل بالبطاقة أينما كان مصدرها ومن أي بلد في العالم، ويلتزم البنك بدوره بسداد المبالغ المستحقة جراء استخدام تلك البطاقة خلال فترة يتفق عليها، إضافة إلى قيامه بتوفير ما يحتاجه التاجر من معلومات وبيانات وتمكينه من الأجهزة اللازمة، وتأمين نوعية جيدة من الزبائن حاملي هذه البطاقات.

وتحدد آلية العمل في هذه الحالة في كون التاجر عند قبوله استخدام البطاقة بدل النقد من أي عميل حامل للبطاقة، وكذلك بعد إصدارهما يسمى بقسيمة البيع التي يظهر فيها نوع الخدمة وتاريخها والمبلغ المطلوب، ويقوم التاجر بتسليم نسخة للعميل، ويحتفظ بدوره بنسخة له، ثم يرسل أصل القسيمة إلى البنك الذي يتعامل معه (البنك التاجر) طالبا تحصيل قيمتها في حسابه.

وعند دفع قيمة القسيمة المستحقة للتاجر، يقوم البنك التاجر بدوره بتحصيل تلك المبالغ من مصدري البطاقة عن طريق نظام المقاصة والتسويات لدى المنظمة العالمية التي تتبع لها البطاقة. بموجب الاتفاقية التي يبرمها التاجر مع التاجر مع مختلف المحلات التجارية والخدمية وغيرها من الشركات والمؤسسات الراغبة في التعامل بالبطاقة كل على حدى. هناك بند ينص على أن البنك التاجر يتعهد بدفع القيمة الإجمالية لكل فاتورة (قسيمة البيع) وذلك بعد استيفاء عمولة معينة يتفق عليها من قيمة الفاتورة.

لذلك فإن البنك التاجر بمجرد التأكد من صحة البيانات وخلال فترة ثلاثة أيام من تسلمه قسيمة البيع، يقوم بإيداع قيمة تلك القسيمة في حساب التاجر مخصوما منها النسبة المئوية المتفق عليها لصالحه، وتوزع هذه النسبة المخصصة من قيمة قسيمة البيع، بين البنك التاجر والبنك المصدر حسب نظام متفق عليه وضعته المنظمة العالمية نظرا لاشتراكهما معا في جلب العملاء وتقديم الخدمة اللازمة لتيسير استخدام هذه البطاقات، أما في الحالات التي يكون فيها البنك التاجر هو البنك نفسه المصدر للبطاقة، فإنه يتمتع حينئذ بكامل النسبة المخصصة من التاجر.

🚩 **علاقة التاجر بالبنك:** تقوم هذه العلاقة على عقد يسمى عقد المورد، وسمي بهذا الاسم لأن التاجر القابل للبطاقة يلتزم بموجه بتوريد البضائع والخدمات للعميل المصدر، ويعتبر هذا العقد من العقود الملزمة للجانبين بحيث يرتب مجموعة من الالتزامات في ذمة كل من طرفيه ونجد:

❖ التزامات البنك اتجاه التاجر: ¹

تتمثل أهم التزامات البنك اتجاه التاجر في:

- وضع مختلف الوسائل والأدوات التقنية والحديثة، رهن إشارة التاجر حتى يسهل التعامل بالبطاقة وتجنب أي مخاطر.
- يتوجب على البنك ضمان سداد فواتير العميل حامل البطاقة نقداً أو بالقييد في الجانب الدائن في حسابه، بهذا فإن التاجر لن يتعرض لمخاطر قبول شبكات بدون رصيد أو عملات نقدية قد تكون مزورة أو على الأقل لن يكون مضطراً لقبول الوفاء بعملة أجنبية، وتجدر الإشارة إلى أن علاقة البنك المصدر بالتاجر علاقة مستقلة عن عقد البيع الرابط بين التاجر وحامل البطاقة كضمان البيع، أو تخلف المواصفات الموعود بها في البيع أو عدم صلاحيته أصلاً أو وقوع نقص فيه، فإن البنك المصدر لا تسأل عنه ولا يمكن لحامل البطاقة أن يتعرض أمام البنك على أداء الفواتير الذي دفعها لفائدة التاجر بدعوى أنه لم يتوصل بالبضاعة أو أن البضاعة المسلمة إليه غير المتفق عليها، لأن البنك ليس طرفاً في عقد البيع وكل نزاع يحدث بين هذين الطرفين لا يمكن أن يشكل بأي حال من الأحوال اعتراضاً على البنك.
- كما يتولى البنك إعلام التجار بالبطاقات المفقودة أو المسروقة أو المزورة، تقادياً لقبولها من جانبهم، وذلك عن طريق بعض قوائم دورية أو رسائل الكترونية لهم، بالنظر إلى أن المسؤولية عن استخدام البطاقات المزورة أو المفقودة بعد الإعلام تقع على كاهل التاجر.

❖ التزامات التاجر اتجاه البنك: ² من أهم الالتزامات التي يتحملها التاجر هي:

- قبول البطاقة كوسيلة الدفع، بحيث يلتزم التاجر المنخرط بقبول البطاقة الصادرة عن الطرف المصدر في تسوية معاملات حاملها لديه وفق الشروط المتفق عليها، دون أن يطلب منه الوفاء الفوري بأي وسيلة من وسائل الدفع التقليدية، ولا يستطيع التمسك بأي دفع من الدفع في مواجهته صاحب البطاقة لكي يرفض هذه البطاقة في الوفاء.

¹ - البطاقات البنكية في التشريع المغربي - بطاقة الأداء نموذجاً - مجلة مغرب القانون، 12 أبريل 2018، تاريخ الاطلاع: 18 مارس 2019، 30: 20

<https://www.maroclaw.com>

² - البطاقات البنكية في التشريع المغربي - بطاقة الأداء نموذجاً - مجلة مغرب القانون، 12 أبريل 2018، تاريخ الاطلاع: 18 مارس 2019، 30: 20

<https://www.maroclaw.com>

- يتفرغ عن التزام التاجر بقبول البطاقة في الوفاء بإعلام العملاء عن قبول لهذه البطاقات في محله التجاري، ويكون ذلك عن طريق إلصاق البطاقات المقبولة الوفاء بها في مكان بارز حتى تظهر للعملاء.
 - يلتزم التاجر بضرورة احترام المساواة بين حاملي البطاقات وباقي العملاء الآخرين في أثمان السلع والخدمات التي يتعاقدون عليها مع التجار، فيجب على هذا أن يطبق على حاملي البطاقات نفس الأثمان التي يطبقها على باقي العملاء دون زيادة.
 - كما يلتزم التاجر بالتأكد من صلاحية البطاقة سواء من حيث صلاحيتها، أو من حيث مطابقة التوقيع الموضوع مع عدم ورود البطاقة على قائمة المعارضة كونها مسروقة أو مزورة أو موقوفة لأي سبب آخر، أما إذا أهمل التاجر اتخاذ هذه الإجراءات للتحقق من سلامة البطاقة وشخصية حاملها تحمل نتيجة إهماله، ولو لم يكن قد أخطر بضياع أو سرقة البطاقة، ويعتبر مهملاً إذا تعامل بعد إخطاره، فإن لم يكن قد أهمل اطمأن إلى البطاقة وتعامل مع حاملها، وكان ذلك في حدود القدر الذي يضمنه البنك كان تعامله نافذاً على البنك في هذا القدر والتزام هذا الأخير بتسوية الفاتورة في حدوده أما في حالة تجاوزه فلا يضمن البنك بل يتحملة التاجر.
 - الالتزام بإعداد سند المدونية يتضمن بيانات تتعلق بعملية الدفع وفقاً للنماذج التي يتسلمها من مصدر البطاقة الآلية الإلكترونية المتخصصة لذلك، ويحدد العقد المبرم بين التاجر والبنك المصدر الطريقة التي يجب على التاجر إرسال الفواتير إليه، وكذلك الأجال التي يتعين إرسالها داخلها تحت طائلة تعرضه لخطر الدفع.
 - يلتزم التاجر بدفع العمولة المقررة للبنك عن كل عملية بيع يسجل مبلغها، وذلك مقابل وفاء هذا البنك بقيمة المشتريات التي نفذها حامل البطاقة لديه.¹
- وتجدر الإشارة إلى أنه تختلف نسبة العمولة المفروضة على التجار من قبل البنوك المصدرة للبطاقات، فقد تتخفف بالنسبة للمحلات التجارية الكبيرة حيث تكون أرقام المبيعات مرتفعة جداً وترتفع إذا كان العكس.

¹ - البطاقات البنكية في التشريع المغربي - بطاقة الأداء نموذجاً - مجلة مغرب القانون، 12 أبريل 2018، تاريخ الاطلاع: 18 مارس 2019، 30: 20

<https://www.maroclaw.com>

المبحث الثالث: وسائل الدفع الالكترونية

نتيجة للتطورات التي عرفتھا المعاملات المالية حولت البنوك أغلب وسائل الدفع إلى وسائل دفع الكترونية، وتعددت هذه الأخيرة واتخذت أشكالاً تتلاءم مع طبيعة المعاملات عبر شبكة الانترنت، وكانت أولها البطاقات البنكية والتي تطورت من البطاقات والتي كانت محل دراستنا وسنتعرف عليها أكثر في هذا المبحث بالإضافة إلى التعرف على الوسائط البنكية الالكترونية.

المطلب الأول: الوسائط البنكية الالكترونية

هناك العديد من الوسائط الالكترونية والتي تستخدم في عملية الدفع الالكتروني، حيث أن تطور وسائل الدفع في صورة وسائل الكترونية فرض أشكال مختلفة لكيفية تداولها وأهم هذه الأشكال المصرفية ما يلي:

أولاً- الهاتف البنكي Phone Bank: وهي نوع من الخدمات المصرفية التي تقدم للعملاء على مدار الأربع وعشرون ساعة طوال اليوم، ويستطيع العميل فيها أن يطلب من البنك تحويل مبلغ من المال مقابل السلعة أو الخدمة التي اشتراها عبر الانترنت إلى البائع، ويتم ذلك بعد التأكد من شخصية العميل عن طريق إدخال الرقم السري الخاص بالعميل (Pin Nombre) والمعطى له من قبل البنك، والتعرف كذلك على رقم هاتف العميل والذي يجري الاتصال به من خلال أرقام هاتفه المعروفة لدى البنك من قبل، فهي خدمة مصرفية حديثة بدأت البنوك باستخدامها وتقديمها للعملاء.¹

وسمح تقديم البنوك لخدماتها عبر الهاتف العادي بتقديم الخدمات عن طريق الهاتف النقال الذي انتشر استعماله بسرعة وهو ما أدى إلى ظهور بنوك خلوية، وجعل البعض يتوقع أن تحل شركات الهواتف النقالة محل البنوك في عمليات سداد ثمن السلعة أو الخدمة المشتراة عبر الانترنت.²

ثانياً- خدمات المقاصة المصرفية الالكترونية: حل هذا النظام مكان أوامر الدفع المصرفية، وظهر نظام التسوية الإجمالية بالوقت الحقيقي، الذي يتم في خدمات مقاصة الدفع الالكترونية للتسوية الالكترونية في المدفوعات

¹ - الرومي محمد أمين، التعاقد الالكتروني عبر الانترنت، دار المطبوعات الجامعية، الإسكندرية، مصر، ط1، 2004، ص142.

² - لطرش الطاهر، تقنيات البنوك، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2001، ص127.

بين البنوك، وذلك ضمن نظام المدفوعات الالكترونية للمقاصة، وهو نظام ينطوي على عنصر اليقين حيث تتم المدفوعات في نفس اليوم بدون إلغاء أو تأخير.¹

ثالثاً - الانترنت البنكية: إن نظام الانترنت القائم على البنك المنزلي، نظام له أهمية كبيرة سواء على مستوى البنوك أو على مستوى العملاء الذين يتوفرون على خطوط الانترنت، كما تتعدد أشكاله فيما يلي:

- إمداد العملاء بالمعلومات الخاصة بأرصدتهم.
- شكل بسيط من أشكال النشرات الالكترونية الإعلانية عن الخدمات المصرفية.
- تقديم طرق دفع العملاء للكمبيالات المسحوبة عليهم الكترونياً.
- كيفية إدارة المحافظ المالية (من أسهم وسندات) للعملاء.

ولا شك أن هذا النوع من الخدمات ينطوي على مخاطر عالية حيث يسمح بنوع من الاتصال المحدود بأنظمة المعلومات الداخلية للبنك، بما يمكن من تأدية الخدمة المطلوبة، وقد أدى تقديم هذه الخدمة إلى الحد من الاستعمال الورقي في المعاملات، والحد من فتح فروع للبنوك ما دامت قد وجدت أجهزة الهاتف والشبكات الالكترونية والكمبيوتر المتصلة بها، والحد من العمالة البشرية التي كانت متصلة بها.²

رابعاً - القابض: هو عبارة عن وسيط بين المتعاملين يتلقى طلبات وبيانات كل منهما ويتحقق منها عن طريق موقعه على الشبكة، ويتولى مباشرة عملية عرض السلعة أو الخدمة والتسليم والوفاء أو الدفع نظير عمولة معينة.³

كما تستخدم البنوك وسائل نقل الكترونية للمعلومات ذات السرعة الفائقة، والتي تساعد على أداء مهامها بكفاءة تتماشى والتطورات الحاصلة في المجال البنكي.

¹ - محمد حسين منصور، "المسؤولية الالكترونية"، الجامعة الجديدة للنشر، الإسكندرية، 2003، ص127.

² - الرومي محمد أمين، المرجع السابق، ص144.

³ - محمد حسين منصور، مرجع سابق، ص128.

المطلب الثاني: أشكال تأمين الدفع الالكتروني

تعتبر الدفع الالكتروني عملية بنكية دولية متعددة الأطراف، تتم عبر فضاء معلوماتي مفتوح، مما يجعلها عرضة لشتى أنواع السرقة، الغش، النصب والاحتيال خاصة فيما يتعلق بالبطاقات الائتمانية أو إساءة استخدامها في النصب على التجار والبنوك.

فكان لا بد من اللجوء إلى وسائل أمان لتوفير الثقة بين المتعاملين وضمان فعالية وسائل الدفع الالكترونية، مما يضمن نجاح الصفقات التجارية عبر الانترنت، وتتولى الجهة التي تقدم خدمة الدفع الالكتروني مهمة توفير الأمان والثقة المتبادلة، حيث يتم تحديد الدائن والمدين أطراف العملية التي تتم بطريقة مشفرة*، من خلال برنامج معد لهذا الغرض بحيث لا يظهر على الشبكة ويتم عمل أرشيف، يسهل الرجوع إليه، للمبالغ التي يتم سحبها بهذه الطريقة وهذا ما يعرف بنظام المعاملات الالكترونية الآمنة، ويحقق هذا النظام عدة ضمانات أساسية أهمية: التكاملية، أي ضمان أن الرسالة المرسله هي الرسالة المستقبلية عن طريق البصمة الرقمية، وسرية المعاملة من خلال تشفير محتوى الرسالة، والتحقق من شخصية صاحب بطاقة الائتمان وشخصية البائع.¹

توجد من الشركات من ابتكرت نظاما أكثر أمانا عند استخدام وسائل الدفع الالكترونية، ومنها شركة *First Virtual، وطريقة عمل هذه الشركة في أنها تقوم بأخذ أرقام بطاقات الائتمان للعملاء الذين يودون الانضمام إلى برنامجهم عن طريق الهاتف وباقي البيانات اللازمة ثم تخصص لكل عميل من عملائها رقم حساب مميز يتكون من مجموعة من الأرقام، وعندما يرغب العميل في الشراء عبر الانترنت يقوم بإرسال رقم حسابه من خلال البريد الالكتروني إلى التاجر، الذي يقوم بعد ذلك بالاتصال بهذه الشركة للاستفسار عما إذا كان الشراء سيتم دفع مقابله أو لا، وهنا تقوم الشركة بسؤال العميل من خلال العنوان المسجل لديها إن كان يرغب في قبول أو رفض الشراء.

* - التشفير: هو إعطاء كلمة أو رقم سري لحمايتها من قرصنة الإعلام الآلي هو تقنية استعملت منذ القديم في إرسال الرسائل المهمة والتي تعتمد على الإزاحة، مثلا A بـ E وهكذا، أما في الوقت الحالي فقد تطورت وأصبحت رقمية لطريقة الفاموس المشفر، بحيث الحاسوب الكلمة أخرى أو رقم إلى رقم آخر.
1- محمد حسين منصور، مرجع سابق، ص ص 123-124.

* - هي شركة للخدمات المالية تسمح بتأمين عمليات الدفع الالكتروني على شبكة الانترنت، أنشئت في مايو 1994 ومقرها الرئيسي San Diego - كندا- وبدأت العمل فعلياً في أكتوبر 1994.

وعند القبول يتم التصديق على الشراء وتقيد الشركة قيمة المشتريات على رقم حساب بطاقة الائتمان وتؤكد للتاجر أنها ستدفع مقابل المشتريات، وإذا ادعى العميل عدم معرفته كليا بالصفحة فإنه يتم إصدار رقم حسابه جديد له، ويصبح الرقم القديم، غير ساري المفعول، وفي حالة عدم تمكن الشركة الاتصال بالعميل يتم رفض الشراء، وهذه الشركة تعطي الأمان للتعامل من خلال الشبكات المفتوحة كالانترنت، إذ لن يتم التنصت على معاملاته ولن يتم استغلال رقم بطاقة الائتمان الخاص به مما يولد الأمان لدى المتعاملين بهذه الشبكة ويعطي لها المصادقية.¹

أما الشركات العملاقة كشركة ماستر كارد وفيزا بمساعدة شركات أخرى رائدة في هذا المجال، فقد وضعت نظام يسمى بالصفحة الالكترونية الآمنة، هدفها توفير الأمن لمدفوعات البطاقات عند عبورها الانترنت من مواقع التجار والبنوك، ويمكن اختصار هذا النظام كما يلي:

- 1- يقوم العميل بعملية الشراء من التاجر الذي يتبع مواصفات هذا النظام وباستخدام محفظة الكترونية يبعث المستخدم معلومات مالية مشفرة.
- 2- يقدم خدمة الويب للتاجر بتحويل الصفحة المشفرة إلى مركز معالجة بطاقة السداد والذي يفك شفرة الصفحة ويتم تنفيذها.
- 3- يحدد مركز معالجة بطاقة السداد مسار الصفحة وتوجيهها إلى المؤسسة المالية التي أصدرت بطاقة سداد المستهلك للموافقة.
- 4- أخيرا يتلقى التاجر إعلانا من بنك المستهلك بالموافقة على الصفحة، بعدئذ يحمل حساب بطاقة سداد المستهلك بقيمة الصفحة.
- 5- يقوم التاجر بعمل قسائم البضاعة ويضيف قيمة الصفحة إلى مجموعة صفقات بطاقة السداد التي حولت أخيرا إلى بنك التاجر لإيداعها.²

غير أن هذا النظام أو البرنامج لم يسجل نجاحا كبيرا، بسبب عدم سهولته للتطبيق، وارتفاع تكاليفه فرغم كل الجهود المبذولة لازال العملاء يتخوفون من وسائل الدفع الالكترونية، نظرا لارتفاع حوادث السرقة والنصب والاحتيال عبر الشبكة.

¹ أبو الهيجاء محمد إبراهيم، "التعاقد بالبيع بواسطة الانترنت"، الدار العلمية الدولية ومكتبة الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ط1، 2002، ص58.

² حماد عبد العال طارق، "التجارة الالكترونية"، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2003، ص ص 133-135.

المطلب الثالث: البطاقات البنكية وأنواعها

تعتبر البطاقات البنكية كل بطاقة تسمح لحاملها بسحب أو بنقل الأموال، ولا يمكن أن تصدر إلا من طرف هيئة قرض أو مؤسسة مالية أو مصلحة مرخص لها بوضع وإصدار البطاقات كالبنوك، الخزينة العامة، مصالح البريد، وهي عبارة عن بطاقة بلاستيكية ومغناطيسية مستطيلة الشكل تحمل اسم المؤسسة المصدرة لها، وشعارها، وتوقيع حاملها وبشكل بارز على وجه الخصوص رقمها، واسم حاملها ورقم حسابه وتاريخ انتهاء صلاحيتها يصدرها البنك لصالح عملائه بدلا من حمل النقود، فهي وسيلة حديثة تقدم مميزات أفضل من تلك التي تقدمها وسائل الدفع التقليدية، ولذلك انتشر استعمالها عبر مختلف دول العالم.¹

كما تستخدم هذه البطاقات في السحب من آلات الصراف الآلي ATM ، وفي شراء السلع والحصول على الخدمات، حيث تعطي لحاملها قدرا كبيرا من المرونة في السداد، وقدر أكبر من الأمان وتكلفة أقل من يطلق عليها بالبطاقة البلاستيكية أو النقود البلاستيكية على أساس أنها تصنع من مادة البلاستيك، وتحل محل النقود في مختلف الالتزامات، بينما يسميها آخرون ببطاقات الدفع الالكترونية وذلك لاعتمادها على الأجهزة الالكترونية في الحصول على التفويض أو إجراء التسويات المالية،² في حين يسميها فريق ثالث، ببطاقة المعاملات المالية التي تمكن حاملها من الحصول على النقدية، السلع، والخدمات، أو أي شيء له قيمة مالية.

وهناك عدة أنواع من هذه البطاقات لعل أهمها ما يلي:

أولاً- بطاقة السحب الآلي Cach Card: يمكن للعميل بمقتضاها سحب مبالغ نقدية من حسابه بحد أقصى متفق عليه، ويتم إصدارها من جانب البنك رغبة في عدم وجود زحام على شبكات البنك، وكذلك لتمكين العميل من صرف المبلغ الذي يحتاجه خلال الفترة التي يكون فيها البنك مغلقا، وعن طريق إدخال هذه البطاقة في الصراف الآلي الخاص بالبنك ، وإدخال الرقم السري وهو يتكون في الغالب من أربعة أرقام عن طريق الضغط على لوحة المفاتيح الموجودة بجهاز الصراف الآلي يظهر على شاشة الجهاز عدة اختيارات

¹ - الرومي محمد أمين، مرجع سابق، ص130.

² - زيدان محمد، "دور التسويق في القطاع المصرفي حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية"، رسالة دكتوراه (غير منشورة)، قسم العلوم الاقتصادية، فرع تخطيط ، كلية العلوم الاقتصادية وعموم التسيير، جامعة الجزائر ، 2004-2005، ص71.

للمعمل، مما يتيح للمعمل تحديد المبالغ المراد سحبها، ويحرر الصراف الآلي فاتورة أو كشف بالأموال المسحوبة من قبل المعمل مبينا فيها مكان وتاريخ الائتمان، وذلك لأن المعمل يسحب نقود من رصيده لدى البنك.¹

ثانياً- بطاقة الشيكات Cheque Guarantee Card: يتعهد فيها البنك بسداد الشيكات التي يحررها المعمل بشروط معينة، وتحتوي هذه البطاقة عادة اسم المعمل وتوقيعه ورقم حسابه والحد الأقصى الذي يتعهد البنك الوفاء به في كل شيك يحرره المعمل، ويقوم المعمل بإبراز البطاقة للمستفيد والتوقيع على الشيك إضافة إلى التأكد من مدة صلاحية البطاقة للاستعمال، وإذا تحققت هذه الشروط، وبخاصة تحرير الشيك وفقاً للحد الأقصى المسموح به، وكتابة رقم البطاقة على ظهر الشيك وصحة توقيع الساحب، فإن البنك المسحوب عليه ملزم بدفع قيمة الشيك للمستفيد بغض النظر عن وجود رصيد كاف لديه من عدمه، وظهور هذه البطاقة جاء نتيجة سوء الظن وعدم ثقة التجار بالشيكات التي يصدرها أشخاص لا يعرفونهم.²

ثالثاً- بطاقة الدفع DebitCard: وتخول حاملها سداد مقابل السلع والخدمات حيث يتم تحويل ذلك المقابل من حساب المعمل إلى حساب التاجر لذلك تعتمد هذه البطاقة على وجود أرصدة فعلية للمعمل لدى البنك، ويلاحظ أن الوفاء بهذه البطاقة يتم بطريقتين، إحداها مباشرة تتم بقيام المشتري بتسليم بطاقته إلى التاجر والذي يمرر البطاقة على جهاز للتأكد من وجود رصيد لهذا المعمل في البنك الخاص به، وذلك لتسديد قيمة مشتريات المعمل، وإن قام المعمل بإدخال الرقم السري في الجهاز وفوض البنك في تحويل المبلغ من حسابه إلى حساب التاجر، تتم عملية التحويل مباشرة من حساب المعمل إلى حساب التاجر، أما الطريقة الأخرى فهي غير مباشرة، حيث بتقديم المعمل بطاقته للتاجر يقوم هذا الأخير بتدوين البيانات الموجودة على البطاقة على فاتورة يوقع عليها المعمل وتتكون من عدة نسخ، منها إلى البنك الخاص بالمعمل أو الجهة المصدرة للبطاقة لسداد قيمة المشتريات، ثم الرجوع على حامل البطاقة بعد ذلك.³

رابعاً- بطاقة الصرف البنكي Charge Card: تتيح هذه البطاقة لحاملها الشراء على الحساب في الحال، على أن يتم التسديد بصورة لاحقة، فهي لا تتضمن أي معنى للائتمان بل على حاملها أن يسدد قيمة مشترياته مباشرة بمجرد إرسال الفاتورة له ولا يتحمل جراء ذلك أي فوائد، في الفترة ما بين الشراء

¹ - الرومي محمد أمين، مرجع السابق، ص 135.

² - القضاة فياض، "الالتزامات الناتجة عن استعمال بطاقات الائتمان"، مجلة الدراسات، المجلد 26، العدد 02، الأردن، 1999، ص 400.

³ - حجازي بيومي عبد الفتاح، "التوقيع الإلكتروني في النظم القانونية المقارنة"، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، مصر، ط1، 2005، ص 413.

والسداد، ولا يتجاوز فترة الائتمان فيها مدة الشهر حيث أن المحاسبة فيها تتم شهريا، وفي حال تأخر العميل عن السداد خلال الفترة المحددة فإن البنك يحمله فوائد تتراوح بين 1.5 % و 1.75% شهريا.¹

خامسا- بطاقة الانترنت Card Internet²: أصدرت شركة ماستر كارد وفيزا كارد بطاقة خاصة بالتسويق عبر الانترنت، وتتميز بما يلي:

- إنها لا تستخدم في عملية الشراء المباشر، وإنما يقتصر استخدامها على الشراء أو التسوق عبر الانترنت.
- هذا النوع من البطاقات محدد بمبلغ صغير نسبيا، مما يقلل المخاطر التي يتحملها صاحبها في حال تم التعرف على رقم البطاقة واستخدامها دون إذنه.
- تشابه في تقديم الخدمات عبر مواقع شبكة الانترنت التي تقدمها هذه البطاقة ، ويسمى ذلك النظام (الحسابات الشخصية مسبقة الدفع)، وفيها يقوم العميل بفتح حساب خاص له على أحد هذه المواقع بمبلغ صغير جدا هذه المواقع بمبلغ صغير جدا لا يتعدى لنفسه اسم للاستخدام وكلمة السر ويمنح رقم حساب خاص به ماستر كارد وتاريخ انتهاء العمل به، وباستخدام كل منهما يستطيع شراء أي سلعة أو خدمة يريدتها من أي موقع على شبكة الانترنت، يقبل التعامل ببطاقات ماستر كارد وقد تم تطوير هذه الخدمة خصيصا للعملاء الذين لا يرغبون في التعامل ببطاقات الائتمان الخاصة بهم.

سادسا- بطاقة الائتمان Card Crédit: هي بطاقة تمكن العميل من الحصول على السلع والخدمات من محلات وأماكن معينة عند تقديمه لهذه البطاقة ويقوم البائع بالتالي بتقديم الفاتورة الموقعة من العميل إلى البنك مصدر الائتمان فيسدد قيمتها له، ويقدم البنك للعميل كشفا شهريا بإجمالي القيمة لتسديدها أو خصمها من حسابه الجاري، والمتعامل لا يدفع أي فوائد على هذا الائتمان في حال سداد خلال الأجل المحدد وقد يستخدم العميل هذه البطاقة بصورة تعسفية كالسحب من الموزعات الآلية للنقود بمبالغ تفوق ما هو عليه متوفر في رصيده، أو الشراء بمبالغ أعلى من السقف المحدد من قبل المصدر.³

ويلاحظ أنها تختلف عن بطاقة الوفاء بأن الجهة المصدرة تتعهد بالتسديد في مواجهة التاجر، عكس بطاقة الوفاء حيث أن الجهة المصدرة تقوم بتسوية العملية بين التاجر والعميل فقط، وتختلف

¹- حجازي بيومي عبد الفتاح، مرجع السابق، ص414.

²- الرومي محمد أمين، مرجع سابق، ص ص 136-137.

³- الرومي محمد أمين، مرجع سابق، ص 138.

عن بطاقة الصرف البنكي في أن السداد بطريقة مختلفة وبنسبة ومدة معينة متفق عليها بين حامل البطاقة ومصدرها، كما أن التاجر له ضمان في استقاء حقه.

المطلب الرابع: البطاقات الذكية

تعد البطاقة الذكية من أهم الابتكارات الحديثة في قطاع الدفع بالبطاقات، هو تطوير البطاقات الذكية Smart Card وهي عبارة عن بطاقة بلاستيكية ذات حجم قياسي تحتوي في داخلها على شرائح للذاكرة تعمل بواسطة ميكروكمبيوتر يزودها بطاقة تخزينية للبيانات أكبر بكثير من تلك التي تستوعبها البطاقات ذات الشرائط الممغنطة ولكنها أعلى منها تكلفة، وتقدم هذه البطاقة العديد من الخدمات، منها بعض البيانات الشخصية ومعلومات عن حساباته البنكية، وباستخدام البطاقة الذكية في أجهزة الصراف الآلي يمكن للعميل شحنها بمبلغ معين من النقود من حسابه، وتخزن عليها كافة البيانات وعليه لا تعتمد على الاتصال مع حاسوب البنك أو الجهة المصدرة، فهي عبارة عن كومبيوتر متنقل، وتمثل حماية كبيرة ضد التزوير وسوء الاستخدام، حيث تتيح لأجهزة قراءة البطاقات التي توضع في المواقع التجارية التدقيق في التفاصيل الحسابات المالية لصاحبها، ويمكن شحن هذا النوع من البطاقات عن طريق الصراف الآلي وكذلك الحاسب الشخصي.¹

كما تتميز هذه البطاقات بقدرتها على تخزين المدخل البيولوجي Biometrics، ويعني هذا المصطلح الوسائل الذي يمكن عن طريقها التعرف على السمات الشخصية للفرد مسح شبكية العين وهندسة اليد أو بصمة الصوت وأنسجة الأوردة وبعبارة أخرى تعد البطاقة الذكية مثل بطاقة الهوية التي يصدرها مصلحة الأحوال المدنية، ويمكن اعتبارها مثل جواز السفر الذي تصدره مصلحة الجوازات، وذلك يحدث بالفعل في سنغافورة، حيث يمكن للفرد أن يستغني عن إصدار جواز السفر ويستخرج البطاقة الذكية، ويسجل عليها بياناته الشخصية وكذلك بيانات تذكرة الطيران، بحيث تعد البطاقة الذكية بديل وتذكرة الطيران.²

ويمكن القول أن البطاقة الذكية تفرد عن البطاقات الائتمانية وغيرها بالسمات الآتية:³

1- هذه البطاقة تشبه حافظة النقود التي يحملها الشخص وتضم أوراق نقدية والعملية الحقيقية فيمكن لمستخدميها بتحويلها إلى نقود عادية وهو ما يطلق عليها بعملية استعواض النقد Top

¹ - محمد حسين منصور، مرجع سابق، ص 126.

² - الرومي محمد أمين، مرجع سابق، ص 141

³ - الرومي محمد أمين، مرجع سابق، ص 141.

Up، من أي صراف آلي، كذلك يمكن لحامل هذه البطاقة سحب إتمادات مالية ورقية، إذ يمكن أن يسحب إتمادات مالية إلكترونية، وعندما تتم عمليات الشراء، فإن ما يدفعه حاول البطاقة يخضم من النقود الموجودة قيمتها في البطاقة.

2- البطاقة الذكية الوحيدة يمكنها في أي وقت أن تؤدي وظائف بطاقة الائتمان وبطاقة الصرف الإلكتروني (السحب الآلي من ATM) وبطاقة الائتمان المدنية (بطاقة الوفاء).

3- البطاقة الذكية يمكنها القيام بدور الشيك، ذلك أن البنوك ليست هي المستفيدة من هذه البطاقات، بل هناك المستهلك الذي يمكنه التعامل بهذه البطاقات بوصفها نقدا أو شيكا.

4- يمكنها أن تكون سجلا ماليا لجميع المعاملات المالية التي تمت حديثا، وكذلك موازنات الحساب الجاري، ولن يكون على العميل بعد ذلك أن يحرر شيكا بنفسه

5- تتيح للمسافر أداء مهام عديدة، كالتخزين ومعالجة بيانات حول شركات الطيران وإجراءات تأجير السيارات وحجز الفنادق... وغيرها

6- تقلل معدلا الجريمة، فعكس البطاقات الممغنطة التي تعتبر سهلة التقليد، البطاقة الذكية لا يمكن قراءتها.

7- يمكن سداد الرسوم بطريقة إلكترونية، كما يمكن للشركات تحديد هوية الموظفين لضمان تأمين الدخول إلى أنظمة الحاسب الآلي، فهي تستخدم في تنظيم المكالمات الهاتفية وشراء البضائع.

وتجدر الإشارة بأن أعوان البنوك يستخدمون البطاقة الذكية مع الرمز السري لإمضاء أوامر الدفع العالمية

التي تمر عبر أكبر شبكة عالمية Swift، لنقل الأموال و التي تربط أكثر من 90% من بنوك العالم.

خلاصة الفصل:

ومنه نستخلص أن وسيلة الدفع هي تلك الوسيلة المقبولة اجتماعيا من أجل تسهيل المعاملات الخاصة بتبادل السلع والخدمات وكذلك تسديد الديون.

ومن خلال هذا الفصل تبين أن وسائل الدفع الالكترونية أصبحت حتمية لمسايرة المتطلبات التي تستلزمها عمليات الدفع في المعاملات الكترونية من سرعة وتدني في التكاليف وضمان سرعة وسرية تامة، فقد قدمت حلول كثيرة للقصور الذي كانت تعاني منه الوسائل التقليدية أمام تلاشي الحدود المكانية والزمنية التي تميز بها المعاملات في الشبكة الدولية لمعلومات أو الانترنت.

بعد دراستنا للفصل الأول من البحث، نستنتج أن:

- أصبحت وسائل الدفع الالكترونية حتمية لمسايرة المتطلبات التي تستلزمها عمليات الدفع للمعاملات الالكترونية.
- ظهرت وسائل الدفع الالكترونية من أجل تسهيل المعاملات والمبادلات التجارية وخلق حلقة وصل بين الأفراد والمؤسسات في الخدمات البنكية.
- حتى تنتشر وتتجح وسائل الدفع الالكترونية وتؤدي دورها بفعالية في تقديم الخدمات البنكية فإنها يجب العمل على تأمينها وحمايتها من خلال التشفير الالكتروني وغيرها من التأمينات.

الفصل الثاني:

جودة الخدمة

البنكية

تمهيد:

يعرف العالم اليوم تطورا واضحا في أسلوب ومجال نشاط البنوك التجارية خلال السنوات الأخيرة لفضل التقدم العلمي والتكنولوجي السريع.

أخذت البنوك تتعدد في خدماتها بعدما كانت تقتصر على الخدمات الروتينية كقبول الودائع ومنح القروض...، فالخدمات البنكية توسعت لتحقيق أفضل خدمة ممكنة للعملاء بنظر إلى جودة الخدمة البنكية على أنها ذات قيمة إستراتيجية وأن دراستها تساعد البنك على الاحتفاظ بعملائه وموظفيه وجعلهم راضين، إضافة لزيادة فرص بيع الخدمات البنكية، وجذب العملاء جدد وتطوير العلاقات بين العميل والبنك وتعزيز السمعة وتخفيض التكاليف وزيادة الأرباح السوقية وتحسين جودة الخدمة في البنوك التجارية.

ولذا قسمنا هذا الفصل إلى ثلاث مباحث والتي كانت كالتالي:

المبحث الأول: عموميات حول الخدمة البنكية

المبحث الثاني: جودة الخدمة البنكية

المبحث الثالث: جودة العميل من خلال جودة الخدمة البنكية

المبحث الأول: عموميات حول الخدمة البنكية

تسعى البنوك إلى تحقيق أهدافها المختلفة من خلال قيامها بنشاطها البنكي وذلك بتحقيق أقصى ربح ممكن وبأقل تكلفة ممكنة مقارنة بالبنوك المنافسة، وهذا من أجل عملائها بالدرجة الأولى بتلبية حاجياتهم ورغباتهم من خلال تقديم خدمات مختلفة بكفاءة عملائها، وهذا ما سنتطرق إليه في هذا المبحث حيث سنتعرف على مفهوم الخدمات البنكية وخصائصها في **المطلب الأول** أما في **المطلب الثاني** فكان بعنوان أنواع الخدمات المصرفية في حين تم تخصيص **المطلب الثالث** بعنوان دورة حياة الخدمة البنكية وفي الأخير كان لابد من جعل **المطلب الرابع** بعنوان تصميم الخدمة البنكية .

المطلب الأول: مفهوم الخدمات البنكية وخصائصها

لقد تطورت الخدمة البنكية من شكلها التقليدي إلى الحديث بتطور وظائف البنوك وتعددتها وتنوعها حسب طلب العميل حيث سنتعرف على مفهوم الخدمة المصرفية وخصائصها.

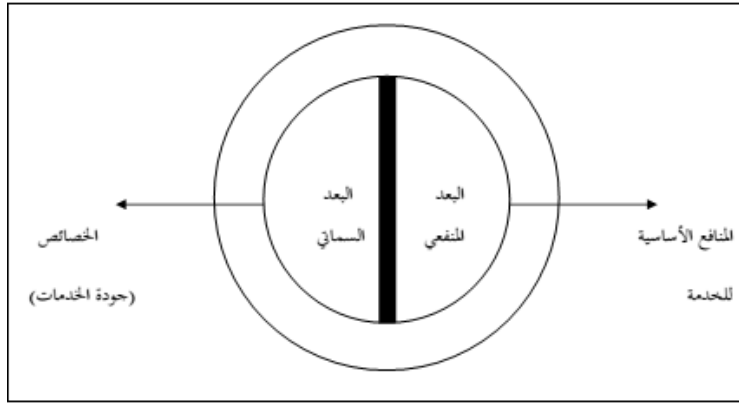
أولاً: مفهوم الخدمة البنكية

تتعدد التعريفات للخدمة البنكية حيث نجد أهمها:

- تعرف **الخدمة البنكية Bank Service** بأنها: "مجموعة من العمليات ذات المضمون النفعي الكامن في العناصر الملموسة والعناصر غير الملموسة والمقدمة من قبل البنك، والتي يدركها من المستفيدون من خلال ملامحها وقيمتها المنفعية التي تشكل مصدراً لإشباع حاجاتهم المالية والائتمانية الحالية والمستقبلية، وفي الوقت ذاته تشكل مصدراً لأرباح البنك وذلك من خلال العلاقة التبادلية بين الطرفين"¹.
- ويتجسد المضمون المنفعي للخدمة البنكية في بعدين أساسيين هما:
- **البعد المنفعي**: وهو مجموعة المنافع المادية والبشرية التي يسعى العميل للحصول عليها من خلال شرائه للخدمة البنكية، ويرتبط هذا البعد بالعميل نفسه.
- **البعد السماتي**: وهو مجموعة الخصائص والسمات التي يتصف بها المضمون المباشر للخدمة، ويرتبط هذا البعد بالخدمة البنكية نفسها ويعبر عن مستوى جودتها ويرقى بها إلى مستوى توقعات العميل وإدراكاته.
- ويوضح الشكل التالي الخدمة البنكية ببعديها المنفعي والسماتي:

¹- تسيير العجامة، التسويق المصرفي، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2004، ص32.

الشكل رقم (02-01):يمثل الأبعاد الخدمة البنكية



- المصدر: ناجي معلا، خدمة العملاء مدخل اتصالي سلوكي متكامل، زمزم للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2010، ص17.
- يعرف ناجي المعلا الخدمة البنكية بأنها: "مصدر للإشباع الذي يسعى لتحقيقه العميل لحاجاته ورغباته، أما من منظور البنك فإنها تمثل مصدر للريح"¹.
- وهناك تعرف أشمل قدمه عوض بدير الحداد الذي عرفها من الناحية السوقية بأنها "عبارة عن تصرفات وأنشطة وأداءات تقدم من البنك إلى العميل، وهذه الأنشطة غير ملموسة ولا يترب عليها نقل ملكية شيء"².
- من خلال التعاريف السابقة يمكن القول أن الخدمة البنكية هي "كافة الأنشطة والعمليات التي يقدمها البنك للعملاء وذلك لإشباع حاجاتهم ورغباتهم، وتشكل في الوقت ذاته مصدرا لأرباح البنك".

ثانيا: خصائص الخدمات البنكية

تتميز الخدمات البنكية بعدة خصائص أساسية، وفيما يلي أهم هذه الخصائص:

- اللاملموسية: تتصف الخدمة البنكية باحتوائها على مجموعة عناصر ملموسة وغير ملموسة، وتتمثل العناصر الملموسة في الأجهزة والمكائن والديكورات وغيرها مما يحتويه البنك، أما العناصر غير الملموسة والتي يتعذر على الفرد لمسها أو رؤيتها فإنها تمكن في إدراكات العميل وتوقعاته وما تتضمنه من قيم

¹- ناجي معلا، أصول التسويق المصرفي، معهد الدراسات المصرفية، عمان، الأردن، ط1، 1994، ص51.

²- عوض بدير حداد، تسويق الخدمات المصرفية، دار البيان للنشر، مصر، 1999، ص35.

منفعية غير مباشرة، ولكن لها دلالات هامة في تقييمه للمضمون الخدمي وتترك آثارها على مستوى إدراكه لجودة الخدمة.¹

- **الافتقار إلى الهوية الخاصة:** تعد الخدمات المصرفية التي تقدمها البنوك متشابهة أو متطابقة، فالعميل غالباً ما يتعامل مع بنك معين على أساس القرب الجغرافي أو الراحة التي يوفرها البنك لعميل.²
- **لا يمكن صنع الخدمة مقدماً أو تخزينها:** من المستحيل إنتاج الخدمة مقدماً وتخزينها لحين طلب العميل، فالموظف يصنع الخدمة بمجرد أن يظهر العميل أمامه، ويتم إعداد الخدمة بما يناسب مع طلب العميل.³
- **نظام تسويقي ذو توجه شخصي:** تعتمد الخدمات البنكية على التسويق البنكي بدرجة كبيرة حيث تعتمد في تقديمها على الاتصال الشخصي بين مقدم الخدمة والعميل، حيث أن التفاعل المباشر بين موظفي البنوك والعملاء يمكن الإدارة من معرفة ردود فعل العملاء وتحديد حاجياتهم وآرائهم وتفضيلاتهم بخصوص الخدمات المعروضة والمقدمة لهم، وبالتالي تهيئ للعمل اللازم من أجل التكيف والاستجابة وتلبية تلك الرغبات على أحسن وجه.⁴
- **لا يمكن للموظف إنتاج عينات من الخدمة:** لا يمكن إرسالها إلى العميل للحصول على موافقة مسبقة عن جودة هذه الخدمة قبل استعماله لها، كما أنه لا يستطيعان يوصل هذه الخدمة شفهيًا إلى العميل.⁵
- **عدم إمكانية تجزئه الخدمة البنكية:** فلا يمكن تجزئها قبل شرائها أو عند شرائها والانتفاع بها، حيث يتم شراء الخدمة كحزمة متكاملة على عكس ما يمكن أن يحدث في حالة السلع، وتتميز بعد إمكانية الفصل بين إنتاجها وتوزيعها، فهي تنتج ثم تباع ثم تستهلك في نفس الوقت.⁶

¹ - بلبالي عبد النبي، دور التسويق الداخلي في تحقيق جودة الخدمات ثم كسب رضا الزبائن، دراسة حالة عينة من البنوك التجارية BDL، BNA، BADR بأردار، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات شهادة الماجستير في علوم التسويق (غير منشورة)، تخصص تسويق، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، 2008-2009، ص 05.

² - أحمد محمود الزامل وآخرون، تسويق الخدمات المصرفية، دار إثراء للنشر والتوزيع، عمان، 2012، ص 58.

³ - أحمد محمود الزامل وآخرون، مرجع السابق، ص 60.

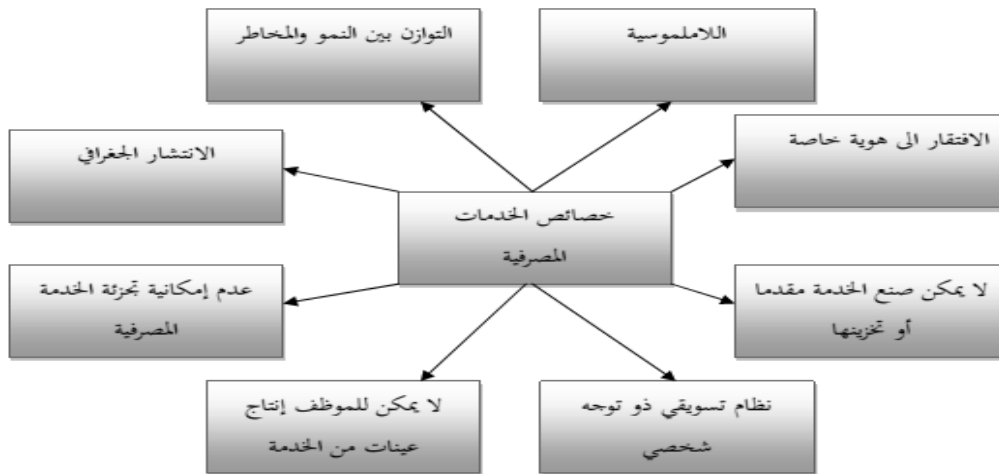
⁴ - مصطفى يوسف كافي، التسويق المصرفي، ألفا للوثائق، قسنطينة، الجزائر، 2017، ص 98.

⁵ - عوض بدير الحداد، المرجع السابق، ص 52.

⁶ - محمد آيت محمد، دراسة المزيج التسويقي للخدمات المصرفية، دراسة حالة الصندوق الوطني للتوفير والاحتياط-بنك الجزائر، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في العلوم التجارية (غير منشورة) فرع تسويق، جامعة بن يوسف بن خده، 2008-2009، ص 25.

- الانتشار الجغرافي: لكي يحقق البنك النجاح المنشود فإنه يتعين عليه أن يكون قادرا على الوطن إلى العملاء القائمين والمحتملين، وهذا الغرض لا يتحقق إلا إذا امتلك البنك شبكة متكاملة من الفروع التي تنتشر جغرافيا بشكل يتلاءم مع رغبات إلا إذا توافرت للعميل في المكان والزمان المطلوبين.¹
- التوازن بين النمو والمخاطر: وتعني أنه لا بد من مراعاة وجود نوع من التوازن بين النمو والتوسع في تقديم الخدمات البنكية وبين المخاطر التي يمكن أن تنجم عن ذلك التوسع باعتبار البنك هو مؤسسة تمارس نشاطها على أساس الثقة المتبادلة بينه وبين العميل.²

يوضح الشكل رقم (02-02) خصائص الخدمات البنكية



المصدر: محمد آيت محمد، دراسة المزيج التسويقي للخدمات المصرفية، دراسة حالة الصندوق الوطني للتوفير والاحتياط-بنك الجزائر، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في العلوم التجارية (غير منشورة) فرع تسويق، جامعة بن يوسف بن خده، 2008 - 2009، ص25.

المطلب الثاني: أنواع الخدمات البنكية

نظرا لتعدد وتنوع الخدمات البنكية التي يقدمها البنك أصبح من الصعب حصره، وعموما يمكن تقسيم أنواع إلى نوعين خدمات بنكية تقليدية وخدمات بنكية حديثة.

أولا- الخدمات البنكية التقليدية: نذكر منها³

¹ - ناجي معلا، "أصول التسويق المصرفي" مرجع السابق، ص80.

² - نفس المرجع السابق، ص82.

³ - بريش عبد القادر، التحرير المصرفي ومتطلبات تطوير الخدمات المصرفية وزيادة القدرة التنافسية للبنوك الجزائرية، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في العلوم الاقتصادية (غير منشورة)، فرع نقود ومالية، جامعة الجزائر، 2005-2006، ص253.

- 1- قبول الودائع: تتمثل في مختلف الحسابات التي تترك لدى البنوك وهي:
 - الودائع الجارية: (حسابات الجارية أو الحسابات تحت الطلب).
 - الودائع الادخارية: وهي الودائع لأجل محدد، ودائع التوفير، وشهادات الإيداع.
- 2- تقديم التسهيلات الائتمانية: وتتمثل في القروض بمختلف أنواعها قصيرة وطويلة الأجل، بالإضافة إلى خطابات الضمان وفتح الاعتمادات المستندية.
- 3- كل الخدمات التي تقدمها البنوك يوميا لعملائها مقابل عملات مثل: صرف الشيكات المسحوبة بالعملة المحلية والأجنبية، فتح الحسابات بالعمليتين، إجراء عمليات التحويل وفقا لأوامر العملاء بالداخل والخارج، تحصيل الشيكات لصالح عملاء البنك... الخ.
- 4- الخدمات المتعلقة بالاستثمار في الأوراق المالية وتتمثل في إدارة محافظ الأوراق المالية لصالح العملاء المساهمة في رؤوس أموال المشاريع الاستثمارية، خدمات الهندسة المالية، تقديم الاستشارات المالية، دراسة الجدوى الاقتصادية للمشاريع لصالح العملاء.

ثانيا : الخدمات البنكية الحديثة¹

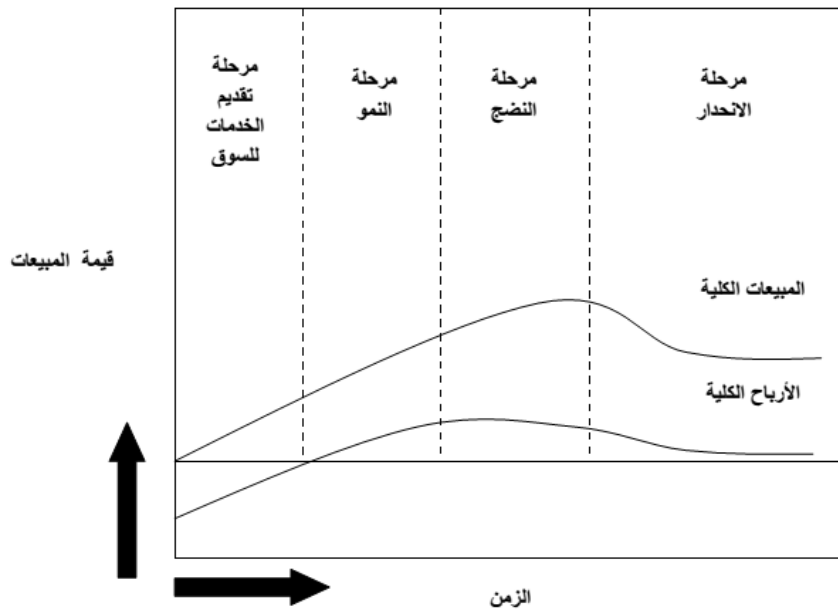
- لقد حدث تطور هام في أسلوب ومجال نشاط البنوك خلال السنوات الأخيرة، فقد تعددت وتتنوعت الخدمات التي أصبحت تقدمها البنوك، وبالتالي أسلوب تقديمها للعملاء، ويرجع ذلك لعدة أسباب أهمها:
- الاستفادة من التطورات الهائلة في مجال المعلومات والحاسبات الآلية.
 - التزايد المستمر في احتياجات ورغبات الزبائن.
 - التحول في فلسفة العمل البنكي والتسويق البنكي حيث أصبحت البنوك تستهدف شريحة واسعة من العملاء ولا تقتصر على شريحة أو فئة محددة منهم، وتحول الاهتمام من التركيز على أداء الخدمات البنكية على الزبائن وإشباع احتياجاتهم.
- ولقد تعدد أشكال تقييم الخدمات البنكية الحديثة وذلك بالاعتماد على وسائل الدفع الالكترونية كبطاقات الائتمان وآلات الصراف الآلي ونظم التحويل الالكتروني للأموال والخدمات البنكية عن بعد والخدمات البنكية عن طريق الانترنت أو ما يسمى البنوك الالكترونية.

¹- بريش عبد القادر، مرجع السابق، ص ص253-254.

المطلب الثالث: دورة حياة الخدمة البنكية

يعد تحليل ومراقبة دورة حياة الخدمات البنكية التي يقدمها البنك لعملائه أداة مساعدة في التعرف على الاستراتيجيات التسويقية الملائمة لكل مرحلة من هذه المراحل، وكذلك الفرص التسويقية المتاحة لتقديم خدمات بنكية جديدة، ويعتبر دورة حياة الخدمة المصرفية مفهوماً له أهمية في تقييم وتحليل متطلبات السوق البنكية والأخذ في الحسبان ظروف المنافسة السائدة، وتمر دورة حياة الخدمة البنكية كما يتضح من الشكل التالي بأربعة مراحل أساسية هي:

الشكل رقم (02-03): يمثل دورة حياة الخدمة البنكية



المصدر: سامي أحمد مراد، تفعيل التسويق المصرفي لمواجهة آثار اتفاقية تحرير الخدمات "الجاتس"، المكتب العربي للمعارف، مصر، 2007، ص133.

1- مرحلة تقديم الخدمة للسوق:¹ تتصف هذه المرحلة بالنمو المنخفض للمبيعات من الخدمة البنكية الجديدة، وبوجه عام يحقق البنك خسائر في هذه المرحلة، وتشمل تكاليفها نفقات ترويج الخدمة والإعلان عنها بهدف تشجيع إقبال العملاء عليها على نطاق واسع، وتشمل أيضاً تكلفة بحوث السوق، تكاليف إنشاء نظام توزيع الخدمة، وتكاليف اختبار السوق بالنسبة للخدمة وغيرها، وتكون الأولوية لدى إدارة البنك في هذه المرحلة هي خلق الإدراك بوجود الخدمة والمنافع التي تقدمها للعملاء

¹ سامي أحمد مراد، تفعيل التسويق المصرفي لمواجهة آثار اتفاقية تحرير الخدمات "الجاتس"، المكتب العربي للمعارف، مصر، 2007، ص133.

في السوق المستهدف، وهكذا يتبين أن النشاط الرئيسي للبنك في مرحلة تقديم الخدمة للسوق هو التأكد على العنصر الترويجي.

2- **مرحلة النمو:**¹ أثناء مرحلة النمو تتجه المبيعات والأرباح إلى الارتفاع مع ثبات حجم التكاليف، وأثناء هذه المرحلة يمكن للبنك تحسين مستوى قبول الخدمة في السوق من خلال:

- التطوير والتحسين في ملامح وجودة الخدمة.
- بيع الخدمة إلى قطاعات عريضة في السوق.
- التركيز من خلال الإعلان ليس على خلق الإدراك بدرجة أكبر ولكن على خلق الاقتناع بشراء الخدمة.
- تخفيض أسعار الخدمة كلما أمكن لجذب أكبر عدد ممكن من العملاء.

3- **مرحلة النضج:**² تصل الخدمة إلى مرحلة النضج عندما تشجع الربحية التي يحققها البنك أثناء النمو ببقية المنافسين على الدخول في السوق وتقديم خدمة مماثلة، وتتصف هذه المرحلة بانخفاض حجم المبيعات وزيادة الإعلان وزيادة التكاليف وانخفاض الأرباح وهناك العديد من الأساليب التي يمكن بها تقليل معدل الانخفاض في المبيعات والإيرادات في الأجل القصير، ولكن في النهاية المراحل لا يكون هناك مفر من إحلال هذه الخدمة، ويمكن أن تعمل الاستراتيجيات التسويقية التالية على إطالة عمر الخدمة خاصة في مرحلة النضج:

- تعديل في الأسعار لجذب قطاعات أخرى من العملاء في السوق.
- تخفيض الأسعار للاحتفاظ بالعملاء على الأقل مع تحسين البنك في السوق.
- تغيير الإستراتيجية البيعية من خلال بيع الخدمة البنكية مع العديد من الخدمات المماثلة لإعطاء العميل نوعاً من الإغراء المتعدد أو الواسع.

4- **مرحلة الانحدار:** تتصف هذه المرحلة بثبات عنصر التكاليف الثابتة مع انخفاض العائد خاصة مع تخفيض الأسعار، وعند التفكير في هذه المرحلة - وهي مرحلة حتمية بطبيعة الحال - فإن هناك طريقتان أمام البنك:

➤ يمكن للبنك سحب الخدمة كلية من السوق في الحال، وبالتالي عدم تحمل أي نوع من الخسائر، ويتيح هذا الأسلوب الفرصة أمام البنك لاستخدام الموارد المترتبة على سحب هذه الخدمة من السوق في تقديم

¹- سامي أحمد مراد، المرجع السابق، ص134.

²- المرجع السابق، ص134.

خدمات أخرى مربحة، غير أنه يجب مراعاة أنه ربما يترتب على سحب خدمة مالية متاحة للعملاء بعض الآثار العكسية.

➤ البديل الثاني هو أن مع انخفاض حدة المنافسة قد يكون من المرغوب فيه الاستمرار في تقديم هذه الخدمة في السوق الأولى للقطاعات التي تحقق الربحية فقط.

والجدير بالذكر أن المشكلات المتعلقة بالتدفقات النقدية الداخلة للبنك يمكن التغلب عليها بتنظيم الخدمات البنكية المختلفة بحيث توضع في مراحل مختلفة من دورة حياة المنتج.

كما يتضح من الشكل السابق فإنه طالما كانت تكلفة بيع الخدمات البنكية أقل من العائد فسوف يحقق البنك أرباحاً، وحتى يتأكد من تحقيق الأرباح لأن محفظة الخدمات البنكية ينبغي أن تظهر الخدمات البنكية في مراحل مختلفة من دورة حياة كل منها

المطلب الرابع: تصميم الخدمة البنكية DES

تتقيد البنوك أثناء تصميم الخدمة بمجموعة اعتبارات هامة تتعلق بكيفية تحديد ملائمة الخدمة للعميل، واختيار مفهوم التصميم الذي يجب أن ينسجم مع الاحتياجات المطلوبة للزبائن وترجمة هذا المفهوم إلى مواصفات، وبعد ذلك يجب أن يعطي البنك تأكيداً خاصاً على الجوانب الإضافية لجودة التصميم من خلال المراجعة الدورية للخدمة، أي أن تصميم جودة الخدمة البنكية يتعلق بالعناصر الثلاثة التالية كما توضحها المعادلة التالية:¹

$$DES = F (STAN, CON, AUD) \text{ حيث أن :}$$

DES: تصميم الخدمة البنكية.

STAN: معايير الجودة.

CON: المطابقة.

AUD: مراجعة الخدمة.

¹ - حورية حنان، مرجع سابق، ص 46-47.

1- معايير الخدمة STAN:¹ تحدد التوقعات ومستويات الأداء القابلة للقياس التي تحدد جودة الاتصال بالعميل وهي تتضمن المعايير الفنية مثل زمن الاستجابة أو المعايير السلوكية. ويصنف Gilmore & Borland معايير جودة الخدمة البنكية 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 البنك وتشكل احتياجات وتوقعات العملاء أساس معايير الخدمة القابلة للقياس ويجب على البنوك إيصال معايير الخدمة البنكية لجميع الموظفين ذوي الاتصال المباشر مع العميل وضرورة شرح هذه المعايير عند إعطاء توجيهات للموظفين وللحفاظ على تماسك وفاعلية هذه المعايير يجب على البنك أن تدعم وتعزز معايير خدماتها باستمرار ويمكن الاستفادة من التغذية العكسية لشكاوي العملاء في تحسين وتطوير معايير الخدمة البنكية، ويساعد إتقان المعلومات في الوقت الحالي على تحقيق المطابقة لمعايير خدمة العميل.

إن معايير جودة الخدمة يجب أن توضع بناء على مستويات جميع المقاييس التي تمثل الجودة المقبولة وغير المقبولة، ومن الضروري القيام بالأعمال التصحيحية عندما يوضح قياس جودة الخدمة والتي تعد معقدة إلا أنها تعكس التأكيد السلوكي والفني لنظم الخدمة.

2- المطابقة CON:² أي إنجاز المواصفات وتوثيق الخدمة والالتزام بمعاييرها، حيث تشكل العمليات المصرفية إحدى تحديات تطبيق الطريقة الجديدة المقترحة لعلامة جودة الخدمة البنكية، والمهارات التي يتمتع بها أفراد البنوك بهدف تسليم خدمات بنكية ذات جودة ومطابقة لتصميم هذه الخدمة إي أنها تلقت المواصفات الموضوعية لها.

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

¹ نفس المرجع السابق، ص 47.

² نفس المرجع السابق، ص 47.

للدخول في إستراتيجية عولمة جودة الخدمات البنكية بحيث يتم إعادة تدريبها وتأهيلها وإعدادها لخدمة الأهداف المستقبلية لإدارة المصرف.

3-مراجعة الخدمة AUD:¹ تعد المراجعة عنصراً أساسياً في أي إستراتيجية للخدمة البنكية بهدف تحسين جودة وعملية تسليم هذه الخدمة خصوصاً على المستوى العالمي من الضروري أن تأخذ هذه المراجعة بعين الاعتبار تقييم الزبائن للخدمات البنكية الموجودة حالياً، والاحتياجات الحالية والمستقبلية لهم والمسائل التي تواجه موظفي البنك أثناء تسليم الخدمات البنكية والأولويات والاعتبارات الاقتصادية والاجتماعية والمالية السائدة في البلد الأم للبنك، والتطورات المهنية والإدارية والقانونية وبيئة الموارد المتوفرة. ويجب أن تنفذ مراجعة في نهاية كل مرحلة للتصميم بهدف معرفة النتائج الفعلية التي حققها التصميم واعتبرت المواصفات الدولية 2-ISO 9004:1991: من الواجب أن تتضمن مراجعة تصميم الخدمة ممثلين عن جميع الوظائف المؤثرة على جودة الخدمة المناسبة للمرحلة التي تم مراجعتها، ويجب أن تحدد مراجعة التصميم الأخطاء والمشكلات ونقاط الضعف في التصميم لضمان التقاء المواصفات الدولية الموضوعية في هذا المجال.

¹ - نفس المرجع السابق، ص ص 47-48.

المبحث الثاني: جودة الخدمات البنكية

اهتمام البنوك بالجودة في خدماتها البنكية ينبع من منطلق الرغبة في تحقيق رضا عملائها الحاليين والمستقبليين وفقا لتوقعاتهم، ويعتبر موضوع جودة الخدمات البنكية من أهم المواضيع التي تصدرت اهتمامات الباحثين ونتج عنه العديد من الدراسات التي عالجت الموضوع من جوانب مختلفة.

وبالتالي أصبحت جودة الخدمات البنكية أحد الأسلحة التنافسية القوية، ويستهدف هذا المبحث للتعريف بجودة الخدمة البنكية وأهميتها وأبعادها بالإضافة إلى نماذج لقياسها.

المطلب الأول: مفهوم جودة الخدمات البنكية

لتعرف على جودة الخدمة البنكية يجب أن نتعرف أولاً على مفهوم جودة الخدمة :

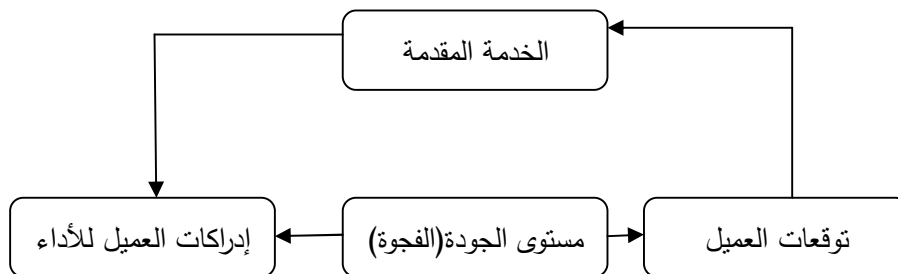
أولاً: مفهوم جودة الخدمة

تعرف جودة الخدمة بـ: " الإدراك الناتج من المواقف التي تتكون من تقويمات العملاء الشاملة طويلة المدى للأداء"¹

وتعرف أيضا " معيار لدرجة تطابق الأداء الفعلي للخدمة مع توقعات العملاء لهذه الخدمة".²

وشكل التالي يوضح مفهوم جودة الخدمة

شكل رقم (02-04) : يوضح مفهوم جودة الخدمة



المصدر: عوض بدير الحداد، تسويق الخدمات المصرفية، دار البيان للنشر، مصر، 1999، ص337.

¹ - روبرت دري، دافيد بوحانيك، تعريب: سرور على إبراهيم سرور، إدارة تسويق الضيافة، دار المريخ للنشر، الرياض، المملكة العربية السعودية، 2007، ص84.

² - عوض بدير الحداد، المرجع السابق، ص336.

ثانياً: مفهوم جودة الخدمات البنكية

يعد موضوع جودة الخدمة البنكية وما له من أهمية بالغة حظي باهتمام الباحثين الأكاديميين والممارسين على حد سواء، حيث وضعت عدة تعاريف لجودة الخدمة البنكية نذكر من بينها:

تعرف جودة الخدمة البنكية على أنها: " ملائمة ما يتوقعه العملاء من الخدمة البنكية المقدمة إليهم مع إدراكهم الفعلي للمنفعة التي يحصل عليها العميل نتيجة حصولهم على الخدمة، لذا فالخدمة الجيدة من نظر العميل هي التي تتفق وتتطابق مع توقعاتهم"¹.

يختلف مفهوم جودة الخدمات البنكية عن مفهوم الخدمة كما تحدده المواصفات القياسية، فهناك تباين بين الجودة المدركة من قبل العملاء وبين الجودة القياسية.

وبميز بعض الباحثين بين ثلاثة أبعاد مختلفة لجودة الخدمات البنكية:

1- البعد المادي.

2- المرافق والتسهيلات.

3- الأفراد القائمون على تأدية الخدمة.

وتتطوي فكرة هذا التصنيف على جودة الخدمة البنكية تعني أكثر المخرجات المتولدة عن الخدمة، فهي تتضمن الأسلوب الذي تقدم به.

كذلك يرى البعض الآخر أن جودة الخدمة البنكية هي محصلة التفاعل بين العميل وبين عناصر تتعلق بالبنك نفسه، وضمن هذا الإطار يمكن التمييز بين بعدين للجودة هي:

1- الجودة المادة وتتضمن الجوانب المؤسسية وتعني سمعة البنك وصورته لدى الجمهور.

2- الجودة التفاعلية التي تنتج عن التفاعل بين موظفي البنك وعملائه.

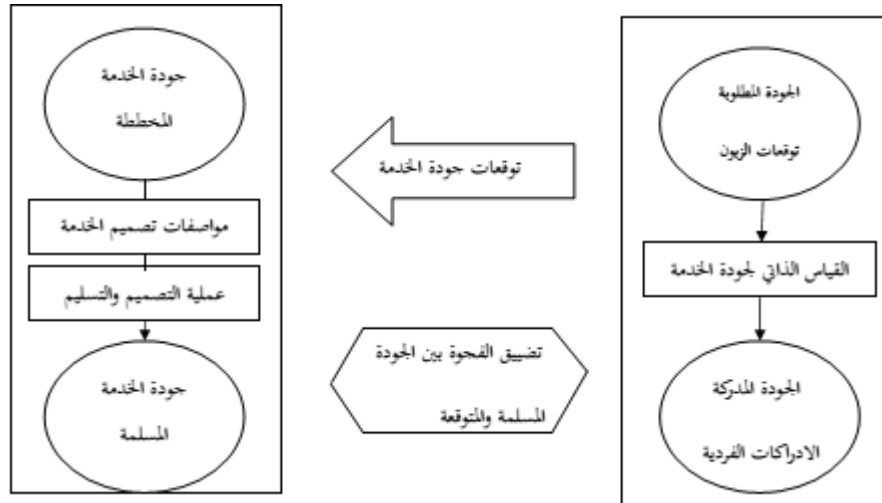
ويمكن تعريف جودة الخدمات البنكية من خلال وجهتي النظر التاليتين:

¹ - بوغان نور الدين، تقييم جودة الخدمات المصرفية من وجهة نظر الزبون وأثرها على رضاه وولائه دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية والريفية-وكالة القل، مجلة الباحث الاقتصادي، عنابة، العدد السابع، جوان 2017 ، ص369.

➤ **وجه نظر العميل:** يعد العميل العامل الأكثر أهمية في تصميم وتقديم وتقييم مستوى الجودة، فالجودة المطلوبة هي مستوى جودة الطلب الصريح أو الضمني للعميل الذي يتوقعه مقدمو الخدمة، أي أنها تشكل توقعات العميل التي تنشأ بتأثير عوامل متعددة، أهمها التجربة الشخصية السابقة للعميل مع الخدمة، وتوقعات المستعملين الآخرين للخدمة، وسمعت البنك أيضا.¹

في حين تعني الجودة المدركة الانطباع الكلي للعميل، والتجارب عن مستوى الجودة بعد التحقق من الخدمة، ويعطي الاحتمال بين الجودة المدركة والجودة المطلوبة مقدم الخدمة فرصة هامة لقياس رضا العميل بناء على صياغة وتشكيل معيار دقيق وفعلي على أساس نتائج تقييم العميل للخدمة.

ويوضح الشكل رقم (02-05): يمثل الجودة من وجهة نظر البنك



المصدر: رعد حسن الصرن، أهمية دراسة العلاقة بين شبكة الانترنت وجودة الخدمات المصرفية-دراسة نظرية، مجلة العلوم الإنسانية، جامعة محمد خيضر بسكرة، العدد الثامن، فيفري 2005، ص10.

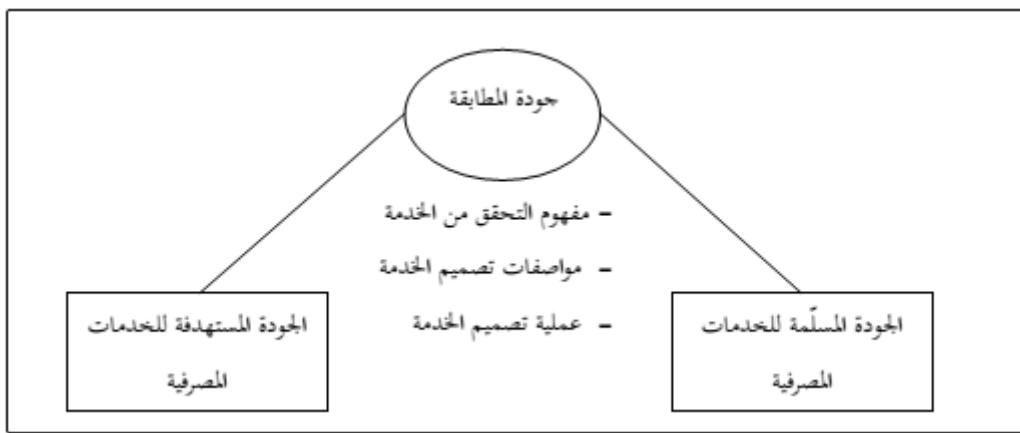
➤ **من وجهة نظر مقدم الخدمة:** إن التركيز على عرض الخدمة قاد إلى تعريف الجودة داخليا على أنها المطابقة للمتطلبات، وهذا يؤكد على أهمية الإدارة والجودة من جانب عرض الخدمة، وتمثل جودة المطابقة إدراك الجودة من وجهة نظر مقدم الخدمة. وبعد حاملو الأسهم (المساهمين) وإدارة البنك

¹ رعد حسن الصرن، أهمية دراسة العلاقة بين شبكة الانترنت وجودة الخدمات المصرفية-دراسة نظرية، مجلة العلوم الإنسانية، جامعة محمد خيضر بسكرة، العدد الثامن، فيفري 2005، ص10.

والعمال بمثابة مقدمي خدمات، ويعتمد تحقيق جودة المطابقة بين مستوى الجودة المخطط (المستهدف) والجودة الحقيقية المسلمة للعميل على نظام إدارة جودة الخدمة في البنك.¹

ومنه تعرف جودة الخدمات البنكية بأنها: ملائمة العملاء من الخدمة البنكية المقدمة إليهم مع إدراكهم الفعلي للمنفعة التي يحصلون عليها نتيجة حصولهم على الخدمة، لذا فالخدمة الجيدة نظرا للعملاء هي التي تتفق وتتطابق مع توقعاتهم.

يوضح الشكل رقم (02-06): يمثل الجودة من وجه نظرا مقدم الخدمة.



المصدر: رعد حسن الصرن، أهمية دراسة العلاقة بين شبكة الانترنت وجودة الخدمات المصرفية-دراسة نظرية، مجلة العلوم الإنسانية، جامعة محمد خيضر بسكرة، العدد الثامن، فيفري 2005، ص 12.

المطلب الثاني: أهمية جودة الخدمات البنكية

تبرز أهمية الجودة في الخدمات البنكية من خلال المزايا التي تحققها للبنك في بلوغ أهدافه والتي يمكن إيجازها في النقاط التالية:²

1- **تنمية ولاء العملاء:** هناك علاقة واضحة بين مستوى جودة الخدمة البنكية وولاء العملاء، فكلما ارتفع مستوى جودة الخدمات المقدمة للعميل زادوا رضاه عن البنك مما يؤدي إلى استمرار تعامله معه بل وزيادة هذا التعامل.

¹- نفس المرجع السابق، ص 11.

²- جمال الدين محمد مرسي، مصطفى محمد أبو بكر، الدليل في خدمة العملاء ومهارات البيع، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2006، ص 34-37.

2- **جذب عملاء جدد:** تساعد الخدمة الجيدة في تناقل الاتصالات الشخصية الإيجابية بين العملاء ويؤدي ذلك إلى تحسين سمعة البنك وجذب عملاء جدد له، وتدل الدراسات أن العميل الراضي يستطيع أن يجذب خمسة عملاء آخرين للتعامل مع البنك ودون أن تكون هناك جهود ترويجية للبنك.

3- **تخفيض التكاليف:** تساهم الخدمة البنكية الجيدة في تخفيض تكلفة النشاط عن طريق:

- تجنب تكلفة إعادة أداء الخدمة.

- انخفاض ميزانية الإعلان والترويج نتيجة الاتصالات الشخصية الايجابية.

- انخفاض التكاليف الإدارية نتيجة استغلال الطاقة المتاحة بشكل جيد.

4- **المساهمة في الحفاظ على العمالة:** دلت نتائج البنوك الرائدة والتي تقدم منتجات وخدمات لعملائها بشكل

جيد أنها تحضا بالحفاظ على الموارد البشرية والكفاءات، كما تبدو العلاقة بين جودة الخدمة والحفاظ

على عمال واضحة حيث تساهم الخدمة الجيدة في تنمية ولاء العملاء وجذب عملاء جدد نتيجة رضاهم

عنها مما يؤدي إلى زيادة أعمال البنك وزيادة أرباحه، الأمر الذي يؤدي إلى رضاهم وزيادة حماسهم للعمل

وبالتالي استمرارهم في تقديم الخدمة الجيدة.

5- **زيادة الحدية في التسعير:** إن ولاء العملاء للبنوك التي تقدم لهم خدمات متميزة أو تضيف قيمة

لمعاملاتهم يجعلهم مستعدون للتضحية بعض الشيء لدفع سعر أعلى مقابل استمرار حصولهم

على المستويات الراقية من الخدمة، وكننتيجة لكون أن معظمهم لا يمتلك حسية كبيرة في الفرق سعري

التي تعكس فروقا في القيمة تجد البنوك حرية أكبر في عمليات تسعير خدماتها طالما أن العلاقة

بين القيمة والسعر في حالة تعادل.

6- **تحسين الأداء المالي للبنك:** إن الآثار الإيجابية للخدمة الجيدة المتمثلة في زيادة المبيعات وزيادة الإنتاجية

وتخفيض التكاليف وزيادة الأسعار تؤدي إلى تحسين الأداء المالي للبنك وتجعله يحقق الأهداف التي وجد

من أجلها والتي تسعى إلى تحقيقها.

المطلب الثالث: أبعاد الجودة الخدمة البنكية

تعد الجودة ثمن الدخول إلى السوق في حين التميز في الخدمة هو ثمن النجاح، لذا تتمثل مفاتيح الجودة

في تقديم الخدمات وفقا لمعايير ومواصفات محددة قد حددها بعض الكتاب بعشرة أبعاد وسنلخصها في الجدول

التالي:

الجدول رقم (02-01): يوضح أبعاد جودة الخدمة البنكية

الأبعاد	التوضيح
الاعتمادية	وتتمثل في ثبات الأداة وقدرة المنظمة على تقديم الخدمة التي وعدت بها بشكل يمكن من الاعتماد عليها، بالإضافة إلى أداء الخدمة بطريقة صحيحة من أول مرة، ويضم هذا البعد ما يلي: <ul style="list-style-type: none"> - الدقة في الحسابات. - للحفاظ على سجلات صحيحة. - تقديم الخدمة في المواعيد المحددة.
الاستجابة	وتتعلق بمدى رغبة واستعداد مقدمي الخدمة لتقديم خدمة فورية للعملاء وتشمل: <ul style="list-style-type: none"> - الاستجابة الفورية لاحتياجات العملاء. - الرد الفوري على استفسارات العملاء أو شكاويهم. - تقديم خدمة فورية مثل تحديد المواعيد بسرعة.
الكفاءة	وتعني امتلاك المهارات والمعارف المطلوبة لتقديم الخدمة وتتضمن: <ul style="list-style-type: none"> - معارف ومهارات موظفي المكاتب الأمامية. - معارف ومهارات موظفي الجهاز التنظيمي. - قدرة المنظمة على إنجاز بحوث من أجل تقديم خدمات أفضل.
الوصول إلى الخدمة	ويتعلق الأمر بالقرب وسهولة الاتصال بمقدم الخدمة ويضم هذا البعد ما يلي: <ul style="list-style-type: none"> - سهولة الوصول إلى الخدمة عن طريق الهاتف (الخطوط غير مشغولة أو ترك العميل ينتظر). - مدة الانتظار من أجل الحصول على الخدمة (في البنك مثلاً) ليست طويلة. - ملائمة أوقات العمل. - ملائمة مكان تقديم الخدمة.
المجاملة	وتشمل أدب، الاحترام، ومراعاة وصداقة موظفي المكاتب الأمامية للعملاء ويشمل هذا البعد ما يلي: <ul style="list-style-type: none"> - مراعاة ظروف العمال والتعاطف معهم. - حسن مظهر موظفي المكاتب الأمامية.
الاتصال	ويقصد بهذا البعد أن يعمل موظفو البنك على جعل العملاء على علم دوماً بخصائص الخدمة وكيفية الحصول عليها عن طريق مخاطبتهم باللغة التي يستطيعون فهمها، وتعديل هذه اللغة حسب مستوى كل عميل وذلك بزيادة التعقيد مع الزبون المثقف، والتحدث ببساطة ووضوح مع الأقل تثقيفاً، بالإضافة إلى الإنصات، ويشمل هذا البعد ما يلي: <ul style="list-style-type: none"> - شرح الخدمة نفسها للعملاء - توضيح تكلفة الخدمة - توضيح المفاضلة بين الخدمة والتكلفة - طمأنة العميل على إمكانية حل مشكل ما
الأمان	ويعني الخلو من الخطر، المخاطر الشك ويتضمن هذا البعد ما يلي: <ul style="list-style-type: none"> - الأمن المادي - الأمن المالي

<p>- المحافظة على سرية تعاملات العميل مع المنظمة</p>	
<p>ويتعلق هذا البعد ببذل جهد من أجل فهم حاجات العميل وذلك عن طريق:</p> <ul style="list-style-type: none"> - معرفة حاجات العملاء بدقة - تقديم اهتمام فردي لكل عميل - معرفة العملاء الدائمين للمنظمة 	<p>فهم / معرفة العميل</p>
<p>وتشير إلى الدلائل المادية المتابعة لمنظمة الخدمة، ويشمل هذا البعد ما يلي:</p> <ul style="list-style-type: none"> - التسهيلات المادية - الأدوات والتجهيزات المستخدمة في تقديم الخدمة - مظهر الموظفين في منظمة الخدمة - الصورة المادية للخدمة مثل: البطاقة البلاستيكية أو كشوفات البنك - العملاء الآخرون في منظمة الخدمة 	<p>الجوانب المادية الملموسة</p>

المصدر: حبلي هدى، قياس جودة الخدمة المصرفية- دراسة حالة بنك البركة الجزائري، رسالة لنيل شهادة الماجستير في العلوم التجارية (غير منشورة)، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة منتوري، قسنطينة، الجزائر، 2006-2007، ص 72-74.

المطلب الرابع: نماذج قياس جودة الخدمة البنكية

تركز معظم تعاريف لجودة الخدمات على مدى مطابقة الجودة لاحتياجات وتوقعات العملاء، وعليه فإن أغلبية طرق القياس والتقييم تركز على هذه الزاوية أي قياس جودة الخدمات من منظور العملاء، حيث توصل الباحثون إلى تحديد نموذجين لتقييم جودة الخدمة، يعتمد هاذين النموذجين بشكل أساسي على مجموعة من المؤشرات قابلة للتكيف أو التعديل حسب نوع الخدمة.

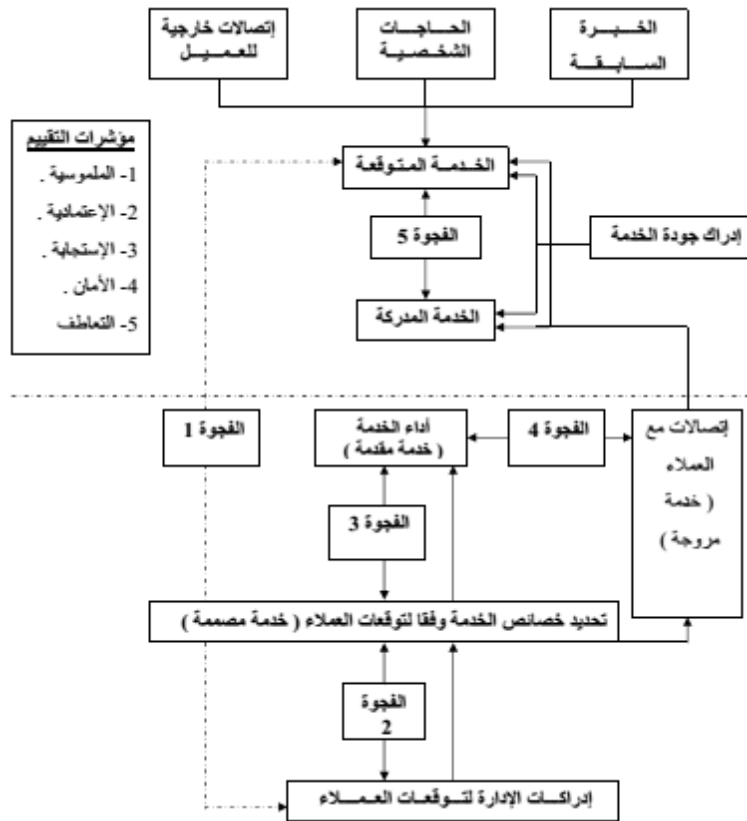
أولاً- نموذج الفجوة Servqual¹: يعني تحديد الفجوة بين توقعات العملاء لمستوى الخدمة وإدراكهم للأداء الفعلي لها، أي معرفة وتحديد مدى التطابق بين الخدمة المتوقعة والخدمة المدركة ويمكن التعبير عنها بالعلاقة التالية:

$$\text{جودة الخدمة (نموذج الفجوة)} = \text{الإدراك} - \text{التوقع}$$

¹- بوعنان نور الدين، جودة الخدمات وأثرها على رضا العملاء- دراسة ميدانية في المؤسسة المينائية سيكدة، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات الحصول على شهادة ماجستير (غير منشورة)، فرع التسويق، قسم علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير والعلوم التجارية، 2006-2007، ص 75.

ومع تطور الأبحاث أصبح نموذج الفجوة يتم بناءه على تحديد الخطوات التي يجب أخذها بعين الاعتبار عند تحليل وتخطيط جودة الخدمة، وقد حدد هذا النموذج الفجوات التي تسبب عدم النجاح في تقديم الخدمة المطلوبة وتتمثل في خمس فجوات يمكن توضيحها من خلال الشكل التالي :

الشكل رقم (02-07): يمثل نموذج الفجوة



المصدر: بوعنان نور الدين، جودة الخدمات وأثرها على رضا العملاء- دراسة ميدانية في المؤسسة المينائية سكيكدة، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات الحصول على شهادة ماجستير(غير منشورة)، فرع التسويق، قسم علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير والعلوم التجارية ، 2006-2007، ص75.

1- الفجوة 1: وتنتج عن الاختلاف بين توقعات العميل وإدراك البنك، فقد لا تدرك دائما وبدقة رغبات العملاء وكيفية حكم العميل على مكونات الخدمة لقلّة المعلومات عن السوق وأنماط الطلب.

2- **الفجوة 2:** وتشير إلى عدم وجود تطابق المواصفات الخاصة بالخدمة مع إدراكات لتوقعات العميل أي أنه رغم إدراك البنك لتوقعات العميل إلا أنه غير قادر على ترجمة ذلك إلى مواصفات محددة في الخدمة المقدمة.¹

3- **الفجوة 3 :** وهي فجوة بين مواصفات الخدمة الموضوعية والأداء الفعلي لها، فإذا تمكن البنك من وضع المواصفات المطلوبة في الخدمة، فلا يمكنه أداء هذه الخدمة بسبب وجود مواصفات مقعدة وغير مرنة، وعدم تدريب العاملين على أداءها أو عدم اقتناعهم بالمواصفات المطلوبة، أو عدم وجود الحافز لأداء هذه الخدمة.

4- **الفجوة 4:** وتتمثل في فجوة من الخدمة المروجة والخدمة المقدمة، أي أن الوعود المعطاة من خلال الأنشطة الترويجية لا تتطابق مع الأداء الفعلي للخدمة ولذلك لوجود ضعف في التنسيق بين العمليات والتسويق الخارجي للبنك.

5- **الفجوة 5:** وتتعلق بالفجوة بين الخدمة المتوقعة والخدمة المؤداة، وهذا يعني أن الخدمة المتوقعة لا تتطابق مع الخدمة المدركة وتكون محصلة لجميع الفجوات بحيث يتم على أساسها الحكم على جودة أداء البنك.

ثانيا: نموذج الاتجاه Servperf²: تعرف الجودة في إطار هذا النموذج مفهوما اتجاها يرتبط بإدراك العميل للأداء الفعلي للخدمة المقدمة ويعرف الاتجاه على انه: " تقييم الأداء على أساس مجموعة من الأبعاد المرتبطة بالخدمة المقدمة.

يقوم هذا النموذج على أساس رفض فكرة الفجوة في تقييم جودة الخدمة، ويركز على تقييم الأداء الفعلي للخدمة، أي التركيز على جانب الإدراك الخاصة بالعميل فقط ذلك أن جودة الخدمة يتم التعبير عنها كنوع من الاتجاهات وهي دالة لإدراكات العملاء السابقة وخبرات وتجارب تعامل البنك، ومستوى الرضا عن الأداء الحالي للخدمة، وضمن هذا الإطار تتم عملية تقييم جودة الخدمة من طرف العميل. وتتضمن عملية تقييم الجودة وفق هذا النموذج الافتراضات التالية:³

1- في غياب خبرة العميل السابقة في التعامل مع البنك فإن توقعه حول الخدمة تحدد بصورة أولية لمستوى تقييمه لجودتها.

¹ - بوعنان نور الين، جودة الخدمات وأثرها على رضا العملاء- دراسة ميدانية في المؤسسة المينائية سكيكدة ، ص76.

² - نفس المرجع السابق، ص76.

³ - ناجي معلا، أصول التسويق المصرفي، معهد الدراسات المصرفية ، 362.

2- بناء على خبرة العميل السابقة المتراكمة كنتيجة لتكرار التعامل مع البنك، فإن عدم رضاه عن مستوى الخدمة المقدمة يقوده إلى مراجعة المستوى الأولي للجودة.

3- إن الخبرات المتعاقبة مع البنك ستقود إلى مراجعات إدراكية أخرى لمستوى الجودة، وبالتالي فإن تقييم العميل لمستوى الخدمة يكون محصلة لكل عمليات التعديل الإدراكي التي يقوم لها، وهكذا فإن رضاه عن مستوى الأداء الفعلي له أثر مساعد في تشكيل إدراكه للجود، وعند تكرار الشراء فإن الرضا يصبح أحد المدخلات الرئيسية في عملية التقييم.

- وعليه نخلص إلى أن الاتجاه كأسلوب لتقييم جودة الخدمة يتضمن الأفكار التالية:
 - أن الأداء الحالي للخدمة يحدد بشكل كبير تقييم العميل لجودة الخدمة المقدمة فعليا من البنك.
 - ارتباط الرضا بتقييم العميل لجودة الخدمة أساسه الخبرة السابقة في التعامل مع البنك أي أن التقييم عملية تراكمية طويلة الأجل نسبيا.
 - تعتبر المؤشرات المحددة لمستوى الجودة (الاعتمادية، الاستجابة، التعاطف، الأمان، والملموسية) ركيزة أساسية لتقييم مستوى الخدمة وفق نموذج الاتجاه.

المبحث الثالث: جودة العميل من خلال جودة الخدمة البنكية

على الرغم من صعوبة تقييم العملاء لجودة الخدمة البنكية، فإن على البنك أن تتخذ الإجراءات اللازمة لمراقبة وتحسين جودة الخدمة التي تقدمها لجمهور العملاء، وطبقاً لذلك فإن جودة الخدمة البنكية هي قياس لمدى مستوى الجودة المقدم، مع توقعات العميل.

المطلب الأول: أنماط العملاء وطرق التعامل معهم

يسعى البنك إلى اكتساب ثقة العملاء والوصول إلى رضاهم من خلال التركيز على جودة سلعتها وخدماتها لإشباع حاجات ورغبات العملاء، وتسعى كذلك العمل على زيادة درجة الرضا لديهم للمحافظة على بقائها في السوق، وفي هذا المطلب سنتعرف على أنواع العملاء وكيفية التعامل معهم.

- يعرف العميل على أنه: "المستخدم النهائي لخدمات البنك، وتتأثر قراراته بعوامل داخلية (الشخصية والمعتقدات والأساليب والدوافع والذاكرة)، وبالعوامل خارجية مثل (الموارد وتأثيرات العائلة وجماعات التفضيل والأصدقاء) وقد يكون العملاء (أفراد أو مؤسسات سواء من مناطق الريف أو المدينة أو مختلف شرائح المجتمع".¹
- ويعرف أيضاً أنه: "المشتري الحالي أو المشتري المتوقع الذي يحتاج إلى المنتج أو لديه رغبة في شراء وبنفس الوقت لديه القدرة على شراء ذلك المنتج".²

وللتعرف أكثر على أنواع العملاء تم تلخيصه في الجدول التالي:

الجدول رقم (02-02): يمثل أنماط العملاء وكيفية التعامل معهم

نمط العميل	صفاته الشخصية	طرق التعامل معه
العميل السلبي	- يتصف بالخلج والمزاجية. - أسئلته كثيرة ورغبته في الإصغاء بانتباه وبقظة. - البطء في اتخاذ القرارات. - إعطاء ردود للأسئلة التي تطرح عليه.	- الصبر ومحاولة الوصول إلى الأساليب التي تؤدي إلى عدم قدرته على اتخاذ القرار. - مسابرة للوصول إلى تحقيق رغباته. - تعميق الإدراك لديه بأهمية وقته وجهده.

¹ - علاء فرحان طالب، أميرة الجنابي، إدارة المعرفة: إدارة معرفة الزبون، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان 2009، ص74.

² - محفوظ أحمد جودة، إدارة الجودة الشاملة: مفاهيم وتطبيقات، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، ط2، 2006، ص71.

<p>- عدم مجادلته فيما يدعي أو يقول. - معرفة الأساس الذي يبني عليه شكه وعدم ثقته. - تكيف الحوار معه بطريقة تزيل شكه وعدم ثقته.</p>	<p>- يتصف هذا العميل بعدم الثقة. - لهجته تتطوي على السخرية لما يقوله الغير له. - صعوبة معرفة الشيء الذي يريده.</p>	<p>العميل المتشكك</p>
<p>- معاملته بحرص وحذر. - أن يعطيه الآخرون فرصة للحديث كلما كان ذلك مناسباً، والموافقة على ما يبديه من آراء وتعليقات. - الحرص على إبقاء الحديث معه ضمن سياق الموضوع أو الخدمة محل الحديث. - التعبير عن الامتنان والتقدير للاقتراحات التي يقدمها.</p>	<p>يتصف بأنه صديق مجامل ويتمتع بوقته في محادثة الغير. - يتصف بالفكاهة والدعابة. - لديه الأساليب إلى جر الأشخاص الذين يحاورونه إلى الأحاديث التي يريدها</p>	<p>العميل الثرثار</p>
<p>- محاولة إنهاء معاملته بسرعة، والحرص على ضرورة مسابته. - معاملته على أنه شخص ذو أهمية كبيرة وأنه صاحب الرأي القيم. - ضرورة طلب نصيحته ورأيه في المسائل المختلفة. - الابتعاد عن الدخول في التفاصيل والتركيز على الهدف الأساس.</p>	<p>- المبالغة في إدراك تولد لديه اتجاهات ونزعات التمييز والسيطرة. - غروره المفرط يقوده إلى شعوره العالي بالثقة. - غير صبور ويلجأ إلى المقاطعة في الحديث وإعاقة الآخرين عن العمل. - يثار بسهولة ولا يسأل كثيراً وذلك لشعوره بأنه يعرف كل شيء.</p>	<p>العميل المغرور المندفع</p>
<p>- إشعار بأن فرص الاختيار أمامه محدود، والطريق إلى الحلول البديعية مغلق. - في حالة اليأس من الخروج بأي نتيجة معه نشكره ونشعره بأن اللقاء معه كان فرصة جيدة وفتحة للصدقة.</p>	<p>- عدم قدرته على اتخاذ القرار بنفسه. - متردد وغير مستقر في رأيه . - يؤجل قراراته إلى وقت آخر</p>	<p>العميل المتردد</p>
<p>- الأدب والتحلي بالصبر في التفاعل معه، والتعرف على مشاكله. - الانضباط والتحكم في ردود الأفعال. - الاستمرار في توجيه الأسئلة له والإصغاء له، ومحاولة الوصول إلى أسباب الغضب لديه وتسويتها.</p>	<p>- يتصف بسرعة الغضب وإمكانية الإثارة بسرعة، ويرى المتعة في الإساءة إلى الآخرين وإلحاق الضرر بهم. - صعوبة إرضائه فأراؤه دائماً متشددة وفيها نوع من التهجم.</p>	<p>العميل الغضبان</p>
<p>- عدم وضع العميل محلاً لتركيز الانتباه، وتتبع حركاته دون إشعاره بذلك. - استعراض أفضل أساليب التعامل معه.</p>	<p>- التمعن في الأشياء وتفحصها، ولا يوجد شيء محدد في ذهنه فهو يستمتع بالتسوق. - لا يرغب أن يكون محل مراقبة أو ملاحظة، وإذا شعر أنه مراقب فإنه يكف عن بما يعمل.</p>	<p>العميل المشاهد المتسوق</p>

<p>-محاولة مساعدته لتجنبه الأخطاء، وتقديم النصيحة التي تساعده على الاختيار الصحيح.</p> <p>-الطلب منه قراءة أية معلومات تتعلق باختيار قبل اتخاذ قراره، وتوضيح أية التزامات يمكن أن تترتب على هذا الاختيار وذلك تجنباً لأي إحراج أو لوم في المستقبل.</p>	<p>-يتصف بالتفاخر الدائم وقدرته على اتخاذ قرارات سريعة.</p> <p>-تتحكم عواطفه بالسلوك الشرائي، ويكره المعلومات التفصيلية والشرح المستفيض عن خدمة.</p> <p>-إلقاء اللوم على الموظف الذي قدم له الخدمة في حالة وقوعه في الخطأ.</p>	<p>العميل النزوي</p>
<p>-محاولة مسابرتة فيما يقول والثناء على ذلك.</p> <p>-إظهار التقدير والاحترام لمعارفه وذكائه.</p> <p>-الطلب منها تقديم المقترحات التي يريدها حول الخدمة المقدمة وإشعاره بالاهتمام به وبالأشياء التي يقولها.</p>	<p>-يتصف العميل بأنه ايجابي النزعة، نشيط ومبادر ويتمتع باستقلالية عالية جداً.</p> <p>-يتخذ قراراته بصورة منفردة بعيداً على تأثير الآخرين.</p> <p>-عنيد ومتشبث بآرائه، محافظ ويقاوم التغيير.</p>	<p>العميل العنيد</p>
<p>-الحرص على إعطائه المعلومات الصحيحة وعدم مناقشته بغير علم، والجدية في أسلوب الحوار المستخدم معه.</p> <p>-استخدام الحقائق والمنطق التحليلي وإعطائه الأمثلة الرقمية والأدلة المختلفة.</p> <p>-معاملته بوقار واحترام.</p>	<p>-يتصف العميل بالهدوء وقلة الكلام، فهو يستمتع أكثر مما يتكلم.</p> <p>-يمتاز بالارتزان وعد السرعة في اتخاذ القرار.</p> <p>-البحث الجيد عن المعلومات للوصول إلى الاختيار الأنسب من خلال التحليل والربط بين المعطيات وإدراكه للخطر.</p>	<p>العميل المفكر الصامت</p>

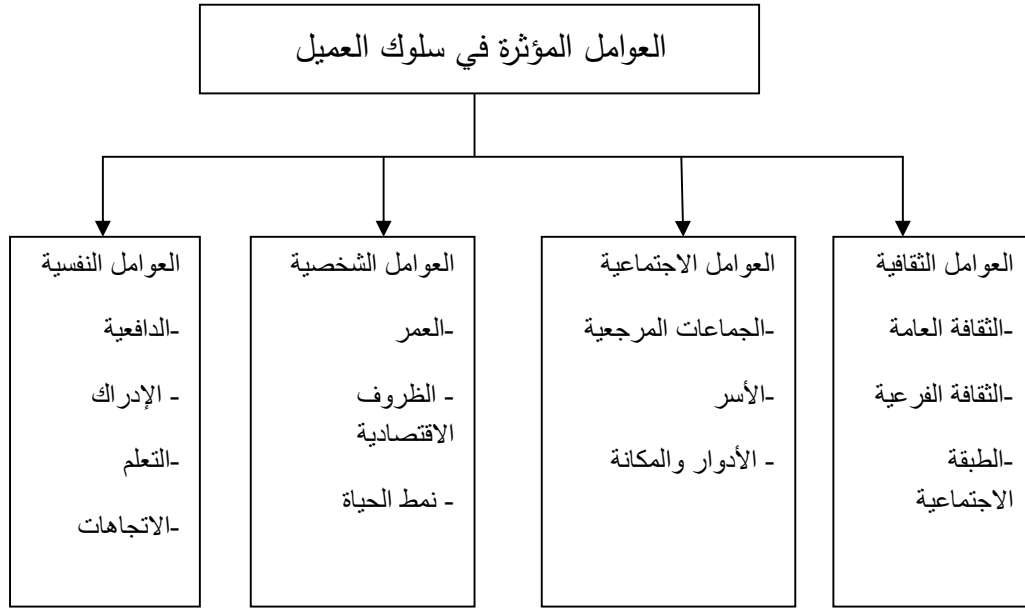
المصدر: من إعداد الطالبة اعتماداً على: مأمون سليمان الدرادكة، إدارة الجودة الشاملة وخدمة العملاء، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2008، ص 183-189.

من خلال ما سبق يتضح بأن هناك اختلاف في شخصيات العملاء مما يجعل مهمة مقدمي الخدمة صعبة في التعامل معهم، لذلك على البنك أن تقدم دورات تكوينية لمقدمي الخدمات في مجال علم النفس والاجتماع من أجل الإطلاع على خبايا الشخصيات وفهمها وبالتالي إيجاد الحلول المناسبة للتعامل معها.

المطلب الثاني:العوامل المؤثرة على إدراك العملاء لجودة الخدمة

يمثل الفرد نظام مفتوح يتفاعل مع الأنظمة المحيطة به يتأثر ويؤثر عليها وعملية التفاعل تلعب الدور الأساسي في التأثير على السلوك الاستهلاكي للعميل، وبشكل عام يمكن تمثيل العوامل المؤثرة في سلوك العميل في الشكل التالي:

الشكل رقم (02-08): يمثل العوامل المؤثرة في سلوك العميل



المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على معطيات.

أولاً- **العوامل الثقافية:** تعتبر الثقافة بمفهومها العام من أكثر العوامل المؤثرة على سلوك العميل وهي من المحددات الرئيسية لرغبات وسلوك العميل وتتضمن العوامل الثقافية مايلي:¹

1- **الثقافة العامة:** وهي مجموعة العادات والتقاليد والقيم والمعتقدات التي تحكم وتنظم التصرفات السلوكية لأفراد مجتمع ما، وتسهم التقاليد والقيم في تشكيل الهياكل المرجعية السلوكية لأفراد المجتمع، والتي تحدد بدورها اتجاهاتهم وتفضيلاتهم.

2- **الطبقة الاجتماعية:** وهي مجموعة من أفراد المجتمع الموجودين ضمن هياكل متسلسل من مستويات المكانة الاجتماعية المتفاوتة المتميزة، والتي يكون لدى أفراد كل منها نفس الإدراك بمكانتهم الاجتماعية، في حين يشعر أفراد الطبقات الأخرى داخل نفس السلسلة بمكانة مدركة أكبر أو أقل.

ثانياً- **العوامل الاجتماعية:**² يتأثر سلوك العميل بالعوامل الاجتماعية مثل الجماعات المرجعية والأسر والأدوار والمكانة الاجتماعية، التي ينتمي إليها العميل والتي يطمح إلى الانتماء إليها من خلال المعلومات التي تزوده بها والضغط التي تمارسها عليه.

¹ - علاء فرحان طالب، أميرة الجنابي، مرجع السابق، ص 79.

² نفس المرجع السابق، ص ص 79-80.

- 1- العائلة: هي مجموعة الأولى التي يتصل بها الفرد وبشكل مستمر أيضا، مما يعني أن العميل سيؤثر ويتأثر بالعائلة المحيطة به في قرارات الشراء المتخذة.
- 2- الأدوار والمكانة: فتشير إلى موقع الفرد والتي تمثل في هذه المجموعات وكل دور يحمل مكانة تعكس الاحترام والتقدير العام المرتبط به في المجتمع، وفي الغالب نجد أن الناس يختارون المنتجات التي تتفق مع مكانتهم في المجتمع.

ثالثا- العوامل الشخصية:¹ وتتمثل في العمر ونمط الحياة والشخصية

- 1- العمر: يشتري العميل خلال حياته العديد من السلع والخدمات تختلف تبعا إلى المرحلة العمرية التي يعيشها وما يعتقده مناسباً له وعلى الموظف أن يتعامل مع كل فئة عمرية بأسلوب يختلف عن الفئة الأخرى.
- 2- نمط الحياة: يشير إلى أن الأفراد يمكن أن يشاركوا في ذات الثقافة الاجتماعية والوظيفية ولكنهم يختلفون في أنماط حياتهم، ونمط الحياة الفردي يمكن إرجاعه إلى معيشة الفرد في العالم المحيط به والأنشطة المختلفة التي يقوم بها واهتماماته وآرائه، فنمط الحياة لا يمكن أن يفسر طبيعة الفرد ككل وتفاعله مع البيئة المحيطة به وعليه فإن الموظفين يبحثون في العلاقة القائمة بين الخدمات والمنتجات وأنماط الحياة لهذه المجموعات.
- 3- الشخصية: تشير إلى الخصائص النفسية المميزة التي تؤدي إلى استجابات تتفق أو تتماشى مع البيئة الخاصة له، وتعتبر الشخصية أحد المتغيرات المفيدة في تحليل سلوك العميل حيث يمكن تصنيف العملاء حسب الأنواع الشخصية التي يتميزون بها وتسويقيا يمكن الاستفادة من السمات المختلفة لشخصية العميل في تحديد الخدمات والمنتجات والعلامات التي يقوم بشرائها.

رابعا- العوامل النفسية:² خيارات العميل في الشراء تتأثر بأربعة عوامل نفسية هي:

- 1- التحفيز: إذ يشير إلى الرغبات أو احتياجات غير محققة ويحاول الفرد العمل على إشباعها فالعميل في سلوكه الشرائي يبحث عن شراء الحاجات من السلع والخدمات التي هي أكثر حاجة لأنها تمثل بحقيقتها استقرار لوجوده ومن ثم يأتي بالبحث عن تلبية الحاجات الأخرى ذات الأهمية الأقل.
- 2- الإدراك: هو العملية التي يتم من خلالها معرفة الفرد للأشياء الموجودة في عالمه المحيط به طريق حواسه الخمس ويحدود العمل التسويقي فإن العميل أن يفعل الشيء الكثير بهدف إثارة أكبر عدد ممكن من

¹ - نفس المرجع السابق، ص 80-81.

² - نفس المرجع السابق، ص 81-82.

العملاء وذلك من خلال العديد من الوسائل كأسلوب عرض البضائع، أسلوب الإعلان، الديكور الخارجي للبنك.

3- **المعتقدات والاتجاهات:** هو توصيف الفكرة التي يحملها الفرد عن شيء ما، إما الاتجاه فيشير إلى الموقف أو التقييم الثابت لدى العميل والذي يكون إيجابياً أو سلبياً نحو منتج أو خدمة معينة، والبنك عليها أن يضع منتجاته بما يتفق مع اتجاهات العميل لا أن يعمل على تغيير اتجاهاتهم نحو الخدمات التي تتعامل بها.

4- **التعلم:** هو التغييرات الحاصلة في سلوك العميل والناجمة عن الخبرات السابقة المتراكمة لديه، أي أنه يتعامل مع بيئة بنكية خلال فترة حياته ويكتسب من كل حالة مستوى خبرة معين.

المطلب الثالث: محددات رضا أو عدم رضا العميل

قبل التعرف على محددات الرضا من عدمه يجب التعرف على مفهوم الرضا وأنواعه.

1- تعريف الرضا:

- مستوى إحساس العميل الناجم عن مقارنة بين أداء الخدمة المدركة وبين توقعاته.¹
 - شعور بالمتعة أو الانزعاج الذي ينشأ من المقارنة بين توقعات سابقة وتجربة استهلاك.²
- 2- أنواع الرضا: يمكن تصنيف الرضا إلى أنواع التالية:³

- **الرضا عن النظام:** هو تقييم الموضوعي والتصور الذهني عن الخدمة أو السلعة.
- **الرضا عن المؤسسة:** يشير إلى ما يحصل عليه العميل في التعامل مع المؤسسة مثل: التسهيلات المقدمة.

- **الرضا عن الخدمة:** يشير إلى التقييم الموضوعي الذي يقوم به العميل لجميع المخرجات والخبرات عند استخدام الخدمة، بمعنى يقارن بين توقعاته السابقة مع أداء الخدمة.

3- **رضا العميل من عدمه:** اتفق الباحثون على أن محددات الرضا/عدمه تتمثل في ثلاث محددات أساسية هي:

- التوقعات.
- الأداء الفعلي.
- المطابقة /عدمها.

¹ - محمد فريد الصحن، قراءات في إدارة التسويق ، الدار الجامعية، الإسكندرية، مصر، 2002، ص71.

² - عبد المطلب عبد الحميد، التسويق المصرفي: مدخل اقتصادي، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2015، ص104.

³ - بوعنان نور الدين، تقييم جودة الخدمات المصرفية من وجه نظر الزبون وأثرها على رضاه وولائه حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة القل، مرجع السابق، 372

1- **التوقعات:** يتم الاتفاق بصفة عامة على أن التوقعات ما هي إلا احتمالات قام العميل بتعريفها وهي خاصة بظهور أحداث معينة سواء كانت ايجابية أو سلبية، وقد أوضحت الدراسات السابقة عن الرضا/ عدمه أن العملاء قد يلجأون إلى استخدام أنواع مختلفة من التوقعات عند قيامهم بتكوين رأي معين عن مستوى أداء خدمة ما مقدما.¹

2- **الأداء الفعلي:** تظهر أهمية الأداء في الدراسات الخاصة بالرضا أو عدم الرضا من كونه مقياسا ومبسطا وعمليا ويمكن الاعتماد عليه للتعبير عن الرضا أو عدم الرضا وذلك ببساطة من خلال سؤال العملاء عن وجهة نظرهم في الجوانب المختلفة بأداء الخدمة، من ناحية أخرى تكمن أهمية الأداء الفعلي في كونه معيارا للمقارنة بينه وبين التوقعات، حيث يقوم العملاء باستخدام خدمة معينة وإدراك مدى الإشباع الذي حصل عليه وبناء عليه يتم تقييم عدم المطابقة، وحيث أنه من المنطقي افتراض أن زيادة الأداء أي جودة الخدمة يؤدي إلى رضا العميل.²

3- **المطابقة / عدم المطابقة:** تنتج المطابقة عندما يتساوى الأداء الفعلي (الإشباع الذي حصل عليه العميل) مع نظيره المتوقع، أما عدم المطابقة فيمكن تعريفها بأنها درجة انحراف أداء خدمة عن المستوى المتوقع الذي يسبق عليه شراء الخدمة"، وأحيانا تكون موجبة أي مرغوب فيها عندما يتفوق الأداء الفعلي على التوقعات وأحيانا تكون سالبة أي غير مرغوب فيها عندما ينخفض مستوى الأداء عن التوقعات، فالرضا يحدث مع كل من المطابقة أو عدم المطابقة الموجبة بينما عدم الرضا يحدث في حالة عدم المطابقة السالبة.³

المطلب الرابع: العلاقة بين جودة الخدمة المدركة ورضا العميل

يستند الرضا إلى مستوى جودة الخدمة المدركة من قبل العميل التي تشبع احتياجاته ورغباته، وعلى ذلك يتضح وجود علاقة واضحة وأكيدة بين مفهومي (الرضا- جودة الخدمة المدركة) رغم اختلاف الدراسات بشأن ذلك وهو ما استدعى تقديم المقارنات التالية:

1- **جودة الخدمة كموقف أو اتجاه شامل:** هي موقف يكونه العميل من خلال تقييمه لعرض الخدمة، وإن هذا الموقف غالبا ما يكون مبينا أو مستندا على سلسلة من خبرات تقييمه السابقة، وبالتالي توصل إلى أن

¹ - سامي أحمد مراد، تفعيل التسويق المصرفي لمواجهة آثار الجائس، المكتب العربي للمعارف، مصر، 2007، ص245.

² - نفس المرجع السابق، ص246

³ - عبد المطلب عبد المجيد، مرجع السابق، ص406.

الجودة هي أقل ديناميكية مقارنة بالرضا، أما الرضا فهو عبارة عن الناتج النهائي للتقييم الذي يجريه العميل لعملية تبادل معينة.

2- التوقعات الإدراكية: يتحدد الاختلاف بين جودة الخدمة ورضا الزبون يكمن في كيفية تعريف أو تحديد معنى التوقعات، فعند قياس جودة الخدمة المدركة فإن مستوى المقارنة يكون على أساس "ما الذي ينبغي على العميل توقعه"، بينما في قياس الرضا فيكون مستوى المقارنة على أساس "ما الذي يتوقعه العميل من الخدمة".

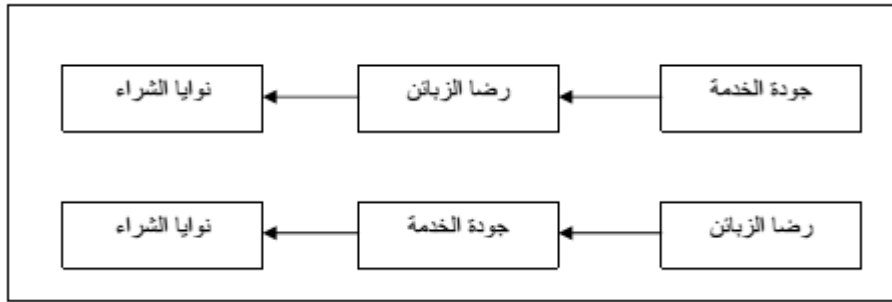
3- الرضا التراكمي للعميل: ونجد تعريفين لرضا التراكمي وهما:

- رضا العميل المستند على تبادل تجاري: يعرف على أنه التقييم النهائي الذي يجريه العميل لعملية تبادل معينة، وذلك بعد المقارنة بين توقعاته بخصوص جودة الخدمة المشتراة، وأداء جودة الخدمة الفعلية.
- رضا العميل المستند على تبادلات تراكمية: ويستند هذا المفهوم على إجمالي خبرة الشراء والحصول على الخدمة عبر فترة زمنية معينة، وبالتالي يعد مؤشرا هاما لتقييم أداء مقدم الخدمة في الماضي والحاضر، وعليه فإن تقييم الجودة يستند على حكم شامل وهو ما يوضح الاختلاف بين الرضا والجودة المدركة لأسباب التالية:

- يتحدد الرضا من التجارب السابقة، بينما الجودة يمكن إدراكها من دون تجربة أو خبرة.
- يعتمد رضا العميل على مركب القيمة (السعر والجودة) وعموما على السعر.
- يستند الرضا على التجارب السابقة والمتوقعة، أما الجودة ترتبط بالإدراكات الحالية.

وأوضحت العديد من الدراسات بين جودة الخدمة المدركة ورضا العميل في صورة نوايا الشراء، حيث أن المستويات العليا من جودة الخدمة ستؤدي إلى زيادة الرضا، وبالتالي تكرار عملية الشراء، في حين يرى بعض الباحثين أن الرضا يدخل ضمن مفهوم جودة الخدمة وأن هذه الأخيرة تؤدي إلى الرضا وليس العكس، ويرى آخرون أن الرضا يعبر عن نفس مفهوم الجودة، والبعض الآخر يرى أنهما منفصلان، أن الرضا عامل وسيط بين إدراك الجودة ونوايا الشراء، وتضاربت الأبحاث حول كون الرضا سابق للجودة أم لاحق بها، كما هو موضح في الشكل أدناه:

الشكل رقم (02-09):يمثل العلاقة بين الرضا وجودة الخدمة



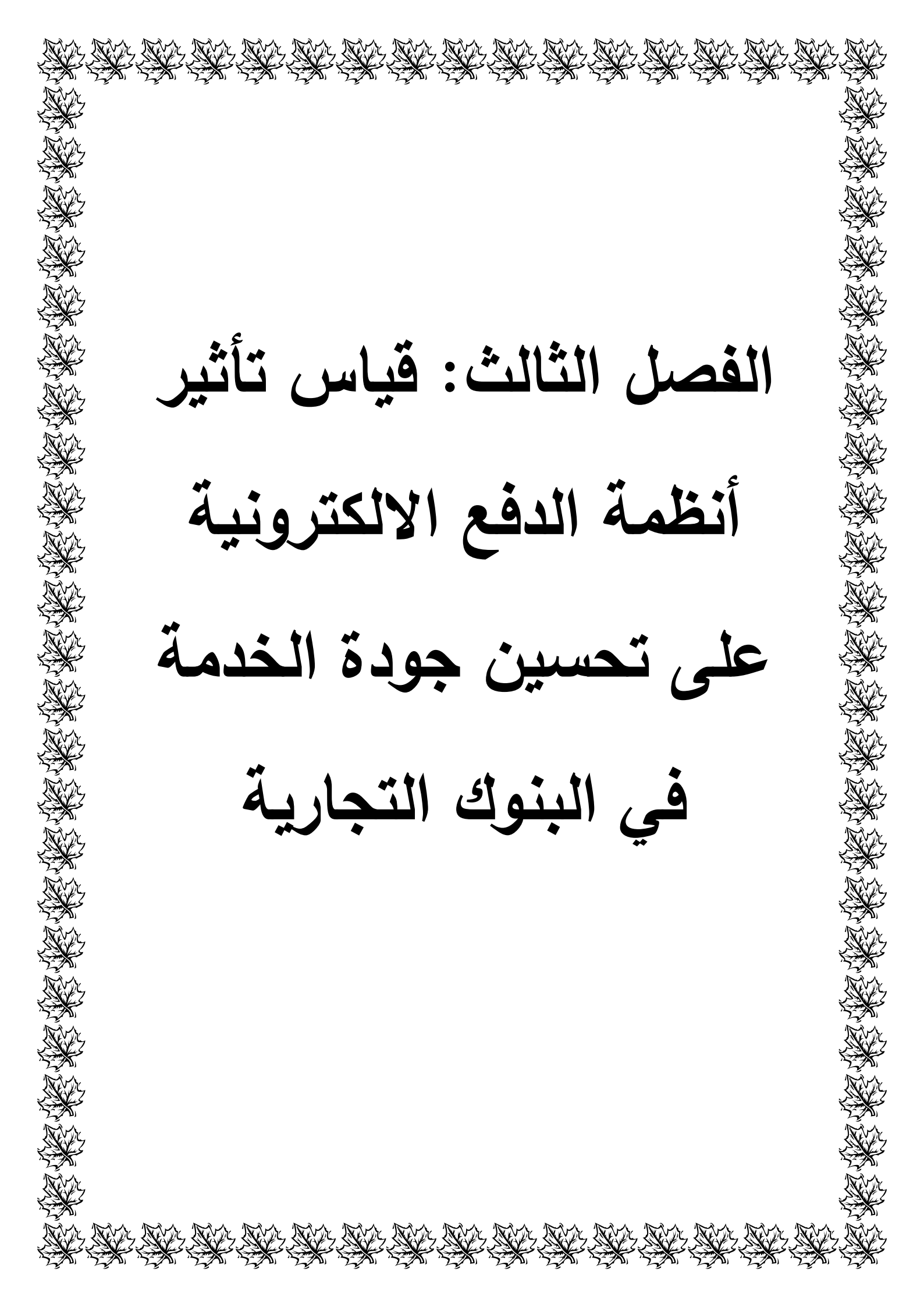
المصدر: الهام نابلي، جودة الخدمات المصرفية وأثرها على رضا الزبائن دراسة حالة البنوك التجارية بولاية قسنطينة، مجلة رؤى اقتصادية، جامعة الشهيد حملة لخضر، الوادي، العدد 8 ، جوان 2015، ص143.

خلاصة الفصل

يتضح لنا مما سبق أن جودة الخدمات البنكية لها ارتباط وثيق مع رضا العملاء، وهذا من خلال الخدمات المقدمة من طرف البنك، وأهمية تقديم خدمات بنكية تتناسب ورغبات واحتياجات العملاء، وأهم النتائج المتوصل لها في هذا الفصل الثاني كالتالي:

- أن جودة الخدمات البنكية هي ملائمة ما يتوقعه العملاء من الخدمة البنكية المقدمة إليهم مع إدراكهم الفعلي للمنفعة إلي يحصل عليها العملاء نتيجة حصولهم على الخدمة.
- أن لجودة الخدمات البنكية خمسة أبعاد وهي: بعد الاعتمادية، بعد الاستجابة، بعد الأمان، وبعد التعاطف
- يعتبر المدخل النظرية الفجوة أهم مدخل لقياس جودة الخدمات المصرفية
- يلعب العميل دور أساسي وهو تتركز عليه كل الخدمات، كما يوجد عدة أنواع من العميل يختلفون من حيث طباعهم وشخصياتهم، لذا على البنك أن يسعى دوما لفهم ومعرفة عملائه باختلاف أنواعهم لأنهم سبب وجوده وإرضائهم سبب بقاءه
- إن رضا العميل هو مستوى إحساس الناجم عن المقارنة بين أداء الخدمة المدركة وتوقعاته.

كما تبين لنا من خلال هذا الفصل أنه كلما قامت البنوك بتحسين خدماتها وتطويرها من خلال أنظمة الدفع الالكترونية، كما زاد رضا العميل على الخدمات المقدمة لهم، ومن خلال هذه النتائج يمكننا التحقق منها في الدراسة الميدانية.



**الفصل الثالث: قياس تأثير
أنظمة الدفع الالكترونية
على تحسين جودة الخدمة
في البنوك التجارية**

تمهيد:

استكمالاً لما تقدم في الجانب النظري وبعد دراستنا لأنظمة الدفع الالكترونية على تحسين جودة الخدمة في البنوك، والتعرف على مختلف عناصرها ومحدداتها، والتي سوف تكون ركائز جوهرية لهذا البحث ودعمًا للمعلومات المدرجة واستكمالاً للإجابة على الإشكالية المطروحة وتساؤلاتها، سنحاول في هذا الفصل أي الجانب التطبيقي إسقاط دراسة ميدانية من خلال معرفة تأثير أنظمة الدفع الالكترونية على تحسين جودة الخدمة في البنوك التجارية من وجهة نظر العملاء بالوكالات البنكية ببسكرة قمنا باختيار مجموعة من الوكالات والمتمثلة في بنك الفلاحة والتنمية الريفية BADR - بنك الخليج AGB - بنك التنمية المحلية BDL حيث أخذناها كعينة من بنوك مختلفة لولاية بسكرة من بنوك عامة وأخرى خاصة، لاعتقادنا أن جميعها تشترك تقديم الخدمات لاسيما المتعلقة بأنظمة الدفع الالكترونية ومقدرتها على تحسين جودة الخدمات من أجل مقاومة المنافسة في ظل محيط أقل ما يقال عنه أنه لا يرحم من يفقد هذه المقدره.

وتدعيماً لهذه الدراسة قمنا بتدعيم بحثنا باستقصاء لمعرفة أهم أنواع بطاقات البنكية المستخدمة من طرف هذه الوكالات، وعلى ذلك ارتأينا تقديم بطاقة فنية للتعريف بالوكالات البنكية محل الدراسة والخدمات الالكترونية المتواجدة فيها، واختيار العينة من العملاء لإجراء استقصاء حول تأثير أنظمة الدفع الالكترونية على تحسين جودة الخدمة في البنوك التجارية، وبعد جمع الاستمارات قمنا بتحليل هذه المعطيات باستخدام برنامج SPSS22 وعرض النتائج المتحصل عليها، وقياس مدى تحسين جودة الخدمة بهذه الوكالات، وعليه تم تقسيم هذا الفصل إلى ثلاث مباحث على النحو التالي:

المبحث الأول: تقديم الوكالات البنكية ببسكرة .

المبحث الثاني: الإطار المنهجي للدراسة التطبيقية

المبحث الثالث: عرض نتائج الدراسة

المبحث الأول: تقديم الوكالات البنكية بسكرة

تعتبر الوكالات البنكية محل الدراسة BADR-AGB-BDL عينة من بنوك المتواجدة على مستوى ولاية بسكرة منها خاص وعام، والتي حاولنا تقديمها من خلال هذا المبحث مع الإشارة إلى أنواع البطاقات البنكية التي تستخدمها هذه الأخيرة.

المطلب الأول: بنك التنمية المحلية وكالة بسكرة

بنك التنمية المحلية باختصار (ب.ت.م ب.م) (BDL) (وهو أحد البنوك العامة برأس مال قدره 15800 مليون دينار جزائري).

يحسب له شبكة مكونة من 149 وكالة منتشرة بإحكام على مستوى التراب الوطني، بما في ذلك 143 وكالة مكلفة بتسيير العمليات البنكية التي وضعت تحت مسؤوليتها و06 وكالات مختصة في منح قروض على الرهن، وهو نشاط الذي ينفرد به بنك التنمية المحلية ويميزه عن باقي البنوك، وهو عضو في المنظومة الوطنية للوسائل الالكترونية (بطاقة السحب والدفع)، الدولية (فيزا انترناشيونال) ونظام التعويض الالكتروني وخدمة المونيغرام للتحويل السريع للأموال من الخارج إلى الجزائر.¹

بنك التنمية المحلية هو أول بنك المؤسسات الصغيرة والمتوسطة/الصناعات الصغيرة والمتوسطة والتجارة في أوسع معانيها، ثم بنك المهن الحرة والأفراد والعائلات.

يهدف البنك إلى الماركة الفعالة في تطوير الاقتصاد الوطني وعلى وجه الخصوص تعزيز الاستثمار بتشجيع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة / الصناعات الصغيرة والمتوسطة في جميع القطاعات بتنوعها من خلال المشاركة في جميع الإجراءات التي وضعتها السلطات العمومية (ANSEJ, CNAC, ANGEM) بحيث أن بنك التنمية المحلية على استعداد لتلبية الاحتياجات التمويلية للأفراد.

لدى بنك التنمية المحلية الدور الرئيسي في تمويل المشاريع السكنية وذلك عن طريق دعم ومرافقة أصحاب مشاريع الترقية العقارية، وكذا أيضا الأشخاص الذي يريدون شراء مسكن.

¹ - معلومات مقدمة من طرف بنك التنمية المحلية وكالة بسكرة

➤ من بين الخدمات التي يقدمها بنك التنمية المحلية :

- خيارات ادخار شخصية من أجل زيادة رأس مالكم.
- حلول بقروض متماشية وفقا لاحتياجاتكم.
- منتجات وخدمات لمراقبة يومية لحساباتكم البنكية.
- منتجات التأمين لوقايتكم من مختلف المخاطر.

➤ أهم البطاقات التي يتعامل بها بنك التنمية المحلية :

- بطاقة الدفع لبنك التنمية المحلية: فيزا هي وسيلة سحب ودفع الكتروني تسمح بإجراء العمليات بالعملة الصعبة على الموزعات الآلية للأموال ونقاط البيع الإلكترونية (DAB/TPE)، وعلى شبكة الانترنت في جميع دول العالم.

وهي تصدر إلى أي عميل مهتم، لديه أو لا حساب جاري في بنك التنمية المحلية وبحوزته على العملة الصعبة، هناك نوعان من بطاقات فيزا الخاصة ببنك التنمية المحلية:

- بطاقة فيزا للدفع المسبق لبنك التنمية المحلية:¹

وهي تصدر إلى أي عميل لديه أو لا حساب بالعملة الصعبة أو بالدينار في شبابتك بنك التنمية المحلية، وهي مدعومة إما من حساب بالعملة الصعبة أو بدفع نقود من العملة الصعبة في خزينة الوكالة خلال يوم طلب المقدم من طرف المعني بالأمر ونجد:

- بطاقة الدفع المسبق تعمل على أساس التحميل التي يقوم به حاملها.
- المبلغ المحدد لتحميل البطاقة الواحدة هو 1000 يورو شهريا.
- يجب أن لا يتجاوز الحد الأقصى للعملية 500 يورو في الأسبوع
- تسمح بطاقة الدفع المسبق لحاملها القيام بعمليات الدفع والسحب على الموزعات الآلية للأموال DAB ونقاط البيع الإلكترونية TPE، 24/24 سا و 7/7 أيام على جميع شبكة فيزا الدولية.
- تستعمل بطاقة فيزا للدفع المسبق على شبكة الانترنت.

• ميزات بطاقة فيزا الدولية (الدفع المسبق):

- البطاقة صالحة لمدة (02) سنتين.

¹ - معلومات مقدمة من طرف بنك التنمية المحلية وكالة بسكرة

الفصل الثالث: تأثير أنظمة الدفع الالكترونية على تحسين جودة الخدمة في البنوك التجارية

- تخصص مبالغ المعاملات باليورو على الحساب الموقوف باليورو الموافق للرصيد المتوفر في البطاقة.

- تخصص مبالغ الرسوم بالدينار من رصيد الحساب الموقوف بالدينار.

- البطاقة مرفقة بتأمين مجاني على الحياة للعميل.

- يتم تحميل وتجديد البطاقة بناء على طلب العميل.

• كيفية طلب البطاقة على مستوى الوكالة:

➤ **المستفيدون من بطاقة فيزا الدولية:** هم جميع عملاء بنك التنمية المحلية الذين لديهم حساب جاري

بالدينار أو بالعملة الصعبة، ويبلون كل الشروط التالية:

- لديهم الأهلية القانونية.

- لديهم حساب جاري سليم من حوادث الاستعمال حظر أو حجز دفتر الشيكات.

- لا يملكون حساب جاري متابع من قبل مصلحة تحصيل الديون.

- ليس لديهم حادث دفع لم يتم تسويته في حسابهم الجاري.

➤ **بطاقة فيزا الدولية الذهبية لبنك التنمية المحلية:** يتم إصدار بطاقة فيزا الدولية الذهبية إلى أي عميل

صاحب حساب بالعملة الصعبة وبالدينار مفتوح في دفاتر بنك التنمية المحلية، من أهم المميزات

التي تتمتع بها هذه البطاقة نجد:

- تعمل على أساس توفر حساب العميل.

- إيداع مبلغ 5000 يورو يتم عن طريق البطاقة لضمان تسوية المعاملات الصادرة من قبل العميل

على حسابه بالعملة الصعبة.

- إدارة هذه الودائع (ودائع وإرجاع) تعود على مدير الوكالة باعتباره المسؤول الشخصي والحصري

على ذلك.

- يجب أن لا يتجاوز الحد الأقصى للعمليات 1000 يورو في الأسبوع.

- كما تستعمل بطاقة فيزا الذهبية على شبكة الانترنت.

الفصل الثالث: تأثير أنظمة الدفع الإلكترونية على تحسين جودة الخدمة في البنوك التجارية

المطلب الثاني: بنك الفلاحة والتنمية الريفية فرع زريبة الوادي بسكرة

بنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة زريبة الوادي 396 مقر حي 10سكنات جناح B تأسست في 2014/01/20 كانت ملحقة تابعة لوكالة سيدي عقبة، وفي جوان 2014 أصبحت وكالة مستقلة تضم 9 عمال من بينهم المدير و 5 أعوان أمن.¹

بدأت العمل ببطاقات البنكية منذ بداية نشأتها ومن بين البطاقات المتوفرة لديها نجد:²

- **بطاقة التوفير(حساب التوفير والاحتياط):** وهي بطاقة ذو سقف مالي قدر بـ5 ملايين في اليوم لمرة واحدة، في حين قدر بـ15 مليون في الأسبوع 3مرات في الأسبوع، وصالحة لمدة عامين قابلة لتجديد وفي حالة أن العميل يتعامل بالبطاقة يقوم البنك بعملية تجديد تلقائيا. من أجل الحصول على بطاقة التوفير يملئ العميل بعض الوثائق (الملحق رقم) ورقم سري في ظرف مختوم ، بالإضافة إلى الإمضاء في بعض السجلات التي تضم رقم البطاقة وتاريخ الاستلام.
- **CIB تخصص لحساب الموظف:** وهي بطاقة ذو سقف مالي قدره 2 مليون وصالحة لمدة عامين قابلة لتجديد وفي حالة أن العميل يتعامل بالبطاقة يقوم البنك بعملية تجديد تلقائيا، من أجل الحصول على بطاقة التوفير يملئ العميل بعض الوثائق (الملحق رقم) ورقم سري في ظرف .
- **بطاقة الذهبية Card COLUD:** وهي بطاقة مخصصة لتجار ومهنيين أي أصحاب الامتياز لدى البنك ويكون سقف الائتمان 10 مليون يوميا أي 30 مليون في الأسبوع، وهي أيضا قابلة للتجديد كل عامين. - تم تقديم 665 بطاقة في سنة 2018 بالإضافة إلى طلب 230 بطاقة لعام 2019 سيتم توزيعها في شهر جوان 2019.
- يتم تقديم تقارير شهرية لمديرية الجهوية حول عدد البطاقات المقدمة والتي لازالت في الطلب، ولما يوجد في التخزين لدى الوكالة.
- لا يتوفر البنك على صراف آلي لحد الساعة .

¹ - معلومات مقدمة من طرف بنك الفلاحة والتنمية الريفية فرع زريبة الوادي ولاية بسكرة.

² - معلومات مقدمة من طرف بنك الفلاحة والتنمية الريفية فرع زريبة الوادي ولاية بسكرة.

المطلب الثالث: بنك الخليج وكالة بسكرة

أنشئت وكالة بنك الخليج بسكرة في 03 جوان 2010، ومقرها حي السايحي -طريق نفرت- بسكرة، تبلغ مساحتها 350 م²، ومجهزة بكل الوسائل والتقنيات الحديثة، ويبلغ عدد موظفي الوكالة 10 موظفين كلهم إطارات، تسيير حوالي 3000 حساب بنكي وتمول العديد من مشاريع التي من شأنها النهوض بالتنمية المحلية للولاية.¹

بدأت العمل ببطاقات البنكية منذ بداية نشأتها ومن بين البطاقات المتوفرة لديها نجد:²

1- أجهزة السحب والدفع: يعتمد بنك الخليج وكالة بسكرة على أنظمة مختلفة لطرق السحب والدفع

الالكترونية ونذكر منه:

• أجهزة السحب BAD : وهي وسائل تسمح بسحب الأوراق المالية بواسطة بطاقات بنكية فهي إذن موزع

آلي للأوراق لجهاز السحب الالكتروني الفعال في تعاملات السحب حيث تسمح بـ:

- استخدام سريع لعملية السحب.

- خدمة بنكية حرة.

- إمكانية السحب 24/24 ساعة و 7/7 أيام.

- مراقبة المعلومات الموجودة في البطاقات (الرقم السري المبلغ المصدر المعاملة وغيرها).

- لتسيير الخزينة وتسجيل المعلومات الآلي للأوراق النقدية لا بد من:

❖ وجود البطاقة البنكية CIB.

❖ تشكيل رقم سري من 04 أرقام.

❖ الرصيد المشكل للسحب لا تتعدى شحنة البطاقة النقدية.

❖ التأكد من كفاية رصيد العميل (أو حسب طبيعة ونوعية الحساب) مثل الحسابات التي لديها حق

بالسحب على المكشوف.

- الخطوات المتبعة من أجل إنهاء عملية السحب كما يلي:

❖ إدخال البطاقة في الجهاز عبر فتحة مخصصة لإدخال البطاقة.

¹ - معلومات مقدمة من طرف بنك الخليج الجزائر ولاية بسكرة.

² - معلومات مقدمة من طرف بنك الخليج الجزائر ولاية بسكرة.

الفصل الثالث: تأثير أنظمة الدفع الإلكترونية على تحسين جودة الخدمة في البنوك التجارية

- ❖ كتابة الرقم السري المكون من 04 أرقام من أجل التعرف على الشخص الساحب.
- ❖ كتابة الرقم المراد سحبه.
- ❖ تأكيد الجهاز للتعامل بإدخال الرقم الذي يمثل كمية النقود المراد سحبها.
- ❖ تسجيل العملية على مذكرة على أن المبلغ سحب في اليوم والساعة.
- أجهزة الدفع الإلكتروني TPE: هو جهاز آمن وفعال وسريع في تعاملات الدفع عبر الانترنت يسمح ب:
 - ❖ سهولة الاستعمال وتقليل الزمن وكذا تخفيض التكاليف.
 - ❖ وسيلة دفع عصرية مريحة وآمنة.
 - ❖ نظام يطبق على البطاقات البنكية.
 - ❖ توفر الخدمة 24/24 ساعة و 7/7 أيام.
- 2- البطاقات البنكية المصدرة من طرف بنك الخليج الجزائر وكالة بسكرة¹

تقوم وكالة بنك الخليج بسكرة بإصدار مجموعة من البطاقات البنكية منها:

 - بطاقة فيزا: وهي بطاقة اسمية ووسيلة دفع فورية تمكنكم من سحب ودفع بمقدار العملة الصعبة المتوفرة في الحساب.
 - بطاقة فيزا بلاينيوم: وسيلة مريحة موثوقة وآمنة لعمليات الشراء في الخارج من خلال محطة الدفع الإلكترونية الانترنت أو من خلال السحب النقدي على أجهزة الصراف الآلي "فيزا" في القارات الخمس، وهي بطاقة متاحة لكل من يملك حساب بالعملة الصعبة، مع حد أدنى للرصيد قيمته 55555 يورو.
 - ماستر كارد الذهبية: هي بطاقة شخصية صالحة لمدة سنتين الشحن الأقصى للبطاقة 1555 دولار أمريكي، ويمكن فتح الحساب بالدينار والدولار الأمريكي، وهي بطاقة للسحب والدفع بالعملة الصعبة الأجنبية في الخارج ولها ثلاثة أنواع:
 - ماستر كارد المدفوعة مسبقا.
 - ماستر كارد كلاسيك (شخصية).
 - ماستر كارد الذهبية (شخصية).

¹ - معلومات مقدمة من طرف بنك الخليج الجزائر ولاية بسكرة.

الفصل الثالث: تأثير أنظمة الدفع الإلكترونية على تحسين جودة الخدمة في البنوك التجارية

- **ماستر كارد مسبقة الدفع:** هي بطاقة غير شخصية صالحة لمدة 3 سنوات وبالإمكان الاستفادة من بطاقة ماستر كارد مسبقة الدفع بمجرد فتح حساب دينار وحساب الدولار الأمريكي ويمكن دفع المصاريف على المعاملات عن طريق الدفع الدولار الأمريكي أو الدفع بعملة أخرى
- **بطاقة الدفع اليومية ساهلة: SAHLA** هي وسيلة سحب ودفع آمنة مرنة ومسيرة في جميع الأماكن وجميع الأوقات ويمكن استعمال الرصيد دون تحديد السقف وتمتاز بأنها غير محدودة السقف وسهلة الاستعمال وأمنة ومسيرة عبر كافة التراب الوطني.

المبحث الثاني: الإطار المنهجي للدراسة التطبيقية

يعتبر المنهج العلمي عبارة عن أسلوب من أساليب التنظيم الفعالة لمجموعة من الأفكار المتنوعة والهادفة للكشف عن حقيقة تشكل هذه الظاهرة أو تلك، وبناء عليه فإنه يمكن القول بأن المناهج التي تصلح للبحث عن حقيقة ظاهرة معينة تختلف باختلاف الموضوعات المطلوب بحثها من قبل الباحثين الذين يمكن أن يتبعوا مناهج علمية مختلفة، فيعتبر المنهج المتبع لدينا وإجراءاته محورا رئيسا يتم من خلال انجاز الجانب التطبيقي من هاته الدراسة وعن طريقه يتم الحصول على النتائج والتي يتم تفسيرها في ضوء بيانات الدراسة المتوفرة.

المطلب الأول: أسلوب وأدوات الدراسة

من أجل تحقيق أهداف البحث قمنا باعتماد المعالجة الرياضية باستخدام جانب التحليل الوصفي (الإحصاء الوصفي بمختلف أشكاله) وكذلك التحليل الإحصائي لنتمكن من معرفة أثر المتغير المستقل على المتغير التابع والذي يسمح بدراسة وتحليل وتفسير الظواهر النوعية عن طريق مجموعة من الإجراءات البحثية التي تتكامل لوصف الظاهرة اعتمادا على جمع الحقائق والبيانات وتصنيفها ومعالجتها، وقد تم استخدام نوعين من المصادر في ذلك:

1- المصادر الأساسية (الأولية): بهدف معالجة الجوانب التحليلية لموضوع البحث قمنا باختيار الاستبيان كأداة رئيسية في البحث، حيث لجأنا إلى جمع البيانات الأولية من خلال الاستمارة التي صممت خصيصا لهذا الغرض كأداة أصلية حيث تم توزيع 100 استبيان.

2- المصادر الثانوية: اعتمادا على مصادر مخلفة تمثلت في الأدوات التالية:

1-2 وثائق المؤسسة: وتشمل

- بطاقات بنكية لكل من بنك الخليج وبنك الفلاحة والتنمية الريفية.
 - وثائق تبين كيفية الحصول على بطاقة لدى بنك الفلاحة والتنمية الريفية.
 - وثائق تبين كيفية الحصول على بطاقة لدى بنك الخليج.
 - مواقع الإلكترونية للبنوك الخاصة بدراسة.
- 2-2- المقابلة: كانت مع بعض إدارات في البنوك BDL-AGB-BADR محل الدراسة من أجل تعزيز المعلومات ومصادقية المقابلة مع عملاء البنوك من أجل إجابة على الاستبيان.

المطلب الثاني: نموذج الدراسة وعينة البحث

قبل التطرق لعينة البحث يجب شرح متغيرات الدراسة، قمنا بتطوير نموذج الدراسة والذي يتألف من متغيرين، حيث اشتملت الدراسة على متغير مستقل تمثل في أنظمة الدفع الالكترونية، والمتغير التابع المتمثل في جودة الخدمة .

اعتمادا على إشكالية البحث وفروضه تم اختيار مجموعة من الأسئلة التي كانت محاور الاستبيان، والتي تعتبر من الضروري الإجابة عليها لأنها هي الوسيلة المعتمدة من أجل إبراز الهدف من البحث وبالتالي استخلاص النتائج.

ونشير إلى أن أسئلة الاستبيان هي أسئلة سهلة خالية من التعقيد والغموض، والهدف من ذلك تمكين كل عملاء البنك من الإجابة عليها بكل سهولة، وتقادي عدم الإجابة لعدم الفهم أو الملل من عدم وضوح الأسئلة، وقمنا بإعداد الأسئلة تبعا لما تقدم في الجزء النظري، وفي هذا الصدد قمنا بتقسيم الاستبيان إلى ثلاثة أقسام:

القسم الأول: يشمل البيانات الشخصية والخصائص الاجتماعية والوظيفية لعملاء البنك والمتمثلة في (الجنس، السن، المهنة، عدد السنوات تعاملت مع البنك)، والتي اعتقدنا أن لها تأثير واختلاف في إدراك أفراد عينة الدراسة لمتغيرات الدراسة.

القسم الثاني: يتكون من 10 عبارات تهدف لمعرفة رأي العملاء اتجاه الأنظمة الدفع الالكترونية وكل ما هو مرتبط بها.

القسم الثالث: يتكون من 10 عبارات تهدف لمعرفة مدى جودة الخدمة، وقد تم وضع أمام كل عبارة من العبارات السابقة خمس إجابات وهذا بالاعتماد على سلم ليكرت الخماسي كما هو موضح في الجدول التالي:

الجدول رقم (03-01): يمثل توزيع درجات مقياس ليكرت الخماسي

الاستجابة	غير موافق جدا	غير موافق	محايد	موافق	موافق جدا
الدرجة	1	2	3	4	5

المصدر: من إعداد الطالبة

الفصل الثالث: تأثير أنظمة الدفع الإلكترونية على تحسين جودة الخدمة في البنوك التجارية

وتكون طريقة الإجابة باختيار أفراد العينة لأحدى الإجابات الخمسة السابقة، ولتحديد تأثير أنظمة الدفع الإلكترونية على تحسين جودة الخدمة في البنوك التجارية تم تصنيف الإجابات إلى خمس مستويات، وقمنا بحساب المدى الذي يعطي بالعلاقة التالية:

المدى = أكبر قيمة (في مقياس ليكرت وهي القيمة 5) - أقل قيمة (في مقياس ليكرت وهي القيمة 1)

وباعتبار أننا قمنا بتصنيف الإجابات إلى خمس مستويات فإن طول الفئة يحسب كالتالي:

- طول الفئة = المدى / عدد الفئات
- أي طول الفئة = $5 / (1.5) = 0.8$

ليكون المقياس في الحكم على إجابات الأفراد كالتالي:

- قيم المتوسط التي تتراوح بين (1-1.79) دال على دراجة (درجة غير موافق جدا).
- قيم المتوسط التي تتراوح بين (1.80-2.59) دال على (درجة غير موافق).
- قيم المتوسط التي تتراوح بين (2.60-3.39) دال على (درجة محايد).
- قيم المتوسط التي تتراوح بين (3.40-4.19) دال على (درجة موافق).
- قيم المتوسط التي تتراوح بين (4.20-5) دال على (درجة موافق جدا).

❖ **عينة الدراسة:** تم استهداف مجموعة متعاملين ثلاثة بنوك، والمتمثلة في بنك التنمية المحلية وكالة بسكرة وبنك الفلاحة والتنمية الريفية فرع زربية الوادي بسكرة ، في حين كان البنك الأخير والمتمثل في بنك الخليج الجزائر وكالة بسكرة ، وهي عينة عشوائية ، تسمح للباحث بالحصول على نتائج غير منحازة، ولكون الموضوع يتعلق بجانب الخدمات ومن أجل الحصول على نتائج واقعية وبصدق قمنا باختيار عينة الدراسة من عملاء بنوك، حيث وزعنا 100 استبياناً، وقد تم استرجاع 92 استبياناً والتي ضمت مختلف الأصناف.

المطلب الثالث: أساليب وطرق المعالجة الإحصائية

تعتبر الأساليب الإحصائية من أهم الوسائل التي تساعد في تحليل واستخراج النتائج لمختلف البحوث والدراسات في مجالات العلوم كافة وتعتبر في حد ذاتها علم له قواعده وقوانينه، فضلا عن كونه طريقة علمية

الفصل الثالث: تأثير أنظمة الدفع الإلكترونية على تحسين جودة الخدمة في البنوك التجارية

تستخدم القيم والأرقام في تحليل الصفات والظواهر المراد بحثها وبالصيغ العلمية وصولاً إلى نتائج موثوقة يستدل منها الباحثون في عمليات التحليل والتفسير لتلك الظواهر.

أولاً- أساليب العرض الإحصائي

بعد عملية جمع الاستبيان الموزع على عينة المبحوثين تم ترميزها وإدخال بياناتها إلى الحاسوب، ومن أجل الإجابة على الأسئلة البحث واختبار صحة الفرضيات تم استخدام برنامج الحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS.V22)، وذلك لاستخراج مختلف النسب والمتوسطات والتكرارات والانحرافات المعيارية كما يلي:

1- **معامل الثبات:** حيث تم اعتماد معامل Alpha Cronbagh لقياس قوة العلاقة بين الفقرات واتساقها، حيث أن المعامل يأخذ قيمة محصورة بين (0) و(1)، فإذا كانت القيمة مرتفعة فهذا مؤشراً جيداً على ثبات الاستبيان وبالتالي صلاحيته للدراسة، وتكون قيمة معامل Alpha Cronbagh مقبولة ابتداءً من (0.52).

2- **معامل الصدق:** هو الجذر التربيعي لمعامل الثبات Alpha Cronbagh ويشير إلى الاتساق الداخلي لبنود الاستبيان.

3- **المتوسطات الحسابية:** لمعرفة اتجاهات الآراء حول كل من أنظمة الدفع الإلكترونية وجودة الخدمة .

4- **الانحرافات المعيارية:** لقياس درجة التشتت المطلق لقيم الإجابات عن متوسطها الحسابي.

5- **التكرارات والنسب المئوية:** لوصف الإجابات المتعلقة بالبيانات العامة لأفراد مجتمع الدراسة.

6- **معامل الارتباط بيرسون:** لقياس نوع ودرجة العلاقة بين المتغيرات الدراسة حيث يكون الارتباط قوياً وطرياً بين متغيرات الدراسة كلما كانت قيمته موجبة وأقرب إلى الواحد (1)، وتكون ضعيفة وطرياً كلما اقتربت من الصفر، بينما إذا كانت قيمته سلبية وتقترب من (-1) فذلك يعني علاقة عكسية قوية بين المتغيرات، وفي حالة كانت قيمته سلبية وتقترب من الصفر ذلك يعني وجود علاقة عكسية ضعيفة بين متغيرات الدراسة، وفي حالة كانت قيمته الصفر (0) فذلك يعني عدم وجود علاقة بين متغيرات الدراسة، والجدول التالي يوضح قياس الارتباط.

الفصل الثالث: تأثير أنظمة الدفع الالكترونية على تحسين جودة الخدمة في البنوك التجارية

الجدول رقم(03-02): قياس الارتباط

المعنى	قيمة معامل الارتباط
ارتباط طردي تام	+1
ارتباط طردي قوي	0.7-0.99
ارتباط طردي متوسط	0.69-0.50
ارتباط طردي ضعيف	0.01-0.49
لا يوجد ارتباط	0

المصدر:

7- معامل التحديد: هو مربع معامل الارتباط وهو يفسر التغيرات الحاصلة في المتغير التابع وينسبها إلى التغيرات في المتغير المستقل.

ثانيا: طرق الاختيار الإحصائي

قمنا باستعمال اختبار كولمجروف - سمرنوف لمعرفة هل البيانات تتبع التوزيع الطبيعي أم لا، فإذا كانت القيمة الاحتمالية (sig) أقل من أو تساوي مستوى الدلالة (α) الذي يحدده الباحث، فإننا نرفض الفرضية الصفرية والتي تنص على أن البيانات تخضع للتوزيع الطبيعي ونقبل الفرضية البديلة والتي تنص على أن البيانات لا تخضع للتوزيع الطبيعي والعكس صحيح، وهو اختبار ضروري في حالة اختبار الفرضيات لأن معظم الاختبارات المعلمة تشترط أن تتوزع البيانات توزيعا طبيعيا.

كما اعتمدنا أسلوب الانحدار الخطي البسيط لمعرفة تأثير أنظمة الدفع الالكترونية على تحسين جودة الخدمة في البنوك التجارية، والانحدار الخطي البسيط عبارة عن علاقة دالية من الدرجة الأولى ترتبط متغيرين مأخوذين من واقع اقتصادي أو اجتماعي معين خلال فترة محددة أحدهما مستقل والآخر تابع يوضح كيفية تأثير أو دور المتغير المستقل على المتغير التابع، ويتم إيجاد معالم الدالة الخطية (ثوابتها)، بعدة طرق أهمها طريقة المربعات الصغرى.

المبحث الثالث: عرض نتائج الدراسة

سنعرض في هذا المبحث العلاقة بين المتغيرين من خلال اختبار الثبات لأسئلة استبيان البحث المستخدمة في جمع البيانات ومدى ثباتها إضافة إلى عرض البيانات العامة لعينة الدراسة ثم تحليل اتجاهات الآراء، وتفسير النتائج.

المطلب الأول: عرض البيانات العامة

قبل التطرق إلى تحليل البيانات العامة المستخرجة من الاستبيان يجب معرفة ومدى صدق الأداة والثبات لفقرات الاستبيان.

أولاً- معاملات الصدق والثبات: بعد إعدادنا لاستبيان الدراسة قمنا بعرضه على مجموعة من الأساتذة للأخذ بملاحظاتهم حول مدى وضوح الفقرات وسلامتها من الناحية اللغوية والصياغة ومدى ملائمة الفقرات لتحقيق أغراض الدراسة، وكذا التأكد من دلالات صدق الأداة.

ويقصد بثبات الاستبيان إعطائه لنفس النتيجة لو تم إعادة توزيعه أكثر من مرة تحت نفس الظروف والشروط وبعبارة أخرى تكرار توزيعه على أفراد العينة أكثر من مرة من خلال فترات زمنية معينة ، وكما تم شرحه سابقاً يتمثل معامل الثبات في معامل Cronbach's Coefficient Alpha ، ومعامل الصدق هو الجذري التربيعي لمعامل الثبات وكانت نتائج معاملات الصدق والثبات لفقرات الاستبيان

كما هو موضح في الجدول التالي:

الجدول رقم (03-03): يمثل معاملات الثبات والصدق لمحاور الاستبيان

معاملات الثبات والصدق (الفا كرومباخ)	العبارات	محاور الاستبيان
0.52	(10-01)	أنظمة الدفع الإلكترونية
0.847	(20-11)	جودة الخدمة
0.827	20	الإجمالي

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على نتائج SPSS22

الفصل الثالث: تأثير أنظمة الدفع الإلكترونية على تحسين جودة الخدمة في البنوك التجارية

من خلال النتائج الموضحة في الجدول أعلاه يتبين أن قيمة معامل ألفا كرونباخ كانت مقبولة بالنسبة للمتغير التابع "جودة الخدمة" حيث بلغت 0.847، كما كانت قيمة معامل ألف كرونباخ للمتغير المستقل "أنظمة الدفع الإلكترونية" 0.52، وهي قيمة متوسطة، كما نلاحظ أن قيمة المعامل بالنسبة لجميع عبارات الاستبيان هي 0.827، وهي قيمة مرتفعة .

وعلى هذا الأساس نقول أن العلاقة قوية بين فقرات الاستبيان، وبناء على ما سبق يمكن القول أننا نأكدنا من ثبات وصدق الاستبيان ما يجعلنا على ثقة بصحته وصلاحيته للدراسة.

ثانياً- عرض البيانات العامة

مما لاشك فيه أن أفراد العينة المدروسة يختلفون من حيث خصائصهم الشخصية، وقد تتفق آرائهم حول أسئلة الاستبيان وقد تختلف وسنقوم فيما يلي بعرض توزيع أفراد مجتمع الدراسة حسب خصائصهم الشخصية (الجنس، السن، المهنة، وعدد سنوات تعامل مع البنك)، ومن ثم تحليل اتجاهات آرائهم.

1- توزيع أفراد مجتمع الدراسة حسب الخصائص الشخصية

جدول (03-04): توزيع أفراد مجتمع الدراسة حسب الجنس (N=92)

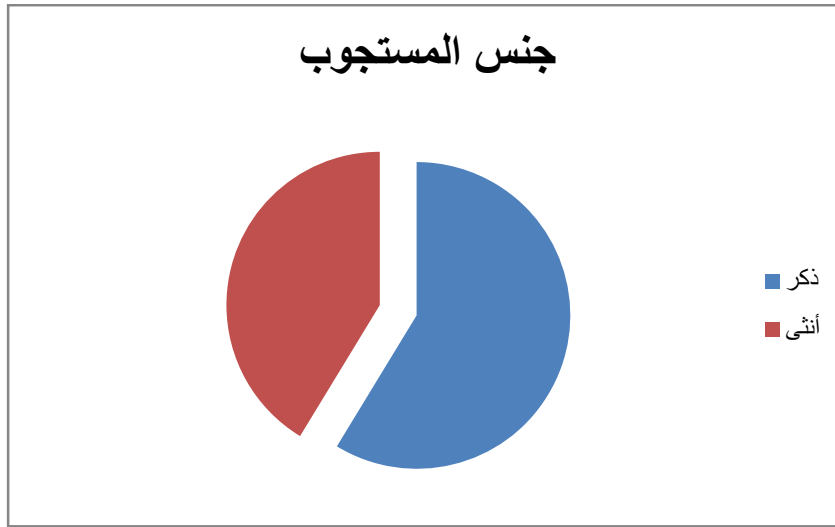
النسبة (%)	التكرار	الجنس
58.7	54	ذكر
41.3	38	أنثى
100.0	92	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على نتائج SPSS22

بين الجدول أعلاه أن أغلبية أفراد العينة المدروسة كانت من جنس الذكور الذين يبلغ عددهم 54 بسنة 58.7%، في حين بلغ عدد الإناث 38 بسنة 41.3، هذا يدل على أن الغالبية من مختلف المصالح هم من جنس الذكور وقد يكون السبب في ذلك راجع إلى أن الإناث تقوم بعملية توكل لزوج أو الأب في المعاملات المالية، الشكل الموالي يوضح ذلك:

الفصل الثالث: تأثير أنظمة الدفع الإلكترونية على تحسين جودة الخدمة في البنوك التجارية

الشكل (03-01): التمثيل البياني لتوزيع أفراد مجتمع الدراسة حسب الجنس (N=92)



المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على نتائج SPSS22

2- توزيع أفراد مجتمع الدراسة حسب العمر

الجدول (03-05): يمثل توزيع أفراد مجتمع الدراسة حسب السن (N=92)

العمر	التكرار	النسبة (%)
أقل من 30 سنة	33	35.9
من 30 إلى 39 سنة	31	33.7
من 40 إلى 49 سنة	16	17.4
من 50 سنة فأكثر	12	13.0
المجموع	92	100.0

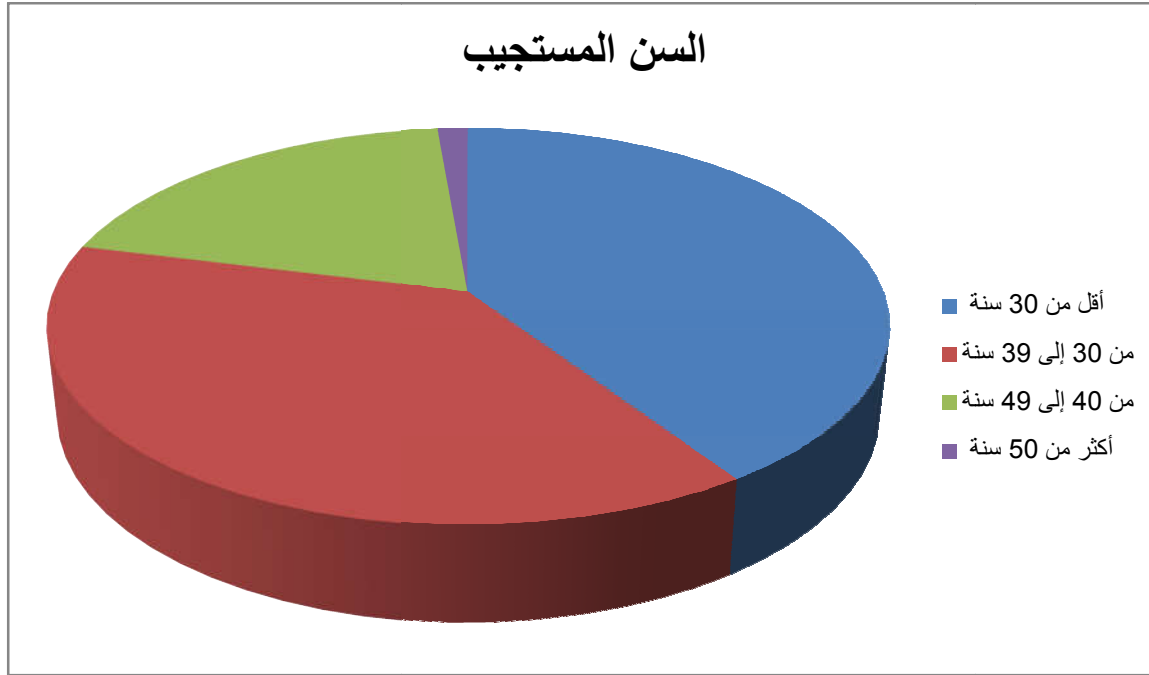
المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على نتائج SPSS22

يتضح من خلال الجدول أعلاه أن أغلبية عملاء البنوك تتراوح أعمارهم أقل من 30 سنة تقدر بـ 33 عميل بنسبة إجمالية تعادل 35.9%، و 31 عميل تتراوح أعمارهم من (30 إلى 39 سنة) بنسبة 33.7%، أما عملاء الذين تتراوح أعمارهم من (40 إلى 49 سنة) تقدر بـ 16 بنسبة 17.4% في حين كانت نسبة 13.0% تخص العملاء الذين أعمارهم فوق 50 سنة وعددهم 12.

الفصل الثالث: تأثير أنظمة الدفع الإلكترونية على تحسين جودة الخدمة في البنوك التجارية

وهذا ما يعني أن البنوك تحرص على تعامل مع الجيل الجديد الذي له ثقافة إلكترونية أفضل من تلك التي لدى الجيل القديم، وهذا مؤشر إيجابي بالنسبة للبنوك.

شكل (03-02): التمثيل البياني لتوزيع أفراد العينة حسب السن



المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على نتائج SPSS22

3- توزيع أفراد مجتمع الدراسة حسب المهنة

الجدول (03-06): توزيع أفراد مجتمع الدراسة حسب المهنة

النسبة (%)	التكرار	المهنة
34.8	32	موظف قطاع عام
28.3	26	موظف قطاع خاص
23.9	22	تاجر
13.0	12	متقاعد
100.0	92	المجموع

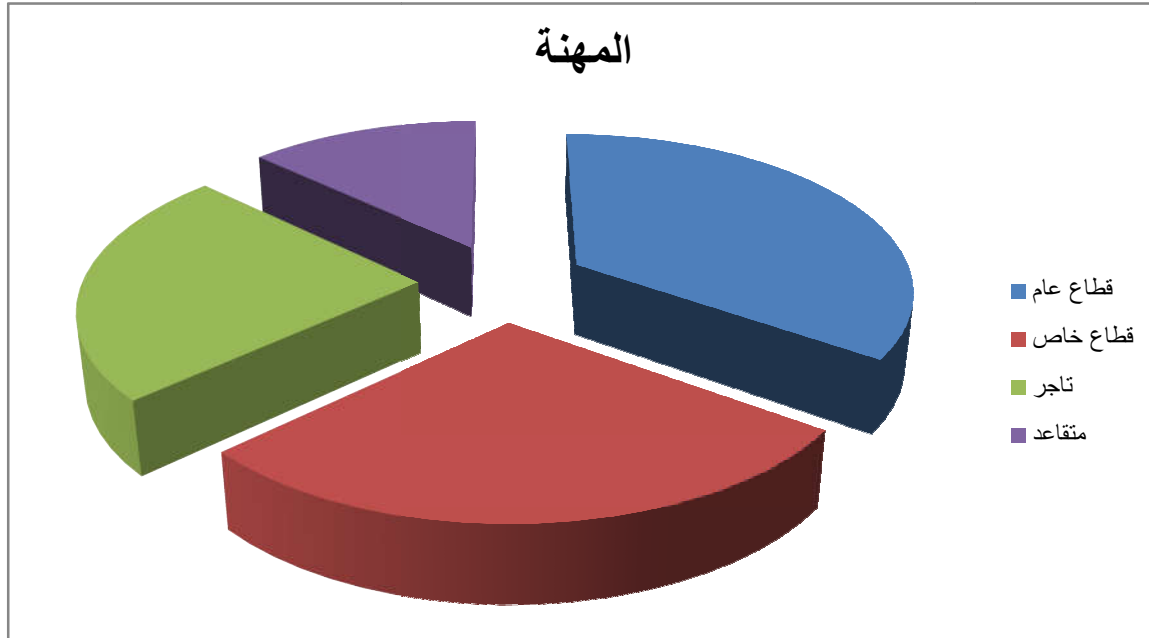
المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على نتائج SPSS22.

الفصل الثالث: تأثير أنظمة الدفع الالكترونية على تحسين جودة الخدمة في البنوك التجارية

من خلال الجدول يتبين أن أكثر عدد من عملاء البنوك يشغلون في القطاع العام والذي قدر عددهم 32 موظف من أصل 92 عميل وذلك بنسبة 34.8% وفي حين كان عدد موظفي القطاع الخاص يقدر بـ 26 من أصل 92 عميل بنسبة 28.3%، أما فيما يخص التجار فكانت نسبتهم 23.9% تعود لـ 22 تاجر من أصل 92 عميل، أما 12 عميل المتبقي فكان يخص فئة المتقاعدين والذي كانت نسبتهم تقدر بـ 13.0%.

وهذا دليل على أن شريحة الوظيفي العمومي هي أكبر تعامل مع البنوك لأنها تتمتع بأجر منتظم غرار الشرائح الأخرى التي ترتبط أعمالها بفترات معينة.

الشكل رقم (03-03): يمثل أفراد مجتمع حسب المهنة



المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على نتائج SPSS22

4- الجدول رقم (03-07): يمثل توزيع أفراد مجتمع الدراسة حسب عدد سنوات تعامل العميل مع البنك

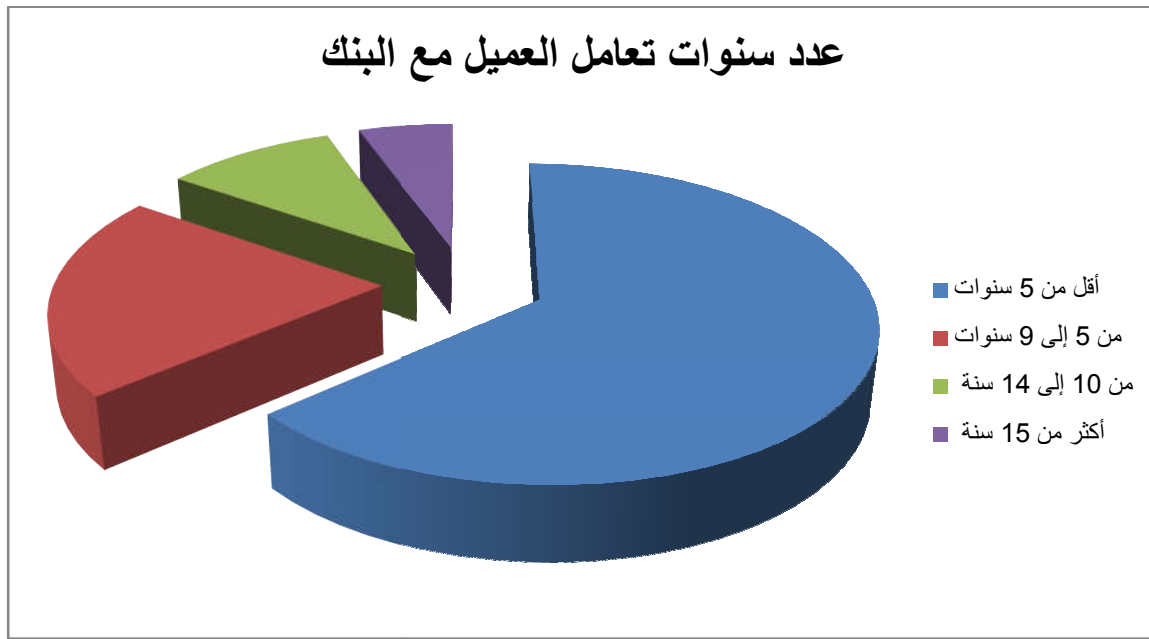
عدد سنوات التعامل مع البنك	التكرار	النسبة (%)
أقل من 5 سنوات	58	63.0
من 5 إلى 9 سنوات	19	20.7
من 10 إلى 14 سنة	9	9.8
أكثر من 15 سنة	5	5.4
المجموع	92	100.0

المصدر: نتائج متحصل عليها من برنامج SPSS22

الفصل الثالث: تأثير أنظمة الدفع الإلكترونية على تحسين جودة الخدمة في البنوك التجارية

نلاحظ من الجدول أعلاه أن نسبة عدد المتعاملين مع البنك لمدة تقل عن 5 سنوات تقدر بـ 63.0% وبعدهم 58 عميل من أصل 92 عميل، أما عدد العملاء الذين يتعاملون مع البنك لمدة تتراوح ما بين 5 سنوات إلى 9 سنوات قدرت بـ 19 عميل من أصل 92 عميل ونسبتهم تقدر بـ 20.7%، في حين قدرت نسبة 9.8% للمتعاملين الذي يتراوح عدد سنوات تعاملهم مع البنك ما بين 10 إلى 14 سنة وتقدر بـ 9 عملاء من أصل 92 عميل، أما فيها يخص متعاملين الذين يتعاملون مع البنك لأكثر من 15 سنة بنسبة 5.4% وبعدهم 5 عملاء من أصل 92 عميل، وهذا يرجع لأن نسبة المتعاملين من فئة الشباب وأن تعامل بأنظمة الدفع الإلكترونية.

الشكل رقم (03-04) : يمثل التمثيل البياني لتوزيع أفراد مجتمع الدراسة حسب عدد سنوات تعامل العميل مع البنك



المصدر: نتائج متحصل عليها من برنامج SPSS22

المطلب الثاني: تحليل اتجاهات الآراء

بعد تطرقنا لعرض البيانات العامة الخاصة بأفراد العينة المدروسة، سنذكر فيما يلي على إدراج التوزيعات التكرارية لإجابات مجتمع الدراسة حول محاور الاستبيان وتحليل البيانات المتعلقة به باستخدام المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية، ودرجات الموافقة حول مختلف الفقرات الاستبيان وترتيبها وفق متوسط اتجاهات الآراء.

الفصل الثالث: تأثير أنظمة الدفع الالكترونية على تحسين جودة الخدمة في البنوك التجارية

أولاً- تحليل عبارات القسم الأول (أنظمة الدفع الالكترونية)

جدول رقم: (03-08): يمثل تحليل عبارات أنظمة الدفع الالكترونية

رقم العبارة	العبارة	جدا	غير موافق	محايد	موافق		التكرار	النسبة	الترتيب وفق الاتجاه	الاتجاه	الاتجاه	الانحراف المعياري المتوسط الحسابي
					جدا	موافق						
					موافق	جدا						
01	يمكنني الحصول على بطاقة بنكية بطريقة سهلة	04	19	01	56	11	04	3.54	4	موافق	1.09	
		4.3	20.6	1.1	60.8	11.9	03	3.01	3	محايد	0.80	
02	يمكنني الحصول على جهاز الدفع بطريقة سهلة	03	18	48	21	02	03	3.01	3	محايد	0.80	
		3.3	19.6	52.2	22.8		03	3.97	7	موافق	0.79	
03	يستخدم البنك الذي أتعامل معه أنواعا مختلفة من البطاقات	01	06	06	70	19	01	3.97	7	موافق	0.79	
		1.1	6.5	6.5	76.1	20.6	04	2.59	2	غير موافق	1.17	
04	يقدم البنك خدمات من خلال البطاقات البنكية	01	05	07	63	16	04	2.59	2	غير موافق	1.17	
		1.1	5.4	7.6	68.5	17.4	06	2.30	1	غير موافق	0.92	
05	لا توجد أي مخاطر في حالة التعامل بالبطاقات البنكية	19	28	20	21	04	06	2.30	1	غير موافق	0.92	
		20.6	30.4	21.7	22.8	4.3	06	4.14	10	موافق	0.63	
06	تمنح بطاقة البنكية لفئة خاصة فقط كالتجار ومؤسسات اقتصادية	17	41	24	09	01	06	4.14	10	موافق	0.63	
		18.5	44.6	26.1	9.8	1.1	07	3.69	5	موافق	0.84	
07	يمكنني البطاقة البنكية من التعرف على رصيدي	00	03	04	61	23	06	3.69	5	موافق	0.84	
		0.0	3.2	4.3	66.3	25	08	4.05	8	موافق	0.71	
08	يمكنني البطاقة البنكية من سداد الفواتير والمشتريات	01	07	24	47	13	06	4.05	8	موافق	0.71	
		1.1	7.6	26.1	51.1	14.1	09	4.05	8	موافق	0.71	
09	نقل البطاقات البنكية من طوابير الانتظار	00	07	00	66	19	06	4.05	8	موافق	0.71	
		0.0	7.6	0.0	71.7	20.6	10	3.53		موافق	1.7	
10	يمكنني بطاقات البنكية من سحب أموالتي تحت سقف معين	01	05	06	56	24	06	3.53		موافق	1.7	
		0.0	5.4	6.5	60.9	26.1	المعدل العام					

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على نتائج الاستبيان ومخرجات SPSS22

الفصل الثالث: تأثير أنظمة الدفع الإلكترونية على تحسين جودة الخدمة في البنوك التجارية

تشير معطيات الجدول (03-08) أعلاه، والذي يبين آراء أفراد عينة البحث حول عبارات المحدد الرئيسي لأنظمة الدفع الإلكترونية الذي يهدف إلى معرفة جودة الخدمة في البنوك التجارية أن متوسط إجابات العينة كان (3.53)، بانحراف معياري 1.7 الدال على درجة موافق وفق السلم المعتمد، وقد جاءت استجابات المبحوثين بالموافقة على معظم فقرات حيث يلاحظ أن متوسطات الإجابات تراوحت بين (3.53-4.14) وتراوحت انحرافاتهما بين (0.70-1.17)، وهذا يدل على أن معظم العملاء يفضلون التعامل بالبطاقات البنكية في تسوية معاملاتهم المالية ومن أجل تحسين من جودة الخدمة اخترنا عبارات تخص مجال الخدمات والتي قمنا بدراستها في الجدول التالي:

الفصل الثالث: تأثير أنظمة الدفع الالكترونية على تحسين جودة الخدمة في البنوك التجارية

الجدول رقم(03-09) : يمثل تحليل عبارات جودة الخدمة في البنوك التجارية

الترتيب وفق الاتجاه	الاتجاه	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العبارة					رقم العبارة	
				موافق جدا	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق جدا		
				التكرار						
النسبة										
7	موافق	0.81	3.71	19	30	41	02	00	تستخدم بطاقة Cart Visa بالعملات الأجنبية لشراء ودفع ثمن مشتري من الدول الأجنبية	01
				20.6	32.6	44.5	2.2	00		
9	موافق	0.78	3.95	18	60	06	08	00	استخدام البنك الذي تعاملت معه وسائل الدفع الالكترونية يزيد من جذب العملاء	02
				19.6	65.2	6.5	8.7	0.0		
2	موافق	1.13	3.44	15	37	14	22	03	توجد لدى البنك الذي تعاملت معه أجهزة وتقنيات حديثة ومنتطورة لخدمة العملاء	03
				16.3	40.2	15.2	23.9	3.3		
8	موافق	1.15	3.84	27	46	03	10	06	يحافظ البنك الذي تعاملت معه على سرية المعلومات الخاصة بالعملاء	04
				29.3	0.5	3.3	10.8	6.5		
5	موافق	1.05	3.60	12	55	07	13	05	أشعر بالرضا لاستخدامي خدمة البطاقات البنكية	05
				13.0	59.8	18.4	14.1	5.4		
1	محايد	1.11	3.21	07	43	09	29	04	اشعر بالرضا لمدة الانتظار للحصول على الخدمة	06
				7.6	46.7	9.78	31.5	4.3		
10	موافق	0.72	4.02	21	56	11	04	00	توجد مصداقية في المعلومات المخصصة للبطاقات البنكية	07
				22.8	60.8	11.9	4.3	0.0		
4	موافق	1.05	3.55	12	52	05	21	02	هناك سرعة في تنفيذ التعاملات بالبطاقات البنكية	08
				13.0	56.5	5.4	22.8	2.2		
3	موافق	1.18	3.50	15	46	08	16	07	توفر الخدمة على مدار 24سا	09
				16.3	50	8.7	17.4	7.6		
6	موافق	1.11	3.70	19	50	05	13	05	يسعى موظف البنك الذي أتعامل معه لحل مشكلتي بسرعة التي تواجهني بالنسبة للبطاقة	10
				20.6	54.3	5.4	14.1	5.4		
	موافق	1.01	3.65						المعدل العام	

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على نتائج الاستبيان ومخرجات SPSS22

الفصل الثالث: تأثير أنظمة الدفع الإلكترونية على تحسين جودة الخدمة في البنوك التجارية

تقيس العبارات المتعلقة ببعء جودة الخدمة مدى محاولة البنوك لمواكبة التطورات التكنولوجية من أجل جذب أكبر عدد من العملاء، وقد جاءت اتجاهات إجابات عملاء البنوك بصفة عامة 3.65، بانحراف معياري 1.01، الدال على درجة موافق وفق السلم المعتمد، أما بالنسبة لرأي العملاء حول أسلوب تعامل موظفي البنك معهم فهو جيد، وبالنسبة إلى إجراءات التعامل فهي سهلة وواضحة، وهذا ما يعكس الصورة الجيدة لموظفي البنك تجاه العملاء، يصرح بعض العملاء بأنهم أقدموا على تقديم شكاوى واحتجاجات من قبل، في حين يقر أغلبية العملاء بعدم تقدمهم بشكاوى واحتجاجات، والذين صرحوا بتقديم شكاوى واقتراحات، نفقد صرحوا أن ردود الوكالة كانت أغلبيتها إيجابية، ويدل هذا على أن البنك حقا قد كسب رضاهم من الخدمات والمنتجات التي يقدمها، وهذا من خلال التحسين والتطوير المتواصل للخدمات.

المطلب الثالث: تحليل نتائج الدراسة

سنحاول خلال هذا المطلب القيام باختبار الفرضية الرئيسية باستخدام الأساليب الإحصائية التي اشرنا إليها سابقا، وصولا إلى نتائج ومحاولة تحليلها وتفسيرها في ضوء الأطر النظرية والدراسات السابقة إلى جانب ما تم جمعه من معلومات من مصادر مختلفة حول أنظمة الدفع الإلكترونية في البنوك التجارية .

❖ تم استخدام تحليل الانحدار للتباين للتأكد من صلاحية النموذج المقترح لاختبار الفرضية الرئيسية واعتماد أسلوب الانحدار الخطي البسيط لاختبار الفرضية الرئيسية وكذا الفرضيات الفرعية التابعة لها، وقد اعتمدنا قاعدة القرار التالية:

- رفض الفرضية الصفرية H_0 : إذا كانت قيمة مستوى الدلالة أقل من (0.05).
- قبول الفرضية الصفرية H_0 : إذا كانت قيمة مستوى الدلالة أكبر من (0.05).

وفيما يلي عرض النتائج:

أولا- التأكد من صلاحية النموذج لاختبار الفرضية الرئيسية

- من أجل التأكد من صلاحية النموذج لاختبار هذه الفرضية تم استخدام تحليل التباين للانحدار $Analysais$ of variance والنتائج موضحة في الجدول الآتي:

الفصل الثالث: تأثير أنظمة الدفع الالكترونية على تحسين جودة الخدمة في البنوك التجارية

الجدول (10-03): يمثل تحليل الانحدار للتباين للتأكد من صحة النموذج لاختبار الفرضية الرئيسية

مستوى الدلالة sig	(F) المحسوبة	متوسط المربعات	درجة الحرية	مجموع المربعات	النموذج
0.000	35.569	3.559	1	3.559	الانحدار
		0.100	90	9.006	الخطأ
		.	91	12.566	الإجمالي
معامل الارتباط (R=0.532)، معامل تحديد (R ² =0.283)، المتغير التابع: جودة الخدمة					

مستوى الدلالة F*(0.05) الجدولية 4.0847

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على نتائج SPSS22

من خلال نتائج الجدول أعلاه يتضح أن قيمة (F) المحسوبة قد بلغت 35.569 وهي أكبر من قيمة F الجدولية وذلك بقيمة احتمال Sig مقداره (0.00)، وهي أقل من مستوى الدلالة (0.05)، هذا ما يثبت صلاحية النموذج لاختبار الفرضية الرئيسية.

ثانياً- اختبار الفرضية الرئيسية

تم استخدام تحليل لانحدار البسيط Simple Régression Analysais اختبار الفرضية الرئيسية التي مفادها "لا يوجد دور دلالة إحصائية لتأثير أنظمة الدفع الالكترونية على تحسين جودة الخدمة في البنوك التجارية عند مستوى الدلالة (0.05)"

الجدول رقم (11-03): نتائج تحليل الانحدار البسيط لاختبار الفرضية الرئيسية

مستوى Sig الدلالة	T محسوبة	الخطأ المعياري	المعامل	المتغير
0.000	13.201	0.155	2.44	الثابت
0.000	5.964	0.050	0.29	معامل الانحدار (جودة الخدمة)

- مستوى الدلالة (0.05) - T الجدولية 1.96

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على نتائج SPSS22

الفصل الثالث: تأثير أنظمة الدفع الالكترونية على تحسين جودة الخدمة في البنوك التجارية

اعتمادا على النتائج المبينة في الجدول أعلاه نستنتج أن هناك دور ذو دلالة إحصائية لتأثير أنظمة الدفع الالكترونية على تحسين جودة الخدمة في البنوك التجارية إذ بلغت قيمة T المحسوبة 5.964. وهي أكبر من قيمة T الجدولية، بمستوى دلالة (0.00) وبالتالي نرفض الفرضية الصفرية ونقبل الفرضية البديلة بصيغتها التالية

يوجد دور لتأثير أنظمة الدفع الالكترونية على تحسين جودة الخدمة في البنوك التجارية عند مستوى الدلالة ($\alpha = 0.05$) وهو موجب ومتوسط

أما قيمة اختبار (F) التي بلغت 35.569 وهي أكبر من قيمة F الجدولية بمستوى دلالة (0.000) وهو أقل من مستوى الدلالة المعتمد، هذا ما يؤكد على معنوية النموذج الذي يمكننا من التوقع بقيمة متغير أنظمة الدفع بالاعتماد على التغيرات التي تحدث على جودة الخدمة من خلال التعبير عن الدور بين المتغيرين محل الدراسة : جودة الخدمة (Y) و أنظمة الدفع الالكترونية (X) بمعادلة الانحدار الخطي التالية: $Y = B_0 + B_1X$ حيث: B_0 يمثل قيمة الثابت، و B_1 يمثل ميل خط الانحدار، وهاتين المعلمتين تم تقديرهما انطلاقا من عينة البحث والمقدر بـ 100 إطارا، كانت المعادلة كما يلي:

جودة الخدمة = $0.29 + 2.44X$ أنظمة الدفع الالكترونية

وعليه فإن الزيادة في أنظمة الدفع الالكترونية بوحدة واحدة يؤدي إلى الزيادة جودة الخدمة بـ 0.29 وحدة.

خلاصة الفصل:

تطرقنا في الفصل الثالث لدراسة ثلاث بنوك "بنك التنمية المحلية وبنك الخليج وبنك الفلاحة والتنمية الريفية لزربية الوادي" لولاية بسكرة، من خلال التعرف هذه الوكالات وبطاقات التي تقدمها كل منها، ومن خلال النتائج المتوصل إليها اتضحت بشكل عملي لدور أنظمة الدفع الالكترونية ومن خلال إجابات العملاء على أسئلة الاستبيان المعد حيث اقتصرت دراسة على 92 استبيان صالح للتحليل الإحصائي من أصل 60 استبيان، وتمت معالجة البيانات عن طريق برنامج SPSS22 لغرض المساعدة في الربط بين متغيرات الدراسة، من خلال الربط بين المتغيرات واستخدام أساليب الإحصائية من أجل الربط بين المتغيرات المستقلة والتابعة، حيث ظهر أن هناك علاقة إيجابية بين المتغير المستقلة والتابعة، وبالتالي وجود علاقة إيجابية بين المتغير المستقل المتغير التابع سواء كانت هذه العلاقة متوسطة أو ضعيفة إلا أنها موجودة، ومن أهم النتائج لها في هذا الفصل هي:

- رفض الفرضية الرئيسية بحيث اتضح أن هناك علاقة إحصائية بين أنظمة الدفع الالكترونية وجودة الخدمة البنكية.
 - قبول الفرضية الفرعية: وإذ ومن خلال الاختبارات الإحصائية لمعامل الارتباط تبين أن هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بأن أنظمة الدفع الالكترونية تعمل على تحسين جودة الخدمة في البنوك التجارية عند مستوى معنوية $\alpha = 0.05$
- وبناء على كل المؤشرات السالفة الذكر نجد أنظمة الدفع الالكترونية تعمل على تحسين جودة الخدمة في البنوك التجارية.

الخاتمة

الخاتمة

انطلاقاً من إشكالية الموضوع المعالج التي تعرضنا لها من خلال محتوى الفصول الثلاثة لهذا البحث، والتي تتمحور حول أنظمة الدفع الالكترونية على تحسين جودة الخدمة في البنوك التجارية، مع دراسة لعينة مكونة من 92 عميل لثلاث بنوك لولاية بسكرة، حيث تناولنا عموميات حول أنظمة الدفع الالكترونية للوصول إلى أساسيات جودة الخدمة البنكية وفي الأخير حاولنا ربط العلاقة بين أنظمة الدفع الالكترونية وجودة الخدمات بطريقة إحصائية لاختبار صحة الفرضيات التي وضعناها في بداية إعداد المذكرة لتوصل إلى نتائج دراسة التي تدفعنا إلى في النهاية إلى وضع اقتراحات.

اختبار صحة الفرضيات:

بعد وضعنا لمجموعة من الفرضيات التي اعتمدنا عليها في الدراسة، تم الحكم على صحتها كما يلي:

➤ **الفرضية الأولى:** تعد أنظمة الدفع الالكترونية وسيلة حديثة تسمح بنقل ودفع وسحب الأموال. وتم إثبات صحة الفرضية وذلك راجع لأن البنوك تعمل على مواكبة التكنولوجيا لتسهيل المعاملات المالية بطريقة آمنة وسريعة.

➤ **الفرضية الثانية:** جودة الخدمة تتمثل في ملائمة ما يتوقعه العميل من الخدمة البنكية المقدمة إليهم مع إدراكهم الفعلي للمنفعة التي يحصل عليها العميل نتيجة حصولهم على الخدمة، تم إثبات صحة هذه الفرضية من خلال توفير البنك لكل ما يتوقعه العميل من خدمات ووسائل حديثة وللحصول على رضا عميله.

➤ **الفرضية الثالثة:** توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين أنظمة الدفع الالكترونية وجودة الخدمة في البنوك التجارية، تم إثبات صحة الفرضية لوجود دلالة إحصائية لتأثير أنظمة الدفع الالكترونية على تحسين جودة الخدمة في البنوك التجارية إذ ومن خلال الاختبارات الإحصائية لمعامل الارتباط تبين أن هناك علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية $\alpha=0.05$.

النتائج المتحصل عليها:

- أنظمة الدفع الالكترونية تساهم بشكل كبير في عمليات الإيداع والسحب والتحويل وغيرها من العمليات الأخرى بطرق الكترونية، دون الحاجة إلى التنقل إلى مقر البنك.
- رغم ما توفره وسائل الدفع الالكترونية من مزايا إلا أنها لا تخلو من المخاطر التي يمكن حمايتها وتأمينها من خلال التشفير الالكتروني وغيرها من التأمينات.

الخاتمة

- لجودة الخدمات البنكية خمسة أبعاد وهي: بعد الاعتمادية، بعد الاستجابة، بعد الأمان، وبعد التعاطف بحيث تحاول البنوك الاعتماد عليها للحصول على رضا عملاءها.
- رضا العميل هو مستوى إحساس الناجم عن المقارنة بين أداء الخدمة المدركة وتوقعاته.
- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين أنظمة الدفع الالكترونية وجودة الخدمة.
- بوجود إتجاه عام نحو قبول العملاء في فكرة رضاهم على الخدمات المقدمة من طرف البنوك، وذلك من خلال تعامل بالبطاقات وحافظ على سرية معلومات الخاصة بالعملاء.
- لا يزال يوجد تخوف وارتياب لدى العملاء المستجوبين من استخدام البطاقات الالكترونية.


الاقتراحات:

- من خلال معالجتنا لموضوع دراسة يمكن صياغة بعض الاقتراحات كما يلي:
- الإسراع في تحديث برامج عصنة نظام الدفع ووسائل الدفع الالكترونية، للاستفادة من المزايا التي تحققها للبنك والعميل خاصة.
 - وضع تحفيزات من شأنها دفع التجار إلى الاعتماد على أسلوب الدفع الإلكتروني، بدلا من الدفع النقدي.
 - على كل بنك أن يعمل على تعميم الربط الالكتروني بين جميع الوكالات، من أجل إيصال خدمة نظام الدفع الالكتروني إلى أكبر شريحة من المتعاملين سوء كانوا تجار أو عملاء أو حتى بنوك أخرى.
 - على البنك أن يتمتع بالسرعة في الرد على استفسارات وشكاوي العملاء من أجل الحفاظ على رضاهم وجذب أكبر عدد من العملاء.
 - توفير أجهزة وتقنيات حديثة ومتطورة لخدمة العملاء تواكب التطورات لحديثة ورغبات المتعاملين.

آفاق الدراسة:

نشير في الأخير إلى أن مجال البحث واسع وعميق ويمكن دراسته من جوانب أخرى فإننا نقترح بعض المواضيع ذات الصلة بموضوع البحث والتي يمكن أن تكون عناوين لبحوث مستقبلية كما يلي:

- 1- تأثير جودة الخدمات البنكية على الحصة السوقية للبنك.
- 2- دراسة مقارنة بين جودة الخدمة البنكية في البنوك العمومية والبنوك الخاصة.
- 3- إجراء دراسة مقارنة لنتائج القياس قبل وبعد عملية التحسين ومعالجة مكامن الضعف.



قائمة المراجع

• الكتب:

- 1- أبو أحمد أبو العز، "التجارة الالكترونية وأحكامها في الفقه الإسلامي"، دار النفائس للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2008.
- 2- أبو الهيجاء محمد إبراهيم، "التعاقد بالبيع بواسطة الانترنت"، الدار العلمية الدولية ومكتبة الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ط1، 2002.
- 3- أحمد محمود الزامل وآخرون، تسويق الخدمات المصرفية، دار إثراء للنشر والتوزيع، عمان، 2012.
- 4- تسيير العجارمة، "التسويق المصرفي"، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2004.
- 5- جمال الدين محمد مرسي، مصطفى محمد أبو بكر، الدليل في خدمة العملاء ومهارات البيع، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2006.
- 6- حجازي بيومي عبد الفتاح، "التوقيع الالكتروني في النظم القانونية المقارنة"، دار الفكر الجامعي، الاسكندرية، مصر، ط2005، 1.
- 7- حماد عبد العال طارق، "التجارة الالكترونية"، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2003.
- 8- روبرت دري، دافيد بوحانيك، تعريب: سرور على إبراهيم سرور، إدارة تسويق الضيافة، دار المريخ للنشر، الرياض ، المملكة العربية السعودية، 2007.
- 9- الرومي محمد أمين، "التعاقد الالكتروني عبر الانترنت"، دار المطبوعات الجامعية، الإسكندرية، مصر، 2004.
- 10- زينب عوض الله، أسامة محمد النولي، "أساسيات الاقتصاد النقدي"، لبنان، 2003.
- 11- سامي أحمد مراد، تفعيل التسويق المصرفي لمواجهة آثار اتفاقية تحرير الخدمات "الجاتس"، المكتب العربي للمعارف، مصر، 2007.
- 12- عبد المطلب عبد الحميد، التسويق المصرفي: مدخل اقتصادي، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2015.
- 13- علاء فرحان طالب، أميرة الجنابي، إدارة المعرفة: إدارة معرفة الزبون، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان 2009.
- 14- عوض بدير حداد، تسويق الخدمات المصرفية، دار البيان للنشر، مصر، 1999.
- 15- لطرش الطاهر، "تقنيات البنوك"، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2001.
- 16- مأمون سليمان الدرادكة، إدارة الجودة الشاملة وخدمة العملاء، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2008.

- 17- محفوظ أحمد جودة، إدارة الجودة الشاملة: مفاهيم وتطبيقات، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، ط2، 2006.
- 18- محمد حسين منصور، "المسؤولية الالكترونية"، الجامعة الجديدة للنشر، الإسكندرية، 2003.
- 19- محمد فريد الصحن، قراءات في إدارة التسويق، دار الجامعة، الإسكندرية، مصر، 2002.
- 20- محمد مؤمن، "أحكام وسائل الأداء والائتمان في القانون المغربي"، الوراقة الوطنية، ط1، 2013.
- 21- مصطفى يوسف كافي، التسويق المصرفي، ألفا للوثائق، قسنطينة، الجزائر، 2017.
- 22- ناجي معلا، "خدمة العملاء مدخل اتصالي سلوكي متكامل"، زمزم للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2010.
- 23- ناجي معلا، أصول التسويق المصرفي، معهد الدراسات المصرفية، عمان، الأردن، ط1، 1994.

• المجالات:

- 1- بوعنان نور الدين، تقييم جودة الخدمات المصرفية من وجهة نظر الزبون وأثرها على رضاه وولائه دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية والريفية-وكالة القل، مجلة الباحث الاقتصادي، عنابة، العدد السابع، جوان 2017.
- 2- رعد حسن الصرن، أهمية دراسة العلاقة بين شبكة الانترنت وجودة الخدمات المصرفية-دراسة نظرية، مجلة العلوم الإنسانية، جامعة محمد خيضر بسكرة، العدد الثامن، فيفري 2005.
- 3- السعيد بريكة، فوزي شوقي، "تحديثات وسائل الدفع الالكترونية- دراسة استطلاعية من وجهة نظر الموظفين بالوكالات البنكية لولاية أم البواقي"، مجلة البحوث الاقتصادية والمالية، العدد2، الجزائر، ديسمبر 2010.
- 4- عايدة عبير بلعبيدي، "واقع تحديث أنظمة الدفع في الجزائر وأثرها على المنظومة المصرفية الجزائرية"، مجلة اقتصادية، مخبر مالية وإدارة أعمال، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد خيضر بسكرة، الجزائر.
- 5- القضاة فياض، "الالتزامات الناتجة عن استعمال بطاقات الائتمان"، مجلة الدراسات، المجلد26، العدد02، الأردن، 1999.
- 6- الهام نايلي، جودة الخدمات المصرفية وأثرها على رضا الزبائن دراسة حالة البنوك التجارية بولاية قسنطينة، مجلة رؤى اقتصادية، جامعة الشهيد حملة لخضر، الوادي، العدد 8، جوان 2015.

• الملّقيات:

1- مفتاح صالح، معارفي فريدة، "البنوك الالكترونية"، المؤتمر العلمي الخامس كلية العلوم الإدارية والمالية، جامعة فيلادلفيا، 2014.

• المذكرات والرسائل الجامعية:

1- بريش عبد القادر، التحرير المصرفي ومتطلبات تطوير الخدمات المصرفية وزيادة القدرة التنافسية للبنوك الجزائرية، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في العلوم الاقتصادية (غير منشورة)، فرع نقود ومالية، جامعة الجزائر، 2005-2006.

2- حواف عبد الصمد، "النظام القانوني لوسائل الدفع الالكترونية"، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة أبو بكر بلقايد، تلمسان، 2014-2015.

3- زيدان محمد، "دور التسويق في القطاع المصرفي حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية"، أطروحة دكتوراه (غير منشورة)، قسم العلوم الاقتصادية، فرع تخطيط، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، 2004-2005.

4- بلبالي عبد النبي، دور التسويق الداخلي في تحقيق جودة الخدمات ثم كسب رضا الزبائن، دراسة حالة عينة من البنوك التجارية BDL، BNA، BADR بأأدرار، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات شهادة الماجستير في علوم التسيير (غير منشورة)، تخصص تسويق، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، 2008-2009.

5- بوعنان نور الدين، جودة الخدمات وأثرها على رضا العملاء- دراسة ميدانية في المؤسسة المينائية سكيكدة، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات الحصول على شهادة ماجستير (غير منشورة)، فرع التسويق، قسم علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير والعلوم التجارية، 2006-2007.

6- حبلي هدى، قياس جودة الخدمة المصرفية- دراسة حالة بنك البركة الجزائري، رسالة لنيل شهادة الماجستير في العلوم التجارية (غير منشورة)، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة منتوري، قسنطينة، الجزائر، 2006-2007.

7- حميزي سيد أحمد، تحديث وسائل الدفع كعنصر لتأهيل النظام المصرفي الجزائري، مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماجستير (غير منشورة)، تخصص التحليل الاقتصادي، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، 2002.

- 8- زهير زواش، "دور نظام الدفع الالكتروني في تحسين المعاملات المصرفية- دراسة حالة الجزائر"، مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماجستير (غير منشورة) في العلوم الاقتصادية، جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي، 2010-2011.
- 9- عبد الرحيم وهيبة، "إحلال وسائل الدفع المصرفية التقليدية بالالكترونية-دراسة حالة الجزائر"، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في علوم التسيير فرع نقود ومالية، جامعة الجزائر، 2004-2005.
- 10- محمد آيت محمد، دراسة المزيج التسويقي للخدمات المصرفية، دراسة حالة الصندوق الوطني للتوفير والاحتياط-بنك الجزائر، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في العلوم التجارية (غير منشورة) فرع تسويق، جامعة بن يوسف بن خده، 2008 - 2009.
- 11- واقد يوسف، "النظام القانوني للدفع الالكتروني"، مذكرة ماجستير (غير منشورة)، كلية الحقوق، فرع قانون التعاون الدولي، جامعة تيزي وزو، 2011.
- 12- حورية حنان، "دور الصيرفة الالكترونية في تحسين الخدمات جودة الخدمات المصرفية- دراسة حالة بنك القرض الشعبي الجزائري وكالة عين مليلة"، مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات نيل شهادة الماستر الأكاديمي علوم اقتصادية، تخصص: مالية وبنوك، (غير منشورة)، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة العربي بن مهيدي- ولاية أم البواقي، 2012-2013.
- 13- شنتي حنان، كمال وليدة، "أثر وسائل الدفع الحديثة في تطوير الخدمات المصرفية- دراسة حالة بنك التنمية المحلية وكالة جيجل"، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات الحصول على شهادة ماستر في العلوم الاقتصادية (غير منشور)، تخصص نقود ومالية، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد الصديق بن يحيى، 2013-2014.
- مواقع الانترنت:

- 1- البطاقات البنكية في التشريع المغربي- بطاقة الأداء نموذجاً- مجلة مغرب القانون، 12 أفريل 2018، تاريخ الاطلاع: 18 مارس 2019، 20:30 <https://www.maroclaw.com>

الملاحق



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة محمد خيضر بسكرة

كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير والعلوم التجارية

قسم: العلوم الاقتصادية

التخصص: اقتصاد نقدي وبنكي

استبيان موجه لعملاء بنوك وكالة بسكرة

تحية طيبة وبعد...

يسرني أن أضع بين أيديكم هذا الاستبيان بهدف جمع المعلومات اللازمة لاستكمال إعداد مذكرة الماستر بعنوان:

"تأثير أنظمة الدفع الالكترونية على تحسين جودة الخدمة في البنوك التجارية"

دراسة حالة: عينة من بنوك ولاية بسكرة

نلتمس من سيادتكم التفضل بالإجابة على أسئلة هذا الاستبيان، كما نؤكد لكم بأنه سيتم التعامل مع جميع المعلومات بسرية تامة ولن تستخدم إلا لأغراض البحث العلمي.

ولكم مني جزيل الشكر والتقدير على تعاونكم معنا

إشراف الأستاذ:

- بن الزاوي عبد الرزاق

إعداد الطالبة:

- بن ناجي مبروكة

السنة الجامعية: 2019/2018

القسم الأول : البيانات الشخصية

يهدف هذا القسم إلى التعرف على بعض خصائص عملاء البنك، بغرض تحليل وتفسير بعض النتائج فيما بعد، لذا نرجو منكم التكرم بالإجابة المناسبة على التساؤلات التالية بوضع (X) أمام الخيار المناسب لكم.

1- الجنس:	ذكر	<input type="checkbox"/>	أنثى	<input type="checkbox"/>
2- السن:	أقل من 30 سنة	<input type="checkbox"/>	من 30 إلى 39 سنة	<input type="checkbox"/>
	من 40 إلى 49 سنة	<input type="checkbox"/>	من 50 سنة فأكثر	<input type="checkbox"/>
3- المهنة :	موظف بالقطاع العام	<input type="checkbox"/>	موظف بالقطاع الخاص	<input type="checkbox"/>
	تاجر	<input type="checkbox"/>	متقاعدا	<input type="checkbox"/>

أقل من 5 سنوات

من 5 إلى 9 سنوات

من 10 إلى 14 سنة

من 15 سنة فأكثر

القسم الثاني: متغيرات الدراسة

لديك مجموعة من العبارات الرجاء وضع إشارة (X) في الخانة التي تلائم إجابتك

المحور الأول: أنظمة الدفع الإلكترونية

الرقم	العبارات	غير موافق جدا	غير موافق	محايد	موافق	موافق جدا
01	يمكنني الحصول على بطاقة بنكية بطريقة سهلة					
02	يمكنني الحصول على جهاز الدفع بطريقة سهلة					
03	يستخدم البنك الذي أتعامل معه أنواعا مختلفة من البطاقات					
04	يقدم البنك خدمات من خلال البطاقات البنكية					
05	لا توجد أي مخاطر في حالة التعامل بالبطاقات البنكية					
06	تمنح بطاقة البنكية لفئة خاصة فقط كالتجار ومؤسسات اقتصادية					
07	تمكنني البطاقة البنكية من التعرف على رصيدي					
08	تمكنني البطاقات بنكية من سداد الفواتير والمشتريات					
09	تقلل البطاقات البنكية من طوابير الانتظار					
10	تمكنني بطاقات البنكية من سحب أموالتي تحت سقف معين					
المحور الثاني: جودة الخدمات في البنوك التجارية						
11	تستخدم بطاقة Cart Visa بالعملات الأجنبية لشراء ودفع ثمن مشتريات من الدول الأجنبية					
12	استخدام البنك الذي أتعامل معه وسائل الدفع الإلكترونية يزيد من جذب العملاء					
13	يوجد لدى البنك الذي أتعامل معه أجهزة وتقنيات حديثة ومتطورة لخدمة العملاء					
14	يحافظ البنك الذي أتعامل معه على سرية المعلومات الخاصة بالعملاء					
15	أشعر بالرضا لاستخدامي خدمة البطاقات البنكية					
16	أشعر بالرضا لمدة الانتظار للحصول على الخدمة					
17	توجد مصداقية في المعلومات المخصصة للبطاقات البنكية					
18	هناك سرعة في تنفيذ التعاملات بالبطاقات البنكية					
19	توفر الخدمة على مدار 24 ساعة					
20	يسعى موظف البنك الذي أتعامل معه لحل مشكلتي بسرعة التي تواجهني بالنسبة للبطاقة					

قائمة أساتذة المتحكمين في الاستبيان

رقم	اسم الأستاذ	رتبة	جامعة
01	دردوي لحسن	أستاذ محاضر أ	جامعة محمد خيضر
02	غقال الياس	أستاذ محاضر أ	جامعة محمد خيضر
03	حدانة أسماء	أستاذة محاضرة أ	جامعة محمد خيضر