

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة محمد خيضر - بسكرة -



كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

قسم العلوم الاقتصادية

الموضوع

دور وسائل الدفع الإلكتروني في تحسين جودة الخدمات المصرفية

(دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية (BADR) - وكالة بسكرة -)

خلال الفترة (2020-2024)

مذكرة مقدمة كجزء من متطلبات نيل شهادة الماستر في العلوم الاقتصادية

تخصص: اقتصاد نقدي ومالي

الأستاذ (ة) المشرف(ة)

- قريد عمر

من إعداد الطالب (ة):

- بن كحلة أنفال زينب

لجنة المناقشة

أعضاء اللجنة	الرتبة	الصفة	الجامعة
- بوعبد الله علي	- أستاذ	رئيسا	بسكرة
- قريد عمر	- أستاذ	مقررا	بسكرة
- قسوري إنصاف	- أستاذ	مناقشا	بسكرة

الموسم الجامعي: 2024-2025

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

شكر وعرفان

أشكر الله العليّ القدير الذي أنعم عليّ بنعمة العقل والدين.

القائل في محكم التنزيل "وَفَوْقَ كُلِّ ذِي عِلْمٍ عَلِيمٌ" سورة يوسف آية 76.... صدق الله العظيم

أحمد الله حق حمدك وأشكرك على تيسيرك الطريق لي لتحقيق هدي سبحانك ربي، ما أعظمك محسناً، وما أضعفني شاكراً.

وقال رسول الله (صلي الله عليه وسلم): "من صنع إليكم معروفاً فكافئوه، فإن لم تجدوا ما تكافئونه به فادعوا له حتى تروا أنكم كافأتموه" (رواه أبو داود)

أتقدم بأسمى عبارات الشكر والامتنان وفائق الاحترام لأولئك المخلصين الذين لم يألوا جهداً في مساعدتنا في مجال البحث العلمي، وأخص بالذكر الأستاذ المحترم "قريد عمر" الذي تفضل بالإشراف على هذا البحث والذي لم يبخل عليّ بنصائحه وتوجيهاته.

كما أتقدم بجزيل الشكر إلى المكلفة بالصيرفة الإسلامية "بنك الفلاحة والتنمية الريفية -وكالة بسكرة-

التي كانت معي في المساعدة والبحث.

وأخيراً أتقدم بجزيل شكري وإلى الأساتذة الذين حضينا بشرف الجلوس متعلمين بين أيديهم والذين استفدنا من توجيهاتهم وكل من ساهم بالقليل أو الكثير في إتمام هذا العمل المتواضع.



الإهداء

قال لقمان لابنه ناصحاً: "إن الدنيا بحر عريض، قد هلك فيه الأولون والآخرون، فإن استطعت فاجعل سفينتك تقوى الله وعدتك التوكل على الله وزادك العمل الصالح، فإن نجوت فبرحمة الله وإن هلكت فبذنوبك..."

أهدي هذا العمل المتواضع؛

إلى من ينبض القلب مع أنفاسها، من تجعل لحياي معنى أسمى وأعمق، وأجمل إلى من زرعت في قلبي بذور حب العلم والسعي نحو النجاح

إلى أمي وأماني واطمئنائي أُمِّي "جميلة" حبيبة قلبي أدامها الله لي وحفظها.

إلى الجبل الذي يحميني من كل عواصف الحياة السند الذي لا ينكسر، والقلب الذي لا يتهاون مع أحزاني إلى نور عيوني وبصيرتي في الحياة أبي العزيز "عبد المالك".

إلى من يسري حبهم في عروقي من أتشارك معهم الدم والصدق والحنان

إلى من أشعلوا شموع الأمل في لحظات مسيرتي المظلمة أخواتي الجميلات "أسماء"،

"سارة"، خديجة".

إلى كل الأحباب سدّد الله خطاهم وعوضهم الله عنا بأفضل من ذلك

وإلى كل من علمني حرفاً في مسيرتي الدراسية.



ملخص

تلعب وسائل الدفع الإلكتروني دوراً محورياً في الارتقاء بجودة الخدمات المصرفية، فهي تُساهم في تسريع وتيرة المعاملات وتقليل التكاليف التشغيلية، مما ينعكس إيجاباً على كفاءة البنوك ورضا العملاء. كما أنها توفر قنوات دفع متنوعة ومتاحة على مدار الساعة، مما يعزز تجربة العميل ويزيد من سهولة الوصول إلى الخدمات المصرفية.

بالإضافة إلى ذلك، تساهم وسائل الدفع الإلكتروني في تعزيز الشفافية والأمان في العمليات المالية، وتقلل من مخاطر التعامل النقدي. أي أن تبني وتطوير هذه الوسائل يعتبر ضرورة حتمية للمؤسسات المصرفية الراغبة في تحسين جودة خدماتها وتعزيز قدرتها التنافسية في العصر الرقمي. حيث تعتبر وسائل الدفع الإلكترونية أحد أهم الخدمات الحديثة التي تقدمها المصارف والتسهيلات المرافقة لاستخدام هذه الوسائل، حيث يؤثر استخدام هذه الأخيرة على كسب رضا الزبائن عن هذه الخدمات.

الكلمات المفتاحية:

وسائل الدفع الإلكتروني، البنوك التجارية، البطاقات البنكية الإلكترونية، وسائل الدفع الإلكترونية، جودة الخدمات المصرفية، الجزائر.

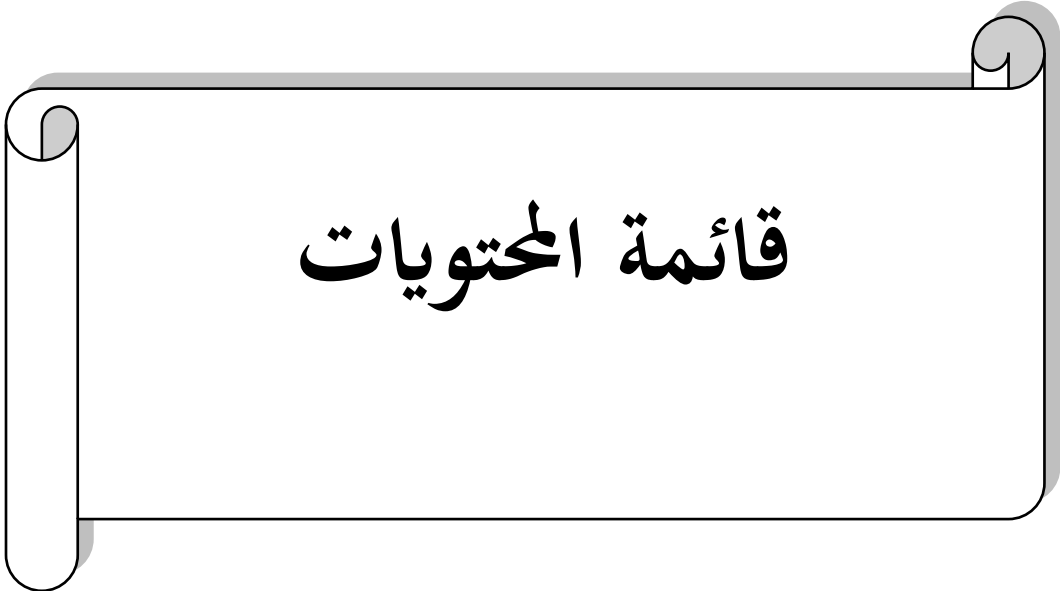
Abstract :

Electronic payment methods play a pivotal role in improving the quality of banking services, as they contribute to accelerating the pace of transactions and reducing operational costs, which reflects positively on the efficiency of banks and customer satisfaction. They also offer various payment channels and are available around the clock, enhancing the customer experience and making banking easier to access.

In addition, electronic payment methods contribute to enhancing transparency and security in financial operations, and reduce the risks of dealing in cash. The adoption and development of these means is an imperative for banking institutions wishing to improve the quality of their services and enhance their competitiveness in the digital age. Where electronic means of payment is one of the most important modern services provided by banks and facilities accompanying the use of these means, where the use of the latter affects the satisfaction of customers with these services.

Keywords:

Electronic payment methods, commercial banks, electronic bank cards, electronic media, quality of banking services, Algeria



قائمة المحتويات

قائمة المحتويات

الصفحة	العنوان
I	شكر وعرفان
II	إهداء
III	ملخص
V	قائمة المحتويات
IX	قائمة الجداول
XII	قائمة الأشكال
XVI	قائمة الملاحق
أ	مقدمة
الفصل الأول: مدخل نظري لوسائل الدفع الإلكتروني في تحسين جودة الخدمات المصرفية	
3	المبحث الأول: مدخل نظري للصيرفة ووسائل الدفع الإلكتروني
3	المطلب الأول: ماهية الصيرفة الإلكترونية
3	الفرع الأول: نشأة ودوافع ظهور الصيرفة الإلكترونية
4	الفرع الثاني: مفهوم الصيرفة الإلكترونية
7	الفرع الثالث: أنواع المصارف الإلكترونية
8	الفرع الرابع: متطلبات نجاح الصيرفة الإلكترونية
9	المطلب الثاني: وسائل الدفع الإلكتروني
9	الفرع الأول: مفهوم وسائل الدفع الإلكتروني
11	الفرع الثاني: أنواع وسائل الدفع الإلكتروني
17	الفرع الثالث: مزايا وعيوب وسائل الدفع الإلكتروني
19	المبحث الثاني: ماهية جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية
19	المطلب الأول: المفهوم التقليدي للخدمات المصرفية
20	الفرع الأول: مفهوم الخدمات المصرفية
23	الفرع الثاني: مميزات الخدمات المصرفية
24	الفرع الثالث: دورة حياة الخدمات المصرفية
26	المطلب الثاني: الخدمات المصرفية الإلكترونية
26	الفرع الأول: مدخل للخدمات المصرفية الإلكترونية
31	الفرع الثاني: مفهوم جودة الخدمات المصرفية
35	الفرع الثالث: أبعاد جودة الخدمات المصرفية

الصفحة	العنوان
36	الفرع الرابع: أدوات قياس جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية
40	خلاصة الفصل
الفصل الثاني: دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية (BADR) -وكالة بسكرة- خلال الفترة (2020-2024)	
43	المبحث الأول: تقديم عام لبنك الفلاحة والتنمية الريفية -وكالة بسكرة-
43	المطلب الأول: بطاقة فنية لبنك الفلاحة والتنمية الريفية
43	الفرع الأول: نشأة وتعريف بنك الفلاحة والتنمية الريفية
44	الفرع الثاني: أهداف ووظائف بنك الفلاحة والتنمية الريفية
46	الفرع الثالث: الهيكل التنظيمي بنك الفلاحة والتنمية الريفية
49	الفرع الرابع: بطاقة تعريفية حول بنك الفلاحة والتنمية الريفية - وكالة بسكرة-
51	المطلب الثاني: آليات استخدام وسائل الدفع الإلكتروني في بنك الفلاحة والتنمية الريفية -وكالة بسكرة-
51	الفرع الأول: تعريف مصلحة النقد ووسائل الدفع الإلكتروني في بنك الفلاحة والتنمية الريفية للوكالة
52	الفرع الثاني: آليات الحصول على بطاقات البنكية الإلكترونية في بنك الفلاحة والتنمية الريفية -وكالة بسكرة-
55	الفرع الثالث: أنواع البطاقات البنكية الإلكترونية في بنك الفلاحة والتنمية الريفية -وكالة بسكرة-
61	الفرع الرابع: آلية استخدام البطاقات البنكية في الوسائط الإلكترونية
66	المبحث الثاني: تقييم مساهمة وسائل الدفع الإلكتروني في تحسين جودة الخدمات المصرفية في بنك الفلاحة والتنمية الريفية -وكالة بسكرة-
66	المطلب الأول: تحليل محور البيانات الشخصية
66	الفرع الأول: توزيع عينة الدراسة وفق الجنس
68	الفرع الثاني: توزيع عينة الدراسة وفق السن
71	المطلب الثاني: تقييم الموظفين لوسائل الدفع الإلكتروني وجودة الخدمات المصرفية
84	المطلب الثالث: تقييم العملاء لوسائل الدفع الإلكتروني وجودة الخدمات المصرفية
98	خلاصة الفصل
100	الخاتمة
104	قائمة المراجع
113	الملاحق

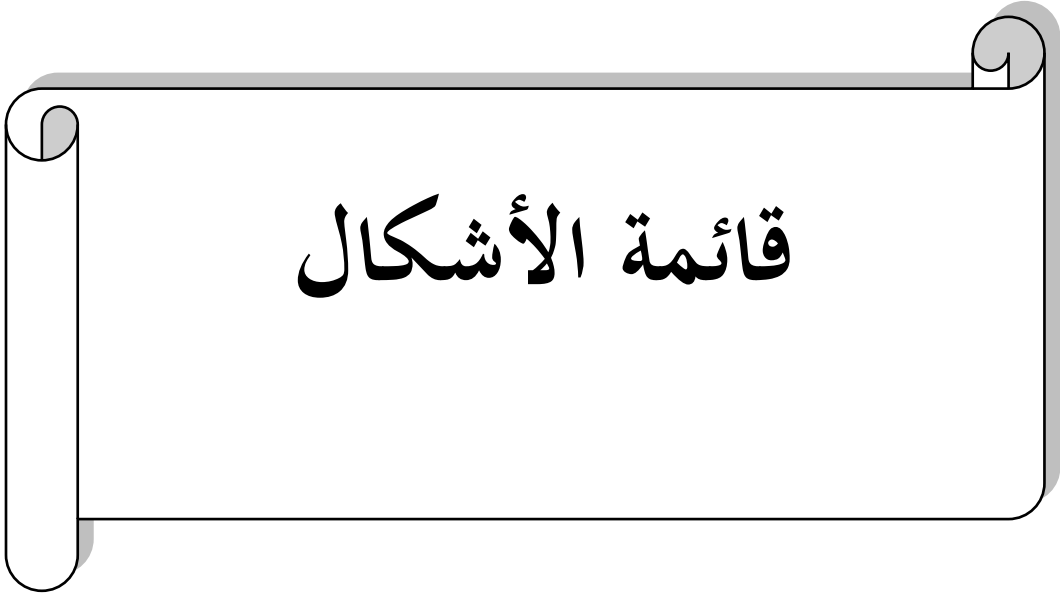
قائمة الجداول

قائمة الجداول

رقم الجدول	عنوان الجدول	الصفحة
1-1	الفروقات الرئيسية بين الصيرفة التقليدية والصيرفة الإلكترونية	7
2-1	خصائص مراحل دورة حياة الخدمة المصرفية	25
1-2	توزيع مفردات عينة الموظفين وفقا للجنس	66
2-2	توزيع مفردات عينة العملاء وفقا للجنس	67
3-2	توزيع مفردات عينة الموظفين وفقا للسن	69
4-2	توزيع مفردات عينة العملاء وفقا للسن	70
5-2	مدى مساهمة وسائل الدفع الإلكتروني في تسريع عمليات المعاملات المصرفية في بنك الفلاحة والتنمية الريفية - وكالة بسكرة-	71
6-2	مدى مساهمة وسائل الدفع الإلكتروني في التقليل من الأخطاء البشرية في عمليات الدفع في بنك الفلاحة والتنمية الريفية - وكالة بسكرة-	73
7-2	تقييم الموظفين استخدام وسائل الدفع الإلكتروني في تقليل الازدحام داخل الفروع المصرفية في بنك الفلاحة والتنمية الريفية - وكالة بسكرة-	74
8-2	مدى رضا العملاء عند استخدامهم وسائل الدفع الإلكتروني في بنك الفلاحة والتنمية الريفية - وكالة بسكرة-	75
9-2	مدى مساهمة في تحسين كفاءة العمل داخل بنك الفلاحة والتنمية الريفية - وكالة بسكرة-	77
10-2	مدى توفير البنك تدريباً كافياً للموظفين على استخدام وسائل الدفع الإلكتروني	78
11-2	مدى مساهمة وسائل الدفع الإلكتروني في تقليل التكاليف التشغيلية للبنك	79
12-2	مدى أمان وسائل الدفع الإلكتروني في المعاملات المصرفية	80
13-2	مدى مساهمة وسائل الدفع الإلكتروني في جذب عملاء جدد للبنك	82
14-2	مدى مساهمة البنك في استثمار بشكل كافٍ في تطوير وسائل الدفع الإلكتروني	83
15-2	تقييم العملاء استخدام وسائل الدفع التقليدية في البنك سهل و مريح	84
16-2	تقييم العملاء استخدام وسائل الدفع الإلكتروني في البنك سهل و مريح	86
17-2	تقييم العملاء الشعور بالأمان عند استخدام وسائل الدفع الإلكتروني لإجراء المعاملات المصرفية	87
18-2	تقييم العملاء وسائل الدفع الإلكتروني من حيث توفير الوقت مقارنة بالطرق التقليدية	88
19-2	تقييم العملاء وسائل الدفع الإلكتروني أنها تساعد في تحسين جودة الخدمات المصرفية المقدمة	89
20-2	تقييم العملاء استخدام وسائل الدفع الإلكتروني بشكل متكرر لإجراء المعاملات البنكية	90
21-2	تقييم العملاء على أن البنك يقدم دعماً جيداً عند مواجهة مشاكل في وسائل الدفع الإلكتروني	91

قائمة الجداول

رقم الجدول	عنوان الجدول	الصفحة
22-2	تقييم العملاء تقييم وسائل الدفع الالكتروني متوفرة بشكل واسع و سهل الوصول إليها في البنك	93
23-2	تقييم العملاء الشعور بالرضى عن سرعة تنفيذ المعاملات عبر وسائل الدفع الالكتروني	94
24-2	تقييم العملاء مساهمة وسائل الدفع الالكتروني في تقليل الحاجة لزيارة الفروع البنكية	95
25-2	تقييم نصح الآخرين باستخدام وسائل الدفع الالكتروني التي يوفرها البنك	96



قائمة الأشكال

قائمة الأشكال

الصفحة	عنوان الشكل	رقم الشكل
29	الموزعات الآلية للنقود (DAB)	1-1
30	الشبايك الآلية البنكية (GAB)	2 -1
30	نهائي نقطة البيع الإلكترونية (TPV)	3-1
38	نموذج الفجوة	4-1
47	الهيكل التنظيمي للبنك الفلاحة والتنمية الريفية	1-2
49	الهيكل التنظيمي للبنك بالفلاحة والتنمية الريفية -وكالة بسكرة-	2-2
56	نموذج بطاقة الدفع الكلاسيكية (CIB)	3-2
57	نموذج بطاقة الدفع (CIB GOLD)	4-2
57	نموذج بطاقة الدفع CBRI	5-2
58	نموذج بطاقة التوفير (TAWFIR)	6-2
59	نموذج ماستر كارد الكلاسيكية (MASTER CARD)	7-2
61	نموذج ماستر كارد (Mastercard Titanium)	8-2
63	نموذج الموزع الآلي للأوراق النقدية (Distributeur automatique de billets)	9-2
64	نموذج جهاز الدفع الإلكتروني (TPE)	10-2
64	خدمة الرسائل القصيرة BADRsms	11-2
67	توزيع مفردات عينة الموظفين وفقا للجنس	12-2
68	توزيع مفردات عينة العملاء وفقا للجنس	13-2
69	توزيع مفردات عينة الموظفين وفقا للسن	14-2
70	توزيع مفردات عينة العملاء وفقا للسن	15-2
72	مدى مساهمة وسائل الدفع الإلكتروني في تسريع عمليات المعاملات المصرفية في بنك الفلاحة والتنمية الريفية -وكالة بسكرة-	16-2
73	مدى مساهمة وسائل الدفع الإلكتروني في التقليل من الأخطاء البشرية في عمليات الدفع في بنك الفلاحة والتنمية الريفية -وكالة بسكرة-	17-2
74	تقييم الموظفين استخدام وسائل الدفع الإلكتروني في تقليل الازدحام داخل الفروع المصرفية في بنك الفلاحة والتنمية الريفية -وكالة بسكرة-	18-2
76	مدى رضا العملاء عند استخدامهم وسائل الدفع الإلكتروني في بنك الفلاحة والتنمية الريفية -وكالة بسكرة	19-2
77	مدى مساهمة في تحسين كفاءة العمل داخل بنك الفلاحة والتنمية الريفية -وكالة بسكرة-	20-2

قائمة الأشكال

الصفحة	عنوان الشكل	رقم الشكل
78	مدى توفير البنك تدريباً كافياً للموظفين على استخدام وسائل الدفع الإلكتروني	21-2
79	مدى مساهمة وسائل الدفع الإلكتروني في تقليل التكاليف التشغيلية للبنك	22-2
81	مدى أمان وسائل الدفع الإلكتروني في المعاملات المصرفية	23-2
82	مدى مساهمة وسائل الدفع الإلكتروني في جذب عملاء جدد للبنك	24-2
83	مدى مساهمة البنك في استثمار بشكل كافٍ في تطوير وسائل الدفع الإلكتروني	25-2
85	تقييم العملاء استخدام وسائل الدفع التقليدية في البنك سهل و مريح	26-2
86	تقييم العملاء استخدام وسائل الدفع الإلكتروني في البنك سهل و مريح	27-2

قائمة الأشكال

87	تقييم العملاء الشعور بالأمان عند استخدام وسائل الدفع الإلكتروني لإجراء المعاملات المصرفية	28-2
88	تقييم العملاء وسائل الدفع الإلكتروني من حيث توفير الوقت مقارنة بالطرق التقليدية	29-2
90	تقييم العملاء وسائل الدفع الإلكتروني أنها تساعد في تحسين جودة الخدمات المصرفية المقدمة	30-2
91	تقييم العملاء استخدام وسائل الدفع الإلكتروني بشكل متكرر لإجراء المعاملات البنكية	31-2
92	تقييم العملاء على أن البنك يقدم دعماً جيداً عند مواجهة مشاكل في وسائل الدفع الإلكتروني	32-2
93	تقييم العملاء تقييم وسائل الدفع الإلكتروني متوفرة بشكل واسع و سهل الوصول إليها في البنك	33-2
94	تقييم العملاء الشعور بالرضى عن سرعة تنفيذ المعاملات عبر وسائل الدفع الإلكتروني	34-2
95	تقييم العملاء مساهمة وسائل الدفع الإلكتروني في تقليل الحاجة لزيارة الفروع البنكية	35-2
96	تقييم نصح الآخرين باستخدام وسائل الدفع الإلكتروني التي يوفرها البنك	36-2

قائمة الملاحق

رقم الملحق	عنوان الملحق	الصفحة
01	دفتر إدخار للكبار أو دفتر إدخار أشبال	113
02	دفتر توفير الفلاح	114
03	دفتر توفير إسلامي بدون عوائد	115
04	عملية السحب من الصراف الآلي	116
05	جهاز الدفع الإلكتروني (TPE)	117
06	بطاقة بدر (CARTE BADR)	118
07	خدمات قروض عقارية والإسكان الريفي	119
08	تمويل السيارات	120
09	قروض خاصة بتجهيزات المنزل	121
10	قرض التحدي	122
11	خدمة بدر سمس BADR SMS	123
12	خدمة الدفع عبر الأنترنت BADRnet	124
13	إستبيان	125
14	طلب مساعدة لاستكمال مذكرة التخرج	128
15	تصريح شرفي بقواعد النزاهة العلمية لإنجاز بحث	129
16	إذن بالطبع	130

مقدمة

شهد العالم في السنوات الأخيرة تطوراً تكنولوجياً كبيراً أدى إلى ظهور وسائل دفع إلكترونية متعددة أحدثت نقلة نوعية في القطاع المصرفي، حيث أصبحت هذه الوسائل جزءاً أساسياً من الخدمات المصرفية الحديثة. حيث عملت البنوك على تطوير أنظمة الدفع التقليدية واستبدالها بوسائل دفع إلكترونية تتيح إجراء المعاملات بسرعة وأمان، مما ساهم في تحسين جودة الخدمات المصرفية وتلبية حاجات العملاء بشكل أكثر فعالية.

وتُعد وسائل الدفع الإلكتروني من الأدوات الحديثة التي تساهم في تسهيل وتسريع العمليات المصرفية، مما ينعكس إيجاباً على جودة الخدمات المقدمة للعملاء. فهذه الوسائل تشمل البطاقات البنكية، التحويلات المالية الإلكترونية، والدفع عبر الإنترنت، فهي تساهم في توفير الوقت والجهد وتقليل الأخطاء، بالإضافة إلى تعزيز الأمان المالي. فمن خلال اعتماد هذه الوسائل، تسعى البنوك إلى تحسين تجربة العملاء وزيادة رضاهم، وهو ما يعزز من مكانة البنك في السوق التنافسي.

بالإضافة إلى أن تطور وسائل الدفع الإلكتروني يفتح آفاقاً جديدة لتقديم خدمات مصرفية ذات جودة متميزة ومتنوعة تتناسب مع احتياجات العصر الرقمي. لذلك، أصبح من الضروري دراسة دور هذه الوسائل في تحسين جودة الخدمات المصرفية، خاصة في ظل التحديات التي تواجه القطاع المصرفي اليوم.

كما أن بنك الفلاحة والتنمية الريفية (BADR) هو من أوائل وأهم البنوك التي قامت بترقية وسائل الدفع الإلكتروني وتحسين جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية. حيث يسعى إلى إرضاء العملاء وتلبية متطلباتهم وبالتالي تعزيز سمعتها، ومساعدتها على كسب ثقة المتعاملين، وجذب أكبر عدد ممكن من العملاء وبالتالي اكتساب مكانة مرموقة في النظام المصرفي. ومن هذا المنطلق جاء هذا البحث ليعلم الضوء على دور وسائل الدفع الإلكتروني في بنك الفلاحة والتنمية الريفية (BADR)، ومدى مساهمة هذه الوسائل في تحسين جودة الخدمات المصرفية ورفع إيرادات البنك.

الإشكالية:

على الرغم من التطور الكبير في استخدام وسائل الدفع الإلكتروني، إلا أن هناك تساؤلات حول مدى تأثير هذه الوسائل في تحسين جودة الخدمات المصرفية المقدمة للعملاء، خاصة في ظل اعتماد بعض البنوك على نوع واحد فقط من وسائل الدفع الإلكتروني، مما قد يحد من الفعالية والكفاءة في تقديم الخدمات المصرفية. ومن هذا المنطلق يمكن طرح الإشكالية الرئيسية التالية:

◀ هل تساهم وسائل الدفع الإلكتروني بشكل فعلي في رفع جودة الخدمات المصرفية في بنك الفلاحة والتنمية الريفية (BADR)؟

وللإحاطة بجوانب الموضوع تم الاستعانة بمجموعة من الأسئلة الفرعية، جاءت على النحو التالي:

1. هل وسائل الدفع الإلكترونية تحقق مزايا للبنك أم العمىل أم الإثنين معا ؟
2. ماهي أهم أنواع وسائل الدفع الإلكتروني الممنوحة من طرف بنك الفلاحة والتنمية الريفية -وكالة بسكرة-؟

3. كيف يمكن لوسائل الدفع الإلكتروني أن تساهم في جذب المزيد من العملاء؟

فرضيات الدراسة:

للإجابة عن الإشكالية والتساؤلات السابقة ارتأينا وضع الفرضيات التالية:

1. تساهم وسائل الدفع الإلكتروني في تحسين جودة الخدمات المصرفية من حيث السرعة والدقة؛
2. يوجد نوع واحد من بطاقات الدفع الإلكتروني الممنوحة من طرف بنك الفلاحة والتنمية الريفية -وكالة بسكرة- هي البطاقات الوطنية؛
3. من أهم الوسائط الإلكترونية الهامة في استخدام البطاقات البنكية في بنك الفلاحة والتنمية الريفية -وكالة بسكرة- هي الموزع النقدي الآلي فقط ؛
4. يشعر عملاء بنك الفلاحة والتنمية الريفية -وكالة بسكرة-، بمستوى عالٍ من الأمان والسرية عند استخدام وسائل الدفع الإلكتروني.

مبررات اختيار الدراسة:

تتمثل مبررات اختيارنا لهذا الدراسة فيما يلي:

- أ. أهمية موضوع وسائل الدفع الإلكتروني وتأثيره على المستوى الاجتماعي والاقتصادي؛
- ب. التعرف على أهم التحديات التي تواجه وسائل الدفع الإلكتروني في البنوك الجزائرية؛
- ت. إبراز مدى مساهمة وسائل الدفع الإلكتروني في ترقية وتحسين جودة الخدمة المصرفية للبنوك ورفع إيراداته.

أهمية الدراسة:

تبرز أهمية الدراسة في إبراز مختلف أنواع وسائل الدفع الإلكتروني وأهم الوسائط المستخدمة من طرف بنك الفلاحة والتنمية الريفية -وكالة بسكرة-، وتبيان الدور المهم الذي تلعبه هذه الوسائل في إرضاء العميل وزيادة الإيرادات البنكية.

أهداف الدراسة

تهدف الدراسة إلى ما يلي:

1. إبراز أهمية وسائل الدفع الإلكتروني بالنسبة للعميل والبنك الجزائري خاصة في تحسين جودة الخدمات المصرفية؛
2. التعرف على أهم الآليات للحصول على وسائل الدفع الإلكتروني وكيفية التعامل بها في بنك الفلاحة و التنمية الريفية -وكالة بسكرة-؛
3. تقييم مساهمة وسائل الدفع الإلكتروني في تحسين جودة الخدمات المصرفية في بنك الفلاحة و التنمية الريفية -وكالة بسكرة-.

حدود الدراسة:

فيما يخص الحدود فقد تطرقنا:

◀ الإطار المكاني: دراسة حالة بنك الفلاحة و التنمية الريفية –وكالة بسكرة؛

◀ الإطار الزمني: الفترة الممتدة من 2020 إلى 2024.

منهج الدراسة:

في دراستنا هذه تم اتباع المنهج الوصفي التحليلي للوقوف على دور وسائل الدفع الإلكتروني في تحسين جودة الخدمات المصرفية لبنك الفلاحة والتنمية الريفية (BADR)، إذ يتمثل في المسح المكتبي، الذي وفر للدراسة مصادر متنوعة من كتب، مراجع، بحوث، دراسات سابقة، رسائل أطروحات، أين تم اختيار أهم المجالات عن الموضوع ليكون جزءا رئيسيا في الجانب النظري من هذا البحث، أما المنهج الثاني المستخدم في دراسة الحالة في الجانب التطبيقي هو المنهج الوصفي التحليلي، وذلك على مستوى بنك الفلاحة والتنمية الريفية (BADR)، وهذا من خلال عرض أنواع وسائل ووسائل الدفع الإلكتروني من طرف الوكالة وتقييم مساهمة وسائل الدفع الإلكتروني في تحسين جودة الخدمات المصرفية في البنك وكيفية الحصول على البطاقات البنكية الإلكترونية، كما تم استعمال بعض الأدوات كالاستبيان، والملاحظة، والمقابلة، والاستفسار عن بعض الأمور المساعدة على إجراء الدراسة التطبيقية.

هيكل الدراسة:

من أجل الإحاطة بالموضوع واختبار مدى صحة الفرضيات، ومن أجل الوصول إلى النتائج النهائية للدراسة قسمنا البحث إلى فصلين وهما كالتالي:

1. الفصل الأول: مضمونه هو مدخل نظري لوسائل الدفع الإلكتروني في تحسين جودة الخدمات المصرفية يتضمن محتواه على مدخل نظري للصيرفة ووسائل الدفع الإلكتروني وماهية جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية لما لها من أهمية في الدراسة؛

2. الفصل الثاني: المعنون ب: دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية (BADR) –وكالة بسكرة- خلال الفترة (2020-2024)، ويمثل دراسة عملية لدى بنك الفلاحة والتنمية الريفية-وكالة بسكرة-، نحاول من خلالها إسقاط الجزء النظري على التطبيقي حيث ارتكز الفصل تقديم عام لبنك الفلاحة والتنمية الريفية –وكالة بسكرة-، وفي الأخير تقييم مساهمة وسائل الدفع الإلكتروني في تحسين جودة الخدمات المصرفية في بنك الفلاحة والتنمية الريفية –وكالة بسكرة-.

صعوبات الدراسة:

على اختلاف بعض البحوث فإن مراجع البحث المتوفرة في هذا الموضوع هي نفسها بشكل جعلها أحد صعوبات البحث، فذلك استدعى عملية تحليل أكبر من أجل ضمان سلامة المعلومات وتربطها في نسق يساعد القارئ على الفهم، هذا من جهة ومن جهة أخرى هنا بعض الصعوبات التي نوجزها فيما يلي:

◀ قلة المراجع من الكتب التي تتناول هذا الموضوع؛

◀ صعوبة الحصول على المعلومات من البنك فكل البنوك تتحفظ في تقديم المعلومات للباحث مما يجعلنا أحيانا نشك في صدق المعلومة التي من خلالها نتحفظ على نتائج البحث إلى أبعد الحدود.

الفصل الأول

مدخل نظري لوسائل الدفع الإلكتروني في تحسين
جودة الخدمات المصرفية

تمهيد:

في العصر الحديث، شهدت الصناعة المصرفية تطورات كبيرة، حيث انتقلت من النماذج التقليدية إلى نماذج أكثر تطوراً مثل الصيرفة الإسلامية والصيرفة الإلكترونية، حيث يعتبر هذا التطور جزءاً من التحولات الاقتصادية والتقنية التي تشهدها العالم.

كما تمثل وسائل الدفع الإلكتروني أحد أبرز التطورات التكنولوجية التي ساهمت بشكل كبير في تحسين جودة الخدمات المصرفية في العصر الحديث، حيث ساعدت هذه الوسائل على توفير الوقت والجهد للمستخدمين، ووفرت لهم فرصاً أكبر للوصول إلى خدمات مصرفية متنوعة من أي مكان وفي أي وقت، كما ساعدت في تسهيل العمليات المالية، بما في ذلك التحويلات والمدفوعات، مما انعكس بشكل إيجابي على تجربة العملاء.

بالإضافة ساهمت هذه التقنيات في تعزيز كفاءة الأداء المصرفي، والذي بدوره يؤدي إلى رفع مستوى رضا العملاء وتقليل التكاليف التشغيلية. أي يعتمد النجاح المستمر لهذه الوسائل على التحسين المستمر في مستوى الأمان والسرعة والسهولة. لذا، يعد التوسع في استخدام وسائل الدفع الإلكتروني جزءاً أساسياً من استراتيجيات المصارف الرامية إلى تلبية احتياجات عملائها بكفاءة وفعالية.

وقصد الإحاطة بالعناصر ذات العلاقة بالموضوع، تم تقسيم هذا الفصل إلى المبحثين التاليين:

➤ المبحث الأول: مدخل نظري للصيرفة ووسائل الدفع الإلكتروني؛

➤ المبحث الثاني: ماهية جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية.

المبحث الأول: مدخل نظري للصيرفة ووسائل الدفع الإلكتروني

في ظل التطورات التقنية والاقتصادية التي يشهدها العالم اليوم، أصبحت الصيرفة والوسائل الإلكترونية للدفع ذات أهمية، سواء كانت تقليدية أو إلكترونية، كما تلعب دورًا حاسمًا في تسهيل المعاملات المالية وتعزيز الثقة في النظام المالي. ومن هذا المنطلق سوف يتم التطرق إلى ماهية الصيرفة ووسائل الدفع الإلكتروني، مع التركيز على الجوانب النظرية والتحول التي تشهدها هذه القطاعات.

المطلب الأول: ماهية الصيرفة الإلكترونية

شهد العقدان الأخيران تحولات جذرية في مختلف جوانب حياتنا، وكان للثورة الرقمية النصيب الأكبر في إعادة تشكيل المفاهيم التقليدية. ولم يكن القطاع المالي والمصرفي بمنأى عن هذه التغيرات المتسارعة، بل كان في طليعة المستفيدين والفاعلين في هذا التحول، فمع التطور الهائل في تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، وظهور شبكة الإنترنت وتطبيقاتها المتنوعة، بزغت إلى الوجود منظومة جديدة للخدمات المصرفية أطلق عليها اسم "الصيرفة الإلكترونية".

الفرع الأول: نشأة ودوافع ظهور الصيرفة الإلكترونية

شهد العصر الحديث تطورات متسارعة في شتى المجالات، وكان للتقنية الرقمية تأثير بالغ على القطاع المالي والمصرفي، فمع تزايد الاعتماد على الإنترنت وشبكات الاتصال، برزت الحاجة إلى أساليب مصرفية أكثر سرعة وفعالية. فمن خلال هذا السياق العام الذي يفسر نشأة الصيرفة الإلكترونية والدوافع الكامنة وراء ظهورها كنموذج مصرفي حديث.

أولاً: "نشأة الصيرفة الإلكترونية"

ظهرت الصيرفة الإلكترونية بظهور النقد الإلكتروني مع بداية الثمانينات، حيث برز مفهوم (**monétique**)، الذي يعني تزواج النقد بالإلكترونيك غير أن استخدام البطاقات بدل النقد الإنمائي يرجع في الواقع إلى بدايات القرن الماضي في فرنسا (بطاقة إلكترونية تستخدم في الهاتف العمومي)، وفي الولايات المتحدة الأمريكية (بطاقة معدنية تستعمل في تعريف الزبون على مستوى البريد) ومع ذلك لا بد كان لابد من الانتظار حتى الخمسينيات حتى يشهد العالم تحولاً في هذه البطاقات حيث أصدر (**American express**) سنة 1958 بطاقات بلاستيكية والتي انتشرت على نطاق دولي في الستينات (ربو و غدة، صفحة 03)

وفي 1968 أصدرت مجموعة من ثمانية بنوك بطاقة (**Bank Americard**) والتي دولت لتتحول فيما بعد إلى شبكة (**Visa**) العالمية كما تم في نفس العام إصدار البطاقة الزرقاء (**carte bleu**) من ستة بنوك.

وفي نهاية السبعينات وبفضل ثورة الإلكترونيك تم تزويد البطاقات بمسارات المغناطيسية (**Pistes magnetiques**) في عدد من البلدان الصناعية حيث أصبحت البطاقة تحوي ذاكرة ويمكن تجزئة القيمة المخزنة فيها لإجراء عمليات الدفع ومنذ 1986 شرعت اتصالات فرنسا (**Pranse Telecom**) لتزويد غرف الهاتف العمومي بأجهزة قارئة لبطاقة الذاكرة ومع بداية التسعينات

1962 أصبحت كل البطاقات المصرفية (دفع وسحب) في فرنسا برغوثية، فهي تسمح بالتعرف على سلامة وعلى هوية صاحبها وهو ما يعد دعم كبير لأمن العمليات التي تجرى به (ربوح و غدة، صفحة 03)

إن الانفجار الذي حدث في التسعينات، بفعل التطور الهائل في مجال تكنولوجيا الإعلام والاتصال، وخاصة منها ثورة الإنترنت، أدى إلى تحولات عميقة في مجال الصيرفة. فلقد ظهر في منتصف التسعينات أول بنك افتراضي في الولايات المتحدة الأمريكية، لتظهر بعده عدة بنوك أخرى غي مناطق عدة من العالم، خاصة وأن تسير الزبون الافتراضي أقل تكلفة من تسير الزبون التقليدي، كما بينت ذلك الدراسات المتخصصة (حسين و معراج، 2004، صفحة 317)

ثانيًا: "دوافع ظهور الصيرفة الإلكترونية"

شهدت العقود الأخيرة تطورات متسارعة في التكنولوجيا الرقمية، مما أوجد بيئة خصبة لظهور مفاهيم جديدة في القطاع المالي. وقد كانت دوافع ظهور الصيرفة الإلكترونية متعددة، أبرزها ماييلي (عبدلي، 2017، صفحة 386)

- ثورة الاتصالات والمعلومات التي أدت إلى ظهور تغيرات جوهرية في طبيعة عمل القطاع المصرفي والمالي؛
- التجارة الإلكترونية التي تتم باستخدام وسائل الدفع الإلكترونية وخاصة الأنترنت؛
- وجود منافسة شديدة بين البنوك بعضها البعض ومع غيرها من المؤسسات المالية؛
- تزايد دخول العديد من المؤسسات غير المصرفية؛
- وجوب تطوير الأداء بصفة مستمرة سواء للبنوك وغيرها من المؤسسات المالية؛
- دخول العديد من المؤسسات التجارية والاقتصاديات سوق الأعمال المصرفية. ومن أهم الأمثلة في ذلك قيام بعض المحلات الكبيرة بتقديم خدمة لعملائها في صورة كوبون يستخدم عند التسوق فيها وبالتالي تقل الحاجة للتعامل مع البنوك.

الفرع الثاني: مفهوم الصيرفة الإلكترونية

الصيرفة الإلكترونية هي نظام مالي حديث يتيح للمستخدمين إدارة حساباتهم المصرفية وتحويل الأموال والقيام بالمعاملات المالية عبر الإنترنت. كما تعتبر هذه التقنية ثروة في مجال الخدمات المصرفية، حيث تسهل الوصول إلى الخدمات المصرفية وتقلل من الحاجة إلى زيارة الفروع التقليدية. ومن هذا المنطلق سوف يتم التطرق إلى ماييلي:

أولاً: "تعريف الصيرفة الإلكترونية"

قبل ذكر أهم التعاريف للصيرفة الإلكترونية يجب التمييز بين نوعين من المصارف التي تمارس الصيرفة الإلكترونية، فهناك مصارف التي ليست لها بيانات تأوي هياكلها وتسمى بالمصارف الإلكترونية أو الافتراضية، وهناك مصارف عادية أو المصارف الأرضية وهي تقدم خدمات تقليدية كالإضافة إلى ممارسة الصيرفة الإلكترونية.

أما المقصود بالصيرفة الإلكترونية فهناك عدة تعاريف، يمكن ذكر منها:

- **عرفت الصيرفة الإلكترونية بأنها:** "تقديم الخدمة البنكية عبر الخط للزبائن، حيث يستطيع الزبون انطلاقاً من حاسوبه الشخصي الذي يتم ربطه بحواسيب البنك عبر الخطوط الهاتفية والقيام بمختلف العمليات البنكية وهذا مايزيد كثيراً في راحة الزبائن حيث لا تتوفر الصيرفة الإلكترونية عليهم التنقل فقط بل تجعل استخدام الموزع الآلي للنقود، الصيرفة الهاتفية، الصيرفة بالمراسلة في أغلب الحالات عمليات غير ضرورية، وتمكن أيضاً إجراء العمليات ليس فقط على مستوى محلي بل مستوى عالمي دون انقطاع ويوجد أسلوبين للتعامل وهما (بلقاسمي، 2014/2013، صفحة 13، 14)
- ❖ يستخدم الزبون برنامج إدارة الأموال الشخصية وحاسوبه الخاص بالإضافة إلى مودام وخط هاتفي لدخول البنك وإجراء العمليات البنكية وهناك عدة برامج مستخدمة مثل (Managing your Microsoft Momey)؛
- ❖ ممارسة الخدمة البنكية عبر الأنترنت.
- **كماعرفها بنك التسوية الدولية على أنها:** "تقديم خدمة الإنتاج البنكي عن بعد أو عبر الخط أو من خلال القنوات الإلكترونية سواءاً للمقيمين أو لغير المقيمين داخل البلد أو خارجه" (بوراس، 2014، صفحة 100)
- ومن خلال ماسبق يمكن استنتاج أن هناك اتجاهين لتعريف العمليات البنكية الإلكترونية أو الصيرفة الإلكترونية، فهناك من اعتبر أن الصيرفة الإلكترونية هي ممارسة النشاط البنكي عن بعد من خلال شبكة الأنترنت أو الشبكات الخاصة، أما الاتجاه الآخر فقد أضاف إلى ذلك قنوات أخرى كالهاتف، الموزعات الآلية، الهاتف النقال.... إلخ.**
- إذن الصيرفة الإلكترونية هي:** "تقديم الخدمات البنكية باستعمال تكنولوجيا المعلومات والاتصال، أي من خلال الأنترنت الموزعة آلياً والشبكات الخاصة والهاتف النقال والثابت والحاسب الشخصي، فهي تتيح الخدمة المصرفية عن بعد وخلال 24 ساعة وكل أيام الأسبوع بسرعة فائقة وبتكلفة أقل ودون إلتقاء مكاني للعميل والبنك" (الرحيم، 2010/2011، صفحة 145)
- ثانياً: "خصائص الصيرفة الإلكترونية**
- لقد أحدثت الصيرفة الإلكترونية تحولاً جذرياً في الصناعة المالية، مقدمة مجموعة من الخصائص المميزة التي أعادت تعريف تفاعل العملاء مع الخدمات المصرفية . ويمكن تلخيصها فيمايلي (الصمادي، 2003، صفحة 23)
- ❖ **تنوع الخدمات:** تتميز الخدمات المصرفية بتنوعها، وعدم تجانسها مما يجعلها خدمات غير معيارية ومن الصعب إخضاعها للقياس مادامت تستند في أدائها إلى اعتبارات الخبرة والمهارة والنوعية في تقديمها، وبالتالي فإن التنوع الظاهر في الخدمة يأخذ مكانة واضحة في القطاع المصرفي؛
- ❖ **التقليل من التكلفة:** تتميز الصيرفة الإلكترونية بخفض التكاليف والنفقات المتعلقة بالعمليات المصرفية مقارنة بالخدمة التقليدية، وهو ما يقلل تكلفة الخدمة المصرفية، ويعزز من العلاقة بين البنك وزبائنه؛
- ❖ **الاعتماد على الوسائط الإلكترونية:** وهذه الوسائط مثل الحواسيب الشخصية، الهاتف النقال وهي مربوطة بشبكة المعلومات والأنترنت، بحيث تقرب الزبون من البنك، بغض النظر عن مكان الزبون وكذا وقت حاجته للخدمة، كما تنطوي الصيرفة الإلكترونية على عدد من المخاطر التقنية والبشرية الحديثة، كما تطرح مشاكل تنظيمية ورقابية؛
- ❖ **التلازم:** ويقصد به أن الخدمة تنتج وتستهلك في ذات الوقت، أي لا يوجد تخزين للخدمة؛

- ❖ **الطابع الدولي:** تحظى الصيرفة الإلكترونية بقبول دولي، خاصة بالبلدان المتقدمة التي قطعت أشواطاً في الاقتصاد الرقمي والتجارة الإلكترونية؛
- ❖ **الانتشار الجغرافي:** الصيرفة الإلكترونية تزيد من سرعة انتشار الخدمات المصرفية/ من خلال توسيع شبكات فروع البنوك دون الحاجة إلى هياكل كبيرة، وهو ما يزيد من تلبية الحاجات والمتطلبات محلياً ودولياً؛
- ❖ **الصيرفة الإلكترونية تدعم الشمول المالي:** ويتجسد من خلال ابتكار خدمات ومنتجات جديدة تلبي الطلب بحسب القدرة المالية، وهو ما يزيد من إشراك الشرائح المهمشة في النظام المالي والمصرفي؛
- ❖ **التمايز:** ويشير هنا إلى تقديم حزمة واسعة من الخدمات والمنتجات المالية والمصرفية، لتلبية المتطلبات المتنوعة والمختلفة، وذلك بحسب طبيعة الزبون.

ثالثاً: "أهداف الصيرفة الإلكترونية"

- تعدد أهداف الصيرفة الإلكترونية، ويمكن تلخيصها في بعض النقاط التالية (بوثلجة، 2020/2021، صفحة 21)
- ❖ تعزيز المصارف لمكانتها وحصتها في السوق المصرفي؛
 - ❖ خفض التكاليف؛
 - ❖ وسيلة للمصارف لتوسيع نشاطها داخل وخارج الحدود الوطنية؛
 - ❖ إتاحة المعلومات عن الخدمات التي تؤديها البنوك دون تقديم خدمات مصرفية على الشبكة المعتمدة؛
 - ❖ حصول العملاء على الخدمات المصرفية وغير المصرفية في أي وقت وفي أي مكان.
 - ❖ المساهمة في التطوير الاقتصادي حيث تلعب الصيرفة الإلكترونية دوراً في تعزيز النشاط الاقتصادي من خلال تسهيل المعاملات المالية وتخفيف التجارة الإلكترونية.

رابعاً: "الفرق بين الصيرفة التقليدية والصيرفة الإلكترونية"

إن الصيرفة التقليدية والصيرفة الإلكترونية هما نمطان مختلفان للتعاملات المالية في البنوك، فالصيرفة التقليدية تعتمد على التفاعل المباشر بين العملاء والبنوك من خلال الفروع والفروع الفرعية، بينما الصيرفة الإلكترونية تعتمد على التكنولوجيا لتقديم الخدمات المالية عبر الإنترنت أو الهواتف الذكية. ومن هذا المنطلق سيتم التطرق إلى الفروقات الرئيسية بين هذين النمطين من خلال الجدول التالي:

الجدول رقم (1-1): الفروقات الرئيسية بين الصيرفة التقليدية والصيرفة الإلكترونية

نمط	الصيرفة التقليدية	الصيرفة الإلكترونية
وسائل التفاعل	تعتمد على التفاعل المباشر بين العملاء والموظفين في الفروع البنكية. يتطلب هذا النمط وجود فروع بنكية في مواقع جغرافية مختلفة، مما يتيح للعملاء الوصول إلى الخدمات البنكية بشكل مباشر	تعتمد على التكنولوجيا لتقديم الخدمات عبر الإنترنت أو الهواتف الذكية. يتيح هذا النمط للعملاء الوصول إلى حساباتهم والقيام بالمعاملات المالية في أي وقت ومن أي مكان
مرونة الوقت والمكان	تتطلب من العملاء زيارة الفروع البنكية خلال ساعات العمل المحددة، مما قد يحد من مرونة الوقت والمكان	توفر مرونة كبيرة في الوقت والمكان، حيث يمكن للعملاء إدارة حساباتهم والقيام بالمعاملات في أي وقت ومن أي مكان يتوفر فيه اتصال بالإنترنت.
التكلفة	غالبًا ما تكون أكثر تكلفة بسبب الحاجة إلى فروع بنكية وفريق من الموظفين	تعتبر أكثر كفاءة في التكلفة، حيث تقلل من الحاجة إلى فروع بنكية وتوفر تكاليف الموظفين والتشغيل
أمان المعاملات	تعتمد على الأمان المادي والبصري، حيث يتم التحقق من هوية العملاء بشكل مباشر	تعتمد على التشفير والتكنولوجيا لتأمين المعاملات، مما يقلل من مخاطر الاحتيال الإلكتروني
الخدمات المقدمة	توفر مجموعة واسعة من الخدمات، بما في ذلك إصدار الشيكات والتحويلات النقدية والاستشارات المالية.	توفر خدمات مالية أساسية مثل التحويلات البنكية والمدفوعات عبر الإنترنت، ولكنها قد تكون محدودة في بعض الخدمات التي تتطلب تفاعلًا مباشرًا.

من إعداد الطالبة بناء على معطيات (محمد، 2017/2018) و (محبوب و سنوسي، 2020، صفحة 18)

الفرع الثالث: أنواع المصارف الإلكترونية

في ظل التطور التكنولوجي المتسارع الذي يشهده العالم، لم يعد القطاع المصرفي بمنأى عن هذه التحولات الجذرية. فقد ظهرت المصارف الإلكترونية كنموذج حديث للعمل المصرفي، مستفيدة من إمكانيات الإنترنت والتقنيات الرقمية لتقديم خدمات مالية متنوعة وسريعة للعملاء. وقد أحدث هذا النوع من المصارف ثورة في طريقة تعامل الأفراد والمؤسسات مع الخدمات المصرفية، مما يستدعي التعمق في فهم طبيعتها وأنواعها المختلفة، ويمكن تلخيصها فيما يلي (فاحوش، 2001، صفحة 115)

1. **الموقع المعلوماتي:** يعبر عن الحد الأدنى للنشاط الإلكتروني والمصرفي ومن خلاله يقدم البنك معلومات حول برامجه ومنتجاته وخدماته المصرفية؛

2. **الموقع الاتصالي:** ويتيح هذا الموقع عملية التبادل الاتصالي بين البنك والعملاء مثل البريد الإلكتروني، تعبئة طلبات أو نماذج على الخط وتعديل معلومات القیود والحسابات والاستفسارات.

3. الموقع التبادلي: ويمكن من خلاله أن يمارس البنك نشاطاته في بيئة إلكترونية، كما يمكن للعميل القيام بمعاملاته الإلكترونية من سداد قيمة الفواتير وإدارة التدفقات النقدية وإجراء كافة الخدمات الاستعلامية داخل البنك أو خارجه.

الفرع الرابع: متطلبات نجاح الصيرفة الإلكترونية

قبل بدء العمل بالصيرفة الإلكترونية يجب توفر مجموعة من العناصر التي تعتبر ضرورية لخلق الثقة العامة لدى الجمهور بالجهاز البنكي وذلك قبل الإنخراط بالعمل البنكي عبر الأنترنت وهذه المتطلبات يمكن ذكرها فيمايلي:

➤ **البنية التحتية التقنية والتشريعية:** تعد البنية التحتية التقنية في مقدمة متطلبات الصيرفة الإلكترونية خصوصاً وأية مشروعات تقنية عموماً، والبنى التحتية التقنية للصيرفة الإلكترونية ليست ولا يمكن أن تكون معزولة عن بنى الاتصالات وتقنية المعلومات التحتية لأي بلدان، ذلك أن الصيرفة الإلكترونية تحي في بيئة أساسها الأعمال الإلكترونية والمتطلب الرئيس لضمان أعمال إلكترونية ناجحة وضمان دخول آمن وسلس لعصر المعلومات يتمثل بالاتصالات وبقدرة كفاءة البنى التحتية وسلامة سياسات السوق الاتصالي، وتحديد السعيرة لمقابل خدمات الربط بالأنترنت فالشبكة وأعمالها لا تحي دون تزايد أعداد المشتركين الذين تعوقهم كلفة الاتصالات، وهذه المسألة ربما تمثل أهم تحد أمام أعمال الصيرفة كما أن فعالية وسلامة بنى الاتصالات تقوم على سلامة التنظيم الإستثماري، ودقة المعايير وتوافقها الدولي؛ وكفاءة وفعالية التنظيم القانوني لقطاعات الاتصالات وبقدرة ماتسود معايير التعامل السليم مع هذه العناصر يتحقق توفير أهم دعامة للتجارة الإلكترونية بل وللبناء القوي للتعامل مع عصر المعلومات، والعنصر الثاني للبناء التحتي يتمثل بتقنية المعلومات من حيث الأجهزة والبرمجيات والحلول والكفاءات البشرية المدربة والوظائف الاحترافية، وهذه دعامة الوجود والاستمرارية والمنافسة، فالمال وحده لم يعد المتطلب الرئيسي وسلامة البرامج والنظم المطبقة لضمان تعميم التقنية بصورة منظمة وفاعلة، وضمان الاستخدام الأمثل والسليم لوسائل التقنية أما عن عناصر استراتيجية البناء التحتي في حقل الاتصالات وتقنية المعلومات، فإنها تتمثل بتحديد أولويات وأغراض تطوير سوق الاتصالات في الدولة، لهدف الدخول للأسواق العالمية مع احتياجات التطوير التقنية للشركات الخاصة، والسياسات التسويقية والخدمية والتنظيمية المتعين اعتمادها لضمان المنافسة في سوق الاتصالات ولضمان جذب الاستثمارات في هذا القطاع وتنظيم الالتزامات لمقدمي الخدمات مع تحديد معايير ومواصفات الخدمة المميزة، وفي مقدمتها معايير أمن وسلامة تبادل المعلومات وسريتها وخصوصية المشتركين، وتوفير الإطار لقانوني الواضح الذي يحدد الالتزامات على أطراف العالقة، وأخيراً تحديد نطاق التدخل الحكومي وتحديد أولويات الدعم وما يتعين أن يكون مجالاً للتشجيع الاستثماري من قبل الدولة وهو اتجاه تعمل عليه البنوك مجدية (نصر و فهد، 2011، صفحة 09)

➤ **ضرورة توافر كوادر بشرية ذات كفاءة عالية:** إذ أن توافر الكوادر البشرية المؤهلة والقادرة على أداء الأنماط الجديدة من العمل القائم على التقنية الحديثة يعد من المتطلبات الضرورية لضمان التحول نحو الصيرفة الإلكترونية وهو ما يتطلب التواصل التأهيلي والتدريبي للكوادر في مختلف الوظائف الفنية والمالية والتسويقية والاستشارية والإدارية (نصر و فهد، 2011، صفحة 10)

➤ **مواكبة التطوير والاستمرارية والتنوعية:** من المستجدات يتقدم هذا العنصر على العديد من عناصر متطلبات الصيرفة الإلكترونية وتميزها، فالجمود وانتظار الآخرين لا يتفق مع التقاط فرص التميز، ويلاحظ أن البنوك العربية لاتتجه دائماً نحو الريادية في اقتحام الجديد، بل أنها تنتظر أداء الآخرين يكون المبرر خشية على أموال المساهمين واجتياز المخاطر، وهو أمر هام وضروري، لكنه ليس مانعاً من الريادية، وبنفس القدر لاتعني الريادية في اقتحام الجديد التسرع في التعامل مع المستجدات، لكنها حتما تتطلب السعة في إنجاز ذلك (الله، 2008/2007، صفحة 101)

➤ **التفاعل مع متغيرات الوسائل والاستراتيجيات الفنية والإدارية والمالية:** لاتكون التفاعلية في التعامل مع الجديد فقط أو مع البنى التحتية فقط، وإنما مع الأفكار والنظريات الحديثة في حقول الأداء الفني والتسويقي والمالي والخدمي، تلك الأفكار التي تأتي نتيجة تفكير إبداعي وليس نتيجة تفكير نمطي (الله، 2008/2007، صفحة 101)

➤ **التقويم المستمر:** تتطلب الاستمرارية في أداء الصيرفة الإلكترونية التقييم الموضوعي والمستمر لفاعلية أداء أدواتها الإلكترونية بالإستعانة بالجهات والكوادر المتخصصة، لمعرفة سلامة أدائها والوقوف على الصعوبات التي تواجه عملها، واتخاذ القرارات والإجراءات المناسبة للحد منها (نصر و فهد، 2011، صفحة 11)

ومن خلال ماسبق لوحظ أن الصيرفة الإلكترونية تمثل تحولاً كبيراً في قطاع الخدمات المصرفية، حيث تتيح للعملاء إجراء معاملاتهم المالية بسهولة وسرعة من أي مكان وفي أي وقت، وهذا النوع من الصيرفة يعتمد على تكنولوجيا المعلومات والاتصالات لتقديم خدمات مصرفية متنوعة، مثل الإيداع والسحب والتحويلات المالية، عبر شبكات إلكترونية آمنة.

كما تتميز الصيرفة الإلكترونية بعدة مميزات، منها توفير الوقت وتقليل الأعمال الورقية، بالإضافة إلى توفير المرونة في التعاملات المالية.

المطلب الثاني: وسائل الدفع الإلكتروني

في عصر التكنولوجيا الحديثة، أصبحت وسائل الدفع الإلكتروني من أهم الابتكارات التي غيرت الطريقة التي نتعامل بها مع المعاملات المالية. حيث أنها توفر السرعة والأمان، مما يساهم في تسهيل الحياة اليومية للأفراد والشركات على حد سواء. كما يهدف هذا المطلب إلى استعراض أهم العموميات حول هذه الوسائل، حيث سيتم تسليط الضوء على مفهوم وسائل الدفع الإلكتروني، أنواعها وقنواتها، وإبراز أهم مزاياها وعيوبها و التي قد تواجه المستخدمين في ظل تطور هذه التقنية.

الفرع الأول: مفهوم وسائل الدفع الإلكتروني

في عالم يشهد تطوراً تكنولوجياً متسارعاً، أصبحت وسائل الدفع الإلكتروني جزءاً لا يتجزأ من حياتنا اليومية. إن فهمنا العميق لمفهوم هذه الوسائل، وخصائصها الفريدة، وأهميتها المتزايدة، يمكننا من الاستفادة القصوى من مزاياها في تحسين جودة الخدمات المصرفية. وهذا ماستتم توضيحه فيمايلي :

أولاً: "تعريف وسائل الدفع الإلكتروني"

ظهرت وسائل الدفع الإلكترونية بسبب اتساع نطاق التجارة الإلكترونية فهي أكثر كفاءة وفعالية وأيضاً أقل تكلفة من الوسائل التقليدية مما أدى إلى تعدد تعاريفها نذكر منها ما يلي:

❖ **عرفت وسائل الدفع الإلكتروني على أنها:** "وسائل تستخدم في تسوية المعاملات عن بعد، وتتم عبر الانترنت والشبكات اللاسلكية، حيث يتم إبرام العقود وإجراءات التسوية مباشرة بين الأطراف المتباعدة في المواقع المختلفة وذلك باستخدام البيانات الإلكترونية". (القادر، 2023، صفحة 175)

❖ **كما عرفت كذلك على أنها:** "هي تلك الأنظمة الخاصة بالدفع والتي تتم الكترونياً بدلاً من ورق الكشف والبيانات فتمكن الأشخاص من محاسبة فواتيرهم الكترونياً أو تحويل النقود عبر حسابه البنكي الخاص". (بومعراف، 2021، صفحة 309)

❖ **وعرفها البنك المركزي الأوروبي على أنها:** "عملية دفع صدرت وعولجت بطريقة إلكترونية، أي أنها عبارة تحويل معاملات من خلال نقل معطيات من طرف إلى آخر أو من نظام إلى آخر وهذه المعطيات وهذه المعطيات تتم معالجتها من طرف وسيط (نظام المعالجة)، وتتم هذه العملية عن طريق مجموعة الأدوات الإلكترونية التي تصدرها المصارف (نبيل و زكرياء، 2022/2021، صفحة 07)

ومن خلال هذه التعاريف يمكننا أن نستخلص تعريف شامل لوسائل الدفع الإلكتروني: "هي كل عملية دفع صدرت وعولجت بطريقة الكترونية أو بعبارة أخرى هي وسيلة يتم من خلالها نقل المعلومات التي تتعلق بالحسابات بين الأطراف المعنية بصفة إلكترونية وتمكن من القيام بعمليات الدفع المباشر عن بعد عبر شبكات الاتصالات العمومية".

ثانياً: خصائص وسائل الدفع الإلكتروني

ما زاد من أهمية وسائل الدفع الإلكترونية الخصائص التي تميزها عن الوسائل التقليدية والتي يمكن تلخيصها فيما يلي: (طبي و بركات، 2019، صفحة 126، 127)

1. **الدولية:** أي أن وسائل الدفع الإلكترونية وسيلة مقبولة في جميع الدول حيث يتم استخدامه لتسوية الحساب في المعاملات التي تتم عبر فضاء الكتروني بين المستخدمين في كل أنحاء العالم؛

2. **قيمة نقدية:** يتم الدفع من خلال استخدام النقود الإلكترونية فبهذا هي قيمة تتضمنها بطاقة بها ذاكرة رقمية أو ذاكرة رئيسية للمؤسسة التي تهيمن على إدارة عملية التبادل؛

3. **تسوية العملات عن بعد:** يتم هنا إبرام العقد بين أطراف متباعدتين مكانياً ويتم الدفع عبر شبكة الانترنت بتبادل المعلومات الإلكترونية بفضل وسائل الاتصال اللاسلكية ويتم الدفع الإلكتروني بأحد الأسلوبين:

❖ **الأسلوب الأول:** من خلال نقود مخصصة سلفاً لغرض الدفع الإلكتروني الدفع عبر شبكة الانترنت ويكون ذلك أشبه بالعقود التي يتم دفع الثمن فيها مقدماً

❖ **الأسلوب الثاني:** الدفع عن طريق البطاقات البنكية العادية ويشترط هذا الأسلوب على توفر أجهزة لتولي إدارة هذه العمليات التي تتم عن بعد لتسهيل تعامل الأطراف وتوفير الثقة فيما بينهم

ويتم الدفع الإلكتروني من خلال نوعين من الشبكات:

✓ النوع الأول: شبكة خاصة يقتصر الاتصال بها على أطراف التعاقد ويفترض ذلك وجود معاملات وعلاقات تجارية ومالية مسبقة بينهم.

✓ النوع الثاني: شبكة عامة حيث التعامل بواسطتها بين العديد من الأفراد الذين لا توجد بينهم قبل ذلك روابط معينة.

ثالثاً: "أهمية وسائل الدفع الإلكتروني"

بعدما كانت النقود الوسيلة الرئيسية لتسوية المعاملات المالية وكان الدفع والسداد يتم بصورة سائلة أو بواسطة بديل للشيك وغيرها من وسائل الدفع التقليدية، توسع نطاق التجارة الإلكترونية مما أدى إلى ضائل دور النقود الورقية والدفع التقليدي إمام ازدهار الدفع الإلكتروني. (طبيي و بركات، 2019، صفحة 129)

تظهر أهمية ابتكار وسائل دفع تتفق مع طبيعة التجارة الإلكترونية في تسهيل التعامل الذي يتم عن بعد في بيئة غير مادية كالقود الإلكترونية التي تتم عبر شبكة الانترنت، حيث تتوارى المعاملات الورقية والوسائل التقليدية التي لا تصلح لمثل هذه المعاملات. (طبيي و بركات، 2019، صفحة 129)

يستطيع العميل الدفع مقابل السلعة أو الخدمة بنفس الطرق التقليدية التي اتبعت في التعاقد بين غائبين مثل إرسال شيك عن طريق البريد أو الفاكس، لكن تعتبر هذه الوسائل غير صالحة نظراً لخصوصية التجارة الإلكترونية ومقتضيات السرعة فيها، لهذا كانت أهمية اللجوء إلى الدفع الإلكتروني من خلال شبكة اتصال لاسلكية موحدة عبر (نبيل و زكرياء، 2022/2021، صفحة 09)

الفرع الثاني: أنواع وسائل الدفع الإلكتروني

تشير وسائل الدفع الإلكترونية إلى طرق الدفع التي تتم عبر الإنترنت أو باستخدام أجهزة إلكترونية، وهي بديل حديث للدفع النقدي والشيكات التقليدية، ومع تزايد شعبية التجارة الإلكترونية والتسوق عبر الإنترنت، أصبحت هذه الأنظمة ذات أهمية متزايدة لتسهيل المعاملات المالية، حيث تتنوع وسائل الدفع الإلكتروني في العصر الرقمي، مما يتيح للمستهلكين خيارات متعددة لإتمام معاملاتهم المالية بسهولة وأمان، وتشمل هذه الوسائل مايلي:

أولاً: "النقود والمحافظ الإلكترونية"

شهدت المعاملات المالية تطوراً كبيراً في العصر الرقمي، حيث ظهرت النقود والمحافظ الإلكترونية كأدوات أساسية في هذا التحول، وتتميز هذه الأدوات بالسرعة والأمان وسهولة الاستخدام، مما جعلها خياراً مفضلاً للعديد من الأفراد والشركات. ويمكن توضيح مفهومها فيمايلي:

أ. النقود الإلكترونية

تعتبر النقود الإلكترونية من الابتكارات المالية الحديثة التي أحدثت ثورة في طرق التعاملات المالية، حيث تمكن الأفراد والشركات من إجراء المدفوعات بسرعة وأمان عبر الإنترنت، وللتوضيح أكثر يمكن التطرق إلى مايلي:

1. تعريف النقود الإلكترونية

هي عبارة عن قيمة نقدية لعملية تصدر بشكل قانوني مخزنة على الوسيلة الإلكترونية، تمثل حقاً على لصاحبها على مصدر هذا النقد والأصل أن إصدار هذا النقد يتم مقابل ودیعة لانقل قيمتها عن القيمة المصدرة أي أنها قائمة على مبدأ الدفع المسبق وتكون مستقلة عن أي حساب مصرفي كما يمكن استعمالها في دفع المشتريات عبر شبكة الأنترنت. (سفر، 2008، صفحة 49،48)

وتعرف أيضاً قيمة نقدية مخزنة على وسيلة إلكترونية التي تستخدم للتعبير عن قيمة معينة، وتغطي بقبول واسع من غير مقام بإصدارها وتستخدم كأداة للدفع لتحقيق أغراض مختلفة . (غنام، 2007، صفحة 36)

2. خصائص النقود الإلكترونية

تعد النقود الإلكترونية من الأدوات المالية الحديثة التي تساهم في تسهيل العمليات الاقتصادية بشكل آمن وفعال، وتتسم هذه النقود بعدد من الخصائص التي تجعلها متميزة عن النقود التقليدية، ويمكن ذكرها فيما يلي : (سفر، 2008، الصفحات 51-49)

- تسمح النقود الإلكترونية بتحويل الأموال من شخص لآخر عن طريق التحويلات المالية الإلكترونية؛
 - تحتفظ النقود الإلكترونية بقيمتها المادية في صورة معلومات إلكترونية غير مرتبطة بأي حساب مصرفي؛
 - يمكن تقسيم النقود الإلكترونية إلى وحدات نقدية صغيرة وذلك لتسهيل إجراء المعاملات ذات القيم المحدودة؛
 - غالباً لا تشترط طرف ثالث لإظهار التبادل أو مراجعته أو تأكيده؛
 - يعتبر النقد الإلكتروني سهل الاستخدام مقارنة مع وسائل الدفع الأخرى بالإضافة لسهولة تخزينه واستخراجه؛
 - تحقق النقود الإلكترونية الثقة في التعامل بحيث يصبح غير ممكن للمتعامل بها إنكار قيامه بالدفع بعد إتمام الصفقة .
- تعتبر النقود الإلكترونية تطوراً مهماً في النظام المالي العالمي، حيث توفر العديد من المزايا مثل السرعة، والأمان، والتكلفة المنخفضة، ومع تزايد استخدامها، يُتوقع أن تلعب دوراً بارزاً في تسهيل المعاملات المالية وتحقيق الشمول المالي في المستقبل.

ب. المحافظ الإلكترونية

في عصر التكنولوجيا الرقمية، أصبحت المحافظ الإلكترونية جزءاً لا يتجزأ من حياتنا اليومية، حيث سهلت التعاملات المالية وأتاحت إمكانية الدفع والتحويل بسهولة وسرعة، ومع تزايد الاعتماد على التجارة الإلكترونية والخدمات الرقمية، ازدادت أهمية المحافظ الإلكترونية كأداة أساسية لإدارة المدفوعات وإجراء المعاملات المالية بكفاءة وأمان. وللتعمق أكثر في الموضوع سيتم التطرق إلى مايلي:

1. تعريف المحافظ الإلكترونية

ويطلق عليها مصطلح المحفظة الإلكترونية نظراً لقدرتها على الاحتفاظ بالنقود الإلكترونية، هذه النقود تكون على شكل قيم رمزية تعبر عنها أرقام معينة توجد على الشريحة الإلكترونية المثبتة على البطاقة، مقابل المحفظة العادية التي تحتوي على النقود الورقية من فئات وقيم مختلفة، تعبر عنها الأرقام الموجودة على ورقة نقدية.

هي وسيلة وفاء جديدة تصلح لسداد مبالغ قليلة القيمة، وقد ظهرت هذه الوسيلة الجديدة نتيجة تزاوج تكنولوجيا المعلومات والاتصالات بتكنولوجيا الكروت الذكية، وعليه هي عبارة على تطبيق إلكتروني يقوم على أساس ترتيب وتنظيم جميع الحركات المالية وتحتوي تلك المحافظ على جميع بيانات المستخدم لتلك البطاقة بصفة مشفرة ويتم تثبيتها على الكمبيوتر الشخصي أو تخزينها على أحد الأقراص المرنة أو أي أداة يمكن عن طريقها حفظ تلك البيانات واستخدامها للدفع عن طريق شبكة الأنترنت في جميع الحالات الشراء. ويمكن استخدام المحفظة عن طريق القيمة المخزنة أو عن طريق الدخول لحساب مصرفي عبر الأنترنت. (قنديل، 2006، صفحة 84)

وتسمى أيضا (monéo) تمثل أحداث تطور تم التواصل إليه في مائخص وسائل الدفع، حيث أنه يتمثل في قطعة بلاستيكية تشبه البطاقة البنكية حاملة لبطاقة الذكية يمكن شحنها، حيث أن الحامل للمحفظة الإلكترونية يستبدل (microprocesseur)، مستوى بنكه قيمة معينة من النقود الإلكترونية والتي أساسها يتم شحن الرقاقة الإلكترونية، وبعد نفاذ هذه القيمة، يمكن إعادة شحن بنفس الطريقة، أو يتم شحنها من خلال مكينات الشحن العادية الموجودة في أماكن عديدة أو من خلال أجهزة التليفون المخصصة لذلك في مقابل حساب مفتوح لدى الجهة المصدرة والتي قدمت خدمة الشحن عن طريق الهاتف أو مقابل مبالغ تدفع في مقر البنك أو المؤسسة المالية المصدرة للبطاقة. (عصام، 2009، صفحة 98)

ومن الأمثلة الموجودة والمتنشرة هي المؤقتة المتمثلة في: (بختي، 2008، صفحة 72)

- ✓ بطاقات الهاتف التي تحمل قيمة معينة في شريحتها تملك بانعدام رصيدها وهذا النوع غير قابل للشحن مرة أخرى.
- ✓ بطاقات أجهزة توزيع السلع الجاهزة التي تستخدم لفظ قيم مالية في شريحتها، وهي قابلة للشحن.

2. خصائص المحافظ الإلكترونية

تعد المحافظ الإلكترونية من أبرز الابتكارات في عالم التكنولوجيا المالية، حيث تساهم في تسهيل إجراء المعاملات المالية بشكل سريع وآمن، وتتميز هذه المحافظ بعدد من الخصائص التي جعلت منها وسيلة فعالة في إدارة الأموال الرقمي، ويمكن تلخيصها فيمايلي:

- المحفظة الإلكترونية تعطي حلاً متطوراً للدفع بمبالغ صغيرة، وعليه يمكن التخلص من أسعار معالجة الشيكات وباقي وسائل الدفع الورقية، في كل عملية أو صفقة تجارية ذات المبالغ الصغيرة؛
- تسمح بتخفيض عمليات الدفع بالنقود، وبالتالي التخلص من تكاليف المعالجة؛
- هي وسيلة ملائمة تماماً للصفقات التجارية لما توفره من سرعة في العمل؛
- تستعمل للدفع بمبالغ صغيرة (جرائد، مجالات...).

ثانياً: الأوراق التجارية الإلكترونية

في ظل التطور التكنولوجي السريع، وظهور أساليب ومفاهيم جديدة في التجارة، أصبح من الضروري مواكبة هذا التطور بتنظيم قانوني يعطي القيمة القانونية للأوراق التجارية الإلكترونية، ويوضح كيفية التعامل بها على مستوى الوفاء، والضمان، والدفع الإلكتروني، وأي تغييرات أخرى في المعاملات التجارية والمصرفية. ومن هذا المنطلق سوف يتم التطرق إلى مايلي:

أ. تعريف الأوراق التجارية الإلكترونية

تعد الأوراق التجارية الإلكترونية محركات معالجة إلكترونيًا بطريقة كلمة أو جزئيًا، يتم إصدارها وفق ضوابط وبيانات قانونية محددة متفق عليها كل بحسب طبيعة الورقة التجارية، تضمن حقا محله مقوم نقدا، قابلة للتداول بالطرق التجارية، ومستحقة الدفع لدى الإطلاع ، أو بعد أجل قصير، وتقوم مقام النقود في الوفاء. (بمينة و خيرة، 2022، صفحة 332)

كما تتنوع الأوراق التجارية الإلكترونية إلى عدة أنواع، يمكن ذكرها فيمايلي: (الشاهد، 2024، الصفحات 1001-1004)

1. **الشيك الإلكتروني:** هو عبارة عن وثيقة رقمية تتضمن وعدًا من الساحب بدفع معين للمستفيد بمجرد الطلب. حيث يعد النسخة الإلكترونية للشيك التقليدي الذي تم تطويره عبر شبكة الأنترنت، وله استخدام مشابه للشيك الورقي، وهذا النوع من الشيكات يمكن استعماله بالطريقة التالية بحيث على العميل أن يفتح رصيد إلكتروني في إطار المعاملات، إذ يمكنه الدفع من خلاله عن طريق إرسال الشيك للبائع موقع رقميًا (إلكترونيًا).

2. **الكمبيالة الإلكترونية:** لا تختلف الكمبيالة الإلكترونية عن الكمبيالة التقليدية سواء بما يتعلق بوظيفتها كأداة الوفاء وأداة إئتمان، أو في بياناتها الإلزامية التي حددها القانون، ولكن يمكن الخلاف فيما يتعلق بالكمبيالة الإلكترونية في طريقة إصدارها والتي تتم بطريقة إلكترونية، ومن خلال إشتماها إسم المسحوب عليه (البنك) أو فرعه أو رقم حسابه، وذلك لإيجاد صلة بين بنكي كل من الساحب والمسحوب عليه من أجل تسهيل تحصيل قيمة الكمبيالة.

3. **السند لأمر إلكتروني:** يعتبر السند لأمر الإلكتروني صورة متطورة عن السند لأمر التقليدي، ويختلف عنه في معالجته الإلكترونية سواء جزئي أو كلي، كما أنه يعود السند لأمر الإلكتروني ليلتقي مع السند لأمر التقليدي في أنه يتضمن تعهدًا من محرره بدفع مبلغًا من النقود في تاريخ معين لإذن شخص يسمى المستفيد، إلا أنه لا يكون كما عليه الحال السند لأمر التقليدي عند الإطلاع أو في موعد معين أو قابل للتعين، كما يلاحظ في السند الأمر بشكل عام كان تقليديًا أو إلكترونيًا وجود طرفين الأول هو محرر السند وهو بمثابة المسحوب عليه في الكمبيالة، والمدين الأصلي في السند ويمثل الساحب في الكمبيالة كونه منشئ السند.

ب. خصائص الأوراق التجارية الإلكترونية

تُعدّ الأوراق التجارية الإلكترونية تطورًا حديثًا في عالم الأعمال، حيث تمثل مستندات مالية رقمية تُستخدم في المعاملات التجارية. تتميز هذه الأوراق بخصائص فريدة تجعلها أداة فعّالة في تسهيل وتوثيق العمليات التجارية، ويمكن تلخيصها فيمايلي: (الشاهد، 2024، صفحة 1000)

- السرعة في إنجاز الأعمال والصفقات التجارية والاقتصاد في النفقات، حيث تتميز بالسرعة الفائقة في إتمام التعامل التجاري سواء على المستوى المحلي أو الدولي، فهي لا تتجاوز في كثير من معاملاتها سوى ضغط زر على جهاز الحاسب الآلين فضلاً عن سرّيتها وأمانها وعدم تتطلبها النفقات؛
- الطابع الدولي للأوراق التجارية الإلكترونية، حيث لا يفصل بين المتعاملين أية حدود جغرافية مكانية، لأن جميع أسواق العالم مفتوحة أمام الجميع، وذلك لاعتمادها على تقنيات حديثة.

ثالثًا: "البطاقات الإلكترونية"

هي عبارة عن بطاقة بلاستيكية مغناطيسية يصدرها البنك تحتوي على معلومات رقمية وتستخدم هذه المعلومات في أغراض الدفع وذلك عن طريق تحويل مبلغ من حساب صاحب البطاقة المشتري إلى حساب البائع وكذلك تستخدم في سحب النقود ومن بين أنواعها: (نبيل، 2019، صفحة 10،09)

أ. البطاقات غير الائتمانية

وهي بطاقة الخصم الفوري حيث تستخدم كأداة وفاء فقط يحصل حامل البطاقة على احتياجاته من حيث السلع والخدمات والصرف النقدي فور تقديم البطاقة ويتم الخصم مباشرة لقيمة هذه الاستخدامات حساب الجاري المفتوح. وتنقسم إلى مايلي: (نبيل، 2019، صفحة 09)

1. **بطاقة الدفع:** ولها عدة تسميات فتسمى بطاقة المدين أو بطاقة السحب المباشر من الرصيد أو بطاقة الوفاء وهي بطاقة بلاستيكية تستعمل للحصول على النقود والسلع والخدمات وهي تعتمد على وجود أرصدة فعلية للزبون لدى البنك في صورة حسابات جارية لمقابلة المسحوبات المتوقعة للزبون حامل البطاقة؛
2. **بطاقة الدفع المسبق:** الأساس في هذه البطاقة أن الزبون يقوم قيمتها مسبقا أثناء شرائها لذا يطلق عليها أيضا بالبطاقة المخزنة. وتستخدم أيضا لسداد قيمة المشتريات التي يقوم الزبون بها عن طريق إدخالها في آلة قارئة متواجدة في المحل مثلا فيتم خصم قيمة المشتريات من رصيد البطاقة مثال عن ذلك: بطاقة الهاتف وبطاقة النقل... الخ.

ب. البطاقات الائتمانية

- هي إحدى أنواع بطاقات المعاملات المالية وهي من بطاقات القرض التي تتيح لصاحبها الحصول على ائتمان وهذا الأخير قد يكون في شكل سلع وخدمات أو نقود أو في شكل آخر له قيمة مالية وتنقسم إلى نوعين: (نبيل، 2019، صفحة 10)
1. **بطاقة ائتمانية متجددة:** تمنح لحاملها إمكانية تجديد الائتمان وهذا سواء سدد ما عليه من ديون بالكامل خلال فترة السماح وسدد فقط جزء منها وأهمها: بطاقة فيزا كارد وماستر كارد.
 2. **بطاقة ائتمانية غير متجددة:** يطلق عليها أيضا اسم بطاقة الصرف أو بطاقة الخصم الشهري ويتوجب على حامل هذه البطاقة تسديد الفاتورة بالكامل خلال فترة السماح وإلا تسحب منه ولا يمنح قرضا جديدا. ومن أبرزها: بطاقة داينيزر كليب.

ت. البطاقة الذكية

تعتبر البطاقات الذكية من النظم المتقدمة للمدفوعات فهي تؤمن للمستهلكين المحافظة على المعلومات الشخصية والحماية من التزوير وتمكنهم من الدخول إلى نظم المعلومات المالية وإنجاز المدفوعات من خلال استعمال تشكيلة متنوعة من الأدوات الإلكترونية، ويرى البعض إدراج البطاقات الذكية تحت بند البطاقات البلاستيكية على أساس أنها عبارة عن جبل جديد، ويرى البعض الآخر انه يمكن تخزين قيمة النقود عليها أي عبارة عن نقود إلكترونية. ونظرا لأهميتها في الآونة الأخيرة اعتبروها وسيلة مستقلة

لدفع الإلكتروني (طهاري، 2022، صفحة 916)

فهي عبارة عن بطاقة بلاستيكية ذات حجم قياسي تخزن في داخلها شرائح للذاكرة وهي تشبه الكمبيوتر المتنقل لكونها تحمل سجل للبيانات والمعلومات والأرصدة القائمة لصاحب البطاقة، وحدود المصروفات التي يقوم بها فضلاً عن بياناته الشخصية والرقم السري. وتعد هذه البطاقة من البطاقات التي اختار العميل طريقة التعامل بها سواء عن طريق الدفع أو الائتمان، ويتيح نظام قراءة البطاقات التي توضع في المواقع التجارية التدقيق في تفاصيل الحسابات المالية لأصحابها، وتحتوي معالجا دقيقا يسمح بتخزين الأموال من خلال البرمجة الأمنية. ومع التطور التكنولوجي في مجال الاتصالات ابتكرت منظمة الفيزا مع شركة توشيبا للإلكترونيات بطاقة ذكية جدا (super smart card) لها ميزة تحافظ على خصوصية حامل البطاقة وتمنع التزوير والتحايل، بأن عملية الدفع الإلكتروني التي تستخدمها تنفذ نظام كتابي إلكتروني (cryptographic) تسمى الكتابة الخوارزمية. تحتوي هذه البطاقة على معالج صغير للبيانات وشريط ممغنط وشاشة عرض ومفاتيح ذات آليات محشوة في نسيج البطاقة (طهاري، 2022، صفحة 917).

رابعاً: "التحويلات الإلكترونية"

تعد التحويلات المالية واحدة من أهم العمليات المصرفية التي يقوم بها البنك سواء كان بنكا تقليدياً أو بنكا حديثاً ويعد نظام التحويلات المالية الإلكترونية جزءاً بالغة الأهمية من البنية التحتية لأعمال البنوك الإلكترونية التي تعمل عبر الأنترنت ويتيح هذا النظام نقل التحويلات المالية أو النفقات المالية من حساب بنكي لآخر وكذا المعلومات المتعلقة بها بطريقة إلكترونية آمنة وسهلة.

أ. تعريف التحويلات الإلكترونية

تعرف التحويلات الإلكترونية للأموال على أنها: "عملية منح الصلاحية لبنك ما للقيام بحركة التحويلات المالية الدائنة والمدينة من حساب بنكي لآخر وتنفيذ عمليات التحويلات المالية عن طريق دار المقاصة وهي شبكة تعود ملكيتها وأحقية تشغيلها إلى البنوك المشتركة بنظام تحويل الأموال الإلكتروني (إيمان، 2006/2007، صفحة 24)

ب. مزايا التحويلات الإلكترونية

للتحويلات المالية عدة منافع ومزايا وهي كالتالي (إيمان، 2006/2007، صفحة 225، 226)

- **تنظيم الدفعات:** حيث يتم تنظيم عمليات الدفع من خلال الإتفاق على وقت اقتطاع وتسديد التحويلات المالية وهو مايقطع أي شك في عملية السداد؛
- **السلامة والأمن:** أزال المقاصة الآلية حاجة العميل أو التاجر إلى زيارة البنك للإيداع قيمة التحويلات المالية ممايعني تسيير الأمر ورفع فعالية نظام العمل؛
- **تحسين التدفق النقدي:** رفع إنجاز التحويلات المالية إلكترونية موثوقة التدفق النقدي وسرعة تناقل النقد؛
- **زيادة رضا العملاء:** تكفل سرعة التحويل الإلكتروني وانخفاض كلفتها إلى تحقيق رضا الزبون وتوطيد ثقتهم في التعامل مع التاجر أو الشركة؛
- **توفير المصاريف:** حيث تقلل شبكة نظام المقاصة الآلية من تكاليف إدارة العمليات المقاصة.

الفرع الثالث: مزايا وعيوب وسائل الدفع الإلكتروني

إن الانتشار الواسع لوسائل الدفع الإلكتروني يترجم المزايا على العملاء، فلهذه الأنظمة إيجابيات وخصائص تميزها عن الوسائل التقليدية وتجعل البعض يفضلها عنها، هذا لا يعني أنها لا تخلو من العيوب وهناك عدة عوامل أدت إلى نجاح وانتشار وسائل الدفع الإلكترونية. ومن هذا المنطلق سوف يتم التطرق إلى مايلي:

أولاً: "مزايا وسائل الدفع الإلكتروني"

تتميز وسائل الدفع الإلكتروني بمجموعة من المميزات التي تساعد الفرد على استخدامها بشكل مستمر وسلس دون أي عراقيل قد تواجه مستخدميها، ويمكن تلخيصها فيما يلي:

أ. **بالنسبة لحامل البطاقة:** تحقق وسائل الدفع الإلكتروني العديد من المزايا لحاملها وذلك من خلال سهولة ويسر استخدامها، إضافة إلى ذلك فإن حاملي بطاقات الائتمانية وغيرها من البطاقات الإلكترونية يستفيدون من الإقراض من البنك أو الشركة المصدرة إلى أجل، كما يمنح لهم فترة إئتمان مجاني يتراوح ما بين 25 و 55 يوم وذلك بالإضافة إلى تخفيض حاجته على التعامل بالنقد، (رمضان و جودة، 2003، صفحة 20) يؤدي استخدامها إلى التقليل من الفواتير والإيصالات الورقية المختلفة، كذلك فإن حامل البطاقة يمكنه أن يتم صفقة شراء فورية عن طريق الهاتف بمجرد ذكر رقم البطاقة، ومن المزايا الأخرى لحامل البطاقة أنه يمكنه إعطاء حق الاستخدام لمن يريد كالزوجة والابن وذلك على نفس الحساب الائتماني وهذه الميزة هامة في بعض الظروف كالسفر الطارئ وهي ميزة سهلة الإنشاء والإلغاء في نفس الوقت كما تعطي لحاملها الفرصة للحصول على بعض السلع والخدمات بأسعار منخفضة كأسعار السكن في الفنادق العالمية الكبرى وغير ذلك من الخدمات، فضلاً عن أن وجود الصورة الشخصية في البطاقة الائتمانية يمكن من استخدامها كبطاقة إثبات شخصية لحاملها خاصة في حالات السفر. (عمار، 2008/2009، صفحة 71)

ب. بالنسبة لمصدر البطاقة:

يجني مصدر البطاقة عدة مزايا منها:

- الأرباح المرتفعة، بالإضافة إلى رسوم العضوية والتجديد والرسوم المفروضة على السحب النقدي، كما قد يفرض مصدر البطاقة بعض الغرامات والفوائد نتيجة لما قد يرتكبه حامل البطاقة، ومنها غرامات التأخير في السداد وغرامات فقدان البطاقة؛ (الشورة، 2008، صفحة 99)
- إجبار المحلات التجارية على فتح حسابات لدى البنك لأن التاجر مضطر لذلك حتى تتحول الأموال لحسابه وبذلك تزداد سيولة البنك حيث لا تخرج الأموال منه ترجع عليه كوديعة. (سحنون، 2003، صفحة 68)
- **بالنسبة للتاجر:** يجني التاجر عدة مزايا منها:
- يستقطب التاجر عملاء جدد وب نوعية جديدة وثقافة عالية؛
- تخفف على التاجر الاحتفاظ بمبالغ نقدية كبيرة في متجره فيؤمن عليها من السرقة أو الضياع؛

◀ يعمل أكثر التجار إلى إضافة النسبة التي يقطعها مصدر البطاقة من فواتيرهم إلى سعر السلعة، ومن ثم فإن استخدام البطاقة لا يؤدي إلى انخفاض معدل أرباحهم وبالتالي صارت بالنسبة إليهم عملية الوفاء للبطاقة مجدية ومقيدة؛ (العز، 2008، صفحة 236، 237)

◀ ليس هناك أفضل أماناً وأقوى ضماناً لحقوق البائع من البطاقات البنكية ذلك إن الشركة المصدرة لها تضمن وصول حقوق البائعين لهم؛

◀ أوضحت عبء كبير وهو متابعة ديون العملاء حيث أصبح هذا العبء على عاتق البنوك والشركات المصدرة للبطاقة. (سفر، 2008، صفحة 137)

ت. بالنسبة للاقتصاد: من البديهي أن نقول البطاقات الدولية أصبحت استثماراً ضخماً للشركات التي تصدرها وأصبح بإمكان الدول التي تحتضن هذه الشركات أقسام الأرباح الضخمة التي تدرها هذه الشركات عن طريق الضرائب المفروضة على أرباح هذه الشركات، ومن ناحية أخرى فإن استخدام البطاقات الائتمانية قد خفض نفقات البنك المركزي في طباعة النقود الورقية إلى جانب آخر، فإن مراقبة التزوير انتقلت إلى الشركات المصدرة لهذه البطاقات ومنه اقتسمت مسؤولية الحماية والمراقبة معه فضلاً عن ذلك، استخدام هذه البطاقات يقلل من التسرب النقدي خارج النظام البنكي مما يعني أن السلطات تستطيع التحكم في المتغيرات النقدية وقدرة البنوك التجارية على تقديم قروض أكبر وهو ما يعني كفاءة السياسة النقدية التوسيعية. (بوعلام و عيدة، 2020/2021، صفحة 44، 43)

ثانياً: "عيوب وسائل الدفع الإلكتروني"

رغم المزايا العديدة التي تتمتع بها وسائل الدفع الإلكتروني، إلا أنها لا تخلو من بعض العيوب والتحديات التي يجب أخذها في الاعتبار. وتتمثل هذه العيوب فيما يلي:

أ. بالنسبة لحامل البطاقة: من المخاطر الناجمة عن استخدام هذه الوسائل رغبة حامل البطاقة لزيادة الاقتراض والإنفاق بما يفوق قدرته المالية وإن كانت الفائدة مرتفعة، إلا أنه يقدم على ذلك مما يجعله غير قادر على سداد ما أنفقته من زيادة لأنها تفوق قدرته المالية، وكذلك الفوائد التي ينشئها القرض وارتفاع نسبتها يولد أكبر عيوب بطاقات الائتمان ومخاطرها كما يؤثر على الأسرة المستديمة عن طريق استخدام بطاقة الائتمان مما يجعل الأسرة تحت وطأة هذه الديون الكبيرة وبالتالي فعلى حامل البطاقة الالتزام لسداد ماتم شرائه عن طريق هذه البطاقة حتى ولو سرت منه إذ أن عدم سداد حامل البطاقة قيمتها في الوقت المحدد يترتب عنه وضع اسمه في القائمة السوداء. (الشورة، 2008، صفحة 98)

ب. بالنسبة لمصدر البطاقة: تتمثل أهم العيوب المترتبة عن مصدر البطاقة في أن ازدياد عدد حاملي بطاقات الائتمان وأخذهم فترة طويلة من الزمن لتسديد الديون المترتبة عليهم يؤدي إلى ارتفاع نسبة الديون المهدومة لدى مصدر البطاقة، كما يترتب عنها على عدم القدرة على توفير السيولة الكافية لتغطية احتياجات السحب النقدي والإقتراض على بطاقات الائتمان مما يولد مخاطر على سيولة البنك، وفي حالة ضياع البطاقة أو سرقتها أو الإحتيال أو التزوير فيها فإن مصدر البطاقة هو الذي يتحمل النفقات؛ (ابتسام و صفاء، 2019/2020، صفحة 17)

ث. بالنسبة للتاجر: إذا قام التاجر ببعض المخالفات أو قصر في التزامه بالشروط فإن البنك يضع اسمه في القائمة السوداء ولا يتعامل معه مرة أخرى وبهذا فإن التاجر يلقي صعوبات كثيرة في نشاطه التجاري. (سالم و آمنة، 2016، صفحة 51)

تعتبر وسائل الدفع الإلكتروني من الأدوات الحديثة التي تمكن الأفراد والشركات من إجراء المعاملات المالية عبر الإنترنت بسهولة وأمان، حيث تشمل هذه الوسائل البطاقات الائتمانية، والمحافظ الرقمية، والتحويلات البنكية الإلكترونية. كما تساهم هذه التقنيات في تسريع الإجراءات وتقليل الحاجة للنقد الورقي، مما يعزز من كفاءة الاقتصاد ويسهم في توسيع الوصول للخدمات المالية. كما توفر وسائل الدفع الإلكتروني مستوى عالٍ من الأمان من خلال تقنيات التشفير والتحقق متعدد العوامل. ولقد غيرت وسائل الدفع الإلكتروني الطريقة التي نشترى بها وندفع مقابلها، مما وفر لنا سرعة وراحة لم نعد عليها من قبل. إنها بلا شك ثورة في عالم المال والأعمال، لكنها كأى تقنية جديدة، تحمل في طياتها بعض المخاطر والتحديات.

المبحث الثاني: ماهية جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية

تعد الخدمات المصرفية مجموعة من الأنشطة والعمليات التي تقدمها البنوك لعملائها، وتشمل هذه الخدمات مجموعة واسعة من الوظائف الأساسية مثل الإيداع والائتمان والاستثمار. ففي السنوات الأخيرة، شهدت الخدمات المصرفية تطوراً كبيراً مع ظهور التكنولوجيا، مما أدى إلى ظهور خدمات مصرفية إلكترونية. حيث تعد هذه الأخيرة نظام دفع إلكتروني يمكن لعملاء البنوك من إجراء معاملات مالية عبر الإنترنت، مما يقلل تكاليف التشغيل ويوفر الراحة للعملاء، حيث تشمل قنواتها الرئيسية مواقع المؤسسات المالية على الإنترنت، والتي تتيح عرض الأرصد، وكشوفات الحسابات، وتحويل الأموال، وإجراء المدفوعات. كما يركز تقييم جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية على تحديد المفاهيم المتعلقة بجودة الخدمة وأساليب قياسها وتحسينها، بالإضافة إلى فهم رضا العملاء وطرق قياسه. ومنه تهدف البنوك من خلال هذه الخدمات إلى تلبية احتياجات العملاء باستخدام تقنيات تسويقية متطورة، مع تطوير وتحديث الخدمات لتلبية متطلبات السوق. فجودة الخدمات المصرفية الإلكترونية تعتبر أساساً حيويًا لبناء اقتصاد قوي، وتلعب دوراً فعالاً في التنمية الاقتصادية والاجتماعية، مما يجعلها أداة مهمة للدولة لتطبيق سياستها المالية والنقدية، ومن هذا المنطلق سيتم التطرق إلى مايلي:

المطلب الأول: المفهوم التقليدي للخدمات المصرفية

يلعب القطاع المصرفي دوراً محورياً في دعم وتنمية الاقتصادات المختلفة، حيث يمثل شريان الحياة للأنشطة التجارية والاستثمارية على حد سواء، ولم يعد دور المصارف مقتصرًا على حفظ الأموال وتقديم القروض فحسب، بل تطور ليشمل مجموعة واسعة ومتنوعة من الخدمات المصرفية التي تلي الاحتياجات المتزايدة والمتجددة للأفراد والمؤسسات على حد سواء، ومن هذا المنطلق سوف يتم التطرق إلى تعريف الخدمات المصرفية التقليدية وإبراز أهم خصائصها ودورها حياتها.

الفرع الأول: مفهوم الخدمات المصرفية

إن فهم الخدمات المصرفية وتعريفها بشكل دقيق يمثل نقطة انطلاق أساسية لاستيعاب دور المصارف الحيوية في الاقتصاد الحديث، وتأثيرها العميق على حياة الأفراد والشركات. ومن هذا المنطلق سوف يتم التطرق في هذا الفرع إلى مفهوم الخدمة المصرفية وتطورها.

أولاً: "مفهوم الخدمة"

في عالم اليوم المتسارع والمتسم بالتنافسية الشديدة، أصبحت الخدمة عنصراً حيوياً وأساسياً في مختلف القطاعات الاقتصادية والاجتماعية، حيث لم تعد الخدمة مجرد نشاط ثانوي أو مكمل للمنتج، بل تحولت إلى قيمة مضافة مستقلة ومحرك رئيسي لرضا العملاء وتحقيق الميزة التنافسية للمؤسسات. وللتوضيح أكثر سيتم التطرق إلى مايلي:

أ. تعريف الخدمة

يوجد العديد من الكتابات المختلفة حول تعريف مصطلح الخدمة باختلاف الزاوية التي يُنظر بها، ويمكن عرض بعض التعاريف فيمايلي:

❏ **عرفت الخدمة بأنها:** "نشاطات معرفة، ولكن غير محسوسة، وتمثل الهدف الرئيسي لتعامل ماغرضه تحقيق رضا الزبائن" (نبعة، 2005، صفحة 28)

❏ **وعرفتها الجمعية الأمريكية للتسويق بأنها:** "الخدمة تقدم في شكل أنشطة، أو منافع تعرض في البيع أو تقدم مرتبطة مع بيع السلع". (الضمور، 2005، صفحة 18)

❏ **كما عرفت أيضاً بأنها:** "هي عبارة عن أنشطة تقدم من طرف إلى آخر، وهي غير ملموسة، ولا يترتب عليها نقل ملكية شيء، وقد يقترن تقديمها بمنتج مادي ملموس، فالخدمة في جوهرها عن السلعة من حيث عدة ميزات أبرزها عدم ملموسيتها" (الدين و مصطفى، 2021، صفحة 352)

ومن خلال التعاريف السابقة يمكن استنتاج تعريف شامل للخدمة وهي: "منفعة تستفيد منها جهة معينة من طرف جهة آخر غير ملموسة وغير قابلة لنقل ملكيتها".

ب. خصائص الخدمة

في عالم الأعمال المعاصرة، أصبحت الخدمات تشكل عصب الاقتصاد الحديث ومحركاً أساسياً للنمو والتطور، حيث لم تعد المنتجات المادية هي المعيار الوحيد للقيمة المقدمة للعملاء، بل أصبحت الخدمات، بتنوعها وتفاعلها المباشر مع المستفيدين، تحتل مكانة مرموقة في تلبية الاحتياجات وتحقيق الرضا. ولذلك فإن فهم طبيعة الخدمات يتطلب التعمق في خصائصها الفريدة التي تميزها

عن السلع المادية، وتؤثر بشكل مباشر على كيفية تصميمها وتقديمها وتسويقها، ويمكن حصر هذه الخصائص في النقاط التالية (محمد ف.، 2002، صفحة 352، 354)

1. **غير ملموسة:** أي أن الخدمة لا يمكن رؤيتها أو تذوقها أو شمها أو سماعها قبل شرائها وهذا أهم ما يميزها عن السلع المادية وأن الخدمة تمثل جهداً أو عملاً يمكن أن يقدمه فرد لآخر أو منظمة أخرى أو منظمة لشخص، لذلك فالمستفيد يقوم بجمع المعلومات بهدف الحصول على مؤشرات جيدة عن نوعية وجودة الخدمة، وحتى يستطيع العملاء التعرف على جودة الخدمة، فهم يبحثون على عن علامات ملموسة يستطيعون من خلالها تكوين تصور عن مدى جودة الخدمة، ولذلك من أهم مقدمي الخدمة هو إبراز هذه العناصر الملموسة في الخدمة المقدمة، فمثلاً الخدمة المصرفية تتمثل العناصر الملموسة في الجوانب المادية المرئية للخدمة كالأجهزة المستخدمة والحاسوب وآلات عد النقود والآلات الحاسبة وكشوف الحساب، بالإضافة إلى التصميم والديكور الداخلي وغير ذلك من المرافق والتسهيلات الموجودة في البيئة المادية للمصرف، ولذلك فإن نجاح المصرف في بيع خدماته يجب أن يعتمد على تحويل اللاملموس إلى ملموس وذلك عن طريق إبراز العناصر الملموسة في الخدمة، وذلك حتى يتكون انطباع جيد لدى العملاء عن جودة الخدمة المقدمة؛

2. **عدم قابليتها للتخزين:** الخدمة تنتج وتستهلك في نفس اللحظة التي يتقدم فيها العميل لطلبها وبالتالي لا يمكن إنتاج الخدمة مقدماً وتخزينها، فمثال الخدمة البنكية لا يمكن إنتاجها وتخزينها في وقت الازدحام وهناك خدمات التي تعمل على توفير شيء مادي ملموس؛

3. **التلازمة:** أي تلازم عملية الإنتاج والإستهلاك وهذا الأمر لا ينطبق على السلع التي تصنع وتوضع في المعارض أو توزع على البائعين ومن خلالها على المشتري يتم استهلاكها لاحقاً، أي أن معظم الخدمات تنتج وتستهلك في نفس الوقت، وأنها تعتمد في تقييمها على الإتصال الشخصي بين مقدم الخدمة والزبون؛

4. **عدم تجانس الخدمة:** يختلف تقديم الخدمة من شخص إلى آخر، خاصة إذا تعلق الأمر بخدمات تعتمد بالدرجة الأولى على التدخل الإنساني (درجة اللاملموسية للخدمة أكبر من درجة الملموسية)، يصعب على الزبون المقارنة بين نفس الخدمات المعروضة قبل شرائها. ويكون من الصعب على مقدم الخدمة إنتاج نفس الخدمة وبنفس الصفات في الوقت والمكان نفسه، ضف إلى أن الخدمات تقدم أماكن عديدة ومن طرف أشخاص يختلفون من مؤسسة إلى أخرى، وبالتالي فإن النمطية في إنتاج الخدمات تعد أمراً صعباً عكس السلع المادية التي في غالب الأحيان نمطية بالرغم من اختلاف العلامة التجارية واختلاف طرق التغليف والتعبئة، وعليه فإن على مؤسسات الخدمات أن تعمل على:

- بذل مجهود كبير لتقديم خدمات تتسم بالثبات الكبير في الجودة قدر الإمكان؛
- وضع برنامج دقيق لاختيار ورفع كفاءة مقدمي الخدمة؛
- زيادة درجة الآلية في أداء الخدمة قدر الإمكان؛
- وضع نظام لرصد وقياس درجة رضا الزبون عن الخدمة المقدمة إليه، ولعل أهم الوسائل هنا نظام الشكاوي والمقترحات.

5. **الانتشار الجغرافي:** ليس هناك حدود جغرافية لطلب الخدمات فهناك الطلب المحلي موزع على أماكن جغرافية متفرقة داخل البلاد، وهناك طلب خارجي وعلى هذا فإن كافة الخدمات على اختلاف أنواعها يجب تقديمها للعميل حيث يطلبها وفي أقرب مكان يناسبه؛

6. **صعوبة تقييم جودة الخدمة:** يواجه الزبون صعوبة أكبر عند تقييم جودة الخدمة المقدمة له بالمقارنة بالسلع المادية الملموسة، فأمام المنتج المادي يستخدم الزبون عدة مؤشرات محسوسة ظاهرة كاللون، الملمس، الراحة الصلابة، الوزن... إلخ، لكن أمام الخدمة، لا يوجد هذا الكم من المؤشرات الظاهرة إلا ما يظهر من تجهيزات مادية وتسهيلات في مركز الخدمة أو مظهر العاملين، هذا بالإضافة إلى أن الأداء الفعلي للخدمة يرتبط بتفاعل الزبون مع مقدم الخدمة، وبخبرة الزبون نفسه، وبالحالة المزاجية له، وبالإضافة إلى ذلك فإن الحكم على جودة الخدمة يتوقف على ما يحمله المستفيد من توقعات عند حصوله على الخدمة، وإن هذه التوقعات تختلف من فرد لآخر، وبالنسبة للفرد الواحد من وقت لآخر.

ث. تصنيف الخدمة

يمكن تصنيف الخدمة حسب المعايير التالية (أعراب، 2018/2017، صفحة 58)

- **من حيث الاعتمادية:** حيث تتنوع الخدمة وفقاً لاعتمادها على المعدات مثل (السيارات الآلية، الغسالات... إلخ) أو اعتمادها على الأفراد مثل (تنظيف الشبائيك)، كما تتنوع الخدمات التي تعتمد على الأفراد حسب أدائها من قبل العمال الماهرين أو الغير الماهرين أو من قبل المحترفين؛
- **من حيث تواجد المستفيد أو الزبون:** تتطلب بعض الخدمات حضور المستفيد لكي تؤدي الخدمة مثل (العمليات الجراحية)، بينما لا تتطلب وجوده أو حضوره مثل (تصليح السيارة)؛
- **من حيث نوع الحاجة:** تباين الخدمات فيما إذا كانت تحقق حاجة شخصية (خدمات فردية) أو حاجة للأعمال (خدمات تجارية، خدمات الأعمال) كالأطباء يضعون أو يحددون تسعيرة الفحوصات للأفراد (المرضى المراجعين) بشكل يختلف عن فحوصات منتسبي الشركات، كما أن شركات الخدمة تضع برامج تسويقية مختلفة لكل فرد من الأفراد (خدمات شخصية) والأسواق التجارية (خدمات تجارية عامة)؛
- **من حيث أهداف مقدمي الخدمة:** بحيث يختلف مقدموا الخدمة في أهدافهم (الربحية واللاربحية)، أو من حيث الملكية (الخاصة أو العامة)، فالبرامج التسويقية لمستشفى الخاص تختلف عن تلك التي يطبقها المستشفى العام.

ثانياً: "تعريف الخدمات المصرفية"

- عرفت الخدمات المصرفية بالعديد من التعاريف وذلك لتنوع خصائصها، ويمكن ذكرها فيما يلي:
- **عرفت الخدمات المصرفية على أنها:** "عرض الخدمة للزبون المصرفي وتقديمها له لغرض إشباع حاجاته المالية وتحقيق الرضا". (الدين و مصطفى، 2021، صفحة 352)

كما عرفت جمعية البنوك في الأردن الخدمات المصرفية على أنها: "مجموعة من العمليات ذات المضمون النفعي الذي يتصف بتغلب العناصر غير الملموسة (التي ليس لها وجود مادي) على العناصر الملموسة (التي لها وجود مادي)، والتي تدرك من قبل الأفراد أو المؤسسات من خلال دلالاتها وقيمتها النفعية بحيث تشكل مصدراً لإشباع حاجاتهم المالية والائتمانية الحالية والمستقبلية وتكون في نفس الوقت مصدراً لربحية المصرف وذلك من خلال علاقة تبادلية بين المصرف والعميل". (مفهوم الخدمات المصرفية)

وعرفت جمعية التسويق الأمريكية بأنها: "النشاطات أو المنافع التي تعرض للبيع أو التي تعرض لارتباطها بسلعة معينة" (حسين م.، 2005، صفحة 91)

وعرفت المادة 66 من قانون النقد والقرض الجزائري المؤرخ في 26 أوت 2003 بأنها: "تتضمن العمليات المصرفية تلقي الأموال من الجمهور وعمليات القرض وكذا وضع وسائل الدفع تحت تصرف الزبائن وإدارة هذه الوسائل" (صفحة 03)

ومن خلال التعاريف السابقة يمكن استنتاج تعريف شامل للخدمات المصرفية: "هي نشاط أو مجموعة الأنشطة التي يكون جوهرها غير ملموس يقوم بتقديمها البنك لزبائنه إشباع رغباتهم وحاجاتهم في الوقت والمكان المناسب بأقل جهد".

الفرع الثاني: مميزات الخدمات المصرفية

تعتبر الخدمات المصرفية ركيزة أساسية في النظام المالي الحديث، حيث تقدم مجموعة متنوعة من الفوائد والمزايا للمستفيدين منها، ويمكن تلخيصها فيما يلي: (علي و فضيلة، 2022/2021، صفحة 53، 54)

أولاً: تنوع وتعدد الخدمات المقدمة

يحرص كل بنك على تقديم تشكيلة واسعة من العملاء ذوي خصائص ورغبات معينة، وهذا مايجبر موظفي البنك بذل جهد كبير من أجل التعرف على هذه الخصائص والرغبات ومحاولة الإستجابة لها وتحقيقها للعميل في الوقت والمكان الملائمين وبالسعر المناسب والجودة المطلوبة؛

ثانياً: تشابه ماتقدمه البنوك من خدمات

إن الخدمات التي يقدمها أي بنك تستطيع أن تقدمها البنوك الأخرى، وهذه أول مشكلة تسويقية تعرض لها البنك، مما يدفع به للعمل جاهداً لتحقيق التميز عن منافسيه من البنوك بمستوى خدمات تتصف بالجودة العالية؛

ثالثاً: شدة المنافسة بين البنوك

تتم المنافسة بين البنوك من أجل الإنفراد بتقديم الخدمات متميزة للزبائن، وجلب أكبر عدد من مهام، لأمر الذي يزيد من صعوبة مهمة البنك في المحافظة على مستوى معين من المنافسة، نظراً للظروف البيئية المتغيرة التي ينشط فيها البنك.

رابعاً: "أهمية عنصر الثقة في البنك

مما لاشك فيه أن التعامل في الأموال هو تعامل على مستوى عالي من الحساسية، وغليه فإن خسارة البنك في إحدى العمليات المالية قد تولد خوفاً لدى الزبائن، مما يؤدي إلى عجز البنك عن توفير السيولة اللازمة لمواجهة حركة السحب غير العادية التي تنجم عنها خوف الزبائن وتحولهم إلى البنوك الأخرى، توفر لهم الأمان أكثر زيادة على ذلك قدرة البنك على تحقيق الإيرادات والأرباح المناسبة قد يؤدي إلى اهتزاز صورة البنك ونقص الثقة لدى الزبائن الذين يتعاملون معه.

الفرع الثالث: دورة حياة الخدمات المصرفية

إن فهم مصطلح "دورة حياة الخدمة المصرفية" يمثل أهمية بالغة للمؤسسات المصرفية، حيث يمكنها من اتخاذ قرارات إستراتيجية مستنيرة فيما يتعلق بتطوير الخدمات، وتسويقها، وإدارتها بكفاءة في كل مرحلة. كما يساعدها على توقع التحديات والفرص المتاحة، والتكيف مع التغيرات في السوق، والحفاظ على ميزة تنافسية مستدامة. ومن هذا المنطلق سيتم في هذا الفرع إبراز المراحل الأساسية لدورة حياة الخدمات المصرفية وأهم خصائصها.

أولاً: "تعريف دورة حياة الخدمة المصرفية

تعتبر دورة حياة الخدمة المصرفية: " مفهوم تسويقي ، يحاول وصف تطور حجم المبيعات (حجم التعامل عبر الزمن) والأرباح ، وسلوك العملاء ، وظروف المنافسة ، وطبيعة السياسات التسويقية لكل منتج (خدمة مصرفية) ، منذ مرحلة تقديمه للسوق إلى مرحلة حذفه من خط المنتجات (الخدمات)." (معلا، 2007، صفحة 77)

ثانياً: "مراحل دورة حياة الخدمة المصرفية

تمر الخدمة المصرفية بدورة حياة تبدأ بتقديمها إلى السوق وتنتهي بمرحلة إنحدارها وتدهورها، ويمكن استعراض هذه المراحل فيمايلي (العجاردة، 2000، صفحة 134)

1. **مرحلة التقديم:** تمتاز الخدمة المصرفية في هذه المرحلة بالنحو البطيء في المبيعات وذلك لعدم معرفة الزبائن بما على نحو واقع، أو أن التردد قد يكون صفة ملازمة للزبائن عليه تلون المرحلة هذه لا تظهر فيها مؤثرات الأرباح، لأن تكاليف البحث والتطوير للمنتج لازالت عالية وان مايتحقق من مبيعات لايمكن أن تعطي هذه التكاليف. وفي هذه المرحلة تركز على التعريف بالخدمة الجديدة، وتهيئة المناخ في هذه السوق لنقل الخدمة أو المنتج المصرفي.
2. **مرحلة النمو:** في هذه المرحلة تشهد المبيعات تعطيلا وزيادة مستمرة ويحاول كل مصرف أن يجعل الخدمة الجديدة أن تأخذ أطول فترة ممكنة في هذه المرحلة لأن ذلك سينعكس على زيادة الأرباح، وان الزبائن أصبح لديهم الفكرة الكافية عن الخدمات الجديدة ومميزاتها، ومن جانب آخر فإن الإعلان يتركز إلى التطرق على مميزات الخدمة المصرفية الجديدة ومايمكن أن تحققه من منافع إضافية قد لا تكف في بال الزبون نفسه، ويبدأ المنافسون في الدخول إلى السوق في هذه المرحلة، ذلك لأن الخصائص الخدمة المصرفية أنه من السهل تقليدها وبسرعة وذلك لتوفر الإمكانيات الآلية والتقنيات الحديثة الكفيلة بذلك ؛

3. **مرحلة النضج:** في هذه المرحلة يبدأ معدل النمو في الانخفاض تدريجيًا حتى يصل إلى درجة الصفر أي حتى لا تحدث أي زيادة الطلب ووصول السوق إلى مرحلة التشبع ويستقر التعامل على هذه الخدمة عند حجم معين منها وعادة ماتكون هذه الفترة أطول من الفترات السابقة، وتستقر السياسات التسويقية المستخدمة في هذه المرحلة وفي الوقت نفسه يكون المجال مفتوحًا أمام البنك لإجراء تحسينات وإضافات لتطوير طريقة تقدم هذه الخدمة المصرفية؛
4. **مرحلة الانحدار:** تتميز هذه المرحلة بصيوط التعامل على الخدمة المصرفية بدرجة كبيرة تجعل بعض البنوك تفكر جيدًا في التوقف عن تقديمها على الخدمة المصرفية بدرجة كبيرة تجعل بعض البنوك تفكر جيدًا في التوقف عن تقديمها.

ثالثاً: "خصائص مراحل دورة حياة الخدمة المصرفية"

تتميز مراحل دورة حياة الخدمة المصرفية بعدة سمات، ويمكن تلخيصها في الجدول التالي:

الجدول رقم (1-2): خصائص مراحل دورة حياة الخدمة المصرفية

المراحل				المعايير
الانحدار	النضج	النمو	التقديم	
تبدأ في الانخفاض وقد يكون معدل التدهور فيها عالياً مما يجعل في الجدار الخدمة	تبلغ المبيعات ذروتها ويكون معدل عالية ومتسارعة	يبدأ بالارتفاع التدريجي، ترفع بمعدلات عالية متسارعة	منخفضة جداً وقد تأخذ بالارتفاع، وتفشيل الخدمة وتتوقف المبيعات	حجم المبيعات
	الأسعار في هبوط في كلا الحالتين	يبدأ السعر بالانخفاض بسبب يحول آخر على المنافسين	عالي السعر قد يكون ناشط لتحقيق الأرباح أو متدني (كاسح لتحقيق الحصة السوقية)	السعر
تبدأ الأرباح بالتراجع ومعدلات قد تصل إلى حد الخسارة	أرباح عالية جداً لكنها تبقى ضمن معدلات مستقرة ولا يحصل زيادة في الأرباح	يبدأ أرباح بالتحقيق وترفع بمعدلات عالية وبسرعة	أرباح واطئة جداً في حسن الأحوال أو متدني (كاسح لتحقيق الحصة السوقية)	الأرباح
واطئة وقد ترتفع عندما يحاول المصرف إضافة تحسينات الخدمة واستثمارات أخرى	واطئة جداً	بدأ بالانخفاض	عالية جداً	كلفة الوحدة (الوحدة المباعة)
عدد قليل جداً أو يتراجع باستمرار	عدد كبير لكنه مستقر حيث يبدأ بعضهم السوق مراكزهم	يبدأ المنافسون بدخول السوق ويزداد عددهم حيث يصل إلى أعلى	لا يوجد فهناك عدد قليل جداً	عدد المنافسين

		ما يمكن في نهاية المرحلة		
عدد المشترين	محدود جدًا أو يقتصر على فئة من الابتكاريين	يزداد عددهم بدخول فئة من الأوائل في فئة الأغلبية المبكرة	عالي جدًا بعد دخول فئة الأغلبية المتأخرة من المشترين	يبدأ بالتراجع وتحول الأغلبية إلى خدمات أخرى
كلفة التسويق من المبيعات	عالية جدًا	مستقرة وتمثل إلى الانخفاض	معتدلة وتصل إلى أدنى مستوى لها	معتدلة وتصل إلى أدنى مستوى لها
هدف المصرف	تحقيق قبول سريع للخدمة أو أرباح قبل الدخول	تحقيق أكبر حصة تسويقية	التمسك بالحصة السوقية ومحاولة تطويرها	المحافظة على الأرباح وضغط التكاليف إلى أدنى حد ممكن

المصدر: (العجامة، 2000، صفحة 168)

المطلب الثاني: الخدمات المصرفية الإلكترونية

تعد الخدمات المصرفية الإلكترونية نظام دفع إلكتروني يمكن لعملاء البنوك من إجراء معاملات مالية عبر الإنترنت، مما يقلل تكاليف التشغيل ويوفر الراحة للعملاء، حيث تشمل قنواتها الرئيسية مواقع المؤسسات المالية على الإنترنت، والتي تتيح عرض الأرصدة، وكشوفات الحسابات، وتحويل الأموال، وإجراء المدفوعات. كما يركز تقييم جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية على تحديد المفاهيم المتعلقة بجودة الخدمة وأساليب قياسها وتحسينها، بالإضافة إلى فهم رضا العملاء وطرق قياسه. ومنه تهدف البنوك من خلال هذه الخدمات إلى تلبية احتياجات العملاء باستخدام تقنيات تسويقية متطورة، مع تطوير وتحديث الخدمات لتلبية متطلبات السوق. فجودة الخدمات المصرفية الإلكترونية تعتبر أساساً حيويًا لبناء اقتصاد قوي، وتلعب دورًا فعالاً في التنمية الاقتصادية والاجتماعية، مما يجعلها أداة مهمة للدولة لتطبيق سياستها المالية والنقدية، ومن هذا المنطلق سيتم التطرق إلى مايلي:

الفرع الأول: مدخل للخدمات المصرفية الإلكترونية

يرجع ظهور الخدمة المصرفية الإلكترونية إلى السبعينات عندما بدأت البنوك تعرض خدماتها عبر الهاتف بإمكان الزبون أن يطلع على أرصده، تحويل الأموال، تسديد الفواتير بعد التطور الكبير عرفته تكنولوجيا الأنترنت في نهاية الثمانينات وبداية التسعينات جدد فيها المصارف الوسيلة المثلى لعرض العمليات المرتبطة بالحسابات دون تحرك سيولة نقدية. ومن هذا المنطلق سيتم التطرق إلى مايلي:

أولاً: مفهوم الخدمات المصرفية الإلكترونية

تمثل الخدمات المصرفية الإلكترونية نقلة نوعية في عالم المال والأعمال، حيث تجمع بين التكنولوجيا المتقدمة والخدمات المصرفية التقليدية لتقديم تجربة مصرفية سلسة وفعالة. وتتميز هذه الخدمات بخصائص فريدة، مثل السرعة والمرونة والأمان.

أ. تعريف الخدمات المصرفية الإلكترونية

إن الخدمة المصرفية الإلكترونية ولدت اهتماما كبيرا للأكاديميين والمختصين، مما أدى إلى تعدد تعاريفها، بحيث يمكن ذكر منها ما يلي:

❖ **عرفت الخدمة المصرفية الإلكترونية على أنها:** "إجراء العمليات المصرفية بطرق إلكترونية، أي باستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات الجديدة، سواء تعلق الأمر بالسحب أو الدفع بالإئتمان أو التحويل أو بالتعامل في الأوراق المالية". (الجنهبي، 2005، صفحة 31)

❖ **كما عرفت كذلك على أنها:** "تشمل المعاملات المالية بين المؤسسات المالية الأفراد الشركات التجارية الحكومية من أجل تحسين الربحية، تحاول المنظمات المصرفية السيطرة على التكاليف، خفض المصروفات التشكيلية متخذة من التكنولوجيا والإبتكار أدواتها لتحقيق ذلك". (الحنفي، 2002، صفحة 155)

❖ **ويقصد بها كذلك على أنها:** "كل عملية يقوم بها العميل للوصول إلى تأدية احتياجاته المتنوعة من المنتجات المصرفية، بالنظم والإمكانات التكنولوجية التي وفرتها البنوك عبر نوافذ التوزيع ومواقعها الإلكترونية في الوقت والمكان الذي يرغب بت". (شيماء و أشواق، 2022/2023، صفحة 26)

ومن خلال هذه التعاريف يمكننا أن نستخلص تعريف شامل لخدمات المصرفية الإلكترونية هو أنها: "إجراء العمليات المصرفية بطرق إلكترونية، أي باستخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال الجديدة، سواء تعلق الأمر بالسحب أو بالدفع أو بالإئتمان أو بالتحويل أو بالتعامل بالأوراق المالية أو غير ذلك من أعمال المصارف. وفي ظل هذا النمط من الصيرفة لا يكون العميل مضطراً للتنقل إلى البنك، إذا يمكنه القيام ببعض العمليات مع مصرفه وهو في منزله أو في مكتبه، وهو ما يعني تجاوز بعدي المكان والزمان". (شيماء و أشواق، 2022/2023، صفحة 26)

ب. خصائص الخدمات المصرفية الإلكترونية

تتميز الخدمات المصرفية الإلكترونية بعدد من الخصائص التي تجعلها أكثر مرونة وكفاءة، مثل الوصول السريع والأمن إلى الحسابات، وتقديم خدمات متنوعة دون الحاجة للتواجد الفعلي في البنك. حيث تساهم هذه الأخيرة في تحسين تجربة العملاء وتعزز من التفاعل مع المؤسسات المالية. وتتمثل هذه الخصائص: (مسعودي، 2016، صفحة 28)

1. أنها نظام قائم ومعمول به في معظم الدول المتقدمة والمتطورة تكنولوجياً؛
2. اختفاء الوثائق الورقية للمعاملات؛
3. عدم إمكانية تحديد الهوية بين أطراف العملية؛
4. خدمة إلكترونية فورية على مدار 24 ساعة وطيلة أيام الأسبوع؛
5. تشفير المعلومات فور استخدام الرقم السري الخاص بالخدمة؛
6. سرعة ودقة تقديم الخدمات؛
7. خدمات لا تعرف قيود جغرافية؛

8. يتم الدفع عن طريق النقود الإلكترونية؛

9. اتجاه البنوك نحو التوسع في إنشاء مقر لها عبر الأنترنت ليس لها مقر جغرافي تسمى بالبنوك.

ثانيًا: "أهمية الخدمات المصرفية الإلكترونية"

بعد التطور السريع الذي حدث في جميع القطاعات، وذلك لاكتشاف عدة وسائل تكنولوجية يحتاج إليها العملاء لتلبية حاجاتهم دفع ذلك بالمؤسسات المصرفية إلى دراسة حاجات ورغبات العملاء ومحاولة تلبيتها لكي تتمكن من الصمود بوجه المنافسين، وبشكل عام يمكن تلخيص هذه الأهمية في النقاط التالية (خلو، 2015/2016، صفحة 05)

- التعرف على حاجات الزبائن للخدمات المصرفية؛
- الصمود بوجه المنظمات المصرفية الأخرى؛
- الحفاظ على الحصة السوقية للمصرف؛
- تحديد السوق المستهدف؛
- دراسة وتحليل سوق الخدمات المصرفية؛
- تقديم الخدمة المصرفية تتناسب مع حاجيات ورغبات الزبائن؛
- تحديد المزيج الترويجي المناسب؛
- تحديد أساليب توزيعية مناسبة للزبائن.

ثالثًا: "قنوات الخدمات المصرفية الإلكترونية"

لقد تعددت قنوات ووسائل الخدمات المصرفية الإلكترونية، مستفيدة من التطور المستمر في أنظمة الاتصالات، وتكنولوجيا المعلومات، حيث شكل هذا التنوع مجموعة من البدائل والخيارات لدى العملاء، وتمثل هذه القنوات فيما يلي:

أ. أجهزة الصراف الآلي (ATM)

هي تلك الآلات التي يمكن نشرها بالأماكن المختلفة سواء في الجدار أو بشكل مستقل، وتكون متصلة بشبكة حاسب البنك، ويقوم العميل باستخدام بطاقة بلاستيكية أو بطاقة ذكية للحصول على الخدمات المختلفة مثل: السحب النقدي، والإيداع النقدي، والإستفسار عن الحساب، وغيرها من الخدمات، ولقد أصبحت هاته الأجهزة منذ بدأ تشغيلها في عام 1975 من المستلزمات اليومية في تنفيذ العمليات المصرفية الحديثة للأفراد (ماجدة، 2020/2021، صفحة 82)، والتي تتمثل فيما يلي:

1. الموزعات الآلية للنقود (DAB): هي صورة بسيطة المكننة في القطاع البنكي، فهي آلات أوتوماتيكية تمكن العملاء

من سحب مبالغ نقدية من أرصدهم وفق سقف محدد، وذلك باستخدام البطاقات البنكية عادة بطاقات السحب أو بطاقات الصراف الآلي، تتواجد بداخل البنوك، الشوارع العامة، المحطات، المجمعات التجارية... الخ، تعمل بدون انقطاع (24 ساعة على 24 ساعة طيلة أيام الأسبوع)، وتكون هذه الأجهزة موصولة بوحدة مراقبة إلكترونية تقوم بقراءة المدارات

المغناطيسية للبطاقة و التي تسجل عليها المبالغ المالية الممكن سحبها أسبوعيا. فهذه الموزعات سهلت على البنوك العديد من الإجراءات و العمليات، و بالتالي تفادي ما ينجم عن ذلك من ازدحام، وما قد ينجر عنه من أخطاء بسبب تكرار العمليات من طرف الموظف، فهذه الآلات خففت الضغط على البنوك وفروعها و سهلت عملية السحب من حيث السرعة و الكفاءة و الأمن، ويمكن توضيح هذا الجهاز من خلال الشكل التالي: (وهاب، 2004، صفحة 273)

الشكل رقم (1-1): الموزعات الآلية للنقود (DAB)



المصدر: (Algérie Poste)

2. الشبايك الآلية البنكية (GAB): و هي الأخرى أجهزة أوتوماتيكية تقدم خدمات أكثر تعقيدا و أكثر تنوعا من الموزعات الآلية للأوراق، فهي أجهزة أوتوماتيكية متصلة بشبكة تستخدم عن طريق بطاقات الكترونية و التي بالإضافة إلى سحب الأموال تسمح بالقيام بالعديد من العمليات (من 12 إلى 15 عملية في البنوك الفرنسية و من 65 إلى 75 عملية في البنوك الأمريكية). هذه العمليات تشمل مثلا إصدار الشيكات، التحويل من حساب إلى حساب، التعرف على الرصيد، قبول الودائع....الخ. فالشبايك الآلية البنكية موصولة مباشرة بالحاسوب الرئيسي للبنك الذي يقرأ المدارات المغناطيسية للبطاقات الالكترونية و التي تسمح بمعرفة الزبون بفضل رمز سري، و هي تمثل في الوقت الحاضر احد المنتجات البنكية الالكترونية الأساسية للنظام البنكي، و دورها مهم على مستوى التسويق لأنها أصبحت تمثل وسيلة للحوار مع المستهلك، فأصبح من الضروري تزويد الوكالات بهذه الشبايك الآلية البنكية المتعددة المهام لأنها تساهم بفعالية أكبر في رفع مستوى رضا الزبائن من جهة و كذا تحسين مردودية البنوك، ويمكن توضيح هذا الجهاز في الشكل التالي: (وهاب، 2004، صفحة 273)

الشكل رقم (1-2): الشبايك الآلية البنكية (GAB)



المصدر: (Algérie Poste)

3. نهائي نقطة البيع الإلكترونية (TPV): تعتمد هذه التقنية على وجود اتصال عن بعد بين الحاسوب الإلكتروني الرئيسي للبنك وبين شاشات طرفية موجودة في محلات الشراء تعمل كأجهزة إدخال من وإلى الحاسب المركزي للبنك من خلال شبكة الهاتف كخطوط ربط بين الحاسوب الإلكتروني والشاشات الطرفية، حيث يمكن هذا النظام العملاء من شراء احتياجاتهم من المحلات المشتركة في النظام، وذلك من خلال استخدام بطاقة الدفع يتم إدخالها في جهاز إلكتروني معد لهذه الغاية ومن خلاله يتم تحويل المبلغ المطلوب إلكترونياً من حساب الزبون إلى حساب البائع. (جدو، 2020، صفحة 91) ويمكن توضيح هذا الجهاز في الشكل التالي:

الشكل رقم (1-3): نهائي نقطة البيع الإلكترونية (TPV)



المصدر: (TPV CENTER)

ب. الخدمات المصرفية الإلكترونية عبر الهاتف (الهاتف المصرفي (PHONE BANKING)

وهي عبارة نظام تخاطب مباشر للزبائن يعمل يوميا على تقديم معلومات وإجراء تحويلات واستقبال طلبات القروض ووحدات الأجوبة الصوتية وأنظمة معالجة المعطيات لخدمة الزبائن، وتطورت هذه الخدمات لتقدم من خلال الهاتف الخليوي، التي تعتبر جذابة للناس الذين هم على تنقل وحركة دائمة، ويتم ربط هذه الخدمة بشركات الهاتف المحمول أو عن طريق شبكات، عامة أو خاصة يتم التعاقد معها. (مسعودي، 2016، صفحة 24، 25)

ت. الصيرفة المنزلية (home Banking)

أتاحت تقنيات الاتصال الحديثة للمصارف فرصة توفير خدمات مبتكرة وحديثة لعملائها، من بينه الصيرفة المنزلية عبر الأنترنت، وهي ذلك الحساب الشخصي الموجود بالمنزل، أو العمل، أو أي مكان، والذي يتصل بحاسب المصرف يتمكن من خلال كلمة السر، أو أي رقم سري، أو كلاهما من إتمام العملية المصرفية المطلوبة. (هاجرة و الغني، 2021، صفحة 106)

ج. الصيرفة عبر شبكة الأنترنت

تسمح هذه الخدمة لعملاء المؤسسات المصرفية بالقيام بالمعاملات المالية من خلال الدخول إلى الصفحة الإلكترونية التي تشغلها المؤسسة المصرفية عبر الأنترنت، حيث تسمح هذه الخدمة المريحة الآمنة للعملاء الذين لديهم بطاقات السحب الآلي من الدخول لمعلوماتهم المصرفية من أي مكان وعلى مدار الساعة سواء من المنزل أو من المكتب، وذلك بأن يفتح العميل الإلكتروني للبنك ويدخل الموقع المخصص للخدمة المصرفية ثم يدخل رقم البطاقة والرقم السري وهناك بعض البنوك تطلب معلومات إضافية لمزيد من السرية والحماية. (جدو، 2020، صفحة 93)

ح. المقاصة الإلكترونية

يتم من خلال هذه الخدمة تحويل النقود من حساب العمال إلى حساب أشخاص أو هيئات أخرى في أي فرع وإلي بنك. مثل تحويل الأجر الشهرية إلى حساب الموظفين، أو تسديد التزامات مصلحة الكهرباء والغاز... ويتم ذلك من خلال نظام التسوية الإجمالية بالوقت الحقيقي (RTGS). حيث يتيح هذا النظام تحويل مبالغ مالية من حساب بنكي إلى آخر. (هالة و محمد، 2021، صفحة 171)

الفرع الثاني: مفهوم جودة الخدمات المصرفية

تُعد جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية من الركائز الأساسية للمنافسة بين المنظمات المصرفية، وتزداد أهميتها بازدياد المنافسة، كما تسعى البنوك للاستفادة من التقدم التكنولوجي في تقديم خدماتها، مما يتيح للعملاء الحصول على الخدمات التي يرغبون بها بسهولة. ومن هذا المنطلق سيتم التطرق إلى مايلي:

أولاً: "ماهية الجودة"

لقد أصبح مفهوم الجودة في العصر الحديث محوراً أساسياً تسعى إليه مختلف المؤسسات والمنظمات، بغض النظر عن طبيعة نشاطها أو حجمها. فلم تعد الجودة مجرد معيار ثانوي أو هدفاً هامشياً، بل تحولت إلى ضرورة استراتيجية تضمن البقاء والنمو في ظل المنافسة الشديدة وتطلعات المستهلكين المتزايدة. ففهم "ماهية الجودة" يمثل نقطة الانطلاق الحاسمة نحو تبني ممارسات وأساليب تهدف إلى تحقيق التميز والارتقاء بمستوى المنتجات والخدمات المقدمة. ومن هذا المنطلق سيتم التطرق إلى مايلي:

أ. تعريف الجودة

هناك العديد من التعاريف التي أوردها الباحثون والأكاديميون، ويمكن ذكر أهمها فيمايلي:

- تعرف الجودة لغة بأن: "أصلها من الجود والجيد نقيض الرديء" (السمرائي، 2007، صفحة 07)
 - كما تعرف الجودة اصطلاحاً بأنها: "مشتقة من الكلمة اليونانية (Qualitats) ويقصد بها طبيعة الشيء ودرجة صلاحه" (السمرائي، 2007، صفحة 07)
 - كما عرفها معهد المعايير الوطنية الأمريكية (ANSI) وجمعية ضبط الجودة (asqs) بأنها: "مواءمة المنتج للاستعمال ودقته لمتطلبات العميل" (سلمى و إيمان، 2014/2015، صفحة 04)
 - كما تعرف أيضاً على أنها: "القدرة على إرضاء الزبون". (سلمى و إيمان، 2014/2015، صفحة 04)
- ومن خلال ماسبق يمكن تعريف الجودة على أنها: "معيار الإتيقان الذي يجب ممارسته عند القيام بأي أداء، وهي عملية روتينية مستمرة ومتطورة لا يوجد حد لها، ويجب الحرص لها في أبسط الأعمال وأنها جهد مستمر لإتيقان العمل، وليس للحصول على درجة محددة الامتياز كما يمكن وصفها بأنها الالتزام بالمواصفات والمتطلبات المتفق عليها مع العميل" (أحمد و آخرون، 2012، صفحة 102)

ب. خصائص الجودة

للجودة عدة خصائص ويمكن حصرها في النقاط التالية (سعاد و خولة، صفحة 44)

- الشمولية: أي أنها تتناول جميع الجوانب المختلفة... في بناء وتنفيذ والتقييم؛
- المرونة: مراعاة كافة المستويات وكافة البيئات؛
- المجتمعية: أي أنها ترتقي مع احتياجات المجتمع وظروفه وقضاياه.
- الاستمرارية والتطوير: أي إمكانية تطبيقها وتعديلها؛
- تحقيق مبدأ المشاركة: في التصميم واتخاذ القرارات.

ت. مبادئ الجودة

ترتكز إدارة الجودة على ستة مبادئ رئيسية، ويمكن تلخيصها فيما يأتي: (سعاد و خولة، صفحة 45، 46)

1. التركيز على العميل: تقوم الجودة الشاملة على أساس أن استمرار ونجاح نشاطات المنشأة يعتمد إلى حد كبير على توافر احتياجات ومتطلبات العمال ومحاولة تنفيذ توقعاتهم، حيث أن رضا العميل يعد الركيزة الأساسية والقاعدة المتينة التي يجب

- أن ينطلق منها طموحات المنشأة في المستقبل، إن انضمام إدارة الجودة الشاملة يوسع مفهوم ودائرة العملاء لتشمل العاملين داخل المنشأة ويعدهم عنصرًا مهماً وحيويًا من عناصر مجموعة العملاء؛
2. **التحسين المستمر:** تؤكد فلسفة إدارة الجودة الشاملة على أهمية التحسين المستمر للمنشآت التي ترغب في عملية التطوير، ويرتكز المبدأ على أساس فرضية مفادها أن العمل هو ثمرة سلسلة من الخطوات والنشاطات المترابطة والتي تؤدي إلى محصلة نهائية ومن ضروري أن تلقى هذه الخطوات ما تحتاجه من اهتمام مستمر حتى يمكن تقليل احتمالات تغيير تلك المحصلة النهائية، وكذلك لتعزيز الثقة وإمكانية الاعتماد على إجراءات ونظم العمل؛
3. **التعاون الجماعي بدلا من المنافسة:** يركز نظام الجودة الشاملة على أهمية التعاون بين مختلف المستويات الإدارية في المنشأة بدلا من المنافسة بينهم، حيث أنه من خلال هذا التعاون تستطيع الأقسام معرفة احتياجات الأقسام الأخرى من موارد مالية وفنية وغيرها من المستلزمات المختلفة التي تساعد في دعم عملية التحسين المستمر للمنشأة.
4. **الوقاية بدلا من التفتيش:** تنطلق فلسفة إدارة الجودة الشاملة من مبدأ أن الجودة عبارة عن ثمرة العملية الوقائية وليست العملية التفتيشية، ففي نظريات الإدارة التقليدية نجد أن مراقبة الجودة أو التفتيش على مستوى الخدمات أو السلع يكون بعد عملية التصنيع أو تقديم الخدمة، هذه الطريقة التقليدية تستنزف الكثير من الطاقات البشرية والموارد المالية من أجل الكشف على عيوب أو أخطاء العملية الإنتاجية، أما في حالة تطبيق نظام الجودة الشاملة فإن ذلك سوف يؤدي إلى تقليل التكاليف وزيادة الإنتاجية لأن هذا النظام يحاول إدخال عنصر الوقاية في العملية الإنتاجية ومراقبة الانحرافات بأنواعها سواء كانت انحرافات لأسباب عامة أو لأسباب خاصة.
5. **المشاركة الكاملة:** تعد مشاركة كل فرد في العمل الجماعي من أهم النشاطات التي يجب التركيز عليها حيث يساعد في زيادة الولاء والانتماء للمنشأة، أن العمل الجماعي عبارة عن أداة فعالة لتشخيص لمشكلات، وإيجاد الحلول المثلى خلال الإتصال المباشر بين الأقسام المختلفة والاحتكاك المتواصل بين الأفراد في المنشأة الواحدة، ومن أجل زيادة فاعلية هذا الإتصال يؤكد نظام إدارة الجودة الشاملة على أهمية استخدام أسلوب اللامركزية والاتصالات الأفقية، بدلا من أسلوب المركزية والاتصالات الرأسية.
6. **اتخاذ القرارات بناء على الحقائق:** تمتاز المنشآت التي تطبق نظام الجودة الشاملة بأن قراراتها مبنية على حقائق وبيانات صحيحة وليست مجرد تكهنات فردية أو افتراضات أو توقعات مبنية على آراء شخصية، فليس بمقدور المنظمة إصدار قرارات ارتجالية المبنية على أساس ممكن أن تنجح في عالم يتغير بخطوات متسارعة، إذ القرار الذي يتم التوصل إليه يجب أن يكون سريعا ودقيقا.

ثانيًا: "تعريف جودة الخدمات المصرفية"

مع تزايد الاعتماد على الخدمات المصرفية الإلكترونية، أصبحت جودة هذه الخدمات عاملاً حاسماً في تحقيق رضا العملاء وولائهم. فالعملاء يتوقعون الحصول على خدمات مصرفية إلكترونية تتسم بالسهولة والأمان والموثوقية، وتلبي احتياجاتهم بشكل فعال، مما أدى إلى تعدد تعاريفها، أهمها مايلي:

« عرفت جودة الخدمات المصرفية على أنها: "إرضاء لمتطلبات الزبائن ودراسة قدرة البنك على تحديد هذه المتطلبات والقدرة على التقائها، فإذا تلبى البنك عملية تقديم خدمات ذات جودة عالية يجب أن يسعى من خلالها للتفوق على متطلبات الزبائن". (الصر، 2005، صفحة 20)

« كما عرفت على أنها: "معيّار لدرجة تطابق الأداء الفعلي للخدمة مع توقعات العملاء لهذه الخدمة، أو أنها الفرق بين توقعات العملاء لهذه الخدمة وإدراكهم للأداء الفعلي لها". (الصر، 2005، صفحة 20)

« وعرفت كذلك: "قياس مدى مستوى الجودة المقدمة مع توقعات الزبون، فتقديم جودة يعني في محالة النهائية إن تكون الخدمة متوافقة مع توقعات الزبائن". (قطاف، 2011، صفحة 97)

ومن خلال هذه التعاريف يمكننا حصر تعريف في ثلاث مجموعات رئيسية وهي: (قطاف، 2011، صفحة 97)

1. مجموعة تركز على طبيعة الخدمة بحد ذاتها وتقوم بتقسيمها إلى أبعاد؛
2. مجموعة تركز على عملية أداء الخدمة أي الفجوة بين إدراك المستهلك وتوقعاته لمستوى معين من الجودة بناءً على خبرته؛
3. مجموعة تركز على المستهلك وجهود المنظمة لإرضائه.

ثانياً: "خصائص جودة الخدمات المصرفية"

تعتبر جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية عاملاً حاسماً في تحقيق رضا العملاء والميزة التنافسية للبنوك في العصر الرقمي، ولتحقيق هذه الجودة، يجب أن تتسم الخدمات المصرفية الإلكترونية بمجموعة من الخصائص الأساسية التي تلي احتياجات وتوقعات العملاء، يمكن ذكر أهمها فيما يلي: (يونس و الأمين، 2021/2022، صفحة 6)

1. اللاملموسة: وهي الفرق بين السلع المادية والخدمات وتحدد هذه الخاصية أن الخدمة ليس لها كيان مادي وتفقد المشتري القدرة على إصدار قرارات وأحكام بناء على تقييم محسوس ومن خلال لمسها أو تذوقها أو شمها أو رؤيتها قبل شرائها؛
2. التلازمة: يقصد بها أن معظم الخدمات تنتج وتستهلك في نفس الوقت، وهي تعتمد في تقديمها على الإتصال الشخصي بين مقدم الخدمة والزبون؛
3. عدم تجانس الخدمة: فهي عدم القدرة على توحيد وتنميط الخدمة المقدمة فعملية أو طريقة تقديم الخدمة تختلف من زبون إلى آخر وذلك حسب درجة تفاعل الخدمة بين مقدمها والزبون ومكان وزمان تقديمها وكفاءة وسلوك مقدمي الخدمات؛
4. عدم القدرة على التخزين: من الصعب تخزين الخدمة بل من المستحيل تخزينها نظراً لأن الخدمة هي أداء لخلق منفعة الزمنية، إذ لا يمكن تخزين الخدمة إلى حين الطلب عليها؛
5. الملكية: نعني بالملكية أن الخدمة لا تملك أو تنقل ملكيتها من المنتج إلى العميل عند الإتفاق عليها وتشير هذه الخاصية إلى أنه غالباً لا يكون هناك (امتلاك لشيء غير ملموس) لكونه يستهلك مباشرة؛
6. صعوبة التقييم من طرف الزبون: إن الأداء الفعلي للخدمة يرتبط بتفاعل الزبون مع مقدم الخدمة وخبرة الزبون نفسه وبالتالي فإن الحكم على الخدمة بأنها جيدة أو سيئة تختلف من زبون لآخر ومن وقت لآخر بالنسبة للزبون نفسه.

ثالثاً: "مستويات جودة الخدمات المصرفية

لجودة الخدمات المصرفية خمس مستويات، ويمكن ذكرها فيمايلي (خلو، 2015/2016، صفحة 08)

- الجودة التي يتوقعها العملاء، والتي توفرها في الخدمة المصرفية؛
- الجودة المدركة وهي ترى إدارة البنك أنها تتناسب احتياجات وتوقعات عملائه وعليه يتم تقديم الخدمة المصرفية بالموصفات التي أدركها لتكون في المستوى الذي يرضي العميل؛
- الجودة الفعلية ويقصد بها أداء العاملين بالبنك لجودة الخدمة وتقديمها طبقاً لمواصفات التي حددها وهي تتوقف على مدى مهارة العاملين وحسن تكوينهم؛
- الجودة القياسية والتي تحدد وفق المواصفات النوعية للخدمة المصرفية؛
- الجودة المروجة بمعنى تقديم المعلومات الخاصة بالخدمة المصرفية وخصائصها، وما تعهد البنك بتقديمه إلى العملاء من خلال المزيج الترويجي من إعلان وترويج شخصي ومطبوعات.

الفرع الثالث: أبعاد جودة الخدمات المصرفية

تتأثر جودة الخدمة المصرفية بمجموعة متنوعة من العوامل والمتغيرات، والتي يمكن تصنيفها في أبعاد متعددة. ففهم هذه الأبعاد يعتبر أمراً ضرورياً للبنوك من أجل تقديم خدمات مصرفية عالية الجودة تلبي توقعات العملاء، ويمكن تلخيص هذه الأبعاد فيمايلي: (عبود، 2014، صفحة 109، 110)

1. **الإعتمادية:** تشير إلى قدرة المصرف على إنجاز أو أداء الذمة المصرفية الموعودة بشكل دقيق يعتمد عليه وتتضمن خمس متغيرات يقاس من خلالها وفاء المنظمة بالتزاماتها التي وعدت بها عملائها؛
2. **الأمان:** خلو المعاملات التي تتم بين العميل والبنك من خطورة والشك، ويحتوي هذا البعد على أربع متغيرات تقيس حرص الموظفين على زرع الثقة في نفوس العملاء؛
3. **المظاهر المادية الملموسة:** حيث يقيم العميل جودة الخدمات المصرفية في ضوء مظهر التسهيلات المادية (مثل المعدات والأجهزة والأفراد ووسائل الإتصال) التابعة للمصرف . فإذا كان هذا الأخير يمتلك صرافاً آلياً أو معدات للتدقيق وحساب النقد، وتعرف الملموسة على أنها: " التسهيلات المادية المرتبطة بتقديم الخدمة وتشمل المرافق المادية والمعدات ومظهر الموظفين".
4. **التوكيد:** حيث تسعى المؤسسات الإقتصادية إلى تحقيق معايير جودة الخدمات عن طريق ممارسة الإجراءات والأساليب التي تضمن لها الوفاء بهذه المعايير، والتأكد المستمر من تحقيق المستويات المنشودة، وفي ضوء ذلك تحرص المؤسسات على أن تضع نظاماً داخلياً لضمان الجودة؛
5. **الإمتثال:** يتضمن مفهوم الإمتثال في المؤسسات الإقتصادية مجموعتين من المستويات، الأول يشمل القواعد والأنظمة الخارجية التي تفرضها الجهات الرقابية والإشرافية المنظمة عموماً مثل الجامعات والهيئات الدولية والمحلية المتخصصة بالأنشطة

المتنوعة وتنظيم القطاع سواء المالي أم الإقتصادي والصناعي والتجاري وهكذا، والمستوى الثاني هو الإمتثال للأنظمة الداخلية للمراقبة والإشراف من المؤسسة المالية نفسها لتحقيق الإمتثال للقواعد المفروضة من الخارج؛

6. **الإستجابة:** وهي القدرة على التعامل الفعال مع كل متطلبات العملاء والاستجابة لشكاويهم والعمل على حلها بسرعة وكفاءة، بما يقنع العملاء بأنهم محل تقدير واحترام من قبل المصرف.

7. **التعاطف:** القدرة على سهولة الوصول للعملاء وتفهم ومعرفة احتياجاتهم لتلبية وإبداء روح الصداقة والحرص على العميل وإشعاره بأهميته والرغبة في تقديم الخدمة حسب حاجته.

الفرع الرابع: أدوات قياس جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية

في عصر الرقمنة المتسارع، أصبحت الخدمات المصرفية الإلكترونية ضرورة لا غنى عنها، ولضمان قدرة المؤسسات المصرفية على المنافسة وتلبية توقعات العملاء المتزايدة، لا بد من قياس جودة هذه الخدمات بشكل فعال. وفي هذا المطلب سيتم التطرق إلى الأدوات والأساليب المستخدمة لتقييم جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية، بهدف تحسينها وتعزيز رضا العملاء.

أولاً: "الجودة على الخط (Webqual)

عرفه " Barnes " بأنه الاستبيان على الخط (الاستبيان الإلكتروني) الذي يقدم للعملاء لتقييم جودة المواقع على شبكة الأنترنت وفقاً لتطوراتها، الاستبيان ينجز من قبل العملاء ليجيب على التساؤلات في الاستبيان وتقييم العملاء النوعي يحول إلى مقاييس كمية تعتبر مفيدة الإدارة عملية صنع القرار. (كماش و خولة، 2020/2021، صفحة 42)

(Webqual) يسمح بإجراء مقارنات بين بيئة التجارة الإلكترونية في نفس الميدان ومع مرور الوقت، وقد تم تطبيقه في العديد من المجالات منها مواقع الجامعة على الشبكة، مواقع البيع بالمزاد العلني، موقع بيع الكتب على الشبكة، كما أنها تعتبر تتابع جزئي لتقييم جودة المعلومة، وانتشارها في بيئة التجارة الإلكترونية آن وسلب (Webqual) أصبحت سلوك متكرر تنجز وتعديل حسب كل ميدان في التجارة الإلكترونية. (كماش و خولة، 2020/2021، صفحة 42)

ثانياً: "مقياس E. Sequal

عام (Pawsonetal 2003) بأنه هيكل لجودة الخدمة التي تعتبر أساس تجربة وإدماج علاقات العملاء الإلكترونية (E.CRM) واستراتيجيات HCI للتصميم الفعال وتطوير محيط الجدار الإلكتروني (E.Tailingenvironoments) E.sequal يمكن أن يوفر توجيهات وإرشادات للتجارة الإلكترونية فيما يتعلق بتكامل الواجهة وإنهاء الإجراءات التجارية (back-and) وعبر مختلف نقاط إلتماسا للعملاء مثل: الهاتف، الفاكس، البريد الإلكتروني... ويمكن تطبيقه كوسيلة تقييمية لتوجيه مصممي web ومختص في التسويق لطريقة استخدام تماشى مع الشروط الأساسية لإدماج توقعات العملاء لتحقيق جودة الخدمة، وقابلية الاستعمال في تصميم محيط الجدار الإلكتروني. (كماش و خولة، 2020/2021، صفحة 43)

ثالثاً: "مقياس E.S.Gual

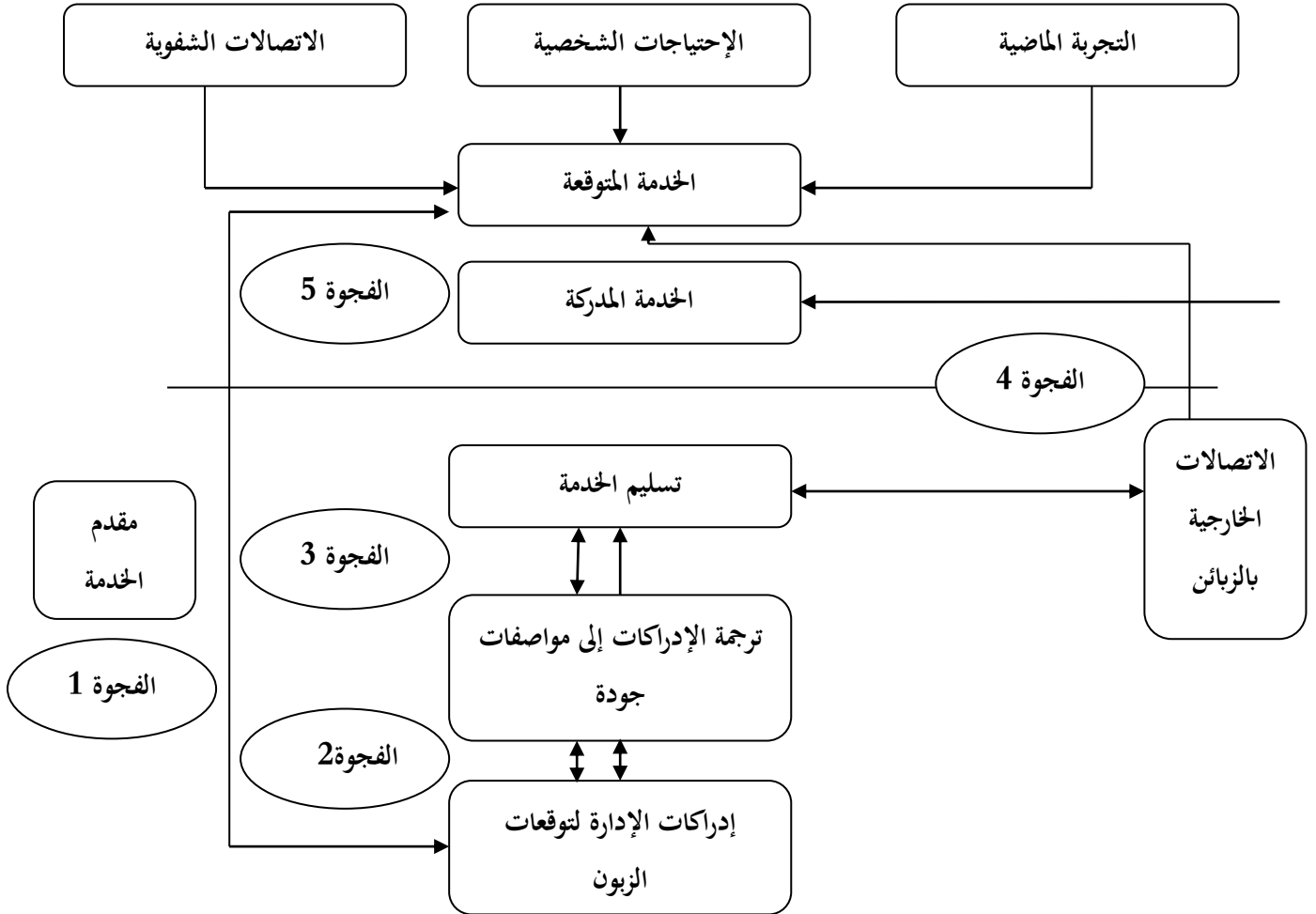
عرفها كل من : (parasurman, zethaml, malhotra, valarie, arvind) على أنها مشتقة لقياس جودة الخدمة المقدمة على الخط، ومن المعلنات التجريبية المجمعة، اكتسبت وضعيتين مختلفتين وضرورتين لقياس جودة الخدمة الإلكترونية الوضعية الأولى (E.squal) تضم أربعة أبعاد لها 121 صفة وهي: الكفاءة، الوفاء، توفر النظام والخصوصية والوضعية الثانية (E.Recs.qual) هي تكون مع العملاء الذين ليس لهم روتيني مع الموقع وتضم ثلاثة أبعاد لهم 55 صفة وهي: الاستجابة، التعويض، الاتصال. (كماش و خولة، 2020/2021، صفحة 44)

رابعاً: "مقياس الفجوة E.Servequal

عرفه (parasurman and al) بأنه نموذج مفاهيمي لجودة الخدمة في محيط الجدار الإلكتروني (tailling en vironnennent) وهي قائمة على هيكل جودة الخدمات التقليدية خارج الخط المسماة (Servqual) وهي مشتقة من البحوث الاستكشافية حول مجموعات التعديل ومرحلتين من مجموعة المعلومة التجريبية التحليلية، هذا ينتج سبعة خصائص لجودة الخدمة، الكفاءة، الاعتمادية، الإنجاز، السرية، الاستجابة، التعويض، الاتصال المباشر كل هذه الخصائص تمثل مقياس، يستعملها العملاء لتقييم الخدمات على الخط على سبيل المثال: خاصية الاستجابة تقيس قدرة الإجابة على أسئلة العملاء، الأداء السريع تحديث نظام القوانين، ويمكن استعمال (E. Servaqual) كهيكلي لمديري التسويق لتقييم جودة الخدمات في محيط الجدار الإلكتروني. (كماش و خولة، 2020/2021، صفحة 43)

إن نموذج E.Servequal لا يركز فقط على نتائج الخدمة بل أيضاً على عمليات تسليم الخدمة والعلاقة التفاعلية بين مقدمي الخدمة والعملاء حيث يقوم النموذج على معادلة أساسية طرفاها هما الإدراكات والتوقعات وذلك لقياس خمس فجوة يوضحها الشكل أدناه:

الشكل رقم (1-4): نموذج الفجوة



المصدر: (نبيلة و ياسمين، 2022/2023، صفحة 50)

يبرز الشكل أعلاه نموذج الفجوات الخمس لتحديد و قياس جودة الخدمة المصرفية حيث نجد الجزء العلوي من الشكل يتعلق بالزبون، بينما الجزء السفلي يختص بمقدم الخدمة "المصرف" أما تفسير تلك الفجوات فهو كما يلي: (نبيلة و ياسمين، 2022/2023، صفحة 51)

➤ **الفجوة الأولى:** وتنتج عن الاختلاف بين توقعات الزبائن لمستوى الخدمة و بين إدراك الإدارة لتوقعات الزبائن، أي عجز

إدارة المصرف عن المعرفة الدقيقة لتوقعات الزبائن والسبب، في هذه الفجوة يرجع إلى قلة بحوث التسويق، وكذا الترجمة الخاطئة للنتائج المتحصل عليها في دراسات السوق التي تقوم بها، ويمكن أن يكون السبب أيضا انعدام الاتصال بين الإدارة والزبائن وتعد الوسيلة الأساسية لسد هذه الفجوة هي اكتساب معلومات دقيقة وموضوعية عن توقعات الزبون للجودة ومستوى الأداء المطلوب. (إدريس، 2006، صفحة 297)

- ❖ **الفجوة الثانية:** وتنتج بسبب الاختلاف بين مواصفات الخدمة المقدمة بالفعل وبين مواصفات الجودة المحددة، بمعنى عدم قدرة المصرف على إنتاج الخدمة وفقاً للمواصفات ومعدلات الأداء المحددة، وذلك بسبب عدم توافر المهارات اللازمة لدى موظفي المصرف أو عدم توافر النظم الكافية أو عدم الاعتماد على تكنولوجيا متقدمة .
- ❖ **الفجوة الثالثة:** وتنتج عن الاختلاف بين الخدمة المؤداة وما تم الترويج عنه بخصوصها، أي إن الوعود التي قدمها المصرف حول مستوى الخدمة من خلال الاتصال بالزبائن عن طريق أساليب الترويج المختلفة تختلف على المستوى الفعلي لتقديم الخدمة وتسمى بفجوة الوعود، ويعود السبب في وجود هذه الفجوة إلى سوء اتصالات داخل المصرف وبين مختلف الأقسام فيه، وعدم وجود تنسيق بينها خاصة بالقسم المكلف بالتسويق، وهذا ما يؤدي في النهاية إلى كون مستوى الخدمة المقدمة منخفضاً عما تم الترويج له فعلاً.
- ❖ **الفجوة الرابعة:** وتعني أن الخدمة المدركة لا تتطابق مع الخدمة المتوقعة، وهذا ناتج عن اختلاف إدراك الزبون لجودة الخدمة التي تحصل عليها فعلاً عن الجودة المتوقعة، وتقع هذه الفجوة بسبب كل أو بعض الفجوات السابقة.
- ❖ **الفجوة الخامسة:** وهي الفجوة بين الخدمة المؤداة والمتوقعة وهذا يعني أن الخدمة المدركة لا تتطابق مع الخدمة الفعلية وقد يكون ذلك بسبب حدوث أكثر من فجوة.
- و يلاحظ أن الفجوات الأربعة الأولى غالباً ما ينظر لها على أنها الأسباب الرئيسية لحدوث فجوة جودة الخدمة التي يتعرض لها المستفيد (أو العميل) والتي تتمثل في الفروق السلبية بين إدراكه للأداء الفعلي للخدمة المقدمة له، و بين توقعاته نحو الخدمة الممتازة (الفجوة رقم 05). (قطاف، تقييم جودة الخدمات المصرفية ودراسة أثرها على رضا العميل (دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية -وكالة بسكرة-)، 2010/2011، صفحة 106)
- وفي المقابل فإنه حتى يمكن سد الفجوة رقم 05 فإنه لا بد أولاً سد جميع الفجوات 1- 4، حيث وجود أي فجوة سلبية من هذه الفجوات الأربعة سوف يتسبب في إحداث قصور في الخدمة المقدمة بالفعل للعملاء، ومن ثم وجود فروق سلبية بين إدراك العملاء للخدمة الفعلية المقدمة لهم و بين توقعاتهم. (قطاف، تقييم جودة الخدمات المصرفية ودراسة أثرها على رضا العميل (دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية -وكالة بسكرة-)، 2010/2011، صفحة 106)
- تُمثل جودة الخدمات المصرفية جوهر التميز والقدرة التنافسية في هذا القطاع الحيوي، حيث أن تحقيق مستويات عالية من الجودة يتطلب فهماً عميقاً لاحتياجات العملاء وتطلعاتهم، والسعي الدائم للابتكار والتحسين المستمر في العمليات والإجراءات، ومن خلال التركيز على الجودة، كما يمكن للمصارف بناء علاقات متينة مع العملاء، وتعزيز الثقة والولاء، وتحقيق النجاح والنمو المستدام.

خلاصة الفصل

ومن خلال ماسبق تشمل وسائل الدفع الإلكترونية الأدوات والتقنيات التي تتيح تحويل الأموال إلكترونياً، بدلاً من استخدام النقد التقليدي أو الشيكات الورقية. وتشمل هذه الوسائل البطاقات الائتمانية والمصرفية، والمحافظ الإلكترونية، والشيكات الإلكترونية، كما تساهم وسائل الدفع الإلكتروني في تسهيل المعاملات المالية في المؤسسات والشركات، وتقديم خيارات دفع مختلفة، مثل أجهزة الصراف الآلي والخدمات المصرفية عبر تطبيقات الهاتف المحمول. حيث تعتمد جودة الخدمات المصرفية على تبني هذه الوسائل المتطورة لتوفير معاملات آمنة وسريعة وفعالة، مما يعزز تجربة المستخدم ويقلل التكاليف والمخاطر.

الفصل الثاني

دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية (BADR)

-وكالة بسكرة-خلال الفترة (2020-2024)

تمهيد:

من خلال الدراسة النظرية التي قمنا بها تبين لنا الدور الكبير الذي تؤديه البنوك في تطوير مجال وسائل الدفع الإلكتروني وتحسين جودة الخدمات المصرفية، ولذا في هذا الفصل سنحاول دراسة واحد من أهم البنوك في الجزائر، بحيث أخذنا عينة من العملاء والموظفين في الجزائر، وأمام إستحالة إجراء الدراسة على كامل وكالات البنوك الوطنية نظرا لكثرة العراقيل ورفض معظم الوكالات إستقبالنا، إختارنا بنك الفلاحة والتنمية الريفية لوكالة بسكرة للقيام بهذه الدراسة باعتبارها البنك الرائد وأكثر خبرة في وسائل الدفع الإلكتروني. ومنه سنحاول في هذا الفصل إسقاط الجانب النظري على الدراسة التطبيقية المتمثلة في تقييم مساهمة وسائل الدفع الإلكتروني في تحسين جودة الخدمات المصرفية للبنك.

ومن خلال هذا التبرص الذي قمنا به بغية الإجابة عن الإشكالية المطروحة، حيث سنتطرق إلى العموميات المتعلقة بالبنك وذلك من خلال تعريف ونشأة بنك الفلاحة والتنمية الريفية، والذي يعتبر من البنوك العمومية التي تخصصت وبشكل أساسي في تنمية الاقتصاد الوطني وذلك باستخدامها وسائل الدفع الإلكتروني. ومن هذا المنطلق يمكن تقسيم الفصل كالتالي:

❖ المبحث الأول: تقديم عام لبنك الفلاحة والتنمية الريفية -وكالة بسكرة-؛

❖ المبحث الثاني: تقييم مساهمة وسائل الدفع الإلكتروني في تحسين جودة الخدمات المصرفية في بنك الفلاحة والتنمية الريفية -وكالة بسكرة-.

المبحث الأول: تقديم عام لبنك الفلاحة والتنمية الريفية -وكالة بسكرة-

يعتبر بنك الفلاحة والتنمية الريفية (BADR) من المؤسسات المالية التي تهدف إلى دعم التنمية الاقتصادية والريفية من خلال تمويل القطاع الفلاحي والصناعات الغذائية وغيرها من المجالات المرتبطة، حيث تلعب وكالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية دورًا مهمًا في تقديم الخدمات البنكية المتخصصة للمزارعين والمستثمرين، مما يعزز التنمية المحلية ويحفز الاقتصاد الإقليمي. كما يسعى البنك إلى تطوير خدماته وآلياته باستمرار لضمان تلبية احتياجات زبائنه وتحقيق رضاهم من خلال شبكة واسعة من الوكالات والموظفين المؤهلين. ومن هذا المنطلق سوف يتم استعراض مايلي:

المطلب الأول: بطاقة فنية لبنك الفلاحة والتنمية الريفية

يتحكم النظام المصرفي الجزائري على كل البنوك المتواجدة في التراب الوطني، بحيث نجد أن كل بنك يتكون من العديد من الوكالات التي تخضع لإدارة المديرية العامة، ومن خلال ماسبق سوف نقوم بدراسة مفصلة لبنك الفلاحة والتنمية الريفية.

الفرع الأول: نشأة وتعريف بنك الفلاحة والتنمية الريفية

يعتبر بنك الفلاحة والتنمية الريفية أحد أهم المؤسسات المالية الرائدة في الجزائر، المكرسة لتنمية القطاع الفلاحي وتعزيز التنمية الريفية، وللتعرف أكثر على هذا البنك سوف يتم التطرق إلى مايلي:

أولاً: "تعريف بنك الفلاحة والتنمية الريفية"

يعد بنك الفلاحة والتنمية الريفية (BADR) مؤسسة مالية وطنية تتمتع بالشخصية المدنية والاستقلال المالي، فهو ينتمي إلى قطاع عمومي. كما يعتبر وسيلة من وسائل سياسة الحكومة إلزامية إلى المشاركة في تنمية القطاع الفلاحي، وترقية العالم الريفي وتدعيم تنمية إقليمه و مشاريع زبائنه بشكل فعال، بما في ذلك تمويل الفلاحة، الصناعات الغذائية، الصيد البحري و تربية المائيات، وهي المجالات التي تجعله في ركب البنوك الأخرى ما يشكل دعماً لتنمية الاقتصاد الوطني و تحسين مستواه. ولديه شبكة حالياً أكثر من 334 فرع و 39 مجمع استغلال جهوي موزعة عبر التراب الوطني برأس المال 33 مليار دينار جزائري، كما يشغل حوالي 7800 موظف مع فريق يتكون من 1200 مكلف بالزبائن للإصغاء إلى انشغالاتهم، فمهمته الأساسية تطوير الزراعة وتعزيز المناطق الريفية، كما يعتبر من أهم البنوك في الجزائر باعتباره يمتلك أكبر شبكة على المستوى. (بنك الفلاحة والتنمية الريفية)

ثانياً: "نشأة بنك الفلاحة والتنمية الريفية"

تم إنشاء بنك الفلاحة والتنمية الريفية (BADR) بموجب المرسوم 106/82 المؤرخ في 1982/03/13 برأسمال قدره 2.2 مليار دينار أما الآن فهو يعد شركة مساهمة ذات رأس مال 33 مليار دينار، مقرها الرئيسي بالجزائر العاصمة وقيمة كل حصة هي مليون دج بمساهمة صناديق المساهمة التابعة للدولة ورأسمال البنك قابل للتعديل سواء بزيادة مبلغ المساهمة بدخول

الفصل الثاني دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية (BADR) -وكالة بسكرة-خلال الفترة (2024-2020)

مساهمين جدد أو بنقصانه في حالة تحويل شركة أخرى, وقد حدد هذا فعلا بتاريخ 25 سبتمبر 1995 في بداية المشوار تكون لبنك من 140 وكالة متنازل عنها من طرف البنك الجزائري ا (بنك الفلاحة والتنمية الريفية)

وقد بنك الفلاحة والتنمية الريفية (BADR) بعدة مراحل يمكن تلخيصها (مكلفة، 2025)

1. مرحلة الإنطلاق والهيكلية: (1982-1990): كان هدف البنك فرض وجوده ضمن العالم الريفي بفتح العديد من

الوكالات في المناطق ذات الطبيعة الفلاحية؛

2. مرحلة التوسع في النشاطات (1990-إلى يومنا هذا): بموجب القانون 90-10 المتضمن للقانون النقد والقرض،

الذي ينص على نهاية تخصيص البنوك حيث وسع البنك (BADR) أفقه إلى المجالات الأخرى من النشاط الاقتصاد،

بحيث:

✓ في سنة 1991: تطبيق نظام SWIFT لتطبيق عمليات التجارة الدولية؛

✓ في سنة 1992: - وضع برمجيات Sybouprogiciel مع فروعته المختلفة للقيام بالعمليات البنكية؛

- إدخال الإعلام الآلي على جميع عمليات التجارة الخارجية؛

- إدخال مخطط الحسابات الجديدة على مستوى الوكالات.

✓ في سنة 1993: إنهاء عملية إدخال الإعلام الآلي على جميع العمليات البنكية؛

✓ في سنة 1994: تشغيل بطاقة التسديد والسحب BADR؛

✓ في سنة 1996: إدخال عمليات الفحص السلبي، فحص إنجاز العمليات البنكية عن بعد؛

✓ في سنة 1998: تشغيل بطاقة السحب مابين البنوك؛

✓ في سنة 2000: المرحلة الحالية تتميز بوجود التدخل الفعلي للبنوك العمومية لبعث نفس جديدة في المجال الاستثمارات

المنتجة؛

✓ في سنة 2001: - التطهير المحاسبي المالي؛

- إعداد النظر، تقليل الوقت وتخفيض الإجراءات الإدارية والتقنية المتعلقة بملفات القرض؛

- إدخال مخطط جديد في الحسابات على مستوى المحاسبة البنكية؛

- تعميم شبكة عبر الوكالات والمنشأة المركزية.

✓ في سنة 2002: تعميم البنك المجالس مع الخدمات الشخصية على جميع الوكالات الأساسية على المستوى الوطني؛

✓ في سنة 2003-2009: - تطور كبير في مجال منح القروض؛

- سرعة وسهولة القيام بالعمليات مع الزبائن.

الفرع الثاني: أهداف ووظائف بنك الفلاحة والتنمية الريفية

بنك الفلاحة والتنمية الريفية كغيره من البنوك التجارية يطمح لتحقيق جملة من الأهداف، كما يقوم بمجموعة من الوظائف، من خلال هذا المطلب سيتم التطرق لها بشيء من التفصيل.

أولاً: "أهداف بنك الفلاحة والتنمية الريفية"

لبنك الفلاحة والتنمية الريفية العديد من الأهداف نذكر (مكلفة، 2025)

1. تنوع وتوسيع مجالات تدخل البنك كمؤسسة مصرفية شاملة؛
2. تحسين العلاقات مع العملاء؛
3. تحسين نوعية الخدمات؛
4. الحصول على أكبر حصة في السوق؛
5. تطوير العمل المصرفي قصد تحقيق مردودية أكبر.

ثانياً: وظائف بنك الفلاحة والتنمية الريفية

وفقاً للقوانين والقواعد المعمول بها في المجال المصرفي، فإن بنك الفلاحة والتنمية الريفية مكلف بالوظائف (بنك الفلاحة والتنمية الريفية)

1. معالجة جميع العمليات الخاصة بالقروض، الصرف، الصندوق؛
2. فتح حسابات لكل شخص طالب لها واستقبال الودائع؛
3. المشاركة في جميع الادخارات؛
4. المساهمة في تطوير القطاع الفلاحي والقطاعات الأخرى؛
5. تأمين الترقيات الخاصة بالنشاطات الفلاحية وما يتعلق بها.
6. تطوير الموارد والتعاملات المصرفية وكذا العمل على خلق خدمات مصرفية جديدة مع تطوير المنتجات والخدمات المقدمة؛
7. تنمية موارد واستخدامات البنك عن طريق ترقية عنايتي الادخار والاستثمار؛
8. تطوير شبكته ومعاملاته النقدية.
9. تقسيم السوق المصرفية والتقرب أكثر من ذوي المهن الحرة؛ التجارة والمؤسسات الصغيرة والمتوسطة.
10. الاستفادة من تطورات العمالية في مجال العمل المصرفي.

وفي إطار سياسية القروض ذات المردودية يقوم بنك الفلاحة والتنمية (مكلفة، معطيات عن بنك الفلاحة والتنمية

الريفية (BADR) -وكالة بسكرة-، 2025)

- تطوير قدرات تحليل المخاطر؛

الفصل الثاني دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية (BADR) -وكالة بسكرة- خلال الفترة (2024-2020)

- إعادة تنظيم إدارة القروض؛
- تحديد ضمانات متصلة بحجم القروض وتطبيق معدلات الفائدة تتماشى وتكلفة الموارد.

لقد عمل بنك الفلاحة والتنمية الريفية ولأجل تعزيز مكانته التنافسية والتوجه الاقتصادي الجديد للدولة وسياساتها بصفة عامة، بوضع مخطط استراتيجي شرع في تطبيقه مع بداية العقد الأول من القرن الحادي والعشرون تلخصت أهم (مكلفة، معطيات عن بنك الفلاحة والتنمية الريفية (BADR) -وكالة بسكرة-، 2025)

- ✓ إعادة التنظيم وتسيير الهيئات والهيكل التنظيمي للبنك؛
- ✓ عصرنة البنك (تقوية تنافسيته)؛
- ✓ احترافية العاملين؛
- ✓ تحسين العلاقات مع الأطراف الأخرى؛
- ✓ تطهير وتحسين الوضعية المالية.

ثالثًا: "موارد بنك الفلاحة والتنمية الريفية"

تتكون موارد بنك الفلاحة والتنمية الريفية (BADR) حسب المادة 25 من مرسوم رقم 162 / 82 المؤرخ في 13 مارس 1982 من: (مكلفة، معطيات عن بنك الفلاحة والتنمية الريفية (BADR) -وكالة بسكرة-، 2025)

1. رأسماله الأساسي واحتياطاته؛
2. الودائع الفردية والمحددة الأجل التي يتلقاها من الجمهور؛
3. الأموال المتوفرة التي المتحصل عليها من الهيئات العمومية التابعة للهيكل والأعمال الفلاحية والحرفية والزراعية وغيرها؛
4. التسبيقات التي تقدمها الخزينة لتمويل برامج التنمية؛
5. الاعتمادات المالية المخصصة للصندوق والخصم التي يمكنها الحصول عليها من المؤسسات المصرفية الأخرى لاسيما البنك المركزي الجزائري؛
6. جميع الحصائل والوسائل المالية الأخرى الناجمة عن أعماله.

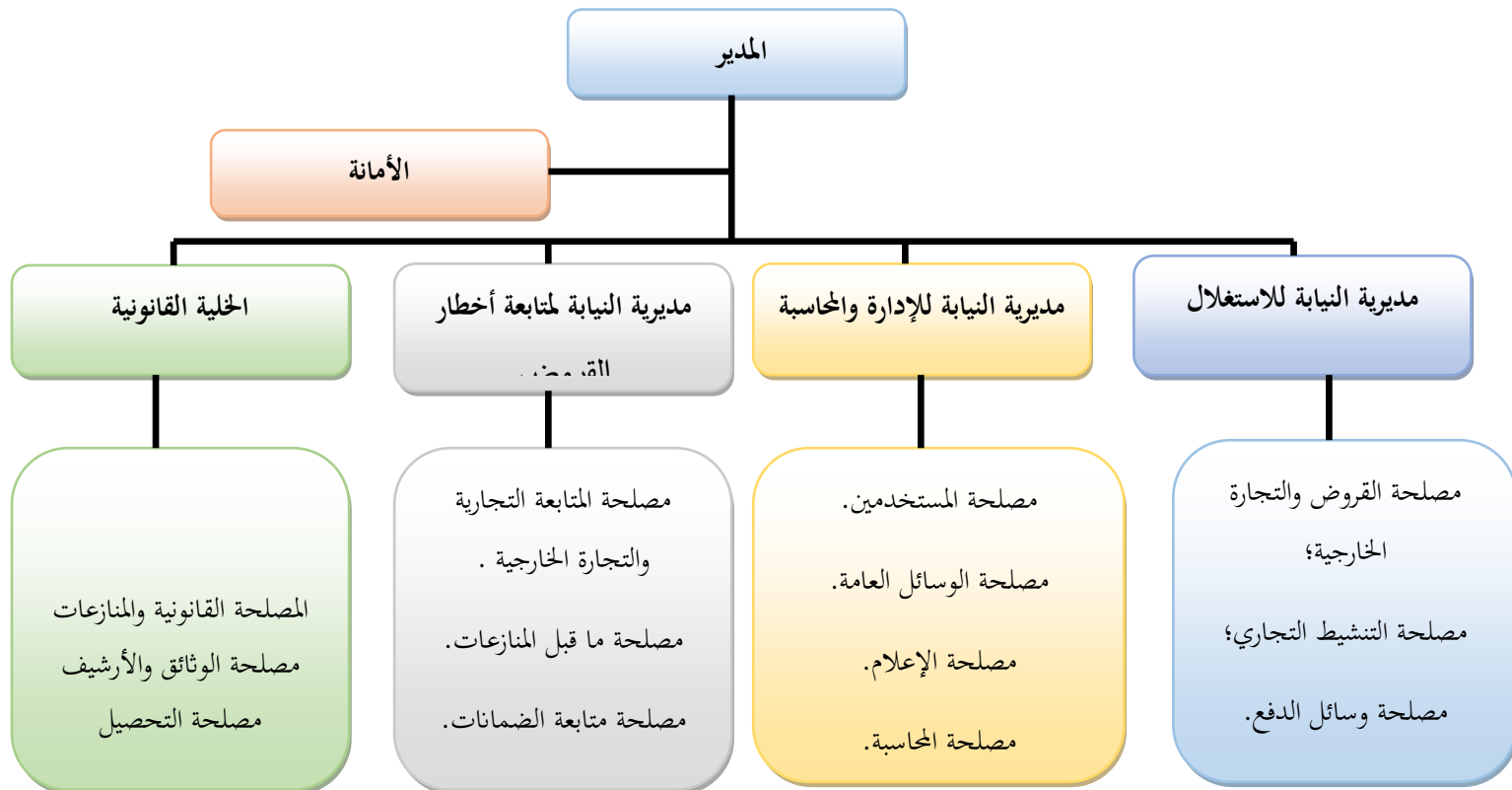
الفرع الثالث: الهيكل التنظيمي بنك الفلاحة والتنمية الريفية

لبنك الفلاحة والتنمية الريفية هيكل تنظيمي يحدد العلاقات بين الأطراف المكونة ونشاطات يقوم بها وهذا ما سنتطرق له في هذا المطلب.

أولاً: الهيكل التنظيمي لبنك الفلاحة والتنمية الريفية

يتكون الهيكل التنظيمي العام للبنك الفلاحة والتنمية الريفية من مجموعة من المديريات تقوم كل واحدة بدورها في الحرص على السير لأعمال البنك كما هو موضح في الشكل الموالي:

الشكل رقم (2-1): الهيكل التنظيمي للبنك الفلاحة والتنمية الريفية



المصدر: من إعداد الطالبة بالاستناد على وثائق داخلية خاصة بالبنك مقدمة من طرف (مكلفة، معطيات عن بنك الفلاحة والتنمية الريفية (BADR) -وكالة بسكرة-، 2025)

ويتكون الهيكل التنظيمي لبنك الفلاحة والتنمية الريفية من: (مكلفة، معطيات عن بنك الفلاحة والتنمية الريفية (BADR) -وكالة بسكرة-، 2025)

1. المدير : هو قمة رأس الهرم الإداري للوكالة، وذلك من خلال التعليمات والأوامر والتوجيهات المقدمة من طرفه وله الحق في الإشراف على كل المصالح الآتية الذكر؛
2. الأمانة العامة: تقوم بتسهيل مهمة القيام بكل الأعمال المكتبية الخاصة بالمدير؛
3. نيابة مديرية مكلفة بالاستغلال: تتولى هذه النيابة كل المسائل المتعلقة بالقروض على مستوى البنك، وذلك بتلقي ملفات طلبات القروض من الوكالات، ثم تدرس تلك الملفات وتقرر لجنة خاصة تسمى بلجنة القروض حيث أن

الفصل الثاني دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية (BADR) -وكالة بسكرة- خلال الفترة (2024-2020)

الملفات المقبولة ستمول، والملفات المرفوضة ويكون ذلك وفق المعايير الاقتصادية والمحاسبية الثابتة، وتشمل ثلاث مصالح وهي: (مكلفة، معطيات عن بنك الفلاحة والتنمية الريفية (BADR) -وكالة بسكرة-، 2025)

- مصلحة القروض والتجارة الخارجية؛
- مصلحة التنشيط التجاري؛
- مصلحة النقود المالية ووسائل الدفع.

4. نيابة مديرية مكلفة بمتابعة المخاطر: أنشأت هذه المصلحة مؤرخا وهي تتطلع إلى تحسين الأداء البنكي، فهي بذلك تعد أداة ربط بين مصلحة القروض ومصلحة التحصيل، وتتمثل مهمتها في متابعة الزبائن المتحصلين على القروض ومدى استجابتهم لجدول اهتلاك القروض، ويدرس مدى تنفيذهم للالتزامات قبل متابعتهم قضائيا وخاصة تحصيل الضمانات، وتتكون هذه النيابة من ثلاث مصالح وهي: (مكلفة، معطيات عن بنك الفلاحة والتنمية الريفية (BADR) -وكالة بسكرة-، 2025)

- مصلحة المتابعة والتجارة الخارجية؛
- مصلحة متابعة المنازعات؛
- مصلحة متابعة الضمانات.

5. نيابة مديرية مكلفة بالإدارة والمحاسبية: يشرف ويسهر على التسيير الحسن للموارد البشرية والمادية والمحاسبية، ويتضمن حماية الممتلكات والأفراد العاملين بهذه المديرية والوكالة التابعة لها، وتتكون من ثلاث مصالح وهي: (مكلفة، معطيات عن بنك الفلاحة والتنمية الريفية (BADR) -وكالة بسكرة-، 2025)

- مصلحة الموارد البشرية؛
- مصلحة الوسائل العامة؛
- مصلحة الإعلام الآلي.

أما مصلحة المحاسبة فتقوم بكل حسابات البنك وحسابات الضرائب وتحصيلها، وكذا الميزانية البنكية سواء كانت ميزانية تصرف أو ميزانية استثمار وأيضا مراقبة التسيير في الميزانية المدروسة، وتتكون من ثلاث مصالح وهي: (مكلفة، معطيات عن بنك الفلاحة والتنمية الريفية (BADR) -وكالة بسكرة-، 2025)

- مصلحة المحاسبة والجباية؛
- مصلحة التحليل والتطهير؛
- مصلحة الموازنة ومراقبة التسيير.

6. الخلية القانونية: تعتبر هذه الخلية من أهم المصالح البنكية المتواجدة على مستوى البنك، بحيث تتضمن ثلاث مصالح رئيسية وهي: (مكلفة، معطيات عن بنك الفلاحة والتنمية الريفية (BADR) -وكالة بسكرة-، 2025)

الفصل الثاني دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية (BADR) -وكالة بسكرة- خلال الفترة (2024-2020)

7. المصلحة القانونية والمنازعات؛

8. مصلحة الوثائق والأرشيف؛

9. مصلحة التحصيل.

الفرع الرابع: بطاقة تعريفية حول بنك الفلاحة والتنمية الريفية - وكالة بسكرة-

من خلال هذا الفرع نحاول التعرف على المؤسسة محل الدراسة والهيكل التنظيمي الخاص بها والمتمثلة في بنك الفلاحة والتنمية الريفية - وكالة بسكرة-.

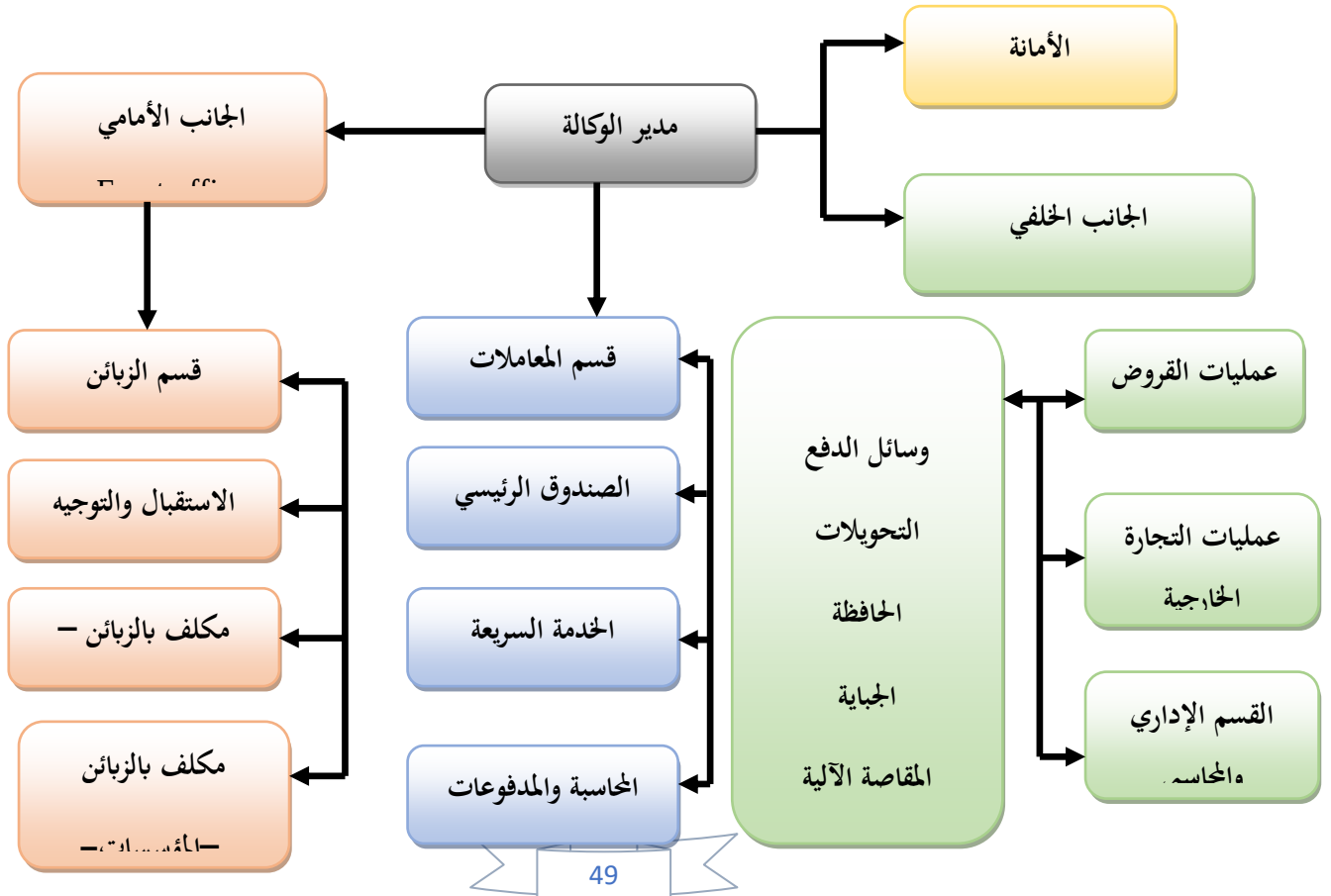
أولاً: "تعريف بنك الفلاحة والتنمية الريفية - وكالة بسكرة-

تأسس بنك الفلاحة والتنمية الريفية -وكالة بسكرة- في مارس 1982، كواحدة من بين وكالات التابعة للمديرية، وتحتل الوكالة موقعا استراتيجيا في وسط المدينة، وتضطلع الوكالة بنفس مهام بنك الفلاحة والتنمية الريفية، ويبلغ عدد الموظفين بالبنك 29 عامل، تعتمد على خبراتهم و يقوم البنك بتكوين و تدريب العمال و هذا لزيادة خبرتهم و كذا كفاءتهم في التعامل مع التحديث الجاري في البنك. (نور الدين، 2011-2012، صفحة 108)

ثانياً: "الهيكل التنظيمي لوكالة بسكرة

نستهل الدراسة بالهيكل التنظيمي للوكالة بسكرة، حيث أن هذه الوكالة تقوم بمختلف العمليات البنكية التي يدعمها بنك الفلاحة والتنمية الريفية، وهذا ما يوضحه الشكل التالي: (نور الدين، 2011-2012، صفحة 109)

الشكل رقم (2-2): الهيكل التنظيمي للبنك بالفلاحة والتنمية الريفية -وكالة بسكرة-



الفصل الثاني دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية (BADR) -وكالة بسكرة- خلال الفترة (2024-2020)

المصدر: من إعداد الطالبة بالاستناد على وثائق داخلية خاصة بالبنك (مكلفة، معطيات عن بنك الفلاحة والتنمية الريفية (BADR) -وكالة بسكرة-، 2025)

ثالثًا: "الخدمات المقدمة من طرف بنك الفلاحة والتنمية الريفية - وكالة بسكرة-

لتطوير وتقديم أحسن الخدمات التزم بنك الفلاحة والتنمية الريفية - وكالة بسكرة- على إدخال تكنولوجيا جد متطورة على جميع خدماته في الأوراق، ويمكن ذكرها فيما يلي: (بنك الفلاحة والتنمية الريفية)

أ. خدمة الإدخار : يمكن أن يكون للمودع دفتر إدخار بدر أو دفتر إدخار أشبال (أنظر الملحق رقم-01-)، أو لديه دفتر توفير الفلاح (أنظر الملحق رقم-02-) ، فتح حسابات الصك، وفتح حساب بالعملة الصعبة حسب الشروط العامة للبنك ، دفتر توفير إسلامي بدون عوائد. (أنظر الملحق رقم-03-)

ب. خدمة السحب: يمكن من خلال بنك الفلاحة والتنمية الريفية مثل سحب المعاشات التقاعد تقليديا من الصندوق الولاية المقيم فيها، أو قد تسلم لكم أيضا بطاقة بنكية CIB لسحب أموال خاصة بالمتقاعدين 7 أيام على 7 أيام و24 ساعة على 24 في جميع الموزعات الآلية للأوراق النقدية على مستوى التراب الوطني؛(أنظر الملحق رقم-04-)

ت. خدمة التأمينات : يمكن من خلال بنك الفلاحة والتنمية الريفية توفير تأمينات متنوعة مثل تأمين الشخصي والتأمين الملكية، تأمين الزراعي؛

ث. خدمة الدفع الإلكتروني: هناك أنواع من خدمات الدفع الإلكتروني وهي:

1. جهاز الدفع الإلكتروني (TPE): يستفيد منه مقاولين، تجار، الحرفيين، الذين عندهم حساب في بنك الفلاحة والتنمية الريفية (أنظر الملحق رقم-05-);

2. بطاقة بدر (CARTE BADR): يستفيد منها العملاء العاديين الذين لديهم حساب في بنك الفلاحة والتنمية العقارية وينقسم إلى قسمين: بطاقة CIB التقليدية وبطاقة CIB الذهبية وللإطلاع على كيفية الحصول عليها فهي في (أنظر الملحق رقم-04-).

3. BADR للاطلاع: وهو موقع إلكتروني يسمى BADR NET متطور جدا يستطيع العملاء متابعة حساباتهم عن بعد. (أنظر الملحق رقم-06-)

4. المعالجة الآلية: هو برنامج ذو تطور حيث يمكن العميل من إجراء عملياته في وقت سريع جدا؛

ج. خدمات قروض عقارية والإسكان الريفي: تقدم هذه الخدمات لشراء ملكية عقارية على أساس قيمة ملكية أخرى هذا التمويل يمنح كضمان لاقتناء أملاك عقارية لغرض سكني جديد أو قديم لغرض تجاري، وكذلك تقوم هذه العملية بصيغة تسمح بالدفع من قدرة التمويل للحصول على قروض عقارية لدى بنك الفلاحة والتنمية الريفية وكذلك بإدماج مدخول أفراد عائلة الزوج، الأولاد، الأولياء. (أنظر الملحق رقم-07-)

الفصل الثاني دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية (BADR) -وكالة بسكرة- خلال الفترة (2024-2020)

ح. خدمة سندات الصندوق: تسمح للعملاء باستثمار أموالهم بشراء سندات الصندوق باسم مجهول وعند الحاجة يمكن أخذ القرض وإظهارها في بنك آخر؛

خ. خدمة إيداع ملدى: عبارة عن ورقة يقدمها للبنك للعملاء الذين يضعون أموالهم لديه وذلك بتحديد مدة الإيداع ولا للعميل أخذ إلا في الوقت المحدد لذلك والبنك الذي وضع فيه وليس للعميل أخذ أي قرض؛

يقدم بنك الفلاحة والتنمية الريفية - وكالة بسكرة - العديد من صيغ التمويل وهي:

1. تمويل عقاري: مثل قرض تهيئة مسكن، قرض مسكن ترقوي... إلخ؛ (أنظر الملحق رقم-07-)

2. قروض الاستغلال: مثل تمويل السيارات (أنظر الملحق رقم-08-)، المراجعة بالاستهلاك (قروض خاصة بتجهيزات المنزل)، (أنظر الملحق رقم-09-)؛

3. قروض استثمارية: مثل تمويل المؤسسات أي المستشفيات والبنائات الرياضية... إلخ .

4. قرض الفلاحي: مايسمى بقرض التحدي حيث يمول بنك الفلاحة والتنمية الريفية الحرفيين في مجال الصناعة والزراعة وصيد الأسماك. (أنظر الملحق رقم-10-)

المطلب الثاني: آليات استخدام وسائل الدفع الإلكتروني في بنك الفلاحة والتنمية الريفية -وكالة بسكرة-

بعد تطرقنا إلى بنك الفلاحة والتنمية الريفية للوكالة بسكرة، سنحاول في هذا المطلب التطرق إلى تعريف مصلحة النقد ووسائل الدفع الإلكتروني في (الفرع الأول)، وأنواع وسائل الدفع الإلكتروني في بنك الفلاحة والتنمية الريفية لوكالة بسكرة في (الفرع الثاني)، أنواع الأجهزة الإلكترونية الهامة في استخدام البطاقات البنكية (الفرع الثالث).

الفرع الأول: تعريف مصلحة النقد ووسائل الدفع الإلكتروني في بنك الفلاحة والتنمية الريفية للوكالة

لوسائل الدفع الإلكترونية مصلحة خاصة بها تضمها وتنظمها في بنك الفلاحة والتنمية الريفية للوكالة بسكرة حيث تقوم هذه المصلحة المصلحة بمتابعة أجهزة السحب الآلي على مستوى المجمع حيث تعد الإحصاءات المتعلقة بهذا الشأن كعدد الزبائن المستفيدين من بطاقات السحب الآلي، وعدد العمليات التي تجري على هذه الأجهزة ، وتعمل على توفير هذه الخدمات للزبائن، كما تقوم هذه المصلحة بجملة من المهام هي: (مكلفة، معطيات عن بنك الفلاحة والتنمية الريفية (BADR) -وكالة بسكرة-، (2025)

1. مساعده الوكالة في تحديد الأهداف؛

2. ترقية مختلف الوسائل الدفع الموجودة لدى البنك؛

3. الحرص على السير الحسن لتشغيل المتواصل لوسائل الدفع؛

4. معالجة العوائق والعراقيل التي تتعلق بأجهزة الصراف الآلي.

الفرع الثاني: آليات الحصول على بطاقات البنكية الإلكترونية في بنك الفلاحة والتنمية الريفية -وكالة بسكرة-

ويُعدّ بنك الفلاحة والتنمية الريفية من أبرز المؤسسات المالية في الجزائر، حيث يحرص على تقديم أفضل الخدمات المصرفية لعملائه، بما في ذلك خدمة البطاقات البنكية الإلكترونية. وتُعدّ وكالة بسكرة إحدى أهم فروع هذا البنك، حيث تقدّم لعملائها مجموعة واسعة من الخدمات. ومن هذا المنطلق سوف يتم التعرف على مايلي:

أولاً: "الإجراءات الأولية فتح حساب في بنك الفلاحة والتنمية الريفية للوكالة بسكرة"

للحصول على وسائل الدفع الإلكتروني لابد من أن يكون للعميل حساب في بنك الفلاحة والتنمية الريفية بوكالة، فهناك العديد من الحسابات البنكية، ومن هذا المنطلق سوف يتم في هذا المطلب إلى مكونات الملف الإداري اللازم لكل نوع من حسابات بنكية الموجودة في هذا البنك.

أولاً: "حساب الشيك **compte chèque**"

لفتح هذا الحساب يجب تقديم ما يلي:

1. نسخة من وثيقة الهوية البيومترية سارية المفعول؛
2. صورة شمسية؛
3. شهادة ميلاد؛
4. شهادة الإقامة؛
5. شهادة عمل؛
6. دفع 5000 دينار جزائري؛
7. توقيع الإتفاقية.

فمن خلال فتح هذا الحساب يمكن للعميل الحصول على هذه الخدمات من طرف بنك الفلاحة والتنمية الريفية وهي

كالتالي:

- ✓ دفتر شيكات **Carnet de chèque**؛
- ✓ دفتر توفير إسلامي بدون عوائد. (أنظر الملحق رقم-03-)
- ✓ دفتر توفير أشبال؛ (أنظر الملحق رقم-01-)
- ✓ دفتر توفير للكبار؛
- ✓ بطاقة البنك التجاري الدولي **Carte CIB**؛ (أنظر الملحق رقم-04-)
- ✓ بدر سمس **BADR SMS**؛ (أنظر الملحق رقم-11-)

الفصل الثاني دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية (BADR) -وكالة بسكرة-خلال الفترة (2024-2020)

✓ بدر نت BADR Net .

ثانيًا: "حساب جاري وحساب توفير فلاح Compte courant et Epargne FELLAH

لفتح هذا الحساب يجب تقديم ما يلي وهو حساب خاص بالفلاحين:

1. نسخة من وثيقة الهوية البيومترية سارية المفعول؛
2. 2 صور شمسية؛
3. شهادة ميلاد؛
4. شهادة الإقامة؛
5. صورة طبق الأصل لبطاقة فلاح؛
6. دفع 5000 دينار جزائري.

فمن خلال فتح هذا الحساب يمكن للعميل الحصول على هذه الخدمات من طرف بنك الفلاحة والتنمية الريفية وهي كالتالي:

✓ دفتر توفير الفلاح؛ (أنظر الملحق رقم-02-)

ثالثًا: "حساب جاري تجاري Compte Courant Commercial

لفتح هذا الحساب يجب تقديم ما يلي وهو حساب خاص بالتجار:

1. نسخة من وثيقة الهوية البيومترية سارية المفعول؛
2. 2 صور شمسية؛
3. شهادة ميلاد؛
4. شهادة الإقامة؛
5. صورة طبق الأصل للسجل التجاري مصادق عليه من طرف المركز الوطني للسجل التجاري؛
6. الرقم الإحصائي NIS؛
7. الرقم الجبائي NIF.
8. دفع 5000 دينار جزائري؛

الفصل الثاني دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية (BADR) -وكالة بسكرة-خلال الفترة (2024-2020)

رابعاً: "حساب توفير للأطفال منذ الولادة **Compte Epargne Junior**:

وهو حساب خاص بالأطفال حديثي الولادة والأطفال الأقل من 18 سن، ولفتح هذا الحساب يجب تقديم ما يلي:

1. شهادة ميلاد الطفل؛
2. شهادة ميلاد الوصي الشرعي؛
3. إثبات الإقامة للوصي الشرعي؛
4. صورة طبق الأصل لبطاقة التعريف الوطنية البيومترية للوصي الشرعي؛
5. صورتين شمسيتين.
6. 5000 دينار جزائري.

فمن خلال فتح هذا الحساب يمكن للعميل الحصول على هذه الخدمات من طرف بنك الفلاحة والتنمية الريفية وهي كالتالي:

✓ دفتر توفير أشبال؛ (أنظر الملحق رقم-01-)

خامساً: "حساب بنكي بالعملة الصعبة **Compte Bancaire Devise**

حساب عملة **BADR** هو حساب يعمل بعملة واحدة يسمح لك بتلقي العملة أو إجراء الدفعات مقابل معاملاتك في الخارج، وللحصول عليه لابد من تقديم الملف التالي:

1. نسخة من وثيقة الهوية البيومترية سارية المفعول؛
2. 2 صور شمسية؛
3. شهادة ميلاد؛
4. شهادة إقامة؛
5. 50 أورو؛
6. توقيع الإثافية.

فمن خلال فتح هذا الحساب يمكن للعميل الحصول على هذه الخدمات من طرف بنك الفلاحة والتنمية الريفية وهي كالتالي:

✓ دفتر شيكات **Carnet de chèque**؛

✓ دفتر توفير للكبار **LEB**؛

✓ دفتر توفير أشبال **LEJ**؛ (أنظر الملحق رقم-01-)

✓ بطاقة فيزا **Carte Visa**؛

الفصل الثاني دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية (BADR) -وكالة بسكرة- خلال الفترة (2024-2020)

✓ بطاقة ماستر كارد master card؛

✓ بدر نت BADR Net . (أنظر الملحق رقم-12-)

ثانيًا: " إجراءات منح بطاقات البنكية الإلكترونية في بنك الفلاحة والتنمية الريفية -وكالة بسكرة-

ولكي يتحصل أي عميل على واحدة من هذه البطاقات الإلكترونية لدى بنك الفلاحة والتنمية الريفية بوكالة بسكرة يجب عليه المرور بالخطوات التالي : (مكلفة، معطيات عن بنك الفلاحة والتنمية الريفية (BADR) -وكالة بسكرة-، 2025)

1. يتقدم الزبون إلى الوكالة بطلب الحصول على البطاقة البنكية؛

2. يتأكد البنك من حساب الزبون ودراسة عملياته؛

3. ترسل الوكالة الطلبات إلى المديرية الخاصة بإصدار البطاقة؛

4. تقوم المديرية بإرسال البطاقات إلى الوكالة مرفقة بأسماء الطالبيين؛

5. توقع الوكالة على إشعار وصول البطاقات؛

6. تستدعي الوكالة الزبون لاستلام البطاقة البنكية ورقمها السري.

أما في حالة تجديد البطاقة البنكية يعلم الزبون الوكالة قبل شهرين، لتقوم بإرسال طلبات التجديد إلى المديرية النقدية، كما يمكن للزبون أن يطالب بإلغاء أو تعطيل البطاقة البنكية في حالة ضياعها أو سرقتها، كما يمكن توقيف عمل البطاقة في حالة قيام العميل بعمليات غير قانونية.

الفرع الثالث: أنواع البطاقات البنكية الإلكترونية في بنك الفلاحة والتنمية الريفية -وكالة بسكرة-

يُقدم بنك الفلاحة والتنمية الريفية للوكالة بسكرة (BADR) لعملائه مجموعة متنوعة من بطاقات البنكية الإلكترونية التي تُلبّي احتياجاتهم المختلفة .وتوفر هذه البطاقات سهولة وراحة في المعاملات المالية، وتُمكن العملاء من إجراء عمليات الشراء وسحب النقود ودفع الفواتير عبر الإنترنت وغيرها من الخدمات المصرفية. حيث توفر الوكالة نوعين من البطاقات البنكية الإلكترونية منها البطاقات البنكية الوطنية والبطاقات البنكية الدولية.

أولاً: " البطاقات البنكية الوطنية

يوفر بنك الفلاحة والتنمية الريفية بوكالة بسكرة لعملائه خمسة أنواع من البطاقات البنكية الإلكترونية الوطنية، تتمثل فيما يلي:

الفصل الثاني دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية (BADR) -وكالة بسكرة-خلال الفترة (2024-2020)

أ. بطاقة الدفع الكلاسيكية (CIB CLASSIC)

هي بطاقة ما بين البنوك مرتبطة بحساب العميل، صالحة للاستعمال لمدة ثلاث سنوات داخل التراب الوطني تسمح بإجراء عمليات السحب والدفع 24 / 24 ساعة و 7 / 7 أيام، ويستطيع حامل البطاقة سحب 2 مليون دينار جزائري لا أكثر ويكون ذلك حسب الدخل (دخل العامل)، وقد حددت عمليات السحب والدفع في النقاط التالية:

1. السحب من الموزع الآلي للنقود أو الشباك الآلي للنقود؛ (أنظر الملحق رقم-04-)
 2. الدفع في نقاط الدفع النهائي المتوفرة لدى التجار؛ (أنظر الملحق رقم-05-)
 3. الدفع عبر الإنترنت؛
 4. الاطلاع على الرصيد من خلال جميع الموزعات والشبائك الآلية التابعة للبنك. (أنظر الملحق رقم-04-)
- كما تمتاز هذه البطاقة باللون الأزرق هي أيضا لديها رقم سري خاص بالزبون ، و تمنح للأجزاء سواء في القطاع الخاص، أو القطاع العمومي، ويمكن توضيحها في الشكل التالي:

الشكل رقم (2-3): نموذج بطاقة الدفع الكلاسيكية (CIB)



المصدر: الموقع الإلكتروني ل (بنك الفلاحة والتنمية الريفية)

ب. البطاقة الدفع الذهبية (CIB GOLD)

هي بطاقة بين البنوك مخصصة للعملاء الذين يتجاوز دخلهم 100.000 دج، صالحة للاستعمال لمدة ثلاث سنوات داخل التراب الوطني، وبعدها تسترجع إلى البنك ليتم تحديد تاريخ صلاحيتها، كما تسمح بإجراء عمليات السحب والدفع 24 / 24 ساعة و 7 / 7 أيام، فهي تمنح لفئة خاصة وهم التجار والتي تكون باسمه، وكذلك للمؤسسات التجارية وتكون بالبطاقة باسم المسير ويكون هو المسؤول عليها يتحمل كافة المسؤولية. كما أن عمليات السحب والدفع هي نفس عمليات بطاقة الدفع الكلاسيكية.

الفصل الثاني دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية (BADR) -وكالة بسكرة-خلال الفترة (2024-2020)

كما تتميز هذه البطاقة بلونها الذهبي عليها الرقم السري الخاص بالزبون، ويمكن توضيحها في الشكل التالي:

الشكل رقم (2-4): نموذج بطاقة الدفع (CIB GOLD)



المصدر: الموقع الإلكتروني لـ (بنك الفلاحة والتنمية الريفية)

ت. بطاقة الدفع CBRI

وهي بطاقة ما بين البنوك مرتبطة بحساب العميل لها نفس خصائص بطاقة الدفع الكلاسيكية وهناك اختلا ف واحد فقط، وهو أنها مخصصة للأشخاص الذين يتقاضون أجرا يفوق 50.000.00 دينار جزائري. وتخص هذه البطاقة جميع الموظفين العاديين، تتميز بلونها الأخضر عليها شعار BADR retrait واسم البنك المصدر لها وذلك بموجب المرسوم رقم 001/2009 المؤرخ في 15 جانفي 2009 ، ويمكن توضيحها في الشكل التالي:

الشكل رقم (2-5): نموذج بطاقة الدفع CBRI



المصدر: الموقع الإلكتروني لـ (بنك الفلاحة والتنمية الريفية)

ث. بطاقة التوفير (TAWFIR)

وهي بطاقة حديثة الاستعمال، بدأ التعامل بها في 11 جانفي 2012، تسمح لعملاء البنك الذين يملكون رصيد، رصيد شهري ورصيد ادخاري السحب عن طريق الموزعات النقدية الآلية دون التنقل إلى وكالات البنك، فإنها تسمح أيضا لمالكها بتحويل الأموال من رصيده إلى الدفتر من خلال الموزع الآلي. دون أن يكون مضطرا لسحب الأموال ونقلها للوكالة، من أجل

الفصل الثاني دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية (BADR) -وكالة بسكرة- خلال الفترة (2024-2020)

تقريب الوكالة بالزبون أكثر ومنح هذا الأخير أكثر حرية. (مكلفة، معطيات عن بنك الفلاحة والتنمية الريفية (BADR) - وكالة بسكرة-، 2025)

فهذه البطاقة صالحة للاستعمال لمدة ثلاث سنوات داخل التراب الوطني، وبعدها تسترجع إلى البنك ليتم تحديد تاريخ صلاحيتها، كما تسمح بإجراء عمليات السحب والدفع 24 / 24 ساعة و 7 / 7 أيام، ويستطيع حامل البطاقة سحب 5 ملايين فقط خارج الولاية، أما داخل الولاية فيستطيع سحب أي مبلغ موجود في حسابه. (بنك الفلاحة والتنمية الريفية)

بالنسبة لدفتر التوفير فهناك نوعين: (مكلفة، معطيات عن بنك الفلاحة والتنمية الريفية (BADR) -وكالة بسكرة-، 2025)

1. دفتر عادي: يكون بفوائد أو بدون فوائد، ويكون هذا الطلب حسب رغبة العميل.
2. دفتر توفير الأشبال: يكون بالفوائد وهو خاص للتأمين على الأطفال لذلك فان بطاقة التوفير توجد فقط في بنك الفلاحة والتنمية الريفية.

كما تتميز بلونها الأخضر الفاتح عليها الرقم السري خاص بالزبون، ويمكن توضيحها في الشكل التالي:

الشكل رقم (2-6): نموذج بطاقة التوفير (TAWFIR)



المصدر: الموقع الإلكتروني ل (مكلفة، معطيات عن بنك الفلاحة والتنمية الريفية (BADR) -وكالة بسكرة-، 2025)

ج. بطاقة الأعمال (Carte affaires)

هي بطاقة ما بين البنوك مرتبطة بحساب العميل، صالحة للاستعمال لمدة ثلاث سنوات داخل التراب الوطني تسمح بإجراء عمليات السحب والدفع 24 / 24 ساعة و 7 / 7 أيام، كما أن عمليات السحب والدفع هي نفس عمليات بطاقة الدفع الكلاسيكية. تمنح للمؤسسات التجارية، ويمكن إخراجها باسم شخص طبيعي أو باسم مفوض منه مسبقاً

الفصل الثاني دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية (BADR) -وكالة بسكرة-خلال الفترة (2024-2020)

لصالح الشركة صاحبة حساب بدر التجاري لمختلف الأنشطة المهنية (الحرفيين، المزارعين، المهن الحرة، وغيرها) أيضاً: (بنك الفلاحة والتنمية الريفية)

- التجار من الأشخاص الطبيعيين؛
- الشركات التجارية؛
- الشركات العامة؛
- الوزراء؛
- الإدارات العامة.

ثانياً: " البطاقات الإلكترونية الدولية

يُقدّم بنك الفلاحة والتنمية الريفية - وكالة بسكرة - لعملائه ثلاثة أنواع رئيسية من بطاقات الدفع الإلكترونية الدولية، ويمكن ذكرها فيما يلي:

أ. ماستر كارد الكلاسيكية (MASTER CARD)

وهي بطاقة الماستر كارد العادية ولها ميزات وشروط خاصة بها، وهي بطاقة دولية تسمح بالسحب والإطلاع على الرصيد من أي موزع أو شباك آلي يحمل ماستر كارد، كما تسمح بتسوية المشتريات عن طريق نقاط البيع النهائي التي تحمل رمز ماستر كارد وتسوية الدفع عن طريق الأنترنت لدى المحلات التي تتعامل بها البطاقة، وتتمثل شروط الحصول على هذه البطاقة فيما يلي:

1. فتح حساب بالدينار وآخر باليورو؛

2. إيداع 100 أورو على الأقل في حساب اليورو بالإضافة إلى مبلغ الدينار.

الشكل رقم (2-7): نموذج ماستر كارد الكلاسيكية (MASTER CARD)



المصدر: الموقع الإلكتروني لـ (بنك الفلاحة والتنمية الريفية)

الفصل الثاني دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية (BADR) -وكالة بسكرة-خلال الفترة (2024-2020)

تتميز بطاقة ماستر كارد الكلاسيكية بنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة بسكرة بالعديد من الخصائص، يمكن ذكرها فيما يلي:
(مكلفة، معطيات عن بنك الفلاحة والتنمية الريفية (BADR) -وكالة بسكرة-، 2025)

- ✓ وقت تسليم البطاقة: 15 يوم؛
- ✓ مدة الصلاحية: 24 شهرا؛
- ✓ التجديد: تلقائي أو طلب تجديد؛
- ✓ تكاليف البطاقة: 6000 دينار جزائري؛
- ✓ سقف الاستخدام (دفع/السحب): 2500 يورو / 800 يورو؛
- ✓ العمولة: 2,5% من إجمالي الصفقة بالدينار الجزائري 2.5 % / من إجمالي الصفقة +2 أورو لكل صفقة بالدينار الجزائري؛
- ✓ أدنى رصيد: 100 أورو؛
- ✓ أموال طوارئ: 500 أورو كأقصى حد؛
- ✓ الإجراءات الائتمانية حالة في ضياع: في حالة الضياع يدفع على مستوى البنك ليتم غلق البطاقة، الحصول على بطاقة جديدة بكلمة سر جديدة، أما دوليا: 24 ساعة على الأراضي الأمريكية و 48 ساعة في بقية الأماكن، الإيصال عبر وكيل البطاقة؛
- ✓ مزايا: تسهيلات وتخفيضات تخص الفنادق والمطاعم ، التسوق عبر الإنترنت بأمان.

ب. بطاقة ماستر كارد تيتانيوم (Mastercard Titanium)

وهي بطاقة الماستر كارد ذات العروض الأفضل من الكلاسيكية ولها ميزات وشروط خاصة بها، وهي متاحة لخدمات إضافية خاصة في التعامل بالمطارات وعند السفر والحصول أكثر على خصومات على المنتجات والخدمات. وتتمثل شروط الحصول على بطاقة الماستر كارد الكلاسيكية من بنك "بدر" فيما يلي: (مكلفة، معطيات عن بنك الفلاحة والتنمية الريفية (BADR) -وكالة بسكرة-، 2025)

1. فتح حساب بالدينار وآخر باليورو؛
2. إيداع 100 أورو على الأقل في حساب اليورو بالإضافة إلى مبلغ الدينار.

الفصل الثاني دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية (BADR) -وكالة بسكرة-خلال الفترة (2024-2020)

الشكل رقم (2-8): نموذج ماستر كارد (Mastercard Titanium)



المصدر: الموقع الإلكتروني لـ (بنك الفلاحة والتنمية الريفية)

تتميز بطاقة ماستر كارد الكلاسيكية بنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة بسكرة بالعديد من الخصائص، يمكن ذكرها فيمايلي: (مكلفة، معطيات عن بنك الفلاحة والتنمية الريفية (BADR) -وكالة بسكرة-، 2025)

- ✓ وقت تسليم البطاقة: 15 يوم؛
 - ✓ مدة الصلاحية: 24 شهرا؛
 - ✓ التجديد: تلقائي أو طلب تجديد؛
 - ✓ تكاليف البطاقة: 8500 دينار جزائري؛
 - ✓ سقف الاستخدام (دفع/السحب): 5000 يورو / 1000 يورو؛
 - ✓ العمولة: 2,5% من إجمالي الصفقة بالدينار الجزائري 2.5 % / من إجمالي الصفقة +2 أورو لكل صفقة بالدينار الجزائري؛
 - ✓ أدنى رصيد: 200 أورو؛
 - ✓ أموال طوارئ: 1000 أورو كأقصى حد؛
 - ✓ الإجراءات الائتمانية حالة في ضياع: في حالة الضياع يدفع على مستوى البنك ليتم غلق البطاقة، الحصول على بطاقة جديدة بكلمة سر جديدة، أما دوليا: 24 ساعة على الأراضي الأمريكية و 48 ساعة في بقية الأماكن، الإيصال عبر وكيل البطاقة؛
 - ✓ مزايا: تسهيلات وتخفيضات تخص الفنادق والمطاعم ، التسوق عبر الأنترنت بأمان، وخفيضات 15 % لكراء السيارات في أوروبا، الشرق الأوسط وإفريقيا ، وتخفيضات 12 % لكراء سيارات في أمريكا وكندا.
- ❖ الملف المطلوب من أجل الحصول على بطاقة الماستر كارد:

للاستفادة من بطاقة الماستر كارد لابد من إحضار الوثائق اللازمة: (مكلفة، معطيات عن بنك الفلاحة والتنمية الريفية (BADR) -وكالة بسكرة-، 2025)

الفصل الثاني دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية (BADR) -وكالة بسكرة- خلال الفترة (2024-2020)

1. نسخة من بطاقة التعريف الوطنية البيومترية ؛
2. بطاقة الإقامة أقل من ثلاث أشهر؛
3. شهادة العمل بالنسبة للموظفين أو شهادة مدرسية للجامعيين أو نسخة طبق الأصل من السجل التجاري
4. للتجار؛
5. صورتان شمسيتان.

الفرع الرابع: آلية استخدام البطاقات البنكية في الوسائط الإلكترونية

ويُعد بنك الفلاحة والتنمية -وكالة بسكرة- من أبرز المؤسسات المالية في الجزائر، حيث يقدم لعملائه مجموعة متنوعة من الخدمات المصرفية، بما في ذلك خدمة البطاقات البنكية. ولتفعيل هذه الخدمة، يعتمد البنك على مجموعة من الوسائط الإلكترونية الهامة، والتي تلعب دورًا أساسيًا في ضمان سير العمليات بسلاسة وكفاءة. ويمكن توضيحها في ما يلي:

أولاً: "الموزع الآلي للأوراق النقدية Distributeur automatique de billets"

هو جهاز يسمح بالقيام بعملية سحب الأوراق النقدية آلياً، يشبه جهاز الإعلام الآلي مزود بشاشة ولوحة مفاتيح وكذلك فتحة لإخراج الأوراق النقدية الموافقة للمبلغ المراد سحبه، متواجد خارج الوكالة حيث يسمح للعميل باستعماله 24/24، ومن شروط السحب من هذا الجهاز ما يلي: (مكلفة، معطيات عن بنك الفلاحة والتنمية الريفية (BADR) -وكالة بسكرة-، (2025)

1. يكون مبلغ الحساب في حدود المبلغ الأسبوعي المثبت في العقد، ويجب أن يكون دائماً بمئات الدينارات حيث يمكن سحب المبلغ في عملية أو عدة عمليات؛
2. يجب إدخال الرمز السري بطريقة صحيحة وذلك لقبول الآلة البطاقة؛
3. الزبون له الحق في ثلاث محاولات لإدخال البطاقة فبعد المحاولة الثالثة يتم احتجاز البطاقة من طرف الجهاز؛
4. يمنح الجهاز للعميل تذكرة تشير إلى التاريخ، الساعة، المبلغ المسحوب في كل سحب، حيث أن التذكرة تعطي إشعار بسحب المدين.

ويمكن توضيح الموزع الآلي للأوراق النقدية Distributeur automatique de billets في الشكل التالي:

الشكل رقم (2-9): نموذج الموزع الآلي للأوراق النقدية (Distributeur automatique de billets)



المصدر: الموقع الإلكتروني لـ (بنك الفلاحة والتنمية الريفية)

ثانيا: "جهاز الدفع الإلكتروني (TPE)"

محطة دفع إلكترونية ويطلق عليها **Terminel de paiement Electronique**، متوفرة في نقاط البيع التي تكون لديها حساب تجاري لدى البنك، تسمح لحاملي بطاقات الدفع الإلكتروني الصادرة من البنك تسوية مدفوعاتهم. (بنك الفلاحة والتنمية الريفية)

أ. عملية الدفع الإلكتروني (TPE)

تكون عملية الدفع كالتالي: (مكلفة، معطيات عن بنك الفلاحة والتنمية الريفية (BADR) -وكالة بسكرة-، 2025)

1. إدخال البطاقة في الجهاز باتجاه السهم الواضح على البطاقة ؛
2. يدخل التاجر قيمة المعاملة على الجهاز؛
3. يدخل حامل البطاقة رقمه السري ويثبتته؛
4. يقدم التاجر نسخة من الوصل للزبون ؛
5. يحتفظ التاجر بالنسخة الأخرى للوصل.

ب. مزايا الدفع الإلكتروني (TPE)

ويوفر هذا الجهاز الكثير من المزايا والتي نذكر منها: (بنك الفلاحة والتنمية الريفية)

1. الدفع بواسطة البطاقة مضمون بواسطة البنك، يعكس مدى تطور نظام المدفوعات في الاقتصاد؛
2. يجنب خطر الأموال المزورة ويوفر الحماية والأمان، إضافة إلى استخدام البطاقة مباشرة في عملية الدفع؛
3. كما يوفر الوقت فلا يتحتم على الزبون الذهاب لسحب الأموال والعودة للشراء؛
4. يستخدم حاليا في المؤسسات التجارية الكبرى والتجار ومقدمي الخدمات مثل دفع فواتير استهلاك المياه والطاقة والهاتف الثابت والمحمول والنقل الجوي وبعض الإدارات الأخرى كالضرائب.

الشكل رقم (2-10): نموذج جهاز الدفع الإلكتروني (TPE)



المصدر: الموقع الإلكتروني لـ (بنك الفلاحة والتنمية الريفية)

ثالثًا: "خدمة الرسائل القصيرة BADRsms"

يمكن للزبون أن يبقى على اطلاع دائم لحسابه بطريقة سهلة وبسيطة بواسطة هاتفه المحمول. وهذا ما يوضحه الشكل التالي: (مكلفة، معطيات عن بنك الفلاحة والتنمية الريفية (BADR) -وكالة بسكرة-، 2025)

الشكل رقم (2-11): خدمة الرسائل القصيرة BADRsms



المصدر: الموقع الإلكتروني لـ (بنك الفلاحة والتنمية الريفية)

رابعًا: " خدمة BADRnet

من خلال الدخول لموقع BADRnet يمكن للزبائن أن يسيروا حساباتهم بواسطة الهاتف النقال أو جهاز الكمبيوتر للاستفادة من خدمات البنك الإلكترونية دون الحاجة إلى التنقل لمقر الوكالة. (مكلفة، معطيات عن بنك الفلاحة والتنمية الريفية (BADR) -وكالة بسكرة-، 2025)

أ. شروط الاستفادة

1. أن يكون للزبون حساب أو عدة حسابات جارية لدى البنك؛
2. أن لا يكون الحساب بدون رصيد؛
3. أن لا يكون لدى الزبون منازعات مصرفية مع البنك؛
4. أن يتقدم بطلب رسمي للاشتراك؛
5. أن يلتزم بالعقد الذي يبرم مع البنك.

المبحث الثاني: تقييم مساهمة وسائل الدفع الإلكتروني في تحسين جودة الخدمات المصرفية في بنك الفلاحة والتنمية الريفية -وكالة بسكرة-

من أجل الخوض والتعمق في الدراسة تم تصميم استبيان لعينة من المجتمع، منها موجه إلى الموظفين والباقي لعملاء بنك الفلاحة والتنمية الريفية -وكالة بسكرة-. حيث تم تقسيم الاستبيان إلى ثلاث محاور:

المطلب الأول: تحليل محور البيانات الشخصية

تتمثل الخصائص الديمغرافية لعينة الدراسة في الجنس، الفئة العمرية، ومن هذا المنطلق سيتم التطرق إلى مايلي:

الفرع الأول: توزيع عينة الدراسة وفق الجنس

من خلال هذا الفرع سيتم التعرف على توزيع مفردات عينة الموظفين وتوزيع مفردات عينة العملاء وفق الجنس (إناث/ ذكور)، وهذا ماسيتم توضيحه فيمايلي:

أولاً: "توزيع مفردات عينة الموظفين وفقاً للجنس

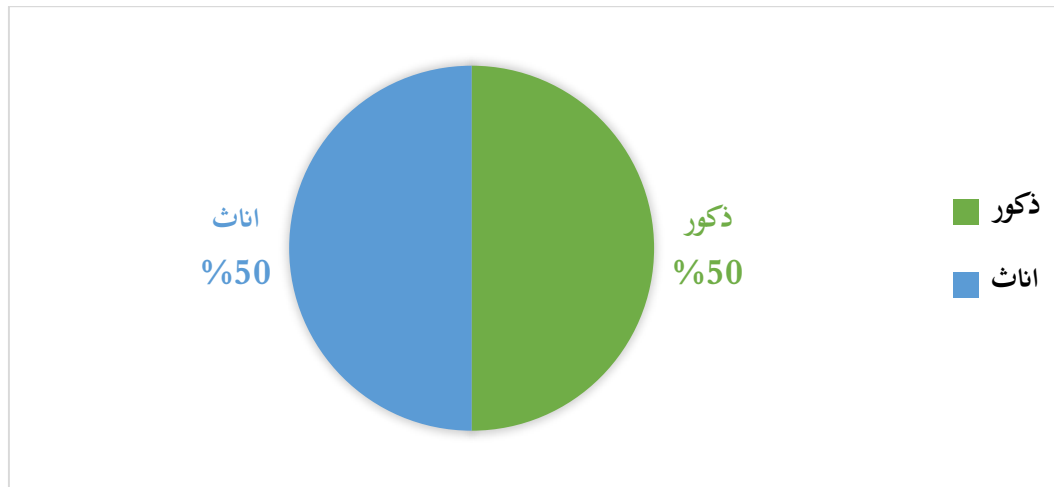
إن توزيع مفردات عينة الموظفين وفقاً للجنس يعكس التكوين النسي للذكور والإناث ضمن العينة المختارة للدراسة، وهو أمر أساسي لفهم الخصائص الديموغرافية للعينة ومدى تمثيلها للمجتمع الأصلي. وهذا ماسيتم توضيحه في الشكلين التاليين:

الجدول رقم(2-1): توزيع مفردات عينة الموظفين وفقاً للجنس

الإحتمالات	التكرار	النسبة المئوية
ذكور	05	50%
أناث	05	50%
المجموع	10	100%

المصدر: من إعداد الطالبة بالاستناد على معطيات الاستبيان المقدمة (الموظفين، 2025)

الشكل رقم (2-12): توزيع مفردات عينة الموظفين وفقا للجنس



المصدر: من إعداد الطالبة بالاستناد على معطيات الاستبيان المقدمة من طرف (الموظفين، 2025)

❖ التعليق:

يمثل الشكلين التاليين توزيع مفردات عينة الموظفين وفقا للجنس، حيث يتضح من خلالهما أن هناك التوزيع المتساوي للموظفين بين الذكور والإناث، حيث بلغت نسبة الذكور 50%، ونسبة الإناث 50%، وهذا يدل على عدم تحيز البنك في التوظيف لصالح جنس معين.

ثانياً: توزيع مفردات عينة العملاء وفقا للجنس

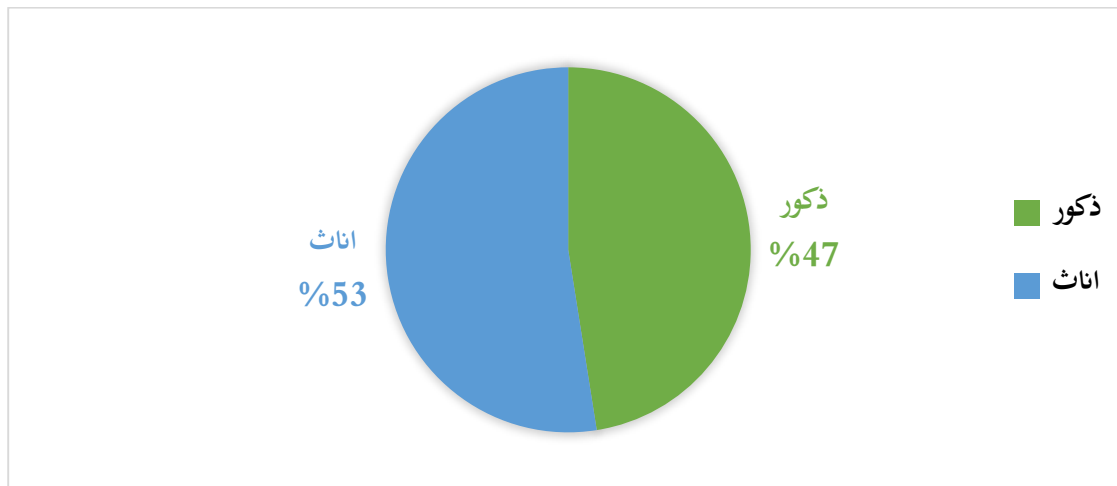
إن توزيع مفردات عينة العملاء وفقا للجنس يعكس التوزيع النسبي للذكور والإناث ضمن العينة المدروسة، حيث يُستخدم هذا التوزيع لفهم الخصائص الديموغرافية للعينة وتأثيرها على نتائج البحث، وغالبًا ما يُلاحظ تفاوت في النسب بين الجنسين بسبب طبيعة النشاط أو العوامل الاجتماعية المرتبطة بالمجتمع قيد الدراسة، وهذا ماسيتم توضيحه في الشكلين التاليين:

الجدول رقم (2-2): توزيع مفردات عينة العملاء وفقا للجنس

النسبة المئوية	التكرار	الإحتمالات
47%	19	ذكور
53%	21	إناث
100%	40	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبة بالاستناد على معطيات الاستبيان المقدمة من طرف (العملاء، 2025)

الشكل رقم (2-13): توزيع مفردات عينة العملاء وفقا للجنس



المصدر: من إعداد الطالبة بالاستناد على معطيات الاستبيان المقدمة من طرف (العملاء، 2025)

❖ التعليق:

يمثل الشكلين التاليين توزيع مفردات عينة العملاء وفقا للجنس ، حيث يتضح من خلالهما أن معظم العملاء إناث، حيث قدر عددهم 21 عميل بنسبة 53% من مجمل العينة، وفي المقابل بلغ عدد العملاء الذكور بـ 19 عميل بنسبة 47% من مجمل العينة، وهذا يدل على أن التعامل في الوكالة البنكية لا يقتصر على فئة الإناث فقط.

الفرع الثاني: توزيع عينة الدراسة وفق السن

من خلال هذا الفرع سيتم التعرف على توزيع مفردات عينة الموظفين وتوزيع مفردات عينة العملاء وفق للسن، وهذا ماسيتم توضيحه فيمايلي:

أولاً: "توزيع مفردات عينة الموظفين وفقا للسن

إن توزيع مفردات عينة الموظفين وفق السن يعكس التنوع العمري داخل العينة ويظهر نسب الفئات العمرية المختلفة، مما يساعد في فهم التركيبة السكانية للموظفين وتأثير العمر على متغيرات الدراسة، وهذا ماسيتم توضيحه في الشكلين التاليين:

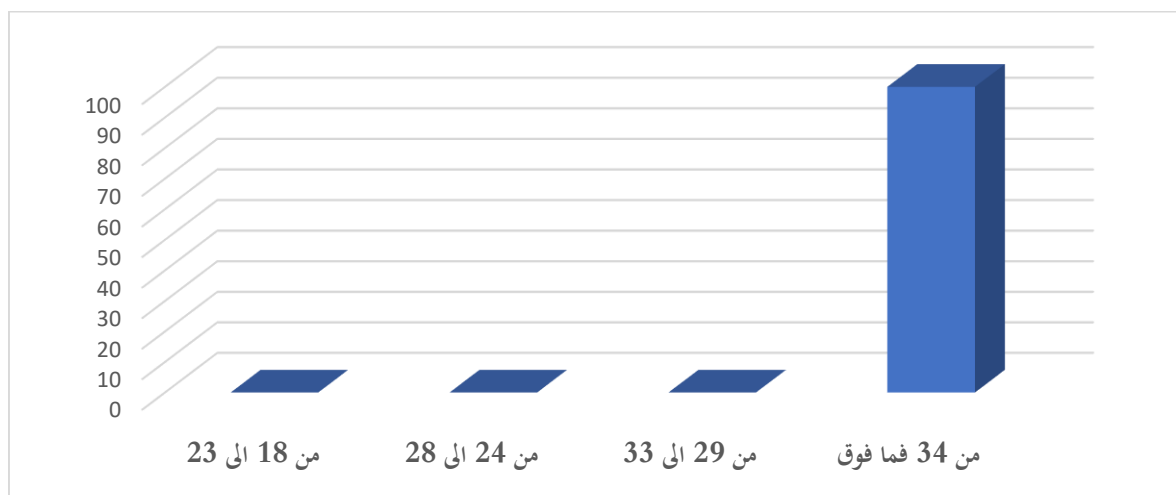
الفصل الثاني دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية (BADR) -وكالة بسكرة-خلال الفترة (2024-2020)

الجدول رقم(2-3): توزيع مفردات عينة الموظفين وفقا للسنة

النسبة المئوية	التكرار	الإحتمالات
00%	00	من 18 إلى 23
00%	00	من 24 إلى 28
00%	00	من 29 إلى 33
100%	10	من 34 فما فوق
100%	10	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبة بالاستناد على معطيات الاستبيان المقدمة من طرف (الموظفين، 2025)

الشكل رقم (2-14): توزيع مفردات عينة الموظفين وفقا للسنة



المصدر: من إعداد الطالبة بالاستناد على معطيات الاستبيان المقدمة من طرف (الموظفين، 2025)

❖ التعليق:

يمثل الشكلين التاليين توزيع مفردات عينة الموظفين وفقا للسنة، حيث يتضح من خلالهما أن جميع الموظفين هم من الفئة العمرية من 34 فما فوق وقدرة نسبتهم 100%، حيث بلغ عددهم 10 موظفين، وهذا يدل أن البنك يعتمد على الخبرة والكفاءة نظرا لطبيعة العمل، وفي المقابل بلغت الفئات العمرية الممتدة من 18 إلى 23، والفئة الممتدة من 24 إلى 28، والفئة من 29 إلى 33 نسب معدومة، وهذا يدل على نقص خبرتهم في التعامل مع طبيعة العمل.

الفصل الثاني دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية (BADR) -وكالة بسكرة-خلال الفترة (2024-2020)

ثانيا: " توزيع مفردات عينة العملاء وفقا للسنة

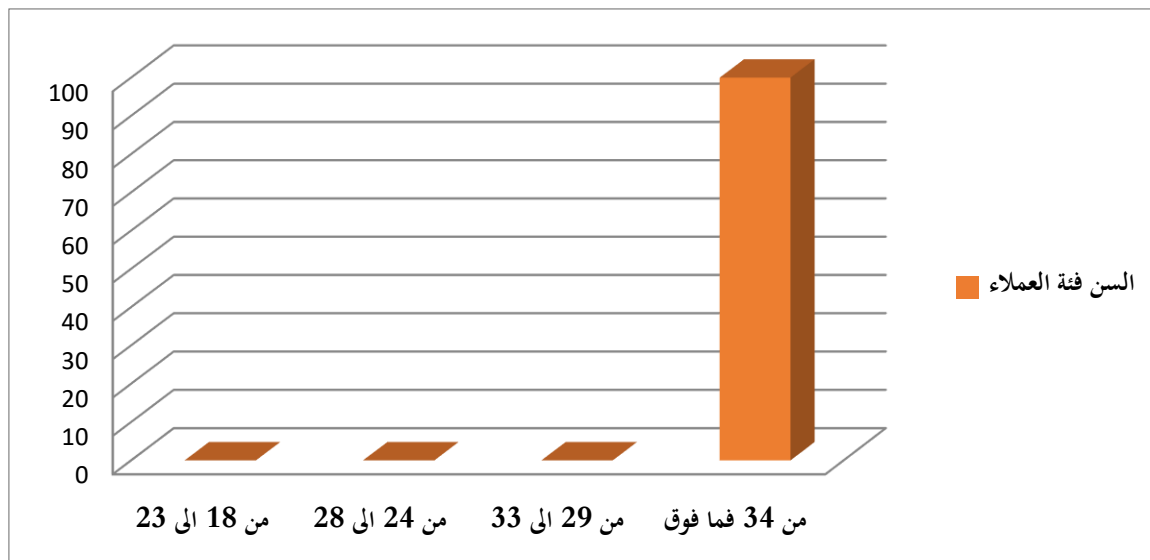
يُعد توزيع مفردات عينة العملاء وفق للسنة من الخطوات الأساسية لفهم الخصائص الديموغرافية للعملاء، مما يساعد هذا التوزيع في تحليل سلوكيات العملاء واحتياجاتهم المختلفة بناءً على الفئة العمرية، مما يساهم في توجيه الاستراتيجيات التسويقية وتحسين جودة الخدمات المقدمة. وهذا ما سيتم توضيحه في الشكلين التاليين:

الجدول رقم(2-4): توزيع مفردات عينة العملاء وفقا للسنة

الاحتمالات	التكرار	النسبة المئوية
من 18 إلى 23	00	00%
من 24 إلى 28	00	00%
من 29 إلى 33	00	00%
من 34 فما فوق	40	100%
المجموع	40	100%

المصدر: من إعداد الطالبة بالاستناد على معطيات الاستبيان المقدمة من طرف (العملاء، 2025)

الشكل رقم (2-15): توزيع مفردات عينة العملاء وفقا للسنة



المصدر: من إعداد الطالبة بالاستناد على معطيات الاستبيان المقدمة من طرف (العملاء، 2025)

الفصل الثاني دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية (BADR) -وكالة بسكرة- خلال الفترة (2024-2020)

❖ التعليق:

يمثل الشكلين التاليين توزيع مفردات عينة العملاء وفقا للسن، حيث يتضح من خلالهما أن جميع العملاء هم من الفئة العمرية من 34 فما فوق وقدرت نسبتهم 100%، حيث بلغ عددهم 40 عميل، وهذا قد يكون مرتبط بطبيعة الخدمة المقدمة والتي تلبي احتياجات واهتمامات هذه الفئة تحديداً ، وفي المقابل بلغت الفئات العمرية الممتدة من 18 إلى 23، والفئة الممتدة من 24 إلى 28، والفئة من 29 إلى 33 نسب معدومة، وهذا يدل على عدم توفر الخدمة المطلوبة لهذه الفئة.

المطلب الثاني: تقييم الموظفين لوسائل الدفع الإلكتروني وجودة الخدمات المصرفية

يعد تقييم الموظفين لوسائل الدفع الإلكتروني من المحاور الأساسية لفهم مدى نجاح هذه الوسائل في تحسين جودة الخدمات المصرفية، إذ يعكس رأي الموظفين واقع تطبيق هذه التقنيات والتحديات التي تواجهها، مثل الجرائم الإلكترونية ومخاطر البطاقات، كما أن تحليل آراء الموظفين يمكن أن يبرز الجوانب الإيجابية التي تعزز من الأداء المالي للبنك، ويساعد في تحديد نقاط الضعف التي تحتاج إلى تطوير، ومن هذا المنطلق آراء الموظفين لهذه الوسائل من خلال التطرق إلى مايلي:

أولاً: "مساهمة وسائل الدفع الإلكتروني في تسريع عمليات المعاملات المصرفية

سيتم التطرق في هذا الجزء إلى مدى مساهمة وسائل الدفع الإلكتروني في تسريع عمليات المعاملات المصرفية في بنك الفلاحة والتنمية الريفية -وكالة بسكرة- وذلك من خلال تقييم الموظفين لهذه الوسائل، وهذا ماستيم توضيحه في الشكلين التاليين:

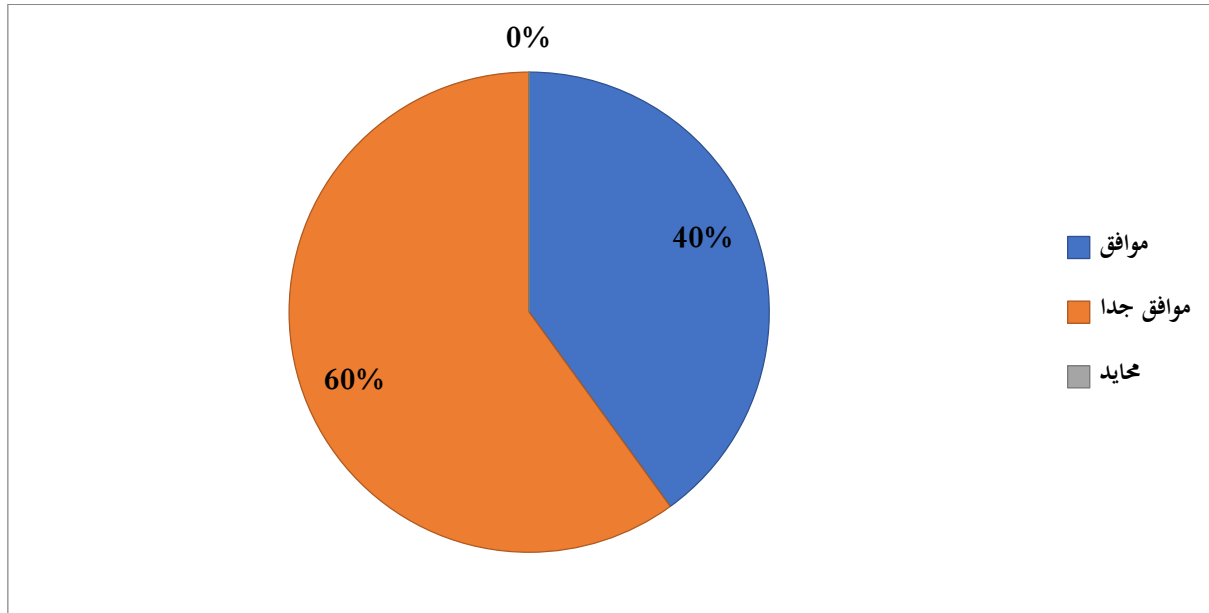
الجدول رقم(2-05): مدى مساهمة وسائل الدفع الإلكتروني في تسريع عمليات المعاملات المصرفية في بنك الفلاحة والتنمية الريفية -وكالة بسكرة-

النسبة المئوية	عدد الموظفين	مساهمة وسائل الدفع الإلكتروني في تسريع عمليات المعاملات المصرفية
40%	04	موافق
60%	06	موافق جداً
00%	00	محايد
100%	10	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبة بالاستناد على معطيات الاستبيان المقدمة من طرف (الموظفين، 2025)

الفصل الثاني دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية (BADR) -وكالة بسكرة- خلال الفترة (2024-2020)

الشكل رقم (2-16): مدى مساهمة وسائل الدفع الإلكتروني في تسريع عمليات المعاملات المصرفية في بنك الفلاحة والتنمية الريفية -وكالة بسكرة-



المصدر: من إعداد الطالبة بالاستناد على معطيات الاستبيان المقدمة من طرف (الموظفين، 2025)

❖ التعليق:

يمثل الشكلين السابقين مدى مساهمة وسائل الدفع الإلكتروني في تسريع عمليات المعاملات المصرفية في بنك الفلاحة والتنمية الريفية -وكالة بسكرة-، حيث تبين أن أغلبية الموظفين أبدوا بموافق جدًا والتي قدرت نسبتهم بـ 60 %، حيث بلغ عددهم 06 من مجمل الموظفين، كما أن الباقي من عدد الموظفين أبدوا بموافق، والتي قدرت نسبتهم بـ 40 %، والذي بلغ عددهم 04 من مجمل الموظفين، كما نلاحظ أن نسبة المحايدين معدومة، وهذا يدل على القناعة القوية لدى الموظفين بفاعلية هذه الوسائل في تحسين سرعة وجودة العمل المصرفي، ونظرتهم الإيجابية تجاه أثر الدفع الإلكتروني على العمل اليومي.

ثانيًا: "مساهمة وسائل الدفع الإلكتروني في التقليل من الأخطاء البشرية في عمليات الدفع"

سيتم التطرق في هذا الجزء إلى تقييم الموظفين لمدى مساهمة وسائل الدفع الإلكتروني في التقليل من الأخطاء البشرية في عمليات الدفع في بنك الفلاحة والتنمية الريفية -وكالة بسكرة- وذلك من خلال تقييم الموظفين لهذه الوسائل، وهذا ماستيم توضيحه في الشكلين التاليين:

الفصل الثاني دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية (BADR) -وكالة بسكرة-خلال الفترة (2024-2020)

الجدول رقم (2-6): مدى مساهمة وسائل الدفع الالكتروني في التقليل من الأخطاء البشرية في عمليات الدفع

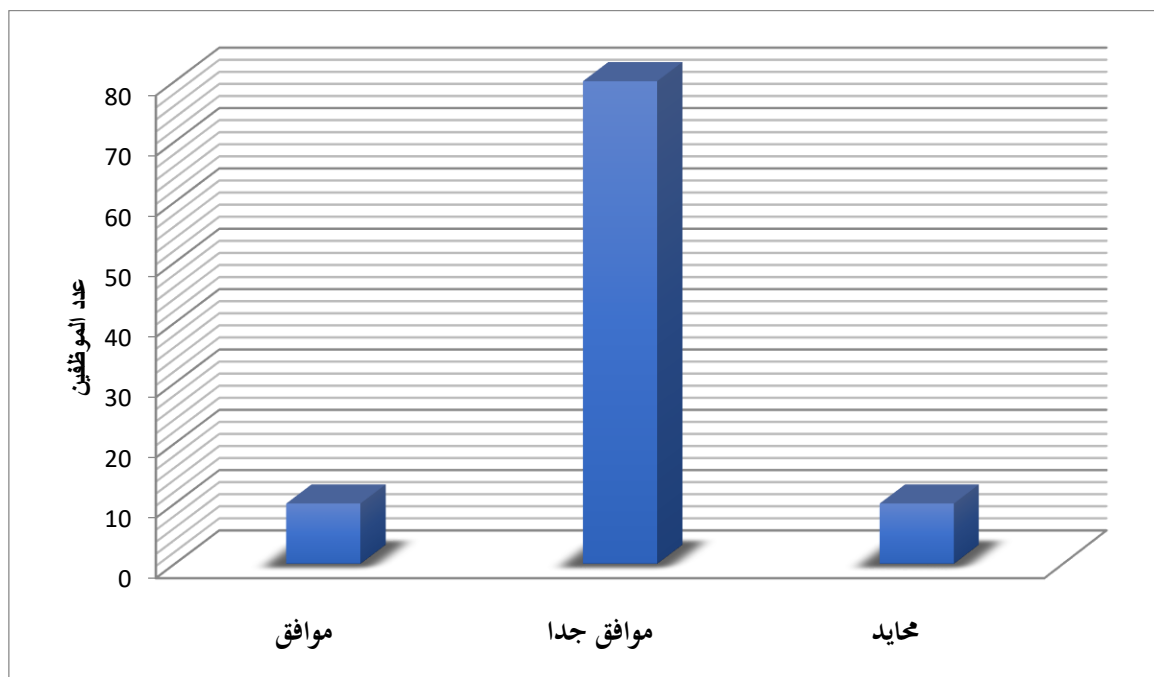
في بنك الفلاحة والتنمية الريفية -وكالة بسكرة-

النسبة المئوية	عدد الموظفين	مساهمة وسائل الدفع الالكتروني في التقليل من الأخطاء البشرية في عمليات الدفع
10%	01	موافق
80%	08	موافق جدا
10%	01	محايد
100	10	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبة بالاستناد على معطيات الاستبيان المقدمة من طرف (الموظفين، 2025)

الشكل رقم (2-17): مدى مساهمة وسائل الدفع الالكتروني في التقليل من الأخطاء البشرية في عمليات الدفع

في بنك الفلاحة والتنمية الريفية -وكالة بسكرة-



المصدر: من إعداد الطالبة بالاستناد على معطيات الاستبيان المقدمة من طرف (الموظفين، 2025)

❖ التعليق:

يمثل الشكلين السابقين مدى مساهمة وسائل الدفع الالكتروني في التقليل من الأخطاء البشرية في عمليات الدفع في بنك الفلاحة والتنمية الريفية -وكالة بسكرة-، حيث نلاحظ أن أغلبية الموظفين أبدوا بموافق جدًا والتي قدرت نسبتهم بـ 80%، حيث بلغ عددهم 08 من مجمل الموظفين، وهذا راجع إلى الدور الكبير الذي تلعبه وسائل الدفع الإلكتروني في تقليل الأخطاء

الفصل الثاني دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية (BADR) -وكالة بسكرة- خلال الفترة (2024-2020)

البشرية في عمليات الدفع، كما لاحظنا أن الذين أبدوا بموافق ومحاميد، قدرت نسبتهم بـ 10% على التوالي، وهذا يدل على أن وسائل الدفع الإلكترونية لا تخلو من الأخطاء في بعض الأحيان.

ثالثًا: "تقييم الموظفين استخدام وسائل الدفع الإلكتروني في تقليل الازدحام داخل الفروع المصرفية

سيتم التطرق في هذا الجزء إلى تقييم الموظفين لمدى استخدام وسائل الدفع الإلكتروني في تقليل الازدحام داخل الفروع المصرفية في بنك الفلاحة والتنمية الريفية -وكالة بسكرة- وذلك من خلال تقييم الموظفين لهذه الوسائل، وهذا ماستيم توضيحه في الشكلين التاليين:

الجدول رقم (2-7): تقييم الموظفين استخدام وسائل الدفع الإلكتروني في تقليل الازدحام داخل الفروع المصرفية

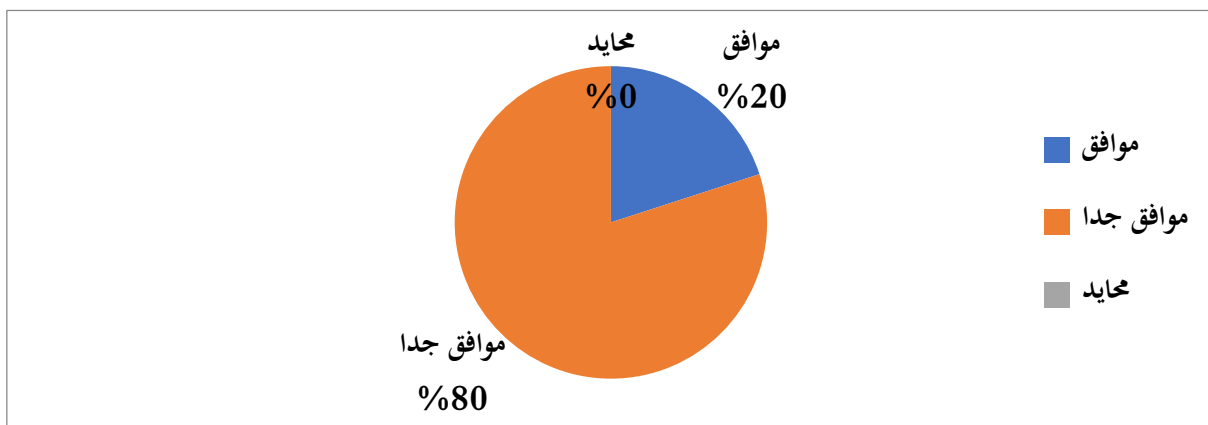
في بنك الفلاحة والتنمية الريفية -وكالة بسكرة-

النسبة المئوية	عدد الموظفين	استخدام وسائل الدفع الإلكتروني ساعد في تقليل الازدحام داخل الفروع المصرفية
20%	02	موافق
80%	08	موافق جدا
00%	00	محاميد
100	10	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبة بالاستناد على معطيات الاستبيان المقدمة من طرف (الموظفين، 2025)

الشكل رقم (2-18): تقييم الموظفين استخدام وسائل الدفع الإلكتروني في تقليل الازدحام داخل الفروع المصرفية

في بنك الفلاحة والتنمية الريفية -وكالة بسكرة-



المصدر: من إعداد الطالبة بالاستناد على معطيات الاستبيان المقدمة من طرف (الموظفين، 2025)

الفصل الثاني دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية (BADR) -وكالة بسكرة- خلال الفترة (2024-2020)

❖ التعليق:

يمثل الشكلين السابقين مدى تقييم الموظفين استخدام وسائل الدفع الإلكتروني في تقليل الازدحام داخل الفروع المصرفية في بنك الفلاحة والتنمية الريفية -وكالة بسكرة-، حيث تبين أن الأغلبية الساحقة من الموظفين أبدوا بموافق جدًا والتي قدرت نسبتهم بـ 80 %، حيث بلغ عددهم 08 من مجمل الموظفين، وهذا يدل على رضا لدى غالبية الموظفين بفاعلية هذه الوسائل في تخفيف الضغط على الفروع. كما أن الباقي من عدد الموظفين أبدوا بموافق، والتي قدرت نسبتهم بـ 20 %، والذي بلغ عددهم 02 من مجمل الموظفين، كما نلاحظ أن نسبة المحايدين معدومة، وهذا يدل على الأثر الإيجابي لهذه الوسائل مما يشجع على مواصلة تطوير خدمات الدفع الإلكتروني.

رابعاً: "العملاء أكثر رضا عند استخدامهم وسائل الدفع الإلكتروني"

يعد تقييم الموظفين لمدى رضا العملاء عند استخدامهم وسائل الدفع الإلكتروني من العوامل الأساسية التي تعكس جودة الخدمة المصرفية وسرعة الاستجابة لاحتياجات العملاء، مما يساهم في تعزيز رضاهم وثقتهم في النظام البنكي، وهذا ماسيتم توضيحه في الشكلين التاليين:

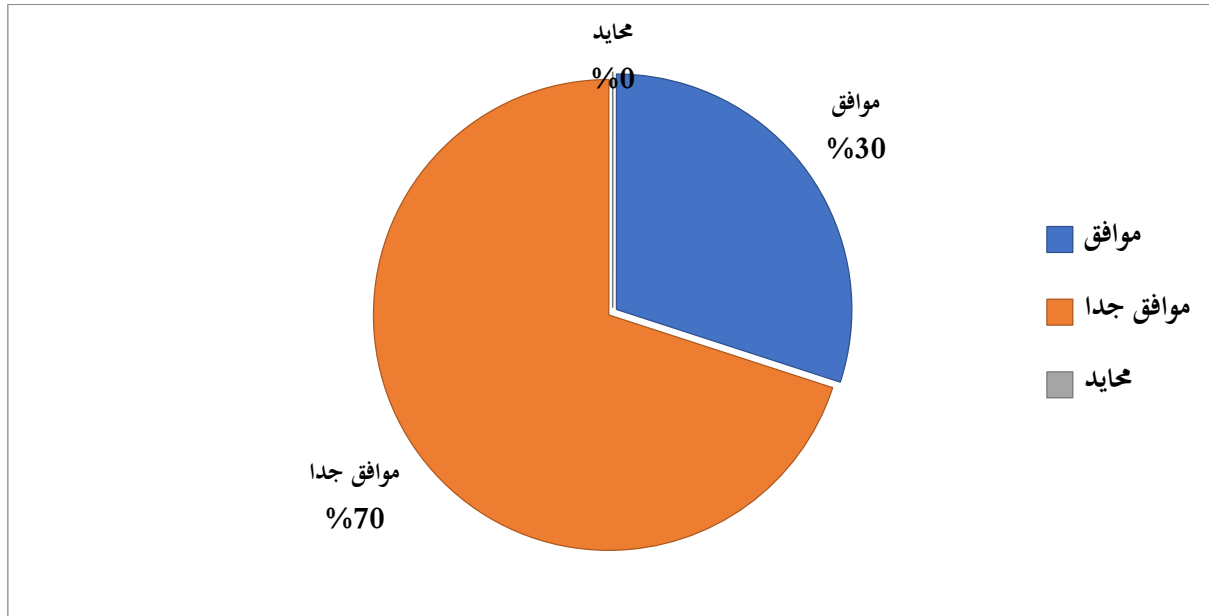
الجدول رقم (2-8): مدى رضا العملاء عند استخدامهم وسائل الدفع الإلكتروني في بنك الفلاحة والتنمية الريفية -وكالة بسكرة-

العملاء أكثر رضا عند استخدامهم وسائل الدفع الإلكتروني	عدد الموظفين	النسبة المئوية
موافق	03	30%
موافق جداً	07	70%
محايد	00	00%
المجموع	10	100%

المصدر: من إعداد الطالبة بالاستناد على معطيات الاستبيان المقدمة من طرف (الموظفين، 2025)

الفصل الثاني دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية (BADR) -وكالة بسكرة- خلال الفترة (2024-2020)

الشكل رقم (2-19): مدى رضا العملاء عند استخدامهم وسائل الدفع الإلكتروني في بنك الفلاحة والتنمية الريفية -وكالة بسكرة-



المصدر: من إعداد الطالبة بالاستناد على معطيات الاستبيان المقدمة من طرف (الموظفين، 2025)

❖ التعليق:

يمثل الشكلين السابقين مدى رضا العملاء عند استخدامهم وسائل الدفع الإلكتروني في بنك الفلاحة والتنمية الريفية - وكالة بسكرة-، حيث يتضح من خلالهما أن نسبة كبيرة من الموظفين أبدوا بموافق جدًا والتي قدرت نسبتهم بـ 70 %، حيث بلغ عددهم 07 من مجمل الموظفين، وهذا يدل أن هذه الوسائل تلي توقعاتهم وتوفر لهم تجربة إيجابية. كما أن هناك عملاء راضين وأبدوا بموافق والتي قدرت نسبتهم 30 %، حيث بلغ عددهم 03 من مجمل الموظفين، وهذا يدل على أن جميع العملاء المشاركين كان لديهم مستوى رضا إيجابي اتجاه هذه الوسائل، كما نلاحظ أن نسبة المحايدين معدومة، وهذا يدل على عدم وجود مشاكل أو معوقات ملحوظة تؤثر على رضا المستخدمين.

خامسا: "مساعدة وسائل الدفع الإلكتروني في تحسين كفاءة العمل داخل البنك"

تمثل وسائل الدفع الإلكتروني نقلة نوعية في العمل المصرفي، حيث ساهمت في تقليص الوقت والتكاليف مع رفع كفاءة الخدمات المقدمة للعملاء. فهذا التطور التكنولوجي أدى إلى تحسين الأداء البنكي وزيادة الإيرادات من خلال تبني أساليب حديثة في تنفيذ العمليات المالية، ويمكن توضيح ذلك من خلال الشكلين التاليين:

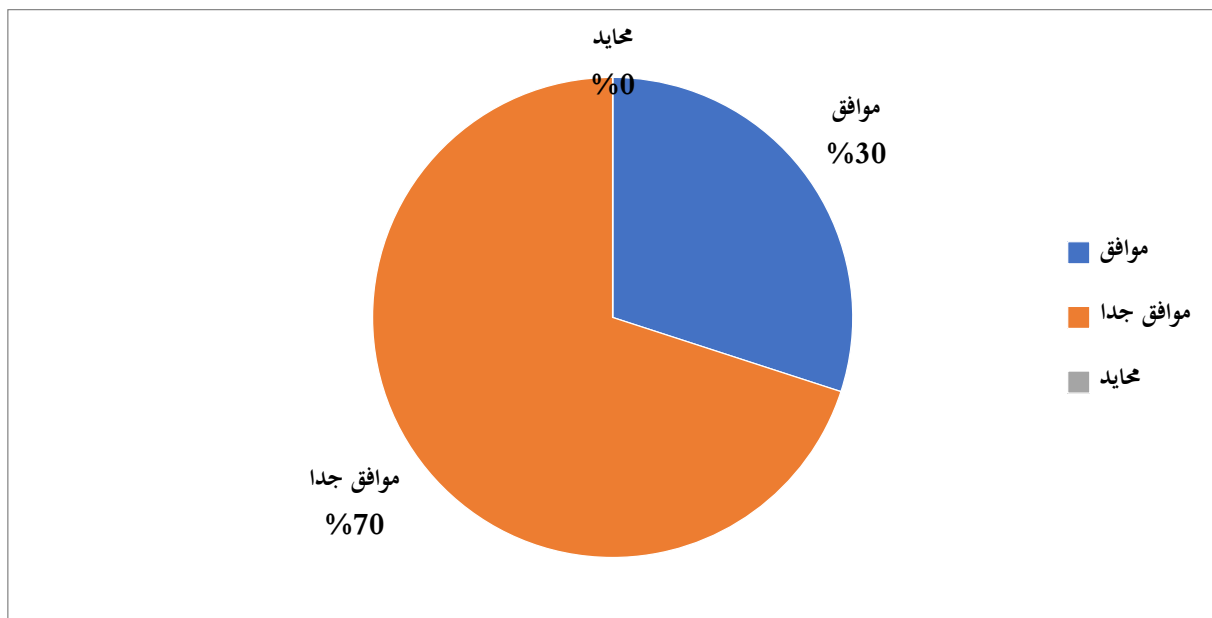
الفصل الثاني دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية (BADR) -وكالة بسكرة- خلال الفترة (2024-2020)

الجدول رقم (2-9): مدى مساهمة في تحسين كفاءة العمل داخل بنك الفلاحة والتنمية الريفية -وكالة بسكرة-

وسائل الدفع الالكتروني ساعدت في تحسين كفاءة العمل داخل البنك	عدد الموظفين	النسبة المئوية
موافق	03	30%
موافق جدا	07	70%
محايد	00	00%
المجموع	10	100%

المصدر: من إعداد الطالبة بالاستناد على معطيات الاستبيان المقدمة من طرف (الموظفين، 2025)

الشكل رقم (2-20): مدى مساهمة في تحسين كفاءة العمل داخل بنك الفلاحة والتنمية الريفية -وكالة بسكرة-



المصدر: من إعداد الطالبة بالاستناد على معطيات الاستبيان المقدمة من طرف (الموظفين، 2025)

❖ التعليق:

يمثل الشكلين السابقين مدى مساهمة في تحسين كفاءة العمل داخل بنك الفلاحة والتنمية الريفية -وكالة بسكرة-، حيث يتضح من خلالهما أن نسبة كبيرة من الموظفين أبدوا بموافق جدًا والتي قدرت نسبتهم بـ 70 %، حيث بلغ عددهم 07 من مجمل الموظفين، وهذا يشير إلى رضا شبه كامل من الموظفين حول دور هذه الوسائل في تحسين كفاءة العمل داخل البنك. كما أن هناك عملاء راضين وأبدوا بموافق والتي قدرت نسبتهم 30 %، حيث بلغ عددهم 03 من مجمل الموظفين، وهذا يدل على أن وسائل الدفع الإلكتروني لها أثر إيجابي وملموسا لدى أغلب المشاركين، كما نلاحظ أن نسبة المحايدين معدومة، وهذا يعكس إجماعا إيجابيا واضحا على فعالية هذه الوسائل في تسريع العمليات وتقليل الأخطاء وتحسين جودة الخدمة.

الفصل الثاني دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية (BADR) -وكالة بسكرة-خلال الفترة (2024-2020)

سادسًا: "توفير البنك تدريبًا كافيًا للموظفين على استخدام وسائل الدفع الإلكتروني

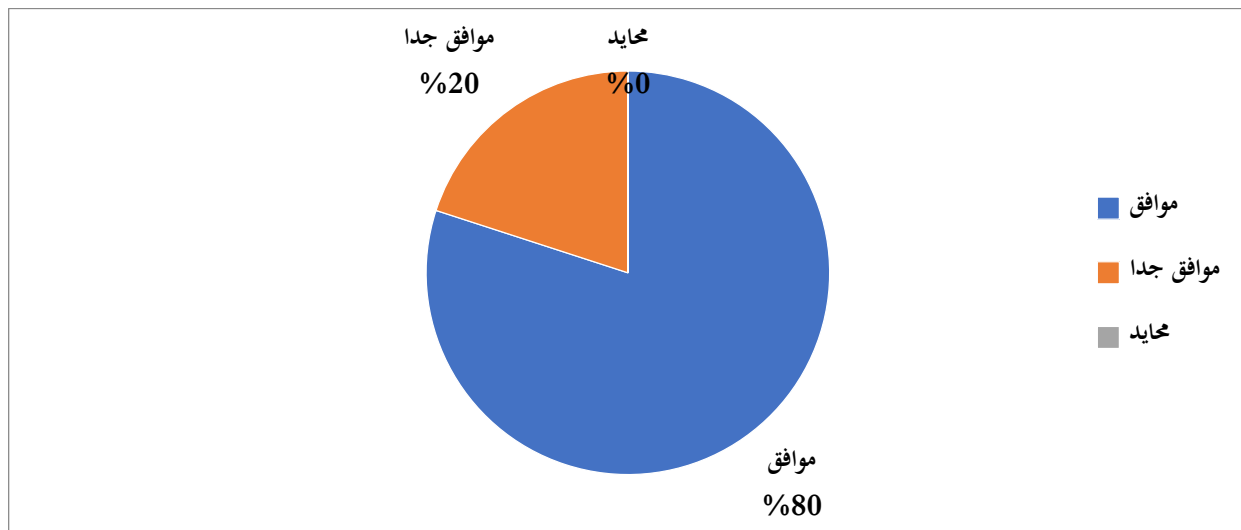
يلعب البنك دورًا محوريًا في تعزيز استخدام وسائل الدفع الإلكتروني من خلال توفير التدريب الكافي للموظفين، مما يضمن كفاءة التعامل مع هذه التقنيات الحديثة. فهذا التدريب يساهم في رفع جودة الخدمات المصرفية وتحقيق الأمان المالي للعملاء والبنك على حد سواء. ومن هذا المنطلق يمكن توضيح هذا الدور في الشكليين التاليين:

الجدول رقم (2-10): مدى توفير البنك تدريبًا كافيًا للموظفين على استخدام وسائل الدفع الإلكتروني

النسبة المئوية	عدد الموظفين	البنك يوفر تدريبًا كافيًا للموظفين على استخدام وسائل الدفع الإلكتروني
80%	08	موافق
20%	02	موافق جدا
00%	00	محايد
100%	10	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبة بالاستناد على معطيات الاستبيان المقدمة من طرف (الموظفين، 2025)

الشكل رقم (2-21): مدى توفير البنك تدريبًا كافيًا للموظفين على استخدام وسائل الدفع الإلكتروني



المصدر: من إعداد الطالبة بالاستناد على معطيات الاستبيان المقدمة من طرف (الموظفين، 2025)

❖ التعليق:

يمثل الشكليين السابقين مدى توفير البنك تدريبًا كافيًا للموظفين على استخدام وسائل الدفع الإلكتروني، حيث يتضح أن غالبية الموظفين يرون أن البنك يوفر تدريبًا كافيًا على استخدام وسائل الدفع الإلكتروني. حيث أبدى 80% من مجمل الموظفين على موافقتهم لذلك، وبلغ عددهم 08، بينما عبّر 20% عن موافقتهم الشديدة، ولم يُسجل أي اعتراض أو حياد بين

الفصل الثاني دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية (BADR) -وكالة بسكرة-خلال الفترة (2024-2020)

الموظفين، وبلغ عددهم 02، ويعكس هذا التوزيع الإيجابي رضا الموظفين عن البرامج التدريبية المقدمة من البنك، مما يدل على فعالية جهود البنك في تأهيل كوادره لمواكبة التطورات التكنولوجية في مجال الدفع الإلكتروني. كما أن غياب أي نسبة للحياد المعدومة أو الرفض يُظهر أن جميع الموظفين لديهم ثقة في كفاءة التدريب المقدم، وهو ما ينعكس إيجاباً على جودة الخدمات المقدمة للعملاء ويعزز من قدرة البنك على المنافسة في السوق المصري.

سابعاً: "مساهمة وسائل الدفع الإلكتروني في تقليل التكاليف التشغيلية للبنك

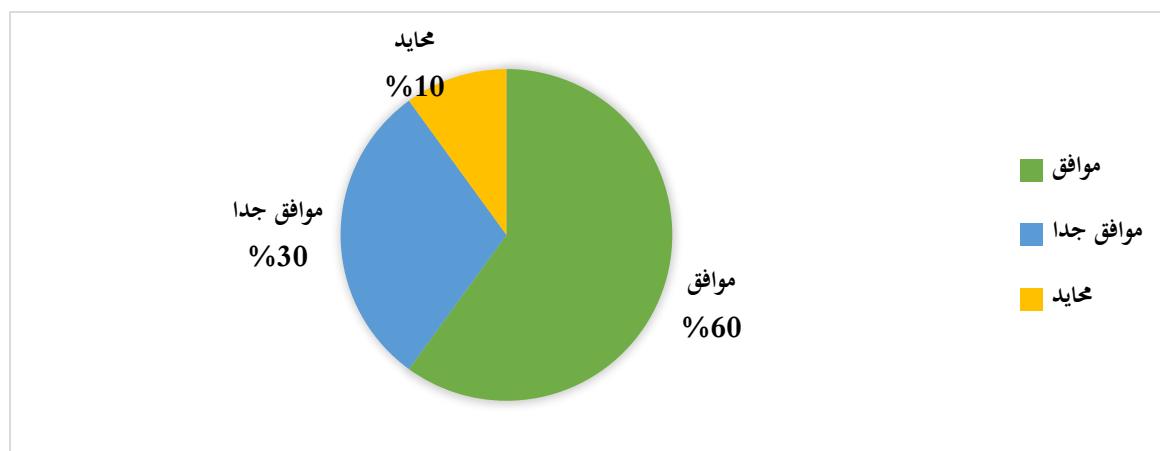
تلعب وسائل الدفع الإلكترونية دوراً محورياً في تقليل التكاليف التشغيلية للبنوك من خلال تقليل الاعتماد على العمليات النقدية التقليدية وتحسين كفاءة المعاملات المالية. وهذا يساهم في رفع أداء البنك وزيادة ربحيته عبر خفض نفقات المعالجة وتحسين إدارة السيولة. ويمكن توضيح هذا الدور في الشكليين التاليين:

الجدول رقم (2-13): مدى مساهمة وسائل الدفع الإلكتروني في تقليل التكاليف التشغيلية للبنك

وسائل الدفع الإلكتروني ساهمت في تقليل التكاليف التشغيلية للبنك	عدد الموظفين	النسبة المئوية
موافق	06	60%
موافق جداً	03	30%
محايد	01	10%
المجموع	10	100%

المصدر: من إعداد الطالبة بالاستناد على معطيات الاستبيان المقدمة من طرف (الموظفين، 2025)

الشكل رقم (2-22): مدى مساهمة وسائل الدفع الإلكتروني في تقليل التكاليف التشغيلية للبنك



المصدر: من إعداد الطالبة بالاستناد على معطيات الاستبيان المقدمة من طرف (الموظفين، 2025)

الفصل الثاني دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية (BADR) -وكالة بسكرة-خلال الفترة (2024-2020)

❖ التعليق:

يمثل الشكلين السابقين مدى مساهمة وسائل الدفع الإلكتروني في تقليل التكاليف التشغيلية للبنك، حيث يتضح أن نسبة كبيرة من الموظفين أبدوا بموافق، والتي قدرت نسبتهم 60%، حيث بلغ عددهم 06 من مجمل الموظفين، كما أبدوا بموافق جدًا والتي قدرت نسبتهم 30%، حيث بلغ عددهم 3 من مجمل الموظفين، وهذا يدل على قناعة قوية لدى أغلب الموظفين بأن التحول نحو الدفع الإلكتروني كان له أثر إيجابي واضح في تقليص النفقات التشغيلية للبنك، مثل تقليل الحاجة للمعاملات الورقية، وتخفيض تكاليف معالجة العمليات التقليدية، وتقليل الاعتماد على الموارد البشرية في العمليات الروتينية، كما نلاحظ وجود نسبة محايدة والتي قدرت نسبتها بـ 10%، وهذا يشير إلى أن هناك بعض الموظفين الذين لم يلمسوا بشكل مباشر هذا الأثر، ولديهم تحفظات حول حجم التأثير.

ثامناً: "مدى أمان وسائل الدفع الإلكتروني في المعاملات المصرفية"

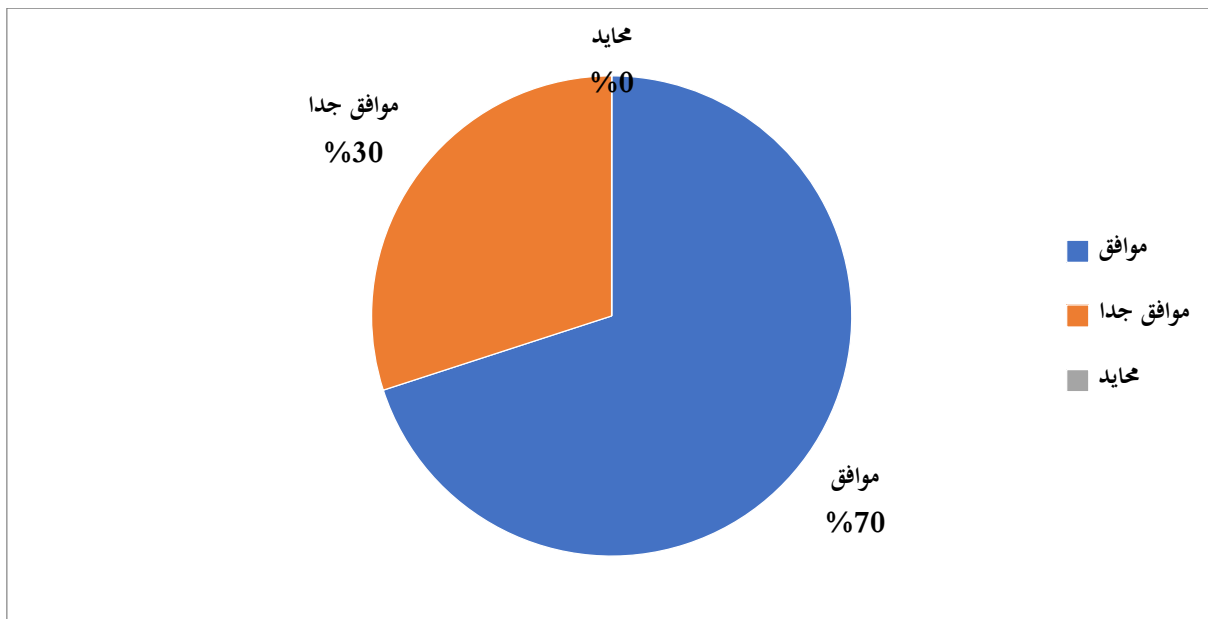
تعتمد وسائل الدفع الإلكتروني في المعاملات المصرفية على تقنيات أمان متقدمة تضمن حماية البيانات المالية والشخصية للمستخدمين، مثل التشفير والبروتوكولات الآمنة. ومع ذلك، تبقى هذه الوسائل عرضة لمخاطر تقنية وقانونية تستدعي تطبيق إجراءات صارمة للحماية والكشف المبكر عن الاحتيال لضمان أمان المعاملات، ومن هذا المنطلق سيتم توضيح ذلك من خلال الشكلين التاليين:

الجدول رقم (2-12): مدى أمان وسائل الدفع الإلكتروني في المعاملات المصرفية

وسائل الدفع الإلكتروني تزيد من أمان المعاملات المصرفية	عدد الموظفين	النسبة المئوية
موافق	07	70%
موافق جدًا	03	30%
محايد	00	00%
المجموع	10	100%

المصدر: من إعداد الطالبة بالاستناد على معطيات الاستبيان المقدمة من طرف (الموظفين، 2025)

الشكل رقم (2-23): مدى أمان وسائل الدفع الإلكتروني في المعاملات المصرفية



المصدر: من إعداد الطالبة بالاستناد على معطيات الاستبيان المقدمة من طرف (الموظفين، 2025)

❖ التعليق

يمثل الشكلين السابقين مدى أمان وسائل الدفع الإلكتروني في المعاملات المصرفية، حيث يتضح أن أغلبية الموظفين أبدوا بموافق، والتي قدرت نسبتهم بـ 70%، وبلغ عددهم 07 من مجمل الموظفين، و 30% أبدوا بموافق جدًا، والذي بلغ عددهم 03 من مجمل الموظفين، وهذا يدل على ثقة الموظفين الكبيرة في فعالية وسائل الدفع الإلكتروني في تعزيز الأمان المصرفي، وهو ما يشير إلى أن هذه الوسائل نجحت في تقليل المخاطر المرتبطة بالمعاملات التقليدية مثل التزوير أو السرقات. كما نلاحظ نسبة المحايدين 0%، وهذا يدل على أن جميع الموظفين لديهم قناعة إيجابية تجاه الأمان الذي توفره هذه الوسائل، ولا توجد لديهم مخاوف أو تحفظات واضحة في هذا الجانب.

تاسعًا: "مساهمة وسائل الدفع الإلكتروني في جذب عملاء جدد للبنك

أصبحت وسائل الدفع الإلكتروني أداة إستراتيجية للبنوك في جذب عملاء جدد من خلال تسهيل عمليات الدفع وتوفير خدمات مصرفية مبتكرة وسريعة، فهذا التطور يعزز رضا العملاء ويوسع قاعدة المستخدمين، مما يساهم في تحسين الأداء المالي للبنك وزيادة حصته السوقية. ومن هذا المنطلق سيتم توضيح هذا الدور من خلال الشكلين التاليين:

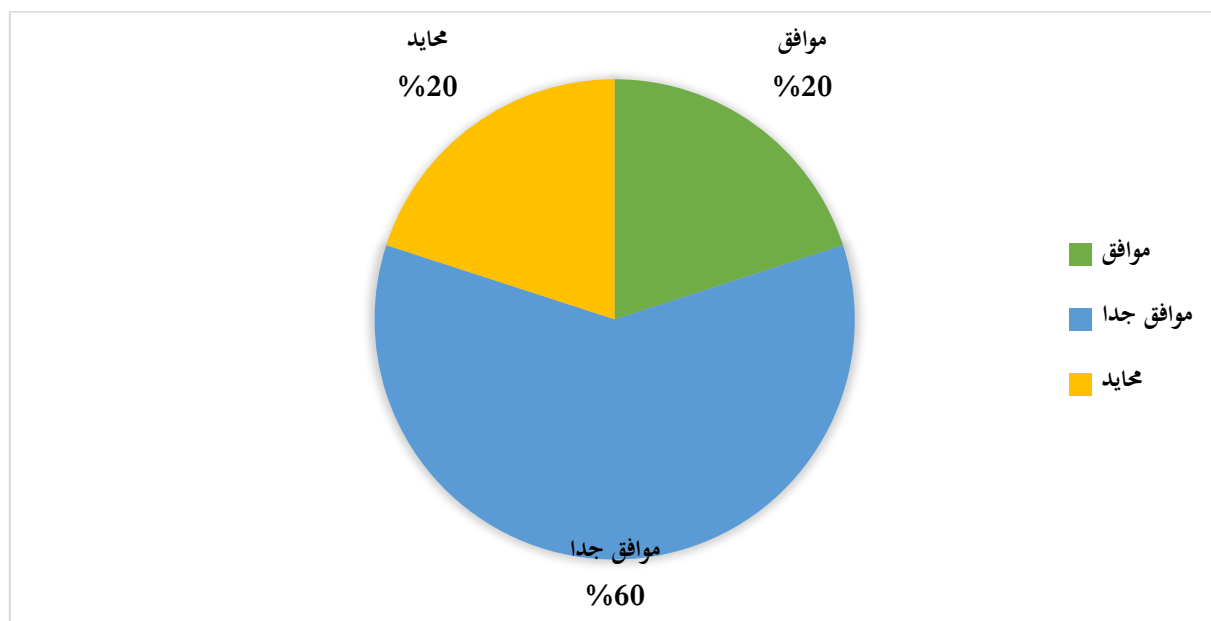
الفصل الثاني دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية (BADR) -وكالة بسكرة-خلال الفترة (2024-2020)

الجدول رقم (2-24): مدى مساهمة وسائل الدفع الالكتروني في جذب عملاء جدد للبنك

النسبة المئوية	عدد الموظفين	وسائل الدفع الالكتروني تساعد في جذب عملاء جدد للبنك
20%	02	موافق
60%	06	موافق جدا
20%	02	محايد
100%	10	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبة بالاستناد على معطيات الاستبيان المقدمة من طرف (الموظفين، 2025)

الشكل رقم (2-24): مدى مساهمة وسائل الدفع الالكتروني في جذب عملاء جدد للبنك



المصدر: من إعداد الطالبة بالاستناد على معطيات الاستبيان المقدمة من طرف (الموظفين، 2025)

❖ التعليق

يمثل الشكلين السابقين مدى مساهمة وسائل الدفع الالكتروني في جذب عملاء جدد للبنك، حيث يتضح أن أغلبية الموظفين أبدوا موافق جدا، والتي قدرت نسبتهم بـ 60%، وبلغ عددهم 06 من مجمل الموظفين، وهذا يدل على أن لديهم قناعة قوية بأهمية وسائل الدفع الإلكتروني في استقطاب عملاء جدد، ويعود ذلك غالباً إلى سهولة وسرعة هذه الوسائل، وتوفيرها لخدمات مصرفية حديثة تلبي احتياجات العملاء الجدد، خاصة من الفئات الشابة أو المهتمة بالتكنولوجيا. كما أن نسبة 20 % أبدوا بموافق، والذي بلغ عددهم 02 من مجمل الموظفين، وهذا يدل تعزيزهم لهذا الاتجاه الإيجابي. أما النسبة المحايدة قدرت بنسبة

الفصل الثاني دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية (BADR) -وكالة بسكرة-خلال الفترة (2024-2020)

20 %، حيث بلغ عددهم 02 من مجمل الموظفين، وهذا يعكس وجود بعض الموظفين الذين لم يلاحظوا بشكل مباشر أثر وسائل الدفع الإلكتروني على جذب العملاء الجدد، أو ربما يحتاجون إلى مزيد من الأدلة أو الوقت لرصد هذا التأثير.

عاشراً: مساهمة البنك في استثمار بشكل كافي في تطوير وسائل الدفع الالكتروني

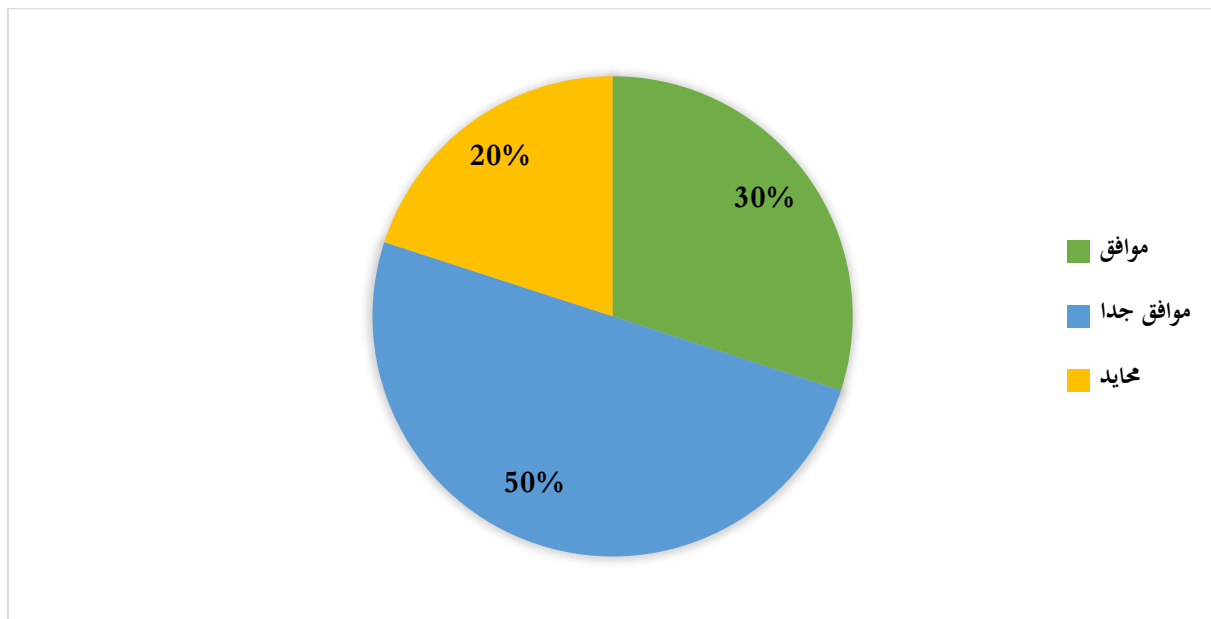
يساهم البنك بشكل فعال في الاستثمار الكافي لتطوير وسائل الدفع الإلكتروني، مما يعزز من جودة الخدمات البنكية ويسر العمليات المالية للعملاء. فهذا الاستثمار يدعم تبني التكنولوجيا الحديثة ويزيد من ثقة المستخدمين، مما ينعكس إيجابياً على الأداء البنكي وتوسيع نطاق التجارة الإلكترونية. زمن هذا المنطلق سيتم توضيح هذا الأمر في الشكلين التاليين:

الجدول رقم (2-14): مدى مساهمة البنك في استثمار بشكل كافي في تطوير وسائل الدفع الالكتروني

النسبة المئوية	عدد الموظفين	البنك يستثمر بشكل كافي في تطوير وسائل الدفع الالكتروني
30%	03	موافق
50%	05	موافق جداً
20%	02	محايد
100%	10	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبة بالاستناد على معطيات الاستبيان المقدمة من طرف (الموظفين، 2025)

الشكل رقم (2-25): مدى مساهمة البنك في استثمار بشكل كافي في تطوير وسائل الدفع الالكتروني



المصدر: من إعداد الطالبة بالاستناد على معطيات الاستبيان المقدمة من طرف (الموظفين، 2025)

الفصل الثاني دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية (BADR) -وكالة بسكرة-خلال الفترة (2024-2020)

❖ التعليق

يمثل الشكّلين السابقين مدى مساهمة البنك في استثمار بشكل كافٍ في تطوير وسائل الدفع الإلكتروني، حيث يتضح أن النسبة الأكبر من الموظفين أبدوا بموافق جدًا بنسبة 50%، حيث بلغ عددهم 5 موظفين من مجمل الموظفين، وهذا يدل على الموظفين لديهم قناعة قوية بأن البنك يولي هذا المجال اهتماماً كبيراً، بينما تؤكد النسبة الإضافية لموافق 30 % هذا الاتجاه الإيجابي. أما النسبة المحايدة قدرت بـ 20%، وهذا يعكس وجود بعض الموظفين الذين يرون أن هناك مجالاً لمزيد من الاستثمار أو لم يلمسوا الأثر بشكل مباشر حتى الآن.

المطلب الثالث: تقييم العملاء لوسائل الدفع الإلكتروني وجودة الخدمات المصرفية

يمثل تقييم العملاء لوسائل الدفع الإلكتروني وجودة الخدمات المصرفية محوراً أساسياً لفهم مدى رضا العملاء عن التطورات التكنولوجية في القطاع المصرفي. ولقد ساهمت وسائل الدفع الإلكتروني في تخفيض التكاليف وتسريع العمليات، مما أدى إلى تحسين جودة الخدمات المقدمة وزيادة ثقة العملاء في البنوك. ومن خلال هذا التقييم، يمكن للبنوك تطوير خدماتها بما يتناسب مع احتياجات العملاء ويعزز من تجربتهم المصرفية. وللتوضيح أكثر تم التطرق في هذا المطلب إلى مايلي:

أولاً: "تقييم استخدام وسائل الدفع التقليدية في البنك سهل و مريح

يعتبر وسائل الدفع التقليدية من الركائز الأساسية في العمليات المصرفية، حيث توفر سهولة ويسر في تسوية المعاملات المالية. ويهدف هذا الفرع إلى تقييم مدى سهولة وراحة استخدام هذه الوسائل في البنك، مع التركيز على تجربتها العملية وأثرها على العملاء. ومن هذا المنطلق سيتم توضيح مايلي:

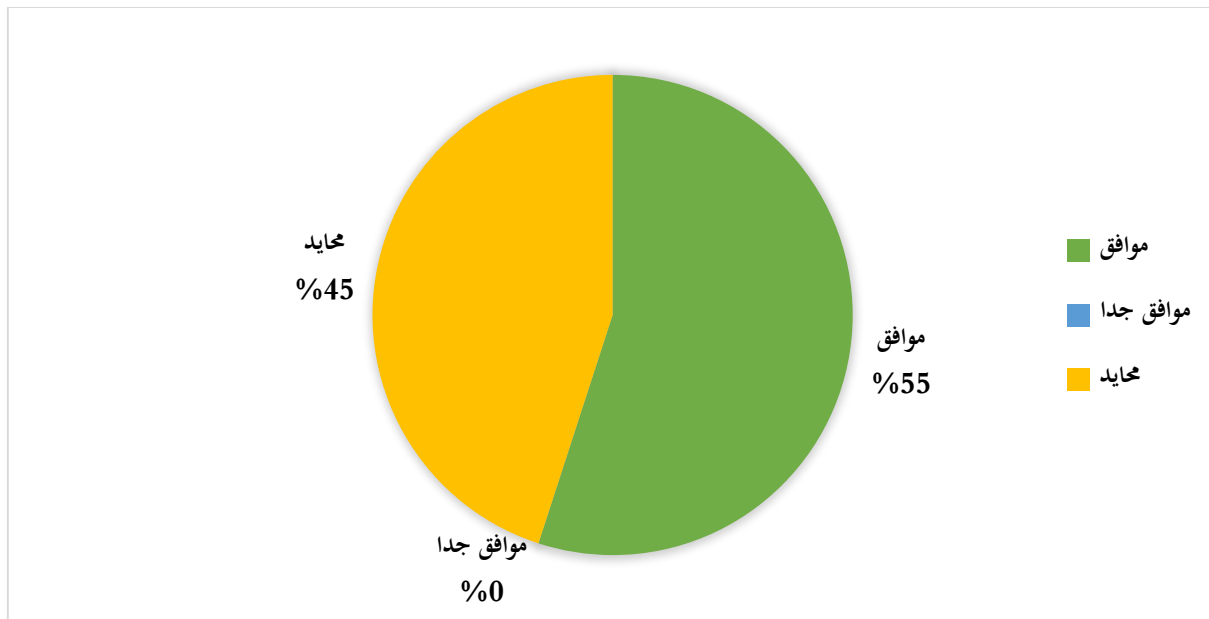
الجدول رقم(2-15): تقييم العملاء استخدام وسائل الدفع التقليدية في البنك سهل و مريح

النسبة المئوية	عدد العملاء	استخدام وسائل الدفع التقليدية في البنك سهل و مريح
55%	22	موافق
00%	00	موافق جدا
45%	18	محايد
100%	40	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبة بالاستناد على معطيات الاستبيان المقدمة من طرف (العملاء، 2025)

الفصل الثاني دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية (BADR) -وكالة بسكرة-خلال الفترة (2024-2020)

الشكل رقم (2-26): تقييم العملاء استخدام وسائل الدفع التقليدية في البنك سهل و مريح



المصدر: من إعداد الطالبة بالاستناد على معطيات الاستبيان المقدمة من طرف (العملاء، 2025)

❖ التعليق

يمثل الشكلين السابقين تقييم العملاء استخدام وسائل الدفع التقليدية في البنك سهل و مريح، حيث يتضح أن النسبة الأكبر من العملاء أبدوا بموافق بنسبة 55%، حيث بلغ عددهم 22 عميل من مجمل العملاء، وهذا يدل على أن وسائل الدفع التقليدية في البنك ما زالت تلبي احتياجاتهم وتوفر لهم مستوى مقبولاً من السهولة والراحة. كما نلاحظ أن العملاء لم يبدو بموافق جداً بنسبة قدرت بـ 0%. ويتضح كذلك وجود نسبة معتبرة من المحايدين قدرت نسبتهم بـ 45%، وبلغ عددهم 18 عميل من مجمل العملاء، وهذا يدل على أن هناك شريحة واسعة من العملاء لا تجد في هذه الوسائل تميزاً أو راحة كافية لتبدي رأياً إيجابياً قوياً.

ثانياً: "تقييم استخدام وسائل الدفع الإلكتروني في البنك سهل و مريح"

تقييم استخدام وسائل الدفع الإلكترونية في البنك يمثل خطوة أساسية لفهم مدى سهولة وراحة هذه الوسائل للعملاء، ويهدف هذا التقييم إلى قياس رضا العملاء وتحديد العوامل التي تؤثر على تجربتهم في استخدام هذه الخدمات الحديثة. ويمكن تقييم ذلك من خلال الشكلين التاليين:

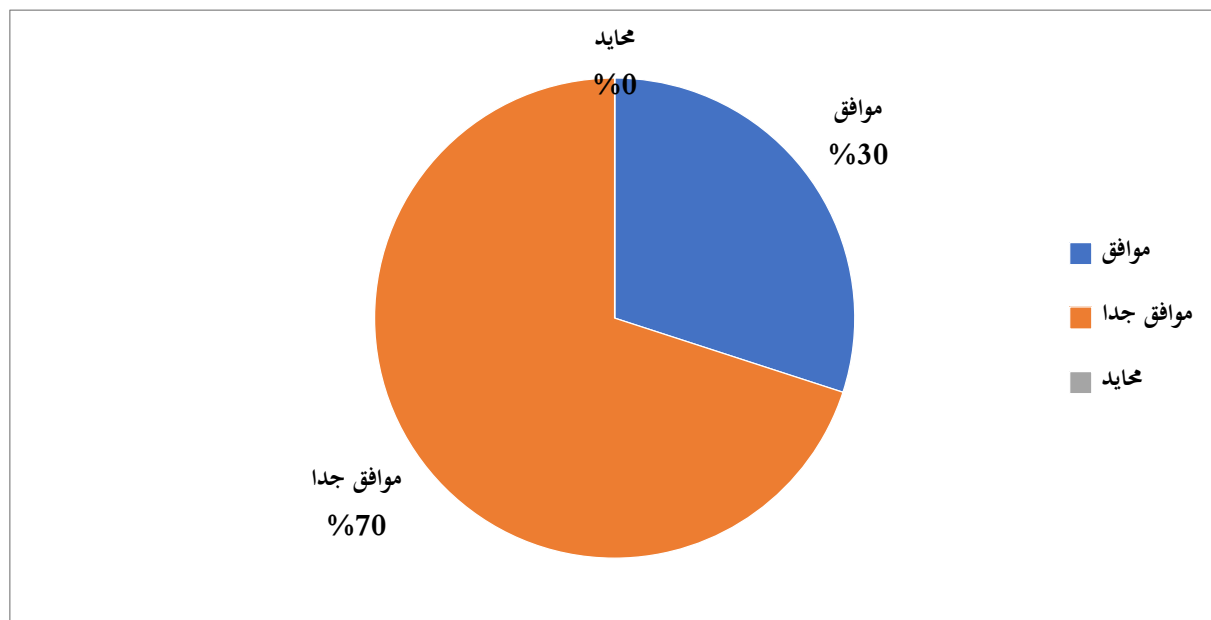
الفصل الثاني دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية (BADR) -وكالة بسكرة-خلال الفترة (2024-2020)

الجدول رقم(2-16): تقييم العملاء استخدام وسائل الدفع الالكتروني في البنك سهل و مريح

النسبة المئوية	عدد العملاء	استخدام وسائل الدفع الالكتروني في البنك سهل و مريح
30%	12	موافق
70%	28	موافق جدا
00%	00	محايد
100%	40	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبة بالاستناد على معطيات الاستبيان المقدمة من طرف (العملاء، 2025)

الشكل رقم (2-27): تقييم العملاء استخدام وسائل الدفع الالكتروني في البنك سهل و مريح



المصدر: من إعداد الطالبة بالاستناد على معطيات الاستبيان المقدمة من طرف (العملاء، 2025)

❖ التعليق

يمثل الشكلين السابقين تقييم العملاء استخدام وسائل الدفع الالكتروني في البنك سهل و مريح، حيث يتبين أن النسبة الأكبر من العملاء أبدوا بموافق جدًا بنسبة 70%، حيث بلغ عددهم 28 عميل من مجمل العملاء، وهذا يدل على أن البنك نجح في تبسيط عمليات الدفع الإلكتروني، وجعلها متاحة وسهلة الفهم والاستخدام للجميع. كما نلاحظ أن العملاء أبدوا بموافق بنسبة قدرت بـ 30%، حيث بلغ عددهم 12 عميل من مجمل العملاء، وهذا يعزز يعزز رضاهم وثقتهم في البنك. ويتضح كذلك وجود نسبة منعدمة من المحايدين قدرت نسبتهم بـ 0%، وهذا يدل على جودة الخدمات الرقمية التي يقدمها البنك، وتوضح أن الاستثمار في تطوير هذه الخدمات كان له أثر إيجابي مباشر على رضا العملاء.

الفصل الثاني دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية (BADR) -وكالة بسكرة-خلال الفترة (2024-2020)

ثالثًا: "تقييم الشعور بالأمان عند استخدام وسائل الدفع الإلكتروني لإجراء المعاملات المصرفية"

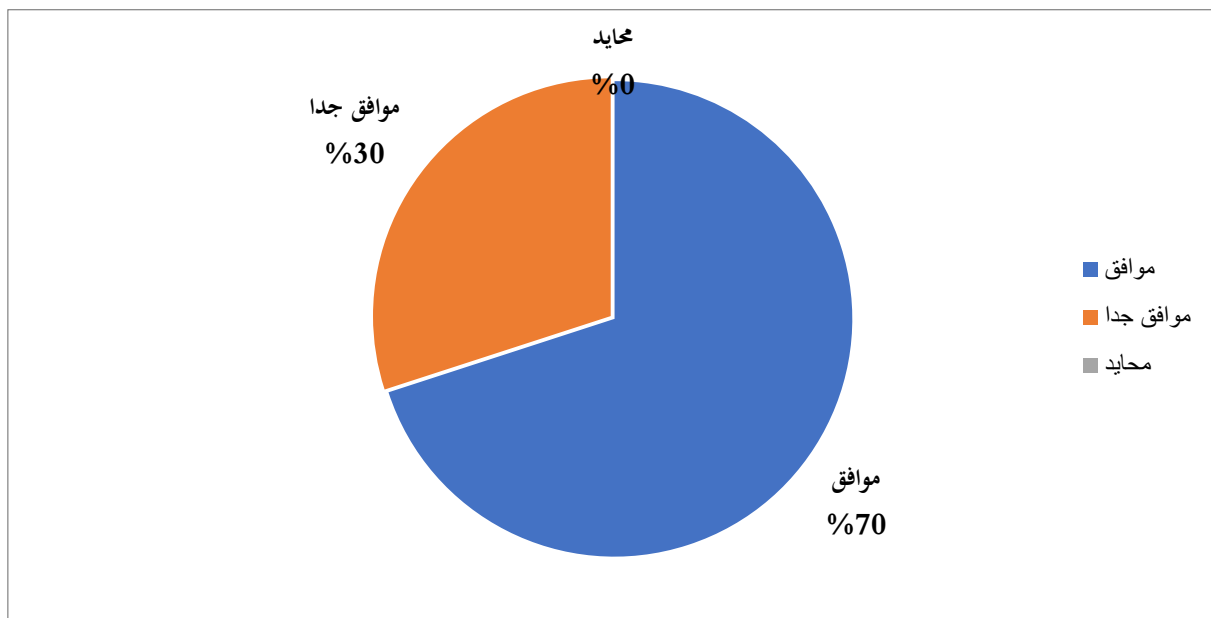
يمثل تقييم شعور العملاء بالأمان عند استخدام وسائل الدفع الإلكتروني أحد المحاور الأساسية لضمان ثقة المستخدمين في الخدمات المصرفية الرقمية. إذ يعتمد نجاح هذه الوسائل على مدى توفيرها لبيئة آمنة تحمي البيانات المالية والشخصية من المخاطر والتهديدات الإلكترونية. ويمكن توضيح ذلك في الشكلين التاليين:

الجدول رقم (2-17): تقييم العملاء الشعور بالأمان عند استخدام وسائل الدفع الإلكتروني لإجراء المعاملات المصرفية

الشعور بالأمان عند استخدام وسائل الدفع الإلكتروني لإجراء المعاملات المصرفية	عدد العملاء	النسبة المئوية
موافق	28	70%
موافق جدا	12	30%
محايد	00	00%
المجموع	40	100%

المصدر: من إعداد الطالبة بالاستناد على معطيات الاستبيان المقدمة من طرف (العملاء، 2025)

الشكل رقم (2-28): تقييم العملاء الشعور بالأمان عند استخدام وسائل الدفع الإلكتروني لإجراء المعاملات المصرفية



المصدر: من إعداد الطالبة بالاستناد على معطيات الاستبيان المقدمة من طرف (العملاء، 2025)

الفصل الثاني دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية (BADR) -وكالة بسكرة-خلال الفترة (2024-2020)

❖ التعليق

يمثل الشككين السابقين تقييم العملاء الشعور بالأمان عند استخدام وسائل الدفع الإلكتروني لإجراء المعاملات المصرفية، حيث يتبين أن النسبة الأكبر من العملاء أبدوا بموافق بنسبة 70%، حيث بلغ عددهم 28 عميل من مجمل العملاء. كما نلاحظ أن الذين أبدوا بموافق قدرت نسبتهم بـ 30%، أي بلغ عددهم 12 عميل من مجمل العملاء، وهذا يدل على أن جميع العملاء لديهم شعور إيجابي بالأمان عند استخدام وسائل الدفع الإلكتروني، ما يعكس ثقة واضحة في الأنظمة البنكية والإجراءات الأمنية المتبعة. ويتضح كذلك وجود نسبة منعدمة من المحايدين قدرت نسبتهم بـ 0%، وهذا يدل نجاح البنوك في تعزيز ثقة العملاء بوسائل الدفع الإلكتروني، سواء عبر حملات التوعية أو تحسين الخدمات الأمنية.

رابعاً: "تقييم وسائل الدفع الإلكتروني من حيث توفير الوقت مقارنة بالطرق التقليدية"

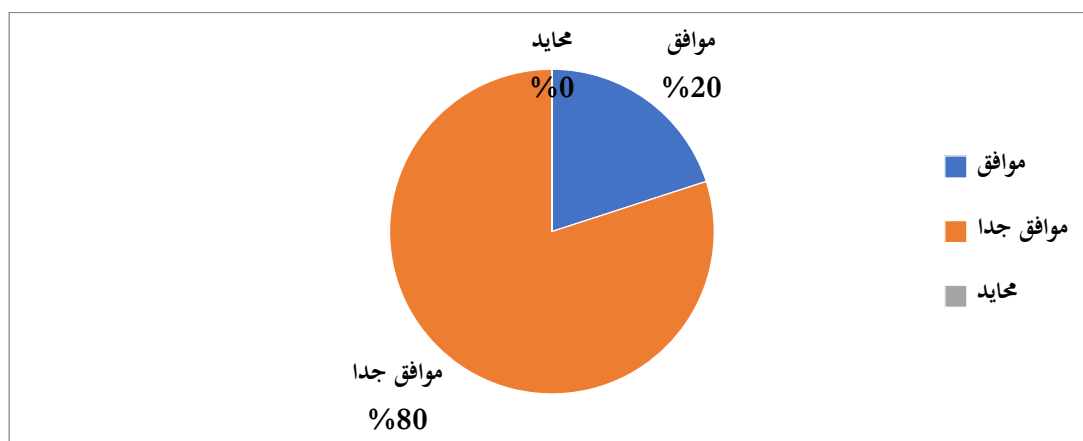
تعد وسائل الدفع الإلكتروني خياراً حديثاً يفضلها الكثير من العملاء لما تقدمه من سرعة وسهولة في إتمام المعاملات مقارنة بالطرق التقليدية. فقد ساهمت هذه الوسائل في تقليل الوقت والجهد المطلوبين لإجراء عمليات الدفع، مما عزز من رضا العملاء وساهم في تحسين تجربتهم الشرائية. وهذا يمكن توضيحه من خلال الشككين التاليين:

الجدول رقم (2-18): تقييم العملاء وسائل الدفع الإلكتروني من حيث توفير الوقت مقارنة بالطرق التقليدية

وسائل الدفع الإلكتروني توفر لي الوقت مقارنة بالطرق التقليدية	عدد العملاء	النسبة المئوية
موافق	08	20%
موافق جداً	32	80%
محايد	00	00%
المجموع	40	100%

المصدر: من إعداد الطالبة بالاستناد على معطيات الاستبيان المقدمة من طرف (العملاء، 2025)

الشكل رقم (2-29): تقييم العملاء وسائل الدفع الإلكتروني من حيث توفير الوقت مقارنة بالطرق التقليدية



الفصل الثاني دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية (BADR) -وكالة بسكرة-خلال الفترة (2024-2020)

المصدر: من إعداد الطالبة بالاستناد على معطيات الاستبيان المقدمة من طرف (العملاء، 2025)

❖ التعليق

يمثل الشكلين السابقين تقييم العملاء وسائل الدفع الإلكتروني من حيث توفير الوقت مقارنة بالطرق التقليدية، حيث يتبين أن أغلبية العملاء أبدوا بموافق جدًا بنسبة 80%، حيث بلغ عددهم 32 عميل من مجمل العملاء. وهذا يدل على أن تجربة الدفع الإلكتروني ليست فقط أسرع من الطرق التقليدية، بل أنها تفوق توقعاتهم وتلبي احتياجاتهم بشكل ملحوظ. كما نلاحظ أن الذين أبدوا بموافق قدرت نسبتهم بـ 20%، أي بلغ عددهم 08 من مجمل العملاء، وهذا يؤكد على أن هذه الوسائل الأسرع والأكثر كفاءة لإجراء المعاملات المالية. ويتضح كذلك وجودة نسبة منعدمة من المحايدين قدرت نسبتهم بـ 0%، وهذا أن العملاء لا يجدون عيوبًا أو معوقات زمنية في استخدام وسائل الدفع الإلكتروني، بل يعتبرونها الخيار الأمثل من حيث السرعة.

خامسًا: "مساهمة وسائل الدفع الإلكتروني في تحسين جودة الخدمات المصرفية المقدمة"

تُعد وسائل الدفع الإلكتروني من العوامل الأساسية التي تساهم في تطوير جودة الخدمات المصرفية، حيث تُمكن البنوك من تقديم خدمات أكثر سرعة وفعالية تلبي احتياجات العملاء بشكل أفضل. كما تعمل هذه الوسائل على تعزيز أبعاد جودة الخدمة مثل الأمان والاعتمادية والاستجابة، مما يرفع من رضا العملاء ويُحسن تجربتهم المصرفية. ويمكن تقييم ذلك من خلال الشكلين التاليين:

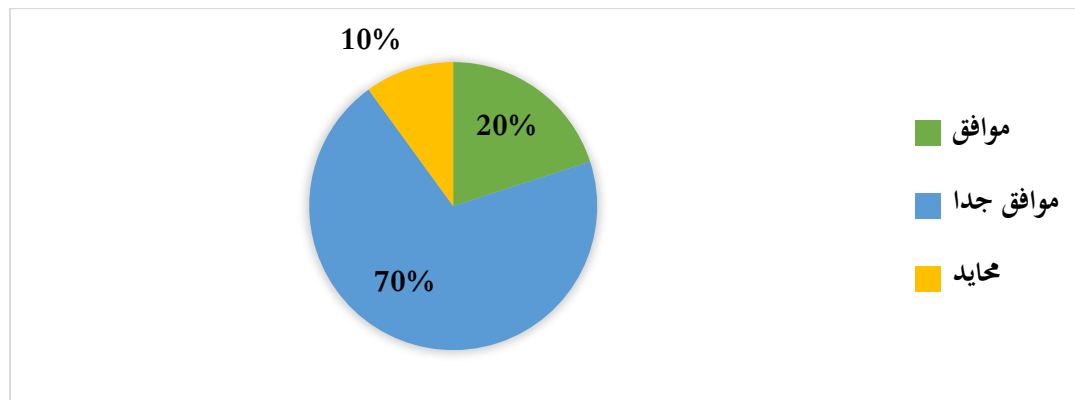
الجدول رقم (2-19): تقييم العملاء وسائل الدفع الإلكتروني أنها تساعد في تحسين جودة الخدمات المصرفية المقدمة

وسائل الدفع الإلكتروني تساعد في تحسين جودة الخدمات المصرفية المقدمة	عدد العملاء	النسبة المئوية
موافق	08	20%
موافق جدا	28	70%
محايد	04	10%
المجموع	40	100

المصدر: من إعداد الطالبة بالاستناد على معطيات الاستبيان المقدمة من طرف (العملاء، 2025)

الفصل الثاني دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية (BADR) -وكالة بسكرة-خلال الفترة (2024-2020)

الشكل رقم (2-30): تقييم العملاء وسائل الدفع الالكتروني أنها تساعد في تحسين جودة الخدمات المصرفية المقدمة



المصدر: من إعداد الطالبة بالاستناد على معطيات الاستبيان المقدمة من طرف العملاء

❖ التعليق

يمثل الشكلين تقييم العملاء وسائل الدفع الالكتروني أنها تساعد في تحسين جودة الخدمات المصرفية المقدمة ، حيث يتبين أن أغلبية العملاء أبدوا بموافق جدًا بنسبة 70%، حيث بلغ عددهم 28 عميل من مجمل العملاء. وهذا يدل على فعالية هذه الوسائل التي انعكست بشكل إيجابي على رضا العملاء ساهمت في تعزيز جودة الخدمة المقدمة من حيث السرعة والأمان وتوفير الخدمة. كما نلاحظ أن الذين أبدوا بموافق قدرت نسبتهم بـ 20%، أي بلغ عددهم 08 من مجمل العملاء، وهذا يؤكد على الأثر الإيجابي لدى العميل. ويتضح كذلك وجودة نسبة معدومة من المحايدين قدرت نسبتهم بـ 0%، وهذا يؤكد غياب الشكوك أو عدم الرضا بشأن الدور الإيجابي لوسائل الدفع الإلكتروني في تحسين جودة الخدمات.

سادسًا: "تقييم استخدام وسائل الدفع الالكتروني بشكل متكرر لإجراء المعاملات البنكية"

إن تقييم العملاء لاستخدام وسائل الدفع الإلكتروني بشكل متكرر لإجراء المعاملات البنكية يعكس مدى اعتمادهم على هذه الوسائل في تسهيل العمليات المالية اليومية. ويأتي هذا التقييم في ظل التطور التكنولوجي السريع الذي ساهم في انتشار وتنوع وسائل الدفع الإلكترونية، مما جعلها خياراً أساسياً للعملاء في التعاملات المصرفية.

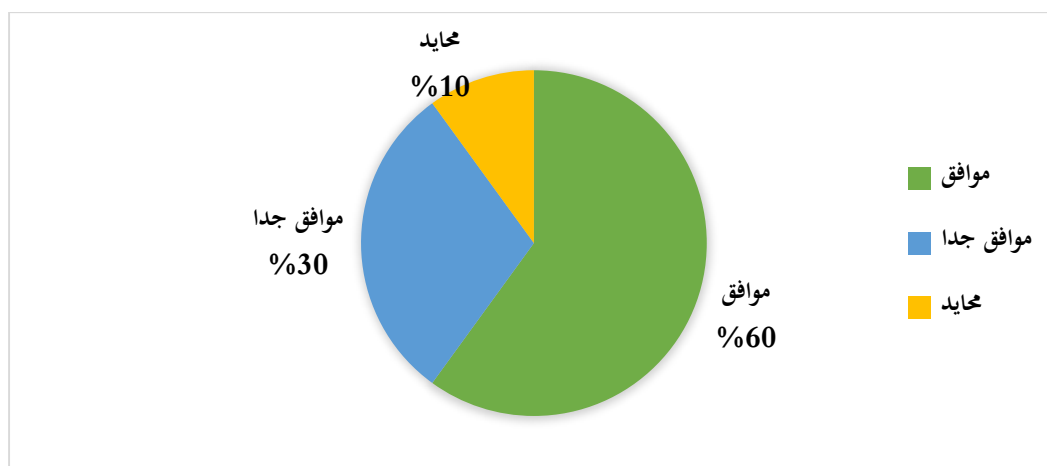
الجدول رقم (2-20): تقييم العملاء استخدام وسائل الدفع الالكتروني بشكل متكرر لإجراء المعاملات البنكية

النسبة المئوية	عدد العملاء	استخدام وسائل الدفع الالكتروني بشكل متكرر لإجراء المعاملات البنكية
60%	24	موافق
30%	12	موافق جدا
10%	04	محايد
100%	40	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبة بالاستناد على معطيات الاستبيان المقدمة من طرف (العملاء، 2025)

الفصل الثاني دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية (BADR) -وكالة بسكرة-خلال الفترة (2024-2020)

الشكل رقم (2-31): تقييم العملاء استخدام وسائل الدفع الإلكتروني بشكل متكرر لإجراء المعاملات البنكية



المصدر: من إعداد الطالبة بالاستناد على معطيات الاستبيان المقدمة من طرف (العملاء، 2025)

❖ التعليق

يمثل الشكلين تقييم العملاء استخدام وسائل الدفع الإلكتروني بشكل متكرر لإجراء المعاملات البنكية، حيث يتضح من خلالهما أن أغلبية العملاء أبدوا بموافق بنسبة 60%، حيث بلغ عددهم 24 عميل من مجمل العملاء. كما نلاحظ أن الذين أبدوا بموافق قدرت نسبتهم بـ 20%، أي بلغ عددهم 08 من مجمل العملاء، وهذا يدل على أن الاعتماد على الدفع الإلكتروني أصبح جزءاً أساسياً من السلوك المالي اليومي للعملاء. ويتضح كذلك وجود نسبة ضئيلة من المحايدين قدرت نسبتهم بـ 10%، وقدر عددهم بـ 04 من مجمل العملاء، وهذا يؤكد على قلة الخبرة التقنية أو تفضيل بعض الطرق التقليدية في بعض الحالات.

سابعاً: "تقييم على أن البنك يقدم دعماً جيداً عند مواجهة مشاكل في وسائل الدفع الإلكتروني"

إن تقييم العملاء لدعم البنك عند مواجهة مشاكل في وسائل الدفع الإلكتروني يعكس مدى رضاهم وثقتهم في قدرة البنك على التعامل مع التحديات بسرعة وكفاءة. هذا التقييم يشكل مؤشراً هاماً على جودة الخدمة المقدمة ومدى التزام البنك بتلبية احتياجات العملاء وحل مشكلاتهم بفعالية. ويمكن توضيح ذلك من خلال الشكلين التاليين:

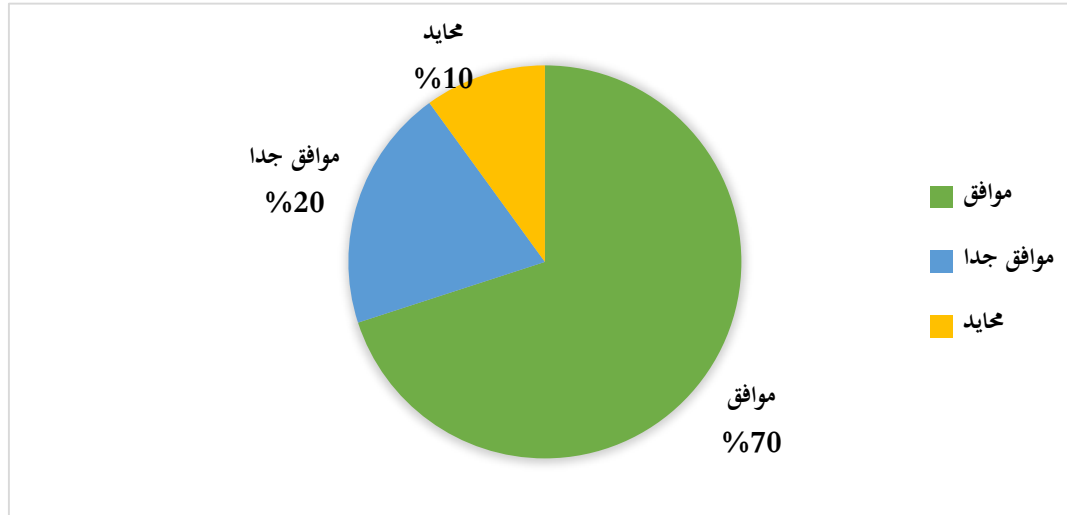
الجدول رقم (2-21): تقييم العملاء على أن البنك يقدم دعماً جيداً عند مواجهة مشاكل في وسائل الدفع الإلكتروني

النسبة المئوية	عدد العملاء	البنك يقدم دعماً جيداً عند مواجهة مشاكل في وسائل الدفع الإلكتروني
70%	28	موافق
20%	08	موافق جداً
10%	04	محايد
100%	40	المجموع

الفصل الثاني دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية (BADR) -وكالة بسكرة-خلال الفترة (2024-2020)

المصدر: من إعداد الطالبة بالاستناد على معطيات الاستبيان المقدمة من طرف (العملاء، 2025)

الشكل رقم (2-32): تقييم العملاء على أن البنك يقدم دعماً جيداً عند مواجهة مشاكل في وسائل الدفع الإلكتروني



المصدر: من إعداد الطالبة بالاستناد على معطيات الاستبيان المقدمة من طرف (العملاء، 2025)

❖ التعليق

يمثل الشكلين تقييم العملاء على أن البنك يقدم دعماً جيداً عند مواجهة مشاكل في وسائل الدفع الإلكتروني، حيث يتضح من خلالهما أن أغلبية العملاء أبدوا بموافقة بنسبة 70%، حيث بلغ عددهم 28 عميل من مجمل العملاء. كما نلاحظ أن الذين أبدوا بموافقة جداً قدرت نسبتهم بـ 20%، أي بلغ عددهم 08 من مجمل العملاء، وهذا يدل على ثقة عالية للعملاء في قدرة البنك على الاستجابة السريعة وحل المشكلات بكفاءة. ويتضح كذلك وجود نسبة ضئيلة من المحايدين قدرت نسبتهم بـ 10%، وقدر عددهم بـ 04 من مجمل العملاء، وهذا يؤكد على أنهم لم يواجهوا مشاكل تستدعي الدعم أو أن تجاربهم مع الدعم لم تكن مميزة بشكل لافت، لكنها أيضاً لم تكن سلبية.

ثامناً: "تقييم وسائل الدفع الإلكتروني متوفرة بشكل واسع و سهل الوصول إليها في البنك

أصبحت وسائل الدفع الإلكتروني متوفرة بشكل واسع وسهلة الوصول إليها في البنوك، مما يسهل على العملاء إجراء معاملاتهم المالية بسرعة وأمان. هذا الانتشار الواسع يعكس جهود البنوك في تبني التكنولوجيا الحديثة لتحسين جودة الخدمات وتلبية احتياجات العملاء بفعالية. ويمكن توضيح هذا التقييم من خلال الشكلين التاليين:

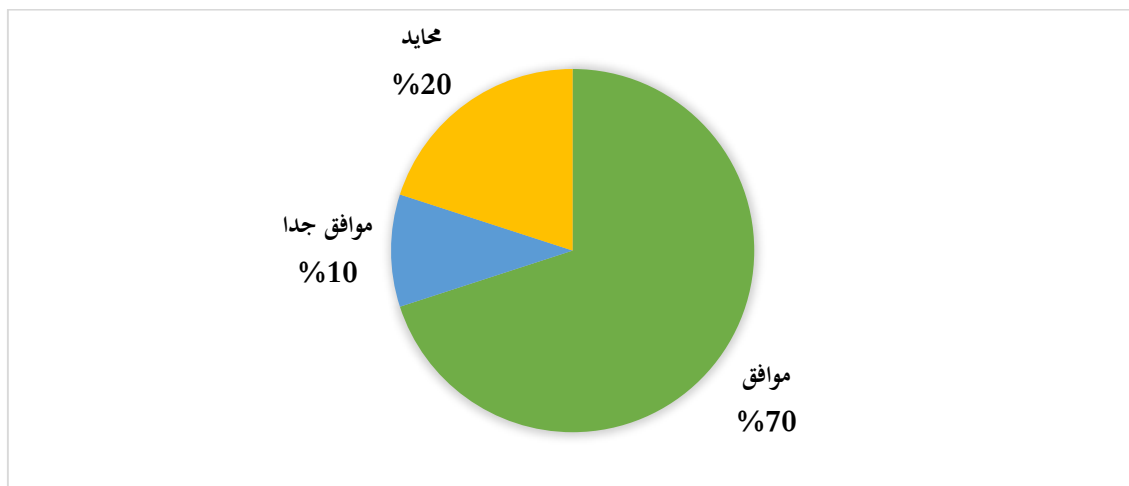
الفصل الثاني دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية (BADR) -وكالة بسكرة-خلال الفترة (2024-2020)

الجدول رقم (2-22): تقييم العملاء تقييم وسائل الدفع الالكتروني متوفرة بشكل واسع و سهل الوصول إليها في البنك

وسائل الدفع الالكتروني متوفرة بشكل واسع و سهل الوصول إليها في البنك	عدد العملاء	النسبة المئوية
موافق	28	70%
موافق جدا	04	10%
محايد	08	20%
المجموع	40	100%

المصدر: من إعداد الطالبة بالاستناد على معطيات الاستبيان المقدمة من طرف (العملاء، 2025)

الشكل رقم (2-33): تقييم العملاء تقييم وسائل الدفع الالكتروني متوفرة بشكل واسع و سهل الوصول إليها في البنك



المصدر: من إعداد الطالبة بالاستناد على معطيات الاستبيان المقدمة من طرف (العملاء، 2025)

❖ التعليق

يمثل الشكلين تقييم العملاء تقييم وسائل الدفع الالكتروني متوفرة بشكل واسع و سهل الوصول إليها في البنك، حيث يتضح من خلالهما أن أغلبية العملاء أبدوا بموافق بنسبة 70%، حيث بلغ عددهم 28 عميل من مجمل العملاء، وهذا يدل على أن نجاح البنك في توفير حلول دفع إلكترونية متنوعة تلبي احتياجات معظم العملاء وتسهّل إجراء معاملاتهم اليومية، كما نلاحظ أن الذين أبدوا بموافق جدا قدرت نسبتهم بـ 10%، أي بلغ عددهم 04 من مجمل العملاء، وهذا يدل على رضائهم نوعا ما على الخدمات. ويتضح كذلك وجود نسبة ملحوظة من المحايدين قدرت نسبتهم بـ 20%، وقدر عددهم بـ 08 من مجمل العملاء، وهذا يدل على أن بعض العملاء لم يختبروا جميع الخدمات الإلكترونية بعد، أو أنهم يواجهون أحيانا صعوبات بسيطة في الوصول لبعض الوسائل، أو يحتاجون إلى مزيد من التوعية حول كيفية الاستفادة الكاملة منها.

الفصل الثاني دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية (BADR) -وكالة بسكرة-خلال الفترة (2024-2020)

تاسعاً: "تقييم الشعور بالرضى عن سرعة تنفيذ المعاملات عبر وسائل الدفع الإلكتروني"

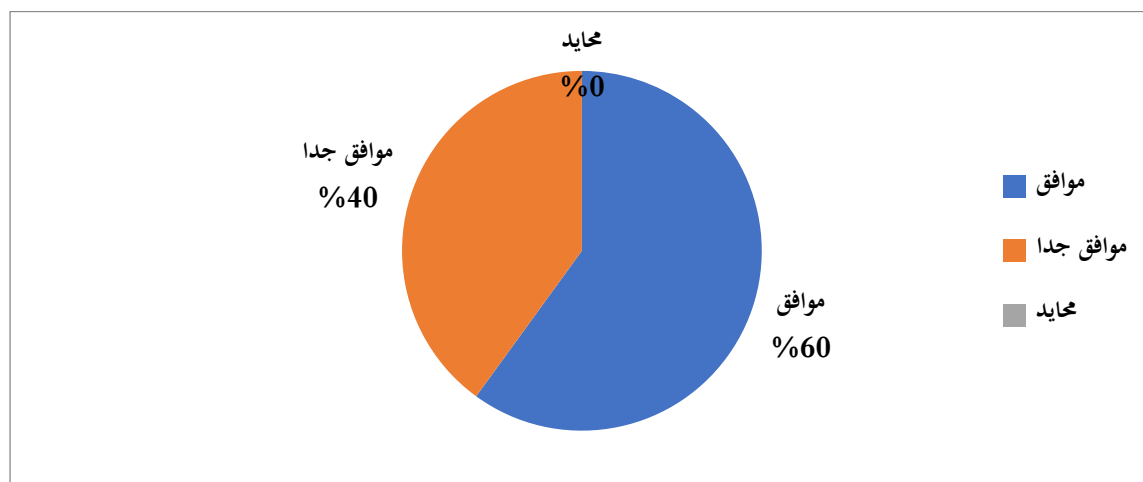
إن تقييم العملاء لشعورهم بالرضى عن سرعة تنفيذ المعاملات عبر وسائل الدفع الإلكتروني يعكس مدى قدرة البنوك على تلبية توقعاتهم في بيئة مصرفية رقمية متسارعة. وتعتبر سرعة إنجاز المعاملات عاملاً حاسماً في تعزيز رضا العملاء وثقتهم بالخدمات المصرفية الإلكترونية. ويمكن توضيح هذا التقييم من خلال الشكلين التاليين:

الجدول رقم (2-23): تقييم العملاء الشعور بالرضى عن سرعة تنفيذ المعاملات عبر وسائل الدفع الإلكتروني

النسبة المئوية	عدد العملاء	الشعور بالرضى عن سرعة تنفيذ المعاملات عبر وسائل الدفع الإلكتروني
60%	24	موافق
40%	16	موافق جداً
00%	00	محايد
100%	40	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبة بالاستناد على معطيات الاستبيان المقدمة من طرف (العملاء، 2025)

الشكل رقم (2-34): تقييم العملاء الشعور بالرضى عن سرعة تنفيذ المعاملات عبر وسائل الدفع الإلكتروني



المصدر: من إعداد الطالبة بالاستناد على معطيات الاستبيان المقدمة من طرف (العملاء، 2025)

❖ التعليق

يمثل الشكلين تقييم العملاء الشعور بالرضى عن سرعة تنفيذ المعاملات عبر وسائل الدفع الإلكتروني، حيث يتضح من خلالهما أن أغلبية العملاء أبدوا بموافقة بنسبة 60%، حيث بلغ عددهم 24 عميل من مجمل العملاء. كما نلاحظ أن الذين أبدوا بموافقة جداً قدرت نسبتهم بـ 40%، أي بلغ عددهم 16 من مجمل العملاء، وهذا يدل بالإجماع وهذا يدل ثقة العملاء

الفصل الثاني دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية (BADR) -وكالة بسكرة-خلال الفترة (2024-2020)

في فعالية وكفاءة الأنظمة الإلكترونية المستخدم. ويتضح كذلك وجود نسبة منعدمة من المحايدين قدرت نسبتهم بـ 0%، وقدر عددهم بـ 0 من مجمل العملاء، وهذا يدل على سرعة تنفيذ المعاملات لم تعد محل نقاش أو شكوى بين العملاء بل أصبحت من المسلمات لديهم، ما يعكس نجاح البنك في تلبية هذا الجانب المهم من الخدمة.

عاشراً: "مساهمة وسائل الدفع الإلكتروني في تقليل الحاجة لزيارة الفروع البنكية"

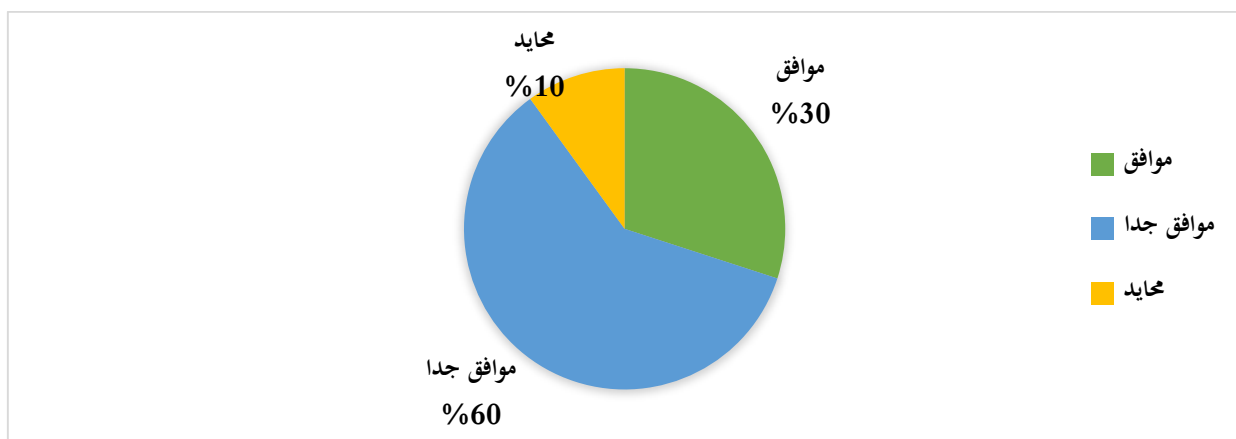
تساهم وسائل الدفع الإلكتروني بشكل فعال في تقليل الحاجة إلى زيارة الفروع البنكية من خلال تسهيل إجراء المعاملات المالية بسرعة وأمان من أي مكان. فهذا التحول الرقمي يعزز راحة العملاء ويوفر الوقت والجهد المرتبطين بالتنقل والانتظار داخل الفروع. ويمكن تقييم ماسبق من خلال الشكلين التاليين:

الجدول رقم (2-24): تقييم العملاء مساهمة وسائل الدفع الإلكتروني في تقليل الحاجة لزيارة الفروع البنكية

وسائل الدفع الإلكتروني تساهم في تقليل الحاجة لزيارة الفروع البنكية	عدد العملاء	النسبة المئوية
موافق	12	30%
موافق جداً	24	60%
محايد	04	10%
المجموع	40	100%

المصدر: من إعداد الطالبة بالاستناد على معطيات الاستبيان المقدمة من طرف (العملاء، 2025)

الشكل رقم (2-35): تقييم العملاء مساهمة وسائل الدفع الإلكتروني في تقليل الحاجة لزيارة الفروع البنكية



المصدر: من إعداد الطالبة بالاستناد على معطيات الاستبيان المقدمة من طرف (العملاء، 2025)

❖ التعليق

يمثل الشكلين السابقين تقييم العملاء مساهمة وسائل الدفع الإلكتروني في تقليل الحاجة لزيارة الفروع البنكية، حيث يتضح من خلالهما أن أغلبية العملاء أبدوا بموافق جداً بنسبة 60%، حيث بلغ عددهم 24 عميل من مجمل العملاء. وهذا يدل على

الفصل الثاني دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية (BADR) -وكالة بسكرة-خلال الفترة (2024-2020)

أن تجربة العملاء مع وسائل الدفع الإلكتروني كانت إيجابية جداً وأثرت بشكل واضح على سلوكهم المصرفي، حيث أصبح الاعتماد على الخدمات الرقمية بديلاً عملياً للفروع التقليدية. كما نلاحظ أن الذين أبدوا بموافق قدرت نسبتهم بـ 30%، أي بلغ عددهم 12 من مجمل العملاء، وهذا يؤكد أن وسائل الدفع الإلكتروني لم تخلق تحارب سلبية ملحوظة لدى العينة المستطلعة، وأنها مقبولة ومرحب بها بشكل عام. ويتضح كذلك وجود نسبة ضئيلة جداً من المحايدين قدرت نسبتهم بـ 10%، وقدر عددهم بـ 4 من مجمل العملاء، وهذا يدل على أن بعض العملاء لم يختبروا جميع الخدمات الإلكترونية بعد، أو أنهم ما زالوا يحتاجون أحياناً لزيارة الفروع لأسباب خاصة أو معاملات معينة.

حادي عشر: "تقييم نصح الآخرين باستخدام وسائل الدفع الإلكتروني التي يوفرها البنك"

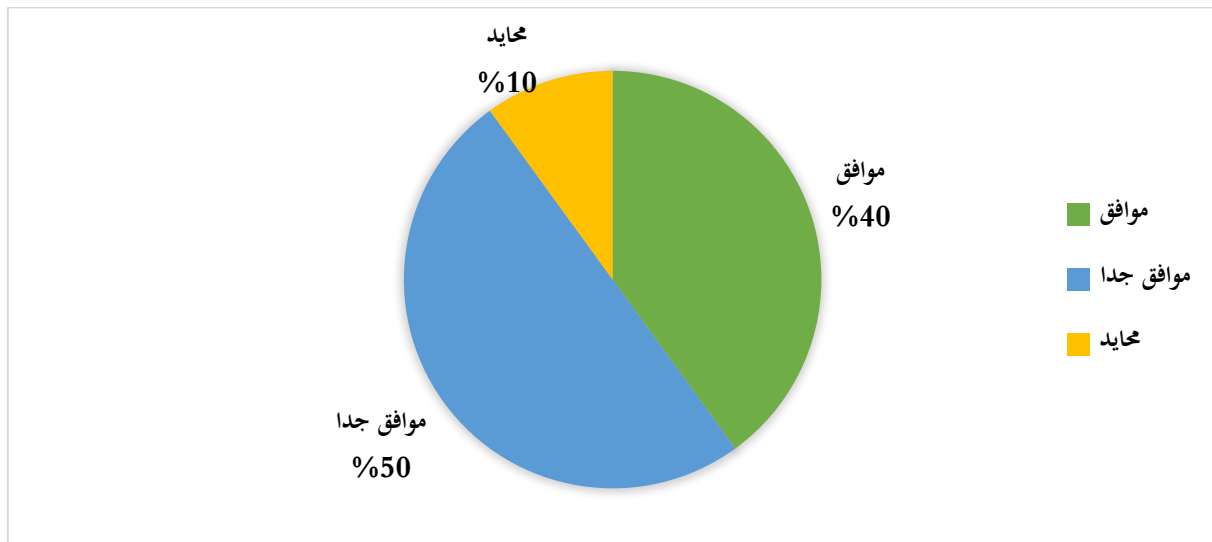
تعد نصيحة الآخرين باستخدام وسائل الدفع الإلكتروني التي يوفرها البنك مؤشراً مهماً على مدى رضا العملاء وثقتهم في هذه الخدمات. يعكس تقييم العملاء لهذه النصائح مدى فعالية الوسائل الإلكترونية في تسهيل المعاملات وضمان الأمان والراحة في الاستخدام، ويمكن توضيح هذا التقييم من خلال الشكليين التاليين:

الجدول رقم (2-25): تقييم نصح الآخرين باستخدام وسائل الدفع الإلكتروني التي يوفرها البنك

النسبة المئوية	عدد العملاء	نصح الآخرين باستخدام وسائل الدفع الإلكتروني التي يوفرها البنك
40%	16	موافق
50%	20	موافق جداً
10%	04	محايد
100%	40	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبة بالاستناد على معطيات الاستبيان المقدمة من طرف (العملاء، 2025)

الشكل رقم (2-36): تقييم نصح الآخرين باستخدام وسائل الدفع الإلكتروني التي يوفرها البنك



الفصل الثاني دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية (BADR) -وكالة بسكرة-خلال الفترة (2024-2020)

المصدر: من إعداد الطالبة بالاستناد على معطيات الاستبيان المقدمة من طرف (العملاء، 2025)

❖ التعليق

يمثل الشكلين السابقين تقييم نصح الآخرين باستخدام وسائل الدفع الإلكتروني التي يوفرها البنك، حيث يتضح من خلالهما أن نصف من العينة أبدوا بموافق جدًا بنسبة 50%، حيث بلغ عددهم 20 من مجمل العملاء. وهذا يدل على أن لديهم قناعة راسخة بأن وسائل الدفع الإلكتروني التي يقدمها البنك تستحق التوصية، سواء من حيث السرعة أو السهولة أو الأمان. كما نلاحظ أن الذين أبدوا بموافق قدرت نسبتهم بـ 40%، أي بلغ عددهم 16 من مجمل العملاء، وهذا يؤكد أن وسائل الدفع الإلكتروني لم تخلق تحارب سلبية ملحوظة لدى العينة المستطلعة، وأنها مقبولة ومرحب بها بشكل عام. ويتضح كذلك وجود نسبة ضئيلة جدا من المحايدين قدرت نسبتهم بـ 10%، وقدر عددهم بـ 4 من مجمل العملاء، وهذا يدل على أن بعض العملاء لم يكونوا تجربة كافية بعد، أو لديهم بعض التحفظات أو لم يواجهوا مواقف تستدعي نصح الآخرين بشكل مباشر

خلاصة الفصل

في ضوء النتائج التي توصلت إليها الدراسة التطبيقية حول مساهمة وسائل الدفع الإلكتروني في تحسين جودة الخدمات المصرفية ببنك الفلاحة والتنمية الريفية - وكالة بسكرة، أظهرت الدراسة التطبيقية أن البنك حقق تقدماً ملحوظاً في رقمنة خدماته، كما أبدى أغلب العملاء رضاهم عن مستوى الأمان، سرعة التنفيذ، وسهولة الاستخدام لوسائل الدفع الإلكتروني. كما أوضحت النتائج أن هذه الوسائل ساهمت بشكل مباشر في تقليل الحاجة لزيارة الفروع البنكية، ما انعكس إيجاباً على راحة العملاء وتوفير وقتهم وجهدهم. وأكدت نسبة كبيرة من العملاء ثقتهم في الدعم المقدم من البنك عند مواجهة أي مشاكل تقنية، إضافة إلى رضاهم عن توفر وسائل الدفع وسهولة الوصول إليها.

كما أظهرت النتائج استعداد معظم العملاء لنصح الآخرين باستخدام هذه الخدمات، مما يدل على صورة إيجابية وتجربة مرضية بشكل عام. وفي المقابل، ظهرت نسبة حيادية محدودة، ما يشير إلى ضرورة الاستمرار في جهود التوعية والتطوير. وتبرز هذه النتائج نجاح البنك في مواكبة التحول الرقمي وتلبية تطلعات العملاء، مع أهمية الاستمرار في تحسين وتوسيع الخدمات الإلكترونية. وفي المجمل، يمكن القول أن وسائل الدفع الإلكتروني أصبحت ركيزة أساسية في تعزيز جودة الخدمات المصرفية ورفع مستوى رضا العملاء في البنك.

الخاتمة

تؤدي وسائل الدفع الإلكتروني دوراً ريادياً في تحسين جودة الخدمات المصرفية المقدمة للعملاء، وذلك لما تتوفر عليه من خصائص تميزه عن باقي الوسائل التقليدية، فهذه الخصائص أدت إلى تسريع وتسهيل العمليات المالية، مما ساهم في رفع مستوى رضا العملاء وتلبية احتياجاتهم في الوقت والمكان المناسبين.

وقد تناولت دراستنا دور وسائل الدفع الإلكتروني في تحسين جودة الخدمات المصرفية للفترة 2024/2020، ومن خلال دراستنا نستنتج أن الاعتماد على هذه الوسائل مكّن البنوك من تقديم خدمات أكثر كفاءة وأماناً، مع تقليل التكاليف التشغيلية واختصار الوقت المطلوب لإتمام المعاملات. كما ساعدت كذلك في تعزيز الشفافية وزيادة الثقة بين العملاء والمؤسسات المصرفية، إضافة إلى دعم التوجه نحو الصيرفة الإلكترونية وتوسيع قاعدة الشمول المالي، حيث أثبتت وسائل الدفع الإلكتروني فعاليتها في تطوير الخدمات المصرفية، وجعلتها أكثر ملائمة لمتطلبات العصر الرقمي والتنافسية في القطاع المالي. ورغم ذلك، يبقى نجاح هذه الوسائل مرهوناً بتوفير البنية التحتية التقنية الملائمة، وتكثيف التوعية لضمان الاستخدام الآمن والفعال لها.

أ. اختبار صحة الفرضيات:

بعد دراسة الموضوع من مختلف جوانبه النظرية والميدانية، يمكننا اختبار مجموعة الفرضيات التي انطلقنا منها كما يلي:

➤ **الفرضية الأولى والتي تنص على أن:** "تساهم وسائل الدفع الإلكتروني في تحسين جودة الخدمات المصرفية من حيث السرعة والدقة."

يتم قبول هذه الفرضية وذلك لأن: تبين في الدراسة أن وسائل الدفع الإلكتروني تقلل الأخطاء وتوفر الوقت والجهد للعملاء والبنوك على حد سواء كما أنها تعزز دقة العمليات من خلال تقنيات الحماية والتشفير التي تقلل من مخاطر الاحتيال والأخطاء البشرية؛

➤ **الفرضية الثانية والتي جاءت كما يلي:** "يوجد نوع واحد من بطاقات الدفع الإلكتروني الممنوحة من طرف بنك الفلاحة والتنمية الريفية - وكالة بسكرة- هي البطاقات الوطنية."

يتم رفض هذه الفرضية وذلك لأن: تبين في الدراسة أن هناك العديد من البطاقات الممنوحة من طرف بنك الفلاحة والتنمية الريفية - وكالة بسكرة-، هي البطاقات الوطنية (بطاقات CIB، بطاقة توفير، بطاقة CBRI، بطاقة الأعمال)، وبطاقات دولية (بطاقات ماستر كارد)؛

➤ **الفرضية الثالثة والتي جاءت كما يلي:** "من أهم الوسائط الإلكترونية الهامة في استخدام البطاقات البنكية في بنك الفلاحة والتنمية الريفية - وكالة بسكرة- هي الموزع النقدي الآلي فقط."

يتم رفض هذه الفرضية لأن: من خلال الدراسة تبين أن الوسائط الإلكترونية الهامة في استخدام البطاقات البنكية في البنك عديدة وهي الموزع النقدي الآلي، جهاز الدفع الإلكتروني، خدمة بدر نت، خدمة سمس نت.

❖ **الفرضية الرابعة والتي جاءت كما يلي:** " يشعر عملاء بنك الفلاحة والتنمية الريفية -وكالة بسكرة-، بمستوى عالٍ من الأمان والسرية عند استخدام وسائل الدفع الإلكتروني ".

يتم قبول هذه الفرضية لأن: من خلال الدراسة تبين أن البنك يعزز ثقة عملائه من خلال توفير خدمات رقمية آمنة ومتاحة على مدار الساعة عبر شبكة واسعة من الفروع والموظفين المدربين ، بفضل النظام المعلوماتي المتطور الذي يضمن حماية البيانات وسرعة تنفيذ العمليات.

ب. نتائج الدراسة المتوصل إليها:

- ❖ من خلال ما تم تناوله في الدراسة يمكن استخلاص بعض النتائج وهي كالتالي:
- ❖ تعتبر وسائل الدفع الإلكترونية ضرورية في العصر التكنولوجي الحديث، فهي توفر السرعة والأمان لتسهيل المعاملات المالية للأفراد والشركات.
- ❖ يعد بنك الفلاحة والتنمية الريفية - (BADR) وكالة بسكرة - من البنوك الرائدة في الجزائر في مجال تطوير وتقديم وسائل الدفع الإلكتروني، حيث أدرج العديد من الخدمات الإلكترونية التي ساهمت في تحسين جودة الخدمات المصرفية المقدمة للعملاء.
- ❖ ساهمت وسائل الدفع الإلكتروني في تسريع وتسهيل العمليات البنكية، مثل عمليات السحب والإيداع، وتمكين العملاء من متابعة حساباتهم عن بعد عبر الإنترنت، مما أدى إلى رفع مستوى رضا الزبائن وتقليل الضغط على شبائيك البنك التقليدية.
- ❖ وقّر بنك الفلاحة والتنمية الريفية - (BADR) وكالة بسكرة - مجموعة واسعة من الخدمات الإلكترونية، من بينها: بطاقات الدفع البنكية (CIB)، أجهزة الدفع الإلكتروني (TPE) للتجار، خدمات BADR NET لمتابعة الحسابات عن بعد، وبرامج المعالجة الآلية للعمليات البنكية.
- ❖ عمل بنك الفلاحة والتنمية الريفية - (BADR) وكالة بسكرة - على تدريب وتكوين موظفيه لرفع كفاءتهم في التعامل مع التحديات التكنولوجية، كما قام بتطوير البنية التحتية لتواكب متطلبات العصر الرقمي في القطاع المصرفي.
- ❖ أصبح بإمكان العملاء فتح الحسابات البنكية والحصول على البطاقات الإلكترونية بسهولة، مع توفير الإجراءات الإدارية اللازمة بشكل مبسط ومنظم.
- ❖ لم تقتصر مساهمة بنك الفلاحة والتنمية الريفية - (BADR) وكالة بسكرة - على الخدمات البنكية فقط، بل شملت دعم وتمويل المشاريع الفلاحية والصناعات الغذائية، مع التركيز على تنمية المناطق الريفية، وذلك باستخدام وسائل الدفع الإلكتروني لتسهيل المعاملات المالية للمزارعين والمستثمرين.

ت. اقتراحات الدراسة:

بناء على نتائج الدراسة المتوصل إليها، يمكن تقديم جملة من اقتراحات مهمة وذات صلة بموضوع الدراسة، وهي كالتالي:

1. القيام بحملات تحسيسية لتوعية المجتمع بأهمية وسائل الدفع الإلكترونية؛
2. ضرورة الاستفادة من خبرات وتجارب الدول التي نجحت في مجال الدفع الإلكتروني؛
3. الوقوف على توفير أجهزة الدفع الآلية في مختلف الفروع والعمل على تطويرها لتوصيل فكرة العمل المصرفي؛
4. تسهيل إجراءات الحصول على وسائل الدفع الإلكتروني؛
5. وضع قوانين وإجراءات صارمة من أجل المخاطر التي تمس هذه الوسائل؛

ث. آفاق الدراسة

رغم أهمية الموضوع واتساعه غير أنه يبقى محل النقاش في جوانب أخرى، لهذا يمكن اقتراح بعض المواضيع التي يمكن أن تكون مشاريع لبحوث المستقبلية:

- التحديات التقنية والتنظيمية لوسائل الدفع الإلكتروني في الجزائر؛
- دور الثقافة المالية والثقة في تبني وسائل الدفع الإلكتروني في الجزائر؛
- الأمن السيبراني ومكافحة الجرائم الإلكترونية في نظم الدفع الإلكتروني بالجزائر.

قائمة المراجع

1. أحمد سفر (2008). أنظمة الدفع الإلكتروني. بيروت: منشورات الحلبي الحقوقية.
2. أحمد شكرين (2000). بطاقة الائتمان في الجزائر. الجزائر: جامعة يوسف بن خدة.
3. بختي إبراهيم (2008). التجارة الإلكترونية مفاهيم واستراتيجيات التطبيق في المؤسسة. بن عكنون - الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية.
4. بوراس أحمد (2014). أعمال الصيرفة الإلكترونية (الأدوات والمخاطر)، القاهرة: دار الكتاب الحديث القاهرة.
5. ثابت عبد الرحمان إدريس (2006). كفاءة وجودة الخدمات اللوجستية. الإسكندرية: الدار الجامعية.
6. جلال عايذة الشورة (2008). وسائل الدفع الإلكتروني. مصر: دار الثقافة للنشر والتوزيع.
7. الجنيهي منير (2005). البنوك الإلكترونية. الإسكندرية: دار الفكر الجامعي.
8. حميد الطائي (2006). الأسس العلمية للتسويق الحديث. الأردن: دار البازوري العلمية للنشر والتوزيع.
9. الحنفي عبد الغفار (2002). إدارة المصارف. مصر: دار الجامعة الجديدة للنشر.
10. رمضان زياد سليم، محفوظ أحمد جودة (2003). الاتجاهات المعاصرة في إدارة البنوك. الطبعة الثانية. الأردن: وائل للنشر والتوزيع.
11. زيتوني عبد القادر (2023). أدوات وتقنيات التمويل البنكي. الجزائر: دار البازوري العلمية للنشر والتوزيع.
12. السمرائي مهدي (2007). إدارة الجودة الشاملة في القطاعين الإنتاجي والخدمي. الأردن: دار جرجير للنشر والتوزيع.
13. الصمادي محمد حازم (2003). المسؤولية في العمليات المصرفية الإلكترونية. عمان - الأردن: دار وائل للنشر.
14. عبد العزيز أبو نبعة (2005). دراسات في تسويق الخدمات المتخصصة - منهج تطبيقي - طبعة 01. عمان: الوراق للنشر والتوزيع.
15. العجارمة تيسير (2000). التسويق المصري. الأردن: دار الحامد للنشر والتوزيع.
16. عصام عبد الفتاح مطر (2009). التجارة الإلكترونية في التشريعات الأجنبية والعربية. الإسكندرية: دار الجامعة الجديدة للنشر.
17. علي محمد أبو العز (2008). التجارة الإلكترونية وأحكامها في الفقه الإسلامي. بدون بلد نشر: دار النشر والتوزيع.

18. فاحوش نادر الفرد (2001). العمل المصرفي عبر الأنترنت (الإعتبارات القانونية) الدليل الإلكتروني للقانون العربي .
الدار العربية للعلوم.
19. فريد الصحن محمد (2002). قراءات في إدارة التسويق . مصر :الدار العالية.
20. فهد عصام العرييد (1999). دراسات معاصرة في محاسبة البنوك التجارية والبورصات .، دار الرضا للنشر.
21. مبروك حسين (2005). المدونة البنكية الجزائرية. الطبعة 03. الجزائر : دار هومة.
22. محمد غنام (2007). محفظة النقود الإلكترونية (رؤية المستقبلية). الإسكندرية - مصر : دار الجامعة الجديدة.
23. محمود الزامل أحمد وآخرون (2012). تسويق الخدمات المصرفية . عمان : إثراء للنشر والتوزيع.
24. مدحت صادق 2001 ادوات وتقنيات مصرفية القاهرة دار غريب للطباعة والنشر والتوزيع
25. مسعودي عبد الهادي (2016). الأعمال المصرفية الإلكترونية . عمان : دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع.
26. معلا ن (2007). الأصول العلمية للتسويق المصرفي طبعة 03. الأردن : المكتبة الوطنية.
27. نخلة أحمد قنديل (2006). التجارة الإلكترونية . مصر : جامعة قناة السويس.
28. هاني أحمد الضمور (2005). تسويق الخدمات . الطبعة 02. عمان : دار وائل للنشر والتوزيع.

ب. الرسائل ومذكرات التخرج:

1. بن صالح ماجدة (2021/2020). العوامل المؤثرة على ثقة العملاء في الخدمات المصرفية الإلكترونية (دراسة حالة البنوك الجزائرية). أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه . قلالة. كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير. الجزائر :
جامعة 8 ماي 1945.
2. عمورات أعراب (2017/2018). دور التسويق الداخلي في تعزيز المكانة الذهنية للخدمات البنكية . أطروحة
دكتوراه في العلوم الاقتصادية . كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير. الجزائر : جامعة فرحات عباس
سطيف.
3. قطاف فيروز (2011/2010). تقييم جودة الخدمات المصرفية ودراسة أثرها على رضا العميل (دراسة حالة بنك
الفلاحة والتنمية الريفية -وكالة بسكرة-). أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه في علوم التسيير . بسكرة. كلية العلوم
الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير. الجزائر : جامعة محمد خيضر.
4. حسن جميل جابر (2003). استخدام التقنيات المعلوماتية في خدمة زبائن المصارف اللبنانية —دراسة ميدانية حول
تطبيق E-Banking، رسالة ماجستير في الإدارة المالية . لبنان :المعهد العالي للإدارة.

5. العاتي إيمان. (2007/2006). البنوك التجارية وتحديات التجارة الإلكترونية. مذكرة لنيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية، تخصص: بنوك وتأمينات. كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، الجزائر: جامعة منتوري قسنطينة.
6. عبد الله. (2007/2008). دور تسويق الخدمات المصرفية الإلكترونية في تفعيل النشاط البنكي (دراسة حالة القرض الشعبي الجزائري بباتنة). مذكرة مكملّة لنيل شهادة الماجستير في العلوم التجارية. كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، الجزائر: جامعة الحاج لخضر باتنة.
7. نادية عبد الرحيم. (2011/2010). تطور الخدمات المصرفية ودورها في تفعيل النشاط الاقتصادي. مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في بنوك والتأمينات. كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير: جامعة الجزائر.
8. بلقاسمي أحمد. (2013/2014). إدارة مخاطر عمليات البنوك الإلكترونية وفق لجنة بازل الثانية. مذكرة تخرج مكملّة ضمن متطلبات نيل شهادة ماستر أكاديمي في العلوم الاقتصادية. كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير. الجزائر: جامعة أم البواقي.
9. بن جدو آمينة. (2020). ممارسات خدمات الصيرفة الإلكترونية في البنوك الجزائرية -دراسة حالة البنك الوطني الجزائري BNA الصيرفة الإلكترونية وتحديات تحسين الخدمات المصرفية -الواقع المأمول- .مسيلة: جامعة محمد بوضياف .
10. بوثلجة عائشة. (2021/2020). الصيرفة الإلكترونية. مطبوعة مقدمة للطلبة السنة الثانية ماستر، تخصص: مالية وبنوك. كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير. الجزائر: جامعة حسيبة بن بوعلي الشلف.
11. بونقلة بوعلام، موالكية عيدة. (2021/2020) واقع وسائل الدفع الإلكتروني في الجزائر (دراسة حالة البنوك الجزائرية). مذكرة تخرج مقدمة لنيل شهادة الماستر في تخصص المقاولاتية. قالملة. كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير. الجزائر: جامعة 08 ماي 1945.
12. جودي نبيل، صبيحي زكرياء. (2021/2022). دور أنظمة الدفع الإلكتروني في تحسين المعاملات المصرفية (دراسة حالة: بنك السلام فرع ورقلة). (مذكرة لنيل شهادة ماستر أكاديمي، تخصص اقتصاد نقدي وبنكي. كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير. الجزائر: جامعة قاصدي مرباح ورقلة.
13. خلو سميحة. (2016/2015). قياس جودة الخدمات المصرفية في البنوك التجارية دراسة ميدانية (مقارنة بين بنك BEA-CPA -تقرت- في الفترة 2015-2016). مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات نيل شهادة الماستر أكاديمي. كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير. الجزائر: جامعة قاصدي مرباح ورقلة.

14. زروال نبيلة، براشد ياسمين. (2023/2022). أثر التسويق الإلكتروني على جودة الخدمات المصرفية (دراسة حالة البنك الوطني الجزائري BNA - وكالة مستغانم). مذكرة تخرج مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة ماستر أكاديمي في تسويق خدمات. مستغانم. كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير. الجزائر: جامعة عبد الحميد بن باديس.
15. الساييس ابتسام، نيلي صفاء. (2020/2019). وسائل الدفع في التجارة الإلكترونية. مذكرة لاستكمال متطلبات شهادة ماستر أكاديمي، تخصص: قانون الأعمال. ورقلة. كلية الحقوق والعلوم السياسية. الجزائر: جامعة قاصدي مرباح.
16. طلاب يونس محمد الأمين. (2022/2021). أثر جودة الخدمة المصرفية على الصورة الذهنية للعملاء (دراسة ميدانية على عينة من عملاء بنك الفلاحة والتنمية الريفية - وكالة ورقلة). مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة ماستر أكاديمي. ورقلة. كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير: جامعة قاصدي مرباح.
17. عبايدي علي، فندي فضيلة. (2021/2022). دراسة مقارنة بين الخدمات المصرفية التقليدية والخدمات المصرفية الإسلامية المقدمة في البنوك الجزائرية (دراسة حالة البنوك الناشطة في ولاية تيارت). مذكرة تخرج تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر. كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير. الجزائر: جامعة ابن خلدون تيارت.
18. قواسمية سلمى، مصباح إيمان. (2015/2014). قياس جودة الخدمات المصرفية في المصارف التجارية الجزائرية (دراسة ميدانية: بنك التنمية المحلية - وكالة بوشقوف). مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر أكاديمي. قالمة. كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير. الجزائر: جامعة 08 ماي 1945.
19. قواسمية شيماء، ضيف الله أشواق. (2023/2022). محددات تبني الخدمات المصرفية الإلكترونية في البنوك التجارية (دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية - وكالة قالمة). مذكرة تخرج لاستكمال متطلبات نيل شهادة الماستر، تخصص: إدارة مالية. كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير. الجزائر: جامعة 8 ماي 1945.
20. كماش أمل، بوشمة خولة. (2021/2020). البنوك الإلكترونية ودورها في تحسين جودة الخدمات المصرفية (دراسة حالة: بنك سكريل Skrill). مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة ماستر أكاديمي ل م د في تخصص اقتصاد نقدي وبنكي. تبسة. كلية العلوم الاقتصادية، العلوم التجارية، وعلوم التسيير. الجزائر: جامعة العربي التبسي.
21. لوصيف عمار. (2009/2008). استراتيجيات نظام المدفوعات للقرن الحادي والعشرين مع الإشارة إلى تجربة الجزائرية. مذكرة مقدمة كجزء من متطلبات نيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية. كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير. الجزائر: جتمعة منتوري - قسنطينة.
22. مخرمش حاج محمد. (2018/2017). دور الصيرفة الإلكترونية في تحقيق الميزة التنافسية للبنوك التجارية (دراسة حالة مجموعة من الوكالات البنكية في ولاية ورقلة). مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة ماستر الأكاديمي. تخصص: مالية وبنوك. كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير. الجزائر: جامعة قاصدي مرباح ورقلة.

ت. المجالات:

1. حسين ,رحيم، معراج هواري .(2004). الصيرفة الإلكترونية كمدخل لعصرنة المصارف الإلكترونية .ملتقى المنظومة المصرفية الجزائرية والتحول الاقتصادي -واقع وآفاق .-الشلف :جامعة حسيبة بن بوعلي .
2. ديدوش هاجرة، حريزي عبد الغني . (24 جوان 2021) . مجلة اقتصاديات شمال إفريقيا . دور الصيرفة الإلكترونية في تحسين الخدمة المصرفية (دراسة حالة:بنك الفلاحة والتنمية الريفية -المديرية الجهوية بالشلف-). (المجلد. 17) . (العدد.26).
3. عبد الغني ربوح، نور الدين غدة .تطبيق أنظمة الصيرفة الإلكترونية في البنوك الجزائرية بين الواقع والآفاق .إصلاح النظام المصرفي الجزائري في ظل التطورات العالمية الراهنة .ورقلة :جامعة قاصدي مرباح .
4. الشاهد، محمود فكري عبد الصادق. (04 جانفي 2024). مجلة المعهد العالي للدراسات النوعية .الإطار القانوني لتأثير الأوراق التجارية الإلكترونية بتقنيات الذكاء الاصطناعي .
5. طيبي حورية، بركات عماد الدين. (21 جويلية 2019).مجلة القانون والتنمية المحلية، مخبر القانون والتنمية المحلية . وسائل الدفع الإلكترونية ودورها في تفعيل التجارة الإلكترونية. (المجلد. 02)، (العدد .01).
6. عبدلي هالة .(جوان.2017). مجلة الأصيل للدراسات والبحوث الإدارية .الصيرفة الإلكترونية آلية لضمان جودة الخدمات المصرفية. (العدد. 01) .
7. عمارة لخضر الدين،يونس مصطفي .(24 فيفري 2021) .مجلة الإستراتيجية والتنمية .أثر تنوع الخدمات المصرفية الإسلامية في تحقيق رضا الزبون .(المجلد.11).(العدد. 02)
8. قاسم ،شندي .(2011) .مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية الجامعة .الصيرفة الإلكترونية انماطها وخيارات القبول والرفض .(العدد .27).
9. لطرش هالة، محمد بلحسن. (07 ماي 2021). مجلة معهد العلوم الاقتصادية .العوامل المؤثرة على تبني البنوك الإلكترونية :دراسة كمية لعينة من زبائن البنوك الجزائرية . (المجلد. 24). (العدد .01).
10. متزول يمينة، صافة خيرة. (27 أفريل 2022). مجلة الحقوق والعلوم الإنسانية .الأوراق التجارية من التقليدية إلى الإلكترونية (قراءة في التشريع الجزائري وبعض التشريعات العربية) ،(المجلد.15) ، (العدد .01)
- 11.محمود سحنون. (ماي 2003).مجلة العلوم الإنسانية .النظام المصرفي بين الورقية والنقود الآلية.(العدد .04)
- 12.مخلوف سعاد، غرابي خولة (بدون تاريخ نشر) .مجلة حقائق للدراسات النفسية والاجتماعية .الجودة في المؤسسات -دراسة نظرية- . (العدد .15).

13. نصر فهد ,حمود مزيان .(2011). مجلة كلية الإدارة والاقتصاد .إمكانيات التحول نحو الصيرفة الإلكترونية في البلدان العربية.(المجلد.4). (العدد.11).
14. الرعد حسن الصر.(سبتمبر 2005). مجلة العلوم الإنسانية .أهمية دراسة العلاقة بين شبكة الانترنت وجودة الخدمة المصرفية -دراسة نظرية- . (العدد .08).
15. قطاف فيروز. (مارس 2011). مجلة العلوم الإنسانية .تقييم جودة الخدمة المصرفية ودراسة أثرها على رضا العميل المصرفي.(العدد .21).
16. سالم محمد عبود. (08 مارس 2014). المجلة العراقية لبحوث السوق .قياس أبعاد جودة الخدمة المصرفية من وجهة نظر الزبائن باستخدام مدخل الفجوات . (المجلد .06). (العدد.01).
17. بلعاش ,ميادة .,بن سماعيل حياة. (ديسمبر.2014). أبحاث اقتصادية وإدارية .مشروع الصيرفة الإلكترونية في الجزائر، (العدد .06).
18. أبو بكر سالم، قاجة آمنة .(01 ديسمبر 2016) .مجلة التنمية والاستشراف للبحوث والدراسات .قراءة في الاهمية الاقتصادية لوسائل الدفع الالكترونية -التجربة الماليزية نموذجًا-. (المجلد.01)
19. قاجة آمنة، أبو بكر سالم .(ديسمبر 2016). قراءة في الاهمية الاقتصادية لوسائل الدفع الالكترونية .مجلة التنمية والاستشراف للبحوث والدراسات .
20. أيت شعلال نبيل. (ديسمبر , 2019). الدراسات القانونية والاقتصادية. البطاقات البنكية وعوائق استخدامها في الجزائر. (العدد.4)
21. محبوب علي ,سنوسي علي.(15 سبتمبر 2020). مجلة شعاع للدراسات الاقتصادية .واقع الصيرفة الإلكترونية في البنوك التجارية مصرف السلام الجزائر أنموذجًا.(المجلد .02). (العدد .04)
22. أم الخير قوق، حنان طهاري. (01 مارس 2022). المسؤولية المدنية الناشئة عن استخدام وسائل الدفع الالكتروني. مجلة العلوم القانونية والاجتماعية .

ث. الملتيقيات والمداخلات:

1. أنعمون عبد الوهاب .(2004). النظم المعاصرة لتوزيع المنتجات المصرفية و إستراتيجية البنوك، مجمع النصوص العلمية . الشلف :جامعة حسيبة بن بوعلي.
2. حسين رحيم ومعراج هوارى. (2004). الصيرفة الإلكترونية كمدخل لعصرنة المصارف الإلكترونية .الملتقى الوطني الأول حول ملتقى المنظومة المصرفية الجزائرية والتحويلات الاقتصادية -واقع وآفاق-. جامعة حسيبة بن بوعلي. الشلف.

ج. مقالات:

1. بومعروف, فاطمة الزهراء. (2021). الواقع المحاسبي لوسائل الدفع الالكتروني في المؤسسة الاقتصادية، دراسة حالة في الشركة الوطنية للتسويق وتوزيع المواد البترولية (نفطال-بسكرة). بسكرة: ميلاف البحوث والدراسات.
2. عبد الجليل. (2018). واقع ورهانات تطبيق أنظمة الدفع الالكتروني واثرها على البنوك التجارية الجزائرية. بشار: جامعة طاهري محمد بشار.
3. فهد عصام العرييد. (1999). دراسات معاصرة في محاسبة البنوك التجارية والبورصات. دار الرضا للنشر.

ح. القوانين والمراسيم:

1. الأمر رقم 11/03. المؤرخ في 26 أوت 2003 المتعلق بالنقد والقرض معدل ومتمم حسب آخر تعديل له بالقانون رقم 10-17. المؤرخ في 11 أكتوبر 2017 المتعلق بالنقد والقرض. الجريدة الرسمية العدد (52). المؤرخة في 03 أوت 2003.

خ. المقابلات:

1. العملاء. (13 ماي, 2025). معطيات عن بنك الفلاحة والتنمية الريفية (BADR) -وكالة بسكرة-. (الطالبة، المحاور)
2. مكلفة بالصيرفة الإسلامية. (13 ماي, 2025). معطيات عن بنك الفلاحة والتنمية الريفية (BADR) -وكالة بسكرة-. (الطالبة، المحاور)
3. الموظفين. (13 ماي, 2025). معطيات عن بنك الفلاحة والتنمية الريفية (BADR) -وكالة بسكرة-. (الطالبة، المحاور)

د. المواقع الإلكترونية:

1. Algérie Poste. (بلا تاريخ). تاريخ الاسترداد 04, 16, 2025، من Service monétique: [/https://www.poste.dz](https://www.poste.dz)
2. TPV CENTER. (بلا تاريخ). تاريخ الاسترداد 04, 16, 2025، من TPV CENTER: [/https://www.tpvcenter.com](https://www.tpvcenter.com)
3. بنك الفلاحة والتنمية الريفية. (بلا تاريخ). تاريخ الاسترداد 17 ماي, 2024، من [/https://badrbanque.dz](https://badrbanque.dz)

4. مفهوم الخدمات المصرفية. (بلا تاريخ). تاريخ الاسترداد 12 أبريل, 2025، من جمعية البنوك في الأردن :
<https://finapp.jo/>

الملاحق

الملحق رقم 01: دفتر إدخار للكبار أو دفتر إدخار أشبال



الملحق رقم 02: دفتر توفير الفلاح



الملحق رقم 03: دفتر توفير إسلامي بدون عوائد



الجمهورية الإسلامية



Ministère de l'Agriculture et de l'élevage

الصيرفة الإسلامية بنك بدر

قيم و مبادئ

دفتر توفير إسلامي بدون عائد





badrbanque



BADR ITTISSAL
021 989 323
Tarif appel local



contact@badr.dz

الملحق رقم 04: عملية السحب من الصراف الآلي



الملحق رقم 05: جهاز الدفع الإلكتروني (TPE)



الملحق رقم 06: بطاقة بدر (CARTE BADR)

بنك الفلاحة والتنمية الريفية
Banque de l'agriculture
et du développement rural

le plus grand réseau
bancaire en Algérie

**Choisissez la carte
qui vous convient**

GRATUIT

Carte BADR
Interbancaire Gold

0123 4567 8901 2345

Carte BADR
Interbancaire

0123 4567 8901 2345

EXPIRE
PIN

TOUT SIMPLEMENT
MEILLEURE, LE
RETRAIT ET
PAIEMENT
ELECTRONIQUE
AVEC LA BADR

021 989 323

contact@badr.dz

www.badrbanque.dz

BADR ... plus qu'une banque

La Carte interbancaire **BADR** est adossée à votre Compte ouvert auprès de l'une de nos agences, elle vous offre l'avantage de RETIRER votre argent et de PAYER vos factures en toute sécurité et rapidité.

Fonctionnalités de la carte :

Le Carte **BADR** Classique / Gold vous permet 7j/7 et 24h/24 de :

- Effectuer des retraits sur tous les guichets automatiques DAB et GAB y compris les jours fériés;
- Régler vos factures sur internet;
- Effectuer des paiements auprès des commerçants dotés d'un terminal de paiement électronique (TPE).

Des services supplémentaires à travers notre réseau de GAB/DAB :

- La consultation de votre solde;
- Virement de compte à compte;
- Commande de chéquier;
- Edition du RIB.

Validité de la carte **BADR :**

La validité de la carte **BADR** est de 02 ans, renouvelable automatiquement.

Sécurité :

- Grâce à votre code confidentiel, personnel et au 3D secure, vous êtes sécurisés de tout danger.
- En cas de vol ou de perte vous devez signaler à votre banque l'incident immédiatement pour opposition de la carte.
- Votre carte sera remplacée en cas de vol, de perte ou de détérioration.
- En cas de perte ou d'oubli du code confidentiel PIN ce dernier vous sera réédité.

• PAIEMENT SUR INTERNET
• PAIEMENT VIA TPE
• RETRAIT VIA GAB

24h/7j

Pour tout renseignement
Visitez notre site web ou rendez vous
dans nos agences

الملحق رقم 07: خدمات قروض عقارية والإسكان الريفي



بنك الفلاحة والتنمية الريفية
Banque de l'agriculture
et du développement rural



القرض العقاري

CRÉDIT IMMOBILIER

بنك بدر... بنك وأكثر من ذلك
BADR BANQUE ... BANQUE ET BIEN PLUS ENCORE

© /BADRBANK.DZ

✉ CONTACT@BADR.DZ

☎ 021 989 323

الملحق رقم 08: تمويل السيارات



المرابحة سيارة





معتمد من طرف الهيئة الشرعية الوطنية للإفتاء للصناعة المالية الإسلامية



021 989 323

www.badrbanque.dz

بنك الفلاحة والتنمية الريفية

Banque de l'agriculture et du développement rural



الملحق رقم 09: قروض خاصة بتجهيزات المنزل



الجمهورية الإسلامية الموريتانية



Ministère de l'Agriculture et du Développement Rural

المراوحة للإستهلاك



معتمد من طرف الهيئة الشرعية الوطنية للإفتاء للصناعة المالية الإسلامية

DMC 124

  badrbanque

 BADR ITTISSAL
021 989 323
Tarif appel local

 contact@badr.dz

الملحق رقم 10: قرض التحدي

بنك الفلاحة والتنمية الريفية
Banque de l'agriculture
et du développement rural

le plus grand réseau
bancaire en Algérie



Pour réaliser vos projets

Crédit ETTAHADI

021 989 323
Toll-free

contact@badr.dz

www.badrbanque.dz

BADR ... plus qu'une banque

VOUS ETES :

- Propriétaires de terres privées et/ou concessionnaires de terres agricoles relevant du domaine privé de l'Etat à titre individuel ou collectif ;
- Agriculteurs et/ou éleveurs à titre individuel ou organisés en coopérative ou Groupement d'intérêt commun agricole ;
- Entreprises économiques intervenant dans les activités de production agricole et/ou d'élevage, de valorisation, de transformation et d'exploitation de produits agricoles et agroalimentaires ;
- Fermes pilotes.

VOUS VOULEZ :

- Créer et équiper de nouvelles exploitations agricoles et /ou d'élevage ;
- Moderniser des exploitations agricoles et /ou d'élevage existantes ;
- Intensifier, transformer, valoriser des produits agricoles et d'élevage nécessitant des besoins de financement.

**LA BADR VOUS ACCOMPAGNE
AVEC ETTAHADI**

<< Crédit d'investissement bonifié par l'Etat >>

Jusqu'à :

- 100 000 000 DA s'il revêt la forme Individuel.
- 200 000 000 DA s'il revêt la forme Fédérative.

Pour tout renseignement
Visitez notre site web ou rendez vous
dans nos agences



الملحق رقم-11-: خدمة بدر سمس BADR SMS



الملحق رقم 12: خدمة الدفع عبر الأنترنت BADRnet





وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة محمد خيضر - بسكرة

كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير

قسم: العلوم الاقتصادية



تخصص:

استبيان

التعليمة:

في إطار إعداد مذكرة تخرج ليسانس بعنوان " دور وسائل الدفع الإلكتروني في تحسين جودة الخدمات المصرفية" نضع بين أيديكم استبيان مرفق والمتضمن مجموعة من الفقرات والتي تعبر بوضوح عن رأيك الشخصي اتجاه جودة الخدمات المصرفية والمطلوب منك معرفة وجهة نظرك بصراحة وأمانة وإبراز رأيك من خلال الإجابة على هذه العبارات بوضع العلامة (X) أمام العبارة التي تريدها بنفسك.

أ. البيانات الشخصية:

- الجنس: ذكر: ☐ أنثى: ☐
- السن: من 18 _ 23 ☐
- من 24 _ 28 ☐
- من 29 _ 33 ☐
- من 34 _ فما فوق ☐
- النوع: موظف ☐ عميل ☐

أولاً: "خاص بالموظفين:

1. أعتقد أن وسائل الدفع الإلكتروني ساهمت في تسريع عمليات المعاملات المصرفية.

موافق ☐ موافق جداً ☐ محايد ☐

2. وسائل الدفع الإلكتروني قللت من الأخطاء البشرية في عمليات الدفع.

موافق ☐ موافق جداً ☐ محايد ☐

3. استخدام وسائل الدفع الإلكتروني ساعد في تقليل الازدحام داخل الفروع المصرفية.

☐ موافق ☐ موافق جداً ☐ محايد

4. أجد أن العملاء أكثر رضا عند استخدامهم لوسائل الدفع الإلكتروني.

☐ موافق ☐ موافق جداً ☐ محايد

5. وسائل الدفع الإلكتروني ساعدت في تحسين كفاءة العمل داخل البنك.

☐ موافق ☐ موافق جداً ☐ محايد

6. أعتقد أن البنك يوفر تدريباً كافياً للموظفين على استخدام وسائل الدفع الإلكتروني.

☐ موافق ☐ موافق جداً ☐ محايد

7. وسائل الدفع الإلكتروني ساهمت في تقليل التكاليف التشغيلية للبنك.

☐ موافق ☐ موافق جداً ☐ محايد

8. ألاحظ أن وسائل الدفع الإلكتروني تزيد من أمان المعاملات المصرفية.

☐ موافق ☐ موافق جداً ☐ محايد

9. أعتقد أن وسائل الدفع الإلكتروني تساعد في جذب عملاء جدد للبنك.

☐ موافق ☐ موافق جداً ☐ محايد

10. أشعر أن البنك يستثمر بشكل كافٍ في تطوير وسائل الدفع الإلكتروني.

☐ موافق ☐ موافق جداً ☐ محايد

1. خاص بالعملاء:

1. أجد أن استخدام وسائل الدفع التقليدية في البنك سهل ومريح.

☐ موافق ☐ موافق جداً ☐ محايد

2. أجد أن استخدام وسائل الدفع الإلكتروني في البنك سهل ومريح.

☐ موافق ☐ موافق جداً ☐ محايد

3. أشعر بالأمان عند استخدام وسائل الدفع الإلكتروني لإجراء المعاملات المصرفية.

☐ موافق ☐ موافق جداً ☐ محايد

4. وسائل الدفع الإلكتروني توفر لي الوقت مقارنة بالطرق التقليدية.

☐ موافق ☐ موافق جدًا ☐ محايد

5. أعتقد أن وسائل الدفع الإلكتروني تساعد في تحسين جودة الخدمات المصرفية المقدمة.

☐ موافق ☐ موافق جدًا ☐ محايد

6. أستخدم وسائل الدفع الإلكتروني بشكل متكرر لإجراء معاملاتي البنكية.

☐ موافق ☐ موافق جدًا ☐ محايد

7. البنك يقدم دعمًا جيدًا عند مواجهة مشاكل في وسائل الدفع الإلكتروني.

☐ موافق ☐ موافق جدًا ☐ محايد

8. وسائل الدفع الإلكتروني متوفرة بشكل واسع وسهل الوصول إليها في البنك.

☐ موافق ☐ موافق جدًا ☐ محايد

9. أشعر بالرضا عن سرعة تنفيذ المعاملات عبر وسائل الدفع الإلكتروني.

☐ موافق ☐ موافق جدًا ☐ محايد

10. أعتقد أن وسائل الدفع الإلكتروني تساهم في تقليل الحاجة لزيارة الفروع البنكية.

☐ موافق ☐ موافق جدًا ☐ محايد

11. أنصح الآخرين باستخدام وسائل الدفع الإلكتروني التي يوفرها البنك.

☐ موافق ☐ موافق جدًا ☐ محايد

السنة الجامعية: 2025/2024

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
République Algérienne Démocratique et Populaire
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
Ministère de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche Scientifique

Université Mohamed Khider – Biskra
Faculté des Sciences Economiques
Commerciales et des Sciences de gestion



جامعة محمد خيضر – بسكرة
كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير
عمادة الكلية

الرقم : 566 / ك.ع.إ.ت.ع ت / 2025

إلى السيد مدير: بنك الفلاحة والتنمية الريفية
وكالة بسكرة

طلب مساعدة لاستكمال مذكرة التخرج

دعما منكم للبحث العلمي، نرجو من سيادتكم تقديم التسهيلات اللازمة للطلبة:



-1
-2
-3

المسجلون بـ قسم العلوم الاقتصادية
بالسنة: ثانية ماستراقتصاد نقدي ومالي
وذلك لاستكمال الجانب الميداني لمذكرة التخرج المعنونة بـ:
""دور وسائل الدفع الإلكترونية في تحسين جودة الخدمات المصرفية ""

وفي الأخير تقبلوا منا فائق الاحترام والتقدير

بسكرة في: 2025/05/05



تأشيرة المؤسسة المستقبلة

Sous Directeur Support
GRE 007
KADDOUR Rihoum Abdelkader

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة محمد خيضر بسكرة

تصريح شرفي

(خاص بالالتزام بقواعد النزاهة العلمية لإنجاز بحث)

أنا الممضي أسفله،

السيد (ة): بن كحلة أنفال ربيع الصفة: طالبة طالب ماستري

الحامل لبطاقة التعريف الوطنية رقم: 205518041 والصادرة بتاريخ: 25.12.2019

المسجل بكلية: العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

قسم: العلوم الاقتصادية

والمكلف بإنجاز مذكرة تخرج في الماستر عنوانها:

دور وسائل الدفع الإلكتروني في تحسين جودة
الخدمات المصرفية دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية
الريفية (BAPR) (وكالة بسكية) خلال الفترة (2024-2025)

أصحب بشرفي أنني ألتزم بمراعاة المعايير العلمية والمنهجية ومعايير الأخلاقيات المهنية والنزاهة الأكاديمية المطلوبة في إنجاز البحث المذكور أعلاه.

التاريخ: 27 ماي 2025

توقيع المعني:

