

Université Mohamed KHIDHER -Biskra
Faculté des Sciences Economiques,
Commerciales et des Sciences de Gestion
Département des Sciences Economiques



جامعة محمد خيضر - بسكرة
كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير
قسم العلوم الاقتصادية

الموضوع

دور الصيرفة الإلكترونية في تحسين جودة الخدمات المصرفية
دراسة مقارنة بين بنك القرض الشعبي الجزائري-وكالة بسكرة- وبنك
السلام-وكالة بسكرة-

مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر في العلوم الاقتصادية
تخصص: إقتصاد نقدي وبنكي

الأستاذ المشرف:

غقال إلياس

إعداد الطالب(ة):

بلحسن خولة

لجنة المناقشة

الرقم	أعضاء اللجنة	الرتبة	الصّفة	مؤسسة الانتماء
1	د/ كردودي صبرينة	أستاذة محاضرة "أ"	رئيسا	جامعة بسكرة
2	د/ غقال إلياس	أستاذ محاضر "أ"	مشرفا	جامعة بسكرة
3	د/ نور الدين دلال	أستاذة محاضرة "ب"	ممتحنا	جامعة بسكرة

السنة الجامعية: 2020/ 2019

الشكر والعرفان:

في البداية أشكر الله -عز و جل- على نعمته و فضله انعم علي و وهبني

العلم و المعرفة وأمدني بالعزم و المثابرة لإتمام هذا البحث .

أتقدم بالشكر الجزيل و التقدير و الامتنان للأستاذ غقال إلياس لتفضله

بالإشراف على هذا البحث و الذي لم يترك لا صغيرة و لا كبيرة في ثنايا هذا

البحث، حيث كان ناصحا و مرشدا .

كما لا يفوتنا شكر كل من ساهم في هذا البحث سواء من قريب أو من بعيد،

و كذلك الأساتذة الكرام.

خولة بلحسن

إهداء

إلى من هواه سرق قلبي وحبه ينسيني تعبى، إلى من أشعل الشمعة بيدي لينير لي بها
دربي، إلى من في قلبه يحمل حلمي ودوما يشاركني فرحي وحزني، إلى من يتعجب
اليوم من أجلي لكي أبني أنا تحدي، إلى من كان لي درع أمان أحمي به نائبات
الزمان

إلى الغالي أبي أطل الله في عمره

إلى التي عشقت بريق عينيها وأخذت أنفاسي الأولى بين ذراعيها، إلى التي كلما
رأيتها اجتهد لسانى في ذكر اسمها، إلى التي في قلبي حملت حبها وبودي أن أكون
عبدا لها، إلى التي علمتني أن الحياة كفاح وأن ثمارها بعد ذلك نجاح، إلى التي بها
أنعم وبدونها أتألم،

إلى أمي الغالية حفظها الله لي

إلى كل رمز من رموز الحب وحرفه من حروفه ونسق من معانيه في وجودي، إلى
جواهر حياتي إخوتي

ياسمين، محمد، زكرياء

إلى من معها وبرفتها في دروب الحياة سرت حزني وسعادتني معها تقاسمت، إلى أنز
صديقاتي: بن ناجي مبروكة

إلى من عرفتهم وأحببتهم إلى من جمعني بهم القدر

إلى كل من أحب الله والرسول صلى الله عليه وسلم

خولة بلحسن

المخلص:

يشهد العالم تطورا كبيرا في مجال الصناعة المصرفية حيث تحولت العديد من الأجهزة المصرفية في العالم إلى أنظمة الصيرفة الالكترونية في التعامل مع الأطراف المختلفة، وذلك من اجل تحسين جودة الخدمات المصرفية المقدمة من طرف البنوك للحصول على درجة عالية من رضا المتعاملين وتحقيق مردودية مالية اكبر.


وقد تم التوصل إلى أن استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات جعلت من الخدمات المصرفية أمرا حتميا سيفرض نفسه في تحديد مستقبل المصارف وتطورها، كما توصل إلى أن هناك أثر للصيرفة الالكترونية على جودة الخدمات المصرفية من خلال توفير إمكانيات واسعة كلها تساعد على الرفع من أداء البنوك لخدماتها بالرغم من وجود بعض المخاطر في تقديم الخدمة الالكترونية، كما يتضح الأثر أيضا من خلال تغير شكل أو مكان تقديم الخدمة من التقليدي إلى الالكتروني، والذي يعمل على تقليل التكاليف وتقديم خدمة ذات جودة عالية والوصول بذلك إلى اكبر شريحة من العملاء.

الكلمات المفتاحية: الصيرفة الالكترونية، وسائل الدفع الالكتروني، جودة الخدمات المصرفية، آليات الصيرفة الالكترونية.

Résumé :

Le monde connaît un grand développement dans le secteur bancaire, où de nombreux systèmes bancaires du monde ont adopté des systèmes bancaires électroniques pour traiter avec différentes parties afin d'améliorer la qualité des services bancaires fournis par les banques afin d'obtenir un degré élevé de satisfaction de la clientèle et d'accroître la rentabilité financière.

Il a été conclu que l'utilisation des technologies de l'information et de la communication a fait des services bancaires une question inévitable qui s'imposera pour déterminer l'avenir des banques et leur développement. Il a également été conclu que la banque électronique a un impact sur la qualité des services bancaires en offrant de larges possibilités, qui contribuent toutes à améliorer les performances des banques pour leurs services malgré La présence de certains risques dans la fourniture d'un service électronique, et l'effet est également évident en changeant la forme ou le lieu de la prestation de service de traditionnel à électronique, ce qui permet de réduire les coûts et de fournir un service de haute qualité et d'atteindre ainsi le plus grand segment de clients.

A decorative border of black maple leaves surrounds the central text. The leaves are arranged in a rectangular frame, with each leaf pointing towards the center.

قائمة المحتويات

فهرس المحتويات

الصفحة	الفهرس
I	الشكر والتقدير
II	الإهداء
III	ملخص
V	فهرس المحتويات
VIII	قائمة الجداول
IX	قائمة الأشكال
X	قائمة الملاحق
أ- و	مقدمة
01	الفصل الأول: الإطار النظري للصيرفة الإلكترونية
03	المبحث الأول: مدخل إلى الصيرفة الإلكترونية
03	المطلب الأول: مفهوم الصيرفة الإلكترونية وتطورها عبر التاريخ
08	المطلب الثاني: خصائص وأهداف الصيرفة الإلكترونية
09	المطلب الثالث: متطلبات الصيرفة الإلكترونية
13	المطلب الرابع: مستويات أعمال الصيرفة الإلكترونية وعوامل نجاحها
16	المبحث الثاني: قنوات الصيرفة الإلكترونية والمزايا والعيوب المرتبطة بها
16	المطلب الأول: قنوات الصيرفة الإلكترونية
23	المطلب الثاني: مزايا الصيرفة الإلكترونية
25	المطلب الثالث: عيوب الصيرفة الإلكترونية
26	المبحث الثالث: أساليب الدفع الإلكترونية
26	المطلب الأول: مفهوم الدفع الإلكتروني
27	المطلب الثاني: وسائل وأنظمة الدفع الإلكتروني
42	المطلب الثالث: المخاطر التي تواجه البنوك في بيئة الانترنت
43	الفصل الثاني: الإطار النظري للخدمات المصرفية
45	المبحث الأول: مدخل إلى الخدمات المصرفية
45	المطلب الأول: مفهوم الخدمات المصرفية وتطورها عبر التاريخ
49	المطلب الثاني: خصائص وأنواع الخدمات المصرفية
57	المطلب الثالث: دورة حياة الخدمة المصرفية
61	المبحث الثاني: جودة الخدمات المصرفية

فهرس المحتويات

61	المطلب الأول: مفهوم الجودة وجودة الخدمة
63	المطلب الثاني: مفهوم جودة الخدمات المصرفية وخصائصها
65	المطلب الثالث: أبعاد جودة الخدمات المصرفية ومميزاتها
67	المبحث الثالث: تأثير الصيرفة الإلكترونية على جودة الخدمات المصرفية
67	المطلب الأول: مختلف أدوات قياس جودة الخدمات المصرفية على الانترنت
69	المطلب الثاني: أثر إستخدام تكنولوجيا المعلومات والإتصالات على سلوك العملاء وأداء المصارف
72	المطلب الثالث: دور تكنولوجيا المعلومات والإتصالات في تحسين جودة الخدمة المصرفية
77	الفصل الثالث: دراسة مقارنة بين بنك القرض الشعبي الجزائري وكالة بسكرة وبنك السلام-الجزائر وكالة بسكرة
79	المبحث الأول: واقع تطبيق آليات الصيرفة الإلكترونية في القرض الشعبي الجزائري CPA وكالة بسكرة
79	المطلب أول: مفهوم ونشأة القرض الشعبي الجزائري CPA
80	المطلب الثاني: تقديم القرض الشعبي الجزائري CPA وكالة بسكرة
85	المطلب الثالث: خدمات الصيرفة الإلكترونية في القرض الشعبي الجزائري CPA
95	المبحث الثاني: واقع تطبيق آليات الصيرفة الإلكترونية في مصرف السلام-الجزائر وكالة بسكرة
95	المطلب الأول: مفهوم ونشأة مصرف السلام-الجزائر
96	المطلب الثاني: الهيئة التشريعية لمصرف السلام-الجزائر
97	المطلب الثالث: خدمات الصيرفة الإلكترونية في مصرف السلام-الجزائر
106	المبحث الثالث: مقارنة جودة الخدمة المصرفية بالبنكين محل الدراسة
106	المطلب الأول: المحيط المادي للوكالتين
108	المطلب الثاني: سياسة الإتصال
109	المطلب الثالث: الواقع العملي للخدمات المصرفية الإلكترونية في البنكين محل الدراسة
112	خاتمة
116	قائمة المراجع
125	الملاحق

قائمة الجداول

الرقم	العنوان	صفحة
01-01	نسبة استخدام الصراف الآلي لكل 100 ألف راشد في العالم خلال الفترة 2017/2004	17
02-01	عدد مستخدمي الصيرفة عبر الهاتف النقال عبر العالم خلال الفترة 2017/2010	22
01-02	أبعاد قياس جودة الخدمة المصرفية	65
01-03	خدمات المصرف عن بعد (السلام مباشر) في مصرف السلام-الجزائر	98
02-03	البطاقات البنكية الوطنية لدى مصرف السلام-الجزائر	101
05-03	البطاقات البنكية الدولية لدى مصرف السلام-الجزائر	104
06-03	مقارنة بين بنك السلام وبنك القرض الشعبي الجزائري	106

قائمة الأشكال

الرقم	العنوان	صفحة
01-01	تبسيط مفهوم عملية الاتصال للبنوك المنزلية	19
02-01	التقسيم الأساسي للبطاقات البنكية	29
03-01	دورة استخدام الشيك الالكتروني في عمليات الدفع الالكترونية	39
01-02	دورة حياة الخدمة المصرفية	58
02-02	التعريفات المختلفة للجودة	62
03-02	مفهوم جودة الخدمة المصرفية	63
04-02	الصيرفة الالكترونية والأداء التجاري للمصارف	70
05-02	دور تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في تحسين الخدمة المصرفية	73
01-03	الهيكل التنظيمي لوكالة القرض الشعبي الجزائري وكالة بسكرة	84
02-03	الصفحة الرئيسية لموقع بنك CPA	85
03-03	البنك الالكتروني للقرض الشعبي الجزائري	86
04-03	خدمة الهاتف المصرفي للقرض الشعبي الجزائري	87
05-03	الصفحة الرئيسية لموقع مصرف السلام-الجزائر	97

مقدمة

مقدمة

يشهد العالم منذ نهاية القرن العشرين وبدايات القرن الحالي تغيرات واسعة النطاق، وذلك نتيجة التطورات الهائلة في مجال تكنولوجيا المعلومات وتكنولوجيا الإتصالات، والتي إنعكست على كافة نواحي الحياة وقطاعاتها المختلفة بما فيها قطاع المصارف التي أصبحت تعمل في بيئة أكثر تنافسية، ونتيجة لإستفادة البنوك من تلك التكنولوجيا أصبحت الصيرفة الإلكترونية فرصة لزيادة ربحية وحصّة البنك السوقية بإستخدام المزيد من أدوات ومجالات الصيرفة الإلكترونية.

إن الإستثمار في التكنولوجيا يشكل العامل الأهم لنجاح ومستقبل النمو في المؤسسات الإقتصادية عموماً، والمصرفية على وجه الخصوص، ويعتبر التطور الذي شهدته شبكات الإتصال الحديثة خاصة شبكة الانترنت وكذا النمو المتسارع الذي عرفته التجارة الإلكترونية من أهم العوامل التي ساعدت المصارف على تغيير هيكلها التنظيمي واتجاهها نحو النشاط المصرفي عن بعد من خلال إعتماها القنوات الإلكترونية المختلفة مثل: الصراف الآلي، بنوك الانترنت، البنك الناطق... وغيرها، وكذا توجهها نحو طرق الدفع الإلكترونية بدل التقليدية لتصبح ملائمة لطبيعة المعاملات الحديثة وتتماشى مع بيئة الأعمال الإلكترونية مثل: البطاقات المصرفية، النقود الإلكترونية، الشيكات الإلكترونية... وغيرها.

بما أن المنافسة بين مقدمي الخدمات المصرفية تتسارع نحو الإزدياد فإن أي مصرف أو مؤسسة مالية لا بد أن تكون قادرة على توفير خدمات عالية الجودة وبالتالي إرضاء عملائها وضمان ولائهم لتستمر في المنافسة في سوق العمل، وبالتالي فإن المصارف التي لا تتوافر لديها التكنولوجيا الكافية والمتطورة التي تمكنها من تطوير وتحسين جودة خدماتها ستواجه بلا شك نتائج سلبية تنعكس على بقائها واستمرارها في السوق المصرفي.

ومن خلال ما سبق ذكره يمكن طرح الإشكال الرئيسي كالآتي:

الإشكالية:

إن من أهم المشاكل التي تواجه البنوك في الجزائر هو الإستفادة من التطورات التكنولوجية الحاصلة من أجل تحسين خدماتها المصرفية، ولأجل ذلك وفي وقت تعتبر فيه الصيرفة الإلكترونية وجه من أوجه التقدم والتطور الإيجابي يمكننا طرح الإشكالية التالية:

فيما يتمثل دور الصيرفة الإلكترونية في تحسين جودة الخدمات المصرفية ؟

مقدمة

ولكي يتسنى لنا الإجابة على هذا التساؤل سوف نستعين ببعض التساؤلات الفرعية:

الأسئلة الفرعية:

1. ما المقصود بالصيرفة الإلكترونية؟ وماهي مستلزمات قيامها؟
2. ماهي قنوات الصيرفة الإلكترونية؟ وفيما تتمثل أنظمة الدفع الإلكترونية؟
3. ماذا نعني بجودة الخدمات المصرفية، وماهي خصائصها؟
4. هل إعتقاد الصيرفة الإلكترونية يساهم في تحسين جودة الخدمات المصرفية؟

فرضيات الدراسة:

على ضوء ما تم طرحه من تساؤلات حول موضوع البحث أملا في تحقيق أهداف الدراسة تم وضع مجموعة من الفرضيات على النحو التالي:

الفرضية الرئيسية:

" تلعب الصيرفة الإلكترونية دورا هاما ورئيسيا في تحسين جودة الخدمات المصرفية "

الفرضيات الفرعية:

1. تتمثل الصيرفة الإلكترونية في إتباع الأساليب الحديثة في النشاط المصرفي، وكذا تسوية مختلف العمليات بوسائل دفع حديثة وخدمات مميزة تخفض من الوقت والتكاليف.
2. الخدمات المصرفية الإلكترونية هي نوع جديد ومختلف عن الخدمات التقليدية والتي يمكن الإستغناء عنها.
3. تؤدي جودة الخدمات المصرفية إلى ولاء العميل وثقته بالمصرف.

أهمية الدراسة:

تشكل الصيرفة الإلكترونية عاملا أساسيا في التطور الإقتصادي بفعل التطور العلمي والتقني وإنتشار تكنولوجيا المعلومات والإتصال لإستخدامها في تطوير وتسهيل المعاملات والمبادلات المالية ليحقق الأهداف لها في الإقتصاديات الوطنية بصفة عامة والقطاع المصرفي بصفة خاصة.

مقدمة

تزداد أهمية الصيرفة الإلكترونية من فكرة تمكين إجراء وتسوية العمليات البنكية بسهولة والزيادة من تحسين وتطوير الخدمات المصرفية لتحقيق رضا العملاء وراحتهم.

أهداف الدراسة:

توجد جملة من الأهداف التي نحاول الوصول إليها من خلال دراستنا هذه:

1. محاولة تسليط الضوء على الصيرفة الإلكترونية وأهم آلياتها باعتبارها من المواضيع الحديثة.
2. إبراز الدور الذي تلعبه الصيرفة الإلكترونية في تحسين جودة الخدمات المصرفية.
3. معرفة أهم العوامل المساعدة على تبني البنوك التجارية الجزائرية للصيرفة الإلكترونية.
4. تقديم بعض التوصيات المناسبة في هذا المجال.

أسباب إختيار الموضوع:

1. توفر عنصر الجدية في الموضوع على مستوى الطرح العلمي الأكاديمي ومحدودية الدراسات وهو ما يفتح المجال أمام الباحثين والدارسين مزيدا من الإجتهد ومحاولة إثراء الموضوع.
2. إختيارنا لهذا الموضوع يرجع أساسا إلى أن واقع الاقتصاد الجزائري، حيث لابد من تحسين جودة الخدمات المصرفية.
3. الأهمية الكبيرة التي يكتسبها موضوع الصيرفة الإلكترونية.
4. الكشف عن أهمية نظام الدفع الإلكتروني في تحسين الخدمات المصرفية.
5. معرفة مدى الجودة التي تحققها الصيرفة الإلكترونية للخدمات المصرفية.
6. البحث يدخل ضمن الإهتمامات الشخصية للطالب، كما أنه يتماشى مع تخصص الدراسة (إقتصاد نقدي وبنكي).

منهج الدراسة:

مقدمة

إقتضت طبيعة البحث التعامل مع عدة مناهج متكاملة ومتناسقة من أجل الإلمام بمحاور الدراسة فقد تم الإعتماد على:

- المنهج الوصفي والمنهج التحليلي، كإطار عام للوصف والتحليل في مناقشة فصول هذا البحث، بغية الإلمام بالمفاهيم والعناصر الأساسية المتعلقة بالموضوع المعالج والذي من خلاله يمكن التعرف على دور الصيرفة الإلكترونية في تحسين جودة الخدمات المصرفية.
 - المنهج التاريخي لإستعراض أهم التطورات التي مرت بها الصيرفة الإلكترونية.
 - بالإضافة إلى إستخدام منهج دراسة الحالة عن طريق زيارات ميدانية، الذي إعتدنا عليه في دراسة حالة بنك القرض الشعبي الجزائري CPA وكالة بسكرة، وبنك السلام-الجزائر وكالة بسكرة.
- الدراسات السابقة:

لقد سبق هذه الدراسة دراسات سابقة تم الإستعانة بها في هذا البحث ومنها:

1. دراسة (حورية جنان 2012/2013)، قدمت لنيل شهادة الماستر أكاديمي في العلوم الإقتصادية، كلية العلوم الإقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة العربي بن مهيدي، ولاية أم البواقي، بعنوان: "دور الصيرفة الإلكترونية في تحسين جودة الخدمات المصرفية"، هدفت هذه الدراسة إلى تكوين فكرة عامة حول البنوك الإلكترونية وذلك من خلال التطرق إلى: نشأتها، تعريفها، إبراز مختلف آلياتها بالإضافة إلى مزايا ومشاكل هذا النمط من البنوك، وفي الأخير تهدف هذه الدراسة من خلال هذا البحث إلى إبراز الدور الذي تلعبه الصيرفة الإلكترونية في تحسين جودة الخدمات المصرفية.

2. دراسة (بركان أمينة 2013/2014)، قدمت لنيل شهادة الدكتوراه في علوم التسيير، كلية العلوم الإقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر 03، بعنوان: "الصيرفة الإلكترونية كحتمية لتفعيل أداء الجهاز المصرفي-حالة الجزائر-"، وقد هدفت هذه الدراسة إلى إبراز أهمية تطوير الخدمة المصرفية في المصارف التجارية، بالإضافة إلى تقديم الطرق الحديثة لتحديث الخدمات المصرفية وجعلها ذات جودة عالية، ومحاولة إبراز تأثير الخدمات المصرفية الإلكترونية على الرفع من أداء وفعالية المصارف.

3. دراسة (عراية رابح 2012)، مجلة الأكاديمية للدراسات الإجتماعية والإنسانية، العدد 2012/8، بعنوان: " دور تكنولوجيا الخدمات المصرفية الإلكترونية في عصنة الجهاز المصرفي الجزائري"، حيث هدفت هذه الدراسة إلى إبراز الدور الذي تلعبه تكنولوجيا الخدمات المصرفية الإلكترونية كإتجاه حديث لتطوير وعصنة

مقدمة

المصارف الجزائرية، وقد توصل الباحث في دراسته إلى أن البنوك الجزائرية تعاني من نقص في الخدمات المصرفية الإلكترونية.

حيث ينحصر نطاق تعاملها على بعض البطاقات البنكية والذي مازال في البداية رغم العدد الهائل من البرامج المعدة.

هيكل الدراسة:

يهدف الإجابة على التساؤل الرئيسي والوصول إلى الأهداف المرجوة من البحث، وفق منهجية تتلاءم مع طبيعة الموضوع، تم تقسيم الدراسة إلى ثلاثة فصول تتقدمهم مقدمة وتليهم خاتمة.

حيث تناولنا في **الفصل الأول** الذي جاء بعنوان: الإطار النظري للصيرفة الإلكترونية، حيث إشتمل على ثلاثة مباحث وتناولنا فيها على التوالي:

مدخل إلى الصيرفة الإلكترونية، حيث نقوم بعرض مختلف تعاريف الصيرفة الإلكترونية وتطورها عبر التاريخ، كذلك أهم أهداف وخصائص الصيرفة الإلكترونية، بالإضافة إلى متطلبات قيامها ومستويات أعمالها، إضافة إلى إستعراض قنواتها والمزايا والعيوب المرتبطة بها من خلال المبحث الثاني، وأخيرا تطرقنا في المبحث الثالث إلى أساليب الدفع الإلكتروني.

أما **الفصل الثاني**، والذي صيغ بعنوان: الخدمات المصرفية، وتضمن هو الآخر ثلاثة مباحث وتناولنا فيها على التوالي:

الإطار النظري للخدمات المصرفية، حيث نقوم بعرض مختلف تعاريف الخدمة المصرفية وتطورها عبر التاريخ، كذلك خصائص وأهم أنواع الخدمات المصرفية، بالإضافة إلى دورة حياة الخدمة المصرفية، إضافة إلى إستعراض جودة الخدمات المصرفية من خلال المبحث الثاني، أما المبحث الأخير فتضمن تأثير الصيرفة الإلكترونية على جودة الخدمات المصرفية.

وبالنسبة **للفصل الثالث** فقمنا بدراسة تطبيقية حول دور الصيرفة الإلكترونية في تحسين جودة الخدمات المصرفية على مستوى بنك القرض الشعبي الجزائري **CPA** وكالة بسكرة، وبنك السلام-الجزائر (**EL SALAM BANK**) وكالة بسكرة، وقد تضمن هذا الفصل كذلك ثلاثة مباحث، حيث تم الإستعراض في هذا الفصل واقع

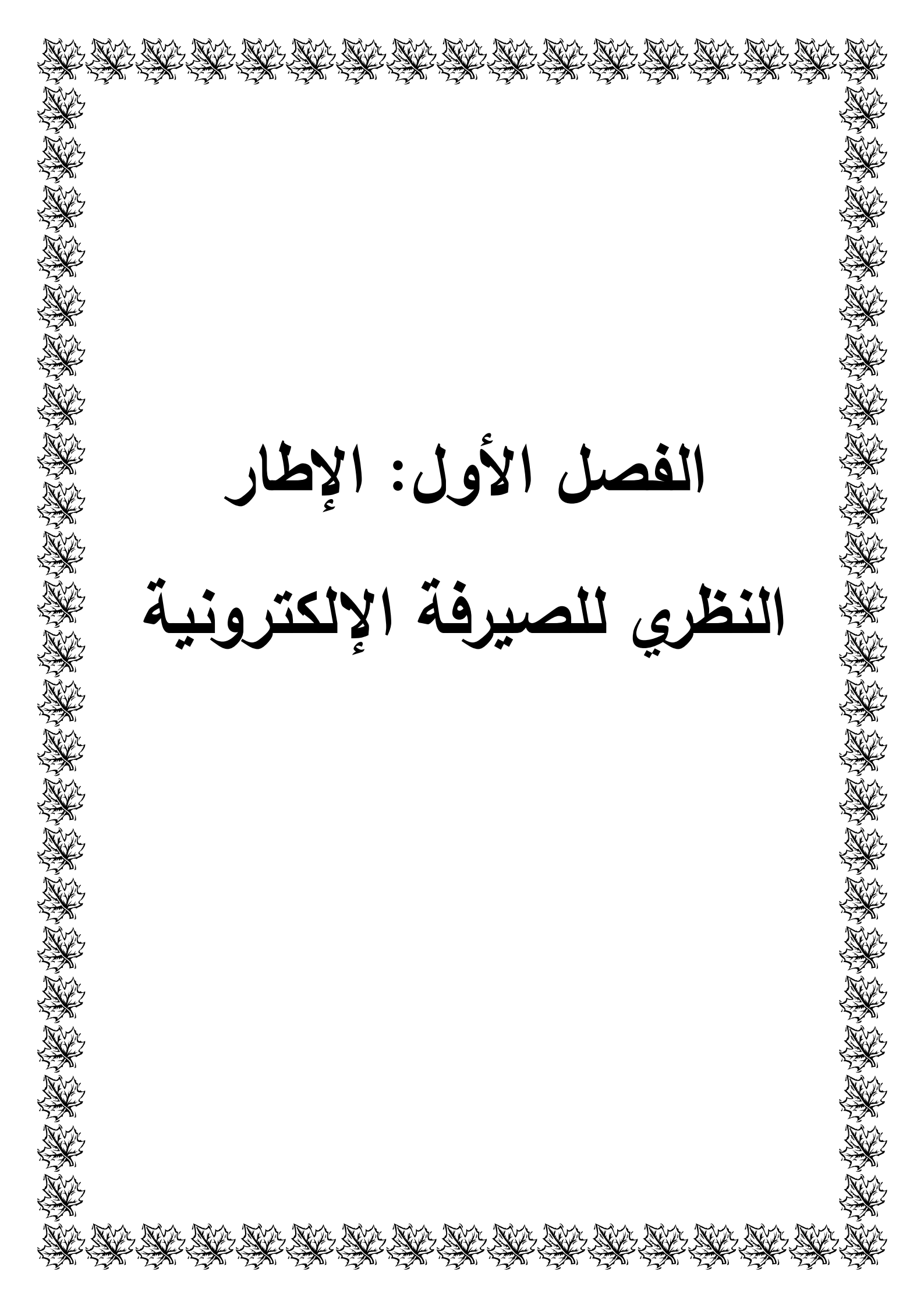
مقدمة

الخدمات المصرفية الإلكترونية محل الدراسة، من ثم إجراء مقارنة لجودة الخدمة المصرفية بالبنكين محل الدراسة.

صعوبات الدراسة:

أثناء إعدادنا لهذا البحث، وكغيرنا من الباحثين واجهتنا بعض الصعوبات نرى من الضروري ذكر بعضها:

1. حداثة الموضوع خلقت جوا من غياب ترجمة عربية لكل المصطلحات التقنية التي تخص الموضوع.
2. نقص المراجع الخاصة بموضوع الدراسة وخاصة الكتب وإن وجدت فهي قديمة، ونظرا للتطور السريع الذي تعرفه تكنولوجيا المعلومات والاتصال بصفة عامة، وتكنولوجيا الانترنت بصفة خاصة فإن المعلومات الواردة في هذه الكتب تصبح عديمة الفائدة.
3. صعوبة إجراء الدراسات التطبيقية الخاصة بهذا الموضوع في الجزائر، بالنظر إلى التأخر الكبير الذي شهدته الصيرفة الإلكترونية في البنوك الجزائرية.
4. ثقافة الإنغلاق التي مازالت تنتهجها المؤسسات الجزائرية ورفضها للتعاون مع الطلبة الباحثين بحجة سرية المعلومات.



الفصل الأول: الإطار النظري للصيرفة الإلكترونية

تمهيد:

لقد عرف عالم الأعمال المصرفية تحولاً نوعياً غير من أبعاد وأهداف وإستراتيجيات المصارف في العقود القليلة الأخيرة، وكان ذلك نتيجة منطقية لثورة التكنولوجيا الجديدة في الإعلام والاتصال وعولمة الأسواق المالية والمصرفية، ولعل هذا ما أدى بالمؤسسات المصرفية خاصة والمالية عامة بالإتجاه نحو تقديم نوع جديد من الخدمات يتماشى مع ما أصبحت تتسم به سوق الصيرفة. ومن هنا يرى البعض أن على المصارف أن تطور من أدائها تماثياً مع الظروف المحيطة بها بما يتجسد هذا التطور في الصيرفة الإلكترونية.

يتناول هذا الفصل الإطار النظري للصيرفة الإلكترونية، وقد تم تقسيمه إلى ثلاث مباحث كالتالي:

المبحث الأول: مدخل إلى الصيرفة الإلكترونية.

المبحث الثاني: قنوات الصيرفة الإلكترونية والمزايا والعيوب المرتبطة بها.

المبحث الثالث: أساليب الدفع الإلكتروني.

المبحث الأول: مدخل إلى الصيرفة الإلكترونية

شهدت الساحة البنكية العالمية العديد من المستجدات وعرفت الكثير من التطورات التكنولوجية، إذ إنعكس هذا التطور على القطاع البنكي والذي توجه بهذا التطور التكنولوجي الحاصل إلى الصناعات البنكية والتي أدت إلى ظهور خدمات بنكية غير تلك التقليدية والمتمثلة في الصيرفة الإلكترونية. وسنتناول في هذا المبحث مختلف المفاهيم المتعلقة بالصيرفة الإلكترونية وتاريخ نشأتها ومراحل تطورها ودوافع ظهورها بالإضافة إلى التعرض إلى خصائصها وأهدافها ومتطلبات قيامها، ومختلف مستويات أعمالها.

المطلب الأول: مفهوم الصيرفة الإلكترونية وتطورها عبر التاريخ

سنتعرض في هذا المطلب إلى مفهوم الصيرفة الإلكترونية وتطورها عبر التاريخ:

أولاً: مفهوم الصيرفة الإلكترونية

يعد إصطلاح الصيرفة الإلكترونية تعبيراً متطوراً وشاملاً لكافة المفاهيم التي ظهرت في مطلع التسعينيات، كمفهوم الخدمات المالية عن بعد (Remote Electronic Banking) أو البنك المنزلي أو البنك على الخط (Online Banking) ، والخدمات المالية الذاتية (Self Service Banking)¹، وعلى إختلاف المصطلحات فجميعها تشير إلى قيام العميل بإدارة حساباته وإنجاز جميع أعماله المتصلة بالبنك عبر شبكة الانترنت سواء كان في المنزل أو المكتب أو في أي مكان أو وقت يرغب به².

وتعرف **الصيرفة الإلكترونية** على أنها: " إجراء العمليات المصرفية بطرق إلكترونية أي إستخدام تكنولوجيا الإعلام و الإتصال الجديدة سواء تعلق الأمر بالأعمال المصرفية التقليدية أو الجديدة وفي ظل هذا النمط لن يكون العميل مضطراً للتنقل إلى البنك إذا أمكنه القيام بالأعمال التي يريدّها من بنكه من أي مكان وفي أي زمان"³.

¹ - ناظم محمد نوري الشمري، عبد الفتاح زهير العبد اللات، **الصيرفة الإلكترونية (الأدوات والتطبيقات ومعوقات التوسيع)**، دار وائل للنشر والتوزيع، الأردن، ط1، 2008، ص 29.

² - يوسف مسعداوي، **البنوك الإلكترونية**، الملتقى الوطني حول المنظمة الجزائرية والتحول الاقتصادي- الواقع والتحديات ، جامعة البلديّة، الجزائر، 2000، ص227.

³ - وسيم محمد الحداد، شقيري موسى وآخرون، **الخدمات المصرفية الإلكترونية**، دار الكسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، الأردن، ط1، 2018، ص55.

وتعرف أيضا على أنها: "عبارة عن أنظمة تعمل على الخط، تسمح للزبائن الإستفادة من مجموعة من الخدمات البنكية إنطلاقا من حاسوب شخصي يتم ربطه بحواسيب البنك عبر الخطوط الهاتفية، وهي تمكن من إجراء العمليات البنكية ليس على مستوى محلي فحسب بل على مستوى عالمي دون إنقطاع".¹

ويقصد كذلك بالصيرفة الإلكترونية على أنها: قيام البنوك بتقديم الخدمات المصرفية أو المبتكرة أو بما يعرف من خلال شبكات إتصال إلكترونية، وتقتصر صلاحية الدخول إليها على المشاركين فيها وفقا لشروط العضوية التي تحددها البنوك وذلك من خلال أحد المنافذ على الشبكة كوسيلة إتصال العملاء.²

ويرى البعض أن مفهوم الصيرفة الإلكترونية هي "كافة الأنشطة والعمليات التي يتم عقدها أو تنفيذها أو الترويج لها بواسطة الوسائل الإلكترونية الهاتف والحاسوب وأجهزة الصراف الآلي والانترنت والتلفزيون الرقمي وغيرها، وذلك من قبل المصارف أو المؤسسات التي تتعاطى التحويلات النقدية الكترونيا".³

ومن خلال التعاريف السابقة نستخلص أن: الصيرفة الإلكترونية تمثل تقديم خدمات مصرفية متنوعة، بإستعمال تكنولوجيا المعلومات والإتصال، وذلك بإستخدام أدوات إلكترونية مختلفة كأجهزة الصراف الآلي والهواتف النقالة والحواسيب الشخصية... وغيرها، والتي تمكن العملاء من الإستفادة منها في أي وقت ومكان وبسرعة فائقة وتكلفة أقل ودون أي عناء.

ثانيا : التطور التاريخي للصيرفة الإلكترونية

1- نشأة الصيرفة الإلكترونية:

يرجع البعض ظهور الصيرفة الإلكترونية إلى السبعينات من القرن الماضي عندما بدأت البنوك تعرض خدماتها عبر الهاتف، فأصبح بإمكان الزبون إستخدام الخط الهاتفي للإطلاع على أرصده، تحويل الأموال وتسديد الفواتير، وفي الثمانينات من نفس القرن أصبحت تلفزة الكابل والحاسوب الشخصي وسائل جديدة يمكن إستخدامها في الصيرفة بالبيت وحلت بذلك مشكلة محدودية الأنظمة الهاتفية فيما يخص الكتابة والصورة، وبعد

¹ - العاني إيمان، " البنوك التجارية وتحديات التجارة الإلكترونية، مذكرة مكملة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير، العلوم الاقتصادية (غير منشورة) جامعة منتوري قسنطينة، 2006/2007، ص141.

² - وسيم محمد الحداد، شقيري موسى وآخرون، مرجع سابق، ص56.

³ - ناظم محمد نوري الشمري، عبد الفتاح زهير العبد اللات، مرجع سابق، ص28.

التطور الكبير الذي عرفته تكنولوجيا الانترنت في نهاية الثمانينات وبداية التسعينات وجدت فيها البنوك الوسيلة المثلى لعرض العمليات المرتبطة بالحسابات والعمليات المالية دون تحرك للسيولة النقدية.¹ وتعتبر سنة 1995 نقطة التحول في العمل البنكي، بإنجاز (Netscape) أول برنامج متصفح يسمح بدخول مواقع الويب، هذا الحدث جعل أمر الصيرفة الإلكترونية حقيقة مجسدة، ويعتبر بنك (SFNB) الأمريكي أول بنك يقدم خدماته عبر خط الهاتف في العالم يميز بين نوعين من البنوك كلاهما يستخدم تقنية الصيرفة الإلكترونية وهما:²

➤ **البنوك الافتراضية:** وتسمى أيضا ببنوك الانترنت (Virtual Banks) وهي تلك البنوك التي تستخدم الانترنت كقناة للحصول على الخدمات المصرفية مثل : فتح حسابات الإيداع، وتحويل الأموال، والحصول على الخدمات المصرفية الجديدة، وتعد الانترنت جوهر عمل هذه البنوك، وتعتبر بنوك الانترنت مجال التنافس الرئيسي بين البنوك. كما تحقق أرباحا تصل إلى ستة أضعاف المصرف العادي. ويعتبر مصرف "نتبانك" (<http://www.netbank.com>) الأمريكي أول مصرف افتراضي على شبكة الانترنت.

➤ **البنوك الأراضية:** ويقصد بها المصارف التي تقدم خدمات تقليدية وخدمات الصيرفة الإلكترونية، ويعود سبب إنتشار المصارف الإلكترونية إلى عنصرين أساسيين وهما:

- أهمية ودور الوساطة بفعل تزايد حركية التدفقات النقدية والمالية في مجال التجارة أو مجال الإستثمار والنتيجة عن عولمة السوق.
- تطور المنظمة العالمية للإتصال التكنولوجي أو ما يعرف بـ"الصدمة التكنولوجية" والتي كانت في كثير من الأحيان إستجابة للعامل الأول.

2- التطور التكنولوجي للصيرفة الإلكترونية:

إن الإنتقال من العمل المصرفي التقليدي إلى العمل المصرفي الإلكتروني يتطلب عدة تغيرات في المصرف سواء على المستوى الداخلي أو الخارجي له، حيث يتخذ قرار الإنتقال بعد إجراء دراسة سوقية متخصصة مع دراسة إمكانية البنك المادية والمالية في تغطية تكاليف هذا التغيير، وكذلك العوامل المؤثرة في عملية الإنتقال إلى العمل المصرفي الإلكتروني وما هي أهم إتجاهات التعامل مع البنوك على الانترنت.

¹ - محمد منصف تطار ، النظام المصرفي الجزائري والصيرفة الإلكترونية، مجلة العلوم الإنسانية، جامعة محمد خيضر بسكرة، الجزائر، العدد02، 2002، ص180.

² - ناظم محمد نوري الشمري، عبد الفتاح زهير العبد اللات، مرجع سابق، ص ص38-39.

إن العمل الآلي في البنوك مر بمراحل عديدة حتى وصل إلى البنوك الإلكترونية، وتتمثل المراحل فيما يلي:¹

1-2 المرحلة الأولى: مرحلة استخدام الآلات الميكانيكية المساعدة، وكانت إستجابة طبيعية لزيادة حجم العمل اليدوي وكانت تمثل ميكنة لبعض مراحل عملية تشغيل البيانات يدويا.

2-2 المرحلة الثانية: مرحلة استخدام آلات البطاقات المثقبة، وتعتبر الباب الرئيسي الذي قاد لمرحلة الآلات الإلكترونية، وفكرتها تقوم على إستحداث وسيلة يتم بواسطتها إختزان البيانات والمعلومات على بطاقة مثقبة، ثم قراءة هذه البيانات وتشغيلها بواسطة آلة.

3-2 المرحلة الثالثة: مرحلة استخدام الآلات شبه الإلكترونية، وهي مرحلة تم فيها عمليات تطوير واسعة للآلات المساعدة بهدف تشغيلها إلكترونيا لزيادة سرعتها، ورفع طاقاتها الإنتاجية.

4-2 المرحلة الرابعة: مرحلة ظهور الحاسب الإلكتروني، وهي أهم مراحل التحول الإلكتروني والتي ظهر فيها الحاسب الآلي، وحدث تطور هائل في مكوناته من حيث السرعة والحجم، والكفاءة والسعة.

5-2 المرحلة الخامسة: مرحلة ظهور البنوك الإلكترونية، ويمكن تقسيم التطور الذي حدث إلى ثلاث مراحل حسب التطور التكنولوجي لقنوات الخدمات الإلكترونية:²

- **المرحلة الأولى:** وهي التي ظهرت بها آلات الصراف الآلي، ونقاط البيع، والكمبيوتر المنزلي، والبنك المحمول، والبنوك الهاتفية، وقد حققت هذه المرحلة العديد من الأهداف للبنوك أهمها: خفض الضغط على الفروع، تحسين الخدمة، تخفيض التكاليف، زيادة الأرباح.
- **المرحلة الثانية:** وهي أهم مرحلة من مراحل البنوك الإلكترونية، وبموجبها تم الانتقال من مرحلة البنوك التقليدية التي لها واقع مادي ممثلا في فروع ومستندات، إلى وجود افتراضي على شبكة الانترنت.
- **المرحلة الثالثة:** وهي تلك المرحلة التي ظهرت بها توجهات الدمج ما بين قنوات تقديم الخدمة المصرفية المذكورة بالمرحلة الأولى، وتقنية الانترنت المذكورة بالمرحلة الثانية.

¹ - صلاح الدين حسن السيسى، التجارة الدولية والصيرفة الإلكترونية (النظريات والسياسات)، دار الكتاب الحديث، 2014، ص ص 133-134.

² - ناظم محمد نوري الشمري، عبد الفتاح زهير العبد اللات، مرجع سابق، ص ص 36-37.

3- دوافع ظهور الصيرفة الإلكترونية:

إن ظهور الصيرفة الإلكترونية كان نتيجة تفاعل عدة عناصر منها:¹

- ✓ ثورة الإتصالات والمعلومات التي أدت إلى ظهور تغيرات جوهرية في طبيعة عمل القطاع المصرفي والمالي ومنه التطلع إلى تقديم خدمات مصرفية ومالية ومتطورة ومتنوعة إعتقادا على ما أنتجته التكنولوجيا وثورة المعلومات.
- ✓ التجارة الإلكترونية التي تتم بإستخدام الوسائل الإلكترونية وخاصة الانترنت والتي أصبحت تتميز بخصائص عديدة تميزها عن التجارة التقليدية التي إعتادت هذه المؤسسات المالية التعامل في ظلها ومعها مما جعل التطوير الواعي لإستراتيجيات وأساليب عمل البنوك ضرورة خدمية وليس ترفا أو هدرا للأموال.
- ✓ وجود منافسة شديدة بين البنوك بعضها البعض ومع غيرها من المؤسسات المالية هذه المنافسة التي أصبحت لا تقتصر على الإقتصاديات الوطنية بل إكتسبت أبعادا دولية في ظل تحرير التجارة العالمية.
- ✓ تزايد دخول العديد من المؤسسات المالية غير المصرفية مثل شركات التأمين وشركات الأوراق المالية ومنافستها للبنوك، حيث أصبحت العديد من هذه المؤسسات يقدم مجموعة الخدمات وثيقة الصلة بعمل البنوك.
- ✓ وجوب تطوير الأداء بصفة مستمرة سواء للبنوك وغيرها من المؤسسات المالية لرفع مستوى الكفاءة التشغيلية لتقديم أفضل خدمة لعملائها، وخاصة أن الكثير من العملاء أصبحوا يطلبون خدمة رفيعة المستوى بتكلفة تنافسية، مستفيدين من المنافسة المتزايدة بين المؤسسات.
- ✓ دخول العديد من المؤسسات التجارية والإقتصاديات 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.

¹ - وسيم محمد الحداد، شقيري نوري موسى، مرجع سابق، ص ص56-57.

المطلب الثاني: خصائص وأهداف الصيرفة الإلكترونية

سنتعرض في هذا المطلب إلى أهم خصائص وأهداف الصيرفة الإلكترونية

1- خصائص الصيرفة الإلكترونية:

تتميز الصيرفة الإلكترونية بخصائص رئيسية مميزة لها تختلف فيها عن المعاملات التقليدية، وهي على النحو التالي:

- إختفاء الوثائق الورقية للمعاملات، حيث أن كافة الإجراءات والمراسلات بين طرفي الخدمة المصرفية تتم إلكترونياً دون استخدام أي أوراق.
 - فتح المجال أمام البنوك صغيرة الحجم لتوسيع نشاطها عالمياً باستخدام شبكة الانترنت، دون الحاجة إلى التفرغ خارجياً، وزيادة الإستثمار والموارد البشرية وغيرها.
 - القدرة على إدارة العمليات المصرفية للبنوك عبر شبكة الانترنت بكفاءة من أي موقع جغرافي، وبالتالي يستطيع البنك أن يختار أفضل الأماكن على مستوى العالم، من حيث النظم الإقتصادية المشجعة أو الأوضاع السياسية المستقرة، أو المعاملة الضريبية الأفضل ليمارس أعماله في بيئة مناسبة وينشرها في جميع أنحاء العالم.¹
 - إمكان تسليم بعض المنتجات إلكترونياً، مثل المنتجات الرقمية ككشفو الحساب والرصيد وغيرها.
 - سرعة وتيرة القواعد الحاكمة، وذلك لمواكبة التطور السريع في مجال المعاملات الإلكترونية، مما يحتاج إلى سرعة في صياغة التشريعات اللازمة لمواكبة هذا التطور السريع.²
- هذا ويلاحظ بصفة عامة أن عدم إنتشار التعاملات البنكية عبر الانترنت يرجع إلى الأسباب التالية:³
- ✓ غياب الخطوات التمهيديّة والإستعداد المسبق لتقديم خدمة التعاملات البنكية عبر الشبكة.
 - ✓ صعوبة تغيير علاقة البنوك بعملائها من العلاقة التقليدية إلى علاقة إلكترونية عبر الانترنت.
 - ✓ عدم توفر حسابات في البنوك، وإمتلاك بطاقات الائتمان.

¹- دغوش العطرة، "استخدام شبكة الانترنت كأداة لتقييم الخدمات البنكية وأثرها على الأداء البنكي"، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه، العلوم الاقتصادية (غير منشورة)، جامعة محمد خيضر بسكرة، 2017/2016، ص ص 129-130.

²- صلاح الدين حسن السيسى، مرجع سابق، ص ص 132-133.

³- محمد الصيرفي، الإدارة الإلكترونية، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، ط1، 2006، ص ص 461-462.

✓ أسباب داخلية في المؤسسات منها: الحاجة إلى تحديث بنية وأنظمة تداول المعلومات الداخلية في المؤسسات والبنوك، وضمان عامل الأمن والسرية وتكامل أنظمة الدفع والتحويل بين البنوك، وإستقرار المعايير والأنظمة، بالإضافة إلى عامل تكلفة التحديث والإستثمارات.

2- أهداف الصيرفة الإلكترونية:

- إن الصيرفة الإلكترونية بما تتضمنه من بنوك الانترنت تمثل حدثاً القرن الواحد والعشرين، لكن السؤال الذي يفرض نفسه هو متى يمكن للبنك إعتبار تجربته في تحويل خدماته إلى خدمات إلكترونية ناجحة؟ والإجابة المباشرة هي في تحقيق البنك بعض الأهداف من أهمها:¹
- ✓ فتح أسواق جديدة أمام منتجات وخدمات البنك، وذلك أن التحول إلى الخدمات الإلكترونية يجب أن يصاحبه الحصول على عملاء جدد، وفتح آفاق جديدة، وبما يغطي تكلفة إستثماراته التكنولوجية، ومخاطر تشغيله.
 - ✓ تحسين طرق إدارة العلاقات مع العملاء، وذلك لكون الخدمة الإلكترونية يميزها الدقة في الأداء والأمن، وفي أي وقت وأي مكان، فبالتالي من المفروض أن تؤدي إلى تحسين العلاقات مع عملاء البنك.
 - ✓ تخفيض كلفة أداء الخدمة، فإنخفاض تكلفة أداء الخدمة سمة من سمات الخدمات الإلكترونية، وذلك بالرغم مما تتطلبه من بنية تحتية، والبرامج، والحسابات، والتدريب، إلا أن ذلك يظل أقل تكلفة من تقديم الخدمة المصرفية بالوسائل التقليدية من خلال الفروع.
 - ✓ القدرة على مخاطبة كل عميل على حدى وتقديم الخدمة المناسبة له، أي إدارة العلاقات مع العملاء للمحافظة على رضاهم، وذلك نتيجة ما تتيحه الخدمات الإلكترونية من البرامج التي تمكنها من تحقيق شعور لدى العميل بأن الخدمة مقدمة له دون غيره.

المطلب الثالث: متطلبات الصيرفة الإلكترونية

قبل بدء العمل بالصيرفة الإلكترونية يجب توفر مجموعة من العناصر التي تعتبر ضرورة لخلق الثقة العاملة لدى الجمهور بالجهاز البنكي وذلك قبل الإنخراط بالعمل البنكي عبر الانترنت وهذه المتطلبات هي:

1- البنية التحتية التقنية:

تعد البنية التحتية التقنية في مقدمة متطلبات الصيرفة الإلكترونية وبالعموم أي مشروعات تقنية، والبنى التحتية التقنية للصيرفة الإلكترونية لا يمكن أن تكون معزولة عن بنى الإتصالات وتقنية المعلومات لأي بلد، ذلك أن الصيرفة الإلكترونية تحيي في بيئة الأعمال الإلكترونية والتجارة الإلكترونية، والمتطلب

¹ - ناظم محمد نوري الشمري، عبد الفتاح زهير العبد اللات، مرجع سابق، ص ص 35-36.

الرئيسي لضمان أعمال إلكترونية ناجحة وكذلك ضمان دخول أمن وسلس لعصر المعلوماتية، وسلامة سياسة السوق الإتصالي، وتحديد السياسة السعرية مقابل خدمات الربط بشبكة الانترنت ومثانتها، فلا تحيي الشبكة وأعمالها دون تزايد أعداد المشتركين الذي يعوقهم كلفة الإتصال وجودتها، وهذه العناصر تمثل أهم تحدي أمام أعمال الصيرفة الإلكترونية.¹

إن أهم عناصر إستراتيجية البناء التحتي في حقل الإتصالات وتقنية المعلومات يمكن تلخيصها فيما يلي:²

- تحديد أولويات وأغراض تطوير سوق الإتصالات في الدولة.
- توفير الإطار القانوني الواضح الذي يحدد الإلتزامات على أطراف العلاقة.
- السياسات التسويقية والخدمية والتنظيمية المتعين إ

- تأهيل وتدريب ما هو موجود من موظفين على كافة الوسائل التكنولوجية الحديثة بالشكل الذي يعزز من قدرتهم وكفاءتهم في إنجاز أعمالهم.
 - وضع البرمجيات اللازمة الخاصة بكيفية التعامل مع الزبائن وكيفية فهم التطورات المحيطة بالسوق والمنافسة.
 - القيام من خلال البرمجيات بمراقبة الأداء ومحاولة تطويره إلى الأفضل وتشخيص نقاط الإخفاق ومعالجتها بأسرع ما يمكن.
 - إستمرارية تدريب العاملين على كيفية إدارة الحوار والمداولات بالشكل الذي يساعد على تعزيز قدراتهم.
 - الإستعانة ببيوت الخبرة ومكاتب الإستشارة الدولية في تدريب الإطارات المصرفية على إستخدام أحدث النظم المصرفية.
 - إنشاء المعاهد المتخصصة وتطوير البحث العلمي في ميدان الخدمة المصرفية.
- 3- الكفاءة الأدائية المتقنة مع عصر التقنية:

هذه الكفاءة القائمة على فهم إحتياجات الأداء والتواصل التأهيلي والتدريبي، والأهم من ذلك أن تمتد كفاءة الأداء إلى كافة الوظائف الفنية، والمالية والتسويقية، والقانونية والإستشارية، والإدارية المتصلة بالنشاط البنكي الإلكتروني.¹

4- التطوير والإستمرارية والتفاعلية مع المستجدات:

يتقدم هذا العنصر على العديد من عناصر متطلبات الصيرفة الالكترونية وتميزها، فالجمود وإنتظار الآخرين لا يتفق مع التقاط فرص التميز، ويلاحظ خشية أن البنوك العربية لا تتجه دائما نحو الريادية في إقتحام الجديد، بل أنها تنتظر أداء الآخرين، وربما يكون المبرر الخشية على أموال المساهمين وإجتياز المخاطر، وهو أمر هام وضروري لكنه ليس مانعا من الريادية، وبنفس اللقدر لا تعني الريادية في اقتحام الجديد والتسرع في التعامل مع المستجدات لكنها حتما تتطلب السرعة في إنجاز ذلك.²

¹ - وسيم محمد الحداد، شقيري نوري موسى، مرجع سابق، ص 72.

² - زهير عياش، سمية عباس، الصيرفة الإلكترونية كمدخل لعصرنة وتطوير البنوك الجزائرية، مجلة العلوم الإنسانية، جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي،

العدد 46، ديسمبر 2016، ص 345.

5- التفاعل مع متغيرات الوسائل والإستراتيجيات الفنية والإدارية والمالية:

التفاعل لا يعني فقط التعامل مع الجديد أو مع البنى التحتية فقط، وإنما أن يكون التعامل مع الأفكار والنظريات الحديثة وخاصة في حقول الأداء الفني والتسويقي والمالي والخدمي، حيث أن هذه الأفكار وليدة التفكير الإبداعي وليس وليدة التفكير النمطي.¹

6- الرقابة:

إن واحدا من عناصر النجاح الإرتكاز على القادرين على التقييم الموضوعي، ومن هنا أقامت غالبية مواقع البنوك الالكترونية جهات إستشارية في تخصصات التقنية والتسويق والقانون والنشر الإلكتروني لتقييم فعالية وأداء مواقعها.

ويتعين أن نحذر من مصيدة الإرتكاز إلى عدد زائري الموقع كمؤشر على النجاح، إذ يسود فهم عام أن كثرة زيارة الموقع دليل على نجاح الموقع، لكنه ليس كذلك دائما وإن كان مؤشرا حقيقيا على سلامة وضع الموقع على محركات البحث وسلامة الخطط الدعائية والترويجية.²

7- عنصر الأمان:

إن الخدمات التنفيذية من أخطر الخدمات المصرفية عبر الانترنت، حيث لا يمكن لأي كان القيام بالهجوم الإلكتروني والدخول إلى أنظمة البنك الداخلية، مشكلا بذلك خطرا يهدد موجودات وأنظمة البنك الداخلية، وقد يكون هذا الهجوم من الأفراد الغير مخولين للدخول إلى أنظمة وشبكة المعلومات الداخلية للبنك، وقد يكون من الأفراد المخولين للدخول للإستفادة من خدمات البنك إلا أنه يقوم بعمليات غير مصرح له القيام بها.

ولحماية شبكة وأنظمة البنك الداخلية من عمليات الهجوم الإلكتروني، تقوم البنوك المتعاملة عبر الانترنت بإستخدام تقنيات وأساليب متعددة لتوفير عنصر الأمان والمتمثلة أساسا في: إستخدام تكنولوجيا الجدران النارية، طرق الحماية والرقابة الأخرى...³

¹ - سلمية عبد الله، "دور تسويق الخدمات المصرفية الالكترونية في تفعيل النشاط البنكي"، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، العلوم التجارية، جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2008/2009، ص101.

² - وسيم محمد الحداد، شقيري نوري موسى، مرجع سابق، ص 73.

³ - أوصغير الويزة، خدمات الصيرفة الالكترونية في البنوك التجارية، مجلة اقتصاديات المال والأعمال، جامعة برج بوعرييج، الجزائر، العدد7، سبتمبر، 2018.

المطلب الرابع: مستويات أعمال الصيرفة الإلكترونية وعوامل نجاحها

سنتعرض في هذا المطلب إلى مستويات أعمال الصيرفة الإلكترونية وعوامل نجاحها.

1- مستويات أعمال الصيرفة الإلكترونية:

وفقا للدراسات العالمية وتحديدًا دراسات جهات الإشراف والرقابة الأمريكية والأوروبية، فإن هناك ثلاث

صور أساسية للبنوك الإلكترونية على الإنترنت:

1-1 الموقع المعلوماتي: (Site Informationnel)

هو المستوى الأساسي للبنوك الإلكترونية، أو ما يمكن تسمية بصورة الحد الأدنى من النشاط الإلكتروني

المصرفي، ومن خلاله يقدم البنك معلومات حول برامجه ومنتجاته وخدماته المصرفية.¹

فالموقع المعلوماتي يمكن عملاء البنك من الوصول إلى المعلومات العامة عن البنك وخدماته ومنتجاته

المالية والبنكية، أما أهم المخاطر المرتبطة باستخدام الموقع المعلوماتي فتشمل:²

- حصول العملاء على معلومات غير دقيقة أو غير كاملة حول المنتجات والخدمات التي يقدمها البنك، أو حول أسعار منتجاته البنكية مما يترتب عليه إتخاذ العملاء لقرارات مبنية على معلومات غير مكتملة.

- تعرض العميل أو المؤسسة التي تتعامل مع مثل هذا الموقع إلى إنكشاف معلوماته المالية السرية في حالة عدم الفصل الدقيق والصحيح لهذا الموقع المعلوماتي عن الشبكة الداخلية للبنك.

- عكس صورة سلبية للعامة في حالة تعرض الخدمات المقدمة من خلال هذا الموقع المعلوماتي للإنتهاك أو الإنقطاع لأسباب تقنية، مما يؤثر على توجه العملاء نحو استخدام مثل هذه المواقع أو الإعتماد عليها.

1-2 الموقع التفاعلي أو الاتصالي: (Communicative Site)

يمكن هذا النوع العميل من الإتصال ببنكه، من خلال إمكانية بلوغ أنظمة المعلومات الداخلية للمصرف

لذا فإنه ينطوي على مخاطر أعلى نسبيًا من سابقه، ومن الخدمات التي يعرضها ما يلي:³

➤ طلب كشف الحساب وطلب دفتر الشيكات.

¹ - نهلة أحمد قنديل، رؤية تسويقية، بدون دار نشر، القاهرة، 2004، ص 87.

² - دغوش العطرة، مرجع سابق، ص 115.

³ - ميهوب سماح، "أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصالات على الأداء التجاري والمالي للمصارف الفرنسية"، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه، (غير منشورة)،

العلوم الاقتصادية، جامعة قسنطينة-2، 2013/2014، ص 78.

➤ طلب قروض (محاكاة نوع القرض، التعرف على العناصر المرتبطة بها كمعدل الفائدة، تاريخ الإستحقاق، طريقة صرف القرض وغيرها).

➤ طلب العملات وطلب الحصول على بطاقات مصرفية والقيام بمختلف العمليات المرتبطة بها.

1-3 الموقع التبادلي وموقع المعاملات (Transactionnel Site)

هذا هو المستوى الذي يمكن القول أن البنك يمارس فيه خدماته وأنشطته في بيئة إلكترونية حيث تشمل هذه الصورة السماح للزبون بالوصول إلى حساباته وإدارتها وإجراء الدفعات النقدية والوفاء بقيمة الفواتير وإجراء كافة الخدمات الإستعلامية وإجراء الحوالات بين حساباته داخل البنك أو مع جهات خارجية.

كون الموقع التبادلي (Web Site Transactionnel) يتضمن التبادل الإلكتروني لمعلومات العميل السرية والتحويل للأموال، فإن الخدمات المقدمة للعميل من خلال هذا الموقع تكون عرضة للمخاطر بشكل أكبر من تلك المترتبة على إستخدام الموقع المعلوماتي أو الموقع التفاعلي، وعليه فإن هناك مجموعة من القضايا التي يجب الإنتباه إليها للتخفيف من المخاطر المرتبطة بالموقع التبادلي، وأهم هذه القضايا:¹

- قضايا أمن المعلومات للعميل الذي يستخدم هذا الموقع، وضرورة إستخدام وسيلة دقيقة للتعرف على هوية العميل المستخدم لخدمات الموقع، وخاصة في حالة دخول عملاء جدد.
- الإلتزامات المترتبة على البنك في حالة إجراء عمليات من خلال عملاء غير مصرح لهم بإستخدام هذا الموقع، وكيفية التعامل مع هذه الإلتزامات.
- الخسائر المترتبة على البنك نتيجة للخداع وإساءة استخدام الموقع في حالة الفشل في التعرف على هوية العميل المستخدم.
- الإنتهاكات المحتملة من قبل المستخدمين لقوانين وتشريعات معينة مثل قوانين مكافحة غسل الأموال، وقوانين مكافحة الإرهاب، وطبيعة الترتيبات الواجب على البنك إتخاذها لمنع مثل هذه الإنتهاكات والترتيبات الممكن إتخاذها في حالة وقوعها.
- عكس صورة سلبية للعامة، أو عدم تحقيق رضا العميل نتيجة للفشل في تنفيذ عملية معينة من خلال هذا الموقع بسبب إنقطاع في الخدمة على الموقع، أو بسبب إنقطاع الإتصال مع طرف ثالث مزود للخدمة، وغيرها من المشاكل التقنية المرتبطة بخدمات الموقع التبادلي.

¹ - دغوش العطرة، مرجع سابق، ص ص 116-117.

2- عوامل نجاح الصيرفة الإلكترونية:

إن إقامة نظام الصيرفة الإلكترونية يقتضي الإلتزام بجملة من العوامل والتي هي بمثابة قواعد للعمل المصرفي الإلكتروني والتي تتمثل فيما يلي:¹

- نشر الثقة بالصيرفة الإلكترونية التي تعتبر من أهم عوامل نجاح العلاقة بين المصرف والعميل.
- الولوج السهل والسريع إلى موقع البنك على شبكة الانترنت.
- وضع سياسات قانونية شاملة تتماشى مع خصوصيات كل مجتمع، ورفع كفاءة موظفي البنك ونشر الوعي بين عملاء البنك الحاليين والمستهدفين بالعمل المصرفي الإلكتروني.
- وجود شبكة عريضة تضم كل الجهات ذات الصلة، وترتبط بالانترنت وفقا للأسس القياسية مع مراعاة التأمين في تصميم هذه الشبكة.
- وضع خطط للبدء في إدخال خدمات الصيرفة الإلكترونية، بداية من وضع إستراتيجية على مستوى البنك المركزي أو البلد أو التحالفات الدولية.
- العمل على إنشاء تنظيم إداري يعمل على التنسيق بين الأطراف المتعاقدة.

¹- ثائر عدنان قدومي، العوامل المؤثرة في انتشار الصيرفة الإلكترونية، المجلة الأردنية للعلوم التطبيقية، المجلد 11، العدد 2، 2008، ص 300.

المبحث الثاني: قنوات الصيرفة الإلكترونية والمزايا والعيوب المرتبطة بها

تجدر الإشارة إلى أن هذه القنوات الإلكترونية تقدم من خلالها الخدمة المصرفية بشكل كامل، من بداية إختيار الخدمة من قبل العميل، مروراً بإجراءات إتمامها، وانتهاءً بأدائها بشكل إلكتروني كامل مثل: قيام العميل بدفع فاتورة الهاتف عن طريق الصراف الآلي... وغيرها.

سنعرض في هذا المبحث لأهم قنوات التوزيع الإلكترونية، وكذلك المزايا والعيوب المرتبطة بالصيرفة الإلكترونية.

المطلب الأول: قنوات الصيرفة الإلكترونية

تنوعت قنوات العمل المصرفي الإلكتروني لتواكب إقتصاديات العالم الحديثة ومن أهم هذه القنوات نجد:

1- آلة الصراف الآلي (ATM):

وهي أكثر الخدمات الإلكترونية إنتشاراً، حيث توفرها في معظم فروعها بهدف تخفيض ضغط العمل وتجنب الإجراءات الإدارية وتلبية حاجات العملاء المالية بعد أوقات العمل وخلال العطل، فهي تعمل على مدار 24 ساعة، حيث توضع على الجدران الخارجية للبنوك أو في الأماكن العامة كالمطارات التجارية والجامعات وغيرها، ويتم الدخول إلى هذه الأجهزة والتي تكون متصلة بشبكة حاسوب البنك بواسطة بطاقة إلكترونية يحملها عميل البنك، يستخدم فيها رقم سري للدخول إلى حسابه¹، والصراف الآلي وسيلة تستخدم في العديد من العمليات المصرفية التقليدية وغير التقليدية مثل السحب أو الإيداع النقدي، الإستفسار عن الرصيد، تحويل الأموال بين الحسابات لنفس الشخص أو لمستفيد آخر، الحصول على كشف رصيد مختصر، والسحب التقليدي بإستخدام بطاقات الإئتمان وغيرها.²

وقد بدأ إستخدام هذه الآلات بالشكل المتعارف عليه سنة 1968 بإحدى فروع بنك (BARCLAYS) بالمملكة البريطانية المتحدة، وكانت تتيح فقط للعملاء خدمة السحب النقدي، عقب النجاح الذي صادفته تلك الآلات بدأ تطبيقها في الولايات المتحدة الأمريكية بواسطة بنك (First National) بمدينة أطلنطا، ثم إنتشرت

¹- ثناء على القباني، النقود البلاستيكية، الدار الجامعية الإسكندرية، مصر، 2006، ص96.

²- طارق طه، إدارة البنوك في بيئة العولمة والانترنت، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، مصر، 2007، ص ص 266-267.

آلات الصرف الآلي في مختلف أرجاء العالم، خاصة بعد دخول شركة (IBN) للحسابات الآلية في مجال تصنيع تلك الآلات.

1-2 الخدمات التي يقدمها الصراف الآلي:

يوفر الصراف الآلي مجموعة من الخدمات يمكن عرضها فيما يلي:¹

- السحب من حسابات الطلب والتوفير نقدا وهذا بالعملة المحلية.
- التحويلات من حساب لآخر، الإستفسار عن الرصيد.
- طلب دفتر شيكات، طلب كشف الحسابات.
- تسديد بعض فواتير الخدمات (كهرباء، ماء، غاز...).

الجدول رقم (01-01): نسبة إستخدام الصراف الآلي لكل 100 ألف راشد في العالم خلال الفترة 2017/2004.

السنوات	النسبة
2004	%18.27
2005	%17.55
2006	%19.25
2007	%25.61
2008	%27.33
2009	%27.86
2010	%29.15
2011	%30.17
2012	%33.28
2013	%36.26
2014	%36.13
2015	%39.17
2016	%41.59

¹ - عبد الغاني ريوح، نور الدين غردة، تطبيق أنظمة الصيرفة الإلكترونية في البنوك التجارية بين الواقع والآفاق، المؤتمر الدولي حول إصلاح النظام المصرفي الجزائري في ظل التطورات العالمية الراهنة، (غير منشورة)، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، ص20.

2017	%43.50
------	--------

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على : مجموعة البنك الدولي، ماكنات الصراف الآلي لكل 100 ألف راشد، مؤشرات

التنمية العالمية، 2017، الموقع: <http://data.albankaldawli.org/indicator/FB.ATM.TOTL.P5>

يوضح الجدول أعلاه إلى أن عدد الصرافات الآلية في العالم في تطور مستمر، ماعدا سنة 2005، عرفت تراجعا بـ0.72%، وهذا راجع لتبني المصارف لقنوات، ولكن سرعان ما أدركت البنوك دورها في النشاط البنكي، مما إنعكس على إرتفاع عددها بصورة مستمرة حيث بلغت نسبة 29.15% صرافا لكل 100 آلاف راشد في العالم سنة 2001، واستمر هذا الإرتفاع ليبلغ 39.17% صرافا لكل 100 شخص راشد سنة 2015، ونسبة 43.50% سنة 2017 مما يوضح لنا توفر هذه الخدمة بشكل كبير وتقريبا من العميل لنيل رضاه.

1- البنوك المنزلية (Home Banks):

وهي عبارة عن إستخدام الحاسب الآلي الشخصي للعميل وربطه مع نظام الحاسب الآلي بالمصرف والذي أصبح يعرف فيما بعد بإسم المصارف المنزلية، وهو يعتمد على فكرة تحويل البيانات من حاسب العميل إلى حاسب المصرف وإعادة تحويلها، من إشارات رقمية إلى موجات أو إشارات ضوئية (تناظرية) بواسطة أجهزة التحويل الخاصة بالحاسب Modems لتمر عبر وسائط إتصال متعددة إلى الحاسب الشخصي بمنازل العملاء، ومن أمثلة وسائل الإتصال المستخدمة، الأسلاك المحورية، الموجات الضوئية، الأقمار الصناعية، الخطوط الهاتفية.¹

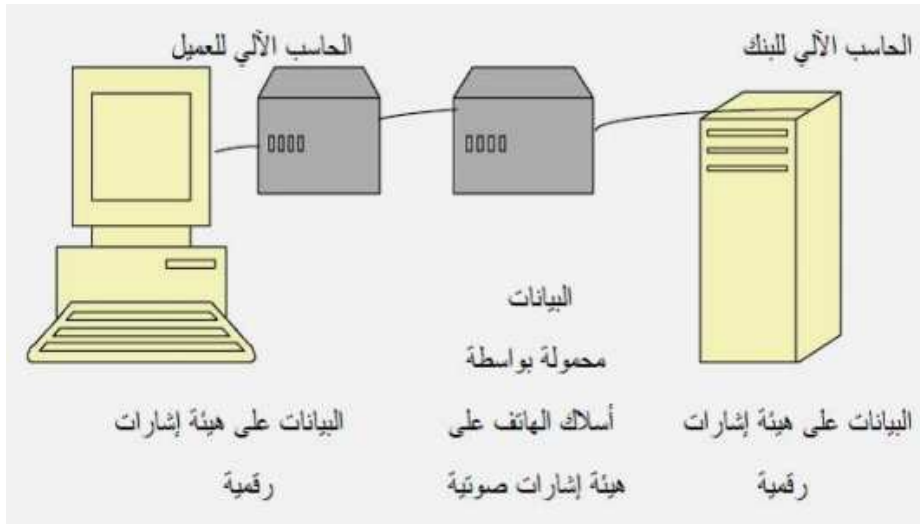
طبق نظام البنوك المنزلية لأول مرة عام 1980 بواسطة مصرف United American بولاية تينيسي الأمريكية، ولكن إستخدامه على النطاق التجاري الواسع لم يتحقق إلا بعد انتشار أجهزة الحاسبات الشخصية PC .

ويعمل هنا الحاسب الشخصي كمحطة طرفية يتم عن طريقها تقديم الخدمات المصرفية، كعرض أرصدة العميل، طباعة كشوف الحركة، بيان بالشيكات المحصلة وتحت التحصيل، كما يمكن في المقابل إرسال التعليمات الصادرة من العميل للبنك مثل تجديد الودائع، ربط وديعة جديدة، تحويل مبلغ من حساب العميل إلى حساب آخر، طلب دفتر شيكات جديد.

¹ - دغوش العطرة، مرجع سابق، ص 137.

ويتم تداول البيانات بين حاسب البنك وحاسب العميل عن طريق تحويلها من شكلها الرقمي المخزنة به داخل الحاسب الآلي للبنك إلى إشارات تناظرية حتى يمكن نقلها إلكترونياً بواسطة قنوات الإتصال كأسلاك الهاتف إلى حساب العميل.¹

الشكل رقم(01-01): تبسيط مفهوم عملية الإتصال للبنوك المنزلية



المصدر: طارق طه، "إدارة البنوك في بيئة العولمة والانترنت"، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2007، ص280.

2- الوحدات الطرفية عند نقاط البيع (Pos Terminals):

وهي الآلات التي تنتشر لدى المؤسسات التجارية والخدمية بمختلف أنواعها وأنشطتها، ويمكن للعميل استخدام بطاقات بلاستيكية أو بطاقات ذكية للقيام بأداء مدفوعات من خلال الخصم على حسابه إلكترونياً بتمرير هذه البطاقة داخل هذه الآلات المتصلة إلكترونياً بحواسيب المصرف.²

يتشابه هذا النظام مع البنوك المنزلية في اعتمادها على شبكة إتصالات الحاسبات الآلية وعمليات التحويل وإعادته السابق تناولها، أما وجه الإختلاف بينهما فيتمثل في أن عملية الإتصال في نظام الوحدات الطرفية تتم بين الحاسب الآلي للبنك وبين المحطة الطرفية الموجودة داخل المتاجر الكبرى والأسواق المركزية، وذلك بدلا من الحاسبات الشخصية الموجودة داخل منازل العملاء.³

¹ - طارق طه، مرجع سابق، ص 281.

² - وسيم محمد الحداد، شقيري نوري موسى، مرجع سابق، ص64.

³ - طارق طه، مرجع سابق، ص282.

3- البنوك الهاتفية (Phone Banks):

ظهر الهاتف المصرفي كقناة يستطيع من خلالها المصرف الرد على إستفسارات العملاء وخدمات أخرى، فإذا أراد شخص سداد فاتورة أو إجراء عملية دفع لأي جهة أخرى فما على الشخص إلا أن يتصل بالمصرف الذي يتعامل معه لكي يتولى هذه المهمة، حيث يقوم بالضغط على أزرار الهاتف برقم حسابه ثم الرقم السري اللذان زوده المصرف بها من قبل ثم يضغط على أزرار الهاتف برقم شفري للجهة التي ستتلقى المدفوعات، ويدخل المبلغ الذي يريد تحويله (سداده) وتسمى هذه الخدمة بخدمة سداد الفواتير.¹ ومن مميزات هذه القناة إتاحة الحصول على الخدمة في أي وقت خلال اليوم وخلال الأسبوع (24 ساعة يوميا، 7 أيام بالأسبوع).²

ومن الخدمات التي تقدمها هذه القناة:³

- خدمات الإستعلام عن حالة الرصيد.
- حصول العميل على كشف دوري تاريخي لكل التعاملات والمعاملات البنكية التي حدثت.
- إستقبال العميل لرسائل الكترونية تعلمه عن حالات الطوارئ المتعلقة بأرصده.
- متابعة العميل لكل التحويلات التي تمت على حسابه، وكذلك متابعة كل الشيكات المحصلة.
- طلب كشف حساب.
- طلب دفتر شيكات.
- تغيير الرقم السري.

4- بنوك الانترنت (Internet Banks) :

تعرف بنوك الانترنت وتسمى أيضا البنوك الافتراضية (Virtual Banks) بأنها: تلك البنوك التي تستخدم الانترنت كقناة للحصول على الخدمات المصرفية مثل: فتح حساب الإيداع، وتحويل الأموال، والحصول على الخدمات المصرفية الجديدة، ويعد الانترنت هو جوهر عمل هذه البنوك، وتعتبر بنوك الانترنت مجال التنافس الرئيسي بين البنوك.⁴

¹ - بركان أمينة، "الصيرفة الإلكترونية كحتمية لتفعيل أداء الجهاز المصرفي"، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه، (غير منشورة)، علوم التسيير، جامعة الجزائر، 2013/2014، ص357.

² - وسيم محمد الحداد، شقيري نوري موسى، مرجع سابق، ص65.

³ - منصف نزار، مرجع سابق، ص50.

⁴ - ناظم محمد نوري الشمري، عبد الفتاح زهير العبد اللات، مرجع سابق، ص38.

ومن الخدمات التي يتيحها البنك الإلكتروني أيضا:¹

- كيفية إدارة المحافظ المالية (من أسهم والسندات) للعملاء.
- تقديم طريقة دفع العملاء للكمبيالات المسحوبة عليهم إلكترونيا.
- الإعتمادات.
- الكفالات.
- إستقبال وإرسال ملاحظات.
- طلب بطاقة صراف آلي.
- إيقاف بطاقة الصراف.

5- بنوك الهاتف الجوال (Mobile Banking):

أنشأت هذه الخدمة مع تطور الخدمات المصرفية في العالم والذي يتجه اليوم متسارعة نحو إستخدام الهواتف الجواله بصورة مطردة، الأمر الذي يستلزم تطوير إستخدام هذه الهواتف للعديد من الأغراض، وهي الخدمات المصرفية المتوفرة من خلال ربط الجهاز الجوال بالبنك عن طريق الانترنت وتعطى هذه الخدمة من خلال تطبيقات خاصة بالبنك يثبتها العميل على جهاز الهاتف المحمول به، أو من خلال نظام فيديو مزدوج وثنائي الإتجاه لإجراء إتصالات مباشرة من خلال الصوت والصورة، وإنشرت هذه الخدمة نتيجة تزايد إستخدام الأجهزة الخلوية والحواسيب المحمولة في أرجاء العالم.²

ومن الخدمات التي تقدمها بنوك الهاتف النقال:³

- ❖ الإستفسار عن رصيد الحساب.
- ❖ الإستعلام عن آخر (10) حركات على الحساب.
- ❖ التحويل من حساب إلى حساب داخلي.
- ❖ طلب كشف حساب، طلب دفتر الشيكات.
- ❖ ملخص أرصدة الحسابات.
- ❖ تغيير الرقم السري.

² - دغوش العطرة، "استخدام الانترنت كأداة لتقديم الخدمات البنكية"، دراسة حالة البنوك الجزائرية، مجلة أبحاث اقتصادية وإدارية، جامعة الجزائر، العدد 18، 2015، ص7.

³ - ناظم محمد نوري الشمري، عبد الفتاح زهير العبد اللات، مرجع سابق، ص65.

الجدول رقم (01-02): عدد مستخدمي الصيرفة عبر الهاتف النقال عبر العالم خلال الفترة
2010/ 2017:

الوحدة: مليون مستخدم (المتوقع)

السنوات	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
عدد مستخدمي الصيرفة عبر الهاتف النقال	142	288	480	696	914	1121	1310	1476

المصدر: ميهوب سماح، "اثر تكنولوجيا المعلومات والاتصالات على الأداء التجاري والمالي للمصارف الفرنسية"، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه، (غير منشورة) العلوم الاقتصادية، جامعة قسنطينة 2، 2013/2014، ص71.

يتضح من خلال الجدول السابق أن عدد مستخدمي الصيرفة عبر الهاتف النقال في العالم في تزايد مستمر، حيث بلغ سنة 2014 ما يقدر 941 مليون مستخدم بعدما كان 142 مستخدم سنة 2010، كما نلاحظ أن هناك توقعاً لإرتفاع هذا العدد في السنوات الأخيرة 2016 و 2017 وهذا دليل على قبول ورضا المتعاملين على هذه الخدمة.

6- التلفزيون الرقمي (Digital Television):

وهو عبارة عن ربط عبر الأقمار الصناعية بين جهاز التلفزيون بالمنزل وبين حاسب البنك، بالتالي يمكن الدخول من خلال رقم سري إلى حاسب البنك أو شبكة الانترنت وتنفيذ العمليات المطلوبة، ويعد هذا التلفزيون من أحدث القنوات التي تم إبتكارها، والتي تمكن المصارف من التفاعل مع العملاء في مواقعهم خصوصا في المنزل مع ربات البيوت، لاسيما في حالة عدم توفر جهاز الحاسب، ووجدت هذه التقنية رواجاً خصوصا في بريطانيا وفي السويد وفرنسا.¹

ومن بين الخدمات التي تعرضها هذه القناة ما يلي:²

- الإستعلام عن الرصيد.
- تحويل الأموال بين الحسابات.

¹ - ناظم محمد نوري الشمري، عبد الفتاح زهير العبد اللات، مرجع سابق، ص32.

² - ميهوب سماح، مرجع سابق، ص76.

- الحصول على معلومات خاصة بالخدمات المعروضة وكل ما يتعلق بإستراتيجيات تقديمها.
- حساب تكاليف القروض العادية والعقارية.
- مراقبة وضبط البطاقات من خلال تحديد سقف القرض على المكشوف المرتبط بالبطاقات المصرفية.
- دفع الفواتير الخاصة بالعملاء.

المطلب الثاني: مزايا الصيرفة الإلكترونية

تسمح الصيرفة الإلكترونية بتقديم خدمات حديثة تميزها عن خدمات الصيرفة التقليدية، وهنا نستعرض أهم المميزات التي تتسم بها الصيرفة الإلكترونية ومن أهمها:¹

1- المزايا المحققة للبنوك:

تحقق الصيرفة الإلكترونية العديد من المزايا للبنوك المستخدمة لها من أهمها ما يلي:

- ❖ تخفيض العديد من بنود التكاليف التي تقع على عاتق البنك، حيث يخفف من أعباء فتح فروع جديدة في أماكن مختلفة داخل وخارج الدولة.
- ❖ حرية الإختيار: حيث تزود الزبائن بالمعلومات الكاملة عن المنتجات والخدمات وأسعارها.
- ❖ تلقائية التعامل: فلا حاجة لوجود علاقة عمل مسبقا لإجراء حركة تجارية وبدء تعامل جديد بين البنك والعميل.
- ❖ التكامل مع العميل: فالانترنت يوفر خدمة التوصيل للمنازل إلى جانب كونها سوقا تجاريا متكاملة.
- ❖ استمرار وجود المعلومات طوال اليوم أمام أي شخص يستخدم الانترنت مع إمكانية إدخال أي تعديلات في الحسابات بسهولة وسرعة.
- ❖ إنخفاض تكلفة أداء الخدمات المصرفية بإستخدام الوسائل الإلكترونية عن باقي القنوات.

2- المزايا التي تحقها للعميل:

مثلما تحقق الصيرفة الإلكترونية فوائد للبنوك فهي أيضا تحقق العديد من المزايا والفوائد للعملاء من أهمها ما يلي:

- ❖ منح العملاء قدرة أكبر لاختيار الخدمة البنكية الأكثر ملائمة لهم وهذه الميزة التي توفرها الانترنت تعتبر نقلة نوعية في علاقة البنوك مع عملائها، أي إذا كانت الخدمة المطلوبة غير متوفرة لدى البنك المختار على الانترنت أو أن سعرها غير تنافسي فإن العميل سيتحول بسهولة إلى بنك آخر له موقع على الانترنت.

¹ - رشدي عبد اللطيف داود، "البنوك الإلكترونية في قطاع غزة"، مجلة الجامعة الإسلامية غزة (سلسلة الدراسات الإسلامية)، المجلد 16، العدد 2، 2008، ص 6-7.

- ❖ تقديم الخدمات البنكية طوال أيام الأسبوع وعلى مدار 24/سا/24سا، بمعنى خدمة متواصلة 365 يوم في السنة، بما فيها العطل والأعياد، ودعم الإلتزام بالمواعيد الرسمية.
- ❖ تمكين العميل من الإطلاع على الحساب بالإضافة إلى معرفة أسعار الفائدة، أسعار الصرف، مواعيد استحقاق أقساط القروض...إلخ.
- ❖ سهولة إجراء التحويلات المالية من حساب لآخر.
- ❖ توفر درجة الأمان والسرية بشكل متفاوت.
- ❖ إمكانية الحصول على خدمات مصرفية سريعة ومريحة وبتكاليف منخفضة.

3- المزايا التي تحققها للاقتصاد الوطني

- تعتبر الصيرفة الإلكترونية مشروعا مهما وإستراتيجيا بالنسبة للإقتصاد الوطني لتحقيق التنمية الإقتصادية والإجتماعية في المجتمع، وتساهم في معالجة مشاكل الإقتصاد الملحة ومن أهمها مشكلة الإندماج العالمي في مجال التجارة الإلكترونية، ومشكلة الوفرة لتنمية القطاعات الإقتصادية، ومشكلة الفقر وتحقق بذلك مجموعة من المزايا من أهمها:¹
- ❖ زيادة الدخل المالي للبنوك الوطنية ومن ثم مساهمتها في إجمالي الدخل الوطني، من خلال قيمة رسوم رمزية تقرض على مستخدمى الانترنت في التعامل البنكي.
 - ❖ إن معادلات المعاملات البنكية عبر الانترنت يزيد من الكفاءة الإنتاجية للبنوك، والتي بدورها تساعد على تحسين الأداء الإقتصادي بشكل عام.
 - ❖ تحويل المجتمع من مجتمع نقدي يستخدم النقد في تسوية معاملاته، لمجتمع يستخدم وسائل الدفع الحديثة.
 - ❖ تخفيض معدل تداول العملة الورقية لتقليل تكلفة طباعتها وتقليل آثارها الصحية في نقل الأمراض.
 - ❖ الإسهام في جذب الإستثمارات الأجنبية في القطاع المصرفي.
 - ❖ المحافظة على النقد داخل الجهاز المصرفي وحماية النقود من التلف بقلة تداولها والسيطرة على مشكلة تزوير العملات.

¹ - بن عباد محمد سمير، سماحي أحمد، التكنولوجيا الإلكترونية البنكية (ضرورة أم حتمية بالنسبة للمؤسسات المصرفية الجزائرية)، الملتقى الوطني حول المنظومة البنكية في ظل التحويل القانونية والاقتصادية، جامعة تلمسان، 2006، ص54.

المطلب الثالث: عيوب الصيرفة الإلكترونية

على الرغم من وجود الكثير من المزايا التي تحققها الصيرفة الإلكترونية للبنوك والعملاء على حد سواء، لكن مع ذلك فإن هناك بعض العيوب التي تصاحب تقديم الخدمات الإلكترونية للعملاء. ومن أهم عيوب العيوب التي تصاحب العمليات المصرفية الإلكترونية ما يلي:

1- بالنسبة للعميل:¹

- ❖ عدم توفر الأمان والسرية على استخدام القنوات الإلكترونية.
- ❖ صعوبة الاستخدام مثل: صعوبة اللغة أو عدم توفر النشرات الإرشادية.
- ❖ قلة الثقة في استخدام الصيرفة الإلكترونية والقناعة بالتعامل مع الفروع مباشرة.
- ❖ عدم توفر المهارات اللازمة لإستخدام الخدمة مثل: عدم المعرفة بإستخدام الإنترنت.
- ❖ إستخدام الصيرفة الإلكترونية ينطوي على تلاعب من قبل البنوك مثل: فرض عمولات أو رسوم إضافية.
- ❖ زيادة الكلفة المترتبة على إستخدام القنوات الإلكترونية بما فيها الأعباء المالية الإضافية مثل: الإشتراك في الإنترنت، إجراء مكالمة هاتفية.
- ❖ وجود أعطال فنية تحويل دون استخدام الصيرفة الإلكترونية وقت الحاجة.
- ❖ ضعف تسويق الخدمات المصرفية الإلكترونية من قبل البنك.

2- بالنسبة للبنك:²

- ❖ عدم قناعة الإدارة بالجدوى الإقتصادية لتطبيق التكنولوجيا وبالذات الصيرفة الإلكترونية.
- ❖ عدم وجود معرفة بالميزات والفوائد.
- ❖ عدم التوافق والانسجام بينها وبين أنظمة العمل الموجودة بالبنك.
- ❖ عدم إمتلاك بنية تكنولوجية تحتية.
- ❖ إرتفاع تكاليف الإستثمار المالي مثل: إرتفاع شراء الأجهزة والصيانة والتدريب وغيرها.
- ❖ عدم وجود قوانين تشجع البنوك على الصيرفة الإلكترونية.
- ❖ انخفاض الوعي المصرفي لدى العملاء وقلة الثقة.

¹ - ناظم محمد نوري الشمري، عبد الفتاح زهير العبد اللات، مرجع سابق، ص185.

² - ناظم محمد نوري الشمري، عبد الفتاح زهير العبد اللات، مرجع سابق، ص192.

المبحث الثالث: أساليب الدفع الإلكتروني

سنتطرق في هذا المبحث إلى مفهوم النقد الإلكتروني، وأهم وسائل وأنظمة الدفع المتعامل بها كما سنوضح أهم مخاطر الصيرفة الإلكترونية التي تنجر عن استخدام وسائل وأنظمة الدفع الإلكتروني.

المطلب الأول: مفهوم الدفع الإلكتروني

إن إتساع نطاق الصيرفة الإلكترونية والتجارة الإلكترونية سمح بتضاؤل دور النقود الورقية والدفع التقليدي أمام إزدهار الدفع الإلكتروني، حيث كانت النقود الوسيلة الرئيسية لتسوية المعاملات المالية وكان الدفع يتم بصورة سائلة أو بواسطة وسيلة بديلة كالشيك وغيرها من وسائل الدفع التقليدية، لكن تلك الوسائل لا تصلح في تسهيل التعامل الذي يتم عن بعد في بيئة رقمية كالعقود الإلكترونية التي تبرم عبر شبكة الانترنت حيث تتوارى المعاملات الورقية، ومن هنا تظهر أهمية ابتكار وسائل سداد تتفق مع طبيعة هذه البيئة الرقمية، ولهذا يتم الدفع إلكترونياً.

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

- وتعرف أنظمة الدفع الإلكترونية أيضاً أنها: " هي أنظمة الدفع التي تتم إلكترونياً بدلاً من الورق (النقد، الشيكات)، يستطيع الشخص أن يحاسب فواتيره إلكترونياً أو يقوم بتحويل النقود إلكترونياً عبر حسابه البنكي الخاص"².

ومما سبق يمكننا إعطاء التعريف التالي:

- نظام الدفع الإلكتروني هو مجموع التسويات لمجموعة من المتعاملين وذلك من أجل تحويل قيم بين طرفين على الأقل، باستخدام وسائل إلكترونية".

¹ - لوصيف عمار، "استراتيجيات نظام المدفوعات للقرن الحادي والعشرين مع الإشارة إلى التجربة الجزائرية"، مذكرة مقدمة لنيل متطلبات شهادة الماجستير (غير منشورة)، العلوم الاقتصادية، قسنطينة، 2009/2008، ص29.

² - محمد نور صالح الجداية، سناء جودت خلف، التجارة الإلكترونية، دار حامد للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ط1، 2009، ص231.

المطلب الثاني: وسائل وأنظمة الدفع الإلكتروني

إستنادا إلى الثورة الحاصلة في مجال التجارة الإلكترونية وإتساع نطاق الصيرفة الإلكترونية، واكتبتها ضرورة إيجاد وسائل دفع تكون بديلا للنقود التقليدية، أو ما يعرف بوسائل الدفع الإلكترونية التي يمكن إستخدامها في أي وقت وفي أي مكان في العالم، هذه الأخيرة لها أنواع عديدة ومتنوعة سريعة التطور، سنعرض في هذا المطلب أهم أنواعها:

1- بطاقات الائتمان:

من خلال ما سبق سنتناول دراسة البطاقات البنكية التي تعد من أهم وسائل الدفع الإلكتروني وسنركز على النقاط التالية:

أ. مفهوم البطاقات البنكية.

ب. تقسيمات البطاقات البنكية.

ت. مزايا وعيوب البطاقات البنكية.

أ. تعريف البطاقات البنكية:

طرحت البطاقات البنكية بإعتبارها ظاهرة حديثة الكثير من التساؤلات التي تتعلق بتعريفها وتحديد مفهومها، ومما يزيد الأمر تعقيدا في هذا الشأن هو تعدد التعريفات الخاصة بها وإختلافها فيما بينها.

ويلاحظ أن هناك الكثير من المصطلحات التي تطلق على هذه البطاقات، وأكثرها شيوعا هو **بطاقات الائتمان** ويمكن تعريف بطاقات الائتمان على أنها:

- "أداة مصرفية للوفاء بالالتزامات تحظى بالثقة والقبول الواسع على المستوى المحلي والدولي لدى البنوك والتجار والشركات والأفراد، تقدم كبديل للنقود لدفع قيمة السلع والخدمات التي يحصل عليها حامل البطاقة مقابل توقيعه على إيصال بقيمة إلتزامه الناشئ عن مشترياته أو الخدمات التي يحصل عليها، على أن يقوم التاجر بتحصيل القيمة من البنك الذي صرح له بقبول البطاقة كوسيلة دفع، ويطلق على عمليتي التسوية بين المصارف الأطراف فيها إسم "نظام الدفع الإلكتروني"¹.

¹- نادر شعبان إبراهيم السواح، النقود البلاستيكية وأثر المعاملات الإلكترونية على المراجعة الداخلية في البنوك، الدار الجامعية للنشر والتوزيع، مصر، 2005، ص12.

- وفي تعريف آخر: " هي بطاقة تؤدي وظيفتي الوفاء والإئتمان تصدرها مؤسسة مالية لشخص طبيعي أو معنوي، فنتيح لحاملها إجراء سحب نقدي من البنوك، أو الحصول على سلع وخدمات فور تقديمها، مع إلتزامه بالسداد للبنك المصدر بالشروط والقواعد المحددة بالعقد المبرم بينهما".¹

ب. تقسيمات البطاقات البنكية:

تنقسم البطاقات البنكية إلى قسمين:

(1) التقسيم الأساسي للبطاقات البنكية.

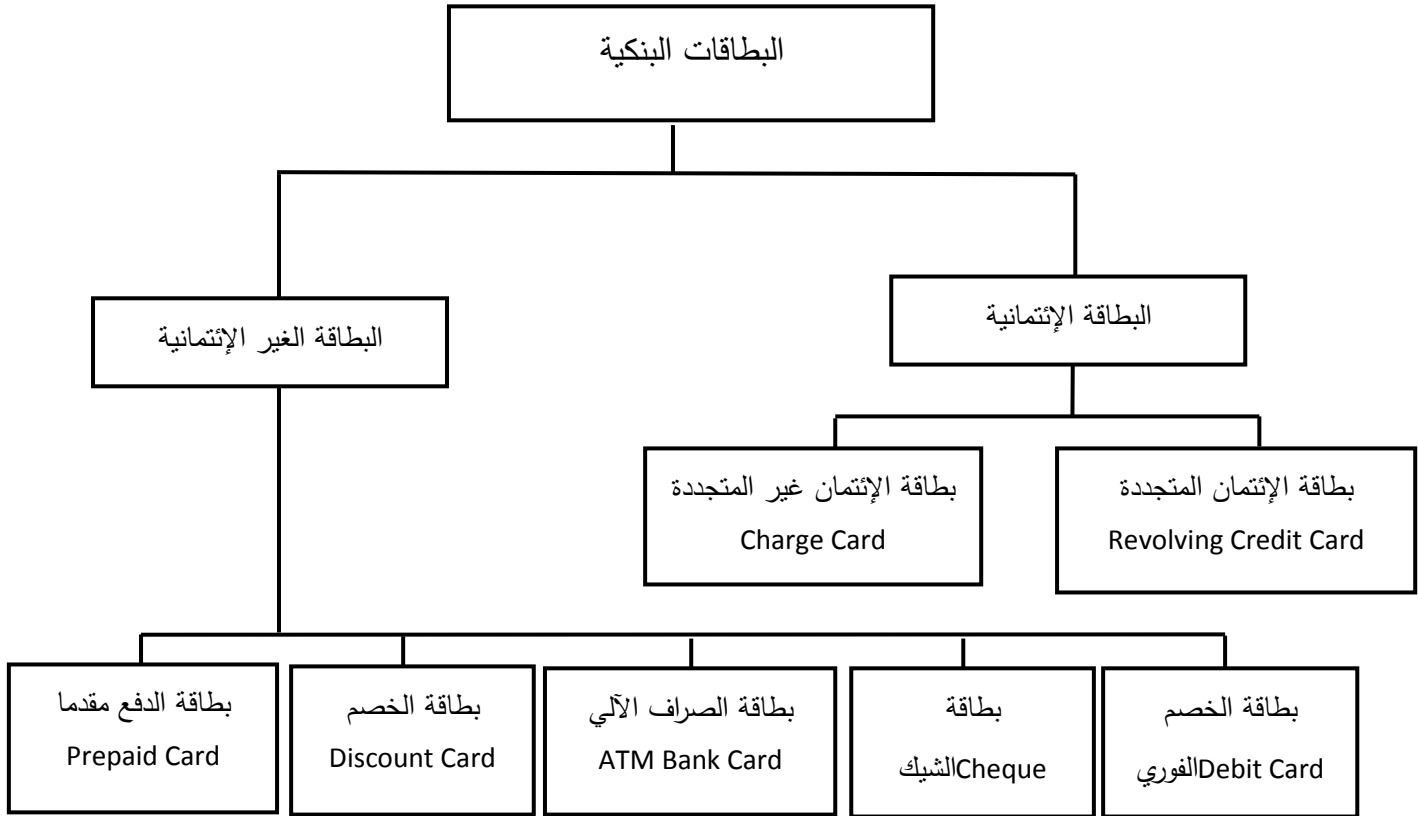
(2) التقسيم الفرعي للبطاقات البنكية.

(1) التقسيم الأساسي للبطاقات البنكية:

ويكون ذلك حسب العلاقة التعاقدية بين المصدر وحامل البطاقة، وتنقسم إلى نوعين: البطاقات الإئتمانية، والبطاقات غير الإئتمانية، والشكل الموالي يوضح هذا التقسيم:

¹ سميحة القليوبي، "وسائل الدفع الحديثة(البطاقات البلاستيكية)"، بحث مقدم إلى المؤتمر العلمي السنوي لكلية الحقوق، جامعة بيروت، ط1، منشورات الحلبي الحقوقية، لبنان، 2007، ص14.

الشكل رقم (01-02): التقسيم الأساسي للبطاقات البنكية



المصدر: ثناء علي القباني وآخرون: النقود البلاستيكية واثر المعاملات على المراجعة الداخلية في البنوك التجارية، الدار الجامعية، القاهرة، مصر، 2006، ص26.

✓ البطاقات الائتمانية (القرضية):

وهي البطاقات التي تصدرها المصارف في حدود مبالغ معينة، وهي التي تتيح لحاملها الحصول على إئتمان فعلي: ومن أمثلتها: بطاقة الفيزا والماستر كارد وأمريكان إكسبريس.¹ وتنقسم البطاقات الائتمانية بدورها إلى:²

❖ البطاقات الائتمانية المتجددة (Revolving Credit Card):

تصدر البنوك هذا النوع من البطاقات في حدود مبالغ معينة، ويكون حامل البطاقة مخيرا بين تسديد كلي لقيمة فاتورة البطاقة خلال فترة الإستفادة أو تسديد جزء منها فقط، ويسدد البطاقة خلال فترة أو فترات

¹ - رأفت رضوان، عالم التجارة الإلكترونية، منشورات المنظمة العربية للتنمية الإدارية، مصر، ط1، 1999، ص50.

² - بريش عبد القادر، التحرير المصرفي ومتطلبات تطوير الخدمات المصرفية وزيادة القدرة التنافسية للبنوك الجزائرية، أطروحة دكتوراه، (غير منشورة)، العلوم الاقتصادية، جامعة الجزائر، 2005/2006، ص142.

لاحقة وفي كلتا الحالتين يتم تجديد القرض الأول لحامل البطاقة لذلك سميت ببطاقة الإئتمان المتجددة، وتتميز بأنها توفر الجهد والوقت لحاملها، وتزيد من إيرادات البنك المصدر لها، بما يحصل عليه من رسوم مقابل الخدمات أو فوائد تأخير السداد، ولا يتم إصدار هذه البطاقة إلا بعد دراسة جيدة لموقف العميل.

❖ البطاقة الائتمانية غير المتجددة (Charge Card):

تختلف هذه البطاقات عن البطاقات الائتمانية المتجددة في أن السداد يجب أن يتم بالكامل من قبل العميل للبنك خلال الشهر الذي تم فيه السحب (أي أن الفترة الائتمانية في هذه الحالة لا يتجاوز شهرا)، وتتيح هذه البطاقة لحاملها فرصة الشراء الآني والتسديد لاحقا فهي لا تتضمن خط إئتمان دورا، قد يترتب على حاملها تسديد فاتورة البطاقة بالكامل خلال فترة السماح وفي حالة عدم التسديد لا يمنح حاملها قرضا جديدا، وتسحب منه البطاقة، وتعتبر "داينرزكلوب" و"أمريكان اكسبريس" من أهم المؤسسات المصرفية الكبيرة المصدرة لهذا النوع من البطاقات.

✓ البطاقة غير الائتمانية:

وتستخدم هذه البطاقة كأداة وفاء فقط حيث يحصل حامل البطاقة على إحتياجاته من السلع والخدمات والصرف النقدي فور تقديم البطاقة.¹

وتكمن فائدة هذه البطاقة بكونها تمكن صاحبها الحصول على النقود والسلع والخدمات ببسر وسهولة، ودون التعرض لمخاطر حمل النقود، ويعد هذا النوع من البطاقات الأكثر إنتشارا في الدول النامية. وهناك أنواع عديدة من البطاقات غير الائتمانية نذكر منها:

❖ بطاقة الصراف الآلي (ATM Bank Card):

وهي عبارة عن أداة داخلية مكونة من بطاقة بلاستيكية تحتوي على شريط ممغنط، يسجل عليها جميع بيانات الحساب الجاري بالإضافة إلى رقم سري يستخدم عند التعامل مع جهاز الصراف الآلي، ومن مميزات هذه البطاقة أنها تصدر فقط لمن له رصيد لدى البنك، ويتم الخصم فور إستخدامها.²

¹ - نادر شعبان إبراهيم السواح، مرجع سابق، ص20.

² - فتحي شوكت مصطفى عرفات، بطاقات الائتمان البنكية في الفقه الإسلامي، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في الفقه والتشريع، جامعة فلسطين،

2007، ص15.

❖ بطاقة الدفع مقدما (Prepaid Card):

هي بطاقات يتم دفع قيمتها مسبقا عند شرائها، لذا يسميها البعض بالبطاقات مخزنة القيمة، فهي تقوم على أساس تثبيت مبلغ محدد، كما يجري التخفيض التدريجي لمبلغ البطاقة آليا كلما تم إستعمالها،¹ ويتم إستخدامها من أجل سداد بعض المعاملات عن طريق خصم قيمة المعاملة من القيمة المخزنة عليها، ومن أمثلتها بطاقات الهاتف وكذا بطاقات وسائل النقل.²

❖ بطاقة الشيك (Cheque Card):

وتصدر هذه البطاقة لإبرازها مع الشيكات المضمونة التي تصدرها البنوك، ويتم صرفها حال تقديمها مرفقة مع البطاقة، وتستخدم هذه البطاقة لسحب النقود ولضمان الشيكات المستخدمة بدلا من النقود في عملية شراء السلع والخدمات.³

❖ بطاقة الخصم الفوري (Debit Card):

يطلق على هذا النوع من البطاقات ببطاقة السحب المباشر وهي وسيلة إلكترونية للدفع الفوري وليس الدفع الأجل، وتعرف على أنها بطاقة بلاستيكية ممغنطة تصدرها البنوك التجارية أو مؤسسات مالية، يستطيع حاملها عند إستخدامها أن يحول مبالغ من حسابه لدى البنك التجاري إلى حساب المستفيد، سواء كان مطعما أو متجرا أو دائرة حكومية لدى نفس البنك، شرط أن تكون الجهة المستفيدة مشاركة في برنامج تحويل الأموال الإلكتروني في ذلك البنك أو المؤسسة المالية، ومن الواجب على العميل حامل هذه البطاقة أن يكون قد سبق له فتح حساب لدى البنك مصدر البطاقة ويكون الحساب جاريا.⁴

(2) التقسيم الفرعي للبطاقات البنكية:

ويمكن تبويب التقسيمات الفرعية للبطاقات على حسب:

✓ التقسيم حسب نوع الضمان المقدم من حامل البطاقة:

ويحتوي هذا التقسيم على ثلاث أنواع:⁵

¹ - خالد وهيب الراوي، العمليات المصرفية الخارجية، دار المناهج للنشر والتوزيع، ط2، عمان، الأردن، 2000، ص31.

² - بن وارث حكيم، "دور وأهمية التجارة الإلكترونية في اقتصاد المعرفة"، مذكرة مقدمة لنيل متطلبات شهادة الماجستير (غير منشورة)، جامعة العربي بن المهدي، أم البواقي، 2007/2008، ص62.

³ - عذبة سامي حميد جابر، "العلاقات التعاقدية المنبثقة عن استخدام بطاقة الائتمان"، رسالة مقدمة لنيل درجة الماجستير، جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا، العلوم القانونية، عمان، الأردن، 2008، ص36.

⁴ - محمد عبد الحليم عمر، الجوانب الشرعية والمصرفية والمحاسبية لبطاقات الائتمان، ايتراك للنشر، ط1، الإسكندرية، مصر، 1998، ص17.

⁵ - ثناء علي القباني، المرجع السابق، ص24.

❖ بطاقات تصدر بالضمان الشخصي:

وهي تلك البطاقات التي تصدر لكبار عملاء البنوك، والأشخاص المعروفين، والشخصيات العامة، والعاملين ذوي الدخل المرتفعة مثل: البنوك، شركات البترول، شركات الإستثمار، شركات الطيران، حيث أن قبول الضمان يعتمد على ثقة المصدر للبطاقة بالعميل وملائمته المالية وتاريخه المالي.

❖ بطاقات تصدر بضمان عيني جزئي:

وهي تلك البطاقات التي تصدر لعملاء البنك القدامى وعملاء الإئتمان، وهذا يتطلب أن يقوم العميل بتقديم ضمان يتمثل في صورة حساب جاري أو إستثماري للبنك يتم التحفظ عليه لدى البنك المصدر، ويشترط أن لا تقل قيمة الضمان في حده الأدنى عن الحد الأعلى للبطاقة.

❖ بطاقات تصدر بضمان عيني كامل:

ويصدر هذا النوع من البطاقات للعملاء الحاليين أو المرتقبين، وغير المعروفين بلائمتهم أو غير المدروسين إئتمانيا، ويتطلب أن يوافق العميل على قيام البنك بالتحفظ على جزء من حساباته.

✓ التقسيم من حيث المزايا التي يتمتع بها حامل البطاقة:

❖ البطاقات الفضية (Classic Card):

هذا النوع يعطي لحامله حدا من الإئتمان منخفضا نسبيا فيمنح هذا النوع لمعظم العملاء عندما يتوافر الحد الأدنى من المتطلبات المطلوبة، كما يوفر لحاملها القدرة على الشراء من التجار والسحب النقدي من البنوك وأجهزة الصراف الآلي.

❖ البطاقة الذهبية (Gold Card):

هذا النوع من البطاقات يصدر للعملاء أصحاب الأموال، فحامل هذه البطاقة تضاف إليه بعض المزايا الأخرى الممنوحة له مجانا مثل: التأمين ضد الحوادث ويحصل على إستشارات قانونية مجانا....الخ، وتزيد رسوم الإشتراك على حامل هذه البطاقة عن حامل البطاقة الفضية، وعادة يكون الإئتمان المالي والتاريخ المالي لصاحب البطاقة معيارا لهما ومحددا في نوع البطاقة التي تصدر له.¹

❖ البطاقة الماسية أو البلاطينية (Platine Card):

¹ - جلال عابد الشوري، "وسائل الدفع الإلكترونية"، ط1، دار الثقافة، عمان، 2008، ص25.

وهي بطاقة تصدر لكبار العملاء ذوي القدرات المالية العالية، وتتميز بعدم وجود حدود إئتمانية وتعطي لحاملها نفس مزايا البطاقات الذهبية، وتصدر هذه البطاقات عن طريق بعض المؤسسات مثل: أميركان إكسبريس.¹

✓ **التقسيم على حسب جهة الإصدار:**

ويوجد ثلاث أنواع من البطاقات حسب جهة الإصدار وهي:²

❖ **البطاقات الصادرة من خلال رعاية المنظمة العالمي:**

وذلك عن طريق التفويض للبنوك التجارية بإصدار البطاقة، ومساعدتها على إدارة خدماتها، ومن أمثلة هذه البطاقات "الفيزا" و"الماستر كارد".

❖ **البطاقات الصادرة عن المؤسسات المصرفية العالمية:**

حيث تشرف هذه المؤسسات على إصدار البطاقات مع عدم منح التراخيص أو أي تفويضات للمؤسسات أو بنوك أخرى ومن أمثلتها بطاقة "الأمريكان إكسبريس".

❖ **البطاقات الصادرة عن المؤسسات التجارية الكبرى:**

وهذا النوع من البطاقات تصدرها المحلات التجارية أو الفنادق أو المطاعم، أو محطات البنزين، من أشهرها "مارك أند سينتر" و"جون لويز"، وهي منتشرة في مختلف أنحاء إنجلترا.

✓ **التقسيم حسب النظم التكوينية الرئيسية:**

وتضم الأنواع ثلاث التالية:

❖ **البطاقات الممغنطة (Magnetic Stripe Cards):**

وهي بطاقات تسمح لحاملها بشراء السلع والخدمات بالحد الأقصى الذي يحدده البنك، وتسمى بالبطاقة الممغنطة لإحتوائها على شريط ممغنط يحتوي على رقم البطاقة والذي يمكن التعرف عليه بواسطة الوحدات الطرفية للحاسب الآلي للبنوك والقنوات التوزيعية الإلكترونية التي تتعامل معها.³

¹ نادر شعبان إبراهيم السواح، مرجع سابق، ص 23.

² فتحي شوكت مصطفى عرفات، مرجع سابق، ص 51.

³ عبد الجبار الحنيفس، "الاستخدام غير المشروع لبطاقات الائتمان الممغنطة من وجهة نظر القانون الجزئي" مجلة جامعة دمشق، العدد 1، جامعة سوريا، 2010، ص 74.

❖ البطاقات الرقائقية أو البطاقات الذكية (Chip Cards):

وتعتبر واحد من آخر الإصدارات في عالم تكنولوجيا المعلومات والاتصال، وهي تحتوي على شريحة إلكترونية مدمجة في بطاقة شبيهة في حجمها ببطاقة الدفع البلاستيكية الممغنطة.

تحتوي هذه البطاقة على شريحة إلكترونية يمكنها تخزين الكثير من المعلومات مثل المعلومات الشخصية لحامل البطاقة، كما تعتمد على مجموعة من المعايير التي قد تحتوي على أرقام سرية، كلمة السر، مفاتيح عامة وخاصة (خوارزميات تشفير معقدة).

وسميت بالبطاقة الذكية لأنها تحد من عمليات التزوير لما تحتويه من مواصفات وبيانات ظاهرة ومخفية، مثال: لو تمكن شخص من تعديل بيان من البيانات الظاهرة، فلن يتمكن من تعديل نفس البيان المخزن في الشريحة.¹

ت. مزايا وعيوب البطاقات البنكية:

مزايا البطاقات البنكية: وهي كما يلي:²

- قبولها عالميا فيمكن حاملها من أن يدفع مقابل البضائع ببطاقات السداد في أي مكان في العالم وتحويل العملة بواسطة مصدر البطاقة.
- توفير الوقت والجهد والتكاليف بالنسبة للمشتري والبائع.
- بالنسبة للشراء عبر الانترنت فإن بطاقة السداد لها مزايا بصفة خاصة، فعندما يصل المستخدم إلى الفحص الإلكتروني فإنه يدخل رقم بطاقة السداد ومعلومات الشحن والفواتير في المجالات المناسبة لإكمال الصفقة، ولا يحتاج لأي عناصر مادية أو برامج لإكمال الصفقة.

❖ عيوب البطاقات البنكية: وهي كما يلي:³

- خدمة البطاقات تفرض على التجار رسوما عن كل صفقة ورسوما شهرية للمعالجة، والتجار بالطبع ينظرون إليها على أنها تكلفة القيام بأنشطة الأعمال.

¹ - نادر شعبان إبراهيم السواح، مرجع سابق، ص24.

² - فريد النجار وآخرون، "التجارة والأعمال الإلكترونية المتكاملة في مجتمع المعرفة"، الدار الجامعية للنشر، الإسكندرية، 2006، ص119.

³ - فريد النجار وآخرون، مرجع سابق، ص120.

- نفس المشكلة بالنسبة للمشتريين حيث أنه قد يخسر المشتري قيمة مشتريات يشتريها عبر الانترنت بسبب عملية نصب على موقع إلكتروني لتاجر أو مقدم خدمة وهمي.
- المخاطرة بالنسبة للبائع حيث يحتمل أن تفقد مبيعات هامة بسببها، ولا يدفع المستهلك رسوما مباشرة لإستخدام "بطاقات السداد".
- وقد يحدث أن يستطيع محترف النصب على الانترنت بإستخدام بطاقتك الشخصية وإستعمالها في الشراء بإسمك عبر الانترنت.

2- النقود الإلكترونية:

تعتبر النقود الإلكترونية إحدى منجزات الثورة الرقمية التي نعيشها، فهي من أحدث الصناعات التي توصلت إليها أنظمة تسوية المبادلات التجارية، والتي تهدف إلى تسهيل الوسائط النقدية من جهة، وتخفيض تكاليف الإنجاز من جهة ثانية، وتوفير درجة عالية من الأمان للحقوق المالية.

2-1 تعريف النقود الإلكترونية:

- تعرف بأنها: "وسيلة دفع افتراضية تستخدم لسداد المبالغ أو تحويلها إلكترونيا، وهي عبارة عن حامل إلكتروني (Un Support électronique)، ينطوي على قيمة تمثل حقا لصاحبها على مصدر هذا النقد، أي أن النقد الإلكتروني قائم على مبدأ "الدفع المسبق" (Le Principe De Prepayment)، وحتى يكتسب هذا الإلكتروني صفة النقدية يجب أن يحظى بالقبول كوسيلة دفع لدى المؤسسات، فضلا عن أداء وظائف النقد المعروفة"¹.
 - وتعرف كذلك على أنها: "قيمة نقدية مخزنة على وسيلة إلكترونية مدفوعة مقدما وغير مرتبطة بحساب بنكي، وتحظى بقبول واسع من غير من قام بإصدارها، وتستعمل كأداة للدفع لتحقيق أغراض مختلفة"².
- هذا وتتكون دورة إجراءات النقود الإلكترونية واستخدامها من أربع خطوات إجرائية سابقة على عملية الشراء، وأربع خطوات أخرى خاصة بعملية الشراء وذلك حسبما يتضح من الشكل التالي:

¹ - رجب حسين، هواري معراج، "الصيرفة الإلكترونية كمدخل لعصرنة المصارف الجزائرية"، ملتقى المنظومة المصرفية والتحويلات الاقتصادية، جامعة الشلف، 2004، ص320.

² محمد الصيرفي، "الإدارة الإلكترونية"، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، القاهرة، 2008، ص391.

2-2 خصائص النقود الإلكترونية:

- 1- تتمتع النقود الإلكترونية بمجموعة من الخصائص يمكن حصرها كالتالي:¹
- 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 غالباً لا تشترط طرف ثالث لإظهار التبادل أو مراجعته أو تأكيده.
- يعتبر النقد الإلكتروني سهل الاستخدام مقارنة مع وسائل الدفع الأخر بالإضافة لسهولة تخزينه وإستخراجه.
- تحقق النقود الإلكترونية الثقة في التعامل بحيث يصبح غير ممكناً للمتعامل بها إنكار قيامه بالدفع بعد إتمامه.

3- الشيك الإلكتروني

يعد الشيك الإلكتروني مظهر من مظاهر التطور التكنولوجي والتقني، فهو من أبرز أشكال النقود الإلكترونية وأهم وسائل الدفع الإلكتروني التي تتناسب مع الخصائص المميزة للمعاملات الإلكترونية، فهو يحقق السرعة في إنجازها والثقة بين المتعاملين، ويعتبر الشيك الإلكتروني مكافئاً للشيكات التقليدية الورقية، وهناك من يتوقع أن تحل محلها.

3-1 تعريف الشيك الإلكتروني:

- الشيك الإلكتروني هو المكافئ الإلكتروني للشيك الورقي التقليدي الذي إعتدنا التعامل به، فهو رسالة إلكترونية موثقة ومؤمنة يرسلها مصدر الشيك إلى مستلمه (حامله) ليعتمده ويقدمه للمصرف الذي يتعامل معه.²
- والشيك الإلكتروني يحتوي على المعلومات التالية:³
- رقم الشيك، إسم الدافع، رقم حساب الدافع، إسم المصرف، إسم المستفيد، القيمة التي ستدفع، وحدة العملة المستعملة، تاريخ الصلاحية، التوقيع الإلكتروني للدافع.

¹ - جيلالي أحمد مسري، مرجع سابق، ص 97.

² - ميهوب سماح، مرجع سابق، ص 94.

³ - رأفت رضوان، مرجع سابق، ص 134.

3-2 طريقة عمل الشيك الإلكتروني:

يحرر الشيك الإلكتروني بإستخدام الكمبيوتر ويعتمد على وجود وسيط بين المتعاملين عمليا يتم التعامل بين البائع والمشتري ولكن هناك إجراءات ومراحل تسبق عملية الشراء والسداد وإجراءات ومراحل تكون خاصة بعملية الشراء، وكيفية السداد على النحو التالي:

- إجراءات قبل عملية الشراء والسداد:¹

هناك إجراءات تسبق عملية الشراء والسداد وتكون عبر مرحلتين:

• لمرحلة الأولى:

إشتراك المشتري (العميل) لدى جهة التخليص وهي غالبا ما تكون بنك، حيث يتم فتح حساب جاري يتم الخصم عليه ويتم تحديد توقيع إلكتروني للمشتري وتسجيله في قاعدة بيانات جهة التخليص.

• المرحلة الثانية:

إشتراك البائع في النظام من خلال إشتراكه لدى نفس الجهة حيث يتم فتح حساب جاري أيضا وتحديد التوقيع الإلكتروني للبائع وتسجيله في قاعدة بيانات جهة التخليص.

- إجراءات خاصة بعملية الشراء وكيفية التسوية:²

- يقوم المشتري بتعبئة نموذج الشراء، أو الفاتورة، حيث تعود إلى البائع مباشرة عبر البريد الإلكتروني، بعد تعبئتها في الوقت الذي يحرق شيكا إلكترونيا لصالح الوسيط، الذي يتحقق من صحة المعلومات البنكية من خلال الإستفسار عبر الشبكة في قاعدة معلومات بنك العميل، فيرسل مباشرة إشعارا رسميا للبائع والمشتري بصلاحيته العملية.

- يحرق موقع وسيط الدفع بالشيكات شيكا إلكترونيا نيابة عن المشتري ويودعه في حساب البائع مباشرة.

¹ - زهير زواش، "دور نظام الدفع الإلكتروني في تحسين المعاملات المصرفية"، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير، العلوم الاقتصادية، جامعة العربي بن المهدي، أم البواقي، 2010/2011، ص41.

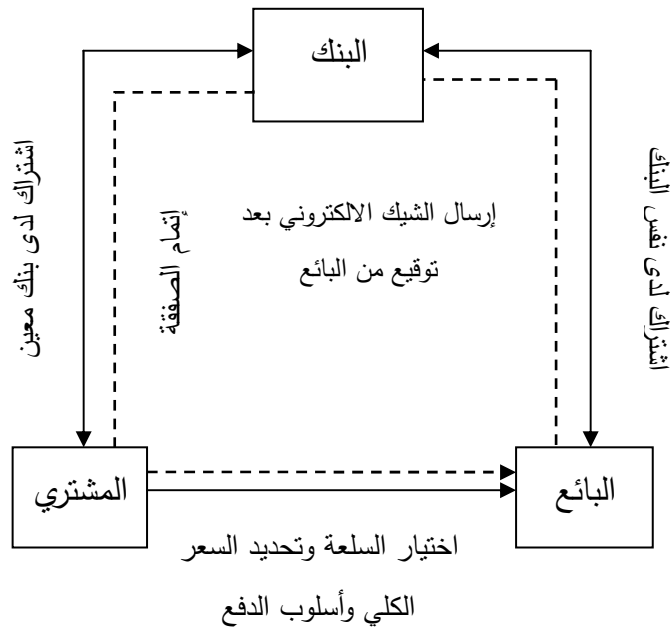
² - فريد النجار وآخرون، مرجع سابق، ص131.

- يرسل الوسيط إلى البائع كل نهاية شهر كشفا بقيمة العمولات المستحقة، ولا تحتسب هذه العمولات كنسب على قيمة العملية مهما كان حجمها بل كقيمة ثابتة، وليس هناك وقت محدد على معالجة هذه العمليات حتى وإن تمت خلال نهاية الأسبوع، أو العطلة الرسمية، أو خلال الليل.

يتوفر نوعان من الخدمة التي يقدمها الوسيط عند تأكيد العمليات: "الخدمة العادية" التي يتم فيها إصدار الشيك الإلكتروني بدون التأكد من حساب العميل، و"الخدمة الممتازة" التي يفحص فيها الكثير من المعلومات المهمة مثل: تاريخ العميل وسمعته في إصدار الشيكات لدى البنك وعدم وجود شيكات مسروقة، كما يتأكد من عدم وجود حساب المشتري في حالة تجميد لحظة العملية، ولكل نوع من هذه العمليات تسعيرتها الخاصة التي تعتمد على عدد العمليات التي يمكن لها أن تبلغ مئات الآلاف بدوم حد لقيمتها أو عددها، وتجد هذه الخدمة مجالات عدة للتطبيق قد يكون أبسطها وأكثرها دلالة حالة أقسام

الإشتراكات في مجلة معينة حيث يصدر موقع الوسيط إشعارات بانتهاء صلاحية الإشتراك، أو فواتير تجديد الإشتراك نيابة عن قسم الإشتراكات في المجلة. وفيما يلي نموذجاً يوضح:

الشكل رقم (01-04): دورة استخدام الشيك الإلكتروني في عمليات الدفع الإلكترونية



المصدر: محمد الصيرفي، "الإدارة الإلكترونية"، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، ص471.

3-3 مزايا وعيوب الشيك الإلكتروني:

وتتمثل مزايا وعيوب الشيك الإلكتروني في ما يلي:¹

✓ المزايا:

- يعتبر وسيلة سهلة لإتمام المعاملات التجارية والمالية عبر شبكة الانترنت.
- يتوفر في استخدامه درجة كبيرة من الأمان وذلك نظرا لقيام جهة التخليص بالتأكد من التوقعات الإلكترونية لكل من البائع والمشتري، وكذلك التأكد من الأرصدة الخاصة لكل منهما ومتابعتها.
- يعتبر وسيلة لإثبات العمليات التجارية التي تمت بين البائع والمشتري وذلك نظرا لإستخدام التوقيع الإلكتروني فيه، وأيضا لان جهة التخليص تلعب دورا كبيرا في إثبات العملية التجارية التي تمت بين كل من البائع والمشتري.
- إمكانية إستخدام الشيك الإلكتروني في البضائع التي تتصف بإرتفاع قيمتها وذلك لأنه يتم السحب من خلال الأرصدة الموجودة بالفعل للمشتري لدى البنك.

✓ العيوب:

- إمكانية تزوير التوقيع الإلكتروني لأحد العملاء من جانب اللصوص والمحتملين، وبالتالي يكون بإمكانهم الحصول على البضائع من البائعين دون قيمتها ومن ثم حسابها على العميل الذي تم تزوير توقيعه.
- أنه يلزم إشتراك كل من البائع والمشتري لدى نفس البنك وفتح حسابات جارية لكل منهما في نفس الإتجاه وهذا قد يمثل صعوبة أحيانا بالنسبة لكلا الطرفين.

4- المقاصة الإلكترونية والتحويل المالي الإلكتروني:

• مفهوم المقاصة الإلكترونية:

- يمكن تعريف المقاصة الإلكترونية على أنها: " شبكة تعود ملكيتها وحق تشغيلها إلى البنوك المشتركة بنظام التحويلات المالية الإلكترونية وتعمل على تبادل المعلومات والتي تشمل كل من البيانات، رموز الشبكات وخدمات تحصيل الأقساط (Scheduled Payments)."²

¹ - محمد مصطفى السنهوري، "إدارة البنوك التجارية"، دار الفكر الجامعي، مصر، 2013، ص 300-301.

² - منير محمد الجنيبي، ممدوح محمد الجنيبي، "الشركات الإلكترونية"، دار الفكر الجامعي للنشر، الإسكندرية، 2005، ص 14.

- وتعرف كذلك على أنها: " إجراء نقاص الشيكات بين البنوك، عن طريق البنك المركزي بموجب صور إلكترونية للشيكات وبدون أن يجري تبادل الشيكات فعلياً بين البنوك.¹
- إجراءات عملية التحويل المالي الإلكتروني عبر دار المقاصة (ACH):
يقوم العميل ببناء وإرسال التحويل المالي عن طريق الصراف الآلي إلى الوسيط (Mediator)، ويقوم الوسيط بتجميع التحويلات المالية وإرسالها إلى دار المقاصة الإلكترونية (ACH) التي بدورها ترسل نموذج التحويل المالي الإلكتروني إلى بنك العميل ويقارن هذا الأخير التحويل المالي (الوارد من دار المقاصة) برصيد العميل، وفي حالة عدم تغطية الرصيد لقيمة التحويل المالي يتم إرسال إشعار إلى الوسيط بعدم كفاية الرصيد ليقوم بدوره بإعادة الإشعار إلى العميل، أما إن كان الرصيد كافياً لتغطية قيمة التحويل المالي منه وتحويلها إلى حساب الوسيط (البنك أو التاجر) في وقت التسديد المحدد بالنموذج.²
- منافع المقاصة الإلكترونية
تقدم المقاصة الإلكترونية منافع عديدة نذكر منها:³
 - تخفيض تكاليف الخدمات المصرفية من خلال:
 - تقليل أو إلغاء الخدمات التي تقترحها الصناديق المتعلقة بالشبكات.
 - تخفيض خسائر منح الائتمان.
 - تقليل مصاريف معالجة الشيكات إلى الحد الأدنى نتيجة عدم استخدام الشبكات الورقية، وإنخفاض مصاريف المعالجة بالنسبة للشركات.
 - تسهيل العمل: ألغت المقاصة الإلكترونية حاجة العميل أو التاجر إلى زيارة البنك لإيداع قيمة التحويلات المالية، مما يؤدي إلى فعالية رفع نظام العمل.
 - تعزيز وزيادة الثقة في التعامل بالشيكات.
 - زيادة الثقة في تحصيل الشيكات لأن معظم بيانات الشيكات وصورها تسجل عن طريق قارئ مغناطيسي.

¹ - وسيم محمد الحداد، شقيري نوري موسى، مرجع سابق، ص 125.

² - منير محمد الجنيبي، ممدوح محمد الجنيبي، مرجع سابق، ص 37-38.

³ - عصام فهد العريبي، "دراسات البنوك التجارية والبورصات"، دار الرضا للنشر، عمان، الأردن، 2001، ص 164.

• مفهوم التحويل المالي الإلكتروني:

يمكن تعريف نظام التحويلات المالية الإلكترونية "EFT"، (Electronic Funds Transfer) على أنه: " عملية منح الصلاحية لبنك ما، من أجل القيام بحركات التحويلات المالية الدائنة والمدينة إلكترونياً من حساب بنكي إلى حساب بنكي آخر، أي أن عملية التحويل تتم إلكترونياً عبر الهواتف أو أجهزة الكمبيوتر أو أجهزة المودم (Modems) بدلاً من استخدام الأوراق، وتنفذ عمليات التحويل المالي عن طريق دار المقاصة الآلية، وهي شبكة تعود ملكية تشغيلها إلى البنوك المشتركة بنظام التحويلات المالية الإلكترونية".¹

• إجراءات التحويل المالي الإلكتروني:

تنفذ عملية التحويل الإلكتروني بتوقيع العميل نموذجاً معتمداً لصالح الجهة المستفيدة (التاجر)، ويمكن هذا النموذج من إقطاع القيمة المحددة (One Time Otherisation) من حساب العميل وفق ترتيب زمني معين (يوميًا أو أسبوعيًا أو شهريًا)، ويختلف نموذج التحويل الإلكتروني عن الشيك في صلاحيته لأن عملية صلاحيته تسوى لأكثر من عملية تحويل واحدة، وعادة ما يتعامل البنك والعميل مع وسطاء وظيفتهم وتوفير البرمجيات اللازمة للتحويلات.²

المطلب الثالث: المخاطر التي تواجه البنوك في بيئة الانترنت:

إن استعمال الأنظمة المعلوماتية في القطاع المصرفي كان نقطة تحول بارزة ساهمت في تطوير وتوسيع هذا المجال إلا أنها تسببت في ظهور مخاطر عديدة، وتحتاج هذه المخاطر إلى أمن معلوماتي لحمايتها، فمن خلال هذا المطلب سنتعرض لأهم هذه المخاطر.

1- أهم المخاطر المصاحبة للعمل المصرفي عبر الانترنت:

- 1-1 مخاطر السيولة: وتعرف بأنها المخاطر التي تؤثر على ربحية ورأسمال البنك جراء عدم المقدرة على الوفاء بالتزاماته عند إستحقاقها، وتشمل مخاطر السيولة:
- عدم قدرة البنك على إدارة التغيرات الطارئة في تركيبة مصادر الأموال.

¹ زهير بشنق، "العمليات المصرفية الإلكترونية"، اتحاد المصارف العربية، لبنان، 2006، ص58.

² منير محمد الجنيبي، ممدوح محمد الجنيبي، مرجع سابق، ص:16.

■ عدم مقدرة البنك على التأقلم مع ظروف السوق وتغييراته المؤثرة على قدرته بتسييل بعض موجوداته بأقل خسائر ممكنة وتزويد الانترنت (وسيلة الإتصال بين العميل والمصرف) من إحتتمالات تغير حجم الودائع لدى البنك بإستمرار، الأمر الذي يتطلب من المصرف المتعامل عبر الانترنت إيجاد نظام ملائم لإدارة الموجودات والمطلوبات والرقابة على وضع السيولة لديه بشكل دائم.¹

1-2 مخاطر التشغيل: تنشأ مخاطر التشغيل من عدم التأمين الكافي للنظم مما يجعلها عرضة لعمليات الهاكر وما قد يقومون به من زرع الفيروسات، وما إلى ذلك مما قد يهدد بوقف تلك البرمجيات الأساسية في إمكانية إتصال العملاء بالبنك الإلكتروني المتعاملين معه، أو عدم ملائمة تصميم النظم والبرمجيات التي يتعامل بها البنك وذلك من خلال عدم تحديثها أولاً بأول، أو إنجاز العمل، أو أعمال الصيانة، وكذا نتيجة إساءة الإستخدام من قبل العملاء.²

1-3 مخاطر السمعة: تنتج هذه المخاطر من عدم قدرة البنك على إقامة علاقات جديدة أو الحفاظ على العلاقات الحالية مع عملاءه بسبب عدم قدرته على التعامل من خلال الانترنت ويكون ذلك بسبب نقص كفاءة الخدمات الإلكترونية المقدمة أو لإختراق أمن وسرية وكذا خصوصية المعاملات البنكية، هذا ما ينعكس سلباً على ربحية البنك وبقاءه.³

1-4 المخاطر القانونية: تقع هذه المخاطر في حالة إنتهاك القوانين أو القواعد أو الضوابط المقررة خاصة تلك المتعلقة بمكافحة عمليات غسل الأموال، أو نتيجة عدم التحديد الواضح للحقوق والإلتزامات القانونية الناتجة عن العمليات المصرفية الإلكترونية، ومن ذلك عدم وضوح مدى توافر قواعد لحماية المستهلكين في بعض الدول أو لعدم المعرفة القانونية لبعض الإتفاقيات المبرمة بإستخدام وسائل الوساطة الإلكترونية.⁴

¹ نادر ألفرد قاحوش، "العمل المصرفي عبر الانترنت"، الدار العربية للعلوم، لبنان، 2000، ص115.

² محمد الصيرفي، مرجع سابق، صص464-465.

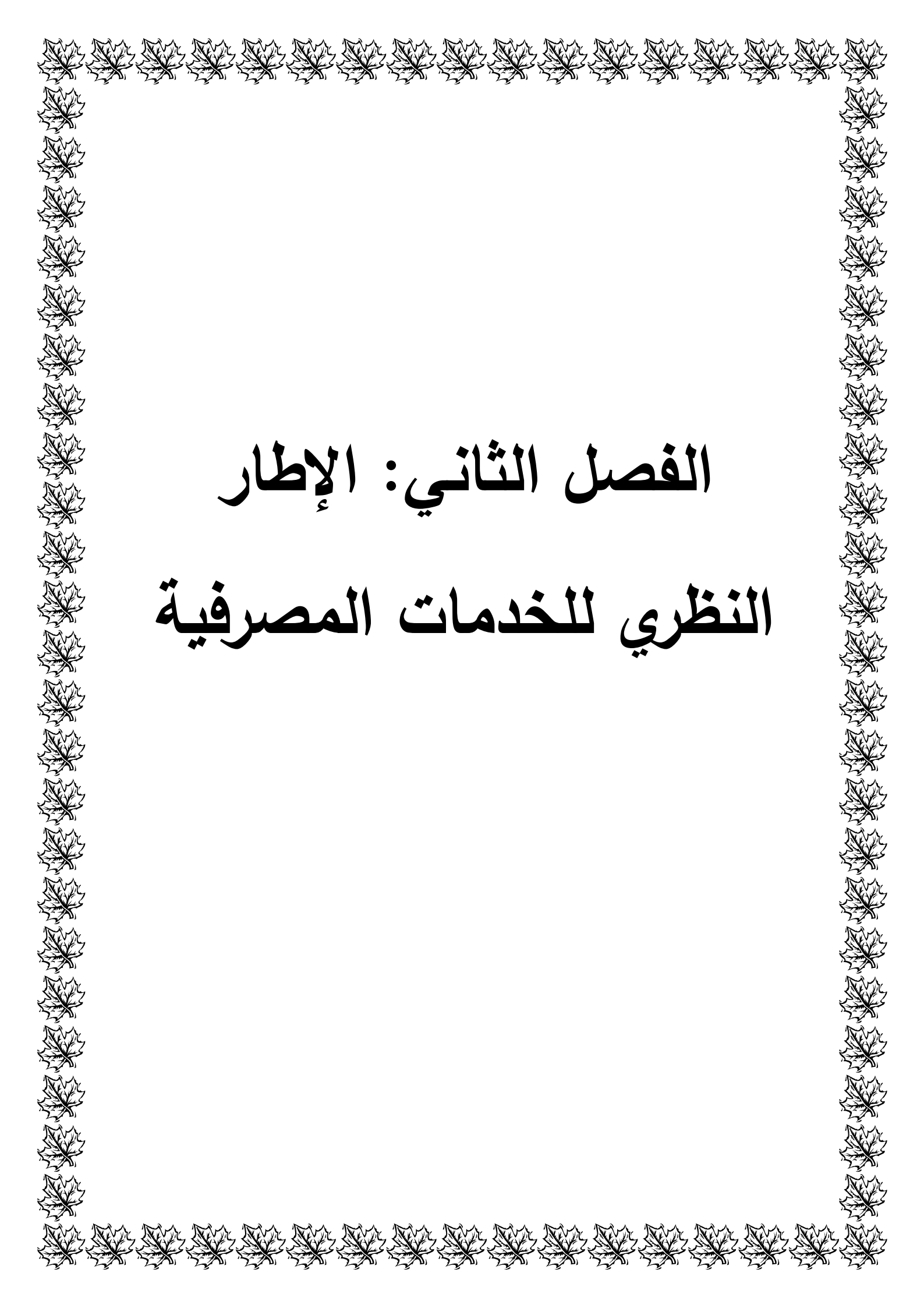
³ العاني إيمان، مرجع سابق، ص151.

⁴ محمد الصيرفي، مرجع سابق، ص467.

خلاصة الفصل

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

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



الفصل الثاني: الإطار النظري للخدمات المصرفية

تمهيد:

لا يوجد أدنى شك في أن عملية تقديم الخدمة البنكية بدرجة عالية من الجودة أمر بالغ الأهمية للبنوك بشكل خاص، فهي تعتبر ثمن الدخول والنجاح في السوق البنكي المعاصر، ومع التطور الحاصل في صناعة الخدمات المصرفية إضافة إلى التطورات التكنولوجية المتلاحقة والاتجاه نحو العولمة أدركت البنوك أهمية جودة الخدمة كهدف أساسي للوصول إلى رضا العميل و ولائه للمصرف.

يتناول هذا الفصل الإطار النظري للخدمات المصرفية، وقد تم تقسيمه إلى ثلاثة مباحث كالتالي:

المبحث الأول: مدخل إلى الخدمات المصرفية.

المبحث الثاني: جودة الخدمات المصرفية.

المبحث الثالث: تأثير الصيرفة الإلكترونية على جودة الخدمات المصرفية.

المبحث الأول: مدخل إلى الخدمات المصرفية

تعتبر الخدمات المصرفية العامل الأساسي في تطوير نشاط البنوك إذ أنها تؤدي دورا هاما في تعزيز قدراته من خلال تأثيرها على تفضيلات العملاء، ومن أجل معرفة وفهم الخدمات المصرفية بوضوح ومدى أهميتها في المصارف يجب توضيح مجموعة من العناصر والمتمثلة في مفهوم الخدمات المصرفية، وأنواعها، وكذلك خصائصها ودورة حياتها.

المطلب الأول: مفهوم الخدمة المصرفية وتطورها عبر التاريخ

سنتطرق في هذا المطلب إلى مفهوم الخدمة المصرفية وتطورها عبر التاريخ .

أولاً: مفهوم الخدمة المصرفية

إن التباين في أنواع الخدمات المصرفية أخضع مفهوم الخدمة بصفة عامة لتفسيرات عديدة والتي من بينها:

- تعرف **الخدمة المصرفية** بأنها: "مجموعة من العمليات ذات المضمون المنفعي الذي يتصف بتغلب العناصر غير الملموسة على العناصر الملموسة والتي تدرك من قبل الأفراد والمؤسسات من خلال دلالاتها وقيمتها المنفعية التي تشكل مصدرا لإشباع حاجاتهم المالية والائتمانية الحالية والمستقبلية والتي تشكل في الوقت نفسه مصدرا لربحية المصرف وذلك من خلال علاقة تبادلية بين الطرفين.¹
- وتعرف كذلك بأنها: "مصدر لإشباع احتياجات ورغبات الزبائن وتتمثل في مجموعة المنافع التي يسعى الزبون لتحقيقها من جراء استخدامه للخدمة المصرفية".²

ومصطلح الخدمة المصرفية يتضمن مفهومين أساسيين:³

✓ **المفهوم التسويقي:** كونها مصدر لإشباع رغبات واحتياجات الزبائن.

¹ -وسيم محمد الحداد، شقيري نوري موسى وآخرون، مرجع سابق، ص: 220-221.

² - زياد رمضان، محفوظ جودة، "الاتجاهات المعاصرة في إدارة البنوك"، دار وائل، عمان، الأردن، 2000، ص207.

³ - رعد حسن الصرن، "عولمة جودة الخدمات المصرفية"، دار التواصل العربي للطباعة والنشر والتوزيع ومؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، عمان، الأردن،

2008، ص76.

- ✓ **المفهوم المنفعي:** يتمثل في مجموعة المنافع التي يسعى الزبون لتحقيقها من جراء استخدامه للخدمة المصرفية. ومن خلال ما سبق يمكن استنتاج أن الخدمة هي:¹
 - خدمة مطلقة نادرا ما تحتوي على منتجات مادية.
 - الخدمة المصرفية تحتوي على الخصائص الأساسية المميزة للخدمة (غير ملموسة، غير متجانسة تنتج وتستهلك في نفس الوقت، لا يمكن تجزئتها ولا تملكها).
 - اعتماد الخدمة المصرفية على أداء الموظفين من جهة والهيكل المادية المرافقة من جهة أخرى لتحقيق الإشباع المناسب من هذه الخدمات.

ثانيا: التطور التاريخي للخدمات المصرفية

شهدت الخدمات المصرفية عدة مراحل مرت بها، نذكرها فيما يلي:²

➤ الخدمة المصرفية في مرحلة ما قبل التصنيع:

لقد اعتمدت المجتمعات في هذه المرحلة على الزراعة والصيد في توفير احتياجاتها ولقد تميزت هذه المرحلة بالخصائص التالية:

● الإكتفاء الذاتي:

حيث أن كل أسرة تنتج ما تحتاجه من سلع وخدمات لذلك تتصف هذه المرحلة بعدم وجود أي نشاط مالي أو مصرفي.

بعد توجه الأسر إلى التخصص بالإنتاج، حدث ظهور فائض في الإنتاج مما دفعهم إلى إجراء عملية المبادلة بالسلع وذلك من خلال مقايضة سلعة بسلعة أخرى، وان الخدمات التي كانت تقدم في تلك الفترة بسيطة، شخصية، طوعية، أما بالنسبة إلى الخدمات المصرفية فان معالمها لم تظهر بعد ولكن أهم ما اتصفت به هذه الفترة هو ظهور عملية التبادل (تبادل الفائض من الإنتاج).

● ظهور النقود:

¹ معراج هوارى، "تأثير السياسات التسويقية على تطوير الخدمات المصرفية في المصارف الجزائرية"، أطروحة دكتوراه، العلوم التجارية، جامعة الجزائر، 2005، ص20.

² محمود جاسم الصميدعي، ردينة عثمان يوسف، "التسويق المصرفي (مدخل استراتيجي كمي تحليلي)"، دار المناهج، ط1، عمان، 2005، ص45.

نظرا لصعوبة إجراء عملية التبادل والمقايضة وذلك لعدم تكافؤ السلع والخدمات من حيث الجودة والقيمة، فإن ذلك دفع إلى إيجاد سلع وسيطة تمكن الأفراد من التوصل إلى عملية تبادل مرضية، مما أدى إلى ظهور النقود والذي حقق تحول كبير في طبيعة الأنشطة المالية.

• الإيداع:

بعد ظهور المسكوكات الذهبية والفضية والنقود، وبعد أن أصبح هناك أفراد يمتلكون ثروات وأصبحوا يخشون عليها من السرقة والضياع، قاموا بإبداعها في المعابد وبذلك تعتبر هذه المرحلة البداية لفكرة المصارف والخدمات المصرفية بشكل بسيط ألا وهو الإيداع.

• الإيداع والقروض:

لقد لجأ أصحاب الثروات إلى إيداع ثروتهم لدى الصياغ، وإن هؤلاء أخذوا يقومون بإعطاء القروض لقاء فائدة معينة ويكون القرض لفترة قصيرة، إن هذه المرحلة تميزت بظهور خدمة القروض إضافة إلى خدمة الإيداع وكذلك حصول الصياغ على فائدة مقابل منح القروض.

• بداية عمل المصارف:

تطور عمل الصياغ من الإيداع والقروض والتحصيل على الفائدة، إلى التنسيق والتعاون فيما بينهم وقاموا بإنشاء المصارف وإصدار أوراق البنكنوت لإجراء عملية المقايضة.

إن الأنشطة المصرفية في هذه الفترة اقتصر على إيداع القروض، الفائدة، وإصدار أوراق البنكنوت.

➤ الخدمات المصرفية في مرحلة التصنيع:

تميزت هذه المرحلة بتراكم رأس المال، مما دفع أصحابه إلى استثماره في المشاريع الصناعية، وإن هذا الاستثمار أدى إلى زيادة الثروات وهنا ظهرت الحاجة بشكل أكبر إلى مصارف أكثر تخصصا من الفترات السابقة بالشكل الذي جعلها تمثل مؤسسات ذات كيان لها تنظيم إداري وكادر لديه خبرة بالعمل، وذلك نتيجة لزيادة مبالغ الإيداع وزيادة رأس مال المصارف، وزيادة إمكانياتها في منح القروض وإعطاء الاستثمارات.¹

¹ محمد جاسم الصميدعي، ردينة عثمان يوسف مرجع سابق، ص46.

➤ الخدمات المصرفية في مرحلة التقدم الصناعي:

تتميز هذه المرحلة باستخدام التكنولوجيا المتطورة في تقديم الخدمات المصرفية ولقد أصبحت المؤسسات تتسابق فيما بينها في استخدام الأساليب الحديثة والتقنيات المتطورة، لكي تتمكن من تلبية حاجات ورغبات الزبائن وجلب أكبر قدر ممكن من الزبائن لان عملية الإيداع والاقتراض والاستثمار أصبحت غير مقتصرة على أصحاب الثروات الطائلة، وإنما أصبح اغلب الأفراد يطالبون بالخدمات المصرفية وذلك من خلال الإيداع، طلب القروض، تحويل الأجور إلى المصارف، طلب بطاقة الائتمان وغيرها من الخدمات المصرفية.¹

➤ الخدمات المصرفية في مرحلة ما بعد التقدم الصناعي والمرحلة الراهنة:

إن التطور الكبير الذي حصل في جميع المجالات اثر بشكل كبير على الخدمات البنكية وهذا ناتج من:

- تزايد الطلب على الخدمات المصرفية.
 - زيادة عدد المصارف وتنوع الخدمات المقدمة.
 - زيادة عدد الفروع التابعة للمصرف.
 - اتساع الرقعة الجغرافية التي تنتشر عليها هذه المصارف وفروعها.
 - استخدام الحاسب الآلي في تنفيذ العمليات المصرفية.
 - الاشتراك في شبكة الانترنت لتسهيل عملية الترويج والاتصال بالزبائن.
- ويمكن القول باختصار أن الخدمات المصرفية كغيرها من أوجه النشاطات قد مرت بالعديد من مراحل التطور، حيث تحول النشاط من مجرد القيام بعمليات القرض والإيداع في داخل حدود الدولة المعنية إلى قيام المصارف في مجال الاستثمار، وتملكها الكثير من المشروعات الصناعية والخدمية والتجارية وكذلك قيامها بتصدير خدماتها إلى خارج حدود الدولة، وانتشار فروع الكثير من المصارف في معظم دول العالم المختلفة.²

المطلب الثاني: خصائص وأنواع الخدمة المصرفية

سنتطرق في هذا المطلب إلى أهم خصائص وأنواع الخدمات المصرفية.

¹ محمد جاسم الصميدعي، ردينة عثمان يوسف مرجع سابق، ص 47.

² سامر جلدة بطرس، "البنوك التجارية والتسويق المصرفي"، دار أسامة للنشر والتوزيع، ط1، عمان، الأردن، 2009، 149.

1- خصائص الخدمات المصرفية:

تتطبق خصائص الخدمات بشكلها العام على الخدمات المصرفية ولكنها تختلف عنها بالأنشطة والإجراءات المتبعة لتقديم الخدمة المصرفية وطريقة الأداء والعاملين والمعدات المستخدمة في تقديمها، كذلك تختلف من حيث طبيعة المستفيدين واختلاف حاجاتهم ورغباتهم وطبيعة المنافع التي يرغبون في الحصول عليها، وفيما يلي نستعرض أهم خصائص الخدمات المصرفية:

- **اللاملموسية:** إن الخدمات المصرفية وباستثناء حالات معينة تلبى حاجة عامة وليس حاجة محددة بعينها، فالمنافع المحددة المتأتية من الخدمات المصرفية لا تظهر للعيان بوضوح، وعليه فإن المصارف تبذل جهود كبيرة لإيصال رسائلها إلى جمهور العملاء القائمين والمحتملين معتمدة بذلك على أساليب الاتصال الفاعلة التي تضمن أعلى درجات الإقناع المستند أصلاً على رسم صورة طيبة عن المصرف في أذهان العملاء وعلى تقديم خدمات متميزة وجذابة.¹
- **التلازمية:** وتسمى كذلك بخاصية التكاملية، إذ لا يمكن فصل الخدمة عن مقدمها سواء كان المقدم شخصاً أو آلة، ولأن الخدمة المصرفية تنتج وتوزع في نفس الوقت فإن اهتمام البنك ينصب عادة في خلق وتكوين المنفعة المكانية والزمانية بمعنى توفير الخدمات المصرفية في المكان والزمان المناسبين.²
- **صعوبة التمييز في الخدمة المصرفية:** تتصف الخدمات المصرفية بنمطية جوهرها في المصارف المختلفة فإذا أخذنا خدمة مصرفية كالحساب الجاري مثلاً فإننا نجد هذه الخدمة تكاد تكون في جوهر نمطية في كافة المصارف التي تقدمها، وقد أدت هذه النمطية إلى محدودية التنافس بين المصارف على أساس جوهر الخدمات، مما فرض على المسؤولين في المصارف ضرورة البحث عن مجالات أخرى للتنافس كجودة الخدمة والإبداع فيما تقدمه المصارف من خدمات لعملائها.³
- **تباين الخدمة:** إن نوعية الخدمة تعتمد على مهارة وأسلوب وكفاءة مقدمها، وزمان ومكان تقديمها، كما أن مقدم الخدمة يقدم خدماته بطرق مختلفة اعتماداً على ظروف تقديمها، فموظف المصرف يختلف أسلوب تعامله

¹ دغوش العطرة، مرجع سابق، 101.

² تامر البكري، أحمد الرحومي، "تسويق الخدمات المالية"، إسرائ للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2008، ص78.

³ وسيم محمد الحداد، شقيري نوري موسى، مرجع سابق، ص226.

مع المستفيدين وفقا لظروفه النفسية والاجتماعية... الخ، كما أن وجود عشرة أفراد داخل البنك باختلاف أمزجتهم ومواقفهم وحاجاتهم ورغباتهم الشخصية تؤثر على تقديم الخدمة ومستوى الإشباع المتحقق منها.

- سرعة التلف (الهلاك): يعني عدم إمكانية تخزينها أو بيعها أو استخدامها في وقت لاحق.¹

بالإضافة إلى هذه الخصائص خمسة السابقة الذكر هناك خصائص أخرى للخدمة المصرفية نوردتها

كالآتي:²

➤ **تعدد وتنوع الخدمات المصرفية:** يتعين على المصرف تقديم مجموعة واسعة من الخدمات والمنتجات المصرفية

التي تلبي تنوع احتياجات الزبائن من الاحتياجات التمويلية والائتمانية باختلاف أنواعها وكذا تواجههم الجغرافي.

➤ **الانتشار الجغرافي:** من بين خصائص الخدمة المصرفية سرعة الانتشار من خلال فتح أكبر عدد من الفروع

المصرفية، بمعنى أن يكون البنك قادر على الوصول لعملائه الحاليين والمحتملين في أماكن تواجههم أو حيث يحتاجون إلى الخدمات المصرفية.

➤ **التوازن بين النمو والمخاطر:** عندما يقدم المصرف قروضا فإنه في الحقيقة يشتري مخاطر، وعليه فإن الضرورة

والمنطق يقتضيان إيجاد نوع من التوازن بين التوسع في النشاط البنكي وبين الحيطة والحذر، أي أن أي عمل مصرفي موضوعي يتضمن بالضرورة إيجاد توازن بين توسع النشاط ودرجة المخاطر التي يتحملها المصرف.

وهناك خصائص أخرى للخدمة المصرفية نذكرها كما يلي:³

▪ عادة ما تكون مشروطة بقوانين بنكية أو جبائية.

▪ يتم مشاركة العميل في إنتاج الخدمات المصرفية.

▪ تعتبر منتجا بالنسبة للبنك أما بالنسبة للعميل فهي خدمة.

2- التصنيف العام للخدمة المصرفية: يمكن تصنيف الخدمات المصرفية إلى الإشكال التالية¹

¹ محمود جاسم الصميدعي، ردينة عثمان يوسف، مرجع سابق، ص 28.

² نادية عبد الرحيم، "تطور الخدمات المصرفية ودورها في تفعيل النشاط الاقتصادي"، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير، العلوم الاقتصادية، جامعة الجزائر-3، 2011/2010، ص 11.

³ رحي كريمة، "تسويق الخدمات المصرفية"، مداخلة مقدمة لملتقى المنظومة المصرفية الجزائرية، التحولات الاقتصادية (الواقع والتحديات)، جامعة البليدة، بدون تاريخ، ص 397.

• خدمات الصرفة:

ويتحصل عليها فقط عن طريق عمل خدمني يؤديه موظفو المصرف، ومن قبيل ذلك: خدمات الاستشارة، والهندسة المالية... الخ.

• الخدمات المختلطة:

وهي الخدمات التي تجمع بين أداء عمل خدمني ومنتج للتجهيز في نفس الوقت، إذ ومع التطور الحاصل في مجال الإعلام الآلي في المصارف فهذه الخدمات تطورت بشكل كبير على حساب خدمات الصرفة، ونجد أن خدمات الاستشارة أصبحت تعتمد بشكل متزايد على وسائل أخرى، كأنظمة الخبرة وأنظمة الإعلام الآلي المساعدة على اتخاذ القرارات، وفي وقتنا الحالي، فإن معظم الخدمات المصرفية تحمل في طياتها قدرا كبيرا من التكنولوجيا.

• الخدمات الرأسمالية:

هذا الرأسمال يكون في شكل قروض وودائع، وهذه الخدمات تتبع من وظيفة الوساطة المالية للمصرف، وتعتبر من المميزات التي تتسم بها النشاطات التجارية والمالية في المصرف بما أن منحها ينعكس على حالة الذمة المالية للمؤسسة المصرفية.

وبصفة عامة هناك نوعان من الخدمات المقدمة من طرف المصارف:²

أولاً: خدمات مصرفية شاملة محددة مسبقاً:

ومن الخدمات المصرفية الشاملة المحددة مسبقاً نجد ما يلي:

- التحقق في إصدار عدد غير محدد من الشيكات.
- صندوق لحفظ الأمانات.
- حماية ضد السحب على المكشوف.
- شيكات من أمين الصندوق.

¹ - نادية عبد الرحيم، مرجع سابق، ص 13-14.

² - معراج هواري، مرجع سابق، ص 23-24.

- تحويلات نقدية.
 - معدلات فائدة خاصة على دفعات القروض.
 - برامج ادخار وتوفير خاصة.
- ثانيا: خدمات مصرفية مصممة حسب رغبة كل زبون:

ويقصد بها تسويق لخدمات مصرفية معدة حسب ذوق ورغبة كل زبون، عن طريق برنامج الصيرفي الشخصي الذي يقوم بخدمة هؤلاء الزبائن باعتباره نقطة اتصال معهم بخصوص كافة المعاملات المصرفية باستثناء المعاملات التجارية الروتينية مثل صرف الشيك أو استلام الإيداع.

• الخدمات المصرفية التقليدية

تتميز هذه الخدمات بالاعتماد بالدرجة الأولى على العنصر البشري والاتصال مباشرة مع العملاء ولهذا سميت بالخدمات التقليدية ويمكن حصرها في خمس مجموعات أساسية:

أولاً: قبول الودائع

- يمكن تعريف الوديعة بأنها: "اتفاق بين المصرف والعميل بحيث يقوم هذا العميل بمقتضاه بدفع مبلغ معين من النقود باستخدام وسيلة من وسائل الدفع (نقدا، شيك،..الخ)، ويلتزم المصرف برد هذا المبلغ عند الطلب أو حين حلول الأجل، كما يلتزم أيضا بدفع فوائد على هذه الوديعة"¹ ويمكن تقسيم الإيداعات التي يقدمها المودعون لدى المصارف إلى أربعة أقسام رئيسية:²

▪ الوديعة تحت الطلب:

هي تلك الوديعة التي يستطيع أصحابها سحبها دون سابق إنذار، وعادة ما لا يمنح المصرف عن هذه الوديعة فائدة أو يمنح فائدة ضئيلة.

▪ الوديعة بشرط الإخطار:

¹ - أحمد محمد غنيم، "إدارة البنوك (تقليدية الماضي وإلكترونية المستقبل)"، المكتبة العصرية للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر، ص52.

² - جليل نور الدين، "تطوير وسائل الدفع في الجهاز المصرفي الجزائري"، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات الحصول على شهادة الماجستير، علوم التسيير، جامعة يوسف بن خدة، الجزائر، 2007/2006، ص59.

هي وديعة لا يستطيع العميل طلب استرداد النقود المودعة في أي وقت وإنما يتعين عليه أن يخطر المصرف بنية السحب قبل إجرائه بمدة يحددها العقد، وتكون الفائدة الممنوحة في هذه الحالة أيضا ضئيلة.

▪ **الوديعة لأجل:**

هي تلك الودائع التي لا يستطيع أصحابها السحب منها إلا بعد انقضاء المدة المحددة والمتفق عليها مسبقا بين المصرف والمودع.

▪ **الحساب الجاري:**

يعد الحساب الجاري من أهم العمليات المصرفية، فهو حساب يخص المعاملات التجارية والمالية ، وهو عقد بمقتضاه يلتزم طرفاه بان يقيدا الحقوق والديون الناشئة عن كل أو بعض العلاقات المتبادلة بينهما خلال مدة محددة على أن تتم تصفية الحساب في نهاية هذه المدة، وقد يكون الحساب الجاري غير محدد المدة وفي هذه الحالة تتم التصفية متى طلب احد الطرفين، أما عن أطراف الحساب الجاري فان المصرف يكون بالضرورة احد طرفيه، أما طرف إجرائها الثاني غالبا ما يكون تاجرا.

ومن الخدمات التي تقدم للعملاء والمتعلقة بالحساب الجاري: خدمات فتح الحساب، خدمات الإيداع، خدمات السحب، وخدمات غلق الحساب الجاري.

ثانيا: التسهيلات المصرفية

ويقصد بالتسهيلات المصرفية: "كل الخدمات التي تيسر للعملاء تمويل نشاطهم بأقل جهد ممكن وبأقل قدر ممكن من التكاليف التي يتحملوها في سبيل تحقيق ذلك".¹ ومن أنواع التسهيلات نجد:

▪ **إصدار خطابات الضمان:**

خطاب الضمان هو عبارة عن تعهد كتابي صادر عن البنك (البنك الضامن)، بناء على طلب أحد العملاء بدفع مبلغ معين ضمن مدة معينة ولغرض معين إلى جهة معينة (المستفيد)، وذلك عند مطالبة تلك الجهة في حالة إخلال ذلك العميل بتنفيذ التزام محدد ووفق شروط معينة.²

▪ **فتح الاعتمادات المستندية:**

¹ - أحمد محمد غنيم، مرجع سابق، ص74.

² - خالد أمين عبد الله إسماعيل، إبراهيم الطراد، "إدارة العمليات المصرفية (المحلية والدولية)"، دار وائل للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2006، ص312.

يمكن تعريف الاعتماد المستندي بأنه، تعهد كتابي صادر من مصرف بناءً على طلب مستورد بضائع لصالح مصدرها يتعهد فيه المصرف بدفع أو قبول كمبيالات مسحوبة عليه في حدود مبلغ معين، ولغاية أجل محدد مقابل استلامه مستندات الشحن طبقاً لشروط الاعتماد والتي تظهر شحن بضاعة معينة بمواصفات وأسعار محددة.¹

▪ خدمات اعتماد الشيكات (تصديقها):

تطلب بعض الجهات من عملائها شيكا معتمداً لتجهيزهم بالبضائع أو إبراء ذمتهم، وهنا يتقدم عملاء المصرف بطلب التصديق أو اعتماد الشيكات المسحوبة لأمر تلك الجهات وذلك بوضع ختم توقيع المصرف عليها ويتحمل مسؤولية الوفاء.²

ثالثاً: القروض المصرفية

لقد عرف الكتاب الاقتصاديون القروض المصرفية بتعاريف متعددة يختلف مضمونها وفقاً لوجهة نظر الباحث فإذا أخذنا معنى كلمة قرض باللغة الانجليزية «crédit» نجد انه ناشئ من عبارة «crédo» في اللغة اللاتينية التي تعني "أضع الثقة".³

وتعرف هذه الخدمة على أنها "الثقة التي يوليها المصرف لشخص ما يضع تحت تصرفه مبلغاً من المال لفترة محددة يتفق عليها بين الطرفين، حيث يقوم المقرض في نهاية المدة بالوفاء بالالتزام لقاء عائد معين يحصل".

عليه المصرف من المقرض يتمثل في الفوائد والعمولات والمصاريف.⁴

توجد عدة أشكال للقروض المصرفية ويمكن تقسيم هذه الأشكال إلى:⁵

- حسب الغرض: قرض استثماري، استغلالي، إستهلاكي.
- حسب القطاع أو نشاط الاقتصادي الممول: قرض زراعي، صناعي، خدماتي.
- حسب الجهة ممنوح لها: قرض خاص أو عام.

¹ دغوش العطرة، مرجع سابق، ص 109.

² زكي خليل المساعد، "تسويق الخدمات وتطبيقاته"، دار المناهج للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ط 1، 2003، ص 300.

³ دغوش العطرة، مرجع سابق، ص 111.

⁴ رعد حسن الصرن، ردينة عثمان يوسف، مرجع سابق، ص 289.

⁵ سليمان ناصر، "التقنيات البنكية وعمليات الائتمان"، ديوان المطبوعات الجامعية، 2012، ص ص 29-30.

■ **حسب الضمانات المطلوبة:** قروض شخصية أو القروض عينية، قروض بدون ضمانات للأشخاص الذين يثق البنك في مراكزهم المالية.

■ **حسب طريقة التسديد:** دفعة واحدة أو على أقساط وهو الغالب. والتقسيم الرئيسي للقروض يكون عادة حسب مدته أو اجل انقضائه حيث يقسم إلى: قروض قصيرة أو متوسطة أو طويلة الأجل.

رابعاً: خدمة التحصيل المستندي

يتضمن قيام مصرف ما بتسليم مستندات بناء على تعليمات تلقاها بشأن إستيفاء قبول هذه المستندات، أو دفع قيمتها أو تسليم مستندات تجارية مقابل قبولها، أو تسليم مستندات وفق شروط وتعليمات أخرى.¹

ومن بين عمليات التحصيل ما يلي:

■ **تحصيل وسداد قيمة الكوبونات:**

الكوبونات هي طابع تكون مصفوفة في أسفل شهادات الأسهم، ومطبوع في كل منها اسم المنظمة المصدرة لهذه الأسهم وعدد وأرقام الأسهم التي تحملها هذه الشهادة، وتقوم المصارف نيابة عن عملائها بتحصيل وسداد قيمة الكوبونات الخاصة بهم، وهي خدمة مصرفية هامة.²

■ **خصم الأوراق التجارية:**

يمكن لحامل ورقة تجارية أن يتقدم إلى المصرف التجاري قبل حلول ميعاد استحقاقها للحصول على نقود حاضرة تكون اقل من المبالغ الواردة في تاريخ استحقاقها، والفرق بين قيمة هذه الورقة في تاريخ معين قبل تاريخ استحقاقها وقيمة المبلغ في تاريخ استحقاقها هو سعر الخصم، بحيث يقوم المصرف التجاري بأخذ فائدة مقابل هذه الخدمة وتسمى هذه الفائدة بمبلغ الخصم، ويطلق على هذه العملية بخصم الأوراق التجارية ويضاف إلى مبلغ الخصم نسبة معينة تعتبر كعمولة بالإضافة إلى مصاريف التحصيل.³

¹ رعد حسن الصرن، ردينة عثمان يوسف، مرجع سابق، ص 299.

² أحمد محمد غنيم، مرجع سابق، ص 68.

³ محمد شكرين، "بطاقة الائتمان في الجزائر"، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، العلوم الاقتصادية، جامعة يوسف بن خدة، الجزائر، 2007/2006.

■ خدمات التحصيل الداخلية:

تمارس المصارف تسوية الديون عن طريق المقاصة أو الترحيل في الحساب دون الحاجة إلى تداول كميات كبيرة من العملة، وما يترتب على ذلك من نقل وتكاليف وتعرض لمخاطر السرقة والضياع، وتتمثل التسويات التي تقوم بها المصارف في تحصيل الشيكات، تحصيل الكمبيالات، التحصيلات المستندية، وقبول الشيكات لغرض الإيداع في الحساب.¹

■ خدمات التحصيل الخارجية:

ومنها على سبيل المثال أن يتم الإتفاق بين المصدر والمستورد على إرسال البضائع دون الحاجة إلى فتح اعتماد مستندي لصالح المصدر، ثقة منه بالمستورد بتسليم الثمن عند تسليم مستندات البضاعة، وفي هذه الحالة يقدم المصدر إلى مصرفه المستندات المتفق عليها بينه وبين المستورد، ويتولى المصرف إرسال هذه المستندات إلى مراسله في بلد المستورد ويطلب منه تسليم مستندات الشحن إلى المستورد مقابل دفع ثمن البضاعة، وعندما يسدد المستورد هذا الثمن يبلغ مصرف المصدر بما يفيد تحصيل القيمة لغرض إجراء التسويات اللازمة ومنها قيد المبلغ لصالح المصدر وكذلك الحال بالنسبة للتسويات المالية عن طريق الحوالات الخارجية.²

أما عن الخدمات المصرفية الحديثة التي من أمثلتها ما يلي:³

- القروض الإستهلاكية.
- خدمات الإرشاد والنص المالي.
- بيع خدمات التأمين.
- إدارة النقدية للمشروعات.
- التأجير التمويلي.
- المساهمة في تمويل المشروعات المخاطرة.

¹ زكي خليل المساعد، مرجع سابق، ص 299.

² أحمد محمد غنيم، مرجع سابق، ص 75.

³ محمد عبد الفتاح الصيرفي، "إدارة البنوك"، دار المناهج للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2006، ص ص 4-5.

- تقديم الخدمات الاستثمارية للمضاربة في الأسهم...الخ.

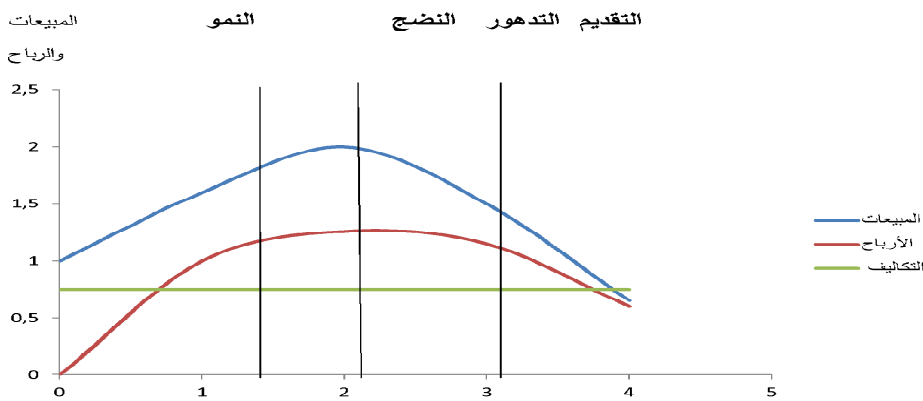
المطلب الثالث: دورة حياة الخدمة المصرفية

من المعروف أن أي خدمة مصرفية تعيش دورة حياة، فهي تبدأ بمرحلة الميلاد ثم تمر بمرحلة النمو، وتستمر في مرحلة النضج، وتنتهي بالشيخوخة والموت أو الاختفاء.

1- مراحل دورة حياة الخدمة المصرفية:

تمر الخدمات المصرفية بأربع مراحل أساسية لكل مرحلة منها مجموعة من الخصائص، والشكل الموالي يبين دورة حياة الخدمة المصرفية:

الشكل رقم (01-02): يمثل دورة حياة الخدمة المصرفية



المصدر: حميد الطائي، بشير العلق، "تسويق الخدمات (مدخل استراتيجي وظيفي وتطبيقي)"، دار اليازوري، الأردن، 2009،

ص210.

من الشكل أعلاه يتضح لنا أربعة مراحل أساسية للخدمة المصرفية وهي:¹

1-1 مرحلة التقديم:

¹ تيسير العجارمة، "التسويق المصرفي"، دار الحامد، ط1، الأردن، 2005، ص ص151-153.

في هذه المرحلة يكون الطلب على الخدمة المصرفية ضعيفا لعدم معرفة الأفراد بها لكونها جديدة وتطرح إلى السوق لأول مرة لذلك يجب التركيز على الأنشطة الإعلانية بهدف تعريف الأفراد بالخدمة المصرفية المقدمة وفوائدها.

2-1 مرحلة النمو:

تعتبر هذه المرحلة من أهم المراحل في دورة حياة الخدمة المصرفية، وتتميز هذه المرحلة بزيادة الطلب ونموه على الخدمة، وتستمر هذه المرحلة ما دام حجم التعامل بالخدمة لم يصل إلى أعلى مستوياته الموضوعية أو المحددة من طرف البنك، وهناك مؤشرات دالة على أن الخدمة مازالت في مرحلة النمو وهي:

- التزايد في معدلات نمو حجم المبيعات والأرباح.
- اشتداد حدة المنافسة بين البنوك.
- تحسين جودة الخدمة.

3-1 مرحلة النضج:

تتصف هذه المرحلة بوصول حجم التعامل بالخدمة والأرباح المولودة عنها إلى مستوى أعلى، ويتميز هذا المستوى بشدة المنافسة بين البنوك.

4-1 مرحلة التدهور:

في هذه المرحلة يقل الطلب على الخدمة وذلك لعدة أسباب، فقد تكون الخدمة قد أصبحت لا تلبي حاجيات ورغبات الأفراد أو ظهور خدمات مصرفية ذات منافع جديدة وأكثر انسجاما مع حاجات ورغبات الأفراد، الأمر الذي يدفع البنك إلى تعديل الخدمة أو حذفها.

2- العوامل المؤثرة في دورة حياة الخدمة المصرفية:

توجد مجموعة من العوامل المؤثرة على سلوك الخدمات المصرفية وعلى دورة حياتها تصنف

هذه العوامل إلى:¹

1-2 عوامل تتعلق بالخدمة المصرفية:

وتتمثل في:

¹ حميد الطائي، بشير العلق، مرجع سابق، ص210.

- درجة التحديث في الخدمة المصرفية ودرجة التعقد.
- توافق الخدمة المصرفية المقدمة مع قيم وعادات وتقاليد المجتمع.
- مدى إمكانية التعرف والافتتاح على مزايا وتكاليف الخدمة المصرفية قبل التعامل.
- مستوى جودة الخدمة المقدمة للسوق ونوعياتها التي سيقورها المصرف.

2-2 عوامل تتعلق بالمصرف:

وتتمثل في:

- طبيعة المنافسة في السوق المصرفي.
- مستوى الفن التكنولوجي المستخدم.
- طبيعة المتعاملين معهم.
- الظروف الاقتصادية المحلية والدولية.
- طبيعة هياكل السوق المصرفي ومدى وصوله إلى درجة التطور. إن تحليل دورة الخدمة المصرفية يساعد المصرف على اتخاذ قرارات في كل مرحلة تعزز من فرص وجود الخدمة وإقناع الزبائن بها رغم التحديات والصعوبات التي تواجهها ورغم ذلك فهي تنطلق ثم تتطور وتنتهي.

المبحث الثاني: جودة الخدمات المصرفية

إهتمت المؤسسات الاقتصادية بالجودة لأنها الأساس الذي يقوم عليه جل الخدمات، كما انه من المستحسن تقديم أفضل أشكال الخدمات وأنسبها للعميل وذلك بهدف توطيد علاقاتها معهم، وقدرتها على الاستمرار في نشاطها.

المطلب الأول: مفهوم الجودة وجودة الخدمات

1- مفهوم الجودة:

عرفتها المنظمة الدولية للتقييس (إيزو) بأنها: "الدرجة التي تشبع فيها الحاجات والتوقعات الظاهرية والضمنية من خلال جملة الخصائص الرئيسية، وتؤكد المواصفة على ضرورة تحديد تلك الحاجات والتوقعات وكيفية إشباعها".¹

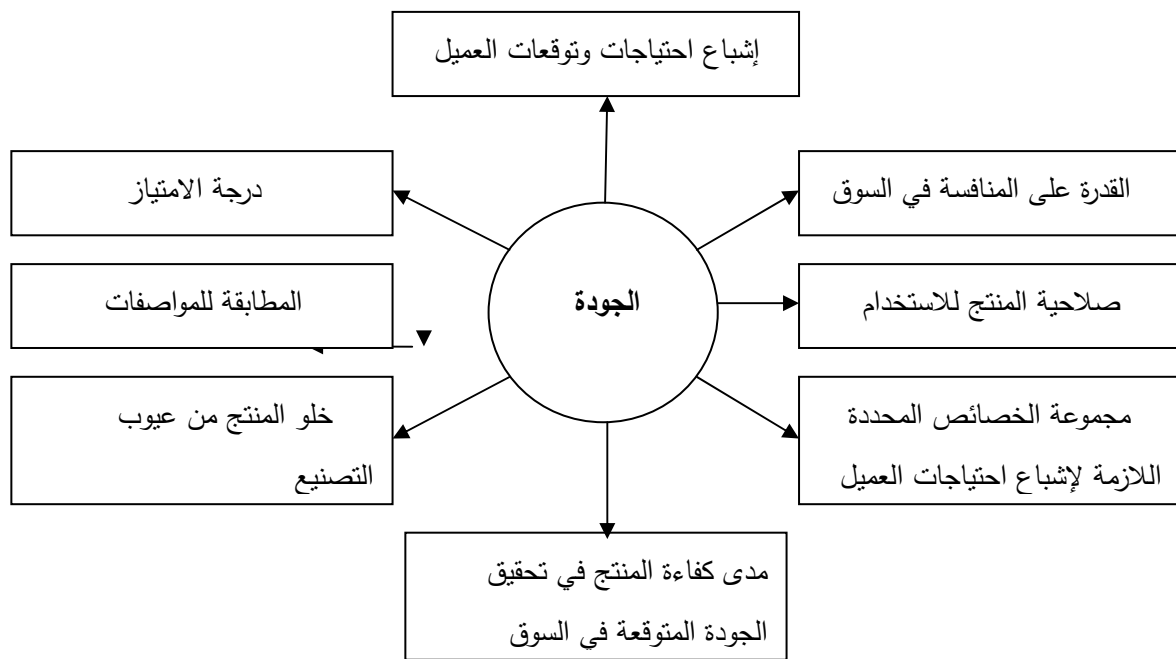
¹ محمد عبد الوهاب العزاوي، "أنظمة إدارة الجودة والبيئة"، دار وائل، ط1، عمان، الأردن، 2002، ص19.

تعرفها الجمعية الأمريكية للجودة: "أنها الهيئة أو الخصائص الكلية للسلعة أو الخدمة التي تعكس قدرتها على تلبية صريحة وضمنية"¹.

كما تعرف على: "هي الخصائص والصورة الكلية للمنتج التي تقوي القدرة على إشباع حاجات معينة أو ضمنية للزبون، وأنها خلو للخدمة من أي عيب أثناء انجازها وأنها نتيجة الحكم المتعلقة بتوقعات الزبون المدركة عن الخدمة والأداء الفعلي لها"².

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

الشكل رقم (02-02): التعريفات المختلفة للجودة



المصدر: محمد سمير أحمد، "الجودة الشاملة وتحقيق الرقابة في البنوك التجارية"، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة،

ط1، عمان، 2009، ص63.

2- تعريف جودة الخدمة:

¹ عبد الله الطائي، عيسى قدارة، "إدارة الجودة الشاملة"، دار اليازوري للنشر، عمان، 2008، ص29.

² تيسير العجارمة، مرجع سابق، ص329.

تعرف جودة الخدمة على أنها: "تلك الجودة التي تشمل على البعد الإجرائي والبعد الشخصي كأبعاد مهمة في تقديم الخدمة ذات الجودة العالية، حيث يتكون الجانب الإجرائي من النظم والإجراءات المحددة لتقديم الخدمة، أما الجانب الشخصي للخدمة فهو كيف يتفاعل العاملون بمواقفهم، وسلوكياتهم، وممارساتهم اللفظية مع الزبائن.¹ وتعرف كذلك على أنها: "تلك الخدمات المقدمة سواء كانت المتوقعة أو المدركة، أي التي يتوقعها الزبائن أو التي يدركونها في الواقع العلمي، وهي المحدد الرئيسي لرضا الزبون أو عدم رضاه، وتعتبر في الوقت نفسه من الأولويات الرئيسية للمؤسسات التي تريد تعزيز مستوى النوعية في خدماتها".²

من خلال التعاريف السابقة نستنتج أن "جودة الخدمة تتعلق بذلك التفاعل بين الزبون ومقدم الخدمة، حيث يرى الزبون جودة الخدمة من خلال مقارنته بين ما يتوقعه والأداء الفعلي للخدمة".

المطلب الثاني: مفهوم جودة الخدمات المصرفية وخصائصها الرئيسية:

1- مفهوم جودة الخدمات المصرفية:

إن مفهوم جودة الخدمات المصرفية لا يختلف كثيرا عن مفهوم جودة الخدمات، وقد تعددت مفاهيمها عند الباحثين حيث ارتكز مفهومها عند البعض على أبعاد الجودة وعند البعض الآخر على أساليب قياسها، وقد عرفت بأنها:

التعريف الأول: "خلو الخدمة المصرفية من أي عيب أثناء انجازها نتيجة الحكم المتعلق بتوقعات الزبون أو العميل المدركة عن الخدمة البنكية والأداء الفعلي لها".³

التعريف الثاني: "جودة الخدمة المصرفية هي الفرق بين توقعات العملاء للخدمة المستهدفة وإدراكهم للأداء الفعلي لها".⁴

وذلك حسب ما يوضحه الشكل التالي:

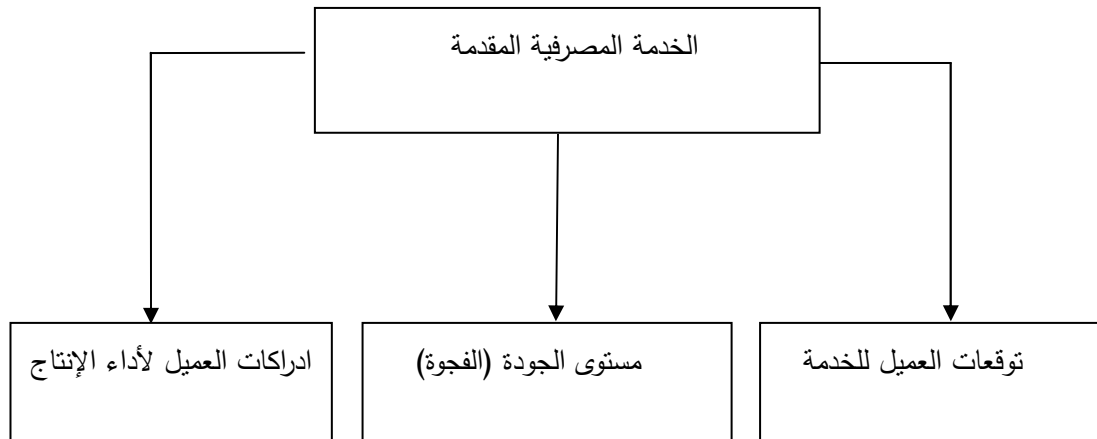
الشكل رقم (02-03): مفهوم جودة الخدمة المصرفية

¹ - مأمون سليمان الدرادكة، طارق شلبي، "الجودة في المنظمات الحديثة"، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2002، ص18.

² - محمد خثير، أسماء مرابي، العلاقة التفاعلية بين أبعاد جودة الخدمة ورضا الزبون بالمؤسسة، مجلة الريادة لاقتصاديات الأعمال، المجلد3، العدد4، جامعة خميس مليانة، 2017، ص32.

³ - أحمد طرطار، سارة حليمي، "جودة الخدمات المصرفية كآلية لتفعيل الميزة التنافسية للبنك"، مداخلة مقدمة إلى الملتقى الدولي حول إدارة الجودة الشاملة في قطاع الخدمات، جامعة منتوري، قسنطينة، الجزائر، 2010، ص3.

⁴ - عوض بدير الحداد، "تسويق الخدمات المصرفية"، دار البيان للنشر، مصر، 1999، ص336.



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

وفي ضوء هذه المعادلة يمكن تصور ثلاث مستويات للخدمة هي:¹

جودة الخدمة = إدراك العميل للأداء الفعلي - توقعات العميل لمستوى الأداء

أ. الخدمة العادية: وهي تلك الخدمة التي تتحقق عندما يتساوى إدراك العميل لأداء الخدمة مع التوقعات المسبقة عنها.

ب. الخدمة الرديئة: وهي تلك الخدمة التي تتحقق عندما يتدنى الأداء الفعلي للخدمة عن المستويات المتوقعة عنها.

ج. الخدمة المتميزة: وهي تلك الخدمة التي تتحقق عندما يفوق أو يتجاوز الأداء الفعلي لها توقعات العميل.

2- الخصائص الرئيسية لجودة الخدمة المصرفية:

تنقسم الخصائص الرئيسية لجودة الخدمة المصرفية إلى النوعين التاليين:

1-2 الجودة الفنية (technical quality):

¹ فليسي لبيدة، "واقع جودة الخدمات في المنظمات ودورها في تحقيق الأداء المتميز"، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في العلوم

الاقتصادية، جامعة أحمد بوقرة، بومرداس، 2012/2011، ص4.

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

2-2 الجودة الوظيفية (functional quality):

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

إذا فجودة الخدمة المصرفية تتمتع بخاصيتين أساسيتين من ناحية الجودة الفنية والتي تعني خبرات ومهارات موظفي المصرف ومقدمي الخدمة، ومن الناحية الأخرى ألا وهي الجودة الوظيفية وهي الكيفية والطريقة التي تقدم بها الخدمة والتي تتطلب وجود تلازم وتفاعل بين المصرف وعملائه.

المطلب الثالث: أبعاد جودة الخدمة المصرفية ومميزاتها

1- أبعاد جودة الخدمة المصرفية:

هناك عدة أبعاد رئيسية تقاس بها جودة الخدمات المصرفية موضحة في الجدول أدناه:

الجدول رقم (01-02): أبعاد قياس جودة الخدمة المصرفية

الأبعاد	التوضيح
الاعتمادية	<ul style="list-style-type: none"> - تعني ثبات الأداء وانجاز الخدمة بشكل سليم وأحسن من المرة الأولى ووفاء البنك لما تم وعد العميل به، ويضم هذا البعد ما يلي: - دقة الحسابات والملفات وعدم حدوث الأخطاء. - تقديم الخدمة المصرفية بشكل صحيح. - تقديم الخدمة في المواعيد المحددة وفي الوقت المصمم لها. - ثبات مستوى أداء الخدمة.

¹ رعد حسن الصرن، مرجع سابق، ص 201.

السرعة في الاستجابة	- تتمثل في رغبة واستعداد العاملين بالبنك في تقديم الخدمة ومساعدة الزبائن، والرد على استفساراتهم، والسرعة في أداء الخدمة، والاستجابة الفورية لطلب العميل.
الكفاءة	- تعني امتلاك العاملين بالبنك للمهارة والمعرفة اللازمة لأداء الخدمة، وتكوينهم على روح الاتصال وتفهم العملاء.
اللباقة	- تعني أن يكون موظفي البنك وخاصة من لهم اتصال مع الزبائن على قدر من الاحترام وحسن المظهر، والتمتع بروح الصداقة والود والاحترام للزبائن.
الاتصال	- يقتضي تزويد الزبائن بالمعلومات وباللغة التي يفهمونها، تقديم التوضيحات والشرح اللازم حول طبيعة الخدمة وتكلفتها، والمزايا المترتبة عن الخدمة، والبدائل الممكنة.
المصداقية	- تتضمن مراعاة البنك للأمانة والصدق في التعامل مع الزبائن مما يولد الثقة بين الطرفين.
الأمان	- أي خلو المعاملات مع البنك من الشك والخطورة، ويتضمن الأمان المادي والمالي وسرية المعاملات.
الجوانب الملموسة	- تشمل التسهيلات المادية المستخدمة في العمل بدءاً بالمظهر الخارجي للبنك وتهيئته من الداخل، والأجهزة والوسائل المستخدمة في أداء الخدمة.

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على بريش عبد القادر، جودة الخدمات المصرفية كمدخل لزيادة القدرة التنافسية للبنوك، مجلة اقتصاديات شمال إفريقيا، العدد 3، بدون تاريخ، ص 256-257.

2- مميزات جودة الخدمات المصرفية

- تركز البنوك بالخصوص على جودة الخدمات المصرفية لما لها من مزايا وفوائد نذكر أهمها كما يلي:¹
- تحقيق ميزة تنافسية فريدة من نوعها عن بقية البنوك وبالتالي مواجهة الضغوط التنافسية.
 - تحمل تكاليف أقل بسبب قلة الأخطاء في العمليات المصرفية.
 - الخدمة المصرفية المتميزة تتيح الفرصة لبيع خدمات مصرفية إضافية.

¹ - أحمد طرطار، سارة حليمي، مرجع سابق، ص 11.

- تمكن جودة الخدمة المصرفية من جعل العملاء بمثابة مندوبي بيع للبنك في توجيه وإقناع عملاء جدد من الأصدقاء والزملاء.

- تؤثر جودة الخدمة المصرفية بشكل مباشر على ربحية البنك وذلك من خلال بناء صورة ذهنية مدركة وتحقيق رضا العميل.

المبحث الثالث: تأثير الصيرفة الإلكترونية على جودة الخدمات المصرفية

تسعى البنوك في وقتنا الحالي إلى بحث واستخدام كل الوسائل والطرق الممكنة لغاية تحسين جودة شبكة الإنترنت وما توفره من خدمات خلاقة يمكن توظيفها من طرف البنوك في تقديم خدمات مصرفية ذات جودة، فكان لهذا الاستخدام اثر كبير على سلوك العملاء وأداء المصارف.

المطلب الأول: مختلف أدوات قياس جودة الخدمات المصرفية على الانترنت

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

1- الجودة على الخط (Webqual):

عرفه (Barnes et al)، بأنه الإستبيان على الخط (الإستبيان الالكتروني) الذي يقدم للعملاء لتقييم جودة المواقع على شبكة الانترنت وفقا لتطوراته. الاستبيان ينجز من قبل العملاء (يجيب على التساؤلات في الإستبيان) وتقييم العملاء النوعي يحول إلى مقاييس كمية تعتبر مفيدة لإدارة عملية صنع القرار.

يسمح (Webqual) بإجراء مقارنات بين بيئة التجارة الالكترونية 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 الالكترونية. إن وسيلة (Webqual) أصبحت سلوك منكرر تنجز وتعديل حسب متغيرات كل ميدان في التجارة الالكترونية.

2- (E.Servqual):

عرفه (Parasurman and al) بأنه نموذج مفاهيمي لجودة الخدمة في محيط الجدار الالكتروني (E.tailing envirenment)، وهي قائمة على هيكل جودة الخدمات التقليدية خارج الخط المسماة (Servqual) وهي مشتقة من البحوث الاستكشافية حول مجموعات التعديل ومرحلتين من مجموعة المعلومة التجريبية والتحليلية، وهذا ينتج سبعة خصائص لجودة الخدمة: الكفاءة، الاعتمادية، الانجاز، السرية،

الاستجابة، التعويض، الاتصال المباشر، كل هذه الخصائص تمثل مقاييس 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.Servqual) كهيكل لمديري التسويق لتقييم جودة الخدمات في محيط الجدار الالكتروني.

3- (E.Sequal):

عرفه (Dawson et al، 2003)، بأنه هيكل لجودة الخدمة التي تعتبر أساس تجربة وإدماج علاقات العملاء الالكترونية (E.CRM) واستراتيجيات (HCI) للتصميم الفعال وتطوير محيط الجدار الالكتروني (E.tailing environment).

يمكن أن يوفر (E.Sequal) توجيهات وإرشادات للتجارة الالكترونية فيما يتعلق بتكامل الواجهة وإنهاء الإجراءات التجارية (back-end). وعبر مختلف نقاط التماس للعملاء مثل: الهاتف، الفاكس، البريد الالكتروني... الخ، ويمكن تطبيقه كوسيلة تقييمية لتوجيه مصممي (Web) ومختصي التسويق لطريقة استخدام تتماشى مع الشروط الأساسية لإدماج توقعات العملاء لتحقيق جودة الخدمة، وقابلية الاستعمال في تصميم محيط الجدار الالكتروني.

4- (E.S.Qual):

عرفها كل من (Arvind، Valarie، Malhotra، Zethaml، Parasurman)، على أنها مشتقة لقياس جودة الخدمة المقدمة على الخط، ومن المعلومات التجريبية المجمعَة اكتشفت وضعيتين مختلفتين وضروريتين لقياس جودة الخدمة الالكترونية، الوضعية الأولى (E.S.Qual) تضم أربعة أبعاد لها 22 صفة وهي: الكفاءة، الوفاء، توافر النظام والخصوصية، والوضعية الثانية (E.Recs.Qual) تكون مع العملاء الذين ليس لهم لقاء روتيني مع الموقع وتضم ثلاثة أبعاد لهم 11 صفة وهي: الاستجابة، التعويض، الاتصال.¹

المطلب الثاني: أثر استخدام تكنولوجيا المعلومات على سلوك العملاء وأداء المصارف:

¹ شيروف فضيلة، "أثر التسويق الالكتروني على جودة الخدمات المصرفية (دراسة حالة بعض البنوك في الجزائر)"، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في التسويق، العلوم التجارية، جامعة منتوري، قسنطينة، الجزائر، 2010/2009، ص ص54-55.

1- أثر استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات على سلوك العملاء:

تظهر هذه الآثار الايجابية من خلال النتائج والظروف المواتية والمتوقعة والشروط التسهيلية للعميل، بالإضافة إلى خبرته والمواقف من استخدام المعاملات المصرفية عبر الانترنت، ومن بين هذه الآثار الايجابية نذكر منها:

- القيمة أو الفائدة المتوقعة:

ينظر العملاء للفوائد المنتظرة من استخدام شبكة الانترنت في المعاملات المصرفية كتوفير الوقت والمال وتخفيض التكاليف أو أي منفعة أخرى لها اثر ايجابي على الموقف من العمل المصرفي على شبكة الانترنت.

- أمن المعاملات:

لقد ثبت أن الأمن هو احد العوامل التي تحدد للمستخدم أن يبدأ أو يواصل معاملاته المصرفية عبر الانترنت أو العكس، وعليه فإن المصرف مطالب بتوفير موقع امن يحافظ على خصوصية العميل ويحافظ على سرية معاملاته الشخصية.

- التعقيد:

فالمعاملات المصرفية عبر الانترنت هي الطريقة الأكثر سهولة لأنها خالية من أي جهد، فسهولة الاستخدام تعكس درجة عدم التعقيد.

- الوصول:

يتخذ العميل موقفا ايجابيا في حالة اتصاف النظام بالسرعة وسهولة الاتصال والتصفح للمعاملات المصرفية عبر الانترنت، أما في حالة الصعوبة أو عدم القدرة على استخدام هذه التكنولوجيا فيتخذ موقف معاكس للأول.

- الثقة:

إن الثقة في موقع الانترنت تأخذ المعنى الكامل، فهي الكفاءة، النزاهة، حسن المعاملة... الخ، وعلى هذا الأساس يسعى العميل للحد من عدم اليقين وتعقيد المعاملات الالكترونية بالاعتماد على الثقة في المصرف لمعرفة به.

- خبرة ومواقف العميل تجاه المعاملات المصرفية عبر الانترنت:

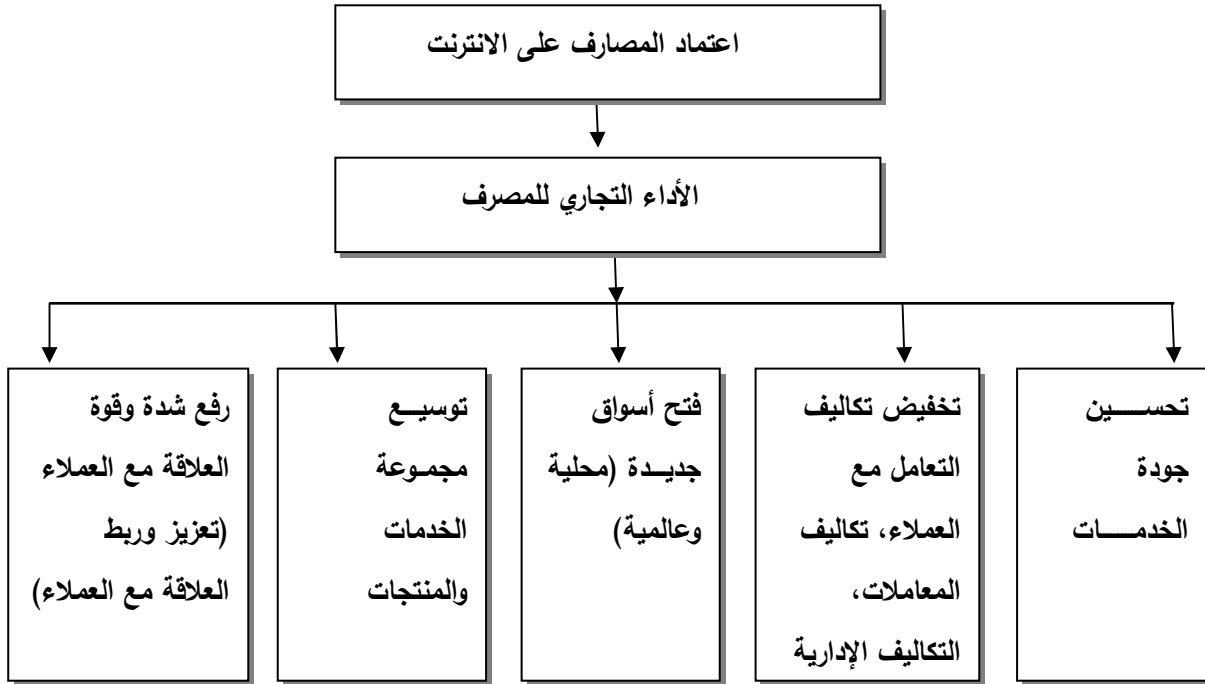
يعتمد العميل على خبرته وتجاربه السابقة ليكون موقفه ايجابي أو سلبي تجاه المعاملات المصرفية عبر الانترنت، فقد توفر له المعاملات المصرفية عبر الانترنت المهارات والمعرفة وتمنحه إنتاجية أكثر بأقل تكلفة

من غيرها من وسائل توزيع الخدمات المصرفية مما ينتج عنه سهولة في التعامل معها، كما أن العامل الاجتماعي ومرجعية الجماعة تؤثر على سلوكه وامتناله في استخدام الانترنت للمعاملات المصرفية.¹

2- أثر استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات على أداء المصارف:

إن الخدمات المصرفية عبر الانترنت تمكن العميل من إدارة المعاملات المصرفية عبر الانترنت لمدة 24/24 ساعة و 7/7 أيام، وبأي وسيلة فعالة لنظام المعلومات كي يجري كل نوع من المعاملات المالية وفقا للمستويات المختلفة بتطبيق تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، وهناك خمسة أبعاد للأداء التجاري للمصرف التي تعتمد على المعاملات المصرفية عبر الانترنت، يوضحها الشكل التالي:

الشكل رقم (02-04): الصيرفة الالكترونية والأداء التجاري للمصارف



المصدر: دغنوش العطرة، "استخدام شبكة الانترنت كأداة لتقييم الخدمات البنكية وأثرها على الأداء البنكي"، أطروحة مقدمة لنيل

شهادة الدكتوراه، العلوم الاقتصادية (غير منشورة)، جامعة محمد خيضر بسكرة، 2016/2017، ص 170.

من خلال الشكل السابق يتضح لنا أن اعتماد المصارف على الانترنت ينعكس على الأداء التجاري

للبنوك في النقاط التالية:

1- تحسين جودة الخدمات وتوسيع مجموعة عروضه:

¹ - دغنوش العطرة، مرجع سابق، ص 168-169.

ويتم ذلك من خلال تجديد استخدام تكنولوجيا الاتصال والمعلومات، وتلجأ المصارف للاعتماد على قنوات التوزيع الإلكتروني لأجل زيادة ولاء (الرضا) العملاء من الخدمات المتطورة والدائمة والتي تسمح بها مختلف المعدات وأنظمة المعلومات، واللامحلية وريح الوقت، إمكانية التفاوض، المرونة، تسهيل عملية الحصول على هذه الخدمة، التفاعل في الوقت الحقيقي، الاستجابة السريعة، تبادل المعلومات الموثقة والأمانة، وغير ذلك، فالعميل ينظر إلى هذه الخدمات الإلكترونية المقدمة عبر شبكة الانترنت على أنها زيادة في حرية الخدمات، والخدمات الاستثمارية عن بعد.

2- تخفيض التكاليف:

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

3- فتح أسواق جديدة:

إن درجة اعتماد المعاملات المصرفية عبر الانترنت له اثر ايجابي على فتح أسواق جديدة للمصارف، لأن المصرف الذي يعتمد على قنوات التوزيع الإلكتروني والاتصالات سيكون قادرا على كسر الحواجز المكانية والزمنية، والوصول إلى أسواق جديدة عبر جغرافية أوسع لاستهداف شرائح جديدة في الأسواق المحلية والأجنبية.

4- توسيع نطاق الخدمات:

تتيح المعاملات المصرفية عبر الانترنت فرصا جديدة للمصارف لتوسيع نطاق المنتجات والخدمات المقدمة للعملاء لتلبية متطلباتهم واحتياجاتهم، مما يسمح للمصرف التميز أكثر عن المنافسين من المصارف الأخرى.

5- تعزيز العلاقة مع العملاء:

يسمح للمؤسسات المالية التي تعتمد على المعاملات المصرفية عبر الانترنت تعزيز علاقتها مع عملائها المحتملين وزيادة رضا العملاء الحاليين من خلال استخدام قنوات اتصال متعددة ومتكاملة ومتاحة في جميع الأوقات، هذه العلاقة تميل إلى أن تصبح أكثر تخصيصا، فتخصيص العلاقة يمكن أن تكون أفضل ميزة تتجاوب لتلبية الاحتياجات المحددة لكل عميل في المصرف.¹

المطلب الثالث: دور تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في تحسين الخدمة المصرفية

¹ - دغوش العطر، مرجع سابق، ص172.

تبحث أغلب فئات المتعاملين مع المصارف دائما عن الجديد والمواكب للتطورات المعاصرة، لذا نجد المصارف عملت على دمج تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وخاصة الخدمات الالكترونية التي ساعدتها بدرجة كبيرة في تحسين خدماتها، لان أساس تحسين الخدمة هو إشباع الحاجات والتوقعات الظاهرة والضمنية للعميل وبالتالي الاستمرار في تحسين الخدمات يعتبر عنصر ضروري لكسب ثقة المتعاملين ومن ثم الحصول على تفوق في الأمد القصير والطويل.

يقود تحقيق ميزة تنافسية طويلة الأمد إلى التوسع في السوق وتحقق مكاسب إضافية، وحتى نبرز الدور الفعال لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات في تحسين الخدمة المصرفية، لابد لنا من معرفة معنى التطوير أو التحسين بالنسبة للمصرف وبالنسبة للعميل.

الأولى: يتم قياسها على أساس المواصفات المحددة سلفا بمعنى المعايير التي يضعها المصرف عند تطوير الخدمة، وهذه الأخيرة تنتج من خلال معالجة المصرف للمعلومات والبيانات المتحصل عليها من المتعاملين أو المنافسين.

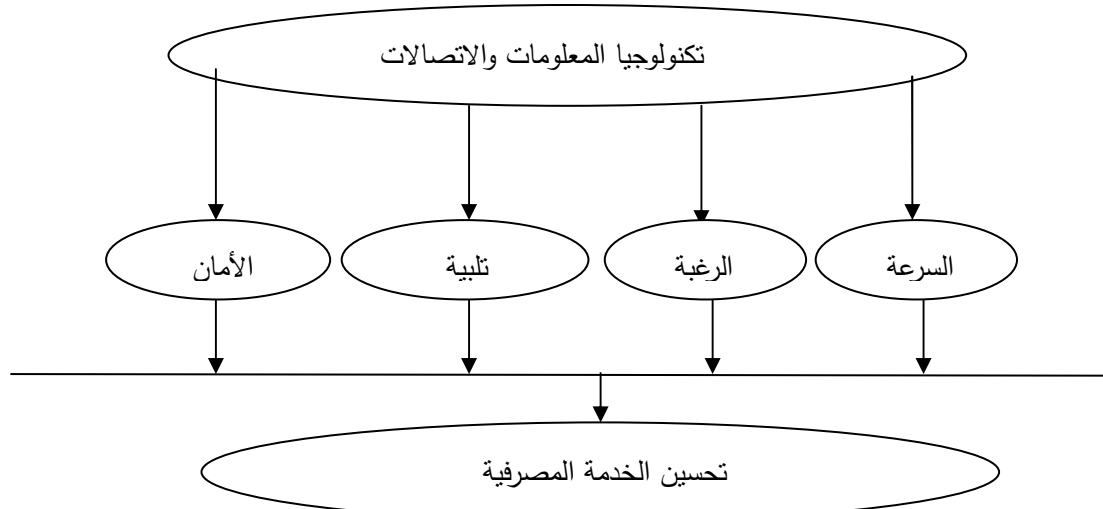
الثانية: وهي وجهة نظر المتعاملين فهي أكثر شمولية فهم يهتمون بالتحسين من منطقتين هما:

• **المنطق الأول:** يقوم على أساس الخدمة الملموسة من حيث الاستمرارية، السلامة وسهولة الاستخدام.

• **المنطق الثاني:** فهو الاهتمام بالخدمة من حيث الدقة، الاستجابة والرضا.

بهدف التمكن من دراسة أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصالات على تحسين الخدمة المصرفية لا بد من تحديد متطلبات التحسين، وبناءا على بحثنا على المستوى النظري فان تحسين الخدمة المصرفية يركز على العناصر المبنية في الشكل التالي:

الشكل رقم (02-05): دور تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في تحسين الخدمة المصرفية



المصدر: ميهوب سماح، "أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصالات على الأداء التجاري والمالي للمصارف الفرنسية"، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه، (غير منشورة)، العلوم الاقتصادية، جامعة قسنطينة-2، 2014/2013، ص158.

من خلال الشكل نلاحظ أن تكنولوجيا المعلومات والاتصالات ساهمت في تغيير نمط عرض الخدمة من خلال توجه المصارف إلى عرض خدمات مصرفية عن بعد، وهذه الأخيرة كانت لها دور فعال في تطوير وتحسين الخدمة المصرفية، ويمكن توضيح ذلك من خلال العناصر التالية:

- السرعة:

تعتبر سمة السرعة في تقديم الخدمة عنصر مهم جدا بالنسبة للمتعاملين ويساعد على الحفاظ عليهم، فالخدمات المصرفية عن بعد ساعدت بصورة واسعة في تحقيق ذلك من خلال تعدد قنوات عرض الخدمة، فالعميل أصبح بإمكانه معرفة كل العمليات التي جرت على رصيده في دقائق معدودة ومن مكانه، كذلك عملية التحويل الإلكتروني للأموال من حساب إلى حساب أصبحت تتم في ظرف ثواني.

- الرغبة في الحصول على الخدمة:

ساهمت الخدمات المصرفية عن بعد في تحقيق عامل الرغبة في الحصول على الخدمة والاستفادة منها، من خلال تمييزها بعدد من الخصائص في عرض الخدمة كالدقة، الملائمة، الحداثة، الترابط، سهولة الفهم.

- الخدمة ملبية لطلبات المتعاملين:

نقصد بها تقليص الفجوة بين ما هو متوقع من طرف العميل وتم إدراكه، فالخدمات المصرفية عن بعد تبنتها المصارف تلبية لحاجات ورغبات العملاء بهدف الوصول إلى درجة عالية من الرضا على الخدمة الذي بدوره يؤدي إلى زيادة ولاء العملاء.

- الأمان والثقة:

بمعنى توفير الراحة والأمان للعميل عند طلبه الخدمة المصرفية، وتعتبر الثقة شرطا أساسيا في المعاملات المصرفية عن بعد أكثر منها في المعاملات التقليدية، وهذا يرجع لغياب العلاقة المباشرة مع المتعاملين، ومن ثم فأساس نجاح المصرف في خلق شعور الاطمئنان لمصداقية مختلف الخدمات المعروضة عن بعد هو تطويره المستمر لأنظمة الحماية والأمان للحد من المخاطر المتوقعة وهذا يقوي الثقة بين المصرف والعميل مما يساعد على الالتزام في التعامل معه.

كما نجد أن هناك من ينظر لتحسين الخدمة من خلال ثلاثة مراحل هي كما يلي:

- مدخل تعديل نوعية الخدمة:

يقصد به تحسين نوعية الخدمة بصورة مستمرة وعلى أن تكون منسجمة ومتوافقة مع النوعية المرغوب فيها من قبل المتعاملين المستهدفين.

- مدخل التعديل في خصائص الخدمة:

بمعنى إضافة فوائد ومزايا جديدة للخدمة، لكن هذا المدخل سهل التقليد من قبل المنافسين.

- مدخل التعديل على نمط الخدمة:

نقصد به القيام بتطوير كل ما هو مرتبط بكيفية تقديم الخدمة للمتعاملين.¹

1 ميهوب سماح، مرجع سابق، ص ص157-158.

خلاصة الفصل:

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

الفصل الثالث:

دراسة مقارنة بين بنك

القرض الشعبي الجزائري

وكالة (بسكرة) وبنك

السلام-الجزائر (وكالة

بسكرة)

تمهيد:

لإستكمال الدراسة يستوجب علينا القيام بعملية مقارنة حول دور الصيرفة الإلكترونية في تحسين جودة الخدمات المصرفية على مستوى البنوك، وقد إنصب الإهتمام في هذا الفصل على واقع الخدمات المصرفية الإلكترونية في البنكين محل الدراسة وهما:

بنك القرض الشعبي الجزائري **CPA** وكالة بسكرة، وبنك السلام-الجزائر وكالة بسكرة، فكل منهما يعمل على تقديم خدمات جديدة ذات جودة عالية بأحسن الطرق وبأقل التكاليف بالإضافة إلى تطوير الخدمات الموجودة سابقا، خاصة في ظل إستخدام التكنولوجيا المتطورة.

وقد تم تقسيم هذا الفصل إلى المباحث التالية:

- **المبحث الأول:** واقع تطبيق آليات الصيرفة الإلكترونية في القرض الشعبي الجزائري وكالة بسكرة.
- **المبحث الثاني:** واقع تطبيق آليات الصيرفة الإلكترونية في بنك السلام-الجزائر وكالة بسكرة.
- **المبحث الثالث:** مقارنة جودة الخدمة المصرفية بالبنكين محل الدراسة.

المبحث الأول: واقع تطبيق آليات الصيرفة الإلكترونية في القرض الشعبي الجزائري وكالة بسكرة

سيتم التطرق في هذا المبحث إلى تقديم بنك القرض الشعبي الجزائري وكالة بسكرة محل الدراسة، و إبراز مختلف الخدمات التي يقوم بها في مجال الصيرفة الإلكترونية.

المطلب الأول: مفهوم ونشأة القرض الشعبي الجزائري CPA وكالة بسكرة.

بذلت السلطات الجزائرية بعد الإستقلال مباشرة كل ما في وسعها لإستعادة مجمل حقوق سيادتها في ذلك حقها في إصدار النقود وإنشاء عملة وطنية، فباشرت بإنشاء نظام بنكي جزائري سواء عن طريق تأميم الفروع البنكية الأجنبية أو عن طريق تأسيس بنوك جديدة لتحقيق تلك الأهداف المسطرة للتمويل، وبالتالي تم إنشاء بنك القرض الشعبي الجزائري.

فمن خلال هذا المطلب سنتطرق إلى تعريف ونشأة القرض الشعبي الجزائري وكذا أهم الوظائف التي يقوم بها البنك.

أولاً: مفهوم ونشأة القرض الشعبي الجزائري CPA:

تأسس القرض الشعبي الجزائري بموجب المرسوم رقم 366-66 الصادر في 1966/12/29 المتمم والمعدل بالمرسوم رقم 67/75 المؤرخ في 1967/05/14 برأس مال قدره 15 مليون دج، حيث ورث البنك مجموع الفعاليات الشعبية التي كانت موجودة في الجزائر ووهران و قسنطينة وعنابة، وكذلك الصندوق المركزي الجزائري للقرض الشعبي، وقد إندمجت فيه بعد ذلك بنوك أجنبية أخرى وهي: شركة مرسيليا للقرض، والمؤسسة الفرنسية للقرض، والبنك (CFCB) وأخيرا البنك المختلط الجزائري المصري بعد تأميمها وذلك في 1968/06/30. والقرض الشعبي الجزائري يعد مؤسسة عمومية وشركة مساهمة وهو ثاني بنك تجاري يتم تأسيسه في الجزائر.

وحسب إرضاء وموافقة كل الشروط المسموح بها بواسطة الإصلاح المصرفي الذي تجسد في قانون النقد والقرض 90/10 فان بنك CPA قد تحصل في 7 أفريل 1997 على موافقة مجلس النقد والقرض وأصبح في المرتبة الثانية بالنسبة للبنوك المعترف بها في الجزائر.¹

ثانيا: نشاطات القرض الشعبي الجزائري

يلعب القرض الشعبي الجزائري دورا هاما في النشاط الإقتصادي، فهو يعمل على:²

- تقديم القروض للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة، مثل قطاع السياحة والصيد البحري.
- القيام بعملية البناء والتشييد من خلال قروض متوسطة وطويلة الأجل.
- إقراض الحرفيين وقطاعات السياحة والفندقة والصيد البحري والتعاونيات غير الزراعية في ميادين الإنتاج والتوزيع والخدمات مهما كان نوعها.
- جمع الودائع.
- تحويل العملات.
- تسهيل المعاملات بين المستورد والمورد في عمليات التجارة الخارجية.
- تقديم قروض وملفات لقاء سندات عامة إلى الإيرادات المحلية وتمويل مشتريات الدولة، والولائية والبلدية والشركات الوطنية.

المطلب الثاني: تقديم القرض الشعبي الجزائري وكالة بسكرة:

سننترق في هذا المطلب إلى التعريف بوكالة القرض الشعبي الجزائري بسكرة، وكذا أهم الوظائف التي تقوم بها.

1. التعريف بالوكالة:

¹ - الموقع الرسمي للبنك، WWW.CPA.BANK.DZ، تم الاطلاع عليه يوم 2020/02/23.

² - مقطوف نعيمة، "آلية تسيير مخاطر القروض في البنوك التجارية"، مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات نيل شهادة الماجستير، العلوم الاقتصادية، جامعة

قاصدي مرياح، ورقلة، 2013/2012، ص85.

الفصل الثالث: دراسة مقارنة بين القرض الشعبي الجزائري وبنك السلام-الجزائر

تأسست وكالة القرض الشعبي الجزائري رقم 305 في 31-12-1971، كواحدة من بين الست وكالات التابعة للمديرية الجهوية بباتنة، وتحتل الوكالة موقعا إستراتيجيا في وسط المدينة بساحة العربي بن مهدي وتظطلع الوكالة بنفس مهام القرض الشعبي الجزائري في المنطقة.

2. الهيكل التنظيمي للوكالة:¹

يتكون الهيكل التنظيمي للوكالة من:

• مدير الوكالة:

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

أ- إدارة السكرتارية:

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

ب- نائب المدير:

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

- مصلحة الإدارة:

تضم مصلحة الإدارة قسمين هما:

أ- قسم المستخدمين:

¹ بناء على المعطيات المقدمة لنا من القرض الشعبي الجزائري (وكالة بسكرة).

الفصل الثالث: دراسة مقارنة بين القرض الشعبي الجزائري وبنك السلام-الجزائر

وهو قسم يهتم بشؤون المستخدمين مثل وضع الأجرور والعلاوات وتنظيم الإجازات وإعداد الحوافز الخاصة بهم، كما تقوم بتسجيل الغيابات والمخالفات...الخ.

ب- قسم المنازعات القانونية:

يقوم هذا القسم بمساعدة البنك من الناحية القانونية وكذا متابعة الحالات المتنازع فيها، ودراسة الشكاوي وطلبات تحصيل الحقوق، وتعين المحامين الذين يقومون بتمثيل البنك أمام المحاكم، ومتابعة تنفيذ الحكم بعد إصداره.

- مصلحة القروض:

وتقوم هذه المصلحة بتنفيذ الإجراءات والتعليمات المتعلقة بشؤون القرض وفقا للمبادئ المعتمدة من قبل الإدارة، وتقوم أيضا باستقبال العملاء والبت في طلباتهم، وإعداد المذكرات اللازمة، كما تضم هذه المصلحة كل من أمانة الإلتزامات وخلية تسمى بخلية الدراسات والتحليل، حيث تقوم هذه الأخيرة بدراسة طلبات القروض، مع العلم أن الوكالة لا تقدم الموافقة المباشرة على منح القرض، بل أنها تقوم بتحويل ملفات القروض المقبولة مبدئيا إلى الفرع المتواجد بولاية باتنة ليمنح الموافقة النهائية بإعطاء القرض للمؤسسة المعنية.

- مصلحة التجارة الخارجية:

تعتبر هذه المصلحة بمثابة الوسيط بين المتعاملين الجزائريين والأجانب في عمليات البيع أو الشراء (استيراد، تصدير)، وتقوم هذه المصلحة بالتحويلات إلى الخارج وعمليات التوطين (الإقامة، domiciliation) المصرفي وفتح الإعتمادات المستندية للعمليات المتعلقة بالتجارة الخارجية، وهي على إتصال دائم مع المراسلين بالخارج.

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

• مصلحة الصندوق:

وهي بدورها تنقسم إلى قسمين:

الفصل الثالث: دراسة مقارنة بين القرض الشعبي الجزائري وبنك السلام-الجزائر

أ- قسم الودائع:

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

ب- قسم الدفع والقبض:

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

- مصلحة المحاسبة والمراقبة:

وتتضمن قسمين:

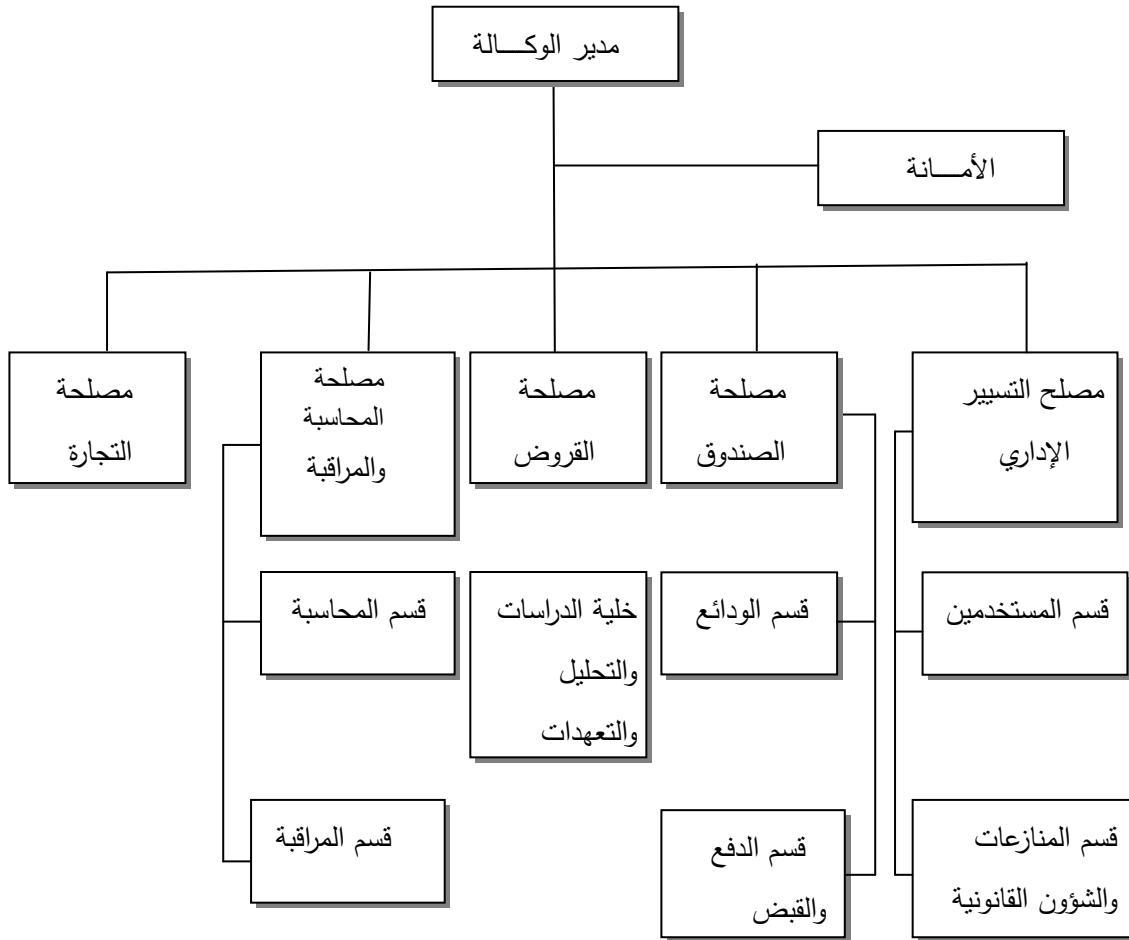
أ- قسم المحاسبة:

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

ب- قسم المراقبة:

ويقوم بالمراقبة الداخلية لعملية التسيير ومدى تطبيق القوانين الداخلية للبنك، كما تقوم بتنسيق بين المصالح، والحث على تطبيق السياسة الإدارية المتبعة، كما تساعد المدير في إتخاذ القرارات من خلال التقارير التي توجه إليه.

الشكل رقم(3-1): الهيكل التنظيمي لوكالة القرض الشعبي الجزائري بسكرة



المصدر: وثائق داخلية من مصلحة إدارة وكالة بسكرة CPA

3. مهام الوكالة:

تسند وكالة CPA على عدة مهام من بينها:

- معالجة العمليات البنكية المتعلقة بالعملاء وتطوير علاقات تجارية معهم.
- إستقبال، دراسة، إتخاذ القرارات وتنفيذها فيما يتعلق بالقروض في حدود ما هو مسموح به للوكالة.
- تقديم الخدمات البنكية الالكترونية.
- توفير وتطوير شبكات جديدة، ووضع وسائل حديثة وأجهزة وأنظمة معلوماتية.

المطلب الثالث: خدمات الصيرفة الإلكترونية في القرض الشعبي الجزائري CPA

لقد سعى القرض الشعبي الجزائري إلى مواكبة التطورات الحديثة في الساحة المصرفية ومن أبرزها إدخال خدمات الصيرفة الإلكترونية من خلال:

1. تقديم الخدمات المصرفية على الموقع الإلكتروني الجزائري:

بادر القرض الشعبي الجزائري في إستراتيجيته لتبني الصيرفة الإلكترونية إلى إنشاء موقع له عبر الشبكة العنكبوتية والمتمثل في <https://www.cpa-bank.dz>، تقوم الصفحة الرئيسية لموقع بنك CPA على الانترنت بإستقبال العملاء، تحتوي على عدة صفحات ثانوية، تمكن الدخول لكل منها على حدا من خلال الخيارات الموجودة في أعلى الصفحة (الإستقبال Accueil، معلومات عن البنك Banque، المنتجات Produits، الزبائن Clientèle، عمليات التوطين المصرفي Pré-Domiciliation، الوصول إلى الحسابات Accès Aux Comptes) كما يحتوي على خيارات أخرى تتمثل في (الإتصال Contacts، الوكالات Agences، سعر الصرف Taux de change، مخطط الموقع Plans de site، الموافقات القانونية Mentions légale)، كما تعرض الصفحة أيضا كل الأخبار الجديدة عن البنك، مع إمكانية الدخول لخدمة E-Banking لفتح حساب جاري بنكي عبر الخط.

الشكل رقم(03-02): الصفحة الرئيسية لموقع بنك CPA



المصدر: الموقع الرسمي للبنك، www.cpa-bank.dz، تم الاطلاع عليه يوم 2020/02/27.

2. تقديم خدمات البنك الإلكتروني للقرض الشعبي الجزائري (بنك عن بعد):

يتيح موقع البنك الإلكتروني للقرض الشعبي الجزائري على الشبكة الإلكترونية [www.ebanking.cpa-](http://www.ebanking.cpa-bank.dz)

bank.dz لزبائن البنك من القيام بمجموعة من العمليات وذلك بشرط أن يكون لدى العميل حساب لدى البنك،

حيث يسمح لك بمشاهدة حساباتك عن طريق:¹

- الانترنت: خدمة الانترنت متاحة 7 أيام في الأسبوع و24 ساعة في اليوم، حيث يتيح الرجوع إلى الحسابات عبر الانترنت وتنزيل معاملات الخصم والإئتمان.

- الهاتف: تتيح هذه الخدمة عرض رصيد وحركات الحساب عبر الهاتف للإستماع إلى الرسائل التي تم تكوينها مسبقا للخادم الصوتي.

- الرسائل القصيرة: تتيح هذه الخدمة للمشاركين إستلام رصيد حساباتهم بالإضافة إلى معلومات عن المعاملات التي تتم من خلال الرسائل النصية القصيرة.

- الفاكس: تتكون خدمة الفاكس من إبلاغ المشتركين بحركاتهم المصرفية خلال الأسبوع.

¹ - الموقع الرسمي لبنك CPA، <http://www.cpa-bank.dz/index.php/fr/nos-produits/e-banking>، تم الاطلاع عليه يوم 2020/02/28.

الشكل رقم(03-03): البنك الإلكتروني للقرض الشعبي الجزائري



المصدر: الموقع الرسمي للبنك الإلكتروني، <http://ebanking.cpa-bank.dz/fr/>، تم الاطلاع عليه يوم 2020/02/28.

3. خدمة الهاتف المصرفي:

تتيح خدمة الهاتف المصرفي للقرض الشعبي الجزائري للعملاء من الحصول على المعلومات التي يحتاجونها، تقديم النصائح، الإجابة على الإستفسارات، من خلال الإتصال بمركز الإتصالات للقرض الشعبي الجزائري على الرقم **021641515** وهذا أيام الأحد إلى الخميس م الساعة 8:30 إلى الساعة 16:30¹. كما يوضحه الشكل الموالي:

الشكل رقم(03-04): خدمة الهاتف المصرفي للقرض الشعبي الجزائري



المصدر: الموقع الرسمي للبنك، www.cpa-bank.dz، تم الاطلاع عليه يوم 2019/03/07.

¹ الموقع الرسمي للبنك، www.cpa-bank.dz، تم الاطلاع عليه يوم 2020/03/07.

4. نظام البطاقة الإلكترونية:

تعتبر البطاقات البنكية من أهم معالم تبني الصيرفة الالكترونية في القرض الشعبي الجزائري، حيث يعتمد البنك على إطار شامل من البطاقات الموجهة للمستوى الوطني وكذا المستوى الدولي للقيام بكل عمليات السحب والدفع.

1-4 البطاقات البنكية على المستوى الوطني:

تتمثل هذه البطاقة في بطاقة **CPA CIB** التي أصدرها القرض الشعبي الجزائري لأول مرة سنة 1989، وتم تجديدها سنة 2000 مع إدخال جهاز الصرف الآلي، وتنقسم هذه البطاقة إلى¹:

➤ **Carte CIB Classic**: تمنح لأصحاب الدخل الثابتة والمتوسطة، تسمح لحاملها بدفع ثمن مشترياته وخدماته على محطات الدفع الالكترونية (EPTS) المثبتة على مستوى قبول التجار، وكذلك السحب على جميع موزعات النقد الآلي (ATM) المتصلة بشبكة CIB المصرفية، وتتحدد قيمة الحد الأدنى للرصيد وسقفه حسب دخل الفرد.

تقدر مدة صلاحية هذه البطاقة عامين (02) وتجديدها يكون تلقائيا إلا في حالة الإلغاء من قبل المصرف الذي تتعامل معه، ويمكن إستبدال البطاقة في حالة السرقة أو الضياع أو التلف بإعادة إصدار (رمز (PIN).

➤ **Carte CIB Gold**: الفرق بين هذه البطاقة وبطاقة "Carte CIB Classic" أنها تمنح لأصحاب الدخل المرتفعة وسقف هذه البطاقة يفوق 50000 دينار.

➤ **Carte Corporate Classic**: تصدر هذه البطاقة للشركات والمهنيين لتغطية نفقاتهم المختلفة، وحامل هذه البطاقة هو الشخص المفوض من قبل الشركة التي تملك الحساب، تحدد بطاقة تعريف المهنة "Corporate" (مطبوعة على مقدمة البطاقة) إسم الشركة بشكل واضح عن إسم حامل البطاقة، وعدد البطاقات التي سيتم سحبها لكل حساب على حدة تكون وفقا لإحتياجات الشركة.

ومن بين الخدمات التي تدعمها هذه البطاقة:

- الدفع إلى مبدئي "TPE".

¹ الموقع الرسمي للبنك، www.cpa-bank.dz، تم الاطلاع عليه يوم 2020/03/10

الفصل الثالث: دراسة مقارنة بين القرض الشعبي الجزائري وبنك السلام-الجزائر

- سحب النقود على أجهزة الصراف الآلي (إختياري).
- الدفع عبر الانترنت لتجار الويب (يجب أن تكون الخدمات المعنية مرتبطة بشبكة Interbank Banking).
- ومن بين الخدمات الغير مصرح بها على بطاقة الأعمال "Corporate" نجد:
 - إستشارة أرصدة الحسابات المرفقة به.
 - التحويلات من حساب إلى آخر.
 - الإنطباع عن RIB.
 - طلب دفتر الشيكات.
- تقدر فترة صلاحية البطاقة بثلاث (03) سنوات مع إمكانية تجديدها بعد إنتهاء الصلاحية، ويتم تحديد الحد الأقصى للسحب والسداد من قبل العميل في حدود الحدود القصوى "الشهرية" التي وضعتها " GIE Monétique"، حيث يقدر مبلغ الحد الأقصى للسحب (سقف السحب) ب: 50.000 دينار جزائري، ويقدر مبلغ الحد الأقصى للدفع للخدمات على الخط (سقف الدفع أون لاين) ب: 300.000 دينار جزائري، أما مبلغ الحد الأقصى لكل معاملة دفع يقدر ب: 80.000 دينار جزائري.
- **Carte Corporate +**: الفرق بين هذه البطاقة و البطاقة السابقة يتمثل في الحد الأقصى للسحب والسداد من قبل العميل حيث يقدر مبلغ الحد الأقصى للسحب ب: 80.000 دينار جزائري، و سقف الدفع للخدمات على الخط ب: 999.999 دينار جزائري، أما الحد الأقصى لمبلغ معاملة الدفع "وفقاً لجهة الإصدار".
- **Service CPA SMS Cards** : هي خدمة جديدة مخصصة لحاملي بطاقات CIB و VISA، فهي تتيح لهم تلقي الرسائل النصية القصيرة.
- تقوم رسائل SMS بتوصيل المعلومات التالية:
 - المعاملات التي تنفذها بطاقات CIB و VISA.
 - تاريخ ووقت الصفقة.
 - نوع المعاملة (السحب على أجهزة الصراف الآلي، الدفع على TPE....الخ).
 - مقدار المعاملة.

الفصل الثالث: دراسة مقارنة بين القرض الشعبي الجزائري وبنك السلام-الجزائر

- الرصيد المتبقي على البطاقة.

أما بالنسبة لتكلفة هذه الخدمة : سعر ثابت قدره 50 DA / الشهر.

يتم تفعيل الخدمة وتشغيلها بمجرد تلقي رسالة الترحيب، وإذا لم يتلق العميل هذه الرسالة بعد 48 ساعة فيجب عليه الاتصال بوكيله.

مزايا خدمة الرسائل النصية القصيرة:

- أداة سهلة الإستخدام للمراقبة اليومية لجميع المعاملات التي تتم باستخدام بطاقة CIB / CPA / VISA / CPA دون الحاجة للذهاب إلى الفرع.

- تتميز بالسرعة فمعلوماتها لحظية تقريبا ويمكن الوصول إليها على الفور.

- يتم تأمين إستخدام البطاقة من خلال التتبع الفوري بشكل فوري لأي معاملة (السحب/الدفع) التي تتم بواسطة البطاقة.

❖ إجراءات الحصول على البطاقة الوطنية CIB:

يمكن لأي زبون أن يحصل على بطاقة CIB وذلك بتقريبه من الوكالة وبالضبط على مستوى المكلف بالزبائن أي بيدي رغبته في الحصول على بطاقة، حيث يقوم المكلف بالزبائن على إثر ذلك بتقديم كل المعلومات الخاصة بكيفية الحصول على البطاقة وطريقة إستخدامها، ويطلع في نفس الوقت على وضعية الزبون، مهنته، دخله، إمتلاكه لحساب على مستوى وكالة CPA أو لا وغير ذلك من المعلومات لمعرفة إمكانية منح الزبون هذه البطاقة من عدمها، وبعد تأكد المكلف بالزبائن من وضعية الزبون وإمكانية منحه البطاقة يقدم له عقدا هو عقد البطاقة البنكية للدفع CIB من أجل وضع البيانات اللازمة عليه والتوقيع، ويتكون هذا العقد من ثلاث نسخ، نسخة يحتفظ بها الزبون، وأخرى للهيئة النقدية، والأخيرة تحتفظ بها الوكالة البنكية، ويتضمن هذا العقد المعلومات التالية:

- إسم الوكالة ورقمها، رقم العقد، تاريخه، نوع البطاقة.

الفصل الثالث: دراسة مقارنة بين القرض الشعبي الجزائري وبنك السلام-الجزائر

- معلومات خاصة بصاحب الحساب: الإسم، اللقب، إسم المؤسسة (في حالة المؤسسة هي المالكة للحساب)، العنوان الشخصي، المدينة، رقم الهاتف، رقم الحساب، دخل صاحب الحساب، تحديد ما إذا كان صاحب الحساب هو نفسه صاحب البطاقة أم غير ذلك.
- معلومات خاصة بصاحب البطاقة: إسم ولقب حامل البطاقة، مهنته، تاريخ ومكان الإزدياد.... الخ، هذه المعلومات تكون مختلفة عن البيانات السابقة في حال ما إذا كان حامل البطاقة وصاحب الحساب لا يمثلان نفس الشخص.

- تحديد السقف الشهري للمسحوبات والمدفوعات، رقم البطاقة وتاريخ إنتهاء صلاحيتها.

بالإضافة إلى ذلك:

- مكان خاص بمدير الوكالة ليبدلي بحكمه.
- مساحة خاصة لإمضاء كل من صاحب الحساب، وحامل البطاقة، ومدير الوكالة، أما الجهة الخلفية للعقد فتحتوي على الشروط العامة لإستخدام البطاقة.
- وبعد موافقة الوكالة على العقد والمعلومات الواردة فيه ومقدمة من طرف الزبون بالإضافة إلى تقديم وثائق الثبوتية (بطاقة التعريف، رخصة السياقة)، ترسلها إلى الهيئة النقدية لتشريع في إعداد الكشوفات اللازمة وإتمام العمليات الخاصة بإصدار البطاقة من إدخال المعلومات في الشريط المغنط وغير ذلك.

4-2 البطاقات البنكية على المستوى الدولي:¹

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

¹ - الموقع الرسمي للبنك، WWW.CPA.BANK.DZ، تم الاطلاع عليه يوم 2020/03/23.

- **Carte Visa Classic** : يمكن استخدام بطاقات VISA الصادرة عن CPA في أي مكان في العالم، يتم تحديد التكلفة السنوية لبطاقة CPA/VISA الخاصة بالزبون بـ 6000 دج في العام.
- مدة الإستحواذ على بطاقة CPA/VISA حوالي 15 يوما في المتوسط، تقدر فترة صلاحية البطاقة عامين (02) سنوات مع إمكانية تجديدها.
- تقدم بطاقة CPA/VISA العديد من المزايا للعميل من بينها:
- البساطة: تمكن العميل في حالة السفر إلى الخارج من سحب أمواله في جميع أجهزة الصراف الآلي والدفع مع جميع التجار الذين يعرضون الشعار، أما في الجزائر يمكن للعميل استخدام بطاقته لدفع أي عملية شراء من التجار الموجودين في المنطقة الجمركية وعرض الشعار.
 - الأمان: إن بطاقة CPA/VISA محمية برمز سري ويجب على العميل الإحتفاظ به، في حالة الضياع أو السرقة يجب على العميل الاعتراض فورا، ومنذ تلك اللحظة لن تكون هناك أي معاملات أخرى ممكنة على حسابه.
 - الإتاحة: يمتلك العميل أمواله على مدار الساعة طوال أيام الأسبوع في جميع أجهزة الصراف الآلي التي تحمل الشعار.
 - السرعة: تتم عمليات السحب والدفع في ثواني وبشكل آمن.
 - الابتكار: تم تجهيز بطاقة CPA بشريحة إلكترونية متوافقة مع معايير EMV الدولية (EUROPAY MASTERCARD VISA)، مما يتيح للعميل الإستفادة من أحدث التقنيات من حيث الأمان.
- **Carte Visa Gold**: الفرق بين هذه البطاقة والبطاقة السابقة يتمثل في تحديد التكلفة السنوية لبطاقة CPA/VISA الذهبية الخاصة بالزبون بـ 9000 دج في العام، كما أن مدة إستحواذ البطاقة تقدر حوالي أسبوعين في المتوسط، تقدر فترة صلاحية البطاقة عامين (02) سنوات مع إمكانية تجديدها.
- **Carte El Amane**: هي بطاقة مصرفية دولية قابلة لإعادة الشحن، توجد على مستوى المطارات الدولية في الجزائر وكذا المناطق الخاضعة للجمارك، بفضل رأس المال المتاح بها على مدار الساعة، تسمح هذه البطاقة بالسحب من أجهزة الصراف الآلي و TPE (السلفة النقدية)، والمدفوعات على TPE، يمكن إعادة ملئها من حساب بالعملة الأجنبية (EUR، USD، GBP، ...)، غير قابلة للتجديد، عدم السماح بالدفع عن بعد (الانترنت، الهاتف، الفاكس، البريد الإلكتروني).

❖ إجراءات الحصول على البطاقة الدولية CPA VISA¹:

يمكن لأي شخص تتوفر فيه شروط الحصول على البطاقة أن يصبح مالكا لها وذلك بإتباع الخطوات التالية:

• **تقديم العميل بطلب الحصول على البطاقة:** يتقدم العميل الراغب في الحصول على البطاقة إلى مكلف الزبائن على مستوى الوكالة البنكية CPA حيث يتعين عليه ملء نموذج خاص بهذا الغرض، ولكي يقبل يجب على المكلف بالزبائن أن يتأكد من إمتلاك الزبون لحسابين في البنك، أحدهما بالعملة الوطنية والآخر بالعملة الصعبة، وفي حالة عدم إمتلاكه للحسابين المذكورين فهو مطالب بفتح حسابين جديدين وتجميد مالا يقل عن 1525أورو في حسابه بالعملة الصعبة، وعن 200000 دج في حساب العملة الوطنية.

حيث يتكون نموذج طلب البطاقة من 3 نسخ، نسخة يحتفظ بها الزبون، وأخرى للهيئة النقدية، والأخيرة تحتفظ بها الوكالة البنكية، بحيث تتضمن كل نسخة المعلومات التالية:

- معلومات محددة لهوية طالب البطاقة من إسمه، عنوانه، مهنته، ورقم جواز السفر...الخ.
 - أرقام الحسابات المفتوحة بالعملة الصعبة والوطنية، تاريخ فتحها وقيمتها.
 - مكان مخصص لإمضاء العميل على شهادته بأنه إطلع على الشروط العامة المتعلقة بالبطاقة والموافقة عليها.
 - مكان مخصص لمدير الوكالة ليضع توقيعه وبالتالي فهو يوافق على الطلب.
- **دراسة طلب العميل للحصول على بطاقة VISA:** تتم هذه العملية من خلال مراجعة حسابات العميل بالعملة الصعبة والوطنية (قيمة الحسابين، أقدمية فتحها، عدد العمليات التي أجريت عليها من طرف العميل...)، بالإضافة إلى إعتبرات أخرى مثل: نزاهة وأخلاقيات العميل، ملائمة العميل، سيرته وتاريخ حياته المصرفية، دخله الشهري، أقدميته في الوظيفة.

وبناء على نتائج الدراسة تتخذ الوكالة القرار بمنح البطاقة للعميل أو عدم منحها وفي كلتا الحالتين تقوم بمراسلة العميل معلمة إياه بقرارها، في حالة القبول تتضمن الرسالة قرار القبول، وإستدعاء الزبون تطلب فيه حضوره الشخصي لإمضاء العقد الخاص بالحصول على البطاقة.

¹ وثائق مقدمة من طرف الوكالة.

الفصل الثالث: دراسة مقارنة بين القرض الشعبي الجزائري وبنك السلام-الجزائر

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

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

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

5. المقاصة الإلكترونية:

باعتبار المقاصة إحدى عناصر المحافظة البنكية بالبنك، سيتم التطرق إليها ولكم بالطريقة الإلكترونية حيث لم تعد كما كانت عليه سابق، وتتم في CPA عموما بواسطة:

- ماسح ضوئي (قارئ الشيكات الإلكترونية).

- أجهزة كمبيوتر أي حواسيب مزودة ببرامج متخصصة.

6. اعتماد أجهزة الدفع الإلكتروني والصراف الآلي:

يتمثل جهاز الدفع الإلكتروني في جهاز مدمج لدى التجار تجرى من خلاله عمليات التحويل وإعادة التحويل عبر شبكة وقنوات الإتصال المختلفة، حيث يتم من خلاله تكوين إتصال مباشر بين حاسبات آلية موجودة في المحلات والأسواق والمتاجر الكبرى بالحاسب الآلي للبنك، ومن خلال إستخدام هذه الوحدات يمكن من إدخال قيمة المشتريات للزبون لتخصم من رصيد حسابه مباشرة في البنك وإضافة القيمة إلى حساب المتجر في نفس البنك، ويوجد منه نوعان: جهاز الدفع الإلكتروني الثابت، وجهاز الدفع الإلكتروني الثابت، وقد تطور عدد أجهزة الدفع الإلكتروني للقرض الشعبي الجزائري من 743 جهاز سنة 2007 إلى 1689 جهاز سنة 2015 مسجلا الصدارة مقارنة بالبنوك الأخرى.

أما بالنسبة لأجهزة الصراف الآلي فتم إدخالها ابتداءً من سنة 1989، حيث كان جهاز الصراف الآلي المستخدم آنذاك ملكاً للبنك، ويعمل الجهاز على مستوى البنك والوكالات التابعة له مع عدم وجود شبكة تربط بين الوكالات، كما أن استخدام الجهاز يتم خلال فترة عمل البنك فقط، وفي سنة 2000 تم تغيير هذا الجهاز بجهاز آخر من إنتاج شركة "SATIM".¹

المبحث الثاني: واقع تطبيق آليات الصيرفة الإلكترونية في بنك السلام-الجزائر وكالة بسكرة.

سيتم التطرق في هذا المبحث إلى تقديم بنك السلام-الجزائر، وكالة بسكرة محل الدراسة، بالإضافة إلى تقديم مختلف الخدمات التي يقوم بها في مجال الصيرفة الإلكترونية.

المطلب الأول: مفهوم ونشأة مصرف السلام-الجزائر

سيتم التطرق في هذا المطلب إلى تعريف ونشأة بنك السلام-الجزائر وكالة بسكرة، بالإضافة إلى أهم الوظائف التي يقوم بها البنك.

أولاً: مفهوم ونشأة مصرف السلام-الجزائر

بنك السلام-الجزائر هو إحدى المؤسسات التي كانت ثمرة للتعاون الجزائري الإماراتي الذي تم فيه تأسيس بنك السلام-الجزائر بتاريخ 2006/06/08 وقد تم إعتماده من قبل بنك الجزائر بتاريخ 2008/10/20، وهو عبارة عن بنك شمولي يعمل طبقاً للقوانين الجزائرية، ووفقاً لأحكام الشريعة الإسلامية في كافة تعاملاته كثمرة للتعاون الجزائري الخليجي، إن مصرف السلام-الجزائر يعمل وفق إستراتيجية واضحة تتماشى ومتطلبات التنمية الإقتصادية في جميع المرافق الحيوية بالجزائر، من خلال تقديم خدمات مصرفية عصرية تتبع من المبادئ والقيم الأصيلة الراسخة لدى الشعب الجزائري، بغية تلبية حاجيات السوق، والمتعاملين، والمستثمرين، وتضبط معاملاته هيئة شرعية تتكون من كبار العلماء في الشريعة والاقتصاد.²

ثانياً: نشاط بنك السلام-الجزائر³

¹ - أوصغير الويزة، مرجع سابق، ص 383.

² - الموقع الرسمي للبنك، www.alsalamalgeria.com، تم الاطلاع عليه يوم 2020/03/26.

³ - الموقع الرسمي للبنك، www.alsalamalgeria.com، تم الاطلاع عليه يوم 2020/03/26.

الفصل الثالث: دراسة مقارنة بين القرض الشعبي الجزائري وبنك السلام-الجزائر

❖ الخدمات المصرفية:

- يمارس بنك السلام-الجزائر جميع أوجه النشاط المصرفي المعروفة أو المستحدثة مما يمكن للبنك أن يقوم به في نطاق التزامه المقرر ويدخل في نطاق النشاط ما يلي:
- قبول الودائع النقدية.
 - فتح الحسابات الجارية وحسابات الإيداع المختلفة وتأدية قيم الشيكات المسحوبة.
 - تحصيل الأوراق التجارية.
 - فتح الإعتمادات المستندية وتبليغها.
 - إصدار الكفالات المصرفية وخطابات الضمان وكتب الإعتماد الشخصي.
 - التعامل بالعملات الأجنبية في البيع والشراء على أساس السعر الحاضر.

❖ الخدمات الاجتماعية:

- إبرام إتفاقية تفاهم بين مصرف السلام-الجزائر ولجنة الخدمات الاجتماعية لوزارة المالية، حيث تتيح هذه الإتفاقية لعمال ومستخدمي قطاع المالية سواء على المستوى المركزي أو مختلف الهياكل التابعة للوزارة الاستفادة من التمويلات الموجهة للأفراد والإمتميازات التي تشمل كل من منتج "السلام تيسير لتمويل السيارات"، ومنتج "دار السلام للتمويل العقاري".

❖ التمويل والإستثمار:

- يقوم البنك بجميع أعمال التمويل والإستثمار على غير أساس الربا، وذلك من خلال الوسائل التالية:
- تمويل المشاريع الإستثمارية وكافة الإحتياجات في مجال الإستغلال والإستهلاك عن طريق عدة صيغ تمويلية كالآتي: المشاركة، المضاربة، الإجارة، المرابحة، الإستصناع، السلم، البيع بالتقسيط.
 - يقترح مصرف السلام-الجزائر على الراغبين في إستثمار أموالهم حلول مميزة وآمنة من خلال إكتتاب سندات الإستثمار، فتح دفتر التوفير "أمنيّتي"، بطاقة التوفير "أمنيّتي"، حسابات الإستثمار... الخ.

المطلب الثاني: الهيئة التشريعية لمصرف السلام-الجزائر

تتشكل الهيئة الشرعية لمصرف السلام-الجزائر من كبار علماء الشريعة الإسلامية والإقتصاد ممن لهم إمام بالعلوم الدينية، النظم الإقتصادية، القانونية، المصرفية والمعاملات الإسلامية، يتم تعيينهم بإقتراح من مجلس الإدارة وبموافقة الجمعية العامة العادية للمصرف.

الفصل الثالث: دراسة مقارنة بين القرض الشعبي الجزائري وبنك السلام-الجزائر

إن الهيئة الشرعية لمصرف السلام-الجزائر مستقلة عن الإدارة العامة للمصرف كونها تقوم بمراقبة مدى شرعية المعاملات التي يقوم بها المصرف، وهي المسؤولة الوحيدة عن إصدار الأحكام الشرعية لكل ما يتم رفعه إليها من قضايا ومواضيع متعلقة بالعقود التي يبرمها المصرف مع الزبائن، والقيام بالرقابة على كافة أعمال الإدارة والفروع للتأكد من موافقتها لأحكام الشريعة الإسلامية مع إمكانية تجنيب الأرباح للمصرف، ويساعدها في ذلك المراقب الشرعي للمصرف الذي يقوم برفع تقارير دورية للهيئة عن نشاط المصرف.

المطلب الثالث: خدمات الصيرفة الإلكترونية في بنك السلام-الجزائر

بغية تحقيق البنك لأهدافه يجب عليه تقديم أحسن الخدمات، ونظرا للتطور التكنولوجي في المجال المصرفي فإن على البنك مواكبة التطورات التكنولوجية خاصة مع ظهور الصيرفة الإلكترونية، وعليه فهو يقدم الخدمات المصرفية الإلكترونية والتمثلة في:

1. تقديم الخدمات المصرفية على الموقع الإلكتروني الجزائري:

يحتوي موقع بنك السلام-الجزائر www.alsalamalgeria.com ، على صفحة رئيسية وعدة صفحات تابعة لها، الصفحة الرئيسية تعرض كل أنواع الخدمات التقليدية منها والإلكترونية المقدمة من بنك السلام-الجزائر.

الشكل رقم(03-05): الصفحة الرئيسية لموقع بنك السلام-الجزائر



المصدر: الموقع الرسمي للبنك، www.alsalamalgeria.com، تم الاطلاع عليه يوم 2020/04/23.

الفصل الثالث: دراسة مقارنة بين القرض الشعبي الجزائري وبنك السلام-الجزائر

2. تقديم خدمات المصرف عن بعد (السلام مباشر):

تتيح خدمة (السلام مباشر) لزبائن البنك سواء كانوا أفراد أو شركات مجموعة من العمليات المصرفية أينما كانوا وعلى مدار الساعة دون حاجتهم للتنقل إلى مصرفهم سواء من خلال الموقع الإلكتروني أو من خلال الموبايل، والتي يمكن حصرها في الجدول التالي:

الجدول رقم (01-03): خدمات المصرف عن بعد (السلام مباشر) في بنك السلام-الجزائر

خدمات المصرف عن بعد (السلام مباشر)	
الخدمات المقدمة للشركات	الخدمات المقدمة للأفراد
<p>الخدمات:</p> <p>حزمة بريميميوم:</p> <p>الإطلاع ومراجعة الأرصدة.</p> <p>الإطلاع على العمليات الأخيرة.</p> <p>خدمة الرسائل النصية.</p> <p>المعارضة على الشيك.</p> <p>البحث في عمليات الحساب.</p> <p>تحميل وطبع كشوفات الحساب.</p> <p>طبع بيانات الحساب البنكي.</p> <p>طلب دفتر الشيكات.</p> <p>متابعة التسهيلات.</p> <p>الإطلاع على الودائع لأجل.</p> <p>التحويل بين الحسابات.</p> <p>التحويل للمستفيدين.</p> <p>إدخال وإرسال التحويلات المكثفة.</p> <p>تقرير التنفيذ.</p> <p>حزمة غولد:</p> <p>تقدم كل خدمات حزمة بريميميوم بالإضافة إلى:</p> <p>دمج الحسابات.</p> <p>التخليص الإلكتروني لمستحقات الجباية.</p> <p>المزايا:</p> <p>الراحة والتحكم.</p>	<p>الخدمات:</p> <p>الإطلاع على الحسابات.</p> <p>البحث في عمليات الحساب.</p> <p>تحميل وطبع كشوفات الحساب.</p> <p>طبع بيانات الحساب البنكي.</p> <p>دمج الحسابات.</p> <p>متابعة التسهيلات والعمليات الإلكترونية.</p> <p>طلب دفتر الشيكات.</p> <p>الإطلاع على الودائع لأجل.</p> <p>التحويل بين الحسابات.</p> <p>التحويل للمستفيدين.</p> <p>طلب البطاقة.</p> <p>المزايا:</p> <p>الراحة والتحكم.</p> <p>السهولة والأمان.</p> <p>الإتصال المباشر في كل وقت وأينما كان العميل.</p> <p>الشروط الأهلية:</p> <p>فتح حساب جاري في مصرف السلام (الجزائر).</p> <p>التقرب من مستشار المتعاملين المكلف بالعميل وتقديم طلب الإشتراك بالخدمة.</p> <p>الوثائق المطلوبة:</p> <p>بعد اختيار الحزمة أولاً، يتقدم العميل بطلب للاشتراك في</p>

الفصل الثالث: دراسة مقارنة بين القرض الشعبي الجزائري وبنك السلام-الجزائر

السهولة والأمان. خدمة متوفرة 7 أيام/7 و 24 سا/24. الشروط الأهلية: فتح حساب جاري للشركات في مصرف السلام (الجزائري). الوثائق المطلوبة: بعد إختبار الحزمة أولاً، يتقدم العميل بطلب للاشتراك في خدمة (السلام مباشر) من ممثل خدمة المتعاملين المكلف به في المصرف. الرسوم والعمولات: - حزمة بريميوم: 150 دج/حساب/شهر.	خدمة (السلام مباشر) من ممثل خدمة المتعاملين المكلف به في المصرف. الرسوم والعمولات: - حزمة بريميوم: 150 دج/حساب/شهر.
السهولة والأمان. خدمة متوفرة 7 أيام/7 و 24 سا/24. الشروط الأهلية: فتح حساب جاري للشركات في مصرف السلام (الجزائري). الوثائق المطلوبة: بعد إختبار الحزمة أولاً، يتقدم العميل بطلب للاشتراك في خدمة (السلام مباشر) من ممثل خدمة المتعاملين المكلف به في المصرف. الرسوم والعمولات: - حزمة بريميوم: 600 دج/حساب/شهر. - حزمة غولد: 1000 دج/حساب/شهر.	خدمة (السلام مباشر) من ممثل خدمة المتعاملين المكلف به في المصرف. الرسوم والعمولات: - حزمة بريميوم: 600 دج/حساب/شهر. - حزمة غولد: 1000 دج/حساب/شهر.

المصدر: من إعداد الطالبة بالإعتماد على الموقع الإلكتروني لمصرف السلام-الجزائر، www.alsalamalgeria.com، تم الإطلاع عليه يوم 2020/04/23.

يبين الجدول أعلاه أن مصرف السلام-الجزائر يتيح لزيائنه خدمة المصرف عن بعد "السلام مباشر" سواء كانوا أفراد أو شركات مجموعة من العمليات المصرفية مثل: الإطلاع على أرصدة وتفاصيل الحسابات، البحث عن العمليات المصرفية أو إتحاد الحسابات، تحميل وطبع كشوف الحسابات، التحويل بين الحسابات أو لحسابات أخرى لدى مصرف السلام-الجزائر أو المصارف المحلية، طلب دفتر الشيكات أو بطاقة الدفع "آمنة"، متابعة الودائع والتمويلات، الحصول على أسعار العملات الأجنبية....الخ، وما يميز هذه الخدمة أن الزبون يقوم بجميع العمليات المصرفية المذكورة دون حاجته للتنقل إلى المصرف وعلى مدار الساعة سواء من خلال الموقع الإلكتروني أو من خلال الموبايل، كما تتميز هذه الخدمة أيضا بالراحة والتحكم بالإضافة إلى السهولة والأمان، وللاستفادة من هذه الخدمة يكفي أن يكون للزبون حساب جاري مخصص للأفراد أو للشركات لدى مصرف السلام-الجزائر، ويقوم المصرف بهذه الخدمة مقابل رسوم وعمولات تختلف باختلاف الزبون إذا كان فرد أو شركة.

3. السلام سمارت بنكنغ:

أطلق مصرف السلام-الجزائر خدمته الإلكترونية الجديدة "السلام سمارت بنكنغ" "Smart Al Salam Banking"، وهو تطبيق يفتح من خلاله باب المصرف للمتعاملين من شركات، مهنيين وأفراد، عن بعد، عبر الهواتف الذكية واللوحات الإلكترونية، طيلة أيام الأسبوع وعلى مدار الساعة. وبعد التطبيق مكملا لخدمة المصرف عن بعد (السلام مباشر)، كما يوفر هذا التطبيق المتاح لمعاملتي المصرف سواء كانوا أفراد أو شركات وبقاقتيه "البريميوم" و"الذهبي"، مجموعة من الخدمات مثل الكشف عن الأرصدة وآخر العمليات مع البحث عن هذه الأخيرة وترتيبها، القيام بمحاكاة التمويل لشراء سيارة أو تمويل عقاري، بالإضافة إلى تحويل العملات، والإتصال بالمصرف عن طريق البريد الإلكتروني tawassol@alsalamalgeria.com، أو عبر الهاتف 021388888.

وللاستفادة من خدمات هذا التطبيق يكفي أن يكون لمعامل مصرف السلام-الجزائر حساب مصرفي جاري بالإضافة إلى إشتراكه في خدمة (السلام مباشر).

ويمنح تطبيق (السلام سمارت بنكنغ) للمشارك وسائل الحماية والأمان، من خلال توفير أدوات تشفير قناة التواصل بين جهاز المشترك والمصرف، إضافة لإلزامية إدخال كلمة السر وتغييرها عند أول التحاق بالخدمة عن طريق إدخال رمز وصول السلام مباشر الخاص بالمشارك.

4. خدمة ما قبل التوطين والإعتماد المستندي:

لجعل التحويلات البنكية الدولية آمنة يمنح مصرف السلام-الجزائر وسائل دفع مستندية أكثر أمانا متوافقة مع المعايير الدولية ومتلائمة مع إحتياجات المشترك كبايع أو مشتري.

يضع مصرف السلام-الجزائر بوابة الويب الخاصة بالمشارك لمعالجة طلباته ما قبل التوطين و ملء إستمارة فتح إعتماد مستندي لعملية الاستيراد 24/سا و 7/أيام/7 طوال السنة عبر الانترنت بكل أمان، وذلك عبر الرابط <https://e-portail.alsalamalgeria.com>.

وللاستفادة من هذه الخدمة يكفي أن يكون لمعامل مصرف السلام حساب جاري للشركات لدى مصرف السلام.¹

5. نظام البطاقة الإلكترونية:

¹ - الموقع الرسمي للبنك، www.alsalamalgeria.com، تم الاطلاع عليه يوم 2020/04/25.

الفصل الثالث: دراسة مقارنة بين القرض الشعبي الجزائري وبنك السلام-الجزائر

يضع بنك السلام-الجزائر تحت تصرف الزبون بطاقات تتوافق ومعايير مصرفية معاصرة وتقنيات عالمية مبتكرة موجهة للمستوى الوطني وكذا المستوى الدولي للقيام بكل عمليات الدفع والسحب.

1-6 البطاقات البنكية على المستوى الوطني:

تتمثل هذه البطاقات في بطاقة الدفع وخدمة الدفع عبر الانترنت "آمنة"، بطاقة التوفير ودفتر التوفير "أمني"، وستعرض على هذه البطاقات بالتفصيل في الجدول أدناه:

الجدول رقم(03-02): البطاقات البنكية الوطنية لدى مصرف السلام-الجزائر

البطاقات البنكية لدى بنك السلام (الجزائر) على المستوى الوطني	
بطاقة الدفع وخدمة الدفع عبر الانترنت "آمنة"	بطاقة التوفير ودفتر التوفير "أمني"
<p>المزايا:</p> <p>مرونة سقوف السحب والدفع.</p> <p>إمكانية استغلال الرصيد 24/سا/24 على مدار 7ايام/7.</p> <p>دفع قيمة المشتريات من كافة نقاط البيع المزودة بماكينة الدفع الآلي CIB.</p> <p>سحب نقدي عبر الوطن في أي صراف إلي حامل لشارة CIB.</p> <p>الأمان عند الشراء عبر الانترنت.</p> <p>السهولة مع إمكانية التسوق 7ايام/7 وعلى مدار الساعة.</p> <p>توفير الوقت.</p> <p>إمكانية الاطلاع على حركات الحساب من خلال خدمة "السلام مباشر".</p> <p>الشروط الأهلية:</p> <p>أن يكون للمتعامل حساب بالدينار الجزائري لدى المصرف.</p> <p>السن 18 سنة فما فوق.</p> <p>أن يكون للعميل دخل شهري ثابت ومصرح به.</p> <p>الرسوم والعمولات:</p> <p>فتح الحساب مجاني.</p> <p>عمولات تسيير الحساب: 250 دج كل ربع سنة.</p> <p>إصدار البطاقة الأولى: مجاني.</p> <p>إصدار البطاقة الثانية: 150 دج.</p>	<p>المزايا:</p> <p>وسيلة ادخار سهلة وآمنة في متناول كل أفراد العائلة.</p> <p>إمكانية استغلال الرصيد 24/سا/24 على مدار 7ايام/7.</p> <p>دفع قيمة المشتريات من كافة نقاط البيع المزودة بماكينة الدفع الآلي CIB.</p> <p>سحب نقدي عبر الوطن في أي صراف إلي حامل لشارة CIB.</p> <p>حساب تحت الطلب.</p> <p>حد أدنى لفتح الحساب قيمته 5000 دج.</p> <p>أرباح تضاف إلى حساب المتعامل على أساس ربح سنوي.</p> <p>حرية الإيداع والسحب.</p> <p>حساب الأرباح على المبالغ المودعة يبدأ من يوم الإيداع.</p> <p>عمليات السحب تحسب من بداية نصف الشهر الذي تم فيه السحب.</p> <p>الشروط الأهلية:</p> <p>السن 18 سنة فما فوق.</p> <p>إمتلاك حساب لدى مصرف السلام (الجزائر) بالدينار الجزائري.</p> <p>الإستمتاع بدخل شهري ثابت ومعلوم.</p> <p>الصيغة الشرعية:</p> <p>صيغة المضاربة:</p>

الفصل الثالث: دراسة مقارنة بين القرض الشعبي الجزائري وبنك السلام-الجزائر

<p>تجديد البطاقة: 300 دج. إعادة إصدار الرمز: 200 دج. إعادة صنع بطاقة أخرى قيد الاستعمال: 300 دج. سحب نقدي في الموزع الآلي لعملاء المصرف: 25 دج. سحب نقدي عند عدم توفر الرصيد الكافي: 500 دج. في حالة تسوية منازعات: 700 دج. في حالة معارضة 1000 دج. دفع عبر جهاز الدفع الإلكتروني: مجاني.</p>	<p>عقد مشاركة بين المصرف والمتعامل في صفقة أو مشروع يسهم/ يقوم العميل بتمويله ويتكفل المصرف بإدارته وتنفيذه على أن يوزع الربح بينهما بحسب النسب المتفق عليها سابقا. حصة العملاء في الربح 60 بالمائة. حصة المصرف في الربح 40 بالمائة. الرسوم والعمولات: دقتر مجاني. عملية سحب وإيداع مجانية. حساب بدون تحمل مصاريف التسيير. إصدار البطاقة الأولى مجاني. إصدار البطاقة الثانية: 150 دج. تجديد البطاقة: 300 دج. إعادة إصدار الرمز: 200 دج. إعادة صنع بطاقة أخرى قيد الاستعمال: 300 دج. سحب نقدي في الموزع الآلي لعملاء المصرف: 25 دج. سحب نقدي عند عدم توفر الرصيد الكافي: 500 دج. في حالة تسوية منازعات: 700 دج. في حالة معارضة 1000 دج. دفع عبر جهاز الدفع الإلكتروني: مجاني.</p>
---	---

المصدر: من إعداد الطالبة بالإعتماد على الموقع الإلكتروني لمصرف السلام-الجزائر، www.alsalamalgeria.com، تم

الاطلاع عليه يوم 2020/05/02.

يوضح الجدول أعلاه أن مصرف السلام-الجزائر يوفر لزيائنه بطاقات بنكية وطنية لتسهيل عليهم القيام بعمليات البيع والشراء بكل أمان وراحة وسهولة عبر كامل التراب الوطني، وتتمثل هذه البطاقات في بطاقة الدفع "آمنة"، وبطاقة التوفير "أمنيته"، حيث تتميز بطاقة الدفع "آمنة" بالعديد من المزايا من بينها: مرونة سقوف الدفع والسحب، بالإضافة إلى إمكانية إستغلال الرصيد 24/24 سا على مدار 7 أيام/7، دفع قيمة المشتريات من كافة نقاط البيع المزودة بماكينه الدفع الآلي CIB، وكذلك سحب نقدي عبر الوطن في أي صراف آلي حامل لشارة CIB، بالإضافة إلى إمكانية الإطلاع على حركات الحساب من خلال خدمة "السلام مباشر" الخ.

للحصول على هذه البطاقة يكفي أن يكون سن المتعامل 18 سنة فما فوق، وأن يكون له حساب بالدينار الجزائري لدى مصرف السلام-الجزائر، بالإضافة إلى تمتعه بدخل شهري ثابت ومصرح به، ويستفيد المتعامل من خدمات بطاقة الدفع "آمنة" مقابل تحمله لرسوم وعمولات مذكورة في الجدول أعلاه.

في حين تتميز بطاقة التوفير "أمنيّتي" في أنها وسيلة إيداع سهلة وآمنة وفي متناول كل أفراد العائلة، بالإضافة إلى إمكانية إستغلال الرصيد 24/سا على مدار 7 أيام/7، وتمكن كذلك حامليها من إجراء عملية سحب النقود المدخرة على مستوى الموزعات الآلية عبر كامل التراب الوطني في أي صراف آلي حامل لشارة CIB، بالإضافة إلى إمكانية الإطلاع على حركات الحساب من خلال خدمة "السلام مباشر". وكذلك يستفيد عميل مصرف السلام-الجزائر المدخر أمواله عبر الصيغة المطابقة لمبادئ الشريعة "المضاربة"، من حلول جديدة مؤمنة تسمح له علاوة على جعل أمواله مثمرة من خلال إستثمارها في عمليات المصرف وتقاسم الأرباح المحققة بسحب النقود من الموزعات الآلية مباشرة بفضل هذه البطاقة، وهذا على مدار 24 ساعة/24 وطوال أيام الأسبوع وفي كامل التراب الوطني.

2-6 البطاقات البنكية على المستوى الدولي:

تتمثل هذه البطاقات في بطاقة الفيزا مسبقة الدفع، وبطاقة فيزا الذهبية، بالإضافة إلى بطاقة فيزا بلاتينيوم، وستعرض على هذه البطاقات بالتفصيل في الجدول أدناه:

الفصل الثالث: دراسة مقارنة بين القرض الشعبي الجزائري وبنك السلام-الجزائر

الجدول رقم(03-06): البطاقات البنكية لدى مصرف السلام-الجزائر

البطاقات البنكية لدى بنك السلام (الجزائر) على المستوى الدول		
بطاقة فيزا مسبقة الدفع	بطاقة فيزا الذهبية	بطاقة فيزا بلاينيوم
<p>المزايا:</p> <p>بطاقة دفع وسحب عالمية. سهولة تسديد ثمن المشتريات وحجز الفنادق. سهولة إعادة الشحن. تسديد ثمن المشتريات من كافة المحلات عبر العالم باستعمال أجهزة الدفع الالكتروني الحاملة لإشارة VISA. التسوق عبر المواقع التجارية الالكترونية المعتمدة من طرف VISA (24/24&7/7). السحب النقدي من جميع أجهزة الصراف الآلي الحاملة لإشارة VISA (24/24&7/7). البطاقة مزودة بشريحة ذكية ورقم سري. التنبيه عبر الرسائل النصية القصيرة لجميع العمليات. الشروط الأهلية: أن يكون للعميل حساب لدى المصرف. السن 18 سنة فما فوق. أن يكون للعميل دخل شهري ثابت ومصروح به.</p> <p>الرسوم والعمولات: سعر البطاقة الذهبية 6000 دج/سنة</p>	<p>المزايا:</p> <p>بطاقة دفع وسحب عالمية. سهولة تسديد ثمن المشتريات وحجز الفنادق. سهولة إعادة الشحن. تسديد ثمن المشتريات من كافة المحلات عبر العالم باستعمال أجهزة الدفع الالكتروني الحاملة لإشارة VISA. التسوق عبر المواقع التجارية الالكترونية المعتمدة من طرف VISA (24/24&7/7). السحب النقدي من جميع أجهزة الصراف الآلي الحاملة لإشارة VISA (24/24&7/7). البطاقة مزودة بشريحة ذكية ورقم سري. التنبيه عبر الرسائل النصية القصيرة لجميع العمليات. الشروط الأهلية: أن يكون للعميل حساب لدى المصرف. السن 18 سنة فما فوق. أن يكون للعميل دخل شهري ثابت ومصروح به.</p> <p>الرسوم والعمولات: سعر البطاقة الذهبية 6000 دج/سنة</p>	<p>المزايا:</p> <p>بطاقة دفع وسحب عالمية. سهولة تسديد ثمن المشتريات وحجز الفنادق. سهولة إعادة الشحن. تسديد ثمن المشتريات من كافة المحلات عبر العالم باستعمال أجهزة الدفع الالكتروني الحاملة لإشارة VISA. التسوق عبر المواقع التجارية الالكترونية المعتمدة من طرف VISA (24/24&7/7). السحب النقدي من جميع أجهزة الصراف الآلي الحاملة لإشارة VISA (24/24&7/7). البطاقة مزودة بشريحة ذكية ورقم سري. التنبيه عبر الرسائل النصية القصيرة لجميع العمليات. الشروط الأهلية: أن يكون للعميل حساب بالدينار الجزائري وحساب بالعملة الصعبة لدى المصرف. السن 18 سنة فما فوق. أن يكون للعميل دخل شهري ثابت ومصروح به.</p> <p>الرسوم والعمولات: سعر البطاقة الذهبية 6000 دج/سنة</p>

الفصل الثالث: دراسة مقارنة بين القرض الشعبي الجزائري وبنك السلام-الجزائر

<p>(بدون احتساب الرسوم). رسوم الدفع (شبكة الانترنت، ماكينات TPE) منطقة اليورو 0.5% من مبلغ الدفع. رسوم الدفع (شبكة الانترنت، ماكينات TPE) خارج منطقة اليورو 2.5% من مبلغ الدفع. رسوم السحب من الصراف الآلي منطقة اليورو (2 يورو+0.5%) من مبلغ السحب. رسوم السحب من الصراف الآلي خارج منطقة اليورو (2 يورو+2.5%) من مبلغ السحب.</p>	<p>(بدون احتساب الرسوم). رسوم الدفع (شبكة الانترنت، ماكينات TPE) منطقة اليورو 0.5% من مبلغ الدفع. رسوم الدفع (شبكة الانترنت، ماكينات TPE) خارج منطقة اليورو 2.5% من مبلغ الدفع. رسوم السحب من الصراف الآلي منطقة اليورو (2 يورو+0.5%) من مبلغ السحب. رسوم السحب من الصراف الآلي خارج منطقة اليورو (2 يورو+2.5%) من مبلغ السحب.</p>	<p>سعر البطاقة 2000 دج/سنة (بدون احتساب الرسوم). رسوم الدفع (شبكة الانترنت، ماكينات TPE) منطقة اليورو 0.5% من مبلغ الدفع. رسوم الدفع (شبكة الانترنت، ماكينات TPE) خارج منطقة اليورو 2.5% من مبلغ الدفع. رسوم السحب من الصراف الآلي منطقة اليورو (2 يورو+0.5%) من مبلغ السحب. رسوم السحب من الصراف الآلي خارج منطقة اليورو (2 يورو+2.5%) من مبلغ السحب.</p>
--	--	--

المصدر: من إعداد الطالبة بالإعتماد على الموقع الإلكتروني لمصرف السلام (الجزائر)، www.alsalamalgeria.com، تم الإطلاع عليه يوم 2020/05/02.

يوضح الجدول أعلاه أن مصرف السلام- الجزائر يضع تحت تصرف زبائنه بطاقات بنكية دولية لتزويدهم بالحلول المصرفية التي تلبي إحتياجاتهم اليومية وتسهل عليهم استخدام أموالهم بكل أمان، وتتمثل هذه البطاقات في "السلام فيزا مسبقة الدفع"، "السلام فيزا الذهبية"، "السلام فيزا بريميموم".

حيث تتميز هذه البطاقات بتسهيل استخدام الزبائن لأموالهم على غرار السحب النقدي من أجهزة الصراف الآلي الحاملة لشارة VISA 7 أيام/7 وعلى مدار الساعة محليا ودوليا، بالإضافة إلى تسديد المشتريات لدى مجموعة واسعة من المحلات التجارية التابعة لشبكة "فيزا"، والدفع عبر الانترنت للسلع والخدمات على المستوى الدولي، بالإضافة إلى تزويد بطاقات السلام فيزا بشريحة نكية ورقم سري تسمح لحاملها من إستلام رسائل نصية على هواتفهم النقالة بعد كل عملية دفع وسحب لتأكيد العمليات والتحوط من مخاطر السرقة والإحتيال.

للإستفادة من هذه الخدمة يشترط مصرف السلام-الجزائر على متعامله الراغبين في هذه الخدمة فتح حساب مصرفي على مستوى أحد فروع المصرف بالدينار الجزائري وآخر بالعملة الأجنبية.

المبحث الثالث: مقارنة جودة الخدمة المصرفية بالبنكين محل الدراسة

من خلال ما سبق ذكره عن واقع خدمات الصيرفة الإلكترونية بالبنكين محل الدراسة، فإنه يستوجب علينا الآن إجراء مقارنة لجودة الخدمات المصرفية، حيث سيتم في هذا المبحث مقارنة العناصر الأساسية المتعلقة بجودة الخدمة المصرفية.

المطلب الأول: المحيط المادي للوكالتين

يشمل المحيط المادي للوكالتين كافة التسهيلات المادية المستخدمة في العمل بدءا بالمظهر الخارجي للبنك وتجهيئته من الداخل، والأجهزة والوسائل المستخدمة في أداء الخدمة.

أولاً: المظهر الداخلي والخارجي للبنوك

يعتبر المظهر الداخلي والخارجي للبنوك من أهم العوامل التي تعطي إنطبعا إيجابيا للعملاء إتجاه البنك، حيث أنه كلما زاد الإعتناء بالمظهر الداخلي والخارجي معا زاد إحساس العميل بفخامة البنك الذي يتعامل معه، وهذا الإحساس ينطبع داخل العميل ذاته، بحيث يزيد من إحساسه الداخلي بالفخامة والولاء مما يزيد من حجم العملاء وعددهم.

ونظرا للوضع الصحي حاليا الذي يمر به العالم عامة والجزائر خاصة بسبب جائحة كورونا وفرض الحجر الصحي على أغلب ولايات الوطن ومن بينهم ولاية بسكرة، لم يتسنى لنا الوقت الكافي لزيارة الوكالتين محل الدراسة إلا مرة واحدة، ومن خلال زيارتنا لبنك القرض الشعبي الجزائري CPA وكالة بسكرة ومصرف السلام-الجزائر وكالة بسكرة، فقد لاحظنا بعض الفروق بخصوص المظهر الخارجي والداخلي للوكالتين، ملخصة في الجدول التالي:

الجدول رقم(03-07): مقارنة بين بنك السلام وبنك القرض الشعبي الجزائري

المحيط المادي للوكالتين	مصرف السلام-الجزائر (وكالة بسكرة)	بنك القرض الشعبي الجزائري CPA (وكالة بسكرة)

<ul style="list-style-type: none"> - تتمركز داخل سوق شعبي فوضوي مليء بالحركة والإزعاج مما يصعب على العميل الوصول للمدخل الرئيسي للوكالة. - تتميز بمظهر خارجي أقل جاذبية وقديم من حيث التصميم. 	<ul style="list-style-type: none"> - تتمركز بالقرب من القاعدة المتنامية للعملاء وفي مكان هام وحيوي. - تتميز بمظهر خارجي مميز بالألوان والإضاءة وواجهة جاذبة للعملاء. 	<p>المظهر الخارجي للوكالة</p>
<ul style="list-style-type: none"> - تتميز بمظهر داخلي جيد عكس على ما يبدو عليه في الخارج. - صالة الجمهور ذات مساحة شاسعة. - صعوبة استجابة موظفي الوكالة للخدمات المطلوبة والاستفسارات المطروحة من قبل العميل نظرا لعدد كبير خاصة في الفترة الصباحية. 	<ul style="list-style-type: none"> - تتميز بمظهر داخلي عصري ومميز. - صالة الجمهور ذات مساحة متوسطة جزئيا. - تتمتع موظفي الوكالة بالبديهة وسرعة استيعاب الأمور بشكل أفضل، بجانب سرعة الرد والإجابة على كافة الأسئلة والاستفسارات المطروحة من قبل العميل. 	<p>المظهر الداخلي للوكالة</p>

المصدر: من إعداد الطالبة بالإعتماد على الزيارة الميدانية لبنك القرض الشعبي الجزائري وكالة بسكرة ومصرف السلام-الجزائر وكالة بسكرة.

بالرغم من تواجد أوجه اختلاف بين الوكالتين من حيث المظهر الداخلي للبنوك، إلا أنه هنالك أوجه تشابه عديدة تتمثل في:

- سهولة الوصول إلى نوافذ المعاملات البنكية.
- تزويد الوكالتين بأعلى أساليب الحماية الأمنية.
- توافر أجهزة وأنظمة الإنذار بالسرقة ووضع كاميرات تليفزيونية للمراقبة بالأماكن المختلفة بالأمن.
- استخدام أنظمة الحريق الخاصة مثل نظام إطفاء الحريق غاز الهالون.
- توفر الإضاءة المناسبة.

ثانيا: الوسائل التكنولوجية المستخدمة

نظرا للتحديات التي تواجهها البنوك الجزائرية في ظل إنفتاح السوق وفي ظل العولمة فقد عمل كل من البنكين على إدخال وسائل تكنولوجية حديثة التي تعمل على تحسين جودة الخدمات المصرفية المقدمة للزبائن.

الفصل الثالث: دراسة مقارنة بين القرض الشعبي الجزائري وبنك السلام-الجزائر

ومن خلال زيارتنا للوكالتين محل الدراسة فقد لاحظنا إهتمامهم باستخدام وسائل تكنولوجياية متطورة تساهم في تحسين جودة الخدمات المصرفية وإستقطاب أكبر عدد ممكن من العملاء لتحقيق أكبر ما يمكن من العوائد، وتتمثل هذه الوسائل التكنولوجية في:

- إعتقاد الوكالتين على أجهزة حواسيب متطورة ذات سعة كبيرة.
- تسعى الوكالتين وبالأخص وكالة مصرف السلام-الجزائر على متابعة باستمرار كل الإبداعات في نظم المعلومات والإتصالات التي تعتمد عليها المصارف المنافسة.
- تمتلك الوكالتين إختصاصات متنوعة في مجال التعامل مع نظم المعلومات مثل: مهندسين، مشغلين حواسيب، مبرمجين.
- إستعمال الشبائيك الآلية المتطورة للأوراق النقدية، بالإضافة إلى جهاز الصراف الآلي الذي تمتلكه كلا من الوكالتين، إلا أنه في بعض الأحيان يتعطل الصراف الآلي الخاص ببنك القرض الشعبي الجزائري CPA وكالة بسكرة وذلك بشهادة أحد زبائن الوكالة.
- إستخدام الوكالتين لشبكة الانترنت من خلال مواقعهم الإلكترونية، وما يميز موقع مصرف السلام-الجزائر عن موقع بنك القرض الشعبي الجزائري CPA إحتوائه على جناح خاص بالطلبة والباحثين والأساتذة من أجل تزويدهم بكل المعلومات اللازمة والتي تساعد الطالب أو الباحث في إطار بحثه العلمي.

المطلب الثاني: سياسة الإتصال

تعتبر سياسة الإتصال وسيلة مهمة لتحسين صورة البنوك الجزائرية وإعلام الزبائن بالمنتجات الخاصة بهم وتقديم التوضيحات اللازمة والشرح حول طبيعة الخدمة وتكلفتها والمزايا المترتبة عنها والبدائل الممكنة. وبالنسبة لوسائل الإتصال الخارجي فان بنك القرض الشعبي الجزائري CPA وكالة بسكرة ومصرف السلام-الجزائر وكالة بسكرة يستعملان عدة وسائل منها: الإعلام في أماكن البيع سواء من خلال ملصقات أو كتيبات (prospectus)، توضع في الوكالات أمام الزبائن، وكذلك إصدار التقارير السنوية حول نشاط البنكين، كما يتم عرض آخر المستجدات التي تمس نشاط البنكين من خلال نشرات شهرية تصدر عن مديرية الاتصال والتسويق.

وقد قام البنكين بفتح مواقع لهم على الانترنت تماشيا مع التطورات الحديثة في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، ويسعى البنكين من خلال فتحهم لهذه المواقع التعريف بالمنتجات التي يوفرونها للزبائن حتى يكون تواصلهم معهم مستمر، وأن يكون البنكين مطلعين على درجة القبول والرضى التي يمنحها الزبائن لمنتجاتهم.

أما بالنسبة للمنتجات الجديدة فإنه يتم غالبا الإعلان عنها في أماكن بيعها أي على مستوى الوكالات البنكية أين توضع ملصقات تعرف بالمنتج الجديد، أو من خلال الكتيبات التي توضع داخل الوكالة البنكية (prospectus)، التي تحتوي على معلومات تعريفية بالمنتج الجديد وطريقة استعماله، والمزايا التي ستعود عليه لو أستعمل هذا المنتج، سواء كان هذا الزبون زبون جديد أو من الزبائن الأوفياء للبنكين.

المطلب الثالث: الواقع العملي للخدمات المصرفية الإلكترونية في البنكين محل الدراسة

إن دخول التكنولوجيا إلى البنوك الجزائرية يعتبر حديث العهد، كما أن تجديدها وتطويرها يسير ببطء فهي تعتمد على الحد الأدنى من النظم والتقنيات التكنولوجية تتعلق أساسا بالإعلام الآلي والبطاقات البنكية ونظام الصرف الآلي، وكل هذا تماشيا مع التطورات التي تشهدها الساحة المصرفية الجزائرية نتيجة إنفتاح هذه الأخيرة على الأسواق المصرفية العالمية.

ومن خلال دراستنا للخدمات المصرفية الإلكترونية المتبناة من طرف البنكين محل الدراسة، فهناك خدمات مصرفية إلكترونية مشتركة بينهما مثل (الصيرفة الهاتفية، المقاصة الإلكترونية، خدمات المصرف عن بعد)، لكن الفرق يكمن في كيفية تقديم هذه الخدمة بأقل التكاليف وأحسن الطرق فمثلا مصرف السلام-الجزائر وكالة بسكرة يتميز عن بنك القرض الشعبي الجزائري CPA وكالة بسكرة في خدمة المصرف عن بعد "السلام مباشر" كون هذا الأخير يعرض ويخصص مختلف خدماته لفئة الأفراد أو الشركات، بالإضافة إلى أن مصرف السلام-الجزائر وكالة بسكرة يزيد عن بنك القرض الشعبي الجزائري CPA وكالة بسكرة بخدمة السلام سمارت بنكنغ، وخدمة ما قبل التوطين .

أما بالنسبة للبطاقات البنكية حيث يضع بنك القرض الشعبي الجزائري CPA وكالة بسكرة وبنك السلام-الجزائر وكالة بسكرة، تحت تصرف الزبون بطاقات تتوافق ومعايير مصرفية معاصرة وتقنيات عالمية مبتكرة موجهة للمستوى الوطني وكذا المستوى الدولي للقيام بكل عمليات الدفع والسحب، وتميز مصرف السلام-الجزائر ببطاقة التوفير "أمنيتي"، حيث أنها تعتبر وسيلة إيداع سهلة وآمنة ويستفيد عميل مصرف السلام-الجزائر المدخر

الفصل الثالث: دراسة مقارنة بين القرض الشعبي الجزائري وبنك السلام-الجزائر

أمواله عبر الصيغة المطابقة لمبادئ الشريعة "المضاربة"، من حلول جديدة مؤمنة تسمح له علاوة على جعل أمواله مثمرة من خلال استثمارها في عمليات المصرف وتقاسم الأرباح المحققة بسحب النقود من الموزعات الآلية مباشرة بفضل هذه البطاقة.

من خلال المقارنة بين البنكين فقد تمت الملاحظة بأن بنكي القرض الشعبي الجزائري ومصرف السلام-الجزائر لهما أوجه تشابه عديدة تتمثل في الوسائل التكنولوجية المستخدمة داخل البنكين، بالإضافة إلى وسيلة الإتصال ومختلف الخدمات المصرفية الإلكترونية التي يقوم بها البنكين، غير أن هنالك أوجه إختلاف تعود إلى طريقة تقديم هذه الخدمة بأقل التكاليف وأحسن الطرق، وتميز مصرف السلام-الجزائر عن CPA بإستخدام بطاقة التوفير "أمنيّتي" قد تكون سبب إقبال الزبائن وبالتالي مكنته من تطوير جودة خدماته المصرفية وتعزيز القدرات التنافسية له.

خلاصة الفصل:

من خلال هذا الفصل تم التعرف البنكين مهمين هما: بنك القرض الشعبي الجزائري CPA وكالة بسكرة، وبنك السلام- الجزائر وكالة بسكرة، ثم التطرق إلى واقع الخدمات المصرفية الإلكترونية بهما، وكيف أثرت الصيرفة الإلكترونية إيجابيا على تقديم خدماتها بسير وأمان واحترافية....

بعد ذلك تمت مقارنة جودة خدماتهما المصرفية ومحاولة إعطاء الأفضلية لبنك على حساب بنك آخر من خلال ما تم جمعه من معلومات إستنتاجه وملاحظته إثناء فترة الدراسة.

خاتمة

خاتمة

أصبح إلزاما على البنوك التجارية أن تتماشى مع التطور الذي تشهده تكنولوجيا المعلومات والإتصال، حيث أصبح إستخدام تلك التكنولوجيا ضرورة من ضروريات العمل البنكي، وذلك من أجل تلبية حاجات ورغبات زبائننا بإعتبارهم محور الإهتمام من حيث الأهداف المسطرة، وتقديم خدمات متنوعة ومنظورة ذات جودة عالية، والتي لا تتحقق إلا بتوفر المعلومات عن مستويات الجودة من منظور العملاء ومحاولة قياس مدى إدراكهم لجودة الخدمة المصرفية وتقييمهم لها.

ومن هنا فقد أضحي لزاما على البنوك التجارية مواجهة تلك التحديات والمتطلبات بإتخاذ الخطوات الملائمة، حيث كان ظهور الصيرفة الإلكترونية والتي توفر الراحة والوقت والمال للعميل، حيث تسمح له القيام بالعمليات البنكية التي يريدونها من بيته أو من أي مكان مجهز بحاسوب خلال كل أيام الأسبوع، كما عرفت الصيرفة الإلكترونية عدة أنواع من وسائل الدفع الإلكترونية وأنظمة التحويل المالي الإلكتروني وأجهزة الصراف الآلي، حيث ترسي الصيرفة الإلكترونية على البنية التحتية اللازمة لبناء وإرساء الصيرفة وذلك من أجل تقديم خدمات ذات جودة عالية من هنا جاءت معالم التي تمت معالجتها في هذه الدراسة والتي طرحت على النحو التالي:

فيما يتمثل دور الصيرفة الإلكترونية في تحسين جودة الخدمات المصرفية؟

وبهدف محاولة الإجابة عن هذه الإشكالية تم تقسيم الدراسة إلى ثلاث فصول، فصلين نظريين والثالث تطبيقي، حيث تناول **الفصل الأول** الإطار النظري للصيرفة الإلكترونية، أما **الفصل الثاني** فقد تناول الخدمات المصرفية، بينما تناول **الفصل الثالث** دراسة مقارنة لجودة الخدمة المصرفية بالبنكين محل الدراسة.

أولاً: نتائج الدراسة:

يمكن حصر النتائج التي تسنى لنا الخروج بها من هذه الدراسة في النقاط التالية:

- الصيرفة الإلكترونية نمط جديد في المجال يشهد إقبالا متزايدا من طرف الأفراد والمنشآت، لما لها من فوائد ومميزات لم تكن متوفرة في الصيرفة التقليدية كإختصار الزمن والمسافة وتخفيض الأسعار وتلبية طلبات محددة للزبائن والتعرف على إحتياجاتهم وتطلعاتهم، فقد حققت نتائج فاقت كل التوقعات سواء بالنسبة للدول أو المنشآت التي تبنتها، وذلك بإتباعها للتطور الحاصل في مجال التكنولوجيا.
- إن إعتقاد الصيرفة الإلكترونية يتطلب وجود بيئة إلكترونية تركز على تكنولوجيا المعلومات والإتصال.

خاتمة

- يرتبط مفهوم جودة الخدمات المصرفية من وجهة نظر العميل بمدى قدرة المنظمة على تقديم خدمة تقابل توقعاته أو تتجاوزها، فتقديم خدمات ذات جودة متميزة يعني تطابق مستوى الجودة الفعلي وبعكس مدى توافر أبعاد جودة الخدمة مع توقعات العملاء لهذه الأبعاد.
- وسائل الدفع الإلكترونية تحسن من جودة الخدمات المصرفية.
- تواجه البنوك التجارية العمومية منافسة من طرف البنوك التجارية الخاصة العاملة في السوق البنكي، وبالتالي فهي تستفيد من المزايا التي تمنحها هذه الأخيرة، ويمكن ملاحظتها من خلال تميزها بتقديم خدمات بنكية متميزة عن تلك المقدمة من طرف البنوك التجارية العمومية.

ثانياً: إثبات صحة الفرضيات

بعد معالجتنا وتحليلنا لمختلف جوانب الموضوع في فصوله الثلاثة وصلنا إلى نتائج خاصة بالحكم على مدى صحة الفرضيات.

- **بالنسبة للفرضية الأولى:** فإن الدراسة قد أكدت صحتها من خلال دراستنا حيث أنه في بداية الصيرفة الإلكترونية كانت مجرد خدمات إلكترونية تقدم في المصارف التقليدية بواسطة جهاز الكمبيوتر، ولكن مع الثورة التقنية التي شهدتها العالم والانتشار الواسع في شبكة الانترنت تحولت هذه المصارف إلى مصارف تقدم خدمات في بيئة إفتراضية دون حاجة العميل للإتصال المباشر بالمصرف، وهو ما يميزها عن المصارف العادية.
- **بالنسبة للفرضية الثانية:** فإن الدراسة قد أثبتت خطأ هذه الفرضية، حيث أن الخدمات المصرفية الإلكترونية هي تكمة للخدمات التقليدية بل هي شكل متطور لها، ولا يمكن الإستغناء عن الخدمات التقليدية لتفضيل بعض الزبائن لها وبعضها غير قابل للزوال لأن العمل المصرفي قائم بها.
- **بالنسبة للفرضية الثالثة:** فإن الدراسة قد أكدت صحتها، حيث أن تقديم الخدمة المصرفية بالجودة المطلوبة والتي يرغب الزبون في الحصول عليها تجعل من هذا الأخير يزيد من ثقته بالمصرف الذي يتعامل معه.
- **بالنسبة للفرضية الرابعة:** فإن الدراسة قد أثبتت صحتها حيث أنه فيما يخص النقائص التي واجهتها وسائل الدفع التقليدية، تمكن التغلب عنها بواسطة التطور الحاصل في القطاع المصرفي الذي أصبح يستخدم أجهزة وشبكات مكنه من التخلص من هذه النقائص.

ثالثاً: التوصيات

خاتمة

من أجل جعل دراستنا عملية أكثر قمنا بتدعيمها بمجموعة من الإقتراحات والتوصيات والتي نوجزها فيما يلي:

- تشجيع إستخدام التكنولوجيا الحديثة وتطبيق الأنظمة والبرامج المتطورة، وتنويع الخدمات المصرفية المقدمة، والنظر لهذا الأمر كونه حجر الزاوية لأية عملية تحول باتجاه الصيرفة الإلكترونية.
- الإستفادة من التجارب السابقة في مجال الصيرفة الإلكترونية.
- ضرورة متابعة التطورات الحديثة في مجال الصيرفة الإلكترونية والوصول إلى العملاء عبر أحدث الوسائل الإلكترونية بإعتبار أن لها تأثير مباشر على جودة الخدمات المصرفية.
- العمل على إنشاء البنية التحتية التكنية الملائمة لتطبيق البرامج المتعلقة بأعمال الصيرفة الإلكترونية من حيث توفير وسائل التواصل الحديثة والبرمجيات والمعدات الملائمة.
- القيام بحملات توعية للمواطنين من أجل توصيل فكرة النقد الإلكتروني وتشجيعهم على التعامل بالبطاقات المصرفية الإلكترونية.
- ضرورة توسيع شبكة الموزعات الآلية للنقود ونهائيات الدفع الإلكتروني، من أجل الوصول إلى شريحة أكبر من المواطنين.
- محاولة دراسة تطور الثقافة التكوينية للعملاء وتفهم مدى قبول هؤلاء للخدمات الإلكترونية.
- تطوير الإطار القانوني الوطني لإحلال بيئة من الثقة والأمن المعلوماتي.

رابعا: آفاق الدراسة

- لقد تبين من خلال التعمق في هذه الدراسة بان هناك جوانب هامة جديرة بالدراسة والبحث، ونقترحها لتكون إشكاليات بحوث ودراسات مستقبلية وتتمثل في:
- دور الصيرفة الإلكترونية في تعزيز القدرات التنافسية للبنوك التجارية.
 - القيام بدراسة مقارنة بين المصارف الأجنبية الرائدة في تبني الصيرفة الإلكترونية وبين المصارف الجزائرية من أجل رصد الاختلاف في مستوى الجودة.

A decorative border of black and white line-art maple leaves surrounds the central text. The leaves are arranged in a rectangular frame, with a row of leaves along the top, bottom, left, and right edges.

قائمة المراجع

• الكتب:

- 1- أحمد محمد غنيم، "إدارة البنوك (تقليدية الماضي والكترونية المستقبل)"، المكتبة العصرية للنشر والتوزيع، القاهرة.
- 2- تامر البكري، أحمد الرحومي، "تسويق الخدمات المالية"، إسرائ للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2008.
- 3- تيسير العجارمة، "التسويق المصرفي"، دار الحامد، ط1، الأردن، 2005.
- 4- ثناء علي القباني، النقود البلاستيكية، الدار الجامعية الإسكندرية، مصر، 2006.
- 5- ثناء علي القباني وآخرون: النقود البلاستيكية واثـر المعاملات على المراجعة الداخلية في البنوك التجارية، الدار الجامعية، القاهرة، مصر، 2006.
- 6- جلال عابد الشوري، "وسائل الدفع الالكترونية"، ط1، دار الثقافة، عمان، 2008.
- 7- حميد الطائي، بشير العلاق، "تسويق الخدمات (مدخل استراتيجي وظيفي وتطبيقي)"، دار اليازوري، الأردن، 2009.
- 8- خالد أمين عبد الله إسماعيل، إبراهيم الطراد، "إدارة العمليات المصرفية (المحلية والدولية)"، دار وائل للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2006.
- 9- خالد وهيب الراوي، العمليات المصرفية الخارجية، دار المناهج للنشر والتوزيع، ط2، عمان، الأردن، 2000.
- 10- رعد حسن الصرن، "عولمة جودة الخدمات المصرفية"، دار التواصل العربي للطباعة والنشر والتوزيع ومؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2008.
- 11- زياد رمضان، محفوظ جودة، "الاتجاهات المعاصرة في إدارة البنوك"، دار وائل، عمان، الأردن، 2000.
- 12- سامر جلدة بطرس، "البنوك التجارية والتسويق المصرفي"، دار أسامة للنشر والتوزيع، ط1، عمان، الأردن، 2009.
- 13- سليمان ناصر، "التقنيات البنكية وعمليات الائتمان"، ديوان المطبوعات الجامعية، 2012.
- 14- صلاح الدين حسن السيبي، التجارة الدولية والصيرفة الالكترونية (النظريات والسياسات)، دار الكتاب الحديث، 2014.
- 15- طارق طه، إدارة البنوك في بيئة العولمة والانترنت، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، مصر، 2007.

- 16- عبد الله الطائي، عيسى قدادة، "إدارة الجودة الشاملة"، دار اليازوري للنشر، عمان، 2008.
- 17- عصام فهد العريبي، "دراسات البنوك التجارية والبورصات"، دار الرضا للنشر، عمان، الأردن، 2001.
- 18- عوض بدير الحداد، "تسويق الخدمات المصرفية"، دار البيان للنشر، مصر، 1999.
- 19- فريد النجار وآخرون، "التجارة والأعمال الإلكترونية المتكاملة في مجتمع المعرفة"، الدار الجامعية للنشر، الإسكندرية، 2006.
- 20- مأمون سليمان الدرادكة، طارق شلبي، "الجودة في المنظمات الحديثة"، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2002.
- 21- محمد الصيرفي، "الإدارة الإلكترونية"، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، القاهرة، 2008.
- 22- محمد الصيرفي، "الإدارة الإلكترونية"، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، ط1، 2006.
- 23- محمد سمير أحمد، "الجودة الشاملة وتحقيق الرقابة في البنوك التجارية"، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، ط1، عمان، 2009.
- 24- محمد عبد الحليم عمر، "الجوانب الشرعية والمصرفية والمحاسبية لبطاقات الائتمان"، ايتراك للنشر، ط1، الإسكندرية، مصر، 1998.
- 25- محمد عبد الفتاح الصيرفي، "إدارة البنوك"، دار المناهج للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2006.
- 26- محمد عبد الوهاب العزاوي، "أنظمة إدارة الجودة والبيئة"، دار وائل، ط1، عمان، الأردن، 2002.
- 27- محمد كرياج، "البنوك الإلكترونية"، دار النهضة العربية، بيروت، لبنان، 2000.
- 28- محمد مصطفى السنهوري، "إدارة البنوك التجارية"، دار الفكر الجامعي، مصر، 2013.
- 29- محمد نور صالح الجدابة، سناء جودت خلف، "التجارة الإلكترونية"، دار حامد للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ط1، 2009.
- 30- محمود جاسم الصميدعي، ردينة عثمان يوسف، "التسويق المصرفي (مدخل استراتيجي كمي تحليلي)"، دار المناهج، ط1، عمان، 2005.
- 31- منير محمد الجنيبي، ممدوح محمد الجنيبي، "الشركات الإلكترونية"، دار الفكر الجامعي للنشر، الإسكندرية، 2005.
- 32- نادر ألفرد قاقوش، "العمل المصرفي عبر الإنترنت"، الدار العربية للعلوم، لبنان، 2000.
- 33- نادر شعبان إبراهيم السواح، "النقود البلاستيكية وأثر المعاملات الإلكترونية على المراجعة الداخلية في البنوك"، الدار الجامعية للنشر والتوزيع، مصر، 2005.

- 34- ناظم محمد نوري الشمري، عبد الفتاح زهير العبد اللات، الصيرفة الالكترونية (الأدوات والتطبيقات ومعيقات التوسيع)، دار وائل للنشر والتوزيع، الأردن، ط1، 2008.
- 35- نهلة أحمد قنديل، رؤية تسويقية، بدون دار نشر، القاهرة، 2004.
- 36- وسيم محمد الحداد، شقيري موسى وآخرون، الخدمات المصرفية الالكترونية، دار الكسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، الأردن، ط1، 2018.
- **المجلات:**

- 1- أوصغير الويزة، خدمات الصيرفة الالكترونية في البنوك التجارية، مجلة اقتصاديات المال والأعمال، جامعة برج بوعرييج، الجزائر، العدد7، سبتمبر، 2018.
- 2- بريش عبد القادر، جودة الخدمات المصرفية كمدخل لزيادة القدرة التنافسية للبنوك، مجلة اقتصاديات شمال إفريقيا، العدد3، بدون تاريخ.
- 3- ثائر عدنان قدومي، العوامل المؤثرة في انتشار الصيرفة الالكترونية، المجلة الأردنية للعلوم التطبيقية، المجلد11، العدد2، 2008.
- 4- دغوش العطرة، "استخدام الانترنت كأداة لتقديم الخدمات البنكية"، دراسة حالة البنوك الجزائرية، مجلة أبحاث اقتصادية وإدارية، جامعة الجزائر، العدد 18، 2015.
- 5- رحي كريمة، "تسويق الخدمات المصرفية"، مداخلة مقدمة لملتقى المنظومة المصرفية الجزائرية، التحولات الاقتصادية (الواقع والتحديات)، جامعة البليدة، بدون تاريخ.
- 6- زهير عياش، سمية عباسية، الصيرفة الالكترونية كمدخل لعصرنة وتطوير البنوك الجزائرية، مجلة العلوم الإنسانية، جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي، العدد46، ديسمبر 2016.
- 7- الصميدعي وآخرون، "البنوك الالكترونية" النشأة والتطور والمستلزمات، مجلة العلوم الإدارية، الجامعة الإسلامية، فلسطين، العدد1، 2008.
- 8- عبد الجبار الحنيص، "الاستخدام غير المشروع لبطاقات الائتمان الممغنطة من وجهة نظر القانون الجزئي" مجلة جامعة دمشق، العدد1، جامعة سوريا، 2010،
- 9- محمد خثير، أسماء مرابمي، العلاقة التفاعلية بين أبعاد جودة الخدمة ورضا الزبون بالمؤسسة، مجلة الريادة لاقتصاديات الأعمال، المجلد3، العدد4، جامعة خميس مليانة، 2017.
- 10- محمد منصف تطار، النظام المصرفي الجزائري والصيرفة الالكترونية، مجلة العلوم الإنسانية، جامعة محمد خيضر بسكرة، الجزائر، العدد02، 2002.

• الملتيقات:

- 1- أحمد طرطار، سارة حليمي، "جودة الخدمات المصرفية كآلية لتفعيل الميزة التنافسية للبنك"، مداخلة مقدمة إلى الملتقى الدولي حول إدارة الجودة الشاملة في قطاع الخدمات، جامعة منتوري، قسنطينة، الجزائر، 2010.
 - 2- بن عباد محمد سمير، سماحي أحمد، التكنولوجيا الالكترونية البنكية (ضرورة أم حتمية بالنسبة للمؤسسات المصرفية الجزائرية)، الملتقى الوطني حول المنظومة البنكية في ظل التحويل القانونية والاقتصادية، جامعة تلمسان، 2006.
 - 3- بوفليح نبيل وفرج شعبان، البنوك الالكترونية كمدخل لزيادة تنافسية البنوك العربية، مداخلة مقدمة ضمن الملتقى الدولي حول: المعرفة في ظل الاقتصاد الرقمي ومساهمتها في تكوين المزايا التنافسية للبلدان العربية، جامعة الشلف، الجزائر، 2007.
 - 4- رحيم حسين، هواري معراج، "الصيرفة الالكترونية كمدخل لعصرنة المصارف الجزائرية"، ملتقى المنظومة المصرفية والتحويلات الاقتصادية، جامعة الشلف، 2004.
 - 5- عبد الغاني ريوح، نور الدين غردة، تطبيق أنظمة الصيرفة الالكترونية في البنوك التجارية بين الواقع والآفاق، المؤتمر الدولي حول إصلاح النظام المصرفي الجزائري في ظل التطورات العالمية الراهنة، (غير منشورة)، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة.
 - 6- يوسف مسعداوي، البنوك الالكترونية، الملتقى الوطني حول المنظمة الجزائرية والتحويلات الاقتصادية- الواقع والتحديات ، جامعة البليدة، الجزائر، 2000.
- المذكرات والرسائل الجامعية:

- 1- بركان أمينة، "الصيرفة الالكترونية كحتمية لتفعيل أداء الجهاز المصرفي"، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه، (غير منشورة)، علوم التسيير، جامعة الجزائر، 2013/2014.
- 2- بن وارث حكيمة، "دور وأهمية التجارة الالكترونية في اقتصاد المعرفة"، مذكرة مقدمة لنيل متطلبات شهادة الماجستير (غير منشورة)، جامعة العربي بن المهدي، أم البواقي، 2007/2008.
- 3- جليد نور الدين، "تطوير وسائل الدفع في الجهاز المصرفي الجزائري"، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات الحصول على شهادة الماجستير، علوم التسيير، جامعة يوسف بن خدة، الجزائر، 2006/2007.

- 4- دغوش العطرة، "استخدام شبكة الانترنت كأداة لتقييم الخدمات البنكية وأثرها على الأداء البنكي"، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه، العلوم الاقتصادية (غير منشورة)، جامعة محمد خيضر بسكرة، 2016/2017.
- 5- دغوش العطرة، "استخدام شبكة الانترنت كأداة لتقييم الخدمات البنكية وأثرها على الأداء البنكي"، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه، العلوم الاقتصادية (غير منشورة)، جامعة محمد خيضر بسكرة، 2016/2017.
- 6- رشدي عبد اللطيف داود، "البنوك الالكترونية في قطاع غزة"، مجلة الجامعة الإسلامية غزة (سلسلة الدراسات الإسلامية)، المجلد 16، العدد 2، 2008.
- 7- زهير زواش، "دور نظام الدفع الالكتروني في تحسين المعاملات المصرفية"، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير، العلوم الاقتصادية، جامعة العربي بن المهدي، أم البواقي، 2010/2011.
- 8- سليمة عبد الله، "دور تسويق الخدمات المصرفية الالكترونية في تفعيل النشاط البنكي"، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، العلوم التجارية، جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2008/2009.
- 9- سميحة القليوبي، "وسائل الدفع الحديثة (البطاقات البلاستيكية)"، بحث مقدم إلى المؤتمر العلمي السنوي لكلية الحقوق، جامعة بيروت، ط 1، منشورات الحلبي الحقوقية، لبنان، 2007.
- 10- شكرين، "بطاقة الائتمان في الجزائر"، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، العلوم الاقتصادية، جامعة يوسف بن خدة، الجزائر، 2006/2007.
- 11- شيروف فضيلة، "أثر التسويق الالكتروني على جودة الخدمات المصرفية (دراسة حالة بعض البنوك في الجزائر)"، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في التسويق، العلوم التجارية، جامعة منتوري، قسنطينة، الجزائر، 2009/2010.
- 12- العاني إيمان، "البنوك التجارية وتحديات التجارة الالكترونية"، مذكرة مكملة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير، العلوم الاقتصادية (غير منشورة) جامعة منتوري قسنطينة، 2006/2007.
- 13- عذبة سامي حميد جابر، "العلاقات التعاقدية المنبثقة عن استخدام بطاقة الائتمان"، رسالة مقدمة لنيل درجة الماجستير، جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا، العلوم القانونية، عمان، الأردن، 2008.

- 14- فتحي شوكت مصطفى عرفات، بطاقات الائتمان البنكية في الفقه الإسلامي، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في الفقه والتشريع، جامعة فلسطين، 2007.
- 15- فليسي ليندة، "واقع جودة الخدمات في المنظمات ودورها في تحقيق الأداء المتميز"، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية، جامعة أحمد بوقرة، بومرداس، 2012/2011.
- 16- لوصيف عمار، "استراتيجيات نظام المدفوعات للقرن الحادي والعشرين مع الإشارة إلى التجربة الجزائرية"، مذكرة مقدمة لنيل متطلبات شهادة الماجستير (غير منشورة)، العلوم الاقتصادية، قسنطينة، 2009/2008.
- 17- معراج هوارى، "تأثير السياسات التسويقية على تطوير الخدمات المصرفية في المصارف الجزائرية"، أطروحة دكتوراه، العلوم التجارية، جامعة الجزائر، 2005.
- 18- مقطوف نعيمة، "آلية تسيير مخاطر القروض في البنوك التجارية"، مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات نيل شهادة الماجستير، العلوم الاقتصادية، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، 2013/2012.
- 19- ميهوب سماح، "أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصالات على الأداء التجاري والمالي للمصارف الفرنسية"، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه، (غير منشورة)، العلوم الاقتصادية، جامعة قسنطينة-2، 2014/2013.
- 20- ميهوب سماح، "أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصالات على الأداء التجاري والمالي للمصارف الفرنسية"، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه، (غير منشورة)، العلوم الاقتصادية، جامعة قسنطينة-2، 2014/2013.
- 21- ميهوب سماح، "أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصالات على الأداء التجاري والمالي للمصارف الفرنسية"، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه، (غير منشورة)، العلوم الاقتصادية، جامعة قسنطينة 2، 2014/2013.
- 22- نادية عبد الرحيم، "تطور الخدمات المصرفية ودورها في تفعيل النشاط الاقتصادي"، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير، العلوم الاقتصادية، جامعة الجزائر-3، 2011/2010.

• مواقع الانترنت:

- 1- مجموعة البنك الدولي، ماكنات الصراف الآلي لكل 100 ألف راشد، مؤشرات التنمية العالمية، 2017،
الموقع: <http://data.albankaldawli.org/indicator/FB.ATM.TOTL.P5>
- 2- الموقع الرسمي للبنك، WWW.CPA.BANK.DZ، تم الاطلاع عليه يوم 2020/02/23.
- 3- الموقع الرسمي لبنك CPA، <http://www.cpa-bank.dz/index.php/fr/nos-produits/e-banking>، تم الاطلاع عليه يوم 2020/02/28.
- 4- الموقع الرسمي للبنك، www.alsalamalgeria.com، تم الاطلاع عليه يوم 2020/03/26.

الملاحق

الملاحق

الملحق رقم (1)

بطاقات الدفع CIB الخاصة ببنك القرض الشعبي الجزائري:



Carte CIB Gold



Carte CIB Classic



Carte Corporate +



Carte Corporate Classic



Carte Visa Gold



Carte Visa Classic



Carte El Amane

الملاحق

الملحق رقم (2)

بطاقات الدفع CIB الخاصة بمصرف السلام-الجزائر:



بطاقة الدفع آمنة



بطاقة الفيزا لمصرف السلام-الجزائر



بطاقة التوفير أمنيتي