



وزارة التعليم العالي و البحث العلمي



جامعة الشاذلي بن جديد _ الطارف _

UNIVERSITE CHADLI BENDJEDID _EL_Tarf_

Faculté des Sciences Economiques _Commerciales et Sciences de Gestion

السنة الجامعية: 2021/2020

الرقم التسلسلي:

قسم: العلوم الاقتصادية

مذكرة مقدمة في إطار متطلبات لنيل شهادة الماستر

تحت عنوان:

دور الصيرفة الالكترونية في تحسين جودة الخدمات المصرفية

_ دراسة حالة _

تخصص: اقتصاد نقدي و بنكي

تحت إشراف:

بوزيدة نعيمة

من إعداد الطلبة:

_ حويلي أماني

_ بوقراة روميضاء

الملخص:

إن البنك الإلكتروني هو بنك العصر في الواقع فهو يقدم فوائد و مزايا هائلة للعميل ,وتعتبر وسائل الدفع الإلكترونية مساهمة للتطور الاقتصادي والتكنولوجي الذي تعرفه الصيرفة الإلكترونية وتوائم وشبكة الانترنت كما أنها تريح الموظف في تعاملاته البنكية.

وقد تم التوصل إلى أن استخدام ثورة الاتصالات جعلت من الخدمات المصرفية أمراً حتمياً سيفرض نفسه في تحديد مستقبل المصارف وتطورها، كما تم التوصل إلى أن هناك أثر للصيرفة الإلكترونية 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 الإلكترونية كما يتضح الأثر أيضاً من خلال تغير شكل أو مكان تقديم الخدمة من التقليدي إلى الإلكتروني. الذي يعمل على تقليل التكاليف وتقديم خدمة ذات جودة عالية والوصول بذلك إلى أكبر شريحة من العملاء.

الكلمات المفتاحية:الصيرفة الإلكترونية ، البنوك الإلكترونية، وسائل الدفع الإلكتروني، جودة الخدمات المصرفية.

Résumé :

La banque électronique est en effet la banque de l'époque, car elle offre d'énormes avantages et avantages au client, et les méthodes de paiement électronique sont considérées comme en phase avec le développement économique et technologique que connaît la banque électronique, et il est compatible avec Internet, et il conforte également le salarié dans ses opérations bancaires.

Il a été conclu que l'utilisation de la révolution des communications a fait des services bancaires une question inévitable qui s'imposera pour déterminer l'avenir et le développement des banques, et il a également été conclu qu'il y a un impact de la banque électronique sur la qualité des services bancaires services en offrant de larges possibilités, qui contribuent toutes à augmenter la performance des banques pour leurs services malgré la présence de certains risques dans la fourniture de services électroniques, et l'effet est également évident à travers le changement de la forme ou du lieu de prestation de services du traditionnel à l'électronique, qui s'efforce de réduire les coûts et

de fournir un service de haute qualité et ainsi d'atteindre le plus grand segment de clients.

En savoir plus sur ce texte source Vous devez indiquer le texte source pour obtenir des informations supplémentaires .

Mots clés : Monétique, monétique, monétique, monétique, qualité des services bancaires.

إهداء

بسم الله الرحمن الرحيم و الصلاة و السلام على خير خلق الله سيدنا محمد خاتم الرسل و الأنبياء و على آله و صحبه

و من ولاه و سار على خطاه إلى يوم نلقاه.

إلى ملاكي في الحياة، إلى معنى الحب، إلى أعز ما أملك في الدنيا ، إلى التي قاسمتني أفراحي و أحزاني، إلى أعظم امرأة في

الوجود ، أحتاجها في حياتي لكي تدعمني و تساندني، إلى التي مهما قلت فلن أوفيها حقها ، إلى أغلى الحبايب ، إلى

حبيبتي " أمي الغالية".

إلى من علمني العطاء بدون إنتظار ، إلى من جرع الكأس فارغا ليسقيني قطرة الحب، يا من يرتعش قلبي للذكر ، يا من

أحمل إسمك بكل فخر " أبي الغالي".

إلى من هم أحسن من النسيم على ذاتي و أعز من أحبه قلبي و أكثر من عشقتهم فؤادي إخوتي " سيف الدين " زين

الدين "أسامة".

إلى روح جدي الغالية "مليكة" التي لم نستطع تحمل فكرة أنها رحلت و لن تعود إلى من إشتقنا إليها بحجم فراغك

الذي تركته فإللهم إرحم أغلى روحا على قلبي و إغفر لها و أسكنها فسيح جناتك.

إلى روح خالي الغالي "طارق" رحمه الله.

و هناك أشخاص يستحيل أن يكون في الحياة منهم إثنين "وئام" و "مريم" يا من تقاسمت معهم فرحي و حزني

حفظكما الله لي.

إلى الغالية " روميسة" التي شاركتني في هذا هذا البحث بقلب كبير "روميساء".

إلى كل الذين لم تسعهم ورقتي و وسعهم قلبي.

" أماني "

إهداء:

الحمد لله كفى و الصلاة على حبيب المصطفى و أهله و من وفى أما بعد

الحمد لله و الشكر لله أولا الذي وفقني لثمين هذه الخطوة في مسيرتي الدراسية بمذكرتي هذه ثمرة الجهد و النجاح بفضلته تعالى

مهداة إلى

من كانت سببا في وجودي على هذه الأرض، إلى من وضعت الجنة تحت أقدامها ، إلى التي أنحني لها بكل إجلال و تقدير، إلى التي

أرجو أن أكون قد نلت رضاها أُمي الغالية و تاج رأسي "صباح" أطال الله في عمرها.

إلى من أدين له حياتي ، إلى من ساندني و كان شمعة تحترق لتضيئ طريقي ، إلى من أكن له مشاعر التقدير و الإحترام و العرفان "

الزین" أطال الله في عمره.

إلى أخي نصفي الآخر و توأم روحي إلى سندي في الحياة "سامي" اللهم إحمه و إحفظه لي و هون عليه مرارة الغربة.

إلى روح جدتي الطاهرة و البريئة "أونيسة" الذي إنقسم قلبي لفراقها التي بكيت عليها دهرًا و سأبكي عليها دهرًا آخرًا التي ستبقى

ذكرها محفورة في عقلي و قلبي و سبب فرحتي في الحياة اللهم إرزقها جنة الفردوس مع الرسل و الصالحين.

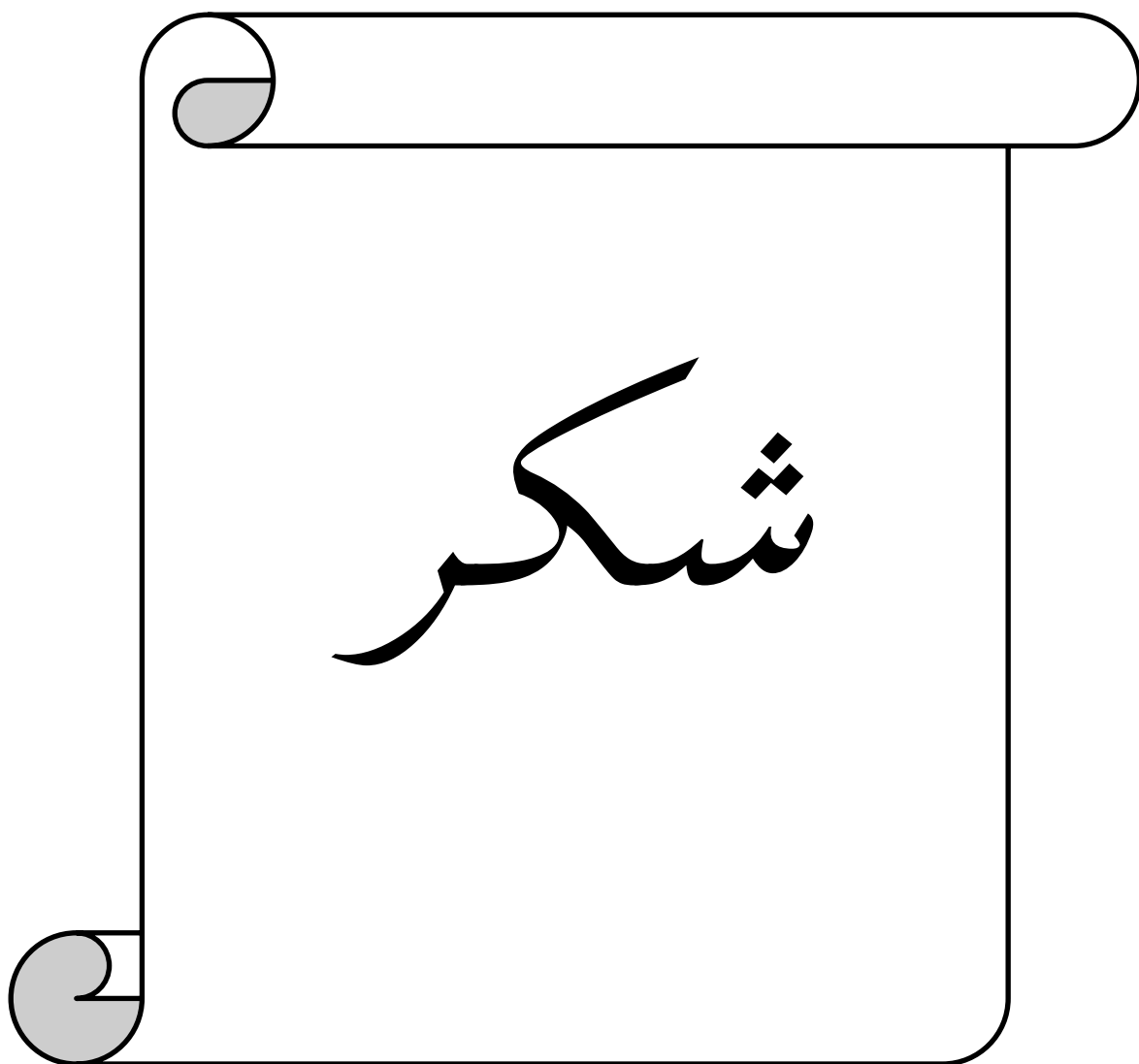
إلى جدتي الثانية التي علمتني طيبة القلب و الحنان و العطاء دون مقابل " بية" اللهم إشفئها و إحفظها لنا .

إلى خالتي و أُمي الثانية التي تفرح لفرحي و تحزن لحزني "نعمة" .

إلى صديقاتي التي جمعتنا سنوات لا تنسى و ذكريات محفورة على الصخور " أماني درصاف مريم نيسام " .

إلى كل هؤلاء أهدي كل هذا العمل المتواضع سائلة الله العلي التقدير أن ينفعني به و يمدني بالتوفيق.

"روميساء"



شكر

لا يطيب ليلي إلا بشكرك و لا يطيب النهار إلا بعطائك و لا تطيب اللحظات إلا بذكرك، و لا
تطيب الآخرة إلا بعفوك و لا تطيب الجنة إلا برؤيتك إلى من بلغ الرسالة و أدى الأمانة و نصح
الأمّة نبينا نور العالمين سيدنا محمد صلى الله عليه و سلم كما يطيب لنا أن نتوجه بالشكر
الجزيل و الثناء و فائق التقدير للأستاذة "بوزيدة نعيمة" التي كان لنا الشرف لنبحث تحت
إشرافها و وفقا لمنهجيتها و نصحتها و توجيهها و مساعدتها لنا في إتمام هذا البحث ونشكر
كذلك جل الأساتذة الذين وقفوا معنا وقفة تستحق منا إليهم هذا الشكر و التقدير و كما نتقدم
بجزيل الشكر و العرفان إلى كل من أشعل شمعة في درب عملنا من قريب أو من بعيد.

_ قائمة الأشكال:

الرقم	عنوان الشكل	الصفحة
01	التعريفات المختلفة للجودة	44
02	مفهوم جودة الخدمة المصرفية	45

_ قائمة الجداول:

الرقم	عنوان الجدول	الصفحة
01	أبعاد جودة الخدمات المصرفية	47
02	مساهمة المقاصة الالكترونية في تسوية الأرصدة الصافية	63

المحتوى	الصفحة
ملخص	
اهداء	
شكر	
قائمة الأشكال	
قائمة الجداول	
فهرس المحتويات	
المقدمة	أ_ ث
الفصل الأول: عموميات حول البنوك الالكترونية	
تمهيد	06
المبحث الأول: عموميات حول البنوك الالكترونية	07
المطلب الأول: مفهوم البنوك	07
المطلب الثاني: التطور التاريخي للبنوك الالكترونية	07
المطلب الثالث: أهمية البنوك الإللكترونية و عوامل نجاحها و متطلباتها	08
المطلب الرابع: خصائص و أنواع البنوك الإللكترونية و طبيعتها القانونية	10
المبحث الثاني : خدمات البنوك الإللكترونية	14
المطلب الأول : مفهوم وسائل الدفع الإللكترونية و خصائصها	14
المطلب الثاني : آلية الدفع الإللكتروني	16
المطلب الثالث : مزايا و عيوب الدفع الإللكتروني	17
المطلب الرابع : مخاطر الخدمات المصرفية الإللكترونية	18
المبحث الثالث : أدوات الدفع الإللكتروني	20
المطلب الأول : النقود الإللكترونية	20
المطلب الثاني : البطاقات البنكية	23
المطلب الثالث: المحفظة الإللكترونية و الشيكات الإللكترونية	25
المطلب الرابع : التحويلات الإللكترونية	26
خلاصة الفصل	29
الفصل الثاني: الخدمات المصرفية	
تمهيد	30
المبحث الأول	31

31	المطلب الأول : مفهوم الخدمة و مكوناتها
34	المطلب الثاني: مفهوم الخدمة المصرفية و أنواعها
36	المطلب الثالث: خصائص و مميزات الخدمة المصرفية
38	المطلب الرابع: بيئة و تصميم الخدمة المصرفية
42	المبحث الثاني: جودة الخدمات المصرفية
42	المطلب الأول: مفهوم الجودة و جودة الخدمات
45	المطلب الثاني: مفهوم جودة الخدمات المصرفية و خصائصها الرئيسية
46	المطلب الثالث: أبعاد جودة الخدمات المصرفية و فوائدها
48	المطلب الرابع: العلاقة بين إدارة الجودة و الخدمة و المصرف
49	المبحث الثالث: تأثير الصيرفة الالكترونية على جودة الخدمات المصرفية
49	المطلب الأول: مختلف أدوات قياس جودة الخدمات المصرفية على الانترنت
50	المطلب الثاني: العلاقة بين جودة الخدمة و الأعمال المصرفية عبر شبكة الانترنت.
57	خلاصة الفصل الثاني
	الفصل الثالث: الصيرفة الالكترونية في الجزائر
	تمهيد
58	المبحث الأول: أهمية الصيرفة الإلكترونية في النظام المصرفي الجزائري
58	المطلب الأول: أثر الصيرفة الإلكترونية
59	المطلب الثاني: مشروع الصيرفة الإلكترونية في الجزائر
63	المبحث الثاني: دراسة حالة بالقرض الشعبي الوطني CPA
63	المطلب الأول: تعريف وكالة القرض الشعبي
68	المطلب الثاني: إجراءات الحصول على بطاقة السحب أو الدفع.
73	المطلب الثالث: العمليات على البطاقة
83	المبحث الثالث: طرق إستخدام البطاقة
82	المطلب الأول: كيفية التعامل مع بطاقة CIB VISA:
87	المطلب الثاني : تعامل بنك مع مخاطر البطاقة
89	خلاصة
90	خاتمة
93	قائمة المراجع

مقدمة:

يشهد العالم اليوم العديد من التطورات و التغيرات الحديثة في مجال التكنولوجيا و المعلومات إذ أنه إتجه إلى نحو ما يعرف بالاقتصاد الرقمي، هذا الأخير الذي يمثل ثورة تنظيمية و إجتماعية و إقتصادية كبرى و يعتمد الاقتصاد الرقمي الكثيف بتكنولوجيا المعلومات و تتصف بيئة الأعمال المصرفية المعاصرة بأنها بيئة عصر المعلومات أو بصورة أكثر تحديد عصر تكنولوجيا المعلومات.

ظهرت فكرة المصارف الإلكترونية و هي الأمثل التي تستطيع التعامل مع هذا النوع الجديد من الظواهر التي أفرزها التقدم التكنولوجي و التي تهدف إلى تحقيق السرعة في تنفيذ العمليات المصرفية المالية، كالتحويل الإلكتروني للأموال و وسائل الدفع الإلكترونية و غيرها ، و مع ظهور العوامة و إتساع نطاقها أصبحت تكنولوجيا المعلومات تمثل سلاحا تنافسيا قويا لأي مصرف و أصبحت التطورات التكنولوجية تفرض نفسها بقوة في كل المجتمعات و على جميع الأصعدة فقد أصبحت لسرعة نقل المعلومات أهمية بالغة في الحياة الاقتصادية

لذلك سعت المصارف للتكيف مع هذه المستجدات المصرفية الإلكترونية بكل فعالية و إنفتاح و كفاءة ، حيث مع وجود شبكة الأنترنت و شيوعها و إزدیاد مستخدميها و في ظل التطور الهائل في تقنيات الحاسوب و الإتصال التي حققت تبادلا سريعا و شاملا للمعلومات ضمن سياسة و خطط الإنسياب السريع للبيانات و مفهوم العوامة على الخط و ترافق ذلك مع إستثمار الأنترنت في ميدان النشاط التجاري الإلكتروني ضمن مفاهيم الأعمال الإلكترونية و التجارة الإلكترونية و مع إزدیاد القيمة الاقتصادية للمعلومات في ظل ذلك كله تطور مفهوم الخدمات المالية على الخط لتتحول الفكرة من مجرد تنفيذ أعمال عبر خط خاص إلى بنك له وجود كامل على الشبكة و يحتوي موقعه كافة البرمجيات اللازمة للأعمال المصرفية التي تساعد على تطوير و تحسين جودة الخدمات المقدمة من قبل البنك و من خلال هذا المنطلق تعد جودة الخدمات المصرفية عنصرا فعالا للنجاح في الأعمال المصرفية إلى جانب فكرة بروز البنوك الإلكترونية و التي أدت إلى زيادة حدة المنافسة بين المصارف التقليدية التي تبحث عن دور لها و بين المصارف الإلكترونية التي منت في إطار التراكم المعرفي و التطور التكنووجي و ما تبعه من تطور في تكنولوجيا المعلومات و الإتصال سمح بربط عدة شبكات محلية و دولية.

لكن التكنولوجيا و ما تتضمنه من آلات و شبكات إتصال ، شبكة الأنترنت ، الحاسوب و مختلف الأنظمة في الحقيقة ما هي إلا مجموعة من الأدوات التي يمكن إستخدامها في إنجاز أي عملية مصرفية بمعنى أنها تمكينية ، فالغاية الأساسية أبعد من أن تكون تقنية يستخدمها المصرف بشكل آلي و هو يهدف إلى تحسين و تطوير الخدمات التي تؤدي بدورها إلى تحقيق رضا العملاء.

إشكالية البحث:

و من خلال هذا التقديم يمكننا حصر إشكالية بحثنا في هذا التساؤل الجوهری التالي:

- ما هو تأثير الصيرفة الإلكترونية في تحسين جودة الخدمات المصرفية؟

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

- ما المقصود بالصيرفة الإلكترونية وكيف تطورت؟

- ما هي العمليات البنكية الإلكترونية؟ و فيما تتمثل أنظمة الدفع الإلكترونية؟

- ماذا نعني بجودة الخدمات المصرفية؟ و ما هي خصائصها؟ و ما هي العلاقة بين الجودة و الخدمة و المصرف؟

فرضيات البحث:

و للإجابة على هذه التساؤلات المطروحة إرتأينا وضع بعض الفرضيات و التي هي كم يلي:

- إن النقائص التي واجهتها البنوك التقليدية يمكن التغلب عليها بواسطة التطور الحاصل في مجال التكنولوجيا.

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

- تعتبر أنظمة الدفع الإلكترونية وسيلة تريح الموظف في تعاملاته مع المؤسسات المالية و المصرفية.

أسباب اختيار الموضوع:

- التعرف على البنوك الإلكترونية و معرفة المعاملات الخاصة بها.

- الكشف عن أهمية نظام الدفع الإلكتروني في تحسين الخدمات المصرفية.

- معرفة مدى الجودة التي تحققها الصيرفة الإلكترونية للخدمات المصرفية.

أهمية الموضوع:

تشكل الصيرفة الإلكترونية عاملا أساسيا في التطور الاقتصادي بفعل التطور العلمي و التقني و إنتشار تكنولوجيا

المعلومات و الإتصال لإستخدامها في تطوير و تسهيل المعاملات و المبادلات المالية ليحقق الأهداف المخطط لها في

الإقتصاديات بصفة عامة و القطاع المصرفي

بصفة خاصة .

- تزداد أهمية البنوك الالكترونية من فكرة هدفها تمكين إجراءات و تسوية الصفقات بسهولة و الزيادة من تحسين و تطوير

الخدمات المصرفية لتحقيق رضا العملاء و راحتهم .

- إن التطور غير المسبوق في وسائل تكنولوجيا الإعلام و الإتصال و خاصة شبكة الأنترنت التي أثرت على مختلف الجوانب

الاقتصادية و الاجتماعية دفع مختلف البلدان و خاصة تلك التي تعيش إقتصادياتها مرحلة إنتقالية إلى الإسراع في إنتهاج البنوك

الإلكترونية للتكيف مع طبيعة المرحلة التي تمتاز بالمنافسة الشديدة وفي ذلك تبرز أهمية البحث في التطور الذي حققته البنوك

الإلكترونية لتحسين من جودة الخدمات المصرفية.

أهداف البحث:

- محاولة تقييم البنوك الإلكترونية لإمكانية مقارنتها بالبنوك التقليدية.
- محاولة رصد مدى التطور الذي حققته البنوك الإلكترونية في الاقتصاد.
- إكتشاف الدور الذي تلعبه الصيرفة الإلكترونية في تحقيق جودة الخدمات المصرفية.

منهج البحث:

إن منهج الدراسة المتبع هو المنهج الوصفي التحليلي و ذلك لوصف نظام البنوك الإلكترونية و كذلك المنهج التاريخي لدراسة التطور التاريخي للبنوك الإلكترونية و تحليل مدى تحسين جودة الخدمات المصرفية من قبل هذه البنوك.

تقسيمات البحث:

- لقد تطرقنا في هذا البحث إلى ثلاثة فصول حيث تعرضنا في الفصل الأول إلى الصيرفة الإلكترونية في البنوك حيث تطرقنا فيه إلى عموميات حول البنوك الإلكترونية و خدماتها بالإضافة إلى أدوات الدفع الإلكتروني، أما الفصل الثاني فتناولنا فيه الخدمات المصرفية و جودتها و تأثير الصيرفة الإلكترونية على جودة الخدمات المصرفية ، و في الأخير تعرضنا إلى الصيرفة الإلكترونية في الجزائر و دراسة حالة وكالة القرض الشعبي الجزائري.

الفصل الأول:

تمهيد:

لقد شهدت الصناعة المالية و المصرفية عدة تغيرات و تطورات منذ بداية ثمانينات القرن الماضي بشكل غير متوقع مدعومة في ذلك بالتقدم الهائل في مجال تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات، منها الابتكارات في الأعمال المصرفية التجارية من خلال تكنولوجيا محسنة و معدلة للخدمات و المنتجات المصرفية، مثل التحويلات الالكترونية ، خدمات الصيرفة عن بعد، إذ لعبت شبكة الإنترنت دورا حاسما في تقديم الخدمات المصرفية، مما جعل البنوك تبني و تحتضن أعمال الصيرفة الإلكترونية. يتناول هذا الفصل الصيرفة الإلكترونية في البنوك في ثلاث مباحث:

المبحث الأول: عموميات حول البنوك الإلكترونية

المبحث الثاني: خدمات البنوك الإلكترونية.

المبحث الثالث: أدوات الدفع الإلكتروني.

المبحث الأول: عموميات حول البنوك الإلكترونية

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

المطلب الأول: مفهوم البنوك

وردت عدة تعاريف للبنك حيث يعرف **Mishken Fredric 2001** المصارف " بأنها مؤسسات مالية تقبل الودائع و تمنح القروض، و ينطوي تحت هذا المصطلح منشآت متعددة مثل المصارف التجارية و مؤسسات الإقراض و مصارف اتحادات منح الإئتمانات ، كما أنها تلعب دور الوساطة المالية من خلال تفاعلها مع الفرد بصورة مستمرة و متكررة". أما تعريف **Rose peter 2002** يقول: "وسيط مالي يقبل الودائع و يمنح القروض و يقدم مجالا أوسع من خدمات أي مؤسسات مالية أخرى"¹.

إذ يقصد بالبنوك بصفة عامة المؤسسات التي من اختصاصها و أغراض تأسيسها قبول الودائع من العملاء و تنفيذ أوامرهم المتعلقة بحساباتهم و صرف و تحصيل و إصدار الشيكات ، و كذلك منح القروض ، خصم الأوراق التجارية و فتح الحسابات الجارية و تشغيلها. فكلية بنك (**BancBanque**) مشتقة من الكلمة الإيطالية **Banco** و تعني مصطبة (**Banc**) و كان يقصد بها في البدء المصطبة التي يجلس عليها الطرفين لتحويل العملة، وفي النهاية أصبح يقصد بها المكان التي توجد فيه تلك المنضدة و تجري فيه المتاجرة بالنقد².

المطلب الثاني : التطور التاريخي للبنوك الإلكترونية

ظهرت الصيرفة الإلكترونية بظهور النقد الإلكتروني في الثمانينات بما عرف **Monétique** بمعنى تزاوج النقد بالإلكترونيك، غير أن استخدام البطاقات بدل النقد الائتماني يرجع في الواقع إلى بداية القرن الماضي في فرنسا: البطاقات الكرتونية المستخدمة في الهاتف العمومي . و في الولايات المتحدة الأمريكية: بطاقات معدنية تستعمل في تعريف الزبون عن البريد، و بالتحديد في الخمسينات أصدرت مجموعة من ثمانية بنوك **American Express** بطاقات بلاستيكية عام 1958، و في الستينات أصدرت مجموعة من ثمانية بنوك بطاقة **Ban Americard** عام 1968، ثم لتتحول إلى شبكة **Visa** العالمية و إصدار البطاقات الزرقاء **Cart Blue** من قبل ستة بنوك فرنسية، أما في نهاية السبعينات أصبحت البطاقة تحتوي على ذاكرة يمكن تجزئة القوة المخزنة فيها، و في الثمانينات أمكن تلفزة الخط و الحاسوب الشخصي كوسيلة جديدة

¹ محمد الصيرفي، إدارة المصارف، دار الوفاء لدنيا الطباعة و النشر، الإسكندرية، 2006 ط1، ص 07

² شاكر القزويني، محاضرات في اقتصاد البنوك، ديوان المطبوعات الجامعية، ط2، الجزائر، 1992، ص 24-25

لاستخدام الصيرفة بالبيت ، فحلت بذلك مشكلة محدودية الأنظمة الهاتفية فيما يتعلق بالكتابة و الصورة، و في سنة 1995 أنجزت Nest Cap برنامجا يسمح بدخول مواقع الويب Browser –Internet. فأصبحت الصيرفة عبر الخطوط الحقيقية ممكنة، فظهر أول بنك افتراضي عبر الخط في أمريكا، و يميز بين نوعين من البنوك كلاهما يستخدم الصيرفة الإلكترونية و هي البنوك الافتراضية بنوك الإنترنت و البنوك الأرضية¹.

المطلب الثالث :أهمية البنوك الإلكترونية و عوامل نجاحها و متطلباتها

1- أهمية البنوك الإلكترونية:

- إن قيام البنوك بتسوية أنشطتها و خدماتها المالية عبر الأنترنت يحقق فوائد كثيرة من أهمها نذكر:
- تخفيض النفقات التي يتحملها البنك يجعل تكلفة إنشاء موقع للبنك عبر الأنترنت لا تقارن بتكلفة إنشاء فرع جديد للبنك و ما يتطلبه من مباني و أجهزة و كفاءة إدارية إضافة إلى أن تسويق البنك لخدماته من موقعه على الأنترنت يساعده على إمتلاك ميزة تنافسية تعزز من مكانته التنافسية و تؤهله إلى مستوى المعاملات التجارية العالمية
 - إن توجه البنوك العالمية نحو شبكة الأنترنت و ما تتميز به من قدرات تنافسية يلزم البنوك الصغيرة ضرورة الارتقاء إلى مستوى إلى مستوى هذه التحديات ، و وفقا لذلك سيقوم العملاء بمقارنة بين خدمات البنوك لإختيار الأنسب و بذلك تكون الأنترنت عامل منافسة قوي في جذب العملاء.
 - يساهم الأنترنت في التعريف بالبنوك و الترويج للخدمات المصرفية بشكل إعلامي و هو ما يساهم في تحسين جودة الخدمات المصرفية المقدمة.
 - إن الصيرفة الإلكترونية تؤدي إلى تسهيل التعامل بين المصارف و بناء علاقات مباشرة و توفير المزيد من فرص العمل و الإستثمار و هو ما يساعد على النجاح و البقاء في السوق المصرفية.
 - إستخدام الأنترنت يساهم في تعزيز رأس المال الفكري و تطوير تكنولوجيا المعلومات و الاستفادة من الإبتكارات الجديدة التي يكون لها انعكاس على أعمال البنوك.
- إن اللجوء إلى البنوك الإلكترونية هو لجوء لأحد وسائل المنافسة و هو أيضا لجوء إلى تقديم خدمات شاملة بوقت قصير من عدد محدود من الموظفين و لقاء تكلفة أقل، بإعتبار أن البنك الإلكتروني يوفر في كلفة موجودات الوجود الفعلي للبنك (المقر و الموظفين و المصروفات و الفروع و غيرها) لكن علينا أن نعلم أن الوفرة في تكلفة تقديم الخدمة لايتعين أن

¹ بوخاري فاطنة، واقع تطبيق الصيرفة الإلكترونية و آليات تفعيلها في البنوك الجزائرية دراسة حالة الجزائر (2002-2017)، مجلة العلوم الادارية و المالية، جامعة سيدي بلعباس، الجزائر، العدد2، 2020 ص 133.

تعود للبنك نفسه، فهذا لا يقيم فرقا بينها و بين الخدمات غير الإلكترونية، لهذا تقوم البنوك الإلكترونية على قاعدة رئيسية أخرى و هي أن الوفرة في كلفة الخدمة عائد تشاركي بين البنك و العميل¹.

عوامل نجاح الصيرفة الإلكترونية:

إن إقامة نظام للصيرفة الإلكترونية يقتضي الإلتزام بجملة من العوامل و التي هي بمثابة قواعد للعمل الإلكتروني والتي تتمثل فيما يلي:

- وجود شبكة عريضة تضم كل الجهات ذات الصلة و ترتبط بالإنترنت 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.
- وضع تنظيمات قياسية تسمح بالربط بين مختلف الجهات و العالم ككل .
- إعداد خطة لتدريب الموارد البشرية.
- العمل على إنشاء تنظيم إداري يعمل على التنسيق بين الأطراف المتعاقدة² .

3- متطلبات البنوك الإلكترونية:

تتطلب البنوك الإلكترونية تقديم تسهيلات للمستهلكين للوصول إلى حساباتهم و تنفيذ المعاملات الكترونيا بطريقة أسهل و ذلك بزيارة الموقع الالكتروني للبنك في أي وقت 24 ساعة في اليوم و 7 أيام في الأسبوع ، حيث بإستخدام هذه التسهيلات يوفر الأفراد و المؤسسات الكثير من الوقت و المال³. و نلخص أهم متطلبات البنوك الإلكترونية فيما يلي⁴:

3-1 البنية التحتية التقنية:

تقع في مقدمة متطلبات البنوك الالكترونية خاصة و إن البنى التحتية مرتبطة ببنى الاتصالات وتقنية المعلومات التحتية للدولة ومختلف القطاعات و لذلك تجب أن تنشأ البنوك الالكترونية في بيئة تتميز بالأعمال و التجارة الالكترونية و المتطلب الوحيد لضمان أعمال الكترونية ناجحة وضمان الدخول لعصر اقتصاد المعرفة هو كفاءة البنى التحتية .وتتمثل

¹ يوسف مساعداوي، البنوك الالكترونية، ملتقى المنظومة المصرفية الجزائرية و التحولات الاقتصادية - واقع تحديات - ص 229

² معاري فريدة، مداخلة بعنوان " الأعمال المصرفية الالكترونية " المؤتمر العلمي الخامس، جامعة فيلادلفيا، كلية العلوم الإدارية و المالية .

³ SELMAN shahim & KASHIF sardar, electronic banking and e-readness adoption by commercial banks in pakistan, university,2010, p7, see it 05/05/2021.

⁴ شيرين البارودي، دور اقتصاد المعرفة في تطوير الخدمات الإلكترونية، مداخلة ضمن المؤتمر العلمي الدولي الخامس "اقتصاد المعرفة و التنمية الاقتصادية" 28/27 أبريل 2005، الأردن.

تقنية المعلومات أهم عنصر بالنسبة للبنى التحتية من حيث الأجهزة و البرمجيات و الكفاءات البشرية و هي دعامة الوجود و الاستمرارية و المنافسة.

3-2 التطوير والاستمرارية مع المستجدات:

إن التطوير ، الاستمرارية ، و التنوع هي من أهم عناصر متطلبات بناء البنوك الالكترونية لا سيما و أن الجمود لا يكفي مع فرص التمييز .

3-3 التفاعل مع المتغيرات:

إن التفاعل لا يعني فقط التعامل مع الجديد و إنما يجب أن يكون مع الأفكار و النظريات الحديثة تلك الأفكار التي تجيء وليد تفكير إبداعي و ليس وليد تفكير نمطي.

3-4 الرقابة و التقييم:

لقد أقامت غالبية مواقع البنوك الإلكترونية جمعيات ترجع إليها للمشورة في التخصصات التقنية و التسويقية و النشر الإلكتروني لتقييم فعالية و أداء مواقعها خاصة و أن التقييم بعد من أهم عناصر النجاح لأي عمل.

3-5 كفاءة الأداء:

يجب أن تمتد كفاءة الأداء لنشاط البنك الإلكتروني إلى كافة الوظائف الفنية و المالية و التسويقية.

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

1/ خصائص البنوك الإلكترونية:

تتميز الصيرفة الإلكترونية عن الإدارة البنكية التقليدية بمجموعة من الخصائص ، و التي يمكن تلخيصها في العناصر التالية:

- **إعتماد الإدارة الإلكترونية:** و يتحقق ذلك بأداء كل المعاملات المنجزة من الإدارة البنكية من تخطيط و تنفيذ و متابعة و تقييم و تحفيز بإحلال المكتب الإلكتروني محل المعاملات الورقية من خلال توظيف تكنولوجيا المعلومات و اعتماد البنية التحتية الإدارة الإلكترونية التي تتشكل من أجهزة تكنولوجية حديثة و برمجيات و نظم معلومات و كوادر متخصصة و وعي معلوماتي لدى الموظفين.

- **إزالة القيد المكاني للخدمة البنكية:** لقد كانت سياسة التوزيع قبل العقدين الأخيرين من القرن الماضي تركز على شبكة الفروع ، و لكن مع التطبيق المتنامي للتكنولوجيات الحديثة في توزيع الخدمات البنكية ظهرت للوجود طرق جديدة في التوزيع المصرفي حيث لاحظنا في السنوات القليلة الماضية ظهور قنوات توزيع جديدة إلى جانب الفروع التقليدية. و تتمثل هذه القنوات في آلات الصرف الآلي و نقاط البيع الإلكترونية و الصيرفة المنزلية و الصيرفة

المحمولة و الصيرفة الهاتفية و بنوك الإنترنت ، إذ تجنب هذه القنوات مشقة التنقل إلى مقر إدارة البنك للحصول على الخدمة باعتبارها تتيح إمكانية الالتقاء إلكترونيا.

- **إزالة القيد الزمني للخدمة البنكية:** حيث يسهل للعملاء من خلال الصيرفة الإلكترونية للحصول على الأموال أو تحويلها في أي لحظة زمنية . فعند ممارسة الصيرفة الإلكترونية فإن حصول العملاء على الخدمات البنكية متاح في أي لحظة زمنية و لا ينحصر في المجال الزمني المخصص لأداء موظفي البنك لمهامهم الإدارية باعتبار أن اعتماد الإدارة الإلكترونية في البنوك من خلال وصلات و شبكات الإنترنت تضمن استمرارية و دوام أداء الخدمة.

- **الإستقلالية عن الهيكل التنظيمي:** لا تقوم الإدارة الإلكترونية على الهياكل التنظيمية و لا تعرف التسلسل الوظيفي المعمول به في دوائر الإدارة البنكية، فهي إدارة لاتقوم على ممارسات الأفراد من موظفيهم و جهدهم اليدوي في إدارة معاملاتها بقدر ما تقوم على إدارة المعلومات التي تحتفظ بها في دوائرها حسب برامج معينة.

- **سهولة التعامل و التواصل:** بمجرد اعتماد البنك للصيرفة الإلكترونية فإنه سيصبح قادرا على توفير المعلومات اللازمة بسرعة و دقة متناهية ، هذا الأمر سيؤدي إلى تبسيط الإجراءات الإدارية و اختصار وقت و جهد أداء الخدمات البنكية و هو ما ينعكس إيجابيا على جودة تلك الخدمات و تسهيل إجراءات التعامل و عمليات التواصل مع مختلف العملاء و كذلك بين أقسام البنك.

- **المرونة الإدارية:** يستطيع البنك عند ممارسته للصيرفة الإلكترونية توسيع الخيارات المتاحة في عرض الخدمة من طرف البنك و طلبها من طرف العميل، و يرجع ذلك إلى أن الإدارة الإلكترونية إدارة مرنة يمكنها بفعل التقنية و بفعل إمكاناتها الإستجابة السريعة للأحداث و التجاوب معها متعددة بذلك حدود الزمان و المكان و صعوبة الاتصال ، مما يعين الإدارة على تقديم الكثير من الخدمات التي لم تكن متاحة أبدا بفعل تلك العوائق في ظل الإدارات التقليدية¹.

¹ بن عمر خالد، بوزامة جيلالي، واقع الصيرفة الالكترونية في الجزائر بين معيقات التنويع و متطلبات النجاح، مجلة بحوث اقتصادية عربية، العدد 80، يونيو/حريز 2019 ص 97-98 .

1- أنواع البنوك الإلكترونية:

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

- **الموقع المعلوماتي (Informational):** يمثل المستوى الأساسي و الحد الأدنى للنشاط الإلكتروني المصرفي و يسمح هذا الموقع للبنك بتقديم معلومات حول برامجه و مختلف منتجاته و مختلف منتجاته و خدماته المصرفية.
- **الموقع الاتصالي (Communicative):** يتيح هذا الموقع عملية التبادل الاتصالي بين البنك و العملاء مثل البريد الإلكتروني، القيام بتعبئة طلبات و نماذج على الخط ، و تقديم معلومات عن الحساب و الإجابة عن الإستفسارات و كذلك تعديل النقود، و يشمل مواقع المعلومات البسيطة و الموقع التفاعلي.
- **الموقع التبادلي (Transactional):** يسمح هذا الموقع للبنك بممارسة نشاطاته في بيئة إلكترونية ، مما يسمح للعميل أن يقوم بمختلف معاملاته إلكترونياً من الوصول إلى الحساب و سداد الفواتير إلى إدارة التدفقات النقدية إلى إجراء كافة الخدمات الإستعلامية سواء داخل البنك أو مع جهات خارجية.
- تعتمد البنوك الإلكترونية في تسيير مهامها و تقديم خدماتها لعملائها على ثلاثة أنماط ، و الممثلة في المواقع الثلاثة التي تم التطرق إليها في ما يلي و هي: الموقع المعلوماتي ، الموقع التفاعلي، الموقع التبادلي، حيث يقوم البنك بتحديد شكل الموقع الإلكتروني الذي سيقدم من خلاله الخدمات على مجموعة من الاعتبارات، أهمها:
- حاجات العملاء و درجة الإقبال المتوقع على هذا النوع من الخدمات.
- درجة المخاطر المرتبطة بشكل الموقع الذي سيختاره البنك ، و قدرة البنك على إدارة هذه المخاطر.
- تكاليف إنشاء الموقع و إدارته و صيانتها، و جدوى تقديم الخدمات عبر الإنترنت.
- الخبرات و الإمكانيات البشرية المتوفرة لدى البنك لتقديم الخدمات عبر الموقع الإلكتروني.
- درجة المنافسة في السوق.
- بعد قيام البنوك باتخاذ القرارات حول أي من الأشكال التي سيقدم من خلالها الموقع الإلكتروني خدماته ، تأتي عملية تقييم درجة نجاح هذه الأخيرة، و بالتالي تعتمد على مجموعة من المعايير و من بينها:
- الإسهام في الوصول إلى قاعدة أوسع من المتعاملين.
- الإسهام في تخفيض تكاليف التشغيل.

¹ نحلة أحمد قنديل، التجارة الإلكترونية: المرشد للمدير العصري (رؤية تسويقية) ، جامعة قناة السويس ، القاهرة، مصر، 2004، ص 86-87

- خلق فرص إستثمار جديدة.

- تحسين الوضع التنافسي للبنك.

2- الطبيعة القانونية للبنوك الإلكترونية:

مع التقدم التكنولوجي و ازدياد التجارة الإلكترونية بدأت البنوك الإلكترونية في الظهور و التطور مستفيدة من هذا التطور التكنولوجي و عليه لا بد من تحديد الطبيعة القانونية لتلك البنوك الإلكترونية وعند الحديث عن الطبيعة القانونية لا بد من تناول المواضيع التالية:

3-1 مدى سريان القواعد القانونية الخاصة بالبنوك التقليدية على البنوك الإلكترونية:

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

3-2 مدى خضوع البنوك الإلكترونية لإشراف البنوك المركزية:

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

3-3 مدى قيام البنوك الإلكترونية بالعمليات المصرفية:

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

3-4 القواعد و الأسس المحاسبية التي تقوم على البنوك الإلكترونية:

لكل دولة من دول العالم قواعد و أسس محاسبة تطبقها على البنوك التقليدية التي تعمل داخل الدولة ، و قد تختلف تلك القواعد و الأسس من دولة لأخرى إلا أن في مجموعها لا تختلف في المضمون. و قد اختلف فقهاء القانون فيما إذا كان الواجب تطبيق تلك الأسس و القواعد على تلك البنوك الإلكترونية من عدمه نظرا للطبيعة الخاصة التي تتمتع بها البنوك الإلكترونية، فهناك من الفقهاء من ذهب الرأي إلى وجوب تطبيق تلك القواعد و الأسس على البنوك الإلكترونية، لكونها لا تختلف عن البنوك التقليدية إلا في طريقة تقديم الخدمات المصرفية لعملائها، و ذهب رأي آخر إلى عدم تطبيق تلك القواعد و الأسس على أساس أن تلك البنوك تختلف كلياً عن البنوك بمعناها التقليدي.

و نحن نرى أن الأسس التي يتم تطبيقها على البنوك التقليدية نطبقها على البنوك الإلكترونية و لكن لا بد من تطوير و تحديث تلك القواعد و الأسس للتوائم و التطور الذي تتعامل به البنوك الإلكترونية¹.

المبحث الثاني : خدمات البنوك الإلكترونية:

بظهور الإنترنت و التجارة الإلكترونية أصبحت طرق الدفع التقليدية لا تتماشى مع طبيعة هذه التعاملات الافتراضية من حيث لم تستطع مجاراة عصر السرعة ، لذا كان من اللزوم استحداث طرق و وسائل دفع تتلاءم و هذه الطبيعة الافتراضية المرنة.

المطلب الأول : مفهوم وسائل الدفع الإلكترونية و خصائصها:

1 - مفهوم وسائل الدفع الإلكتروني:

يعتبر النظام الذي يمكن المتعاملين من التبادل المالي الكترونياً، بدلا من استخدام النقود المعدنية أو الشيكات الورقية، حيث يقوم البائعون عن طريق الانترنت بتوفير طرق سهلة و سريعة و آمنة للحصول على أثمان منتجاتهم من الزبائن²

¹ محمد الصيرفي ، الإدارة الإلكترونية، دار الفكر الجامعي ، الإسكندرية، 2007 ، ط 1 ص: 448-451.

² محمد عبد حسين الطائي، التجارة الإلكترونية- المستقبل الواعد للأجيال القادمة ، دار الثقافة، الطبعة الأولى، عمان، 2010، ص 178 .

كما تعتبر وسائل الدفع الالكترونية كل الأدوات التي مهما كانت و الأساليب التقنية المستعملة التي تسمح لكل الأشخاص بتحويل أموال، كما عرفت وسائل الدفع على أنها مجموعة الأدوات و التحويلات التي تصدرها البنوك و مؤسسات الائتمان الكترونيا.

و يعرف أيضا على انه عملية تحويل الأموال، هي في الأساس ثمن لسلعة أ و خدمة بطريقة رقمية أو باستخدام أجهزة الكمبيوتر ، و إرسال البيانات عبر خط تلفوني أو شبكة ما أو أي طريقة لإرسال البيانات¹ أما التشريع الجزائري فقد عرفها من خلال قانون النقد و القرض في المادة 96 من الأمر رقم 03-11 المؤرخ 26 أوت سنة 2003 على أنها " تعتبر وسائل الدفع كل الأدوات التي تمكن كل شخص من تحويل الأموال مهما يكن السن أو الأسلوب التقني المستعمل.

2- خصائص وسائل الدفع الإلكتروني:

تتميز وسائل الدفع الإلكترونية بالخصائص التالية²:

- يتسم الدفع الإلكتروني بالطبيعة الدولية: أي أنه وسيلة مقبولة في جميع الدول، حيث يتم استخدامه لتسوية

الحساب في المعاملات التي تتم عبر فضاء الكتروني بين المستخدمين في كل أنحاء العالم.

- يتم الدفع من خلال استخدام النقود الالكترونية: و هي قيمة تتضمنها بطاقة بها ذاكرة رقمية أو الذاكرة

الرئيسية للمؤسسة التي تهيمن على إدارة عملية التبادل.

- يستخدم هذا الأسلوب لتسوية المعاملات الالكترونية عن بعد: حيث يتم إبرام العقد بين أطراف

متباعدين في المكان، و يتم الدفع عبر شبكة الانترنت ، أي من خلال المسافات بتبادل المعلومات الالكترونية بفضل

وسائل الدفع اللاسلكية ، يتم إعطاء أمر الدفع وفقا لمعطيات إلكترونية تسمح بالإتصال المباشر بين طرفي العقد.

- يتم الدفع الإلكتروني بأحد الأسلوبين:

_ الأسلوب الأول : من خلال نقود مخصصة سلفا لهذا الغرض (الدفع عبر شبكة الانترنت، وذلك بتبادل المعلومات

الالكترونية بفضل وسائل الاتصال اللاسلكية) ، و من ثم الدفع لا يتم إلا بعد الخصم من هذه النقود، و لا يمكن تسوية

المعاملات الأخرى بغير هذه الطريقة، و يشبه ذلك العقود التي يكون الثمن فيها مدفوعا مقدما.

¹ عبير بن صالح ، دور وسائل الدفع الالكترونية في عمليات تبييض الأعمال، مذكرة تخرج مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة ماستر أكاديمي، تخصص بنوك و أسواق مالية، جامعة مستغانم، 2015/2016، ص3.

² سماح شعبور، مصباح مرابطي، وسائل الدفع الإلكتروني في الجزائر- واقع و تحديات- ، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات ماستر أكاديمي، شعبة علوم تجارية، تخصص تمويل مصرفي، جامعة تبسة، دفعة 2016 ، ص18.

__ الأسلوب الثاني: من خلال البطاقات البنكية العادية، حيث لا يوجد مبالغ مخصصة مسبقا لهذا الغرض، بل أن المبالغ التي يتم السحب عليها بهذه البطاقات قابلة للسحب عليها بوسائل أخرى كالشيك لتسوية أي معاملات مالية.

- يلزم تواجد نظام مصرفي معد لإتمام ذلك: أي توافر أجهزة تتولى إدارة هذه العمليات التي تتم عن بعد لتسهيل تعامل الأطراف و توفير الثقة فيما بينهم.

- يتم الدفع الإلكتروني من خلال نوعين من الشبكات:

__النوع الأول: شبكة خاصة يقتصر الإتصال بها على أطراف التعاقد، و يفترض ذلك وجود معاملات و علاقات تجارية و مالية مسبقة بينهم.

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

المطلب الثاني : آلية الدفع الإلكتروني:

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

1- من خلال الصرافات الإلكترونية: و تتمثل فيما يلي :

1-1 الموزع الآلي للأوراق: (Distrubuteur Automatique de billes (DBA)

هو آلة أوتوماتيكية تسمح للعميل عن طريق بطاقة إلكترونية بسحب مبلغ من المال دون حاجة اللجوء إلى الفرع.

1-2 الشباك الآلي للأوراق: (Guichet Automatique Bancaire (GAB)

هو أيضا آلة أوتوماتيكية أكثر تعقيدا أو تنوعا ، فبالإضافة إلى خدمة السحب تقدم خدمات أخرى كقبول الودائع ، طلب صك ، عمليات التحويل من حساب لآخر الخ . و كل ذلك و الشبايك الأوتوماتيكية للأوراق متصلة بالحاسوب الرئيسي للبنك.

1-3 نهائي نقطة البيع الإلكترونية: (Terminal pointe de vente (TPV)

تسمح هذه التقنية بخضم قيمة مشتريات العميل من رصيده الخاص بعد أن يمرر موظف نقطة البيع البطاقة الائتمانية على القارئ الإلكتروني الموصول مباشرة مع الحاسوب المركزي للبنك أين تخضم القيمة من رصيده و تضاف إلى رصيد (code pin) بإدخال الرقم السري للعميل المتجر إلكترونيا.

2- عبر الهاتف المصرفي: " Phone Bank "

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

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

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

- و في نوفمبر 1994 استحدثت " باركليز بانك" خدمة تحويل الأموال ، و دفع الإلتزامات و أتاحت خدمة الهاتف المصرفي للعميل فرصة التعاقد للحصول على قرض أو فتح اعتمادات مستندية و غيرها.

3-أوامر الدفع المصرفية الإلكترونية و خدمات المقاصة الإلكترونية:

تأسست خدمت المقاصة الإلكترونية عام 1960 "Automatique Clearing Services" و يتم من خلالها تحويل النقود من حسابات العملاء إلى حسابات أشخاص أو هيئات أخرى في أي فرع و لأي مصرف في دولة أخرى، كدفع المرتبات الشهرية من حساب صاحب العمل إلى حساب الموظفين ، أو دفع إلتزامات دورية من حساب العميل إلى مصلحة الكهرباء، الغاز..... كما يتم تسوية المدفوعات المصرفية عن طريق نظام التسوية الإجمالية بالوقت

الحقيقي ضمن خدمات المقاصة الإلكترونية، **"Read Time Gross Settlement"**

System"(RTGS) و يتيح هذا النظام بطريقة إلكترونية آمنة نقل و تحويل المبالغ المالية من حساب بنكي إلى

آخر بسهولة، حيث تتم المدفوعات في نفس اليوم و بنفس قيمة اليوم دون إلغاء أو تأخير.

المطلب الثالث : مزاي و عيوب الدفع الإلكتروني:

بالرغم من حداثة وسائل الدفع الإلكتروني و توفرها على عدة إيجابيات فلها بالمقابل بعض السلبيات التي صاحبها حماية الزبون و التاجر أثناء تعاملاتهم.

1-مزايا وسائل الدفع الالكتروني: لوسائل الدفع عدة مزايا سواء لمصدرها أو بالنسبة لحاملها أو بالنسبة للتاجر

و في ما يلي شرح لأهم هذه المزايا¹:

- بالنسبة لحاملها: فيمكن لحاملها أن يدفع بها مقابل البضائع في أي مكان من العالم ، و تحويل القيمة إلى العملة الحقيقية إن كان لازما.

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

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

2-عيوب وسائل الدفع الالكتروني:

- بالنسبة لحاملها: من المخاطر الناجمة عن استخدام هذه الوسائل زيادة الاقتراض، و الإنفاق بما يتجاوز القدرة المالية، و عدم سداد حامل البطاقة قيمتها في الوقت المحدد يترتب عنه وضع اسمه في القائمة السوداء.

- بالنسبة للتاجر: إن مجرد حدوث بعض المخالفات من جانب التاجر أوعدم التزامه بالشروط يجعل البنك يلغي التعامل معه و يضع اسمه في القائمة السوداء، و هو ما يعني تكبد التاجر صعوبات جمة في نشاطه التجاري.

- بالنسبة لمصدرها: أهم خطر مصدرها هو مدى سداد حاملي البطاقات للديون المستحقة عليهم، و كذلك تحمل البنك المصدر نفقات ضياعها.

المطلب الرابع : مخاطر الخدمات المصرفية الإلكترونية

إن المصارف في مسار ممارستها لنشاطها التجاري تتعرض إلى الكثير من المخاطر خاصة عندما دخلت هذه المصارف عالم الأموال الإلكترونية **E. Money** و الصيرفة الإلكترونية **E. Banking** ، ويمكن تصنيف هذه المخاطر ضمن أربع مجموعات كبيرة ومختلفة كالآتي²:

1-المخاطر العملية أو التشغيلية: (Operational Risk):

¹ عبد الهادي النجار، التجارة نقود المعرفة وآلية تناولها، (بحث مقدم إلى المؤتمر السنوي لكلية الحقوق حول الجديد في أعمال المصارف من الوجهتين القانونية و الإقتصادية)، جامعة بيروت، لبنان، 2002، ص40.

² نصيرة شهبوب ، الادارة البنكية الالكترونية في الجزائر ، دراسة ميدانية حول انظمة النقد الآلي ، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم الاعلام و الاتصال ، تخصص مجتمع معلومات ص 84-85

تنتج من احتمالات الخسارة الناتجة عن خلل في شمولية النظام ،أو من أخطاء العملاء ،أو من برنامج إلكتروني غير ملائم للصيرفة والأموال الإلكترونية . كما أن إصدار مال إلكتروني ينشأ عنه التزام يجب دفعه وإلا خلق ذلك توتراً في السوق النقدية بسبب مشكل السيولة.

وهنا نوع جديد من المخاطر للمؤسسات التي تصدر أموال إلكترونية منها:

- **خطر عدم كفاية حماية النظم الإلكترونية:** أي خرق لنظام الحماية الإلكترونية من قبل العملاء أو المؤسسات المصرفية نفسها، قد يضع التزامات إضافية تؤدي إلى خسائر كبيرة منها:

__ **مخاطر احتيالية:** تقوم على إنشاء وقبول أموال إلكترونية وهمية سواء من قبل مصدر الأموال أو من قبل مشترك في النظام الإلكتروني، وهذا يكون عن طريق سرقة وسائل أو معلومات مشترك آخر.

__ **خاطر ناتجة عن سوء عمل النظام الإلكتروني:** بسبب الوقوع في أخطاء ناتجة عن النظام نفسه، أو عن مستخدم هذا النظام، أو عن سوء مراقبة برنامج الكمبيوتر واحتيال الموظفين.

- **خطر عدم موافقة النظام في تخطيطه ووضعه موضع التنفيذ للعمل المصرفي:** بسبب اعتماد المصارف على خبراء وشركات تصميم برامج خارج نطاق العمل المصرفي لإعداد نظام خاص للأموال الإلكترونية، كون هؤلاء الخبراء مصممي هذه البرامج ليست لديهم الخبرة الكافية في العمل المصرفي ، و غير قادرين على تحسين وتطوير هذه البرامج وفق متطلبات الصرف.

- **سوء استعمال الخدمات المصرفية و الأموال الإلكترونية من طرف العميل:** خاصة إذا استعمل مثلاً أحد العملاء رقم بطاقة الاعتماد في برنامج غير محمي ، مما يسمح للغير بالحصول على معلومات وافية عن حسابه.

2- مخاطر السمعة: (Reputational Risks) :

تنشأ في حال وجود أي رأي سلبي أو إشاعة سيئة اتجاه البنك نتيجة عدم قدرته على تقديم خدماته المصرفية عبر الانترنت وفق معايير الأمان والسرية والدقة، مع الاستمرارية والاستجابة الفورية لاحتياجات العملاء، وهو أمر لا يمكن تجنبه سوى بتكثيف اهتمام البنك بتطوير معايير الأداء والرقابة بالنسبة لنشاطات الصيرفة الإلكترونية، والسمعة السيئة تسبب خسارة كبيرة في الزبائن وفي المال.

3- المخاطر القانونية: (Legal Risks) :

هي المخاطر الناجمة عن عدم احترام المصرف أو البنك للقواعد القانونية والتشريعات النافذة والأعراف المصرفية والتجارية، أو عندما لا تكون هناك نظم قانونية واضحة ودقيقة بخصوص عمليات مصرفية جديدة . ونظراً لحداثة عمل الصيرفة

والتجارة الإلكترونية ما تزال التزامات الأطراف غير أكيدة، بالإضافة إلى خطر عدم قانونية الاتفاق الذي يتم إلكترونياً خاصة التوقيع الإلكتروني

4- المخاطر التلقائية (Systemic Risks): تنجم عن فشل المشاركين في نظام نقل الأموال الإلكترونية في سوق الأوراق المالية في تنفيذ التزاماتهم المتضمنة التزامات الدفع والتسديد، مما يؤدي غالباً إلى توتر قدرة مشارك أو مشاركين آخرين في تنفيذ التزاماتهم في موعدها، مما يؤدي إلى مشاكل في السيولة وسياسة القروض المصرفية، وبالتالي زعزعة الاستقرار المالي في السوق.

المبحث الثالث : أدوات الدفع الإلكتروني

الإلكترونية مصطلح الدفع الإلكتروني مصطلح واسع يجمع في طياته كل وسائل الدفع التي تستخدم فيها تكنولوجيا متقدمة، مثل التحويل الإلكتروني للأموال ، الدفع بالبطاقة الإلكترونية و الدفع بالنقود.

المطلب الأول : النقود الإلكترونية

1-تعريف النقود الإلكترونية:

النقود الإلكترونية أو النقود الرقمية هي عبارة عن بطاقات الكترونية تحتوي على مخزون نقدي تصلح كوسيلة للدفع و أداة للإبراء وسيطا للتبادل.

و قد عرفها البنك المركزي الأوروبي بأنها: " مخزون الكتروني لقيمة نقدية على وسيلة تقنية يستخدم بصورة شائعة للقيام بمدفوعات لمتعهدين غير من أصدرها دون الحاجة إلى حساب بنكي عند إجراء الصفقة و تستخدم كأداة محمولة مدفوعة مقدما."

وتعرف أيضا على أنها " : هي نقود رقمية أو الكترونية تكافئ النقود الورقية و المعدنية و تدع الدفعات الالكترونية التي لا يتم عن طريق بطاقات الدفع و بالذات المبالغ الصغيرة¹ ."

و يعرف البعض النقود بأنها : قيمة نقدية مخزنة على وسيلة الكترونية مدفوعة مقدما و غير مرتبطة بحساب بنكي و تحظى بقبول واسع من غير من قام بإصدارها وتستعمل كأداة للدفع لتحقيق أغراض مختلفة.

في هذا التعريف يمكن تحديد عناصر النقود الالكترونية و هي أنها :

- **قيمة نقدية:** أي أنها تشمل وحدات نقدية لها قيمة مالية.

- **مخزنة على وسيلة الكترونية:** حيث يتم شحن القيمة النقدية بطريقة الكترونية على بطاقة بلاستيكية.

أو على القرص الصلب للكمبيوتر الشخصي للمستهلك، و هذا العنصر يميز النقود القانونية

¹ ناظم محمد نوري الشمري، عبد الفتاح زهير العبد اللات، الصيرفة الالكترونية ، دار للنشر و التوزيع ، 2008 ، عمان ، ص 50 .

والائتمانية التي تعد وحدات نقدية مصكوكة أو مطبوعة ، و في الواقع فانه يتم دفع ثمن هذه البطاقات مسبقا و شرائها من المؤسسات التي أصدرتها و لهذا فانه يطلق عليها البطاقات سابقة الدفع.

- غير مرتبطة بحساب بنكي : و تتضح أهمية العنصر في تمييز للنقود الالكترونية عن وسائل الدفع الالكتروني، فهذه الأخير عبارة عن بطاقات الكترونية مرتبطة بحسابات بنكية للعملاء حاملي هذه البطاقات تمكنهم من القيام بدفع أثمان السلع و الخدمات مقابل عمولة يتم دفعها للبنك مقدم هذه الخدمة.

و النقود الالكترونية تتجسد في حامل النقد الالكتروني (**Le Porte Monnaie Electronique**) و

الذي يسمح بإجراء الدفع خاصة في المشتريات الصغيرة من احتياطي نقدي معد سلفا مجسد في بطاقة و النقد الافتراضي (**La Monnaie Virtuelle**) والذي يتمثل في برامج تسمح بإجراء الدفع عبر شيكات مفتوحة لا سيما الانترنت و هنا يكون الاحتياطي النقدي المعد سلفا مخزن في الكمبيوتر دون أن يكون مجسد في حامل ما. كما أن هناك حامل افتراضي يمكن إعادة شحنة من الكمبيوتر وعلى خلاف حامل النقد التقليدي الذي يشتري من الأسواق العامة فان حامل النقد الالكتروني تقدمه البنوك، و إذا كان الحصول على حامل نقد إلكتروني في فرنسا مثلا و يسمى **Moneo** يكلف من 5 إلى 12 يورو فانه في دول أخرى كالنمسا والنرويج و هولندا و أسبانيا و سويسرا يمنح مجانا. و لفهم كيفية استعمال حاملات النقد الالكتروني يجدر التمييز بين نظامين:

- **نظام على الخط On Line** : و هو يعني أن المستهلك يعهد بالمدفوعات إلى طرف ثالث و البنك المنوط به أن يتولى كل التحويلات الخاصة بالنقد الالكتروني و يمسك الحسابات النقدية للعميل بحيث يطلب إلى التجار تلقي السداد عن طريقه، و يتم ذلك بوجود آلة لدى التاجر تقوم بقراءة بطاقات الدفع و تكون موصولة بالحاسوب الموجود لدى البنك أو مركز التسويات أو مركز الترخيص.

- **نظام خارج الخط Off Line** : و في هذا النظام تتم قراءة بطاقة العميل عن طريق حاسوب منصب لدى التاجر، و يتم خصم مبلغ المشتريات من خلال هذه البطاقة مباشرة حيث أنها تحتوي أما على ذاكرة تخزين معلومات عن حساب العميل أو على مدارج مغناطيسية يسجل فيها المبلغ الأقصى الذي لا يمكن تجاوزه (خلال أسبوع مثلا) و هو محدد من طرف البنك¹.

مزايا البنوك الإلكترونية:

- **تكلفة تداولها زهيدة**: حيث أن تحويل النقود الإلكترونية عبر الانترنت أو الشبكات الأخرى

¹ عبد الرحيم وهبية ، احلال وسائل الدفع المصرفية التقليدية بالالكترونية - دراسة حالة الجزائر - ، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في علوم فرع نقود و مالية ، جامعة الجزائر ، 2006/2005 ص 50 .

أرخص كثيرا من استخدام الأنظمة البنكية التقليدية حيث تنعدم تكاليف المقاصة أو التسوية لأن العملية تتم أوتوماتيكيا.

- **لا تخضع للحدود:** يمكن تحويل النقود الإلكترونية من أي مكان إلى آخر وفي أي وقت كان وذلك لاعتمادها على الانترنت أو على الشبكات.

- **بسيطة وسهلة الاستخدام:** تسهل النقود الإلكترونية التعاملات البنكية إلى حد كبير فهي تغني عن ملء الاستمارات وإجراء الاستعلامات البنكية عبر الهاتف.

- **تسرع عمليات الدفع:** تجري حركة التعاملات المالية ويتم تبادل معلومات التنسيق الخاصة بها فورا في الزمن الحقيقي دون الحاجة إلى أي وساطة مما يعني تسريع هذه العملية على العكس مما لو كانت تتم قبل ذلك بالطرق التقليدية،

تشجع عمليات الدفع الآمنة :تستخدم البنوك التي تتعامل بالنقود الإلكترونية أجهزة خادمة تدعم بروتوكول الحركات المالية الآمنة.

2- خصائص النقود الإلكترونية:

يتميز النقد الإلكتروني عن سائر أدوات الدفع بالخصائص التالية :

- أنه يسمح بالتحويل عن بعد عبر شركات عامة كشبكة الانترنت أو شبكة الإتصال اللاسلكية.
- أنه يغني عن وجود طرف ثالث لإظهار أو مراجعة أو تأكيد حصول التبادل.
- أنه يتلاءم مع التعاملات قليلة القيمة ، لأن نفقات التبادل تكون عند حدود الدنيا.
- أنه يتميز بالقابلية للانقسام وبكونه متاحا بأصغر وحدات النقد الممكنة تسييرالإجراء المعاملات محدودة القيم.
- أنه يتميز بكون التعامل به متاحا في كل الأوقات و الظروف ليتناسب مع طبيعة الانترنت العالمية.
- أنه مصمم ليكون سهل الاستخدام مقارنة بوسائل الدفع الأخرى، باعتبار أن سهولة الاستخدام تشكل عاملا جاذبا في تقبل المستهلكين لأي نظام خاص بالنقود الإلكترونية.

المطلب الثاني : البطاقات البنكية :

1- البطاقات البنكية:

تعرف البطاقة البنكية على أنها " عبارة عن بطاقة بلاستيكية تحتوي على معلومات رقمية و تستخدم هذه المعلومات في أغراض الدفع . كما يمكن استخدامها لأغراض أخرى مثل التعريف أو الدخول لمواقع خاصة لا يمكن الدخول فيها إلا للمرخص له . بعض هذه البطاقات الإلكترونية تسمى البطاقات الذكية لاحتوائها على معلومات يمكن التعامل معها بطريقة أخرى¹ " .

تعرف أيضا على أنها " عبارة عن بطاقة مغناطيسية تسمح لحاملها باستخدامها في شراء معظم حاجاته أو أداء مقابل ما يحصل عليه من خدمات دون الحاجة لحمل مبالغ كبيرة من الأموال التي قد تتعرض لمخاطر السرقة و الضياع أو التلف، حيث تمكن حاملها سحب النقود من المصارف المخصصة لذلك² " .

عرفت أيضا بأنها: "بطاقات معدنية ممغنطة، يدون عليها اسم حاملها و تاريخ إصدارها و تاريخ نهاية صلاحيتها كما تستخدم في الحصول على النقد أو في شراء السلع و الخدمات."

وفي الأخير يمكن استخلاص أن البطاقة البنكية هي بطاقة بلاستيكية ذات خصائص معينة صادرة عن مؤسسة مصرفية تستخدمها كوسيلة تعامل عوضا عن النقود، و يستطيع حاملها الحصول على النقود أو التمتع بواسطتها بخدمات مالية إضافية إلى إمكانية استفادته من الائتمان الممنوح بموجبها من المصرف المصدر لها و ذلك لتلبية حاجاته المختلفة أي قد تعتبر في بعض الحالات بمثابة فتح اعتماد بمبلغ لمصلحة صاحب البطاقة حيث يستطيع الوفاء بقيمة مشترياته من السلع التي عليها من طرف التجار المتعاقدين مع البنك، وهناك عدة أنواع للبطاقات البنكية وهي كما يلي:

البطاقات الغير الائتمانية: يطلق على هذا النوع بطاقة الخصم الفوري (المدينة) **Débit Card** حيث تستخدم كأداة وفاء فقط حيث يحصل حامل البطاقة على احتياجاته من حيث السلع و الخدمات و الصرف النقدي فور تقديم البطاقة، و يتم الخصم مباشرة لقيمة هذه الاستخدامات من الحساب الجاري المفتوح من طرف البنك المصدر دون الانتظار إلى إعداد كشف حساب البطاقة و الذي يستخدم هنا كوسيلة لعرض البيانات فقط³ ، وتشمل البطاقات الغير الائتمانية عدة أنواع نذكر منها ما يلي:

¹ سماح شعبور، مصباح مرابطي، وسائل الدفع الإلكتروني في الجزائر - واقع و تحديات - ، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات ماستر أكاديمي، شعبة علوم تجارية، تخصص تمويل مصرفي، جامعة تبسة ، دفعة 2016 ص 21 .

² سلطاني خديجة، إحلال وسائل الدفع الإلكترونية، مذكرة مقدمة كجزء من متطلبات نيل شهادة الماستر في العلوم الاقتصادية، تخصص مالية و نقود، جامعة بسكرة، 2012/2013 ص 53 .

³ سلطاني خديجة ، نفس المرجع ، ص 54

- **بطاقة الدفع المسبق**: حيث يقوم صاحب البطاقة الالكترونية بشحنها بمبلغ مالي و عند إتمام أي معاملة تجارية يتم سحب المقابل المالي من هذه البطاقة حتى ينتهي المبلغ المشحون أو المعبأ في البطاقة و لإعادة استخدامها يجب إعادة شحنها و هكذا . و قد عممت هذه الطريقة على مجالات عدة أهمها قطاع الاتصالات الهاتفية الثابتة و النقالة.

- **البطاقات المدينة**: و يتطلب هذا النوع من البطاقات وجود حساب بنكي جاري لصاحب البطاقة حيث يتيح استخدام البطاقة عملية التسوية أو الدفع من خلال تمكين المستفيد من سحب الأموال من حساب صاحب البطاقة الذي يفترض فيه أن يكون حسابه مدينا و في حالة العكس لا تتم عملية التسوية تتطلب رصيدا كافيا و مغطيا للنفقات المجرات بواسطة البطاقة.

- **بطاقة الشيكات**: يتعهد بمقتضاها البنك المصدر لهذه البطاقة لعميله حامل البطاقة بان يضمن سداد الشيكات التي يحررها العميل من هذا البنك بشروط معينة، و تحتوي هذه البطاقة عادة على اسم العميل، توقيعه، رقم حسابه و الحد الأقصى الذي يتعهد البنك الوفاء به في كل شيك يحرره العميل، و أن البنك المسحوب عليه ملزم بدفع قيمة الشيك للمستفيد بغض النظر عن وجود رصيد كاف لديه من عدمه، و ظهور هذه البطاقة جاء لعدم اكتمال الثقة في أشخاص يتعامل معهم البنك دون أن يعرفهم.

2-البطاقات الائتمانية: هي بطاقات خاصة تصدرها البنوك أو المؤسسات المالية الأخرى لعملائها كخدمة إضافية، و هي عبارة عن بطاقات مغناطيسية يستطيع حاملها أن يستخدمها في شراء معظم احتياجاته أو أداء مقابل ما يحصل عليه من خدمات.

كما تعرف كذلك بأنها: البطاقات التي تصدرها المصارف في حدود مبالغ معينة و يتم استخدامها كأداة ضمان و تتميز هذه البطاقات بأنها توفر كلا من الوقت و الجهد لحاملها و كذلك تزيد من إيرادات البنك المصدر لها لما يحصل عليه من رسوم مقابل الخدمات أ و من فوائد مقابل التأخر في السداد و لا يتم إصدار هذه البطاقات إلا بعد دراسة جيدة لموقف العميل حتى لا يواجه البنك المصدر مخاطر عالية في حالة عدم السداد¹ ، و تنقسم البطاقات الائتمانية بدورها إلى:

- **البطاقات الائتمانية المتجددة**: هذا النوع هو الأكثر شهرة و استخداما و من أمثله بطاقتين شهيرتين هما **فيزا (Visa)** و **ماستر كارد (Master Card)**، و الأصل في بداية هذا النوع أن يصدر عن بنك تجاري يوجد به حساب نقدي لحامل البطاقة، و يقوم البنك المصدر بسداد فواتير المشتري في أي مكان يقبل بهذه البطاقة و تدفع للمحل كامل المبلغ، و يقوم البنك المصدر للبطاقة بإرسال فاتورة شاملة مصنفة للعميل حسب المشتريات و يطالبه بسداد جزء بسيط من المبلغ لا يتجاوز 5 % و يزيد البنك المصدر على حامل البطاقة على المبلغ الذي في ذمته)

¹ سماح شعبور ، مصباح مرابطي ، مرجع سابق ، ص 22 .

الرصيد دائن) بنسبة معلومة شهريا تصل إلى 1.5 % و لكن لو يسدد حامل البطاقة كامل المبلغ الدائن خلال فترة الاستفادة، لا يترتب على ذلك أي زيادة في التسديد.

و في كلتا الحالتين السابقتين يتم تحديد القرض الأول لحامل البطاقة لذلك سميت بطاقة الائتمان المتجددة.

- البطاقات الائتمانية غير المتجددة: تسمى ببطاقات الصرف الشهري لأنه يتوجب على العميل أن يقوم بالسداد الكامل من قبيل عميل البنك خلال الشهر الذي يتم فيه السحب ، أي أن الفترة الائتمانية في هذه الحالة لا تتجاوز الشهر.

تسمى أيضا بطاقة الوفاء المؤجل أو بطاقة الحساب و الفرق الرئيسي بينها و بين سابقتها أنه لا يمكن أن يكون لدى حاملها حساب لدى البنك المصدر و من ثم فعندما يقوم الفرد باستخدامها فإنه يحصل آليا على قرض (ائتمان) مساوية لقيمة السلعة أو الخدمة و لكل عميل حد أعلى للقرض يحدده العقد و يسمى خط الائتمان، و يلتزم حامل البطاقة لشروط الإصدار بتسديد كامل مبلغ الفاتورة خلال فترة لا تزيد غالبا عن 30 يوم من تاريخ استلامه لها، و في حالة المماطلة يقوم البنك المصدر بإلغاء عضوية حامل البطاقة و سحبها منه¹.

¹ علي محمد أبو العز ، التجارة الالكترونية و أحكامها في الفقه الاسلامي ، دار النفائس للنشر و التوزيع ، 2008 ، ص 233-234 .

المطلب الثالث: المحفظة الإلكترونية و الشيكات الإلكترونية

1- المحفظة الإلكترونية:

المحافظ الإلكترونية تقوم بتحويل النقد إلى سلسلة رقمية، وتخزن على القرص الثابت في موقع العمل، وهذا يحد من استخدام النقود في المعاملات التي تتم على شبكة الانترنت، ومعظم الحقب الإلكترونية تقوم بتخزين النقد الإلكتروني على البطاقات الذكية التي تتمكن من دفع أي مبلغ من الحقبة الإلكترونية في أي مكان¹. ويمكن تعريف محفظة النقود الإلكترونية بأنها "وسيلة دفع افتراضية تستخدم في سداد المبالغ قليلة القيمة بشكل مباشر أو غير مباشر².

ومن الأسباب التي أدت إلى ابتكار المحفظة الإلكترونية هو حماسة المتسوقون بالنسبة إلى التسوق المباشر **One Line** حيث أصبحوا يتعبون من الدخول المتكرر إلى معلومات الشحن والسداد في كل مرة يقومون فيها بالشراء، والمشكلة الأخرى التي تحملها المحافظ الإلكترونية هي توفير مكان تخزين آمن بالنسبة لبيانات بطاقة الائتمان والنقد الإلكتروني وبهذا فإن المحفظة الإلكترونية، تشبه في خدماتها الوظيفة المماثلة للمحافظ المادية، أما المعلومات التي تخزنها هذه المحفظة كحد أدنى، هي تخزين معلومات الشحن والفواتير شاملة أسماء المستهلكين وعنوان الشارع والمدينة والولاية والدولة والرقم البريدي، ومعظم المحافظ الإلكترونية يمكنها أن تحمل أسماء وأرقام بطاقات الائتمان، كما تحمل نقدا الكترونيا من مختلف الموردين.

ويمكن استنتاج الخصائص الرئيسية التي تميز المحافظ الإلكترونية فيما يلي:

- المحفظة الإلكترونية تعطي حلا متطورا للدفع بمبالغ صغيرة ، و عليه التخلص من أسعار معالجة الشيكات و باقي وسائل الدفع الورقية ، في كل عملية أو صفقة تجارية ذات المبالغ الصغيرة.
- تسمح بتخفيض عمليات الدفع بالنقود ، و بالتالي التخلص من تكاليف المعالجة.
- هي وسيلة ملائمة تماما للصفقات التجارية لما توفره من سرعة في العمل.
- و المدفوعات التي تخص المحفظة الإلكترونية هي:

- الموزع الآلي للنقود.

- آلات توزيع التذاكر من أجل ركن السيارات ، دفع رسوم في الطرق السريعة ، النقل الحضري،....

- بطاقات الهواتف العمومية ، بطاقات مختلفة، (كبطاقات الزيارة، بطاقات أخذ الصور السريعة).

¹ حجازي بيومي عبد الفتاح : " النظام القانوني لحماية الحكومة الإلكترونية "، الجزء الأول، ط 1، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2003، ص 296

² غنام شريف محمد : " محفظة النقود الإلكترونية"، دار النهضة العربية ، مصر، 2003، ص12.

2- الشيكات الإلكترونية: الشيك الإلكتروني عبارة عن بيانات يرسلها المشتري إلى البائع عن طريق البريد الإلكتروني

المؤمن، وتتضمن هذه البيانات التي يحتويها الشيك البنكي تحديد مبلغ الشيك واسم المستفيد واسم من أصدر الشيك وتوقيعه، ويكون هذا التوقيع عن طريق رموز خاصة.

ويمكن تعريفه بأنه "رسالة موثقة ومؤمنة يرسلها مصدر الشيك إلى مستلم الشيك (حامله) ليعتمده ويقدمه للبنك الذي يعمل عبر الانترنت ليقوم البنك أولاً بتحويل قيمة الشيك المالية إلى حساب حامل الشيك وبعد ذلك يقوم بإلغاء الشيك وإعادته الكترونياً إلى مستلم الشيك (حامله) ليكون دليلاً على أنه قد تم صرف الشيك فعلاً ويمكن لمستلم الشيك أن يتأكد من أنه قد تم بالفعل تحويل المبلغ لحسابه "

ويتوقع اختفاء النقود التقليدية، لأن الشيكات الإلكترونية تستخدم لإتمام عملية السداد الإلكترونية بين طرفين من خلال وسيط، ولا يختلف ذلك كثيراً عن نظام معالجة الشيكات العادية ما عدا أنه يتم توريد الشيكات الإلكترونية وتبادلها عبر الانترنت، و يقوم الوسيط بخصم من حساب العميل ويضيف إلى حساب التاجر، كما توجد طرق عديدة لضمان وتوفير الأمان لعملية السداد عبر الانترنت، كما أن تطوير الشيكات الورقية والانتقال إلى الشيكات الإلكترونية يتمشى مع مقتضيات الإلكترونية.

المطلب الرابع : التحويلات الإلكترونية:

تعد التحويلات المالية واحدة من أهم العمليات المصرفية التي يقوم بها البنك سواء كان بنكاً تقليدياً أو بنكاً إلكترونياً، و يعد نظام التحويلات المالية الإلكترونية جزءاً بالغ الأهمية من البنية التحتية لأعمال البنوك الإلكترونية التي تعمل عبر الانترنت، يتيح هذا النظام نقل التحويلات المالية أو الدفعات المالية من حساب بنكي لآخر و كذا المعلومات المتعلقة بها بطريقة الكترونية آمنة و سهلة.

وتعرف التحويلات الإلكترونية للأموال بأنها¹ " : عملية منح الصلاحية لبنك ما للقيام بحركات التحويلات المالية الدائنة و المدينة من حساب بنكي لآخر . و تنفذ عمليات التحويل المالي عن طريق دار المقاصة، و هي شبكة تعود ملكيتها و أحقية تشغيلها إلى البنوك المشتركة بنظام تحويل الأموال الإلكتروني.

- الكيفية التي يتم بها التحويل الإلكتروني للأموال :

يقوم العميل بتوقيع نموذج معتمد واحد لصالح الجهة المستفيدة، و الذي يتيح اقتطاع القيمة المحددة من حساب العميل وفق ترتيب زمني معين، حيث تتم عملية التحويل الإلكتروني للمال بأسلوبين، فإما أن يتعامل البنك و العميل مع

¹ العاتي إيمان، البنوك التجارية و تحديات التجارة الإلكترونية ، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية ، تخصص بنوك و تأمينات، جامعة منتوري قسنطينة، 2006 / 2007 ، ص224.

وسيط يقوم بتوفير البرمجيات اللازمة لذلك و يمكن إيجاد العديد منهم على الانترنت، يقوم الوسيط هنا بتجميع التحويلات الواردة إليه و إرسالها إلى دار المقاصة المالية التي ترسل بدورها نموذج التحويل الالكتروني للموال إلى بنك العميل ليقوم باقتطاع قيمة التحويل من رصيد العميل و تحويلها إلى حساب المستفيد.

أما إذا رغب المستفيد (التاجر) تنفيذ التحويلات المالية عبر دار المقاصة المالية دون المرور بوسيط، فإنه يقوم باقتناء برمجيات خاصة تسمح بإجراء هذه العملية، أما العميل فيقوم باعتماد نموذج الدفع مرفقا بشيك مصدق لصالح التاجر الذي يرسل الاعتماد إلى دار المقاصة، هذه الأخيرة تحوله بدورها إلى البنك لاقتطاع المبلغ من حساب العميل في الوقت المحدد له و إضافته إلى حساب التاجر.

- أهمية التحويلات الالكترونية المالية: يستفيد كل من العميل و التاجر من عملية التحويل الالكتروني للأموال، فهي توفر لكليهما فضلا عن اليسر، السرعة في انجاز الأعمال و تكبد عناء التنقل إلى البنك فوائد أخرى أهمها:
- تنظيم الدفعات: حيث يتم تنظيم عمليات الدفع من خلال الاتفاق على وقت اقتطاع و تسديد التحويلات المالية، و هو ما يقطع أي شك في عملية السداد.
- السلامة و الأمن: فقد أزيلت المقاصة الآلية و التحويلات المالية الإلكترونية الخوف من سرقة الشيكات الورقية أو ضياعها و الحاجة إلى تناقل الأموال السائلة.
- توفير المصاريف: حيث تقلل شبكة نظام المقاصة الآلية من تكاليف إدارة عمليات المقاصة¹.

¹ العاتي إيمان ، مرجع سبق ذكره ، ص 225 - 226

خلاصة الفصل:

أدى النمو المتسارع لوسائل الدفع الحديثة و تكنولوجيا المعلومات و الإتصال إلى آثار كبيرة على المصارف، إما من ناحية أشكال هذه المصارف أو تسويق خدماتها لذلك أصبح من الضروري تطوير الأساليب المصرفية لكي لا تبقى المصارف بعيدة عن المتغيرات الجديدة في ظل نمو الأسواق و المصارف الشاملة و التكتلات الإقتصادية. و قد جاء الإقتصاد بمفاهيم جديدة و أسس و أنظمة جديدة كانت نتيجة إستخدام تكنولوجيا المعلومات و الإتصالات و هي التجارة الإلكترونية و الأعمال الإلكترونية التي إستلزمت ضرورة تطوير القطاع المالي و خاصة النظام المصرفي و تطبيق المعلوماتية في مجال البنوك أو ما اصطلح عليه بالصيرفة الإلكترونية، التي قدمت للإقتصاد بصفة خاصة دعما قويا و ساهمت في زيادة تطوره و حركته. و بالتالي وجب على البنوك حتى لا تخرج من المنافسة العالمية، مسايرة التطورات الحاصلة في مجال المعاملات المالية الإلكترونية ، و ذلك بتبنيها الصيرفة الإلكترونية التي جاءت بوسائل إلكترونية متطورة كالبطاقات البنكية ، النقود الإلكترونية، و كذا الشيكات الإلكترونية.....

تمهيد:

أبرزت المتغيرات العالمية تحديات تنافسية كبيرة ، نتيجة عولمة النشاط المصرفي و تحرير الخدمات المالية و المصرفية لتلتي بتحدياتها على عائق الإدارة المصرفية للعمل على التكيف مع هذه المتغيرات و مواجهة آثارها السلبية و الاستفادة المكاسب التي تحقّقها ، و أصبح تطوير الخدمات المصرفية و مواكبة التطورات التكنولوجية المتلاحقة في مجال الصناعة المصرفية ، و الاهتمام بجودة الخدمات و تحقيق رغبات العملاء أحد المداخل الرئيسية لزيادة و تطوير القدرة التنافسية للبنوك.

يتناول هذا الفصل إلى التعرف على خصائص و أبعاد جودة الخدمات المصرفية ، و إبراز الصيرفة الالكترونية على جودة الخدمات المصرفية في ثلاث مباحث:

المبحث الأول: مدخل إلى الخدمات المصرفية.

المبحث الثاني: جودة الخدمات المصرفية

المبحث الثالث: تأثير الصيرفة الالكترونية على جودة الخدمات المصرفية.

المبحث الأول:

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

المطلب الأول : مفهوم الخدمة و مكنوناتها

1_ مفهوم الخدمة: هناك شبه اتفاق بين الكثير من الكتاب حول تعريف الخدمات حيث مجد كل من **KOTLER** و **ARMSTIONG** و أيضا **REINDENBACH** يعرفون الخدمات بأنها أنشطة او منافع يقدمها طرف (البائع) إلى طرف آخر (المشتري) ، و هي بطبيعتها غير ملموسة ، ولا يترتب على بيعها و تقديمها نقل ملكية شيء ، و قد يرتبط أولا يرتبط إنتاجها و تقديمها بمنتج مادي ملموس.¹

__ كما تعرف على أنها: " نشاط يرافقه عدد من العناصر غير الملموسة تهدف و التي تتضمن بعض التفاعل مع الزبائن أو خاصية الحياة (الامتلاك) ، و ليس نتيجة لانتقالها للمالك.²

__ أما **STANTAN** فقد عرفها بأنها أوجه نشاطات غير ملموسة تهدف إلى إشباع الرغبات و الاحتياجات عندما يتم تسويقها إلى المستهلك النهائي أو المستعمل الصناعي مقابل سداد مبلغ من المال ، بحيث لا تقتزن هذه الخدمات ببيع منتج مادي ملموس.

__ أما **BITHER** و **ZEITMAL** فقد عرفها بأنها الخدمات التي تتضمن كل الأنشطة الاقتصادية التي مخرجاتها ليست منتجات مادية ، هي تشكل عام تستهلك عند وقت إنتاجها و تقديم قيمة مضافة ، و هي بشكل عام تستهلك عند وقت إنتاجها و تقديم قيمة مضافة و هي بشكل أساسي غير ملموسة.³

فالخدمات إذا تعني المنتجات غير الملموسة و التي تهدف إلى إشباع رغبات و حاجات المستهلك و تحقق له المنفعة.

و يتضح من التعاريف التالية ما يلي:

¹ عميروش مصطفى ، متطلبات تكوين الخدمات المصرفية و زيادة القدرة التنافسية للبنوك الجزائرية ، مذكرة لنيل شهادة الماستر في إدارة الأعمال ، كلية العلوم الاقتصادية و علوم التسيير ، جامعة 8 ماي 1945 ، قالمة ، الجزائر ، 2009، 2010 ، ص 02

² تيسير المجارمة ، التسويق المصرفي ، دار حامد للنشر ، عمان ، 2005 ، ط 1 ، ص 20

³ هاني حامد المنصور ، تسويق الخدمات ، دار وائل للنشر ، الأردن ، ص 10

__ أن الخدمة أداء أو نشاط و ليست شيئا ملموسا.

__ الخدمة غير ملموسة.

__ تتطلب الخدمة وجود طرفين : طرف يقدم الخدمة و طرف يحصل عليها.

__ لا ينتج عن أداء الخدمة نقل ملكية شيء باعتبارها غير ملموسة.

__ و يحدد أحيان الخلط بين السلع المادية و الخدمات و التفرقة الواضحة بينهما تكمن في ان الخدمة ليست شيئا ماديا ملموسا ، ولا يمكن تملكها ، فعلى سبيل المثال : عندما تستأجر غرفة في الفندق لا تأخذ شيئا ماديا ملموسا عند مغادرتنا الفندق ، و إنما نحصل على درجة من الانطباع و الرضا على مستوى الخدمة المقدمة ، كما هو الحال في البنك عندما ترغب في تحويل الأموال إل أحد الأقارب، فإننا لا تأخذ شيئا ماديا ملموسا و إنما نتحصل على درجة من الانطباع و الرضا من خلال إجراء عملية التحويل.

__ كما أن تقديم الهدمة لا يشترط استخدام الآلات و المعدات كما هو الحال في إنتاج السلع المادية ، فقد تستخدم عدة آلات و معدات مختلفة ، لكن يبقى العنصر البشري هو الأساس الذي يتحتم وجوده و إسهامه في تقديم الخدمة ، فالعامل الذي يساهم في إنتاج السلع لا يقدمها بنفسه للمستهلك ، بينما موظف البنك هو الذي يتعامل مع الزبون و يقدم له الخدمة بنفسه، حيث يتوقف مستوى جودة الخدمة على مستوى المهارة الكفاءة المهنية و الصفات السلوكية للموظف عند تقديمه للخدمة.

2/ مكونات الخدمة:

__ حدد الباحثان (**BITHER** و **ZEITMAL** 1996) مكونات الخدمة و التي تؤثر على إدراك العملاء لجودة الخدمة المقدمة لهم في ثلاثة عناصر أساسية و هي: العمليات ، العنصر البشري، و المكونات المادية للخدمة فيما يلي:

2_1_ العمليات : و يشتمل هذا العنصر على الأساليب التي يتم لها الوصول إلى المواصفات أو الخصائص التي يرغبها الزبون في الخدمة و تعكس العمليات في أداء الخدمة العناصر التالية:

__ تدفق و تتابع العمليات التي تؤدي الخدمة.

__ خطوات أداء كل عملية من العمليات.

2_2_ العنصر البشري: و يشمل هذا العنصر على:

__ العاملين (الموظفين) مقدمي الخدمة.

__ العميل الذي يقيم الخدمة المقدمة له.

__ العملاء الآخرون.

__ و يعتبر العنصر البشري من اهم العناصر التي تؤثر على مكونات الخدمة و التي تؤثر بدورها عل إدراك العميل لجودة الخدمة ، و المقصود بالعميل كل من يتأثر بأهداف الجودة أو كل من له دور في تحقيقها و العملاء ، إما عملاء خارجيين أو عملاء داخليين (الموظفين بالبنك) فيما يتعلق بالعملاء الخارجيين يجب على إدارة البنك أن تحدد بدقة العميل المستهدف و أن تتعرف على مستوى الجودة الذي يرغبه ثم ترجمة ذلك إلى مواصفات للخدمة المصرفية التي تشبع العميل.

2_3_ المكونات المادية الملموسة للخدمة: و هذا العنصر يشتمل على :

__ الأجهزة و التسهيلات المادية,

__ المظهر الداخلي و الخارجي للبنك.

__ توافر احتياطات الأمن.

__ و يعكس هذا العنصر ندى ملائمة المكونات المادية للخدمة لتوقعات العملاء.

و تجدر الإشارة أنه و نظرا لأهمية هذه العناصر الثلاث (العمليات ، العنصر البشري و المكونات المادية) و دورها في تحديد مستوى جودة الخدمة ، فقد اعتبر بعض الكتاب أن هذه العناصر تمثل مزيجا تسويقيا بالنسبة للخدمة ليضاف إلى المزيج التسويقي المتعارف عليه LES 4 PS ، حيث أصبح في قطاع الخدمات ، و الخدمات المصرفية المزيج التسويقي يتكون من سبعة عناصر LES 7 PS .

المطلب الثاني: مفهوم الخدمة المصرفية و أنواعها¹

1/ تعريف الخدمة المصرفية : هي مجموعة من الأنشطة و العمليات ذات المضمون المنفعي في العناصر الملموسة و غير الملموسة و المقدمة من قبل المصرف و التي يدركها المستفيدون من خلال ملاحظتها و قيمها المنفعية و التي تشكل مصدرا لإشباع حاجاتهم و رغباتهم المالية و الائتمانية الحالية و المستقبلية وفي الوقت ذاته تشكل مصدرا لأرباح المصرف من خلال العلاقة التبادلية بين الطرفين.

2/ أنواع الخدمات المصرفية:

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

1_ قبول الودائع:

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

_ الودائع الجارية (الحسابات الجارية او حسابات تحت الطلب).

_ الودائع الادخارية : و هي ودائع لأجل محدد ، وودائع التوفير و شهادات الإيداع .

2_ تقديم التسهيلات الائتمانية:

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

3_ الخدمات البنكية التقليدية:

و هي كل الخدمات التي تقدمها البنوك التجارية يوميا لزبائنهم مقابل حصولها على عمولات مثل:

_ صرف الشيكات المسحوبة على البنك بالعملة المحلية و الاجنبية.

¹ عوض بدر الحداد ، تسويق الخدمات المصرفية ، داؤ البيان للنشر ، مصر ، 1998 ، ص ص 36_37

__ تحصيل الشبكات لصالح زبائن البنك.

__ إجراء جميع عمليات التحويلات وفقا لأوامر الزبائن بالداخل و الخارج.

__ إصدار الشيكات للزبائن.

__ فتح الحسابات بالعملة المحلية و الأجنبية.

__ إصدار الشهادات التي تثبت القيام بالعمليات المالية مع الزبائن.

4_ الخدمات المصرفية الحديثة:

و تتمثل في الاستثمار في الأوراق المالية ، إدارة محافظ الأوراق المالية لصالح الزبائن ، المساهمة في رؤوس أموال المشاريع الاستثمارية ، خدمات الهندسة المالية، خدمات أمناء الاستثمار لصالح الزبائن ، تقديم الاستشارات المالية ، دراسة الجدوى الاقتصادية للمشاريع لصالح العملاء.

و تجدر الإشارة إلى ان هذه الخدمات جد محدودة في البنوك الجزائرية نظرا لضعف التعامل بالأدوات المالية الاستثمارية و ضعف السوق المالي للبورصة,

5_ الخدمات المصرفية الحديثة :

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

__ الاستفادة من التطورات الهائلة في مجال المعلومات و الحاسبات الآلية.

__ التزايد المستمر في احتياجات و رغبات الزبائن.

__ التحول في فلسفة العمل المصرفي و التسويق المصرفي حيث أصبحت البنوك تستهدف شريحة واسعة من الزبائن و لا تقتصر على شريحة أو فئة محدودة منهم ، و تحول الاهتمام من التركيز على أداء الخدمات المصرفية إلى لتركيز على الزبائن و إشباع حاجاتهم.

__ و لقد تعددت أشكال تقديم الخدمات المصرفية الحديثة و ذلك بالاعتماد على وسائل الدفع الالكترونية كبطاقات الائتمان و آلات الصرف الآلي ATM و نظم التحويل الالكتروني للأموال و الخدمات المصرفية عن بعد و الخدمات المصرفية عن طريق الانترنت.¹

المطلب الثالث: خصائص و مميزات الخدمة المصرفية

1_ خصائص الخدمات المصرفية: سبب وجهات نظر بعض الكتاب المختصين في حال التسويق المصرفي ، فإن الخدمات المصرفية تتمتع بخصائص ندرجها كالآتي:

__ الخدمات المصرفية ليست مادية ملموسة.

__ الخدمات المصرفية غير قابلة للتجزئة أو التقسيم أو الانفصال عند تقديمها.

__ الخدمات المصرفية ليست محمية ببراءة اختراع و كل خدمة جديدة يوجد لها بنك ما يمكن لبنك آخر تقديمها.

__ تعتمد الخدمة المصرفية في تقديمها على التسويق الشخصي و على مهارة و كفاءة مقدم الخدمة.

__ لا يمكن لموظف البنك إنتاج عينات من الخدمة و إرسالها للزبون لفحصها و الحصول على موافقته على جودتها قبل الشراء.

__ الخدمات المصرفية غير قابلة للاستدعاء مرة ثانية في حالة وجود عيوب أو أخطاء عند تقديمها ، ففي هذه الحالة الاعتذار و ترضية العملاء هما البديل الوحيد أمام موظف البنك.

__ جودة الخدمة المصرفية غير قابلة للفحص قبل تقديمها من طرف موظف البنك إلى الزبون.

__ تقديم الخدمات المصرفية لا يأخذ غمطيا محددًا حيث تختلف طريقة تقديم الخدمة و درجة تفاعل موظف البنك من زبون لآخر.²

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

¹ محمد حميد عبد الهادي الرويس ، نموذج مقترح لقياس جودة الخدمات المصرفية لدولة قطر ، رسالة الدكتوراه ، كلية التجارة ، جامعة عين شمس ، مصر ، 2002 ، ص 55 من الموقع : www.MAKTABA.net/net/vd اطلع عليه في 24 أبريل 2021 على الساعة 8:00 سا.

² بريس عبد القادر ، جودة الخدمات المصرفية كمدخل لزيادة القدرة التنافسية للبنوك ، مقال في مجلة (اقتصاديات شمال إفريقيا) ، العدد 3 ، ص 254.

__ التفتت الجغرافي: حيث يمكن تقديم الخدمات المصرفية داخل حدود الدولة عبر مختلف مناطقها و خارج حدود الدولة بالخارج خاصة خدمات التحويلات المالية، وإصدار البطاقات البنكية و الشبكات السياحية حيث هذه الخدمات تقدم للزبون حيث ما وجد.

__ زيادة قدرة عرض الخدمات المصرفية على خلق الطلب عليها.

__ ارتفاع مرونة الطلب على الخدمات المصرفية.

__ تصاعد أهمية العنصر البشري: حيث ان طبيعة التعامل المصرفي و ما يتطلبه من السرعة في الأداء و السرية و الامانة ، و كبر حجم المخاطر التي تتعرض لها البنوك ، فإن تدريب موظفي البنك و الرفع من كفاءتهم يعتبر أمرا جاسما.

__ ارتباط الخدمات المصرفية باسم البنك مقدم الخدمة و درجة الثقة فيه.¹

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

- تشابه ما تقدمه البنوك من خدمات:

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

- تعقد و تنوع الخدمات المقدمة :

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

- شدة المنافسة بين البنوك:

تشدد المنافسة بين البنوك في الانفراد بتقديم خدمات متميزة للزبائن و جلب 'دد أكبر منهم ، الأمر الذي يصعب من مهمة البنط في المحافظة على مستوى معين من المنافسة نظرا للظروف البيئية المتغيرة التي ينشط فيها البنك.

- أهمية عنصر الثقة في البنك:

¹ عوض بدر الحداد ، المرجع السابق ، ص 51

نظرا لحساسية التعامل في الأموال فإن خسارة البنك في إحدى العمليات المالية قد تنشأ خوفا لدى الزبائن ، الأمر الذي يؤدي إلى عجز البنك عن توفير السيولة اللازمة لمواجهة حركة السحب غير العادية الناتجة عن تخزف الزبائن و تحولهم إلى بنوك أخرى ، كما أن عجز البنك عن تحقيق الإيرادات و الأرباح المناسبة قد يؤدي إلى اهتزاز صورة البنك و تقص الثقة لدى الزبائن.

- الاعتماد على التوزيع المباشر:

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

- ارتباط نشاط البنك بالسياسة الاقتصادية و النقدية للدولة:

أن العلاقة الوثيقة بين الجهاز المصرفي و النشاط الاقتصادي تجعل كلا منهما يؤثر بالآخر فبناء على الحالة الاقتصادية للدولة يتخذ البنك المركزي قرارات و يستخدم مجموعة من الأدوات النقدية و الائتمانية للتأثير على النواحي الاقتصادية حسب الأهداف الموضوعية و من خلال ذلك تتأثر البنوك بهذه القرارات و الأدوات. و يتعكس ذلك على طبيعة المنتجات و الخدمات المصرفية التي تقدمها.¹

المطلب الرابع: بيئة و تصميم الخدمة المصرفية

أولا: بيئة الخدمة المصرفية ENV:

اعترض بيئة الخدمة المصرفية مجموعة من التغيرات التي أثرت على هيكل و طبيعة المنافسة فيها، و شكلت هذه التغيرات مراحل داخلية و خارجية تركت آثارا هاما على قطاع الخدمات المصرفية بأكمله ، و من أهم هذه العوامل تلك العوامل الاقتصادية و الاجتماعية و القانونية و الثقافية و ترتبط بيئة الخدمة المصرفية بالعوامل التالية:

1_ البيئة التنافسية: من المعروف أن تزايد المنافسة يكون لصالح العملاء في النهاية ذلك أنهم تتيح لهم فرصة اختيار أوسع.

¹ عوض بدر الحداد ، مرجع سابق، ص 52

و حتى يتمكن البنك من النجاح في السوق ينبغي أن يكون محركا لما تعرضه البنوك و المؤسسات المماثلة من الخدمات و الأساليب التسويقية المستخدمة ، كذلك ينبغي على إدارة التسويق في البنك أن تعمل باستمرار على تفهم العوامل التي تحكم اختيار العملاء للخدمات المصرفية و التعامل مع البنوك.

2_ الظروف الاقتصادية: على البنوك أن تستجيب للمتغيرات الاقتصادية التي تتسم بعدم الاستقرار مثل : ارتفاع معدلا التضخم و تقلب أسعار الفائدة المستمر و كذلك أسعار الصرف و أن تزود العملاء باحتياجاتهم من الخدمات المالية و المصرفية المناسبة للظروف الاقتصادية السائدة ، و عند تحليل تأثير البيئة الاقتصادي على البنوك يجب أن تركز اهتمامها على ناحيتين أساسيتين هما الموقف الاقتصادي و المالي للبنك و الموقف الاقتصادي أو الحالة الاقتصادية للعملاء.

3_ البيئة السياسية و القانونية: يفرض التشريع قيودا قانونية على النشاط التسويقي للبنك ، و الأمر الذي لاشك فيه أن القيود التي تضعها حكومات الدول المختلفة تفرض العديد من النظم الرقابية على العديد من الجوانب المتعلقة بالتجارة من النقل و التوزيع، و غيرها و فيما يتعلق بالبنوك فإن التشريع يضع قوانين التي تحكم منح الائتمان الاستهلاكي ، فتح الفروع ، السماح للبنوك الأجنبية بفتح فروع لها في السوق المحلي و غير ذلك من التشريعات و القوانين.

4_ البيئة الثقافية: ينبغي الأخذ في الحساب العوامل الثقافية و الاجتماعية و أثرها في كيفية إدارة البنك و التعامل مع العملاء و على الرغم من إقناع البنوك بأنه هناك عملاء جدد ينبغي الوصول إليهم ، إلا أن الكثير من البنوك تجد نفسها في حالة من التحفظ و عدم الاستجابة السريعة لكثير من مطالب العملاء غير المتعلمين أو ذوي المستوى التعليمي المنخفض ، و إذا كان هناك اتجاه نحو اقناع هؤلاء الذين لا يتعاملون مع البنوك باستخدام الخدمات التي يقدمها البنك ، فإن على موظفي البنك أن يبدؤوا روح الصداقة و المعاملة الجيدة لهؤلاء العملاء.

5_ البيئة الديمغرافية: ينبغي على البنك كذلك أن يأخذ في الحساب عند رسم الاستراتيجيات و السياسات التسويقية الاتجاهات و التغيرات المتوقعة في الظروف الديمغرافية فيما يتعلق بمعدلات المواليد، حدم السكان و كافة الخصائص الديمغرافية ، و لا شك أن دراسة هذه العوامل له دلالات تسويقية بالنسبة لنشاط البنك حيث تظهر أهمية اتجاهات العملاء نحو الادخار و الصرف و الاقتراض في التأثير على النشاط التسويقي للبنك.

6_ البيئة التكنولوجية: تعتبر صناعة البنوك من أكثر الصناعات تأثيرا بالتطور التقني الذي له أكبر الأثر على تنوع و تعدد ما يعرف بالبنك المنزلي EFT POS و كذلك ATMS لخدمات الصرف الآلي.

و تعد كل هذه التطورات ذات تأثير هائل على أداء البنوك و تقديمها للخدمات المصرفية خلال حقبة الثمانينات و التسعينيات ، و سوف تستمر الثورة الالكترونية في تحسين الطرق و الأساليب التي تتمكن بها البنوك من خدمة عملائها.¹

ثانيا: تصميم الخدمة المصرفية DES :

تتقيد المصارف أثناء تصميم الخدمة بمجموعة اعتبارات هامة تتعلق بكيفية تحديد ملائمة الخدمة للزبون و اختيار مفهوم التصميم الذي يجب أن ينسجم مع الاحتياجات المطلوبة للزبائن و ترجمة هذا المفهوم إلى مواصفات و بعد ذلك يجب أن يعطي المصرف تأكيدا خاصا على الجوانب الإضافية لجودة التصميم من خلال المراجعة الدورية للخدمة ، أي أن تصميم جودة الخدمة المصرفية يتعلق ب العناصر الثلاثة التالية كما توضحها المعادلة التالية:

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

Des: تصميم الخدمة المصرفية.

Stan: معايير الخدمة,

Com: المطابقة.

Aud: مراجعة الخدمة.

1_ معايير الخدمة STAN :

و هي التوقعات و مستويات الأداء القابلة للقياس التي تحدد جودة الاتصال بالزبون ، و هي تتضمن المعايير الفنية مثل: زمن الاستجابة أو المعايير السلوكية ، و ينف GILMOT AND BOTLAND معايير جودة الخدمة مصرفية في قسمين:

— **معايير نفسية صعبة القياس:** و هي الاستجابة و التعاطف و الاستعداد للمساعدة و الاتصال الجيد و كفاءة الموظف و الثقة و السمعة ، و معايير كمية سهلة القياس تتضمن التسهيلات المادية و الحزم الخدمية و سرعة التسليم و التسهيلات الائتمانية و الدعم الفني و مظهر و لباقة موظفي المصرف و شكل احتياجات و توقعات الزبائن أساس معايير الخدمة القابلة للقياس و يجب على المصارف إيصال معايير الخدمة المصرفية لجميع الموظفين ذوي الاتصال المباشر مع

¹ أحمد الكردي ، التسويق المصرفي ، www. kenane on line .com اطلع عليه في : 25 أبريل 2021 على الساعة 00: 13

الزبون و ضرورة شرح هذه المعايير عند إعطاء توجيهات للموظفين و للمحافظة على تماسك و فاعلية هذه المعايير يجب على المصارف أن تدعم و تعزز معايير خدماتها باستمرار و يمكن الاستفادة من التغذية العكسية لشكاوي الزبائن في تحسين و تكوير معايير الخدمة المصرفية ، و تساعد ثقافة المعلومات في الوقت الحالي في تحقيق المطابقة لمعايير خدمة الزبون ، و يجب أن يتضمن معايير خدمة الزبون وصفا للخدمة المصرفية المقدمة و قابليتها للتطبيق و الفوائد التي تعود على الزبون الذي يتلقاها ومبادئ الخدمة التي تتضمن جودة تسليم الخدمة التي يتوقعها الزبون ، و أهداف التسليم المحددة للجوانب الرئيسية للخدمة و تكاليف تسليم الخدمة و شكاوي الزبائن ف حالة الشعور بعدم التقاء المعايير الخدمية.

إن معايير الخدمة يجب أن توضع بناء على مستويات جميع المقاييس التي تمثل الجودة المقبولة و غير المقبولة و من الضروري القيام بالأعمال التصحيحية عندما يوضح قياس جودة الخدمة أن النظام الخدمي يقع خارج الرقابة المصرفية ، و بالرغم من أن عملية إقامة مقاييس الجودة يعد معقدا ، إلا أنها تعكس التأكيد السلوكي وال فني لمظم الخدمة، ففي بداية الأمر يحتاج الأمر لجهود شاملة و مكثفة لإقامة هذه المقاييس في الخدمات المصرفية لاسيما و أنها يجب أن تتضمن عنصر التكامل لجميع الفعاليات المختلفة المؤثرة و المتأثرة بها.

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

2_ المطابقة COM :

أي إنجاز المواصفات و توثيق الخدمة و الالتزام بمعاييرها ، حيث تشكل العمليات المصرفية إحدى تحديات تطبيق الطريقة الجديدة المقترحة لعمولة جودة الخدمات المصرفية و المهارات التي يتمتع بها أفراد المصرف بهدف تسليم خدمات مصرفية ذات جودة و مطابقة لتصميم هذه الخدمة أي أنها تلتقي المواصفات الموضوعية لها.

— و يتحقق ذلك من خلال منع و رقابة الأخطاء في المعاملات المصرفية ، لذلك تلعب العمليات المصرفية دورا أساسيا في تحقيق جودة المطابقة يقود إلى جودة الخدمة في مستوى التكلفة المناسبة و تعد القيم و الاتجاهات التي يتمتع بها الأفراد هامة جدا لاكتشاف الأفراد غير المؤهلين للدخول في استراتيجية عولمة جودة الخدمات المصرفية بحيث يتم إعادة تدريبها و تأهيلها و إعدادها لخدمة الأهداف المستقبلية لإدارة المصرف.

3_مراجعة الخدمة AUD :

تعد المراجعة عنصرا أساسيا أي استراتيجية الخدمة المصرفية بهدف تحسين جودة و عملية تسليم هذه الخدمة خصوصا على المستوى العاملي ، من الضروري أن تأخذ هذه المراجعة بعين الاعتبار تقييم الزبائن للخدمات المصرفية الموجودة حاليا ، و الاحتياجات الحالية و المستقبلية لهم و المسائل التي تواجه موظفي المصرف أثناء تسليم الخدمات المصرفية و الأولويات و الاعتبارات الاقتصادية و الاجتماعية و المالية السائدة في البلد الأم للمصرف، و التطورات المهنية و الإدارية و القانونية و بيئة الموارد المتوفرة.

و يجب أن تخذ المراجعة تصميم الخدمة في نهاية كل مرحلة التصميم بهدف معرفة النتائج الفعلية التي حققها التصميم و اعتبرت المواصفة الدولية 2_199 ISO 9004 من الواجب أن يتضمن مراجعة الخدمة ممثلين عن جميع الوظائف المؤثرة على جودة الخدمة المناسبة للمرحلة التي تم مراجعتها ، و يجب أن تحدد التصميم الأخطاء و المشكلات و نقاط الضعف في التصميم لضمان التقاء المواصفات الدولية الموضوعة في هذا المجال.

المبحث الثاني: جودة الخدمات المصرفية

المطلب الأول: مفهوم الجودة و جودة الخدمات

1 _ تعريف الجودة : يرجع مفهوم الجودة **QUALITY** إلى الكلمة اللاتينية **QUALITAS** التي تعني طبيعة الشخص أو طبيعة الشيء و تعني كذلك الدقة و الإتقان.

لكن اختلفت التعاريف الخاصة بالجودة و هذا راجع للتغيرات الاقتصادية و اختلف الباحثون في إيجاد تعريف موحد للجودة ، لذلك سوف نتطرق إلى بعض التعريفات:

_ تعريف الجمعية الأمريكية للجودة: " الجودة هي الخصائص الكلية للمنتج (خدمة أو سلعة) التي تظهر و تعكس قدرة هذا المنتج على إلباع حاجات ظاهرية و أخرى ضمنية.

_ كما عرفت من قبل **GOTESCH** بأنها " هي الحالة المتحركة أو الديناميكية المتغيرة و المتعلقة بالخدمات و المنتجات و الأفراد و العمليات لغرض سد حاجة أو مواجهة متطلبات متوقعة.

_ الجودة حسب المواصفات القياسية ISO 9000 لعام 2000 : الجودة هي مجموعة الصفات المميزة للمنتج أو النشاط أو العملية أو المؤسسة أو الشخص التي تجعله ملبياً للحاجات المعلنة و المتوقعة أو قادراً على تلبيتها.

_ الجودة من وجهة نظر **FICHET**: درجة التألق و التميز و كون الأداء ممتازاً و كون خصائص المنتج (سلعة او خدمة) ممتازة عند مقارنتها مع المعايير الموضوعة من منظور المنظمة أو من منظور الزبون.¹

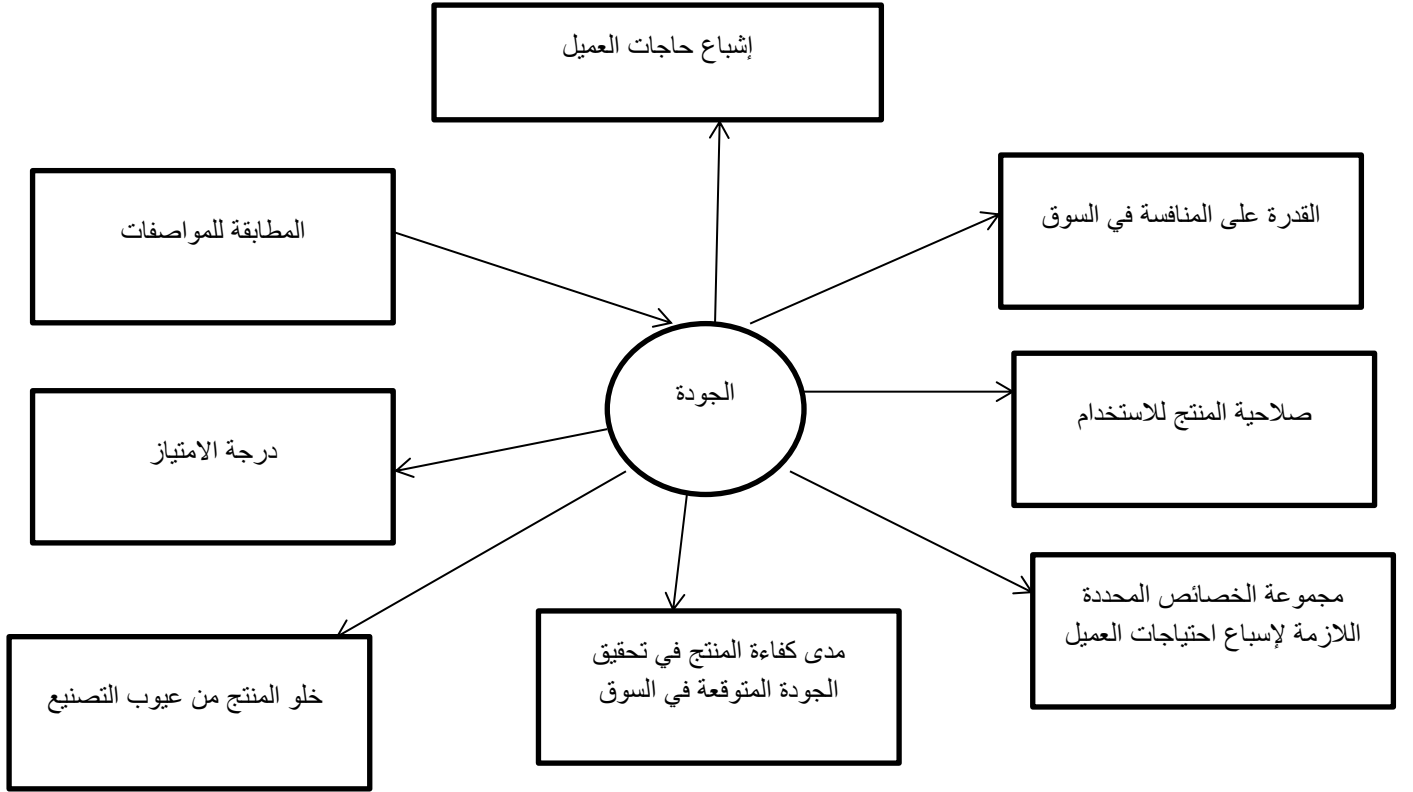
و هناك من يرى أن الجودة هي إنتاج لسلعة أو تقديم خدمة لمستوى عالي من الجودة المتميزة كون قادرة من خلالها على الوفاء باحتياجات و رغبات عملائها بالشكل الذي يتفق مع توقعاتهم ، و تحقيق الرضا و السعادة لديهم ، وي تم ذلك من خلال مقاييس موضوعة سلفاً لإنتاج السلعة أو تقديم الخدمة و لإيجاد صفة التميز بها.²

الشكل رقم :01: التعريفات المختلفة للجودة:

¹ سليمان فاطمة ، جودة الخدمات المصرفية و أثرها على تحقيق رضا الزبون ، مذكرة ماستر في علوم التسويق ، جامعة المسيلة ، الجزائر ، 2013، ص

20.

² عمر وصفي عقيلي ، المنهجية المتكاملة لإدارة الجودة الشاملة ، دار وائل للنشر ، عمان ، 2001، ط 1 ، ص 17.



المصدر: محمد سمير أحمد ، الجودة الشاملة و تحقيق الرقابة في البنوك التجارية ، دار المسيرة

للنشر و التوزيع و لطباعة ، الطبعة الأولى ، عمان ، 2000 ، ص 63

2_ تعريف جودة الخدمات:

تعرف بأنها : " معيار لدرجة تطابق الأداء الفعلي للخدمة مع توقعات العملاء لهذه الخدمة.¹

__ كما تعرف أيضا بأنها الفجوة أو الانحراف ما بين توقعات الزبون للخدمة و إدراك الجودة بعد استهلاك الخدمة.

__ و هي : " قياس لمدى تطابق مستوى الجودة المقدمة مع توقعات المستفيد بتقديم الخدمة ذات جودة يعني في المحصلة النهائية أن تكون الخدمة متوافقة مع توقعات المستفيدين.²

من خلال التعريفات السابقة يمكن استخلاص ما يلي: تتعلق جودة الخدمة أساسا بوجود علاقة بين المزايا المحققة فعلا من استعمال الخدمة و الفوائد المرجوة منها.

¹ عوض بدير الحداد ، مرجع سابق، ص 336.

² علي السلمي / إدارة الجودة الشاملة و متطلبات التأهيل للإيرزو ، دار غريب للنشر و التوزيع ، 1995 ، ص 19.

المطلب الثاني: مفهوم جودة الخدمات المصرفية و خصائصها الرئيسية

1/ مفهوم جودة الخدمات المصرفية:

جودة الخدمات المصرفية هي تقديم نوعية عالية و بشكل مستمر وصورة تفوق قدرة المنافسين الآخرين.

كما أن جودة الخدمات المصرفية تتم بمعرفة و دراسة احتياجات و رغبات الزبائن و العمل على إشباع هذه الرغبات و التعرف على توقعات الزبائن و إدراكهم للخدمة المقدمة ، و بالتالي محاولة تخفيض بين توقعات الزبائن و إدراكهم للخدمة المتوقعة و بالتالي محاولة تخفيض الفجوة بين توقعات الزبائن و الخدمة المقدمة فعليا ، و ذلك للحصول على الهدف الرئيسي و هو إرضاء الزبون و تجسيد الانتماء و الولاء للمصرف من خلال تقديم خدمات توعية و أداء مصرفي متميز و هذا للحصول على جودة أكثر و قدرة على المنافسة.¹

الشكل رقم 2 : يوضح مفهوم جودة الخدمة المصرفية



المصدر : خضير كاظم محمد / 2007، إدارة الجودة و خدمة العملاء ، الطبعة الثانية، دار المسيرة للنشر و التوزيع ،

الأردن ، ص 216

¹ سامي فاطمة ، مرجع سابق، ص 20

2_ خصائص الجودة المصرفية:

__ تتميز جودة الخدمات المصرفية بخصائص أهمها:

- تحقيق ميزة تنافسية فريدة عن بقية البنوك و بالتالي مواجهو الضغوط التنافسية.
- تحمل تكاليف أقل بسبب قلة الأخطاء في العمليات المصرفية.
- تتيح الفرصة لبيع خدمات مصرفية إضافية.

المطلب الثاني: أبعاد جودة الخدمات المصرفية و فوائدها

1/ أبعاد جودة الخدمات :

الجودة هي ثمن الدخول إلى السوق في حين التمييز في الخدمة هو ثمن النجاح إذا تتمثل مفاتيح الجودة في تقديم الخدمات وفقا لمعايير و موصفات محددة قد حددها بعض الكتاب ثم دمجها في خمسة يستخدمها العميل في تقييم جودة الخدمة المقدمة و هي:¹

أولا: الاعتمادية RELIABILITE: و هي القدرة على إنجاز الخدمة المطلوبة باعتمادية و دقة و ثبات أي تشير إلى قدرة المصرف على إنجاز الخدمة المصرفية الموعودة بشكل دقيق يعتمد عليه ، و بما أن العميل يريد ان يجري معاملاته مع المصرف التي تحافظ على وعودها خصوصا تلك المرتبطة بالميزات الجوهرية للخدمة ، و لذا يجب على المصارف أن تكون على دراية بتوقعات الزبون و ذلك بالبحث عنها.

ثانيا: الاستجابة: RESPONSIVENCES : هي قدرة المصرف على تقديم الخدمة بسرعة و مساعدة العملاء باستمرار ، و يركز هذا البعد على المعاملة و اللطف أي التعامل مع طلبات العملاء من استفسارات و شكاوي و مشاكل بسرعة.

ثالثا : الأمان SECUTITY : ضمان السرية في المعاملات مع المصرف و الخلو من الخطورة و الشك،

¹ جبلي هدى ، قياس جودة الخدمة المصرفية ، دراسة حالة بنك البركة ، رسالة شهادة الماجستير في العلوم التجارية ، كلية العلوم الاقتصادية و علوما التسيير ، جامعة منتوري ، قسنطينة ، الجزائر ، 2006 ، 2007، ص ص 74،72

رابعاً : الاهتمام و التعاطف: **EMPATHY** : يعني توافر صفات اللياقة و التأدب في الشخص مقدم الخدمة وكذلك الكياسة و المودة و الصداقة مع العملاء حتى يبنى علاقات جيدة معهم يسودها الاحترام مما يؤدي إلى سهولة الاتصال و تفهم العملاء و العناية بهم.

خامساً: **العناصر الملموسة**: هي مظهر التسهيلات المادية المتاحة لدى البنك و هي الأجهزة و المعدات و وسائل الاتصال التابعة للبنك (الصراف الآلي ، معدات التدقيق و حساب النقد) و مستلزمات الراحة للعملاء.

الجدول التالي يشرح هذه الأبعاد:¹

الجدول : أبعاد جودة الخدمات المصرفية

البعد	الشرح
الملموسة	ظهور العنصر المادي: _ حداثة و جاذبية لظهر البنك. _ مظهر العاملين التسهيلات المادية
الاعتمادية	أداء صادق و صحيح : _ القدرة على الوفاء بالوعد في الأجل المحدد. _ معلومات دقيقة و صحيحة. _ مصداقية الأداء و إمكانية الاعتماد على المؤهلات و الكفاءات.
الاستجابة او الخدمة للعميل	السرعة و المساعدة : _ إعلام العميل بآجال الوفاء بالخدمة. _ سرعة تنفيذ المعاملات _ سرعة الرد على شكاوي الفرد.
الأمان	ثقة العملاء في المصرف: _ ضمان الحصول على الخدمة حسب الوعد . _ انعدام الخطر و الشك في تعاملات البنك. أداء سليم من طرف الموظفين.
التعاطف	الاهتمام بالعمل: _ فم و معرفة حاجات العميل. _ الوعي بأهمية العميل. _ ملائمة ساعات العمل مع التزاماته

Source :www.ecogesqm.ac_ aix _marseihe.fr. setvices quality. P 7

¹ سليمان فاطمة / مرجع سابق، ص 24

2_ فوائد جودة الخدمة المصرفية:

و تظهر الفوائد الداخلية لجودة الخدمة المصرفية من خلال علاقاتها بموظفي المصرف في تعابير زيادة الرضا و رافع الروح المعنوية و الالتزام بالأعمال المصرفية التي ينفذونها في العلاقات العمالية الجدية و الولاء المتزايد للموظفين يساعد في تخفيض معدل دوران العمال ، و التكاليف المترافقة مع المصرفي أي إيجاد البيئة الملائمة للعمل المصرفي من خلال البحث عن الفرض الأفضل لاكتساب المهارات و تنويع الأعمال و تطبيق التحسينات ، و بذلك يكون موظفو المصرف جزءا من ثقافة الخدمة المصرفية الموجهة للزبون كونهم يشاركون في التحسينات التي يتطلبها العمل المصرفي.

— إن جودة الخدمة الجيدة تعزز سمعة المصرف و صورته أمام جمهور المتعاملين معه ، مما يعزز بدوره وضع المصرف في مواجهة المنافسة فقد يحصل موظفو المصرف على جوائز إيماننا منهم بأهمية جودة الخدمة الموثقة حيث تقود جودة الخدمة الناجحة إلى تخفيض التكاليف سواء تكاليف الأخطاء أو تكاليف التشغيل أو حتى تكاليف الإعلان و الترويج ، إضافة إلى زيادة الإنتاجية و الحصة التسويقية و ربحية المصرف و تحسين أداء الأعمال المصرفية.

المطلب الرابع: العلاقة بين إدارة الجودة و الخدمة و المصرف

إن العمليات الخدمية المصرفية تنشأ في كل أنحاء العالم و لنجاح العلاقة بين الجوانب المختلفة للنموذج المقترح لابد من وضع إجراءات تأسيس العمليات المصرفية العالمية و التي تتمثل في:

أ/ تحديد ما إذا كانت التسهيلات المصرفية كافية لدعم جودة الخدمات المصرفية على المستوى العام و بشكل خاص تطبيقات ثقافة المعلومات و الانترنت و الاتصالات ، إضافة إلى التفاتات الرقمية و الصوتية و التأكد من توزيع أفراد المصرف باللغات الأجنبية المناسبة لدعم ذلك.

ب/ تحديد الأسواق المالية الخارجية المفتوحة : إذ يمكن للمصارف أن تمارس أعمالها المصرفية العالمية فيها و تقدم كافة أنواع خدماتها ، لأن هذه الأسواق متحررة نسبيا من القيود المالية كونها تمارس أعمالها في ظل اتفاقية تحرير تجارة الخدمات المالية.

ج/ تحديد ما تقدمه الخدمات المصرفية من فوائد للزبائن الخارجيين لذلك لابد من الاهتمام بعملية التطوير و لتحسين المستمر بجودة الخدمات المصرفية على المستوى العالمي.

د/ تحديد كيفية الوصول إلى الزبائن العالميين ، و تتضمن المداخل الرئيسية لهذا الأسلوب استغلال الانترنت و وضع قوائم الزبائن و الحصول على المعلومات اللازمة عن السوق المصرفي الأجنبي لمعرفة درجة جودة الخدمات التي يمكن منحها له.

__ إن الاهتمام بجودة الخدمات المصرفية يحقق للمصارف فوائد متعددة أهمها إلى جانب الزبائن الحاليين الأمر الذي يزيد من فاعلية الأعمال المصرفية العالمية، و يوفر التكاليف نتيجة الحصول على الأشياء و الأعمال الصحيحة في الوقت المناسب الناتجة عن زيادة فرص البيع ، و توحيد و دمج المصارف الشاملة و المعارف المتعلقة و تمكين الموظفين من تحديد احتياجات الزبائن و تقديم الخدمات الملائمة التي تلي هذه الاحتياجات.

__ إن الجودة المتميزة للخدمات المصرفية تعزز سمعة المصرف و تحفز تكاليفه و تعزز ولاء الزبون مما يؤدي إلى زيادة الحصة السوقية و الربحية و الدقة في الأعمال المصرفية.¹

المبحث الثالث: تأثير الصيرفة الالكترونية على جودة الخدمات المصرفية

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

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.

أ/ الجودة على الخط wab qual:

عرفة **batnesetal** بأنه الاستبيان على الخط الذي يقدم للعملاء لتقييم جودة المواقع على شبكة الانترنت وفقا لتطوراته ، الاستبيان ينجز من قبل العملاء و تقييم العلماء التوعي يحول إلى مقاييس كمية تعتبر مفيدة لإدارة عملية صنع القرار wab qual يسمح بإجراء مقارنات بين بيئة التجارة الالكترونية في نفس الميدان و مع مرور الوقت ، و قد تم تطبيقه في العديد من المجالات منها مواقع الجامعة على الشبكة ، مواقع البيع بالمزاد العلني ، موقع بيع

¹ رعد حسن صرن ، مرجع سابق، ص ص 99، 101

الكتب على الشبكة ، كما أنها تعتبر تتابع جزئي تقييم جودة المعلومة و انتشارها في بيئة التجارة الالكترونية ، إن وسيلة web qual أصبحت سلوك متكرر تنجز و تعدل حسب متغيرات كل ميدان في التجارة الالكترونية.

ب: **E_serv qual** : عرفه **parasurmanandal** بأنه نموذج مفاهيمي لجودة الخدمة في محيط الجدار الالكتروني **etailligevirennement** هي قائمة على هيكل جودة الخدمات التقليدية خارج الخط المسماة **serqual** و هي مشتقة من البحوث الاستكشافية حول مجموعات التعديل و مرجلتين من مجموعة المعلومة التجريبية و التحليلية ، هذا ينتج سبعة خصائص لجودة الخدمة : الكفاءة، الاعتمادية ، الإنجاز ، السرية ، الاستجابة، التعويض ، الاتصال المباشر ، كل هذه الخصائص تمثل مقاييس يستعملها العملاء لتقييم الخدمات على الخط.

ج / **E_SEQUAL** : عرفه **DAWNSOMANDAL**: بأنه هيكل لجودة الخدمة التي تعتبر أساس تجربة و إدماج علاقات العملاء الالكترونية **E_crm** و استراتيجيات **HCI** للتصميم الفعال و تطوير محيط الجدار الالكتروني.

E_SEQUAL يمكن أن يوفر توجيهات و إرشادات للتجارة الالكترونية فيما يتعلق بتكامل الواجهة و إنهاء الإجراءات التجارية **BACK_END** و عبر مختلف نقاط التماس العملاء مثل: الهاتف ، الفاكس ، البريد الالكتروني...، و يمكن تطبيقه كوسيلة تقييمه لتوجيه مصممي ل **WEB** و مختصي التسويق لطريقة استخدام تتماشى مع الشروط الأساسية لإدماج توقعات العملاء لتحقيق جودة الخدمة أو قابلية الاستعمال في تصميم محيط الجدار الالكتروني.

د : **E_S_qual** : عرفها كل من **parasurman _ zethaml _ malhota , valerie** **arrond** على أنها مشتقة لقياس جودة الخدمة المقدمة على الخط ، و من المعلومات التجريبية المجمعة اكتشفت وضعيتين مختلفتين و ضروريتين لقياس جودة الخدمة الالكترونية الوضعية الأولى **E_S_QUAL** تضم أربعة أبعاد لها 22 صفة و هي : الكفاءة ، الوفاء ، توافر النظام ، الخصوصية ، الوضعية الثانية **E_RECS_qual** تكون مع العملاء الذين ليست لهم لقاء روتيني مع الموقع و تضم ثلاثة أبعاد هي : 11 صفة و هي الاستجابة ، التعويض و الاتصال.

المطلب الثاني: العلاقة بين جودة الخدمة و الأعمال المصرفية عبر شبكة الانترنت.

تدرس جودة الخدمة بشكل أساسي من خلال وجهتي نظر :

— الأولى: وجهة نظر جودة الخدمة الزبون التي تميز بين الجودة المدركة و الجودة المطلوبة و الثانية وجهة نظر مقدم الخدمة التي تميز الجودة المستهدفة و المسلمة.

1_ وجهة نظر الزبون customer perspective : يعد الزبون العامل الأكثر أهمية في تصميم و تقديم و تقييم مستوى الجودة ، خصوصا في الصناعات الخدمية التي تكون أكثر حساسية و عرضة للتقلبات ، فالجودة المطلوبة هي مستوى جودة الطلب الصريح أو الضمني للزائن الذي يتوقعه مقدمو الخدمة ، أي أنها تشكل توقعات الزائن التي تنشأ بتأثير عوامل متعددة ، أهمها التجربة الشخصية السابقة للزبون مع الخدمة ، و توقعات المستعملين الآخرين للخدمة و سمعة المصرف أيضا ، في حين تعني الجودة المدركة الانطباع الكلي للزبون ، و لتجارب عن مستوى الجودة بعد التحقق من الخدمة و يعطي الاحتمال بين الجودة المدركة و الجودة المطلوبة مقدم الخدمة فرصة هامة لقياس رضا الزبون بناء على صياغة و تشكيل معيار دقيق و فعلي على أساس نتائج تقييم الزائن للخدمة ، و لتعزيز جودة الخدمة المصرفية عبر شبكة الانترنت بشكل فعال ، يجب على المصرفيين أن يفهموا أولا الخصائص و الموصفات التي يستعملها الزائن للحكم على جودة الخدمة ، فالمفاهيم التقليدية لجودة الخدمة خلقت للحصول على الطبيعة الشخصية المتبادلة للتصادمات الخدمية ، لذا تم القيام بالعديد من الدراسات التي حددت الأبعاد الرئيسية للجودة في البيئة المصرفية التقليدية.

و في الوقت الحالي ، يمثل بحث جودة الخدمة في البيئات الالكترونية جزءا هاما من أنشطة بحوث علوم الإدارة و المعلومات ، كما أنه لا يعطي شكلا وضعية موحدة لتوقعات جودة خدمة الزائن.

و إدراكهم للتجارة الالكترونية و تطبيقاتها في الأعمال المصرفية ، و هناك ما يطلق عليه حاليا اسم إدارة علاقات الزائن و التي تهدف لإدارة علاقات الزائن عبر شبكة الانترنت ، لذا فقد سميت بالإدارة الالكترونية لعلاقات الزائن ، و أكثر من ذلك ، فإن جزءا مناسباً من أدوات البحث العلمي تطبق على التجارة الالكترونية بشكل عام ، و لا يوجد مفهوم شامل لجودة الخدمة الالكترونية التي تقدم مجموعة أبعاد للجودة تدعم مدير الأعمال المصرفية الالكترونية الذي يسعى لإيجاد معيار الجودة يرضي زائن الأعمال المصرفية عبر شبكة الانترنت بشكل كامل.

أي أن الانترنت تمنح الزبون الفرصة ليحدد الوقت و المكان و الطريقة التي يشتري لها الخدمة المصرفية و تعد الأعمال المصرفية الالكترونية بمثابة سلعة تمويلية و مصرفية تخص مجموعة الخدمات الموصوفة ضمناً من خلال توجيه مجموعة من العناصر غير الملموسة عبر الشبكة ، و من خلال الاتصال غير المباشر معاً لزبائن الذي يدعم بشكل كامل عن طريق تبادل المعلومات و المعارف بين المصرف و زبائنه ، و من جهة أخرى تلعب الأعمال المصرفية الالكترونية بالضرورة دوراً هاماً في التجارة الالكترونية بحيث أنها لا تشكل فقط جزءاً من نماذج الأعمال الإلكترونية و لكن تخلق بشكل عام الأساس لتنفيذ أي نوع من معاملات التجارة الالكترونية ، و لدى المصارف هذه الأيام معرف كافية لجميع تقنيات التجارة الالكترونية و الدعم الفني المقدم في هذا المجال أيضاً.

2_ وجهة نظر مقدم الخدمة: provider perspective :

أن التركيز على العملية المصرفية أو عرض الخدمة قاد إلى تعريف الجودة داخلياً على أنها المطابقة للمتطلبات و هذا يؤكد على أهمية الإدارة و الجودة من جانب عرض الخدمة أو أن هناك دوراً هاماً للعملية في تحديد جودة النتائج و تمثل جودة المطابقة إدراك الجودة من وجهة نظر مقدم الخدمة ، و يعد حاملو الأسهم (المساهمون) **shareholder** و إدارة المصرف **bank management** و العمل **emplyes** بمثابة مقدمي الخدمات ، ويعتمد تحقيق جودة المطابقة بين مستوى الجودة المخطط (المستهدف) و الجودة الحقيقية لأي مشروع كنظام فرعي **subsystem** من النظام التنظيمي العالمي الذي يراقب و يؤكد على جودة الخدمة المصرفية ، و منا لضروري أن يرتبط هذا النظام الفرعي للجودة بالوظائف المناسبة للنظام العالمي ، و يتضمن نظام الجودة عناصر فرعية من طبيعة مختلفة مثل الأهداف الشخصية أو الأهداف الموضوعية للخدمة المصرفية و القواعد التشغيلية و مؤشرات الأداء و شبكة الاتصالات.

و ينظر إلى الوضع الحالي للأعمال المصرفية عبر شبكة الانترنت على أنها سلعة منفصلة و معقدة عبر وسائل إدارية كثيرة يمكن الاستفادة منها بشكل مدهل ، و يعد مدير الأعمال المصرفية للانترنت بمثابة دليل شامل يجب أن يشارك في هذا المجال الذي يمكنه من الوصول لإرضاء متطلبات الزبائن ، و هذا المدير لديه خيارات مضاعفة ، إذ يقع على عاتقه شراء و قراءة عدد من الشركات و الدوريات المتعلقة بهذا المجال و متابعة جميع أخبار و اتجاهات الخدمات الالكترونية ، أو التعرف على أفضل الممارسات العالمية في ميدان جودة الخدمات المصرفية عبر شبكات الانترنت.

— و من الممكن أيضا الاستعانة بمجموعة استشارية للقيام بهذا العمل و يوجه المصرفيون اليوم مشكلة الاستفادة من الموارد البشرية المتوفرة لديهم و من الموارد الخارجية المتنوعة ، و برغم ذلك من المهم الإجابة على المشكلة الأساسية التي قد يتعرض لها مدير الأعمال المصرفية عبر شبكة الانترنت.

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

للمصارف على الانترنت أثر كبير على سلوك العملاء من خلال الفوائد المتوقعة منه و الأمن و لتكاليف و الشروط التسهيلية التي يوفرها و التي تدفع العميل لبناء الثقة في البنك أو العكس ، كما أن أداء المصارف لا يتحقق إلا بتحسين جودة الخدمات و فتح أسواق جديدة مع تعزيز العلاقة مع العملاء و هذا ما سنعرضه فيما يلي:

1/ المحددات السلوكية للعميل المصرفي عبر الانترنت:

أ/ النتائج المتوقعة:

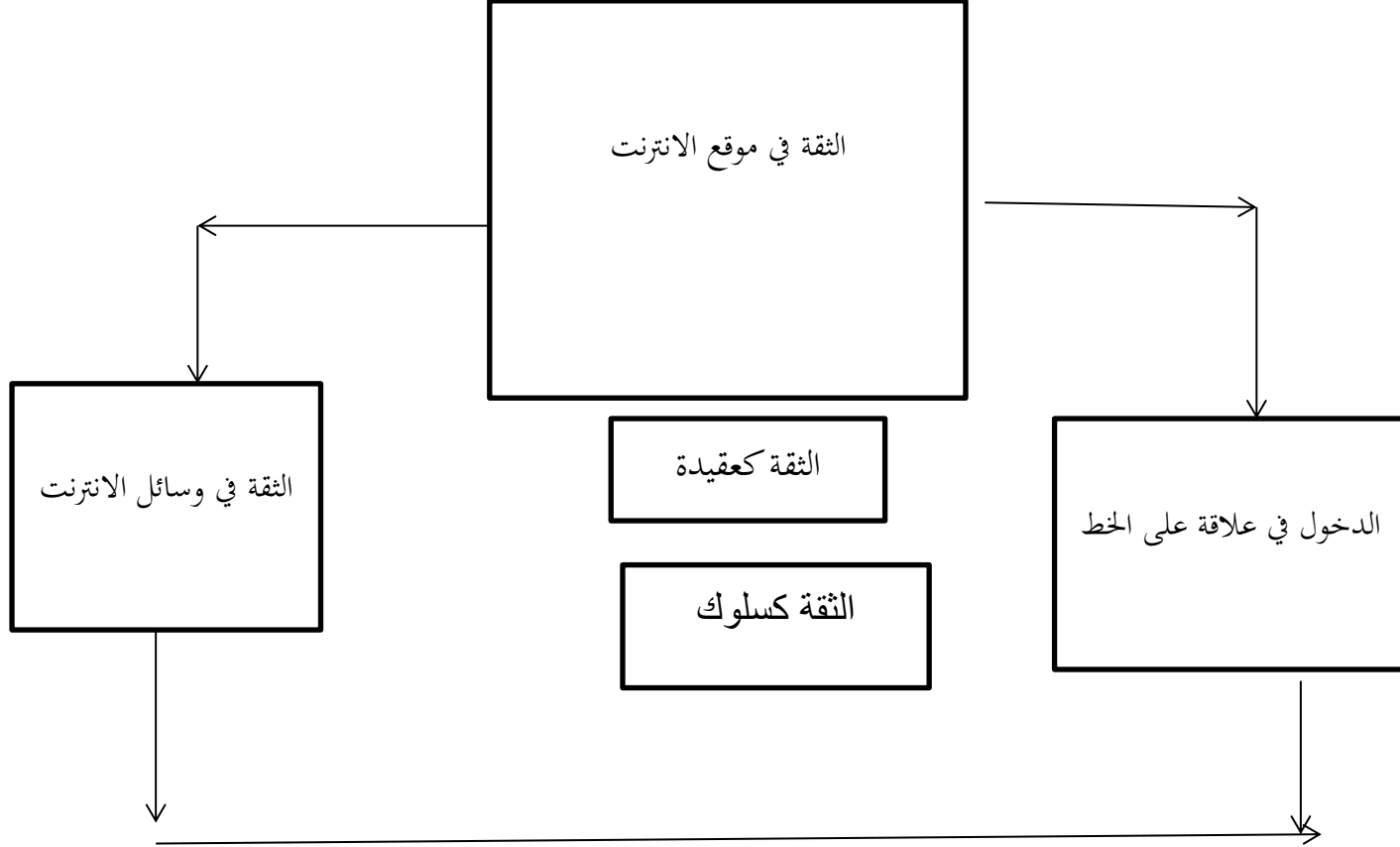
— الفائدة المتوقعة: القيمة المتوقعة هو احتمال أن استخداما لتكنولوجيا يزيد من أداء المستخدم في التنظيم ، يمكن أن ينظر الأفراد للفوائد المنتظرة من استخدام شبكة الانترنت في المعاملات المصرفية بأن توفير الوقت و المال أو أي منفعة أخرى و هي تؤثر إيجابا على الموقف من العمل المصرفي على شبكة الانترنت.

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

ب/ الظروف المواتية: هي الظروف البيئية التي تسهل أو تمنع سلوك العميل لأن سهولة الاستخدام يعكس مدى التجديد في البنك الذي يعتبر حاليا من الصعب فهمه أو استخدامه لأن سهولة الاستخدام يعكس درجة عدم التعقيد ، فالمعاملات المصرفية عبر الانترنت هي الطريقة الأكثر سهولة لأنها خالية من أي جهد.

— الوصول : هو أحد سمات النظام نفسه ، يشير إلى سرعة و سهولة الاتصال و التصفح navigation و العكس صحيح ، لأنه لا يمكن أن يتخذ الفرد موقفا سلبيا اتجاه المعاملات المصرفية عبر الانترنت لصعوبة أو عدم القدرة على استخدام هذه التكنولوجيا.

__ الثقة: و تأخذ معناها الكامل أن افتراضية الصفقات تدفع بالعملاء للاعتماد على الثقة في المصرف
.entionattention



Source :Sébastien enonga , le parasitisme de la relation _ client dans les services bancaires sur internet

__ مع محدودية القرارات المصرفية ، المستهلك يسعى للحد من عدم اليقين و تعقيد المعاملات الالكترونية ، فالثقة هي الكفاءة ، النزاهة و حسب الثقة.

ج/ الخبرة في استخدام الانترنت و المواقف اتجاه المعاملات المصرفية عبر الانترنت:

هي التجربة من حيث الاستخدام و وقت الاستخدام ، حيث يوفر للمستخدم المهارات و المعرفة التي تجعل من الانترنت أكثر إنتاجية و أل تكلفة من غيرها من وسائل توزيع الخدمات المصرفية مما ينتج عنها سهولة في التعامل معه، و التجارب السابقة هي أهم مصدر لتكوين مواقف اتجاه المعاملات المصرفية عبر الانترنت إيجابي أو سلبي والذي ينتج عنه النية في إجراء هذه المعاملات.

د/ العوامل الاجتماعية: هي قابلية الفرد للامتثال للمعايير المرجعية للجماعة في استخدام الانترنت في إجراء هذه المعاملات.

2/ تأثير البنوك على الأداء التجاري للمصارف: بصفة عامة البنوك عن بعد هي مجموعة قنوات الكترونية بما فيها البنوك على الانترنت ، في هذا الإطار نظرتنا تستهدف على الأخص الربط بين اعتماد المعاملات المصرفية عبر الانترنت و الأداء التجاري و الأبعاد الخمسة للأداء و هي : جودة الخدمات ، تخفيض التكاليف ، تنوع مجموعة العروض، فتح أسواق جديدة ، إنشاء علاقات مع العملاء .إن المعاملات المصرفية عبر الانترنت هو مفهوم يشمل العملية التي تمكن المستهلك من إدارة المعاملات المصرفية عبر الانترنت لمدة 24 ساعة و سبعة أيام على سبعة أيام ، بأي وسيلة فعالة لنظام المعلومات كي يجري كل نوع من المعاملات المالية وفقا للمستويات المختلفة بتطبيق تكنولوجيا المعلومات الو الاتصالات.

أ/ تحسين جودة الخدمات و تخفيض التكاليف: و لتحسين جودة الخدمة ، نرى أن القطاع المصرفي يلجأ للتجديد أي استخدام تكنولوجيا الاتصال و المعلومات لتحسين جودة خدماته و تحسين مجموع عروضه ، أما المستفيد من الخدمات على الانترنت ينظرون إليها على أنها الزيادة في حرية الخدمات و تطوير الخدمات الاستشارية عن بعد.

إن اللامؤقتية للخدمة التي تسمح بها مختلف المعدات و أنظمة المعلومات و اللاحمية و كسب الوقت ، إمكانية التفاوض ، المرونة ، تسهيل عملية الحصول على هذه الخدمة ، التفاعل في الوقت الحالي ، الاستجابة السريعة ، تبادل المعلومات الموثوقة والأمانة و غير ذلك ، كلها تساهم في تحسين جودة الخدمة البنكية و بالتالي فالبنوك تعتمد على قنوات التوزيع الالكتروني من أجل زيادة ولاء و رضا العملاء فهي ملزمة إذا بتحسين الخدمات المقدمة ، فواضعي التسويق جيمعا متفقون على القول بأن اعتماد كفاءة الشبكات يقود إلى تخفيض التكاليف بشكل كبير ، تحقيق وفورات الحجم و توفير فرصة لنقل المعلومات بتكلفة منخفضة جدا و بناء قاعدة عملاء واسعة.

ب: فتح أسواق جديدة و توسيع نطاق الخدمة: يشير بعض الكتب في التسويق أن التجديد في المؤسسات يهدف إلى فتح أسواق جديدة (محلية و أجنبية) فضلا عن الزيادة في الحصة السوقية من خلال قنوات التوزيع الجديدة التي يسمح بتأمين الخدمات للمستهلكين عبر جغرافية أوسع و بالتالي التغلب على الأسواق جغرافيا.

من هنا نرى أن البنك الذي يعتمد قنوات التوزيع الالكتروني و الاتصالات سيكون قادرا على كسر الحواجز المكانية و الزمنية ، و بالتالي سيكون قادرا على غزو الأسواق و الانفتاح و هذا للحفاظ على عملائه بل و استهداف شرائح

جديدة في الأسواق المحلية و الأجنبية ، هذا ما يقودنا إلى القول بأن ارتفاع درجة اعتماد المعاملات المصرفية عبر الانترنت له أثر إيجابي على فتح أسواق جديدة للبنوك.

__ إن التكنولوجيا تساعد المؤسسات على تقديم خدمة أفضل لعملائها و بالتالي تنفي المنافسة و التغلب عليها ، لأن المؤسسة في هذه الحالة تغير نظامها للعروض من أجل أن يعمل في مجموعة أكثر شمولاً و أكثر تماسكاً ، أكثر ثراء و أكثر ابتكاراً لكل من المؤسسة و العميل نفسه، و نحن نعتقد في الواقع أن اعتماد المصارف على الانترنت يتيح فرصاً جديدة لتوسيع نطاق المنتجات و الخدمات المقدمة للعملاء لتلبية متطلباتهم و احتياجاتهم ، و التي تختلف عن عروض المنافسين مما يسمح للمصرف التميز مقارنة بالمنافسين الرئيسيين.

ج/ **تعزيز العلاقة مع العملاء:** لقد أثبتت الدراسات أن غالبية المؤسسات المشاركة في التجارة الالكترونية قد استخدمت لتعزيز علاقاتها مع العملاء المحتملين أو لزيادة رضا العملاء الحاليين ، لهذا نرى أن اعتماد المعاملات المصرفية عبر الانترنت يسمح للمؤسسات المالية تعزيز علاقاتها مع عملائها من خلال استخدام قنوات اتصال متعددة و متكاملة و متاحة في جميع الأوقات ، هذه العلاقة تميل إلى أن تصبح أكثر تخصيصاً ، لهذا فتشخيص العلاقة يمكن أن تكون أفضل ميزة تتجاوز لتلبية الاحتياجات المتعددة لكل عميل في البنك و التي سوف تؤثر على مستوى رضا العام.

خلاصة الفصل الثاني:

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

الفصل الثالث: الصيرفة الإلكترونية في الجزائر

تمهيد :

بعد الدراسة النظرية التي قمنا بها ، سنحاول إسقاطها بدراسة حالة و ذلك بأحد البنوك (القرض الشعبي الجزائري _وكالة
القالة _) للتعرف على الخدمات المصرفية المقدمة و الحكم على نوعيتها و مدى جودتها في تلبية حاجات الزبائن و
إشباع رغباتهم ،و ذلك من خلال عرضها في المباحث التالية.

المبحث الأول: أهمية الصيرفة الإلكترونية في النظام المصرفي الجزائري

إن تبني نظام الصيرفة الإلكترونية في الجزائر سيؤدي إلى حدوث العديد من التغيرات الإيجابية على الإقتصاد بصفة عامة و النظام المصرفي الجزائري خصوصا.

المطلب الأول: أثر الصيرفة الإلكترونية

- تأثير الصيرفة الإلكترونية على الإقتصاد الجزائري:

مرور الإقتصاد الجزائري بفترة إنتقالية نحو إقتصاد السوق جعله مستعدا لتبني كل الوسائل التي تؤدي به إلى الإستقرار , والتي تتمثل فيمايلي:

1-1 تأثير الصيرفة الإلكترونية على المؤسسة الاقتصادية:

تعمل الصيرفة الإلكترونية على زيادة تحسين الإدارة و إقتصاد الوقت و التكلفة و الإستفادة من خدمات بجودة عالية و بتكلفة و جهد أقل.

2-1 محاربة الإقتصاد الموازي:

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

3-1 إيجاد و تطوير التجارة الإلكترونية في الجزائر:

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

4-1 إعطاء دفع للحكم الإلكتروني في الجزائر:

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

5-1 بناء الإقتصاد الرقمي في الجزائر:

إن تبني نظام الصيرفة الإلكترونية يكون القاعدة نحو الإنتلاق في مشاريع رقمية أخرى ، تنقل الإقتصاد الوطني نحو إقتصاد رقمي¹.

¹ آيت زيان كمال ، حورية آيت زيان، " الصيرفة الإلكترونية في الجزائر "، www.iefpedia.com، اطلع عليه في 20:15 2021/06/02،

2- تأثير الصيرفة الإلكترونية في النظام المصرفي الجزائري:

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

- تخفيض النفقات التي تتحملها المصارف في أداء الخدمات و إنشاء فروع جديدة في مناطق مختلفة، خاصة أن الجزائر مساحتها واسعة و التواجد على الأنترنت قادر على التكفل بالوصول إلى عدد كبير من الزبائن و تقديم خدمات جيدة و متنوعة و بتكلفة أقل، إضافة إلى إمكانية تسويق خدماتها المصرفية، فضلا عن التعاملات بين المصارف و المبادلات الإلكترونية.

- إن استخدام الأنترنت في المصارف الجزائرية يشكل نافذة إعلامية لتعزيز الشفافية و ذلك من خلال التعريف بهذه المصارف و ترويج لخدماتها و الإعلام بالنشرة و تطورات المؤشرات المالية لوضعها تحت تصرف الباحثين و سائر الأطراف الأخرى المعنية بالأمر.

- تساهم ثورة الاتصالات و المعلومات في شؤون الحياة اليومية و ذلك بتحسين و تسهيل معيشة العائلات و الأفراد بترقيتها للأفضل و تطوير المجتمع بتمكينه من وسائل جديدة.

- تفعيل دور بورصة القيم المنقولة بالجزائر من خلال إقامة سوق مالية إلكترونية و إقامة أنظمة دفع إلكتروني تساهم في تطور أدائها و ترقيتها.

- مواكبة المصارف الجزائرية للتطورات العالمية في ميدان الخدمات المصرفية الإلكترونية و هي رغم كل استعداد للإندماج في الإقتصاد العالمي و تبحث عن جلب الإستثمار الأجنبي¹.

رغم كل هذه المميزات التي تقدمها الصيرفة الإلكترونية، إلا أنه يجب علينا عدم إغفال حجم المخاطر التي تتولد عن هذا النوع من الخدمات إذا تم إعتماده بشكل متسرع و غير واعي.

المطلب الثاني: مشروع الصيرفة الإلكترونية في الجزائر

إن تطوير الصيرفة الإلكترونية في الجزائر يتطلب توفير عناصر مرتبطة بالبيئة المناسبة من جهة و بالنظام المصرفي الجزائري من جهة أخرى و ذلك من خلال إقامة أنظمة و اعتماد بطاقة الائتمان و تطوير شبكة الاتصالات و البريد في الجزائر.

1- تطوير البنية التحتية للاتصالات الإلكترونية:

1-1 شبكات الاتصالات الإلكترونية:

بادرت بعض المؤسسات المصرفية و المالية بتطوير شبكات إلكترونية للدفع و التسديد لكن عدم القدرة على التحكم فيها و تسييرها جعل بعضها يتوقف على أداء خدماته و رغم ذلك فقد قامت بعض المؤسسات بإصدار بطاقات السحب من الصراف الآلي DAB لمؤسسة البريد و البطاقات المصرفية للسحب و الدفع للمصاريف التالية: القرض الشعبي

¹ بوعافية رشيد، " الصيرفة الإلكترونية و النظام المصرفي الجزائري"، مذكرة نيل شهادة ماجستير في العلوم الاقتصادية، البليدة 2005، ص 164.

الجزائري، بنك الفلاحة و التنمية الريفية، بنك الجزائر الخارجي، الصندوق الوطني للتوفير و الإحتياط، بنك البركة الجزائري.

1-2 الأنترنت و البنوك الجزائرية:

إن معظم البنوك الجزائرية لها موقع على شبكة الأنترنت فمثلا بنك الجزائر موقعه www.bank-of-algeria.dz، حيث تظهر فيه مجموعة من البيانات و المعطيات عن السياسة المالية و النقدية.

1-3 إستخدام الهاتف في الخدمة المصرفية:

على المصارف الجزائرية الإستفادة من عدد مشتركين خدمة الهاتف في تقديم خدماتها لجلب أكبر عدد ممكن من الزبائن¹.

2- الصيرفة الإلكترونية في الجزائر:

في إطار تحديث و عصنة النظام المصرفي الجزائري لا سيما من حيث أنظمة الدفع بادر بنك الجزائر بالتعامل مع وزارة المالية و لمساعدة البنك العالمي في انجاز نظام دفع الكتروني متطور هو نظام التسوية الإجمالية الفورية .

2-1 نظام التسوية الإجمالية الفورية: Real Time Gross Settlement system:

رغبة في مواكبة أحداث التطورات التكنولوجية و الإستجابة لحاجة البنوك الجزائرية فقد ساهم بنك الجزائر بمساعدة البنك العالمي في بناء شبكة إلكترونية بنكية وطنية تعمل في إطار نظام دفع إلكتروني متطور يتمثل في نظام التسوية الإجمالية الفورية.

إذ يعرف نظام التسوية الإجمالية الفورية بأنه نظام تسوية المبالغ الإجمالية في الوقت الحقيقي و يتم فيه تسير التحويلات بصفة مستمرة و على الفور بدون تأجيل و على أساس إجمالي، كما يعرف بأنه نظام مركزي إلكتروني يعمل على أساس فوري إجمالي نهائي و مستمر لتنفيذ أوامر التحويل الدائنة و يوفر نقطة تسوية لأنظمة التسوية العاملة في بلد ما من خلال الحسابات للمصارف المركزية².

(أ)- أهداف النظام : يهدف هذا النظام إلى تحقيق ما يلي:

- تسوية عمليات البطاقة المصرفية في وقت حقيقي و كل وسائل الدفع الأخرى.
- تلبية مختلف إحتياجات المستعملين بإستخدام نظام الدفع الإلكتروني.
- تخفيض التكلفة الإجمالية للمدفوعات.
- جعل نظام الدفع الجزائري يتمتع بالمقاييس الدولية في تسير مخاطر السيولة.
- تقوية العلاقات ما بين المصارف و تشجيع إقامة المصارف الأجنبية.

(ب) - مبادئ تشغيل نظام RTGS: يقوم على المبادئ التالية:

¹ بن زكري عبد الرحمان بلال ، خمارة أمينة، "واقع التقنيات المصرفية الحديثة في البنوك الجزائرية"، مذكرة ماستر ، جامعة قسنطينة، الجزائر، جوان 2007، ص: 110 .

² تسيروف فضيلة، مرجع سبق ذكره، ص ، 149.

__ المشاركين: المشاركة في النظام مفتوحة لكل مؤسسة لها حساب تسوية في بنك الجزائر ، و يمكن أن ينظم للنظام زيادة على بنك الجزائر كمسير و حامل للتسوية مجموعة من المؤسسات المصرفية و المالية ، الخزينة العمومية و مراكز الصكوك البريدية.

__ العمليات التي يعالجها النظام: يعالج النظام مختلف العمليات المصرفية بين المؤسسات المالية و المشاركين و ذلك من خلال:

- عمليات ما بين المصارف: حيث تتم من خلال هذا التنظيم تحويلات ما بين المصارف أو حسابات الزبائن.
- عمليات بنك الجزائر: و هذا البنك هو الوحيد القادر على إصدار الأوامر للقرض أو الخصم من حسابات المشاركين.

- تسوية المبالغ عن طريق المقاصة: إن المبالغ الدائنة و المدينة الناتجة عن طريق المقاصة الإلكترونية تعالج قرضا و ديناً في نفس الوقت و في حساب المشتركين تعمل على أساس مبدأ الكل أو اللاشيء و في حالة إستحالة تطبيق العملية ترفض من قبل غرفة المقاصة الإلكترونية و على الراغب أن يعيد العملية في وقت لاحق.
- حساب التسوية: إن بنك الجزائر الذي يشرف على إدارة النظام يفتح في سجلاته باسم كل مشارك حسابات تسوية تقسم إلى حسابات نوعية و هذه الحسابات تحول حسب الحالات في زيادة أو نقص الحسابات الجارية للمشاركين و التي تضبطها المحاسبة العامة لبنك الجزائر و التسويات التي تتم عن طريق النظام حيث تتم بصفة مستمرة و في وقت حقيقي و بعد التأكد الآلي بوجود مخزون كاف في حساب المشترك المعني و يطبق هذا المبدأ "أول من يدخل أول من يخرج" مع الأخذ بعين الإعتبار الأولويات المبينة في ما يلي:

- الأولوية الأولى: عمليات بنك الجزائر.

- الأولوية الثانية: المبالغ المخصصة للمقاصة.

- الأولوية الثالثة: أوامر مستعجلة بطبيعتها.

كما أن تسوية الحسابات المعنية تتم بصفة نهائية حيث بمجرد قبولها من طرف نظام RTGS لا يمكن إلغاؤها لاحقاً إذ تكون الغاية من التسويات مضمونة بصفة دائمة على مدى يوم المبادلة و الذي يكون على النحو التالي:

- من الساعة الثامنة و نصف صباحاً معالجة عمليات بنك الجزائر و عمليات الأسواق النقدية و عمليات الصرف.

- التاسعة و نصف صباحاً : بدء المعاملات .

- منتصف النهار: تسوية حصيلة المقاصة.

- الساعة الثالثة : وقف المبادلات.

- من الساعة الثالثة إلى الرابعة : تسديد المبالغ التي تمت في اليوم الأخير و تسوية أو رفض الأوامر التي كانت في الإنتظار.

- الساعة الرابعة : إختتام و غلق الحسابات و إرسال إخطارات حصيلة الحسابات و إستخراج حساب المشاركين و إفراغها في جهاز المحاسبة العامة لبنك الجزائر.

(ج) - هندسة النظام: إن كل المشاركين يتم ربطهم بجهاز RTGS بإستعمال قاعدة plate forme يمكن من إرسال أو تلقي أوامر التحويل و كل المعلومات الضرورية المتعلقة بالعمليات المعالجة. إن النظام المركزي (RTGS) يقوم بالوظائف التالية:

- مراقبة أوامر الإنتظار.
- تسوية الأوامر وفق طبيعتها.
- المعالجة تتم في نهاية اليوم.
- تخصيص مبالغ المقاصة.
- إدارة و مراقبة الحسابات لعمليات المعالجة بواسطة النظام.

أما فئة المشاركين فتقوم بالوظائف التالية :

— تلقي و مراقبة صفة الأوامر و ملائمتها.

— إصدار و تلقي نظام الأوامر بنظام ال RTGS.

2-2 - نظام المقاصة الإلكترونية:

- تم تعريف نظام المقاصة الإلكترونية في الجريدة الرسمية بأنه نظام جزائري يخص نظام آلي و غير مادي لأوامر الدفع المضبوطة من قبل المقاصة¹، كما يسمى هذا النظام بنظام المقاصة عن بعد ، بإعتباره يعمل على المعالجة الآلية لجميع المعالجة المالية بين البنوك لكل وسائل الدفع المعروضة و المتداولة بينها (صكوك ، تحويل ، إقتطاع ، عمليات البطاقة البنكية) و ذلك عن بعد و بشكل آلي من خلال الشبكة الإلكترونية الرابطة بين البنوك و بعض المؤسسات المالية تحت إشراف البنك المركزي.

- و في هذا الإطار فقد تم بناء نظام المقاصة الإلكترونية في الجهاز البنكي الجزائري على مبدأ تحويل عمليتي الدفع و تبادل المعطيات بين بنك الجزائر و البنوك التجارية و الخزينة العمومية و بريد الجزائر من الطبيعة المادية إلى الطبيعة الإلكترونية، و تمهيد لإعتماد هذا النظام في الجهاز البنكي الجزائري ككل فقد تم في عام 2004 إنشاء مركز المقاصة القبلية بين بنك الجزائر و بعض البنوك التجارية و الخزينة و بريد الجزائر ، ليتم بعد ذلك إدخال نظام المقاصة الإلكترونية حيز الإستغلال في شهر مايو 2006، بداية بمقاصة الشيكات ، ثم إدراج وسائل الدفع الأخرى في نظام المقاصة بشكل تدريجي.

(أ) - أهداف النظام : يهدف هذا النظام إلى ما يلي:

- تفعيل آلية عمليات الدفع و تبادل البيانات بين مختلف البنوك و الخزينة العمومية و بنك الجزائر.

¹ الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، العدد: 26، 24/4/2006.

- سلامة العمليات المحاسبية الجارية في إطار المقاصة بين البنوك و ضمان أمن المعلومات المتبادلة بينها.
 - تمكين البنوك الجزائرية من إدارة سيولتها بشكل أدق و استشراف الوقوع في مخاطرها.
 - تقليص فترات التحصيل الجارية بين البنوك و تعزيز دور البنك المركزي في التحكم في الكتلة النقدية.
- إذ يعمل هذا النظام على أساس المقاصة متعددة الأطراف لأوامر الدفع ، حيث يتم صب (إيداع) الأرصدة الصافية من أجل التسوية المؤجلة في النظام في ساعة محددة مسبقا في النظام ، حيث تشمل هندسته صيغ تبادل أوامر الدفع بشكل متواصل بين المشتركين تبعا لتاريخ يوم التبادل، و مرحلة حساب الوضعيات الصافية متعددة الأطراف حسب كل مشارك، و ذلك قبل إقفال يوم التبادل، و مرحلة للصب من أجل تسوية الأرصدة الصافية في حسابات التسوية الخاصة بالمشاركين المفتوحة في النظام¹ ، و بالمقارنة مع المقاصة اليومية و مختلف العمليات على السندات فقد ساهمت المقاصة الإلكترونية في الجهاز البنكي الجزائري بشكل شبه كلي على تسوية الأرصدة الصافية متعددة الأطراف خلال الفترة 2008-2014 كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول رقم (1) : نسب مساهمة المقاصة الإلكترونية في تسوية الأرصدة الصافية متعددة الأطراف خلال الفترة 2008-2009

السنوات	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
نسبة مساهمة المقاصة الإلكترونية	%85	%95.3	%87.8	%91.3	%96	%97.1	%95

المصدر: زغدار أحمد و حميدي كلثوم ، مرجع سبق ذكره ص 09

¹ منية خليفة ، الصيرفة الإلكترونية كمدخل لتأهيل و عصنة البنوك التجارية، الملتقى الدولي حول عصنة نظام الدفع في البنوك الجزائرية و إشكالية اعتماد التجارة الإلكترونية في الجزائر - عرض تجارب دولية- المركز الجامعي لخمس مليانة ، 2011 ص15

² البنك المركزي الجزائري ، التقارير السنوية ، سنوات 2008-2014

المطلب الثالث: تطوير إستخدام وسائل الدفع الإلكترونية في الجزائر

إن وسائل الدفع المستعملة في النظام المصرفي الجزائري تتميز بأنها تقليدية في أغلبها و لا تتناسب مع الواقع العالمي الجديد ,و لكن تبعا لحرص الجزائر على مواكبة الأحداث و التطورات التكنولوجية في العمل المصرفي و سعيها نحو الصيرفة الإلكترونية ,شرعت في تقدم و تبني بعض وسائل الدفع الحديثة وهذا ما سيتم عرضه فيمايلي:

1- البطاقات الائتمانية:

لقد بدأت تظهر بوابد الصيرفة الإلكترونية في الجزائر عن طريق إصدار أول بطاقة إئتمانية و هي بطاقة الدفع الإلكترونية العالمية " سي بي أي غولد "التي ترخصها هيئة عالمي " فيزا " حيث عن طريق هذه البطاقة يتمكن صاحبها من شراء السلعة التي يرغب فيها بواسطة الانترنت في أي مكان من العالم ,و تحويل الأموال إلى البائع عن طريق إرسال المعلومات البنكية عبر البريد الإلكتروني و إلى جانب الإتفاق مع " فيزا "قامت الجزائر بمفاوضات مع " ماستركارد "للانضمام إلى ميثاقها ,علما أن هاتين الهيئتين هما اللتان تصدران البطاقات الائتمانية ذات الإستعمال العالمي إلى جانب بطاقة " سي بي أي فيزا "هناك بطاقة أخرى هي بطاقة " كاش يو " حيث أبدت إهتماما خاصا في السوق الجزائرية ,حيث كانت تقوم بنشر إعلانات في موقع مكتوب تبحث فيه عن موزعين لبطاقتها الإلكترونية في الجزائر,إلا أن الجزائر تفت وجود أي إتفاق مع إدارة " كاش يو "رغم إبداء بعض الجزائريين رغبتهم في التعرف على التسوق الإلكتروني.

2- شبكة الإتصالات و البريد:

تظهر جهود الجزائر و مساعيها من أجل تطوير الصيرفة الإلكترونية في مجال البريد من خلال ماصرح به المكلف بالإعلام على مستوى بريد الجزائر أن الجزائر ستعقد اتفاقا ب الشراكة مع دولة أجنبية فرنسية في مجال البريد السريع ,حيث هناك مشروع بإصدار أكثر من 4 ملايين بطاقة منها 600 ألف بطاقة جاهزة بمكاتب البريد يتم توزيعها تدريجيا بالعاصمة ,لتأتي ولايتي وهران وسطيف في المرحلة الثانية ، و في هذا الإطار يتم وضع 240 جهاز دفع عبر التراب الوطني على أن يتم تطوير 500 جهاز آلي قبل نهاية 2007¹.

3- الصيرفة على الخط في الجزائر:

إن أحد أهم أوجه الصيرفة الإلكترونية هي الصيرفة على الخط ,وقد جاءت فكرة إنشاء مؤسسة تقدم وتساعد المصارف الجزائرية على تقديم هذا النوع من الخدمات فكانت " الجزائر لخدمات الصيرفة الإلكترونية"

3-1 التعريف بالجزائر لخدمات الصيرفة الإلكترونية(AEBS): نتجت هذه الشركة عن اتفاق شراكة بين المجموعة الفرنسية DIAGRMEDI الرائدة في مجال البرمجيات المتعلقة بالصيرفة الإلكترونية وأمن تبادل البيانات المالية وثلاثة مؤسسات جزائرية هي MAGAT MULTIMEDIA و SOFT ANGINERING و مركز البحث في الإعلام العلمي و التقني CERIST لتنشأ شركة مختلطة سميت الجزائر لخدمات الصيرفة الإلكترونية تقدم هذه الشركة

¹ أيت زيان كمال، حورية أيت زيان، "الصيرفة الإلكترونية في الجزائر"، www.iefpedia.com.

خدماتها المتعلقة بالمصارف عن بعد وتسيير أمن تبادل البيانات المالية لجميع البنوك والمؤسسات المالية باختلاف أصناف زبائنها، أنشأت هذه الشركة في جانفي 2004، حيث ركزت على عملية تطوير وتدعيم جهودها بصفة رئيسية نحو عصرة الخدمات البنكية وأنظمة الدفع الإلكترونية.

3-2 خدمات (AEBS):

إن هذه الشركة أنشأت من أجل هدف أساسي هو تلبية حاجات المؤسسة المالية و بإقتراح برمجيات تقدم عن طريقها خدمات متعددة و ذلك من خلال:

- إقتراح حلول للمصارف عن بعد.

- تبسيط و تأمين المبادلات الإلكترونية متعددة الأقسام.

الخدمات المقدمة توجد على قسمين على نفس الدرجة من التطور التكنولوجي:

- الصنف الخاص بالبنك Diagram-E-Banking.

- صنف التبادل الإلكتروني للبيانات متعددة الواجهات و الأقسام Diagram-E-Files.

و تقديم خدماتها يكون كما يلي:

__ التحليل الأولي: تقوم بعملية تدقيق الحاجات والموجودات ودراسة المحيط دراسة دقيقة وتقديم حلول تناسب مع المؤسسة ومع محيطها.

__ التركيب: ويتمثل في تقديم الخدم والإشراف على العمليات مع ما تشمله من خدمات مرفقة.

- المتابعة المستمرة: وتكون بتقديم خدمات الصيانة، التكوين، المساعدة لضمان الإنتاجية المستمرة للعمليات

3-3 أهداف (AEBS):

يهدف إلى:

- الاقتراح على الزبائن (البنوك والمؤسسات المالية) حلول معتمدة أساسا على الخدمات متعددة القنوات وفعالية مع تأمين تام لمبادلات المعلومات.

- تكييف الخدمات وفق حاجات ورغبات كل زبون.

- تسمح لزبائنها باكتساب نظام معلومات ممتد على مجالات عديدة وهذا بما يتوافق مع مستلزمات كل واحد منهم.

لقد اعتمدت العديد من المصارف الجزائرية على AEBS في تقديم خدمات عبر الإنترنت و ذلك من خلال إمضاء عقود نذكر منها:

- عقد مع القرض الشعبي الجزائري في جويلية 2005 بتزويد البنك بخدمات Diadram-ADI.

- عقد مع البنك باري باس BNP في 2005/11/21 بتزويد البنك بخدمات Diagram-E-Banking.

إن شركة AEBS تعتبر بحق أول خطوة للجزائر في مجال الصيرفة الإلكترونية بما حققته من توفير هذه الخدمات ولكن لا يمنع من وجود شركات أخرى لتقديم خدمات الصيرفة الإلكترونية وهذا لتحقيق المنافسة من جهة وتوسيع قاعدة هذه

الخدمات من جهة أخرى من أجل تطوير النظام المصرفي والمالي ومحاولة اللحاق بالدول الأخرى التي قطعت أشواطاً كبيرة في هذا المجال¹.

المبحث الثاني: دراسة حالة بالقرض الشعبي الجزائري CPA

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

المطلب الأول: تعريف وكالة القرض الشعبي رقم 206 (وكالة القالة - الطارف-) و البطاقات التي يصدرها:
سوف نتطرق في هذا المطلب إلى:

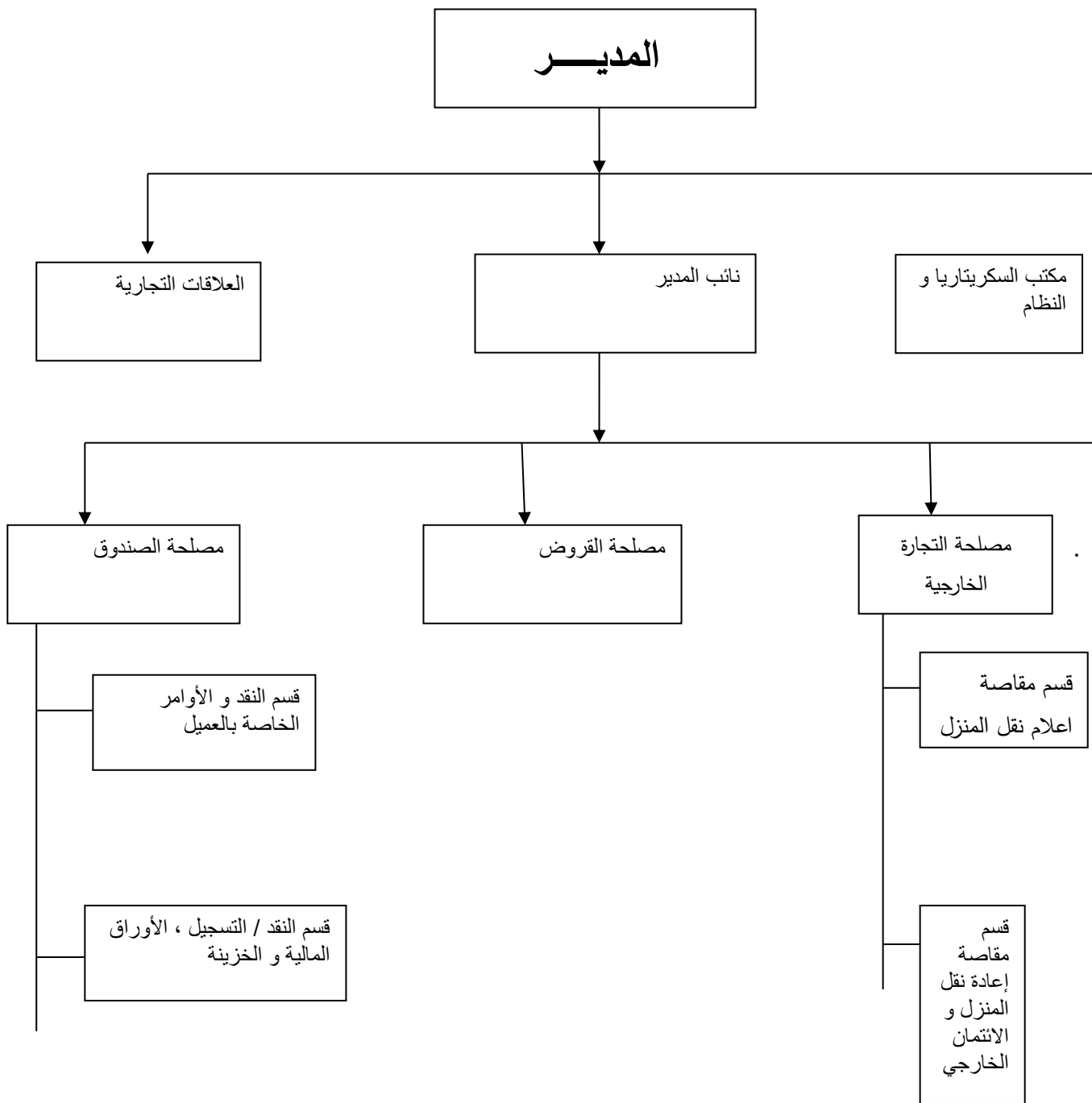
1- تعريف الوكالة و الهيكل التنظيمي لها.

1-1 تعريفها :

لقد قام القرض الشعبي الجزائري في سنة 1984 بفتح وكالة جديدة مقرها حي نهج الصحراء القالة -ولاية الطارف- وهي وكالة من الرتبة 206 يشرف عليها مدير كمسؤول أول تتمثل مهنته في السهر على السير الحسن للوكالة في جميع مجالات الإستغلال و القرارات المتعلقة بتسيير الوكالة و يساعده مساعد " نائب المدير"، تنحصر مهام هذا الأخير في استقبال الزبائن عند غياب المدير بالإضافة إلى عدد من المسؤولين على الهيكل التنظيمي للوكالة كل حسب وظيفته و رتبته حيث تتكون هذه الوكالة من أربعة مصالح يمكن تبيانها كما يلي:

الهيكل التنظيمي لوكالة القرض الشعبي الجزائري رقم "206" (وكالة القالة - الطارف).

¹ بن زكري عبد الرحمان بلال، خمارة أمينة، "واقع التقنيات المصرفية الحديثة في البنوك الجزائرية" مذكرة ماستر أكاديمي، جامعة قسنطينة، الجزائر ، جوان 2007 ص115-116



المصدر : من إعداد الطالبتين

أ_ مصلحة الصندوق:

تعتبر من المصالح التي تهتم بجميع العمليات مع زبائنها سواء كانت عمليات سحب أو عمليات دفع هذه الأخيرة تكون بنوعيتها:

الطريقة المباشرة أو عن طريق التلکس و يشترط أن يكون للزبون حساب جاري إذا كان خاص بالتجار أو حساب الصكوك لغير التجار.

ب_ مصلحة التجارة الخارجية:

تقوم هذه المصلحة بنفس عمليات الصندوق و مصلحة حافضي الأوراق التجارية لكن ليس بالعملة الوطنية بل بالعملة الأجنبية , حيث تقوم هذه المصلحة بدراسة الملفات الخاصة بالقروض الخارجية مع تحديد أهميتها , و تتكفل بالتحويلات من البنوك الخارجية إلى البنوك المحلية.

ج_ مصلحة القروض:

تعتبر أهم مصلحة بالوكالة لأن لها مردودية مالية عالية , من جراء منحها للقروض مقارنة مع باقي المصالح , حيث تقوم بمنح القروض لزبائنها الذين تضم فيهم كل الثقة , و هم زبائن دائمو التعامل مع البنك , وعند توجه طالب القرض إلى الوكالة يقوم المكلف بالدراسات بجلب عدد أكبر من المعلومات اللازمة أو الخاصة بالمشروع و معرفة نوع القرض المراد تحصيله و يتم ذلك بالخطوات التالية:

1/ القاء الأولي.

2 / معرفة نوع القرض.

3/ جلب أكبر عدد ممكن من المعلومات الخاصة بالمشروع.

عند معرفة نوع القرض يقوم الموظف بطلب الوثائق من المقترض وذلك بملء وثيقة تسمى **Etude de crédit**

support normalise و هذه الوثيقة متضمنة جميع المعلومات الخاصة بالمقترض اسمه و مهنته و رقم حسابه و

كذلك تتضمن طريقة و كيفية تحويل الميزانيات المحاسبية إلى ميزانية مالية عن طريق جداول للسنة الماضية و الجارية و التقديرية كما يبين المبالغ المطلوبة للقرض و أسباب القرض و الضمانات التي يقدمها الزبون للبنك في حالة عدم مقدرة على السداد (عقارات،...الخ).

د_ مصلحة المراقبة والإدارة:

و تتكون من مصلحتين:

أ_ **مصلحة المراقبة**: تتم في هذه المصلحة مراقبة كل العمليات التي يقوم بها مختلف عمال الوكالة و التأكد من صحتها محاسبيا بالإضافة إلى متابعة كل الحسابات الداخلية للمؤسسة و كذا متابعة حالات التقارب مع المؤسسات الأخرى.

ب_ **مصلحة الإدارة**: تقوم هذه المصلحة بمتابعة الميزانية و التصرف فيها حسب القوانين المعمول بها في البنك و إجراء الجرد لكل ممتلكات البنك سنويا و تسيير المستخدمين المتواجدين على مستوى الوكالة.

2- الهيكل التنظيمي لوكالة القرض الشعبي الجزائري رقم 206

البطاقات التي يصدرها القرض الشعبي الجزائري:

يقوم بنك بإصدار نوعين من البطاقات البنكية: بطاقة وطنية CPA CIB و بطاقة دولية CPA CIB ، وكلتا البطاقتان تقوم بوظيفة الدفع والسحب في نفس الوقت .

أولا :البطاقة البنكية(CIB)

بطاقة CIB هي بطاقة وطنية للسحب و الدفع يصدرها "القرض الشعبي الجزائري", "موصولة بشبكة النقد ما بين البنوك (Réseaux Monétique Interbancaire), و تقبل في التعامل بها من طرف البنوك الأخرى و بريد الجزائر.

تتضمن هذه البطاقة شريحة إلكترونية (une puce) مضبوطة وفقا لنموذج (MasterCard -

VisaEuropay-)

الأمر الذي يضمن الحماية المطلوبة عند التعامل بها و تسمح لحاملها بسحب أموالهم في أي وقت عبر كل الموزعات الآلية للأوراق النقدية ذات الدفع المسبق ,و كذلك تسوية مشترياتهم و الخدمات المقدمة لهم بواسطة جهاز الصراف الآلي.

_ وصف البطاقة:

على الواجهة **Au Recto**:

- في أعلى البطاقة اسم و شعار البنك CPA باللغتين العربية و الفرنسية.

- شريحة إلكترونية.

- عبارة " بطاقة الدفع".

- اسم و لقب حامل البطاقة.

- سهم يشير إلى كيفية ادخال البطاقة في الجهاز DAB, GAB و TPE.

- تاريخ انتهاء صلاحية البطاقة مشار اليها بعبارة EXPIRE FIN.

- اللوغو (LOGO) " CIB".

على الخلفية **AU VERSO**:

- شريط ممغنط تخزن فيه المعلومات الإلكترونية الخاصة بالبطاقة و حاملها.

- شريط أبيض مخصص لتوقيع العميل حامل البطاقة.

- عنوان مقر البنك CPA و رقم الهاتف.

تسمح بطاقة CIB لحاملها بإستغلالها داخل كامل التراب الوطني للقيام ب:

- سحب مبالغ نقدية بإستخدام الموزعات الآلية للأوراق النقدية GAB/DAB الموصولة بشبكة النقد الآلي البنكية.

- دفع مقابل المشتريات و الخدمات عن طريق جهاز الدفع الإلكتروني (TPE) المتواجد عند التجار.

و يمكن أن نميز بين نوعين من بطاقة CIB:

__ بطاقة عادية Classique:

موجهة للعملاء العاديين الذين يتمتعون بدخل متوسط نسبيا ، و لا يميلون إلى إجراء عمليات كبيرة، و يشترط للحصول عليها توفر ما يلي:

- أن يكون للعميل حساب بالعملة الوطنية.
- أن يتراوح دخله بين 10000 و 45000 دج شهريا.
- و تمكنه من إجراء العمليات التالية:
- سحب مبلغ من أجهزة الصرف الآلي تقدر ب 80% شهريا من دخل العميل .
- دفع ثمن مشترياته بواسطة جهاز الدفع الإلكتروني TPE بما يعادل 10% شهريا من دخل العميل أو من حسابه.
- و يتعين على حامل البطاقة أن يترك في حسابه ما يعادل 10% من دخله و ذلك في كل الأحوال.

__ البطاقة الذهبية:

متوجهة لكبار التجار الذين تكون دخولهم كبيرة ، إذ تتمتع هذه البطاقة بقدرة دفع كبيرة، لذلك فهي تتوافق مع حاجاتهم ، و يشترط للحصول عليها ما يلي:

- أن يكون للعميل حساب بالعملة الوطنية.
- أن يكون دخله ما بين 45000 و 90000 دج شهريا.
- و يمكن له إجراء بالعمليات التالية بواسطتها:
- سحب ما يعادل 70% من قيمة حسابه باستعمال أجهزة الصرف الآلي DAB.
- دفع ثمن المشتريات بما يعادل 10% من قيمة حسابه باستعمال أجهزة TPE و يتوجب عليه ترك مبلغ يعادل 20% من حسابه مجمدة.

ثانيا : بطاقة CPA/VISA International:

هي بطاقة دولية للسحب و الدفع يصدرها بنك CPA بناء على موافقة المنظمة العالمية VISA CARD و طبقا لأحكام و شروط هذه المنظمة وهي موجهة للعملاء الوطنيين الذين يملكون حسابا بالخارج ،و للمؤسسات المصدرة للسلع و الخدمات نحو الخارج ،حيث تمكنهم من تسوية مشترياتهم و السحب من أرصدهم في أي وقت ،و قد تم إصدار هذه البطاقة لأول مرة على مستوى البنك CPA سنة 1989م.

- وصف البطاقة:

على الواجهة Au recto :

- في أعلى البطاقة إسم و شعار البنك CPA.
- شعار المنظمة VISA ، و يتمثل في العام باللون الأزرق و الأبيض و الأصفر بداخله كلمة VISA باللون الأزرق.

- صورة مجسمة ثلاثية الأبعاد "Un hologramme"، و هي علامة مالية تعكس ألوان الطيف تتمثل في " حمامة".

- رقم البطاقة ب 16 وضعية.

- إسم و لقب حامل البطاقة.

- تاريخ إنتهاء الصلاحية.

على الخلفية Au Verso:

__ شريط ممغنط تخزن فيه المعلومات الإلكترونية الخاصة بالبطاقة و حاملها.

__ شريط أبيض مخصص لتوقيع العميل حامل البطاقة

- عنوان مقر البنك CPA و رقم الهاتف.

تسمح هذه البطاقة لحاملها بإجراء العمليات التالية:

على المستوى الوطني:

تسديد قيمة المشتريات من البضائع و الخدمات المنفعية لدى المحلات الموضوعة تحت الرقابة الجمركية داخل التراب الوطني و المعلنة عن انخراطها في شبكة فيزا الدولية.

في الخارج:

تسديد قيمة المشتريات من البضائع و الخدمات لدى التجار المنظمين بشبكة فيزا الدولية. كما يمكن له إجراء سحبات

نقدية من الشبايك البنكية المنخرطة في شبكة فيزا الدولية و ذلك في الحد الأقصى الذي يسمح به القرض الشعبي

الجزائري ,و يكون ذلك حسب نوع البطاقة التي يحملها العميل:

1- بطاقة عادية:

تتيح لحاملها سحب مبلغ 200 أورو يوميا كحد أقصى، أو تسديد ما يعادل هذا المبلغ من المشتريات.

2- بطاقة ذهبية:

تمكن حاملها من سحب مبلغ 800 أورو يوميا ، مع الإشارة إلى أن هذه البطاقة لم تصدر بعد من طرف CPA .

و يشترط للحصول على هذه البطاقة أن يكون لدى العميل حسابين بالعملة الوطنية و العملة الصعبة، و أن يجمد فيهما

ما لا يقل عن 20000 دج، 1525 أورو على التوالي.

أما في ما يخص بطاقة **GOLD** فيجب تجميد مبلغ 5000 أورو على الأقل.

المطلب الثاني: إجراءات الحصول على بطاقة السحب أو الدفع.

تمر البطاقة في عملية إصدارها بعدة مراحل ,من تقديم العميل لطلبه إلى الوكالة، دراسة الطلب، و إمضاء عقود و غير ذلك، و هذا ما سنراه في هذا المطلب.

أولا :إجراءات الحصول على البطاقة الوطنية CIB:

يمكن لأي زبون أن يحصل على بطاقة CIB ، شرط توفره على الشروط السابقة الذكر ,وذلك بتقريبه من الوكالة البنكية، و بالضبط على مستوى المكلف بالزبائن أي بيدي الزبون رغبته في الحصول على بطاقة السحب أو الدفع CIB يقوم المكلف بالزبائن على إثر ذلك بتقديم كل المعلومات الخاصة بكيفية الحصول على البطاقة و طريقة استخدامها ,و يطلع في نفس الوقت على وضعية الزبون :مهنته ، دخله، امتلاكه لحساب على مستوى وكالة CPA أو لا و غير ذلك من المعلومات ، و هذا من أجل معرفة امكانية منح الزبون هذه البطاقة من عدمها، وأيضا من أجل التحديد الأمثل لنوع البطاقة التي ستمنح له (عادية أو ذهبية)، إذ لا يمكن في أي حال من الأحوال أن يحصل على البطاقة التي يرغب فيها تلقائيا ، بل أن المكلف بالزبائن هو الذي يقوم بذلك بناء على المعلومات و المعطيات التي تحصل عليها من الزبون.

بعد تأكد المكلف بالزبائن من وضعية الزبون و إمكانية منحه البطاقة ، يقدم له عقدا هو " عقد البطاقة البنكية للدفع CIB" من أجل وضع البيانات اللازمة عليه و التوقيع.

وصف العقد:

يتكون العقد من 03 نسخ، نسخة يحتفظ بها الزبون، أخرى للهيئة النقدية و الأخيرة تحتفظ بها الوكالة البنكية.

تحتوي على واجهة كل ورقة من هذا العقد على المعلومات التالية:

__ اسم الوكالة و رقمها، رقم العقد، تاريخه، نوع البطاقة.

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

__ معلومات خاصة بصاحب البطاقة :اسم و لقب حامل البطاقة، مهنته، تاريخ و مكانا الإزديادهذه المعلومات تكون مختلفة عن البيانات السابقة في حال ما إذا كان حامل البطاقة و صاحب الحساب لا يمثلان نفس الشخص كأن يكون صاحب البطاقة شخص حقيقي و صاحب الحساب شخص معنوي (مؤسسة).

إضافة إلى ذلك تحديد السقف الشهري المسحوبات و المدفوعات، رقم البطاقة و تاريخ انتهاء صلاحيتها.

__ مكان خاص بمدير الوكالة ليدلي بحكمه .

__ مساحة مخصصة لإمضاء كل من صاحب الحساب، حامل البطاقة و مدير الوكالة أما الجهة الخلفية للعقد فتحتوي على الشروط العامة لإستخدام البطاقة.

بعد موافقة الوكالة على العقد و المعلومات الواردة فيه و المقدمة من طرف الزبون إضافة إلى تقديمه لأوراق الثبوتية (بطاقة شخصية، رخصة السياقة ،....) ترسلها إلى الهيئة النقدية لتشريع في إعداد الكشوفات اللازمة و إتمام العمليات الخاصة بإصدار البطاقة من إدخال للمعلومات في الشريط الممغنط و غير ذلك.

بعد إصدار البطاقة و ارسالها إلى الوكالة عبر البريد تقوم هذه الأخيرة بفحص يتضمن التأكد من:
_ توافق رقم البطاقة مع أرقام العقود.

_ توافق معلومات البطاقة مع ما هو موجود في العقد.

بعد تأكد الهيئة النقدية إلى الوكالة , يرسل الرقم السري عبر البريد أيضا ,وتقوم الوكالة بحفظ كل من البطاقة و الرقم السري في خزانة خاصة.

و لا يمكن الزبون أن يباشر استعمال البطاقة إلا بعد تفعيلها و يكون ذلك بعد التأكد من وصول البطاقة و الرقم السري إليه حيث تقوم الوكالة بار سال إشعار بالإستلام إلى الهيئة النقدية و التي تحول الأمر إلى SATIM بتشغيل البطاقة.

ثانيا : إجراءات الحصول على البطاقة الدولية CPA VISA :

يمكن لأي شخص تتوفر فيه شروط الحصول على البطاقة ، أن يصبح مالكا لها و ذلك بإتباع الخطوات الآتية الذكر:

1- 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.

و لتقبل هذا ، يجب على المكلف بالزبائن أن يتأكد من إمتلاك الزبون لحسابين في البنك ، أحدهما بالعملة الصعبة و الآخر بالعملة الوطنية، و في حالة العكس ، أي عدم إمتلاك للحسابين المذكورين ، فإنه مطالب بفتح حسابين جديدين و تجميد ما لا يقل عن 1525 أورو في حسابه بالعملة الصعبة ، و عن 20000 دج في حساب العملة الوطنية.
وصف نموذج طلب البطاقة: يتكون طلب البطاقة من 03 نسخ نسخة يحتفظ بها الزبون، أخرى للهيئة النقدية و الأخيرة تحتفظ بها الوكالة البنكية.

_ معلومات محددة لهوية طالب البطاقة من اسمه، عنوانه، مهنته ورقم جواز السفر...

_ أرقام الحسابات المفتوحة بالعملة الصعبة والوطنية، تاريخ فتحها وقيمتها.

_ معلومات محددة لطلب العميل مثل :

_ تحديد المبالغ التي سيضعها في الحسابين السابقين .

_ عدد العمليات التي ترى أنه سيقوم بها يوميا باستعمال البطاقة .

_ فئة الدخل التي ينتمي إليها،

_ مكان مخصص لإمضاء العميل على شهادته بأنه اطلع على الشروط العامة المتعلقة بالبطاقة وموافقته عليها.

_ مكان مخصص لمدير الوكالة ليضع توقيعه و بالتالي فهو يوافق على الطلب.

أما على ظهر كل نسخة فنجد الشروط العامة المتعلقة بالبطاقة.

بعد ملء الزبون لهذا النموذج بالدقة المطلوبة ، يقوم المكلف بالزبائن بالتأكد بإجابته على كل الأسئلة من دون إستثناء ، مع توضيح المعلومات ، من إمضاء العميل و تحديده للتاريخ و من وجود " قرأ و صدق عليه " **Lu et Approuvée** و التي تعني موافقة مدير الوكالة على دراسة الطلب . يحصل بعدها العميل على دليل لإستلام طلبه " **Accusé de réception** " و يحول الطلب إلى مدير الوكالة لمراجعته و دراسته.

2- دراسة الطلب:

تتم هذه العملية من خلال مراجعة حسابات العميل بالعملة الصعبة و الوطنية (قيمة الحسابين ، أقدمية فتحها، عدد العمليات التي أجريت عليها من طرف العميل.....) ، إضافة إلى إعتبرات أخرى مثل:

- __ نزاهة و أخلاقيات العمل .
- __ ملاءة العميل.
- __ سيرته و تاريخ حياته المصرفية.
- __ دخله الشهري، أقدميته في الوظيفة،

كل هذه العوامل و الإعتبرات تدرس في وثيقة خاصة ، تحدد في خلاصتها كفاءة العميل و مدى استحقاقه لهذه البطاقة.

و بناء على نتائج الدراسة ، تتخذ الوكالة القرار بمنح البطاقة للعميل أو عدم منحها و في كلتا الحالتين تقوم بمراسلة العميل معلمة إياه بقرارها.

و في حالة قبول الطلب ، تتضمن هذه الرسالة إضافة إلى قرار الوكالة بقبول الطلب استدعاء للزبون تطلب فيه حضوره الشخصي لإمضاء العقد الخاص بالحصول على البطاقة.

3- 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(نموذج خاص) إضافة إلى الملف الخاص به (وثيقة الدراسة، نموذج طلب البطاقة و نسخة من الإستدعاء الموجه إليه).

يتكون العقد من نسختين: نسخة باللغة العربية والأخرى باللغة الفرنسية، تتضمن كل البيانات التالية:

- خانات مخصصة لتحديد موضوع العقد(إنشاء بطاقة، تعديل، إلغاء، تجديد أو تبديل البطاقة).
- تاريخ العقد، رقمه، رمز الوكالة، وما إذا كان العميل من الخواص أو ممثلا لمؤسسة.
- معلومات شخصية عن الزبون (الإسم، اللقب، العنوان).
- نوع البطاقة التي ترغب في الحصول عليها .
- معلومات خاصة بحامل البطاقة(في حالة ما إذا كان حامل البطاقة وطالبها لا يمثلان نفس الشخص).
- شهادة من الزبون الذي طلب البطاقة بإطلاعه على الشروط العامة لإستعمال البطاقة والتزاما منه بالبيانات التي حددها سابقا في طلبه مع إعادة تعيينها(البيانات).

- مساحة مخصصة لإمضاء كل من طالب البطاقة، المستفيد والبنك .

هذا عن واجهة العقد ،أما الخلفية فتتضمن الشروط العامة لإستعمال البطاقة.

يقوم العميل بملء هذه البيانات ، و يجب أن تكون مطابقة تماما لتلك الموجودة في طلب البطاقة التي ملأها سابقا . كما يجب أن تتوفر ثلاثة نسخ من هذا العقد الأولى يحتفظ بها العميل و الثانية ترسل إلى الهيئة النقدية ،أما الثالثة فيحتفظ بها البنك في ملف العميل.

إرسال إلى الهيئة النقدية:

تقوم الوكالة البنكية بإرسال النسخة الثانية (التي ترسل للهيئة) من العقد إلى الهيئة النقدية

(**La direction Monétique**) عند تسليمها ، يقوم مسؤول قسم المنخرطين و المنتسبين

"Adhérents et Affiché" بالتأكد من وضوح المعلومات المسجلة فيها و صحتها ، نقلها في سجل العقود

الخاص بالهيئة ، الإمضاء على العقد و إدخال هذه المعلومات في جهاز الكمبيوتر، و من ثم تخزينها في الشريط المغنط للبطاقة و بالتالي ضمان خصوصيتها.

هذا في حال قبول العقد من طرف الهيئة النقدية ، أما في حالة العكس (الرفض) ترجع النسخة (02) من العقد مع تحديد سبب الرفض.

ثالثا : الحصول على البطاقة:

(1)- حصول الهيئة النقدية على البطاقة و الرقم السري:

تتحصل الهيئة النقدية على البطاقة الخاصة بالزبون من طرف المصنع، مرفقة بالكشف الموافق لها (**Un Listing**) إلا أنها لا تحصل على الرمز السري إلا بعد مرور أسبوع و هذا لأسباب أمنية.

و بالحصول على البطاقة ، يقوم مسؤول قسم " المنخرطين و المنتسبين" بإجراء المراجعات التالية: عدد البطاقات المتحصل عليها، المعلومات المخزنة في الشريط المغنط ، الكشف المتحصل عليه من المصنع و يقارنها مع المعلومات المتوفرة في النسخة (02) من العقد.

و تحفظ البطاقة في خزانة خاصة تستجيب للمتطلبات الأمنية.

بحصول المصنع للبطاقات على تأكيد وصول البطاقة من الهيئة النقدية ، يقوم بإرسال الرقم السري إلى هذه الأخيرة.

(2)- إرسال البطاقة و الرقم السري إلى الوكالة البنكية:

- الرقم السري :ترسله الهيئة النقدية إل حامل البطاقة مباشرة عبر البريد.

- البطاقة :ترسلها الهيئة النقدية إلى الوكالة البنكية عبر البريد أيضا مرفقة بنسخة من الكشف الذي أعدته سابقا.

و لتوخي الحيلة والحذر تقوم في اليوم الموالي الهيئة النقدية بإرسال نسخة ثانية من الكشف ويكون معلما بالعبارة " تأكيد على إرسالنا ل..."

تعيد الوكالة للبطاقة بدورها إرسال هذه النسخة فور وصولها إليها ،إلى الهيئة النقدية تؤكد لهذه الأخيرة إستلامها لكل من البطاقة والنسخة الأولى للكشف.

- بإستلام الوكالة للبطاقة يقوم كل من المدير والمكلف بالزبائن بالتأكد من:
 - _ تطابق المعلومات المسجلة في البطاقة مع الكشف و النسخة رقم (03) من العقد.
 - _ تضيف تاريخ الكشف في سجل خاص.
 - _ إرسال " تأكيد عل الوصول " للهيئة النقدية .
 - _ حفظ البطاقة في خزانة خاصة بالوكالة .

(3)- تسليم البطاقة للعميل:

ترسل الوكالة إلى العميل رسالة " وضع تحت التصرف " لتعلمه بأن البطاقة أصبحت تحت تصرفه, تحتوي هذه الرسالة على جزئين:

- جزء لإعلام الزبون بأن البطاقة تحت تصرفه الآن.
 - جزء يلعب تذكرة سحب البطاقة المسماة " تأكيد على الاستلام" .
- وبعد توجه الزبون إلى الوكالة وإتمامه للإجراءات الروتينية من تسجيل في الكشوفات وغير ذلك، يستلم العميل بطاقته مع إعطاء بعض النصائح والتوجيهات حول كيفية استخدامها والمحافظة عليها.
- إذا لم يتوجه الزبون لاستلام بطاقته في أجل أقصاه 10 أيام ,تقوم الوكالة بإرسال رسالة أخرى لتعلمه عن إمكانية حضوره لتسلم بطاقته.

هذه الرسالة هي آخر محاولة من البنك لإعلام الزبون بالحضور واستلام البطاقة ,بعد هذا ,وإذا لم يحضر الزبون إلى الوكالة في أجل يقدر ب 20 يوم على الأكثر ,فإن البنك و بالضبط المكلف بالزبائن يشرع في إجراءات تعطيل البطاقة وذلك في حضور مدير الوكالة.

المطلب الثالث:العمليات على البطاقة:

بعد استلام الزبون لبطاقته باتباع الإجراءات السابقة الذكر، و تمكينه من استعمالها بطريقة عادية، يمكن له أن يقوم وفقا لرغبته أو بتصرف من البنك بالعمليات الآتية:

أولا : بالنسبة لبطاقة CIB:

تتمثل العمليات التي تجرى عليها في : التجديد ، أو التعويض أو الإلغاء.

_ تجديد البطاقة:

بحلول تاريخ انتهاء صلاحية البطاقة البنكية CIB ، فإن هذه الأخيرة تصبح موضوع عملية تجديد تلقائي من طرف CPA ، إلا إذا لم يرغب الزبون في ذلك.

حيث يقوم البنك بإرسال رسالة إلى الزبون يذكره فيها بإنهاء صلاحية بطاقته، و يطلب منه تحديد رغبته في تجديد البطاقة أم غير ذلك، و يكون هذا قبل شهرين من حلول هذا التاريخ.

وسواء رغبت الزبون في تجديد البطاقة أم لم يرغب، فإنه يتقدم بطلب إلى البنك، هذا الأخير يمكن أن يكون:

- طلب تجديد البطاقة، فيقوم البنك في هذه الحالة بتسجيل هذا الطلب و إعادة القيام بنفس الترتيبات السابقة التي اتخذها لإصدار البطاقة.

- طلب عدم تجديد البطاقة، فيقوم البنك بتسجيل هذا الطلب في سجل البطاقات ، و إجراء العمليات الضرورية و التسجيلات اللازمة و إعداد كشوفات لحذف اسم العميل من السجلات التي تحمل اسمه كحامل للبطاقة. و نشير إلى مدة صلاحية CIB هي سنتين :

ـ تعويض أو تبديل البطاقة:

إذا تعرضت البطاقة للتلف، السرقة أو ضيعة من طرف حاملها فإنه يمكن للزبون حامل البطاقة أن يطلب من الوكالة تعويضها ببطاقة أخرى، وهذا بعد قيامه بإعتراض على سرقة أو ضياع بطاقته. يقدم الزبون طلبا خطيا لتعويض بطاقته، تقوم على إثره الوكالة البنكية بالتأكد من السجلات و الكشوفات و أرقام البطاقة و غير ذلك من الإجراءات الروتينية في هذه الحالة، لتقوم بعد ذلك بإصدار بطاقة جديدة للزبون وفقا للإجراءات السابقة الذكر و الخاصة بإصدار بطاقة جديدة.

كما يمكن لهذا الزبون، في حالة تغير ظروفه المادية مثلا و تحسنها، أن يطلب من البنك تبديل البطاقة البنكية من بطاقة CIB عادية إلى بطاقة ذهبية نظرا لإزدياد حاجته إلى السيولة أو غير ذلك ، و ما عليه في هذه الحالة إلا أن يقدم طلبا خطيا و أن يلبى شروط الحصول على البطاقة الجديدة ، ليشرع البنك في القيام بالإجراءات اللازمة لذلك (لإصدار البطاقة الذهبية).

ـ تعطيل البطاقة:

تعطيل البطاقة يعني إلغاؤها من التعامل و ذلك يكون عن طرق تحريضها ، إلغاء العقد الخاص بإنشائها و فسخه. تخريب البطاقة يمر بمرحلتين:

- على مستوى الوكالة البنكية:

يقوم المكلف بالزبائن في حضور مدير الوكالة بالعمليات التالية:

- تخريب البطاقة و ذلك بقصها على مستوى الشريط المغنطيسي بإستعمال المقص.

- إعداد محضر (pv) لتعطيل البطاقة مكون من نسختين , يطلب فيه إمضاء الزبون .

- وضع عبارة " معطلة "على القائمة الموجودة في جانب البطاقة المرسلة.

- فسخ العقد المنشئ للبطاقة بمقتضى إجراءات الفسخ التي سندكرها لاحقا.

- ترتيب محضر التعطيل في قائمة حاملي البطاقة.

- على مستوى الهيئة النقدية:

بعد استلامها للبطاقة و المحضر الخاص بحاملي البطاقات الذي أعدته الوكالة، تقوم الهيئة النقدية بإلغاء البطاقة من الملف الحامل.

و أخيرا تحول الأمر إلى SATIM بالتوقيف النهائي للبطاقة.

إجراءات فسخ " عقد البطاقة البنكية للدفع " CIB :

- المكلف بالزبائن يقدم وجهة نظره في فسخ العقد و يقدمه إلى **back office** .
- **back office** يقوم بتسجيل العقد حسب قواعده انطلاقا من وجهة نظر المكلف بالزبائن.
- مصلحة النقود تجري المبادرة الأولية في الفسخ ، و تقوم بإبلاغ **SATIM** بأمر تسجيل فسخ العقد.
- و يتحتم على الزبون عند البداية في إجراءات الفسخ أن يسلم البطاقة إلى الوكالة لإبطال عملها. و نشير هنا إلى أن عملية تعطيل البطاقة قد تكون بأمر من الزبون ، أو بالتصرف من البنك في بعض الحالات التي فيها ضرورة لذلك كقيام حامل البطاقة بمخالفة.

ثانيا : بالنسبة لبطاقة **CPA- VISA INT** :

تتمثل في نفس العمليات بالنسبة لبطاقة CIB ، مع بعض الاختلافات في طريقة التعامل بها.

__ تجديد البطاقة:

عملية تجديد البطاقة تكون بإنهاء مدة صلاحيتها كما هو الحال بالنسبة لبطاقة CIB و يجب أن يتم الشروع في ذلك قبل 3 أشهر من تاريخ صلاحيتها:

- تقوم الوكالة بإعداد الكشف (listing) التالي:
- رقم البطاقة التي ستجدد.
- تاريخ صلاحيتها.
- إسم و لقب حاملها.
- رقم الحساب البنكي الذي صدرت عنه البطاقة.
- إعداد جدول بخانتين : بطاقة تجدد و بطاقة لا تجدد.
- بعد إتمام الوكالة لهذا الكشف ، يجب القيام ب:
- مراجعة صحة المعلومات و ذلك بمقارنة سجل البطاقات مع العقود.
- إستدعاء العميل لتأكيد عملية تجديد البطاقة و ذلك بإرسال رسالة له مرفقة بنموذج طلب البطاقة الدولية CPA/ VISA مع تحديد المهلة المحددة له للإجابة و هنا تظهر لنا حالتان :
- تجديد البطاقة : يقدم العميل تجديده للبطاقة و ذلك في النموذج المرسل له حيث يقوم بتعليم خانة " طلب تجديد " و تعالج الوكالة هذا الطلب بنفس المراحل السابقة لإصدار البطاقة. مع الإشارة إلى أن رقم البطاقة يبقى نفسه السابق
- عدم تجديد البطاقة :

- 1- بناء على طلب العميل : يمكن للعميل أن يطلب في أي وقت عدم تجديد البطاقة في تاريخ إنتهاء صلاحيتها و ذلك بإرسال طلب مكتوب من طرفه إلى الوكالة في ظرف شهرين على الأكثر قبل حلول تاريخ إنتهاء صلاحية البطاقة. و بتسلم الوكالة لهذا الطلب تقوم بما يلي:
- تسجيله في سجل البطاقات.

- تعيين في الكشف الذي أعدته سابقا خانة " عدم تجديد البطاقة " .
- و بحلول تاريخ انتهاء البطاقة ، تقوم الوكالة ب:
- مراجعة سجل البطاقات و تنقيته من اسم العميل المعني.
- تعيين خانة " عدم التجديد " في سجل البطاقات المنتهية الصلاحية.
- ونلاحظ أن عملية عدم التجديد لا تتم بواسطة أية عقود.

2-مبادرة من الوكالة:

- يمكن للوكالة أن لا تقوم بتجديد البطاقة للزبون، حتى و إن طلب هو ذلك و ذلك في مثل الحالات التالية:
- أن تكون البطاقة محل معارضة من طرف للزبون، نتيجة تعرضها للسرقة أو الضياع.
- عدم احترام أي شرط من الشروط الخاصة بها.
- طلب تجديد البطالة لا يتوافق مع شروط القيام بذلك.

_ تعويض البطاقة:

- تعويض البطاقة يكون بالنسبة لحامل بطاقة أُنلفت، ضيعت أو سُرقت . كما يمكن أن يكون في حالة ما إذا ضيع رقمه السري أو نسيه، على عكس بطاقة **CIB** لذلك يقوم البنك بإصدار بطاقة جديدة برقم سري جديد.
- يقدم حامل البطاقة طلبا خطيا إلى الوكالة لتعويض بطاقته، مرفقا بتبرير إذا اقتضى الامر ذلك.
- وفي حالة ما إذا كان السبب في تعويض البطاقة هو تعرضها للسرقة أو التضييع، فإن رقم الحساب بالعملة الصعبة يجب أن يغير إجباريا.

و باستلام المكلف بالزبائن للطلب يقوم ب:

- التحقق من صحة إمضاء الزبون.
- إجراء اعتراض على البطاقة التي ستعوض.
- ملء نموذج تعويض البطاقة ، و هو نفسه عقد حامل البطاقة **CPA/VISA** السابق فقط مع تعيين خانة " تعويض البطاقة " .

- تحديد رقم البطاقة التي ستعوض.

- إكمال باقي المعلومات في العقد بنفس الطريقة السابقة المتعلقة بإصدار البطاقة

_ تعطيل البطاقة:

يتم تعطيل البطاقة بتخريبها أولاً، ثم إلغاء عقد حامل البطاقة و يكون ذلك بطلب من حامل البطاقة أو بمبادرة من البنك.

_ تخريب البطاقة:

يقوم المكلف بالزبائن في حضور مدير الوكالة بالعمليات التالية:

باستعمال المقص، تقص البطاقة على مستوى الشريط في الجهة العلوية اليمنى، مع مراعاة المحافظة على اسم الزبون ورقم البطاقة.

- إعداد محضر لتعطيل بطاقة السحب و الدفع **VISA** مكون من ثلاث نسخ.
- التوقيع على المحضر من طرف كل من المكلف و الزبائن و مدير الوكالة.
- المباشرة في عملية الإلغاء عقد الحمل، بالطريقة التي سنراها لاحقاً.
- إرسال نسخة من العقد الملغى، ونسخة من محضر تعطيل البطاقة إلى الهيئة النقدية، إضافة إلى الرابطة المخربة.
- وضع النسخة الثانية من العقد و المحضر مع كشف حاملي البطاقة.
- وضع النسخة رقم (03) من العقد و المحضر في ملف الزبون.
- و باستلام الهيئة النقدية للبطاقة المخربة و المحضر وعقد الإلغاء . تقوم بإلغاء البطاقة على مستوى ملف حامل البطاقة، وبالتخريب النهائي للبطاقة.
- عملية إلغاء حامل بطاقة **CPA/ VISA** و هنا نكون أمام حالتين:
- بطلب من الزبون حامل البطاقة: يقدم الزبون طلباً بإلغاء العقد أو تعطيل البطاقة ، و ذلك بإرساله رسالة خطية و موقعة إلى البنك.
- باستلام طلبه المكلف بالزبائن ب:
- التحقق من إمضاء الزبون .
- تاريخ و تسجيل الطلب.
- الحصول على موافقة مدير الوكالة.
- ملء النموذج الخاص بعملية الإلغاء ، و هو نفسه عقد حامل البطاقة ، فقط تعيين خانة " إلغاء العقد".
- إرسال النسخة رقم (02) من العقد، و النسخة (02) من الإشهار المرفوق برسالة ، و الذي يرسله البنك كرد على طلب العميل بإجراء عملية الإلغاء.
- إرسال النسخة رقم (03) من العقد إلى الهيئة النقدية.
- وضع كل من :طلب إلغاء العقد، النسخة رقم (03) من الإشهار، النسخة رقم (02) من العقد في ملف الزبون.
- __ بمبادرة من البنك :
- يمكن للبنك أن يباشر في القيام بعملية إلغاء العقد في الحالات التالية:
- أن العميل لم يلتزم بترك الحد الأدنى من النقود في حساباته بالعملة الصعبة و الوطنية، والتي تم الاتفاق عليها في العقد.
- سير حسابات الزبون مثير للشكوك.
- البطاقة محل اعتراض.
- الاستعمال السيئ للبطاقة.
- وفي هذه الحالة، فإن المكلف بالزبائن يقوم ب:

- إعداد رسالة إلغاء وفق 03 نسخ أو نماذج و إرسالها إلى الزبون.
- إعداد إشهار بإجراء عملية اعتراض، وفق نسختين من طرف كل من مسؤول خلية الزبائن و مدير الوكالة.
- باقي الإجراءات تتم بنفس الطريقة السابقة (حالة طلب الزبون) .

المبحث الثالث: طرق إستخدام البطاقة

بعد تعرفنا في المبحث السابق على إجراءات الحصول على البطاقة البنكية التي تصدرها CPA ، سنحاول التعرف في هذا المبحث على طريقة إستخدامها.

المطلب الأول: كيفية التعامل مع بطاقة CIB و VISA :

بطاقة السحب و الدفع سواء كانت وطنية (CIB) أو دولية (VISA) تسمح بسحب الأموال من الشبائيك الآلية (GAB) و أجهزة الصراف الآلي (DAB) ، و تمكن حاملها من دفع ثمن مثيرياته عند التجار المزودين بجهاز الدفع الآلي (TPE) . لذلك فإن طريق CIB و VISA مع إستثناء نطاق الإستخدام تبقى واحدة بالنسبة لأجهزة DAB GAB/ و TPE.

لذا سنكتفي بالتعرف على كيفية عمل بطاقة CIB فقط بإعتبارها المثال الأفضل لتعامل البنوك الجزائرية ببطاقات الدفع . و ذلك لكونها وطنية بحتة.

أما فيما يخص بطاقة VISA، فسنعرض فقد للعقد الذي ينظم بموجبه التاجر إلى نظام الدفع بهذه البطاقة.

1 - الأطراف المتدخلة في عمل البطاقة CIB :

__ البنك: و يمكن له أن يقوم بوظيفتين أساسيتين هما:

- وظيفة المصدر L'émetteur:

و يتمثل في هذه الحالة في كل البنوك أو بريد الجزائر و التي تصدر بطاقات للتعامل بالسحب و الدفع مقابل عمولة أو فائدة و هذا لصالح زبائنها . مع الإشارة إلى أن الإنخراط في برنامج الإصدار الخاص بالبطاقات البنكية.

- وظيفة المقتني L'acquéreur :

و هي كل البنوك الجزائرية و بريد الجزائر و التي تنتمي إلى SATIM، و بالتالي تكون مشتركة في برنامج استخدام الدفع بالبطاقة ، و تسمح لكل حاملي البطاقة البنكية بإجراء سحبات نقدية بإستعمال أجهزة DAB/GAB.

- حامل البطاقة:

و هو كل شخص يملك حسابا في بنك CPA أو أي بنك آخر قام بتوقيع عقد مع هذا البنك من أجل الحصول على بطاقة CIB .

- القابل L'accepteur:

و هو كل تاجر يملك الأهلية القانونية ، و له الصلاحية لتقبل المدفوعات بالبطاقة البنكية و ذلك بموجب عقد و إتفاق مع البنك ، و يجب أن يكون مزودا - التاجر - بجهاز الدفع الإلكتروني TPE ، و معلنا عن إنخراطه بواسطة لافتات أو ملصقات عن إنضمامه لنظام الدفع بالبطاقة CIB.

- المشغل التقني **L'opération technique** :

و يتمثل في مؤسسة **Société d'Automatisation des Transaction) SATIM**

(Interbancaraies) ، و التي تأسست سنة 1995 وظيفتها إدارة نظام الدفع البنكي الإلكتروني. وهي المركز الذي يستضيف إجراء العمليات الأساسية و القاعدية لكل من الحامل و المستقبل ، المسؤول الأول و الأخير عن البطاقات CIB، حيث تملك كل المعلومات عن الزائن حاملي البطاقة ، حيث أن كل البنوك المقدمة لهذه الخدمة تتصف بالتبعية لها و هي التي تقوم بخدمتها، و هي الوحيدة المخول لها متابعة عملية توزيع البطاقات و توقيفها، إذ تملك جميع المعلومات و الصلاحيات التي تمكنها من اتخاذ قرار كهذا، و عموما يمكن أن نجمع أعماله في ما يلي:

- إتمام أو صنع البطاقات البنكية و تسيير تطبيق و استخدام هذه البطاقات.
- وضع أو إنشاء خدمات الدفع، و القيام بالإصلاحات و التعديلات البنكية المتعلقة بجهاز TPE.
- التكامل التقني ل DAB/GAB في الشبكة النقدية ما بين البنوك (RIM).
- التسيير بالنيابة عن البنوك المشاركة و المستقبلية لهذه الأنظمة بالإضافة إلى جمع الضريبة على التسوية و دفعها إلى الدولة.

_ الممثلين الداخليين في CPA :

وكالة الإستغلال: إن تسيير البطاقات البنكية يتوقف على ميزات مسؤول الزائن بحكم عمله ، و كذلك تسيير عقود البطاقات و TPE بالإضافة إلى خدمات **Back office** الذي يعالج العمليات اليومية.

- مجموعة الإستغلال : تتمثل وظيفتها في المراقبة.

- La DMP : Département Automatique de paiement :

إذ تقوم من خلال بنيتها في المساندة النقدية و وسائل الدفع.

2- إستعمال البطاقة للسحب النقدي:

يمكن لحامل بطاقة CPA/VISA أو CPA/CIB إجراء سحب نقدي بواسطة هذه البطاقة و ذلك بإستعمال جهاز DAB (Distributeur Automatique de Billet) أو ما يعرف بجهاز الصراف الآلي و هو الآلة التي تسمح و توفر للعملاء إجراء السحوبات النقدية في الأماكن العامة و الطرق دون الحاجة إلى الذهاب إلى المصارف. و تكون جميع شبكات الصراف الآلي متصلة بمؤسسة SATIM ، و بذلك تكون متاحة أمام حاملي كل البطاقة البنكية.

عند استخدام الجهاز، فإن العميل يكون مطالبا بإدخال الرقم السري للبطاقة المكون من 4 أرقام إضافة إلى بعض المعلومات الأخرى كتحديد المبلغ المراد سحبه من الجهاز.

وصف الجهاز:

جهاز الصراف الآلي هو محطة طرفية للبيانات تتكون من أجهزة إدخال و إخراج ليتمكن الزبون من خلالها من إتمام العملية.

أجهزة الإدخال: تتمثل في:

- قارئ البطاقات : الذي يلتقط المعلومات الخاصة بالحساب و الخزنة على الشريط المغناطيسي الموجود على ظهر البطاقة الائتمانية.

- لوحة المفاتيح: يستخدمها الزبون لإدخال المعلومات المطلوبة منه كالرقم السري مثلاً.

أجهزة الإخراج: وتتمثل في:

شاشة عرض، طابعة إيصالات و آلة توزيع النقد.

و تمثل آلة توزيع النقد.

إستعمال بطاقة الدفع: يتم ذلك بواسطة جهاز الدفع الإلكتروني (TPE Terminal de Paiment) (Electronique).

__ تعريفه: هو جهاز الكتروني له القدرة على التعرف على الشريحة الالكترونية للبطاقة البنكية أو الشريط المغناطيسي، يزود به التجار الذين يقبلون التعامل بالبطاقات، حتى يتمكن حاملو الأخيرة من دفع مشترياتهم بكل سهولة.

__ الوصف التقني للجهاز TPE: تتكون أغلبية أجهزة TPE من:

__ المجموعة الأساسية **Le bloc principal**: و يضم هذا الجزء:

- شاشة عرض **Un écran d'affichage**: تسمح بعرض قائمة لإدارة TPE، و تحديد بيانات و معطيات العملية.

- لوحة المفاتيح : تتكون من 17 زر ، و يتم من خلالها إدخال المعلومات و البيانات اللازمة.

- قارئ البطاقات: **Lecteur de Carte**: يعمل على إدراج مبادلة المعلومات بين شريحة البطاقة و جهاز TPE، و ذلك بعد إدخالها.

- طابعة حرارية **Une imprimante Thermique**: و تقوم بتحرير تقرير ملازم لكل عملية يجريها العميل.

__ مجموعة قابلة للنقل (**le pin pod**) **Un bloc**: مرتبطة عن طريق موصل (**Un cable pin pod**)

مع المجموعة الأساسية و يضم هذا الجزء:

- شاشة عرض: وظيفتها إرشاد الزبون بإعطائه التعليمات لإدخال البيانات الضرورية لإتمام العملية كالرقم السري.

- لوحة المفاتيح: تتكون من 15 زر، يتمكن من خلالها العميل من إدخال الرمز السري و المعلومات الأخرى، و يكون جهاز الدفع الإلكتروني متصل بمسير الجهاز التقني **SATIM** و ذلك بواسطة : شبكة الهاتف و موجة الراديو . هذا

الوصف يخص معظم أجهزة TPE، و هي الأجهزة الثابتة، ولكن توجد أنواع أخرى عديدة مثل TPE المحمول و أنواع أخرى تتوافر في الاسواق.

ـ إجراءات حصول التاجر على جهاز TPE :

يمكن لأي تاجر أن يصبح مالكا لجهاز TPE وبالتالي منضمًا إلى نظام الدفع بالبطاقات البنكية وذلك بتوقيعه على عقد يربطه ببنك CPA، و يصبح بموجبه التاجر يقبل ببطاقات CIB(CPA) أو VISA أو كليهما، هذا التعاقد يكون على طلب التاجر نفسه، أو بدعوة من البنك نظرا لعلمها المسبق بسيرة التاجر وكفاءته المهنية، الأمر الذي يجعل البنك يرغب في التعامل معه وتزويده بهذه الخدمة، وفي كلتا الحالتين فإن البنك يتولى إعلام التاجر بكل الشروط اللازمة لإستخدام الجهاز ظروف تركيبه، عمولة البنك،...و غير ذلك من المعلومات الهامة المتعلقة بجهاز TPE وبحقوق التاجر والتزاماته.

بعد اطلاع التاجر على هذه الشروط المذكورة كلها في العقد و موافقته عليها، يشرع في ملأ العقد ووضع المعلومات اللازمة وتوقيعه.

ونشير هنا إلى أن العقد يختلف حسب نوع البطاقة التي يرغب التاجر في الإنضمام إلى شبكة المتعاملين بها .

ـ بالنسبة لبطاقة CIB :

وصف عقد إنضمام التاجر إلى نظام الدفع بالبطاقة ما بين البنوك CIB :

Contrat d'adhésion du commerçant au système de paiement par carte bancaire CIB.

يتكون العقد في مجمله من أربعة نسخ، تحتوي النسخة الأخيرة إلى خلفية النسخ الثلاثة الأخرى على الشروط العامة

لإستخدام الجهاز، أما واجهة النسخ الثلاثة الأولى فتحتوي على المعلومات التالية:

- اسم مجموعة الإستغلال، اسم الوكالة، رمزها، رقم العقد.
- تحديد محتوى العقد :إنشاء، تعديل.
- الإسم التجاري للمؤسسة، العنوان والمنطقة الجغرافية، أرقام الهاتف الثابت و النقال،الفاكس.
- معلومات حول طبيعة ونوع نشاط التاجر،مدة ممارسته،رقم حساب التاجر لدى البنك، رقم السجل التجاري وبريده الإلكتروني.

- مكان مخصص للهيئة لإعطاء موافقتها على العقد.

- مكان مخصص للتاجر للتأكد على إطلاعه على الشروط العامة.

- مساحة مخصصة لتوقيع التاجر ومدير الوكالة.

بعد إكمال هذه الإجراءات، يقوم البنك بإرسال العقد إلى الهيئة النقدية التابعة له، والتي تقوم بعد موافقتها عليه بتسجيله لديها و إرسال طلب لتركيب TPE للتاجر المعني.

على إثر ذلك ، تقوم هيئات تابعة ل SaTIM بعملية التركيب ، حيث تحل مباشرة على مستوى محل التاجر مرفوعة بممثلين للوكالة البنكية.

__ بالنسبة لبطاقة CPA/VISA:

وصف " عقد التاجر " " Contrat Commercial ":

في واجهة العقد نجد المعلومات التالية:

- إسم الوكالة البنكية و رمزها.
- خانات لتحديد موضوع العقد: إنشاء ، تعديل ، إلغاء.
- رقم العقد و تاريخه.
- رقم جهاز الTPE.
- الإسم التجاري للمؤسسة ، العنوان ، رقم الهاتف ، التيليكس ، و الفاكس.
- طبيعة نشاط التاجر.
- إسمه ، وظيفته ، منطقتة الجغرافية و رمزه التعيني.
- أرقام الحسابات التي ستصبح دائنة بموجب العقد.
- تحديد العملات المتعاقد عليها.
- إمضاء كل من التاجر و البنك.
- أما في الخلفية فنجد الشروط المتعاقد عليها.
- و بناء على هاذين العقدين أو أحدهما ، أصبح التاجر مزودا بجهاز TPE و يقبل التعامل بالبطاقات البنكية ، و يشترط البنك على التاجر أن يعلن عن ذلك بواسطة لافتة توضع على واجهة محله، يزوده بها بنك CPA .
- كيفية استخدام البطاقة أمام جهاز TPE:

يمكن لأي زبون يحمل بطاقة CPA CIB أو VISA INT ، أن يقوم بإجراء دفع مقابل مشترياته بإستعمال

جهاز

TPE المتواجد عند التجار المزودين بهذه الخدمة و المعلنين عن ذلك بواسطة لافتات على واجهة محلاتهم ، و ذلك عبر

كامل

التراب الوطني بالنسبة للبطاقة الأولى (CIB)، و على مستوى أي دولة في العالم بالنسبة للبطاقة الثانية ، و ذلك بإتباع الخطوات التالية:

- التأكد من أن المحل التجاري يتعامل مع هذا النوع من البطاقات.
- أمام جهاز TPE ، إنتظار ظهور رسالة تطلب إدخال البطاقة ، و ذلك على شاشة العرض للجهاز.
- إدخال البطاقة في قارئ نالبطاقات بإتجاه السهم المتواجد على وجه البطاقة.

- تحديد مبلغ المعاملة التجارية بالدينار الجزائري بالنسبة لبطاقة CIB و بالعملة الأجنبية للبلد الذي يوجد فيه الزبون بالنسبة

لبطاقة VISA، و ذلك بإستعمال لوحة المفاتيح.

- التأكد من قيمة المبلغ الذي يظهر على الشاشة.

- المصادقة أو الموافقة على المبلغ الذي يظهر على الشاشة.

- المصادقة أو الموافقة على المبلغ باستعمال مفتاح الإدخال لجهاز TPE.

- انتظار ظهور رسالة طلب إدخال الرقم السري على شاشة العرض.

- إدخال الزبون للرقم السري الخاص به في سرية تامة بواسطة لوحة المفاتيح.

- الضغط على مفتاح للموافقة على الرمز السري.

- ظهور رسالة على الشاشة تعلم الزبون بقيام الجهاز بإتمام العملية.

- انتظار الطابعة الأوتوماتيكية لتذكرة وفق نموذجين أو نسختين، وذلك على مستوى الطابعة الحرارية.

- احتفاظ كل من التاجر والزبون بنسخة من التذكرة.

- انتظار ظهور رسالة تطلب سحب البطاقة من الجهاز.

- سحب التاجر للبطاقة وتسليمها للزبون.

المطلب الثاني : تعامل بنك CPA مع مخاطر البطاقة

إن إصدار البطاقة و إستعمالها ينطوي على مخاطر عديدة يمكن تصنيفها كما يلي:

- ضياع أو سرقة البطاقة.

- إساءة استعمالها من طرف حاملها.

- إفلاس حامل البطاقة.

وبمواجهة هذه المخاطر ,يجب على البنك أن يتابع بانتباه سير حسابات زبائنه وأن يتخذ الإجراءات التالية إذا اقتضى الأمر لذلك:

(1)- تشديد الرقابة على حسابات الزبون حامل البطاقة.

(2)- عدم تجديد البطاقة (بالنسبة للبطاقة التي انتهت مدة صلاحيتها).

(3)- إلغاء العقد الذي أصدرت بموجبه (بالنسبة للبطاقات التي لم تنتهي مدة صلاحيتها).

(4)- إجراء عملية اعتراض على البطاقة.

أولاً: ضياع أو سرقة البطاقة

يمكن أن يتعرض حامل البطاقة للسرقة ,أو أن تضيع منه في حالات كثيرة ,ويكمن الخطر في هذه الحالة في استعمال البطاقة من شخص ثالث قبل إكمال الزبون لإجراءات لتصريح والاعتراض على ضياعه أو سرقتها ,وفي هذا الصدد فإن الإجراءات الواجب اتخاذها تتمثل في:

__ بالنسبة لحامل البطاقة :

- تتمثل الإجراءات التي يمكن أن يتخذها حامل البطاقة، سواء قبل تعرضها للسرقة أو الضياع أو بعد ذلك، فيما يلي:
- (1) - الإحتفاظ بالبطاقة في مكان آمن، و المحافظة على سرية الرقم الخاص به وعدم البوح به لأي شخص آخر، كإجراء وقائي لتجنب حدوث السرقة أو تضييع البطاقة.
 - (2) - التبليغ الفوري سواء عن طريق الهاتف أو برسالة خطية موجهة للوكالة البنكية، وتطلب منه المعلومات التالية:
 - رقم البطاقة .
 - إسم ولقب حاملها.
 - تاريخ انتهاء صلاحيتها.
 - سبب قيام حامل البطاقة بالإعتراض (مع تقديم الوثائق المثبتة).
 - (3) - الإبلاغ الفوري للسلطات المختصة (المحكمة) بضياع البطاقة أو سرقتها، لتحرر له وصلا يؤكد ذلك . يتم إرساله - الوصل - إلى الوكالة لتقوم بعملية الإعتراض التي طلبها الزبون.
 - باستلامها للتصريح، تقوم الوكالة بتسجيله، إكمال وضع المعلومات في سجل البطاقات وإرسال النسخ في ظرف خاص إلى الهيئة النقدية، و وضع النسخ الأصلية في ملف آخر.
 - كما يجب عليها أن ترسل هذه المعلومات فوراً بواسطة التليكس، وأن تشفع فوراً في تطبيق إجراءات الأعراض.
 - عدم تجديد البطاقة، إذا ضاعت أو سرقت قبل حلول انتهاء صلاحيتها بـ 3 أشهر.

ثانياً : الإستعمال التعسفي للبطاقة

قد يحدث وأن يتخطى الزبون حدود المبلغ المسموح له بسحبه من الصراف الألي أو يتمادى في شراء الحاجيات والسلع من المتاجر فيتخطى بذلك المبلغ الأقصى الذي يسمح له باستعماله في الدفع. إذا لاحظت الوكالة استعمالاً سيئاً للبطاقة من طرف الزبون فإنها تتصرف فوراً كمايلي:

- (1) - .تقدم إشعاراً بإلغاء العقد.
- (2) - تقوم بإعتراض على البطاقة إلى غاية إرجاعها من طرف حاملها.
- (3) - تقوم بإلغاء عقد حامل البطاقة، ولا تقوم بتجديدها في تاريخ استحقاقها.
- (4) - القيام بتعطيل وتخريب البطاقة عند إرجاعها من طرف صاحبها.

ثالثاً : إفلاس حامل البطاقة

لمواجهة هذا الخطر فإن البنك يقوم ب:

- الحرص على مراقبة الرصيد الأدنى الذي يتوجب على الزبون أن يتركه في حسابه إجبارياً لمواجهة مثل هذه الأخطار.
- كما يجب عليها أن تتابع بانتظام سير حسابات زبائنها الحاملين للبطاقة البنكية وتشديد المراقبة على الحسابات التي تشهد حركة كثيفة من عمليات سحب ودفع.

خلاصة الفصل :

من خلال ما تقدم في هذا الفصل نجد أن الصيرفة الإلكترونية أصبحت ضرورة حتمية أوجبتها التغيرات الحاصلة في السوق و التكنولوجيا المستمرة في هذا المجال من أجل تلبية احتياجات العملاء و خدمتهم بالدرجة الأولى. و نجد أن الجزائر مازالت تقطع أشواطاً في تطبيق هذا النوع من التكنولوجيا و ترسيخها في أذهان العملاء لأنها أدركت أن ثقافة البيئة الإلكترونية مازالت ضعيفة جداً في أذهان الأفراد حيث أن وسائل الدفع الإلكتروني المستعملة في الجزائر تقتصر فقط على البطاقات الممغنطة و ذلك لعدم ثقافة و ثقة العميل في التعاملات و البيئة الإلكترونية.

خاتمة:

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

النتائج:

- الصيرفة الإلكترونية نمط جديد في المجال يشهد إقبالا متزايدا من طرف الأفراد و المنشآت ، لما لها من فوائد و مميزات لم تكن متوفرة في الصيرفة التقليدية كاختصار الزمن و المسافة و تخفيض الأسعار و تلبية طلبات محددة للزبائن و التعرف على احتياجاتهم و تطلعاتهم، فقد حققت نتائج فاقت كل التوقعات سواء بالنسبة للدول أو المنشآت التي تبنتها، وذلك بإتباعها للتطور الحاصل في مجال التكنولوجيا.
- يرتبط مفهوم جودة الخدمة المصرفية من وجهة نظر العميل بمدى قدرة المنظمة على تقديم خدمة تقابل توقعاته أو تتجاوزها، فتقديم خدمات ذات جودة متميزة يعني تطابق مستوى الجودة الفعلي و يعكس مدى توافر أبعاد جودة الخدمة مع توقعات العملاء لهذه الأبعاد.
- بالرغم من المزايا الهائلة التي تقدمها وسائل الدفع الإلكتروني للعميل إلا أنه لا يميل إلى التعامل بها و ذلك لعدم ثقته بالنظم المعلوماتية و جهله للتطورات التكنولوجية الحاصلة في المجال المصرفي، إذ أنه يميل إلى الوسائط التقليدية وخاصة النقود الورقية أو المعدنية.
- إن اعتماد وسائل الدفع الإلكتروني تساهم في تحسين جودة الخدمات المصرفية حيث ما يجعل العميل يستغني عن الذهاب إلى نقطة البيع، باستطاعته الاستفادة من الخدمات المصرفية من مكان اقامته أو عمله أو أي مكان تتوفر فيه خدمة الأنترنت اضافة إلى هذا فتقديم الخدمات المصرفية يكون طوال ساعات اليوم و أيام السنة، العميل غير مقيد بمواقيت دوام نقطة البيع و له كل الحرية في الوقت الذي يستفيد فيه من الخدمة المصرفية.

— ساهم تخلف الجهاز المصرفي الجزائري و عدم قدرته على مواكبة التطور الهائل في ميدان وسائل الدفع الإلكترونية وراء دفع هذه الأخيرة التي وجدناها في شكلها البسيط و المتمثل عند البنوك في البطاقات الائتمانية.

— إثبات صحة الفرضيات:

— تتؤكد الفرضية الأولى: تم التغلب على النقائص التي واجهتها البنوك التقليدية و ذلك بإتباعها للتطور الحاصل في مجال التكنولوجيا مما أدى إلى تخفيض التكاليف و اختصار الزمن و تخفيض الأسعار و تلبية طلبات محددة للزبائن.

— تؤكد الفرضية الثانية: إن تقديم الخدمة المصرفية بالجودة المطلوبة و التي يرغب الزبون في الحصول عليها تجعل من هذا الأخير يزيد من ثقته بالمصرف الذي يتعامل معه.

— تؤكد الفرضية الثالثة: جاءت وسائل الدفع الإلكترونية كسد للنقص و كبديل عن وسائل الدفع العادية و المتمثلة في النقود المعدنية أو الورقية من جهة، و الشيكات المعتمدة من جهة أخرى. حيث أن وسائل الدفع الإلكتروني تريح الموظف في تعاملاته مع المؤسسة المالية و المصرفية حيث تتمتع بسرعة الأداء و قلة التكاليف و لا تتقيد بالحدود الجغرافية.

— التوصيات:

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

— آفاق البحث:

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

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

قائمة المراجع :

أولاً: الكتب:

- تيسير المجارمة، التسويق المصرفي، دار حامد للنشر، عمان، 2005، ط1.
- حجازي بيومي عبد الفتاح، النظام القانوني لحماية الحكومة الإلكترونية، الجزء الأول، ط1، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2003 - شاعر القزويني، محاضرات في إقتصاد البنوك ، ديوان المطبوعات الجامعية، ط2، الجزائر، 1992.
- علي السلمي، إدارة الجودة الشاملة و متطلبات التأجيل للإيزو، دار غريب للنشر و التوزيع ، 1995 .
- علي محمد أبو العز، التجارة الإلكترونية و أحكامها في الفقه الإسلامي، دار النفائس للنشر و التوزيع، 2008.
- عمر وصفي عقيلي، المنهجية المتكاملة لإدارة الجودة الشاملة، دار وائل للنشر، عمان، 2001، ط1.
- عوض بدر الحداد، تسويق الخدمات المصرفية دار البيان للنشر، مصر، 1998.
- غانم شريف محمد، محفظة النقود الإلكترونية، دار النهضة العربية، مصر، 2003.
- محمد الصيرفي ، إدارة المصارف، دار الوفاء لنديا الطباعة و النشر، الإسكندرية، ط1.
- محمد عبد حسين الطائي، التجارة الإلكترونية المستقبل الواعد للأجيال القادمة، دار الثقافة ، ط1 ، عمان، 2010.
- ناظم محمد نوري الشمري، عبد الفتاح زهير عبد اللات، الصيرفة الإلكترونية، دار النشر و التوزيع ، عمان، 2008.
- نحلة أحمد قنديل ، التجارة الإلكترونية ، المرشد للمدير العصري (رؤية تسويقية) ، جامعة قناة السويس، القاهرة، مصر ، 2004.

ثانيا : المجلات و الدوريات العلمية:

- البنك المركزي الجزائري، التقارير السنوية ، سنوات 2008-2014.
- الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، العدد: 26 ، 24/4/2006.
- بريس عبد القادر، جودة الخدمات المصرفية كمدخل لزيادة القدرة التنافسية للبنوك، مقال في مجلة (إقتصاديات شمال إفريقيا) ، العدد 3.
- بوخاري فاطنة ، واقع تطبيق الصيرفة الإلكترونية و آليات تفعيلها في البنوك الجزائرية - دراسة حالة الجزائر- (2002-2017).
- بن عمر خالد، بوزامة جيلالي، واقع الصيرفة الإلكترونية في الجزائر بين معيقات التنويع و متطلبات النجاح، مجلة بحوث إقتصادية عربية، العدد80 ، يونيو/ حزيران ، 2019.

ثالثا: الأطروحات و المذكرات الأكاديمية:

- الماجستير:

- العاقي إيمان ، البنوك التجارية و تحديات التجارة الإلكترونية، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية، تخصص بنوك و تأمينات، جامعة منتوري، قسنطينة، 2006-2007.
 - بوعافية رشيد، الصيرفة الإلكترونية و النظام المصرفي الجزائري ، مذكرة نيل شهادة ماجستير في العلوم الاقتصادية، البليدة، 2005.
 - جبلي هدى، قياس جودة الخدمة المصرفية ، دراسة حالة بنك البركة، رسالة نيل شهادة الماجستير في العلوم التجارية، كلية العلوم الاقتصادية و علوم التسيير ، جامعة منتوري، قسنطينة، الجزائر ، 2006/2007 .
 - عبد الرحيم وهبية، إحلال وسائل الدفع المصرفية التقليدية بالإلكترونية- دراسة حالة الجزائر - ، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية، فرع نقود و مالية، جامعة الجزائر ، 2005/2006.
- #### - الماستر:

- بن زكري عبد الرحمان بلال، ختمارة أمينة، واقع التقنيات المصرفية الحديثة في البنوك الجزائرية ، مذكرة ماستر ، جامعة قسنطينة، الجزائر ، جوان، 2017.
- سلطاني خديجة ، إحلال وسائل الدفع الإلكترونية، مذكرة مقدمة كجزء من متطلبات نيل شهادة الماستر في العلوم الاقتصادية، تخصص مالية و نقود ، جامعة بسكرة، 2012/2013.
- سلماني فاطمة، جودة الخدمات المصرفية و أثرها على تحقيق رضا الزبون، مذكرة ماستر في علوم التسيير، جامعة المسيلة ، الجزائر، 2013.
- سماح شعبور ، مصباح مرابطي، وسائل الدفع الإلكتروني في الجزائر - واقع و تحديات- ، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات ماستر أكاديمي ، شعبة علوم تجارية، تخصص تمويل مصرفي ، جامعة تبسة، دفعة 2016.
- عبير بن صالح ، دور وسائل الدفع الإلكترونية في عمليات تبييض الأموال ، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة ماستر أكاديمي، تخصص بنوك و أسواق مالية ، جامعة مستغانم، 2015/2016.
- عميروش مصطفى، متطلبات تكوين الخدمات المصرفية و زيادة القدرة التنافسية للبنوك الجزائرية، مذكرة لنيل شهادة الماستر في إدارة الأعمال، كلية العلوم الاقتصادية و علوم التسيير، جامعة 8 ماي 1945 ، قالمة، الجزائر 2009/2010.

رابعا: المؤتمرات و المنتقيات العلمية:

- شيرين البارودي ، دور إقتصاد المعرفة في تطوير الخدمات الإلكترونية، مداخلة ضمن المؤتمر العلمي الدولي الخامس، إقتصاد المعرفة و التنمية ، الأردن ، 27 / 28 أفريل 2005 .

– عبد الهادي النجار، التجارة نقود المعرفية و آلية تداولها، (بحث مقدم إلى المؤتمر السنوي لكلية الحقوق حول الجديد في أعمال المصارف من الوجهتين القانونية و الاقتصادية) ، جامعة بيروت، لبنان، 2002 .

– معارفي فريدة، مداخلة "بعنوان الأعمال المصرفية الإلكترونية"، المؤتمر العلمي الخامس، جامعة فيلادلفيا، كلية العلوم الإدارية و المالية.

– منية خليفة، الصيرفة الإلكترونية كمدخل لتأهيل و عصنة البنوك التجارية، الملتقى الدولي حول عصنة نظام الدفع في البنوك الجزائرية و إشكالية اعتماد التجارة الإلكترونية في الجزائر – عرض تجارب دولية – المركز الجامعي لخميس مليانة، 2011 ، ص 15.

– يوسف مسعداوي، البنوك الإلكترونية، ملتقى المنظومة المصرفية الجزائرية و التحولات الاقتصادية – واقع و تحديات – ص 229.

خامسا: مواقع الأنترنت الرسمية:

– باللغة العربية:

– أحمد الكردي، التسويق المصرفي، www.kenaneonline.com .

– آيت زيان كمال، حورية آيت زيان ، " الصيرفة الإلكترونية في الجزائر "، www.iefpedia.com.

– محمد حميد عبد الهادي الرويس، نموذج مقترح لقياس جودة الخدمات المصرفية بدولة قطر ، رسالة دكتورا، كلية التجارة، جامعة عين شمس ، جمهورية مصر، 2002، www.al.maktaba.net/vd/ .

– باللغات الأجنبية:

SELMAN shamin & KASHIF sardar ,electronic banking and – readness adoption by commercial banks in pakistan , linnaeus university,2010,p7.