

جامعة قاصدي مرباح - ورقلة -  
كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير  
قسم العلوم الاقتصادية



مذكرة مقدمة لإستكمال متطلبات شهادة الماستر أكاديمي  
الميدان : علوم اقتصادية , علوم تسيير , علوم تجارية  
الشعبة : العلوم الاقتصادية  
التخصص : مالية وبنوك  
بغنوان :

اثر استخدام بطاقات الدفع الالكتروني في رفع جودة الخدمات المصرفية  
دراسة حالة البنك الخارجي الجزائري BEA وكالة تقرت

من إعداد الطالب : قاشي جميلة

نوقشت وأجيزت علنا بتاريخ : 15 \ 05 \ 2017

أمام اللجنة المكونة من السادة :

( أستاذ جامعة ورقلة ) رئيسا

( أستاذ جامعة ورقلة ) مشرفا

( أستاذ جامعة ورقلة ) مناقشا

الدكتور/ شمس الدين تجاني

الدكتور/ بوزيد السايح

الدكتور/ عثمانى الهادي

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

## الإهداء

اللهم اجعل هذا العمل خالصا لوجهك الكريم

يا رب لا تدعني أصاب بالغرور إذا نجحت ولا باليأس إذا فشلت ....

و ذكرني دائما أن الفشل من التجارب التي تسبق النجاح

يا رب إذا أعطيتني نجاحا لا تفقدني تواضعي .....

وإذا أعطيتني تواضعا لا تفقدني اعتزازي بكرامتي .....

أمين يا رب العالمين

أهدي عملي وثمره جهدي في طبق من ذهب أبي الغالي رحمه الله

الى سندي أمي الغالية أطال الله في عمرها .

إلى إخوتي و أخواتي~ إلى خطيبي وكل عائلته ~

" وإلى الأقارب و كل صديقاتي "

" إلى الأستاذ بوزيد السايح "

جميلة



## الشكر و التقدير

أحمد الله عز و جل وأشكره على أن وفقني لإتمام هذا العمل المتواضع  
وأنتقدم بأعز شكري لأسرتي الذين أعانوني على الوصول إلى هنا .

كما أتقدم بأسمى عبارات الشكر و التقدير لأستاذ المشرف بوزيد السايح  
الذي كان له الفضل في إتمام هذا العمل بإشرافه و توجيهاته.

كما أشكر موظفي البنك " محمد العيد الشرقي , الصادق نجيب "

" وإلى كل من تذكرهم قلبي ولم تذكرهم أقلامي "



## الملخص :

بغية تطوير وسائل تقديم الخدمات المصرفية , ورفع كفاءة و أداء الخدمة المصرفية سعت الدول المتقدمة إلى تخفيض تكاليف العمليات المصرفية التي تتم عبر القنوات الإلكترونية مثل : أجهزة الصرف الآلي و نقاط البيع الإلكتروني و المقاصة الآلية .

وقد قمنا من خلال هذه الدراسة بتقديم إطار نظري حول علاقة بطاقات الدفع الإلكتروني في رفع جودة الخدمات المصرفية , حيث تهدف الدراسة الى الوقوف على طبيعة وانواع و ادوات بطاقات الدفع الإلكتروني في البنك الخارجي الجزائري , وتم التوصل الى ان البيئة الجديدة للعمل المصرفي والمنافسة و التطبيقات لبطاقات الدفع الإلكتروني ادت المصارف لإيجاد الاليات المتطورة في استخدام و تنوع الخدمات المصرفية الإلكترونية , وكانت الادوات المستخدمة جمع الوثائق و المقابلة مع موظفي البنك الخارجي وكالة تقرت .

الكلمات المفتاحية : دفع الإلكتروني , بطاقات الإلكترونية في البنك محل الدراسة , جودة الخدمات المصرفية , وسائل الدفع الإلكترونية , بطاقات بنكية .

## Summary :

In order to develop the means of providing banking services, and to raise the efficiency and performance of banking service, developed countries have sought to reduce the cost of banking operations through electronic channels such as ATMs, electronic points of sale and clearing.

In this study, we presented a theoretical framework on the relationship of electronic payment cards in raising the quality of banking services. The study aims to identify the nature, types and tools of electronic payment cards in the Algerian foreign bank. It was concluded that the new environment for banking, competition and applications for cards Electronic payment Banks led to the creation of advanced mechanisms in the use and diversification of electronic banking services, and the tools used to collect documents and interview with the staff of the external bank agency approved

Keywords: electronic payment, electronic cards in the bank under study, quality of banking services, electronic payment methods, quality bank

## جدول المحتويات

الصفحة	قائمة المحتويات
III	الاهداء
IV	الشكر والتقدير
V	الملخص
VI	جدول المحتويات
VII	قائمة الجداول
VIII	قائمة الاشكال
VIII	قائمة الملاحق
أ, ب, ج, د	المقدمة
2	<b>الفصل الاول : جودة الخدمات المصرفية و بطاقات الدفع المسبق</b>
2	المبحث الاول : جودة الخدمات المصرفية
17	المبحث الثاني : بطاقات الدفع الالكتروني
28	المبحث الثالث : الدراسات السابقة
31	خلاصة الفصل
33	<b>الفصل الثاني :الدراسة الميدانية البنك الخارجي الجزائري BEA وكالة تقرت</b>
33	المبحث الاول : الطريقة والادوات المستخدمة في الدراسة
36	المبحث الثاني : انظمة ووسائل الدفع الالكتروني المستخدمة في BEA وكالة تقرت
42	خلاصة الفصل
44	<b>الخاتمة</b>
47	قائمة المراجع
50	الملاحق
57	الفهرس

الصفحة	قائمة الجداول	الرقم
38	جدول يوضح تطور عدد البطاقات البنكية في BEA	01

الصفحة	قائمة الأشكال	الرقم
8	رسم تخطيطي يوضح نظام اليقظة في جودة الخدمة	01
10	رسم تخطيطي يوضح المظهر العام للخدمة للتنظيم سيرورة أداء الخدمة	02
11	رسم تخطيطي يوضح سياسة الجودة لتوجيه و تطوير النشاط	03
12	رسم تخطيطي يوضح حلقة تحسين جودة الخدمة	04
20	رسم تخطيطي يوضح مصدر البطاقات البنكية	05
26	رسم تخطيطي يوضح البنوك المساهمة في رأس مال الشركة SATIM	06
35	رسم تخطيطي يوضح الهيكل التنظيمي لوكالة تقرت	01



الصفحة	قائمة الملاحق	الرقم
51	شكل البطاقات الدولية	01
52	مكونات البطاقة	02
53	طلب البطاقة ( العقد )	03
54	جهاز TPE	04
55	خطوات السحب من الصرف الآلي	05
56	مخطط التخليص بالبطاقة	06



# المقدمة

## توطئة :

لقد تطورت الأنظمة الآلية في المصارف لتتكيف مع معطيات الثورة التكنولوجية بهدف ضمان بقاء المصارف و إستمراره في تحقيق مستويات من إشباع حاجات الزبائن ورغبتهم . و نظرا لما يشهده العالم من عملية تطور سريع في أساليب تقديم الخدمات المصرفية بالجودة المناسبة إذ تعد الخدمة أهم عنصر من عناصر المزيج التسويقي , و الوسيلة لإشباع إحتياجات العملاء و رغبتهم التي لا تستطيع دونها تصميم أي إستراتيجية تسويقية .

وفي هذا المجال سعت المصارف إلى إستخدام التكنولوجيا في مجالات متعددة لتطور الخدمة المصرفية و من بين تلك المجالات بطاقات الدفع المسبق .

و تأسيسا على ما تقدم فإن هذه الدراسة تسعى جاهدة في الكشف و التحقق من طبيعة العلاقة القائمة بين درجة و مستوى وسائل الدفع الإلكترونية ( بطاقات الدفع المسبق ) المستخدمة في المنظمات المصرفية و بين أثر إستخدامها لتحسين جودة الخدمات المصرفية .

**الإشكالية :** إلى أي مدى يمكن لبطاقات الدفع المسبق أن تساهم في تحسن جودة الخدمات في البنك الخارجي الجزائري ؟

و لتبسيط الضوء على مختلف الجوانب الأساسية للبحث طرحنا التساؤلات التالية :

1- ما هو مفهوم وواقع بطاقات الدفع المسبق والجودة في البنك الخارجي ؟

2- هل تطبيق بطاقات الدفع المسبق في البنك يرفع من اداء الخدمات؟

3- كيف تساهم البطاقات في تحسين الجودة ؟

على ضوء ما تم طرحه من التساؤلات و أملا في تحقيق أهداف البحث يمكن تحديد مجموعة من الفرضيات وهي كالتالي :

1. بطاقات الدفع المسبق : هي بطاقات بلاستيكية تمنحها البنوك لعملائها ويتم إستخدامها من قبل عملاء البنك لأغراض الشراء ثم التسديد لاحقاً ، مع السماح له بتأجيل سداد الرصيد المدين لفترة معينة مقابل فائدة .

2. جودة الخدمة هي مجموعة من الصفات التي يتميز بها منتج أو خدمة معينة و تحدد قدراته لتلبية حاجات الزبائن و هذا يساهم في رفع اداء الخدمات .

3. تحسن البطاقات من الجودة من خلال الحفاظ على مكانتها في السوق و إستمرارها نتيجة تسهيل المعاملات بين البنك و الزبائن .

## أهمية الموضوع :

تكمن أهمية الموضوع في تناول موضوع بطاقات الدفع المسبق وأثر على تحسين جودة الخدمات المصرفية في تقديمها ، البنوك ، التنافس و الإستمرارية وكذلك يستفيد المسؤولين عن قطاع المصارف .

كما ظهرت أهمية أبحاث في التطور الذي أظهر تغيير الطابع التقليدي للبنوك في منح الإئتمان و تقديم خدمات مصرفية متطورة تعتمد على البطاقات الالكترونية .

## أهداف الدراسة :

تهدف الدراسة إلى :

- ✓ التعرف على أثر بطاقات الدفع المسبق على تحسين جودة الخدمات المصرفية .
- ✓ الوقوف على أنواع و أدوات البطاقات و آليات عملها .
- ✓ بيان لبعض جوانب المعاملات المصرفية .
- ✓ بيان مزايا هذه البطاقات و عيوبها .

## حدود الدراسة :

- ✓ الحدود المكانية : تم الدراسة في البنك الخارجي الجزائري – وكالة تقرت –
- ✓ الحدود الزمنية : خلال شهر مارس 2017 .

## هيكل البحث :

تناولنا في هذه الدراسة فصلين سبقتهم مقدمة عامة تحتوي على ملخص عن الموضوع , في المبحث الأول درسنا الأسس النظرية لجودة الخدمات المصرفية , و درسنا البطاقات البنكية في المبحث الثاني ، أما المبحث الثالث كان عبارة عن دراسات سابقة ، أما الفصل الثاني خصصناه للجانب الميداني , دراسة حالة للموضوع في البنك الخارجي لوكالة تقرت نبرز فيه ما يتعلق بالبطاقات البنكية في الكالة و النتائج المتوصل إليها .

## منهاج البحث :

بالنظر إلى طبيعة الموضوع فإنه تم الإعتماد في هذه الدراسة على المنهاج الوصفي ال نستخدم في ذلك مختلف المراجع من كتب و مذكرات بالإضافة إلى بعض المواقع من الانترنت وذلك في الجانب النظري ، أما في الجانب التطبيقي إعتمدنا منهاج دراسة حالة لكي نسقط ما درسناه نظريا على واقع موضوع البحث من خلال البنك الخارجي الجزائري وكالة تقرت .

**صعوبات الدراسة :**

- ✓ سرية البنوك في تقديم المعلومات المتعلقة بالبطاقات الإلكترونية .
- ✓ محدودية المراجع الحديثة و نقص التعامل بالبطاقات من طرف الأفراد و البنوك .
- ✓ مقص المعطيات و الإحصائيات المتعلقة بالبحث محل الدراسة .



# الفصل الأول

## الفصل الأول : جودة الخدمات المصرفية و بطاقات الدفع المسبق

### تمهيد :

يعد موضوع جودة الخدمات المصرفية من الموضوعات التي تصدر إهتمامات الباحثين وقد تولد عن ذلك العديد من الدراسات التي عالجت الموضوع ، فمن الدراسات ما إنصب إهتمامه بالدرجة الأولى على وضع تعريف لجودة الخدمة و إيضاح مفهومها .  
و لمتابعة هذه الجهودات يلاحظ أن هناك تباينا في تلك الجهودات فيما يتعلق بوضع تعريف لجودة الخدمة المصرفية ، و نرى أن من المفيد إستعراض بعض المفاهيم الخاصة بتعريف الجودة بصورة عامة كمدخل لتوضيح تعريف و مفهوم جودة الخدمة المصرفية .

### المبحث الأول : جودة الخدمات المصرفية

لقد شهد القطاع المصرفي في السنوات الأخيرة على المستوى العالمي تطور كبير من حيث الخدمات المصرفية المقدمة ، والتي تختلف عن الخدمات التقليدية المعتادة ، حيث تسعى المصارف جاهدة إلى كسب رضا العملاء وإستمالتهم بغرض نيل ثقتهم منه و إبتكار و تقديم خدمات مصرفية جديدة وزيادة معاملاتها معهم .

لقد أدى تبني تكنولوجيا المعلومات في المصارف إلى التأثير على الخدمات المصرفية و تطويرها تماشيا مع التطورات السريعة الحاصلة في المجال لتظهر البطاقات البنكية .

### \* المطلب الأول : الأسس النظرية لجودة الخدمات المصرفية

#### الفرع الأول : طبيعة الخدمة و مفهومها

#### 1- طبيعة الخدمة و مفهومها و أهميتها :

يرجع أصل كلمة الخدمة أو service إلى كلمة لاتينية servitium والتي تعني العبودية أي كثرة خدمة الأسياد أي الملوك ، أما في النشاط الإقتصادي فإن السيد هو المستهلك أو العميل<sup>1</sup> ، كما يمكن فهم طبيعة الخدمة من خلال تحليل العلاقة بينها وبين المنتجات المادية ، وهذا بسبب الترابط و التزامن الوثيق فيما بينهما ، فتصنيف الخدمة لا يمكن أن يكون بمعزل عن المنتج ، وعليه فكلمة الخدمة في طبيعتها غير واضحة المعالم هذا عائد إلى عدة أسباب نوجزها في النقاط التالية

<sup>1</sup>- سميرة كرامة (2010-2011) ، دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين جودة الخدمات المصرفية ، دراسة حالة بريد تقرت ، مذكرة ماستر في العلوم التجارية ، تسويق خدمي جامعة ورقلة ص 44 .

1- إن كلمة " الخدمة " توحى بالشيء المعنوي أكثر منه المادي ولذلك غالبا ما يستعمل لفظ المنتج للتعبير عن الخدمة كقولنا منتجات سياحية أو فندقية .

2- إن كلمة " الخدمة " لا تشمل قطاع معين أي أن قطاع الخدمات متنوع جدا .

3- لطالما اعتبرت الخدمة متعلقة بالعنصر البشري ، ولكن هذا المفهوم نقص مفعوله في وقت إكتسحت فيه الآلة ميدان الخدمات مثل الغسيل الآلي للسيارات ، آلات تقديم القهوة ... وغيرها ، أي أن الخدمة تتغير بتغير المحيط التكنولوجي .

و قصد إزالة الغموض الذي يكتنف مفهوم الخدمة و لو نسبيا ، إرتأينا تسليط الضوء على عدد من التعريفات التي جاءت بها أدبيات التسويق :

فقد عرف كوتلر الخدمة على أنها : " أي نشاط أو إنجاز أو منفعة يقدمها طرف ما لطرف آخر و تكون أساسا غير ملموسة ولا ينتج عنها أية ملكية ، وأن إنتاجها أو تقديمها قد يكون مرتبطا بمنتج ملموس" <sup>1</sup> .  
و تعرفه Skinne : " الخدمة هي منتج غير ملموس يحقق المنفعة مباشرة للمستهلك كنتيجة لأعمال جهد بشري أو ميكانيكي للأفراد أو الأشياء " .

كما عرفت جمعية التسويق الأمريكية الخدمات بأنها : " هي منتجات غير ملموسة يتم تبادلها مباشرة من المنتج إلى المستعمل ، ولا يتم نقلها أو تخزينها ، وهي تقريبا تقنى بسرعة ، الخدمات يصعب في الغالب تحديدها أو معرفتها لأنها تظهر للوجود بنفس الوقت التي يتم شراؤها و إستهلاكها فهي تتكون من عناصر ملموسة متلازمة و غالبا ما تتضمن مشاركة الزبون بطريقة هامة ، حيث لا يتم نقل ملكيتها وليس لها لقب أو صفة " .

وبناء على ما سبق يمكن القول أن الخدمة هي : نشاط أو مجموعة من الأنشطة يقدمها طرف لآخر وتحقق له منفعة وتكون ذات طبيعة غير ملموسة في غالب الأحيان ، كما تكون مرتبطة بمنتج مادي ملموس <sup>2</sup> .

## 2- أهمية الخدمات :

إزدادت أهمية الخدمات في الآونة الأخيرة عما كانت عليه بالسابق لأسباب عديدة أهمها <sup>3</sup> :

1- إرتفاع نسبة العاملين في قطاع الخدمات ، حيث تشير الدراسات إلى أن أكثر من ثلثي مجموع

<sup>1</sup>- أيمن برنجي ، الخدمات السياحية وأثرها على سلوك المستهلك ، مذكرة ماجستير ، كلية العلوم الاقتصادية و العلوم التسيير و العلوم التجارية تخصص الإدارة التسويقية ، جامعة أحمد بوقر بومرداس ، 2009/2008 ص 65 .

<sup>2</sup>- محمد حمد عبد الهادي الرويس ، نموذج مقترح لقياس جودة الخدمات المصرفية بدولة قطر ، رسالة دكتوراه غير منشورة ، كلية التجارة جامعة عين شمس جمهورية مصر ، 2002 ، ص 62 .

<sup>3</sup>- زكريا عزام وعبد الباسط حسونة ومصطفى الشيخ ، مبادئ التسويق الحديث ، الطبعة الأولى ، دار المسيرة للنشر و التوزيع ، الأردن ، 2008 ص 258- 259 .



القوى العاملة في العالم تعمل في قطاع الخدمات .

2- إرتفاع نسبة الخدمات في الناتج القومي الإجمالي ( GNP ) ، حيث تشير الإحصائيات أن الخدمات

مساهمة في ( 72 % ) من الناتج القومي الإجمالي لإقتصاد الإتحاد الأوروبي ؛

3- الزيادة في أعداد السلع التي تحتاج إلى خدمات فسلع الكمبيوتر والانترنت وأنظمة الأمان تحتاج إلى

خدمات متخصصة مثل التركيب و الصيانة و التدريب و قطع الغيار ؛

4- إرتفاع مستويات الدخل في كثير من دول العالم مما جعل الإنفاق على كثير من الخدمات أمرا ممكنا

و ميسورا ؛

5- التغيرات التكنولوجية التي حدثت في منظمات الأعمال فالتسويق الإلكتروني و إستخدام التكنولوجيا

أدى إلى زيادة الحاجة إلى الخدمات المدعمة لهذه الأنشطة .

### 3- مفهوم الخدمات المصرفية :

يمكن تعريف الخدمات بصورة عامة بأنها عبارة عن تصرفات أو أنشطة أو أداء يقدم من

طرف إلى طرف آخر وهذه الأنشطة تعتبر غير ملموسة ولا يترتب عليها نقل ملكية أي شيء كما أن

تقديم الخدمة قد يكون مرتبط أو غير مرتبط بمنتج مادي ملموس<sup>1</sup> .

كما يعرفها كل من ( Kotler , Armstrong )<sup>2</sup> بأنها أنشطة أو منافع يقدمها طرف ( البائع )

لطرف آخر ( المشتري ) ، وهي بطبيعتها غير ملموسة ، ولا يترتب على بيعها نقل ملكية شيء ، وقد

يرتبط أو لا يرتبط إنتاجها و تقديمها بمنتج مادي ملموس .

وقد يخلط البعض بين السلع و الخدمات ، و التفرقة الواضحة بين السلع و الخدمات تكمن في

أن الخدمة ليست شيئا ماديا ملموسا ولا يمكن تملكها ، فعلى سبيل المثال عندما نستأجر غرفة في الفندق

لا نأخذ شيئا ماديا عندما نترك الفندق ، وإنما نحصل على درجة من الإشباع وهي الخدمة التي تلقيناها

وهي شيء غير ملموس ، كذلك الحال عندما نتقدم إلى البنك لإجراء عملية تحويل مبلغ من المال لأحد

الأقارب فإننا لا نحصل على شيء مادي ملموس ، وإنما نحصل على الإشباع و الرضى من خلال

تحويل مبلغ من المال .

### الفرع الثاني : خصائص ومميزات الخدمات المصرفية

برغم الاتفاق بين المفكرين حول خصائص الخدمات فإن الملاحظ أن هناك إختلاف على

الخصائص المميزة للخدمات المصرفية نظرا لطبيعة و خصوصية النشاط المصرفي من ناحية

<sup>1</sup>- محمد حمد عبد الهادي الرويس ، نموذج مقترح لقياس جودة الخدمات المصرفية بدولة قطر ، رسالة دكتوراه ، كلية التجارة جامعة عين شمس جمهورية مصر ، 2002 ، ص 62 .

<sup>2</sup>- P.kotler &G.Armstrong ; principles of marketing services , edition prentice hall ; 1196 ; p 66 .

ومن ناحية أخرى نظرا لطبيعة الخدمات المصرفية و تعددها و تنوعها و خضوعها لتغيرات مستمرة .  
و نستعرض فيما يلي خصائص الخدمات المصرفية حسب آراء بعض الكتاب المختصين في مجال  
تسويق الخدمات المصرفية .

يرى محسن الخضيرى أن الخدمات المصرفية تتصف بخصائص أهمها <sup>1</sup> .

1- الخدمات المصرفية ليست مادية مجسمة وبالتالي فهي غير قابلة للتلف ولا يمكن تخزينها <sup>2</sup> .  
2- الخدمات المصرفية ليست محمية ببراءة الإختراع وكل خدمة جديدة يوجد بها بنك ما يمكن لبنك آخر  
تقديمها .

3- الخدمات المصرفية غير قابلة للتجزئة أو التقسيم أو الانفصال عند تقديمها .

4- تعتمد الخدمات المصرفية على التسويق الشخصي بدرجة كبيرة ، حيث تعتمد في تقديمها على  
الإتصال الشخصي بين مقدم الخدمة و العميل .

كما يعدد عوض بدير الحداد الخصائص التالية للخدمات المصرفية :-

1- لا يمكن صنع الخدمة المصرفية مقدما أو تخزينها فهي تنتج و تقدم في نفس اللحظة التي يتقدم  
الزبون لطلبها .

2- لا يمكن لموظف البنك إنتاج عينات من الخدمة و إرسالها للزبون للحصول على موافقته عن جودتها  
قبل الشراء .

3- الخدمات المصرفية غير قابلة للإستدعاء مرة أخرى ، في حالة وجود أخطاء في إنتاجها أو عيوب  
عند تقديمها فإن الإعتذار و ترضية العميل هما البديل الوحيد أمام موظف البنك .

4- جودة الخدمة المصرفية غير قابلة للفحص بواسطة موظف البنك قبل تقديمها للزبائن .

5- إن تقديم الخدمة المصرفية غير نمطي و تختلف طريقة تقديم الخدمة من زبون لآخر حسب درجة  
التفاعل بين موظف البنك و العميل .

### الفرع الثالث : جودة الخدمات المصرفية

#### مفهوم جودة الخدمات المصرفية :

يعد موضوع جودة الخدمة المصرفية من الموضوعات التي تصدرت إهتمامات الباحثين ، وقد تولد عن  
ذلك العديد من الدراسات التي عالجت الموضوع ، فمن الباحثين ما إنصب إهتمامه بالدرجة الأولى على  
وضع تعريف لجودة الخدمة و إيضاح مفهومها ، وركز آخرون في دراسته

<sup>1</sup>- محسن أحمد الخضيرى ، التسويق المصرفي ، المدخل المتكامل لحل المشكلات البنكية ، مكتبة الأنجلو المصرية 1982 ، ص 21-26 .

<sup>2</sup>- محمد حمد عبد الهادي الرويس ، مرجع سابق ، ص 70 .

على أبعاد جودة الخدمة و طرق قياسها .

والمتابع لهذه الجهود نرى أن من المفيد إستعراض بعض المفاهيم الخاصة بتعريف الجودة بصورة عامة كمدخل لتوضيح تعريف و مفهوم جودة الخدمة المصرفية <sup>1</sup> .

حيث تعددت رؤى الكتاب في مجال مفهوم جودة الخدمات المصرفية ، حيث حددها Schwartz (1989) <sup>2</sup> ، في أربعة أبعاد رئيسية هي : الخدمة المصرفية ، أسلوب تقديمها و خدمة العميل ، و الموارد و الإمكانيات المادية و الإلكترونية .

بينما قدم Parasuraman وزملاؤه (1991) <sup>3</sup> نموذج الفجوات و الذي عرف أيضا بنموذج (PZB) إختصارا لأسماء الباحثين الثلاثة الذين طوروا النموذج ، ووفقا لهذا النموذج SERVQUAL فإن الأبعاد الرئيسية التي تقاس بها جودة الخدمة المصرفية هي : الإعتمادية ، سرعة الإستجابة ، القدرة أو الكفاءة ، سهولة الحصول على الخدمة ، اللباقة ، الإتصال ، المصداقية ، الأمان ، معرفة وفهم العميل ، الجوانب المادية الملموسة .

وفيما يلي تفصيل لكل عنصر من العناصر ( الأبعاد ) السابقة المفسرة لجودة الخدمة المصرفية <sup>4</sup>

### 1- الإعتمادية Reliability :

وتعني ثبات الأداء و إنجاز الخدمة بشكل سليم و أحسن من المرة الأولى ووفاء البنك لما تم وعد العميل به ، وهذا يتضمن :

- دقة الحسابات و الملفات و عدم حدوث الأخطاء .
- تقديم الخدمة المصرفية بشكل صحيح .
- تقديم الخدمة في المواعيد المحددة وفي الوقت المصمم لها .
- ثبات مستوى أداء الخدمة .

### 2- سرعة الإستجابة من قبل العاملين Responsiveness :

و تشير إلى رغبة و إستعداد العاملين بالبنك في تقديم الخدمة و مساعدة الزبائن و الرد على

إستفساراتهم و السرعة في أداء الخدمة ، و الإستجابة الفورية لطلب العميل .

### 3- القدرة أو الكفاءة Competence : و تعني إمتلاك العاملين بالبنك للمهارة و المعرفة اللازمة

لأداء الخدمة ، و تكوينهم على روح الإتصال و تفهم العملاء .

<sup>1</sup>- عوض بدير الحداد ، تسويق الخدمات المصرفية ، دار البيان للطباعة و النشر ، مصر 1999 ص 336 .

<sup>2</sup>- محمد حمد عبد الهادي الرويس ، مرجع سبق ذكره ، ص 87 .

<sup>3</sup>- نفس المرجع ، ص 94 .

<sup>4</sup>- أحمد محمد أبو بكر مكاري ، أثر جودة الخدمات المصرفية على زيادة القدرة التنافسية للبنوك ، دراسة تطبيقية على البنوك المصرية ، رسالة دكتوراه غير منشورة ، أكاديمية السادات ، مصر 2001 ص 27 .

#### 4- سهولة الحصول على الخدمة Access :

و يتضمن هذا سهولة الإتصال و تيسير الحصول على الخدمة من طرف العميل وذلك بقصر فترة إنتظار الحصول على الخدمة ، و ملائمة ساعات العمل للعميل ، و توفر عدد كافي من منافذ الحصول على الخدمة ..

#### 5- اللباقة Courtesy :

وتعني أن يكون موظفي البنك و خاصة من لهم إتصال مع الزبائن على قدر من الإحترام وحسن المظهر ، و التمتع بروح الصداقة و الود و الإحترام للزبائن .

#### 6- الإتصال Communication :

ويقتضي تزويد الزبائن بالمعلومات و باللغة التي يفهمونها ، و تقديم التوضيحات و الشرح اللازم حول طبيعة الخدمة و تكلفتها ، و المزايا المترتبة عن الخدمة ، و البدائل الممكنة .

#### 7- المصداقية Credibility :

و تتضمن مراعاة البنك للأمانة و الصدق في التعامل مع الزبائن مما يولد الثقة بين الطرفين لأن العمل المصرفي قائم على أساس الثقة .

#### 8- الأمان Security :

و يعكس ذلك خلو المعاملات مع البنك من الشك و الخطورة ، و يتضمن الأمان المادي و المالي و سرية المعاملات .

#### 9- معرفة و تفهم العميل Knowing The Customer :

و تعني بذل الجهد لفهم إحتياجات العميل و معرفة إحتياجاته الخاصة ، الإهتمام الفردي بالعميل و معرفة العميل الدائم للبنك ، و تقديم النصح و الإستشارة و التوجيه اللازم .

#### 10- الجوانب المادية الملموسة ( المكونات المادية ) Physical Assets :

و تشمل التسهيلات المادية المستخدمة في العمل بدءا بالمظهر الخارجي للبنك و تهيئته من الداخل و الأجهزة المستخدمة و الوسائل المستخدمة في أداء الخدمة .

#### \* المطلب الثاني : تحسين جودة الخدمة

إن عملية التحسين المستمر للجودة يمكن المؤسسة من الحفاظ على مكانتها في السوق و إستمرارها و في هذا المجال سنحاول التطرق إلى بعض الأساليب التي تمكن المؤسسات من تحقيق ذلك .

#### الفرع الأول : وضع نظام لقيادة الجودة و تحقيق التميز في العلاقة مع الزبائن

يعتبر نظام قيادة الجودة من بين الأساليب الحديثة المعتمدة في مختلف المؤسسات ،

و ضمان التنسيق الداخلي لعملياتها ، الفوز بالرضا الدائم لزيائنها ، وذلك من خلال أنظمتها الفرعية التي تهدف إلى استغلال المعلومات و البيانات المتوفرة عن بيئة الأعمال في عمليات تطوير نشاط المؤسسة و تفوقه عن المنافسين من جهة ، و تحقيق التميّز في خدمة الزبون و كسب ولاءه ووفائه للشركة من جهة أخرى .

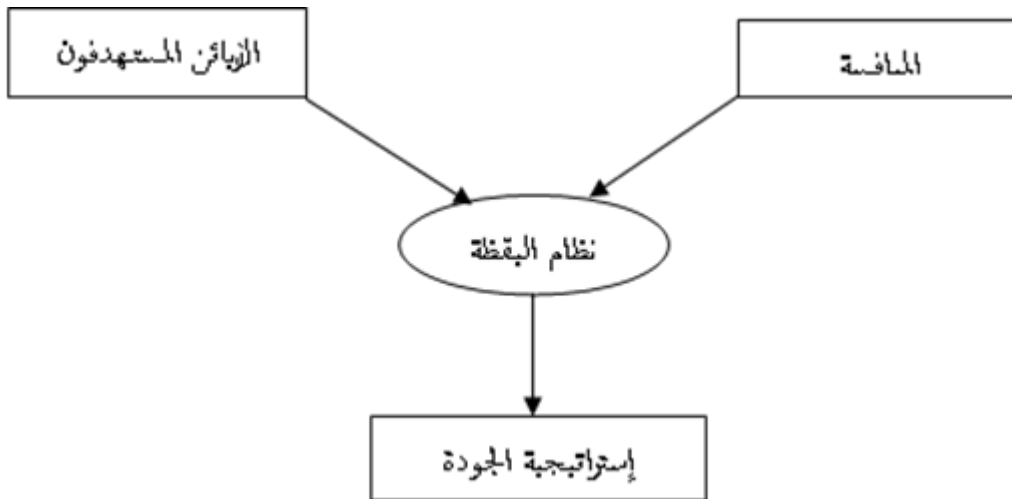
### 1/ وضع نظام لقيادة الجودة :

إن نظام قيادة الجودة يهدف إلى تحقيق رضا الزبون و تحسين أداء المؤسسة و الإستثمار في توجه الزبون و يتكون هذا النظام من :

#### 1-1- نظام اليقظة :

و الذي يعمل على متابعة تطور إحتياجات الزبائن و التغيرات المستقبلية بالنسبة للمنافسين ، وذلك بهدف التنبؤ بالوضعية المستقبلية للمؤسسة تجاه الزبائن و منافسيها ، و العمل على إستغلال الفرص المتاحة لمواجهة التهديدات التي تفرضها هذه التغيرات ، و بالتالي وضع إستراتيجية في مجال جودة الخدمات ، كما يوضح الشكل الموالي 1 :

#### الشكل رقم (1) : نظام اليقظة في جودة الخدمة



المصدر : بوغان نور الدين ، مرجع سبق ذكره ، ص 81

1- فتحة بحرود ، تقييم جودة الخدمة في شركات التأمين الوطنية في السوق الجزائرية ، مذكرة ماجستير ، ( كلية العلوم الاقتصادية و العلوم التسيير ، تخصص إدارة أعمال ، جامعة فرحات عباس ، سطيف ، 2006/2005 ص 60 .

يعمل نظام اليقظة على توفير المعلومات الضرورية حول المنافسين و الزبائن الحاليين و المحتملين مما يسمح بتحليل نشاط المؤسسة و دراسة إمكانية موقعها في السوق عن طريق توسيع حصتها السوقية بكسب زبائن جدد .

### 1-2- تحديد المظهر العام للخدمة المستهدفة 1:

من خلال الحصول على معلومات حول المنافسين و الزبائن ، يمكن المؤسسة من تحديد خصائص الخدمة و أبعادها الملموسة و غير الملموسة ، وفقا لتوقعات الزبون و بشكل متميز عن المنافسين لإرضاء الزبائن الحاليين و جذب زبائن جدد و بالإضافة إلى ذلك فإن تحديد المظهر العام للخدمة له عدة مزايا تتمثل في :

1- على المستوى التسويقي : تكوين " حزمة الخصائص " المميزة للخدمة ؛

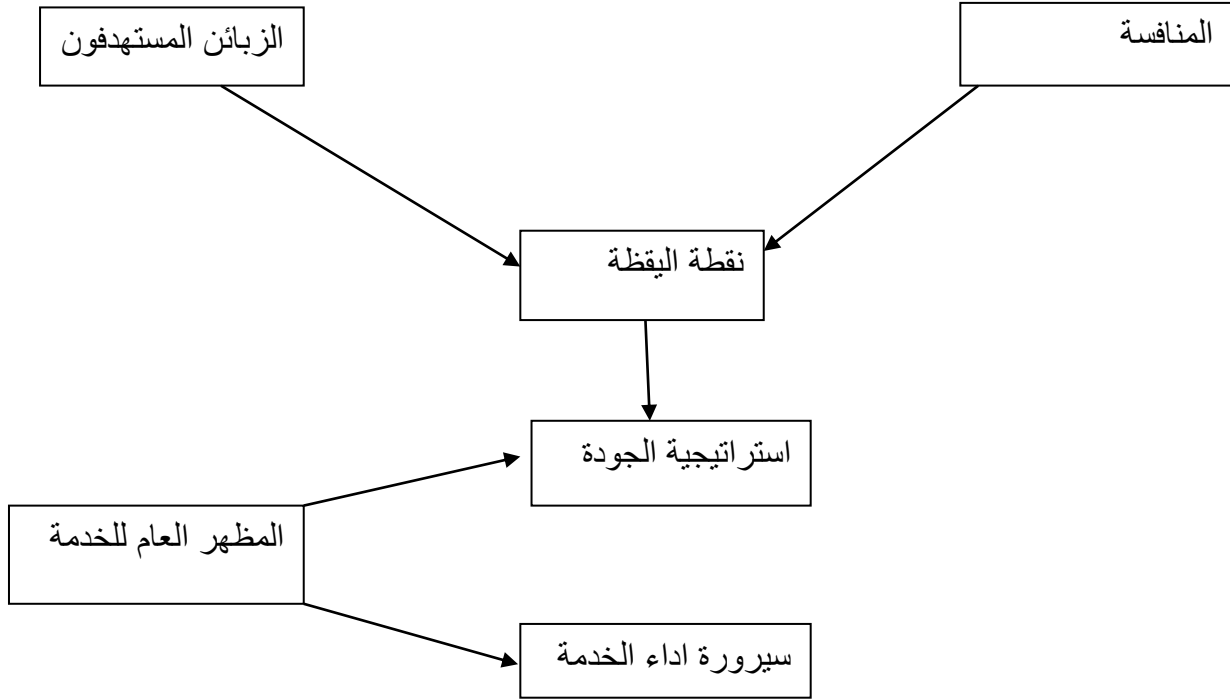
2- على المستوى التجاري : تحقيق الوعود التجارية التي تروج لها المؤسسة من خلال حملاتها الإشهارية ؛

3- على المستوى الإداري : تلبية و تحقيق المواصفات الداخلية .

و يمكن توضيح ذلك من خلال الشكل التالي :

<sup>1</sup> بوغان نور الدين ، مرجع سبق ذكره ، ص 83

الشكل رقم 2 : المظهر العام للخدمة للتنظيم سيرورة أداء الخدمة



المصدر: فتيحة بوحروود ، تقييم جودة الخدمة في شركات التأمين الوطنية في السوق الجزائرية ، مذكرة ماجستير، ( غير منشورة ) ، كلية العلوم الاقتصادية و العلوم التسيير ، تخصص إدارة أعمال ، جامعة فرحات عباس ، سطيف ، 2006/2005، ص 62 .

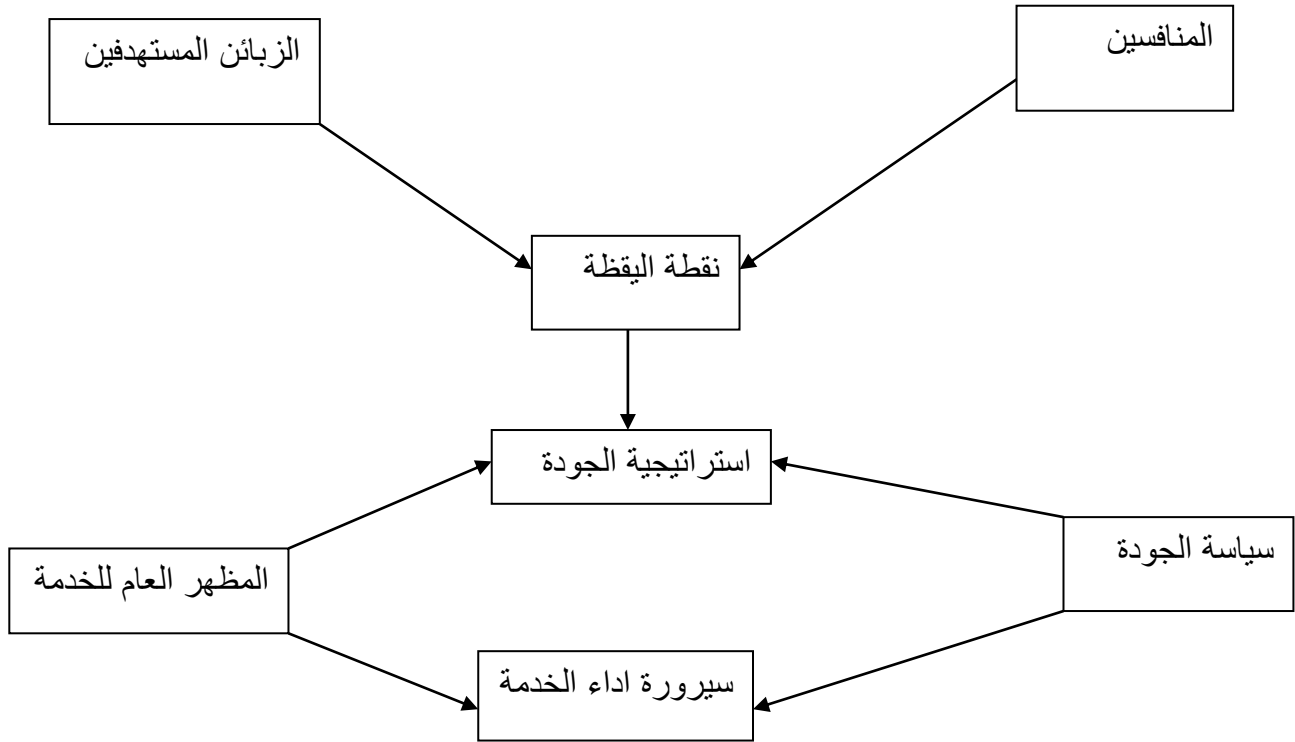
### 3-1- تحديد سياسة الجودة :

بعد تحديد الزبائن المستهدفين و إختيار المظهر العام للخدمة تعمل المؤسسة على تكييف سيرورة أداء الخدمة ، و ذلك بتحديد إجراءات الضرورة المتعلقة بالموارد البشرية ، الطرق ، الأدوات ، التنظيم ، الإتصال و التمويل و التخطيط ، إن تنفيذ سياسة الجودة يسمح بتحقيق نموذج الأعمال و تحقيق الأهداف المتعلقة برضا الزبائن 1 .  
و في ما يلي الشكل الذي يوضح سياسة الجودة .

1- فتيحة بوحروود ، مرجع سبق ذكره ، ص 62 .



الشكل رقم (3) : سياسة الجودة لتوجيه و تطوير النشاط



المصدر : فتيحة بوحروود ، مرجع سبق ذكره ، ص 62

#### 4-1- نظام تقييم رضا الزبائن :

بعد تنفيذ سياسة الجودة يتم تقييم رضا الزبائن و بناءا عليه يمكن للمؤسسة من إستغلال فرص التحسين و تحقيق فعالية إجراءاتها و يكون ذلك بالإصغاء للزبائن و تحديد توقعاتهم و التعرف على مواقفهم إتجاه الخدمات المقدمة لهم بالإضافة إلى<sup>1</sup>:

- إستقبال و تحليل شكاوي الزبائن ؛
- البحوث الخاصة برضا الزبائن ؛
- إختبار المنتجات .

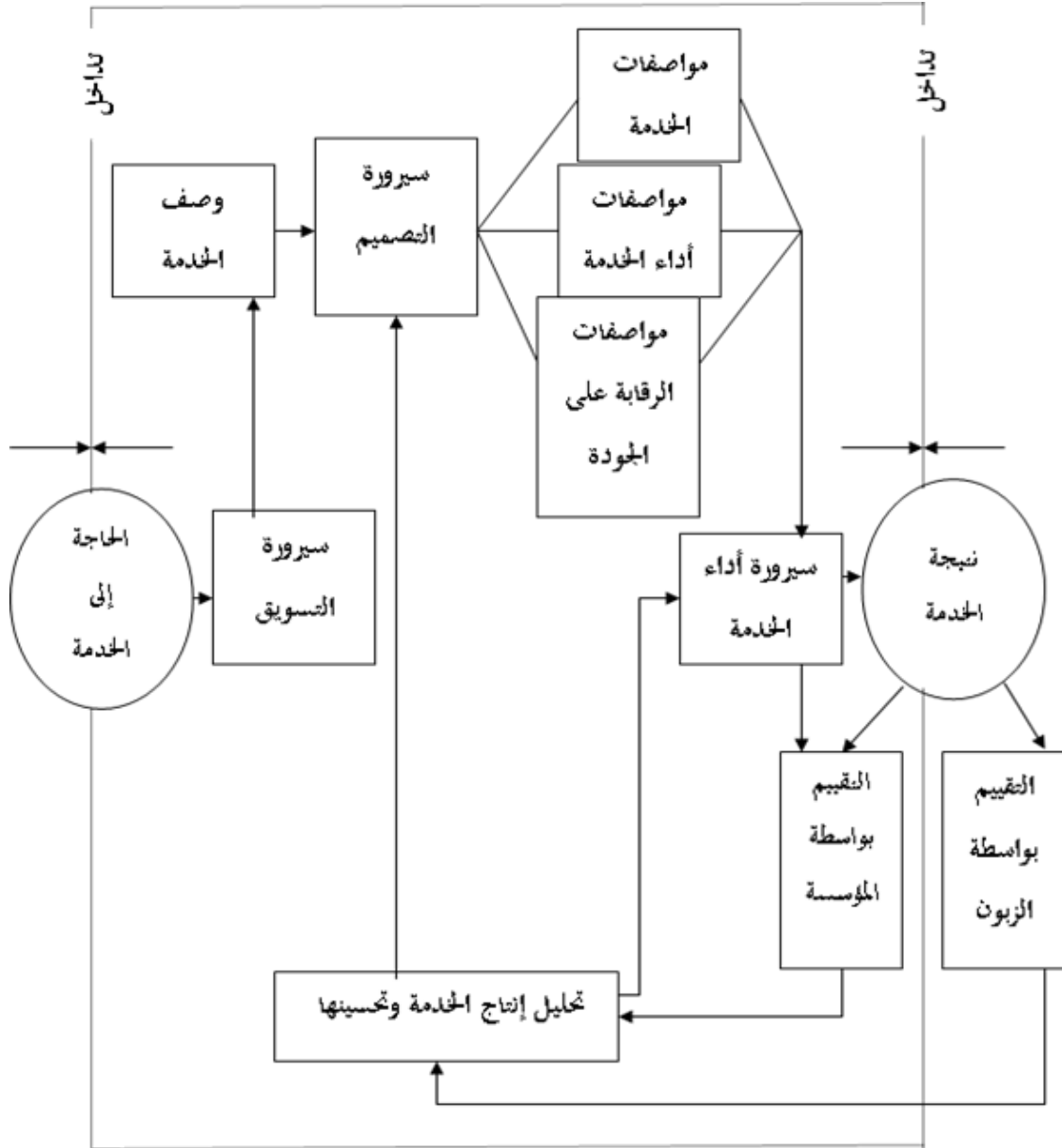
**5-1- نظام التحسين المستمر :** يهتم هذا النظام بمعرفة التطورات على مستوى بنية الأعمال للتعرف على درجة رضا الزبائن وكذلك فعالية العمليات الخاصة بالتحسين المستمر ولاستعمال الفرص المتاحة لتحسين العرض والتنظيم.

<sup>1</sup>- فتيحة بوحروود ، مرجع سبق ذكره ، ص 63

2/ تحقيق التميز في العلاقات مع الزبائن :

يعتبر التميز في العلاقة مع الزبون ركيزة أساسية بالنسبة للمؤسسات الخدمية لتطوير خدماتها و تعزيز وجودها في السوق ، فتواصل العلاقة مع الزبون تمثل عملية تحسين مستمر لجودة الخدمة عن طريق تقييم الزبون للنتيجة المتحصل عليها من جهة و التقييم الداخلي الذي تقوم به المؤسسة لضمان توافق مواصفات الخدمة مع متطلبات الزبون . و يمكن توضيح ذلك من خلال الشكل التالي 1 : الشكل

رقم (4) : حلقة تحسين جودة الخدمة



المصدر : بو عنان نور الدين ، مرجع سبق ذكره ، ص 86

1- نفس المرجع ، ص 64 .

يحدث الإتصال بين المؤسسة و الزبون خلال سيرورة التسويق لمعرفة حاجاته و عملياته و رغباته و يتم ترجمتها إلى المواصفات التي على أساسها يتم تحديد خصائص الخدمة و مواصفات الرقابة على جودتها قبل تقديمها ، و بعد ضبط هذه المواصفات يتم أداء الخدمة ( التداخل بين الزبون و المؤسسة ) ، و بعد ذلك تتم عملية التقييم على المستويين الداخلي و الخارجي و إستغلال نتائج التقييم في إعادة تصميم الخدمة و مواصفات أدائها و إستغلالها في ضبط سيرورة الأداء ، و عليه يمكن القول إن التميز في العلاقة مع الزبون لغرض تفعيل عملية تحسين الجودة و تتطلب وضع عدة استراتيجيات منها :

1- إدارة فترة إنتظار الزبون : إن الفترة التي يقضيها الزبون في إنتظار الحصول على الخدمة ، تؤثر تأثيرا سلبيا على إنطباعاته حول المؤسسة و مستوى الجودة في خدمتها ، و لذلك ينبغي على المؤسسة إستثمار فترة إنتظار زبائنها بجعلهم يشغلون بشيء خلال تلك الفترة ، فالزبون الذي ينتظر وهو مشغول يشعر بوقت قصير من الزبون الذي ينتظر وهو غير مشغول ، و يمكن تحقيق ذلك على سبيل المثال بوضع الجرائد و المجلات ... الخ .

2- جعل العلاقة مع الزبون شخصية في محيط يتميز بالمنافسة الشديدة و تعدد الأسواق يجب على المؤسسة الخدمية أن تأخذ في الحسبان بأن استراتيجية الولاء لدى الزبائن أقل تكلفة من إستراتيجية غزو أسواق جديدة ، فعدم الرضا لدى الزبون سيؤدي حتما إلى فقدانه مما يحتم على المؤسسة أن تجعل العلاقة مع الزبون شخصية أي أنه حتى تتميز العلاقة مع الزبون لا بد من تقوية درجة التقارب فيها ، فليست الخدمة هي التي تخلق التميز ولكن العلاقة هي التي تخلق التميز في حد ذاتها بالتالي يجب على المؤسسة أن تختار الموظف المناسب الخاص بكل زبون حتى تضمن إستمرارية هذه العلاقة من خلال التعرف عليه أكثر و على إحتياجاته ، و تستعمل هذه الطريقة خاصة مع الزبائن الأكثر تعاملًا مع المؤسسة ، إلى جانب الزبائن الذين تراهم المؤسسة مهمين في التعامل معها .

### الفرع الثاني : تطوير ثقافة الجودة والحصول على شهادة المطابقة

إن الجودة في تقديم الخدمة من الأهداف التي تسعى المؤسسة الخدمية لتحقيقها ، و التفوق في ذلك يتطلب خلق و نشر ثقافة الجودة داخل المؤسسة و العمل على تحسينها بإستمرار ، أي جعل الجودة محور الإهتمام ، فوجود هذه الثقافة يسهل على المؤسسة الحصول على شهادة المطابقة عن طريق تطبيق المعايير و المواصفات العالمية الخاصة بالنشاط الخدمي .

1- **تطوير ثقافة الجودة** : يعتبر مفهوم ثقافة الجودة من المفاهيم الحديثة في مجال الإدارة ، و يرتبط بمفهوم إدارة الجودة الشاملة .

### 1-1-1 تعريف ثقافة الجودة :

تعرف ثقافة الجودة على أنها " الأسلوب الذي من خلاله تمنح المؤسسة المشاكل و القرارات و الإتجاهات التي يحملها العاملون نحو المواقف أو نحو بعضهم البعض في كافة المستويات الإدارية داخل المؤسسة " ، و بالتالي فتثقافة الجودة في المؤسسة تعكس شخصيتها ، وهي بمثابة القلب النابض لها و يمكن التمييز بين نوعين أساسيين من ثقافة الجودة هما :

**1-1-1-1 ثقافة جودة سلبية :** و تقوم على أساس عادات و قيم و معتقدات و أنماط سلوكية سلبية تؤثر سلبا على كفاءة و فعالية المؤسسة مثل : إخفاء الأخطاء ؛

**1-1-1-2 ثقافة جودة إيجابية :** تنشأ من خلال القيام بخطوات غير عادية من أجل إسعاد الزبائن ، بمعنى تحمل المتاعب من أجل تحقيق رضا الزبون و تجاوز توقعاته .

### 2-1-1 الأسس المختلفة لثقافة الجودة :

تستند ثقافة الجودة إلى عدة أسس أهمها :

**1-2-1-1 القيم الأساسية :** القيم هي التي يعتبرها الفرد هامة ، و تتسم بأنها ذات جذور أكثر عمقا من إتجاهات الفرد و مواقفه ، وهي أكثر سيطرة على سلوك الفرد .

**1-2-2-1 إستراتيجية التشغيل الأساسية :** تشير الإستراتيجية هنا إلى القاعدة الأساسية الضرورية من أجل التنفيذ الشامل لأي نشاط أو صنع أي قرار ، و تتمثل في أن الجودة تأتي أولا ، حيث توفر الخطوط المرشدة للعاملين في المواقف المختلفة ، بهدف فعل الأشياء الصحيحة من المرة الأولى .

**1-2-3-1 التحسين المستمر :** إن عملية تحسين الجودة تزيد من قدرة المؤسسة على تحقيق أهدافها على أحسن وجه ، من خلال إستغلال المعلومات المتوفرة لها والتي تخص محيط أعمالها ، مما يمكنها من إستغلال الفرص المتاحة ، و تفادي التهديدات التي قد تواجهها .

### 3-1-1 المقومات الأساسية لثقافة الجودة :

إن الإرتقاء بمستوى جودة الخدمة يتطلب توفر مجموعة من العناصر أهمها :

أ- خلق الإدراك بأهمية الجودة و الحفاظ عليها ، و يتحقق ذلك من خلال نشر المعلومات المتعلقة بالوضع الحالي للجودة بالمؤسسة ، مما يسمح بالتعرف على المشاكل المتعلقة بها ، و بالتالي توفر الدليل إلى الحاجة لتقديم برنامج عمل لتطوير الجودة أساسه و عي العاملين و إدراكهم لأهمية الجودة في تحقيق أهدافهم الخاصة و أهداف المؤسسة ككل .

ب- توفير دليل القيادة الإدارية : بمعنى دعم الإدارة العليا لعملية تطوير الجودة و تحسينها ، و يكون ذلك من خلال :

- الإنشاء و المشاركة في مجلس الجودة .
- وضع سياسات الجودة .
- تحديد و نشر أهداف الجودة .
- توفير الموارد .
- توفير التدريب للموظفين نحو المشاكل الخاصة بالجودة ( التدريب على جودة الخدمة ) .
- تقديم المكافآت و الإعراف و التقدير .
- 2- الحصول على شهادة المطابقة :

أن تبني مفهوم التوجه بالزبون يسمح للمؤسسة الخدمية بالإجابة على التحديات التي تواجهها و ذلك حسب نشاطها و المحيط الموجودة فيه ، فكل مؤسسة لها وضعية إستراتيجية خاصة بها .  
إن تطور الجودة في المؤسسات الخدمية يتطلب إعادة النظر في الممارسات الإدارية و أسلوب أداء العمل لذلك تعتبر إدارة الجودة الشاملة أسلوب إداري حديث يمثل مدخلا إلى التحسين المستمر حيث شمل كافة مراحل و مجالات الأداء ، و الحصول على شهادة المطابقة لمعايير الجودة يعتبر الممر الذي يمكن للمؤسسة الخدمية أن تستعمله للوصول إلى تطبيق إدارة الجودة الشاملة .

### الفرع الثالث : تنشيط الموارد البشرية

تعتبر الموارد البشرية من أهم الركائز فيما يتعلق بالجودة في مجال الخدمات ، و تكمن أهميتها في طبيعة الخدمات في حد ذاتها ، و خاصة الملموسة للخدمة تجعل مقدمي الخدمة في قلب الاتصال مع الزبائن ، كذلك عدم مراقبة الخدمة قبل تقديمها ( عدم القابلية للتخزين ) يجعل الاتصال مع الزبائن بما يعرف " لحظة الحقيقة " لأن الاتصال مع الزبون يعتمد بشكل كبير على كفاءة الموظفين و سلوكياتهم تجاه الزبون .

تكمن أهمية الموارد البشرية في تقسيم رأس المال المعنوي للمؤسسة ، حيث أن المؤسسة تعتمد على صورة الاتصال ، قاعدة بيانات الزبائن ، مراقبة أداء الخدمات ، أما الموظفين يعتمدون مباشرة على الخبرة ، المصادقية ، المعرفة ، إذن لا بد من توفر موارد إستراتيجية .

إن عملية تحسين و تطوير الجودة فيما يخص الموارد البشرية تركز على محورين كما يلي :

- 1- تحديد ، إكتساب ، و تطوير الكفاءات الضرورية : حتى تحقق المؤسسة أهدافها يجب أولاً أن تحدد الوسائل الضرورية لذلك ، خاصة إحتياجاتها من الكفاءات .

**2- التحكم في الإستقلالية التنظيمية للموارد البشرية :**

يعتبر تكيف الإطار التنظيمي في المؤسسة من محاور تحسين الجودة ، فإذا لم يوجد نموذج تنظيمي خاص بالخدمة فإنه ينتج إختلاف في جودة الخدمة المقدمة فخصوصية الخدمة يمكن أن تخلق مشكلة تنظيمية لذلك فعلى المؤسسة أن تأخذ بعين الإعتبار ما يلي :

- للتخفيف من درجة الإختلاف في أداء الخدمة و التحكم في تناسقها يجب على المؤسسة أن تطبق معايير و إجراءات خاصة بأداء الخدمة .

إن المشكلة التنظيمية تقود عموما المؤسسات الخدمية إلى البحث عن أشكال تنظيمية تجمع بين اللامركزية و المراقبة ، الإستقلالية و وضع المعايير ، المرونة و الترابط .

**المبحث الثاني : بطاقات الدفع المسبق و جودة الخدمات المصرفية****\* المطلب الأول : البطاقات البنكية****الفرع الأول : مفهوم و أنواع البطاقات البنكية****1- مفهوم البطاقات البنكية**

بالرغم من تعدد التسميات التي تعرف بها البطاقات البنكية كبطاقات الإ اعتماد , النقود البلاستيكية , بطاقات الائتمان فإن جميعها تعبر بدرجات متفاوتة عن حقيقتها من حيث النشاط والية العمل بها ومن بين أهم التعاريف نجد ما يلي :

• هي عبارة عن أداة مصرفية للوفاء بالالتزامات تحظى بالثقة و القبول الواسع على المستوى المحلي و الدولي لدى البنوك و التجار و الشركات و الافراد , تقدم كبديل للنقود لدفع قيمة السلع و الخدمات التي يحصل عليها حامل البطاقات مقابل توقيعه على إيصال بقيمة التزامه الناشئ عن مشتريات أو خدمات التي يحصل عليها , على أن يقوم التاجر بتحصيل القيمة من البنك الذي صرح له بقبول البطاقة كوسيلة دفع و يطلق على عمليتي التسوية بين المصارف و الأطراف فيها إسم نظام الدفع الإلكتروني <sup>1</sup> .

• كما تعرف كذلك هي عبارة عن بطاقة بلاستيكية أو ورقية مصنوعة من مادة يصعب العبث بها

تصدرها جهة ما بنك أو شركة إستثمارية يذكر فيها إسم العميل الصادرة لصالحه ورقم حسابه , حيث يملك الحامل تقديم تلك البطاقة لتاجر لتسديد ثمن مشترياته و يقوم التاجر بتحصيل تلك القيمة من الجهة المصدرة التي تقوم بدورها باستفاء تلك المبالغ من الحامل <sup>2</sup> .

• وفي تعريف آخر : هي بطاقة تؤدي وظيفتي الوفاء و الائتمان تصدرها مؤسسة مالية الشخص ( طبيعي و معنوي ) , فتتيح لحاملها إجراء سحب نقدي من البنك أو الحصول على سلع و خدمات فور تقديمها , مع إلتزامه بالسداد للبنك المصدر بالشروط و القواعد المحددة بالعقد المبرم بينهما <sup>3</sup> .

• من خلال التعارف السابقة يمكننا أن نصل إلى أن البطاقات البنكية جاءت من أجل تسهيل المعاملات لصالح الزبون و ذلك بأقل تكلفة و جهد و الوقت هذا من جهة وجاءت كذلك من أجل تحقيق مداخل للبنك جراء العمولات التي يتحصل عليها .

1- نادر ابراهيم السواح , النقود البلاستيكية و اثر المعاملات الالكترونية على المراجعة الداخلية في البنوك , الدار الجامعية للنشر و التوزيع , مصر , 2005 , ص 12 .

2- القاضي فداء يحي احمد محمود , النظام القانوني لبطاقة الائتمان , عمان الاردن , دار الثقافة 1999 , ص 14 .

3- نسرين الدبة , تطور انظمة الدفع الالكتروني في المعاملات البنكية الجزائرية , مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر في العلوم المالية والمحاسبية , تخصص مالية المؤسسة , جامعة ورقلة , 2009 , ص 12 .



## 2- أنواع البطاقات البنكية

يمكن تصنيف البطاقات البنكية من خلال عدة معايير أهمها :

### 1. حسب معيار الخدمات المقدمة : نميز فيها عدة أنواع تختلف تبعا للخدمات نجد <sup>1</sup> :

- بطاقات الضمان الشيك .
- بطاقات السحب :
- بطاقة الخصم المباشر : يتم الخصم من الرصيد مباشرة بعد إتمام العملية .
- بطاقات الدفع الأجل : الخصم من الرصيد يتم بعد أجل محدد متفق عليه .
- بطاقات القرض ( الائتمان ) .
- بطاقات خاصة بالتجار les cartes privatives وهي بطاقات يصدرها التجار لتفصيل الزبائن و كسب ثقتهم و تقديم تسهيلات إئتمانية لهم ، من أهدافها إنشاء ملفات بطبيعة إستهلاك الزبائن للتمكين من دراسة رغباتهم .
- بطاقات صادرة من قبل المؤسسات :
- بطاقات الأعمال : وتسمى أيضا ( carte entreprise ) والتي تمكن المؤسسات بتحسين تسيير المصارف المرتبطة بنشاط الموظفين في أداء وظائفهم .
- بطاقة المشتري : la carte acheteur فهي بطاقة مدينة موجهة إلى المؤسسات مخصصة لدفع المشتريات الغير متكررة أو المبالغ الصغيرة .
- 1- بطاقات الإستخدام المحدد : وهي عكس البطاقات البنكية غير موجهة للإستخدام العام .
- 2- البطاقات ذات الائتمان المتجدد : هي بطاقات دولية للدفع مثل بطاقات أمريكان اكسبريس و الداينرز كلوب و يمكن تمييزها من خلال طبيعة المؤسسات المالية المصدرة لها .
- 2. حسب معيار وظيفة البطاقة ( على أساس الخدمة المقدمة ) :
- بطاقات السحب .
- بطاقات الدفع : هناك نوعان :
- أ- معيار قبول البطاقة : نجد فيه نوعان من البطاقات

1- Mostafa Hashem Sherif ; Ahmed Serhrouchni , La monnaie électronique : système de paiement sécurisé ; ( éditions Eyrolles 2000 ) ; p 39-40 .

- 1- بطاقة محلية " domestique " : هي التي تستخدم داخل التراب الوطني فقط .
- 2- بطاقات دولية : هي التي يتوسع نطاق قبولها إلى المستوى الدولي , ومن أشهرها بطاقات الفيزا كارد و الماستر كارد .
- ب- معيار طريقة تسوية العمليات المنجزة بالبطاقة : يتميز فيه بين ثلاث أنواع وهي :
  - 1- بطاقات الخصم الفوري : وهي بطاقات مرتبطة بحسابات جارية مفتوحة لدى البنك المصدر لها ،
  - تخصم المبالغ بعد إستعمالها مباشرة من الرصيد و تحول إلى حساب التاجر .
  - 2- بطاقات الدفع الاجل : يجمع البنك المصدر الفوتير الموقعة من قبل حاملها , يقوم العميل بدفع ما عليه من مستحقات بعد إستخدامه البطاقة ولا يتجاوز تاريخ إستحقاقه الذي حدده البنك المصدر .
  - 3- بطاقات الائتمان : تمنح لصاحبها ميزة تسديد المبالغ الاجمالي للكشف الشهري على عدد من الاقساط حسب قدرته المالية .
3. حسب جهة الإصدار :

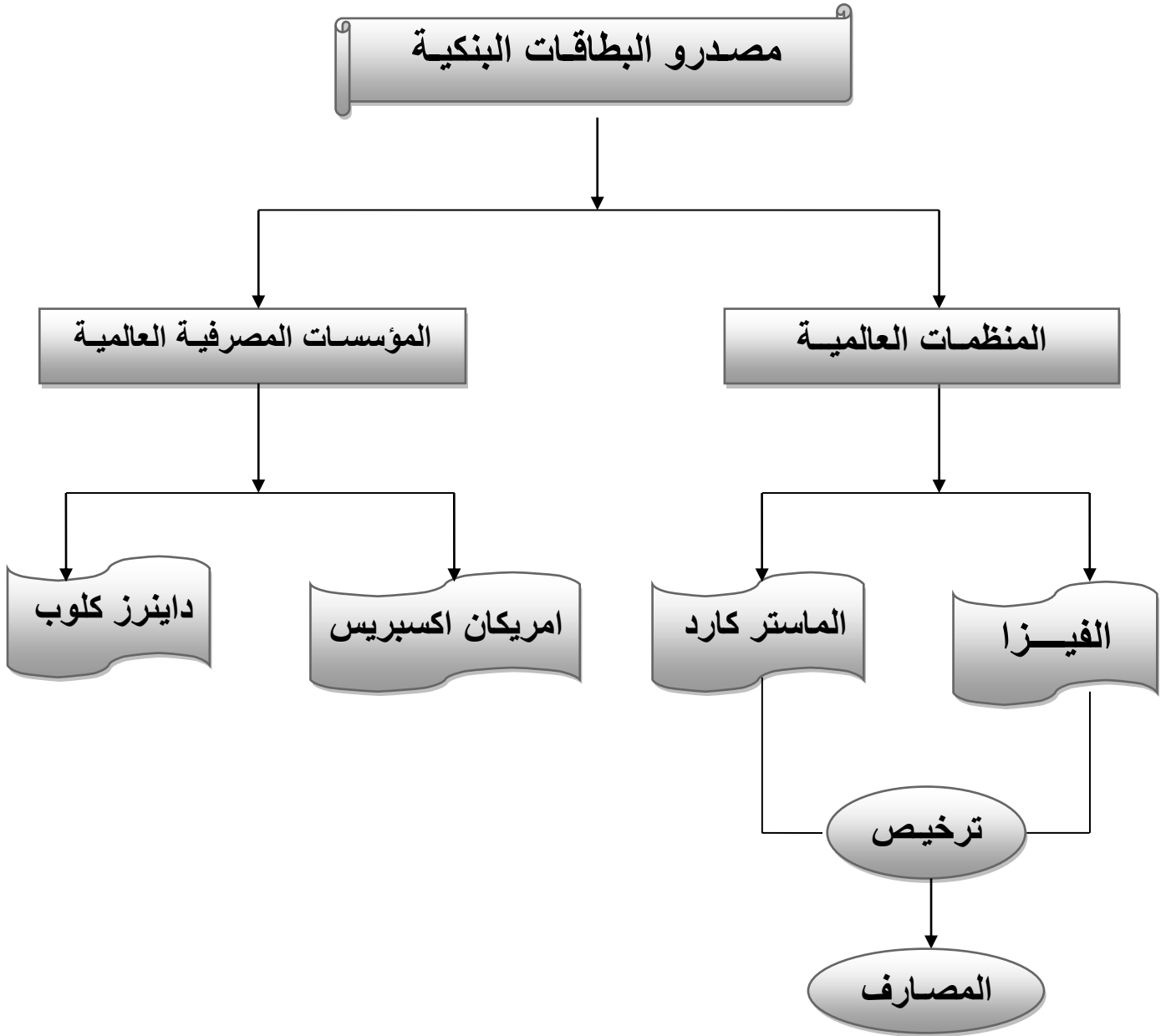
- صادرة مباشرة عن مؤسسات مالية : الأمريكان اكسبريس , الداينرز كلوب .
- صادرة برعاية و ترخيص من منظمات و هيئات عالمية مثل الفيزا كارد , الماستر كارد .

### الفرع الثاني : أهم مصدرو البطاقات البنكية :

يلعب مصدرو البطاقات البنكية الدور الأهم في سلسلة خدمات الزبون حيث نجد المنظمات التالية ، تعتبر الأشهر في إصدار البطاقات البنكية :

1. الماستر كارد : تأسست سنة 1967 ، كانت تسمى بـ ماستر شارج سنة 1969 تم سميته بـ ماستر كارد سنة 1979 ، يتوزع نشاطها في المناطق التالية : و . م . أ ، أمريكا الجنوبية ، آسيا ، أوروبا ، الشرق الأوسط ، إفريقيا .
2. فيزا كارد : تأسست سنة 1966 ، مكونة من البنوك من مختلف دول العالم التي ترغب في إصدار بطاقات بنكية أو شيكات سياحية ، نشاطها موزع على التي ترغب في إصدار بطاقات بنكية أو شبكات سياحية ، نشاطها موزع على المناطق التالية : أمريكا الجنوبية ، آسيا ، الباسيفيك ، أوروبا ، الشرق الأوسط ، أستراليا .
3. أمريكان اكسبريس : هناك أنواع من البطاقات ترخص بإصدارها و أخرى تحتفظ بحق إصدارها لنفسها .
4. داينرز كلوب : تأسست سنة 1950 ، تمنع ترخيص للبنوك في إصدار البطاقات البنكية .

الشكل 5 : مصدرو البطاقات البنكية



المصدر : نادر شعبان إبراهيم السواح , النقود البلاستيكية وأثر المعاملات الالكترونية على  
المراجعة الداخلية في البنوك , الدار الجامعية للنشر و التوزيع , مصر , 2005

## الفرع الثالث : مفهوم بطاقات الدفع المسبق و أنواعها

## 1- مفهوم البطاقات المسبقة الدفع 1 :

أداة دفع و سحب نقدي ، يصدرها بنك تجاري أو مؤسسة مالية ، تمكّن حاملها من الشراء بالأجل على ذمة مصدرها ، ومن الحصول على النقد إقتراضاً من مصدرها أو من غيره بضمانه ، و تمكنه من الحصول على خدمات خاصة .

البطاقة مسبقة الدفع هي بطاقة إبتدائية تقوم فكرتها على أساس أن تُودع أنت مبلغ محدد في حساب بطاقتك الائتمانية مسبقة الدفع ، و كلما قمت بعملية الشراء بإستخدام البطاقة مسبقة الدفع يتم الخصم من الرصيد الائتماني المتوفر بها ، هذا يعني أنه عندما تحصل على بطاقة ائتمان مُسبقة الدفع و جديدة فإن الرصيد المتوفر بها هو صفر و يحتاج الأمر أن تقوم بتعبئتها من حسابك الخاص .

## 2 أنواع البطاقات مسبقة الدفع ( بطاقات الدفع الإلكتروني ) :

يوجد عدة أنواع من بطاقات الدفع التي تصدرها البنوك ( بطاقات الدفع الإلكتروني ) ، لكن هناك بطاقات مسبقة الدفع هي أكثر شيوعاً من غيرها : 2

## أولاً : بطاقة الصراف الآلي ATM Card

أحد أنواع بطاقات الدفع الإلكتروني وهي البطاقة التي تسمح للشخص بخصم مبلغ من حسابه الجاري مباشرة لدفعها إلى التاجر ، و يمكن الحصول عليها بعد فتح حساب لدى البنك ، حيث يقوم البنك بإصدار البطاقة للعميل وربطها بحركة الحساب ولا يستطيع العميل استخدامها سواء في عمليات سحب نقدي من أجهزة الصراف الآلي أو في عمليات شراء من خلال أجهزة نقاط البيع إلا إذا كان رصيد الحساب دائن .

ويمكن تعريف هذه البطاقة بأنها : « أداة دفع و سحب نقدي ، يصدرها بنك تجاري ، تمكّن حاملها من الشراء بماله الموجود لدى البنك ، ومن الحصول على النقد من أي مكان مع خصم المبلغ من حسابه فوراً ، و تمكنه من الحصول على خدمات خاصة » .

ولها نوعان :. **بطاقات الصراف الآلي الداخلية** : وهي البطاقات التي تؤدي وظائفها داخل دولة واحدة ، ومع تطور الاتصالات أمكن استعمالها في جهاز أي بنك من خلال شبكة تنظم العلاقة بين البنوك والعملاء .

**2. بطاقات الصراف الآلي الدولية :** وهي التي تتبع منطقة دولية ترعى هذه البطاقات ، بحيث يستطيع حاملها استخدامها في جميع أنحاء العالم ، ومن أمثلتها بطاقة ( فيزا إلكترون ) التابعة لفيزا ، و بطاقة ( مايسترو ) التابعة لـماستر كارد ، ويتم التعامل بها من خلال شبكة دولية توفرها المنظمة الراعية للبطاقة .

### ثانياً : بطاقة الائتمان Credit Card

أحد أنواع بطاقات الدفع الإلكتروني وهي البطاقة التي تصدرها البنوك للعملاء بالتعاون مع شركات الدفع الدولية مثل : " فيزا ، ماستر كارد ، أمريكان اكسبريس ، ... الخ " ، حيث يستطيع حامل البطاقة استخدامها في إجراء عمليات سحب نقدي أو لدفع قيمة مشترياته من المحلات التجارية التي تقبل التعامل فيها ومن ثم تسديد قيمتها لاحقاً ، حيث يمكن للعميل إما تسديد إجمالي المبلغ أو تسديد الحد الأدنى " عادة يتراوح بين 3 % إلى 6 % " من إجمالي المبلغ وبالتالي إحتساب نسبة فائدة على الرصيد القائم المتبقي حسب الاتفاقية مع البنك المصدر . ونجد هناك ايضا : . visa card . Master Card . Charge Card ... الخ . ولا يوجد اختلاف بينها وبين بطاقات الائتمان credit card سوى في تاريخ امور بسيطة مثل : تاريخ السداد . الحد الأقصى و الأدنى له ... الخ .

- مزايا بطاقات الائتمان تسهيل عملية الشراء عبر الإنترنت مع الحفاظ على الخصوصية و الأمان ، إعفاء المستهلك من حمل مبالغ مالية نقدية ( الدفع الكاش ) ، تمتاز بسهولة الاستخدام و الحمل في أي مكان ، تمتاز بطاقات الائتمان بالقبول العالمي ، إمكانية الإحتفاظ بسجلات الصرف ، تمكين المستخدم من إيقاف البطاقة في حال فقدانها ، الحصول على مزايا خاصة من الخصومات و الحسم .

- عيوب بطاقات الائتمان تُعتبر بطاقة الائتمان سلاحاً ذا حدين ، أي أنه بالرغم من الفوائد والمزايا التي تمنحها للعميل إلا أنّ هناك بعض السلبيات ، ومنها : تُعتبر التسهيلات البنكية عيباً أكثر منها ميزة نظراً لإفراط المستهلك في الدفع دون ضوابط ، إمكانية إختراقها من قبل اللصوص المتخصصين في عملية القرصنة ، تحمّل رسوم الإشتراك والتي تكون مرتفعة بعض الشيء .

### ثالثاً : بطاقات السحب Debit Card

وهي بطاقات ووظيفتها الوحيدة السحب النقدي من الموزعات الآلية لنقود و الشبايك الأوتوماتيكية التابعة للبنك المصدر لها و يمكن أن تتضمن خدمات أخرى : الإطلاع على الرصيد ، إجراء تحويلات ، طلب كشف الحساب ، طلب دفتر الشيكات و إستلامه ، ... الخ .

**رابعاً : البطاقات الذكية Smart Card**

أحد أنواع بطاقات الدفع الإلكتروني والتي تحتوي هذه البطاقات على معلومات صاحبها و يمكنها التخزين بسعة كبيرة تفوق البطاقات السابقة الذكر ، حيث تحمل كل المعلومات و التفاصيل و البيانات .

و يختارها العميل للتعامل بها لما لديها من ميزات ، كميزة الدفع الفوري و إمكانية تحويلها لحافظة نقود إلكترونية تملأ و تفرغ أو تحويلها إلى بطاقة تعريف أو بطاقة صحية أو تذكرة تنقل ...

**فوائد البطاقة الذكية Smart Card**

- \* المعلومات المخزنة في الشريحة يمكن حمايتها بوضع رقم سري .
- \* كل بطاقة لها رقم خاص بها يميزها عن غيره .
- \* الشريحة محكمة ضد العبث و التلاعب .
- \* البطاقة قابلة للتشفير .

**إمكانات البطاقة الذكية Smart Card**

- \* قدرة على معالجة المعلومات و ليس تخزينها فقط .
  - \* المعلومات و التطبيقات قابلة للتحديث بدون الحاجة الى تبديل البطاقة .
  - \* لها القدرة على الإتصال بأجهزة الحاسب الآلي المختلفة عن طريق القارئات .
- ورغم التطور المذهل الذي شهده العالم حول البطاقات مسبقة الدفع (بطاقات الدفع الإلكتروني) فلا تزال هناك العديد من الدراسات والأبحاث التي تعمل على تطوير هذه الأنواع من البطاقات لتكون أكثر ملائمة ، أكثر مرونة وأكثر أماناً .

**2 – مميزات بطاقات الدفع المسبق :**

بطاقات المدفوعة مسبقاً أكثر أماناً من حمل المال لأن الرصيد الذي تودعه بها عادة ما يكون قليلاً ، فإذا تعرضت لعملية إحتيال على الانترنت أو أثناء سفرك جراء استخدامك للبطاقة فإن المبلغ الذي قد يضيع عليك سيكون قليل .

كما ذكرنا سابقاً بأنه لا فوائد على مُشترياتك التي تدفعها باستخدام بطاقة الائتمان مُسبقة الدفع ، لأن البنك لم يقدّم بإقراضك بل أنت إشتريت من أموالك التي أودعتها في رصيد البطاقة .

عندما تشتري بواسطة بطاقة الائتمان المُسبقة الدفع فإنك تحصل على معظم مزايا بطاقة الائتمان العادية مثل التأمين على المُشتريات و التأمين أثناء السفر و حجز الفنادق و تأجير

الانتقالات , والحالات الطارئة , والدفع الالكتروني والسحب من أجهزة الصرف الالي وتنفيذ كافة تعاملات الشراء ، لأن شركة بطاقة الائتمان (فيزا كارد أو ماستركارد على سبيل المثال) و البنك يستفيدان من عمليات الشراء التي تقوم بها بأن يحصلوا على عمولة من الجهة التي باعتك نظير تقديمهم لتسهيلات الدفع .

مع بطاقة مسبقة الدفع ليس هناك أي رسوم تمويل أو فوائد ولن تتعرض لتراكم الديون , لأنه إذا إشتريت بكامل المبلغ الذي أنت قمت بإيداعه في حساب بطاقتك الائتمانية مسبقة الدفع فسوق تتوقف عن الشراء ، مما يعني أن عمليات الإنفاق تحت سيطرتك أنت . يمكن للوالدين الاشتراك لأولادهما في سن المراهقة في هذه البطاقات عن طريق تحميل البطاقة بمبلغ معين من المال ، ومراقبة طرق وأساليب إنفاق أولادهما , وبالتالي يساعد الأبناء في تطوير سلوكهم المالي والإنفاق .

إستخدام بطاقة مسبقة الدفع تجنبك إلي حد كبير من الوقوع في فخ التسهيلات المبالغ فيها التي تقدمها بعض البنوك للعميل ، مما قد يغرقك في عملية الشراء دون ضوابط ، لدرجة أن البعض يعجز عن السداد وتتراكم عليه الفوائد وتتضاعف وتصبح أكبر من قيمة القرض . إن إستخدام بطاقة مسبقة الدفع يبعد عنك شبح الشراء بإسهاب من دون التفكير في ميزانيتك الشهري. إن كان من عيب لبطاقة مسبقة الدفع فهو عدم وجود سجل انتماني لك لدى الجهة المسؤولة عن تنظيم سجلات الائتمان ( شركة سمة في السعودية ) ، و كما ذكرنا في مواضيع سابقة فإن وجود سجل انتماني لك يقيدك في تعريف البنوك و شركات التقسيط و التمويل بسلوكك الائتماني مما يُسهل عليك الحصول على التمويل الذي تطلبه ، و عدم وجود سجل انتماني لك يعني أن سلوكك الائتماني مجهول ، و لكن يبقى المهم أن تُنظم مصروفاتك و تتجنب الوقوع في القروض إن كان لا تتقن السيطرة على اسلوب شرائك .

#### الفرع الرابع : مزايا و عيوب بطاقات الدفع الالكتروني

##### - مزايا بطاقات الدفع الالكتروني :

- بالنسبة لحاملها : تحقق وسائل الدفع الالكتروني لحاملها مزايا عديدة أهمها سهولة ويسر الاستخدام ، كما تمنحه الأمان بدل حمل النقود الورقية و تفادي السرقة و الضياع ، كما أن لحاملها فرصة الحصول على الائتمان المجاني لفترة محددة ، كذلك تمكنه من إتمام صفقاته فوراً بمجرد



ذكر رقم البطاقة .

- 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 : تعتبر الفوائد و الرسوم و الغرامات من الأرباح التي تحققها المصارف والمؤسسات المالية ، فقد حقق City Bank أرباح من حملة البطاقات الائتمانية عام 1991 بلغت 1 بليون دولار<sup>1</sup>.

✓ عيوب بطاقات الدفع الالكتروني :

- بالنسبة لحاملها : من المخاطر الناجمة عن إستخدام هذه الوسائل زيادة الاقتراض و الإنفاق بما يتجاوز القدرة المالية ، وعدم سداد حامل البطاقة قيمتها في الوقت المحدد يترتب عنه وضع إسمه في القائمة السوداء<sup>2</sup>.

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

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

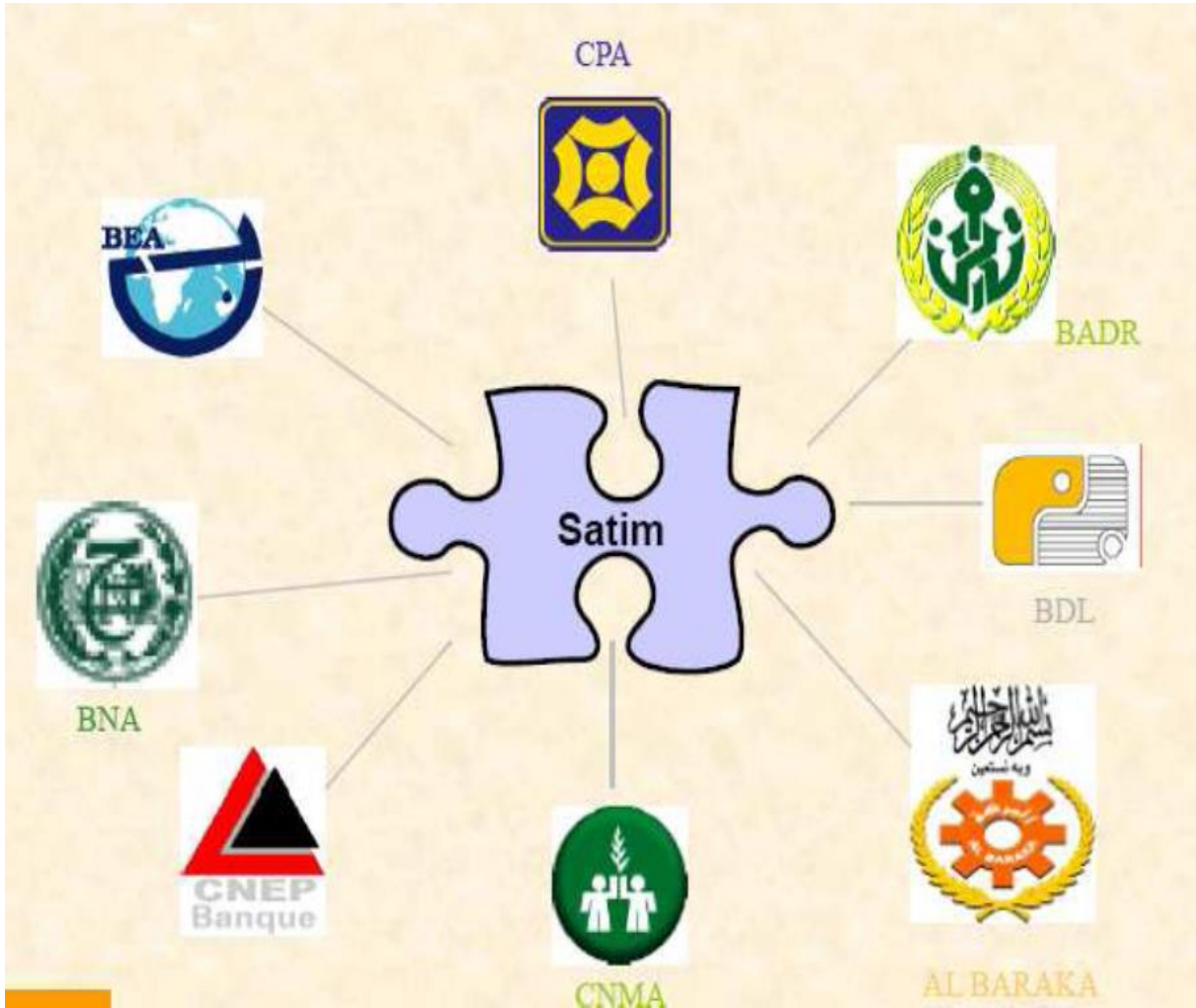
\* المطلب الثاني : إنشاء شركة تالية الصفقات البنكية و النقدية المشتركة SATIM

الفرع الأول : مفهوم شركة SATIM : وهي شركة تابعة لثمانية (8) بنوك جزائرية وهي : BDL ,BNA, BEA,AL, CNMA, CNEP, BADR, BARKA, على ضوء القانون رقم 95\103 ، و هي مسؤولة عن تشغيل نظم المدفوعات بين البنوك الجزائرية للبطاقات ، كما تعمل على تطوير البرامج و تحديث المصارف و تعزيزها لاسيما بوسائل الدفع عن طريق البطاقة ، و تشمل SATIM مع سبع (7) بنوك عمومية ، و تسعة (9) خاصة ، و بريد الجزائر شبكة الدفع الالكتروني .

الفرع الثاني : البنوك المساهمة في رأس مال الشركة SATIM

<sup>1</sup>- عبد الهادي النجار ، التجارة نقود المعرفية والية تناولها ، كلية الحقوق ، جامعة بيروت ، لبنان ، 2002 ، ص 40 .  
<sup>2</sup>- عبد الهادي النجار ، مرجع سابق . ص 28-31 .

الشكل رقم 6 : يوضح البنوك المساهمة في رأس مال الشركة SATIM



Source : Newal Benkritly , Le Système de Paiement par carte en Algérie , Séminaire de Tunis , rencontre sur la carte bancaire au Maghreb , 08et09 février 2007

- الشبكة النقدية ما بين البنوك "RMI" :

- في سنة 1996 قامت شركة SATIM \*\* بإحداث مشروع لإيجاد حلّ للنقد بين البنوك RMI\* ، وأول مرحلة من هذا المشروع تمثلت في إعداد شبكة نقدية إلكترونية بين البنوك في الجزائر والتي تضمنت حاضرة الموزعات الآلية النقدية DAB \*\*\* ، تتوزع على كامل الشبكات البنكية والبريدية التي تستعمل شبكة الإتصالات DZ.PAC (شبكة إرسال المعطيات)
- وتهدف شركة SATIM من خلال إنشاء الشبكة النقدية الإلكترونية المشتركة، ووضع نظام مشترك بين البنوك للسحب بواسطة الموزعات الآلية إلى تحقيق هدفين أساسيين :
- عمل وتطوير نظام بنكي مشترك للنقديات الإلكترونية .

- وحدة المعايير والتنظيمات المتعلقة بالبطاقة

**\* المطلب الثالث : علاقة بطاقات الدفع المسبق في جودة الخدمات المصرفية**

يشهد العالم تطوراً كبيراً في وسائل الدفع الإلكترونية حيث أحدثت هذه الثروة النوعية تغيرات و تحولات جوهرية في كل أجزاء الأعمال و خاصة مجال الخدمات ، ومنه تلعب هذه الوسائل دوراً كبيراً في تحسين جودة الخدمة المقدمة ، وهذا من خلال تأثيرها على عناصر المزيج التسويقي للخدمات و تسوية المعاملات ، تحسين جودة الخدمات وتخفيض التكاليف .

**1 - المزيج التسويقي للخدمات :**

- أن الدور الأول الذي تلعبه المصارف المسوقة إلكترونياً هي عملية التوسط بين البائعين والمشتريين لتسهيل المعاملات المالية ؛ ذلك أن الطريقة الأكثر شيوعاً هنا هي بطاقات الائتمان إذ يجري إرسال تفصيلات بطاقة الائتمان عبر الإنترنت عندما يملأ المشتري نموذج الشراء ، وهناك وسائل متطورة للدفع عبر شبكة الإنترنت كما ذكرنا هي البطاقات الذكية والمحفظة الإلكترونية وهناك الشيك الإلكتروني بالإضافة إلى بطاقات الائتمان التقليدية .<sup>1</sup> ومنه تحسن من الجود في البنك حيث<sup>2</sup> :

- تعتبر البطاقات البنكية وسيلة سهلة ودقيقة في تسوية المعاملات بين البنوك .
- تقلل وتجنب من الصفوف الطويلة نتيجة استخدام الصراف الآلي، وبذلك تقلل الضغط على البنوك .
- تمثل مصدر مربح من خلال ما يحصل عليه البنك من عمولات .
- تزيد البطاقات البنكية من حجم العائدات قياساً إلى أعبائه .

**2- تحسين جودة الخدمات وتخفيض التكاليف :**

نرى أن القطاع المصرفي يلجأ لتجديد فاستخدام التكنولوجيا لتحسين جودة خدماته و توسيع مجموعة عوضه ، فاستخدم القطاع المصرفي البطاقات البنكية من اجل كسب الوقت ، المرونة ، تسهيل عملية الحصول على الخدمة ، التفاعل في الوقت الحقيقي ، الاستجابة السريعة ، كلها تساهم في تحسين جودة الخدمة البنكية ، وبالتالي فالبنوك تعتمد البطاقات الإلكترونية من اجل زيادة ولاء ورضا العملاء .

<sup>1</sup>- شروف فضلة ، مذكرة ماجستير ، أثر التسويق الإلكتروني على جودة الخدمات المصرفية ، كلية العلوم الاقتصادية جامعة قسنطينة ، 2009\2010 ص 40 .  
<sup>2</sup>- نفس المرجع . ص 112 .

**المبحث الثالث : الدراسات السابقة****\* المطلب الأول : عرض الدراسات السابقة**

1- سميرة كرامة , مذكرة ماستر , دور تكنولوجيا المعلومات و الإتصال في تحسين جودة الخدمات المصرفية , العلوم التجارية , تسويق خدمي جامعة ورقلة , 2010\2011 .  
 إشكالية الدراسة : إلى أي مدى يمكن لتكنولوجيا المعلومات و الاتصال أن تساهم في تحسين جودة الخدمة ؟  
 النتائج :

يتضح لنا ان إستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال في المؤسسة يلعب دورا كبيرا و مهما في تحسين جودة الخدمة المقدمة ادا تعمل هذه التكنولوجيا على زيادة سرعة تقديم الخدمة و الانتاجية كما إرتفاع مستوى الدقة في تقديم الخدمة و عدد الزبائن كما إنخفضت نسبة الأخطاء .  
 أما فيما يخص تقديم الزبائن لجودة الخدمة البريدية فحسب الاحصائيات التي سجلت نلاحظ مستوى تقديم متوسط لكل عنصر من عناصر الخدمة لأبعاد جودة الضمان , الاستجابة , الاعتمادية , التعاطف .  
 2- شروف فضلة , مذكرة ماجستير , اثر التسويق الالكتروني على جودة الخدمات المصرفية , كلية العلوم الاقتصادية جامعة قسنطينة , 2009\2010 .

إشكالية الدراسة : ما هو أثر التسويق الالكتروني على جودة الخدمات المصرفية ؟  
 نتائج الدراسة : تختلف الاهمية النسبية للمؤشرات التقييمية يستخدمها العملاء للحكم على مستوى الخدمة المقدمة لهم من طرف الوكالات البنكية محل الدراسة .  
 - هناك علاقة بين توفر قاعدة معلوماتية للتسوق و جودة الخدمات المصرفية .  
 - يوجد علاقة بين البحث و التطور و جودة الخدمات المصرفية .  
 - يوجد علاقة بين استراتيجية التسوق و جودة الخدمات المصرفية .  
 - هناك تأثير لتسويق الالكتروني على جودة الخدمات المصرفية .  
 3- سلطنة خديجة , مذكرة ماستر العلوم الاقتصادية , احلال وسائل دفع تقليدية بالوسائل الالكترونية , جامعة بسكرة , 2012\2013 .

النتائج :

- وسائل دفع الكترونية و أعمال الكترونية مفاهيم جاء بها اقتصاد رقمي .  
 - التجارة الالكترونية دعت إلى ضرورة تطور نظام مصرفي و بتالي ظهور وسائل دفع .

- التجارة الالكترونية دعت الى ضرورة تطور نظام مصرفي وبتالي ظهور وتطور وسائل الدفع الالكترونية .

- تقدم وسائل الدفع الالكترونية فوائد عديدة اقتصاد من سرعة و امان و تطور .

**4- علي عبد الله شاهين** , نظام الدفع الالكترونية و مخاطرها ووسائل الرقابة عليها , قسم المحاسبة الجامعة الاسلامية , 2009 .

اشكالية الدراسة : ما طبيعة الدفع الالكترونية و مخاطرها و وسائل الرقابة عليها ؟  
النتائج :-

1- أدت البيئة الجديدة للعمل المصرفي والمنافسة الشديدة والتطبيقات التقنية لأدوات الدفع الإلكتروني إلى الضغط على المصارف لإيجاد آليات جديدة في استخدام وتنويع الخدمات المصرفية الإلكترونية للمحافظة على العملاء وجذب عملاء جدد .

2- إن استخدام أدوات الدفع الإلكتروني أصبح واقعاً لا مفر منه مما يستلزم تطوير الكادر وتدريب العاملين للارتقاء بمستوى الخدمات المقدمة .

3- هناك ضعف نسبي في حجم الخدمات التي يقدمها البنك من خلال أدوات الدفع الإلكترونية بالإضافة إلى ضعف في حجم ما تملكه من تلك الأدوات .

4- عدم ملاءمة البنية التشريعية والقانونية التي توفر المناخ الملائم للخدمات المصرفية الإلكترونية وتساعد على انتشارها .

5- أن تقديم الخدمات المصرفية من خلال شبكة الإنترنت يتسبب في إحداث نقله متطورة في بيئة العمل المصرفي بالإضافة إلى الخصائص الفنية لتكنولوجيا شبكة المعلومات ، مما يستلزم وجود ضوابط قبل الدخول في العمل المصرفي الإلكتروني لتخفيف المخاطر الناجمة عنها .

**5- طافر زهير وبوترفاس الهاشمي** , واقع بطاقات الائتمان في الجزائر , المركز الجامعي بشار 2005

اشكالية الدراسة : ما هو واقع بطاقات الائتمان في الجزائر ؟  
النتائج :

- عدم وجود تنوع كبير في الخدمات و المزايا التي توفرها بطاقات الائتمان استعمالها و التعطيل الشبه دائم للموزعات الآلية زاد الطين بلة , وحد من خدمات محدودة في الاصل . كما ان البطاقات الصادرة عامة ما تكون احادية النوع و مواجهة الى مجتمع مشكل من فئات تفصلها فروقات على مستويات متعددة و حتى التجارة والبااعة يبدون متخوفين من تحصيل TPE .
- قلة انتشار اجهزة الدفع الالكترونية مستحقا بقبول بطاقات الائتمان كوسائل دفع .

• من جهة اخرى يمكن الحزم بان غياب هياكل و تقنيات تجارية كمرکز التسوق و التجارة يحد من مدى احتياج المستهلك لبطاقات الانتماء الالكترونية .

**6- قححص الاخضر** , واقع بطاقات الدفع الالكترونية في البنوك الجزائرية , مذكرة ماستر , تخصص مالية وبنوك , كلية العلوم الاقتصادية والتجارية جامعة ورقلة , 2015\2016 .

الاشكالية : كيف تسير البنوك في اداء خدمة بطاقات الدفع البنكية ؟  
النتائج :

- إن بطاقات الدفع الالكترونية هي تلك الوسيلة المقبولة إجتماعيا من أجل تسهيل المعاملات الخاصة بتبادل السلع والخدمات و كذلك تسديد الديون .
- تبين أن هذه الوسائل قدمت العديد من المزايا التي حرم منها العملاء عند استعمالهم للوسائل التقليدية .
- إنخفاض الطلب على هذه الخدمة و ذلك لغياب الثقافة المصرفية في المجتمع من جهة و ضعف الثقافة في الخدمة و مشكلة تعطيل أجهزة الصراف الآلي .

**\* المطلب الثاني : المقارنة بين هذه الدراسة و الدراسات السابقة  
أوجه التشابه :**

- تطرقت في هذه الدراسة إلى دور البطاقات المسبقة الدفع في تحسين جودة الخدمات المصرفية .
- تناولت مزايا و عيوب البطاقات و تطرق الى علاقة هذه البطاقات بجودة الخدمات المصرفية .

**أوجه الاختلاف :**

تناولت في دراستي موضوع بطاقات الدفع المسبق من خلال دراسة حالة في البنك الخارجي وكالة تقرت أما الدراسات السابقة تناولت موضوع الخدمات المصرفية و وسائل الدفع الالكتروني بمختلف أنواعها و اختلفت عينة كل دراسة .

- ✓ حيث تناول الباحث شروف فضلة أثر التسويق الالكتروني على جودة الخدمات المصرفية و دراسة تطبيقية قامت بها على عينة بعض البنوك الجزائرية .
- ✓ كما تناول قححص الاخضر , واقع بطاقات الدفع الالكترونية في البنوك الجزائرية , واختص في دراسته البنك الوطني الجزائري اخذ البطاقات البنكية كمثال .
- ✓ وتطرقت الباحثة , سلطانة خديجة , مذكرة ماستر العلوم الاقتصادية , احلال وسائل دفع تقليدية بالوسائل الالكترونية , اختلف في عينة الدراسة

**خلاصة الفصل :**

تناولنا في هذا الفصل الجانب الأدبيات النظرية حيث تم التطرق في المبحث الأول إلى المفاهيم العامة حول الخدمات المصرفية من تعريف و خصائص وكذا جودة الخدمة المصرفية كما تطرقنا إلى عموميات حول بطاقات الدفع المسبق .

وقد تم إستخلاص النتائج التالية :

- إن عملية التحسين المستمر للجودة يمكن المؤسسة من الحفاظ على مكانتها في السوق و استمرارها .
- أما المبحث الثاني فتم فيه عرض للدراسات السابقة التي لها علاقة بموضوع دراستنا ، حيث تطرقنا لأهم جوانب الدراسة و المتمثلة في دراسة الحالة و طريقة المعالجة كما ذكرنا أهم النتائج المتوصل إليها ثم أوجه الاختلاف والشبه .

## الفصل الثاني



**الفصل الثاني : الدراسة الميدانية للبنك الخارجي BEA****تمهيد :**

إن أهمية إصلاح المنظومة المصرفية الجزائرية التي ما زالت تتخبط في مصاعب و متاهات البرامج الإصلاحية المتعددة ، والتي معظمها كان يعتمد على عصنة النظام و إعتماا المصرفية الإلكترونية على وجه الخصوص لم يبلغ ذروته القصوى ، أي لابد من الإهتمام بالعمل المصرفي الإلكتروني بإعتماا وسائل دفع إلكترونية حديثة تساهم في تفعيل النشاط الإقتصادي .

ومن هذا المنطلق سوف نقوم في هذا الجزء بدراسة حول أثار إستخدام البطاقات المسبقة الدفع في تحسين جودة الخدمات المصرفية ، من خلال هذه الدراسة التطبيقية التي قمنا بها في البنك الخارجي الجزائري BEA - وكالة تقرت -

**المبحث الأول : الطريقة والأدوات المستخدمة في الدراسة**

إعتدنا في دارستنا على عدة أدوات منها : المقابلة الشخصية ، الملاحظة ، الوثائق الداخلية للبنك ، و حددنا مجتمع وعينة الدراسة .

**\* المطلب الأول : مجتمع وعينة الدراسة****الفرع الأول : مجتمع الدراسة**

بما أن الهدف من الدراسة هو التعرف على بطاقات الدفع المسبق المستعملة و الوقوف على أهم التحديات التي تواجهها .

حيث شمل مجتمع الدراسة مجموع الموظفين بالوكالة من 2016 الى مارس 2017 .

**الفرع الثاني : عينة الدراسة**

إعتدنا في عينة الدراسة على البنك الخارجي الجزائري - وكالة تقرت -

**\* المطلب الثاني : أدوات الدراسة**

**المقابلة الشخصية :** بهدف الحصول على معلومات دقيقة و ذات مصداقية قمنا بمقابلة رئيس في البنك من أجل طرح بعض الأسئلة الشفوية المتعلقة بموضوع الدراسة و تسجيل الأجوبة على الأوراق إستعملناها في مختلف أجزاء التربص .

**الملاحظة :** خلال فترة التربص سجلنا عدة ملاحظات عن نشاط البنك مثل ( معاملة الموظفين لزبائن وسلوك هؤلاء إتجاه الخدمات ، مدى إستخدام البطاقات في البنك ، نسبة الطلب على البطاقات ،... الخ).

**الوثائق الداخلية للبنك :** حيث قمنا بإستخدام مختلف الوثائق

الداخلية المعمول بها في البنك ومن بين هذ الوثائق : تقارير سنوية , مطويات , مجلات , مطبوعات ... الخ

### \* المطلب الثالث : نظرة عامة حول البنك الخارجي الجزائري BEA - وكالة تقرت -

بذلت السلطات الجزائرية بعد الإستقلال مباشرة كل ما في وسعها لإستعادة مجمل حقوق سيادتها في ذلك حقها في إصدار النقود وإنشاء عملة وطنية ، وبالتالي تم إنشاء البنك الخارجي الجزائري .  
فمن خلال هذا المبحث سنتطرق إلى تعريف و نشأة البنك الخارجي الجزائري وكالة تقرت ، وكذا أهم المهام والوظائف التي يقوم به هذا البنك ، و الهيكل التنظيمي له ، و بعض المعلومات حول البطاقات البنكية المستخدمة في البنك .

### الفرع الأول : نشأة و تعريف البنك الخارجي الجزائري BEA

أنشأ البنك الخارجي الجزائري في 01 أكتوبر 1967 برأسمال قدره 20 مليون دينار جزائري ، وقد مرّ بعدة مراحل خلال تطوره ، فلعب دور التسهيل (تقديم القروض) ، و التنمية في مجال التخطيط الوطني و العلاقات الإقتصادية و المالية بين الجزائر و الدول الأخرى ، و تمثل دوره الأساسي في القيام بكل العمليات البنكية بين المؤسسات الصناعية الكبرى و المؤسسات الأجنبية .

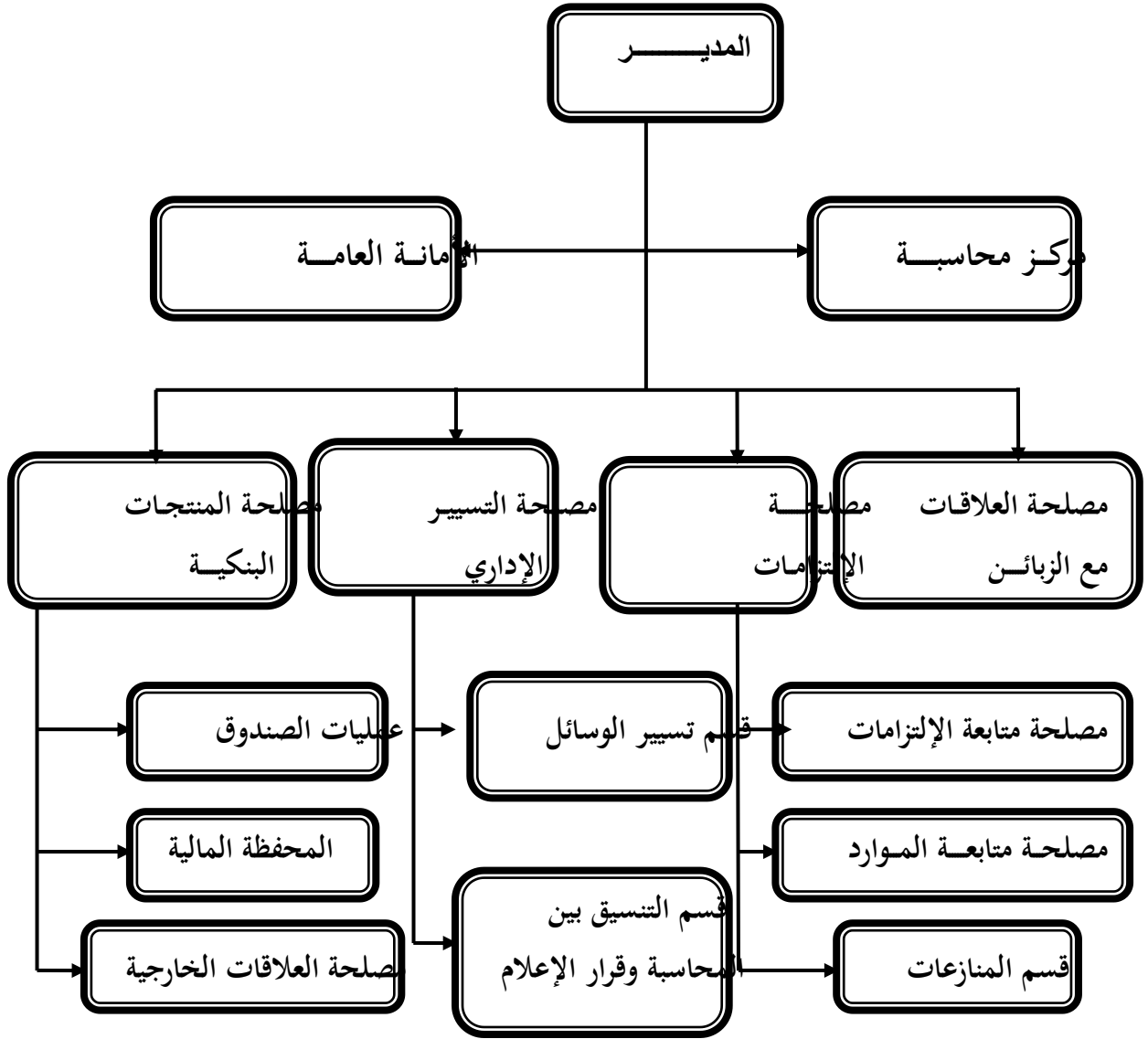
و خلال الثمانينات و بفضل تطبيق القانون 88-02 المؤرخ في 12 جانفي 1988 والذي يتعلق بإستقلالية المؤسسة ، عرف بنك الجزائر الخارجي تغيرات جديدة ، و هو يعتبر من البنوك الأولى التي تحولت إلى مؤسسات مستقلة ضمن مرسوم 88-61 في 12 جانفي 1988 .

هو مؤسسة حكومية تم إنشاؤها في فترة الإستقلال بعد تأميم البنوك الأجنبية بموجب المرسوم رقم 204/67 الصادر في 01 أكتوبر 1967 ، و يعتبر بنك ودائع مملوكة للدولة و يخضع للقانون التجاري ، مقره الرئيسي في الجزائر العاصمة ، كانت مهمته عند إنشائه تمويل التجارة الخارجية ، أما حاليا فيقوم بعدة إختصاصات كمنح الإعتمادات عن الاستيرادات وإعطاء ضمانات للمصدرين الجزائريين لتسهيل مهامهم .

أما بالنسبة لوكالة تقرت : نشاء البنك الجزائري وكالة تقرت في 1986 و كان مقرها أنداك في حي باعلوش بحيث تم نقل مقرها إلى ساحة هواري بومدين في يوم الإثنين 23 شعبان 1421 هجري الموافق لـ 20 نوفمبر 2000 ، و كان ذلك على يد السيد عبد العزيز بوتفليقة بهدف توسيع نشاط البنك و خدمة زبائنها ، حيث أنها تابعة للمديرية الجهوية لمدينة ورقلة .

### الفرع الثاني : الهيكل التنظيمي للبنك الخارجي الجزائري - وكالة تقرت -

الشكل رقم : 01 - الهيكل التنظيمي لوكالة تقرت



**المبحث الثاني : أنظمة ووسائل الدفع الإلكترونية المستخدمة في BEA وكالة تقرت**

\* **المطلب الأول : البطاقات وإجراءات الحصول عليها وتطور عددها في الوكالة**

**الفرع الأول : البطاقات التي تصدرها الوكالة ومكوناتها**

**1- البطاقات البنكية التي تصدرها الوكالة : ( الملحق رقم 01 )**

تقدم وكالة تقرت لزبائنها خدمة البطاقات البنكية حيث تنحصر في البطاقات البنكية المشتركة CIB والتي تعرفها كما يلي : هي عبارة عن بطاقة بلاستيكية يمنحها البنك BEA لعملائه بهدف تسهيل عمليات الشراء من مختلف نقاط البيع وكذا عمليات السحب و الدفع من الموزع الآلي ، كما يصدرها بنوعيهما الذهبية و العادية ( الكلاسيكية ) ، حيث أنها تتميز كغيرها من البطاقات البنكية المشتركة في الجزائر .

✓ **البطاقات الذهبية :** هي بطاقة مطلية باللون الذهبي تمنح من طرف BEA وكالة تقرت ومن خلالها يمكن للزبون إجراء عمليات السحب و الدفع ، و تمنح إلى كبار العملاء المليونيين الذين تكون حدود دخلهم أعلى من معدل الدخل القومي ( أي أعلى من 120000 دج ) ، و يمتازون بدرجة مخاطر منخفضة ، و في هذا النوع من البطاقات يتمتع حاملها بسقف إئتماني أعلى من ذلك المتوفر في البطاقات العادية ، و كذلك يعطي هذا النوع من البطاقات حاملة وضع مميز وخدمات إضافية وسرعة العمليات الخاصة .

✓ **البطاقة العادية ( الكلاسيكية ) :** و هي بطاقة بلاستيكية ذات اللون الأزرق يمنحها BEA وكالة تقرت ، وهي أكثر البطاقات إستعمالا ، إنها تصدر بشروط ميسرة ومصاريف منخفضة تتناسب مع أغلب العملاء و تعتبر وسيلة دفع أداة إئتمان ، كما أنها تمنح للأفراد الذين تفوق دخلهم من 18000 دج إلى 120000 دج ، كما أنها تقدم كافة الخدمات المقررة كالسحب النقدي ، و شراء السلع و الخدمات ، و خدمات التأمين ضد الحوادث و الوفاة .

**ملاحظة :** تقدر نسبة البطاقات العادية بـ 92 % من مجموع البطاقات في الوكالة .

**2- مكونات البطاقة :**

هذه البطاقة تحتوي على ( ملحق رقم 2 ) .

أ- في الوجه الأمامي :

\* في الأعلى نجد :-

1. تسمية البنك ( العنوان التجاري بالأحرف العربية واللاتينية ) .

2. على اليمين جزء مخصص يحتوي على رمز BEA بالإضافة إلى رمز SATIM .

3. في الوسط يوجد رقم مكون من 16 رقم حيث :
- الأرقام من 1 إلى 8 متعلقة بالشخص ( حامل البطاقة ) .
- و الأرقام من 9 إلى 15 تركيبة مختلفة من شخص لآخر محددة من RMI ( الشبكة النقدية ما بين البنوك ) .
- الرقم 16 عبارة عن مفتاح المراقبة يحسب من خلال معادلة خاصة ( FORMULE ) .
- \* في الأسفل نجد :-
4. سهم يشير إلى إدخال البطاقة في الجهاز .
5. مدة الصلاحية : الشهر و السنة ( صلاحية البطاقة في BEA تقدر بمدة عامين وتتجدد أوتوماتيكيا ) .
6. شريحة إلكترونية فيها حول العميل أعلى مبلغ يمكن سحبه .
- ب- في الوجه الخلفي :
1. تعليمة صالحة فقط في الجزائر ( الإرشادات ) .
2. ثلاثة مساحات ISO1/ISO2/ISO3 مدمجة في مسارات ( مسلك ) مغناطيسية داخلها توجد معلومات خاصة بالزبون و البنك و كيفية استعمال البطاقة ( مكتوبة بالإعلام الآلي وهي معلومات غير مرئية تقرأ فقط من خلال الجهاز الإلكتروني ) .
3. مسار أبيض خاص بإمضاء المستفيد .
4. نص حول هذه البطاقة وعنوان البنك BEA لإرسال البطاقة في حالة ضياعها .
- 3- إجراءات الحصول على البطاقة ( شروط الحصول عليها ) :**
- ملأ طلب خطي من طرف العميل .
- يقوم العميل بالإمضاء على نسختين من العقد ( الإتفاقية التي تبرم بينه وبين البنك ) (ملحق رقم 3)
- يتم إرسال الطلب إلى شركة SATIM .
- تقوم الشركة بتقديم البطاقة وإرسالها إلى بنك العميل زائد الرقم السري للبطاقة داخل غلاف مختوم لا يفتح إلا من طرف صاحبة .
- 4- تطور عدد البطاقات البنكية في BEA وكالة تقرت :**

السنة	عدد البطاقات البنكية	الزيادة	نسبة الزيادة %
قبل 2012	1132	-	-
من 2012 إلى 2014	1471	339	29.95 %
من 2014 إلى 2015	1622	151	10.27 %
من 2015 إلى 2016	3369	1747	107.70 %
إلى غاية أبريل 2017	5029	1660	49.27 %

من إعداد الطالبة بناء على معطيات BEA وكالة تقرت

من خلال الجدول يتضح لنا أن عدد البطاقات الصادرة في السنوات الأخيرة بدأ في التطور حيث بلغت نسبة 29.95 % بين السنوات الأولى عند بداية العمل بها و يرجع ذلك إلى بداية نشر ثقافة البطاقات البنكية في المجتمع .

ثم نلاحظ أن بين السنوات ( 2012 - 2016 ) إلى غاية أبريل 2017 لنسبة زادت إلى غاية 49.27 % وهذا يرجع إلى :

- إقبال الأفراد على البطاقات و زيادة وعي الأفراد بأهمية البطاقات البنكية .
- فهم كيفية إستعمال البطاقة البنكية من قبل الأفراد .
- تسهيل إجراءات الحصول على البطاقة البنكية .

#### \* المطلب الثاني : أنظمة الدفع الإلكترونية ( TPE - DAB - GAB )

##### الفرع الأول : الدفع الإلكتروني من خلال أجهزة الصراف الآلي :

تعتبر هذه الخدمة آلية من آليات إتمام العمل المصرفي فهي تعتمد على وجود أجهزة طرحت على الزبائن لتلبية حاجياتهم مباشرة دون الإتصال بالبنك ، و هناك أنواع من هذه الأجهزة TPE و DAB و GAB .

\* TPE : عبارة عن آلة تقبل المخالصة بالبطاقة وهي على نوعين (الثابت والمتحرك)(ملحق رقم 4)

\* DAB : الموزعات الآلية النقدية .

\* GAB : هي عبارة عن الشبائيك الآلية و يتم فيه العمليات التالية : - تخليص الفواتير .

- طلب كشف الحساب .

- سحب الأموال .

و بالنسبة لبنك BEA وكالة تقرت وجدنا أنها تستخدم الشبايبك الآلية البنكية GAB فقط ، و الذي يسمح بعملية سحب الأموال وفق سقف معين ، إضافة إلى تقديم خدمات أخرى كإمكانية التحويل من حساب إلى حساب آخر .

يتم السحب وفق الخطوات التالية من الصراف الآلي : ( ملحق رقم 5 )

أولا : يتم إدخال البطاقة في الشق الأيسر المخصص للصراف الآلي وذلك بإتباع التعليمات الواردة في الشاشة .

ثانيا : يطلب منك تحديد اللغة المراد التعامل بها ( عربية ، فرنسية ) .

ثالثا : يطلب منك إدخال الرقم السري الخاص ببطاقتك .

رابعا : يطلب منك المبلغ المراد سحبه .

خامسا : يطلب منك نوعية وحدات النقود .

**الفرع الثاني : كيفية إتمام عملية الدفع و الإنتمان بالبطاقة :**

أ- الأطراف المتعاملة بالبطاقة :

- المنظمة العالمية التي ترعى البطاقة .

- البنك المصدر للبطاقة .

- حامل البطاقة .

- التاجر أو الشركة التي ترعى البطاقة .

- بنك التاجر ( البنك الذي يتعامل معه التاجر ) .

ب- يتم التعامل بين الأطراف بالخطوات التالية : ( ملحق رقم 6 )

1- تبرم إتفاقية بين المنظمة التي ترعى البطاقة و البنك يخول بموجبها بإصدار البطاقات للعملاء

2- يصدر البنك البطاقة للعميل وفق الحدود الإئتمانية تبعا لوضعه المالي .

3- نفترض أن هذا العميل إستخدم بطاقته لشراء أو الحصول على خدمة على أن يكون التاجر مقدم

السلعة أو الخدمة متعاقد مع نفس المنظمة ، فإذا حصل العميل على السلعة فإن التاجر يطلب منه البطاقة

و يتأكد من مدة صلاحيتها وبياناتها ثم يحرر له إشعارات البيع ، و يتأكد من تطابق الإضاءتين ( البطاقة

و الإشعارات ) .

4- يقوم التاجر بإشعارات البيع إلى بنكه و بدوره يقوم البنك بتسديد قيمة الإشعارات للتاجر مخصوم منها

عمولة متفق عليها بينهما .

5- يقوم بنك التاجر بإرسال جميع العمليات المالية الحتسبة للعملاء إلى المنظمة وهي بدورها ترسلها إلى

البنك المصدر للبطاقة و القيام بعمليات المقاصة ليتم تحميل مبلغ الإشعارات من البنك المصدر إلى بنك

التاجر .

6- يقوم البنك المصدر للبطاقة بخضم المبلغ من حساب عميله مع إحتساب عمولة على المشتريات و بطبيعة الحال يكون العميل متحصل على إئتمان بسقف محدد .

### \* المطلب الثالث : مناقشة الدراسة

للبنك BEA عدة إمتيازات في أدائه لخدمة البطاقة البنكية تساهم في تطوير خدماته بشكل عام و بالتالي زيادة زبائنه و تحقيق أرباح أكثر ، لكن تواجهه من أجل الوصول إلى أهدافه و طموحات المسؤولية المستقبلية في أداء هذه الخدمة .

### الفرع الأول : ميزات خدمة البطاقة البنكية لـ BEA وكالة تقرت :

- هناك عدة خصائص تتبع من السياسة العامة للبنك الخارجي الجزائري أهمها :
- تجديد البطاقة أوتوماتيكيا بعد عامين إلا في حالة إلغاء صاحبها أو فسخ العقد .
- عدم حساب الرسم عند عملية إصدار البطاقة .
- سقف السحب على أساس الحساب الشهري .
- إصدار البطاقة البنكية للأفراد .
- تعتبر البطاقات البنكية وسيلة سهلة ودقيقة في تسوية المعاملات بين البنوك .
- تقلل وتجنب من الصفوف الطويلة نتيجة إستخدام الصرف الآلي وبذلك تقلل الضغط على البنوك .

### الفرع الثاني : الصعوبات التي تواجه BEA وكالة تقرت :

- على الرغم من الجهود المبذولة من طرف البنك لنقل العديد من التقنيات المصرفية الحديثة للإستفادة من التكنولوجيات الحديثة التي جاءت بها الثورة الرقمية إلا أن هناك العديد من التحديات و الصعوبات يمكن إدراجها كالآتي :
- نقص التشريعات الضرورية لتسهيل إنتشار الأعمال الإلكترونية و خصوصا المتعلقة بالمخالصة الإلكترونية

- عدم ثقة الزبون في وسائل الدفع الحديثة كالبطاقات الإئتمانية فما زالت المفاهيم التقليدية مرسخة ( الورقية هي وسيلة الدفع الرئيسية والأكثر أمانا بالنسبة له ) .
- غياب البحث و التطوير لتوظيف هذه التقنية . .
- ضعف التكوين القاعدي للأطر البشرية ذات الكفاءة بالرغم ن توفر الكفاءات و الموارد البشرية اللازمة إلا أنها تعاني من قلة مردوديتها وضعف فاعليتها وإنعدام روح المبادرة و الإبداع فيها . الإعلام و الإتصال ، فالشعب الجزائري عموما لا يملك ثقافة تكنولوجية متطورة ، فهو يفضل



التعامل الشخصي مع البنك .

**الفرع الثالث : الافاق المستقبلية لأداء خدمة البطاقة البنكية في البنك الخارجي الجزائري BEA  
وكالة تقرت :**

- يسعى البنك الخاجي الجزائري - وكالة تقرت - إلى تطبيق مشروع المخالصة الإلكترونية من خلال تحديث وسائل الدفع الإلكترونية وتقديم خدمات حديثة مثل :
- خدمات عن طريق الرسائل النصية للهاتف النقال SMS لتعرف على الرصيد وأخر العمليات فيه .
  - خدمات الهاتف المصرفي التي تسمح كذلك بالتعرف على الرصيد و التحويل من حساب إلى آخر ، إضافة إلى معرفة عروض البنك .
  - زيادة عدد البطاقات الممنوحة للزبائن .
  - محاولة إصدار أنواع أخرى من البطاقات البنكية و خاصة الدولية مثل بطاقة VISA .

**خلاصة الفصل الثاني :**

عرف المحيط البنكي تطورا مستمرا لأنظمة المدفوعات المكثفة وصولا إلى تطبيق البطاقات البنكية كنظام لدفع بإعتبار أنه يحقق و يضمن السرعة ، الفعالية ، و الأمانة للزبون و المصرف .  
و فيها يخص الدراسة في التجربة في البنك الخارجي ، يمكن القول أنه بالرغم من التطورات المعتبرة التي عرفه باستعمال البطاقات البنكية من أجل تحقيق إرسال شامل لوسائل الدفع الجديدة و أنظمتها في وكالة تقرت .  
فمن خلال دراستنا التطبيقية على مستوى البنك الخارجي الجزائري - وكالة تقرت- فوجدنا أنها لحد الآن لم تطبق فيه كل التكنولوجيات الحديثة التي عرفناها في وسائل الدفع الإلكترونية مثل باقي البنوك .



الخاتمة

## الخاتمة :

وفي الأخير نستنتج أن العمل المصرفي الإلكتروني من الأمور التي أفرزها التطور التكنولوجي الهائل في مجال الاتصالات حيث تم إستحداث وسائل دفع جديدة تكون ملائمة لطبيعة و متطلبات التجارة الإلكترونية و أصبح بإمكان العميل الإستفادة من الخدمات المصرفية كسداد فواتير السلع و الخدمات عن طريق البطاقات الإلكترونية .

فالمعاملات المصرفية الإلكترونية وفرت عددا من المزايا بالنسبة للعملاء , كما أنها أدت لظهور فرص جديدة لأعمال البنوك من تحقيق ميزة تنافسية إلى تحقيق الربحية في الأجل الطويل , وكذلك توفير فرص تسويقية جديدة , وتوزيع واسع للإنتشار إلى تحسين جودة الخدمة المصرفية .

لكن رغم هذه المزايا العديدة التي وفرها المعاملات المصرفية الإلكترونية , إلا أنها في نفس الوقت محفوفة بالعديد من المخاطر , كون هناك إرتباط وثيق بين العمليات الإلكترونية ومنها المعلومات التي قد تؤدي إلى العبث في أرصدة العملاء ذاتها , أو إجراء عمليات ( التحويل و الدفع الإلكتروني ) مبتكرة من خلال حسابات العملاء .

## نتائج الجانب الميداني :

1. إن تطبيق البطاقات الإلكترونية في البنك يشهد صعوبات نظرا لإرتفاع التكاليف و الصعوبات من قبل الجمهور .
2. الوكالة تعمل في جو من المنافسة مع وكالات البنوك الأخرى و خاصة العمومية منها وذلك من خلال أسعار رسوم و إقتطاعات الخدمات المقدمة بواسطة البطاقة البنكية .
3. إن ظهور وسائل الدفع الإلكترونية منها ( البطاقات المسبقة الدفع ) شجع على قيام خدمات مصرفية إلكترونية ووسع الآفاق أمام التجارة الإلكترونية و فتح المجال لظهور سوق خاص بها يتضمن شركات عملاقة حققت أرباحاً طائلة بالتخصص في هذه الوسائل الحديثة النشأة .

## التوصيات :

1. نأمل من البنك أن يقوم بتنظيم قواعد و أحكام البطاقات المصرفية بصورة عامة و بطاقة الإئتمان بصورة خاصة من أجل تحقيق الحماية لها ولأطراف التعامل بها ، وذلك باعتبارها إحدى وسائل الدفع الإلكترونية التي إنتشرت على مستوى العالم إنتشاراً واسعاً نظراً لما تتميز به من إئتمان و سرعة وسهولة إجراء المعاملات وهذا ما يتفق مع عمل المؤسسات المصرفية في الوقت الحاضر .
2. إستمرار في إستخدام البطاقات الإلكترونية و محاولة تفادي الأعطاب .

3. على البنك أن يجد سبيلاً لتخفيض المخاطر الناتجة عن العمل المصرفي الإلكتروني .
4. العمل على إيجاد آليات ووسائل جديدة في إستخدام و تنويع الخدمات المصرفية الإلكترونية لغرض المحافظة على العملاء و جذب عملاء جدد .

أفاق الدراسة :

إن موضوع البطاقات من المواضيع المطروحة في القطاع المصرفي الجزائري و بالرغم من محاول الإلمام بالموضوع من خلال دراستنا , إلا أن هناك جوانب لم نتطرق لها نكدر منها على سبيل المثال :

1. ما مدى مساهمة بطاقات الدفع الإلكترونية في تطوير الجهاز المصرفي الإلكتروني ؟
2. إلى أي مدى يمن لتكنولوجيا و مستجدات المحيط التأثير على البطاقات البنكية ضمن إهتمامات البنوك الجزائرية ؟

# قائمة المراجع

## قائمة المراجع

### أولا : الكتب :

- 1- محسن أحمد الخضيرى ، التسويق المصرفى ، المدخل المتكامل لحل المشكلات البنكية ، مكتبة الأنجلو المصرية 1982 .
- 2- عوض بدير الحداد ، تسويق الخدمات المصرفية ، دار البيان للطباعة و النشر ، مصر 1999 .
- 3- نادر ابراهيم السواح ، النقود البلاستيكية و أثر المعاملات الالكترونية على المراجعة الداخلية فى البنوك ، الدار الجامعية للنشر و التوزيع ، مصر ، 2005 .
- 4- القاضي فداء يحيى احمد محمود ، النظام القانوني لبطاقة الائتمان ، عمان الاردن ، دار الثقافة 1999
- 5- خالد امين عبد الله ، اسماعيل ابراهيم الطراد ، إدارة العمليات المصرفية المحلية والدولية ، دار وائل عمان ، الطبعة الأولى ، 2006.

### ثانيا : الرسائل و المذكرات الجامعية :

- 1- سميرة كرامة (2010-2011) ، دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال فى تحسين جودة الخدمات المصرفية ، دراسة حالة بريد تقرت ، مذكرة ماستر فى العلوم التجارية ، تسويق خدمى جامعة ورقلة .
- 2- حكيم بن جروة ، دور استراتيجية التسويق فى تحسين مؤسسات الاتصال ، مذكرة ماجستير ، كلية العلوم الاقتصادية و علوم التسيير ، تخصيص تسويق ، جامعة سعد حلب بالبلية ، البلية ، 2007 .
- 3- أيمن برنجي ، الخدمات السياحية وأثرها على سلوك المستهلك ، مذكرة ماجستير ، كلية العلوم الاقتصادية و العلوم التسيير والعلوم التجارية تخصص الإدارة التسويقية ، جامعة أحمد بوقر بومرداس ، 2009/2008 .
- 4- محمد حمد عبد الهادي الرويس ، نموذج مقترح لقياس جودة الخدمات المصرفية بدولة قطر ، رسالة دكتوراه غير منشورة ، كلية التجارة جامعة عين شمس جمهورية مصر ، 2002 .
- 5- أحمد محمد أبو بكر مكاي ، أثر جودة الخدمات المصرفية على زيادة القدرة التنافسية للبنوك ، دراسة تطبيقية على البنوك المصرية ، رسالة دكتوراه غير منشورة ، أكاديمية السادات ، مصر 2001 .
- 6- فتيحة بحرود ، تقييم جودة الخدمة فى شركات التأمين الوطنية فى السوق الجزائرية ، مذكرة ماجستير ، ( كلية العلوم الاقتصادية و العلوم التسيير ، تخصص إدارة أعمال ، جامعة فرحات عباس ، سطيف ، 2006/2005 .

- 7- نسرين الدبة , تطور انظمة الدفع الالكتروني في المعاملات البنكية الجزائرية , مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر في العلوم المالية و المحاسبية , تخصص مالية المؤسسة , جامعة ورقلة , 2009 .
- 8- بعداش عبد الكريم " النقود و الرقابة المصرفية مع دراسة حالة الجزائر " رسالة ماجستير في العلوم الاقتصادية , جامعة الجزائر 1999 .
- 9- حميزي سيد احمد , " تأهيل وسائل الدفع كعنصر لتأهيل النظام المصرفي الجزائري " رسالة ماجستير في العلوم الاقتصادية , جامعة الجزائر , 2001-2002 .
- 10- شروف فضلة , مذكرة ماجستير , اثر التسويق الالكتروني على جودة الخدمات المصرفية , كلية العلوم الاقتصادية جامعة قسنطينة , 2009\2010 .

### ثالثا : المواقع الإلكترونية :

1. [www.tempblogge.blogspot.com](http://www.tempblogge.blogspot.com) Design by NewWPThemes | Blogger Theme by Lasantha - Premium Blogger -1 Themes | NewBloggerThemes.com
- 2 [http://4pcs-solutions.blogspot.com/2012/05/blog-post\\_21.html](http://4pcs-solutions.blogspot.com/2012/05/blog-post_21.html)

### ربعا : اللغة الأجنبية :

1. Mostafa Hashem Sherif ; Ahmed Serhrouchni , La monnaie électronique : système de paiement sécurisé ; ( éditions Eyrolles 2000 ) ; p 39-40
2. P.kotler & G.Armstrong ; principles of marketing services , edition prentice hall ; 1196 ; p 66





الملاحق

## الفهرس

الإهداء	III
قائمة الجداول	VII
الملخص	v
جدول المحتويات	VII
قائمة الأشكال	VIII
قائمة الملاحق	IX
المقدمة :	ب.ج.د
الفصل الأول : بطاقات الدفع الالكتروني و جودة الخدمات المصرفية	2
تمهيد :	2
المبحث الأول : جودة الخدمات المصرفية	2
* المطلب الأول : الأسس النظرية لجودة الخدمات المصرفية	2
الفرع الأول : طبيعة الخدمة و مفهومها	2
الفرع الثالث : جودة الخدمات المصرفية	5
* المطلب الثاني : تحسين جودة الخدمة	7
الفرع الأول : وضع نظام لقيادة الجودة و تحقيق التميز في العلاقة مع الزبائن	7
الفرع الثاني : تطوير ثقافة الجودة والحصول على شهادة المطابقة	13
الفرع الثالث : تنشيط الموارد البشرية	15
المبحث الثاني : جودة الخدمات المصرفية و بطاقات الدفع الالكتروني	17
* المطلب الأول : البطاقات البنكية	17
الفرع الأول : مفهوم و أنواع البطاقات البنكية	17
الفرع الثاني : أهم مصدرو البطاقات البنكية :	19
الفرع الثالث : مفهوم بطاقات الدفع المسبق و أنواعها	21
الفرع الرابع : مزايا و عيوب بطاقات الدفع الالكتروني	24

- \* المطلب الثاني : إنشاء شركة تالية الصفقات البنكية و النقدية المشتركة SATIM ..... 25
- الفرع الأول : مفهوم شركة SATIM ..... 25
- الفرع الثاني : البنوك المساهمة في رأس مال الشركة SATIM ..... 25
- وحدة المعايير والتنظيمات المتعلقة بالبطاقة ..... 27
- \* المطلب الثالث : علاقة بطاقات الدفع المسبق في جودة الخدمات المصرفية ..... 27
- المبحث الثالث : الدراسات السابقة ..... 28
- \* المطلب الأول : عرض الدراسات السابقة ..... 28
- \* المطلب الثاني : المقارنة بين هذه الدراسة و الدراسات السابقة ..... 30
- خلاصة الفصل : ..... 31
- الفصل الثاني : الدراسة الميدانية للبنك الخارجي BEA ..... 33
- تمهيد : ..... 33
- المبحث الأول : الطريقة والأدوات المستخدمة في الدراسة ..... 33
- \* المطلب الأول : مجتمع و عينة الدراسة ..... 33
- الفرع الأول : مجتمع الدراسة ..... 33
- الفرع الثاني : عينة الدراسة ..... 33
- \* المطلب الثاني : أدوات الدراسة ..... 33
- \* المطلب الثالث : نظرة عامة حول البنك الخارجي الجزائري BEA - وكالة تقرت - ..... 34
- الفرع الأول : نشأة و تعريف البنك الخارجي الجزائري BEA ..... 34
- الفرع الثاني : الهيكل التنظيمي للبنك الخارجي الجزائري - وكالة تقرت - ..... 34
- المبحث الثاني : أنظمة ووسائل الدفع الإلكترونية المستخدمة في BEA وكالة تقرت ..... 36
- \* المطلب الأول : البطاقات وإجراءات الحصول عليها وتطور عددها في الوكالة ..... 36
- الفرع الأول : البطاقات التي تصدرها الوكالة ومكوناتها ..... 36
- \* المطلب الثاني : أنظمة الدفع الإلكترونية ( TPE - DAB - GAB ) ..... 38
- الفرع الأول : الدفع الإلكتروني من خلال أجهزة الصراف الآلي : ..... 38

39	الفرع الثاني : كيفية إتمام عملية الدفع و الإئتمان بالبطاقة :
40	* المطلب الثالث : مناقشة الدراسة
40	الفرع الأول : مميزات خدمة البطاقة البنكية لـ BEA وكالة تقرت :
40	الفرع الثاني : الصعوبات التي تواجه BEA وكالة تقرت :
41	الفرع الثالث : الآفاق المستقبلية لآداء خدمة البطاقة البنكية في البنك الخارجي الجزائري BEA وكالة تقرت :
42	خلاصة الفصل الثاني :
44	الخاتمة :
47	قائمة المراجع
50	الملاحق
57	الفهرس