



جامعة قاصدي مرباح، ورقلة - الجزائر

كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير
قسم العلوم الاقتصادية



مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات نيل شهادة ماستر أكاديمي، الطور الثاني
ميدان: علوم الاقتصاد والتسيير والعلوم التجارية
تخصص: اقتصاد نقدي وبنكي

بغنوان:

دور الصيرفة الالكترونية في تحسين

جودة الخدمات المصرفية

دراسة ميدانية في البنك الخارجي الجزائري - BEA

وكالة ورقلة

تحت اشراف:

- د. كسكس مسعود

اعداد الطالبتين:

- جناتي فاطمة

- نوار ووداد

نوقشت واجيزت علنا بتاريخ: 2023 /06/18

امام اللجنة المكونة من السادة :

رئيسا أستاذ - محاضر.أ، (جامعة ورقلة)

د / هتهات مهدي

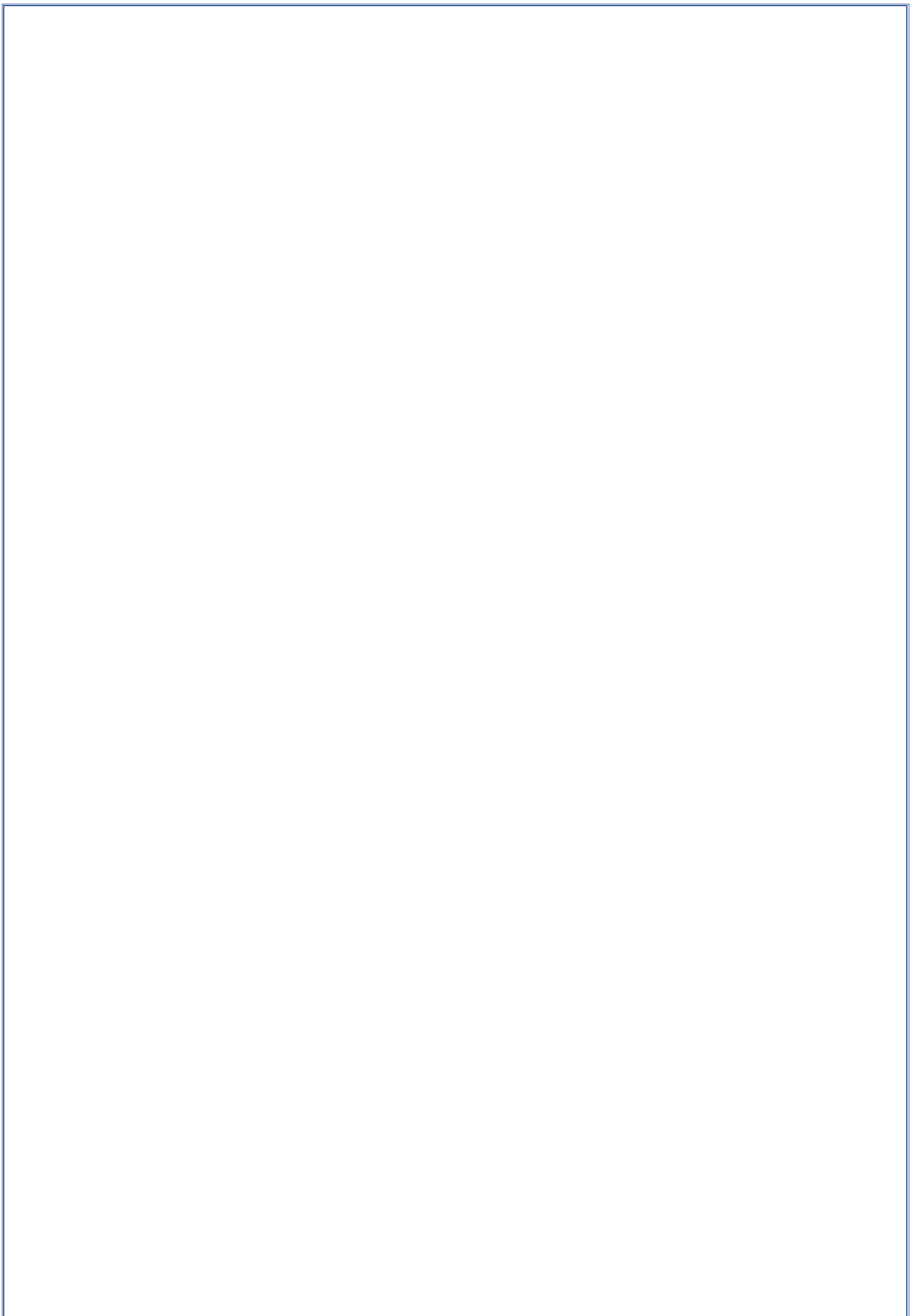
مشرفا ومقررا أستاذ - محاضر.ب، (جامعة ورقلة)

د / كسكس مسعود

مناقشا أستاذ - محاضر.أ، (جامعة ورقلة)

د / بونقاب مختار

السنة الجامعية 2023/2022





جامعة قاصدي مرباح، ورقلة - الجزائر

كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير
قسم العلوم الاقتصادية



مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات نيل شهادة ماستر أكاديمي، الطور الثاني
ميدان: العلوم الاقتصادية والتسيير والعلوم التجارية
تخصص: اقتصاد نقدي وبنكي

بغنوان:

دور الصيرفة الالكترونية في تحسين جودة الخدمات المصرفية دراسة ميدانية في البنك الخارجي الجزائري - BEA وكالة ورقلة

تحت اشراف:

- د. كسكس مسعود

اعداد الطالبتين:

- جناتي فاطمة

- نوار وداد

نوقشت واجيزت علنا بتاريخ: 2023 /06/18

امام اللجنة المكونة من السادة :

أستاذ-محاضر.أ، (جامعة ورقلة) رئيسا

د/ هتهات مهدي

أستاذ-محاضر.ب، (جامعة ورقلة) مشرفا ومقررا

د/ كسكس مسعود

أستاذ-محاضر.أ، (جامعة ورقلة) مناقشا

د/ بونقاب مختار

السنة الجامعية 2022/2023



شكر وتقدير

الحمد لله الذي هدانا لهذا وما كنا لننتهي لولا أن هدانا الله ، فالحمد لله والشكر أولا وأخيرا على فضله وكرمه وبركته الذي انعم علينا بالتوفيق لإنجاز هذا العمل ووفقنا للمساهمة ولو بعمل بسيط بترك بصمة تثرى المكتبة الجامعية ليضاف إلى ميادين البحث العلمي، والصلاة والسلام على سيد المرسلين وإمام المتقين سيدنا محمد وعلى آله وأصحابه أجمعين.

لا يسعنا في هذا المقام إلا أن نتقدم بجزيل الشكر والعرفان إلى أولئك الذين وقفوا بجانبنا طوال فترة دراستنا ولم يخلوا علينا بمساعدتنا أو إرشاد أو توجيه،أخص بالذكر الأستاذ المشرف كسكس مسعود، و الشكر المسبق لاعضاء لجنة المناقشة لتفضلهم قبول مراجعة هذه المذكرة ومناقشتها،واتقدم بالشكر للأستاذة المحترمة سعيدة دريد و إلى موظفي مكتبة قسم العلوم الاقتصادية الذين لم يتوانوا لحظة في تقديم يد العون والمساعدة لإنجاز هذه الدراسة، والى جميع

موظفي بنك الخارجي الجزائري وكالة ورقلة

و اتقدم بشكر الجزيل لكل من ساهم من قريب او بعيد الى إنجاز هذه الدراسة

الى هؤلاء اهدي هذا العمل المتواضع.



إهداء

بسم والحمد لله الذي أنامر درربي ويسر أمري وجعلني من الذين يهتدون يهديه ويتبعون
سيرة نبيه الكريم عليه أفضل الصلاة وأزكى التسليم، أهدي هذا العمل المتواضع
إلى التي على بساط الأوجاع ولدتني، وبأيادي الآلام مرتبني وبعيون التعب مرعتني وبصدر
المشقات حمّنتني إلى أغلى إنسانة وأجمل ابتسامة إلى من كان دعاءها سر نجاحي

إليك أمي الغالية

إلى من كلله بالهبة والوقار إلى من علمني العطاء دون انتظار إلى من أحمل اسمه بكل افتخار

إليك أبي الغالي

إلى من هم أحن من النسيم على ذاتي واعز من أحبهم قلبي وأكثر من عشقهم

فؤادي إلى أخواتي وأبنائهم.

إلى كل الذين أحببتهم وأحترمهم وحملت لهم في قلبي ذكرى جميلة لا تنسى.

إلى كل الذين لم تسعهم ومرقتي ووسعهم قلبي.

فاطمة



إهداء

بسم والحمد لله الرحمن الرحيم، أول كلمة شكر لله العلي العظيم مالك الملك ذي الجلال والإكرام، مهما حمدناه فلن نستويه في حمده ثم لرسوله الكريم شفيعنا وحبينا ومولانا محمد

صل الله عليه وسلم

الى وطني الغالي

إلى الوالدين الكريمين

إلى بناتي وبنائي : يسرى، محمد، احمد، أميرة

إلى زوجي

إلى إخوتي وأخواتي وكل أقاربي

إلى احبائي وأصدقائي وكل من ساندني وأعانني في هذه الحياة ووقف إلى جانبي في الضراء

والسراء وأخذ بيدي

إلى كل من ساندني في مسيرتي العلمية وفي انجاز هذا العمل

مع فائق التقدير والاحترام أهديكم رسالتي هذه.

وداد

الملخص:

تهدف هذه الدراسة في رصد التطور الذي تحقّقه البنوك الإلكترونية في إرضاء العميل من اجل اختصار الوقت والجهد وتحليل اهم المخاطر والمزايا ومقومات نجاحها، ولتحقيق هذا الهدف قمنا بدراسة ميدانية لتعرف لوجهة نظر عملاء البنك الخارجي الجزائري (BEA) لوكالة ورقلة في تطوير وتحسين وتنوع الخدمات المصرفية من خلال مؤشرات تقييم الخدمة (الاستخدام، الامان، الاستجابة، الاعتمادية، التصميم)، اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي اذ تمثل مجتمع الدراسة على عينة من عملاء بنك الخارجي الجزائري لولاية ورقلة وتم اختيار عينة مكونة من 75 استبانة كعينة عشوائية قابلة لتحليل من خلال استخدام التحليل الإحصائي Spss ، واطهرت النتائج وجود علاقة ذات دلالة إحصائية في تأثير الصيرفة الالكترونية في بنك الخارجي الجزائري لتحسين الجودة للخدمة المصرفية من وجهة نظر العملاء، بالإضافة إلى إتقان تقنيات الاتصال من خلال تعزيز وحماية شبكة الإنترنت من القرصنة لضمان سرية المعاملات المصرفية ومراعاة مخاوف المشغلين والمطالبات بسبب إهمال موظفي البنك

الكلمات المفتاحية: الصيرفة الالكترونية، جودة الخدمات المصرفية، ابعاد الخدمات المصرفية، بنك الخارجي الجزائري

Abstract:

This study aims at checking at what extent does electronic banking satisfy its clients in matter of gaining time, efforts, analyzing the most important risks and basic elements of success. To achieve such goal, we have conducted a field study to know Algerian Foreign Bank operators'opinion, at agency of Ouargla, about developing, improving and diversifying banking services through service assessment indicators such as use, security, accreditation and design. Our study is based on descriptive and analytic approach, and performed on a random sample of 75 questionnaires which is analyzed by applying statistical analysis Spss. Therefore, findings show the statistical relationship and electronic banking impact on Algerian Foreign Bank to improve banking service quality, protecting internet network from hacking to insure banking transactions confidentiality and taking into consideration operators concerns and claims due to bank staff neglect.

Key words: electronic bank- bank services quality – Algerian Foreign Bank.

فهرس المحتويات

الصفحة	قائمة المحتويات
I.	شكر وتقدير
II.- III.	الاهداء
IV.	الملخص
V. - VI.	فهرس المحتويات
VII.	قائمة الجداول
VII.	قائمة الإشكال البيانية
IX.	قائمة الاختصارات والرموز
IX.	قائمة الملاحق
أ.	مقدمة عامة
الفصل الأول : الأدبيات النظرية والتطبيقية لصيرفة الإلكترونية وجودة الخدمات المصرفية	
1	تمهيد
28-2	المبحث الأول: مدخل عام لصيرفة الإلكترونية
5-2	المطلب الأول: نشأة ومفهوم الصيرفة الإلكترونية
7-6	المطلب الثاني: خصائص الصيرفة الإلكترونية ومتطلباتها
28-8	المطلب الثالث: قنوات توزيع الصيرفة الإلكترونية وأنظمة الدفع الإلكتروني
40-29	المبحث الثاني : فعالية الصيرفة الإلكترونية في تحسين جودة الخدمات المصرفية
33-29	المطلب الأول: مدخل عام للخدمات المصرفية
36-34	المطلب الثاني: آليات تحسين جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية
40-36	المطلب الثالث: تقسيمات جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية
47-41	المبحث الثالث: عرض الدراسات السابقة ومنقاشتها
42-41	المطلب الأول: الدراسات السابقة باللغة العربية
45-43	المطلب الثاني: الدراسات السابقة الأجنبية

47-46	المطلب الثالث: مناقشة الدراسات السابقة بالدراسة الحالية
48	خلاصة الفصل
الفصل الثاني: الدراسة الميدانية لدور الصيرفة الإلكترونية في تحسين جودة الخدمات المصرفية لبنك الخارجي الجزائري BEA وكالة ورقلة	
50	تمهيد
59-51	المبحث الأول: تقديم عام لبنك الخارجي الجزائري BEA
51	المطلب الأول: لمحة تاريخية لبنك الخارجي الجزائري BEA وكالة ورقلة
52	المطلب الثاني: أهداف ومهام البنك الخارجي الجزائري BEA وكالة ورقلة
59-52	المطلب الثالث: الهيكل التنظيمي للبنك الخارجي الجزائري BEA وكالة ورقلة والخدمات المقدمة في البنك
63-60	المبحث الثاني : الطريقة و الادوات المستخدمة في الدراسة
63-60	المطلب الأول: الطريقة المتبعة في الدراسة
63	المطلب الثاني: متغيرات الدراسة وأدوات التحليل الإحصائي
76-64	المبحث الثالث: نتائج الدراسة الميدانية وتفسيرها ومناقشتها
72-64	المطلب الأول: تحليل نتائج الدراسة الميدانية
76-72	المطلب الثاني: ربط النتائج بالفرضيات وتفسيرها
77	خلاصة الفصل
81-79	الخاتمة العامة
89-83	المصادر و المراجع
	الملاحق

قائمة الجداول:

رقم الصفحة	عنوان الجدول	رقم الجدول
9	عدد مستخدمي الصيرفة عبر الهاتف النقال عبر العالم خلال الفترة من 2010-2017	(1-I)
11	يوضح نسبة استخدام الصراف الآلي لكل 100 ألف شخص في العالم خلال الفترة من 2004-2007	(2-I)
12	يوضح نقطة البيع الإلكترونية النهائية (T.P.V)	(3-I)
57-56	يوضح حزمة من الخدمات الإلكترونية المعتمدة لدى البنك وكالة ورقلة	(II-1)
61	عينة الدراسة والاستمارات الموزعة	(2-II)
62	اوزان مقياس ليكارت الخماسي	(3-II)
62	اوزان المتوسطات المرجحة	(1-3-II)
63	قياس ثبات الاستبيان	(4-II)
63	يوضح متغيرات الدراسة	(5-II)
64	توزيع عينة الدراسة حسب متغير الجنس	(6-II)
65	توزيع عينة الدراسة حسب متغير العمر	(7-II)
66	توزيع عينة الدراسة حسب المؤهل العلمي	(8-II)
67	توزيع عينة الدراسة حسب المهنة	(9-II)
68	توزيع عينة الدراسة حسب الخبرة المهنية	(10-II)
69	نتائج آراء افراد العينة حول الصيرفة الالكترونية	(11-II)
71	نتائج آراء افراد العينة حول ابعاد جودة الخدمات المصرفية	(12-II)
73	القوة التفسيرية لمعادلة الانحدار الخطي	(24-II)
	التباين المفسر لخط الانحدار	(25-II)
	اختبار التوزيع الطبيعي للبواقي الانحدار	(26-II)
75	اختبار لنفي تجانس تباين للبواقي	(27-II)
	قيم معاملات خط الانحدار لجودة الخدمات المصرفية	(28-II)

قائمة الأشكال البيانية:

رقم الصفحة	عنوان الشكل	رقم الشكل
19	يوضح دورة استخدام النقد الإلكتروني وإجراءاته	(1-I)
21	يوضح آلية إصدار الشيك الإلكتروني وتحصيله	(2-I)
25	يوضح عملية السحب بواسطة البطاقة المصرفية في الجزائر	(3-I)
31	يوضح جودة الخدمة	(I-4)
32	يوضح تطور نحو جودة المعرفة وجودة الخدمات الإلكترونية	(5-I)
39	يوضح نموذج الفجوة (SERVQUAL)	(I-6)
54	يوضح الهيكل التنظيمي للبنك الخارجي الجزائري BEA .	(II-1)
65	التمثيل البياني للعينة المدروسة حسب الجنس	(2-II)
66	التمثيل البياني للعينة المدروسة حسب العمر	(3-II)
67	التمثيل البياني للعينة المدروسة حسب المؤهل العلمي	(4-II)
68	التمثيل البياني للعينة المدروسة حسب المهنة	(5-II)
69	التمثيل البياني للعينة المدروسة حسب الخبرة المهنية	(6-II)
74	اعتدال توزيع اللبواقي	(7-II)

قائمة الاختصارات والرموز

اسم المصطلح	الرمز
نحائي نقطة الدفع الإلكتروني Terminal de payment electronic	TPE
جمعية الإتصالات المالية بين البنوك في جميع أنحاء العالم Society for worldwide interbank financial telecommunication	SWIFT
شركة النقد الآلي و العلاقات التلقائية بين البنوك Société d'automatisation des transactions interbancaire et de la monétique	SATIM

نظام التسوية الفورية الجمالية Système de réglage instantané esthétique	RTGS
الشبكة النقدية مابين المصارف Le réseau de trésorerie entre banques	RMI
النظام الجزائري لتسوية الفورية Système algérien de règlement instantané	ARTS
الجزائر لخدمات الصيرفة الإلكترونية Algérie pour les services monétiques	AEBS
المنظمة الدولية للمعايير INTERNATIONAL ORGANIZATION FOR STANDARDIZATION	ISO
نظام المقاصة الإلكترونية بين البنوك Algerie télécompensation interbancaire	ATCI
الموزع الآلي للأوراق النقدية Distributeur automatique debillets	DAB
الشباك الآلي للأوراق النقدية Guichet automatique de billets	GAB

قائمة الملاحق

رقم الصفحة	عنوان الملحق	رقم الملحق
95-93	استبيان موجه لعملاء بنك BEA	1
96	قائمة بأسماء محكمي اداة البحث	2
102-97	مخرجات برنامج SPSS	3

مقدمة

أ- توطئة:

في ظل الانفتاح والتكنولوجيا المعلومات والاتصال لنظام المصرفي لأي دولة بالعالم مرتبط بتطور نشاطها الاقتصادي عامة وفي الجزائر خاصة على المدى البعيد، فظهر لوجود مفهوم الصيرفة الإلكترونية فاجبر المصارف العالمية على تحديث هذه الأنظمة والتعامل بها غير مكلفة ومجردة من المادة، مضيفاً إلى ذلك للنشاط التقليدي التي تتطلب الجهد والوقت، إلا أن هذه الوسائل تتطلب التنسيق مع خدمة المصارف قانونياً بدرجة آمان لتحقيق إرضاء الزبون على الرغم من أهمية الاتصال المباشر بين البنوك والعملاء ، إلا أن الثورة التكنولوجية وظهور أجهزة الكمبيوتر، وكذلك التطور والاختراق الواسع النطاق والسريع للإنترنت، قد ساعد في ابتكار وسائل وأساليب جديدة لتقديم الخدمات المصرفية عبر الإنترنت، بالنظر إلى البرمجيات والإلكترونية، فإن الازدهار العالم في مجال التكنولوجيا، والذي يشمل المجال الاقتصادي، وخاصة المالي والمحالات الأخرى، جعل من الضروري على البنوك والمؤسسات المالية التركيز على تطوير انظمتها المتعلقة بالخدمات المصرفية الإلكترونية، لأن المعلومات أصبحت تكنولوجيا الاتصالات واحدة من أهم القضايا الإستراتيجية في المجال المصرفي، وتمثل المنافسة على خدمة الزبائن تحدياً كبيراً للمؤسسات المصرفية مما يتطلب بذل جهود مقدرة وابتكار منتجات وخدمات تعطي قيمة مضافة للمصرف ومستقطبة للزبائن، ولضمان قدرة المصرف على البقاء والاستمرار في السوق فإن هذا يعتمد على قدرة المصارف في الاستجابة لجميع المتغيرات التكنولوجية والاقتصادية والاجتماعية والتفاعل معها بغرض زيادة حصتها السوقية باعتبار أن العلاقة بين المصرف والعميل علاقة وثيقة قائمة على تقديم خدمات مصرفية تتلاءم مع احتياجات العملاء، وبموجبها يتحدد مدي إقبال واستمرار العملاء في التعامل مع المصرف يعتمد ذلك على قدرة المصرف في تلبية متطلباتهم واحتياجاتهم بشكل كامل وبأقل تكلفة وجهد ووقت ممكن، لضمان تحقيق هذه الغاية من قبل المصارف والوصول إلى الأهداف المنشودة لا بد من توفير بعض المزايا للخدمات المصرفية الإلكترونية

ب- اشكالية البحث:

يمكننا حصر اشكاليتنا من خلال التساؤل الآتي :

- ما مدى مساهمة الصيرفة الإلكترونية في تحسين جودة الخدمات المصرفية في البنك الخارجي الجزائري؟

وبناء على الإشكالية الرئيسية المطروحة ومن اجل الإلمام بالموضوع يمكن صياغة الإشكاليات الفرعية كالتالي:

- ❖ فيما تتمثل الصيرفة الإلكترونية وماهي هذه الأنظمة وكيف تطورت لدى المؤسسة المصرفية ؟
- ❖ هل توجد خدمات مصرفية الكترونية لدى البنك الخارجي الجزائري تعزي المتغيرات الديمغرافية ؟
- ❖ هل هناك تأثير للصيرفة الإلكترونية من خلال ابعاد جودة الخدمات مصرفية المقدمة من قبل البنك ا خارجي الجزائري ؟

ت-الفرضيات:

وللإجابة على الإشكالية الرئيسية يمكن صياغة الفرضيات التالية و التي تعتبر إجابة مبدئية الأسئلة الفرعية على النحو التالي:

- ❖ توجد علاقة إيجابية بين العنصر البشري والدليل المادي في تطور وسائل أنظمة البنكية.
- ❖ يوجد صيرفة إلكترونية في تحسين جودة الخدمات المصرفية في البنك الخارجي الجزائري BEA، تعزي المتغيرات الديمغرافية

❖ يؤدي تأثير الصيرفة الإلكترونية في العمل المصرفي الى تحسين جودة الخدمات المصرفية من خلال الأبعاد التالية : الامان، الاستخدام ، الاعتمادية، الاستجابة.

ث- مبررات اختيار البحث:

نوجز مبررات اختيار الموضوع في النقاط التالية:

مبررات ذاتية:

- ❖ الرغبة في الاطلاع والتعرف على أحدث وسائل الدفع ودور الموضوع في التواصل بين البنوك والعملاء
- ❖ ميول الطالب لاهتمامه بالموضوع الصيرفة الإلكترونية .

مبررات موضوعية:

- ❖ كونه موضوع متجدد ويخدم مجال التخصص
- ❖ قياس أبعاد خاصة لجودة الخدمات المصرفية في بنك محل الدراسة
- ❖ قلة التعامل بوسائل الدفع الإلكتروني في الجزائر.

ج- أهمية البحث:

تبرز أهمية الدراسة في المساهمة لعصرنة الجهاز المصرفي وتمثل في:

- ❖ الإحاطة بمفهوم الجودة في قطاع الخدمات المصرفية ومدى تأثيرها على الصيرفة الإلكترونية على كل بعد.
- ❖ عرض مختلف وسائل التعامل الإلكتروني في البنوك عموما وبنك الخارجي الجزائري BEA خصوصا.
- ❖ حداثة الموضوع و التوجه الجديد للمصارف بشكل عام لاستخدام أنظمة الدفع الإلكتروني لتسريع وتيرة الدفع في اقل وقت وقلّة التكلفة

ح- أهداف البحث:

يسعى الموضوع لتحقيق جملة من الأهداف تمثلت في:

- رصد التطور التي حققته البنوك الإلكترونية في تحقيق إرضاء زبائن من اجل اختصار الوقت والجهد
- العوائق التي تواجه الخدمات المصرفية في ظل الاستخدامات الحديثة لتكنولوجيا.
- رصد واقع الصيرفة الإلكترونية وقياس جودة الخدمات المصرفية لبنك BEA بوكالة ورقلة

خ- حدود البحث:

من اجل معالجة البحث تم تحديد إطارين، الحدود المكانية والزمانية وتمثلت في:

- الحدود المكانية: شملت دراسة ميدانية للبنك الخارجي الجزائري BEA ولاية ورقلة، الجزائر
- الحدود الزمانية: تمثلت الحدود الزمانية من تاريخ استلام الاستبانات للبنك محل الدراسة الى غاية تسليمها خلال السداسي الثاني للموسم الجامعي 2022/2023.

د- منهج البحث:

اعتمدنا في دراستنا على المنهج الوصفي التحليلي، في دراسة للمنظور النظري من خلال الاستعانة بالكتب والأطروحات والمقالات العلمية وإسقاط الدراسات السابقة وغيرها، أما الجانب التطبيقي تم الاستعانة بالمنهج الاستقرائي مع دراسة حالة من خلال الإسقاط الجانب النظري على الجانب التطبيقي وذلك بالاعتماد على استبيان كأداة لجمع المعلومات والقيام بتحليلها باستخدام برامج الإحصائية SPSS، مع استخدام اهم الاختبارات الاحصائية لتحليل البيانات كما موضح في الجانب التطبيقي لإسقاط التطورات الحاصلة في مجال الصيرفة الإلكترونية وعرض نتائج تحليل الدراسة عن طريق زيارات ميدانية لدراسة حالة بنك الخارجي الجزائري وكالة .

ذ- هيكل البحث:

للإجابة على إشكالية الدراسة تم تقسيم البحث إلى مقدمة رئيسية وفصلين حيث تم التطرق في:

- الفصل الأول في الأدبيات النظرية والتطبيقية في الصيرفة الإلكترونية و جودة الخدمات المصرفية، وتم التعرض الى ثلاث مباحث تتمثل في: المبحث الاول في مدخل عام لصيرفة الإلكترونية،المبحث الثاني في فعالية الصيرفة الإلكترونية في تحسين جودة الخدمات المصرفية ، المبحث الثالث في عرض الدراسات السابقة

- الفصل الثاني يمثل الدراسة الميدانية لتقديم الحالة في البنك الخارجي الجزائري **BEA** وكالة ورقلة، تم التعرض الى ثلاث مباحث، في المبحث الاول تقديم عام للبنك الخارجي الجزائري،المبحث الثاني في الطريقة و الادوات المستخدمة في الدراسة، المبحث الثالث في نتائج الدراسة الميدانية وتفسيرها ومناقشتها.

مع خاتمة عامة تتضمن نتائج الدراسة، اقتراح توصيات وأفاق البحث.

ر- صعوبات البحث:

اثناء اعداد بحثنا كغيرنا من الباحثين واجهتنا بعض الصعوبات والتي تتمثل في:

- ضيق الوقت لجمع المعلومات التي تخص البحث.
- صعوبة إجراء الدراسات التطبيقية والتمكن للحصول على المعلومات والإحصاءات الحديثة لتربص لسريرة نشاط البنك بالنظر لتأخر الكبير الذي تشهده الصيرفة الإلكترونية في الجزائر وضعف شبكة الاتصال.
- اتساع الموضوع خاصة يتمثل في الخدمات المصرفية الإلكترونية
- معظم المواقع الإلكترونية للبنوك الجزائرية تفتقر الى المعلومات المتعلقة بوسائل الدفع الإلكتروني مع قلة الكتب وحتى وان وجدت فهي قديمة لا تصلح لحدثة الموضوع نظرا لتطورات الحديثة في تكنولوجيا الاتصال والانترنت.

الفصل الأول

الأدبيات النظرية والتطبيقية لصيرفة الإلكترونيّة

وجودة الخدمات المصرفية

المبحث الأول: مدخل عام حول الصيرفة الإلكترونيّة

المبحث الثاني: فعالية الصيرفة الإلكترونيّة في تحسين جودة الخدمات المصرفية

المبحث الثالث: عرض الدراسات السابقة ومنقاشتها

تمهيد

أدى التطور السريع لنمو الأعمال إلى دفع ابتكار الخدمات المصرفية الإلكترونية من أجل مواكبة التطور السريع للاقتصاد العالمي، في المجال المصرفي، أدى ذلك بالظهور ما يسمى بالمصارف الإلكترونية نتيجة لاستخدام وسائل الدفع الإلكتروني، كان من أهمها التطورات التكنولوجية الكبيرة في عالم الخدمات المصرفية وتتمثل هذه الأخيرة جزءا أكبر من نشاط المصارف بصفة عامة والمصارف التجارية بصفة خاصة، لذلك ازدادت أهمية جودة الخدمة كأساس للتمايز في مواجهة المنافسين، لا سيما في البنوك والمؤسسات المالية، عندما أصبحت الخدمة التي يقدمها البنك و امتياز الخدمة هو الفرق بين بنك وآخر، التمايز بين جميع الخدمات المصرفية المقدمة متشابه، وبالتالي أصبح مستوى جودة الخدمة أحد الأسلحة التنافسية القوية لضمان التنمية المستدامة الشاملة للمؤسسات المالية والبنوك.

وسنتناول في هذا الفصل إلى ثلاث مباحث:

المبحث الأول: مدخل عام لصيرفة الإلكترونية

المبحث الثاني: فعالية الصيرفة الإلكترونية في تحسين جودة الخدمات المصرفية

المبحث الثالث: عرض الدراسات السابقة ومناقشتها

المبحث الأول : مدخل عام للصيرفة الإلكترونية

نظرا تعدد التقنيات الحديثة من حيث وسائل الإعلام والتكنولوجيا والامثال للعملة المالية فقد شهد العالم في مجال البنوك تحولا نوعيا من حيث الأبعاد والأهداف والسوق المصرفي وهذا الأخير أدى لإستراتيجية الفورية للبنوك وبشكل خاص الى البنوك والمؤسسات المالية بشكل عام والميل للسوق المصرفي تماشيا مع تقديم الخدمات ذات جودة تتناسب مع خصائصها الوضع المحيط به ينعكس هذا التطور في التعاملات المصرفية الإلكترونية.

المطلب الاول : ماهية الصيرفة الإلكترونية

يتناول المطلب لماهية الصيرفة الإلكترونية ويمكن تقسيم هذا المطلب الى فروع تتمثل في مفهوم والنشأة، مزايا وعيوب الصيرفة الإلكترونية.

الفرع الاول : مفهوم ونشأة الصيرفة الإلكترونية

اولا: مفهوم الصيرفة الإلكترونية:

تعدد و تنوعت مفاهيم الصيرفة الإلكترونية ولمناقشة أهم التعاريف يجب التمييز بين نوعين من بعض البنوك الأول ليس له موقع جغرافي ولا يوجد في البنوك التي تقدم هذه الخدمة في ارض الواقع وتعرف بالبنوك الإلكترونية او الافتراضية بينما هناك بنوك عادية مثل البنوك العقارية التي تقدم خدمات تقليدية بالإضافة التي خدمات الصيرفة الإلكترونية، ولقد حضي بعدة تعاريف من بينها¹ :

➤ تعد أنظمة جديدة تقدم العديد من المميزات والفوائد التي تعمل على جذب الزبون لكسبه والمحافظة عليه من خلال تقديم خدمات مالية هي نفس الخدمات التي تقدمها البنوك التقليدية إلا أنها ذات جودة عالية و اقل تكلفة و التوسع في أكبر عدد لخدمات الزبائن.²

➤ يتضمن بان الصيرفة الإلكترونية تعني اتجاه البنوك نحو التوسع في انشاء مقر لها عبر الانترنت بدلا من انشاء مقر ومباني جديدة .

➤ الصيرفة الإلكترونية حسب "دينيز" هي الخدمات المصرفية التي تقدمها العديد من المؤسسات المالية التي تتيح للعملاء اجراء المعاملات المصرفية عبر الانترنت، واستخدام وسائل مثل الحاسوب المحمول، الهاتف أو غيرها.³

➤ هي استخدام الحواسيب الشخصية والاشترك في الانترنت لتعامل والتبادل الفوري للمعلومات التي تربط في شكل شبكة تضم المؤسسات المالية والأسواق المالية والشركات والمستثمرين المتعاملين الاقتصاديين، يكون في شكل برنامج ابتكاري للتوصل بين المتعاملين عن طريق البريد الإلكتروني.⁴

¹ - وسيم محمد، مع اخرون، الخدمات المصرفية الالكترونية، دار المسيرة لنشر وتوزيع ، ط 2012، 1م-1433هـ، عمان -الاردن: ص 55

² - جيا محمد حسن، مع اخر، العلاقة بين امكانية تطبيق الصيرفة الالكترونية وجاهزية البنوك التجارية في محافظة السلبيانية، المجلة العلمية لجامعة جيهان - سلبيانية ، المجلد العدد3، العدد 1، حزيران 2019: ص 130.

³ -chenchou Oussama, Les déterminations de l'adoption du E-banking, par les institutions financières et la clientèle organisationnelle et son impact sur l'approche relationnelle: cas de l'internet - banking en tunisie, mémoire présentée en vue de l'obtention du diplôme de maîtrise en administration des affaires, université du Québec à Montréal, juillet 2011 :p 29

⁴ - فريد نجار، الاقتصاد الرقمي (الانترنت وإعادة هيكلة الاستثمار والبنوك الالكترونية)، دار الجامعة الإسكندرية . مصر، 2007 : ص 478.

➤ كما أنها تعد من أرقى ما وصل إليه الفكر المصرفي الحديث، بتزامن مع تكنولوجيات الاتصال، والتركز الاهتمام بظاهرة الصيرفة الإلكترونية في أدبيات الفكر الإداري عموماً والفكر الإداري المصرفي خصوصاً مع جدية الدراسات الحديثة للباحثين في إزالة الغموض وتحديد مفهومها والمزايا منها.¹

التعريف شامل لصيرفة الإلكترونية هو "أنها معاملة مالية بين البنوك و المؤسسات المالية والأفراد والمؤسسات الحكومية والتجارية باستخدام التكنولوجيا والأدوات المبتكرة لتقديم خدمات مصرفية جديدة ومتنوعة .

ثانياً: نشأة الصيرفة الإلكترونية:

يعود ظهور الصيرفة الإلكترونية إلى بداية القرن الماضي حسب التسلسل الزمني على النحو التالي:²

- إلى غاية نهاية العشرينات: شهدت هذه المرحلة ولادة الحاسب الآلي وولادة فكرة بطاقة الدفع في الولايات المتحدة الأمريكية حوالي سنة 1914، بعدما أصدرت شركات بترول أمريكية بطاقات معدنية لزبائنها لشراء احتياجاتهم وكانت هذه النشأة الأولى لصيرفة الإلكترونية، ثم صدرت بطاقة تلغراف سنة 1915 وهي بطاقة معدنية عملت بها بعض الفنادق سنة 1917 وتبعتها شركات البترول سنة 1924.

- بداية الثلاثينات إلى نهاية الخمسينيات: هو ميلاد أول بطاقة بلاستيكية Utap سنة 1936 لكن قبولها كان محدود فقط على شراء تذاكر الطيران وبدا اتساع الحقيقي للبطاقات البلاستيكية على يد البنوك وكان أول ظهور للبطاقات مصرفية سنة 1950 لبنك ناشيونال فرانكلين National Franklin بنيويورك عند صدور بطاقة National Credit Card Club، في فرنسا حيث استخدمت بطاقة كارتونية تستخدم في الهاتف العمومي بطاقة دينرز كلوب Caetes du Diners، وبطاقات معدنية على مستوى البريد في الولايات المتحدة الأمريكية. وفي عام 1958 اصدر American Express

- خلال فترة الستينات: كان بداية انطلاق البنوك للأنشطة العالمية من خلال نمو والاهتمام بالتجارة الخارجية حول العالم وسميت بمرحلة المكنتنة Automation Period هي مرحلة التحول من لنظام التقليدي إلى النظام الآلي من خلالها تم ظهور لبطاقات الإلكترونية Visa , Master Card بحيث حلت مشكلة الازدحام في المصارف عند سحب الرواتب وتصريف النقود خارج أوقات الدوام الرسمي، في سنة 1968 أصدرت مجموعة مكونة من ثمانية بنوك

بطاقة Bank Americard لتتحول فيما بعد إلى شبكة Visa العالمية، كما تم في نفس العام إصدار بطاقة Carte bleue من قبل ستة بنوك فرنسية.³

- خلال فترة الثمانينات: تم نقل الخدمات المصرفية إلى بيوت الزبائن او ما يسمى بالبنك المنزلي واستخدام الهاتف الثابت في خدمة الاستفسار المصرفي سنة 1989، مع توحيد الشبكات بين البنوك لاتحاد الخدمة لجميع البطاقات البنكية .

¹ - بلعياشي ميادة، أثر الصيرفة الإلكترونية على السياسة النقدية دراسة مقارنة الجزائر-فرنسا، أطروحة دكتوراه (غير منشورة)، اقتصاديات النقود والأسواق المالية، جامعة محمد خيضر، بسكرة سنة 2015، ص 25.

² - عبد الهادي مسعودي، الأعمال المصرفية الإلكترونية، بنوك الإلكترونية، نقود الكترونية، بطاقات الإلكترونية، دار النشر اليازوري، 2016: ص 17.

³ - ميادة بلعياشي، مرجع سابق : ص 27

- خلال فترة التسعينات: شهدت أهم التطورات في مجال الصيرفة الإلكترونية في مجال الاتصال والتكنولوجيا وانتشار شبكة الانترنت والهواتف النقالة بشكل واسع وميلاد أول بنك الالكتروني سنة 1995 Net Bank في أمريكا، وانتشار أنظمة تبادل البيانات الكترونيا وتسوية الشيكات الإلكترونية عبر الانترنت لتصبح في عام 1993 أول بطاقة ذكية تحمل بيانات شخصية لحاملها في فرنسا.

- خلال فترة الألفية والى يومنا هذا: تم دمج الخدمة الإلكترونية مع شبكة الانترنت وذلك بربط الجهاز المصرفي الآلي والهواتف الخلوية مع الانترنت وهو ما يعرف بالبنوك النقالة مع انتشار الرسائل و المحفظة الإلكترونية وكذا الشيكات والنقود الإلكترونية.

ولقد مر استخدام لتكنولوجيا من قبل المصارف بستة مراحل تتمثل فيما يلي:¹

1. مرحلة الدخول : هي مرحلة دخول التكنولوجيا إلى أعمال المصارف بغرض إيجاد حلول لأعمال المكتبية الخلفية ،حيث بدأ الأخصائيون في شؤون التكنولوجيا لإيجاد الحلول لمشاكل الأعمال المصرفية مثل مشكلات التأخر في إعداد التقارير المالية والمحاسبية ، ولم يكن تدخل مباشر من قبل الإدارات الوسطى والعليا سواء فالحلول المقترحة او في كلفتها.

2. مرحلة تعميم الوعي بالتكنولوجيا: هي مرحلة يتم فيها تعميم الوعي لكافة العاملين بالمصرف من خلال برامج تدريب تغلب عليها التقنية على حساب المعرفة والأعمال ، تعد مرحلة تحضير أوسع لدخول التكنولوجيا تتميز هذه المرحلة بعدم وجود تدخل مباشر من قبل الإدارات الوسطى والعليا.

3. مرحلة دخول الاتصالات والتوفير الفوري لخدمات العملاء: تتميز هذه المرحلة بتكاليف عالية مع بدء اهتمام الإدارات العليا بالتكنولوجيا

4. مرحلة ضبط او سيطرة على التكاليف: هي مرحلة يتم فيها ضبط الاستثمار في التكنولوجيا، والاستعانة بأخصائيين في شؤون التكنولوجيا لمساعدتهم في ضبط التكاليف.

5. مرحلة اعتبار التكنولوجيا كباقي أصول المصرف: أي أن يجني هذا الأصل مردودا كباقي الأصول، وهنا بدأت إدارة التكنولوجيا.

6. مرحلة اعتبار التكنولوجيا عملا ضمن أعمال المصرف: من خلال هذه المرحلة بدأت فيها الإدارة الإستراتيجية للتكنولوجيا وركزت على تفضيل الإنتاجية على الصعيد الداخلي وتسويق التكنولوجيا، انطلاق بالبنوك الإلكترونية كتعبير متطور وشاملا لمفاهيم أو كمفهوم الخدمات المالية عن بعد.

الفرع الثاني: مزايا وعيوب الصيرفة الإلكترونية:

هناك العديد من المزايا نذكر أهمها:²

- توفير الوقت، توفير الجهد، خفض التكلفة.
- سهولة الوصول لها على مدار الساعة.

¹- اديب قاسم، شندي، الصيرفة الالكترونية أنماطها وخيارات القبول والرفض، مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية، العراق، العدد 27 / 2011 : ص 5-6

²- أديب قاسم، واخر، مرجع سابق: ص 15.

- الانتشار في الأماكن المتعددة، تعتبر أكثر أمانا إذا استخدمت كبديل للنقود.
- مواكبة التطورات العالمية في مجال الخدمات المصرفية الإلكترونية.
- تعزيز الشفافية في استخدام الانترنت في المصارف بشكل نافذة إعلامية من خلال التعريف بهذه المصارف والترويج لخدماتها والإعلام عن تطورات المؤشرات المالية لوضعها تحت تصرف الباحثين وكل الأطراف الأخرى المعنية بالأمر.

أما العيوب تتمثل فيما يلي:

- عدم توفر الأمان والسرية على استخدام القنوات الإلكترونية
- قلة الثقة في استخدام الصيرفة الإلكترونية والقناعة بالتعامل المباشر مع الفروع
- عدم توفر المهارات اللازمة لاستخدام الخدمة (مثل عدم المعرفة في استخدام الانترنت)
- عدم المعرفة بفوائد القنوات الإلكترونية
- وجود قيود على الخدمات المصرفية (مثل تحديد سقف اعلى للسحب النقدي)
- وجود خدمات مصرفية لا يمكن تقديمها من خلال القنوات الإلكترونية (مثل الاعتماد المستندي، الكفالة، تحصيل بوالص.
- زيادة الكلفة المرتبطة على استخدام القنوات الإلكترونية مثل الاشتراك في الانترنت، أجرة مكالمات هاتفية.

الفرع الثالث: دوافع ظهور الصيرفة الإلكترونية وأهدافها:

- أ. دوافع ظهور الصيرفة الإلكترونية: إن ظهورها كانت نتيجة تفاعل لعدة عناصر تمثلت في¹:
- ثورة الاتصالات والمعلومات التي أدت إلى ظهور تغيرات جوهرية في طبيعة عمل القطاع المصرفي والمالي ومنه التطلع إلى تقديم خدمات مصرفية ومالية متطورة ومتنوعة اعتماد على ما أنتجته التكنولوجيا وثروة المعلومات.
 - التجارة الإلكترونية التي تتم باستخدام الوسائل الإلكترونية وخاصة الانترنت والتي أصبحت تتميز بخصائص عديدة تميزها عن التجارة التقليدية التي اعتادت هذه المؤسسات المالية التعامل في ظلها ومعها مما جعل التطور الواعي لاستراتيجيات وأساليب عمل البنوك ضرورة خدمية وليس ترفا او هدرا للمال².
 - وجود منافسة شديدة بين البنوك مع بعضها البعض ومع غيرها من المؤسسات المالية هذه المنافسة التي أصبحت لا تقتصر على اقتصاديات الوطنية بل اكتست إبعاد دولية في ظل تحرير التجارة العالمية.
 - تزايد عدد من المؤسسات المالية غير المصرفية مثل شركات التأمين وشركات الأوراق المالية ومنافستها للبنوك، حيث هذه الأخيرة تقدم مجموعة الخدمات وثقة الصلة بعمل البنوك.

¹ - وسيم محمد، واخرون، مرجع سابق : ص 57.

² - هالة عبدلي، الصيرفة الالكترونية آلية لضمان جودة الخدمات المصرفية ، مجلة الاصيل للبحوث الاقتصادية والإدارية العدد الأول، جوان 2017، ص386.

- دخول العديد من المؤسسات التجارية واقتصاديات سوق الأعمال المصرفية ومن هذه الأمثلة في ذلك قيام بعض المحلات الكبيرة بتقديم خدمة لعملائها بصورة كيون يستخدم عند السوق فيها وبتالي تقل الحاجة إلى التعامل مع البنوك. ومنه تغير الأدوات والوسائل التي تستخدم للتعامل معها إذ لا يجوز استخدام وسائل تقليدية للتعامل مع ظروف لم تكن قائمة مثلما هو الحال فيما شهده العمل المصرفي خاصة والمالي عامة من تحولات لعل أهمها الصيرفة الإلكترونية.

ب. أهداف الصيرفة الإلكترونية:

1. وسيلة لتعزيز حصتها في السوق المصرفي مع انخفاض التكاليف.
2. تعد الوسيلة لتوسيع نشاطاتها داخل وخارج الوطن.
3. إتاحة جل المعلومات عن الخدمات التي يقوم بها البنك دون تقديم هذه الخدمات على الشبكة.
4. توفير الخدمات المصرفية والغير المصرفية للعملاء في أي وقت وأي مكان.

المطلب الثاني: خصائص الصيرفة الإلكترونية ومتطلباتها:

سنتناول في هذا المطلب إلى أهم الخصائص ومتطلبات لصيرفة الإلكترونية.

الفرع الأول: خصائص الصيرفة الإلكترونية:

- بالمقارنة مع البنوك التقليدية، تتمتع البنوك الإلكترونية بمزايا، ويمكنها تحديد ستة خصائص أو مميزات أساسية وهي:¹
 - اختفاء المستندات الورقية، حيث تتم جميع الإجراءات والاتصالات بين طرفي الخدمة المصرفية إلكترونياً دون استخدام أي ورق.
 - يفتح الطريق أمام البنوك الصغيرة لاستخدام الإنترنت لإجراء الأعمال التجارية على مستوى العالم دون الحاجة إلى فروع خارجية، وزيادة الاستثمار، والموارد البشرية، وما إلى ذلك.
 - القدرة على إدارة العمليات المصرفية بكفاءة من أي مكان جغرافي عبر الإنترنت، بحيث يمكن للبنوك اختيار أفضل مكان في العالم، حيث يوجد نظام اقتصادي مشجع أو ظروف سياسية مستقرة، أو أفضل معاملة ضريبية عند ممارسة الأعمال التجارية في بيئة مناسبة ونشرها في جميع أنحاء العالم.
 - إمكانية توصيل منتجات معينة إلكترونياً مثل المنتجات الرقمية مثل كشوف الحسابات والأرصدة وغيرها.
 - عدم إمكانية تحديد الهوية، بحيث لا يرى كل من أطراف المعاملات الإلكترونية لكليهما وهو ما تعالجه التكنولوجيا بالعديد من وسائل التامين لمعرفة الهوية الإلكترونية.²

¹ - ناظم محمد نوري الشمري، واخر، الصيرفة الالكترونية (الأدوات والتطبيقات ومعوقات التوسع)، دار وائل للنشر الطبعة الأولى، 2008 : ص ص 34-35.

² - بسمة سامي الخطيب، دور الصيرفة الالكترونية في تحقيق الميزة التنافسية، أطروحة دكتوراه (غير منشورة)، إدارة الأعمال، جامعة دمشق سوريا، 2014: ص 39

الفرع الثاني : متطلبات الصيرفة الإلكترونية:

من أهم المتطلبات الأساسية التي يوفرها العمل لصيرفة الإلكترونية تتمثل فيما يلي:

1) البنية التحتية التقنية:

تعتبر هذه البنية في المقدمة لمتطلبات الصيرفة الإلكترونية والبنية التحتية التقنية للصيرفة الإلكترونية كما لا يمكن أن تكون معزولة عن بنى الاتصالات وتقنية المعلومات لأي دولة كون أن بنوك الإلكترونية تنشط في بيئة الأعمال الافتراضية، ولضمان الأعمال الإلكترونية مستمرة في ضمان أمن لعصر المعلومات في كافة قطاع الاتصالات من خلال بنية تحتية ملائمة، ومن أهم العناصر الإستراتيجية لبناء التحتي في حقل الاتصالات وتقنية المعلومات يمكن تلخيصها بما يلي¹.

- تحديد الأولويات تطوير سوق الاتصالات في الدولة
- توفير الإطار القانوني الواضح الذي يحدد التزامات على أطراف العلاقة
- استمرارية تدريب العاملين على كيفية إدارة الحوار والمداولات بالشكل الذي يساعد على تعزيز قدراتهم
- الاستعانة ببيوت الخبرة ومكاتب الاستشارة الدولية في تدريب الإطارات المصرفية على استخدام النظم المصرفية
- إنشاء معاهد مختصة في تطوير البحث العلمي في ميدان الخدمات المصرفية.

2) الكوادر البشرية الكفؤة:

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

3) التطوير والاستمرارية والتفاعلية مع المستجدات:

يتقدم عنصر التطوير من عناصر متطلبات الصيرفة الإلكترونية وتميزها في الجمود وانتظار الآخرين لا يتفق مع التقاط فرص التميز.²

4) التفاعل مع متغيرات الوسائل والاستراتيجيات الفنية والإدارية والمالية:

يكون التفاعل مع أفكار والنظريات الحديثة وخاصة في حقول الأداء الفني والتسويقي والمالي والخدمي وتعد هذه الأفكار وليدة للإبداع .

5) الرقابة:

من اهم عناصر النجاح الارتكاز على التقييم الموضوعي في التخصصات التقنية والتسويق والقانون والنشر الإلكتروني في تقييم فعالية الاداء مواقع البنوك الإلكترونية.

¹ - بلحسن حولة ، دور الصيرفة الالكترونية في تحسين جودة الخدمات المصرفية ، مذكرة تدخل ضمن متطلبات لنيل شهادة الماستر في العلوم الاقتصادية تخصص اقتصاد نقدي وبنكي دراسة مقارنة بين بنكي CPA ، والسلام وكالة بسكرة الموسم الجامعي 2020/2019 : ص 9.

² - زهير عباس،سمية عباس، الصيرفة الالكترونية كمدخل لعصرنة وتطوير البنوك الجزائرية، مجلة العلوم الانسانية، جامعة العربي بن مهيدي ام البواقي، العدد 46 ديسمبر 2016: ص345.

6) عنصر الأمان:

إن أخطر الخدمات المصرفية عبر الانترنت تتمثل في الخدمات التنفيذية التي لا يمكن لأي كان القيام بالهجوم الإلكتروني والدخول في أنظمة البنك الداخلية مشكلا ذلك خطرا يهدد موجودات أنظمة البنك ، ولحماية شبكة أنظمة البنك الداخلية من عمليات الهجوم، تقوم البنوك المتعاملة عبر شبكة الانترنت باستخدام تقنيات وأساليب متعددة لتوفير عنصر الأمان المتمثلة أساسا في استخدام طرق الحماية والرقابة الأخرى.¹

المطلب الثالث: قنوات توزيع الصيرفة الإلكترونية وأنظمة الدفع الإلكتروني:

نستعرض في هذا المطلب لأهم القنوات الصيرفة مع أنظمة الدفع الإلكتروني

الفرع الأول : قنوات الصيرفة الإلكترونية

إن أي عملية مالية تتم عبر شبكة الانترنت دون الحاجة إلى الاتصال المباشر بالبنك التي من خلالها انجاز صفقات مالية فعليا الكترونيا من خلال الحاسوب الشخصي المزود ببرامج خاصة من البنك تمكن الزبون من إجراء أعماله المالية الكترونيا، أو التي تتم من خلال البنك المنزلي أو الصيرفة عبر الخط أو المصرف الافتراضي أو الصيرفة الإلكترونية عن بعد أو الصيرفة عبر الهاتف أو من خلال بطاقات السحب أو أي نوع من الأعمال المصرفية عن بعد تعتبر ضمن عمليات الصيرفة الإلكترونية ومن هنا نجد ما يلي²:

1- **الصيرفة الإلكترونية من خلال الحاسوب الشخصي** : تشمل العمليات التي تتم عبر شبكة الانترنت من خلال جهاز الحاسوب إذ تمكن بتزويد المصرف لزيائنه ببرامج خاصة تتيح لهم إجراء عمليات وصفقات مالية الكترونيا آمنة وتمكنهم أيضا من الاطلاع على حساباتهم والحصول على معلومات مالية خاصة ومهمة بالإضافة إلى دفع فواتير وتحويل الأموال بين الحسابات pc- banking .

2- **الصيرفة عبر الهاتف المصرفي** : تعتمد هذه الخدمة على وجود ترابط بين فروع المصرف الواحد ككل حيث يتم تقديم الخدمة الهاتفية من خلال الوصول لبيانات العميل مباشرة من اي نوع من المصرف فيقوم بالاتصال برقم موحد للحصول على خدمة موحدة من مصرفه، قامت المصارف الكبرى على وجه الخصوص بإنشاء مراكز للاتصال لخدمة العملاء مما يوفر عليها الكثير من الخدمات التي تستغرق منها ومن العميل وقتا كبيرا زيادة على اقتصاد في التكلفة وتكون هذه الخدمة في الدول المتقدمة حيث أصبح العميل يشعر بخصوصيته مع المصرف الذي يتعامل معه مثل خدمات تحويل المبالغ لجهات معلومة، أو طلب خدمات كدفتر الشيكات أو كشف الحساب.. الخ ، كما يمكن اتجاه المصارف نحو الاندماج والمشاركة في الإدارة وإنشاء مؤسسات مع وضع مراكز هاتفية موحدة لتقليل التكلفة وتوحيد الجهود المبذولة.

¹ - اوصغير الويزة، خدمات الصيرفة الالكترونية في البنوك الجزائرية، مجلة اقتصاديات المال، الاعمال، جامعة برج بوعريش، الجزائر، العدد 7 سبتمبر 2018، ص 373.

² - احمد بوراس، السعيد بريكة، أعمال الصيرفة الالكترونية الأدوات والمخاطر، دار الكتاب الحديث طبعة اولى ، 2014-1435 هـ : ص ص 102-107.

3- الصيرفة عبر الهاتف النقال : تشمل هذه الخدمات المصرفية عبر الهاتف النقال الخدمات المعلوماتية كالاتصال عن الأرصدة والاطلاع على عروض المصارف وأسعار العمولات والفوائد ومعدلاتها والنصائح بشأن القروض والتسهيلات وغير ذلك أيضا تشمل الخدمات المالية كتحويل الأرصدة من حساب إلى حساب وخدمات الدفع لا لنقدي وفتح حسابات وغلقتها وغيرها من الخدمات، انتشرت هذه الخدمة نتيجة استخدام الأجهزة الخلوية والحواسيب المحمولة في أرجاء العالم، ومن بين الخدمات المقدمة ما يلي¹.

- الاستفسار عن الرصيد الحساب
- الاستعلام على آخر لحركات الحساب
- تغيير الرقم السري
- ملخص لأرصدة الحسابات.. الخ

جدول رقم(1-1): يمثل عدد مستخدمي الصيرفة عبر الهاتف النقال عبر العالم خلال الفترة

من 2010-2017²

السنوات	عدد مستخدمي الصيرفة عبر الهاتف النقال - وحدة مليون مستخدم (متوقع) -
2010	142
2011	288
2012	480
2013	696
2014	914
2015	1121
2016	1310
2017	1476

المصدر: من إعداد الطالبتين منقول عن ميهوب سماح، أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصالات على الأداء التجاري

و المالي للمصارف الفرنسية، ص 7

يوضح الجدول أعلاه أن مستخدمي الصيرفة الإلكترونية عبر الهاتف النقال في العالم في تزايد مستمر، و بلغ سنة 2014 ما يقدر 941 مليون مستخدم بعدما كان 142 مستخدم سنة 2010، و يلاحظ في ارتفاع هذا العدد في السنوات الأخيرة 2016 و 2017 وهذا دليل على قبول ورضا المتعاملين على هذه الخدمة.

¹ - دغوش العطرة، استخدام الانترنت كأداة لتقديم الخدمات البنكية، دراسة حالة البنوك الجزائرية، مجلة أبحاث اقتصادية وإدارية، جامعة الجزائر العدد 18، 2015: ص 7.

² - ميهوب سماح، أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصالات على الاداء التجاري والمالي للمصارف الفرنسية، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه، قسم العلوم الاقتصادية، جامعة قسنطينة 2، الموسم الجامعي 2013/2014: ص 7.

4- بنوك الانترنت : لقد ساهمت تكنولوجيا الاتصال في تقديم هذه الخدمة ومن ثم قامت اغلب المصارف بإنشاء مواقع لها على شبكة الانترنت بدلا من إنشاء مقرات جديدة لها حتى يستطيع العميل ان يتصل بالفرع الإلكتروني بطريقة أسهل كما يعرض المصرف على الانترنت مجموعة من الخدمات أهمها ما يلي:

-دفع الفواتير .

-النشرات الإعلامية عن الخدمات المصرفية.

-مساعدة العميل في إدارة المحفظة المالية.

-إجراء تحويلات الأموال بين حسابات العملاء المختلفة .

-عرض وتدقيق أرصدة حسابات التوفير .

كما يحتاج هذا النوع من الخدمة إلى توفير شبكات عريضة داخل البلاد على الأقل وربطها بشبكة العالمية وتتطلب من العميل استخدام برامج التصفح على الشبكة، وحسب دراسة هيئة الإشراف والرقابة التابعة للو.م.أ هناك ثلاث مستويات تمارس فيها الصيرفة الإلكترونية عبر الانترنت ما يلي:¹

أ. **الموقع المعلوماتي:** يمثل المستوى الأساسي والحد الأدنى لنشاط المصرف الإلكتروني مما يسمح الموقع للبنك بتقديم معلومات لبرامجه ومنتجاته وكذا خدماته.

ب. **الموقع التفاعلي:** يتيح الموقع في عملية التبادل الاتصالي بين البنك وزبائنه ، كالبريد الإلكتروني وتعديل معلومات حول الأرصدة او تعبئة طلبات، نماذج على خط والاستفسارات... الخ.

ت. **الموقع التبادلي:** هو المستوى الذي يكون فيه البنك في ممارسة خدماته وأنشطته في البيئة الإلكترونية، التي تمكن للعميل من ذهابه الى حساباته وإدارتها وإجراء الدفعات النقدية والتحويلات بين حساباته او مع جهات خارجية.

5- **الصرافات الآلية :** تتطلب هذه الخدمة لوجود شبكة من الاتصالات تربط فروع المصرف الواحد أو فروع المصارف كلها في هذه الحالة يقوم الجهة بخدمة الزبائن من أي مصرف مشترك الذي يطلب الوصول إلى بيانات حسابات العملاء فوراً وتطور عمل هذه الصرافات بدفع الفواتير للمؤسسات الخدمية وتسديد الرسوم المختلفة سيفتح مجالاً واسعاً أمام خدمات مع ظهور البطاقات الذكية، كما يستخدم فيها رقم سري للدخول للحساب، والصراف الآلي وسيلة تستخدم في العديد من العمليات المصرفية التقليدية وغير التقليدية مثل السحب او الإيداع النقدي، الاستفسار عن الرصيد، تحول الأموال بين الحسابات لنفس الشخص او المستفيد آخر، والسحب ألتقدي باستخدام بطاقات ائتمان وغيرها.²

وتم استخدام هذه الآلات المتعارف عليها سنة 1968 بإحدى فروع بنك (BARCLAYC) ببريطانيا، كانت هذه الخدمة متاحة فقط لسحب النقدي وبعد النجاح الذي حققته تلك الآلات بدأ تطبيقها في الو.م.أ بواسطة بنك (First Nnational) باطنطا، ثم انتشرت في مختلف العالم خاصة بعد دخول شركة (IBN) في مجال تصنيع تلك الآلات. ومن بين الخدمات التي يقدمها الصراف الآلي:

¹ - بسمة سامي الخطيب، مرجع سابق: ص 73.

² - بلحسن خولة ، مرجع سابق: ص 16.

- السحب من حسابات الطلب والتوفير نقدا وهذا بالعملة المحلية.
- التحويلات من حساب إلى حساب آخر، الاستفسار عن الأرصدة.
- طلب دفتر شيكات، وكشف الحسابات
- تسديد بعض فواتير الخدمات (الكهرباء، ماء، غاز... الخ).¹

الجدول رقم (I- 2): يوضح نسبة استخدام الصراف الآلي لكل 100 ألف شخص في العالم خلال الفترة من 2004-2007:

السنوات	النسبة
2004	18,27%
2005	17,55%
2006	19,25%
2007	25,61%
2008	27,33%
2009	27,86%
2010	29,15%
2011	30,17%
2012	33,28%
2013	36,26%
2014	36,13%
2015	39,17%
2016	41,59%
2017	43,50%

المصدر: من اعداد الطالبتين منقول عن لحسن خولة، دور الصيرفة الإلكترونية في تحسين جودة الخدمات

المصرفية، مذكرة تدخل ضمن متطلبات شهادة الماستر في العلوم اقتصادية تخصص اقتصاد نقدي وبنكي، ص20.

من خلال الجدول أعلاه أن عدد أجهزة الصراف الآلي في العالم في تطور مستمر، إضافة إلى انخفاض بنسبة 72.0٪ في عام 2005 ، استمر عدد أجهزة الصراف الآلي لكل 100.000 نسمة في العالم وفي النمو في عام 2001 وبلغ 39.17٪ ، عدد أجهزة الصراف الآلي للفرد في عام 2015 وسنة 2017 بـ 43.50٪، مما يدل على أن الخدمة متاحة على نطاق واسع وأن العملاء راضون عنها تقريباً.

¹ - عبد الغاني ربح، وآخر، ملتقى - مداخلتة تطبيق أنظمة الصيرفة الإلكترونية في البنوك التجارية بين الواقع والأفاق، المؤتمر الدولي حول إصلاح النظام المصرفي الجزائري في ظل التطورات العالمية الراهنة، قسم علوم التسيير جامعة قاصدي مرباح ورقلة: ص 20.

6- المقاصة الإلكترونية:

يتضمن النظام المعالجة الآلية لوسائل الدفع الشائعة مثل الشيكات والتحويلات والخصم وعمليات الدفع وسحب البطاقات تأسس عام 1960، يتم من خلاله تحويل المبالغ المالية وتحويلها من الحسابات لفتح الحسابات بشكل فوري، تتمتع أنظمة المقاصة الإلكترونية بعدة مزايا منها:¹

• يوجد طرق متعدد بالتعامل بالشيكات الإلكترونية المصرفية.

• القضاء على النصب والاحتيال.

• الدقة و سرعة أكبر في الشيكات وإعادة طباعة الكشوف، حيث جميع الشيكات تكون محفوظة الكترونياً.

ويمكن القول بان المقاصة الإلكترونية تمكن المصارف من التبادل الإلكتروني للقيم المراد تعريفها فيما بينها عبر شبكة الاتصالات كما تلعب دورا الضامن لسلامة المعطيات الخاصة بالقيم المراد تعويضها والتي تمر عبر شبكات الاتصالات.²

7-نقطة البيع الإلكترونية النهائية (T.P.V):

هذه التقنية تسمح بخصم قيمة مشتريات العميل من رصيده الخاص بمروره البطاقة الائتمانية على القارئ الإلكتروني الموصول مباشرة بحاسوب المركزي البنك بإدخال الرقم السري للعميل اين تخصم القيمة من رصيده وتضاف إلى رصيد المتجر الكترونياً.

جدول رقم (3-I): يوضح نقطة البيع الإلكترونية النهائية (T.P.V)³

النتائج	التقنية	الخدمة	الوسيلة
يوفر الامان وعدم حمل النقود	فروع متصلة بشبكة انترنت ترتبط وتجمع مع بنوك اخرى	توضع هذه التقنية في المتاجر لتسمح للعميل بتسوية عملياته التجارية بالبطاقة الإلكترونية اثناء عملية التسديد	نقطة البيع الإلكترونية

المصدر: من اعداد الطالبتين المنقول عن مفتاح صالح، معارفي فريدة ، البنوك الإلكترونية، المؤتمر العلمي الخامس، كلية العلوم الادارية والمالية جامعة فيلاديلفيا ، ص 12.

¹ - محمد الطاهر عبد الله، تأثير المتبادل بين الكنتلة النقدية والصيرفة الالكترونية ، أطروحة دكتوراه في مجال الاقتصاد ، قسم العلوم الاقتصادية، كلية الاقتصاد، جامعة دمشق، سوريا ، 2015/2014: ص 55.

² - خوفار لبني، حماني وردة، سويسبي رندة، دور الصيرفة الالكترونية في جودة الخدمات المصرفية، دراسة استطلاعية لعينة من موظفي البنوك ولاية الوادي، وكالات: CENEP, BEA ,BADR, BARAKA, TRUST ،مذكرة تخرج ضمن متطلبات شهادة الماستر قسم العلوم الاقتصادية تخصص اقتصاد نقدي وبنكي، 2020/2019: ص 11.

³ - مفتاح صالح، معارفي فريدة ، البنوك الإلكترونية (الاعمال المصرفية الالكترونية)، المؤتمر العلمي الخامس، كلية العلوم الادارية والمالية جامعة فيلادلفيا يومي 4 و 5 جويلية 2007: ص12.

الفرع الثاني: المخاطر التي تنشأ عن أعمال الصيرفة الإلكترونية :

أ - **مخاطر السمعة:** تحدث هذه المخاطر حينما يظهر رأي سلبي عام حول عدم إمكانية المصرف على تقديم خدماته الإلكترونية وفق معايير الأمان والدقة والاستمرارية والاستجابة الفورية لمتطلبات الزبائن، الأمر الذي يتحتم على المصرف الاهتمام بتطوير ورعاية معايير الأداء بالنسبة لنشاطات الصيرفة الإلكترونية.¹

ب - **المخاطر القانونية:** تنطوي المعاملات المصرفية الإلكترونية على درجة كبيرة من المخاطرة القانونية بسبب إمكانية المصارف على توسيع النطاق الجغرافي لخدماتها المصرفية من خلال الصيرفة الإلكترونية بصورة أسرع من الصيرفة التقليدية، وقد يحصل في بعض الحالات جهل المصرف للقوانين والتعليمات المطبقة في البلد الذي يقدم خدماته فيه، مما يؤدي إلى انتهاك القوانين واللوائح الخاصة بحماية المستهلك أو الترويج وغيرها، مما قد يعرضه إلى تكاليف وخسائر من خلال الدعاوى القانونية²

ج - **مخاطر سعر الفائدة والسيولة:** ويمكن أن يحدث انخفاض سعر الفائدة من قيمة النقد الإلكتروني وبالتالي يؤثر مباشرة على الجانب المالي للبنك، أما فيما يخص خطر السيولة هو ناتج عن زيادة استيراد النقود الإلكترونية.³

ح - **المخاطر التشغيلية:** ويمكن ان تحدث المخاطر التشغيلية من خلال:

1. إخفاق النظم الإلكترونية او عدم كفاءتها لمواجهة متطلبات المستخدمين، او بطأ في حل المشاكل وصيانة هذه النظم، وبالأخص حينما يتم الاعتماد على جهات خارجية لتولي مسؤولية تقديم الدعم الفني في البنية التحتية التقنية.⁴
2. إساءة الاستخدام من قبل الزبائن وذلك بسبب عدم إحاطتهم بإجراءات التأمين الوقائية او القيام بعمليات غسل الأموال باستخدام بياناتهم الشخصية.
3. مخاطر الاحتيال والاختراق الناجمة عن تقليد البرامج الإلكترونية او اختراق موقع البنك لغرض الوصول الى بيانات الزبائن واستغلالها.

4. المخاطر المتعلقة بالعمليات المصرفية التقليدية: وتمثل هذه المخاطر بممارسة المصرف للعمليات المصرفية التقليدية والمخاطر المترتبة عليها في ظل الصيرفة الإلكترونية، فمنح الائتمان عن طريق استخدام الانترنت وإخفاق الزبائن في بعض الحالات عن السداد سيؤدي الى زيادة المخاطر الائتمانية، كذلك فإن الإشاعات السلبية التي يتم ترويجها عن المصرف في الانترنت سيدفع بزبائنه سحب ودائعهم وهو ما يعرض المصرف لمخاطر السيولة، كما أن الصيرفة الإلكترونية تعمل على زيادة حرية حركة الودائع من هنا تظهر أهمية مراقبة المصرف للحجم سيولته لرصد التغيرات التي تطرأ على ودائعه بشكل مستمر ودقيق.⁵

¹ - نصر حمود مزنان فهد، امكانات التحول نحو الصيرفة الالكترونية في البلدان العربية، مجلة كلية الادارة والاقتصاد للدراسات الاقتصادية، جامعة بابل، الاصدار 5، العدد 286، 2011 : ص 12

² - فلاح حسن ثويني، وحيدة جبر خلف، الصيرفة الالكترونية (المبررات والمخاطر ومتطلبات النجاح)، مجلة الإدارة والاقتصاد، الجامعة المستنصرية، العدد 54، 2005 : ص 10.

³ - شرين بدري البارودي، دور اقتصاد المعرفة في تطوير الخدمات الالكترونية - دراسة تحليلية عن البنوك الالكترونية بحث مقدم للمؤتمر العلمي الخامس (اقتصاد المعرفة والتنمية الاقتصادية) جامعة الزيتونة الاردنية، كلية الاقتصاد، يومي 25-27 نيسان 2005: ص 11

⁴ - نادية سامي حضر، تضييق الفجوة بين الدول الصناعية والدول النامية في مجال الصيرفة الالكترونية، دراسة نظرية تحليلية، مجلة تنمية الرافدين، الاصدار 87، المجلد 29، سنة 2007: ص 157.

⁵ - نصر حمود مزنان فهد ، مرجع سابق: ص 13.

خ - عدم التأمين الكافي لنظم: تنشأ هذه المخاطر من إمكان اختراق غير المرخص لهم نظم حسابات البنك بهدف التعرف على المعلومات الخاصة بالعملاء واستغلالها سواء تم ذلك من خارج البنك او من العاملين به، بما يستلزم توافر إجراءات كافية لكشف وإعاقة ذلك الاختراق.¹

الفرع الثالث: أنظمة الدفع الإلكتروني

إن ظهور طرق الدفع الإلكتروني هو نتيجة للتحديات المالية التي تفرضها الخدمات المصرفية الإلكترونية أو الخدمات المصرفية عبر الإنترنت في السنوات الأخيرة، خضع الوسطاء الماليون لتغييرات نوعية من حيث الأبعاد والأهداف والاستراتيجيات التي تختلف عن تلك الخاصة بالبنوك، يعتبر نظام وسائل الدفع في أي اقتصاد هو مؤشر على مدى جودة عمله وتشغيله، مما يجعل البنوك حول العالم على دراية بالتطور الحديث لوسائل الدفع الرئيسية، كوسائل إلكترونية تقليدية في عصر أصبحت فيه يجب معالجة المعاملات بسرعة، غير ملفتة ومجردة من الطابع المادي.

أولاً: مفهوم وسائل الدفع الإلكتروني

وردت تعريفات لأنظمة الدفع تتمحور معظمها حول طبيعة عملية الدفع الحديثة بالمقارنة مع طبيعة الدفع التقليدية نذكر أهمها ما يلي:

- **التعريف الأول:** يعرف البنك المركزي الأوروبي المدفوعات الإلكترونية بأنها كل عملية دفع يتم إصدارها ومعالجتها بواسطة شرارة إلكترونية ومجموعة من الأدوات والتحويلات الإلكترونية الصادرة عن البنوك والمؤسسات الائتمانية بسبب تنوع هذه الوسائل وخصائصها المختلفة، من الصعب تقديم تعريف موحد للنقد الإلكتروني.²
- **تعريف الثاني:** هي مجموعة من الأدوات والتحويلات الإلكترونية التي تصدرها المصارف والمؤسسات كوسيلة دفع، وتمثل في البطاقات الإلكترونية، النقود الإلكترونية.³
- **تعريف الثالث:** هي وسيلة الدفع للقرض يسمح بتحويل قوة شرائية حالياً وإعادة استرجاعها في المستقبل، واختيار وسيلة الدفع تكون اما نتيجة لإبداع اجتماعي او نتيجة إبداع النظام الذي أصدرها ويستجيب لبعض الشروط أولها ضرورة تقبلها الاجتماعي لها او يمكن ان يؤدي رفض المجتمع لها وفشلها في أداء دورها كوسيلة دفع.⁴

¹ - أمينة عبد اله حليبوس، الصيرفة الالكترونية في المصارف العراقية، مجلة العراقية للعلوم الاقتصادية، السنة 12 - العدد 2014/43: ص 125

² - رحيم حسين، وآخر، مداخلة، الصيرفة الالكترونية مدخل لعصرنة المصارف الجزائرية، المنتدى الوطني حول المنظومة المصرفية الجزائرية والتحويلات الاقتصادية، واقع، وتحديات، جامعة الشلف، يومي 14 و 15 ديسمبر 2004، دون ترقيم.

³ - سماح شعبور، وآخر، وسائل الدفع الالكترونية في الجزائر، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية، جامعة العربي التبسي تبسة، الموسم الجامعي 2016 : ص 17.

⁴ - بن عزة محمد امين، وآخر، واقع المصارف الجزائرية في تطبيق نظام الدفع الالكتروني، دراسة حالة BADR مداخلة مقدمة إلى منتدى عصرنة نظام الدفع في البنوك الجزائرية و إشكالية اعتماد التجارة الالكترونية في الجزائر، المركز الجامعي خميس مليانة. الجزائر يومي 2011/27.26: ص 02.

- تعريف رابع: كما عرفه المشرع الجزائري هو كل الأدوات التي تمكن كل شخص من تحويل الأموال مهما يكن السند أو الأسلوب التقني المستعمل.¹

ويمكن إعطاء تعريف خاص بان الدفع الإلكتروني هو ببساطة عملية دفع مقابل شراء منتجات أو خدمات رقميا من موقع الكتروني عن طريق بيانات خاصة ببطاقة العميل أو لحسابه البنكي.

ومن بين أشهر أنظمة الدفع الإلكتروني التي تم اعتمادها:

أ. أنظمة التحويل الإلكتروني الداخلية: تنقسم إلى أربعة أقسام كما يلي

(1) التحويلات التلغرافية Virement par télégramme

يسمح النظام بالتسوية الفورية للمدفوعات وتحويلات المدفوعات في غضون يوم واحد، وهذا الأخير يسهل سيولة الأموال بشكل سريع وموثوق.²

(2) نظام غرفة المقاصة الآلية chambre de compensation Automatisée

يقوم النظام على دفع الحوالات خلال يوم أو يومين، وهو نظام غير مكلف لتحويل مبالغ دفع الأجر، وتحصيل أقساط التأمين، وما إلى ذلك.

(3) نظام سويتش الإلكتروني E-SWITCH

يعمل على الربط بين شبكة المصرف الواحد، يمكن للعميل السحب والإيداع والتحويل في أي فرع من فروع المصرف وهو نظام مشفر على درجة عالية من الحماية والأمان.

ب. أنظمة التحويل الإلكتروني للمدفوعات الدولية : ويشمل ما يلي:

ب-1: نظام تحويل الأموال في أوروبا Le système de transfert express automatisé transeuropéen à règlement brut en temps réel

هو نظام معتمد من طرف الدول الأوروبية، هي مرتبطة بواسطة إجراءات عامة وأرضية موحدة لمعالجة الدفعات ذات المبالغ الكبيرة.

ب-2: نظام الدفع الدولي سويفت Swift:

هو يضمن ويؤمن التحويلات الإلكترونية في كل أنحاء دول العالم ما بين البنوك بطريقة آمنة وسريعة مع تكاليف منخفضة، يعمل على مدار 24/24 ساعة.

يعد نظام سويفت اختصار لاسم شبكة " Society world Interbank Financial

Telecommunication" هو شريان مالي عالمي يسمح بانتقال سلس وسريع للمال عبر الحدود، و كلمة سويفت -

SWIFT- هي اختصار لـ "جمعية الاتصالات المالية العالمية بين البنوك"، وقد أنشئ هذا النظام عام 1973 ومركز هذه

¹ - المادة 69 من الامر رقم 03-11 المؤرخ في 26 اوت 2003 يتعلق بالنقد والقروض، الجريدة الرسمية العدد 52 الصادر بتاريخ 27 اوت 2003: ص 11.

² - العياطي جهيدة، و آخر، تطور الخدمات المصرفية الالكترونية بين وسائل الدفع الحديثة والتقليدية، تحليل إحصائي حديث لواقع وأفاق تطور الصيرفة الالكترونية بالجزائر، جامعة ابو بكر بلقايد تلمسان: ص 4-5.

الجمعية بلجيكا، ويربط نظام سويفت 11 ألف بنك ومؤسسة في أكثر من 200 دولة.¹

1) مزايا نظام سويفت:

- سرعة في إنجاز الحوالات ووصولها للمستفيدين مع توفر عنصر الامان.
- تكلفة اقل بالنسبة للبنك من خلال أساليب التحويل الأخرى
- يعمل النظام على مدار 24 ساعة وعلى أيام الأسبوع².

2) أهم الخدمات المصرفية التي تقدمها شبكة SWIFT:

- تحويل الرسائل الإلكترونية
- تبليغ الاعتمادات المستندية الصادرة والواردة وخدمة الضمانات
- شراء وبيع العملات الأجنبية واستثمار الودائع
- اتفاقيات السعر الآجل
- التحويلات التي تتم بين المؤسسات المالية

ت. أنظمة الدفع عبر الانترنت

هي أنظمة تسمح باستخدام أدوات الدفع الإلكترونية عبر الإنترنت سواء باستخدام البطاقات أو النقود الإلكترونية أو الشيكات الإلكترونية ، وأهم داعم لنجاح وانتشار هذه الأخيرة هو تطور التجارة الإلكترونية وأشهرها هو نظام .SET.Secure.Electronic.Transaction.

ثانيا: مميزات وسائل الدفع الإلكتروني: ومن بين هذه المميزات تتمثل في:³

1. الدفع الفوري: تعد هذه الوسيلة من أكثر وسائل الدفع سرعة وسهولة، كما يمكن استخدامها بغض النظر عن الوقت أو الموقع.
2. توفير الأمان: إذ يستطيع الشخص تأمين مدفوعاته باستخدام كلمة السر، أو التشفير، تعمل هذه الوسائل في حفظ جميع المعلومات الخاصة .
3. التقليل من التكاليف: لا تتضمن أية رسوم إضافية عالية بينما يفضل دفع اشتراك ثابت رمزي.
4. الشفافية والوضوح في المعاملات المالية: إذ تمكن هذه الوسائل من تقديم تفاصيل الدفع مسبقا، تشير الدراسات إلى أنشطة المالية الإلكترونية في الجزائر أنعشت إلى حد كبير بنسبة 300 % بعد عام 2020 حيث دخلت الجزائر في هذا المجال لأول مرة عام 2017 ومن المتوقع إن يصل إعداد المستخدمين لدفع الرقمي حتى 15 مليون عام 2025، بحيث وجهت الحكومة الجزائرية تفعيل الدفع الإلكتروني بصورة أوضح من خلال إنشاء وزارة خاصة بهذا النظام من اجل تسهيل وتنظيم العمل به.⁴

1 -http : //www.bbc.com/arabic/world du 28-02-2023,13H:00

² - زهير زواش، دور نظام الدفع الإلكتروني في تحسين المعاملات المصرفية ، دراسة حالة الجزائر، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية جامعة العربي بن مهيدي ام البواقي، الموسم الجامعي 2010/2011: ص 69.

³ -http// mowdoo3.Com, du 25/02/2023 11h :30

4-http //Fotora.io onlin-payment-in-algeria du 25/02/2023 11h :40

ثالثا: أنواع وسائل الدفع الإلكتروني: نذكر أهم أنواع لوسائل الدفع الإلكترونية تمثلت في:

1. الدفع باستخدام البطاقات الإلكترونية: يشهد تزايدا ملحوظا في الآونة الأخيرة استعمال البطاقات المصرفية في تطور

المهام المؤدات بواسطتها، حيث كانت في بدايتها بطاقة عادية أي قطعة كرتون أو بلاستيكية تحتاج لعملية إثبات الدفع فيها إلى توقيع إيصال على نسختين تعطي نسخة للتاجر تخوله تحصيل حقه من المؤسسة المالية أو المصرف وتبقى النسخة الثانية واحتساب مدفوعات إزاء المصرف.

حيث تمكن بطاقة الائتمان حاملها من تسديد أثمان مشترياته من السلع والخدمات وإجراء المسحوبات النقدية من الآلات الصراف الآلي أو من شبائيك المصارف ضمن حدود السقف المعينة لها، يقوم المصرف بقيد المبالغ المستعملة في حساب البطاقة بعد تسلمها مباشرة من المورد لمشتريات السلع والخدمات من نقاط البيع وعند اجرائها مباشرة لعمليات المسحوبات النقدية من الآلات الصراف الآلي.

ومن بين أنواع بطاقات الائتمان يمكن ذكرها فيما يلي:

1-1-1. بطاقات السحب: وبدورها تنقسم إلى نوعين:

1-1-1-1. البطاقة العادية او الفضية: هي بطاقات ذات حدود ائتمانية منخفضة نسبيا تمنح لأغلب العملاء توفر أنواع الخدمات المقدمة كافة، ك شراء من التاجر والسحب النقدي من المصارف، وأجهزة السحب الآلية.

1-1-1-2. البطاقة الذهبية: هي بطاقات ذات حدود ائتمانية عادية لدى بعض لمنظمات الراعية للبطاقة مثل Visa

بائتمان غير محدود بسقف معين لدى البعض مثل بطاقات أميركان اكسبريس، او تصير للعملاء ذوي القدرة المالية العالمية و يمنح لحاملها مزايا إضافية ومجانبة مثل التأمين ضد الحوادث والحصول على استشارات طبية وقانونية وغيرها وعادة يزيد رسوم الاشتراك فيها عن البطاقات الفضية وتوجد لدى المنظمات الأخرى أنواعا تتفاوت في المزايا الائتمانية.

1-2. البطاقات حسب الاستخدام: ويوجد نوعان منها:

1-2-1. بطاقة الائتمان العادية: هذا النوع يستخدم في الأغلب في الشراء من التجار للحصول على خدمات والسحب النقدي من أجهزة السحب الآلي او المصارف المشتركة.

1-2-2. بطاقة السحب النقدي الإلكتروني: تستخدم في عملية سحب النقود فقط.

1-3. البطاقات الغير الائتمانية: يسمى ببطاقة الخصم الفوري وتستخدم كأداة وفاء فقط يخص حامل البطاقة على

احتياجاته من خدمات ويتم خصم قيمة هذه الاستخدامات من الحساب الجاري المفتوح ومن طرف البنك المصدر، وتشمل البطاقات الغير الائتمانية عدة أنواع نذكر منها ما يلي¹.

1-3-3. بطاقة الدفع المسبق: يقوم صاحب البطاقة الإلكترونية بتعبئتها بمبلغ مالي ويتم إتمام أي معاملة تجارية بسحب

مبلغ مالي من هذه البطاقة حتى ينتهي هذا المبلغ المعبأ في البطاقة ولإعادة استخدامها يجب شحنها مرة أخرى ومن بين الأمثلة قطاع الاتصالات الهاتفية الثابتة والنقالة.

¹ - منصورى ابراهيم، دقيش ميلود، دور الصيرفة الالكترونية في عصرنة البنوك الجزائرية، دراسة حالة بنك الخليج الجزائري AGB خلال

الفترة 2017-2019، مذكرة تخرج ضمن متطلبات شهادة الماستر في العلوم المالية والمحاسبة تخصص مالية وبنوك، جامعة قاصدي مرباح ورقلة 2020/2019: ص16.

2-3. البطاقات المدينة: هذا النوع من البطاقات لا بدأ من وجود حساب بنكي جاري لحامل البطاقة وتستخدم في عملية التسوية او الدفع من خلال تمكين المستفيد من سحب أموال من صاحب البطاقة الذي يفترض فيه ان يكون حسابه مدينا اما في حالة العكس لا تتم عملية التسوية تتطلب رصيد كافيا ومغطيا للنفقات بواسطة البطاقة.

2. الدفع باستخدام البطاقات الذكية Smartcard:

تم اختراعها من قبل العالم الفرنسي Roland moreno سنة 1974 وما يميز هذه التقنية قدرتها على التخزين من خلالها احتوائها على شريحة الكترونية او معالج دقيق يضم هذا الأخير العناصر التعريفية لصاحب البطاقة رصيده وكل العمليات التي أجريت عليها بالإضافة الى إمكانية تخزين كل التسهيلات الممنوحة من طرف المصرف لصالح صاحبها. كما يمكن تخزين مختلف العملات وفق برنامج لا يقبل انتهاك او تعديل المعلومات الموجودة فيها، كما تعمل على نظام مفتوح لتحويل الأموال الكترونيا بمعنى لا يحتاج صاحب البطاقة لاثبات هويته من اجل البيع او شراء بمجرد تمريرها على القارئ يتم خصم قيمة المشتريات بطريقة أوتوماتيكية من حساب العميل لحساب البائع، وعن طريق الرسائل الإلكترونية وهذا في طرف ثواني وعرفت رواجاً كبيراً بعد تسويقها عام 1981، واعتمدها بريطانيا عام 1995 وهي الأكثر استخداماً في العالم في الوقت الحالي وتستخدم البطاقة في عدة مجالات منها:

- تحويلها لحافضة نقود الكترونية تملئ وتفرغ من النقود.
 - تستخدم في تأمين إجراء التحويلات المالية داخل الشبكة الدولية للمعلومات
 - تستخدم في الحواسيب المتنقلة المرتبطة بالدخول لشبكات الإلكترونية، بحيث يستطيع المتنقل بالاتصال من أي موقع شاء باستخدام بطاقات تحمل برامج خاصة بهم.
 - كما يمكن تحويلها بطاقة هوية او تذكرة للتنقل بوسائل نقل عمومي او بطاقة أمنية من خلال حصولك على بريدك الإلكتروني بدلا من استخدام الشفرات والرموز التي قد تكون غير آمنة.¹
- واهم وظيفة يمكن أن تقوم بها هذه البطاقات هي تأمين إجراء التحويلات المالية داخل الشبكة، نظرا لاعتمادها على تكنولوجيا شديدة التعقيد والتخصص تجعل عملية تزويرها او التلاعب فيها أمراً مستحيلاً مثل بطاقة Mondex Card التي تتيحها مجموعة من الشركات الأمريكية والأوروبية المتخصصة.²

3. الدفع باستخدام النقود الإلكترونية Electronic Cach:

تعتبر من إحدى وسائل الحديثة للتعامل التجاري كما أنها تتشابه مع النقود العادية في بعض الخصائص إلا أنها تختلف على أنها عملية الكترونية بصورة رقمية فقط، ليست مصنوعة من الورق او المعدن، وتشمل كل من العملات الافتراضية والعملات المشفرة.³

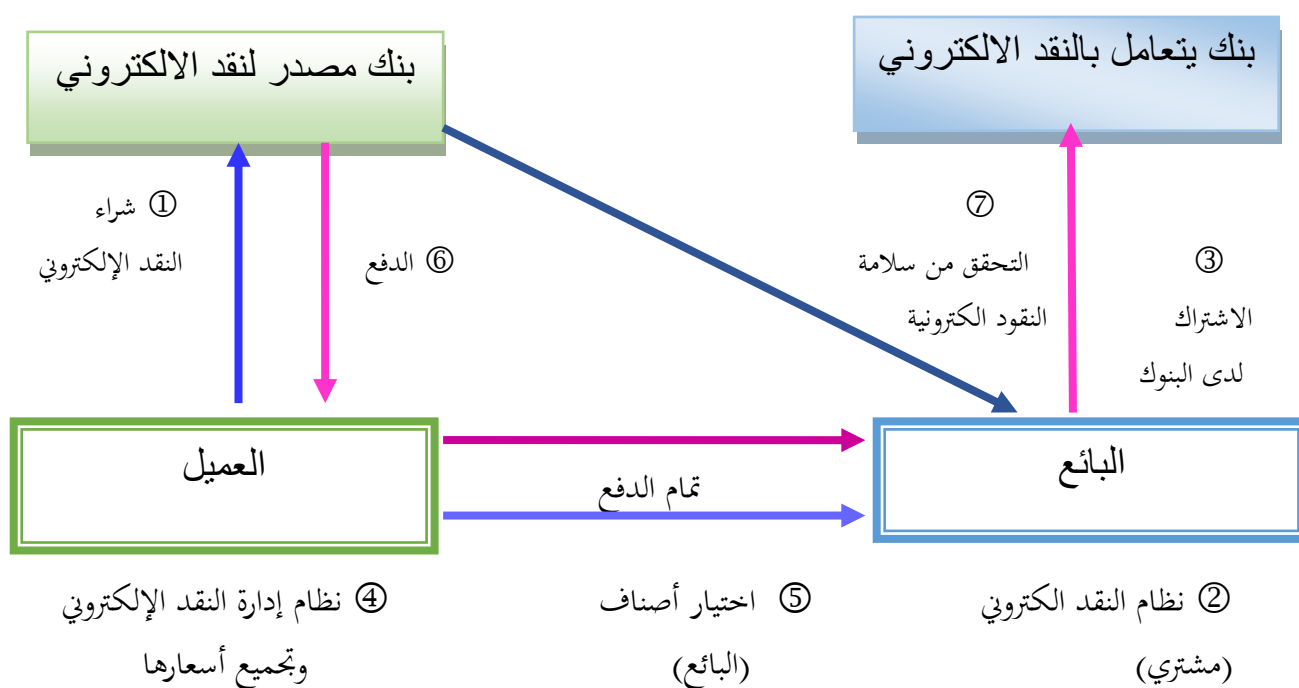
¹ - بوزريعة ليندة، وآخر، أفاق الصيرفة الالكترونية في المؤسسة المصرفية الجزائرية، مجلة كلية العلوم الاقتصادية والتسيير والعلوم التجارية العدد 16 / 2016 : ص 294.

² - محمد مختار سملاي، وآخر، واقع وسائل الدفع الالكتروني ضمن السياسة النقدية للجزائر، مجلة الاقتصاديات لأعمال و التجارة المجلد 6 العدد 02 سنة 2021 : ص 181

³ - إسحاق تواتي، وآخر، الصيرفة الالكترونية ودورها في تحسين جودة الخدمة المصرفية ، مذكرة تخرج تدخل ضمن متطلبات شهادة الماستر تخصص علوم اقتصادية ، دراسة الحالة البنك الوطني الجزائري bna وكالة سطيف الموسم الجامعي 2021/2020 : ص 12

- وتعرف النقود الإلكترونية : هي قيمة نقدية مخزنة على شكل الكتروني مدفوعة مقدما وغير مرتبطة بحساب بنكي كما تحضي بقبول واسع من غير مصدرها وتستعمل كأداة للدفع لتحقيق أغراض مختلفة.¹
- خصائص النقود الإلكترونية: يتميز النقد الإلكتروني عن بقية قنوات الدفع الإلكتروني بما يلي:²
- يحتفظ بالقيمة كمعلومة رقمية.
 - يتيح تحويل القيم عبر شبكة عامة كالانترنت او شبكات الاتصال الأخرى.
 - وجود طرف ثالث لإظهار او مراجعة او تأكيد حصول التبادل.
 - يتلاءم مع التعاملات قليلة القيمة بحيث تكون صفقات التبادل تكون في حدودها الدنيا.
 - يتيح التعامل به كل الأوقات والظروف لا يخضع للحدود الجغرافية والسياسية.
 - يسرع عملية التبادل وحركة التعاملات المالية الدولية.

شكل رقم(1-I): دورة استخدام النقد الإلكتروني وإجراءاته



المصدر: رأفت رضوان-عالم التجارة الإلكترونية، المنظمة العالمية لتنمية الإدارية، مصر 1999، ص66، منقول عن فريدة قلقل-أهمية أنظمة الدفع الإلكترونية في المصارف دراسة حالة بنك Badr ص62 .

¹ - محمد مختار سملاي، وآخر، مرجع سابق: ص 181.

² - نبيلة صحراوي، شافية بلقمرى، الصرافة الإلكترونية ودورها في تحسين جودة الخدمات البنكية، مذكرة تخرج تدخل ضمن متطلبات شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية، جامعة محمد بضيف مسيلة الموسم الجامعي 2021/2022: ص16.

يبين الشكل أعلاه لدورة لاستخدام النقد الإلكتروني بحيث يقوم المشتري بعملية لاستبدال النقود الإلكترونية وذلك من قبل المصارف المصدرة للنقود الإلكترونية وحصوله على برنامج خاص مجانا لإدارة النقد الإلكتروني، أما اشتراك البائع لهذا النظام من خلال اشتراكه لأحد المصارف التي تتعامل بنقد الإلكتروني وهي المصارف التي تكون عبر شبكة الانترنت، فيبدأ المشتري بتصفح مقر البائع في موقعه واختيار السلع وتعرف على تفاصيلها، وفي الأخير يقوم باتخاذ قرار الدفع من خلال النقود الإلكترونية، فيقوم البرنامج الإداري باختيار الرصيد إذا كان يسمح بالسداد او عدمه مع تحديد قيمتها و إرسالها للبائع عن طريق المصرف المصدر للعملة وفي النهاية يقوم برنامج إدارة النقد للبائع بتبليغ المشتري لإتمام العملية.¹

4. الدفع باستخدام الشيكات الإلكترونية Chèques Electroniques:

هو محرر ثلاثي الأطراف ومعالج الكترونيا بشكل كلي او جزئي، يتضمن أمرا من شخص يسمى الساحب إلى البنك المسحوب عليه، بان يدفع النقود لأمر شخص ثالث يسمى المستفيد.

يعتبر وثيقة مؤمنة يرسلها مصدر الشيك إلى مستلم الشيك ويقدمه للبنك الذي يعمل عبر الانترنت ويعدها يقوم البنك أولا بتحويل قيمة البنك المالية إلى حساب حامل الشيك، ثم يتم إلغاء البنك وإعادته الكترونيا إلى مستلم الشيك (حامله) ليكون دليلا على إتمام صرف الشيك فعلا، يحتوي على أنظمة تتمثل في ما يلي:²

I. نظام FSTC:

يعتمد على اتحاد مالي لمجموعة كبيرة من البنوك والهيئات المصرفية أمريكية، يوفر للمستهلك إمكانية اختيار بين مجموعة من وسائل الدفع الإلكتروني وأهمها البنك الإلكتروني القياسي، الشيك الإلكتروني، المؤكد أجهزة الصراف الآلي وكل ما يستجد بهذا النظام هو الاستعاضة من التوقيع الخطي بالتوقيع الإلكتروني، ويستعين بالتشفير لضمان عملية التسوية الدين بالوفاء.

II. نظام CASH، CYBER :

هو نظام دفع يعتمد على الشيكات الإلكترونية لشركة سير كاش الأمريكية والتي تتعامل مع مجموعة من البنوك والمؤسسات التجارية المشتركة، ويعاب هذا النظام انه لا يمنح للمستهلك إمكانية اختيار بين مجموعة من وسائل الدفع عكس النظام الأول.

III. نظام NETCHEX:

يعد نظام الوفاء بالشيك الإلكتروني عبر شبكة الانترنت الى الوسطاء، يقضي لوجود تسجيل مسبق لمستخدم النظام والتاجر يسمح للعميل التعامل مع شيكاته وإدارته بواسطة حاسوبه الشخصي.

4-1. مميزات الشيكات الإلكترونية:

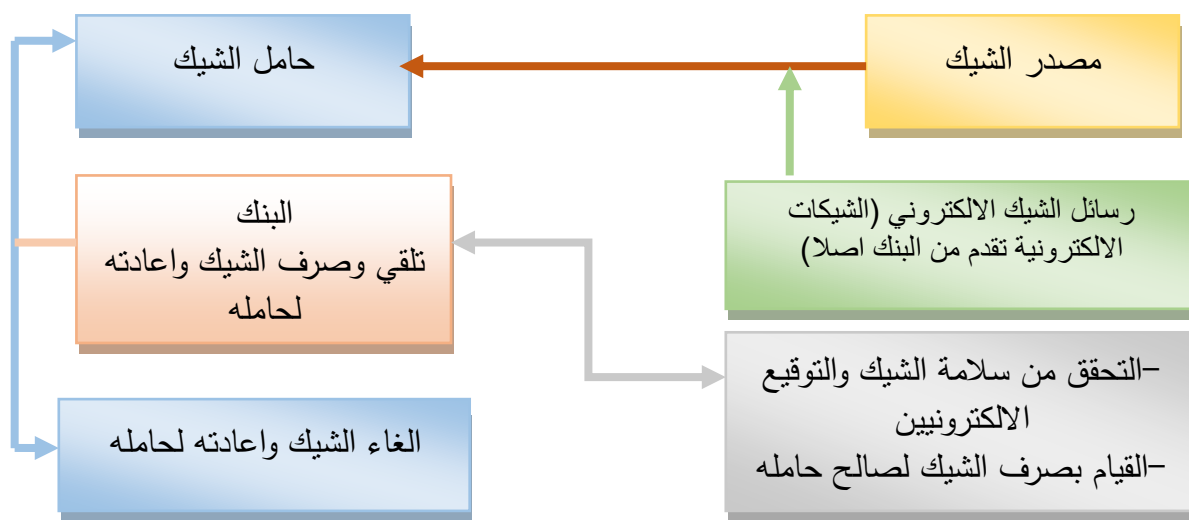
- لا يتم لتحميل الشيكات الإلكترونية بالرسوم التي يتم تحميلها لشيكات العادية التقليدية.
- يتم تسوية المدفوعات من خلال شبكة الكترونية خلال 48 ساعة مقارنة بالشيكات العادية التي يتم تسويتها بالبريد وتأخذ فترة أطول من الزمن.

¹ - فريدة قلقول، أهمية أنظمة الدفع الالكترونية في المصارف، دراسة حالة بنك **BADR**، مذكرة تدخل ضمن متطلبات شهادة الماستر في العلوم الاقتصادية، جامعة العربي بن مهيدي بأب البواقي، 2012/2013 : ص62.

² - احمد بوراس، السعيد بركة، أعمال الصيرفة الالكترونية- الأدوات والمخاطر، دار الكتاب الحديث ط 1، القاهرة، 2014 : ص ص 222-223.

- تتيح أيضا القضاء على المشاكل التي تواجهها الشيكات العادية التي يتم إرسالها عن طريق البريد كالضياع والتأخر... الخ.¹
- 4-2. فوائد الشيكات الإلكترونية:
- زيادة كفاءة عمليات الحسابات والودائع للتجار والمؤسسات المالية.
- تسريع عملية الدفع والمحاسبة التي يقوم بها الزبون.
- تزويد الزبون بمعلومات عن كشف الحساب.
- تخفيض تكاليف المصاريف الإدارية.
-

شكل رقم (I-2): آلية إصدار الشيك الإلكتروني وتحصيله



المصدر: من اعداد الطالبتين منقول عن احمد بوراس، السعيد بريكة، اعمال الصيرفة الإلكترونية الأدوات والمخاطر، ص 225.

5. الدفع باستخدام التحويلات المالية الإلكترونية EFT:

يقصد بالتحويل الإلكتروني هو نظام تحويل الأموال باستخدام طرق الكترونية بمعناه التحويل يتم بين الشركات او بين الشركات والأفراد من خلال البنوك التي يتعاملون بها، ويتم التحويل المالي الإلكتروني بتوقيع العميل على نموذج معتمد المنفعة للجهة المستفيدة ويتيح النموذج اقتطاع القيمة المحددة من حساب العميل وفق ترتيب زمني معين.²

¹ - نوال بن عمارة، واقع وتأثير التكنولوجيا الجديدة للأعلام والاتصال على أنشطة البنوك الجزائرية، الملتقى الدولي حول التجارة الإلكترونية، جامعة قاصدي مرباح بورقلة ايامي 15-17 مارس 2014 : ص 12.

² - علي محبوب، وآخر، واقع الصيرفة الإلكترونية في البنوك التجارية مصرف السلام الجزائر نموذجا، مجلة شعاع لدراسات الاقتصادية، المجلد 04 العدد 2، 2020 : ص 19.

6. المحفظة الإلكترونية:

هي عبارة عن عدة برامج يتم تحميلها مجانا على الكمبيوتر الخاص بها يسمح النظام للمشتري باستخدام أي من طرق الدفع، يتم تحديد رقم سري للمحفظة يكون على علم بها صاحب المحفظة ويتم تحديد مفتاح عام وخاص لهذه المحفظة ليتم التداول مع كل التعاملات التي تتم من خلالها.

- **تعرف محفظة النقود الإلكترونية** على أنها وسيلة دفع افتراضية تستخدم لسداد المبالغ أدنى قيمة بشكل مباشر وغير مباشر تقوم هذه المحافظ بتحويل النقد إلى سلسلة رقمية وتخزن على قرص ثابت في موقع المنشأة وهذا يقلص من استخدام النقود في المعاملات التي تتم عبر شبكة الانترنت ومعظمها تقوم بتخزين النقد الإلكتروني على البطاقات الذكية التي تمكن من دفع أي مبلغ في المحفظة الإلكترونية في أي مكان.

6-1. خصائص المحافظ الإلكترونية:

تتميز المحافظ الإلكترونية بالخصائص التالية:¹

- تعطي المحفظة الإلكترونية حلا متطورا لدفع بمبالغ قليلة والتخلص من معالجة الشيكات وباقي الوسائل التقليدية.
- تسمح بتخفيض عمليات الدفع بالنقود وبالتالي التخلص من تكاليف المعالجة.
- هي وسيلة ملائمة لصفقات التجارة لما توفره من سرعة في العمل.
- تستعمل لدفع بمبالغ صغيرة مثل جرائد، محلات... الخ.

7. الاعتماد المستندي الإلكتروني:

لا يختلف تعريف الاعتماد المستندي الإلكتروني عن الاعتماد المستندي التقليدي، لأن الاعتماد المستندي الإلكتروني هو تبادل للمستندات الإلكترونية عبر البريد الإلكتروني، مما يعني أن المستندات الإلكترونية لن تكون على الورق، ولكن من خلال شاشات الكمبيوتر المعروفة باسم "السجلات الإلكترونية" والتي تمكن متعاملين التجارة الدولية والبنوك من تحقيق مصداقية المعلومات ومصداقية منشئ المعلومات.²

تم تعريفه أيضا "هو تعهد يتضمن التزاما مستقبلا يصدره البنك (المصدر)، بطلب من زبونه الأمر بفتح الاعتماد وبموجب خطاب الاعتماد، يتضمن هذا الأخير التزاما بان يدفع البنك المصدر للمستفيد مقابلا للمستندات المحددة بموجب خطاب اعتماد يتم تقديمها بوسائل الكترونية".³

¹ - بن قيدة مروان، محاضرات في الصيرفة الإلكترونية، مقدمة لطلبة ماستر تخصص اقتصاد نقدي وبنكي، جامعة يحي فارس بالمدينة قسم العلوم الاقتصادية، سنة 2023/2022: ص 70.

² - مريم نابي، ملتقى دولي - مجالات تطبيق الإدارة الإلكترونية للمرافق العامة في الجزائر، عنوان المداخلة الخدمات البنكية الإلكترونية وأثرها في تحسين أداء الإدارة البنكية: ص 16.

³ - حفيظة كراع، العمل المصرفي الإلكتروني والمسؤولية المدنية للبنك فيه، أطروحة دكتوراه LMD في الحقوق تخصص قانون أعمال، جامعة باتنة 01 الحاج لخضر كلية الحقوق والعلوم السياسية الموسم الجامعي 2021: ص 77

7-1. خصائص الاعتماد المستندي الإلكتروني

يمتاز الاعتماد المستندي الإلكتروني بمجموعة من الخصائص هي:

- يتعامل البنك المانح للاعتماد المستندي مع المستفيد باسمه الشخصي وليس باسم العميل.
- يعد المستند الإلكتروني الذي هو أساس الاعتماد المستندي الإلكتروني أكثر أماناً من المستند الورقي لصعوبة تزويره.
- يتم التعامل في الاعتماد المستندي الإلكتروني عن طريق server موجود على مستوى العالم مهمته التصديق على المستندات، بمعنى أنه يكفي عند استلام المستند أن يكون مكتوباً عليه عبارة مفعلة electronic signature أو digital signature وبالضغط بالفأرة على إحدى هاتين العبارتين تظهر لنا كيفية إنشاء المستند وطريقة توقيعه.
- تتضمن وثيقة الاعتماد المستندي الإلكتروني أحد العبارات الدالة على أنه مستند إلكتروني مثل: electronic records acceptable أو documents issued electronic records acceptable

رابعاً: مزايا وعيوب وسائل الدفع الإلكتروني

A. مزايا وسائل الدفع الإلكتروني

1. بنسبة لحاملها: أهمها سهولة وسير الاستخدام، تمنح الأمان بدل حمل النقود الورقية تفادي السرقة والضياع، كما أن لحاملها فرصة الحصول على ائتمان مجاني لفترة محددة، إضافة إلى إتمام صفقاته فوراً بمجرد ذكر رقم البطاقة.
2. بالنسبة للتاجر: هو أقوى ضمان لحقوق البائع تساهم في زيادة المبيعات وإزالة عبء متابعة ديون العملاء الذي يكون في عاتق البنك والشركات المصدرة.
3. بالنسبة لمصدرها: تمثل الفوائد والرسوم والغرامات من الأرباح التي تحققها المؤسسات المالية والبنوك

B. عيوب وسائل الدفع الإلكتروني:

1. بنسبة لحاملها: تعد المخاطر الناجمة عن استخدام هذه الوسائل زيادة الاقتراض والإنفاق بما يتجاوز القدرة المالية وعدم سداد قيمتها لحامل البطاقة في الوقت المحدد يترتب وضع اسمه في القائمة السوداء .
2. بالنسبة للتاجر: عدم التزامه بالشروط لمجرد حدوث بعض المخلفات يجعل البنك بإلغاء التعامل مع ووضعه في القائمة السوداء، حيث يتكبد التاجر صعوبات كثيرة في نشاطه التجاري.
3. بالنسبة لمصدرها: يعتبر مدى سداد حاملي البطاقات للديون المستحقة عليهم أهم خطر يواجه مصدرها ويتحمل البنك نفقات ضياعه¹.

خامساً: خصائص وسائل الدفع الإلكترونية:

تتميز وسائل الدفع الإلكترونية بالخصائص الآتية²:

- يتسم نظام الدفع الإلكتروني بالطبيعة الدولية، أي أنها وسيلة مقبولة من جميع الدول حيث يتم استخدامها لتسوية الحسابات في المعاملات التي تتم عبر الفضاء الإلكتروني بين المستخدمين في كل أنحاء العالم.

¹ - هادف حيزية، نجاح، وسائل الدفع الإلكتروني والتحول الجوهري إلى عمليات التفاعل مع التجارة الإلكترونية - استعراض لتجارب بعض

الدول الأوروبية، كلية العلوم الاقتصادية و التجارية وعلوم التسيير جامعة المدية، بدون سنة : ص ص 3-4.

² - احمد بوراس، وآخر، مرجع سابق: ص 205.

- يتم الدفع من خلال استخدام النقود الإلكترونية، و هي قيمة نقدية تتضمنها بطاقة بها ذاكرة رقمية أو ذاكرة رئيسية للمؤسسة التي تهيمن على إدارة عملية التبادل.
- يستخدم هذا الأسلوب لتسوية المعاملات الإلكترونية عن بعد، حيث يتم إبرام العقد بين أطراف متبايعين في المكان ويتم الدفع عبر شبكة الانترنت أي من خلال مسافات تبادل المعلومات الإلكترونية بفضل وسائل الاتصال اللاسلكية.
- يتطلب توفير أجهزة تتولى هذه العمليات عن بعد لتسهيل تعامل وتوفير الثقة فيما بينهم.
- يتم الدفع الإلكتروني من خلال نوعين من الشبكات، شبكة خاصة يقتصر الاتصال على أطراف التعاقد لوجود معاملات وعلاقات تجارية ومالية و شبكة عامة تتم بين العديد من الأفراد قبل لا توجد روابط بينهم.

الفرع الرابع: استخدامات الصيرفة الإلكترونية بالجزائر:

شهدت هذه الأنظمة الإلكترونية تطورا ملحوظا خصوصا في النشاط المصرفي لتسهيل وتحسين الخدمات المصرفية بين البنوك وتمثلت فيما يلي:

1. نظام التسوية الفورية الاجمالية RTGS:

قام بنك الجزائر بمشاركة مجموعة من المصارف وبعض المؤسسات المالية إلى جانب بريد الجزائر والتعاون مع وزارة المالية وبمساعدة البنك الدولي بتنفيذ هذا المشروع الذي في سنة 2006 كنظام دفع بين البنوك للمبالغ الضخمة والمستعجلة التي تفوق قيمتها عشرة ملايين دينار بضمان أمان وسرعة الصرف مع التنسيق بالمعايير الدولية كما يسمح النظام بتنفيذ أوامر التحويل في الوقت الحقيقي دون فترة سماح كما تم إخضاع الموظفين العاملين في قسم تسوية المدفوعات للمصارف والمؤسسات المالية لدورات تكوينية حول استخدام هذا النظام و ترك الباب مفتوح للمشاركة في النظام لكل المؤسسات مصرفية او مالية او حتى مراكز البريد¹.

2. نظام المقاصة الإلكترونية AEBS:

في إطار تطوير نظام الدفع في البنوك الجزائرية، يتم الإشراف بنك الجزائر في تحديد إطار قانوني يتيح سهولة تحويل المعاملات والمبالغ المالية بين البنك المركزي وبين البنوك وإنشاء نظام مقاصة يعرف باسم نظام الدفع الشامل للمبالغ الصغيرة وتسويتها ومعالجتها بين البنوك، ومن أهم مميزات هذا النظام:

- يقوم بحساب كل يوم الأرصدة الجانبية المدينة المتعددة ومراقبتها باستمرار، ثم يتم تحويلها إلى نظام التسوية الفورية الإجمالية.
- يعمل على تحديد الحد الأقصى المعمول به للأرصدة الجانبية المدينة المتعددة من خلال القيام بإرسال ائدار الكتروني للمدير والمشارك المعنى في حالة اقتراب الحد المسموح به.

A. أهداف النظام:

- التسيير المحاسبي اليومي وإعطاء نظرة شاملة وحقيقية عن وضعية الخزينة في السوق الوطنية.
- إعادة الثقة بالزبائن في وسائل الدفع خاصة الصكوك.

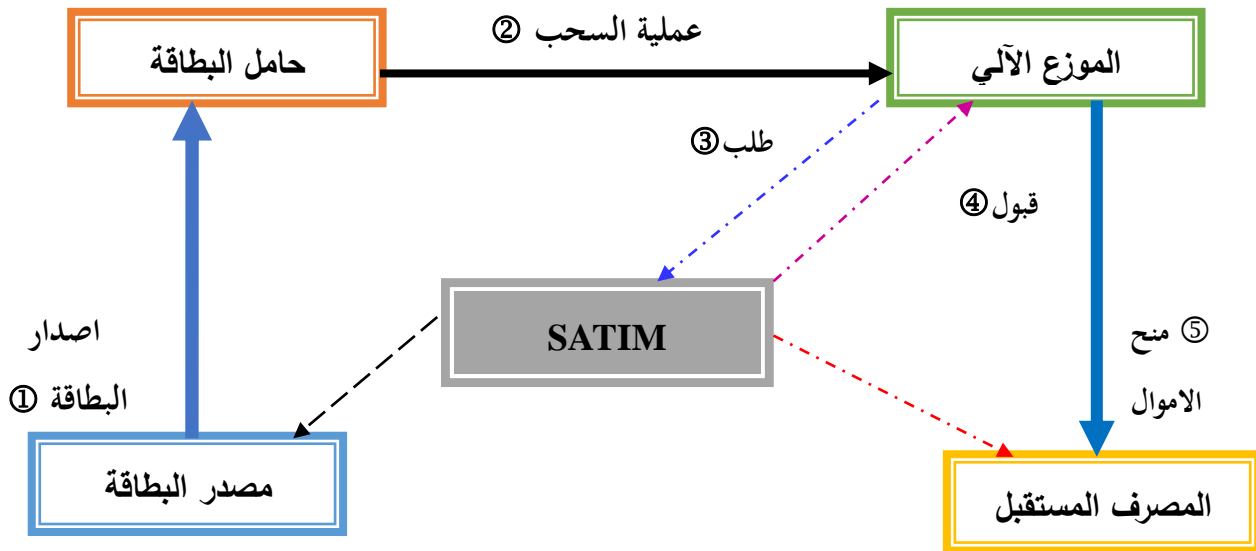
¹ - حنان سلواتي، واقع الصيرفة الإلكترونية في الجزائر حالة المصارف العمومية، مجلة أبحاث الاقتصادية لجامعة البليدة 2، العدد 09 ديسمبر 2013، ص ص 229-231.

- تقليص أجال المعالجة قبل القبول أو رفض العملية في اجل أقصاه 5 أيام.
- منح الشيك الأولوية كوسيلة استعمال واسع لدى الجمهور.

3. مؤسسة تالية الصفقات البنكية والنقدية المشتركة SATIM:

نشأت هذه المؤسسة في 25 مارس 1995 على ضوء القانون رقم 95/103 بين المصارف الثمانية وهي (BDL, BEA, BNA, CPA, BADR, ALBARKA, CNMA, CNEP) وهي مسؤولة عن تشغيل نظم المدفوعات بين البنوك في الجزائر للبطاقات، تعمل على تطوير برامج وتحديث المصارف وتعزيزها لاسيما عن طريق وسيلة الدفع بالبطاقة¹. تعتبر المشغل لدفع الإلكتروني بين البنوك الجزائرية للبطاقات المحلية والدولية تعمل على دعم برامج تطوير وتحديث البنوك الخاصة وتعزيز وسائل الدفع عن طريق البطاقة².

شكل رقم (I-3): عملية السحب بواسطة البطاقة المصرفية في الجزائر



■ - - - : مسار مرئي خلال شبكة الانترنت

■ ← : مسار غير مرئي

المصدر : من إعداد الطالبتين - منقول عن زهير زواش، دور نظام الدفع الإلكتروني في تحسين المعاملات المصرفية من المصدر Satim, rapport annuel 2009، ص 156.

¹ - بن منصور فريدة، الصيرفة الإلكترونية كمدخل لبناء الاقتصاد الرقمي في الجزائر-دراسة حالة لبنك الخارجي الجزائري BEA، وكالة ورقلة، مذكرة تخرج تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر في العلوم الاقتصادية جامعة قاصدي مرباح تخصص نقود ومالية، ورقلة الموسم الجامعي 2010/2011: ص86.

² - <http://SATIM.LA/DZ,DU 30-03-2023, 13H :30>

4. الشبكة النقدية ما بين المصارف RMI:

تم إعداد الشبكة من قبل مؤسسة ساتيم سنة 1996 لإيجاد حل لنقد بين المصارف، تعد شبكة تسمح بتبادل النقود الائتمانية والبطاقات البنكية، تضمنت الموزعات الآلية النقدية DAB كما تتوزع عبر كامل الشبكات البنكية والبريدية التي تستعمل شبكة الاتصالات DZ.PAC.

5. النظام الجزائري لتسوية الفورية ARTS:

يعرف بأنه نظام تسوية ما بين المصارف لأوامر الدفع الضخمة عن طريق التحليل المصرفي او البريدي يهدف الى :

- تخفيض التكاليف الإجمالية للمدفوعات.
- تقوية العلاقات بين المصارف.
- تلبية احتياجات الزبائن من خلال استخدام الدفع الإلكتروني.

6. الاشتراك في نظام WESTERN UNION:

تم استخدام النظام لعدة سنوات ويستخدمه العديد من الوكالات البريدية لإجراء تحويلات الأموال بشكل أسرع وأسرع على المستوى الدولي، كما تسمح لخدمة العملاء بتحويل الأموال من مصدرها في أكثر من 190 دولة، وبالتالي الحصول على مبلغ التحويل بالعملة المحلية على مستوى مكتب بريد الجزائر¹. كما تم ترتيب عدة اجتماعات مع مختلف البنوك والمؤسسات المصرفية لمناقشة وثيقة توسيع عملية الدفع بالبطاقة الإلكترونية في الجزائر، والتي دخلت حيز التنفيذ في عام 2016 و أوائل عام 2017، بعدد يقدر بنحو 15 مليون بطاقة، وهي قيد التنفيذ على قدم وساق بما في ذلك الأول في قطاع الخدمات في المرحلة الأولى الهدف هو توحيد عملية الدفع الإلكتروني في بطاقة واحدة للسحب أو الدفع².

و شهد سوق المعاملات المالية للمدفوعات الإلكترونية انتعاشًا ملحوظًا بنسبة 500% بين عامي 2021 و 2022، مما يعكس انتشار الثقافة الرقمية بين المواطنين بعد عقود من المعاملات التقليدية التي هيمنت على تجارة البلاد.

وبحسب مجموعة المصالح الاقتصادية، فإن عدد البطاقات المتداولة بين البنوك سيرتفع بنسبة 20% مقارنة بسنة 2020 إلى 11.6 مليون بطاقة بنهاية عام 2021، وسجلت الجزائر أكثر من 100.000 معاملة دفع إلكتروني قام بها الطلاب لدفع الرسوم الجامعية هذا سنة بأجهزة الدفع الإلكتروني، وضعت الحكومة برنامجا يهدف إلى تسريع عملية تحديث أنظمة الدفع، لتوصيل إلى أكثر من 16 مليون مستخدم بحلول عام 2024، مع تجهيز أكثر من مليون تاجر بأجهزة الدفع الإلكتروني³.

1. أهم أرقام قطاع الدفع الإلكتروني بالجزائر خلال حصيلة السداسي الأول في 31 جوان 2021

(حسب مجمع المنفعة الاقتصادية لخدمات الدفع الآلي)⁴ تمثلت في:

- البطاقات البنكية

يبلغ عدد البطاقات البنكية المتداولة دون احتساب البطاقات الائتمانية فيزا و ماستر كارد 444.226.9 بطاقة أي 13.45 % بالمقارنة مع السداسي الأول من 2020 تتمثل فيما يلي:

¹ - حنان سلواتي، نفس المرجع السابق:ص 231.

² - العياطي جهيدة، وآخر، مرجع سابق: ص 12.

³ - https://www.skynewsarabia.com/business_DU_2-04-2023_22H_05

⁴ - https://radioalgerie.dz/news/ar/article_Du_2-04-2023_22H_30

- عدد البطاقات البنكية 1.740.025 بطاقة
- عدد بطاقات الأعمال 27.983
- عدد بطاقات الذهبية 7.676.218
- إجمالي البطاقات البنكية المفعلة 2.746.952 أي ما يعادل 29.09 % من البطاقات المتداولة مقابل 9.61 % في السداسي الأول من سنة 2020.

▪ الدفع عبر الإنترنت

- بلغ عدد التجار عبر الإنترنت الذين انضموا لمنصة الدفع عبر الإنترنت 105 (118.75 % مقارنة بنفس الفترة من السنة الماضية).

- بلغ عدد المعاملات عن طريق البطاقات البنكية عبر الإنترنت 3.574.461 بطاقة أي (133,93%).
بنسبة لقيمة المعاملات عبر الإنترنت فقد بلغت 4.395.618.724,47 دج أي (133,66%).

▪ سحب عن طريق الموزع الآلية

- تضم الحظيرة الوطنية 3.030 موزعا آليا دون وضع اي موزع جديد منذ 2020.

- بلغ عدد عمليات السحب عبر البطاقات البنكية من الموزعات الآلية 38.281.517 معاملة أي (17,33%).

- بلغت قيمة المبالغ المسحوبة عبر البطاقات البنكية من الموزعات الآلية 767.787.382.000 دج أي (31,05%).

▪ الدفع عن طريق نهائيات الدفع الإلكتروني

- بلغ عدد النهائيات الموضوعة لدى التجار 38.422 أي 28,37 % مقارنة بالسنة الماضية.

- بلغ عدد المعاملات عبر النهائية 1.047.172 أي (520,27%).

- أما قيمة المبالغ المدفوعة عبر هذه النهائيات بلغت 6.997.690.891,77 دج أي (514,98%).

▪ الدفع و السحب

- بلغت قيمة المبالغ المدفوعة عن طريق هذه الآلية 767.787.382.000 دج.

- إما عن معدل المبلغ الإجمالي المدفوع بالمقارنة مع المبلغ المسحوب فيقدر ب 1.48 %.

ii. الصيرفة على خط الجزائر:

من أهم الجوانب للخدمات المصرفية الإلكترونية عبر الإنترنت في إطار جهود سعي الدولة لتبني مشاريع الصيرفة الإلكترونية فهي ملزمة بإيجاد هذا النوع من الخدمات في السوق المالية الجزائرية لكن قدرة البنوك الجزائرية لا تسمح بذلك لذا فان فكرة إنشاء مؤسسة يقدم فيها او تعمل لمساعدة البنوك الجزائرية في تقديم مثل هذه الخدمات كما هو موضح في كالاتي:

1. تعريف مؤسسة الجزائر لخدمات الصيرفة الإلكترونية:

نشأة في جانفي 2004 عن طريق اتفاق شراكة بين المجموعة الفرنسية DIAGRAM EDI المتخصصة في مجال البرمجيات المتعلقة بالصيرفة الإلكترونية وامن تبادل البيانات المالية، تقدم خدمات هذه المؤسسة في مجال البنوك عن بعد وتسيير

امن تبادل البيانات المالية لجميع البنوك والمؤسسات المالية باختلاف أصناف عملائها، في بدايتها ركزت على عمليات تطوير وتدعيم موجهة جهودها بصفة رئيسية نحو عصنة الخدمات البنكية وأنظمة الدفع الإلكتروني¹.

❖ خدمات "الجزائر لخدمات الصيرفة الإلكترونية" AEBS:

نشأت هذه المؤسسة من اجل تلبية حاجات المؤسسات المالية باقتراح برمجيات متعددة من خلال:

- العمل على اقتراح حلول من جهة المصارف عن بعد
- من جهة أخرى تبسيطا وتأمين المبادلات الالكترونية متعددة الخدمات وتوجد خدمات مقدمة على نفس الدرجة من التطور التكنولوجي وتنقسم إلى قسمين:
- صنف خاص بالبنك DIAGRAM . E-BANKING
- صنف التبادل الإلكتروني للبيانات EDI، متعدد الواجهات والأقسام DIAGRAM .E-FILES

➤ أهداف المؤسسة AEBS :

تهدف مؤسسة الجزائر لخدمات الصيرفة الإلكترونية من أهمها اعتماد العديد من المصارف الجزائرية على AEBS في تقديم الخدمات عبر الانترنت من خلال أمضاء عقد مع القرص الشعبي الجزائري في جويلية 2005 لتزويدها بخدمات DIAGRAM EDI، كما تم عقد إمضاء مع بنك BNP PARIBAS الجزائر في 21 نوفمبر 2005 من خلال تزويده بخدمات DIAGRAM.E-BANKING، غير أن هذه الخدمات المقدمة تعد بسيطة وقليلة تحتاج لتنوع من اجل تحقيق التنافس من جهة والتوسيع في قاعدة هذه الخدمات من جهة أخرى من خلال تطوير النظام المصرفي والمالي محاولة للحاق بمواكبة الدول الأخرى التي قطعت أشواط كبيرة لهذا المجال².

❖ عراقيل الصيرفة الإلكترونية في الجزائر و الحلول المقترحة :

تتمثل اهم العراقيل الصيرفة الإلكترونية في الجزائر فيما يلي:

- انخفاض ثقة العملاء في النظام الحديث لتكنولوجيا الاتصال والإعلام الآلي.
- قلة الوعي لإطارات البنوك والزيائن لمزايا البنوك الإلكترونية.
- نقص الاعتمادية و الأمان والمعايير والبروتوكولات وتغيير أدوات تطوير البرمجيات باستمرار وبسرعة³.
- عدم توفير تشريعات قانونية لتنظيم آلية العمل المصرفي الإلكتروني.
- عدم الاستفادة من الخبراء وإطارات مجال التقنيات المصرفية الحديثة او لقللة تواجدهم.
- عدم توفر الحماية الكافية لتأمين السلامة نقل المعلومات والتحويلات المالية.
- وجود مخاطر مرتبطة بالخدمات المصرفية الإلكترونية.

¹ - شيروف فضيلة، أثر التسويق الإلكتروني على جودة الخدمات المصرفية، دراسة حالة بعض البنوك في الجزائر، مذكرة تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في التسويق قسم العلوم التجارية جامعة منتوري قسنطينة، 2010/2009 : ص 153.

² - شيروف فضيلة، مرجع سابق: ص 154.

³ - جيا محمد حسن، اسماعيل محمد بشير، مرجع سابق: ص 133.

1. الحلول وسبل تطبيق الإلكترونية في الجزائر:

تبنت المنظومة المصرفية للبنوك الجزائرية من اجل مسايرة التطورات الحديثة تتمثل فيما يلي¹:

- العمل على تكوين إطارات متخصصة في ميدان تكنولوجيا المعلومات
- تحسيس المستهلك الجزائري بمميزات البنك الإلكتروني من خلال إشهار لأيام دراسية في هذا المجال وغيرها.
- العمل على تطوير النظام البنكي يتعلق خصوصا بتحويل رؤوس الأموال الافتراضي وضد كل تجاوز محتمل.
- العمل على خلق شبكات الانترنت بين البنوك لتسهيل التحويل.
- العمل على تأمين كل الخدمات والتحويلات الإلكترونية ضد كل من أعمال القرصنة.

المبحث الثاني: فعالية الصيرفة الإلكترونية في تحسين لجودة الخدمات المصرفية

من خلال هذا المبحث تم تقسيمه إلى ثلاث مطالب، المطلب الأول خصص لمدخل الخدمات المصرفية، أما المطلب الثاني يتناول آليات تحسين جودة الخدمات المصرفية، المطلب الثالث تقسيمات جودة الخدمات المصرفية

المطلب الأول: مدخل عام للخدمات المصرفية

أصبح التميز والارتقاء في الخدمة كأساس تبرز فيه البنوك والمؤسسات المالية عن المنافسة، تزداد أهمية جودة الخدمة المقدمة للعملاء، الذي يتم من خلاله مقارنة بنك بآخر لأن جميع البنوك تقريباً تقدم جميع الجوانب من الخدمات المصرفية المقدمة من قبل العملاء متشابهة وأصبح مستوى جودة أداء الخدمة المصرفية من الأسلحة التنافسية لضمان استمرارية وتطوير المؤسسات بشكل عام والبنوك بشكل خاص تتسم بالكفاءة والسرعة في الأداء.

الفرع الأول: ماهية جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية

قبل التطرق إلى مفهوم الخدمة المصرفية، نتطرق لمفاهيم الجودة و الخدمة بصفة عامه لنجد أن الكثير ممن دخلوا مجال الإدارة قدموا العديد من التعاريف أهمها:

I. مفهوم الجودة :

1. تعريف الأول: تعرف الجودة هي كلمة لاتينية **Quality** و التي تعني طبيعة الشخص أو طبيعة الشيء و درجة صلابته و كانت تعني قديما الدقة و الإتقان.²

2. تعريف الثاني: تعتبر الجودة إحدى أهم الأسبقيات التنافسية التي تستخدمها المؤسسات لجذب العملاء مع تحقيق تنافس في مجال المصرفي واتجه الاهتمام إلى جعلها مسؤولية مختلف الأفراد في المؤسسة مع كافة العاملين بها. كما تعرف على أنها نشاط اقتصادي يخلق قيمة ويمنح فوائد للمستهلكين في وقت ومكان معينين لإحداث تغيير مرغوب بالاستفادة من تجربة الخدمة³، ويعرفها "Ishikawa"، الجودة بأنها تطوير تصميم المنتج بطريقة اقتصادية وأكثر فائدة وترضي الزبون دائما⁴، بينما عرفها الباحث (Evens) بأنها تلبية و إشباع توقعات المستفيد (الزبون) أو تقديم ما يفوق

¹ - نبيلة صحراوي، وآخر، مرجع سابق: ص46.

² - الدراكة مأمون، الشلبي طارق، الجودة في المنظمات الحديثة، دار الصفاء للنشر و التوزيع، الطبعة الأولى عمان، الأردن، 2002: ص15

³ - نايلي الهام، أثر جودة الخدمات المصرفية على تحقيق الميزة التنافسية للبنوك التجارية الجزائرية، دراسة حالة بنوك قسنطينة، اطروحة تدخل ضمن شهادة الدكتوراه في العلوم الاقتصادية تخصص تسويق، 2015/2016 : ص20.

⁴ - Seddiki Abdellah, **Management de la qualité**, OPU, 2004, Algérie: P 24

هذه التوقعات ¹.

و عرفها خبراء الجودة الآخرين مثل: ²

▪ **W. EDEMING** الجودة هي درجة الرضا.

▪ **P. BCROSBY** إنها مطابقة للمواصفات.

▪ **K. ISHIKAWA** الجودة هي القدرة على إرضاء العميل.

من التعريفات، يمكننا أن نستنتج أن مفهوم "الجودة" يعني قدرة المنتج، بالمعنى العام للسلعة أو الخدمة المادية، على الإشباع العملاء، والأمر متروك لهم لتقرير ما إذا كانت جودة المنتجات بالنسبة لهم هي حاضر أم لا.

2. تطور مفهوم الجودة:

لقد مر مفهوم الجودة بعدة مراحل من التطوير، وهو فقط منذ بداية القرن العشرين أخذ هذا المفهوم منعطفاً آخر حيث كان موضوع العديد من الأعمال والبحوث، التي بدأتها الولايات المتحدة الأمريكية، تليها اليابان و تنتهي بظهور معايير **ISO** الدولية.

II. مفهوم جودة الخدمات المصرفية:

التعريف الأول: هي التركيز على التقاء الاحتياجات والمتطلبات وتوضيح لكيفية تسليمها بشكل جيد بناء على توقعات الزبائن وجودة الخدمة المدركة، هي الاتجاه الذي يحدده وجهة نظر الزبون العالمي تجاه الخدمة و وجهة النظر هي ناتجة عن مقارنة توقعات زبائن الخدمة مع أدراكهم عن الأداء الفعلي للخدمة. ³

التعريف الثاني: عرفت الخدمة على أنها نشاط يقدم و يوفر الفوائد للزبائن في المكان والوقت المناسبين، فهي نشاط اقتصادي يعمل على خلق القيمة الاقتصادية وفي نفس الوقت جلب المنفعة للمستهلكين في المكان والزمان الذي يناسب طالب المنفعة او الخدمة. ⁴

التعريف الثالث: كما عرفت الجمعية الأمريكية "هي عبارة عن أنشطة او منافع التي تتعرض للبيع او تقدم مرتبط مع السلع المباعة" ⁵.

¹ -وسن شاكر مجيد، محمد عواد الزيادات، إدارة الجودة الشاملة تطبيقات في الصناعة والتعميم، الطبعة 1، دار صفاء لمنشر والتوزيع عمان-الأردن، 2007 : ص1.

² -DJEDJIG Meriem, DRISSI Zohra, Leprocessus d'écoute client dans le cadre du management de la qualité, En vue de l'obtention du diplôme de master en Sciences de Gestion, Option Management, UNIVERSITE ABDERRAHMANE MIRA DE BEJAIA ,2020 :P 5

³ -رعد حسن الصرن، عولمة جودة الخدمة المصرفية، دار التواصل العربي للنشر والتوزيع، دمشق 2007، ص198.

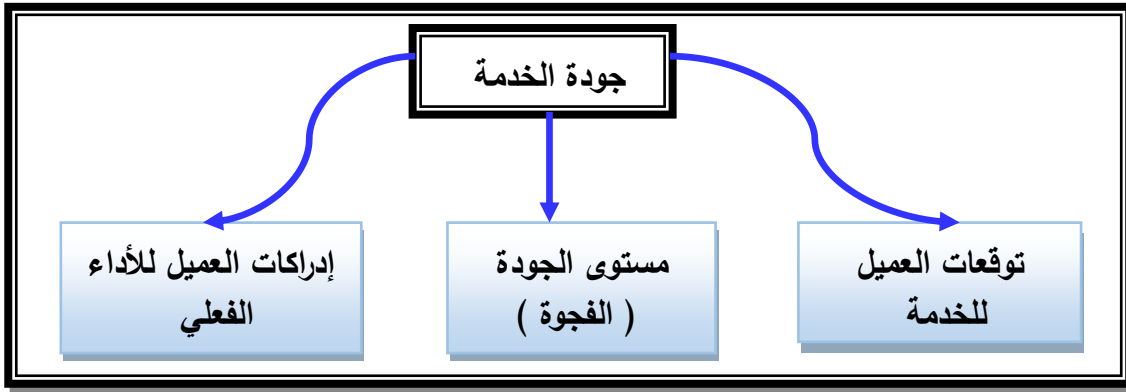
⁴ -هديب خالد هديب رضوان، دور جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية في تحسين الأداء المؤسسي، دراسة حالة البنك الاسلامي العربي، مذكرة تخرج تدخل ضمن شهادة الماجستير في القيادة والإدارة والتمويل بجامعة الاقصى بغزة فلسطين، 2020: ص47.

⁵ -غدير جنود، أثر جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية على ولاء العملاء في المصارف، دراسة مقارنة بين المصارف الخاصة والمصارف العامة في الساحل السوري، مذكرة تخرج تدخل ضمن متطلبات شهادة الماجستير في إدارة الأعمال كلية الاقتصاد جامعة طرطوس، سوريا، 2020/2019 : ص24.

التعريف الرابع: ويرى تعبير الخدمة المصرفية لمفهومين، المفهوم الأول تسويقي Marketing فهو مصدر إشباع احتياجات ورغبات الزبائن، المفهوم الثاني منفعي Beneficial يتمثل في مجموعة لمنافع يسعى الزبون في تحقيقها من خلال استخدامه للخدمة المصرفية، يتفق المفهومان في البعد إلا وهو جودة الخدمة ويكمن أهمية البعد باعتبار أن الزبون هو النقطة المركزية في الجهود المصرفية والخدمات المصرفية تهدف لتقديم إشباع احتياجاته ورغباته.¹

من هنا يمكننا استخلاص تعريف شامل للخدمة على أنها أداة أو إجراء يتم بين مقدم الخدمة و بين متلقي الخدمة و ينتج عن هذه العملية مخرجات تتمثل في تلبية و إرضاء حاجات الزبون أو العميل، اذن فالخدمة هي نشاط أو أداة غير ملموسة تحدث من خلال عملية تفاعل تهدف لتلبية توقعات العملاء و إرضاءهم و قد تكون هذه العملية مقترنة بمنتج مادي ملموس لمن إنتاجها هو أساس غير ملموس، و عند الاستفادة منها ليس بضرورة ينتج عنها نقل للملكية.²

الشكل رقم (4-1): يوضح جودة الخدمة



المصدر: قاسم نايف علوان المحيوي، إدارة جودة في الخدمات (مفاهيم وعمليات و تطبيقات)، الطبعة 1، دار الشروق للنشر و لتوزيع، عمان، 2006، ص 90.

و يمكن التعبير عن ذلك رياضياً كالتالي:

$$\text{جودة الخدمة} = \text{إدارة العميل الفعلي} - \text{توقعات العميل لمستوى الأداء}$$

¹ - لعراف فائزة، وآخر، تقييم جودة الخدمة البنكية المقدمة من منظور الزبائن، دراسة حالة بنك BADR وكالة المسيلة، مجلة العلوم الاقتصادية والتسيير والعلوم التجارية، العدد 2014/12: ص 17.

² - رعد حسن الصرن، مرجع سابق: ص 27.

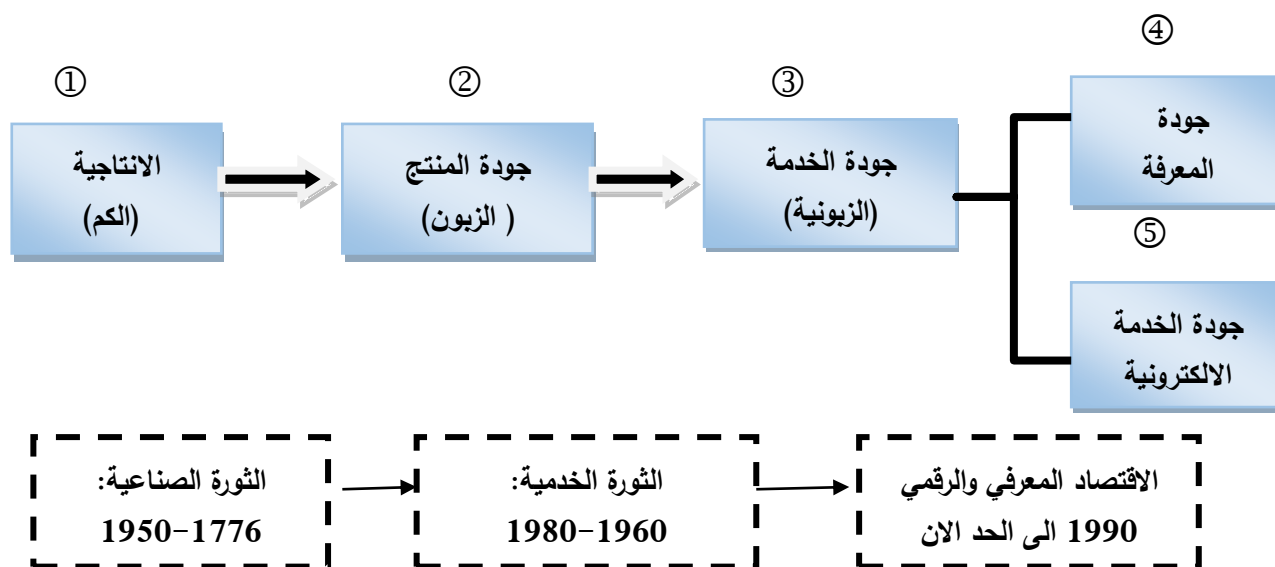
III. مفهوم جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية

تعريف الأول: هي كافة العمليات المصرفية بطرق مبتكرة من خلال شبكة الانترنت سواء تعلق الأمر بالخدمات المصرفية التقليدية أم الحديثة وتقتصر صلاحية الدخول لهذه الخدمات على المشاركين فيها فقط وفق شروط الإثبات الذي يحدد من طرف البنك وفي ظل هذا النمط لن يكون العميل مضطرا للقدوم للبنك.¹

تعريف ثاني: هي التقييم العام للعملاء بمدى امتياز الخدمة المقدمة عبر القنوات الإلكترونية مثل شبكة الانترنت، جهاز الصراف الآلي، الصيرفة الهاتفية.²

كما يرى إن الجودة الإلكترونية هي الشكل الأخير والأرقى لتطور مجالات واهتمامات سياسات والجهود في تحسين الجودة ويوضح الشكل الأتي اتجاهين متداخلين، اتجاه تطور المعلومات والمعرفة، واتجاه جودة الخدمات الإلكترونية.

شكل رقم (5-I): يوضح تطور نحو جودة المعرفة وجودة الخدمات الإلكترونية



المصدر: صلاح الدين مفتاح سعد الباهي، أثر جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية على رضا الزبائن، ص 32.

الفرع الثاني: أهمية جودة الخدمات المصرفية:

يمكن القول بأن جودة الخدمات المصرفية هي أساس نجاح البنك واستقراره، ويمكن تلخيص أهمية الجودة على النحو التالي³:

¹ - صلاح دين مفتاح، وأخر، أثر جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية على رضا الزبائن، دراسة ميدانية على البنك الإسلامي الأردني في عمان، مذكرة تخرج تدخل ضمن شهادة الماجستير، قسم إدارة الأعمال جامعة الشرق الأوسط الأردن، 2016، ص 9.

² - ابي محمود، وأخر، جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية وأثرها في رضا العميل، دراسة مقارنة بين فروع المصارف العامة والخاصة في مدينة حماة، مجلة جامعة البحث للبعث للعلوم الانسانية 2016/38، ص 5.

³ - مأمون سليمان الدرادكة، إدارة الجودة الشاملة و خدمة العملاء، دار الصفاء، عمان، 2005: ص 164.

- 1) نمو مجال الخدمة: تزايد عدد المنظمات التجارية التي تقدم الخدمات أكثر من أي وقت مضى، فعلى سبيل المثال نصف شركات الأعمال التجارية الأمريكية يتعلق نشاطها بالخدمات.
- 2) ازدياد المنافسة: من المعلوم أن بقاء الشركات و المشاريع و تطورها و نجاحها يعتمد في حصولها على القدر الكافي من المنافسة، لدى عندما تكون جودة الخدمة البنكية جيدة فإن هذه المشاريع و الخدمات تحصل على مزايا تنافسية .
- 3) الفهم الأكبر للعملاء: يفضل العملاء التعامل معهم بشكل جيد بدلا من تقديم منتجات ذات جودة عالية و سعر معقول أو منخفض دون توفر المعاملة الجيدة للزبون .
- 4) المدلول الاقتصادي لجودة خدمة العميل : أصبحت الشركات اليوم تحرص على الحفاظ على عملائها من خلال الاستمرار في التعامل معهم و توسيع قاعدة عملائها بجذب عملاء و زبائن جدد، من هنا تظهر أهمية جودة خدمة العملاء من أجل ضمان ذلك .

الفرع الثالث: خصائص الخدمات المصرفية:

تميز هذه الخدمات بعدة خصائص يمكن أجازها كمايلي¹:

- اللاملموسية: تعني أن الخدمات المصرفية ليس لها وجود أي ليست شيء مادي ولا يمكن إدراكها بالحواس.
- تكاملية الإنتاج والتوزيع (التلازمية): بمعنى إن الخدمة المصرفية تنتج وتستهلك في آن واحد.
- نظام تسويقي ذو توجه شخصي: فهي تعتمد على التسويق الشخصي بصفة أساسية وبدرجة كبيرة، وتعتمد في تقديمها على الاتصال الشخصي بين مقدم الخدمة ومستقبلها.
- صعوبة التمييز في الخدمة المصرفية: تكاد تتشابه وتطابق الخدمات المصرفية فان اختيار العميل للمصرف يكون لمؤشرات مثل الموقع السمعة، الجودة الخدمة، السرعة والدقة، والكفاءة، ولباقة الموظفين.
- الانتشار الجغرافي: إن تحقيق الأهداف المنشودة لا بد من الوصول للعملاء في مكان تواجدهم.
- اتساع نطاق الخدمات المصرفية: يتعين على المصرف تقديم مختلف المنتجات المصرفية الواسعة التي تلي رغبات واحتياجات التمويل والائتمانية للعملاء.
- التوازن بين النمو والمخاطر: إن بيع منتجات مالية يترجم بشراء بالخطر لذا على البنك العمل على إيجاد توازن بين التوسع في نشاطاته والحذر من المخاطر.²

¹ - بلمهدي يوسف، وآخر، الخدمات المصرفية الإلكترونية في البنوك التجارية، دراسة تقييمية للخدمات المصرفية الإلكترونية لدى بنك **BEA**، المجلة الجزائرية للاداء الاقتصادي، العدد 3/2018: ص ص 21-22 .

² - نايلي الهام، أثر جودة الخدمات المصرفية على تحقيق الميزة التنافسية للبنوك التجارية الجزائرية، دراسة حالة بنوك ولاية قسنطينة، اطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في العلوم الاقتصادية تخصص تسويق جامعة العبي بن مهدي ام البواقي، 2016/2015: ص 30.

▪ **صعوبة تقييم الخدمات المصرفية:** تعتبر هذه الخدمات غير ملموسة وعليه يصعب لمس الخصائص المادية والمنفعية لها وعدم قدرة البنك لتقديم عرض ملموس للخدمة المصرفية بحيث الزبون لا يستطيع تقييم شرائه لها وبالتالي يؤثر على برامج الترويج والتوزيع لها.

بالإضافة انه توجد خصائص أخرى للخدمة المصرفية نذكر منها:¹

- عادة ما تكون مشروطة بقوانين بنكية و جبائية .
- يتم مشاركة العميل في إنتاج الخدمات المصرفية .
- تعتبر منتجا بالنسبة للبنك أما بالنسبة للعميل فهي خدمة.

المطلب الثاني: آليات تحسين جودة الخدمات المصرفية

الفرع الأول: دورة حياة الخدمة المصرفية

تمر الخدمة المصرفية بعدة مراحل، ترتبط هذه المراحل بحجم مبيعات الخدمة او الإيراح المحققة الناتجة عنها تتمثل في:

1. **مرحلة التقديم:** الطلب على الخدمات المصرفية في هذه المرحلة ضعيف لأنها جديدة، أول مرة يتم طرحها في السوق، لا يفهمها الأفراد، وعادة ما تستغرق وقتاً طويلاً، والاختيار الصحيح في هذه المرحلة هو بعد استراتيجي في نجاح واستمرارية الخدمات المصرفية، لذلك فإن الهدف التسويقي هو بشكل أساسي حث المستهلكين المحتملين على تجربة خدمات جديدة، إضافة إلى الجهود الترويجية المتمثلة في الإعلان وحوافز المبيعات والاتصالات الشخصية والمنشورات، تؤثر الإدارة على المستهلكين من خلال عناصر أخرى من المزيج التسويقي، وربما أيضاً يحفز عامل السعر المستهلكين على شراء الخدمات، وكل هذه القرارات مصممة لدفع المنتج بسرعة إلى مرحلة النمو.²
2. **مرحلة النمو:** من أهم مراحل دورة حياة الخدمة المصرفية إذ يطلق عليها مرحلة جني الأرباح من مميزات زيادة حجم التعامل بها و مقدار الأرباح المحققة مما يؤدي بالبنوك لزيادة درجة التنوع في تشكيلة الخدمات لتستمر هذه المرحلة مادام حجم التعامل لم يصل لأعلى مستوياته الموضوعية من طرف إدارة البنك و كذا عائد الخدمة لم يصل للمستوى المرغوب فيه ما يؤكد أنها لا تزال في مرحلة النمو.
3. **مرحلة النضج:** تتميز هذه المرحلة بارتفاع حجم الأعمال والأرباح الناتجة عنها، وزيادة المنافسة بين البنوك، يكون نتيجة التنافس انخفاض ارباح معظم المصارف الضعيفة وفي هذه المرحلة لا يرى العملاء اية فروقات بين ما تعرض المصارف المختلفة للخدمة فيصبح المجال مفتوحا لتحسين الخدمة وتطويرها.
4. **مرحلة التدهور والانحدار:** تعتبر المرحلة الأخيرة فيقل الطلب على الخدمة و ذلك لعدة أسباب فقد تكون الخدمة أصبحت لا تلبى حاجيات و رغبات الأفراد أو ظهور خدمات مصرفية جديدة ذات منافع أكثر انسجاما مع طلبات و حاجات و رغبات الأفراد مما يدفع البنك لتعديل الخدمة أو حذفها.

¹ - ربحي كريمة، تسويق الخدمات المصرفية، مداخلة مقدمة لملتقى المنظومة المصرفية الجزائرية التحولات الاقتصادية (الواقع والتحديات)، جامعة البليدة بدون تاريخ : ص 397.

² - بومعالي امينة، وآخر، أثر تطوير الخدمات المصرفية على تحسين الصورة المهنية للبنك من وجهة نظر العملاء، دراسة حالة بنك CPA وكالة ميلية، مذكرة تخرج تدخل ضمن شهادة الماستر في العلوم الاقتصادية تخصص اقتصاد نقدي وبنكي، المركز الجامعي عبد الحفيظ بوصوف ميلية، 2021/2020 : ص ص 9-10.

❖ العوامل المؤثرة في دورة حياة الخدمة المصرفية: توجد مجموعة من العوامل المؤثرة على سلوك الخدمات المصرفية و على دورة حياتها يمكن تصنيفه كالتالي:

1. عوامل تتعلق بالخدمة المصرفية: و تتمثل في:

- درجة التحديث في الخدمة المصرفية .
- توافق الخدمة المصرفية المقدمة مع قيم و عادات و تقاليد المجتمع .
- مدى إمكانية التعرف و الاقتناع على مزايا و تكاليف الخدمة المصرفية قبل التعامل.
- مستوى جودة الخدمة المقدمة للسوق و نوعيتها التي يقرها المصرف.

2. عوامل تتعلق بالبنك: و تتمثل بمايلي:

- طبيعة المنافسة في السوق المصرفي .
- مستوى الفن التكنولوجي المستخدم .
- الظروف الاقتصادية المحلية و الدولية.
- طبيعة هيكل السوق المصرفي، إن تحليل دورة الخدمة المصرفية يسعى المصرف على اتخاذ قرارات تعزز من فرص وجود الخدمة و إقناع الزبائن بما رغم التحديات و الصعوبات التي تواجهها، رغم ذلك فهي تنطلق ثم تتطور ثم تنتهي.

الفرع الثاني: معايير وإبعاد جودة الخدمة المصرفية

تختلف آراء الباحثين في عدة معايير أساسية واهم الأبعاد التي توصل لها الباحثين والتي تم استخدامها في الجانب التطبيقي من الدراسة وهي¹:

❖ معايير جودة الخدمات المصرفية:

1. الجودة المادية: تتعلق بالبيئة المحيطة للبنك في تقديم الخدمة.
2. جودة المنظمة (البنك): تتعلق صورة البنك والانطباع العام عنه من قبل العملاء.
3. الجودة الفاعلية: يتعلق بمستوى العلاقة ودرجة التفاعل بين العميل ومقدم الخدمة.

كما يرى بعض الباحثين جانبين لجودة الخدمات المصرفية تتمثل في:

1. جودة العمليات: يتعلق في حكم العميل في تقديم الخدمة.
2. جودة المخرجات: يمثل الحكم العميل بعد الأداء الفعلي في تقديم الخدمة.

❖ أبعاد جودة الخدمات المصرفية:

تعد دراسة Zeithaml and Berry Parasuraman سنة 1985 من أكثر الدراسات شمولاً وعمقاً في تحديد أبعاد جودة الخدمات المصرفية ففي بداية الأمر تم تحديد عشرة أبعاد تمثلت في النواحي المادية الملموسة، الاعتمادية، الاستجابة، الاتصال، المصادقية، الأمان، الجدارة، والتعاطف، تفهم احتياجات العملاء وسهولة التعامل، وفي مرحلة أخرى تمكنا سنة 1888

¹ -هاجر محمد الملك، وآخر، جودة الخدمات المصرفية وأثرها على رضا العميل، دراسة ميدانية على بنك الصادات، مجلة العلوم الاقتصادية، العدد 2016 /17 : ص 56.

من دمج الأبعاد العشرة السابقة وتقليصها إلى خمسة أبعاد فقط وهي:¹

1. الملموسية **Tangibilité**: مثل الواجهة الخارجية لتسهيلات المادية، مظهر العاملين والآلات والمعدات والأفراد... الخ.
2. الاعتمادية **Reliability**: تمثل في تقديم الخدمة في الوقت المناسب وبدقة عالية من دون أخطاء ومدى التزامات البنك ووفاءه اتجاه لزيون.
3. الاستجابة **Rosponsiveness**: الاستجابة لطلبات الزبائن وشكاويهم والعمل على حلها.
4. الأمان **Assurance**: هو الاطمئنان القبلي في عدم وجود خطر للخدمة أو شك أو خطأ.
5. التعاطف **Empathie**: كسهولة وصول البنك لزيائته وتفهم احتياجاتهم وإبداء روح الصداقة وإشعاره بأهميته من طرف البنك.

الفرع الثالث: مستويات جودة الخدمة المصرفية الإلكترونية

تشمل خمسة مستويات للجودة المصرفية تمثلت في:²

- الجودة التي يتوقعها العملاء: ملزم توفرها فلخدمة المصرفية.
- الجودة المدركة: وهي تعبر أن إدارة البنك تدار لتلبية احتياجات وتوقعات العملاء، وبالتالي يتم تقديم الخدمات المصرفية وفقاً لما أعتبره هو المعيار لتلبية مستوى العملاء.
- الجودة القياسية: تحدد وفق المواصفات النوعية للخدمة المصرفية.
- الجودة الفعلية: يشير إلى أداء موظفي البنك في تقديم جودة الخدمة وفقاً لمعاييرهم المعمول بها، اعتماداً على مستوى مهارة الموظف والتدريب الجيد.
- الجودة المرجحة: تقديم معلومات عن الخدمات المصرفية وخصائصها وما يعد البنك بتقديمه من خلال البطاقات الترويجية التالية الدعاية والترويج الشخصي والمنشورات.

المطلب الثالث: تقسيمات جودة الخدمات المصرفية

نتطرق في هذا المطلب لأهم نماذج قياس الجودة والهدف منها وعلاقة الجودة بالخدمة المصرفية

الفرع الأول: نماذج قياس جودة الخدمة المصرفية

1. نموذج الاتجاه: و يعرف باسم Servperf ظهر خلال سنة 1992 نتيجة للدراسات التي قام بها كل من "Taylor et cronin"، تعرف الجودة في إطار هذا النموذج مفهوماً اتجاهياً يرتبط بإدراك العميل للأداء الفعلي للخدمة المقدمة، كما يعرف أيضاً على أنه تقييم الأداء على أساس مجموعة من الأبعاد المرتبطة بالخدمة المقدمة.¹

¹ - شراف عقون، تقييم جودة الخدمات المصرفية من جهة نظر الزبون، دراسة حالة بنك BNA ولاية قسنطينة، مجلة العلوم الإنسانية، مجلد أ، العدد 42 ديسمبر 2014 : ص 207.

² - بزخامي سليمة، أثر التسويق الإلكتروني على جودة الخدمات المصرفية، دراسة حالة بنك BADR وكالة سيدي لخضر مستغانم، مذكرة تخرج تدخل ضمن نيل شهادة الماستر في العلوم التجارية تخصص تسويق، جامعة عبد الحميد ابن باديس مستغانم، 2015/2014 : ص 19.

يعتمد النموذج بشكل أساسي على حقيقة أن جودة الخدمة المصرفية تمثل مفهومًا توجيهيًا متعلقًا بالرضا، ولكنها ليست مرادفًا للرضا، حيث إنها مرتبطة بتصورات العملاء عن الأداء الفعلي للخدمات المصرفية المقدمة، يرجع التناقض بين الخدمة ورضا العملاء إلى جودة الخدمات المصرفية التي يصنفها العملاء، تعتمد مواقفهم تجاه الخدمات المقدمة لهم على الخبرة السابقة، وبالتالي فإن نموذج الموقف سوف يعتمد على الرضا الذي يتحقق من خلال التعامل مع منظمة الخدمة، تؤكد نتائج العديد من الدراسات كفاءة استخدام الأداء الفعلي للخدمات المصرفية التي يراها العملاء كمقياس جودة الخدمة المصرفية، كما يتميز هذا المقياس بارتفاع درجة من المصدقية والواقعية لأنه يستبعد عمليات الطرح بين توقعات العميل وإدراكه لمستوى جودة الخدمة².

و عليه نستنتج أن نموذج الاتجاه كأسلوب لتقييم جودة الخدمة يتضمن ما يلي:

- أن الأداء الحالي للخدمة يحدد بشكل كبير تقييم العمل لجودة الخدمة المقدمة فعلياً من المؤسسة الخدمية .
- ارتباط الرضا بتقييم العميل لجودة الخدمة أساسه الخبرة السابقة في التعامل مع المؤسسة، أي أن التقييم عملية تراكمية طويلة الأجل نسبياً.
- تعتبر المؤشرات المحددة لمستوى الجودة (الاعتمادية، الاستجابة، التعاطف، الأمان، الملموسية) ركيزة أساسية لتقييم مستوى الخدمة وفق نموذج SERVPERE³.

2. مقياس نظرية الفجوة The Gap Approach:

يسمى نموذج الفجوة **Servqual**، اعتبر من أهم المرتكزات التي أسندت إليها جهود قياس جودة الخدمة، في تفسير العمليات التي يقوم من خلالها الزبائن وتقييم جودة الخدمة والحكم عليها، يحدد مستوى جودة الخدمة بالفرق بين الخدمة الفعلية أو المدركة (الأداء الفعلي) والخدمة المتوقعة من الزبائن، وقد توصل من قبل الباحثين **Zeithmal, and berry, Parasurman** خلال سنة 1988 نقطة تحول كبيرة في أدبيات ودراسات جودة الخدمة، إن مقياس الفجوات **servquelscale** بني على شكل استبيان يغطي خمسة أبعاد لجودة الخدمة تتكوم من مجموعتين تتضمن كل منها 22 عبارة فتهدف لمجموعة الأولى لتحديد ادراكات الزبائن أما الثانية فتهدف لتحديد توقعاتهم، فإذا كانت ادراكات الزبائن لجودة الخدمة أكبر من توقعاتهم سوف يكون مستوى الجودة مرتفع والعكس صحيح ويمكن التعبير عنه بالمعادلة التالية⁴.

$$\text{جودة الخدمة} = \text{التوقعات} - \text{الأداء}$$

¹ - صليحة رقاد، تقييم جودة الخدمة من وجهة نظر الزبون، دراسة حالة مؤسسة البريد والمواصلات، مذكرة تدخل ضمن شهادة الماجستير في العلوم التجارية، إدارة الأعمال، جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2007/2008: ص ص 43-45.

² - عطاوي الهام، جودة الخدمات المصرفية وأثرها على أداء البنوك، دراسة ميدانية، أطروحة تدخل ضمن شهادة الدكتوراه في العلوم الاقتصادية تخصص مالية، جامعة الجلالى اليابس سيدي بلعباس، 2014/2015: ص 60.

³ - ناجي معلا، قياس جودة الخدمات المصرفية، مجلة العلوم الإدارية، المجلد 25، عدد 02، جوان 1998: ص 362.

⁴ - شراف عقون، مرجع سابق: ص 208.

و حسب ما حدده النموذج، فإنه يظهر خمس مصادر للفجوات التي يمكن أن تؤدي إلى القصور في تحقيق جودة الخدمة كما هو موضح في الشكل رقم: (6-I) وهي كالتالي:

أ. **الفجوة الأولى**: تنتج عن الاختلاف بين توقعات الزبون و تصورات المؤسسة الخدمية، كون هذه الأخيرة قد تعتقد أو تفكر على أنها تعرف ما يتوقعه الزبائن و يرغبون الحصول عليه.

ب. **الفجوة الثانية**: هي الفجوة بين تصور المؤسسة و مواصفات جودة الخدمة، فالمؤسسة قد لا تضع مواصفات الجودة أو قد تضع مواصفات غير واضحة، و في حالات أخرى قد تضع مواصفات جودة واضحة و لكنها غير قابلة للتحقيق.

ت. **الفجوة الثالثة**: هي الفجوة بين مواصفات المحددة للجودة و الأداء الفعلي لها، فهناك العديد من العوامل التي تؤثر على أداء الخدمة في الواقع العملي كان يكون مستوى المهارة والكفاءة القائمين على أداء الخدمة غير مناسب¹.

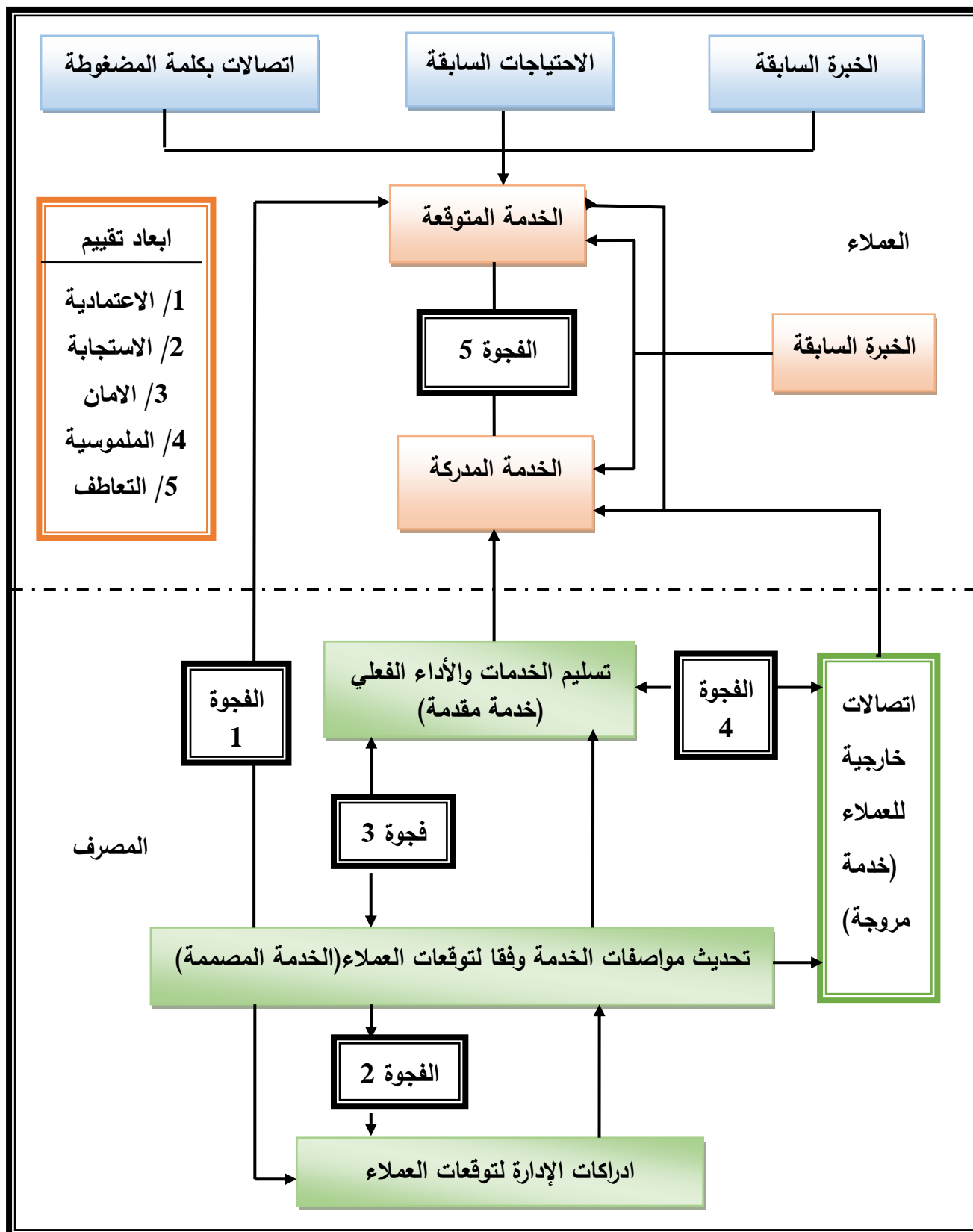
ث. **الفجوة الرابعة**: هي فجوة بين أداء الخدمة المروجة والخدمة المقدمة أي الاتصال بالسوق.

ج. **الفجوة الخامسة**: تتعلق بالفجوة بين الخدمة المتصورة فعلا أي المؤدات والخدمة المتوقعة.

فسرت أن الفجوات الأربع الأولى هي السبب الرئيسي للفجوة الخامسة، والتي تتجلى في الاختلاف بين جودة الخدمة الفعلية والمتصورة للعميل وتوقعه لجودة الخدمة، وأشار الباحثون في هذا المجال إن مقياس **SERVQUAL** يعتبر نقطة بداية وليست نهاية لتقييم وقياس جودة الخدمات، قد بعثت الدراسة التي قام بها **Taylor and cronin** يشكك في نماذج الفجوات ويخلص بحثهم إلى أن جودة الخدمة يجب أن تقاس بالاتجاهات فقط.

¹ - عطاوي الهام ، مرجع سابق: ص 57.

شكل رقم (I-6) : نموذج الفجوة (SERVQUAL)



Source : A.parasurman, zeithanl et leanard, 1985, P44 .

المصدر : من إعداد طالبتين بالاعتماد على المصادر السابقة- منقول عن شيروف فضيلة، أثر التسويق الإلكتروني على جودة الخدمات المصرفية، ص34.

الفرع الثاني: علاقة جودة الخدمة المصرفية بكل من القيمة والرضا والولاء:

تشير القيمة إلى مقارنة الفوائد التي تم الحصول عليها من خلال تقدير العميل لعلاقته مع البنك بالجهد والتكلفة التي يدفعها للحصول على الخدمة ، مما يعني أن القيمة التي يدركها العميل تحددها العلاقة بين مقياس السعر ومقياس المنفعة، أما بالنسبة لرضا العميل، فيشير إلى مقارنة أدائه المتصور للخدمة مع توقعاته، أي درجة سعادته أو خيبة أمله بالخدمة، أي أن الرضا هي إدراك العميل للحالة النفسية عالية المستوى المدى تلبية البنك احتياجاته ورغباته، بينما يشير ولاء العميل إلى أنه يفضل طلب خدمات بنك معين بدلاً من بنك آخر، أي استمرار تردد العميل بشأن هذا البنك وتكراره عملية شراء لخدماته المقدمة¹.

كما أظهرت العديد من الدراسات أن الخدمات عالية الجودة في جميع جوانب إبعادها هي هدف العملاء الذين يتعاملون مع البنك، مما سيزيد من القيمة المدركة للعملاء، وبالتالي تحقيق مستوى عالٍ من الرضا، الأمر الذي يؤدي إلى توثيق ولائهم للمصرف، والعكس صحيح وبالتالي هناك علاقة طردية بين جودة الخدمات المصرفية وقيمة ورضا وولاء العملاء حيث لا يمكن التحدث عن مستوى معين من جودة الخدمات المصرفية التي يقدمها البنك ما لم تثر مواقف واتجاهات وسلوكيات لدى الزبائن الحاليين أو المرتقبين.

❖ **رضا العملاء:** يعد العميل مهم في خدمات التسويق والأهم في السلع المادية لأن علاقته بالنمو والأرباح أقوى في الخدمات منه في السلع المادية، مفهوم كل منهما هو أن رضا العملاء هو نفسه جودة الخدمة، وبعض الباحثين يرونه بشكل مختلف على طبيعة العلاقة وفي نوعها.

❖ **أهمية قياس رضا العميل:**

تبرز أهمية قياس رضا العميل من خلال النقاط التالية وهي:²

- الوقوف على تحديد رضا العميل.
- يساعد في تشخيص الأسباب في عدم تحقيق الأهداف للمنظمات.
- معرفة الاستفادة من الخدمات المقدمة للفئة المستهدفة.
- تجنب الأخطاء في الأنشطة و الخدمات المقدمة من طرف المنظمة وعدم تكرارها.
- مساعدة المشرفين لتوسيع نطاق الأنشطة والخدمات التي تطرح من المنظمة لتشمل مجتمعات أخرى.

- شراف عقون ، مرجع سابق، ص 209.¹

²-رفاه لخلوج ، رهام زين دين، أثر جودة الخدمات المصرفية على رضا العملاء في البنوك التجارية في مدينة نابلس، جامعة النجاح الوطنية ، كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية ، قسم إدارة الأعمال، 2016، ص17

المبحث الثالث: عرض الدراسات السابقة ومناقشتها

تناولت العديد من الدراسات والأبحاث العربية والأجنبية حول موضوع الصيرفة الإلكترونية على مستويات و متغيرات مختلفة وعديدة وارتباطها بقياسها لمتغير جودة الخدمات المصرفية او ارتباط هذه الأخيرة بمتغيرات مختلفة وفيما يلي سوف نتطرق لبعض الدراسات في المطلبين الآتيين.

المطلب الأول: الدراسات باللغة العربية

1. دراسة ريغي ام الخير (2021-2022): بعنوان دور الصيرفة الإلكترونية في تحسين جودة الخدمات المصرفية- دراسة حالة بنك القرض الشعبي الجزائري، مذكرة تدخل ضمن متطلبات شهادة الماستر الأكاديمي في العلوم الاقتصادية ولاية تقرت، تهدف الدراسة لإدراج الصيرفة الإلكترونية في العمل المصرفي ومحاولة تقييم البنوك الإلكترونية ومقارنتها بالبنوك التقليدية تعد إضافة جديدة للجهاز البنكي وإبراز مساهمة التكنولوجيا الحديثة في عصرنة القطاع المصرفي الجزائري على تشجيع تقنيات وسائل الدفع من تسهيلات قانونية في تحسين جودة الخدمات المصرفية في الجزائر خلال الفترة 2020/2015، حيث اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي لوصف نظام الصيرفة الإلكترونية والمنهج التاريخي لدراسة البنوك الإلكترونية، إلا أنها لازالت في النمط التقليدي لصيرفة الإلكترونية بالعمل المصرفي تحتاج إلى بدل جهد أكبر من كل أطراف البنك وبعض لعملاء وزبائن البنك نظرا لضعف شبكة اتصال الانترنت وعدم ثقتهم بوسائل الدفع.
2. دراسة بن موسى أعمار (2020): بعنوان الخدمات المصرفية الإلكترونية ومتطلبات تطويرها في الجزائر، أطروحة مقدمة لاستكمال متطلبات نيل شهادة الدكتوراه تخصص مالية، تهدف الدراسة لمعرفة واقع الخدمات المصرفية الإلكترونية في الجزائر، من خلال الوقوف على مختلف التحديات والعقبات التي تحول دون تطورها، وصولا لمعرفة أهم المتطلبات الضرورية لتطوير المعاملات المصرفية الإلكترونية في البنوك الجزائرية من وجهة نظر العاملين فيها، وتحديد آفاق نجاحها اعتماد منهج الوصفي التحليلي وتحليل مختلف أبعاد الموضوع، تمت الاستعانة بأسلوب دراسة استقصائية و إجراء مسح لعدد 126 استبانة على 9 بنوك بولاية غرداية إضافة لاستخدام أداة الفاكرومباخ والتكرارات النسبية المؤوية، أهم النتائج الدراسة تمثلت إلى عدم وجود فروق إجابات أفراد العينة، كما سمح بتوفير متطلبات قانونية مناسبة لحماية حقوق العملاء ومحاربة الجريمة الإلكترونية بزيادة ثقة العملاء للخدمات الإلكترونية المصرفية، توصلت أيضا الدراسة بزيادة الإنفاق الاستثماري في مجال تكنولوجيا المعلومات المصرفية باعتباره أهم مطلب يساهم في توفير خدمات مصرفية متميزة .
3. دراسة بوخاري فاطمة (2020): بعنوان واقع تطبيق الصيرفة الإلكترونية واليات تفعيلها في البنوك الجزائرية- دراسة حالة الجزائر (2017-2002)، مقال في مجلة العلوم الإدارية والمالية، تهدف الدراسة لتعرف على أهم متطلبات العمل المصرفي الإلكتروني وتسلط الضوء على أهم آليات الصيرفة الإلكترونية التي تستخدمها البنوك الجزائرية، اعتمدت الدراسة المنهج التحليلي لواقع تطبيق الصيرفة و أثر مدى معالجتها لبطاقات الائتمان، وبالتالي عدم قدرة الجزائر على مواكبة التطورات الحديثة، في ظل المنافسة الشديدة التي تشهدها الصناعة المصرفية والعالم العربي، على قدرة البنوك على الاستمرار في العمل لذلك تسعى الحكومة الجزائرية إلى استخدام هذه التقنيات وتطويرها من أجل تحقيق تحديث نشاطها.

4. دراسة أديب إبراهيم، مصطفى السقا (2020)، بعنوان أثر استخدام البنوك العاملة في فلسطين لتطبيق موبايل بنك على عملية الاقتراض، المؤتمر الدولي الأول في تكنولوجيا المعلومات والأعمال.

تهدف الدراسة إلى التعرف على مفهوم وأنواع الخدمات التي تقدمها المصارف الإلكترونية والسياسة الإقراضية المتبعة في البنوك الفلسطينية، والتعرف على تطبيق مباين بنك والمستخدم في البنوك العاملة في فلسطين، اتبع الباحث أسلوب المنهج الوصفي التحليلي كأحد أساليب البحث العلمي واستخدم دراسة حالة بعض البنوك العاملة في قطاع غزة و استبانة كأداة لجمع البيانات وبلغت العينة 50 موظفا كعينة عشوائية باستخدام برنامج الحزم الإحصائية SPSS لتحليل البيانات وكانت الاستجابة 82%، توصلت الدراسة لوجود فروق دلالة إحصائية تمثلت في محدد مستوى دلالة $\infty \geq 0,05$ بين استخدام موبايل بنك وعملية الإقراض، كما تم تشجيع البنوك للعملاء على استخدام خدمة تطبيق موبايل بنك في عرض تسويق منتجاتها المالية والصيانة المستمرة لتطبيق البرنامج ليتسنى له مواكبة التطورات في مستوى الصيرفة الإلكترونية مع العمل على توظيف مختصين بمجال التكنولوجيا وتحسينها في البنك من حين لآخر.

5. دراسة سليمان احمد الطلاع ، سامي سليم أبو ناصر، مازن جهاد الشوبكي(2018): بعنوان: "مدى كفاءة الخدمات البنكية الإلكترونية لدى البنوك العاملة في فلسطين وعلاقتها بكفاءة الأداء من وجهة نظر المستفيدين، مجلة جامعة الأزهر غزة ، هدفت الدراسة لابرار مدى كفاءة الخدمات البنكية الإلكترونية لدى البنوك العامة في فلسطين، اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي لوصف وبيان الظاهرة ويتكون مجتمع الدراسة من جميع العملاء العاملين في البنوك العامة لفلسطين وتم اختيار عينة تتكون من 297 مستفيد من الخدمات الإلكترونية من خلال تحليل استبيانات باستخدام التحليل الإحصائي SPSS، تم توزيعها الكترونيا عبر وسائل التواصل الاجتماعي (فايسبوك، واتس اب، مسنجر، البريد الإلكتروني)، واستخدام اهم الاختبارات الاحصائية ، بينت نتائج الدراسة لوجود درجة متوسطة من كفاءة الخدمات البنكية الإلكترونية المقدمة لبنوك الفلسطينية لربائنها بوزن نسبي قدره 64.37%، ودرجة كاملة للأداء على الوزن النسبي قدره 78.63% ، اضافة الى وجود فروق ذات صلة إحصائية بين البنوك العاملة في فلسطين تبعا لمتغير البنك ومن جهة نظر المستفيدين وعدم وجود فروق دلالة إحصائية بين البنوك العاملة في فلسطين تبعا لمتغير عدد سنوات التعامل مع البنك من وجهة نظر المستفيدين وقدمت الدراسة توصيات أهمها ضرورة قيام تعزيز البنوك باستخدام الخدمات البنكية الإلكترونية ورفع من مستواها والحرص على استخدام لتلائم جميع متطلبات العملاء.

6. دراسة هالة عبدلي (2017): بعنوان الصيرفة الإلكترونية كآلية لضمان جودة الخدمات المصرفية مثال في مجلة الأصيل للبحوث الاقتصادية والإدارية، هدف الدراسة إلى إبراز دور الخدمات المصرفية الإلكترونية كآلية لضمان جودة الخدمات المصرفية، استخدمت الباحثة الأساليب الوصفية والتحليلية والإحصائية التي اعتمدت على تحليل مفهوم الصيرفة الإلكترونية وجودة الخدمات المصرفية، وكذلك تحليل تأثير الصناعة المصرفية على جودة الخدمات المصرفية، حيث تمثلت النتائج في مساهمة تمثيل الصيرفة الإلكترونية لتطوير وتنوع الخدمات المصرفية من خلال تطوير وإنشاء خدمات مصرفية جديدة مقنعة للعملاء.

7. دراسة دغنوش العطرة، بعنوان استخدام شبكة انترنت كأداة لتقديم الخدمات البنكية وأثرها على الأداء البنكي - أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية جامعة محمد خيضر بسكرة (2016-2017)،

هدف الدراسة إلى تحديد جودة ومستوى الخدمات التي يقدمها بنك الجزائر باستخدام تقنيات الإنترنت وإبراز تأثير استخدام شبكة أداء البنك من قبل بنك الجزائر لتحقيق ذلك، اعتمدت الدراسة منهج الوصفي التحليلي تم تطوير استبانة من خلال عينة شملت 95 استبانة موزعة لمسؤولي البنوك ورؤساء المصالح باستخدام نموذج التحليل الإحصائي ليكرت الخماسي، من خلالها يقدم بنك الجزائر خدمات مصرفية من خلال الانترنت وهو تأثير استخدام الانترنت على عمل البنوك، وقدمت توصيات أهمها توفير الدعم الحكومي للجامعات والمخابر والمؤسسات التعليمية المختصة المهنية المتعلقة بتكنولوجيا، تشجيع استخدام التكنولوجيا وتطبيق الأنظمة والبرامج المتطورة وتوزيع الخدمات المصرفية المقدمة.

المطلب الثاني: الدراسات الأجنبية:

1. S. V. Abil Das1, Nima Ravi (2021): A Study on the Impact of E-Banking Service Quality on Customer Satisfaction, Asian Journal of Economics, Finance and Management India ¹

بعنوان: تأثير جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية على رضا العملاء، كلية الهندسة تريفانندوم كيرالا، الهند، تهدف الدراسة إلى إيجاد إبعاد جودة الخدمة الإلكترونية وقياس تأثير كل عامل مثل الموثوقية، الأمان، الخصوصية، تصميم الموقع، الاستجابة، والتواصل مما يؤثر على إشباع العميل في ولاية كيرالا جنوب الهند، اعتمدت الدراسة على جمع البيانات الأولية في شكل استبيان عبر الانترنت بمجموعة 149ردود، وكانت نتائج الدراسة في تقديم توصيات حول جودة الخدمات من احتياج البعد إلى تحسين لجعل العملاء راضيين من تلك الخدمات الإلكترونية.

2. Jean Bosco Harelimana (2019): The Effect of Electronic Banking on Customer Services Delivery in Commercial Banks in Rwanda. ²

العنوان: أثر الخدمات المصرفية الإلكترونية على خدمات العملاء، التقديم في البنوك التجارية رواندا، مجلة أوستن لإدارة الأعمال والإدارة، تهدف الدراسة إلى تقديم مدى تأثير الخدمات المصرفية الإلكترونية على العملاء في البنوك التجارية لرواندا، وتحليل العوامل التي تؤثر نظام توصيل العملاء والخدمات المصرفية في بنك كيغالي، اعتمدت الدراسة الاستبيان حجم العينة 400 والتي تضمن كل من الموظفين والعملاء مع تقديم شرح كيغالي من خلال احتمال 0.0374 للخدمات المصرفية عبر الانترنت والهاتف المحمول، توصلت الدراسة في توعية العملاء على الاستفادة من الخدمات المصرفية الإلكترونية من خلال التواجد العام بالإضافة إلى برامج التوعية التي تعزز معرفتهم بالخدمة

¹ - S. V. Abil Das1 , Nima , **A Study on the Impact of E-Banking Service Quality on Customer Satisfaction**, Asian Journal of Economics, Finance and Managements, India 2021

² - Jean Bosco Harelimana, The Effect of Electronic Banking on Customer Services Delivery in Commercial Banks in Rwanda

3. Abdullai&micheni"(2018): Effect of internet banking on operational performance of commercial bank in nakuru county Kenya.¹

بعنوان : تأثير الخدمات المصرفية عبر الانترنت على الأداء التشغيلي للبنوك التجارية، مقاطعة ناكور بكينيا، المجلة الدولية لعلوم الاقتصاد والتمويل والإدارة، هدفت الدراسة إلى معرفة تأثير الخدمات المصرفية عبر الانترنت على الأداء التشغيلي للبنوك التجارية في مقاطعة ناكور واستخدمت الدراسة النظرية التي ركز عليها البنك وهي نموذج قبول التكنولوجيا واعتمدت الدراسة على منهجية الاستقصاء المقطعي الذي يبحث على الحالة السكانية في وقت معين، وتم اختيار العناصر في العينة لمسح عشوائي للاستدلال على السكان ، ويتكون مجتمع الدراسة من 56 مديرا فني تكنولوجيا المعلومات في البنوك التجارية، والتي تم اختيارها لبحث استجاباتهم باستخدام أداة الدراسة تحليل الاستبيانات باستخدام برنامج إحصائي (SPSS) ، وكانت نتائج الدراسة إن الخدمة المصرفية عبر الانترنت لها تأثير ايجابي في الأداء التشغيلي للبنوك التجارية في كينيا الذي يحسن من أرباح البنك .

4. Dr.Ishraga Khattab (2019), The Effect of E-banking Channels on Employees' Daily Activities and Workload in Sudan².

العنوان : تأثير قنوات المصرفية الإلكترونية على الأنشطة اليومية للموظفين بالبنوك، السودان، المجلة الدراسات المصرفية المالية العدد 43 ، 2019، هدفت الدراسة إلى إظهار أثر الذي تلعبه قنوات المصرفية الإلكترونية (الصراف الآلي، نقاط البيع ، الهواتف النقالة والبطاقات البلاستيكية)، على الطريقة التي تعمل بها البنوك على الأنشطة اليومية للموظفين تم استخدام منهج دراسة حالة و استخدام استبيان لجمع البيانات وعينة الدراسة على موظفين في مختلف إدارات البنوك ، بينت الدراسة إن أجهزة الصراف الآلي هي أهم القناة لعمل الموظفين بعدها الهواتف المحمولة وأثرت استخدامها على عبء العمل ليس بالضرورة عن طريق زيادة عدد ساعات العمل ولكن بالضغط على الموظفين لكسب المزيد من المعرفة وزيادة إنتاجية البنوك.

5. Nadia Arab, Kaidicelia" (2016/2017) : Etat des lieux d'E-banking au niveau des banques de la willaya de Bejaia. ³

العنوان : العمل المصرفي الإلكتروني على مستوى ولاية بجاية، تهدف الدراسة إلى أهمية تكنولوجيا الإعلام والاتصال والخدمات المصرفية الإلكترونية ونشرها حيث اختير بنك ولاية بجاية كنموذج لتحسين وتحديث القطاع من حيث الميزة التنافسية مع سهولة استخدام الوصول للعملاء تناولت الدراسة خطوتين الأولى فيما يخص العديد من الأدوات لجمع البيانات وتحليلها، أما الثانية تحليل ميداني من خلال توزيع استبيان يتكون من 17 سؤال رئيسيا على البنوك الجزائرية العامة والخاصة على مستوى ولاية بجاية، وتستنج

¹- Hussein Mohamed Abdullai 1 ,Elyjoy Muthoni Michen . Effect of internet Banking on operational performance of commercial bank in nakuru county Kenya, International Journal of Economics, Finance and Management Sciences, 2018

²- Dr. Ishraga Khattab , The Effect of E-banking Channels on Employees' Daily Activities and Workload in sudan 2019

³-nadiaarab ,kaidicelia, etat des lieux d'E-banking au niveau des banques de la willaya de Bejaia Département des sciences économiques, faculté des sciences économiques, des sciences de gestion, et des sciences commerciales, université Abderrahmane mira de bejaia , diplôme de master en sciences économiques 2017

الدراسة إن عمل البنوك لتعزيز الخدمات المصرفية الإلكترونية هو أساس تحقيق العوائد البنوك الخاصة، على الرغم من ذلك لا يزال تطوير الخدمات المصرفية الإلكترونية ضعيفا يواجه مشاكل تنظيمية كما أنها لازالت الممارسات التقليدية هي الأكبر عقبة.

6. Ajayi & Enitilo (2016): Impact of Electronic Banking on Bank performance in Ekiti State Nigéria, International Journal of Multidisciplinary and Current Research.¹

بعنوان: أثر الخدمات المصرفية الإلكترونية على أداء البنك في ولاية أكييتي نيجيريا ، قسم العلوم المالية والمصرفية جامعة ولاية أكييتي نيجيريا، المجلة الدولية للبحوث متعددة التخصصات، هدفت الدراسة لتحديد أثر الخدمات المصرفية الإلكترونية على أداء البنك في ولايتي كاييتي النيجيرية ولتحقيق الأهداف الدراسة تكون مجتمع من مدراء البنوك العاملة في ولاية كيتي في نيجيريا والبالغ عددها 17 فرع مصرفا ومكونة من 128 عينة من أصحاب مستوى الإشرافي للفروع البنوك (مديرو البنوك، ومديرو التسويق وضباط العملاء)، استخدمت الدراسة أداة استبانته في جمع البيانات من عينة الدراسة وتم استرداد 125 استبانته صالحة لتحليل بنسبة 97.65% جرى معالجتها باستخدام برنامج التحليل الإحصائي SPSS، أظهرت النتائج إن الخدمات الإلكترونية بين ماكينة الصرف الآلي وعبر الانترنت و الخدمات المصرفية عبر الهاتف لها تأثير على أداء البنك في ولاية أكييتي النيجيرية.

7. Alhaji, Rosmcun & Josu" (2013): Online Banking and customer service delivery in Malaysia, data screening and preliminary findings.²

عنوان: الخدمات المصرفية عبر الانترنت وتقديم خدمة العملاء في ماليزيا، المؤتمر الدولي للابتكار والإدارة والبحوث التكنولوجية ماليزيا يومي 22-23 سبتمبر 2013، تناولت الدراسة نمودجا مكون من خمسة أبعاد تتمثل في التكلفة، الأمان، الراحة، الخدمات المصرفية عبر الانترنت، تقديم الخدمات للعملاء، واستخدمت الفرضيات باستخدام نمذجة المعدلات الهيكلية SEM من اجل توجيه البحث في تحقيق الهدف العام، واختبار الفرضيات كما كشف النتائج التي توصلت إليها الدراسة أن الأمان والراحة هي الدافع الرئيسي لتقديم الخدمات المصرفية عبر الانترنت للعملاء في ماليزيا ، ووجود أدلة تجريبية قوية لقياس رضا العملاء عن خدمات البنوك الإلكترونية.

¹ - Ajayi, Ibidolapo Ezekiel1 , Enitilo, Olaleakn, Impact of Electronic Banking on Bank performance in Ekiti State Nigéria 2016 , Department of Banking and Finance, Ekiti State University, Ado Ekiti, Nigeria- International Journal of Multidisciplinary and Current Research.

² - Alhaji, Rosmain & Josutakala, Online Banking and Customer Service Delivery in Malaysia- Data Screening and Preliminary Findings .International Conference on Innovation, Management and Technology Research, Malaysia, 22 – 23 September, 2013

المطلب الثالث: مناقشة الدراسات السابقة بالدراسة الحالية

تتناول في ها الجانب تحليل الدراسات ومقارنتها بدراسة الحالية كما يلي:

1. من حيث الموضوع:

-اتفقت الدراسة مع بعض الدراسات في اختيار جودة الخدمات المصرفية كمتغير تابع مثل دراسة (بن موسى اعرمر، 2020)، دراسة (سليمان احمد الإطلاع ، سامي سليم أبو ناصر ، مازن جهاد الشوبكي، 2019)، Jean Bosco (2019)، دراسة (عطوي الهام، 2015)، (Ajayi & Enitilo 2016).

- اتفقت دراسة مع مجموعة من الدراسات التي استخدمت المتغيرين معا مثل الدراسة (Dr.IshragaKhattab (2019) Nadia Arab (2017), Kaidicelia 2019)،

استخدم دور الصيرفة الإلكترونية كمتغير مستقل وتحسين جودة الخدمات المصرفية كمتغير تابعة والدراسات العربية والأجنبية

2. من حيث المكان:

تنوعت أماكن الدراسات السابقة منها الدراسات المحلية و العربية والأجنبية.

3. من حيث الزمان:

جميع الدراسات السابقة حديثة نسبيا فقد تم إجرائها ما بين الفترة 2013 إلى غاية 2022.

4. من حيث المنهج:

- اتفقت الدراسات السابقة في المنهجية المستخدمة فمعظمها استخدم المنهج الوصفي التحليلي وبعضها استخدم المنهج الوصفي والإحصائي والمنهج الكمي بينما الدراسة الحالية استخدمت المنهج الوصفي التحليلي الإحصائي لطبيعة الدراسة.
- تنوعت الأدوات التي استخدمت في الدراسات والبحوث السابقة وذلك تبعاً للهدف من هذه الدراسات فمنها من استخدم الاستبيانات أو المقابلات أو الاثنين معا واستخدمت الدراسة الحالية الاستبانة ودراسة حالة لمناقشتها مع طبيعة الدراسة .
- اختلفت الدراسات في تحديد مجتمع الدراسة فمنها من حدد بأصحاب المواقع الإشرافية لجميع الموظفين، العملاء او المقابلة او الاثنين معا، بينما الدراسة الحالية تم اختيار مجتمع الدراسة في عينة من البنوك الجزائرية في بنك BEA كونهم أكثر دراية وغيره بموضوعات الدراسة في إرضاء الزبائن.
- اختلفت الدراسة الحالية مع الدراسات السابقة في مشكلة الدراسة وفرضياتها وأهدافها والبيئة التطبيق حيث طبقت دراستنا في بنك الخارجي الجزائري BEA وكالة ولاية ورقلة الجزائر.

5. أوجه تميز الدراسة الحالية بالدراسات السابقة:

ما يميز الدراسة الحالية عن الدراسة السابقة إنها تركز على أهم الموضوعات التي تخص إدارة المصارف الجزائرية لمعرفة مدى دور الخدمات المصرفية الإلكترونية لتحقيق أهدافها وتقديم أفضل المنتجات وبأقل تكلفة ممكنة مع العلم تعد هذه الدراسة قليلة على حد علم الطالبتين التي القينا الضوء على دور الصيرفة الإلكترونية في تحسين جودة الخدمات المصرفية والتي تم دراستها في مختلف البنوك الجزائرية والتي بدأت مؤخرا في مواكبة البنوك العالمية من خلال الانتقال من الخدمات المصرفية

التقليدية إلى الخدمات المصرفية الإلكترونية الحديثة والتنافس بين البنوك لتقديم أفضل جودة في الساحة المصرفية، الاطلاع على أدوات المستخدمة للدراسة وما يتناسب معها متمثلا في الاستبانة وتحديد أبعاد لكل متغير وشرح العلاقة بينهما.

تختلف هذه الدراسة عن الدراسات السابقة فيما يلي:

- بنسبة للمنهج المستعمل حيث استعانت الدراسة بمنهج وصفي تحليلي إحصائي، دراسة حالة في المبحث الأول من الفصل الثاني وتشابه مع الدراسات السابقة بإتباع المنهج إحصائي باستعمال برنامج SPSS في المبحث الثاني من الفصل الثاني من خلال تطرقنا إلى الصيرفة الإلكترونية بالبنك الخارجي الجزائري وكالة ورقلة.
- تختلف الدراسة في الإشكاليات التي تم معالجتها بحيث نتائج الدراسات سوف تكون مختلفة عن الدراسات الأخرى
- بعض الدراسات السابقة اعتمدت على دراسة تأثير جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية برضا العملاء، أثر الخدمات المصرفية الإلكترونية على خدمات العملاء كما تطرقت دراسة أخرى تأثير القنوات الصيرفة على أداء العميل وكفاءة البنك، وتطرقت أخرى على الخدمات المصرفية الإلكترونية عبر الانترنت وعلاقتها مع كفاءة أداء العاملين بالبنك، أما الدراسة الحالية اعتمدت على دور الصيرفة الإلكترونية في تحسين جودة الخدمات المصرفية في البنك الخارجي الجزائري والتي تهدف الى مدى تطور الخدمات الصيرفة الإلكترونية في عينة من البنوك الجزائرية .

خلاصة الفصل:

من خلال دراستنا النظرية لهذا الفصل، نستنتج أن البيئة المصرفية قد شهدت توسعاً هائلاً، مما أدى إلى ظهور نوع جديد من البنوك، وهي الخدمات المصرفية الإلكترونية الحديثة من خلال قلة التكاليف وبتالي التحسينات المكانية والزمانية في جودة الخدمات المقدمة، ونظراً لكون مجال المصرفية الإلكترونية وجودة الخدمات المصرفية شهد تحولاً هائلاً من البنوك التقليدية إلى الخدمات المصرفية الإلكترونية والأهم من ذلك أنها تعتمد على تقنياتها لجذب عملاء جدد والسماح لهم بالتعبير عن احتياجاتهم اليومية، مما مكن هذه البنوك من تطوير خدمة التمويل المصرفي الحديث وهما ما سيتم توضيحه في الفصل الثاني.

الفصل الثاني

الدراسة الميدانية لدور الصيرفة الإلكترونية
في تحسين جودة الخدمات المصرفية لبنك
الخارجي الجزائري BEA وكالة ورقلة

المبحث الأول: تقديم عام لبنك الخارجي الجزائري BEA

المبحث الثاني: الطريقة و الادوات المستخدمة في الدراسة

المبحث الثالث: نتائج الدراسة الميدانية وتفسيرها ومناقشتها

تمهيد

بعد أن نتناول الجوانب النظرية للبحث المتعلق بهذا الموضوع، سنتقدم في هذا الفصل إلى البحث التطبيقي حول دور الصيرفة الإلكترونية في تحسين جودة الخدمات المصرفية، بهدف الكشف عما إذا كانت نتائجا النظرية صحيحة و الجوانب التي يمكن الحصول عليها بالفعل، لذلك سنلقي الضوء على البنك الجزائري الخارجي، الذي قام بتوسيع استخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية وتحديد جودة الخدمات، يتم في هذا الجانب استخدام لدراسة حالة واستبيان كأداة للبحث والاستطلاعات التوزيع وتحليلها لتحقيق أهداف البحث.

وتم تقسيم هذا الفصل إلى ثلاث مباحث بما يلي :

- **المبحث الأول: تقديم عام لبنك الخارجي الجزائري BEA**
- **المبحث الثاني : الطريقة و الادوات المستخدمة في الدراسة**
- **المبحث الثالث: نتائج الدراسة الميدانية وتفسيرها**

المبحث الأول: تقديم عام لبنك الخارجي الجزائري BEA

إن البنك الخارجي الجزائري BEA من أهم البنوك التجارية في الجهاز المصرفي لما له من دور فعال في تحقيق التنمية الاقتصادية حيث أسندت إليه مهمة التكفل بعمليات الجزائر مع الخارج بالإضافة إلى تعدد وكالاته، نتيجة توسع نشاطه في الداخل ومن بينها وكالة ورقلة سنحاول تعرف على البنك من خلال نبذه عليه.

المطلب الأول: نشأة وتعريف البنك الخارجي الجزائري BEA

أولاً: نشأة و مفهوم البنك الخارجي الجزائري BEA

نشأ بنك الجزائر الخارجي في إطار سياسة تأميم المنشآت الاقتصادية و المالية التي عرفتها الجزائر عقب الاستقلال، و ذلك طبقاً للأمر رقم 67-204 الصادر بتاريخ 01 أكتوبر 1967، و الذي استعاد بموجبه نشاطات البنوك التالية:

- القرض اللبوني في 01 أكتوبر 1976
- الشركة العامة في 31 ديسمبر 1967
- بنك باركليز الفرنسي في سنة 1968
- بنك الشمال في 30 أبريل 1968
- البنك الصناعي للجزائر و المتوسط في 31 ماي 1968

الهدف الأساسي عند إنشاء بنك الجزائر الخارجي هو تسهيل و تطوير العلاقات الاقتصادية للجزائر مع البلدان الأخرى و ذلك في إطار التخطيط الوطني، و ذلك بفضل تطبيق القانون رقم 88-02 المؤرخ 12 يناير 1988، بشأن استقلال المؤسسة، خضع البنك الخارجي الجزائري إلى تغيير جديد، يعتبر من أوائل البنوك التي أصبحت مؤسسة مستقلة بموجب المرسوم رقم 88-61 المؤرخ 12 يناير 1988، ليتحول فعلاً إلى شركة مساهمة و ذلك بتاريخ 05 فيفري 1989، و تحصل بنك الجزائر الخارجي على اعتماده الرسمي يوم 17 جانفي 2002، و لديه 98 وكالة متواجدة في التجمعات السكانية الكبرى و في المراكز الصناعية إضافة إلى مناطق الإنتاج البترولي، كما أن له فرعين في الخارج:

- البنك الدولي العربي ما بين القارات الموجود في فرنسا (BIA).
- البنك العربي للاستثمارات في التجارة الخارجية الموجود في أبو ظبي (A.B.I.F.T)

تستند إليه جميع مهام البنوك التجارية من جمع ودائع و منح قروض، بالإضافة إلى تكفله بتمويل عمليات التجارة الخارجية بمنحه قروضا للاستيراد، كما يقوم بتأمين المصدرين الجزائريين و تقديم الدعم المالي لهم، يضم مقر بنك الجزائر الخارجي 09 مديريات متخصصة، حيث تمتد فروعه في كامل التراب الوطني.

ثانياً: بالنسبة للبنك الخارجي الجزائري وكالة ورقلة¹

وكالة للمديرية الجهوية للجنوب، تأسست عام 1970، تعتبر مؤسسة مصرفية ذات طابع تجاري تعمل للمساهمة في سير الاقتصاد الوطني، كما توجد وكالة في حاسي مسعود، بالإضافة إلى وكالات أخرى في مختلف بلديات الولاية. من أهدافها الناتجة عن فتح الحسابات الفردية و الجماعية و خدمات الإقراض للعملاء من خلال الخدمات التي تقدمها ما يلي:

- سحب وإيداع النقود .

¹ -الموقع الرسمي لبنك الجزائر الخارجي <http://www.bea.dz> تاريخ التصفح 10-03-2023

- فتح الحسابات للعملاء وإيداع واستلام الصكوك البنكية .
- منح اعتمادات و ضمانات للمصدرين والمستوردين المحليين.
- استلام طلبات القروض وملفات المرتبطة بها.
- معاينة وتحليل تسير ملفات قروض الخواص و المؤسسات الصغيرة والكبيرة.
- معالجة عمليات الزبائن إداريا ومحاسبيا سواء بعمل الدينار الجزائري او بالعملة الأجنبية.

1. أهم العمليات التي تقوم بها الوكالة:

- تطوير عمليات التجارة الخارجية من خلال تمويل مختلف عملياتها
- تسير حسابات الشركات الوطنية (شركات المحروقات مثل سوناطراك)
- تكوين علاقات مختلفة مع البنوك والهيئات العالمية مثل صندوق النقد الدولي

المطلب الثاني: مهام ووظائف البنك الخارجي الجزائري BEA

اولا: المهام: تتمثل فيما يلي:

- ❖ تنمية العلاقات التجارية بين المتعاملين الخواص والقطاع العام
- ❖ دراسة القروض البنكية الممنوحة للعملاء وإخضاعها لشروط المديرية في حالة القروض ذات المبالغ المرتفعة
- ❖ استقبال مختلف الإيداعات، تمويل مشاريع اقتصادية كبرى
- ❖ تقديم خدمات لزبائن المؤسسات العمومية وكذا الزبائن الخواص في إطار العمل
- ❖ تمويل عمليات الاستيراد والتصدير مع هيئات وشبكات البنك

ثانيا: الوظائف: وتتمثل فيما يلي:

- يدخل ضامنا احتياطي وضمان الوفاء ومع اتفاقيات القرض مع المتعاملين الأجانب لترقية الصفقات التجارية مع الدول الاخرى
- اعادة تسيير المخازن العمومية والقيام بعمليات الشراء والكرء وعمليات عقارية غير متصلة بنشاط المؤسسة او اتخاذ لإجراءات اخرى اجتماعية لصالح مستفادها.

المطلب الثالث: الهيكل التنظيمي للبنك الخارجي الجزائري BEA

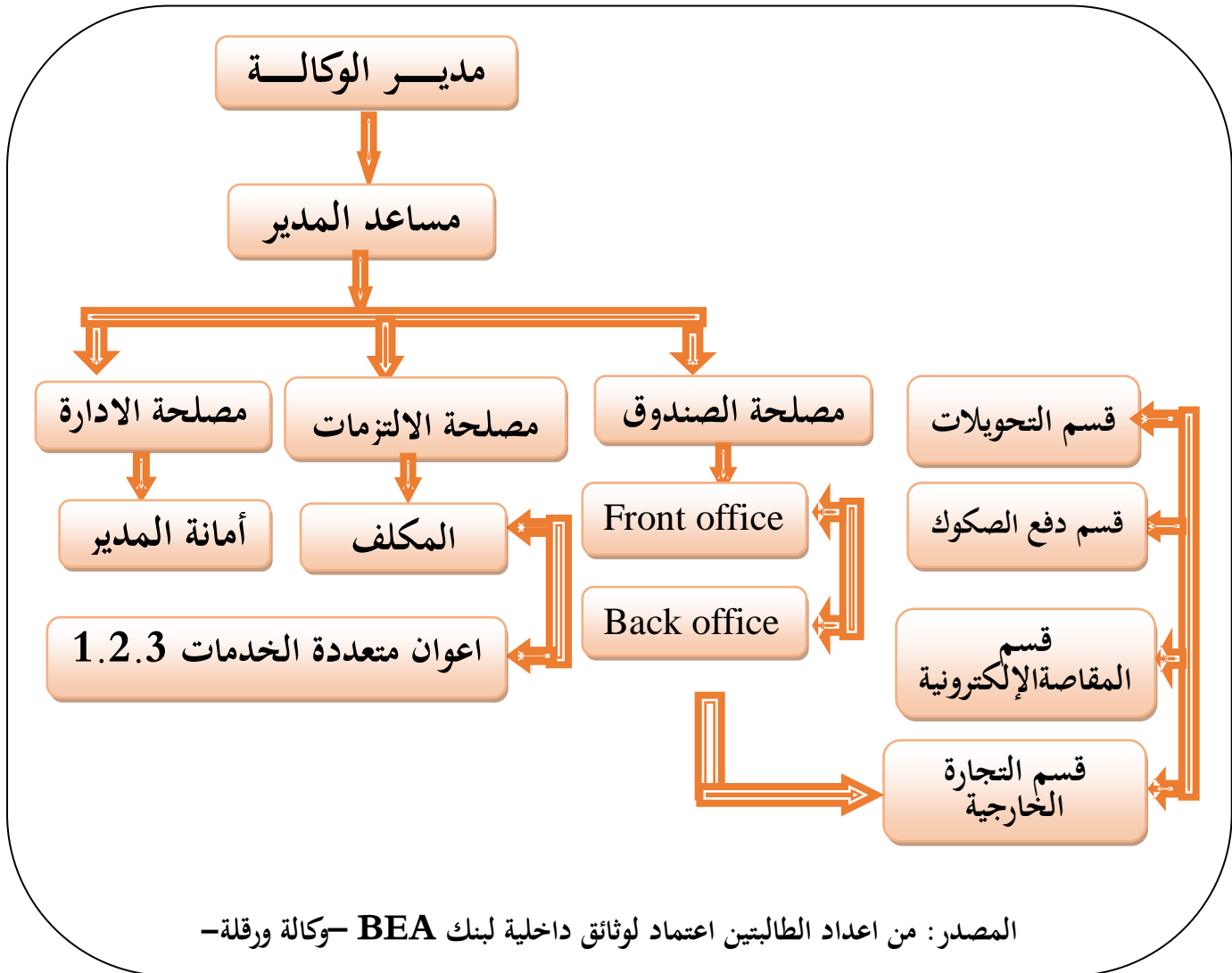
بما ان الدراسة التطبيقية كانت في وكالة ورقلة سوف نستعرض الهيكل التنظيمي للوكالة بمايلي:

I مصلحة الإدارة:

- **المدير:** يقوم مدير الوكالة بالإشراف على جميع الأقسام وتسيير العمال و القيام بجميع الإجراءات القانونية كممثل للبنك مفوضا من طرف الرئيس المدير العام أمام جميع الهيئات و المؤسسات كما يقوم بإبرام و إمضاء العقود بجميع أنواعها.
- **المدير المساعد:** يتمثل دور المدير المساعد بالتنسيق و الربط بين أقسام البنك و مدير الوكالة كما ينوب عنه بالقيام بجميع الإجراءات عوضا عنه في حالة غيابه.
- **أمانة المدير:** و تعتبر من أهم المصالح الموجودة بالوكالة وذلك لكونها مركز العمل، لأن جميع أعمال الوكالة تعتمد عليها، و يتمثل دورها في الاهتمام بالبريد الصادر و الوارد و تحرير المراسلات و استقبال المكالمات الهاتفية و الرد عليها و توزيعها إلى مصالح الوكالة المطلوبة و تسجيل و ضبط اللقاءات و المواعيد المهنية للإدارة و الوكالة.

- II مصلحة الالتزامات: تتوفر هذه المصلحة على عدة عمال يقوم كل واحد منهم بمهمة معينة.
- المكلف بالدراسات: يتمثل دوره في دراسة ملفات القروض و تحليلها تحليلا ماليا يخضع لمقاييس محاسبية، يبين من خلالها الوضعية المالية و الاقتصادية و إعطاء صورة واضحة عن المحيط الاقتصادي
- III مصلحة الصندوق: تنقسم هذه المصلحة إلى قسمين:
- **Front office**: يحتوي هذا القسم على: الصندوق الرئيسي و صناديق فرعية يقوم الصندوق الرئيسي بعمليات الدفع و السحب حيث أن السحب يفوق الخمسين ألف دينار جزائري، كما يقوم بتمويل الصناديق الفرعية قصد تسديد الصكوك التي تساوي أو أقل من خمسين ألف دينار جزائري، كما يقوم بالسحب من البنك المركزي دوريا.
 - **Back office** ينقسم هذا القسم إلى :
- A. قسم التحويلات: يقوم هذا القسم بجميع عمليات التحويل حيث يقوم بالتحويل من حساب إلى حساب على مستوى نفس الوكالة، التحويل من حساب على مستوى الوكالة نحو حساب في وكالة أخرى خارج الناحية، كما يتم التحويل من حساب على مستوى الوكالة نحو بنك آخر في نفس الناحية، إضافة إلى التحويل من نفس الوكالة نحو بنك آخر خارج الناحية.
- B. قسم دفع الصكوك: يتمثل دور هذا القسم في القيام بعمليات التحويل عن طريق صكوك مشطوبة من حساب إلى حساب.
- C. قسم المقاصة الإلكترونية : يقوم بعمليات التحويلات عن طريق صكوك مشطوبة قابلة للدفع على مستوى بنوك أخرى عن طريق رسالة الكترونية و صورة الكترونية
- D. قسم التجارة الخارجية : يقوم بعمليات التوطين للفواتير الشكلية المقدمة من طرف الزبائن الراغبين في استرداد سلع أو معدات من الخارج حيث يعتبر البنك كوسيط تجاري و ضامن للعملية التجارية بين المورد و المستورد كما يقوم بتحويل الدينار الجزائري إلى عملة صعبة .

شكل رقم (II-1): يمثل الهيكل التنظيمي للبنك الخارجي الجزائري BEA



ثانيا: استخدام الصيرفة الإلكترونية لبنك الخارجي الجزائري - وكالة ورقلة:-

عند إجراء دراستنا على مستوى البنك الخارجي الجزائري وكالة ورقلة، لاحظنا أن استخدام اداء البنك كان جيد، رغم وجود عائقا الا وهو ضعف البنية التحتية لشبكة الاتصال، الا ان البنك يساير التطورات التكنولوجية بحيث شملت القنوات الإلكترونية التالية: أجهزة الصراف الآلي، وبطاقات الخصم والدفع، والتحويلات البنكية، والمقاصة، وكل منها تخضع لرقابة الوكالة المالية الإلكترونية الحكوم (SATIM) ، بينما تقتصر عبر الإنترنت على موقع المعلومات و الصيرفة عبر هواتف النقال¹.

¹ - مقابلة مع السيد جعفري عبد الحليم موظف لدي وكالة بنك BEA تاريخ 2023/03/29، 2013/04/12-11.

ثالثا: التحديات التي تواجه الوكالة في تطبيق الصيرفة الإلكترونية:

برغم من الجهود المبذولة والتكنولوجيا من تقنيات الحديثة المصرفية إلا ان هناك بعض النقاط من الصعوبات والمعوقات التي واجهت الوكالة تمثلت في :

- ضعف البنية التحتية اللازمة لإقامة تبنى مشروع الصيرفة الإلكترونية تمثلت في نقص شبكة الاتصال بالإنترنت ما بين البنوك داخليا وخارج الوطن و لعدم وجود تنسيق منظم بين فروع المنظومة المصرفية الجزائرية في مجال الصناعة الإلكترونية المصرفية.
- غياب التأهل التكويني لموظفي البنوك بالرغم من توفر الكفاءات والموارد البشرية اللازمة لانعدام روح المبادرة والإبداع فيها.
- عدم ثقة و تقبل الزبون بالتعامل لوسائل الدفع الإلكترونية الحديثة وتخوفهم لتعامل بها وتعتبر النقود هي وسيلة الدفع الرئيسية الأكثر أمانا بنسبة لهم .
- غياب البحث لتوظيف هذه التقنية والإدارة الفعالة لنشر كل ما هو جديد في ادارة البنك.
- سيطرة الأساليب التقليدية على الجهاز المصرفي الجزائري وفي عدم تجاوزها.
- واخيرا وليس اخيرا ارتفاع تكلفة صيانة الشبكات الخاصة بالخدمات المصرفية الإلكترونية.

ثالثا: أنظمة ووسائل الدفع الإلكتروني المستخدمة لدى بنك BEA وكالة ورقلة :

حيث يوفر البنك مجموعة من الخدمات الإلكترونية لعملائه وهو يعزز لفرص التفاعل وتطوير العلاقة مع العملاء لما تتيحه الوسائل الإلكترونية ومن خلال دراستنا للخدمات المصرفية الإلكترونية المقدمة من طرف بنك BEA لوكالة ورقلة تبين أنها تقدم بعض الخدمات الإلكترونية فهي تنحصر في البطاقات البنكية، خدمة الدفع عن بعد، وعبر خط الهاتف، خدمة البنك عبر الموقع الإلكتروني فهي تشكل نقطة قوة بالنسبة للبنك نظر للمرونة التي يوفرها تتمثل فيما يلي :

I. الدفع باستخدام أجهزة الصراف الآلي:

تعتبر هذه الخدمات الآلية للقيام بالمهمة المصرفية لأنها تعتمد على وجود الأجهزة التي يستخدمها العملاء لتلبية احتياجاتهم تلقائياً دون الاتصال المباشر بالبنك، تم استخدامها في عام 2003، يوفر النقد اللازم خاصة في أيام الإجازات والعطلات الرسمية وطيلة أيام الأسبوع، بشرط أن يكون النقد جيداً، لأن المؤسسة عبارة عن نافذة بنكية تلقائية، يسمح GAB فقط بعملية سحب الأموال وفقاً لحد أعلى معين، وهو يوجد خارج مقر البنك ويلزم ان يكون حامل البطاقة سحب مصدرة من طرف البنك او أحد البنوك الأعضاء المشاركين في الشبكة CIB، الوكالة لا تحتوي على جهاز DAB بالإضافة الى التحويلات من حساب واحد إلى حسابات أخرى ومعرفة الرصيد ... الخ



الفصل الثاني: الدراسة الميدانية لدور الصيرفة الإلكترونية في تحسين جودة الخدمات المصرفية في BEA




II. البطاقات الإلكترونية المتعامل بها في الوكالة: استخدم البنك مجموعة من البطاقات الإلكترونية تساعد في عمليات السحب والإيداع والتحويل كما يجسد الجهود المبذولة في سبيل تنوع الخدمة للزبائن¹.

الجدول رقم (II-1): يوضح حزمة من الخدمات الإلكترونية المعتمدة لدى البنك -BEA- وكالة ورقلة

شكل البطاقة	البيان	نوع الخدمة
	هي بطاقات محلية غير ائتمانية ويطلق عليها باسم LA cart de retri ، على شكل بطاقة زرقاء هي بطاقة دفع بين البنوك يستطيع من خلالها إجراء عملية السحب من الموزعات الآلية النقدية والشبائيك الآلية البنكية ومؤسسات مالية أخرى وفق سقف لا يتجاوز 50000 دج شهريا و رسوم مجانية مع عمولة تقدر ب 25 دج لسحب من بنوك أخرى كما تستعمل في تلخيص خدمات أو مشتريات عن طريق الجهاز TPE وفقا لحد الدخل الشهري ، صالحة لمدة 2 سنة .	البطاقة البنكية كلاسيك Carte CIB Gold
	هي بطاقات محلية غير ائتمانية : تمنح هذه البطاقة لأصحاب الدخل المرتفع والتجار أي أصحاب الملاءة المالية ويكون السقف أكثر من 50000 دج وفق اشتراك سنوي يقدر ب 1200 دج لتمييزها عن البطاقة العادية في اللون الذهبي بالإضافة إلى نفس الخدمات في البطاقة العادية، رسوم مجانية مع عمولة تقدر ب 25 دج من GAB ,DAB للبنوك الأخرى والدفع عبر TPE مجاناً	البطاقة البنكية الذهبية Carte CIB Gold
	هي بطاقات دولية ائتمانية ويتم الحصول عليها بناء على طلب العميل الذي له حساب بالعملة الوطنية لدى الوكالة، يتعين عليه فتح حساب بالعملة الصعبة في حدود المبالغ المصرح به لا يقل عن 2000 اورو شهريا و اسبوعيا ب 500 اورو مع كفالة تقدر ب 1000 اورو، تسمح لحاملها بشراء وتسديد خدمات أخرى داخل وخارج الوطن مثل استخدامهما في الفنادق المطاعم المعتمدة من طرف البنوك المتفقة من خلال شبكة دولية.	بطاقة م استر كارذ Master carte الكلاسيكية

¹ - مقابلة مع السيد معمري نبيل موظف لدى بنك BEA وكالة ورقلة بتاريخ 12-13-2023/03/24.

الفصل الثاني: الدراسة الميدانية لدور الصيرفة الإلكترونية في تحسين جودة الخدمات المصرفية في BEA

	<p>هي بطاقة دولية تحمل نفس مزايا ماستر كاردين الكلاسيكية إلا أن الاختلاف يكمن في هذه البطاقة حيث تمنح لذوي الدخل المرتفعة ذات السقف الشهري 5000 يورو وسقف أسبوعي بـ 1250 يورو، بكفالة تقدر بـ 2500 يورو</p>	<p>بطاقة ماستر كاردين البلاطينية Master carte Platinum</p>
	<p>هي بطاقات دولية تمنح لتجار والمؤسسات الصغيرة والمتوسطة تسمح بالدفع عبر الانترنت في جميع أنحاء العالم مع تأمين سفر شامل تسمح لحاملها بالسحب من أجهزة الصراف الآلي داخل وخارج الوطن، مع سقف شهري لا يتجاوز 7000 يورو و سقف أسبوعي بـ 1750 يورو مع كفالة تقدر بـ 3500 يورو ، مجانية الخدمات الإدارية إضافة للمصروفات تكون مقتطعة من حساب الشركة لإرسال لتقرير عن المصاريف مع التحقق من أرصدة الحسابات في البطاقة ويوجد نوعان بطاقة العمل كلاسيكية مع سقف شهري لا يتجاوز 50000 دج و الحد الأقصى لكل مبلغ معاملة دفع تقدر بـ 800000 دج، بينما بطاقة العمل الذهبية مع سقف شهري بـ 80000 دج</p>	<p>بطاقة ماستر كاردين العمل Master carte Business</p>
	<p>هي بطاقات دولية تمنح للشركات تسمح بالدفع عبر الانترنت وفي جميع أنحاء العالم مع تأمين سفر شامل وخدمات مجانية ، تسمح لصاحبها بسحب داخل الوطن وخارجه، لا يتجاوز السقف الشهري 8000 يورو وسقف اسبوعي بـ 2000 يورو مع ضمان تقدر بـ 4000 يورو</p>	<p>بطاقة ماستر كاردين العمل العالمية Master carte Cartes World Business</p>

المصدر: من اعداد الطالبتين بناء على المعلومات المقدمة من طرف وكالة بنك ورقلة

يوضح الجدول أعلاه حزمة من البطاقات الإلكترونية التي يقدمها البنك الخارجي الجزائري لعملائه من خلال وسائل الدفع الإلكتروني وفي تنوع خدماتها مثل مجانية التفعيل بنسبة لحامل البطاقة البنكية او تسهيل الحصول على البطاقات الدولية من اجل تسريع المعاملات الخارجية، ذلك بفتح حسابين على مستوى وكالة البنك، حساب الأول يكون محليا والثاني يكون حساب دوليا سواء بالعملة المحلية او الدولية بنسبة للحساب الثاني ويشمل ملف نموذج للبطاقة كما هو موضح بمايلي:

1. كيفية الحصول على بطاقة في الوكالة :

- يشترط ملئ طلب للبطاقة المحلية من طرف الزبون
- لا بد للعميل يملك حساب جاري أو حساب صك بنكي لدى البنك
- رصيد العميل لا يقل عن مبلغ 5000 دج
- لا تقل مدة تعامل الزبون مع البنك عن 3 أشهر

2. كيفية الحصول على البطاقة الإلكترونية الدولية في الوكالة:

- للحصول على البطاقة الإلكترونية الدولية هيا نفس الشروط المطلوب في البطاقة المحلية إلا أن الاختلاف يكون في مبلغ الرصيد ويقدر بـ 1000.000 اورو.

3. أطراف التعامل في البطاقة الإلكترونية: تتمثل في أربعة أطراف وهي كما يلي:

- الجهة المنظمة العالمية المصدرة لبطاقات فيزا او ماستر كارد

- المصرف المصدر للبطاقة

- التاجر أو المؤسسة التي ترعى البطاقة

- مصرف التاجر الذي يتم تعاقد معه

III. التحويلات المالية المصرفية:

يتم التحويل المالي من حساب الى حساب اخر، ويشترط في التحويلات المالية ان ليتجاوز المبلغ المحول بـ 1.000.000.00 دج إلا ان الأمر بالتحويل الإلكتروني لا يستخدم على مستوى الوكالة لحد الان فمزال يتم بطريقة التقليدية عن طريق ملئ استمارة تدعى بأمر بالتحويل.

IV. المقاصة الإلكترونية:

تعد آلية تعمل في الوقت نفسه على حل المشكلات والاستجابة لطلبات البنك والعملاء ويتم تعامل العمليات الكترونيا، في نهاية كل مرحلة من مراحل صافي تبادل الرصيد يسمى رصيد الدفع SOLDES REGLEME، نقل البيانات تعتمد لشبكة اتصالات الجزائر DZ-PAK على النقل السريع للمعلومات عبر خط النقل X2، مما يوفر مستوى عالٍ من الأمن والسرية لجميع أنواع العمليات المصرفية والإشراف على الولايات الأربعة، منطقة وسط الجزائر العاصمة، جهة الوسط الجزائري منطقة قسنطينة، غرب الجزائر منطقة وهران، منطقة ورقلة جنوب الجزائر. تم تنفيذ هذه التقنية في وكالة ورقلة في عام 2007 من خلال ربط الشبكة الداخلية للبنك مع البنوك الأخرى، يتم تنظيم الشبكة حسب مصلحة الصندوق، تتطلب العملية جهاز إعلام آلي وماسح ضوئي وبعدها تتم عملية الفرز في غرفة المقاصة على مستوى البنك المركزي، يتم إرساله إلى DMP المسؤول عن توزيع الشيكات، يكون لكل شيك حسب البنك الذي يتعامل معه، مدة أقصاها 4 أيام وقيمته لا تتجاوز 50000 دينار جزائري.

يسعى البنك الخارجي الجزائري وكالة ورقلة الى تطبيق مشروع الصيرفة الإلكترونية من خلال تحديث وسائل الدفع الإلكتروني وتقديم خدمات حديثة مثل:

- خدمات عن طريق الهاتف المصرفي والتي تسمح بالتعرف على الرصيد والتحويل من حساب الى حساب اخر، ادارة كشف حسابك بسهولة اضافة الى معرفة عروض البنك.
- خدمات عن طريق موقع E-Banking عبر الانترنت في غضون 48 ساعة كحد اقصى.
- خدمات عن طريق الهاتف النقال SMS لتعرف على اخر العمليات التي تمت فيه.

V. خدمة البنك عن بعد:

هي خدمات مجانية تسمح بتوفير الوقت تتمثل في خدمة الاتصال المباشر عن طريق الموقع الإلكتروني للبنك من خلال **E-banking.bea.dz** خلال 24/24 ساعة وخلال ايام الأسبوع، تسمح بمتابعة معاملات الزبائن في اي مكان وسهولة الوصول الى حساباتهم البنكية عبر الانترنت من خلال جهازك او هاتفك الذكي بالإضافة في تنوع الخدمات المقدمة كتنسوية نفقاته وفواتيره، اضافة لخدمة التوطين المسبق والحصول على قرض عقاري والتجارة الخارجية عبر الانترنت ... الخ مع الأمان وسرية التواصل من خلال طلب المشاركة عبر موقع الإنترنت بطلب رمز سري MOD PASS ، الا ان استخدام الخدمة لازال الاقبال عليها ضعيف مقارنة بالخدمة التقليدية .

VI. تطبيق MOBILE-BEA:

هو تطبيق الكتروني يتفاعل بموجبه العميل مع البنك يتيح له القيام بكل العمليات والخدمات والأنشطة المصرفية التي يوفرها البنك تمثل هذه الخدمة في تجربة للعملاء والتجار المحسنة تسمح باستخدام الهاتف الذكي وعن طريق الحاسوب اللوحي ومتابعة معاملتك المصرفية متى و اينما تريد وفي اي مكان وفق أعلى معايير الأمان ومن مميزاته تمثلت في:



- عرض الأرصدة والحسابات واخر المعاملات.
- ادارة الكشف بسهولة.
- القيام بتحويلات من الحساب عبر الانترنت بأقل وقت ممكن.
- مساحة مخصصة لرسائل الصرف مع البنك الذي تتعامل معه عبر SMS.
- ادارة البطاقات البنك bea الخاص بك .

اضافة لخدمات اخرى متنوعة مثل طرح الاسعار المطبقة على الخدمة **BEA-NET**، الخاصة بالافراد والتجار، تسهيل المعاملات الدولية من خلال التواصل مع شبكات عالمية مختصون وذو خبرة دولية واسعة، يمكن تحميل التطبيق من google play لتفعيل الخدمات المصرفية عبر الهاتف من خلال ادخال اسم المستخدم وكلمة المرور، الا ان هذه الخدمة الاقبال عليها لازال ضعيف نوعا ما لبعض فئات من المجتمع لجهلهم استخدام الانترنت.

VII. خدمة جهاز الدفع عن بعد Latélécollecte:

تتم هذه الخدمة عن طريق برمجية جهاز الدفع عن بعد اثناء ساعات النشاط المنخفض للتجار فيتصل بجهاز تلقائيا بمركز الدفع SATIM من اجل ارسال المعاملات اليومية في نهاية كل عملية خلال 24 /24 ساعة وعلى مدار أيام الاسبوع ، فيصدر الجهاز تذكرة لإعلام التاجر في الحالات التالية:

- عدد ومقدار المعاملات المرسله.
 - في حالة تعذر اجراء التجمع عن بعد بشكل صحيح
- و عندما يتم تحميل جميع المعاملات بشكل صحيح في الجهاز وبعد طباعة التذكرة يقوم الجهاز بمسح ذاكرته تلقائيا.

❖ شروط الحصول على الجهاز الدفع الإلكتروني: تتمثل فيما يلي:

- امتلاك حساب او فتحه لدى البنك
- توقيع عقد اتفاق مع بنك الخارجي الجزائري من اجل قبولاً لبطاقة البنكية BEA



المبحث الثاني: الطريقة والأدوات المستخدمة في الدراسة

تعتبر منهجية الدراسة وأدواتها الخطوات التي يعتمدها البحث لإنجاز الجانب التطبيقي من الدراسة بغرض الوصول إلى النتائج والأهداف المرجوة، حيث يتم استخدام منهجية الدراسات الميدانية والتي تعرف بأنها طريقة في البحث تتناول أحداث، ظواهر وممارسات موجودة متاحة للدراسة والقياس كما بطريقة مباشرة أو غير مباشرة، ويستطيع الباحث أن يتفاعل معها فيحللها ويفسرهما وذلك بواسطة الحاسوب وبرامج التحليل الإحصائي لاسيما SPSS.

المطلب الأول: الطريقة المتبعة في الدراسة

يتناول هذا المطلب الطريقة المتبعة في الدراسة من خلال التعرف على مجتمع وعينة الدراسة، وأهم مصادر البيانات بالإضافة إلى أدوات جمع البيانات.

الفرع الأول: مجتمع وعينة الدراسة

يتمثل مجتمع الدراسة في كافة المتعاملين للبنك الخارجي الجزائري على مستوى مدينة ورقلة، مع مراعاة أن يكون أفراد العينة مختارين عشوائيا من بين الأشخاص الذين تتوفر لديهم معاملات إلكترونية مع البنك محل الدراسة، وتمثل هذه العينة في:

1- الموظفين، 2- التجار، 3- غير ذلك من الاعمال الحرة.

تم توزيع 80 استمارة استبيان على عينة الدراسة، اعتمدنا التسليم المباشر أو بواسطة الزملاء، وبعد عملية الفرز تقرر الإبقاء على 75 استمارة صالحة من مجموع الاستمارات بعدما قمنا بإقصاء 5 استمارات وهذا راجع إلى نقص في الإجابة أو عدم استلامها في الوقت المناسب.

الجدول (II-2): عينة الدراسة والاستمارات الموزعة

الاستبيان		البيان
النسبة	العدد	
100%	80	عدد الاستمارات الموزعة
6.25%	05	عدد الاستمارات المقصاة
93.75%	75	عدد الاستمارات الصالحة

المصدر: إعداد الطالبتين اعتمادا على الاستبيانات الموزعة.

الفرع الثاني: أدوات جمع البيانات

من خلال هذا الفرع سنتعرف على بيانات الدراسة والأدوات المستخدمة في جمعها:

أولا- البيانات الأولية والثانوية

تم الاعتماد على مجموعة من البيانات الأولية والثانوية ذات الصلة بموضوع الدراسة وتتمثل في:

1- المصادر الأولية: تم تصميم استبيان وتوزيعه على عينة من المواطنين لدراسة دور الصيرفة الإلكترونية في تحسين جودة الخدمات المصرفية، وقد قسمت أسئلة الاستبيان إلى محورين متماشيين مع فرضيات الدراسة بالإضافة إلى محور البيانات الشخصية.

2- المصادر الثانوية: تم الاعتماد على مجموعة كبيرة من الكتب، المراجع، النشرات العلمية، المجالات المحكمة والدراسات السابقة، بالإضافة إلى القوانين المنظمة للنشاط المصرفي في الجزائر.

ثانيا- الملاحظة

مع تدوين بعض الملاحظات التي تعبر مثلا حيا يؤكد مدى صحة المعلومات، وذلك انطلاقا من التواجد داخل محيط البنك طيلة فترة التبرص.

الفرع الثالث: تصميم أداة الدراسة: وتشمل الخطوات التالية:

أولا- خطوات إعداد الاستبيان

تم تقسيم الاستبيان الى ثلاثة محاور أساسية كما يلي:

المحور الأول: خاص بالمعلومات العامة الشخصية والديمغرافية لأفراد العينة.

المحور الثاني: بعنوان الصيرفة الإلكترونية، ويتكون هذا المحور من 21 فقرة.

المحور الثالث: بعنوان جودة الخدمات المصرفية، ويتكون هذا المحور من 24 فقرة: 5 فقرات تقيس بعد الاستخدام، 5 فقرات تقيس بعد الأمان، 4 فقرات تقيس بعد الاعتمادية، 5 فقرات تقيس بعد الاستجابة، و5 فقرات تقيس بعد التصميم والموقع.

وقد تم إعداد الاستبيان على أساس مقياس ليكارت خماسي.

الجدول (II-3): أوزان مقياس ليكارت خماسي

الرأي (التصنيف)	لا أتفق تماما	لا أتفق	محايد	أتفق	أتفق تماما
الدرجة (الوزن)	1	2	3	4	5

المصدر: وليد عبد الرحمان خالد الفراء، تحليل الاستبيان باستخدام البرنامج الإحصائي SPSS، ص 26

وبعد استخدام المتوسط المرجح لحساب محاور الاستبيان، يتحول السلم إلى المجالات التالية:

الجدول (II-3-1): أوزان المتوسطات المرجحة

المستوى	المجال	الاستجابة
منخفض جدا	1-1.8	لا أتفق تماما
منخفض	1.81-2.6	لا أتفق
متوسط	2.61-3.4	محايد
مرتفع	3.41-4.2	أتفق
مرتفع جدا	4.21-5	أتفق تماما

المصدر: حسابات الطالبتين اعتمادا على برنامج SPSS

ثانيا- صدق وثبات الاستبيان

1- صدق الاستبيان: لأجل التحقق من صدق أداة الدراسة من طرف المحكمين، وقبل توزيع الاستبيان تم عرضه للتحكيم

على الأستاذ المشرف ومجموعة من الأساتذة المختصين من جامعة ورقلة، وهذا بغية التأكد من سلامة الاستبيان من مختلف

الجوانب خاصة فيما يتعلق ب:

- دقة صياغة الأسئلة وصحتها من الناحية اللغوية.

- توزيع خيارات الإجابة لضمان ملاءمتها لعملية التحليل الإحصائي المناسب لإشكالية دراستنا.

- التصميم الدقيق والمتوافق مع منهجية تحليل الاستبيان.

في الأخير، بعد أخذ آراء المحكمين مثلما هي موضحة أسماؤهم في الملاحق، تم صياغة الاستبيان بشكله النهائي.

2- ثبات الاستبيان: لأجل التحقق من ثبات أداة الدراسة تم استخدام ما يسمى معامل ألفا كرونباخ للاتساق الداخلي،

وهو معامل يقيس نسبة أفراد العينة الذين يعيدون نفس الإجابات في حالة استجوابهم في نفس الظروف، وبعد دراسة ثبات

الاستبيان بواسطة معامل ألفا كرونباخ تحصلنا على النتائج التالية:

الجدول (II-4): قياس ثبات الاستبيان

البعد	ترقيم الفقرات	عدد الفقرات	معامل الثبات
المحور الثاني: جودة الخدمات المصرفية			
بعد الاستخدام	26-22	5	0.774
بعد الأمان	31-27	5	0.618
بعد الاعتمادية	35-32	4	0.618
بعد الاستجابة	40-36	5	0.727
بعد التصميم	45-41	5	0.675
المحور الثاني	45-22	24	0.896
المحور الأول: الصيرفة الإلكترونية			
المحور الأول	21-1	21	0.622
			الثبات العام
			0.868

المصدر: إعداد الطالبتين اعتماداً على برنامج SPSS

من خلال اختبار الثبات لـ 45 سؤالاً من الاستبيان كانت نسبة معامل ألفا كرونباخ 0.868 ، مما يدل على أنه في حالة توزيع الاستبيان من جديد وفي نفس الظروف السابقة فإن 86.6% من عينة الدراسة سيعيدون نفس الإجابة، وهو ما يعبر عن معدل ثبات عالٍ للأداة المستخدمة في الدراسة، مما يبين مصداقية النتائج التي يمكن الوصول إليها. كما يتضح أن معامل الثبات بالنسبة للمحور الأول قد بلغ 62.2%، وبالنسبة للمحور الثاني 89.6%، أما أبعاد المحور الثاني فكانت على التوالي: 77.4%، 61.8%، 61.8%، 72.7%، 67.5%، هذه النتائج المحصل عليها جيدة عموماً ومنه فإن المحاور تتمتع بدرجة مرتفعة من الثبات ويمكن الاعتماد عليه في التطبيق الميداني.

المطلب الثاني: متغيرات الدراسة وأدوات التحليل الإحصائي

الفرع الأول: متغيرات الدراسة

الجدول (II-5): يوضح متغيرات الدراسة

أنواع المتغيرات	متغيرات الدراسة
المتغير التابع	جودة الخدمات المصرفية
المتغير المستقل	الصيرفة الإلكترونية

المصدر: من إعداد الطالبتين اعتماداً على برنامج SPSS

الفرع الثاني: أدوات التحليل الإحصائي

تم تفرغ وتحليل الاستبيان بواسطة تطبيق (EXCEL 2021)، أما بالنسبة لمعالجة البيانات وتحليلها فقد تم استخدام الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS25) ولتحقيق أهداف الدراسة قمنا بتحليل البيانات باستخدام أهم الاختبارات الإحصائية التالية:

- اختبار ألفا كروناخ لمعرفة ثبات فقرات الاستبيان.
 - النسب المئوية والتكرارات لكل عبارات الاستبيان والبيانات الشخصية.
 - حساب المتوسطات الحسابية لكل محور من محاور الاستبيان.
 - حساب المتوسط الحسابي المرجح لإجابات العينة المدروسة.
 - حساب التأثيرات بين متغيرات الدراسة بواسطة الانحدار الخطي.
- كما قمنا بادراج جداول واشكال بيانية لمختلف عناصر الاستبيان وذلك للقدرة على تحليل ومناقشة النتائج.

المبحث الثالث: نتائج الدراسة الميدانية، تفسيرها ومناقشتها

يتضمن هذا المبحث مطلبين، المطلب الأول نعرض فيه نتائج الدراسة مع القيام بتحليلها، أما المطلب الثاني فسنحاول فيه تفسير النتائج ثم التحقق من فرضيات الدراسة ومناقشتها.

المطلب الأول: تحليل نتائج الدراسة الميدانية

نعرض من خلال هذا المطلب النتائج المتوصل إليها باستخدام الأدوات الإحصائية والبرامج المستخدمة في معالجة البيانات التي تم جمعها عن طريق الاستبيان.

الفرع الأول: خصائص عينة الدراسة

تم دراسة الخصائص الشخصية لأفراد العينة حسب المتغيرات التالية:
1-الجنس، 2-العمر، 3-المؤهل العلمي، 4- المهنة، 5-الخبرة المهنية.

أولاً- التوزيعات التكرارية للعينة المدروسة حسب الجنس:

من خلال الجدول سيتم التعرف على توزيع افراد العينة حسب الجنس (ذكر، انثى)

الجدول (II-6): توزيع عينة الدراسة حسب متغير الجنس

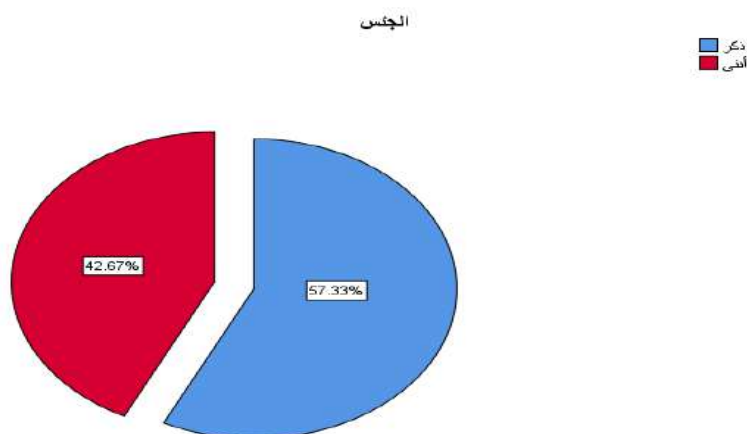
النسبة المئوية	التكرار	الجنس
57.3%	43	ذكر
42.7%	32	أنثى
100.0%	75	المجموع

المصدر: إعداد الطالبتين اعتماداً على برنامج SPSS

الفصل الثاني: الدراسة الميدانية لدور الصيرفة الإلكترونية في تحسين جودة الخدمات المصرفية في BEA

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن ما نسبته 57.3% من عينة الدراسة من جنس الذكور بعدد 43 فردا و 42.7% من جنس الإناث بعدد 32 فردا، بمعنى أن الاتجاه الأكبر للمستجوبين كان من جنس الذكور.

الشكل (II-2): التمثيل البياني للعينة المدروسة حسب الجنس



المصدر: إعداد الطالبتين اعتمادا على برنامج SPSS

ثانيا- التوزيعات التكرارية لأفراد العينة المدروسة حسب العمر:

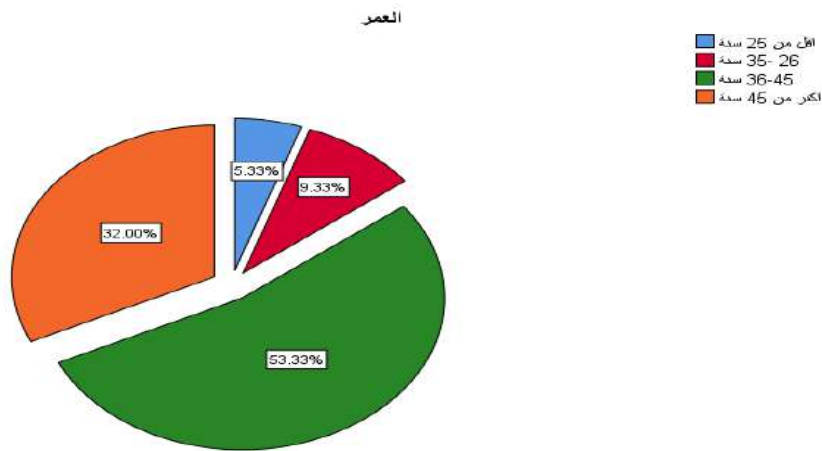
الجدول (II-7): توزيع عينة الدراسة حسب متغير العمر

النسبة المئوية	التكرار	العمر
5.3%	4	أقل من 25 سنة
9.3%	7	بين 26-35 سنة
53.3%	40	بين 36-45 سنة
32.0%	24	أكثر من 45 سنة
100.0%	75	المجموع

المصدر: إعداد الطالبتين اعتمادا على برنامج SPSS

من خلال الجدول أعلاه فإن الفئة العمرية الأكثر تكرارا في عينة الدراسة هي الفئة التي تتراوح أعمارهم بين 36 و 45 سنة بنسبة مئوية تقدر بـ 53.3%، فيما بلغت نسبة الأفراد الذين تجاوز سنهم 45 سنة معدل 32%، ثم الأفراد التي تتراوح أعمارهم بين 26 و 35 سنة بنسبة 9.3%، والأقل نسبة هم الذين لم يتجاوز سنهم 25 سنة بنسبة 5.3%.

الشكل (II-3): التمثيل البياني للعينة المدروسة حسب العمر



المصدر: إعداد الطالبتين اعتماداً على برنامج SPSS

ثالثاً- التوزيعات التكرارية لأفراد العينة المدروسة حسب المؤهل العلمي

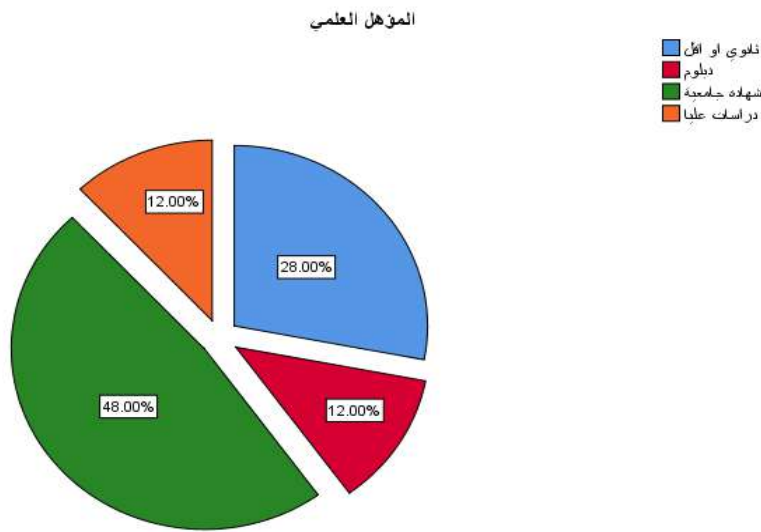
الجدول (II-8): توزيع عينة الدراسة حسب متغير المؤهل العلمي

النسبة المئوية	التكرار	المؤهل العلمي
28.0%	21	ثانوي أو أقل
12.0%	9	دبلوم
48.0%	36	شهادة جامعية
12.0%	9	دراسات عليا
100.0%	75	المجموع

المصدر: إعداد الطالبتين اعتماداً على برنامج SPSS

من خلال الجدول السابق نلاحظ أن ما نسبته 60% من أفراد العينة أكاديميين، يحملون شهادات عليا (ليسانس، ماجستير وماستر أو دكتوراه)، وما نسبته 12% يحملون شهادات مهنية و28% لهم مستوى ثانوي أو أقل.

الشكل (II-4): التمثيل البياني للعينة المدروسة حسب المؤهل العلمي



المصدر: إعداد الطالبتين اعتمادا على برنامج SPSS

رابعا- التوزيعات التكرارية للعينة المدروسة حسب المهنة

الجدول (II-9): توزيع عينة الدراسة حسب المهنة

المهنة	التكرار	النسبة المئوية
موظف	60	80.0%
تاجر	4	5.3%
اخرى	11	14.7%
المجموع	75	100.0%

المصدر: إعداد الطالبتين اعتمادا على برنامج SPSS

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن الموظفين هي النسبة الأكبر حيث بلغت معدل 80% من مجموع أفراد العينة، وبلغت نسبة التجار ما قدره 5.3%، أما العمال من غير الفئات المذكورة فقد بلغت نسبتهم 14.7%.

الشكل (II-5): التمثيل البياني للعينة المدروسة حسب المهنة



المصدر: إعداد الطالبتين اعتماداً على برنامج SPSS

خامساً- التوزيعات التكرارية للعينة المدروسة حسب الخبرة المهنية

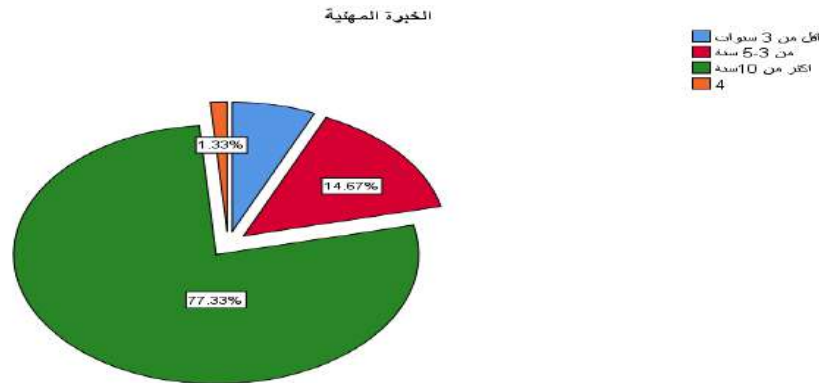
الجدول (II-10): توزيع عينة الدراسة حسب الخبرة المهنية

النسبة المئوية	التكرار	الخبرة المهنية الممارسة
6.7%	5	أقل من 3 سنوات
14.7%	11	من 3-5 سنوات
77.3%	58	أكثر من 10 سنوات
100.0%	75	المجموع

المصدر: إعداد الطالبتين اعتماداً على برنامج SPSS

نلاحظ من خلال الجدول أن الفئة الأقل تكراراً هي التي بلغت سنوات خبرتها أقل من 3 سنوات بنسبة 6.7%، أما الفئة الأكثر تكراراً فهي التي بلغت سنوات الخبرة لديها أكثر من 10 سنوات بنسبة 77.3%، تليها الفئة التي تراوحت خبرتها بين 3 و5 سنوات بنسبة 14.7%. وهذا يدل على أن أغلب أفراد العينة لديهم خبرة مهنية لا بأس بها.

الشكل (II-6): التمثيل البياني للعينة المدروسة حسب الخبرة المهنية



المصدر: إعداد الطالبتين اعتمادا على برنامج SPSS

الفرع الثاني: تحليل وتفسير اتجاهات آراء المستجوبين

توضح الجداول التالية النتائج التي تم التوصل إليها حول أسئلة محاور الاستبيان المتعلقة بدراستنا.

أولاً- اتجاه المستجوبين حول فقرات المحور الأول

يوضح الجدول التالي النتائج التي تم التوصل إليها حول أسئلة المحور الأول من الاستبيان المتعلقة بالصيرفة الإلكترونية.

الجدول (II-11): نتائج آراء أفراد العينة حول الصيرفة الإلكترونية

الرقم	العبارات	المتوسط	الانحراف	الترتيب	المستوى
1	جهل بمعرفة التطورات التكنولوجية المصرفية الجديدة	2.79	1.177	20	متوسط
2	سهولة تحويل الاموال الكترونيا	3.77	1.034	6	مرتفع
3	يحرص البنك لوجود سياسة متعلقة بالامان و السرية	4.17	.795	1	مرتفع
4	لدى العملاء انخفاض الوعي المصرفي وقلة الثقة	3.05	1.064	18	متوسط
5	تفضيل او تمييز البنوك من قبل البنك المركزي التي تتوسع في استخدام الصيرفة الالكترونية على غيرها	3.40	.973	15	متوسط
6	تعتقد ان البنية التحتية التقنية بالمصرف غير كافية	3.36	1.123	16	متوسط
7	يشعر العميل بالارتياح و الاطمئنان لتعامله مع البنك من خلال الانترنت	3.36	1.170	16	متوسط
8	تمتع الخدمات المصرفية الالكترونية بخواص تامينية ضد الاختراق	3.52	1.057	10	مرتفع
9	امكانية استخدام البطاقات الالكترونية في اي مكان من دول العالم	3.41	1.220	14	مرتفع
10	سهولة عرض كشف الحساب و الارصدة	4.03	1.000	2	مرتفع

الفصل الثاني: الدراسة الميدانية لدور المصرفة الإلكترونية في تحسين جودة الخدمات المصرفية في BEA

مرتفع	5	1.014	3.84	تسديد الخدمات الاخرى بكل سهولة (الكهرباء ، الهاتف غيرها)	11
مرتفع	10	1.201	3.52	توفر الصرافات الالية خدماتها خلال 24 ساعة بكل سهولة	12
مرتفع	3	1.129	3.91	يعتبر استخدام الهاتف النقال كاداة تواصل وتعريف بالخدمات المصرفية اكثر سهولة	13
مرتفع	4	1.060	3.89	تعتبر اكثر امانا كبديل لحمل النقود في تسوية المدفوعات	14
مرتفع	13	1.207	3.46	محدودية اجهزة الصراف الالي لمصرف و اقتصارها على واجهة المصرف فقط	15
متوسط	19	1.346	2.80	المبلغ المسموح في حالة السحب عبر الصراف الالي كافي جدا	16
مرتفع	8	1.080	3.68	يتم ارسال قائمة الحركات لحساب العملاء من خلال الهاتف النقال SMS	17
مرتفع	12	1.120	3.49	تعمل المصرفية الالكترونية على تخفيض تكلفة الخدمات المقدمة للعميل	18
مرتفع	9	1.116	3.59	لا يوجد اي مخاطر من التعامل مع الصراف الالي او بطاقات الائتمان	19
متوسط	21	1.042	2.32	تعتبر الخدمات المصرفية التقليدية اكثر فاعلية من الخدمات المصرفية الالكترونية	20
مرتفع	7	.984	3.76	تمتاز الخدمات المصرفية الإلكترونية بالتنوع	21
مرتفع	--	.37303	3.4822	المتوسط العام للمحور الأول	

المصدر: إعداد الطالبتين اعتمادا على برنامج SPSS

أ. التحليل: يشير الجدول رقم (II-9) إلى أن المتوسطات الحسابية لفقرات المحور الأول الذي يقيس المصرفة الإلكترونية، قد تراوحت بين 2.32-4.17 بانحرافات معيارية تراوحت بين 0.795-1.346، يعني هذا أن الاتجاه العام لآراء أفراد العينة اتجهت نحو الموافقة المرتفعة على فقرات المصرفة الإلكترونية لدى عينة الدراسة، حيث تأتي في مقدمة الفقرات المتجهة نحو الموافقة المرتفعة الفقرة الثالثة، العاشرة ثم الثالث عشرة على الترتيب، بمتوسطات حسابية 4.03، 3.91، 4.17 على التوالي، أما الفقرات السادس عشرة، الأولى والعشرون فأتجهت نحو الموافقة المتوسطة على موضوع السؤال بمتوسطات حسابية بلغت 2.79، 2.80، 2.32 على التوالي، بالإضافة إلى ذلك يتبين لنا من الجدول الموافقة المرتفعة لعينة الدراسة على المحور ككل، إذ بلغ المتوسط العام للمحور 3.482 بانحراف معياري عام أقل من الواحد بقيمة بلغت 0.373، مما يعني عدم وجود تشتت كبير بين الفقرات، وهذا يدل على درجة التجانس الكبيرة بين فقرات المحور الأول.

ب. التفسير: من خلال التحليل السابق يلاحظ أن أفراد العينة يعتقدون أن أهم المزايا التي تقدمها المصرفة الإلكترونية في وجود سياسة بنكية حول أمان وسرية معلومات الزبون، تليها في الأهمية وسهولة عرض كشف الحساب والأرصدة، بالإضافة إلى أن استخدام الهاتف النقال جعل من الخدمات المصرفية أكثر سهولة وهو ما يعني زيادة رفاهية المواطن والتقليل من بيروقراطية التسيير والتقليل من الطوابير وغيرها من سلبيات التعامل البنكي المباشر.

الفصل الثاني: الدراسة الميدانية لدور المصرفة الإلكترونية في تحسين جودة الخدمات المصرفية في BEA

من جهة أخرى، يرى عينة بسيطة من المستجوبين أن المصرفة التقليدية أكثر فعالية من المصرفة الإلكترونية وهذا راجع أساسا لسليبات التعامل الإلكتروني المتمثلة في أساسا في ضعف الشبكة أو عطلها، فيما ترى نسبة متوسطة من العينة أن الجهل بالخدمات المصرفية الإلكترونية لدى المواطنين له دوره في تميز الخدمات، وكذلك فإن عينة لأبأس بها تعتقد أن المبلغ المسموح بسحبه من الصراف الإلكتروني كاف.

ثانيا- اتجاه المستجوبين حول فقرات المحور الثاني

يوضح الجدول التالي النتائج التي تم التوصل إليها حول أسئلة المحور الثاني من الاستبيان المتعلقة أبعاد جودة الخدمات المصرفية.

الجدول (II-12): نتائج آراء أفراد العينة حول أبعاد جودة الخدمات المصرفية

الرقم	العبارات	المتوسط	الانحراف	الترتيب	المستوى
1	استخدام الخدمة المصرفية الإلكترونية بشكل سهل	3.71	1.037	3	مرتفع
2	سهل الحصول على ما احتاج من الموقع	3.45	1.031	9	مرتفع
3	سرعة التحويل من خدمة الكترونية الى اخرى	3.60	.854	4	مرتفع
4	سرعة الخدمات الإلكترونية لتوجه حل مشاكل العملاء	3.56	1.003	6	مرتفع
5	استخدام اللغة في الموقع الإلكتروني مفهومة وواضحة	3.79	1.017	1	مرتفع
6	تعتقد ان التعاملات البنكية عن طريق الانترنت امنة	3.11	1.098	22	متوسط
7	توفر الخدمات المصرفية الإلكترونية الاتصال الدائم بالبنك	3.48	1.031	8	مرتفع
8	لدى موظفي المصرف الخبرة العالية للاجابة على جميع الاستفسارات	3.19	1.049	20	متوسط
9	الشعور بالراحة عند تقديم المعلومات الشخصية للبنك عبر الانترنت	3.37	.955	15	متوسط
10	شعور بالامان لإجراءات المعاملات عن طريق الخدمة المصرفية عبر الانترنت	3.43	.932	12	مرتفع
11	يحرص البنك على تقديم الخدمات بالشكل الصحيح	3.77	.863	2	مرتفع
12	تميز الخدمات الإلكترونية المقدمة بالدقة والملائمة للجميع	3.59	.974	5	مرتفع
13	يوفر البنك قاعدة بيانات متاحة للعملاء في اي وقت	3.31	.900	19	متوسط
14	حرص موظفي البنك عند تقديم الخدمة في عدم وجود أخطاء	3.56	1.043	6	مرتفع
15	الحصول على الخدمات الإلكترونية للبنك دون تاخير	3.39	1.012	14	متوسط
16	يستجيب موظفوا البنك لتساؤلات العملاء	3.41	1.079	13	مرتفع
17	يهتم البنك بالشكاوي والمشاكل التي يواجهها	3.36	1.098	16	متوسط
18	يتم رد الاستفسارات حول الخدمات الإلكترونية في اقل وقت	3.09	1.093	23	متوسط
19	اصبح الاقبال على الشبايبك قليل في البنك مقارنة بالاعتماد على الموزع الآلي	3.12	1.284	21	متوسط

الفصل الثاني: الدراسة الميدانية لدور الصيرفة الإلكترونية في تحسين جودة الخدمات المصرفية في BEA

مرتفع	10	1.043	3.44	يتميز بتصميم منظم يساعد على التصفح فيه بكل سهولة	20
متوسط	18	.937	3.35	المظهر الخارجي للبنك جذاب ويلائم طبيعة الخدمة المقدمة	21
مرتفع	10	1.068	3.44	انتشارها في أماكن متعددة	22
متوسط	24	1.156	2.96	ييدي الزبون أي انطباع سيء اتجاه وسائل الراحة والمرافقة والقاعات التي يوفرها البنك	23
متوسط	16	1.098	3.36	يتم تحديث الموقع بشكل مستمر	24
مرتفع	--	.55888	3.4153	المتوسط العام للمحور الثاني	

المصدر: إعداد الطالبتين اعتماداً على برنامج SPSS

أ. التحليل: يشير الجدول رقم (II-10) إلى أن المتوسطات الحسابية لأبعاد المحور الثاني جودة الخدمات المصرفية، تراوحت بين 2.96-3.79 بانحرافات معيارية تراوحت بين 0.863-1.284. يعني هذا أن الاتجاه العام لآراء أفراد العينة اتجهت نحو الموافقة على أبعاد المحور، تأتي في مقدمة الفقرات المتجهة نحو الموافقة المرتفعة الفقرة الخامسة، الحادية عشرة ثم الأولى، بمتوسط حساب يبلغ 3.79، 3.77، 3.71 على التوالي. في حين اتجهت أغلب الفقرات نحو الموافقة بتوسط مثل الفقرة السادسة، الثامن عشرة ثم الثالثة والعشرين بمتوسطات حسابية بلغت 3.11، 3.09، 2.96 على التوالي، بالإضافة إلى ذلك يتبين لنا من الجدول موافقة عينة الدراسة على المحور ككل، إذ بلغ المتوسط العام للمحور 3.415 بانحراف معياري عام أقل من الواحد بقيمة بلغت 0.558، مما يعني عدم وجود تشتت كبير بين الفقرات.

ب. التفسير: من خلال التحليل السابق نجد أن أفراد العينة يعتقدون أن جودة الخدمات المصرفية المقدمة في البنك تعتمد على استخدام لغة مفهومة وواضحة في موقعها الإلكتروني، بالإضافة إلى تقديم خدماته بشكل صحيح وسهل وهو ما يفسر ميل المواطنين للسهولة والراحة في تعاملهم مع البنك وارتياحهم لكل الخدمات التي تقدم بأبسط شكل ممكن من حيث بعد الاستخدام بالدرجة الأولى ثم بعد الاعتمادية، فيما يرى أفراد العينة أن الزبون يحمل انطباعات متوسطة تجاه وسائل الراحة والمرافقة والقاعات التي يوفرها البنك المتعامل معه بما لا يخدم بعد تصميم وموقع البنك، وأيضاً يشتكي الزبون من عدم الرد على الاستفسارات حول الخدمات الإلكترونية في وقت مناسب بمعنى أن بعد الاستجابة يلقي قبولاً متوسطاً.

المطلب الثاني: ربط النتائج بالفرضيات وتفسيرها

نحاول من خلال هذا المطلب تحليل وتفسير النتائج باستخدام الأساليب والاختبارات الإحصائية المناسبة، ثم ربطها بفرضيات الدراسة ثم تلخيص النتائج المتوصل إليها.

الفرع الأول: عرض نتائج الانحدار الخطي

بعد تقدير معادلة الانحدار الخطي البسيط باستخدام طريقة المربعات الصغرى عند مستوى دلالة 5% حيث المتغير المستقل هو الصيرفة الإلكترونية والمتغير التابع هو جودة الخدمات المصرفية.

أولاً- القوة التفسيرية لمعادلة الانحدار

الجدول الموالي يوضح معامل التحديد والقوة التفسيرية لمعادلة الانحدار، حيث أن 18.8% من تغيرات جودة الخدمات المصرفية تسببه تغيرات الصيرفة الإلكترونية، والنسبة المتبقية 81.2% ترجع لعوامل أخرى أو عوامل عشوائية أو الخطأ، وبالتالي للمعادلة قوة تفسيرية ضعيفة نوعاً ما.

جدول (II-24): القوة التفسيرية لمعادلة الانحدار الخطي

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.433 ^a	.188	.177	.50713	1.994

المصدر: إعداد الطالبتين اعتمادا على برنامج SPSS

ثانيا- تحليل التباين المفسر بخط الانحدار

جدول (II-25): التباين المفسر لخط الانحدار

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	4.339	1	4.339	16.872	.000 ^b
	Residual	18.775	73	.257		
	Total	23.114	74			

المصدر: إعداد الطالبتين اعتمادا على برنامج SPSS

من الجدول السابق نلاحظ أن قيمة اختبار تحليل التباين لخط الانحدار هو 16.87 ومستوى دلالة هذا الاختبار تساوي 0.0001 أقل من مستوى الدلالة المعتمد في الدراسة 5%، وبالتالي فخط الانحدار يلائم المعطيات ومعادلة الانحدار تمتاز بالمعنوية الكلية بالرغم من ضعف القوة التفسيرية.

ثالثا- شرط التوزيع الطبيعي للبواقي

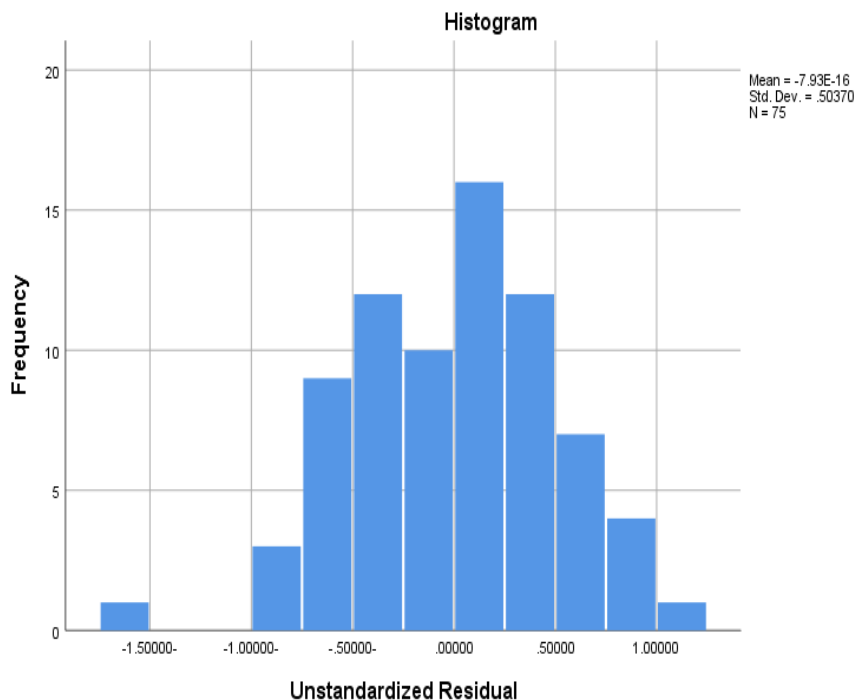
جدول (II-26): اختبار التوزيع الطبيعي للبواقي الانحدار

Tests of Normality						
	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Statistic	Df	Sig.	Statistic	Df	Sig.
Unstandardized Residual	.068	75	.200 [*]	.986	75	.577

المصدر: إعداد الطالبتين اعتمادا على برنامج SPSS

من الجدول أعلاه نلاحظ أن قيمة اختبار سميرونوف تساوي 0.068 بمستوى دلالة 0.200 وهو أكبر من مستوى الدلالة 5% ومنه البواقي معتدلة و تتوزع طبيعيا والشكل الموالي يؤكد ذلك.

الشكل (II-7): اعتدال توزيع اللبواقي



المصدر: إعداد الطالبتين اعتمادا على برنامج SPSS

رابعاً- الارتباط الذاتي بين اللبواقي:

ترجع أهمية دراسة الارتباط الذاتي لللبواقي في تحليل الانحدار إلى أن وجود هذا الارتباط من شأنه أن يجعل قيمة التباين المقدر للخطأ أقل من قيمته الحقيقية، وبالتالي فإن قيمة إحصائيات الاختبار التي تعتمد على هذا التباين مثل إحصائية ستودنت وفيشر، تكون أكبر من قيمها الحقيقية مما يجعل القرار الخاص بجودة توفيق النموذج قرار مشكوك في صحته. نلاحظ من الجدول رقم II-24 أن إحصائية درين واطسون تساوي 1.994 وهي محصورة في مجال قبول فرضية العدم، وبالتالي فإن اللبواقي مستقلة عن بعضها البعض.

خامساً- شرط تجانس تباين اللبواقي

إن عدم ثبات تباين اللبواقي في نموذج الانحدار من شأنه أن يترتب عليه آثار مشابهة لمشكلة وجود ارتباط ذاتي بين اللبواقي، حيث تكون الأخطاء مقدرة بأقل من قيمتها الحقيقية وبالتالي تصبح هذه التقديرات متحيزة، الأمر الذي يجعل نتائج الاستدلال الإحصائي مشكوك في صحتها. من خلال الجدول يظهر أن تباينات اللبواقي متجانسة بالنظر لمستوى دلالة الاختبار التي تساوي 0.069 وهو أعلى من مستوى المعنوية 5%.

الجدول (II-27): اختبار ليفيني لتجانس تباين اللبواقي

Levene's Test for Equality of Variances	
F	Sig
3.408	.069

المصدر: إعداد الطالبتين اعتماداً على برنامج SPSS

سادساً- تحليل معاملات خط الانحدار

الجدول الموالي يوضح قيم معاملات خط الانحدار جودة الخدمات المصرفية بدلالة الصيرفة الإلكترونية لعينة من مواطني مدينة ورقلة.

جدول (II-28): قيم معاملات خط الانحدار لجودة الخدمات المصرفية

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		T	Sig.
		B	Std. Error		
1	(Constant)	1.155	.553	2.087	.040
	الصيرفة الإلكترونية	.649	.158	4.108	.000

المصدر: إعداد الطالبتين اعتماداً على برنامج SPSS

يمكن أن نلاحظ ما يلي:

مقطع خط الانحدار يساوي 1.155 الذي يمثل a من معادلة المستقيم $Y=a+Bx$ ، والملاحظ أن له دلالة إحصائية بمستوى معنوية 5% أي أن عوامل أخرى تساهم في جودة الخدمات المصرفية بقوة لكنها من غير عامل الصيرفة الإلكترونية. أما ميل خط الانحدار فنلاحظ أن إشارة المعامل $B\hat{e}t\alpha$ لمتغير الإفصاح المحاسبي بلغت 0.649. أي لها تأثير موجب في جودة الخدمات المصرفية بمستوى دلالة يساوي 0.0001 أي أقل من مستوى 5%،

إذن، معادلة خط الانحدار هي: $Y = 1.155 + 0.649X$

الفرع الثاني: عرض وتفسير نتائج الفرضيات:

▪ مناقشة النتائج: تم التوصل الى مجموعة من النتائج من خلال تحليل اجابات افراد عينة الدراسة حول محاور واجزاء استمارة الاستبيان والمتمثلة في النقاط التالية:

1. نسبة (3, 57%) توزيع أفراد العينة كانت لذكور ويعتبر أمر طبيعي بسبب طبيعة ونوعية عمل البنوك وبحكم جنس الإناث يكون تعاملهم محدوداً مع البنوك.

2. نسبة (48%) كانت الأعلى حسب عينة المستوى التعليمي في شهادات الجامعية.
3. نسبة (80%) كانت الأكبر لعينة الموظفين يرجع لخبرة ودارية أكثر للموظف بمتطلبات الزبائن واحتياجاتهم.
4. إجابات العملاء كانت اغلبها الموافقة تماما، بمتوسط حسابها محصور في مجال 21, 4-5 مما يعني ان أسئلة الاستبيان كانت موفقة في صياغتها وإيصال المغزى منها للدراسة .
5. وجود اثر ذو دلالة احصائية عند مستوى المعنوية المبرمج إحصائيا للصيرفة الالكترونية من طرف عملاء البنك يعود ذلك لسهولة الاستخدام .
6. الصيرفة الالكترونية من طرف مقدم الخدمة يؤدي الى زيادة السرعة والشعور بالأمان والثقة من طرف العملاء.
7. قناة الصراف الآلي ليس لها تأثير كبير في تحسين جودة الخدمة المصرفية المقدمة من قبل البنك محل الدراسة يعود لقلّة الإقبال او الوعي من خلال فئة تكون من الأميين واعتقادهم انها الأصعب من الشيكات ولا يفهمون طريقة استخدامه.
8. تقييم التعاملات عبر الانترنت ليس لها اثر كبير في تحسين جودة الخدمة المصرفية بسبب تاثير المستوى التعليمي للأفراد لاستخدام الخدمات البنكية الحديثة لجهل التعامل بها والخوف وعدم الوعي المصرفي للعملاء لقلّة القيام بندوات توعية إرشادية وتحسيسية من طرف مقدم الخدمة.

خلاصة الفصل

انطلاقاً من الدراسة الميدانية التي تستعرض نتائج هذا الفصل والهدف من معالجة مسألة دور المصرفة الإلكترونية في تحسين جودة الخدمات المصرفية هو تطوير أداء البنك BEA وتوفير إطار نظري يحدد المفاهيم المختلفة المتعلقة بالخدمات المصرفية الإلكترونية، كأحد أهم إفرزات ثورة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات والتي تمكن البنك لتلبية احتياجات العملاء بسرعة وكفاءة وخدمة المستهدفة بفعالية، وأوضحت نتائج الدراسة، لا يزال أمام البنك الخارجي الجزائري طريق طويل ليقطعه في تطبيق المصرفة الإلكترونية، لأن معالجة طرق الدفع الإلكتروني ما زالت جديدة على معظم فئات المجتمع الجزائري، لذا فهم يتجنبون هذه الحادثة خوفاً من العواقب المحتملة المخاطرة الناتجة من وجهة نظرهم رغم استجابة البنك لهذه الخدمات بالموافقة المرتفعة، فيسعى البنك على رسم خطط و برنامج للمساعدة بتهيئة عملائه وكيفية استخدام هذه الأدوات من خلال إشرافه لأيام تحسيسية، أو إعلانات، كما اختتمنا بحثنا بإجراء اقتراحات لأفاق مستقبلية تهدف لتحسين وتطوير الاداء المصرفي في عينة من البنوك الجزائرية.

الحنامة

تعتبر الصيرفة الإلكترونية وجهة حديثة في عالم البنوك مما أحدث تغييراً في طريقة تقديم الخدمات المصرفية من خدمات تقليدية مقدمة في الموقع إلى خدمات إلكترونية مقدمة عن بعد باستخدام وسائل اتصال حديثة لاستيعاب النمو في التسويق لصيرفة الإلكترونيات والاتصال وأثره على البنوك وأنشطتها، بالإضافة إلى ظهور البنوك العاملة على الإنترنت تتعامل بوسائل الدفع الإلكتروني، الفرق في الخدمات المصرفية في النظام المصرفي الجزائري هو أن الخدمات المقدمة ما زالت تقليدية ولا تلي المعايير الدولية، أما بالنسبة للخدمات المصرفية الإلكترونية، فهي لا تزال في المرحلة الأولى من تحول جديد من خلال إدخال تقنيات المعلومات والاتصالات في القطاع المصرفي. يعتمد البنك الخارجي الجزائري لوكالة ورقلة على الخدمات المصرفية كافية لخلق صورة جيدة بين العملاء المحليين والأجانب، كما يسعى إلى اللحاق بالأنظمة المتقدمة المتعلقة بالسحب أو الدفع والانتقال إلى استخدام هذه الخدمة عبر الخط والهواتف الذكية.

1. نتائج صحة اختبار الفرضيات: تم اثبات صحة الفرضيات كالتالي:

- ❖ **الفرضية الأولى :** تنص " توجد علاقة ايجابية بين العنصر البشري والدليل المادي في تطور وسائل أنظمة البنكية"، تم اختبار هذه الفرضية من خلال حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لإجابات أفراد عينة الدراسة على العبارات الممثلة للمحور الأول، والتي تقيس الصيرفة الإلكترونية حيث بلغ المتوسط العام للمحور قيمة 3.482 بانحراف معياري 0.373 أي وجود خدمات الصيرفة الإلكترونية بمستوى مرتفع مما يؤدي إلى قبول الفرضية الأولى.
- ❖ **الفرضية الثانية :** تنص " يوجد صيرفة إلكترونية في تحسين جودة الخدمات المصرفية في البنك الخارجي BEA، تعزي المتغيرات الديمغرافية" وقد تم اختبار هذه الفرضية من خلال حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لإجابات أفراد عينة الدراسة على العبارات الممثلة، والتي تقيس أبعاد جودة الخدمات المصرفية حيث بلغ المتوسط العام للمحور قيمة 415.3 بانحراف معياري 0.558 أي جودة مرتفعة للخدمات المصرفية المقدمة، مما يؤدي إلى قبول الفرضية الثانية.
- ❖ **الفرضية الثالثة :** تنص " يؤدي تأثير الصيرفة الإلكترونية في العمل المصرفي الى تحسين جودة الخدمات المصرفية من خلال الأبعاد التالية: الامان، الاستخدام، الاعتمادية، الاستجابة" وقد تم اختبار هذه الفرضية من خلال الانحدار الخطي البسيط حيث جاء معامل المتغير المستقل موجبا وذو دلالة إحصائية مما يؤدي إلى قبول الفرضية الثالثة.

2. نتائج الدراسة:

- **النتائج النظرية:** من خلال استعراض جملة من المفاهيم النظرية والتطبيقية المتعلقة بالموضوع الدراسة يمكن اعطاء النتائج المرتبطة بكل من الصيرفة الإلكترونية وجودة الخدمات المصرفية كالتالي:
 - هناك العديد من المفاهيم لصيرفة الإلكترونيات القائمة على توجيهات فكرية التي ينظر منها كل حدث.
 - نظرا لتطورات التكنولوجيا الحديثة فقد ساهمت الصيرفة الإلكترونية بشكل كبير في تطوير جودة الخدمات المصرفية.
 - تساعد الصيرفة الإلكترونية في توسيع نطاق الخدمات المصرفية المقدمة من قبل البنك محل الدراسة .

- من أهم التحديات التي تواجه البنوك في تقديم الخدمات المصرفية الإلكترونية حواجز اجتماعية وثقافية عديدة، وانعدام الثقة بين أفراد المجتمع بالوسائل الإلكترونية، وافتقارهم للوعي المصرفي، والخوف من مقاومة التغيير.
- تؤدي جودة الخدمات المصرفية لتقليل من التكاليف وتوفير قنوات عديدة مثل الصيرفة عبر الانترنت والهاتف المحمول.
- نظرا لوجود العديد من التأثيرات الايجابية تتوافق الدراسة الحالية مع الدراسات السابقة في تطبيق الصيرفة الالكترونية
- هناك رغبة في استخدام الصيرفة لالكترونية من قبل العملاء.
- **النتائج التطبيقية:**
- يوجد أثر بين الصيرفة الإلكترونية وجودة الخدمات المصرفية
- يوجد أثر متوسط ذو دلالة إحصائية لصيرفة عبر الانترنت على تحسين جودة الخدمة المصرفية المقدمة من قبل البنك محل الدراسة لضعف شبكة الانترنت وعدم المبادرة في عصنة المواقع الإلكترونية وتحديثها.
- هيمنة جنس الذكور على جنس الإناث في عينة الدراسة.
- المستوى الغالب الموجه فلاستيبيان هو المستوى الجامعي.
- أغلبية عينة المهنة كانت للفئة الموظفين.
- ان الاتجاه العام نحو لأراء العاملين للبنك لقياس الصيرفة الالكترونية بالموافقة المرتفعة ،اذ بلغ المتوسط العام للمحور 3.482 بانحراف معياري عام أقل من الواحد بقيمة بلغت 0.373، مما يعني عدم وجود تشتت كبير بين الفقرات.
- يرى أفراد العينة في قياس ابعاد جودة الخدمات المصرفية أن الزبون يحمل انطبعا متوسطا تجاه وسائل الراحة والمرافقة والقاعات التي يوفرها البنك المتعامل معه بما لا يخدم بعد تصميم وموقع البنك .
- أن اراء أفراد العينة لابعاد جودة الخدمات المصرفية المقدمة في البنك تعتمد على استخدام لغة مفهومة وواضحة في موقعها الإلكتروني.
- تقديم خدمات بشكل صحيح وسهل، وهو ما يفسر ميل الزبائن للسهولة والراحة في تعاملهم مع البنك وارتياحهم لكل الخدمات التي تقدم بأبسط شكل ممكن من حيث بعد الاستخدام بالدرجة الأولى ثم بعد الاعتمادية.
- عينة الدراسة لبعض اغلبية العملاء يفضلون التعامل مع موظفي البنوك بدلا من التعامل مع أجهزة الصراف الآلي نتيجة الخوف لعطب الأجهزة أو عدم الاكتفاء بالأرصدة النقدية.
- توصلت الدراسة لبنك BEA بوجود جودة في الخدمة المصرفية بابعدها بناء على اجابات افراد العينة على المحور بدرجة موافقة وبمتوسط يقدر بـ 3,415 في بعد الاستخدام بدرجة اولى تم بعد الاعتمادية
- محدودية الدعم الموجه نحو بحوث تطوير الصيرفة الالكترونية من قبل إدارة البنك الخارجي الجزائري نظرا لمحدودية الكوادر الإدارية القادرة على أعمال الصيرفة الالكترونية بكفاءة عالية لتقديم أفضل الخدمات.
- تحتم وكالة البنك محل الدراسة بتقديم خدمات عن بعد، عبر الموقع التواصلية وعبر الهاتف المصرفي.

3. توصيات الدراسة: في ضوء النتائج السابقة اسفرت عنها تأكيد دور الصيرفة الإلكترونية في المصرف محل الدراسة تتجلى فيما يلي:

- الاهتمام بتساؤلات العملاء وشكاويهم من جهة القصور لدى موظفي البنك في الاعتبار.
- التوسع في استخدام التكنولوجيا بتوفير المعلومات الكافية والتي يحتاجها العميل لدى استخدامه للخدمات المصرفية الإلكترونية عبر الانترنت وتوعية الزبائن.
- وجود دعامة لبنية قوية من المعدات الإلكترونية تتناسب لتطبيق خدمات الصيرفة الإلكترونية.
- ضرورة توعية المستخدمين بمناافع الخدمات الإلكترونية وفوائدها التي توفر للعميل الوقت والجهد والتكلفة جراء العمليات البنكية المختلفة.
- ضرورة تأهيل وتدريب الموظفين في مجال الإلكترونيات التطور التكنولوجي يخلف إطاراً مهنياً متخصصاً.
- السير نحو المنافسة يؤدي إلى التحسين المستمر في تقديم الخدمات لإشباع حاجات العملاء وكسب رضاهم.
- ضرورة توفير دعم حكومي في إصلاحات البنية التحتية والتحكم في تقنيات الاتصال من خلال تعزيز شبكة الانترنت وحمايتها من الاختراق والاحتيايل لضمان سرية جميع المعاملات البنكية.
- العمل على تصميم مواقع الكترونية للبنوك بلغة سهلة ومفهومة.

4. افاق الدراسة: يوصي بإجراء دراسات مستقبلية تمثلت فيما يلي:

- العمل على دراسة تأثير الصيرفة الإلكترونية على الأداء المالي للمصرف دراسة مقارنة بين البنوك الإسلامية والتجارية بدراسة نفس المتغيرات.
- العمل على دراسة تطبيق الصيرفة الإلكترونية لقياس وجهة نظر العميل في البنوك الإسلامية مع استخدام جمع البيانات ومنها المقابلة.
- العمل على دراسة متغيرات أخرى كدور الهاتف البنكي لمستوى ثقة العملاء في الخدمات البنكية الالكترونية في الاخير نأمل أن نكون قد وفقنا في إثراء مكتبتنا الجامعية بموضوع متجدد وساهمنا في الكشف عن بعض الحقائق ولو قليلاً، لأن بحثنا ما زال يفتقر إلى البصيرة في جميع جوانب متغيرات البحث نظراً لاتساع وحدائة الموضوع، فلا شك إن تغاضينا عن بعض الجوانب المهمة بحيث لا يزال بإمكان الباحثين العاملين في مجال الدراسة للبحث.

قائمة المصادر

والمراجع

قائمة المصادر والمراجع

أ. الكتب باللغة العربية:

1. احمد بوراس، السعيد بريكة ، أعمال الصيرفة الإلكترونية الأدوات والمخاطر، دار الكتاب الحديث ط اولى ،2014.
2. اطاهر لطرش، تقنيات البنوك، الطبعة السادسة ، ديوان المطبوعات الجامعية الجزائر، 2007.
3. الدرادكة مأمون، الشلبي طارق، الجودة في المنظمات الحديثة ، دار الصفاء للنشر و التوزيع، الطبعة الأولى عمان، الاردن، 2002.
4. رعد حسن الصرن،عولمة جودة الخدمة المصرفية، دار التواصل العربي للنشر والتوزيع، دمشق 2007.
5. عبد الهادي مسعودي، الأعمال المصرفية الإلكترونية، بنوك الإلكترونية، نقود الكترونية، البطاقات الإلكترونية، دار النشر اليازوري، 2016.
6. فريد نجار، الاقتصاد الرقمي (الانترنت وإعادة هيكلة الاستثمار والبنوك الإلكترونية)، دار الجامعة الإسكندرية مصر، 2007.
7. قاسم نايف علوان المياوي، إدارة جودة في الخدمات (مفاهيم وعمليات و تطبيقات)، الطبعة 1، دار الشروق للنشر و لتوزيع، عمان، 2006.
8. مأمون سليمان الدرادكة، طارق شلبي، إدارة الجودة الشاملة و خدمة العملاء، دار الصفاء، عمان، 2005.
9. ناظم محمد نوري الشمري ،عبد الفتاح زهير العبد آلات، الصيرفة الإلكترونية (الأدوات والتطبيقات ومعيقات التوسع) ،دار وائل للنشر الطبعة الأولى 2008.
10. وسن شاكر مجيد، محمد عواد الزيادات، إدارة الجودة الشاملة تطبيقات في الصناعة والتعميم، الطبعة 1، دار صفاء لمنشر والتوزيع عمان-الأردن، 2007 .
11. وسيم محمد، محمود ابراهيم نور، شقيري نوري موسى، صالح طاهر الزرقان، الخدمات المصرفية الإلكترونية، دار المسيرة لنشر وتوزيع، عمان -الاردن، 2012.

ب. الاطروحات والمذكرات الجامعية بالعربية:

1. إسحاق توتاى، عبد الباسط دهيمي، الصيرفة الإلكترونية ودورها في تحسين جودة الخدمة المصرفية، مذكرة تخرج تدخل ضمن متطلبات شهادة الماستر تخصص علوم اقتصادية ، دراسة الحالة البنك الوطني الجزائري وكالة سطيف، 2021/2020 .
2. بزخامي سليمة، أثر التسويق الإلكتروني على جودة الخدمات المصرفية، دراسة حالة بنك BADR وكالة سيدي لخضر مستغانم، مذكرة تخرج تدخل ضمن نيل شهادة الماستر في العلوم التجارية تخصص تسويق، جامعة عبد الحميد ابن باديس مستغانم، 2015/2014.
3. بسمة سامي الخطيب، دور الصيرفة الإلكترونية في تحقيق الميزة التنافسية ، أطروحة دكتوراه (غير منشورة)، إدارة الأعمال ، جامعة دمشق سوريا، 2014.

4. بلحسن خولة ، دور الصيرفة الإلكترونية في تحسين جودة الخدمات المصرفية ، مذكرة تخرج تدخل ضمن متطلبات لنيل شهادة الماستر في العلوم الاقتصادية تخصص اقتصاد نقدي وبنكي لدراسة مقارنة بين بنكي CPA، والسلام وكالة بسكرة 2020/2919 .
5. بلعياشي ميادة، أثر الصيرفة الإلكترونية على السياسة النقدية، أطروحة دكتوراه (غير منشورة)، اقتصاديات النقود والأسواق المالية، جامعة محمد خيضر، بسكرة ، 2015.
6. بن منصور فريدة، الصيرفة الإلكترونية كمدخل لبناء الاقتصاد الرقمي في الجزائر-دراسة حالة لبنك الخارجي الجزائري BEA، وكالة ورقلة، مذكرة تخرج تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر في العلوم الاقتصادية، جامعة قاصدي مرباح تخصص نقود ومالية ، ورقلة، 2010/2011.
7. بومعالي امينة، بو الشعر مريم، أثر تطوير الخدمات المصرفية على تحسين الصورة المهنية للبنك من وجهة نظر العملاء، دراسة حالة بنك CPA وكالة ميله، مذكرة تخرج تدخل ضمن شهادة الماستر في العلوم الاقتصادية تخصص اقتصاد نقدي وبنكي، المركز الجامعي عبد الحفيظ بالصفوف ميله، 2020/2021.
8. حفيفة كراع، العمل المصرفي الإلكتروني والمسؤولية المدنية للبنك فيه، أطروحة دكتوراه LMD في الحقوق تخصص قانون أعمال، جامعة باتنة 01 الحاج لخضر كلية الحقوق والعلوم السياسية، 2021 .
9. خوفار لبني، حماني وردة، سويسبي ردة، دور الصيرفة الإلكترونية في جودة الخدمات المصرفية، دراسة استطلاعية لعينة من موظفي البنوك ولاية الوادي، وكالات: CENEP, BEA ,BADR, BARAKA, TRUST، مذكرة تخرج ضمن متطلبات شهادة الماستر قسم العلوم الاقتصادية تخصص اقتصاد نقدي وبنكي، 2020/2019 .
10. زهير زواش، دور نظام الدفع الإلكتروني في تحسين المعاملات المصرفية ، دراسة حالة الجزائر، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية جامعة العربي بن مهيدي ام البواقي، 2010/2011.
11. سماح شعبور، مصباح مرابطي، وسائل الدفع الإلكترونية في الجزائر، مذكرة تدخل ضمن نيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية، جامعة العربي التبسي، تبسة، 2016.
12. شيروف فضيلة، أثر التسويق الإلكتروني على جودة الخدمات المصرفية، دراسة حالة بعض البنوك في الجزائر، مذكرة تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في التسويق قسم العلوم التجارية جامعة منتوري قسنطينة، 2010/2009.
13. صلاح دين مفتاح سعد الباهي، أثر جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية على رضا الزبائن، دراسة ميدانية على البنك الإسلامي الأردني- عمان، مذكرة تخرج تدخل ضمن شهادة الماجستير، قسم ادارة الأعمال، جامعة الشرق الأوسط الاردن، 2016.
14. صليحة رقاد، تقييم جودة الخدمة من وجهة نظر الزبون، دراسة حالة مؤسسة البريد والمواصلات، مذكرة تدخل ضمن شهادة الماجستير في العلوم التجارية، إدارة الأعمال، جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2008/2007.
15. عطاوي الهام، جودة الخدمات المصرفية وأثرها على أداء البنوك، دراسة ميدانية، أطروحة تدخل ضمن شهادة الدكتوراه في العلوم الاقتصادية تخصص مالية، جامعة الجلالى اليابس سيدي بلعباس، 2015/2014.

16. غدیر جنود، أثر جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية على ولاء العملاء في المصارف، دراسة مقارنة بين المصارف امينة عبد الله حلبوس، الصيرفة الإلكترونية في المصارف العراقية، الخاصة والمصارف العامة في الساحل السوري، مذكرة تخرج تدخل ضمن متطلبات شهادة الماجستير في إدارة الأعمال، كلية الاقتصاد جامعة طرطوس، سوريا، 2020/2019.
17. محمد الطاهر عبد الله، تأثير المتبادل بين الكتلة النقدية والصيرفة الإلكترونية، أطروحة دكتوراه في مجال الاقتصاد، قسم العلوم الاقتصادية، كلية الاقتصاد، جامعة دمشق، سوريا الموسم الجامعي 2015/2014.
18. منسوب سماح، أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصالات على الأداء التجاري والمالي للمصارف الفرنسية، أطروحة مقدمة لنيل أطروحة الدكتوراه، قسم العلوم الاقتصادية، جامعة قسنطينة 2، 2014/2013.
19. منصور إبراهيم، دقيش ميلود، دور الصيرفة الإلكترونية في عصرنة البنوك الجزائرية، دراسة حالة بنك الخليج الجزائري AGB خلال الفترة 2017-2019، مذكرة تخرج ضمن متطلبات شهادة الماستر في العلوم المالية والمحاسبة تخصص مالية وبنوك، جامعة قاصدي مرباح ورقلة. 2020/2019.
20. نايلي الهام، أثر جودة الخدمات المصرفية على تحقيق الميزة التنافسية للبنوك التجارية الجزائرية، دراسة حالة بنوك قسنطينة، أطروحة تدخل ضمن شهادة الدكتوراه في العلوم الاقتصادية تخصص تسويق، 2016/2015.
21. نبيلة صحراوي، شافية بلقمرى، الصيرفة الإلكترونية ودورها في تحسين جودة الخدمات البنكية، مذكرة تخرج تدخل ضمن متطلبات شهادة الماستر في العلوم الاقتصادية، جامعة محمد بوضياف، مسيلة، 2022/2021.
22. هديب خالد هديب رضوان، دور جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية في تحسين الأداء المؤسسي، دراسة حالة البنك الإسلامي العربي، مذكرة تخرج تدخل ضمن شهادة الماجستير في القيادة والإدارة والتمويل بجامعة الأقصى بغزة فلسطين، 2020.

ت. المقالات والمجلات العلمية العربية:

1. أبي محمود، علاء محمد، جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية وأثرها في رضا العميل، دراسة مقارنة بين فروع المصارف العامة والخاصة في مدينة حماة، مجلة جامعة البحث للعلوم الإنسانية، سوريا، 2016/38.
2. أديب قاسم، شندي، الصيرفة الإلكترونية أنماطها وخيارات القبول والرفض، مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية، العراق، العدد 27/2011.
3. اوصغير الويزة، خدمات الصيرفة الإلكترونية في البنوك الجزائرية، مجلة اقتصاديات المال، الأعمال، جامعة برج بوعرييج، الجزائر، العدد 7 سبتمبر 2018.
4. العياطي جهيدة، محمد بنعزة، تطور الخدمات المصرفية الإلكترونية بين وسائل الدفع الحديثة والتقليدية، تحليل إحصائي حديث لواقع وأفاق تطور الصيرفة الإلكترونية بالجزائر، جامعة ابوبكر بلقايد تلمسان.
5. بلمهدي يوسف، علام عادل، خليفي امينة، الخدمات المصرفية الإلكترونية في البنوك التجارية، دراسة تقييمية للخدمات المصرفية الإلكترونية لدى بنك BEA، المجلة الجزائرية للأداء الاقتصادي، العدد 3/2018.
6. بوزريعة ليندة، زبيري رابح، أفاق الصيرفة الإلكترونية في المؤسسة المصرفية الجزائرية، مجلة كلية العلوم الاقتصادية والتسيير والعلوم التجارية العدد 16/2016.

7. جيا محمد حسن، إسماعيل محمد رشيد، العلاقة بين امكانية تطبيق الصيرفة الإلكترونية وجاهزية البنوك التجارية في محافظة السلیمانیة، المجلة العلمية لجامعة جيهان- سلیمانیة، المجلد العدد3، العدد 1، حزيران 2019.
8. حنان سلواتي، واقع الصيرفة الإلكترونية في الجزائر حالة المصارف العمومية، مجلة البحوث الاقتصادية لجامعة البليدة 2، العدد 09 ديسمبر 2013.
9. دغوش العطرة، استخدام الانترنت كأداة لتقديم الخدمات البنكية، دراسة حالة البنوك الجزائرية، مجلة أبحاث اقتصادية وإدارية، جامعة الجزائر العدد 18، 2015.
10. رفاه لولوج، رهام زين دين، أثر جودة الخدمات المصرفية على رضا العملاء في البنوك التجارية في مدينة نابلس، جامعة النجاح الوطنية، كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية، قسم إدارة الاعمال، فلسطين 2016.
11. زهير عباس، سمية عباس، الصيرفة الإلكترونية كمدخل لعصرنة وتطوير البنوك الجزائرية، مجلة العلوم الإنسانية، جامعة العربي بن مهيدي، ام البواقي، العدد 46 ديسمبر 2016.
12. شراف عقون، تقييم جودة الخدمات المصرفية من جهة نظر الزبون، دراسة حالة بنك BNA ولاية قسنطينة، مجلة العلوم الإنسانية، مجلد أ، العدد 42 ديسمبر 2014.
13. علي محبوب، علي سنوسي، واقع الصيرفة الإلكترونية في البنوك التجارية مصرف السلام الجزائر نموذجا، مجلة شعاع لدراسات الاقتصادية، المجلد 04 العدد 2، 2020.
14. فلاح حسن ثويني، وحيدة جبر خلف، الصيرفة الإلكترونية (المبررات والمخاطر ومتطلبات النجاح)، مجلة الإدارة والاقتصاد، الجامعة المستنصرية العراق، العدد 54، 2005.
15. محمد مختار سملاي، عبد الله البحري، واقع وسائل الدفع الإلكتروني ضمن السياسة النقدية للجزائر، مجلة الاقتصاديات لأعمال و التجارة المجلد 6 العدد 02، 2021.
16. ناجي معلا، قياس جودة الخدمات المصرفية، مجلة العلوم الإدارية، المجلد 25، عدد 02، جوان 1998.
17. نادية سامي خضر، تضيق الفجوة بين الدول الصناعية والدول النامية في مجال الصيرفة الإلكترونية، دراسة نظرية تحليلية، مجلة تنمية الرافدين، الإصدار 87، المجلد 29، 2007.
18. نصر حمود مزان فهد، إمكانات التحول نحو الصيرفة الإلكترونية في البلدان العربية، مجلة كلية الإدارة والاقتصاد للدراسات الاقتصادية، جامعة بابل، الإصدار 5، العدد 286، 2011.
19. هاجر محمد الملك، طاهر محمد احمد علي، جودة الخدمات المصرفية وأثرها على رضا العميل، دراسة ميدانية على بنك الصادرات، مجلة العلوم الاقتصادية، العدد 17/ 2016.
20. هادف حيزية، نجاح، وسائل الدفع الإلكتروني والتحول الجوهري الى عمليات التفاعل مع التجارة الإلكترونية- استعراض لتجارب بعض الدول الأوروبية، كلية العلوم الاقتصادية و التجارية وعلوم التسيير جامعة المدية بدون سنة.
21. هالة عبدلي، الصيرفة الإلكترونية آلية لضمان جودة الخدمات المصرفية، مجلة الأصيل للبحوث الاقتصادية والإدارية العدد الأول، جوان 2017.

ث. الملتقيات الوطنية والدولية، المؤتمرات العلمية:

1. بن عزة محمد امين، زهوري جلييلة ، واقع المصارف الجزائرية في تطبيق نظام الدفع الإلكتروني، دراسة حالة BADR مداخلة مقدمة إلى ملتقى عصرنة نظام الدفع في البنوك الجزائرية وإشكالية اعتماد التجارة الإلكترونية في الجزائر، المركز الجامعي خميس مليانة الجزائر يومي 26-27/2011 .
2. ربحي كريمة، تسويق الخدمات المصرفية، مداخلة مقدمة لملتقى المنظومة المصرفية الجزائرية التحولات الاقتصادية (الواقع والتحديات)، جامعة البليدة بدون تاريخ.
3. رحيم حسين، هواري معراج، الصيرفة الإلكترونية مدخل لعصرنة المصارف الجزائرية ، الملتقى الوطني حول المنظومة المصرفية الجزائرية والتحولات الاقتصادية، واقع، وتحديات، جامعة الشلف، يومي 14 و 15 ديسمبر 2004.
4. شرين بدري البارودي، دور اقتصاد المعرفة في تطوير الخدمات الإلكترونية –دراسة تحليلية عن البنوك الإلكترونية بحث مقدم للمؤتمر العلمي الخامس(اقتصاد المعرفة والتنمية الاقتصادية) جامعة الزيتونة الأردنية، كلية الاقتصاد، يومي 25-27 نيسان 2005.
5. عبد الغاني رباح، نور الدين غردة، ملتقى مداخلة تطبيق أنظمة الصيرفة الإلكترونية في البنوك التجارية بين الواقع والأفاق،المؤتمر الدولي حول إصلاح النظام المصرفي الجزائري في ظل التطورات العالمية الراهنة،قسم علوم التسيير جامعة قاصدي مرباح ورقلة.
6. مريم ناي، ملتقى دولي- مجالات تطبيق الإدارة الإلكترونية للمرافق العامة في الجزائر، عنوان المداخلة _الخدمات البنكية الإلكترونية وأثرها في تحسين أداء الإدارة البنكية
6. مفتاح صالح، البنوك الإلكترونية (الأعمال المصرفية الإلكترونية)،المؤتمر العلمي الخامس، كلية العلوم الإدارية والمالية جامعة فيلادلفيا.
7. نوال بن عمارة، واقع وتأثير التكنولوجيا الجديدة للأعلام والاتصال على أنشطة البنوك الجزائرية، الملتقى الدولي حول التجارة الإلكترونية، جامعة قاصدي مرباح بورقلة أيامي 15-17 مارس 2014.

ج. المقابلات الشفوية :

1. معمري نبيل، موظف في بنك BEA ، مصلحة التجارة الخارجية ،انواع الخدمات المصرفية الإلكترونية المقدمة لدي العملاء في الوكالة، تاريخ: 12-24/03/2013 (مقابلة شخصية).
2. السيد جعفري عبد الحليم موظف في بنك BEA، مصلحة شبكات الصيرفة الاسلامية الالكترونية ، مدى استخدام الصيرفة الإلكترونية في بنك الخارجي الجزائري بتاريخ: 29/03/2023، 11-12/04/2013 (مقابلة شخصية).

ح. منشورات جامعية:

1. بن قيدة مروان، محاضرات في الصيرفة الإلكترونية، مقدمة لطلبة ماستر تخصص اقتصاد نقدي وبنكي ،جامعة يحي فارس بالمدينة قسم العلوم الاقتصادية ، 2022/2023.

خ. مراسيم:

1. المادة 69 من الأمر رقم 03-11 المؤرخ في 26 أوت 2003 يتعلق بالنقد والقرض، الجريدة الرسمية - العدد 52 الصادر بتاريخ 27 اوت 2003.

د. رسائل ومذكرات جامعية بلغة الأجنبية:

3-DJEDJIG Meriem, DRISSI Zohra, **Le processus d'écoute client dans le cadre du management de la qualité**, En vue de l'obtention du diplôme de master en Sciences de Gestion, Option Management, UNIVERSITE ABDERRAHMANE MIRA DE BEJAIA ,2020.

4- chencheh Oussama, **Les détermination de ladption du E-banking**, par les institutions, financières et la clientèle organisationnell-et son in pact sur l'approche relationnell :cas de l' internet - banking en tunisien, mémoire presentecomm exigence partiell, de la majistrise en administration des affaires, université du Québec A montréal,julliet 2011 .

5- nadiaarab, kaidicelia, etat des lieux d'E-banking au niveau des banques de la willaya de Bejaia Département des sciences économiques, faculté des sciences économiques, des sciences de gestion, et des sciences commerciales, université Abderrahmane mira de Bejaia, diplôme de master en sciences économiques 2017.

ذ. مقالات ومجلات أجنبية:

1. Ajayi, Ibidolapo Ezekiel1 ,Enitilo, Olaleakn, Impact of Electronic Banking on Bank performance in Ekiti State Nigéria 2016 , Department of Banking and Finance, Ekiti State University, Ado Ekiti, Nigeria- International Journal of Multidisciplinary and Current Research

2. Alhaji,Rosmain&Josutakala,Online Banking and Customer Service Delivery in Malaysia- Data Screening and Preliminary Findings ,International Conference on Innovation, Management and Technology Research, Malaysia, 22 – 23 September, 2013

3. S. V. Abil Das1 ,Nima , A Study on the Impact of E-Banking Service Quality on Customer Satisfaction, Asian Journal of Economics, Finance and Managements, India 2021

4. Hussein Mohamed Abdullai1, Elyjoy Muthoni Michen . Effect of internet Banking on operational performance of commercial bank in nakuru county Kenya, International Journal of Economics, Finance and Management Sciences, 2018.

5. IshragaKhattab , The Effect of E-banking Channels on Employees' Daily Activities and Workload in Sudan 2019
6. Jean Bosco Harelimana , The Effect of Electronic Banking on Customer Services Delivery in Commercial Banks in Rwanda
7. Seddiki Abdellah, **Management de la qualité**, OPU, Algérie, 2004.

ر . مواقع انترنت:

1. [http. //www.bbc.com/arabic/world](http://www.bbc.com/arabic/world), du 28-02-2023,13H:00
2. [Http// mowdoo3.com](Http//mowdoo3.com), du 25-02-2023, 11h :30
3. <http//SATIM.DZ/LA.SATIM>, du 30-03-2023
4. <https://www.skynewsarabia.com/business>.
5. <https://radioalgerie.dz/news/ar/article>.
6. <http://www.bea.dz>, du 10-03-2023

الملاحق

الملحق رقم 1: استبانة موجهة لعملاء بنك (BEA)



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة قاصدي مرباح ورقلة
كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير
قسم العلوم الاقتصادية



قائمة الاستبانة

السيد الكريم..... السيدة الكريمة
تحية طيب وبعد.....

نضع بين ايديكم استبيان بعنوان دور الصيرفة الإلكترونية في تحسين جودة الخدمات المصرفية.

ودلك من اجل اعداد مشروع تخرج ماستر اقتصاد نقدي وبنكي في جامعة قاصدي مرباح ورقلة، يرجى التكرم بالإجابة على فقرات الاستبانة من خلال واقع تعاملك مع البنوك وان دقة اجابتم على الفقرات له أثر الكبير في مصداقية الدراسة ونجاحها شاكرين لكم حسن تعاونكم ومقدرين دعمكم في تشجيع البحث العلمي، مؤكداً لكم حرصنا على سرية المعلومات التي ستقدمونها لأنها تستخدم لأغراض البحث العلمي فقط.

مع بالغ التقدير والاحترام

المحور الأول: المعلومات الشخصية عن عينة الدراسة.

يرجى التكرم بوضع إشارة (X) بمحاذاة الإجابة المناسبة من المفردات التالية:

1. الجنس:

ذكر انثى

2. العمر:

اقل من 25 سنة 26-35 سنة 36-45 سنة أكثر من 45 سنة

3. المؤهل العلمي:

ثانوي او اقل دبلوم شهادة جامعية دراسات عليا

4. المهنة:

موظف تاجر أخرى

5. الخبرة المهنية:

3-0 سنوات من 3-5 سنة من 6-10 سنوات وأكثر

الملاحق

المحور الثاني: محاور فقرات الدراسة.

1- الصيرفة الإلكترونية: (وضع إشارة (x) في المكان المناسب).

الرقم	العبارات	لا اتفق تماما	لا اتفق	محايد	اتفق	اتفق تماما
1	جهل بمعرفة التطورات التكنولوجية المصرفية الجديدة					
2	سهولة تحويل الأموال إلكترونيا					
3	يحرص البنك لوجود سياسة متعلقة بالأمان والسرية					
4	لدى العملاء انخفاض الوعي المصرفي وقلة الثقة					
5	تفضيل او تميز البنوك من قبل البنك المركزي التي تتوسع في استخدام الصيرفة الإلكترونية على غيرها					
6	تعتقد إن البنية التحتية التقنية بالمصرف غير كافية					
7	يشعر العميل بازتياع واطمئنان لتعامله مع البنك من خلال الانترنت					
8	تتمتع الخدمات المصرفية الإلكترونية بخواص تأمينية ضد الاختراق					
9	إمكانية استخدام البطاقات الإلكترونية في أي مكان من دول العالم					
10	سهولة عرض كشف الحساب والأرصدة					
11	تسديد الخدمات الأخرى بكل سهولة (الكهرباء، الهاتف. غيرها)					
12	توفر الصراف الآلية خدماتها خلال 24 ساعة بكل سهولة					
13	يعتبر استخدام الهاتف النقال كأداة تواصل و تعريف بالخدمات المصرفية أكثر سهولة					
14	تعتبر أكثر أمانا كبديل لحمل النقود في تسوية المدفوعات					
15	محدودية اجهزة الصراف الآلي لمصرف و اقتصرها على واجهة المصرف فقط					
16	المبلغ المسموح في حالة السحب عبر الصراف الآلي كافي جدا					
17	يتم إرسال قائمة الحركات لحساب العملاء من خلال الهاتف النقال SMS					
18	تعمل الصيرفة الإلكترونية على تخفيض تكلفة الخدمة المقدمة للعميل					
19	لا يوجد أي مخاطر من التعامل مع الصراف الآلي أو بطاقات الائتمان.					
20	تعتبر الخدمات المصرفية التقليدية أكثر فاعلية من الخدمات المصرفية الإلكترونية.					
21	تمتاز الخدمات المصرفية الإلكترونية بالتنوع					

2- العبارات التي تقيس ابعاد جودة الخدمات المصرفية (وضع إشارة (X) في المكان المناسب).

الرقم	الأبعاد	العبارات	لا اتفق تماما	لا اتفق	محايد	اتفق	اتفق تماما
1	الاستخدام	استخدام الخدمة المصرفية الإلكترونية بشكل سهل					
2		سهل الحصول على ما احتاج من الموقع					
3		سرعة التحول من خدمة الكترونية إلى أخرى					
4		سرعة الخدمات الإلكترونية لتوجه حل مشاكل العملاء					
5		استخدام اللغة في الموقع الإلكتروني مفهوم وواضحة					
6	الأمان	تعتقد أن التعاملات البنكية عن طريق الانترنت آمنة					
7		توفر الخدمات المصرفية الإلكترونية الاتصال الدائم بالبنك					
8		لدى موظفي المصرفين الخبرة العالية للإجابة على جميع استفسارات					
9		الشعور بالراحة عند تقديم معلومات الشخصية للبنك عبر الانترنت					
10		شعور بالأمان لإجراءات المعاملات عن طريق الخدمة المصرفية عبر الانترنت					
11	الاعتمادية	يحرص البنك على تقديم الخدمات بشكل الصحيح					
12		تميز الخدمات الإلكترونية المقدمة بالدقة وملائمة للجميع					
13		يوفر البنك قاعدة بيانات متاحة للعملاء في أي وقت					
14		حرص موظفو البنك عند تقديم الخدمة في عدم وجود أخطاء					
15	الاستجابة	الحصول على الخدمات الإلكترونية للبنك دون تأخير					
16		يستجيبوا موظفو البنك لتساؤلات العملاء					
17		يهتم البنك بالشكاوى والمشاكل التي يواجهها					
18		يتم رد الاستفسارات حول الخدمات الإلكترونية في اقل وقتا					
19		أصبح الإقبال على الشبايك قليل في البنك مقارنة بالاعتماد الموزع الآلي					
20	التصميم - الموقع	يتميز بتصميم منظم يساعد على التصفح فيه بكل سهولة					
21		المظهر الخارجي للبنك جذاب ويلاءم طبيعة الخدمة المقدمة					

الملاحق

					انتشارها في أماكن متعددة	22
					ييدي الزيتون اي انطباع سيء اتجاه وسائل الراحة والمرافق والقاعات التي يوفرها البنك	23
					يتم تحديث الموقع بشكل مستمر	24

....شكرا جزيلاً لتعاونكم....

الملحق رقم 2: قائمة أسماء محكمي اداة البحث

الدرجة العلمية	اسم الاستاد
أستاذ محاضر-أ، جامعة ورقلة	سعيدات النجمي
أستاذ محاضر ، جامعة ورقلة	طواهير عبد الجليل
استاد محاضر، جامعة ورقلة	حجاج مراد
أستاذ محاضر، جامعة ورقلة	خامرة بوعمامة

الملحق رقم 3: مخرجات برنامج SPSS

Frequencies

Notes		
Output Created	29-MAY-2023 03:10:52	
Comments		
Input	Data	C:\Users\lenovo\Documents\ELBAHITH CENTER\DJENNATI\DATA.sav
	Active Dataset	DataSet1
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data File	75
Missing Value Handling	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Statistics are based on all cases with valid data.
Syntax		FREQUENCIES VARIABLES=A1 A2 A3 A4 A5 /PIECHART PERCENT /ORDER=ANALYSIS.
Resources	Processor Time	00:00:05.34
	Elapsed Time	00:00:03.93

[DataSet1] C:\Users\lenovo\Documents\ELBAHITH CENTER\DJENNATI\DATA.sav

Statistics						
		الجنس	العمر	المؤهل العلمي	المهنة	الخبرة المهنية
N	Valid	75	75	75	75	75
	Missing	0	0	0	0	0

Frequency Table

الجنس					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ذكر	43	57.3	57.3	57.3
	أنثى	32	42.7	42.7	100.0
	Total	75	100.0	100.0	

العمر	
-------	--

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	اقل من 25 سنة	4	5.3	5.3	5.3
	سنة 26-35	7	9.3	9.3	14.7
	سنة 36-45	40	53.3	53.3	68.0
	اكثر من 45 سنة	24	32.0	32.0	100.0
	Total	75	100.0	100.0	

المؤهل العلمي					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ثانوي او اقل	21	28.0	28.0	28.0
	دبلوم	9	12.0	12.0	40.0
	شهادة جامعية	36	48.0	48.0	88.0
	دراسات عليا	9	12.0	12.0	100.0
	Total	75	100.0	100.0	

المهنة					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	موظف	60	80.0	80.0	80.0
	تاجر	4	5.3	5.3	85.3
	اخرى	11	14.7	14.7	100.0
	Total	75	100.0	100.0	

الخبرة المهنية					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	اقل من 3 سنوات	5	6.7	6.7	6.7
	من 3-5 سنة	11	14.7	14.7	21.3
	اكثر من 10 سنة	58	77.3	77.3	98.7
	4	1	1.3	1.3	100.0
	Total	75	100.0	100.0	

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	74	98.7
	Excluded ^a	1	1.3
	Total	75	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items

.868	45
------	----

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.622	21

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.774	5

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.618	5

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.618	4

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.727	5

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.675	5

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.896	24

```

REGRESSION
/MISSING LISTWISE
/STATISTICS COEFF OUTS R ANOVA
/CRITERIA=PIN(.05) POUT(.10)
/NOORIGIN
/DEPENDENT X2
/METHOD=ENTER X1
/RESIDUALS DURBIN HISTOGRAM(ZRESID) NORMPROB(ZRESID)
/SAVE RESID.
    
```

Regression

Notes		
Output Created		29-MAY-2023 03:13:53
Comments		
Input	Data	C:\Users\lenovo\Documents\ELBAHITH CENTER\DJENNATI\DATA.sav
	Active Dataset	DataSet1
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data File	75
Missing Value Handling	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Statistics are based on cases with no missing values for any variable used.

Syntax		REGRESSION /MISSING LISTWISE /STATISTICS COEFF OUTS R ANOVA /CRITERIA=PIN(.05) POUT(.10) /NOORIGIN /DEPENDENT X2 /METHOD=ENTER X1 /RESIDUALS DURBIN HISTOGRAM(ZRESID) NORMPROB(ZRESID) /SAVE RESID.
Resources	Processor Time	00:00:01.47
	Elapsed Time	00:00:01.01
	Memory Required	4640 bytes
	Additional Memory Required for Residual Plots	640 bytes
Variables Created or Modified	RES_1	Unstandardized Residual

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	الصيرفة الإلكترونية ^b	.	Enter

- a. Dependent Variable: جودة الخدمات المصرفية
b. All requested variables entered.

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.433 ^a	.188	.177	.50713	1.994

- a. Predictors: (Constant), الصيرفة الإلكترونية
b. Dependent Variable: جودة الخدمات المصرفية

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	4.339	1	4.339	16.872	.000 ^b
	Residual	18.775	73	.257		
	Total	23.114	74			

- a. Dependent Variable: جودة الخدمات المصرفية
b. Predictors: (Constant), الصيرفة الإلكترونية

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.155	.553		2.087	.040
	الصيرفة الإلكترونية	.649	.158	.433	4.108	.000

- a. Dependent Variable: جودة الخدمات المصرفية

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N

Predicted Value	2.7005	3.8751	3.4153	.24216	75
Residual	-1.61867-	1.04954	.00000	.50370	75
Std. Predicted Value	-2.952-	1.899	.000	1.000	75
Std. Residual	-3.192-	2.070	.000	.993	75

a. Dependent Variable: جودة الخدمات المصرفية

Explore

Notes		
Output Created		29-MAY-2023 03:14:38
Comments		
Input	Data	C:\Users\lenovo\Documents\ELBAHITH CENTER\DJENNAT\DATA.sav
	Active Dataset	DataSet1
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data File	75
Missing Value Handling	Definition of Missing	User-defined missing values for dependent variables are treated as missing.
	Cases Used	Statistics are based on cases with no missing values for any dependent variable or factor used.
Syntax		EXAMINE VARIABLES=RES_1 /PLOT BOXPLOT HISTOGRAM NPLOT /COMPARE GROUPS /STATISTICS DESCRIPTIVES /CINTERVAL 95 /MISSING LISTWISE /NOTOTAL.
Resources	Processor Time	00:00:01.77
	Elapsed Time	00:00:01.36

Case Processing Summary						
	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
Unstandardized Residual	75	100.0%	0	0.0%	75	100.0%

Tests of Normality						
	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Statistic	Df	Sig.	Statistic	Df	Sig.
Unstandardized Residual	.068	75	.200*	.986	75	.577

*. This is a lower bound of the true significance.

a. Lilliefors Significance Correction

T-Test

Notes		
Output Created		29-MAY-2023 03:15:23
Comments		
Input	Data	C:\Users\lenovo\Documents\ELBAHITH CENTER\DJENNAT\DATA.sav
	Active Dataset	DataSet1
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data File	75

Missing Value Handling	Definition of Missing	User defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Statistics for each analysis are based on the cases with no missing or out-of-range data for any variable in the analysis.
Syntax		T-TEST GROUPS=A1(1 2) /MISSING=ANALYSIS /VARIABLES=RES_1 /CRITERIA=CI(.95).
Resources	Processor Time	00:00:00.02
	Elapsed Time	00:00:00.01

Group Statistics					
	الجنس	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Unstandardized Residual	ذكر	43	-.0194695-	.57516716	.08771217
	أنثى	32	.0261622	.39521433	.06986468

Independent Samples Test							
		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means			
		F	Sig.	T	Df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference
Unstandardized Residual	Equal variances assumed	3.408	.069	-.386-	73	.701	-.04563166-
	Equal variances not assumed			-.407-	72.604	.685	-.04563166-

Independent Samples Test				
		t-test for Equality of Means		
		Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
			Lower	Upper
Unstandardized Residual	Equal variances assumed	.11827760	-.28135857-	.19009524
	Equal variances not assumed	.11213607	-.26913905-	.17787572

ملحق رقم 4: ترخيص بإيداع مذكرة تخرج

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

Université Kasdi Merbah
Ouargla
Faculté des Sciences Economique,
Sciences Commercial et Sciences de
Gestion



جامعة قاصدي مرباح
ورقلة
كلية العلوم الاقتصادية و العلوم التجارية و
علوم التسيير

قسم العلوم الاقتصادية

ورقلة في: 2018/03/01

ترخيص بإيداع مذكرة التخرج

* أنا الممضي أسفله الأستاذ: كبدك من د. حوسو د.

* الرتبة العلمية: أ. أستاذة هاجيم ب. ...

لقسم: المالية و المحاسبة

المشرف على مذكرة التخرج المعنونة ب: دور الأستاذة الدكتور خيا خستما

..... جودة الأستاذة في الأستاذة في الأستاذة وكالاتهم قلة

من إعداد الطالب (ة) 1: خيا خيا

2: خيا خيا

التخصص: اقتصاد خيا خيا

بعد الاطلاع على العمل المنجز ضمن المذكرة:

- نقر بإيداع العمل المنجز

إمضاء الأستاذة المشرف