

جامعة 8 ماي 1945

المملكة

كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

قسم علوم التسيير



مذكرة تخرج مقدمة لاستكمال متطلبات نيل شهادة الماستر في علوم التسيير

تخصص: إدارة مالية

تحت عنوان:

معوقات تبني الخدمات المصرفية الإلكترونية في

البنوك التجارية الجزائرية

"دراسة بنك الخليج الجزائر - وكالة قالمة"

إشراف الأستاذ:

• د. بيري نورة

إعداد الطالبة:

• حواوسة شهيناز

السنة الجامعية 2022/2021

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الملخص:

أحدثت التطورات التكنولوجية ثورة عالمية مست جميع الميادين ونظرا لحساسية النظام المصرفي لأي تغير وتطور خارجي أفرز هذا التفاعل ما يعرف بالخدمات المصرفية الإلكترونية التي باتت محل اهتمام العديد من الباحثين، للتعرف على أهميتها ومزاياها، وكذلك معوقات تبنيها من قبل البنوك.

هدفت هذه الدراسة إلى معرفة معوقات تبني الخدمات المصرفية الإلكترونية في البنوك التجارية الجزائرية، من خلال العوامل الثلاث : معوقات مرتبطة بالبنوك التجارية، معوقات مرتبطة بالعملاء، ومعوقات مرتبطة بالجرائم الإلكترونية، حيث اعتمدنا في دراستنا على الاستبيان، الذي وزع على عملاء بنك الخليج الجزائر وكالة قالملة، حيث قدر حجم العينة بـ 60 عميل من هذه الوكالة، كما تم الاعتماد في تحليل البيانات المتحصل عليها على برنامج الحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية SPSS، كما أظهرت النتائج المتحصل عليها على أنه لا توجد معوقات تبني للخدمات المصرفية الإلكترونية سواء المرتبطة بالبنك أو بالعميل أو بالجريمة الإلكترونية.

الكلمات المفتاحية: الخدمات المصرفية الإلكترونية، الدفع الإلكتروني، البنوك التجارية، قنوات التوزيع.

Résumé :

Les développements technologiques ont entraîné une révolution mondiale qui a touché tous les domaines, et compte tenu de la sensibilité du système bancaire à tout changement et évolution externe, cette interaction a produit ce que l'on appelle les services bancaires électroniques, qui sont devenus le centre d'intérêt de nombreux chercheurs, identifier leur importance et leurs avantages, ainsi que les obstacles à leur adoption par les banques.

Cette étude visait à connaître les obstacles à l'adoption des services monétiques dans les banques commerciales algériennes, à travers les trois facteurs : obstacles liés aux banques commerciales, obstacles liés aux clients, et obstacles liés à la délinquance électronique. La taille de l'échantillon a été estimée à 60 clients de cette agence, l'analyse des données obtenues s'est également appuyée sur le programme Statistics Package for Social Sciences (SPSS), et les résultats obtenus ont montré qu'il n'y a pas d'obstacles à l'adoption des services bancaires électroniques, qu'ils soient liés à la banque, au client ou à la cybercriminalité.

Mots clés : services monétiques, paiement électronique, banques commerciales, canaux de distribution.

شكر وتقدير

الحمد لله أولا وآخرا وظاهرا وباطنا، الذي وفقنا لإنجاز هذا العمل.

نتوجه بالشكر والامتنان إلى الأستاذة المشرفة بيري نورة، والأستاذ دبوش عبد القادر، على كل ما قدماه لي من مساعدات وتوجيهات ونصائح قيمة لإتمام هذا العمل.

إهداء

إلى أمي أطال الله عمرها

إلى أبي رحمة الله وأسكنه فسيح جنانه

إلى إخوتي وأخواتي

أهدي ثمرة جهدي إلى كل من قرأ المذكرة

قائمة المحتويات

الصفحة	العنوان
/	الملخص
/	شكر و تقدير
/	الإهداء
I-III	فهرس المحتويات
IV	قائمة الجداول
V	قائمة الأشكال
VI	قائمة الملاحق
أ-ح	المقدمة
الفصل الأول: الإطار النظري للبنوك التجارية والتكنولوجيا المصرفية	
1	تمهيد
2	المبحث الأول: مفهوم البنوك التجارية.
2	المطلب الأول: نشأة البنوك التجارية
3	المطلب الثاني: تعريف البنوك التجارية وخصائصها
5	المطلب الثالث: أهداف ووظائف البنوك التجارية
11	المبحث الثاني: مفهوم الخدمات المصرفية
11	المطلب الأول: تعريف الخدمات المصرفية وخصائصها
17	المطلب الثاني: أنواع الخدمات المصرفية
19	المطلب الثالث: دورة حياة الخدمات المصرفية
22	المبحث الثالث: التكنولوجيا المصرفية
22	المطلب الأول: تعريف التكنولوجيا المصرفية وخصائصها
25	المطلب الثاني: التطور التكنولوجي في العمل المصرفي
26	المطلب الثالث: انعكاسات التكنولوجيا في العمل المصرفي

29	خلاصة الفصل
الفصل الثاني: الخدمات المصرفية الالكترونية	
31	تمهيد
32	المبحث الأول: مفهوم الخدمات المصرفية الالكترونية
32	المطلب الأول: تعريف الخدمات المصرفية الالكترونية وخصائصها
35	المطلب الثاني: دوافع الخدمات المصرفية الالكترونية
36	المطلب الثالث: متطلبات الخدمات المصرفية الالكترونية
38	المبحث الثاني: تطبيقات الخدمات المصرفية الالكترونية
38	المطلب الأول: شبكة الانترنت
41	المطلب الثاني: نظام الدفع الالكتروني
46	المطلب الثالث: قنوات التوزيع الالكترونية
49	المبحث الثالث: معوقات تبني الخدمات المصرفية الالكترونية
50	المطلب الأول: معوقات مرتبطة بالبنوك التجارية
52	المطلب الثاني: معوقات مرتبطة بالعملاء.
53	المطلب الثالث: معوقات أخرى (الجرائم الإلكترونية)
55	خلاصة الفصل
الفصل الثالث: معوقات تبني الخدمات المصرفية الالكترونية في بنك الخليج الجزائري-وكالة قالمة-	
57	تمهيد
58	المبحث الأول: تقديم ميدان الدراسة
58	المطلب الأول: مفهوم بنك الخليج الجزائر
61	المطلب الثاني: منتجات وخدمات وأهداف بنك الخليج الجزائر
64	المطلب الثالث: تقديم وكالة قالمة وهيكلها التنظيمي
67	المبحث الثاني: الإطار المنهجي للدراسة
67	المطلب الأول: مجتمع وعينة الدراسة

68	المطلب الثاني: أدوات وخطوات الدراسة الميدانية
69	المطلب الثالث: اختبار صدق وثبات بيانات الدراسة
70	المبحث الثالث: عرض نتائج الدراسة وتحليلها
70	المطلب الأول: خصائص عينة الدراسة
75	المطلب الثاني: تحليل وتفسير اتجاهات أفراد العينة نحو متغيرات الدراسة
80	المطلب الثالث: اختبار فرضية الدراسة التطبيقية
83	خلاصة الفصل
85	الخاتمة العامة
90	قائمة المراجع
/	قائمة الملاحق

قائمة الجداول

الصفحة	العنوان	الرقم الجدول
39	خصائص الخدمات المصرفية الالكترونية	01
44	خصائص شبكة الانترنت	02
73	يوضح مقياس ليكارت الحماسي	03
74	اتجاه الرأي لمقياس ليكارت الحماسي	04
74	نتائج اختبار صدق بيانات الدراسة	05
75	توزيع افراد العينة حسب الجنس	06
76	توزيع افراد العينة حسب السن	07
78	توزيع افراد العينة حسب المستوى التعليمي	08
79	توزيع افراد العينة حسب الدخل	09
80	يوضح المتوسطات الحسابية و الانحرافات المعيارية لإجابات افراد العينة لعبارات معوقات مرتبطة بالبنك	10
82	يوضح المتوسطات الحسابية و الانحرافات المعيارية لإجابات افراد العينة لعبارات معوقات مرتبطة بالعملاء	11
84	يوضح المتوسطات الحسابية و الانحرافات المعيارية لإجابات افراد العينة لعبارات معوقات أخرى (الجرائم الالكترونية)	12
86	اختبار ستيودنت لمعوقات مرتبطة بالبنك	13
86	اختبار ستيودنت لمعوقات مرتبطة بالعملاء	14
87	اختبار ستيودنت لمعوقات مرتبطة بالجرائم الالكترونية	15

قائمة الأشكال

الصفحة	العنوان	رقم الشكل
10	وظائف البنوك التجارية	01
13	مثلث الخدمة	02
15	أبعاد الخدمة المصرفية	03
21	منحنى دورة حياة الخدمات المصرفية	04
48	المتعاملون بأنظمة الدفع الإلكتروني	05
50	المنظمات و المؤسسات التجارية و المالية الكبرى في مجال الدفع الإلكتروني	06
65	الشبكة البنكية لوكالات بنك الخليج الجزائر	07
69	الهيكل التنظيمي لبنك الخليج وكالة قالمة	08
76	توزيع أفراد العينة حسب الجنس	09
77	توزيع أفراد العينة حسب السن	10
78	توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي	11
79	توزيع أفراد العينة حسب المستوى المعيشي	12

قائمة الملاحق

الرقم الملاحق	عنوان الملاحق
01	نموذج الاستبيان
02	نتائج برنامج SPSS

مقدمة

مقدمة

يشهد العالم موجة من التغيرات والاكتشافات العلمية والإبداعات التكنولوجية المستمرة والمتوالية، والتي فرضت نفسها على جميع القطاعات الاقتصادية عامة، والقطاع المصرفي خاصة، الذي تميز بالديناميكية منذ بروزه في الساحة الاقتصادية، حيث لم يشهد ثبات ملحوظ نتيجة التغيرات المحيطة به، وذلك لامتلاكه إمكانيات مالية ضخمة تساعده في مسايرة التطورات. بشكل لم يكن في الحسبان، لاسيما عند تغلغل التكنولوجيا في معاملاته، واحتدام المنافسة بين المؤسسات المالية التي تسعى إلى تحقيق الريادة في الأسواق، وكسب أكبر عدد ممكن من العملاء وتوطيد العلاقة معهم، وكسب ثقتهم وولائهم، من خلال الاستفادة من السرعة والفعالية التي توفرها لهم وكفاءة الخدمات المقدمة، كما يسند إلى ذلك التحول العميق في نمط التفكير وسلوك الأفراد.

ونظرا لحساسية القطاع المصرفي وعلاقته الوطيدة مع التغيرات المحيطة وتأثره بثورة التكنولوجيا نتج عن هذا التزاوج ميلاد خدمات حديثة وهي ما يعرف بالخدمات المصرفية الالكترونية، حيث اهتمت البنوك اهتماما كبيرا بتكثيف الاستفادة من أحدث التقنيات، والتسابق فيما بينها للبحث عن أفضل السبل لجذب العملاء، فالصيرفة الالكترونية توفر فوائد عديدة ومتنوعة للزبائن، من حيث الزمان والمكان والسرعة وذلك عن طريق وسائط الكترونية تشمل الدفع الالكتروني... الخ

والبنوك التجارية الجزائرية ليست بعيدة عن هذا التطور، فلو نظرنا في ثناياها للاحظنا تأثيرها الواضح بالاقتصاد الشبكي الرقمي، فلقد شهدت هذه الأخيرة مرحلة انتقالية من فترة كلاسيكية إلى مرحلة عصرية تعتمد على منظومة الشبكات، خاصة بعد مجهودات الدولة الجزائرية المتمثلة في وضع استراتيجيات لنشر الحواسيب وتشجيع البحث و التطوير في مجال التكنولوجيا والاتصال الحديثة، لكن تبني هذه البنوك لأحدث التقنيات، لا يعكس كماليتها بل شأنها شأن أي نشاط تواجهها العديد من التحديات التي تقف كحاجز أمام الصيرفة الالكترونية الجزائرية.

انطلاقا مما سبق قمنا بإجراء دراسة حول معوقات تبني الخدمات المصرفية الالكترونية في البنوك التجارية الجزائرية، وباعتبار إن الخدمات المصرفية الالكترونية وجدت لإشباع حاجات ورغبات العميل فقد حددنا دراستنا في بنك الخليج الجزائري وكالة قائلة والذي يعتمد على هذه التعاملات مع عملائه.

1. مشكلة الدراسة:

انطلاقاً من العرض السابق، تتضح لنا مشكلة الدراسة التي يمكن صياغتها في التساؤل الرئيسي التالي:

✓ ما هي معوقات تبني الخدمات المصرفية الإلكترونية في بنك الخليج الجزائر وكالة قالمة؟

2. الأسئلة الفرعية:

إن التساؤل الرئيسي السابق تنبثق من التساؤلات الفرعية التالية:

1.2. كيف تطورت التكنولوجيا في العمل المصرفي؟

2.2. فيما تتمثل قنوات التوزيع للخدمات المصرفية الإلكترونية؟

3.2. هل يوجد معوقات لتبني الخدمات المصرفية الإلكترونية في بنك الجزائر الخليج وكالة -قالمة؟

ومن هذا التساؤل الفرعي تنبثق التساؤلات التالية:

- هل تعتبر العوامل المرتبطة بالبنك من معوقات تبني الخدمات المصرفية الإلكترونية في بنك الخليج وكالة قالمة؟
- هل تعتبر العوامل المرتبطة بالعملاء من معوقات تبني الخدمات المصرفية الإلكترونية في بنك الخليج وكالة قالمة؟
- هل تعتبر العوامل المرتبطة بالجرائم الإلكترونية من معوقات تبني الخدمات المصرفية الإلكترونية في بنك الخليج وكالة قالمة؟

3. الفرضيات:

للإجابة على الأسئلة المطروحة ندرج الفرضيات التالية:

1.3. تعمل التكنولوجيا المصرفية على تسهيل التعامل بين البنك والعميل حيث تطورت عبر عدة مراحل والمتمثلة في مرحلة الدخول، مرحلة تعميم الوعي بالتكنولوجيا، مرحلة دخول الاتصالات التوفير الفوري لخدمات الزبائن، مرحلة ضبط والسيطرة على التكاليف مرحلة اعتبار التكنولوجيا أصلاً من أصول البنك، مرحلة اعتبار التكنولوجيا عملاً ضمن أعمال البنك.

2.3. تشمل الخدمات المصرفية الإلكترونية كافة الخدمات المصرفية التي تصل إلى العميل عبر قنوات توزيع متطورة والمتمثلة في الصراف الآلي، الهاتف المحمول، المصارف الإلكترونية، الهاتف المصرفي، التلفزيون الرقمي، المقاصة الإلكترونية.

3.3. يوجد معوقات لتبني الخدمات المصرفية الإلكترونية في بنك الجزائر الخليج وكالة -قالمة.

هذه الفرضية تنبثق عنها ثلاث فرضيات فرعية هي:

- تعتبر العوامل المرتبطة بالبنك من معوقات تبني الخدمات المصرفية الإلكترونية ببنك الخليج وكالة قالمة.

- تعتبر العوامل المرتبطة بالعملاء من معوقات تبني الخدمات المصرفية الالكترونية بينك الخليج وكالة قالمة.
- تعتبر العوامل المرتبطة بالجريمة الالكترونية من معوقات تبني الخدمات المصرفية الالكترونية بينك الخليج وكالة قالمة.

4. أسباب اختيار الموضوع:

هناك عدة أسباب أدت إلى اختيار هذا الموضوع ومن أهمها ما يلي:

- موضوع الدراسة يندرج ضمن التخصص المدروس.
- الاهتمام الشخصي بالتعرف على مستوى التعامل الالكتروني السائد في بيئة الأعمال المصرفية الجزائرية.
- الابتكارات المستمرة المتعلقة بالخدمات المصرفية الالكترونية بوسائل الدفع الالكترونية.
- الأهمية والدور الكبير التي تلعبه التكنولوجيا في القطاع المصرفي.

5. أهمية الدراسة:

تكمن أهمية هذه الدراسة في الدور الكبير الذي تلعبه المعاملات المصرفية الالكترونية بصفة عامة في الحياة الاقتصادية، والتي تمكن البنوك من أداء وظائفها بصورة أسرع و أقل تكلفة ويمكنها أن تصل إلى جميع شرائح المجتمع. ولهذا فإن التعرف على معوقات تبني الخدمات المصرفية الالكترونية في البنوك التجارية الجزائرية يسمح لنا بمحاولة التغلب على هذه العراقيل وبالتالي زيادة حجم التعامل بهذا النوع من الخدمات المصرفية.

6. أهداف الدراسة:

تتمثل أهداف الدراسة في النقاط التالية:

- تسليط الضوء على الخدمات المصرفية الالكترونية من خلال تقديم إطار مفاهيمي لها.
- تقديم إضافات جديدة حول الموضوع المدروس.
- تشخيص طبيعة المعوقات الميدانية التي تحول دون توسيع الصيرفة الالكترونية في الجهاز البنكي التجاري الجزائري.

7. منهجية البحث:

من أجل الإجابة على مشكلة الدراسة فقد اعتمدنا على المنهج الوصفي التحليلي، حيث تم استخدام المنهج الوصفي لتوضيح مختلف المفاهيم المتعلقة بموضوع الدراسة، كذلك تم الاعتماد على منهج دراسة الحالة في الجزء التطبيقي والذي يمكننا من تحليل الاستبيانات الموزعة على أفراد عينة الدراسة لجمع المعلومات من العملاء حول معوقات تبني الخدمات المصرفية في البنك محل الدراسة.

8. الدراسات السابقة

دراسة عبد الفتاح زهير العبد اللات، معيقات التوسع في استخدام البنوك الالكترونية دراسة حالة على البنوك العاملة في اليمن، العدد الثلاثون، حيث تهدف هذه الدراسة إلى معرفة الأسباب والمعوقات التي تحول دون التوسع في استخدام البنوك الالكترونية في اليمن، حيث تم تصميم استبانة للدراسة وزعت على إدارات البنوك وقد توصلت إلى عدد من النتائج أهمها المعوقات التنظيمية التي تحول دون توسع إدارة البنوك الالكترونية تنحصر في عدم وجود كادر بشري مدرب، وعدم امتلاك بنية تحتية تكنولوجية، بالإضافة إلى وجود فروق كبيرة في حجم انتشار القنوات الالكترونية.

دراسة عبد اللطيف وادي، أهمية ومزايا البنوك الالكترونية في قطاع غزة بفلسطين ومعوقات انتشارها، مجلة الجامعة الاسلامية، المجلد السادس عشر، العدد الثاني، 2007: حيث هدفت هذه الدراسة الى معرفة اهمية ومزايا البنوك الالكترونية والمعوقات التي تقف حاجزا أمام انتشارها في فلسطين، وقد أبرزت هذه الدراسة أن البنوك الالكترونية وسيلة هامة لجذب العملاء الذين يجيدون التعامل مع الانترنت، وأن المزايا التي تعود على البنك في حالة تقديم خدمات عبر الانترنت هي تقليل التكاليف وزيادة حجم التعاملات التجارية، وسهولة الى الاسواق المحلية والعالمية وتحسين خدمات العملاء، تقديم خدمات على مدار 24 ساعة، ربح الوقت والجهد، عدم فتح فروع جديدة، توفير خدمات مصرفية جديدة، كما أشارت هذه الدراسة إلى مجموعة من المعوقات، كعدم إدراك بعض البنوك لأهمية النظام الإلكتروني للتجارة وضعف نظم الأمن التي تحققها التجارة الإلكترونية في مجال إبرام الصفقات التجارية وعدم تواجد كوادر بشرية وإدارية مؤهلة علميا، سواء باستخدام الأجهزة أو إتقان اللغة.

دراسة احمد بلقاسم المختار تواتي : معوقات تطوير الصيرفة الالكترونية في المصارف التجارية الليبية، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه، تخصص مصارف ، الأردن 2010 حيث هدفت هذه الدراسة الى معرفة وتحليل معوقات تطوير الصيرفة الالكترونية التجارية الليبية ، حيث تم تحليل المشكلة من خلال اطراف الخدمة المصرفية الثلاث : العملاء ، المصارف التجارية والبنك المركزي، وتم الاعتماد على اسلوب الاستبانة في جميع الدراسات العملية ، حيث قام بتوزيع ثلاث نماذج من الاستبيانات تتناسب مع اطراف الخدمة المصرفية ، وقد اعتمدت في تحليله بيانات الدراسة على برنامج الحزم الاحصائية للعلوم الاجتماعية SPSS ، حيث قام بقياس تأثير خصائص الخدمة المتمثلة في الجودة ، الملاءمة، التعقيد ، الامن على اقبال العملاء لاستخدام الخدمات المصرفية الالكترونية، وهذا بالنسبة للعملاء ، اما بالنسبة للمصارف التجارية ن فقد اعتمد على ثلاثة عوامل هي القدرة المالية، الخبرات

والكفاءات، وتوجهات الإدارة، وقد تبين أن عدم تواجد هذه العوامل الثلاثة كان من أهم أسباب عدم تكوين الصيرفة الإلكترونية في المصارف الليبية.

أما دور البنك المركزي والصيرفة الإلكترونية فقد تمت دراسته عن طريق التشريعات والقوانين، وتوجهات الإدارة، فتبين أن عدم وجود قوانين ملائمة لطبيعة الخدمات المصرفية الإلكترونية في المصارف التجارية الليبية.

دراسة Saffenaetal، "customer perspective on E. business value: case

"study on internet banking": وجهة نظر العملاء حول قيمة الأعمال الإلكترونية، دراسة حالة على

الإنترنت المصرفي، مجلة الإنترنت المصرفي والتجارة، المجلد الخامس عشر، العدد الأول، 2010: هدفت هذه الدراسة

إلى معرفة العوامل المؤثرة في تبني العملاء لخدمة الإنترنت المصرفي، حيث تكونت عينة الدراسة من 53 طالبا جامعا

لديهم خبرة ومعرفة بالإنترنت بجامعة بومباي بالهند، ومن أبرز النتائج المتوصل إليها من خلال هذه الدراسة ما يلي:

- هناك أثر إيجابي للمنافع المدركة على تبني العملاء للإنترنت المصرفي.
- هناك أثر إيجابي لسهولة الاستخدام المدركة على تبني العملاء للإنترنت المصرفي.
- هناك أثر سلبي للمخاطر المدركة على تبني العملاء للإنترنت المصرفي.

دراسة Khrewesh، "Ebanking Adoption Model in Palestine، نموذج تبني الصيرفة

الإلكترونية في فلسطين، مذكرة نيل لشهادة الماجستير في الإدارة الهندسية، جامعة النجاح الوطني الجامعي، فلسطين،

2011. حيث هدفت هذه الدراسة إلى تحديد العوامل المؤثرة في تبني الخدمات المصرفية الإلكترونية لدى عملاء

البنوك في فلسطين، حيث استخدمت الدراسة المنهج الكمي النوعي، حيث تم إجراء مقابلات مع مدراء دوائر

تكنولوجيا المعلومات في البنوك الفلسطينية، وعدد محدد من عملاء هاته البنوك، بالإضافة إلى الاستبيان الذي وزع

على أفراد العينة والتي بلغ عددها 1010 من عملاء هاته البنوك والذين يتعاملون على الأقل من خلال خدمة

مصرفية إلكترونية واحدة ومن أبرز النتائج التي تم التوصل لها:

- هناك أثر إيجابي للمنافع المدركة على تبني العملاء للإنترنت المصرفي.
- هناك أثر إيجابي لسهولة الاستخدام المدركة على تبني العملاء للإنترنت المصرفي.
- هناك أثر سلبي للمخاطر المدركة على تبني العملاء للإنترنت المصرفي.

دراسة محمد علي خليل السميريات، رائد محمد العضالية، العوامل المؤثرة في استخدام الخدمات البنكية

الإلكترونية عبر الهاتف المحمول من وجهة نظر العملاء دراسة ميدانية إقليم الجنوب -الأردن-، مجلة جامعة الشارقة

للعلوم الإنسانية والاجتماعية، المجلد 14، العدد 1، 2017: سعت هذه الدراسة إلى محاولة تمديد العوامل المؤثرة في تبني الخدمات البنكية الالكترونية عبر الانترنت من وجهة نظر العملاء في إقليم الجنوب-الأردن-، وقد تضمنت عوامل الدراسة كلا من مستوى المهارة التقنية، الفائدة المدركة والثقة وتوافر المعلومات، وتصميم الخدمة، وقد اعتمد على الاستبيان كأداة لجمع المعلومات ومن ابرز النتائج التي تم التوصل إليها:

- هناك اثر ذو دلالة إحصائية لمستوى المهارة التقنية على استخدام الخدمات المصرفية الالكترونية من وجهة نظر العملاء.
- هناك اثر ذو دلالة إحصائية لتوفر المعلومات على استخدام الخدمات المصرفية الالكترونية عبر الانترنت من وجهة نظر العملاء.
- لا يوجد أثر دال على إحصائيا للثقة على استخدام الخدمات المصرفية الالكترونية عبر الانترنت من وجهة نظر العملاء.

دراسة حنان ضاهر، معوقات تطبيق الصيرفة الإلكترونية في فروع المصارف التجارية الخاصة العاملة في مدينة اللاذقية، مجلة جامعة تشرين للبحوث والدراسات العلمية، المجلد 39، العدد الأول، 2017: حيث هدفت هذه الدراسة إلى معرفة معوقات تطبيق الصيرفة الإلكترونية في فروع المصارف التجارية الخاصة العاملة في مدينة اللاذقية، وقد قدم خمس معوقات متوقعة كنموذج متمثلة فيما يلي: البنية التحتية، المعوقات الأمنية والقانونية، المعوقات الاجتماعية والثقافية، المعوقات الاقتصادية والمعلوماتية والتقنية والفنية، لتحقيق أهداف الدراسة جمعت البيانات استنادا إلى استبيانة صممت خصيصا لهذا الغرض، وقد وزعت على 65 من المدراء والخبراء في مجال الصيرفة الإلكترونية، ومن أجل تحليل البيانات استخدم برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية SPSS، وقد استعملت الأساليب الإحصائية كالنسب المئوية، واستخدم اختبار كاي مربع لاختبار الفرضيات.

وبينت النتائج أن المعوقات الاجتماعية والثقافية جاءت في المرتبة الأولى، وفي المرتبة الثانية جاءت المعوقات التقنية والفنية، يليها في المرتبة الثالثة العوامل الأمنية والقانونية، وفي المرتبة الرابعة جاءت المعوقات الاقتصادية، وأخيرا معوقات البنية التحتية.

دراسة بن عمر خالد، بورزامة جيلالي، واقع الصيرفة الإلكترونية في الجزائر بين معوقات التوسع ومتطلبات النجاح، مجلة بحوث اقتصادية عربية، العدد 80، 2017: هدفت هذه الدراسة إلى تسليط الضوء على الصيرفة الإلكترونية وواقع تطبيقها في الجزائر، كما تهدف أيضا إلى تشخيص طبيعة المعوقات الميدانية التي تحول دون توسع الصيرفة الإلكترونية في الجزائر والتوصل إلى المتطلبات اللازمة لنجاحها، وقد توصلت هذه الدراسة إلى أن التجربة

الجزائرية في تجسيد الصيرفة الإلكترونية متأخرة نسبيا عن الأهداف المحددة لها، وأن اتساعها تعرقله مجموعة من المعوقات الإدارية البشرية والفنية والأمنية، وأخرى متعلقة بالمخاطر المرتبطة بممارسة الصيرفة الإلكترونية، كما توصلت هذه الدراسة إلى أن توسع الصيرفة الإلكترونية في الجزائر يقتضي توفير مجموعة من المتطلبات، والمتمثلة في البنية التحتية ونظام معلومات بنكي إلى جانب تدريب موظفي البنوك وإصدار قوانين تنظيمية واتخاذ الإجراءات اللازمة لأمن المعلومات البنكية.

9. هيكل الدراسة:

من أجل الإحاطة بموضوع الدراسة والإجابة على التساؤل الرئيسي والأسئلة الفرعية وبغية إثبات أو نفي الفرضيات المطروحة قسمنا موضوع دراستنا إلى ثلاثة فصول، فصلين نظريين وفصل تطبيقي وذلك على النحو التالي:

الفصل الأول بعنوان: "الإطار النظري للبنوك التجارية والتكنولوجيا المصرفية"، وتم تقسيمه إلى ثلاث مباحث، ضم المبحث الأول مفهوم البنوك التجارية ومن خلاله تم التعرف على نشأة البنوك التجارية، تعريفها وخصائصها وأهدافها ووظائفها، كما تناول المبحث الثاني مفهوم الخدمات المصرفية وقد تطرقنا فيه إلى تعريف وخصائص وأنواع الخدمات المصرفية ودورة حياتها، أما المبحث الثالث فخصص للتكنولوجيا المصرفية حيث تم تسليط الضوء على تعريفها و التطور التكنولوجي في العمل المصرفي.

الفصل الثاني بعنوان: "الخدمات المصرفية الالكترونية"، قسم إلى ثلاث مباحث، حيث ضم المبحث الأول مفهوم الخدمات المصرفية الالكترونية وعرضنا في المبحث الثاني تطبيقات الخدمات المصرفية الالكترونية أما المبحث الثالث فقد تضمن معوقات تبني الخدمات المصرفية الالكترونية. شملت كل من معوقات المرتبطة بالبنوك و العملاء والجرائم الالكترونية.

كما تناولنا في الفصل الثالث المعنون ب: "معوقات تبني الخدمات المصرفية الالكترونية في بنك الخليج الجزائر -وكالة قائمة". الدراسة الميدانية بينك الخليج الجزائري وكالة قائمة، اختبرنا من خلاله فرضيات الدراسة.

10. صعوبات الدراسة:

واجهنا بعض الصعوبات أثناء القيام بهذه الدراسة والتي يمكن ذكرها فيما يلي:

- رفض البنوك لإجراء الدراسة الميدانية.

- عدم رغبة الزبائن ملاً الاستثمارات.

الفصل الأول

الإطار النظري للبنوك التجارية

والتكنولوجيا المصرفية

تمهيد:

تعتبر البنوك التجارية العمود الفقري للنشاط الاقتصادي في أي دولة، فقد عرفت هذه البنوك عدة تغيرات منذ ظهورها، وذلك في خدماتها المصرفية المقدمة للعملاء، كما تعمل البنوك التجارية جاهدة من أجل تطوير خدماتها من خلال تنويعها وتحديثها حسب ظروف السوق وطبيعة المتنافسين من أجل جلب عدد كبير من الزبائن. ولقد تطورت الخدمات المصرفية بفضل التكنولوجيا الحديثة التي تبنتها البنوك، فلقد أصبحت خدمة العميل تحدياً كبيراً بين البنوك، مما تطلب التفاعل والاستجابة لجميع المتغيرات والاستمرارية في السوق وتوطيد العلاقات مع الزبائن بتقديم خدمات مصرفية جديدة تتلاءم مع رغباتهم.

ومن أجل الإلمام بهذا الفصل تم تقسيمه إلى ثلاث مباحث جاءت كما يلي:

المبحث الأول: مفهوم البنوك التجارية.

المبحث الثاني: مفهوم الخدمات المصرفية.

المبحث الثالث: التكنولوجيا المصرفية.

المبحث الأول: مفهوم البنوك التجارية

تعد البنوك التجارية أحد أهم ركائز التقدم الاقتصادي، فهي تساهم في تمويل المشاريع الاستثمارية وإشباع الحاجات المتعددة للعملاء سواء أفراد أو مؤسسات، كما تساهم في توسيع حجم السوق من خلال تيسير وتنشيط المعاملات المالية والتجارية.

المطلب الأول: نشأة البنوك التجارية

تبلورت أول وظيفة للبنوك التجارية من خلال ظهور طبقة من رجال الصاغة في لندن والتجار الذين حازوا ثقة أفراد قاموا بإيداع جزء من ثرواتهم في شكل ذهب أو أموال نقدية لدى هؤلاء التجار والرجال الصاغة بصفة أمانة أو وديعة قابلة للاسترداد في أي لحظة، وبذلك قام هؤلاء التجار ورجال الصاغة بحراسة هذه الودائع مقابل الحصول على أتعاب أو أجر من أصحابها. في هذه المرحلة كانت الودائع المستردة في حد ذاتها ما تم إيداعه، أي كانت الودائع كاملة في خصائصها. ومع توسع قيام الأفراد بإيداع أموالهم لدى التجار تضخمت هذه الأموال بحيث اختلطت ببعضها وبصفة خاصة الودائع النقدية، وهنا بدأت مرحلة جديدة، فأصبح التجار يقبلون الودائع النقدية، على أن يقوموا برد قيمتها الاسمية دون الالتزام بردها ذاتها.¹

لاحظ الصيارفة أن أصحاب الودائع لا يتقدمون لسحب وديعتهم دفعة واحدة بل بنسب معينة، وتبقى الودائع مجمدة لدى الصراف مما أوحى له بالقيام بإقراضها، ومن هنا أخذ بهذا الشكل يدفع فوائد إلى أصحاب الودائع لتشجيع المودعين، ولم يعد الغرض من عملية الإيداع هو حفظ الوديعة فحسب، بل التطلع إلى الحصول على فائدة، وبهذا تطور نشاط البنك في مجال تلقي الودائع مقابل فائدة وتقديم القروض بناء على هذه الودائع لقاء فائدة أيضا.²

لم تقف ممارسات الصيارفة عند هذا الحد فقد أخذوا يسمحون لعملائهم بسحب مبالغ تتجاوز أرصدة وديعتهم مما سبب في النهاية إفلاس عدد من بيوت الصيرفة نتيجة تعذر الوفاء بالديون، الأمر الذي دفع المفكرين في أواخر القرن السادس عشر إلى المطالبة بإنشاء بيوت صيرفة حكومية تقوم بحفظ الودائع والسهر على سلامتها. وهكذا تطورت الممارسات المالية من صراف إلى بيت صيرفة إلى بنك. أقدم بنك حمل هذا الاسم في التاريخ هو

¹ محمد أحمد السريتي، محمد عزت محمد غزلان، اقتصاديات النقود والبنوك والأسواق المالية، مؤسسة رؤية للطباعة والنشر والتوزيع، مصر، الطبعة الأولى، 2010، ص 189.

² العاني إيمان، بنوك التجارة الإلكترونية، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير، تخصص بنوك وتأمينات، كلية علوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة منتوري، قسنطينة، 2007/2006، ص 3.

بنك برشلونة 1401 أما أقدم بنك حكومي فقد تأسس في البندقية عام 1587 وجاء بعده بنك أمستردام عام 1609 حيث أنشأته بلدية أمستردام كي ترعى حسن تسييره وتضمن ودائعه.¹

أخذ عدد البنوك يزداد تدريجياً منذ بداية القرن 18، وكانت غالبيتها مؤسسات يمتلكها أفراد وعائلات، حيث كانت القوانين تقضى بحماية المودعين، ففي حالة الإفلاس يمكن الرجوع إلى الأموال الخاصة لأصحاب هذه البنوك، تلك القوانين وتعديلاتها أدت إلى إنشاء البنوك كشركات مساهمة، والفضل في ذلك يعود إلى انتشار آثار الثروة الصناعية في دول أوروبا التي أدت إلى نمو الشركات وكبر حجمها، واتساع نشاطها، فبرزت الحاجة إلى بنوك كبيرة الحجم تستطيع القيام بتمويل هذه الشركات، وقد تم تأسيس عدد من هذه البنوك التي اتسعت أعمالها حتى أقامت لها فروع في كل مكان.²

المطلب الثاني: تعريف البنوك التجارية وخصائصها

أولاً: تعريف البنوك التجارية

لقد وردت عدة تعريفات للبنوك التجارية في مختلف الأدبيات الاقتصادية حيث تعرف البنوك التجارية بأنها: "مؤسسات مالية تتبادل المنافع المالية مع مجموعات من العملاء بما لا يتعارض مع مصلحة المجتمع، وعملها الأساس الذي تمارسه عادة قبول الودائع، خصم الأوراق التجارية وشراؤها وبيعها، منح القروض وغير ذلك من عمليات الائتمان."³

وعرفت بأنها: "نوع من أنواع المؤسسات المالية التي يتركز نشاطها في قبول الودائع ومنح الائتمان، حيث تعتبر وسيط بين أولئك الذين لديهم أموالاً فائضة، وبين أولئك الذين يحتاجون لتلك الأموال."⁴ كما عرفت بأنها: "البنوك التي تعتمد على قبول ودائع الأفراد والهيئات بأنواعها المختلفة سواء كانت تحت الطلب أو لأجل ثم إعادة استثمارها لفترات قصيرة الأجل عن طريق تسهيلات ائتمانية للمساهمة في تنشيط وتنمية حركة التجارة الداخلية والخارجية."⁵

¹ السعيد بريكة، نادية شبانة، البنوك الالكترونية، دار الكتاب الحديثة، مصر، الطبعة الأولى، 2016، ص 15، ص 16.

² العاني إيمان، مرجع سابق، ص 3.

³ خالد محمد احمد الجابري، البنوك الإسلامية مقابل البنوك التجارية، مجلة الاقتصاد الإسلامي العالمي، سوريا، العدد الرابع والخمسون، 2016، ص 149.

⁴ منير إبراهيم هندي، إدارة البنوك التجارية مدخل اتخاذ القرارات، المكتب العربي الحديث، مصر، الطبعة الثالثة، 1996، ص 5.

⁵ محمد السيد سرايا، البنوك التجارية، دار المطبوعات الجامعية، مصر، بدون طبعة، 2008، ص 15.

وعرفت كذلك بأنها: " البنوك التي يتمثل عملها في الحصول على أموال الغير والقيام باستثمار هذه الأموال للحصول من ورائها على عوائد".¹

كما عرفها قانون النقد والقرض في مادته 114 على أنها: " تلك المؤسسات التي تقوم بالعمليات التالية:²

✓ جمع الودائع من الجمهور.

✓ منح القروض.

✓ توفير وسائل الدفع اللازمة ووضعها تحت تصرف الزبائن والسهر على إدارتها".

من خلال التعريفات السابقة يمكننا تقديم التعريف الإجرائي للبنوك التجارية كما يلي: " البنوك التجارية تعتبر وسيط ينصب عمله في التعامل بالنقود، يتركز نشاطه على أسس ومبادئ خاصة، فهو وسيط ملزم باستقبال ومنح وإنشاء وتحويل النقود، وهو يخضع لقواعد ومعايير محددة بتنظيمات وقوانين خاصة، ويستعمل في ممارسة نشاطه منتجات تتمثل في تقنيات التعامل بالنقود.

ثانياً: خصائص البنوك التجارية

تتميز البنوك التجارية بمجموعة من الخصائص التي نوجزها فيما يلي:

✓ إن الخاصية الأساسية للبنوك التجارية تتمثل في قدرتها على خلق الائتمان.³

✓ تتميز المصارف التجارية بخاصية توليد ودائع جارية (تحت الطلب) جديدة من خلال عمليات الإقراض

والاستثمار في الأوراق المالية المختلفة.⁴

✓ تعد البنوك التجارية مشروعات رأسمالية هدفها الأول هو تحقيق الربح، وهي تسعى للتوسع وانتهاز الفرص

المتاحة أمامها لزيادة توظيفاتها.⁵

¹ محمد السعيد السمهوري، اقتصاديات النقود والبنوك، دار الشروق، الأردن، الطبعة الأولى، 2012، ص 40.

² الطاهر لطرش، تقنيات البنوك، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، بدون طبعة، 2001، ص 22.

³ محمد عبد الفتاح الصيرفي، إدارة البنوك، دار المناهج للنشر والتوزيع، الأردن، الطبعة الأولى، 2006، ص 36.

⁴ عادل زقير، طارق خاطر، محاضرات في الاقتصاد البنكي المعقد، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الشهيد حمة لخضر - الوادي،

الجزائر، 2021/2020، ص 11.

⁵ مرجع نفسه، ص 11.

من خصائصها أيضا:¹

- ✓ تتأثر أعمال البنوك التجارية برقابة البنك المركزي ولا تؤثر عليه، حيث إن للبنك المركزي سلطة الرقابة على البنوك العاملة في الدولة، وتحديد النسب الخاصة بنشاطها مثل نسبة الاحتياطي القانوني، ونسبة السيولة، وتحديد أسعار الخصم، وتسعير بعض الخدمات.
- ✓ التعدد والتنوع، حيث تتعدد البنوك التجارية تبعا لحاجة النشاط الاقتصادي إلى النقود الورقية والمعدنية والمصرفية، وحسب طبيعة التعاملات، وتنشر فروع البنوك التجارية بين الأماكن المختلفة حسب التوزيع المكاني (الجغرافي) لهذا النشاط.
- ✓ كما تعتبر حلقة وصل وربط أساسية بين فئتين أساسيتين في الاقتصاد فئة ذوي الفائض المالي وفئة ذوي العجز.
- ✓ تعدد وكثرة متعاملاتها مقارنة بالمؤسسات المالية الأخرى ويعود ذلك إلى قدم تعاملها بالصكوك والحسابات الجارية.²

المطلب الثالث: أهداف ووظائف البنوك التجارية

للبنوك التجارية العديد من الأهداف التي تسعى إلى تحقيقها وذلك من خلال عدة وظائف تسمح لها بتحقيق هذه الأهداف.

أولا: أهداف البنوك التجارية

تسعى البنوك التجارية إلى تحقيق ثلاث أهداف رئيسية على درجة من الأهمية وهي كالتالي:

أ- الربحية

يتكون الجانب الأكبر من مصروفات البنك من تكاليف ثابتة تتمثل في الفوائد على الودائع، وهذا يعني وفقا لفكرة الرفع المالي، أن أرباح تلك البنوك أكثر تأثرا بالتغيير في إيراداتها، وذلك بالمقارنة مع منشآت الأعمال الأخرى تعرضا لآثار الرفع المالي فإذا ما زادت إيرادات البنك بنسبة معينة ترتب على ذلك زيادة الأرباح بنسبة أكبر. وعلى العكس من ذلك إذا انخفضت الإيرادات بنسبة معينة انخفضت الأرباح بنسبة أكبر، بل قد تتحول أرباح البنك إلى خسائر، وهذا يقتضي من إدارة البنك ضرورة السعي لزيادة الإيرادات وتجنب حدوث انخفاض فيها.

¹هادي خليل، محاضرات في النقود والمصارف، كلية إدارة الأعمال، جامعة خاصة، سوريا، ص8.

²حياة نجار، إدارة المخاطر المصرفية وفق اتفاقيات بازل -دراسة واقع البنوك التجارية العمومية الجزائرية-، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم اقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة فرحات عباس، سطيف، 2013/2014، ص18.

وإذا كان للاعتماد على الودائع كمصدر رئيسي لموارد البنك المالية بعض الجوانب السلبية نتيجة لالتزام البنك بدفع فوائد عليها، سواء حقق أرباح أم لم يحقق، فإن للاعتماد على الودائع ميزة هامة، فالعائد الذي يحققه البنك على استثماراته عادة ما يقل عن العائد الذي يطلبه ملاكته، ومن ثم إذا اعتمد البنك على أموال الملكية في تمويل استثماراته فسوف يغلق أبوابه منذ اليوم الأول، بل وربما لا يفتح أبوابه على الإطلاق، أما الاعتماد على الودائع كمصدر رئيسي لتمويل الاستثمارات فيحقق البنك صافي الفوائد التي تتمثل في الفرق بين الأرباح المتولدة من استثمار تلك الودائع، وبين الفوائد المدفوعة عليها بالطبع، يذهب هذا الفرق إلى ملاك البنك، مما يجعل العائد الذي يحصلون عليه أكبر بكثير من العائد على الاستثمار هذا ويطلق أحيانا على صافي الفوائد بعائد الرفع المالي أو عائد المتاجرة بالملكية، أي العائد الناجم عن الاعتماد أموال الغير في تمويل الاستثمارات.¹

ب- الأمان

يعتبر أساس كل عملية من عمليات توظيف الأموال التي يقوم بها البنك هو الثقة بان الأموال التي سيقترضها أو سيستثمرها سوف تعود إليه في الأجل المتفق عليه لذلك على البنك التأكد من متانة المركز المالي المتعامل معه، ومدى قدرته على الوفاء بتعهداته، بالإضافة إلى مدى الضمانات التي قد يكون على استعداد لتقديمها تأميناً للوفاء بتلك التعهدات.

والسبب إن الأمان أمر مهم جدا بالنسبة للبنك التجاري يكمن في رأس مال البنك التجاري صغير بالمقارنة مع صافي أصوله، وهذا يعني صغرها الضمان بالنسبة للمودعين الذين يعتمد البنك على أموالهم كمصدر للاستثمار، فالبنك لا يستطيع إن يستوعب خسائر تزيد عن قيمة رأس ماله (أو موارده الذاتية) فلو حدث ذلك يعني ضياع جزء من الأموال المودعة الأمر الذي يؤدي إلى إفلاس البنك.²

ج- السيولة

نظرا لأهمية السيولة للبنك التجاري من حيث قدرته على مواجهة الالتزامات في أي لحظة، وجب على البنوك الاحتفاظ بنسبة معينة من السيولة العاطلة بغية سداد ما عليها من مستحقات في وقتها. وتعني سيولة أي أصل من الأصول مدى سهولة تحويله إلى نقد بأقصى سرعة ممكنة وبأقل خسارة، أما في القطاع المصرفي، فالسيولة هي مقدرة البنك على الوفاء بالتزاماته تجاه المودعين في حالة طلب هؤلاء سحب ودائعهم،

¹ سامر جلدة، البنوك التجارية والتسويق المصرفي، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، الطبعة الأولى، 2009، ص 19.

² أحلام مخني، تقييم المؤسسة من وجهة نظر البنك-دراسة حالة شركة الأشغال العامة والطرق-، مذكرة مكملة لنيل شهادة ماجستير، تخصص بنوك وتأمينات، كلية علوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة منتوري، قسنطينة، 2007/2006، ص 57.

هذا من جهة ومن جهة أخرى مقدرته على مقابلة طلبات الائتمان، لذلك فقد أصبحت البنوك التجارية ملزمة بان تحتفظ بنسبة من أموالها لدى البنك المركزي كضمان إضافي لتوفر السيولة.¹

ومن خلال ما سبق فإن الأسس الثلاثة السابقة تفرض على البنك التجاري ثلاثة أهداف رئيسية عليه العمل على تحقيقها من خلال إدارته وهي:²

- ✓ تحقيق أقصى ربحية من خلال زيادة الإيرادات كفيل بان يؤدي مباشرة إلى انخفاض أكبر في الأرباح.
- ✓ تجنب تدني كبير في مستوى السيولة وما لذلك من أثر سلبي على ثقة المودعين بالبنك.
- ✓ تحقيق مستوى كبير من الأمان لأموال المودعين على أساس مال البنك الصغير لا يكفي بتغطية خسائر كبيرة وبالتالي لا يحقق لهم التغطية الكافية.

ثانياً: وظائف البنوك التجارية

يمكن أن نجل أهم الوظائف التي تؤديها البنوك التجارية بصفة عامة إلى وظائف تقليدية وأخرى حديثة وهي كالآتي:

أ- الوظائف التقليدية للبنوك التجارية:

تقوم البنوك التجارية إلى جانب وظيفتها الرئيسية في خلق نقود الودائع بثلاث وظائف هي:³

- قبول الودائع:

يتجسد ذلك من خلال قبول البنك لأموال المدخرين، ويقصد بالوديعة السيولة المسلمة للبنك من أشخاص معنويين أو طبيعيين.

- منح الائتمان:

وهي أهم وظيفة للبنك التجاري منذ ظهوره، وتعني تقديم مبالغ نقدية لأصحاب العجز لآجال مختلفة، إلا انه مهما يكن فان الائتمان قصير الأجل هو الذي يكون الجزء الأكبر من الائتمان الكلي الذي تمنحه البنوك.

- تسيير وسائل الدفع:

وهذا ما يسمح بتمويل الأموال أيا كانت الوسيلة المستعملة وهي نتيجة لقيام البنك بالوظيفتين السابقتين، وبالتالي يقوم بخلق النقود الائتمانية عن طريق فتح الحسابات ويقدم العديد من الخدمات المتعلقة بذلك منها:

¹عزيزة بن سمينة، الائتمان في البنوك التجارية مخاطر وأساليب تسييرها، دار الأيام للنشر والتوزيع، الأردن، الطبعة الأولى، 2017، ص 20.

²أحلام محيي، مرجع سبق ذكره، ص 57.

³رقية عبد الحميد شرون، إدارة المخاطر في البنوك الإسلامية والبنوك التجارية مع التركيز على خطر السيولة، دار وائل للنشر والتوزيع، الأردن، الطبعة الأولى، 2018، ص ص 119، 120.

- ✓ معالجة الشيكات.
 - ✓ تحصيل المدفوعات لصالح العميل.
 - ✓ تسديد إيصالات العميل... الخ.
- كما تقوم البنوك إلى جانب ذلك بوظائف أخرى منها:
- ✓ التعامل في العملات الأجنبية.
 - ✓ إصدار خطابات الضمان والأوراق المالية.

ب- الوظائف الحديثة للبنوك التجارية:

يسعى البنك التجاري دائما إلى رفع رقم أعماله وترشيد مصروفاته ومحاولة اجتذاب العملاء بشتى الطرق، لان الزبون يعتبر ربحا في حد ذاته للبنك التجاري، ومن اجل الوصول إلى هذا اتبع البنك التجاري خدمات جديدة يقدمها للعملاء لعل أبرزها ما يلي:¹

- تقديم خدمات استشارية للعملاء:

لقد أصبحت البنوك حديثا تشترك في إعداد دراسات الجدوى للمشاريع التي يرغب العملاء في إنشائها، وعلى أساسها يتم تحديد الحجم الأمثل للتمويل المطلوب وطريقة السداد، ومدى اتفاقها مع سياسة المشروع باعتبار إن مصلحة البنك وعميله مشتركة.

- ادخار المناسبات:

يشجع البنك عملائه للادخار، وهذا لزيادة موارد الصرف من جهة، ولمواجهة مناسبات معينة من جهة أخرى مثل: نفقات الاصطياف، أو الزواج... الخ، وتمنح البنوك للعملاء نظير ذلك فوائد وتسهيلات ائتمانية تتناسب مع حجم مدخراتهم، كان تمنحهم الحق في اقتراض ضعف مبلغ المدخرات وبشروط سهلة.

- خدمات البطاقة الائتمانية:

وهي عبارة عن بطاقة من البلاستيك، تتيح لمن أصدرت باسمه الحصول على الائتمان الذي يطلبه، وبموجبها يتمتع العميل بالحصول على شراء بضائع من المتاجر أو التمتع ببعض الخدمات، على إن يقوم العميل بسداد قيمة ما يشتريه إلى البنك خلال اجل معين وبدون فوائد وهذا إذا كان حسابه يسمح بذلك، أما إذا لم يسمح فانه يتحمل فوائد وعمولات.

¹عزيزة بن سمينة، مرجع سبق ذكره، ص ص 24، 25.

- خدمات الكمبيوتر:

تستخدم البنوك حاليا العقول الالكترونية لتزويد المتعاملين معها بكشوف توضح أوضاعهم المالية، والضرائب المترتبة على إيراداتهم، وبمشورات إدارية، وترقب الموجودات في مخازنهم وغير ذلك من الخدمات، وتسعى البنوك حديثا إن يتزايد إيراداتها من استخدام الحاسب الآلي ويطغى بذلك على الإيراد من عمليات الإقراض الكلاسيكية.

- إدارة ممتلكات وشركات المتعاملين مع المصرف:

تقوم البنوك التجارية بوظيفة إنماء الاستثمار لحساب العملاء الذين لا يتاح لهم الوقت أو الخبرة للقيام لمباشرة عمليات الاستثمار بطريقة مضمونة، وبدرجة عالية من الكفاءة.

وهناك من يصنف وظائف البنوك التجارية إلى وظائف أولية وثنائية كما يوضحه الشكل الموالي:

الشكل رقم (1): وظائف البنوك التجارية



المصدر: رقية عبد الحميد شرون، إدارة المخاطر في البنوك الإسلامية والبنوك التجارية مع التركيز على خطر السيولة، دار وائل للنشر والتوزيع، الأردن، الطبعة الأولى، 2018، ص122.

يتضح لنا من خلال الشكل رقم (1) أن البنوك لها وظيفتان رئيسيتان تنقسم كل واحدة منهما إلى عدة وظائف فرعية.

المبحث الثاني: مفهوم الخدمات المصرفية

تعتبر الخدمات المصرفية مكونا هاما لأعمال البنوك، بل إنها تعتبر الآن أكثر الأنشطة التي تنال الاهتمام والتطوير حيث أصبحت ميدانا رئيسيا للتنافس فيما بين البنوك ويلزم الفكر المعاصر على تطوير الخدمات المصرفية بحيث يكون وسيلة وهدف في نفس الوقت، فهي تهدف لتحقيق جانب من الإيرادات نتيجة أداء الخدمة، كما أنها في نفس الوقت أداء لجذب المتعاملين سواء في أنظمة الودائع أو في أنظمة التوظيف والاستثمار التي يمارسها البنك وهو ما يؤدي بشكل غير مباشر إلى تحقيق إيرادات أكبر للبنوك.

المطلب الأول: تعريف الخدمات المصرفية وخصائصها

أولا: تعريف الخدمات المصرفية

قبل التطرق إلى مفهوم الخدمات المصرفية نورد تعريف الخدمات أولا.

أ. تعريف الخدمات

لقد اختلف الباحثون في إيجاد تعريف شامل للخدمة مقارنة بالمنتج المادي، كما يؤكد تيودور لوفيت، إن التمييز بين الخدمة والمنتج يختفي كلما زاد فهم مصطلح الخدمة حيث أن كل المؤسسات السلعية مرتبطة بالخدمة ولكن بنسب متفاوتة. وتعود صعوبة تعريف الخدمة إلى الأسباب التالية:¹

✓ نظرا لطبيعتها لأنها توشي بشيء معنوي أكثر منه مادي، وفي اغلب الأحيان يستعمل مصطلح "منتج" للتعبير عن الخدمة خاصة بالنسبة للمنتجات المالية.

✓ تمتد كلمة خدمة لتشمل عدة قطاعات النشاط، فقطاع الخدمة يتميز بالتنوع.

✓ اعتبرت الخدمة كنشاط أنساني بواسطتها يؤدي شخص مهمة الشخص آخر، لكن نقص مفعول هذا المفهوم لان اغلبها أصبحت تؤدي آليا (بواسطة الآلات).

ولقد تطرقت الخدمات لعدة تعريفات نوجزها في ما يلي:

¹ أحمد طحطاح، محاضرات في تسويق الخدمات، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة أكلي محمد أولحاج، البويرة، 2016/2017، ص3.

حيث عرفت بأنها: "عبارة عن أنشطة أو أداء يقدم من طرف إلى آخر وهذه الأنشطة تعتبر غير ملموسة ولا يترتب عليها نقل ملكية أي شيء كما إن تقديم الخدمة قد يكون مرتبط أو غير مرتبط بمنتج مادي ملموس".¹ كما عرفها Kotler بأنها: "نشاط لعملية تبادل تتصف باللاملموسية، ولا تعطي أي فرصة لنقل الملكية، كما يمكن إن ترتبط بمنتجات ملموسة".²

ويقول فيها الضمور: "الخدمات بالأصل أنشطة وفعاليات غير ملموسة وسريعة الزوال نسبيا، وهي تمثل نشاط وأداء حدث من خلال عملية تفاعل هادفة إلى تلبية توقعات العملاء وإرضائهم، إلا أنها عملية الاستهلاك الفعلي ليس بالضرورة إن ينتج عنها نقل الملكية".³

كما عرفها أيضا بأنها: "تتميز بآنية الإنتاج والاستهلاك وهذه الخاصية تمنح للخدمة صفة اللاملموسية التي أشار إليها الاقتصادي آدم سميث في القرن الثامن عشر، حيث اعتبر أن الخدمة تالفة في لحظة إنتاجها".⁴ كما عرفها Stanton على أنها: "النشاطات غير محسوسة والتي تحقق منفعة الزبون أو المستفيد، والتي ليست بالضرورة مرتبطة ببيع سلعة، أي أن إنتاج خدمة معينة أو تقديمها لا يتطلب استخدام سلعة مادية".⁵

كما عرفت الجمعية الأمريكية للتسويق الخدمة على أنها: "منتجات غير ملموسة في جوهرها لكن ما يحيط بها ملموس، ولذلك تظهر في مجملها بأنها غير ملموسة لا يمكن نقلها أو تخزينها، إذ يتم تبادلها مباشرة من المنتج إلى المستخدم، والمنتجات الخدمية يصعب تحديدها بدقة فهي تنتج وتستهلك في الوقت نفسه لذلك لا يتولد عنها شعور بالملكية".⁶

كما أوضح Schreder مصطلح الخدمة من خلال مفهوم مثلث الخدمة والذي يتكون من أربعة عناصر

هي:⁷

¹ عادل زقير، طارق خاطر، مرجع سبق ذكره، ص 161 .

² غيثي عبد العالي، أهمية نوعية الاتصال في تحسين الخدمات دراسة حالة الخدمات المصرفية بمدينة قسنطينة، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، تخصص تسويق، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة منتوري، قسنطينة، 2006/2007، ص 10.
³ مرجع نفسه، ص 10.

⁴ عبد القادر براينيس، التسويق في مؤسسات الخدمات العمومية دراسة على قطاع البريد والاتصالات في الجزائر، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، 2006/2007، ص 25.

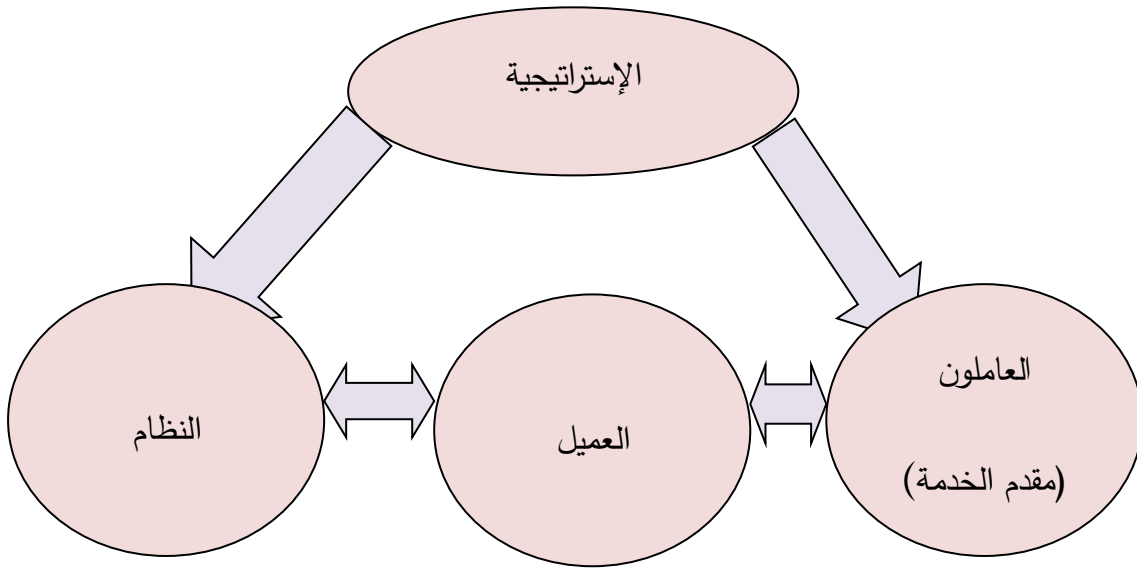
⁵ معروز زكية، محاضرات في مقياس مدخل للخدمات، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة أكلي محمد وألحاج، البويرة، 2022/2021، ص 4 .

⁶ رانيا المجني، تسويق الخدمات، الجامعة الافتراضية السورية، الجمهورية العربية السورية، 2020، ص 4، أطلع عليه بتاريخ 15-05-2022، الموقع:

<https://pedia.svuonline.org/>

⁷ المرجع نفسه، ص 5.

- الإستراتيجية: وهي رؤية المنظمة التي تعمل بمثابة موجة للإدارة فيما يتعلق بتنفيذ الخدمة وتقديمها للزبون.
 - النظام: وهو النظام المادي والإجراءات المستخدمة لإنتاج الخدمة.
 - العاملون: وهم الموظفون المسؤولون عن إنتاج الخدمة وتقديمها إلى العميل في المنشأة الخدمية.
 - الزبون أو العميل: وهو مركز المثلث و محور العمل في المنظمة الخدمية حيث تنصب كل الجهود لتحقيق حاجاته وإشباعها، والشكل التالي يوضح ذلك:
- الشكل رقم (02): مثلث الخدمة.



المصدر: عبد الحفيظ حسام الدين، جودة الخدمة المصرفية كمدخل لزيادة القدرة التنافسية للبنوك التجارية الجزائرية دراسة حالة مجموعة من البنوك التجارية الجزائرية، أطروحة مكملة لنيل الدكتوراه، تخصص بنوك، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد بوضياف، مسيلة، 2021/2020، ص20.

يوضح الشكل رقم (2) مثلث الخدمة المتمثل في الإستراتيجية على رأسه، والتي تمثل السياسات طويلة المدى التي يجب على المؤسسة أن تتبناها لإشباع حاجيات العميل المستهدف بواسطة طرفي المثلث وهما: العاملون والنظام. كذلك هناك تعريف آخر للخدمة قدمه Gronroos بأنها: "أي نشاط أو سلسلة من الأنشطة ذات الطبيعة غير ملموسة عادة، وليس بالضرورة إن تحدث عن طريق التفاعل بين المستهلكين والمستخدمين، وهي تقدم في العادة كحلول لمشاكل العميل".¹

¹ رجم نور الدين، دور سياسة الترويج في تسويق الخدمات المصرفية دراسة حالة الوكالة (748) بينك الفلاحة والتنمية الريفية، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير، تخصص تسويق، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة 20 أوت 1955، سكيكدة، 2009/2008، ص14.

ب. مميزات الخدمات

- الخدمات تمتاز بالعديد من المميزات نذكر منها ما يلي:¹
- ✓ عبارة عن أنشطة غير ملموسة يمكن إن تتطلب استخدام سلع ملموسة.
 - ✓ تقديمها يتطلب عناصر أساسية وهي الأشخاص، الوسائل والأنظمة.
 - ✓ الخدمة يمكن شراؤها مرتبطة بسلعة ما مثل شراء سيارة ترافقها خدمات التأمين.
 - ✓ لا يترتب عن حيازتها أي انتقال للملكية.
 - ✓ منافع غير ملموسة.

ج. تعريف الخدمات المصرفية:

تعددت تعاريف الخدمات المصرفية نذكر منها الأتي:

عرفت بأنها: "أحد الأنشطة التي يقوم بها البنك التجاري بقصد مساعدة عملائه في نشاطهم المالي واجتذاب العملاء الجدد أو زيادة موارده المالية، ولا يتعرض عند أدائها لمخاطر التجارة."²

كما عرفها معلا بأنها: "محصلة التفاعل بين العميل والمصرف نفسه وانه يكمن في مدركات العملاء ويشكل في ضوء توقعاتهم عندما يكون مفهوم رضا العميل محلا للتطبيق، ولهذا فان جودة الخدمة يجب إن تقاس بمقاييس العملاء وتعتبر عنها."³

ويعبر عنها كونها: "مجمعة من العمليات ذات المضمون النفعي الذي يتغلب بتغلب العناصر غير الملموسة على العناصر الملموسة التي تدرك من قبل الأفراد والمؤسسات من خلال دلالاتها، وقيمها النفعية التي تشكل مصدرا لإشباع حاجاتهم المالية والائتمانية الحالية والمستقبلية، وتشكل في الوقت نفسه مصدرا لربحية المصرف، وذلك من خلال علاقة تبادلية بين الطرفين."⁴

ومن هنا يمكن ملاحظة أن الخدمة المصرفية تتميز بأن المضمون المنفعي لديها يتجسد في بعدين أساسين

هما:⁵

¹ رجم نور الدين ، مرجع سبق ذكره، ص 14 .

² أحمد محمد أحمد الحسن أبو شوك، أثر الفجوة الرقمية على استخدام الخدمات المصرفية الالكترونية في السودان، أطروحة مكملة لنيل شهادة الماجستير في الاقتصاد التطبيقي، تخصص تمويل، كلية الدراسات العليا، جامعة العلوم والتكنولوجيا، السودان، 2021، ص 12.

³ عمر علي بابكر الطاهر، أثر جودة الخدمات المصرفية على رضا العملاء دراسة ميدانية المصارف التجارية بمحافظة الدرب، المجلة العربية للنشر العلمي، سوريا، العدد 14، 2019، ص 83.

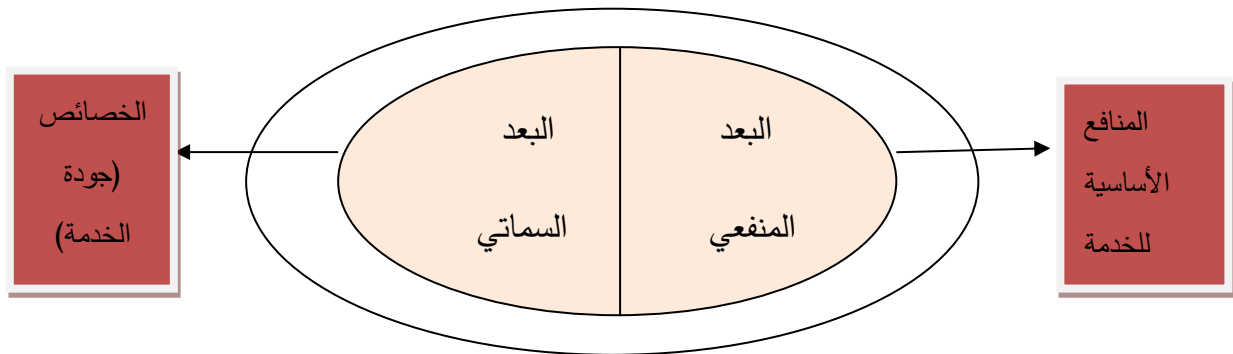
⁴ عمر علي بابكر الطاهر، مرجع سبق ذكره، ص 83.

⁵ رجم نور الدين، مرجع سبق ذكره، ص 37.

- البعد المنفعي يختلف من مستفيد لآخر وذلك لاختلاف حاجاتهم ورغباتهم إضافة إلى عدم سهولة قياس تقييم المنفعة بشكل دقيق وإنما تعتمد عملية التقييم على مستوى الإشباع ورضا العميل.
 - البعد السمائي فيتمثل في مجموعة الخصائص والسمات التي يتصف بها المضمون المنفعي المباشر للخدمة.
- ومن هذين البعدين نستنتج أن البعد المنفعي يرتبط بالعميل نفسه، أما البعد الثاني (البعد السمائي) فيرتبط بالخدمة المصرفية بحد ذاتها.

والشكل التالي يمثل هذين البعدين:

الشكل رقم (03): أبعاد الخدمة المصرفية.



المصدر: بن صالح ماجدة، العوامل المؤثرة على ثقة العملاء في الخدمات المصرفية الالكترونية دراسة حالة البنوك الجزائرية، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة 8 ماي 1945، قالمة، 2021/2020، ص42.

من التعاريف السابقة نستنتج أن الخدمات المصرفية عبارة عن: "مجموعة من الأنشطة التي تقدمها المصرف إلى عملائه، حيث هذه الخدمات يغلب عليها العناصر غير ملموسة وذلك للانتفاع بها وفق رغباتهم وحاجاتهم."

ثانياً: خصائص الخدمات المصرفية

رغم أهمية الخدمات المصرفية إلا أنها ليست كالخدمات الأخرى، وإن اتفقت في خصائصها الأساسية مع بقية الخدمات، إلا أن الخدمات المصرفية تتمتع بخصائص تميزها عن بقية الخدمات.¹ ويمكن توضيح هذه الخصائص فيما يلي:

1. تتصف طبيعة الخدمات المصرفية بصفة التلازم بين الخدمة التي تقدم إلى العملاء وشخصية الذي يقوم بتقديمها لهم وهي بذلك تختلف عن نطاق التعريف التقليدي، ولأن الإنتاج والاستهلاك للخدمة المصرفية متلازمان، فالعميل لا يستطيع إن يتداول هذه الخدمة مع طرف ثالث، وكل ما يتبقى له هو رضاه أو عدم رضاه من الخدمة، والتي يصعب عليه حتى إن يعيد وصفها بأكثر من شعوره بالسعادة أو التعاسة.²

¹ أحمد شعبان محمد علي، التسويق والخدمات المصرفية، دار التعليم الجامعي، مصر، بدون طبعة، 2018، ص36.
² دريد كامل آل شيب، إدارة العمليات المصرفية، دار المسيرة للنشر والتوزيع، الأردن، الطبعة الأولى، 2015، ص45.

2. كما تتصف أيضا بأنها غير ملموسة أي ليس لها وجود مادي، وبالتالي فمن الصعب إنتاج أو تحضير الخدمة والانتفاع منها لاحقا، فمن الناحية العملية فان عمليتي الإنتاج والاستهلاك تحدثان في آن واحد. كما يترتب على هذه الخاصية أيضا صعوبة معاينة أو تجربة الخدمة قبل شرائها وعليه فان شراء الخدمة المصرفية أكثر صعوبة من شراء السلعة، وتترتب على صفة عدم الملموسية النتائج التالية:¹
- ✓ صعوبة تخزين الخدمة مقارنة بالسلعة.
 - ✓ عملية فحص ومقارنة الخدمة لا تتم إلا بعد شرائها وتجربتها والحكم عليها وليس قبل شراؤها.
 - ✓ عدم القدرة على استخدام الأساليب التقليدية في الرقابة على جودة الخدمة المصرفية، بل يجب استخدام أساليب مبتكرة لقياس جودة الخدمات المصرفية مثل ولاء الزبائن، ودرجة رضاهم وعدد الشكاوي، مستخدمين في ذلك المقابلات الشخصية والهاتفية والاستبيانات المباشرة والالكترونية بهدف التعرف على مستوى الرضا وطبيعة احتياجات الزبائن.
3. تنوع وتعدد الخدمات المصرفية تعمل على تقديم مدى واسع الخدمات والمنتجات لتلبية الحاجات المصرفية المتنوعة من قبل زبائن مختلفين في مناطق مختلفة.²
4. الخدمة المصرفية التي تقدم غير قابلة للاستدعاء مرة أخرى، وبمجرد الحصول عليها لا يمكننا إضافة تحسينات عليها أو سحبها، وفي حالة عدم انسجامها مع توقعات العميل، فالبديل الوحيد للإصلاح هو الاعتذار مع مراعاة العمل مستقبلا على توفرها حسب قناعة واحتياجات العميل.³
5. عدم تجانس الخدمة بمعنى صعوبة تنميط الخدمات، وخاصة التي يعتمد تقديمها على الإنسان بشكل كبير، وبالتالي من الصعوبة ضمان مستوى جودة الخدمة المصرفية كما هو الحال في السلع المادية وذلك بسبب تعقد وتغير حاجات الزبائن من الأفراد والمؤسسات بشكل مستمر.⁴
6. الانتشار الجغرافي، فامتلاك شبكة فروع أي بنك هي للتزويد بالمنافع الملائمة وملاقة الحاجات المحلية والعالمية.⁵
7. كثافة العمل حيث يبقى قطاع الخدمات المصرفية ذا كثافة عمل عالية وبالتالي تزيد تكاليف الإنتاج.⁶

¹ أسعد حميد العلي، إدارة المصارف التجارية مدخل إدارة المخاطر، الذاكرة للنشر والتوزيع، الأردن، الطبعة الأولى، 2013، ص 27.

² دريد كامل آل شيب، مرجع سبق ذكره، ص 46.

³ صباح محمد أبو تاية، التسويق المصرفي بين النظرية والتطبيق، دار وائل للنشر والتوزيع، الأردن، الطبعة الأولى، 2008، ص 70.

⁴ أسعد حميد العلي، مرجع سبق ذكره، ص 30.

⁵ محمود محمد خير الدين، سياسة تسعير الخدمات المصرفية وتأثيرها على ربحية البنوك، دار التعليم الجامعي، بدون طبعة، 2018، ص 20.

⁶ المرجع نفسه، ص 20.

المطلب الثاني: أنواع الخدمات المصرفية

تسعى المصارف دائما إلى تعزيز الجهود من أجل تقديم أحسن وأفضل خدمة مصرفية للعملاء، حيث تمثل الخدمات المصرفية الجانب الأكبر للنشاط المصرفي، وعموما المصارف تتسم بثلاث أنواع من الخدمات المصرفية تقدمها للأفراد وتتمثل في:¹

أولا. الخدمات المصرفية المحلية (التقليدية)

تشمل عمليات الصندوق وهي جميع عمليات الإيداع والسحب والمقاصة.

أ- الإيداع:

هي ودائع نقدية يودعها العميل لدى المصرف لمدة معينة وبفائدة معينة ولا يجوز للعميل سحب الوديعة إلا في نهاية المدة الزمنية المتفق عليها وإلا فقد الفائدة في هذه الوديعة وتتم عملية الإيداع بملء استمارة معينة من طلب الإيداع وجميع البيانات الخاصة بالمبلغ والفوائد ويحصل على إيصال من البنك ليثبت قيامه بوضع وديعة فيه.

ب- السحب:

يتم إجراء السحب من الحسابات الجارية حيث يتقدم حامل الشيك إلى الشباك المختص وبعدها يقوم الموظف بالتحقق من الشخصية على بطاقة التعريف والتأكد من انه المستفيد من الشيك ثم الحصول على توقيعه وبيانات تكتب على ظهر الشيك ويتم السحب إما مباشرة من طرف الشخص نفسه، وإما لسحب شخص آخر.

ج- التحويل المصرفي:

تتم هذه العملية بتحويل النقود التي يجريها البنك بحيث يجعل حساب عميل معين مدينا بمبلغ معين لكي يجعل حساب عميل آخر دائنا بنفس المبلغ أو في نقل المبلغ من حساب لآخر، وتبدأ أهداف العملية عندما يصدر المدين أمرا إلى المصرف بأن يتم نقل حسابه إلى حساب دائنه مبلغا يعادل قيمة الدين.

د- المقاصة:

هي تبادل أوراق الدين بين المصرف وتحصيلها ويتم هذا التداول في غرفة المقاصة بالبنك المركزي حيث يجتمع مندوبو البنوك فيها لتسوية وعمل مقاصة من الشبكات المسحوبة على هذه البنوك وغرفة المقاصة هي مكان تقوم بتسوية الشؤون المالية بين المصارف.

¹حرم فرج محمود، أثر معوقات التسويق الإلكتروني المصرفي في جودة الخدمات المصرفية دراسة ميدانية لعينة من المصارف التجارية في السودان، مذكرة مقدمة لنيل درجة الماجستير، تخصص دراسات مصرفية، كلية الدراسات العليا، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، 2019، ص ص 57، 58.

هـ - قبول الودائع:

الوديعة في التعريف المصرفي هي اتفاق بين المصارف والمودع حيث يدفع للمودع مبلغا من النقود بوسيلة من وسائل الدفع وينبغي على ذلك خلق وديعة تحت الطلب أو لأجل يحدد بالاتفاق بين الطرفين وينشا على تلك الوديعة التزام مصرفي يدفع مبلغ معين من وحدات النقود القانونية للمودع أو لأمر لدى الطلب أو حينما يحل الأجل. ثانيا. الخدمات المصرفية الحديثة:

تتمثل في القروض الاستهلاكية وخدمات الإرشاد والنصح المالي وإدارة النقدية للمشروعات والتأجير التمويلي والمساهمة في تمويل المشروعات وبيع الخدمات التأمينية وتقديم صناديق الاستثمار وصناديق العوائد السنوية الدورية.

ثالثا. الخدمات المصرفية الخارجية:

وتشمل:

أ- الاعتماد المستندي:

هو الوسيلة المثلى لتنفيذ العقود، ويصدر في شكل خطابات صادر من البنك بناء على طلب احد عملائه وبالتالي يعتبر المستندي تعهد كتابي صادر بناء على طلب المستورد لصالح المصدر يتعهد فيه البنك بدفع أو قبول كمبيالات مسحوب عليها عند تقديمها وحسب الشروط الواردة في الاعتماد.

ب- الأوراق التجارية:

يقصد بها إثبات الالتزام بدفع مبالغ وخاصيتها المشتركة هي إعطاء المدين مهلة محددة لتسديد الديون واهم أشكالها الكمبيالة والسند لأمر ويشترط فيها إيضاح مكان وتاريخ الوفاء، واسم المستفيد واسم وتوقيع المتعهد بالوفاء بالتعهد بأداء مبلغ معين إضافة إلى إمكانية التداول بالتظهير.

ج- الأوراق المالية:

تتمثل أساسا في الأسهم والسندات فالسهم هو جزء من رأس مال الشركة المساهمة أما السند يعتبر جزء من قروض تصدرها الشركات أو الهيئات الحكومية.

المطلب الثالث: دورة حياة الخدمات المصرفية

تمر الخدمة المصرفية والمالية بنفس المراحل التي تمر بها دورة حياة أي منتج. ويعتبر تحليل ومراقبة دورة حياة الخدمات المصرفية التي يقدمها البنك لعملائه أداة مساعدة للتعرف على استراتيجيات الملائمة لكل مرحلة من هذه المراحل. وتمر دورة حياة الخدمة المصرفية بأربع مراحل أساسية هي:

1. مرحلة التقديم:

في هذه المرحلة يتم تعريف الزبائن بالخدمة المصرفية بوصف ميزاتها وخصائصها وفوائدها استعمالها وتمتاز هذه المرحلة بانخفاض نسبة المبيعات وارتفاع التكاليف خاصة الترويجية منها لعدم تمكن العديد من الزبائن التعرف على الخدمة المصرفية من جهة وعدم اقتناعه بها في المرحلة الأولى.¹

2. مرحلة النمو:

أثناء مرحلة النمو تتجه المبيعات والأرباح إلى الارتفاع مع ثبات حجم التكاليف، وأثناء هذه المرحلة يمكن للبنك تحسين مستوى قبول الخدمة في السوق من خلال:²

- ✓ التطوير والتحسين في ملامح جودة الخدمة.
- ✓ بيع الخدمة إلى قطاعات عريضة في السوق.
- ✓ التركيز من خلال الإعلان ليس على خلق الإدراك بدرجة أكبر ولكن على خلق الاقتناع بشراء الخدمة.
- ✓ تخفيض أسعار الخدمة كلما أمكن لجذب أكبر عدد ممكن من العملاء.

3. مرحلة النضج:

تصل الخدمة إلى مرحلة النضج عندما تشجع الربحية التي يحققها البنك أثناء مرحلة النمو بقية المنافسين على الدخول في السوق وتقديم خدمة مماثلة. وتتصف هذه المرحلة بانخفاض حجم المبيعات وزيادة الإعلان، وزيادة التكاليف وانخفاض الأرباح. وهناك العديد من الأساليب التي يمكنها تقليل معدل الانخفاض في المبيعات والإيرادات في الأجل القصير، ولكن في النهاية سوف لا يكون هناك مفر من إحلال الخدمة، ويمكن إن تعمل الاستراتيجيات التالية على إطالة عمر السلعة خاصة في مرحلة النضج.

- ✓ تعديل في الأسعار لجذب قطاعات أخرى من العملاء في السوق.

¹خديجة عتيق، واقع التسويق المصرفي في البنوك وأثره على رضا العملاء دراسة ميدانية للبنوك التجارية الجزائرية، الأردن، الطبعة الأولى، 2016، ص96.

²الحداد عوض، التسويق استراتيجيات التسويق المصرفي والخدمات المصرفية، دار الكتاب الحديث، مصر، بدون طبعة، 2009، ص ص 175، 176.

- ✓ تخفيض الأسعار للاحتفاظ بالعملاء على الأقل مع تحسين حصة البنك في السوق.
- ✓ تغيير الإستراتيجية البيعية من خلال بيع الخدمات المصرفية مع العديد من الخدمات المماثلة لإعطاء العميل نوعاً ما من الإغراء المتعدد أو الواسع.¹

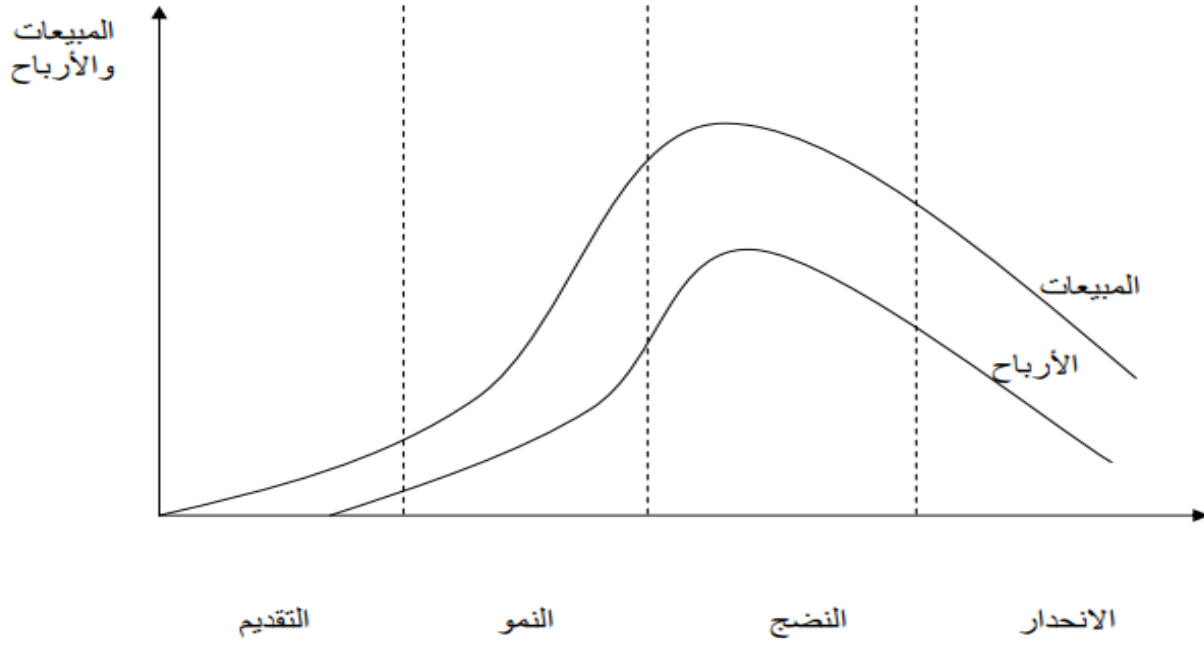
4. مرحلة الانحدار:

- تتصف هذه المرحلة بثبات التكاليف مع انخفاض العائد خاصة مع تخفيض الأسعار. وعند التفكير في هذه المرحلة وهي مرحلة حتمية بطبيعة الحال فإن هناك طريقتان أمام البنك:
- ✓ يمكن للبنك سحب الخدمة كلية من السوق في الحال وبالتالي عدم تحمل أي نوع من الخسائر. ويتيح هذا الأسلوب الفرصة أمام البنك لاستخدام الموارد المترتبة على سحب هذه الخدمة من السوق في تقديم خدمات أخرى مرجحة. غير أنه يجب مراعاة أنه ربما يترتب على سحب خدمة مالية متاحة للعملاء بعض الآثار العكسية.
 - ✓ البديل الثاني هو أنه مع انخفاض حدة المنافسة قد يكون من المرغوب فيه الاستمرار في تقديم هذه الخدمة في السوق أو القطاعات التي تحقق الربحية مع ترويج خدمة معدلة تحتوي فقط على أفضل المنافع التي تجذب العملاء ممن هم على صلة قوية بالبنك ولا يتسبب عنهم ضياع وقت إدارة البنك فيما يتعلق بالمبيعات أو النواحي الإدارية.²
- والشكل الآتي يلخص هذه المراحل:

¹ الحداد عوض، مرجع سبق ذكره، ص 176.

² المرجع نفسه، ص 176.

الشكل رقم 04: منحنى دورة حياة الخدمات المصرفية.



المصدر: رجم نور الدين، دور سياسة الترويج في تسويق الخدمات المصرفية دراسة حالة الوكالة (748) بينك الفلاحة والتنمية الريفية، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير، تخصص تسويق، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة 20 أوت 1955، سكيكدة، 2009/2008، ص 41.

المبحث الثالث: التكنولوجيا المصرفية

يعد التقدم التكنولوجي من أهم العناصر التي ساهمت في تغيير ملامح الخريطة المصرفية، حيث سعت المصارف إلى مواكبة هذا التطور والاستفادة من السرعة في تنفيذ المعاملات وتدنية تكاليفها، أصبح العمل المصرفي يتميز بتفاهم دور التكنولوجيا المصرفية والسعي نحو الاستفادة القصوى منها، في سبيل تقديم الخدمات المميزة والحديثة التي قد تتقاطع مع رغبات العملاء.

المطلب الأول: تعريف التكنولوجيا المصرفية وخصائصها

أولاً: التكنولوجيا

1. تعريف التكنولوجيا

تمثل الثورة التكنولوجية الأساس المادي للاقتصاد العالمي الحديث في مرحلة المعاصرة، وتقوم بدور محوري في تحديد ملامحه، حيث يتميز الاقتصاد المعاصر بوجود ما يعرف بـ "الثورة التكنولوجية"، التي تهتم بالمعلومات والاتصالات والتكنولوجيا كثيفة المعرفة.

تعرف التكنولوجيا بشكل عام بأنها: "تطبيق المعرفة على العمليات الإنتاجية اللازمة لإنتاج سلعة أو خدمة، وذلك ابتداء من إجراء البحوث وصولاً إلى الأسواق."¹

كما تعرف أيضاً بأنها: "عبارة عن مجموعة من المعارف والمهارات والخبرات المتراكمة والمتاحة والأدوات والوسائل المادية والتنظيمية والإدارية التي يستخدمها الإنسان لاستغلال موارد البيئة وتطوير ما فيها من موارد وطاقت لخدمته في أداء عمل أو وظيفة ما في مجال حياته اليومية لإشباع الحاجات المادية والمعنوية سواء على مستوى الفرد أو المجتمع."

كما تعرف أيضاً بأنها: "فرع من المعرفة التي تتعامل مع إنشاء واستخدام وسائل تقنية وتربطها مع الحياة والمجتمع، البيئة، بالاعتماد على موضوعات مثل الفنون الصناعية، والهندسة، والعلوم التطبيقية، والعلوم البحثية."² ويلخص حسين كامل بهاء الدين رؤيته لمفهوم التكنولوجيا بأنها: "فكر وأداء وحلول للمشكلات قبل أن تكون مجرد اقتناء معدات. ويعتقد كل من ماهر إسماعيل صبري وصلاح الدين محمد توفيق أن التكنولوجيا ليست

¹دبوش عبد القادر، انعكاسات سياسة التحرير المصرفي على البنوك التجارية وإستراتيجية عمل البنوك لمواجهةها، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية، تخصص تحليل اقتصادي، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية، جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي، 2009/2008، ص 85.

²سحانين المبلود، مساهمة التكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحقيق أبعاد التنمية المستدامة دراسة حالة الجزائر، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه، تخصص إدارة أعمال، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية، جامعة الجيلالي ليايس، سيدي بلعباس، 2016/2017، ص 28.

مجرد علم أو تطبيق علم أو مجرد أجهزة، بل هي أعم وأشمل من ذلك بكثير فهي نشاط إنساني يشمل الجانب العلمي والجانب التطبيقي.¹

كما يعرفها عبد الغفور عبد الفتاح قاري في معجم مصطلح المكتبات والمعلومات بأنها: "تشير إلى استخدام التقنية استخداما أمثالا في مختلف مجالات العلم والمعرفة من خلال معرفتها وتطبيقها فيما يناسب الإنسان ورفاهيته."²

2. خصائص التكنولوجيا

للتكنولوجيا قوة هائلة لتحسين حياة الأفراد، وتعزيز النمو الاقتصادي وخلق الفرص لأفراد والشركات والدول في جميع أنحاء العالم حيث نعيش في عصر اضطراب رقمي لا مثيل له، مع كميات هائلة من التغيير المعتمدة على التكنولوجيا والابتكارات الضخمة والتطور الكبير في طرق استخدام الأفراد للتكنولوجيا، حيث تتميز التكنولوجيا بعدة خصائص تتمثل أهمها في الآتي:³

- ✓ التكنولوجيا علم مستقل له أصوله وأهدافه ونظرياته.
- ✓ التكنولوجيا عملية تمس حياة الناس.
- ✓ التكنولوجيا عملية تشمل مدخلات وعمليات ومخرجات.
- ✓ التكنولوجيا عملية شاملة لجميع العمليات الخاصة بالتصميم والتطوير والإرادة.
- ✓ التكنولوجيا عملية ديناميكية أي أنها حالة من التفاعل النشط المستمر بين المكونات.

ثانيا: تعريف التكنولوجيا المصرفية

للتكنولوجيا المصرفية عدة تعاريف نذكر منها الآتي:

عرفت بأنها: "رصيد المعرفة الذي يسمح بإدخال آلات ومعدات وعمليات وخدمات مصرفية جديدة محسنة، وعلى ذلك يضم مصطلح التكنولوجيا في الميدان المصرفي مجالين: الأول التكنولوجيا الثقيلة وتشمل آلات والمعدات المصرفية والبرامج، والثاني هو تكنولوجيا الخفيفة وتشمل الدراية والإدارة والمعلومات والتسويق المصرفي."⁴

¹ نورالدين زمام، صباح سليمان، تطور مفهوم التكنولوجيا واستخداماته في العملية التعليمية مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، الجزائر، العدد حادي عشر، 2013، ص 165.

² عايد كمال، تكنولوجيا الإعلام والاتصال وتأثيرها على قسم المجتمع الجزائري الشباب الجامعي لتلمسان، نموذجاً مذكرة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه، تخصص علم الاجتماع والاتصال، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة أبي بكر بلقايد، تلمسان، 2016/2017، ص 26.

³عمار محمد زهير تيناوي، دور استخدام تكنولوجيا المعلومات في تحسين جودة درجة الخدمات المقدمة في شركة الاتصالات MTN Syriatel، مذكرة مقدمة لنيل الماجستير، تخصص إدارة أعمال، الجامعة الافتراضية السورية، سوريا، 2018، 2019، ص 30.

⁴حو محمد، زيدان محمد، إدارة التكنولوجيا المصرفية من اجل تحسين تنافسية البنوك مع الإشارة إلى البنوك الجزائرية، الأكاديمية للدراسات الاجتماعية والإنسانية، الشلف، العدد سادس عشر، 2016، ص 86.

كما تعتبر أيضا بأنها: "مجموع الوسائل والأدوات التكنولوجية من أجهزة، ومنصات الكترونية، وتطبيقات وبرامج معلوماتية، التي تعمل على تطوير وتسهيل الخدمات المصرفية على المستهلكين، والتغلب على فوارق الزمان والمكان، بإتاحة الأنشطة المصرفية بأشكال متنوعة."¹

من خلال ما سبق يمكن تعريف التكنولوجيا المصرفية بأنها: استخدامات أو عمليات أو منتجات جديدة تؤثر تأثيرا جوهريا على كيفية تقديم البنوك لخدماتها المصرفية.

ثالثا: خصائص التكنولوجيا المصرفية

للتكنولوجيا المصرفية مجموعة من الخصائص نوجزها فيما يلي:²

- ✓ أن التكنولوجيا المصرفية هي مجموعة من المعارف والمهارات والطرق والأساليب المصرفية.
- ✓ أن هذه المعارف والمهارات والطرق والأساليب قابلة لاستفادة منها بالتطبيق العملي في المجال المصرفي.
- ✓ أن التكنولوجيا بمفاهيمها المختلفة ليس هدفا في حد ذاته، بل هي وسيلة يستخدمها البنك لتحقيق أهدافه وغاياته.
- ✓ أن الخدمة المصرفية هي المجال الرئيسي لتطبيق التكنولوجيا.
- ✓ لا يقتصر تطبيق التكنولوجيا على مجال أداء الخدمة المصرفية، بل يمتد إلى الأساليب الإدارية.

المطلب الثاني: التطور التكنولوجي في العمل المصرفي

لقد مر التطور التكنولوجي في العمل المصرفي بعدة مراحل وهي كالاتي:³

أ. مرحلة الدخول:

وفيها دخلت التكنولوجيا إلى أعمال المصارف بغرض إيجاد حلول لأعمال المكتيبة، حيث بدأ الأخصائون في شؤون التكنولوجيا يدخلون إلى المصارف لإيجاد الحلول التكنولوجية لمشاكل الأعمال المصرفية الخلفية، مثل مشكلات، التأخير في إعداد التقارير المالية، والتقارير المحاسبية ولم يكن هناك تدخل مباشر من قبل الإدارات الوسطى والعليا التنفيذية سواء في الحلول المقترحة أو في كلفتها، فكان المهم هو حل المشاكل المتعلقة بالعمل المصرفي.

¹ يونس بفلح، تكنولوجيا الأعمال المصرفية، أطلع عليه بتاريخ: 2022/04/05، الموقع: <https://www.alaraby.co.uk>

² حمو محمد، زيدان محمد، مرجع سبق ذكره، ص 87.

³ ناظم محمد نوري الشمري، عبد الفتاح زهير العبد اللات، الصيرفة الالكترونية الأدوات والتطبيقات ومعوقات التوسع، دار وائل للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، الأردن، 2008، ص ص 25، 26.

ب. مرحلة تعميم الوعي بالتكنولوجيا:

وهي المرحلة التي بدأت بتعميم الوعي بالتكنولوجيا على كافة العاملين بالمصرف من خلال برامج تدريب تغلب عليها التقنية على حساب المعرفة بالأعمال، وكانت مرحلة تحضير أوسع لدخول التكنولوجيا، وتميزت هذه المرحلة بعدم وجود تدخل مباشر من قبل الإدارات الوسطى والعليا.

ج. مرحلة دخول الاتصالات والتوفير الفوري لخدمات الزبائن:

تميزت هذه المرحلة بالتكاليف العالية، حيث بدأ اهتمام الإدارة العليا بالتكنولوجيا.

د. مرحلة ضبط أو السيطرة على التكاليف:

وهي مرحلة ضبط الاستثمار في التكنولوجيا وعمدت هذه الإدارات إلى الاستعانة بأخصائيين واستشاريين في شؤون التكنولوجيا لمساعدتهم في ضبط التكاليف.

هـ. مرحلة اعتبار التكنولوجيا أصلا من أصول البنك:

بالتالي يجب إن يجنى هذا الأصل مردودا كباقي الأصول، وهنا ابتدأت مرحلة إدارة التكنولوجيا.

و. مرحلة اعتبار التكنولوجيا عملا ضمن أعمال المصرف:

وهي المرحلة التي بدأت فيها الإدارة الإستراتيجية للتكنولوجيا، والتي ارتكزت على تفعيل الإنتاجية على الصعيد الداخلي، وتحسين الضبط على الصعيد العملي، وتسويق التكنولوجيا على الصعيد الخارجي.

المطلب الثالث: انعكاسات التكنولوجيا في العمل المصرفي

تنعكس التكنولوجيا في العمل المصرفي على عدة مستويات تكمن فيما يلي:¹

أ. النواحي التنظيمية:

تتمثل في ازدياد الحاجة للعمال غير المباشرة إلى نسبة العمالة المباشرة ضمن الهيكل التنظيمي، والحاجة إلى وظائف مثل أخصائيو البحوث والتطوير وفتوى الصيانة، مع الحاجة إلى إعادة تصميم الوظائف ومن ثم إعادة تحليلها ووصفها، وتغيير الأداء بالوظائف الجديدة.

وظهور الحاجة لتزويد القيادات المصرفية، بمفهوم تمكين العاملين، أي إتاحة الفرصة للقادرين والراغبين لان يقدروا الموقف ثم يتصرفوا دون الرجوع إلى رؤسائهم وبناء فرق العمل المسؤولة وتهيئتهم.

¹تقرورت محمد، متطلبات تطوير المعاملات المصرفية الالكترونية في الدول العربية بالإشارة إلى حالة الجزائر، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه، جامعة الشلف، الجزائر، 2014، ص ص 51، 52.

كذلك تغيير هيكل الموارد البشرية، يؤدي إلى التغيير في التجهيزات وفي طرق العمل، سواء في الأداء أو التسويق المصرفي أو في البحوث والتطوير، إلى تغيير في هيكل العمالة، حيث إن التحول إلى آلات تلقائية الأداء كاملة الأوتوماتيكية وللاستخدام الكمبيوتر سيقبل من إعداد العمالة اليدوية والكتابية، وغير الماهرة، لكنه سيزيد من العمالة الفنية في مجال التشغيل والصيانة.

ب. العمالة المصرفية:

تتأثر الأعمال التي يؤديها الأفراد في وظائفهم بالتكنولوجيا، مما يؤدي إلى تغير الوظائف وتؤثر الأوتوماتيكية على الوظائف المصرفية على كل المستويات فهي تخفض مستوى بعضها، وترفع وتخفض أهمية البعض الآخر، ولا يشكل مثل هذا التحول تهديدا للعاملين للتحول إلى وظائف أخرى من خلال إعادة التدريب.

ج. برامج البحوث والتطوير:

يقترن التطورات التكنولوجية بالإنفاق على برامج البحوث والتطوير، فهي المحرك الأساسي للتطوير التكنولوجي ومخرجاته من منتجات مصرفية جديدة وأساليب أداء جديدة في مجالات العمليات التسويقية، البشرية والخدمية المصرفية، ويتطلب إنشاء وتطوير وحدات للبحوث والتطوير تهيئة وتطوير كوادر متخصصة من الباحثين المصرفيين من خلال مزيج متكامل من تكنولوجيا التعليم والتدريب المصرفي.

د. تكنولوجيا المعلومات:

ظهرت الحاجة إلى التزود بتكنولوجيا المعلومات والاتصالات وتطبيقاتها لتساعد على اتصالات تنظيمية أكثر مرونة وأعلى سرعة، حيث إن تطبيقها مع إعادة هندسة العمليات المصرفية من شأنه إن يؤدي إلى تقليل ملامح البيروقراطية والى تكامل بين العمليات.

هـ. تكنولوجيا التدريب المصرفي:

مع التطور التكنولوجي يتطلب الأمر التحول لاستخدام الحواسيب بدرجة أو بأخرى في تخطيط الاحتياجات التدريبية وتصميم برامج التدريب وتطويرها، وتصميم اختبارات التقييم وتصحيحها واستخدام الحاسوب كمدرّب.

و. الصناعة المصرفية:

بالإضافة إلى ذلك، حدث تطور هائل على صعيد الصناعة المصرفية، وذلك فيما يختص بتكنولوجيا المعلومات على صعيدين:

تكنولوجيا المعلومات:

ظهرت الحاجة إلى التزود بتكنولوجيا المعلومات والاتصالات وتطبيقاتها لتساعد على اتصالات تنظيمية أكثر مرونة وأعلى سرعة، حيث إن تطبيقها مع إعادة هندسة العمليات المصرفية من شأنه إن يؤدي إلى تقليل ملامح البيروقراطية والى تكامل بين العمليات.

هـ. تكنولوجيا التدريب المصرفي:

مع التطور التكنولوجي يتطلب الأمر التحول لاستخدام الحواسيب بدرجة أو بأخرى في تخطيط الاحتياجات التدريبية وتصميم برامج التدريب وتطويرها، وتصميم اختبارات التقييم وتصحيحها واستخدام الحاسوب كمدرّب.

و. الصناعة المصرفية:

بالإضافة إلى ذلك، حدث تطور هائل على صعيد الصناعة المصرفية، وذلك فيما يختص بتكنولوجيا المعلومات على صعيدين:

- على صعيد إدارة البنوك:

مكنت أجهزة الكمبيوتر البنوك من تجهيز مراكز مالية يومية متكاملة لجميع عمليات البنك الداخلية والخارجية، كما سمحت بمركزية لشبكة الفروع في علاقتها مع المركز الرئيسي، ويتم استخدام أجهزة الحاسوب الآلي في أداء العديد من العمليات المصرفية القديمة والحديثة منها.

وساهمت تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في تسهيل الأعمال المكتبية، حيث يوجد ما يسمى بالمكتب الإلكتروني في البنك الذي يضم جهاز كمبيوتر وجهاز نسخ عن بعد وهاتف وشاشة تتلقى الأوامر والمعلومات، وآلة التصوير الذكية التي تستخدم في مجال الأرشفة والتوقيعات ومطابقتها.

وتوجد في مجال امن البنك أجهزة كمبيوتر للتأكد من صحة التوقيعات والأوراق المالية والحوالات المصرفية، كذلك تأمين المدخل، وتوجد وسائل تأمين إلكترونية لأجهزة المعلومات ذاتها، وسهولة ارتباط البنوك بالبورصات الدولية وتسهيل المعاملات بينها، واستخدام الكمبيوتر في حفظ الوثائق المختلفة الخاصة بعمليات البنوك دون حاجة لحجز مكاني ضخم أو لاحتفاظ بسجلات.

- على صعيد خدمة الزبائن:

تأمين الراحة للزبائن بوضع أجهزة الصراف الآلي في الفروع أو بالقرب منها، كما يمكن إن تجري العديد من المعاملات التي يحتاجها الزبون بتكاليف منخفضة نسبيا ودون الالتزام بالتواجد المكاني داخل البنك أو بوقت العمل. وإمكانية حصول الزبون على بيانات فورية تتعلق بحساباته مع البنك أو بأسعار الفائدة والصراف من خلال شاشات يتم تركيبها في مكتب الزبون وتكون متصلة بالبنك، وبيع تشكيلة أوسع من الخدمات إلى الزبائن الحاليين والجدد والمحافظة عليهم.

خلاصة الفصل:

تلعب البنوك التجارية دور الوسيط في نقل الأموال بين أصحاب الفائض والعجز وذلك من خلال قبول الودائع ومنح القروض، حيث أصبحت تهتم بمختلف خدماتها المصرفية والعمل على تحسينها، مع مراعاة أهدافها الأساسية والمتمثلة في الربحية، السيولة والأمان.

فالعمل المصرفي الحديث تجاوز الوظائف التقليدية ويهدف إلى تطوير وسائل تقديم الخدمات المصرفية ورفع كفاءة أدائها بما يتماشى والتكنولوجيات الحديثة، وعلى هذا الأساس شهدت البنوك توسعا كبيرا في التكنولوجيا المصرفية أدت في مجملها إلى ظهور وتطور الخدمات المصرفية الالكترونية التي تعتبر آخر حلقة في صيرورة تطور هذه الصناعة.

الفصل الثاني

الخدمات المصرفية الالكترونية

تمهيد:

يشهد النظام الاقتصادي تطورات مستمرة مست جميع قطاعاته عامة، والقطاع المصرفي خاصة، ففي ظل احتدام المنافسة بينت البنوك بعضها البعض، وبين المؤسسات المالية الأخرى، تحتم على البنوك مواكبة هذه التطورات، وإدخال التكنولوجيا في كافة معاملاتها المصرفية، حيث نتج عن هذا المزيج من التنافسية والتكنولوجيا ما يعرف بالخدمات المصرفية الالكترونية، والتي تميزت بوجود متطلبات لقيامها ونجاحها.

تعتمد المصارف في تقديم خدماتها الالكترونية للعملاء على تطبيقات خاصة بذلك تتمثل في شبكة الانترنت، نظام الدفع الالكتروني، واللذان اعتبرا محورا للقنوات المصرفية.

كما تصدم البنوك عند تقديمها للخدمات المصرفية الالكترونية بمجموعة من المعوقات التي باتت تعرقل سير أعمالها الالكترونية. وقد ارتبطت هذه المعوقات عموما بالبنوك والعملاء على حد سواء، ومن أجل الإلمام بهذا الفصل تم تقسيمه إلى ثلاثة مباحث جاءت كما يلي:

المبحث الأول: مفهوم الخدمات المصرفية الالكترونية.

المبحث الثاني: تطبيقات الخدمات المصرفية الالكترونية.

المبحث الثالث: معوقات تبني الخدمات المصرفية الالكترونية.

المبحث الأول: مفهوم الخدمات المصرفية الالكترونية

يمر العالم اليوم بثورة هائلة في مجال التكنولوجيا، وقد أحدثت هذه الثورة تغييرات هائلة في الكثير من الأعمال بصورة عامة، وفي المصارف بصفة خاصة، حيث تحتم على البنوك مواكبة هذه التطورات نظرا لاحتدام المنافسة فيما بينها ومع المؤسسات المالية الأخرى، ورغبة العملاء في الحصول على خدمات تلبي احتياجاتهم، مما أدى إلى بروز الخدمات المصرفية الالكترونية.

المطلب الأول: تعريف الخدمات المصرفية الالكترونية وخصائصها

أولاً: تعريف الخدمات المصرفية الالكترونية

لقد وردت عدة تعريفات للخدمات المصرفية الالكترونية. فقد تم تعريفها بأنها: التواصل التلقائي للخدمات المصرفية التقليدية والحديثة مباشرة للعميل من خلال قنوات التواصل الالكترونية التفاعلية، وتضمن هذه الخدمات النظم التي تمكن عملاء المؤسسات المالية والشركات من الوصول للحسابات المصرفية والحصول على معلومات من المنتجات المالية، والخدمات من خلال شبكة خاصة أو عامة بما في ذلك شبكة الانترنت.¹

وتعرف أيضا بأنها: "الخدمة المصرفية التي تكون فيها الانترنت وسيلة أخرى للتواصل بين العميل والبنك، وبمساعدة نظم الالكترونية يتم الاستفادة من خدمات المصرف والحصول على المنتجات المصرفية التي يقدمها المصرف من خلال استخدام جهاز كمبيوتر شخصي خاص بالعميل، وكل ذلك عن بعد وبدون الحاجة إلى التواصل البشري والذهاب إلى مقر وجود المصرف، حيث تشمل الخدمات والمنتجات التي يقدمها المصرف لعملائه عبر الانترنت على كافة الخدمات والمنتجات المقدمة لهم عبر الوسائل التقليدية."²

كما تعرف الخدمات المصرفية الالكترونية بأنها: "تمتع الزبون بالخدمات المصرفية دون إن يكون له مظهر مادي لنزع المصرف، ويطلق عليها أنها بالخدمات المصرفية عبر الانترنت، والخدمات المصرفية المنزلية، والخدمات المصرفية الافتراضية، والخدمات المصرفية عن بعد."³

¹كمال محمد حامد الفكي، دور التسويق في انتشار خدمات الصيرفة الالكترونية بالمملكة العربية السعودية دراسة تطبيقية على مصارف محافظة الأفلاج، مجلة الدراسات التجارية المعاصرة، العدد 2، 2016، ص8.

²ربيع ياسين الدليمي، أثر التجارة الالكترونية في تطوير الخدمات المصرفية في البنوك الأهلية في بغداد، مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية، العدد 67، 2022، ص151.

³حسين هادي كهو راضي، الخدمات المصرفية الالكترونية ومحددات استخدامها من وجهة نظر زبائن المصرف دراسة استطلاعية لعينة من آراء زبائن مصرف الرشيد والرافدين، مجلة وارث العلمية، المجلد 03، العدد 7، 2021، ص82.

كما تعرف أيضا بأنها: "محمل الخدمات المصرفية التي تمكن للعميل الحصول عليها، دون الذهاب إلى بناية المصرف."¹

وتعرف الخدمات المصرفية أيضا بأنها: "إجراء العمليات البنكية بطرق الكترونية، أي استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال الجديدة، سواء تعلق الأمر بالسحب، أو بالدفع، أو بالائتمان أو بالتحويل أو بالتعامل بالأوراق المالية أو غير ذلك من أعمال البنوك، في ظل هذا النمط من الصيرفة لا يكون العميل مضطرا للتنقل إلى البنك، إذ يمكنه القيام بأنشطته وهو في منزله أو في مكتبه، وما يعني ذلك من تجاوز لبعدي الزمان والمكان."²

كما تتمثل أيضا: "في قيام البنوك بتقديم الخدمات المصرفية من خلال شبكات اتصال الكترونية، وتقتصر صلاحية الدخول إليها على المشاركين فيها وفقا لشروط العضوية التي تحددها وذلك من خلال احد المنافذ على الشبكة كوسيلة اتصال العملاء."³

ويعبر عنها أيضا بأنها: "محمل الخدمات المصرفية التي تقدمها المصارف والتي تعتمد على المعالجة الالكترونية البيانات (النص والصوت والصورة)، ويشمل ذلك تأثيرات التبادل الالكتروني للمعلومات والعمليات التي تحكم الفعاليات المصرفية، ويشمل أيضا أموراً أخرى كإدارة المؤسسة والتفاوض التجاري والعقود والإطار التنظيمي والتشريعي وكذلك التسويات المالية والضرائب."⁴

من خلال التعاريف السابقة يمكن إعطاء تعريف شامل للخدمات المصرفية الالكترونية والمتمثلة في حصول العملاء على الخدمات المصرفية التقليدية والحديثة من خلال شبكات الالكترونية وذلك على مدار 24 ساعة وذاك دون الذهاب أو الحضور إلى مكان ومقر تواجد البنك.

¹ يحي حمود حسن البوعلي، فاعلية المصارف الالكترونية في دول مجلس التعاون الخليجي مجلة الاقتصاد الخليجي، الخليج، العدد 28، 2016، ص108.

² علي محبوب، علي سنوسي، واقع الصيرفة الالكترونية في البنوك التجارية مصرف السلام الجزائر نموذجاً، مجلة شعاع للدراسات الاقتصادية، المجلد 4، العدد 2، 2020، ص13.

³ صلاح الدين مفتاح سعد الباهي، أثر جودة الخدمات المصرفية الالكترونية على رضا الزبائن دراسة ميدانية على البنك الإسلامي الأردني في عمان، مذكرة ماجستير في إدارة الأعمال، جامعة الشرق الأوسط، الأردن، 2016، ص19.

⁴ حازم نعيم الصمادي، المسؤولية في العمليات المصرفية الالكترونية الوسائل الالكترونية للعمليات الالكترونية، العدد الالكتروني، المسؤولية الضرر وعلاقته السلبية الإثبات والتوقيع الالكتروني، المحكمة المختصة القانون الواجب التطبيق الضمان، دار وائل للنشر، الأردن، الطبعة الأولى، 2003، ص22.

ثانيا: أهمية الخدمات المصرفية الالكترونية

- للصيرفة الالكترونية أهمية كبيرة في العمل المصرفي من خلال:¹
- ✓ تخفيض التكاليف التي يتحملها المصرف عند فتح الفروع مقارنة بإنشاء الموقع الالكتروني.
 - ✓ مواجهة التحديات الجديدة في مجال العمل الالكتروني من خلال تعزيز جانب المنافسة.
 - ✓ تقديم الخدمة المصرفية على مدار اليوم.
 - ✓ الترويج للخدمات المصرفية من خلال الإعلان عنها على شبكة الانترنت.
 - ✓ جذب العديد من الزبائن من خلال تقديم خدمات مصرفية جديدة.
 - ✓ تمكين الزبون من الاطلاع على حسابه وإجراء التحويلات المالية من أي مكان في العالم وفي أي وقت.
 - ✓ الحصول على خدمات سريعة وبأقل كلفة فضلا عن السرية والأمان لحسابات الزبون.

ثالثا: خصائص الخدمات المصرفية الالكترونية

تتميز الخدمات المصرفية الالكترونية بمجموعة من الخصائص والمتمثلة في الجدول الموالي:

الجدول رقم 01: خصائص الخدمات المصرفية الالكترونية

الخصائص	التوضيح لمعنى كل خاصية
اختفاء الوثائق الورقية للمعاملات	إذ إن كافة الإجراءات والمراسلات بين طرفي الخدمة (العميل، مقدم الخدمة المصرفية) تتم الكترونيا دون استخدام ورق ووثائق رسمية.
فتح المجال أمام البنوك صغيرة الحجم	وذلك لتوسيع نشاطها عالميا دون الحاجة إلى التفرع الخارجي أو زيادة الموارد البشرية أو زيادة فروع داخلية جديدة حيث يمكن استهداف جميع العملاء من خلال الخدمات المصرفية الالكترونية.
عدم إمكانية تحديد الهوية	إذ لا يرى من متلقي الخدمة ومقدم الخدمة الأخر حيث تقوم الخدمات المصرفية الالكترونية بالتعرف على متلقي الخدمة وتقديم الخدمة له وهذا ما تعالجه التكنولوجيا بالعديد من وسائل التامين للتعرف على الهوية الالكترونية.
إمكانية تسليم الخدمة الكترونيا وفوريا على مدار 24 ساعة	وذلك دون الحاجة للعميل بالذهاب إلى البنك وبذل جهد ووقت إذ يمكن تسليم الخدمة الكترونيا وتوفير الوقت والجهد وعلى سبيل المثال، كشف الحساب والأرصدة.

¹ وفاء جيثر مزعل، المعوقات التي تواجه تطبيق الصيرفة الالكترونية دراسة استطلاعية لأراء عينة من موظفي المصارف العاملة في مدينة الناصرية، مجلة دراسات محاسبية ومالية، المجلد 16، العدد 57، 2021، ص 78.

إذ تستطيع البنوك من خلال تقديم خدماتها الكترونيا من مواكبة التطور السريع في قطاع الخدمات المصرفية والقيام بتقديم خدمات جديدة وبسرعة عالية من خلال الخدمات الالكترونية.	سرعة تغير القواعد الحاكمة
--	---------------------------

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على الصادق خليفة ادم قوى، محمد الفاتح محمود بشير المقرني، الخدمات المصرفية الالكترونية وأثر على جذب العملاء بالمصارف السودانية - دراسة ميدانية على عينة من المصارف، مذكره دكتوراه الفلسفة في الدراسات المصرفية، كلية الدراسات العليا، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، السودان، 2018، ص ص 77-78.

المطلب الثاني: دوافع الخدمات المصرفية الالكترونية

- إن ظهور الخدمات المصرفية الالكترونية كان نتيجة تفاعل عدة عناصر منها:¹
- ظهور الاتصالات والمعلومات التي أدت إلى ظهور تغيرات جوهرية في طبيعة عمل القطاع المصرفي والمالي ومنه التطلع إلى تقديم خدمات مصرفية ومالية متطورة ومتنوعة اعتمادا على ما أنتجته التكنولوجيا وثورة المعلومات.
 - التجارة الالكترونية التي تتم باستخدام الوسائل الالكترونية وخاصة الانترنت والتي أصبحت تتميز بخصائص عديدة تميزها عن التجارة التقليدية التي اعتادت هذه المؤسسات المالية التعامل في ظلها ومعها مما جعل التطوير الواعي لاستراتيجيات وأساليب عمل البنوك ضرورة خدمية.
 - وجود منافسة شديدة بين البنوك ومع غيرها من المؤسسات المالية هذه المنافسة أصبحت لا تقتصر على الاقتصاديات الوطنية، بل اكتسبت إبعاد دولية في ظل تمرير التجارة العالمية.
 - تزايد دخول العديد من المؤسسات المالية غير المصرفية مثل شركات التأمين وشركات الأوراق المالية ومنافستها للبنوك حيث أصبحت العديد من هذه المؤسسات يقدم مجموعة الخدمات وضيقة الصلة بعمل البنوك.
 - وجوب تطوير الأداء بصفة مستمرة سواء للبنوك وغيرها من المؤسسات المالية لرفع مستوى الكفاءة التشغيلية لتقديم أفضل خدمة لعملائها، وخاصة أن الكثير من العملاء أصبحوا يطلبون خدمة ريفية المستوى بتكلفة تنافسية، مستفادين من المنافسة المتزايدة بين المؤسسات.
 - دخول العديد من المؤسسات التجارية والاقتصاديات سوق الأعمال المصرفية.

¹ وسيم محمد الحداد وآخرون، الخدمات المصرفية الالكترونية، دار المسيرة للنشر والتوزيع، الأردن، الطبعة الأولى، 2012، ص ص 56، 57.

المطلب الثالث: متطلبات الخدمات المصرفية الالكترونية

للخدمات المصرفية الالكترونية مجموعة من المتطلبات والتي يمكن ذكرها فيما يلي:

أ. البنية التحتية التقنية والتشريعية

تعد البنية التحتية التقنية في مقدمة متطلبات الصيرفة الالكترونية خصوصا وأي مشروعات تقنية عموما، والبنى التحتية التقنية للخدمات المصرفية الالكترونية ليست ولا يمكن إن تكون معزولة عن بنى الاتصالات وتقنية المعلومات التحتية لأي بلد ذلك إن الصيرفة الالكترونية تحي في بيئة أساسها الأعمال الالكترونية والمتطلب الرئيسي لضمان أعمال الكترونية ناجحة وضمان دخول امن وسلس لعنصر المعلومات يتمثل بالاتصالات وبقدر كفاءة البنى التحتية وسالمة سياسات السوق الاتصالي، وتحديد السياسات السعوية لمقابل خدمات الربط بالانترنت فالشبكة وأعمالها لا تحي دون تزايد إعداد المشتركين الذين تعوقهم كلفة الاتصالات، وبهذه المسألة ربما تمثل أهم تحد أمام أعمال الصيرفة الالكترونية كما إن فعالية وسلامة البنى الاتصالات تقوم على سلامة التنظيم الاستثمائي، ودقة المعايير، وتواؤمها الدولي، وكفاءة وفعالية التنظيم القانوني لقطاع الاتصالات وبقدر ما تسود معايير التعامل السليمة مع هذه العناصر يتحقق توفير أهم دعامة للتجارة الالكترونية بل وللبناء القوي للتعامل مع عصر المعلومات والعنصر الثاني للبناء التحتي يتمثل بتقنية المعلومات من حيث الأجهزة والبرمجيات والحلول والكفاءات البشرية المدربة والوظائف الاحترافية، وهذه دعامة الوجود والاستمرارية والمنافسة، فالمال وحده لم يعد المتطلب الرئيسي وسلامة البرامج والنظم المطبقة لضمان تعميم التقنية بصورة منظمة وفاعلة، وضمان الاستخدام الأمثل والسليم لوسائل التقنية أما عناصر إستراتيجية البناء التحتي في حقل الاتصالات وتقنية المعلومات، فإنها تتمثل بتحديد أولويات وأغراض تطوير السوق الاتصالات في الدولة، لهدف الدخول للأسواق العالمية مع احتياجات التطوير التقنية للشركات الخاصة، والسياسات التسويقية والخدمية والتنظيمية المتعين اعتمادها لمقدمي الخدمات مع تحديد معايير ومواصفات الخدمة المميزة، وفي مقدمتها معايير امن وسلامة تبادل المعلومات وسريتها وخصوصية المشتركين، وتوفير الإطار القانوني الواضح الذي يحدد الالتزامات على الأطراف، وأخيرا تحديد نطاق التدخل الحكومي وتحديد أولويات الدعم وما يتعين إن يكون مجال للتشجيع الاستثمائي من قبل الدولة، وهو اتجاه تعمل عليه البنوك مجدية.¹

¹علي محبوب، علي سنوسي، مرجع سبق ذكره، ص15

ب. كفاءة الأداء المتفقة مع عصر التقنية

هذه الكفاءة القائمة على فهم احتياجات الأداء المتواصل في التأهيل وفي التدريب، والاهم من ذلك إن تمتد كفاءة الأداء إلى كافة الوظائف الفنية، المالية والتسويقية، والقانونية، والاستثمارية، والإدارية، المتصلة بالخدمات المصرفية الالكترونية.¹

ج. التطوير والاستمرارية والتفاعلية من المستجدات

ويتقدم عنصر التطوير والاستمرارية والنوعية على العديد من العناصر، فالجهود وانتظار الآخرين لا يتفق مع النقاط فرص التمييز، ويلاحظ الباحث العربي أن البنوك العربية لا تتجه دائما نحو الريادة في اقتحام الجديد، أنها تنتظر أداء الآخرين، وربما يكون المبرر الخشية والخوف على أموال المساهمين واجتياز المخاطر، وهو أمر هام وضروري، لكنه ليس مانعا من الريادة، وبنفس القدر لا تعني الريادية في اقتحام الجديد والتسرع في التخطيط للتعامل مع الجديد وإعداد العدة لكنها حتما تتطلب السرعة في انجاز ذلك.²

د. التعامل مع متغيرات الوسائل والاستراتيجيات الفنية والإدارية المالية

والتفاعلية لا تكون في التعامل مع الجديد فقط أو مع البنى التقنية فقط، وإنما مع الأفكار والنظريات الحديثة في حقول الأداء الفني والتسويقي والمالي والخدمي، تلك الأفكار التي تجيء وليد تفكير... وليس وليد تفكير نمطي.³

هـ. الرقابة التقييمية الحيادية

إن واحدا من عناصر النجاح القادرين على التقييم الموضوعي، ومن هنا أقامت غالبية مواقع البنوك جهات مشورة في التخصصات التقنية والقانون والنشر الالكتروني لتقييم فعالية وأداء الموقع، ويتعين إن نأخذ من مصيدة الإرتكان إلى عدد زائري المواقع، لكنه ليس كذلك دائما وان كان مؤشرا حقيقيا على سلامة وضع الموقع على محركات البحث وسلامة الخطط الدعائية الترويجية.⁴

¹ أحمد بوراس، السعيد بريكة، عمال الصيرفة الالكترونية الأدوات والمخاطر، دار الكتاب الحديث، مصر، الطبعة الأولى، 2014، ص165.

² مصطفى يوسف كافي، النقود والبنوك الالكترونية، دار مؤسسة رسلان، سوريا، بدون طبعة، 2011، ص128.

³ جنابة عبد الله، الاقتصاد المصرفي البنوك الالكترونية البنوك التجارية، السياسة النقدية، مؤسسة شباب الجامعة، مصر بدون طبعة، 2008، ص ص

110، 111.

⁴ المرجع نفسه، ص111.

المبحث الثاني: تطبيقات الخدمات المصرفية الالكترونية

تقدم المؤسسات المصرفية خدمات جديدة ومبتكرة ومتنوعة، وذلك راجع إلى استخدام التكنولوجيا الحديثة في معاملاتها، ووفق ما يتماشى مع تفضيلات العملاء المتمثلة في الخدمة الذاتية لإدارة أنشطتهم المالية، حيث تقدم البنوك خدمات مصرفية الكترونية عن طريق تطبيقات خاصة بذلك.

المطلب الأول: شبكة الانترنت

أولاً: خلفية التاريخية

ترجع الخلية التاريخية لتطوير هذه الشبكة إلى عام 1969، عندما تبتت وزارة الدفاع الأمريكية مشروعاً تجريبياً لربط الحواسيب الآلية بمختلف وحداتها التنظيمية، وولدت رسمياً عام 1984 بالولايات المتحدة الأمريكية، وفي عام 1988 اتصلت 8 دول فقط تطلب الانضمام لتصل عام 2003 إلى 209 دولة، وكانت شبكة المؤسسة العلمية الوطنية في الولايات المتحدة الأمريكية NSF NET وهي أول هيكل أساسي للإنترنت تحتكر الشبكة لعشر سنوات لتبدأ قبول طلبات التوصيل من خارج الولايات المتحدة الأمريكية عام 1988، وكانت جزيرة "توكلو" في المحيط الهادي آخر المنضمين إلى الشبكة العالمية للإنترنت عام 2001.¹

ثانياً: تعريف شبكة الانترنت

تعتبر شبكة الانترنت البديل النظري للعالم الجغرافي وذلك لكونها أكبر شبكة اتصالات عالمية، وفي واقع الأمر هي ليست شبكة واحدة، بل عدة شبكات فردية وجماعية، ومجموعة كمبيوترات متناثرة وموزعة في جميع أرجاء العالم مرتبطة معا في كتلة لم يتلوها شكل معين حتى الآن، وتعتبر شبكة الانترنت المثال الأمثل والأفضل لتطور وانتشار مثل هذا النوع من الشبكات.²

وفي هذا الصدد تعرف شبكة الانترنت كما يلي:

"الانترنت internet كلمة انجليزية مختزلة لعبارة Interconnection of Net Word وهي مكونة من كلمتين هما Interconnection وتعني الربط بين شبكتين أو عنصرين وكلمة NETWORK وتعني الشبكة. فالانترنت هي شبكة عالمية من الشبكات الحاسوبية المختلفة والمتصلة ببعضها البعض بواسطة وصلات اتصالات بعيدة. وهذه الشبكة مكونة من منظمات ومؤسسات متنوعة تشمل الدوائر الحكومية والجامعات

¹ نصيرة شوب، الإدارة البنكية الالكترونية في الجزائر دراسة ميدانية حول أنظمة النقد الآلي، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، تخصص مجتمع معلومات، كلية العلوم السياسية، جامعة الجزائر، الجزائر، 2013/2012، ص 22.

² أحمد بوراس، السعيد بريكة، مرجع سبق ذكره، ص 151.

والشركات التجارية التي قررت السماح للآخرين بالاتصال بحواسيبها ومشاركتهم المعلومات. ويعود لكل منظمة أو مؤسسة أمر تحديد حجم المعلومات أو البيانات التي ترغب في عرضها لآخرين، وتحديد أسس عرض هذه المعلومات، مقابل ذلك يمكن بهذه المؤسسات استعمال معلومات مؤسسات ومنظمات أخرى".¹

كما ورد تعريف الانترنت في المجلة العربية للمعلومات على أنها: "أكبر شركة حواسيب في العالم، تتشكل من مجموعة من الشبكات الجزئية تجري فيها المعلومات من وإلى أي مكان في العالم وبحرية تامة. وهي مجموعة من التجهيزات المعلوماتية مرتبطة اقتصاديا من وإلى أي مكان على سطح الكرة الأرضية".²

ثالثا: خصائص شبكة الانترنت

تتسم شبكة الانترنت بمجموعة من الخصائص تجعل منها شبكة عالمية والتي نذكر في الشكل الموالي:

الجدول رقم 02: خصائص شبكة الانترنت

التوضيح لكل خاصية	الخاصية
أنها شبكة واسعة النطاق تضم بداخلها مجموعة من الشبكات الآلية سواء العامة أو الخاصة، أي مجموعة من الشبكات المعلوماتية.	شبكة الشبكات
نظرا لأنها شبكة عالمية، يتعامل معها مستخدمين من مختلف دول العالم، وبالتالي فهم مجهولين لبعضهم البعض.	مستخدمي الشبكة مجهولين
ويقصد بذلك أن أداء الشبكة لا ينخفض بزيادة عدد مستخدميها فهذا العدد لا يمكن التحكم فيه، أو تحديده على وجه الدقة، لأنه كما سبق الإشارة مجهول.	ذات قدرة غير محدودة

المصدر: سحنون خالد، تأثير تكنولوجيا المعلومات على مردودية البنوك دراسة حالة مقارنة بين البنوك الجزائرية والبنوك الفرنسية، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه، تخصص بنوك مالية، كلية العلوم الاقتصادية، جامعة أبو بكر بلقايد تلمسان، 2015/2016، ص67.

¹دغوش العطرة، استخدام شبكة الأنترنت كأداة الخدمات البنكية وأثرها على الأداء البنكي حالة البنوك التجارية، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه، تخصص نقود مالية كلية العلوم الاقتصادية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2016/2017، ص6.
²احمد بوراس، السعيد بريكة، مرجع سبق ذكره، ص 152.

رابعاً: مواقع المصارف على شبكة الانترنت

تنقسم مواقع المصارف على الانترنت إلى نوعين هما:¹

أ. مواقع الإعلان عن الخدمات والمنتجات التي يقدمها المصرف في الفروع التقليدية الخاصة به، ويسمى مواقع المعلومات.

ب. مواقع التعاملات المتكاملة والتي يمكن من خلالها الحصول على الخدمات التالية:

- **مراجعة الحسابات:** حيث يمكن للعميل مراجعة حسابه في أي وقت وكذلك مراجعة آخر التعاملات التي تمت، ويمكن أيضاً فتح حساب لدى المصرف من خلال استخدام بطاقة الائتمان.

- **تحويل المدخلات:** وهذا يعني إمكانية تحويل الأموال من حساب إلى آخر، فبعض المصارف تقوم بهذه العملية فور طلب العميل لها والبعض الآخر يأخذ بعض الوقت.

- **دفع الفواتير:** هنا يمكن للعميل دفع أي فواتير خاصة بت من خلال موقع المصرف على الانترنت، وذلك مقابل رسوم معينة، وبعض المصارف تقدم هذه الخدمة مجاناً والبعض الآخر يقدم هذه الخدمة مجاناً في حدود معينة لمبلغ الفاتورة.

- **تحديد المواصفات الخاصة بالعميل:** بعض المصارف تسمح للعميل بتحديد مواصفات الصفة الخاصة بت مثل تغيير استخدامات بعض الأزرار حيث تقوم بسؤال العميل عدداً من الأسئلة لتصميم عروض تتناسب مع إمكانياته ورغباته.

- **توفير أسواق جديدة للمستهلك:** حيث يقدم المصرف عروض خاصة لمنتجات غير مصرفية من خلال توضيح عناوين هذه الأماكن على الصفحة الخاصة بالمصرف مع إعطاء تخفيضات إذا تم الشراء من هذه المواقع.

- **فتح حساب جاري بفوائد:** حيث يتم فتح حساب جاري بفوائد لجذب العملاء وتشجيعهم على استخدام الانترنت، حيث تضع بعض المصارف آلة حاسبة للقيام بالعمليات الحسابية فوراً.

- **الحصول على قروض:** حيث يمكن الحصول على القروض من خلال موقع المصرف على الانترنت فوراً. بالإضافة إلى ذلك يسمح للعميل بمقارنة أسعار الفائدة للمصارف الأخرى وذلك من خلال الموقع الخاص بالمصرف الذي يتم التعامل معه.

¹نادية عبد الرحيم، تطور الخدمات المصرفية ودورها في تفعيل النشاط الاقتصادي دراسة حالة الجزائر، مذكره مقدمة لنيل شهادة الماجستير، تخصص نقود وبنوك، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر3، الجزائر، 2010/2011، ص ص 63، 64.

- ملاً طلب الحصول على بطاقة ائتمانية: حيث يمكن للعميل ملاً هذا الطلب عن طريق الانترنت والحصول على البطاقة في المنزل، وذلك بعد المقارنة بين المصارف المختلفة فيما يتعلق بالرسوم والفوائد، واجد أفضل الميزات هنا هو إمكانية الحصول على بطاقة جديدة عند انتهاء صلاحية البطاقة القديمة مباشرة.
- خدمات التخطيط المالي: مع زيادة درجة التعقد في الأسواق المالية، تقوم بعض المصارف بمساعدة العملاء في إدارة أموالهم حيث يمكن للعميل إن يستخدم موقع المصرف على الانترنت بإدخال مجمل العمليات المقترحة، فيقوم المصرف بتحديد أيها أعلى فائدة وقلل مخاطرة قبل إعطاء الأمر بالقيام بالعملية.
- خدمات السمسرة: وذلك لمساعدة العملاء في شراء أفضل الأسهم عن طريق موقع المصرف على الانترنت. وهذه أسهل وضمن وسيلة شراء للشخص غير المحترف نظرا للنصائح التي يقدمها المصرف لهؤلاء العملاء.
- الخدمات الضريبية: مثل مساعدة العميل في الحصول على المعلومات عن حجم الضرائب المطلوب دفعها بعد مراجعة الأرباح والمصروفات الخاصة بالعميل.

المطلب الثاني: نظام الدفع الالكتروني

أولاً: تعريف نظام الدفع الالكتروني

نظرا لحدائثة ظهور أدوات الدفع الالكترونية، فانه لا يوجد تعريف كاف وشفاف وحتى تحديد أطر هذا النظام الآلي المتعامل بالأدوات النقدية الالكترونية. فهذا النظام لم تكتمل معالمة بعد. وخاصة وانه لم يتجاوز نسبة 30% من حجم المبادلات التي تتم وفق هذا النظام غير اقتصاديات العالم مجمعة، كما إن نسبة تطبيقه تختلف عن بلد لآخر، وهذا بحسب تطور الجهاز المصرفي ودرجة الوعي لدى الأفراد.¹

يعرف S.Moertini نظام الدفع الالكتروني بأنه: "عبارة عن خدمات دفع تستخدم تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وتضمنها التشفير وشبكات الاتصالات."²

أما Khosravanian فقد عرف نظام الدفع الالكتروني بأنه: "الآلية التي يمكن من خلالها تمويل النقود الالكترونية من حساب إلى آخر وبغض النظر عن الموقع لفرع المالك لكل حساب."³

¹ محرز نور الدين، صيد مريم، نظام الدفع الالكتروني ودوره في تفعيل التجارة الالكترونية مع الإشارة إلى حالة الجزائر، مجلة الاقتصاد الجديد، العدد 2، 2010، ص 259.

² علي غانم شاكر، دور نظام الدفع والتحصيل الالكتروني الضرائب في تطوير إجراءات التحاسب الضريبي دراسة تحليلية في الهيئة العامة للضرائب فرع الديوانية، مجلة المثني للعلوم الإدارية والاقتصادية، العراق، المجلد 7، العدد 4، 2017، ص 170.

³ المرجع نفسه، ص 171.

كما عرف أيضا بأنه: "عبارة عن نظام متعدد الاستعمال بحيث يكون التبادل للنقود الالكترونية في شكل عملات متعددة بشكل امن ومضمون، ولقد جاء النظام النقدي الالكتروني كمحاولة جديدة من اجل بناء نظام مالي الكتروني يعكس مصالح السلطات التنظيمية والأنظمة المصرفية كما توجد عليه اليوم، والأسلوب السريع، الذي يكون التقنية التي ستواصل التغيير. النظام عبارة عن الدعامة الاولى لتامين الدفع بالنقود الالكترونية لكل من زبائن الدفع بالتجزئة والدفع بالجملة. بعد إن عمل على تطويل العمل بالنظام النقدي الآلي منذ سنة 1991 تم منح براءة اختراع مهمتان إلى مصرف «Citibank» واللذان تغطيان النظام النقدي الآلي والنقود الالكترونية سنة 1995 من طرف مكتب العلامة التجارية وبراءة الاختراع الأمريكية.¹

كما يعتبر أيضا بأنه: "عملية تحويل أموال هي في الأساس ثمن لسلمة أو خدمة بطريقة رقمية أي باستخدام أجهزة الكمبيوتر، إرسال البيانات عبر خط تلفوني، أو شبكة أو أي طريقة لإرسال البيانات.²"
يتكون نظام الدفع الالكتروني من إجراءات:³

✓ **الدفع:** وهو التخلص من الالتزام النقدي من طرف المدين.

✓ **التسليم:** وهو نقل الشيء المباع. أصل مادي أو حقيقي عن البائع المشتري.

كما يعتبر نظام الدفع الالكتروني بأنه: "عملية منح الصلاحية لبنك ما للقيام بحركات التحويل للنقود بين الأطراف الدائنة والمدنية الكترونيا من حساب بنكي إلى حساب بنكي آخر.⁴"
كما يشير هذا النظام بأنه: "عملية دفع تتم الكترونيا، بدون استخدام للورق (النقد والشبكات، والمستندات، وغيرها) ، فالعميل يقوم مثلا بدفع فواتيره، ونقل الأموال الكترونيا.⁵"
ويمكن إبراز المتعاملين بأنظمة الدفع الالكتروني والعلاقة بينهم في الشكل الآتي:

¹محرز نور الدين، صيد مريم، مرجع سبق ذكره، ص 259.

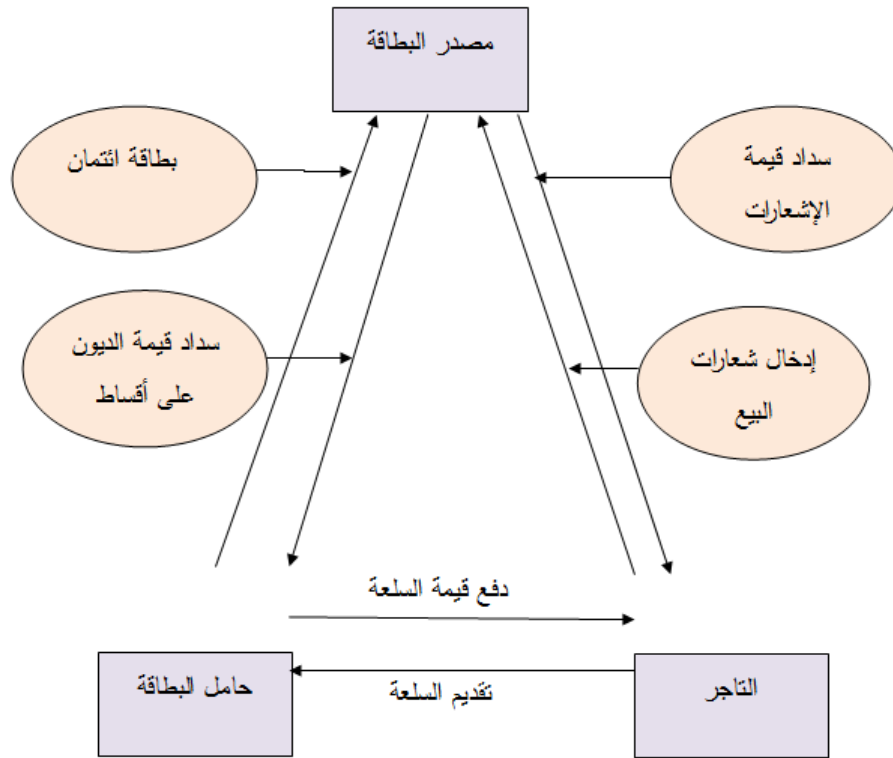
²بن موسى أعمار، الخدمات المصرفية الالكترونية ومتطلبات تطويرها في الجزائر دراسة ميدانية، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه، تخصص دراسات مالية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة غرداية، 2019-2020، ص 44.

³عويسي أمين، النقود الإسلامية الالكترونية المؤشرة، مجلة بيت المشورة، قطر، العدد 6، 2017، ص 38.

⁴منير الجنيهي، ممدوح الجنيهي، البنوك الالكترونية، دار الفكر الجامعي، مصر، بدون طبعة، 2006، ص 37.

⁵ناظم محمد نوري الشمري، عبد الفتاح زهير العبد اللات، مرجع سبق ذكره، ص 46.

شكل رقم 05: المتعاملون بأنظمة الدفع الالكتروني



المصدر: مقدم عبد الجليل، واقع ورهانات تطبيق أنظمة الدفع الالكتروني وأثرها على أداء البنوك التجارية الجزائرية دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية بشار، المجلة العالمية لاقتصاد والأعمال، المجلد 5، العدد 2، 2018، ص 177.

ثانيا: وسائل الدفع الالكتروني

تطورت وسائل الدفع الالكترونية مع انتشار عمليات التجارة الالكترونية بمفهومها الشامل والذي يضمن إجراء كافة أنواع المعاملات التجارية باستخدام الطرق الالكترونية.¹

يوجد العديد من الوسائل التي تستخدم كوسائل للدفع الالكتروني سنوجزها فيما يلي:

أ. النقود الالكترونية:

تعرف النقود بأنها مجموعة من البروتوكولات الرقمية التي تتيح للرسالة الالكترونية أن تحل فعليا محل تبادل العملات التقليدية أي النقود الورقية المعدنية.²

¹ ليزة هشام، محمد الهادي ضيف الله، واقع وتحديات وسائل الدفع الالكترونية الجزائر، مجلة الدراسات والبحوث الاجتماعية، العدد 24، 2017، ص 280.

² وفاء احمد محمد، القدرة التنافسية للمصارف العراقية الحكومية في ظل التسويق المصرفي الالكتروني (دراسة في مصرفي الرشيد والرافدين)، مجلة الإدارة والاقتصاد، العدد 95، 2013، ص 444.

ب. البطاقات البلاستيكية الممغنطة (بطاقة الدفع):

وهي البطاقات المدفوعة مسبقا، لتكون القيمة المالية مخزنة فيها ويمكن استخدام هذه البطاقات عبر الانترنت كما يمكن استخدامها للدفع من نقاط البيع.¹

وتنقسم إلى ثلاثة أنواع:²

- **بطاقات الخصم:** وهنا يتم خصم قيمة الفاتورة الشراء مباشرة من حساب العميل.
- **البطاقات الوفائية:** وهي البطاقات التي تعطي بسقف محدد. ويقوم العميل في العادة بدفع قيمة المطالبة كاملة خلال فترة ما بين ثلاثين إلى خمسة وأربعين يوما، ويوجد عادة رسوم سنوية.
- **بطاقات الائتمان:** وهي البطاقات التي تمنح الحامل سقفا ائتمانيا محدد للسحب وتكون هذه البطاقات عادة برسوم سنوية للإصدار، وفائدة على الرصيد غير المدفوع.

ج. البطاقات الذكية:

وهي من البطاقات الحديثة التي دعمت نظام الدفع الالكتروني وهي بطاقة دفع بلاستيكية تتميز بوجود قرص رقيق محفور على البطاقة قادر على التحكم والمحافظة على البيانات المخزنة من أي شطب أو إضافة وهذه البيانات يمكن قراءتها من خلال قارئ عندما تمر البطاقة عليه.³

د. الشبكات الالكترونية:

تعد الشبكات الالكترونية صورة حديثة للشبكات التقليدية الورقية مع بعض الخصوصية التي تهيئتها نظرا للطبيعة الرقمية التي يمتاز بها، وهو يعتبر من أهم وسائل الدفع التي تسهل العمل البنكي بصفة عامة وتساعد الأفراد على تسوية معاملاتهم المالية بشكل خاص.⁴

والشبكة الالكترونية هو صورة أو نسخة الكترونية للشبكة الورقية ويتضمن نفس المعلومات ونفس الإطار القانوني الموجود في تلك الشبكات، لكن يأخذ شكل الكتروني، ويستطيع العملاء الذين لديهم حسابات جارية تحريره لشراء السلع والخدمات مثلا.⁵

¹ وفاء احمد محمد ، مرجع سبق ذكره، ص 444.

² ناظم محمد نوري الشمري، عبد الفتاح زهير العبد اللات، مرجع سبق ذكره، ص ص 47، 48.

³ المرجع نفسه، ص 49.

⁴ حسينة شرون، سعاد سفار طي، الإطار القانوني لأنظمة الدفع الالكتروني، مجلة صوت القانون الجزائري، المجلد 7، العدد 2، 2020، ص 289.

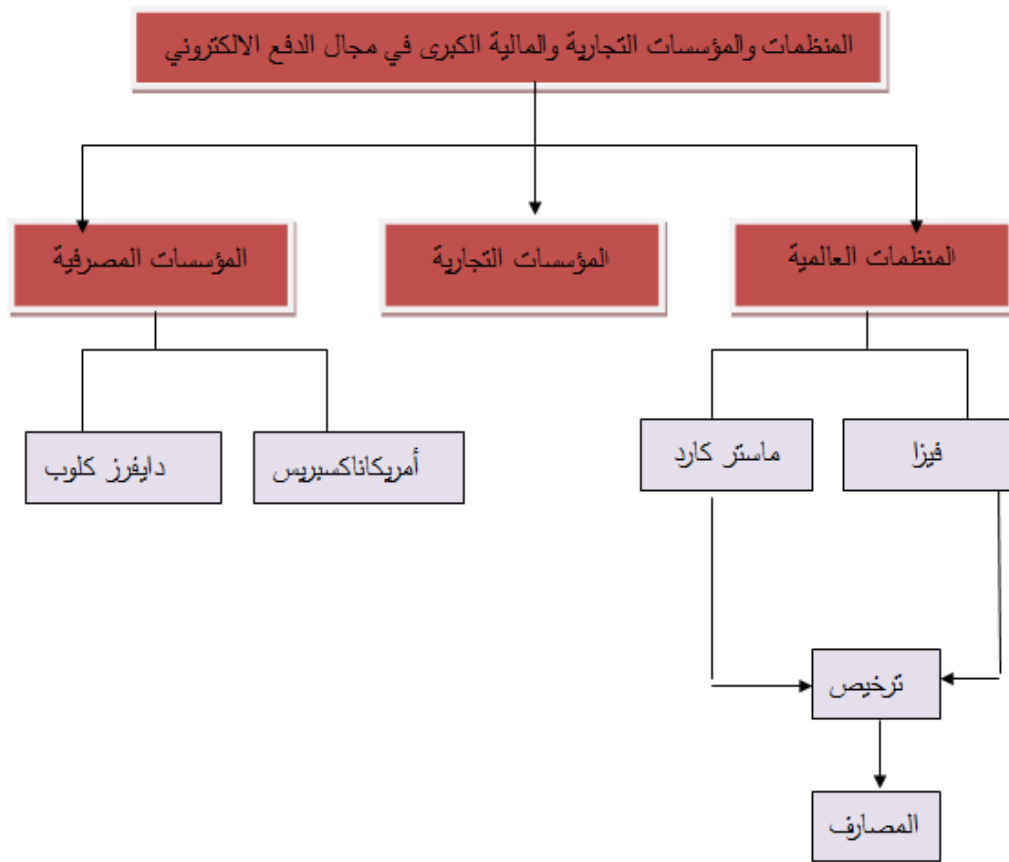
⁵ ناظم محمد نوري الشمري، عبد الفتاح زهير العبد اللات، مرجع سبق ذكره، ص 50.

يعتبر الشيكات الالكترونية رسالة موثقة ومؤمنة يرسلها مصدر الشيك إلى مستلم الشيك (حامله) ليعتمده ويقدمه للبنك الذي يعمل عبر الانترنت ليقوم البنك أولا بتحويل قيمة الشيك المالية إلى حساب حامل الشيك وبعد ذلك يقوم بإلغاء الشيك وإعادته الكترونيا إلى مستلم الشيك (حامله) ليكون دليلا على انه قد تم صرف الشيك فعلا ويمكن للمستلم أن يتأكد من انه قد تم فعلا تحويل المبلغ لحسابه.¹

ثالثا: أهم المنظمات والمؤسسات التجارية والمالية الكبرى في مجال الدفع الالكتروني

نورد في الشكل التالي أهم الهيئات المالية الكبرى في مجال الدفع الالكتروني.

شكل رقم 06: المنظمات والمؤسسات التجارية والمالية الكبرى في مجال الدفع الالكتروني



المصدر: زهير زواش، دور نظام الدفع الالكتروني في تحسين المعاملات المصرفية دراسة حالة الجزائر، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، تخصص تمويل دولي والمؤسسات المالية والنقدية، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة أم البواقي، 2011/2010، ص82.

¹ أم الخير فوق، حنان طهاري، المسؤولية المدنية الناشئة عن استخدام وسائل الدفع الالكتروني، مجلة العلوم القانونية والاجتماعية، المجلد 7، العدد 1، 2022، ص 919.

يوضح لنا الشكل رقم 06 أن هناك عدة هيئات عالمية رائدة ساعدت على نجاح وتطور المعاملات الالكترونية. فالمنظمات العالمية في مجال الخدمات المعاملات الالكترونية لا تعتبر مؤسسة مالية وإنما هي بمثابة نادي يمنح تراخيص إصدار البطاقات للبنوك ويساعدهم على إدارة خدماته. ومن أهمها فيزا و ماستر كارد. أما المؤسسات المالية الكبرى فهي تشرف على عملية إصدار البطاقات مباشرة دون منح تراخيص الإصدار لأي مصرف كما تتولى بنفسها استيفاء حقوقها من حملة بطاقات. ومن أشهرها أميركان اكسبرس ودايفرز كلوب. أما المؤسسات التجارية فهي تصدر بطاقات لعملائها التي تستخدم في تسوية مشترياتهم منها ومن فروعها، حيث تقوم متاجر السلسلة أو متاجر الأقسام بإصدار بطاقات ائتمان لعملائهم لتمكنهم من الشراء من أي محل أو قسم في حدود مبلغ معين خلال الشهر على أن يتم سداد القيمة نهاية كل شهر بالكامل أو تسديد جزء منها وتحمله بالفوائد على المبالغ المؤجلة.¹

المطلب الثالث: قنوات التوزيع الالكترونية

اتجهت البنوك المعاصرة إلى إنجاز أعمالها ومعاملاتها المصرفية عن طريق استخدام شبكات الاتصال الالكترونية، وذلك كاستجابة للتقدم والتطور التكنولوجي في الحاسبات الآلية واستخدامها في إدارة أعمال المنظمات المعاصرة، فقد أصبحت هذه الأخيرة تقدم لعملائها مجموعة متكاملة من الخدمات المصرفية الالكترونية المتميزة وذلك عبر عدة قنوات مختلفة.²

تتمثل قنوات التوزيع الالكتروني في:

أ. الصراف الآلي:

تعتبر الصرافات الآلية أتمتة (يعمل أوتوماتيكيا) العمل المصرفي حيث تعتمد على توفير شبكة من الاتصالات تربط فرع البنك الأول وفروع كل البنوك في حالة قيامها بخدمة من أي بنك، حيث تم أول تشغيل لها عام 1975، ثم تطور عمل هذه الصرافات الآلية والتي تتمثل في:³

¹ زهير زواش، دور نظام الدفع الالكتروني في تحسين المعاملات المصرفية دراسة حالة الجزائر، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، تخصص تمويل دولي والمؤسسات المالية والنقدية، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة أم البواقي، 2010/2011، ص ص 78، 80.

² أحمد محمد عني، إدارة البنوك تقليدية الماضي والالكترونية المستقبل، المكتبة العصرية للنشر والتوزيع، مصر، الطبعة الأولى، 2006، ص 90.

³ أمينة بن جدو، سمية ديقش، ممارسات خدمات الصيرفة الالكترونية في البنوك الجزائرية دراسة حالة البنك الوظيفي الجزائري BNA، مجلة العلوم الإدارية والمالية، المجلد 4، العدد 2، 2020، ص 91.

- الموزع الآلي للأوراق:

هو آلة أوتوماتيكية، تستخدم عن طريق بطاقة الكترونية يسمح بسحب مبلغ من المال دون اللجوء إلى فرع البنك، وهو جهاز موصول بوحدة مراقبة الكترونية تعمل على قراءة المدارات المغناطيسية للبطاقة، والتي تسجل كما يعمل دون انقطاع ويساهم بدوره في تخفيض نشاط السحب في الفرع.

- الشباك الأوتوماتيكي للأوراق:

يقدم هذا الجهاز خدمات أكثر تعقيدا وتنوعا بالنسبة للمزج الآلي للأوراق، فهو موصول بالكمبيوتر الرئيسي للبنك يقرأ المدارات المغناطيسية للبطاقة التي تسمح بمعرفة الزبون بفضله رقم سري، كما يسمح للزبائن بإجراء العديد من العمليات كمعرفة الرصيد، القيام بتحويلات، طلب شيكات.

- نهائي نقطة البيع الالكترونية:

تعتمد هذه التقنية على وجود اتصال عن بعد بين الحاسوب الالكتروني الرئيسي للبنك وبين شاشات طرفية موجودة في محلات الشراء وتعمل كأجهزة إدخال من وإلى الحاسب المركزي للبنك من خلال شبكة الهاتف كخطوط ربط بين الحاسوب الالكتروني والشاشات الطرفية، حيث يمكن هذا النظام العملاء من شراء احتياجاتهم من المجالات المشتركة في النظام، وذلك من خلال استخدام بطاقة دفع يتم ادخالها في جهاز الكتروني معد لهذه الغاية ومن خلاله يتم تحويل المبلغ المطلوب الكترونيا من حساب الزبون إلى حساب البائع.

ب. الهاتف المحمول (الصيرفة المحمولة):

وهي عبارة عن نظام تخاطب مباشر Interactive voiceresponsesystem للزبائن يعمل يوميا على تقديم معلومات وإجراءات تحويلات واستقبال طلبات القروض ووحدات الأجوبة الصوتية وأنظمة معالجة المعطيات لخدمة الزبائن، وتطورت هذه الخدمات لتقدم من خلال الهاتف الخليوي، التي تعتبر جذابة للناس الذين هم على تنقل وحركة دائمة، ويتم ربط هذه الخدمة بشركات الهاتف المحمول أو عن طريق شبكات، عامة أو خاصة يتم التعاقد معها.¹

¹عبد الهادي مسعودي، الأعمال المصرفية الالكترونية بنوك الكترونية ونقود الكترونية وبطاقات الكترونية، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، الأردن، بدون طبعة، 2016، ص ص 24، 25.

ج. الصيرفة المنزلية أو المكتبية:

أتاحت تقنيات الاتصال الحديثة للمصارف فرصة توفير خدمات مبتكرة وحديثة لعملائها، ومن بينها الصيرفة المنزلية عبر الانترنت، وهي ذلك الحساب الشخصي الموجود بالمنزل، أو العمل، أو أي مكان، والذي يتصل بحاسب المصرف ليتمكن من خلال كلمة السر، أو أي رقم سري، أو كلاهما، من إتمام العملية المصرفية المطلوبة.¹

د. المصارف الالكترونية:

ظهرت المصارف الالكترونية نتيجة النمو المتسارع لتكنولوجيا الإعلام والاتصال، وساهمت بشكل فعال في تقديم خدمات متنوعة وبتكاليف منخفضة، مختصرة للوقت والمكان. وهي بمعناها الواسع ليست مجرد فرع للبنك قائم يقدم خدمات مالية فحسب، بل موقعا ماليا تجاريا وإداريا استشاريا شاملا له وجود مستقل على الخط. يتم التعاقد معه للقيام بخدمات أو تسوية معاملات أو إتمام الصفقات على المواقع الالكترونية.²

وهناك ثلاث صور أساسية للبنوك الالكترونية تتمثل في:³

- الموقع المعلوماتي:

ويمثل الحد الأدنى للنشاط الالكتروني المصرفي، ويسمح هذا الموقع للبنك بتقديم معلومات حول برامجه وخدماته المصرفية.

- الموقع الاتصالي:

ويتيح عملية الاتصال بين المصرف والعملاء مثل البريد الالكتروني تعبئة طلبات أو نماذج على الخط، وتعديل المعلومات في القيود والحسابات.

- الموقع التبادلي:

ويمارس من خلاله المصرف نشاطه في بيئة الكترونية كما يمكن للعميل القيام بمعاملاته الكترونيا من سداد قيمة الفواتير، وإدارة التدفقات النقدية وإجراء جميع المعاملات داخل البنك وخارجه.

¹ديدوش هاجرة، حريري عبد الغني، دور الصيرفة الالكترونية في تحسين الخدمة المصرفية دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية للمديرية الجهوية بالشلف، مجلة اقتصاديات شمال إفريقيا، المجلد 17، العدد 26، 2021، ص 106.

²كريمة بركات، الصيرفة الالكترونية في الجزائر (المفهوم الواقع ومتطلبات التنشيط)، مجلة معارف الجزائر، المجلد 16، العدد 2، 2021، ص 186.

³جلال جويذة القصاص، اقتصاديات المصارف والنقود الرقمية (بيتكوين) من منظور إسلامي البنوك التجارية - إدارة السيولة والمخاطر الربحية - سعر الصرف الأجنبي، دار التعليم الجامعي، مصر، بدون طبعة، 2019، ص 181.

هـ. المقاصة الالكترونية:

وهي عبارة عن آلية يتم من خلالها تحويل الأموال من حسابات العملاء إلى حسابات أشخاص أو هيئات أخرى في نفس البنك أو أي فرع، حيث تعتبر هذه الوسيلة طريقة سهلة ومحكمة لإجراء المدفوعات المتكررة مثل سداد أقساط الرهن العقاري، سداد أقساط التأمين، سداد فواتير هيئات المنفعة العامة، سداد الضرائب، سداد رواتب العاملين لدى العميل... الخ، ويعرف هذا النوع من الدوائر المصرفية بالخصم المصرح به مسبقاً، ويفيد ذلك في سداد مثل هذه المدفوعات تلقائياً موعدها خصماً من حساب العميل ودون تحرير شيكات بالقيمة مما يقلل من الجهد والنفقة وسداد المدفوعات في وقتها.¹

و. الصيرفة الهاتفية:

قيام البنوك بتشغيل مراكز للاتصالات لتقديم خدمات مصرفية للعملاء، على مدار الساعة، ويستطيع العميل فيها إن يطلب من البنك تحويل مبلغ من المال مقابل السلعة أو الخدمة التي اشتراها عبر الانترنت إلى البائع، وذلك باستخدام رقم سري.²

ي. التلفزيون الرقمي:

وهو عبارة عن ربط الأقمار الصناعية بين جهاز التلفزيون بالمنزل وبين حساب البنك، وبالتالي يمكن الدخول من خلال رقم سري إلى حاسب البنك أو شبكة الانترنت، وتنفيذ العمليات المطلوبة. ويعد هذا التلفزيون من أحدث القنوات التي تم ابتكارها، والتي تمكن المصارف من التفاعل مع العملاء في مواقعهم خصوصاً في المنزل مع ربات البيوت. لاسيما في حالة عدم توفر جهاز حاسب.³

المبحث الثالث: معوقات تبني الخدمات المصرفية الالكترونية

تعتبر الخدمات المصرفية الالكترونية وليدة البيئة التنافسية بين البنوك، حيث تعد خدمات جديدة ومميزة مواكبة للتطورات التكنولوجية، وتتماشى وفق رغبات الزبائن، لكنها تصطدم بمجموعة من المعوقات ترتبط بأطرافها الأساسية من بنوك تجارية وهي الطرف المسؤول عن توفير أدوات الصيرفة الإلكترونية، والعملاء الذين يتعاملون بهذه الأدوات من قنوات وبطاقات إلكترونية. ومجموعة من العوامل الأخرى المتعلقة بالجريمة الالكترونية.

¹ بشرير عمران، تثمان موارد، أثر الخدمات المصرفية الالكترونية على تحسين جودة الخدمات بالمصارف دراسة حالة الوكالات العمومية والخاصة بولاية البليدة، مجلة معارف علمية محكمة، العدد 20، 2016، ص 172.

² نعيمة مولفوعة، وسائل الدفع المصرفية التقليدية بالإلكترونية، مجلة البحوث في الحقوق والعلوم السياسية، الجزائر، العدد السادس، 2016، ص 489.

³ ناظم محمد نوري الشمري، عبد الفتاح زهير العبد اللات، مرجع سبق ذكره، ص 31.

المطلب الأول: معوقات مرتبطة بالبنوك التجارية

أدى النمو الكبير في أنشطة الصيرفة الإلكترونية إلى خلق معوقات أمام البنوك التجارية والتي تمثلت في:

أ- مخاطر التشغيل:

وهي المخاطر الناتجة عن العمليات الداخلية غير السليمة أو الفاشلة، فهي تلك المشاكل التي تحدث أثناء عملية التشغيل، ويمكن أن تحدث نتيجة لنقص أو عدم كفاءة الأنظمة، أو نقص السيطرة الداخلية، أو نتيجة لأخطاء بشرية وقد تكون ناتجة عن مشاكل في البنية التحتية والتي تقود المصارف إلى خسائر غير متوقعة، وقد تكون المخاطر من أخطاء في المباني أو وجود مشاكل في أنظمة الحاسوب أو المعدات أو الأجهزة أو أنظمة الاتصالات مثل خطوط الهاتف، كل هذه العوامل التي تصل إلى غرفة المعالجة قد تفضّل سبب وجود خطأ أو نقص في المكونات السابقة.¹

ب- مخاطر قانونية:

وهي تلك المعوقات الناجمة عن عدم التحديد الواضح للحقوق والالتزامات القانونية الناتجة عن العمليات المصرفية الإلكترونية لاسيما وأن العديد من وسائل أداء تلك العمليات لازالت في طور التطور مثل السجلات، والتوقيعات والعقود الإلكترونية وقواعد إرسال وتلقي السجلات الإلكترونية والاعتراف بقواعد التصديق الإلكتروني.²

ج- مخاطر مالية

من بين المعوقات المالية ما يلي:³

- ارتفاع تكاليف الاستثمار المالي مثل ارتفاع شراء الأجهزة والصيانة والتدريب غيرها.

- ارتفاع التكاليف الإدارية مثل إنشاء وحدة إدارية متخصصة

- عدم تخصيص البنك مبلغ دوري لتجديد وتطوير الصيرفة الإلكترونية.

د- مخاطر تنظيمية:

تنطوي الخدمات المصرفية الإلكترونية على مجموعة من المعوقات التنظيمية بالنسبة للبنوك، ويمكن للبنوك توسيع النطاق الجغرافي لخدماتها عن طريق التحويل نحو البنوك الإلكترونية، بدرجة أسرع مما يمكن تحقيقه عن طريق البنوك التقليدية، ونظراً لأن شبكة الانترنت تحقق الاستفادة من الخدمات من أي مكان في العام، فإن هناك عائق

¹ أحمد بلقاسم المختار تواتي، معوقات تطوير الصيرفة الإلكترونية في المصارف التجارية الليبية، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه، تخصص مصارف، كلية العلوم المالية والمصرفية، جامعة العلوم المالية، الأردن، 2010، ص 64.

² نصر حمود مزنان فهد، إمكانات التحول نحو الصيرفة الإلكترونية في البلدان العربية، مجلة كلية الإدارة والاقتصاد، العدد 2011، 4، ص 14.

³ ناظم محمد نوري الشمري، عبد الفتاح زهير العبد اللات، مرجع سبق ذكره، ص 192.

يتمثل في التهرب من التنظيم والإشراف، وفي هذه الحالة يمكن أن تطلب هذه البنوك أي التي تقدم خدمات مصرفية إلكترونية الحصول على ترخيص لذلك، وعندما لا يتواجد هذا الترخيص فقد تنهرب بعض البنوك من الخضوع لسلطة النقدية.¹

هـ- مخاطر العمليات

يحتاج الاعتماد على التكنولوجيا لتقديم الخدمات المصرفية الإلكترونية إلى أمن النظام والشبكات الإلكترونية، فهناك مخاطر مرتبطة بالنشاطات المختلفة والنتائج المترتبة عليها، وهذا لا يمكن مواجهته إلا من خلال تبني نظام إلكتروني مصرفي امن متطور يوفر أمنا للبنوك ومعامليها، ويتعين على القائمين على تنظيم العمليات المصرفية الإلكترونية والإشراف عليها أن يتأكدوا من البنوك التي تتيح ممارسة سليمة لضمان سرية البيانات، وينبغي أن يجري باستمرار اختبار ممارسة الأمن ومراقبته ومراجعته.²

و- مخاطر السمعة:

تظهر هذه المعوقات نتيجة فقدان ثقة العملاء بالمصرف أو أخذ نظرة سلبية عنه، وذلك بسبب عدم قدرة المصرف على تلبية متطلبات العملاء المصرفية في الوقت الذي يحتاجونه وفق معايير الدقة والسرعة، وقد يكون ذلك بسبب عدم عمل الأجهزة والأنظمة بكفاءة، ويمكن القول أن معوقات السمعة مرتبطة بتوقعات العملاء تجاه المصارف.³

ي- مخاطر إستراتيجية:

وهي تلك المعوقات الناجمة عن عدم تبني الاستراتيجيات المناسبة التي تأخذ في اعتبارها كيفية تحقيق المزيج المناسب من الخدمات التقليدية والخدمات المصرفية الإلكترونية.⁴

¹ أمينة عبد الإله حلبوس، الصيرفة الإلكترونية في المصارف العراقية، المجلة العراقية للعلوم الاقتصادية، العدد 43، 2014، ص 124.

² مرجع نفسه، ص 125.

³ أحمد بلقاسم المختار التواتي، مرجع سبق ذكره، ص 67.

⁴ رشدي عبد اللطيف وادي، أهمية ومزايا البنوك الإلكترونية في قطاع غزة بفلسطين ومعوقات انتشاره، مجلة الجامعة الإسلامية سلسلة الدراسات الإنسانية، فلسطين، المجلد 16، العدد 2، 2008، ص 865

ز- المخاطر الأخرى:

يرتبط العمليات المصرفية الإلكترونية بالمخاطر الخاصة بالعمليات المصرفية التقليدية ومن ذلك مخاطر الائتمان والسيولة والسعر العائد مع احتمال زيادة حدتها، فمثلا استخدام قنوات حديثة للاتصال بالعملاء وابتداء منح الائتمان للعملاء عبر الحدود قد يزيد من احتمالات إنفاق بعض العملاء في سداد التزاماتهم.¹

إضافة إلى معيقات أخرى متمثلة في:²

- وجود مقاومة لتغيير من قبل العاملين بالبنوك نتيجة التغيير في أداء العمل والخوف من فقدان الوظيفة مثلا
- عدم وجود قوانين تشجع البنوك على تبني الصرفة الإلكترونية.
- عدم توفر كادر بشري مدرب.
- عدم المعرفة بالتطورات التكنولوجية المصرفية الجديدة.
- انخفاض دور البنك المركزي في زيادة الوعي المصرفي لدى العملاء من خلال الجهود الترويجية (مثل الندوات، النشرات وغيرها).

المطلب الثاني: معوقات مرتبطة بالعملاء.

من أهم المعوقات التي تحول دون استخدام الصرفة الإلكترونية من قبل العملاء ما يلي:³

- 1- عدم توفر الأمان والسرية في استخدام القنوات الإلكترونية.
- 2- صعوبات الاستخدام (مثل صعوبة اللغة أو عدم توفر النشرات الإرشادية).
- 3- قلة الثقة في استخدام الصرفة الإلكترونية والقناعة بالتعامل مع الفروع مباشرة.
- 4- عدم توفر المهارات اللازمة لاستخدام الخدمة (مثل عدم المعرفة باستخدام الانترنت).
- 5- استخدام الصرفة الإلكترونية ينطوي على تلاعب من قبل البنوك (مثل فرض عمولات أو رسوم إضافية).
- 6- عدم توفر الأجهزة اللازمة لاستخدام القنوات الإلكترونية (مثل عدم توفر الحاسوب).
- 7- عدم المعرفة بهذه الخدمات الإلكترونية.
- 8- زيادة التكلفة المترتبة على استخدام القنوات الإلكترونية بما فيها الأعباء المالية الإضافية (مثل الاشتراك في الانترنت، إجراء مكالمات هاتفية).

¹ الصادق خليفة ادم قوى، محمد الفاتح محمود بشير المغربي، مرجع سبق ذكره، ص 147.

² ناظم محمد نوري الشمري، عبد الفتاح زهير العبد اللات، مرجع سبق ذكره، ص 192.

³ مرجع نفسه، ص 185.

- 9- وجود أعطال فنية تحول دون استخدام الصرفة الإلكترونية وقت الحاجة.
- 10- عدم المعرفة بمزايا وفوائد القنوات الإلكترونية.
- 11- وجود قيود على الخدمة (مثل تحديد سقف أعلى للسحب النقدي).
- 12- ضعف تسويق الخدمات المصرفية من قبل البنك.
- 13- وجود خدمات مصرفية لا يمكن تقديمها من خلال القنوات الإلكترونية (مثل الاعتماد المستندي، الكفالة).
- المطلب الثالث: معوقات أخرى (الجرائم الإلكترونية)**

تعتبر الجرائم الإلكترونية جميع الجرائم التي يمكن ارتكابها في بيئة إلكترونية بواسطة نظام حاسوبي أو شبكة حاسوبية، وهي متعددة الأشكال والأنواع وتزداد اتساعاً كلما زاد استخدام الحاسوب الآلي وتوسع مجال شبكة الانترنت، فالتشريعات التي تناولت هذه الجرائم لم تضع تعريفاً محدداً لهذه الجرائم لعدم إمكانية حصر مجالها وتعددتها، إلا أنه يمكن تقسيمها في نوعين:¹

- النوع الأول: يقع على جهاز الحاسوب والوسائل الإلكترونية نفسها وما يشملها من معلومات وأنظمة وبرامج.

- النوع الثاني: يتعلق بالجرائم التي تتخذ الوسائط الإلكترونية وسيلة لتحقيق مآربها الجرمية.

كما تعتبر الجرائم الإلكترونية أو جرائم الانترنت هي النوع الشائع الآن من الجرائم، إذ أنها تتسع بالكثير من المميزات للمجرمين تدفعهم إلى ارتكابها ويمكن تعريف تلك الجرائم بأنها الجرائم التي لا تعرف حدود جغرافية والتي يتم ارتكابها بأداة الحاسب الآلي عن طريق شبكة الانترنت وبواسطة شخص على دراية فائقة بها، وقد كان لظهور وسائل الدفع الإلكترونية عاملاً مساهماً في هذا النوع من الجرائم في المعاملات المصرفية.²

ويمكن تلخيص هذه الجرائم في مايلي:³

1- انتحال شخصية الفرد:

يتم هذا النوع من الجرائم عندما يستغل اللصوص بيانات شخص ما على الشبكة الإلكترونية أسوء استغلال من أجل الحصول على بطاقات بنكية ائتمانية حيث إن تلك البيانات تمكنهم من التقدم بطلبات لاستخراج البطاقة البنكية عبر الانترنت غالباً من خلال الهيئات التي تتخذ إجراءات أمنية صارمة عبر الشبكة.

¹عبد الهادي مسعودي، مرجع سبق ذكره، ص 138.

²زهير زواش، مرجع سبق ذكره، ص 86.

³هداية بوعزة، نظام الدفع الإلكتروني بين المزايا والمخاطر، مجلة الفقه والقانون، العدد 21، 2014، ص ص 136، 137.

2- جرائم السطو على أرقام البطاقات:

أصبح السطو على أرقام البطاقات عبر شبكة الانترنت عملية سهلة، لذلك تزايدت هذه الحوادث التي أعقبها عمليات الابتزاز لإرجاع تلك الأرقام أو لعدم استخدامها.

3- جرائم غسيل الأموال باستخدام البطاقات البنكية:

يقصد بغسيل الأموال عملية تحويل المصدر غير المشروع للأموال كالمخدرات إلى أموال مصدرها مشروع كالتجارة بالسيارات، وأبسط طرق هذه العملية هي القيام بسحب مبالغ كبيرة على دفعات من الصراف الآلي في بلد أجنبي من ثم يقوم فرع المصرف الذي سحب المبلغ من ماكينته بطلب تحويل المبلغ من الفرع الذي الصدر البطاقة، فتتم العملية بحصم المبلغ من رصيد العميل الذي يكون قد تمرب من دفع رسوم التحويل واستطاع أن يغسل أمواله.

4- جرائم السلب بالقوة الإلكترونية:

حيث يتم استخدام الحاسب في التلاعب بالمعلومات وذلك بإدخال بيانات زائفة من جانب المتحاييل باختلاق دائنين كأجور يجب دفعها أو فواتير يجب سدادها، وذلك عن طريق اختلاق مدينين غير حقيقيين يجب عليهم سداد فواتير صادرة من الحاسب، أما المدين المعتدي عليه فلن يتمكن من إثبات كونه غير مدين لوجود فواتير معلوماتية وهكذا يستغل المتحاييل طرق الدفع الآلية للحصول على أموال غير شرعية.

5- جرائم البطاقات البنكية:

العميل نفسه قد يستعملها لارتكاب جرائم مخالفة للعقد المبرم بينه وبين البنك، وذلك للحصول على أموال بأي طريقة كانت نذكر منها:¹

- تجاوز الحاصل لرصيده بالسحب خلال أجهزة الصراف الآلي
- إساءة استخدام بطاقة انتهت مدة صلاحيتها.
- استخدام البطاقات الملغاة.
- إساءة استخدام بطاقة نظام الشيك.
- استعمال البطاقة المسروقة أو المفقودة من قبل الغير.

¹ ريم هند، التجارة الإلكترونية، مداخلة ضمن مجلة البصائر للدراسات القانونية والاقتصادية، الجزائر العدد الخاص، 2021، ص 181.

خلاصة الفصل:

يعتبر التوجه نحو العمل المصرفي الإلكتروني من أهم الخطوات التي انتهجتها البنوك التجارية، وذلك لجلب عدد كبير من العملاء، ويستهل التعامل معهم من أي مكان وفي أي وقت، حيث يعتمد على تقديم خدمات حديثة تختلف عن تلك التقليدية التي لا تتماشى مع التطورات التكنولوجية. كما تعمل البنوك على توفير كل المتطلبات لإرساء التكنولوجيا ضمن نشاطها، ووضع استراتيجيات تتماشى مع هذه التكنولوجيا.

كما تقف المخاطر التي تتعرض لها البنوك، من مخاطر تنظيمية، قانونية، إستراتيجية ومخاطر السمعة، إضافة لعدم ثقة العملاء في التعاملات المصرفية الإلكترونية، وتفضيل التعامل المباشر مع موظفي البنك، وتخويف العملاء من عدم احترام خصوصيتهم وسرية بياناتهم..، عائقا أمام زيادة نمو التعامل بشتى الخدمات المصرفية الإلكترونية.

الفصل الثالث

معوقات تبني الخدمات المصرفية الالكترونية في

بنك الخليج الجزائري

– وكالة قامة

تمهيد:

بعد تطرقنا في الفصلين السابقين، إلى الجانب النظري لمعوقات الخدمات المصرفية الالكترونية في البنوك التجارية، سنحاول من خلال هذا الفصل إسقاط ما تطرقنا له من معارف نظرية في الواقع العملي. وذلك من خلال عرض وتحليل معوقات الخدمات المصرفية الالكترونية في البنوك التجارية الجزائرية، معتمدين في ذلك على آراء عينة من عملاء بنك الخليج الجزائر وكالة قالمة المستخرجة من الاستبيان. ويهدف الإلمام بهذا الفصل تم تقسيمه إلى ثلاثة مباحث وهي كالآتي:

المبحث 01: تقديم ميدان الدراسة.

المبحث 02: الإطار المنهجي للدراسة.

المبحث 03: المعالجة الإحصائية لبيانات الاستبيان.

المبحث الأول: تقديم ميدان الدراسة

سنتطرق من خلال هذا المبحث إلى التعريف ببنك الخليج الجزائر مع تسليط الضوء على وكالة قالمة وهيكلها التنظيمي.

المطلب الأول: مفهوم بنك الخليج الجزائر

أولاً: نشأة وتطور بنك الخليج الجزائر:

بنك الخليج الجزائر هو بنك تابع لمجموعة الأعمال الكويتية KIPCO والتي هي من أبرز مجموعات المال والأعمال في الشرق الأوسط " المجموعة الكويتية للأعمال".

أنشئت مجموعة الأعمال الكويتية في عام 1975، ومشروع شركة الكويت القابضة أو شركة مشاريع الكويت هي مجموعة كويتية خاصة والتي تعتبر واحدة من أكبر الشركات القابضة المتنوعة في منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا، وتمتلك المجموعة حصص في 50 شركة وتعمل في 21 بلدا (وخصوصا في العالم العربي)، ويعمل فيها أكثر من 7000 شخص في أنحاء العالم وتحتم المجموعة الخاصة بالصناعات الرئيسية في الخدمات المالية والإعلام. كما تملك مشاريع الكويت أيضا مصالح مباشرة وغير مباشرة في قطاعات الصحة والسياحة والصناعة ومجلس العقار. وبنك الخليج الجزائر، هو بنك أجنبي مستثمر في الجزائر برأسمال قدره 6.500.000.000 دج، موزع على ثلاث بنوك ذات سمعة عالية في المجال البنكي:

- 60% من طرف البركان بنك Burgan Bank.
- 30% البنك التونسي الدولي Tunis International Bank.
- 10% البنك الأردني الكويتي Jordan Kuwait Bank.

وبنك الخليج الجزائر هو بنك تجاري، بدأ مزاوله نشاطاته البنكية منذ مارس 2004، وهو يمارس اليوم نشاطا اقتصاديا وبنكيا ذو كفاءة عالية وجودة كبيرة. منذ تأسيسه وهو يلتزم بتقديم المساعدات المختلفة في مجالات التمويل البنكي والضمانات وغيرها لمختلف الشركات والأفراد من خلال تقديم العديد من المنتجات والخدمات. بالإضافة لتلبية توقعات الزبون، ويقدم البنك لعملائه منتجات مصرفية قديمة تقليدية وهي تلك المنتجات المصارف عليها في البنوك الأخرى ولكن بطرق أكثر حداثة وعصرية، هذا من جهة يقدم البنك منتجات تتوافق مع مقتضيات الشريعة الإسلامية وهي ميزة للبنك جعلت منه يدخل السوق البنكية الجزائرية من بابها الواسع باعتبار عامل الدين في الدولة.

ثانيا: خصائص بنك الخليج الجزائر.

يتمتع بنك الخليج الجزائر بجملة من الخصائص نوجزها فيما يلي:

- أ. بنك الخليج الجزائر بنك تجاري للمؤسسات: وضع البنك التجاري يعطي كامل الحق لبنك خليج الجزائر في إجراء جميع العمليات البنكية على الصعيد بين الوطني والدولي، وهذه العمليات تتمثل في تقديم ومنح المساعدات لشركات الإقراض المتنوعة المباشرة والغير مباشرة.
- ب. بنك الخليج الجزائر بنك الأفراد: يفتح البنك أبوابه للأفراد لتقديم المنتجات والخدمات بطرق ومناهج مختلفة حسب التطلعات المنتظرة.
- ج. بنك الخليج الجزائر بنك خدمات: يوفر البنك من عملائه من الشركات والأفراد الحلول الأكثر حداثة من حيث السرعة والأمان منذ تأسيسه في السوق الجزائرية، والبنك رائد في مجالات علوم الكمبيوتر وتكنولوجيا المعلومات والاتصالات والتي مكنته من إتمام جميع عملياته وجعلها أكثر كفاءة لعملائه، مثل سويفت (SWIFT)، والمعاملات البنكية الإلكترونية بين الوكالات... إلخ.
- د. بنك خليج الجزائر بنك ذو شبكة بنكية واسعة: التوسع المستمر لبنك الخليج الجزائر جعله يتربع على شبكة واسعة في التراب الجزائري.

ثالثا: المساهمون في بنك الخليج الجزائر

وهي بنوك تنتمي إلى مجموعة مشاريع الكويت القابضة نوجزها فيما يلي:

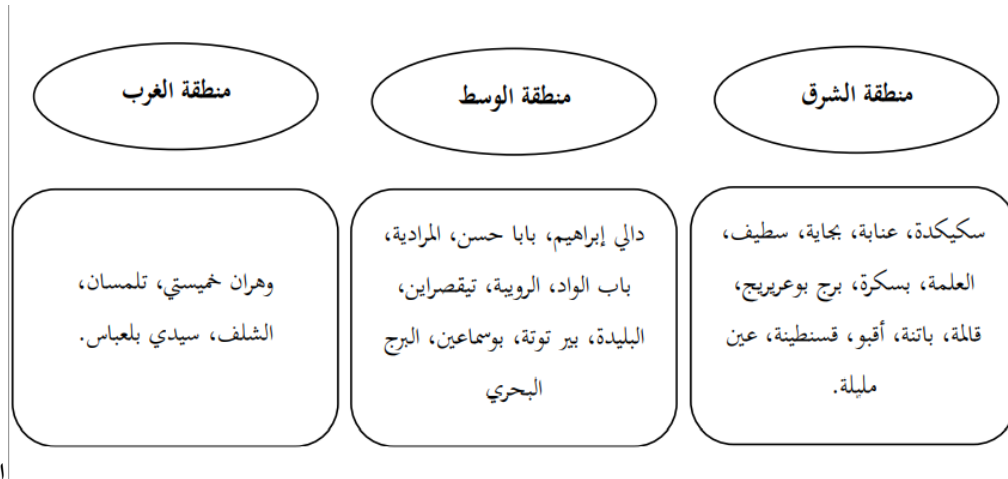
- بنك برقان Burgan Bank: هو بنك كويتي تابع لشركة مشاريع الكويت القابضة (KIPCO) ويعد بنك برقان من أحدث وأنشط البنوك التجارية في دولة الكويت حيث أنشئ في عام 1977 ومنذ ذلك الوقت استطاع بنك برقان أن يحتل موقعاً ريادياً في مجال الخدمات البنكية الشخصية وخدمات الشركات والخدمات الاستثمارية وذلك من خلال تقديم منتجات مبتكرة وتوظيف قنوات متطورة ذات تقنية عالية، وقد اكتسب البنك دورا بالغ الأهمية في القطاع الخاص وقطاع الأعمال من خلال طرحه منتجات مبتكرة وتكنولوجيا متقدمة كذلك شبكة توزيع واسعة، وتشمل فروعها بنك الخليج الجزائر، وبنك بغداد والبنك الأردني الكويتي، نتائج البنك تشهد نموا كبيرا مستمرا لرأس المال واستثمارات كبيرة متنوعة شبكتها تضم 21 وكالة وأكثر من 120 جهاز صراف آلي.

- بنك تونس العالمي Tunis International Bank: تأسس هذا البنك في 1982، وهو أول بنك خاص في الخارج أنشئ في تونس، يوفر مجموعة كاملة من الخدمات المالية الدولية للشركات الدولية والمؤسسات المالية والحكومات والأفراد بما في ذلك عمليات الصرف الأجنبي والسوق النقدية في كل العملات القابلة للتحويل، وتمويل التجارة الدولية والخدمات الشخصية، العمليات البنكية التجارية والاستثمارية وبطاقات الدفع، لديه مكتب تمثيلي في طرابلس، ويمتلك 30% في بنك الخليج الجزائر والمساهم الرئيسي في هذا البنك هو الخليج المتحد بحصة 86% من رأس المال.
- البنك الأردني الكويتي Jordan Kuwait Bank: تأسس في عام 1976 وهو يعمل بنجاح في النظام البنكي الأردني، هو بنك تجاري يوفر لعملائه مجموعة متنوعة من المنتجات والخدمات البنكية موزعة عبر شبكة . 48 وكالة في الأردن، واثنتين آخريين في فلسطين وقبرص ويشارك بحصة قدرها 10% في رأس مال بنك الخليج الجزائر منذ ماي 2008، البنك الأردني الكويتي أصبح فرع من بنك برقان بقيمة من 51.10%

رابعا: الشبكة البنكية لوكالات بنك الخليج الجزائر

ويمكن تمثيل الشبكة البنكية لوكالات بنك الخليج في الشكل الآتي:

الشكل رقم 07: الشبكة البنكية لوكالات بنك الخليج الجزائر



المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على الموقع www.ag.bank.com

من خلال الشكل أعلاه نلاحظ أن شبكة بنك الخليج الجزائر متركزة في نصف العلوي من الجزائر بشكل واسع، وهو ذو شبكة بنكية في طور التوسع المستمر وذلك لاحتوائه المناطق الرئيسية بالبلاد سواء كانت شرقية أو غربية إضافة لمدن الوسط الجزائري وهو توزيع جيد مقارنة مع تاريخ تأسيسه.

كما أن البنك من أجل نشر منتجاته إلى كافة التراب الوطني أخذ يتسع وصل إلى منطقة الجنوب قد فتح وكالة في مدينة الأغواط في 2013، ومن ثم فتح ثلاثة وكالات أخرى سنة 2015 في كل من أدرار، المسيلة، وبيشار.

المطلب الثاني: منتجات وخدمات وأهداف بنك الخليج الجزائر .

أولاً: منتجات وخدمات بنك الخليج الجزائر.

1. الأعمال التجارية: وهذه العمليات تتمثل في تقديم قروض ومساعدات لشركات الإقراض من الأشكال المتنوعة المباشرة وغير المباشرة.

1.1 عمليات التجارة الخارجية: يساعد بنك الخليج الجزائر عملائه على النمو في السوق العالمية على نحو متزايد وذلك من خلال:

- ✓ خطابات الاعتماد للاستيراد.
- ✓ خطابات الاعتماد للتصدير.
- ✓ خصومات وثائقية.

2.1 تمويل الاستغلال: يضع بنك الخليج الجزائر مهنيين متخصصين تحت تصرف العملاء لتوجيه الخيارات الخاصة بهم ومساعدتهم على إنشاء المرافق التي من شأنها أن تناسب أعمالهم، وتتمثل أشكال التمويل للاستغلال المقدمة من طرف البنك فيما يلي :

- **القروض بالصندوق:** وتشمل القروض الموسمية، السحب على المكشوف.
- ✓ الخصم ويكون للأوراق التجارية ولشيكات.
- ✓ التسبيقات وتشمل التسبيقات على البضائع، على الحساب والأوراق المالية (شهادات الإيداع والودائع لأجل والأوراق المالية الأخرى).

- القروض بالالتزام: وتشمل:

- ✓ الكفالة حيث يقدم البنك هذا النوع من القروض في المجالات التالية:
- ✓ في سياق المشتريات العامة.
- ✓ الالتزامات المكفولة لدى الجمارك.
- ✓ دفع الضمان.
- ✓ الإعتمادات المستندية.

3.1. تمويل الاستثمار: تتمثل تمويلات البنك للاستثمار في منح القروض متوسطة وطويلة الأجل.

4.1. تمويل الأعمال التجارية وفقا لمبادئ الشريعة الإسلامية: يقدم بنك الخليج الجزائر تمويلات لكافة الأنشطة

سواء إستغلالية كانت أو إستثمارية وفقا لشريعة الإسلامية.

2. المنتجات والخدمات للأفراد: وتتمثل في القروض، الإيداع، حسابات الودائع والبطاقات البنكية.

3. الخدمات المصرفية الإلكترونية: يقدم البنك للعملاء عددا من الخدمات الالكترونية التي تسهل عليهم عددا

من المعاملات اليومية التي يحتاجونها دون الحاجة إلى زيارة الفرع، وهي كالأتي:

- خدمة AGBonline

- خدمة الرسائل القصيرة SMS

- خدمات البريد الإلكتروني Mailing

بالإضافة إلى تطبيق الهاتف الذكي حيث يقدم البنك للعملاء وتماشيا مع التقدم التكنولوجي في القطاع المصرفي

العالمي بتطبيق يعمل على الهواتف الذكية، وهو تطبيق سهل الاستخدام وامن كليا، تم تصميمه للهواتف التي تعمل

على نظام تشغيل الأندرويد، ويمكن تحميله من متجر Google Play، ويمكن من خلاله التمتع بالخدمات

التالية:

- تنفيذ عدد من المعاملات المصرفية بجرية بشكل يومي.

- الاطلاع على كافة التحركات حول الحسابات.

- إجراء تحويلات مالية من أي مكان.

- طاب الحصول على دفتر شيكات.

كما يوفر بنك الخليج الجزائر خدمات الصراف الآلي في كافة فروع المعتمدة.

ثانيا: أهداف بنك الخليج الجزائر.

يملك بنك الخليج الجزائر مجموعة من الاهداف نذكرها فيما يلي:

أ. يلتزم بنك الخليج الجزائر التزاما راسخا لضمان اعلى مستوى جودة في كل اعماله البنكية، حيث ان البنك يسعى الى استغلال كل الوسائل وبجودة عالية، حيث يستعمل البنك في تعاملاته بطاقات الكترونية حديثة وأهمها ما يلي :

* البطاقات مابين البنوك

* بطاقة الفيزا كارت

* بطاقة الفيزا للدفع المسبق

* بطاقة الدفع التجارية

ب. يسعى إلى تنظيم قيمة موجوداته: وهذا الهدف يعتبر من الأهداف المسطرة لكل بنك سواء كان أجنبي أو وطني ، حيث تعتبر زيادة الموجودات أي تنظيم الأرباح من أولويات بنك الخليج الجزائر .

ج. تلبية جميع احتياجات العملاء : في العمل عن الوفاء بكل الالتزامات التي هي على عاتق ، من خلال توفير احتياجات العميل بأكمل صورة.

د. توسيع الشبكة البنكية للبنك في مختلف أنحاء البلاد: يسعى بنك الخليج الجزائر الى زيادة عدد وكالاته في أرجاء الوطن .

هـ. السرعة في الأداء : القيام بالعمليات البنكية والمعاملات المختلفة في أوقات قياسية ، وذلك عن طريق الهاتف والانترنت وتسديد المشتريات عبر الإنترنت كطلبك .

و. العمل على تطوير منتجات جديدة : وذلك من خلال خلق منتجات أخرى تكون ذات ميزة خاصة عن باقي المنتجات المقدمة من قبل البنوك الأخرى، كتحويل الأموال من حساب لآخر دون الذهاب الى مقر البنك

المطلب الثالث: تقديم وكالة قلمة وهيكلها التنظيمي .

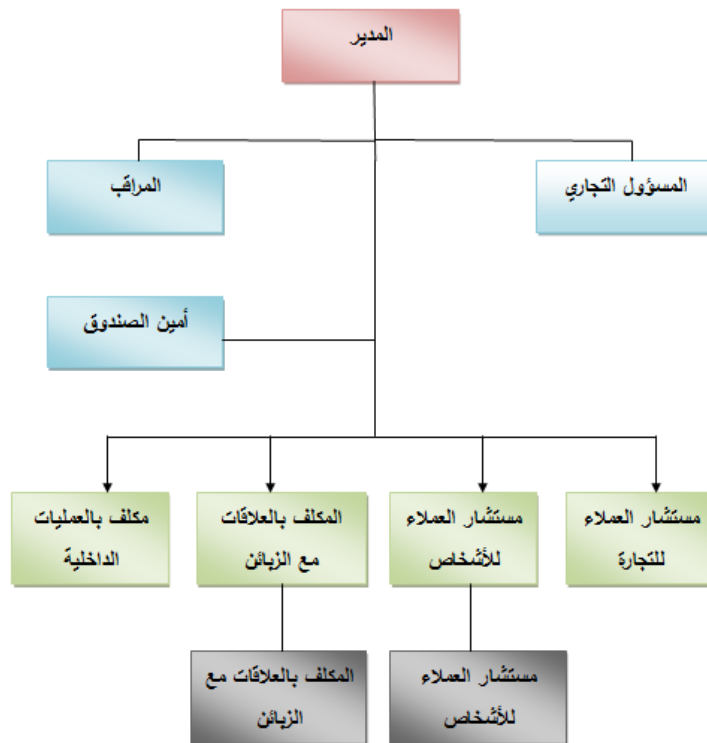
أولاً: تعريف بنك الخليج الجزائر وكالة قلمة.

تم افتتاح بنك الخليج AGB وكالة قلمة في 2015/05/30، وذلك بعد الحصول على تصريح من بنك الجزائر حيث تحمل الرمز 114 بين وكالات بنك الخليج الجزائر وبدأت مباشرة بمزاولة مختلف العمليات المتعارف عليها التي من المفروض أن يقوم بها أي بنك، قبول الودائع ومنح القروض وكانت أول خدمة انطلق بها نشاط الوكالة في 2015 هي القرض الاستهلاكي المخصص لشراء السيارات والموجه للخواص وقروض ممنوحة للتجار (قروض الاستغلال وقروض الإستثمار)، وتضم الوكالة البنكية 8 موظفين من مستوى جامعي، ويترأسها كأى مؤسسة أخرى مدير ذو مستوى جامعي ما بعد التخرج.

ثانياً: الهيكل التنظيمي للوكالة

ويمكن عرضه كالآتي انظر الملحق (01)

الشكل رقم 08: الهيكل التنظيمي لبنك الخليج وكالة قلمة



المصدر: معلومات مقدمة من طرف مدير الوكالة

ويمكن تقديم شرح تفصيلي للهيكل التنظيمي وكالة قالمة كما يلي:

1. مدير الوكالة **Directeur d'Agence** :

ويعتبر المسؤول الرئيسي للوكالة، حيث يقوم بالتنظيم الإداري والتشغيلي للوكالة والعمل على تنميتها تجارياً، مع الاهتمام بإدارة الجودة والمخاطر، وكذلك تحقيق الأهداف الإستراتيجية والمالية التي حددتها إدارة البنك، وإدارة الميزانية، كذلك يقوم بالمراقبة النظامية لحسابات الوكالة والتأكد من سير العمليات الإدارية والتشغيلية وإجرائها في إطار قانوني مع مهمة إدارة موظفي الوكالة والإشراف عليهم.

2. المسؤول التجاري **Responsable Commercial** :

من مهامه الإشراف على فريق المبيعات وتنشيطهم من اجل مساعدته في تحقيق أهداف العمل النوعية والكمية التي تتعلق بالوكالة، كما انه يشرف على تسيير محافظ العملاء وضمان إدارتها مع تزويد العملاء بكل الخدمات التي يقدمها البنك، واحترام تطبيق القرارات الائتمانية، كما يقوم بوضع ضمانات لكل المنتجات المسوقة من طرف الوكالة لعملائها.

3. المراقب **Contrôleur** :

مهمته الرئيسية ضمان وحسن المراقبة على كل المعاملات التي تقوم بها الوكالة في سياق إدارة المخاطر التشغيلية، أيضا التحقق من العمل اليومي الجاري للشباك والصندوق والزبائن من أفراد ومؤسسات وكذلك مراقبة العمليات ذات الطابع الإداري والتدقيق في الحسابات الإدارية والقانونية والقيام بالمراجعة الداخلية ومراقبة الحسابات وصحة المعلومات وانسجامها مع القوانين.

4. أمين الصندوق **Le Caissier** :

وهو المسؤول عن الصندوق ومن ضمانه بشكل مستمر لعمليات الصندوق مع العملاء، وحسن سيرها احتراماً للممارسات والإجراءات السارية المفعول بها في البنك، كما يسهر على تسوية الحسابات.

5. مستشار العملاء في التجارة:

يتمثل دوره في تقديم النصح والتوجيهات للعملاء فيما يخص مشاريعهم، حيث يقوم بتوفير المعلومات حول أنواع القروض التي تتناسب ومشاريعهم، تحت إطار قانوني.

6. مستشار العملاء الأشخاص *Conseillé Clientèle de Particuliers*:

ويقوم بنفس عمليات مستشار مبيعات العملاء للمؤسسات لكن لصالح الأفراد وليس المؤسسات كتنسيير حسابات العملاء من الأفراد (فتح تغيير غلق) وتنسيير القروض الموجهة للأفراد، وتجميع وتحليل سجلات القروض.

7. المكلف بالعلاقات مع الزبائن:

تتمثل مهامه في مختلف العمليات البنكية من سحب أو إيداع الزبائن سواء بالعملة الوطنية أو الأجنبية، كما يقوم بفتح حسابات للزبائن.

8. المكلف بالعمليات الداخلية:

يقوم بتنفيذ الأمر بالتحويل المقدمة طرف الزبائن، تسوية الأوراق المالية وتسليمها، كما يؤدي مهام المراقبة والتحقق من الحركات المصرفية (التحويلات والخصم).

المبحث الثاني: الإطار المنهجي للدراسة

يتمثل في تبيان الطريقة التي اعتمدها الباحث أثناء القيام بالدراسة بغية الإجابة على مشكلة الدراسة، حيث تتضمن وصفاً لمجتمع الدراسة والعينة والخطوات المتبعة لإجراء الدراسة، وكذلك أدوات جمع العينات وصدقها.

المطلب الأول: مجتمع وعينة الدراسة

سنبين فيما يلي تقديم بسيط لمجتمع وعينة الدراسة:

أولاً: مجتمع البحث

يعرف مجتمع البحث بأنه مجموعة الأفراد التي يستهدفها الباحث دراستها لتحقيق نتائج دراسته، ويعني كافة العناصر التي يرغب الباحث في إجراء استدلال عليها، ويفرق الباحثون بين ما يسمى بالمجتمع المستهدف والمجتمع المتاح، حيث يعد هذا الأخير جزءاً من المجتمع المستهدف، ويلبي حاجات الدراسة وأهدافها كما نختار منه العينة، أما المجتمع المستهدف فهو أكبر من المجتمع المتاح وكلما اقترب المجتمعين كانت النتائج أكثر دقة.

يضم مجتمع الدراسة الخاص بالبحث عملاء بنك الخليج الجزائري وكالة قلمة.

ثانياً: عينة البحث

وهي جزء من مجتمع الدراسة، وتمثل عدد الحالات التي تؤخذ من المجتمع، وتجمع البيانات منها، بقصد دراسة خصائص المجتمع، أي إن العينة مجموعة جزئية من المجتمع، يتم اختيارها بطريقة علمية للحصول على معلومات أو بيانات تتعلق بالمجتمع، أي تقدير قيم معينة في المجتمع.

لقد تم توزيع 60 استمارة حيث استرجعت جميعها وكانت 50 منها صالحة للدراسة.

المطلب الثاني: أدوات وخطوات الدراسة الميدانية

أولاً: أداة الدراسة

اعتمدت الباحثة على أداة الدراسة المتمثلة في الاستبيان كونه يعد من أكثر أدوات البحث شيوعاً في مجال الدراسة الميدانية، والذي يتمثل في مجموعة من الأسئلة المتنوعة مترابطة ببعضها لتحقيق أهداف الدراسة والإجابة على مشكلة البحث وتساؤلاته.

وتضمن الاستبيان أربعة أقسام يجب عليها بوضع علامة (X) داخل الخانة المناسبة وهي:

أ. القسم الأول: ويعبر عن بعض المعلومات الشخصية التي تخص عينة البحث والتي اشتملت على 04 عناصر تمثلت في كل من الجنس، العمر، المستوى التعليمي، المستوى المعيشي.

ب. القسم الثاني: معوقات مرتبطة بالبنك حيث احتوى على 10 عبارات.

ج. القسم الثالث: معوقات مرتبطة بالعملاء ويتكون من 13 عبارة.

د. القسم الرابع: معوقات أخرى (الجرائم الالكترونية) ويتكون من 06 عبارات.

وقد بلغت مجموع عبارات الاستبيان 29 عبارة شكلها مغلق، حيث تمت الإجابة على كل عبارة وفق أسلوب ليكارت الخماسي، والذي يمكن توضيحه من خلال الجدول رقم 03 كالتالي:

الجدول رقم 03: يوضح مقياس ليكارت الخماسي

الوزن	1	2	3	4	5
الرأي	غير موافق تماماً	غير موافق	محايد	موافق	موافق تماماً

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على نتائج SPSS.

يوضح الجدول رقم 03 مقياس سلم ليكارت يضع أمام العينة 5 خيارات يقدم من خلاله المستجوب درجة موافقته أو عدم موافقته على مضمون العبارات وتتمثل هذه الخيارات في (غير موافق تماماً، غير موافق، محايد، موافق، موافق تماماً). ولاستنتاج اتجاه العينة يجب حساب المتوسط الحسابي (المرجح)، من خلال حساب طول الفترة أولاً

والمتمثلة في حاصل قسمته على 4 على 5 والتي تساوي 0.80، حيث تمثل 4 عدد المسافات (من 1 إلى 2 ، ومن 2 إلى 3 ، ومن 3 إلى 4 ، ومن 4 إلى 5) أما 5 فتمثل عدد الخيارات.

ويصبح التوزيع حسب الجدول رقم 04 كالأتي:

الجدول رقم 04: اتجاه الرأي لمقياس ليكارت الخماسي

الاتجاه الرأي	المتوسط الحسابي
غير موافق تماما	من 1 إلى 1.79
غير موافق	من 1.8 إلى 2.59
محايد	من 2.60 إلى 3.39
موافق	من 3.40 إلى 4.19
موافق تماما	من 4.20 إلى 5

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على نتائج SPSS.

المطلب الثالث: اختبار صدق وثبات بيانات الدراسة

للتأكد من صدق أدلة الدراسة وثباتها تم الاعتماد على اختبار ألفا كرونباخ، حيث تم استخراج قيم ألفا لكل عبارات الاستبيان والجدول رقم 05 يبين النتائج كالأتي:

جدول رقم 05: نتائج اختبار صدق بيانات الدراسة

عدد العبارات	معامل ألفا كرونباخ	نسبة الصدق والثبات
29	0.701	70.1%

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على نتائج SPSS.

يتضح من الجدول رقم 05 السابق أن مقياس الثبات هو 0.701 أي 70.1% وهي نسبة أعلى من النسبة المقبولة إحصائيا 60% أي 0.6 وبذلك تكون أدلة القياس صالحة ويمكننا من خلالها الحصول على بيانات صادقة.

المبحث الثالث: عرض نتائج الدراسة وتحليلها

نسعى من خلال هذا المبحث إلى عرض مخرجات البيانات التي تم معالجتها إحصائيا من خلال تفرغها في برنامج SPSS، تم تحليل هذه النتائج حيث تساعدنا هذه الأخيرة باختبار فرضيات الدراسة لإثبات أو نفي صحتها.

المطلب الأول: خصائص عينة الدراسة

تحدد خصائص عينة البحث من خلال: الجنس، العمر، المستوى الدراسي، المستوى المعيشي.

أ. حسب الجنس:

نعرض في الجدول رقم (06) توزيع أفراد عينة الدراسة حسب المتغير الوصفي الأول وهو الجنس.

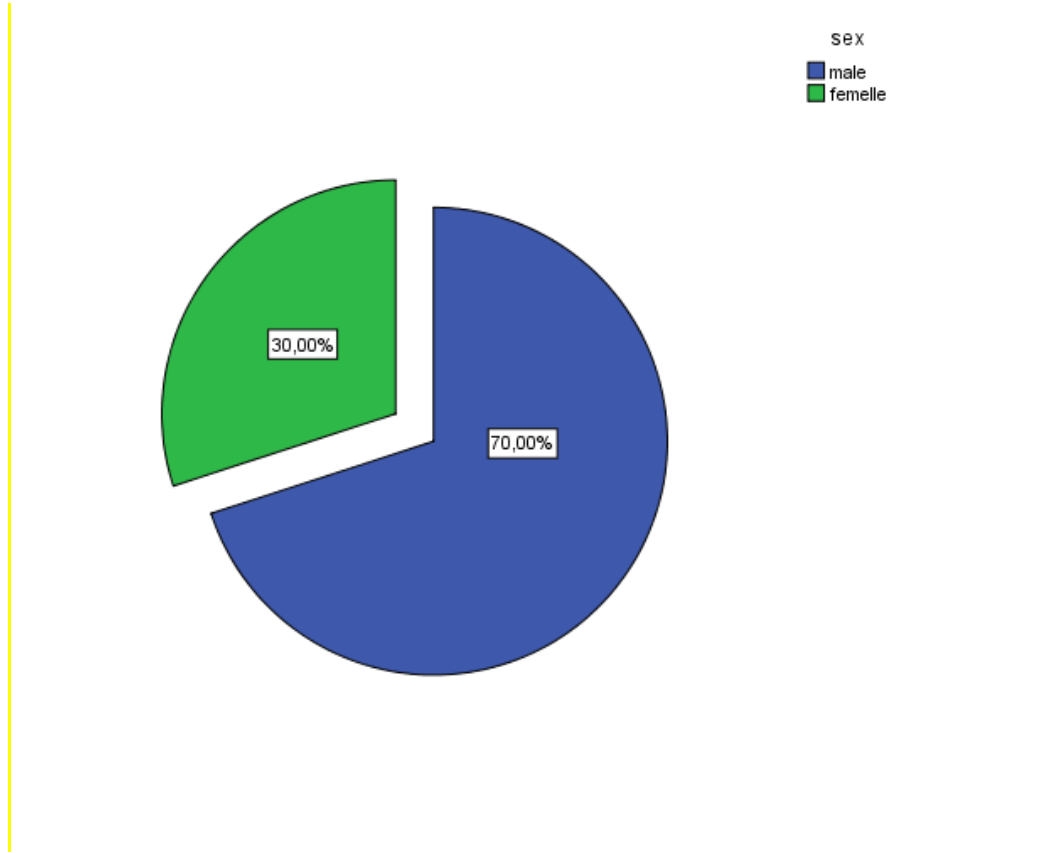
الجدول رقم 06: يوضح توزيع أفراد العينة حسب الجنس

الجنس	التكرار	النسبة المئوية
ذكر	35	70%
أنثى	15	30%
المجموع	50	100%

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على نتائج SPSS.

يتضح من خلال الجدول رقم 06 أن الذكور يشكلون نسبة 70% من إجمالي العينة المدروسة حيث بلغ عددهم 35 ذكر، بينما النساء فقد بلغت نسبتهم 30% من إجمالي العينة المدروسة وذلك بتكرار قدره 15 أنثى، ويمكن تمثيل ذلك بالشكل رقم 09 كالتالي:

الشكل رقم 09: يوضح توزيع أفراد العينة حسب الجنس



المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على نتائج SPSS.

ب. حسب السن

نعرض في الجدول رقم (07) توزيع أفراد عينة الدراسة حسب المتغير الوصفي الثاني وهو السن.

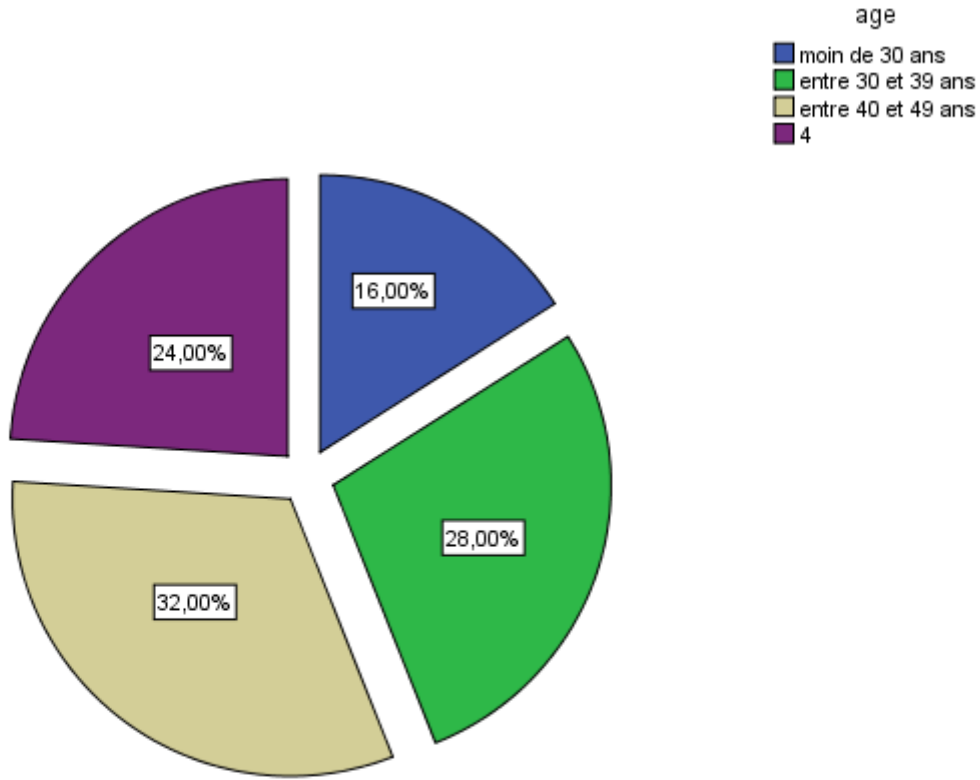
الجدول رقم 07: يوضح توزيع أفراد العينة حسب السن

النسبة المئوية	التكرار	الفئة العمرية
19%	8	أقل من 30 سنة
28%	14	من 30 إلى 39 سنة
32%	16	من 40 إلى 49 سنة
24%	12	أكثر من 50 سنة
100%	50	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على نتائج SPSS.

نلاحظ من خلال الجدول رقم 07، أن أكبر فئة عمرية هي الفئة (من 40 إلى 49 سنة) حيث بلغت نسبتها 32% من بين إجمالي المستجوبين، وبعدها مباشرة تأتي الفئة (من 30 إلى 39 سنة) وذلك بنسبة 28%، تليها فئة الأفراد الأكثر من 50 سنة بنسبة قدرت بـ 24% في حين اقل نسبة كانت لفئة الشباب الأقل من 30 سنة بنسبة 16% ويمكن تجسيد ذلك بالشكل رقم 10 كما يلي:

الشكل رقم 10: يوضح توزيع أفراد العينة حسب السن



المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على نتائج SPSS.

ج. حسب المستوى التعليمي

نعرض في الجدول رقم (08) توزيع أفراد عينة الدراسة حسب المتغير الوصفي الثالث وهو المستوى التعليمي.

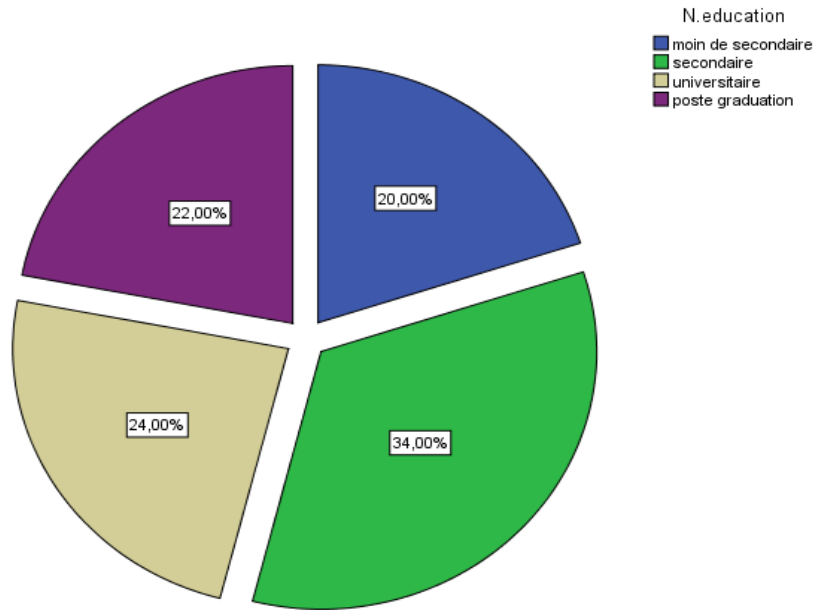
الجدول رقم 08: يوضح توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي

النسبة المئوية	التكرار	المستوى التعليمي
20%	10	أقل من ثانوي
34%	17	ثانوي
24%	12	جامعي
22%	11	جامعي ما بعد التدرج
100%	50	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على نتائج SPSS.

يبين الجدول رقم 08 أن نسبة الثانويين هي السائدة وذلك بنسبة 34% تليها نسبة الجامعيين المقدر بـ 24%، بعدها نسبة الجامعيين ما بعد التدرج بنسبة 22%، في حين سجلت أقل نسبة للأفراد الذين مستوى تعليمهم أقل من الثانوي والتي قدرت بـ 20%، ويمكن تمثيل هذا التوزيع بالشكل رقم 11 كما يلي:

الشكل رقم 11: يوضح توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي



المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على نتائج SPSS.

د. من حيث المستوى المعيشي

نعرض في الجدول رقم (06) توزيع أفراد عينة الدراسة حسب المتغير الوصفي الأول الدخل.

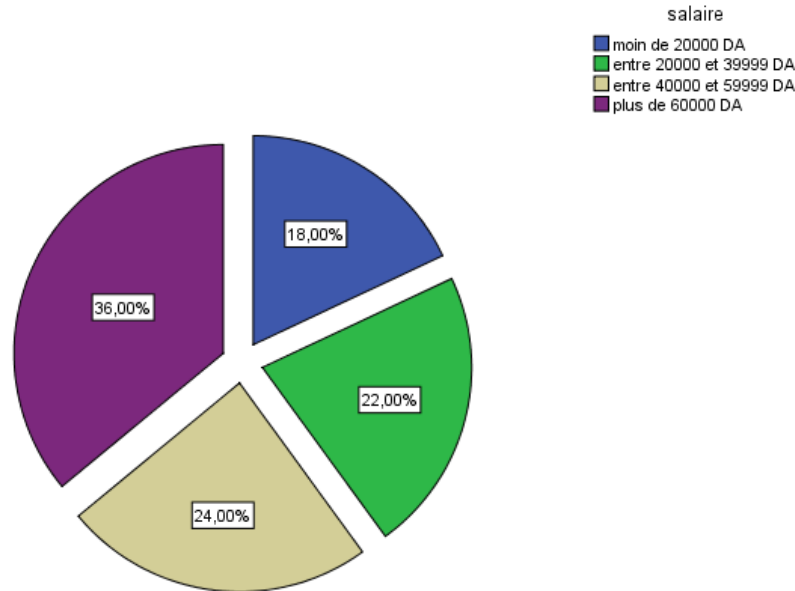
الجدول رقم 09: يوضح توزيع أفراد العينة حسب الدخل

النسبة المئوية	التكرار	المستوى المعيشي
18%	9	اقل من 20000 دج
22%	11	من 20000 الى 39999 دج
24%	12	من 40000 إلى 59999 دج
36%	18	أكثر من 60000 دج
100%	50	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على نتائج SPSS.

نلاحظ من خلال الجدول رقم 09 أن أكبر نسبة كانت لفئة الأفراد الذين مستواهم المعيشي أكثر من 60000 دج حيث قدرت نسبته 36%، ثم تأتي بعدها فئة الأفراد الذي يتراوح مستواهم المعيشي من 40000 إلى 59999 دج حيث بلغت النسبة 24%، وبعدها نسبة 22% للأفراد الذين لديهم مستوى معيشي من 20000 إلى 39999 دج، في حين كانت اقل نسبة للأفراد الذين لديهم مستوى معيشي اقل من 20000 دج حيث قدرت النسبة 18% ويمكن تجسيد ذلك في الشكل رقم 12 كما يلي:

الشكل رقم 12: يوضح توزيع أفراد العينة حسب المستوى المعيشي



المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على نتائج SPSS.

المطلب الثاني: تحليل وتفسير اتجاهات أفراد العينة نحو متغيرات الدراسة

يتم عرض من خلال هذا المطلب نتائج الدراسة من خلال جداول الاتجاه العبارات المكونة للاستبيان:

أولاً: عبارات معوقات مرتبطة بالبنك

نعرض في الجدول رقم 10 إجابات أفراد عينة الدراسة حول معوقات تبني الخدمات المصرفية الالكترونية في البنوك التجارية والجزائرية وهي المعوقات المرتبطة بالبنك.

الجدول رقم 10: يوضح المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لإجابات أفراد العينة لعبارات معوقات مرتبطة بالبنك.

رقم العبارة	العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الاتجاه
1	الموظفون بالبنك مؤهلون لتقديم الخدمات المصرفية الالكترونية.	3.86	1.010	موافق
2	تواجه مشكلة في التواصل الالكتروني مع البنك.	2.30	1.182	غير موافق
3	يتأخر البنك في تقديم خدماته الالكترونية.	2.34	1.171	غير موافق
4	يوفر البنك معدات وأجهزة كافية لتقديم الخدمات المصرفية الالكترونية.	3.60	1.125	موافق
5	يملك البنك قوانين توضح الحقوق والالتزامات أثناء تقديم الخدمات المصرفية الالكترونية.	3.60	1.195	موافق
6	يقوم البنك بتجديد وتطوير الخدمات المصرفية الالكترونية بما يتناسب مع احتياجاته.	3.56	1.091	موافق
7	البنك يتحمل تكاليف عالية لتقديم الخدمات المصرفية الالكترونية.	3.26	1.103	محايد
8	أثق في أمن وسرية النظام الالكتروني للبنك.	3.74	1.121	موافق
9	تتعامل مع هذا البنك لأن له سمعة طيبة.	4.04	0.989	موافق
10	يحقق البنك المزيج المناسب من الخدمات التقليدية والالكترونية.	4.02	0.915	موافق
X	معوقات مرتبطة بالبنك	3.432	0.591	موافق

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على نتائج SPSS.

يبين الجدول رقم 10 إجابات أفراد عينة الدراسة حول البعد الأول المعتمد لقياس معوقات تبني الخدمات المصرفية الالكترونية في البنوك التجارية والجزائرية وهو بعد المعوقات المرتبطة بالبنك. نقوم بتحليل هذه الإجابات فيما يلي:

- المتوسط الحسابي لـ 7 عبارات وهي: 1، 4، 5، 6، 8، 9 و 10 جاءت متوسطاتها الحسابية محصورة بين 3.56 كأدنى قيمة للعبارة رقم 6 و 4.04 كأعلى قيمة للعبارة رقم 10. هذه العبارات جميعا متوسط إجابات أفراد عينة الدراسة حولها هو بدرجة موافق. وهذا ما يؤكد على أن المعوقات المرتبطة بالبنك لا تؤثر على قرار تبني الخدمات المصرفية الالكترونية من قبل أفراد عينة الدراسة.

- المتوسط الحسابي للعبارة رقم 7 المتعلقة بتحمل البنك لتكاليف عالية في سبيل تقديم الخدمات المصرفية الالكترونية، جاء متوسطها الحسابي بقيمة 3.26 بانحراف معياري قدره 1.103، وهي ضمن الدرجة محايد. وهذا ما يؤكد على أن أفراد عينة الدراسة هم موافقون إلى حد ما على أن تكاليف العمليات المصرفية الالكترونية التي يتحملها البنك محل الدراسة هي نوعا ما مرتفعة.

- وفيما يتعلق بالعبارتين 2 و 3، فقد جاء متوسطهما الحسابي 2.30 و 2.34 على التوالي، وكلاهما يقع في الدرجة غير موافق. وبالتالي فإن أفراد عينة الدراسة يؤكدون أنهم لا يواجهون مشكلة في التواصل الالكتروني مع البنك، وهذا الأخير لا في تقديم خدماته الالكترونية.

- أما المتوسط الحسابي لإجابات أفراد عينة الدراسة حول البعد الأول فقد بلغ 3.432 بانحراف معياري قدره 0.591 وهو يقع ضمن الدرجة موافق. هذه النتيجة توضح أن العوامل المرتبطة بالبنك لا تعوق الأفراد نحو استخدام الخدمات المصرفية الالكترونية.

ثانيا: عبارات معوقات مرتبطة بالعملاء

في الجدول رقم 11 نعرض إجابات أفراد عينة الدراسة حول المعوقات المرتبطة بالعملاء.

الجدول رقم 11: يوضح المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لإجابات أفراد العينة لعبارات معوقات مرتبطة بالعملاء.

رقم العبارة	العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الاتجاه
1	توفر السرية عند استخدام الخدمات المصرفية الالكترونية.	4.04	0.832	موافق
2	يعتبر استخدام المصرفية الالكترونية آمن.	3.80	0.990	موافق
3	تواجه صعوبات عند استخدام الخدمات المصرفية الالكترونية.	2.56	1.232	غير موافق
4	تتفق في الخدمات المصرفية الالكترونية.	3.98	0.937	موافق
5	تتمتع بمهارات تساعدك في استخدام الخدمات المصرفية الالكترونية.	3.56	1.163	موافق
6	يفرض عليك البنك دفع عمولات عالية مقابل الخدمات المصرفية الالكترونية.	2.44	1.163	غير موافق
7	تملك الأجهزة التي تساعدك في التعامل مع الخدمات المصرفية الالكترونية.	3.64	1.174	موافق
8	تتمتع بالمعرفة الكافية للخدمات المصرفية الالكترونية.	3.50	1.165	موافق
09	تواجه مشاكل أثناء استخدامك شبكة الخدمات المصرفية الالكترونية.	2.70	1.182	محايد
10	تعرف مدى أهمية الخدمات المصرفية الالكترونية ومزاياها.	3.50	1.074	موافق
11	تفضل الخدمات المصرفية التقليدية على الخدمات المصرفية الالكترونية.	2.94	1.391	محايد
12	يقوم البنك بالترويج الكافي لخدماته المصرفية الالكترونية.	3.58	1.032	موافق
13	هناك قيود على الخدمات المصرفية الالكترونية للبنك	2.90	1.182	محايد
Y	المعوقات المرتبطة بالعملاء	3.318	0.401	محايد

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على نتائج SPSS.

يوضح لنا الجدول رقم 11 العبارات المستخدمة لمعرفة المعوقات المرتبطة بالعملاء لتبني الخدمات المصرفية

الالكترونية في البنوك التجارية الجزائرية. وفيما يلي تحليل لتنتائج هذه الإجابات:

- هناك 8 عبارات جاءت في درجة الموافقة نعرضها بالترتيب:

* **العبارة رقم 01:** متوسطها الحسابي هو 4.04 بانحراف معياري قدره 0.832. هذه النتيجة تؤكد على أن إجابات أفراد عينة الدراسة يوافقون على توفر السرية عند استخدام الخدمات المصرفية الالكترونية.

* **العبارة رقم 04:** متوسطها الحسابي هو 3.98 بانحراف معياري قدره 0.937. هذه النتيجة تؤكد على أن أفراد عينة الدراسة يتثقون في الخدمات المصرفية الالكترونية.

* **العبارة رقم 02:** متوسطها الحسابي هو 3.80 بانحراف معياري قدره 0.990. هذه النتيجة تؤكد على أن أفراد عينة الدراسة يعتبرون استخدام المصرفية الالكترونية آمن.

* **العبارة رقم 07:** متوسطها الحسابي هو 3.64 بانحراف معياري قدره 1.174. هذه النتيجة تؤكد على أن أفراد عينة الدراسة يملكون الأجهزة التي تساعدهم في التعامل مع الخدمات المصرفية الالكترونية..

* **العبارة رقم 12:** متوسطها الحسابي هو 3.58 بانحراف معياري قدره 1.032. هذه النتيجة تؤكد على أن إجابات أفراد عينة الدراسة يوافقون على أن البنك يقوم بالترويج الكافي لخدماته المصرفية الالكترونية.

* **العبارة رقم 08:** متوسطها الحسابي هو 3.50 بانحراف معياري قدره 1.165. هذه النتيجة تؤكد على أن إجابات أفراد عينة الدراسة يوافقون على تمتعهم بالمعرفة الكافية للخدمات المصرفية الالكترونية.

* **العبارة رقم 10:** متوسطها الحسابي هو 3.50 بانحراف معياري قدره 1.074. هذه النتيجة تؤكد على أن إجابات أفراد عينة الدراسة يوافقون على معرفتهم لمدى أهمية الخدمات المصرفية الالكترونية ومزاياها.

- العبارتين رقم 11 و 13 جاءت متوسطاتها الحسابية 2.94 و 2.90 على التوالي. وهي تقع ضمن الدرجة محايد. هذه الإجابتين تشيران إلى أن أفراد عينة الدراسة يفضلون إلى حد ما الخدمات المصرفية التقليدية على الخدمات المصرفية الالكترونية بالنسبة للعبارة 11. وأن هناك قيود إلى حد ما على الخدمات المصرفية الالكترونية للبنك.

- العبارتين رقم 3 و 6 جاءت متوسطاتها الحسابية 2.56 و 2.44 على التوالي. وهما يقعان ضمن الدرجة غير موافق. وبالتالي فإن أفراد عينة الدراسة لا يرون أنهم يواجهون صعوبات عند استخدام الخدمات المصرفية الالكترونية بالنسبة للعبارة 3. و أنهم لا يرون أن البنك يفرض عليهم دفع عمولات عالية مقابل الخدمات المصرفية الالكترونية.

- أما المتوسط الحسابي لإجابات أفراد عينة الدراسة حول البعد الثاني فقد بلغ 3.318 بانحراف معياري قدره 0.401 وهو يقع ضمن الدرجة محايد. هذه النتيجة توضح أن العوامل المرتبطة بالبنك لا تعيق إلى حد ما الأفراد نحو استخدام الخدمات المصرفية الالكترونية.

ثالثا: عبارات معيقات أخرى (الجرائم الالكترونية)

في الجدول رقم 12 نعرض إجابات أفراد عينة الدراسة حول المعوقات المرتبطة بالعملاء.

الجدول رقم 12: يوضح المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لإجابات أفراد العينة لعبارات معوقات أخرى (الجرائم الالكترونية).

رقم العبارة	العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الاتجاه
1	هناك اختراقات للحسابات المصرفية الالكترونية.	2.12	1.043	غير موافق
2	يتم التلاعب بالبيانات المصرفية الالكترونية من طرف أشخاص مجهولين.	2.18	1.119	غير موافق
3	يتم التعرض للابتزاز من أجل إعادة البطاقة الذكية الضائعة.	1.88	0.872	غير موافق
4	يتم استخدام أموال غير مشروعة في المعاملات المصرفية الالكترونية.	2.06	0.913	غير موافق
5	يتم استعمال البطاقة الذكية المسروقة من قبل الغير.	2.10	1.055	غير موافق
6	البطاقة الملغاة تصلح لسحب أموال في بعض الأحيان.	1.54	0.734	غير موافق تماما
Z	معوقات أخرى (الجرائم الالكترونية)	1.980	0.713	غير موافق

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على نتائج SPSS.

يوضح لنا الجدول رقم 12 نتائج إجابات أفراد عينة الدراسة حول العبارات المستخدمة لمعرفة المعوقات الأخرى (الجريمة الالكترونية) لتبني الخدمات المصرفية الالكترونية في البنوك التجارية الجزائرية. وفيما يلي تحليل لنتائج هذه الإجابات:

- العبارات من 1 إلى 5 جاءت متوسطاتها الحسابية محصورة بين 1.88 و 2.18 وهي تقع ضمن الدرجة غير موافق. وبالتالي فإن إجابات أفراد عينة الدراسة حول هذه العبارات تشير إلى عدم موافقتهم على المخاطر الأخرى المرتبطة أساسا بالجريمة الالكترونية كعامل معيق لتبني الخدمة المصرفية الالكترونية.

- العبارة رقم 7 جاء متوسطها الحسابي 1.54 بانحراف معياري قدره 0.734 وهي تقع ضمن الدرجة غير موافق تماما. وبالتالي فإن أفراد عينة الدراسة يرون أن البطاقة الملغاة لا تصلح تماما لسحب الأموال في بعض الأحيان.

- أما المتوسط الحسابي للبعد المتعلق بالمعوقات الأخرى (الجريمة الالكترونية) فقد جاء متوسطه الحسابي بمقدار 1.980 وانحراف معياري قدره 0.713 وهو يقع ضمن الدرجة غير موافق. وهذا ما يؤكد على أن المعوقات الأخرى المتعلقة بالجريمة الالكترونية لا تمثل عائقا بالنسبة لأفراد عينة الدراسة في تبني الخدمات المصرفية الالكترونية.

المطلب الثالث: اختبار فرضية الدراسة التطبيقية

لقد اعتمدنا على اختبار ستودنت لاختبار فرضية الدراسة التطبيقية كما يلي:

1. اختبار الفرضية الفرعية الأولى:

ندرج فرض العدم والفرض البديل للفرضية الفرعية الأولى على النحو التالي:

H_0 : تعتبر العوامل المرتبطة بالبنك من معوقات تبني الخدمات المصرفية الإلكترونية في بنك الخليج الجزائري وكالة قالمة.

H_1 : لا تعتبر العوامل المرتبطة بالبنك من معوقات تبني الخدمات المصرفية الإلكترونية في بنك الخليج الجزائري وكالة قالمة.

ولاختبار هذه الفرضية ندرج الجدول رقم 13 الذي يحتوي على نتائج اختبار ستودنت للعينة الواحدة على البعد الأول وهو المعوقات المرتبطة بالبنك.

الجدول رقم 13: اختبار ستيودنت للمعوقات المرتبطة بالبنك.

قيمة T المحسوبة	درجات الحرية	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	متوسط الفرق	متوسط المعياري	الخطأ	مستوى الدلالة
5.164	49	3.4320	0.59159	0.43200	0.08366		0.000

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على نتائج SPSS.

يتضح من خلال الجدول رقم (13) أن قيمة متوسط إجابات عينة الدراسة حول معوقات تبني الخدمات المصرفية الإلكترونية المرتبطة بالبنك قدر بـ 3.4320، وقد بين اختبار ستودنت أن قيمة T المحسوبة هي 5.164 وذلك عند مستوى معنوية مقدر بـ 5% وبالتالي فإننا نرفض فرض العدم، ونقبل الفرض البديل القائل أنه لا تعتبر العوامل المرتبطة بالبنك من معوقات تبني الخدمات المصرفية الإلكترونية في الوكالة البنكية محل الدراسة.

2. اختبار الفرضية الفرعية الثانية :

ندرج فرض العدم والفرض البديل للفرضية الفرعية الثانية على النحو التالي:

H_0 : تعتبر العوامل المرتبطة بالعملاء من معوقات تبني الخدمات المصرفية الإلكترونية في بنك الخليج الجزائري وكالة قالمة.

H_1 : لا تعتبر العوامل المرتبطة بالعملاء من معوقات تبني الخدمات المصرفية الإلكترونية في بنك الخليج الجزائري وكالة قالمة.

ولاختبار هذه الفرضية ندرج الجدول رقم 14 الذي يحتوي على نتائج اختبار ستيودنت للعينة الواحدة على البعد الثاني وهو المعوقات المرتبطة بالعملاء.

الجدول رقم 14: اختبار ستودنت للمعوقات المرتبطة بالعملاء

قيمة T المحسوبة	درجات الحرية	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	متوسط الفرق	متوسط المعياري	الخطأ	مستوى الدلالة
5.602	49	3.3185	0.40197	0.31846	0.05685		0.000

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على نتائج SPSS.

يتبين من خلال الجدول رقم 14 أن قيمة المتوسط لإجابات أفراد عينة الدراسة حول معوقات تبني الخدمات المصرفية الإلكترونية المرتبطة بالعملاء قدر بـ 3.3185، وقد بين اختبار ستودنت أن قيمة T المحسوبة هي 5.602

وذلك عند مستوى معنوية قدره 5%، بالتالي فإننا نرفض الفرض العدم ونقبل الفرض البديل القائل أنه لا تعتبر العوامل المرتبطة بالعملاء من معوقات تبني الخدمات المصرفية الإلكترونية في الوكالة البنكية محل الدراسة.

3. اختبار الفرضية الفرعية الثالثة:

ندرج فرض العدم والفرض البديل للفرضية الفرعية الثالثة على النحو التالي:

H_0 : تعتبر العوامل المرتبطة بالجرائم الإلكترونية من معوقات تبني الخدمات المصرفية الإلكترونية في بنك الخليج الجزائري وكالة قالمة.

H_1 : لا تعتبر العوامل المرتبطة بالجرائم الإلكترونية من معوقات تبني الخدمات المصرفية الإلكترونية في بنك الخليج الجزائري وكالة قالمة.

ولاختبار هذه الفرضية ندرج الجدول رقم 15 الذي يحتوي على نتائج اختبار ستيودنت للعينة الواحدة على البعد الثالث وهو المعوقات الأخرى (الجرائم الإلكترونية).

الجدول رقم 15: اختبار ستودنت للمعوقات المرتبطة بالجرائم الإلكترونية.

قيمة T المحسوبة	درجات الحرية	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	متوسط الفرق	متوسط الخطأ المعياري	مستوى الدلالة
-10.113	49	1.9800	0.71321	-1.02000	0.10086	0.000

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على نتائج SPSS.

يتضح من خلال الجدول رقم 15 أن قيمة المتوسط الحسابي لإجابات أفراد عينة الدراسة حول معوقات تبني الخدمات المصرفية الإلكترونية المرتبطة بالجرائم الإلكترونية قدر بـ 1.9800، وقد أوضح اختبار ستودنت أن قيمة T المحسوبة هي -10.113 وذلك عند مستوى معنوية 5%، ومن خلال الجدول يتضح لنا أن قيمة الاحتمال 0.000 وهي أقل من 5%، بالتالي فإننا نرفض الفرض العدم القائل أنه تعتبر العوامل المرتبطة بالجرائم الإلكترونية من معوقات تبني الخدمات المصرفية الإلكترونية في الوكالة البنكية محل الدراسة وتقبل الفرض البديل.

خلاصة الفصل:

من خلال هذا الفصل حاولنا التعرف على معوقات الخدمات المصرفية الالكترونية في البنوك التجارية ، وذلك عن طريق القيام بدراسة ميدانية لبنك الخليج الجزائري وكالة قالمة، حيث استخدمنا الاستبيان الذي قمنا بتقسيمه إلى أربعة أقسام ، متضمنا 29 عبارة موجهة للمبحوثين يجاب عليها وفق مقياس ليكارت الخماسي، حيث بلغ حجم أفراد العينة المدروسة 60 عميل، كما اعتمدنا في تحليل البيانات المتحصل عليها على برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية الذي يرمز له بالرمز (SPSS)، مستخدمين أساليب الإحصاء الوصفي (التكرار، النسب المئوية، المتوسط الحسابي والانحراف المعياري) ، إضافة إلى أساليب الإحصاء الاستدلالي (الفا كرونباخ لثبات وصدق عبارات الاستبيان ، اختبار ستيودنت لإثبات صحة الفرضيات أو نفيه) ، ومن خلال النتائج التي توصلنا إليها اتضح لنا أن الوكالة البنكية محل الدراسة لا تتوفر على معوقات تبني الخدمات المصرفية الالكترونية سواء المرتبطة بالبنك أو بالعملاء أو بالجريمة الالكترونية.

الخاتمة العامة

الخاتمة العامة:

تعد الخدمات المصرفية الالكترونية ثمار اندماج التكنولوجيا في العمل المصرفي، حيث سهلت هذه الخدمات كافة التعاملات سواء بين البنوك من خلال اختفاء التعامل بالوثائق الورقية.... الخ، أو بين البنك والعميل حيث أصبح الزبون لا يلزم له الذهاب لمقر البنك إضافة إلى توفر الخدمات على مدار 24 ساعة، كما جعلت من العالم المصرفي قرية مالية صغيرة من خلال الشيكات والأنظمة الالكترونية المعتمدة كنظام الدفع الالكتروني، إضافة إلى كافة القنوات والأجهزة التي تعمل البنوك جاهدة على توفيرها من اجل كسب ولاء الزبائن وتوفير لهم احداث الخدمات. والخدمات المصرفية الالكترونية مثل ما تحتويه من مزايا فان لها معوقات تقف أمام البنوك لتبني مثل هذه الخدمات، والبنوك التجارية الجزائرية ليست بمنأى من هذه المعوقات.

لذا فان موضوع معوقات تبني الخدمات المصرفية الالكترونية في البنوك التجارية من المواضيع التي لاقت اهتماما من قبل العديد من الفئات الاجتماعية للبحث في ثناياها ورفع الستار عنها، حيث قد تكون من المعوقات المرتبطة بالبنك كعدم كوادر بشرية مؤهلة ومدربة، أو ضعف شبكة التواصل..... الخ، كما قد ترتبط بالعملاء كغياب الثقة والأمان.... الخ، بالإضافة إلى الجرائم الالكترونية التي باتت تهدد جميع المتعاملين بالانترنت.

لذا على البنوك أن تكون على دراية مسبقة بكافة المعوقات التي تهدد تبني الخدمات المصرفية الالكترونية، لإيجاد الحلول المناسبة من اجل النجاح والتوسع في هذا المجال، وفتح آفاق جديدة لهذه الخدمات المتطورة.

1. اختبار فرضيات الدراسة:

- الفرضية الأولى: تعمل التكنولوجيا المصرفية على تسهيل التعامل بين البنك والعميل حيث تطورت عبر عدة مراحل والمتمثلة في مرحلة الدخول، مرحلة تعميم الوعي بالتكنولوجيا، مرحلة دخول الاتصالات التوفير الفوري لخدمات الزبائن، مرحلة اعتبار التكنولوجيا أصلا من أصول البنك، مرحلة اعتبار التكنولوجيا عملا ضمن أعمال البنك.

نؤكد على صحة الفرضية، حيث تم إثباتها من خلال الفصل الأول للدراسة، حيث أن التكنولوجيا المصرفية هي إسناد كافة الوسائل والأدوات التكنولوجية إلى الخدمات المصرفية من أجل التقرب من العميل وإرضائه بأي شكل من الأشكال المتاحة، والتغلب على فوارق الزمان والمكان، والتكنولوجيا المصرفية لم تتوسط البنوك بصفقتها الحالية بل مرت بعدة مراحل كانت كما يلي: مرحلة الدخول، مرحلة تعميم الوعي بالتكنولوجيا، مرحلة دخول

لاتصالات التوفير الفوري لخدمات الزبائن، مرحلة اعتبار التكنولوجيا أصلا من أصول البنك، وأخيرا مرحلة اعتبار التكنولوجيا عملا ضمن أعمال البنك.

- **الفرضية الثانية:** تشمل الخدمات المصرفية الإلكترونية كافة الخدمات المصرفية التي تصل إلى العميل عبر قنوات توزيع متطورة والمتمثلة في الصراف الآلي، الهاتف المحمول، المصارف الإلكترونية، الهاتف المصرفي، التلفزيون الرقمي، المقاصة الإلكترونية.

نؤكد صحة هذه الفرضية، وهذا ما تم إثباته من خلال الفصل الثاني للدراسة حيث أن الخدمات المصرفية الإلكترونية، والأمان بغية كسب ولاء الزبائن وكسب عملاء جدد، حيث تصل هذه الخدمات إلى العملاء عبر قنوات التواصل الإلكترونية التالية: الصراف الآلي، الهاتف المحمول، المصارف الإلكترونية، الهاتف المصرفي، التلفزيون الرقمي، المقاصة الإلكترونية.

- **الفرضية الثالثة:** يوجد معوقات لتبني الخدمات المصرفية الإلكترونية في بنك الجزائر الخليج وكالة -قائمة.

من خلال الدراسة التطبيقية، فإننا نرفض هذه الفرضية ونقبل الفرضية البديلة التي مفادها أنه لا يوجد معوقات لتبني الخدمات المصرفية الإلكترونية في بنك الجزائر الخليج وكالة -قائمة راجعة إلى عوامل مرتبطة بالبنك أو العملاء أو عوامل أخرى (الجريمة الإلكترونية).

2. نتائج الدراسة :

من خلال ما تم التوصل إليه سواء على المستوى النظري أو التطبيقي، يمكننا تقديم النتائج التالية:

- مرت التكنولوجيا في القطاع المصرفي بعدة مراحل والمتمثلة في : مرحلة الدخول، مرحلة تعميم الوعي بالتكنولوجيا، مرحلة دخول الاتصالات، التوفير الفوري لخدمات الزبائن، مرحلة الضبط والسيطرة على التكاليف، مرحلة اعتبار التكنولوجيا عملا ضمن أعمال البنك.

- تصل الخدمات المصرفية الإلكترونية، إلى العميل عبر مجموعة من القنوات والمتمثلة في : الصراف الآلي، الهاتف المحمول، المصارف الإلكترونية، الهاتف المصرفي، التلفزيون الرقمي، المقاصة الإلكترونية.

- تبين بأنه لا تعتبر العوامل المرتبطة بالبنك من معوقات تبني الخدمات المصرفية الإلكترونية في بنك AGB وكالة قائمة .

- لا تعتبر العوامل المرتبطة بالعملاء من معوقات تبني الخدمات المصرفية الإلكترونية في بنك AGB وكالة قائمة.

- اتضح أن العوامل المرتبطة بالجرائم الالكترونية لا تعتبر من معوقات تبني الخدمات المصرفية الالكترونية في بنك AGB وكالة قلمة.

3. التوصيات والاقتراحات:

من خلال النتائج المتحصل عليها توصلنا إلى تقديم الاقتراحات التالية:

- قيام البنك بتوعية الموظفين بشكل مستمر من خلال عقد دورات تدريبية سواء داخلية أو خارجية وذلك لمعرفةهم بما هو جديد في مجال الصيرفة الالكترونية .

- يجب على البنك أن يكون متطلعا وعلى دراية بما يعيق التوسع في خدماته المصرفية الالكترونية وتفهمها من اجل توفير الحلول المناسبة لذلك .

- تشجيع العملاء على استخدام الخدمات المصرفية الالكترونية من خلال الترويج لها لإدراكهم أهميتها ومزاياها .

- يجب على البنك مواكبة كافة التطورات التكنولوجية، من اجل خلق خدمة جديدة، وتطوير الخدمات التي كانت لديها مسبقا.

- العمل على كسب ولاء الزبائن من خلال تقديم أفضل الخدمات وأحدثها وأعلىها جودة تحت ظل السرية والأمان .

- على العملاء تنمية مهاراتهم بشكل مستمر وذلك بالتعامل مع مختلف التغيرات الحادثة على الخدمات المقدمة لهم.

- تقديم البنك للموظفين علاوات والاعتراف بمجهوداتهم المبذولة تجاه الخدمات المقدمة للعملاء من أجل تحفيزهم لتقديم الأفضل، والعمل على تنمية قدراتهم ومهاراتهم.

- العمل على توفير كافة متطلبات الخدمات المصرفية الإلكترونية المستحدثة من أجل التوسع وزيادة حدة المنافسة.

- توفير أفضل برامج الحماية الإلكترونية، لحماية بيانات ومعلومات العملاء وتجنب حدوث الجرائم الإلكترونية مستقبلا.

- تهيئة بيئة العمل المناسبة للموظفين التي تساعدهم في التعامل مع كافة المستجدات.

4. أفاق الدراسة:

من خلال ما تناولناه في دراستنا تم اقتراح بعض المواضيع التي يمكن التطرق لها مستقبلا والتي تتمثل في:

- دور جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية في كسب ولاء الزبون.

- أثر جائحة كورونا على الصيرفة الإلكترونية في البنوك الجزائرية.

- دور الإبداع والابتكار في تنمية الخدمات المصرفية الإلكترونية في الجزائر.

قائمة المراجع

أولاً: الكتب باللغة العربية

1. احمد بوراس، السعيد بريكة، عمال الصيرفة الالكترونية الأدوات والمخاطر، دار الكتاب الحديث، مصر، الطبعة الأولى، 2014، ص165.
2. أحمد شعبان محمد علي، التسويق والخدمات المصرفية، دار التعليم الجامعي، مصر، بدون طبعة، 2018.
3. احمد محمد عني، إدارة البنوك تقليدية الماضي والكترونية المستقبل، المكتبة العصرية للنشر والتوزيع، مصر، الطبعة الأولى، 2006.
4. أسعد حميد العلي، إدارة المصارف التجارية مدخل إدارة المخاطر، الذاكرة للنشر والتوزيع، الأردن، الطبعة الأولى، 2013.
5. جلال جويده القصاص، اقتصاديات المصارف والنقود الرقمية (بيتكوين) من منظور إسلامي البنوك التجارية -إدارة السيولة والمخاطر الربحية- سعر الصرف الأجنبي، دار التعليم الجامعي ، مصر، بدون طبعة، 2019.
6. جنابة عبد الله، الاقتصاد المصرفي البنوك الالكترونية البنوك التجارية، السياسة النقدية، مؤسسة شباب الجامعة، مصر بدون طبعة، 2008.
7. حازم نعيم الصمادي، المسؤولية في العمليات المصرفية الالكترونية الوسائل الالكترونية العمليات الالكترونية، العدد الالكتروني، المسؤولية الضرر وعلاقته السلبية الإثبات والتوقيع الالكتروني، المحكمة المختصة القانون الواجب التطبيق الضمان، دار وائل للنشر، الأردن، الطبعة الأولى، 2003.
8. الحداد عوض، التسويق استراتيجيات التسويق المصرفي والخدمات المصرفية، دار الكتاب الحديث، مصر، بدون طبعة، 2009.
9. خديجة عتيق، واقع التسويق المصرفي في البنوك وأثره على رضا العملاء دراسة ميدانية للبنوك التجارية الجزائرية، الأردن، الطبعة الأولى، 2016.
10. دريد كامل آل شيب، إدارة العمليات المصرفية، دار المسيرة للنشر والتوزيع، الأردن، الطبعة الأولى، 2015.
11. رقية عبد الحميد شرون، إدارة المخاطر في البنوك الإسلامية والبنوك التجارية مع التركيز على خطر السيولة، دار وائل للنشر والتوزيع، الأردن، الطبعة الأولى، 2018.
12. سامر جلدة، البنوك التجارية والتسويق المصرفي، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، الطبعة الأولى، 2009.
13. السعيد بريكة، نادية شبانة، البنوك الالكترونية، دار الكتاب الحديثة، مصر، الطبعة الأولى، 2016.

14. صباح محمد أبو تاية، التسويق المصرفي بين النظرية والتطبيق، دار وائل للنشر والتوزيع، الأردن، الطبعة الأولى، 2008.
15. الطاهر لطرش، تقنيات البنوك، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، بدون طبعة، 2001.
16. عبد الهادي مسعودي، الأعمال المصرفية الالكترونية بنوك الكترونية ونقود الكترونية وبطاقات الكترونية، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، الأردن، بدون طبعة، 2016.
17. عزيزة بن سميحة، الائتمان في البنوك التجارية مخاطر وأساليب تسييرها، دار الأيام للنشر والتوزيع، الأردن، الطبعة الأولى، 2017.
18. محمد احمد السريتي، محمد عزت محمد غزلان، اقتصاديات النقود والبنوك والأسواق المالية، مؤسسة رؤية للطباعة والنشر والتوزيع، مصر، الطبعة الأولى، 2010.
19. محمد السعيد السهموري، اقتصاديات النقود والبنوك، دار الشروق، الأردن، الطبعة الأولى، 2012.
20. محمد السيد سرايا، البنوك التجارية، دار المطبوعات الجامعية، مصر، بدون طبعة، 2008.
21. محمد عبد الفتاح الصيرفي، إدارة البنوك، دار المناهج للنشر والتوزيع، الأردن، الطبعة الأولى، 2006.
22. محمود محمد خير الدين، سياسة تسعير الخدمات المصرفية وتأثيرها على ربحية البنوك، دار التعليم الجامعي، بدون طبعة، 2018.
23. مصطفى يوسف كافي، النقود والبنوك الالكترونية، دار مؤسسة رسلان، سوريا، بدون طبعة، 2011.
24. منير إبراهيم هندي، إدارة البنوك التجارية مدخل اتخاذ القرارات، المكتب العربي الحديث، مصر، الطبعة الثالثة، 1996.
25. منير الجنبهي، ممدوح الجنبهي، البنوك الالكترونية، دار الفكر الجامعي، مصر، بدون طبعة، 2006.
26. ناظم محمد نوري الشمري، عبد الفتاح زهير العبد اللات، الصيرفة الالكترونية الأدوات والتطبيقات ومعيقات التوسع، دار وائل للنشر والتوزيع، الأردن، 2008.
27. وسيم محمد الحداد وآخرون، الخدمات المصرفية الالكترونية، دار المسيرة للنشر والتوزيع، الأردن، الطبعة الأولى، 2012.

ثانياً: الرسائل والأطروحات الجامعية.

1. أحلام مخي، تقييم المؤسسة من وجهة نظر البنك-دراسة حالة شركة الأشغال العامة والطرق-، مذكرة مكملة لنيل شهادة ماجستير، تخصص بنوك وتأمينات، كلية علوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة منتوري، قسنطينة، 2007/2006.

2. أحمد بلقاسم المختار تواتي، معوقات تطوير المصرفة الإلكترونية في المصارف التجارية الليبية، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه، تخصص مصارف، كلية العلوم المالية والمصرفية، جامعة العلوم المالية، الأردن، 2010.
3. أحمد محمد احمد الحسن أبو شوك، أثر الفجوة الرقمية على استخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية في السودان، أطروحة مكلمة لنيل شهادة الماجستير في الاقتصاد التطبيقي، تخصص تمويل، كلية الدراسات العليا، جامعة العلوم والتكنولوجيا، السودان، 2021.
4. بن موسى أعمار، الخدمات المصرفية الإلكترونية ومتطلبات تطويرها في الجزائر دراسة ميدانية، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه، تخصص دراسات مالية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة غرداية، 2019-2020.
5. تقرورت محمد، متطلبات تطوير المعاملات المصرفية الإلكترونية في الدول العربية بالإشارة إلى حالة الجزائر، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه، جامعة الشلف، الجزائر، 2014.
6. حرم فرج محمود، أثر معوقات التسويق الإلكتروني المصرفي في جودة الخدمات المصرفية دراسة ميدانية لعينة من المصارف التجارية في السودان، مذكرة مقدمة لنيل درجة الماجستير، تخصص دراسات مصرفية، كلية الدراسات العليا، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، 2019.
7. حياة نجار، إدارة المخاطر المصرفية وفق اتفاقيات بازل - دراسة واقع البنوك التجارية العمومية الجزائرية-، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم اقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة فرحات عباس، سطيف، 2013/2014.
8. دوش عبد القادر، انعكاسات سياسة التحرير المصرفي على البنوك التجارية وإستراتيجية عمل البنوك لمواجهةها، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية، تخصص تحليل اقتصادي، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية، جامعة العربي بن مهدي، أم البواقي، 2008/2009.
9. دغوش العطرة، استخدام شبكة الأنترنت كأداة الخدمات البنكية وأثرها على الأداء البنكي حالة البنوك التجارية، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه، تخصص نقود مالية كلية العلوم الاقتصادية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2016/2017.
10. رجم نور الدين، دور سياسة الترويج في تسويق الخدمات المصرفية دراسة حالة الوكالة (748) بنك الفلاحة والتنمية الريفية، مذكرة مكلمة لنيل شهادة الماجستير، تخصص تسويق، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة 20 أوت 1955، سكيكدة، 2008/2009.
11. زهير زواش، دور نظام الدفع الإلكتروني في تحسين المعاملات المصرفية دراسة حالة الجزائر، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، تخصص تمويل دولي والمؤسسات المالية والنقدية، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة أم البواقي، 2010/2011.

12. سحانين الميلود، مساهمة التكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحقيق أبعاد التنمية المستدامة دراسة حالة الجزائر، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه، تخصص إدارة أعمال، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية، جامعة الجيلالي ليابس، سيدي بلعباس، 2016/2017.
13. صلاح الدين مفتاح سعد الباهي، أثر جودة الخدمات المصرفية الالكترونية على رضا الزبائن دراسة ميدانية على البنك الإسلامي الأردني في عمان، مذكرة ماجستير في إدارة الأعمال، جامعة الشرق الأوسط، الأردن، 2016.
14. العاني إيمان، بنوك التجارية وتحديات التجارة الالكترونية، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير، تخصص بنوك وتأمينات، كلية علوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة منتوري، قسنطينة، 2006/2007.
15. عايد كمال، تكنولوجيا الإعلام والاتصال وتأثيرها على قمم المجتمع الجزائري الشباب الجامعي لتلمسان، نموذجاً مذكرة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه، تخصص علم الاجتماع والاتصال، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة أبي بكر بلقايد، تلمسان، 2016/2017.
16. عبد القادر براينيس، التسويق في مؤسسات الخدمات العمومية دراسة على قطاع البريد والاتصالات في الجزائر، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، 2006/2007.
17. عمار محمد زهير تيناوي، دور استخدام تكنولوجيا المعلومات في تحسين جودة درجة الخدمات المقدمة في شركة الاتصالات MTN Syriatel، مذكرة مقدمة لنيل الماجستير، تخصص إدارة أعمال، الجامعة الافتراضية السورية، سوريا، 2018/2019.
18. غيشي عبد العالي، أهمية نوعية الاتصال في تحسين الخدمات دراسة حالة الخدمات المصرفية بمدينة قسنطينة، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، تخصص تسويق، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة منتوري، قسنطينة، 2006/2007.
19. نادية عبد الرحيم، تطور الخدمات المصرفية ودورها في تفعيل النشاط الاقتصادي دراسة حالة الجزائر، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، تخصص نقود وبنوك، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر3، الجزائر، 2010/2011.
20. نصيرة شوب، الإدارة البنكية الالكترونية في الجزائر دراسة ميدانية حول أنظمة النقد الآلي، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، تخصص مجتمع معلومات، كلية العلوم السياسية، جامعة الجزائر، الجزائر، 2012/2013.

ثالثا: المجالات.

1. أم الخير قوق، حنان طهاري، المسؤولية المدنية الناشئة عن استخدام وسائل الدفع الالكتروني، مجلة العلوم القانونية والاجتماعية، المجلد 7، العدد 1، 2022.
2. أمينة بن جدو، سمية ديقش، ممارسات خدمات الصيرفة الالكترونية في البنوك الجزائرية دراسة حالة البنك الوظيفي الجزائري BNA، مجلة العلوم الإدارية والمالية، المجلد 4، العدد 2، 2020.
3. أمينة عبد الإله حلبوص، الصيرفة الإلكترونية في المصارف العراقية، المجلة العراقية للعلوم الاقتصادية، العدد 43، 2014.
4. بشرير عمران، تهتان موارد، أثر الخدمات المصرفية الالكترونية على تحسين جودة الخدمات بالمصارف دراسة حالة الوكالات العمومية والخاصة بولاية البليدة، مجلة معارف علمية محكمة، العدد 20، 2016.
5. توبين علي، دور التكنولوجيا في ظل تحرير الخدمات المصرفية، مجلة الاقتصاد الجديد، العدد 6، 2012.
6. حسين هادي كهو راضي، الخدمات المصرفية الالكترونية ومحددات استخدامها من وجهة نظر زبائن المصرف دراسة استطلاعية لعينة من آراء زبائن مصرفي الرشيد والرافدين، مجلة وارث العلمية، المجلد 03، العدد 7، 2021.
7. حسينة شرون، سعاد سفار طيبي، الإطار القانوني لأنظمة الدفع الالكتروني، مجلة صوت القانون الجزائري، المجلد 7، العدد 2، 2020.
8. حمو محمد، زيدان محمد، إدارة التكنولوجيا المصرفية من اجل تحسين تنافسية البنوك مع الإشارة إلى البنوك الجزائرية، الأكاديمية للدراسات الاجتماعية والإنسانية، الشلف، العدد سادس عشر، 2016.
9. خالد محمد احمد الجابري، البنوك الإسلامية مقابل البنوك التجارية، مجلة الاقتصاد الإسلامي العالمي، سوريا، العدد الرابع والخمسون، 2016.
10. ديدوش هاجرة، حريري عبد الغني، دور الصيرفة الالكترونية في تحسين الخدمة المصرفية دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية للمديرية الجهوية بالشلف، مجلة اقتصاديات شمال إفريقيا، المجلد 17، العدد 26، 2021.
11. ربيع ياسين الدليمي، أثر التجارة الالكترونية في تطوير الخدمات المصرفية في البنوك الأهلية في بغداد، مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية، العدد 67، 2022.
12. رشدي عبد اللطيف وادي، أهمية ومزايا البنوك الإلكترونية في قطاع غزة بفلسطين ومعوقات انتشاره، مجلة الجامعة الإسلامية سلسلة الدراسات

13. علي غانم شاكر، دور نظام الدفع والتحويل الالكتروني الضرائب في تطوير إجراءات التحاسب الضريبي دراسة تحليلية في الهيئة العامة للضرائب فرع الديوانية، مجلة المثنى للعلوم الإدارية والاقتصادية، العراق، المجلد 7، العدد 4، 2017.
14. علي محبوب، علي سنوسي، واقع الصيرفة الالكترونية في البنوك التجارية مصرف السلام الجزائر نموذجاً، مجلة شعاع للدراسات الاقتصادية، المجلد 4، العدد 2، 2020.
15. عمر علي بابكر الطاهر، أثر جودة الخدمات المصرفية على رضا العملاء دراسة ميدانية المصارف التجارية بمحافظة الدرب، المجلة العربية للنشر العلمي، سوريا، العدد 14، 2019.
16. عويسي أمين، النقود الإسلامية الالكترونية المؤشرة، مجلة بيت المشورة، قطر، العدد 6، 2017.
17. كريمة بركات، الصيرفة الالكترونية في الجزائر (المفهوم الواقع ومتطلبات التنشيط)، مجلة معارف الجزائر، مجلد 16، العدد 2، 2021.
18. كمال محمد حامد الفكي، دور التسويق في انتشار خدمات الصيرفة الالكترونية بالمملكة العربية السعودية دراسة تطبيقية على مصارف محافظة الأفلاج، مجلة الدراسات التجارية المعاصرة، العدد 2، 2016.
19. ليزة هشام، محمد الهادي ضيف الله، واقع وتحديات وسائل الدفع الالكترونية الجزائر، مجلة الدراسات والبحوث الاجتماعية، العدد 24، 2017.
20. محرز نور الدين، صيد مريم، نظام الدفع الالكتروني ودوره في تفعيل التجارة الالكترونية مع الإشارة إلى حالة الجزائر، مجلة الاقتصاد الجديد، العدد 2، 2010.
21. نصر حمود مزنان فهد، إمكانات التحول نحو الصيرفة الإلكترونية في البلدان العربية، مجلة كلية الإدارة والاقتصاد، العدد 4، 2011.
22. نعيمة مولفرعة، وسائل الدفع المصرفية التقليدية بالإلكترونية، مجلة البحوث في الحقوق والعلوم السياسية، الجزائر، العدد السادس، 2016.
23. نورالدين زمام، صباح سليمان، تطور مفهوم التكنولوجيا واستخداماته في العملية التعليمية، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، الجزائر، العدد حادي عشر، 2013.
24. هداية بوعزة، نظام الدفع الإلكتروني بين المزايا والمخاطر، مجلة الفقه والقانون، العدد 21، 2014.
25. وفاء احمد محمد، القدرة التنافسية للمصارف العراقية الحكومية في ظل التسويق المصرفي الالكتروني (دراسة في مصرفي الرشيد والرافدين)، مجلة الإدارة والاقتصاد، العدد 95، 2013.
26. وفاء جيثر مزعل، المعوقات التي تواجه تطبيق الصيرفة الالكترونية دراسة استطلاعية لأراء عينة من موظفي المصارف العاملة في مدينة الناصرية، مجلة دراسات محاسبية ومالية، المجلد 16، العدد 57، 2021.

27. يحيى حمود حسن البوعلي، فاعلية المصارف الالكترونية في دول مجلس التعاون الخليجي مجلة الاقتصاد الخليجي، الخليج، العدد 28، 2016.

رابعاً: المداخلات والملتقيات.

1. ريم هند، التجارة الإلكترونية، مداخله ضمن مجلة البصائر للدراسات القانونية والاقتصادية، الجزائر العدد الخاص، 2021.

خامساً: المحاضرات والمطبوعات الجامعية.

1. أحمد طحطاح، محاضرات في تسويق الخدمات، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة أكلي محمد أولحاج، البويرة، 2016/2017.
2. عادل زقير، طارق خاطر، محاضرات في الاقتصاد البنكي المعمق، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الشهيد حمة لخضر- الوادي، الجزائر، 2020/2021.
3. معزوز زكية، محاضرات في مقياس مدخل للخدمات، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة أكلي محمد أولحاج، البويرة، 2021/2022.
4. هادي خليل، محاضرات في النقود والمصارف، كلية إدارة الأعمال، جامعة خاصة، سوريا.

سادساً: مواقع الانترنت.

1. رانيا المجني، تسويق الخدمات، الجامعة الافتراضية السورية، الجمهورية العربية السورية، 2020، ص 4، أطلع عليه بتاريخ 15-05-2022، الموقع: <https://pedia.svuonline.org/>
2. يونس بلفلاح، تكنولوجيا الأعمال المصرفية، أطلع عليه بتاريخ: 2022/04/05، الموقع: <https://www.alaraby.co.uk>

الملاحق



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة 8 ماي 1945 قالمة



كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

قسم علوم التسيير

تخصص إدارة مالية

استبيان

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته

في إطار التحضير لمذكرة تخرج بعنوان " معوقات تبني الخدمات المصرفية الالكترونية في البنوك التجارية الجزائرية -دراسة حالة بنك الخليج الجزائر- وكالة قالمة " المكملة لنيل شهادة الماستر في الإدارة المالية.

قمنا بإعداد هذا الاستبيان الذي يضم مجموعة من الأسئلة والتي نأمل أن يتم الإجابة عنها من طرفكم وذلك بوضع علامة (X) في الخانة التي تتفق مع رأيكم، مع العلم أن هذه المعلومات تستخدم لغرض البحث العلمي فقط.

تحت إشراف الأستاذة:

من إعداد الطالبة:

د. بيري نورة

حواوسة شهيناز

القسم الأول: البيانات الشخصية

1- الجنس:

أنثى

ذكر

2- العمر:

أقل من 30 سنة

30-39 سنة

40-49 سنة

50 سنة فأكثر

3- المستوى التعليمي:

أقل من ثانوي

ثانوي

جامعي

ما بعد التدرج (ماجستير أو دكتوراه)

4- المستوى المعيشي:

أقل من 20000 دج

من 20000 إلى 39999 دج

من 40000 إلى 59999 دج

من 60000 دج فأكثر

القسم الثاني: معوقات مرتبطة بالبنك

الرقم	العبارة	غير موافق تماما	غير موافق	محايد	موافق	موافق تماما
01	الموظفون بالبنك مؤهلون لتقديم الخدمات المصرفية الالكترونية.					
02	تواجه مشكلة في التواصل الالكتروني مع البنك.					
03	يتأخر البنك في تقديم خدماته الالكترونية.					
04	يوفر البنك معدات وأجهزة كافية لتقديم الخدمات المصرفية الالكترونية.					
05	يملك البنك قوانين توضح الحقوق والالتزامات أثناء تقديم الخدمات المصرفية الالكترونية.					
06	يقوم البنك بتجديد وتطوير الخدمات المصرفية الالكترونية بما يتناسب مع احتياجاته.					
07	البنك يتحمل تكاليف عالية لتقديم الخدمات المصرفية الالكترونية.					
08	أثق في أمن وسرية النظام الالكتروني للبنك.					
09	تتعامل مع هذا البنك لأن له سمعة طيبة.					
10	يحقق البنك المزيج المناسب من الخدمات التقليدية والالكترونية.					

القسم الثالث: معوقات مرتبطة بالعملاء

الرقم	العبارة	غير موافق تماما	غير موافق	محايد	موافق	موافق تماما
01	توفر السرية عند استخدام الخدمات المصرفية الالكترونية.					
02	يعتبر استخدام المصرفية الالكترونية آمن.					
03	تواجه صعوبات عند استخدام الخدمات المصرفية الالكترونية.					
04	تثق في الخدمات المصرفية الالكترونية.					
05	تتمتع بمهارات تساعدك في استخدام الخدمات المصرفية الالكترونية.					
06	يفرض عليك البنك دفع عمولات عالية مقابل الخدمات المصرفية الالكترونية.					
07	تملك الأجهزة التي تساعدك في التعامل مع الخدمات المصرفية الالكترونية.					
08	تتمتع بالمعرفة الكافية للخدمات المصرفية الالكترونية.					
09	تواجه مشاكل أثناء استخدامك شبكة الخدمات المصرفية الالكترونية.					

					10	تعرف مدى أهمية الخدمات المصرفية الالكترونية ومزاياها.
					11	تفضل الخدمات المصرفية التقليدية على الخدمات المصرفية الالكترونية.
					12	يقوم البنك بالترويج الكافي لخدماته المصرفية الالكترونية.
					13	هناك قيود على الخدمات المصرفية الالكترونية للبنك

القسم الرابع: معوقات أخرى (الجرائم الالكترونية)

الرقم	العبارة	غير موافق تماما	غير موافق	محايد	موافق	موافق تماما
01	هناك اختراقات للحسابات المصرفية الالكترونية.					
02	يتم التلاعب بالبيانات المصرفية الالكترونية من طرف أشخاص مجهولين.					
03	يتم التعرض للابتزاز من أجل إعادة البطاقة الذكية الضائعة.					
04	يتم استخدام أموال غير مشروعة في المعاملات المصرفية الالكترونية.					
05	يتم استعمال البطاقة الذكية المسروقة من قبل الغير.					
06	البطاقة الملغاة تصلح لسحب أموال في بعض الأحيان.					

```
GET
  FILE='E:\hwawsa Spss2.sav'.
DATASET NAME Ensemble_de_données1 WINDOW=FRONT.
RELIABILITY
  /VARIABLES=x1 x2 x3 x4 x5 x6 x7 x8 x9 x10 y1 y2 y3 y4 y5 y6 y7 y8 y9 y10
y11 y12 y13 z1 z2 z3 z4 z5 z6
  /SCALE('ALL VARIABLES') ALL
  /MODEL=ALPHA.
```

Fiabilité

[Ensemble_de_données1] E:\hwawsa Spss2.sav

Echelle : TOUTES LES VARIABLES

Récapitulatif de traitement des observations

		N	%
Observations	Valide	50	100,0
	Exclus ^a	0	,0
	Total	50	100,0

a. Suppression par liste basée sur toutes les variables de la procédure.

Statistiques de fiabilité

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
,701	29

FREQUENCIES VARIABLES=sex age N.education salaire
/ORDER=ANALYSIS.

Effectifs

[Ensemble_de_données1] E:\hwawsa Spss2.sav

Statistiques

		sex	age	N.education	salaire
N	Valide	50	50	50	50
	Manquante	0	0	0	0

Tableau de fréquences

sex

		Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	male	35	70,0	70,0	70,0
	femelle	15	30,0	30,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

age

		Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	moins de 30 ans	8	16,0	16,0	16,0
	entre 30 et 39 ans	14	28,0	28,0	44,0
	entre 40 et 49 ans	16	32,0	32,0	76,0
	4	12	24,0	24,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

N.education

		Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	moins de secondaire	10	20,0	20,0	20,0
	secondaire	17	34,0	34,0	54,0
	universitaire	12	24,0	24,0	78,0
	poste graduation	11	22,0	22,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

salaire

		Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	moins de 20000 DA	9	18,0	18,0	18,0
	entre 20000 et 39999 DA	11	22,0	22,0	40,0
	entre 40000 et 59999 DA	12	24,0	24,0	64,0
	plus de 60000 DA	18	36,0	36,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

```
DESCRIPTIVES VARIABLES=x1 x2 x3 x4 x5 x6 x7 x8 x9 x10 X
  /STATISTICS=MEAN STDDEV MIN MAX.
```

Descriptives

[Ensemble_de_données1] E:\hwawsa Spss2.sav

Statistiques descriptives

	N	Minimum	Maximum	Moyenne	Ecart type
x1	50	1	5	3,86	1,010
x2	50	1	5	2,30	1,182
x3	50	1	5	2,34	1,171
x4	50	1	5	3,60	1,125
x5	50	1	5	3,60	1,195
x6	50	1	5	3,56	1,091
x7	50	1	5	3,26	1,103
x8	50	1	5	3,74	1,121
x9	50	1	5	4,04	,989
x10	50	1	5	4,02	,915
X	50	1,30	4,30	3,4320	,59159
N valide (listwise)	50				

```
DESCRIPTIVES VARIABLES=y1 y2 y3 y4 y5 y6 y7 y8 y9 y10 y11 y12 y13 Y
  /STATISTICS=MEAN STDDEV MIN MAX.
```

Descriptives

[Ensemble_de_données1] E:\hwawsa Spss2.sav

Statistiques descriptives

	N	Minimum	Maximum	Moyenne	Ecart type
y1	50	1	5	4,04	,832
y2	50	1	5	3,80	,990
y3	50	1	5	2,56	1,232
y4	50	1	5	3,98	,937
y5	50	1	5	3,56	1,163
y6	50	1	5	2,44	1,163
y7	50	1	5	3,64	1,174
y8	50	1	5	3,50	1,165
y9	50	1	5	2,70	1,182
y10	50	1	5	3,50	1,074
y11	50	1	5	2,94	1,391
y12	50	1	5	3,58	1,032
y13	50	1	5	2,90	1,182
Y	50	1,69	4,08	3,3185	,40197
N valide (listwise)	50				

```
DESCRIPTIVES VARIABLES=z1 z2 z3 z4 z5 z6 Z
  /STATISTICS=MEAN STDDEV MIN MAX.
```

Descriptives

[Ensemble_de_données1] E:\hwawsa Spss2.sav

Statistiques descriptives

	N	Minimum	Maximum	Moyenne	Ecart type
z1	50	1	5	2,12	1,043
z2	50	1	5	2,18	1,119
z3	50	1	5	1,88	,872
z4	50	1	4	2,06	,913
z5	50	1	4	2,10	1,055
z6	50	1	4	1,54	,734
Z	50	1,00	3,67	1,9800	,71321
N valide (listwise)	50				


```
/VARIABLES=Z
/CRITERIA=CI(.95).
```

Test-t

[Ensemble_de_données1] E:\hwawsa Spss2.sav

Statistiques sur échantillon unique

	N	Moyenne	Ecart-type	Erreur standard moyenne
Z	50	1,9800	,71321	,10086

Test sur échantillon unique

	Valeur du test = 3					
	t	ddl	Sig. (bilatérale)	Différence moyenne	Intervalle de confiance 95% de la différence	
					Inférieure	Supérieure
Z	-10,113	49	,000	-1,02000	-1,2227	-,8173

```
T-TEST
  /TESTVAL=3
  /MISSING=ANALYSIS
  /VARIABLES=X
  /CRITERIA=CI(.95).
```

Test-t

[Ensemble_de_données1] E:\hwawsa Spss2.sav

Statistiques sur échantillon unique

	N	Moyenne	Ecart-type	Erreur standard moyenne
X	50	3,4320	,59159	,08366

Test sur échantillon unique

	Valeur du test = 3					
	t	ddl	Sig. (bilatérale)	Différence moyenne	Intervalle de confiance 95% de la différence	
					Inférieure	Supérieure
X	5,164	49	,000	,43200	,2639	,6001

```
T-TEST
  /TESTVAL=3
  /MISSING=ANALYSIS
  /VARIABLES=Y
  /CRITERIA=CI(.95).
```

Test-t

[Ensemble_de_données1] E:\hwawsa Spss2.sav

Statistiques sur échantillon unique

	N	Moyenne	Ecart-type	Erreur standard moyenne
Y	50	3,3185	,40197	,05685

Test sur échantillon unique

	Valeur du test = 3					
	t	ddl	Sig. (bilatérale)	Différence moyenne	Intervalle de confiance 95% de la différence	
					Inférieure	Supérieure
Y	5,602	49	,000	,31846	,2042	,4327

```
T-TEST
  /TESTVAL=3
  /MISSING=ANALYSIS
```

