جـــــامعـة 8 مـــــــاي 1945
-قـــــالمـــــة-
كليـــة العلوم الاقتصاديـــة والتجاريـــة وعلوم التسييـــر
قســـم العلـــوم الاقتصاديـــة

مذكرة تخرج مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر في شعبة العلوم الاقتصادية

تخصص: إقتصاد نقدي وبنكي

تحت عنوان

دور وسائل الدفع الإلكتروني في تحسين جودة الخدمات المصرفية

دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية -وكالة قالمة-

إعداد الطلبة:

- جبابلة إلهام
- ربايعية جهاد

اشراف الدكتور:

كشيتي حسين

السنة الجامعية 2023/2022

جـــــامعـة 8 مـــــــاي 1945
-قـــــالمـــــة-
كليـــة العلوم الاقتصاديـــة والتجاريـــة وعلوم التسييـــر
قســـم العلـــوم الاقتصاديـــة

مذكرة تخرج مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر في شعبة العلوم الاقتصادية

تخصص: إقتصاد نقدي وبنكي

تحت عنوان

دور وسائل الدفع الإلكتروني في تحسين جودة الخدمات المصرفية

دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية -وكالة قالمة-

إعداد الطلبة:

- جبابلة إلهام
- ربايعية جهاد

اشراف الدكتور:

كشيتي حسين

السنة الجامعية 2023/2022

شكر وعرفان

الحمد لله الذي بنعمته تتم الصالحات

قال تعالى: "ربي أوزعني أن أشكر نعمتك التي أنعمت عليّ وعلى والدي وأن أعمل صالحا ترضاه وأدخلني برحمتك في عبادك الصالحين"

سورة النمل " الآية 19"

فالحمد لله والشكر لله العلي العظيم الذي وفقنا لإتمام هذا العمل المتواضع، ونشهد أن لا إله إلا الله وحده لا شريك له تعظيما لشأنه ونشهد أن سيدنا محمد عبده ورسوله الداعي إلى رضوانه صلى الله عليه وعلى آله وأصحابه وأتباعه وسلم؛

كما نتقدم بعميق شكرنا وفائق إمتنانا وإحترامنا للأستاذ " كشيتي حسين" الذي تفضل بالإشراف على هذا البحث وعلى كل ما قدمه من نصائح قيّمة وتوجيهات سديدة طيلة إنجاز هذا العمل؛

كما نتقدم بالشكر إلى كافة أساتذة وعمال قسم العلوم الإقتصادية وأيضا إلى جميع موظفي بنك الفلاحة والتنمية الريفية –وكالة قالمة- على حسن استقبالهم وتزويدهم لنا بالمعلومات.

قال رسول الله صلى الله عليه وسلم:

" من لم يشكر الناس لم يشكر الله"

إهـــداء

إلى منبت الخير والتضحية والإيثار

مثلي الأعلى في الحياة، من علمني كيف أعيش

" والدي الكريم ... حفظك الله"

إلى رمز التفاني والإخلاص والعطاء

لا أجد كلمات يمكن أن تمنحها حقها

" أمي الحبيبة .... رعاك الله"

إلى من هم سندي في الحياة ومشاطري أفراحي وأحزاني

" إخوتي الأعزاء ..... أنورورتاج"

إلى كبيرة المقام ذات السيرة العطرة

" جدتي الغالية ..... رحمك الله وأدخلك فسيح جناته"

إلى كل من يحبني بصدق وإخلاص " أصدقائي الأعزاء"

وإلى من ساندتني في هذا العمل

" صديقاتي .... مرشلة فاطمة الزهراء،

كوثروجهاد ربايعية"

كما أهدي تحياتي إلى من كان عونا لي

في إنجاز هذه المذكرة "

أستاذي "كشيتي حسين"

وأساتذتي " عماري صليحة"

و" بشيشي وليد"

وكل أساتذة العلوم الاقتصادية

إلهـــام

إهـــداء

أولا وقبل كل شيء أحمد الله الذي أمدني بالقوة والعافية أشكره أنه وهبني التوفيق والسداد ومنحني الرشد والثبات لإعداد هذه المذكرة

أهدي هذا العمل إلى التي قاسمتني أفراحي وأحزاني وتحملت هموم الحياة من أجل سعادتي

إلى من علمتني أن الحياة أمل وعمل

إليك يا منبع العطاء وبحر الأمان " **إليك أمي ... حفظك الله"**

إلى الذي أنار دربي وطريقي ومن علمني أن الحياة كفاح وأن العلم وسيلة للوصول إلى المبتغى " **إليك أبي ... حفظك الله"**

إلى من قاسموني حلو الحياة ومرها تحت سقف واحد، إلى من أعطوا الأخوة معناها النبيل إلى من أعيش معهم أجمل اللحظات وأحلاها..

" إلى إخوتي: محمد سعيد وجمال الدين .... حفظهم الله"

إلى من ساعدتني في إنجاز هذا العمل

صديقتي ..."جبابلة إلهام "

إلى من كان عونا لي في إنجاز هذه المذكرة

" أستاذي كشيتي حسين" وكل أساتذة

كلية العلوم الاقتصادية أهدي هذا

العمل.

جهـــاد

الملخص:

يعتبر نظام الدفع لأي جهاز مصرفي مؤشرا هاما عن مدى تطور وسيرورة عمله، الأمر الذي دفع البنوك في جميع دول العالم للاهتمام بتحديث وسائل الدفع التي تعتمدها، كون وسائل الدفع التقليدية لم تعد فعالة في ظل ظهور الانترنت واشتداد المنافسة بين مختلف المؤسسات المصرفية والمالية، الأمر الذي أدى إلى ظهور وسائل دفع جديدة تعرف بوسائل الدفع الالكتروني.

وبنك الفلاحة والتنمية الريفية (وكالة قالمة) كغيره من البنوك مدرك لهذا التطور، حيث اهتم باستخدام البطاقات البنكية بنوعيها الوطنية والدولية في أغلب معاملاته المصرفية، إلا أن هذا الأمر لم يؤد إلى وجود ارتباط بين وسائل الدفع الالكتروني وتحسين جودة خدماته المصرفية، نظرا لاقتصاره على نوع واحد من هاته الوسائل، الأمر الذي يستدعى التوجه نحو باقي وسائل الدفع الالكتروني لزيادة الكفاءة والفعالية في تقديم الخدمات وجذب أكبر عدد من العملاء.

الكلمات المفتاحية: وسائل الدفع التقليدية، وسائل الدفع الإلكتروني، جودة الخدمة المصرفية، بنك الفلاحة والتنمية الريفية.

Summary

The payment system for any banking device is considered an important indicator of its development and operational efficiency. This has prompted banks worldwide to focus on updating their payment methods, as traditional payment methods have become less effective with the emergence of the internet and increased competition among various banking and financial institutions. Consequently, new payment methods known as electronic payments have emerged.

The Agricultural and Rural Development Bank (BADR) in Guelma, like other banks, recognizes this development. It has emphasized the use of both national and international bank cards in most of its banking transactions. However, this has not resulted in a connection between electronic payment methods and the improvement of its banking services' quality. This limitation to a single type of electronic payment method necessitates a shift towards other electronic payment methods to increase efficiency and effectiveness in service delivery and attract a larger customer base.

Key words: Traditional Payment Methods, Electronic payment methods, Quality of banking service, Bank of Agriculture and Rural Development.

فهرس المحتويات

فهرس المحتويات

المحتوى	الصفحة
شكروعرفان	
الإهداء	
فهرس المحتويات	**III-I**
فهرس الجداول	**IV**
فهرس الأشكال	**V**
فهرس الملاحق	**VI**
مقدمة	**أ-د**
الفصل الأول: الإطار النظري لوسائل الدفع الإلكتروني	**43-6**
تمهيد	**7**
المبحث الأول: ماهية وسائل الدفع التقليدية والإلكتروني	**18-8**
المطلب الأول: مفهوم وسائل الدفع	**8**
المطلب الثاني: مكونات وسائل الدفع التقليدية	**9**
المطلب الثالث: وسائل الدفع الإلكتروني	**15**
المطلب الرابع: أهمية وسائل الدفع الإلكتروني	**17**
المبحث الثاني: أنواع وسائل الدفع الإلكتروني واستخداماتها	**34-18**
المطلب الأول: البطاقات البنكية	**18**
المطلب الثاني: البطاقات الذكية والنقود الإلكترونية	**22**
المطلب الثالث: المحافظ الإلكترونية والشيكات الإلكترونية	**26**
المطلب الرابع: التحويلات المالية الإلكترونية والفاتورة الإلكترونية	**31**
المبحث الثالث: تقييم وسائل الدفع الإلكتروني	**42-35**
المطلب الأول: مزايا وعيوب وسائل الدفع الإلكتروني	**35**
المطلب الثاني: طرق حماية وسائل الدفع الإلكتروني	**36**
المطلب الثالث: العوامل المساعدة والمعرقلة لنجاح وسائل الدفع الإلكتروني	**39**
خلاصة	**43**
الفصل الثاني: جودة الخدمات المصرفية وعلاقتها بوسائل الدفع الإلكتروني	**72 -44**
تمهيد	**45**
المبحث الأول: مفاهيم عامة حول الخدمة والخدمة المصرفية	**54-47**
المطلب الأول: ماهية الخدمة	**47**
المطلب الثاني: مفهوم الخدمة المصرفية	**48**

المطلب الثالث: أنواع الخدمات المصرفية	50
المطلب الرابع: دورة حياة الخدمة المصرفية	52
المبحث الثاني: المرتكزات الأساسية لجودة الخدمات المصرفية	**60-55**
المطلب الأول: مفهوم وأهمية جودة الخدمات	55
المطلب الثاني: جودة الخدمات المصرفية (المفهوم، الأهمية والمزايا)	57
المطلب الثالث: أبعاد جودة الخدمات المصرفية	59
المبحث الثالث: متطلبات تحقيق جودة الخدمات المصرفية وعلاقتها بوسائل الدفع الإلكتروني	**71-61**
المطلب الأول: صعوبات ونماذج قياس جودة الخدمات المصرفية	61
المطلب الثاني: متطلبات تطوير جودة الخدمات المصرفية	66
المطلب الثالث: مساهمة وسائل الدفع الإلكتروني في تحسين جودة الخدمات المصرفية	70
خلاصة	72
الفصل الثالث: دراسة ميدانية حول وسائل الدفع الإلكتروني ودورها في تحسين جودة الخدمات المصرفية ببنك الفلاحة والتنمية الريفية –وكالة قالمة	**108-73**
تمهيد	74
المبحث الأول: التعريف ببنك الفلاحة والتنمية الريفية -وكالة قالمة-	**82-75**
المطلب الأول: تقديم بنك الفلاحة والتنمية الريفية –وكالة قالمة	75
المطلب الثاني: الهيكل التنظيمي لبنك الفلاحة والتنمية الريفية –وكالة قالمة	76
المطلب الثالث: مهام وأهداف بنك الفلاحة والتنمية الريفية –وكالة قالمة	81
المبحث الثاني: الخدمات المصرفية ووسائل الدفع الإلكتروني في بنك الفلاحة والتنمية الريفية -وكالة قالمة	**93-82**
المطلب الأول: الخدمات المصرفية لبنك الفلاحة والتنمية الريفية -وكالة قالمة	82
المطلب الثاني: وسائل الدفع الإلكتروني لبنك الفلاحة والتنمية الريفية -وكالة قالمة	83
المطلب الثالث: الوسائط الإلكترونية الهامة في استخدام البطاقات البنكية	92
المبحث الثالث: استخدامات وسائل الدفع الإلكتروني ودورها في تحسين جودة الخدمات المصرفية في بنك الفلاحة والتنمية الريفية -وكالة قالمة	**107-93**
المطلب الأول: الإجراءات المنهجية للدراسة	93
المطلب الثاني: دراسة خصائص العينة	97
المطلب الثالث: التحليل الإحصائي المتعلق بتقييم العملاء لمؤشر وسائل الدفع الإلكتروني وجودة الخدمات المصرفية	103

خلاصة	108
الخاتمة	110
قائمة المراجع	115
الملاحق	
الملخص	

فهرس الجداول والأشكال

فهرس الجداول

رقم الجدول	عنوان الجدول	الصفحة
01	خصائص بطاقة ماستر كارد الكلاسيكية	87
02	خصائص بطاقة ماستر كارد تيتانيوم	89
03	عدد البطاقات الممنوحة من بنك الفلاحة والتنمية الريفية -وكالة قالمة- (2016-2023)	90
04	مقياس ليكارت الخماسي	94
05	وسائل الدفع الإلكتروني	95
06	جودة الخدمة المصرفية	95
07	معامل الإرتباط ومستوى الدلالة بين المتغيرين	96
08	آلفا كرونباج	97
09	توزيع مفردات العينة حسب متغير الجنس	98
10	توزيع مفردات العينة حسب متغير العمر	99
11	توزيع مفردات العينة حسب متغير المستوى التعليمي	100
12	توزيع مفردات العينة حسب متغير المهنة	101
13	توزيع مفردات العينة حسب متغير عدد مرات التعامل مع البنك	102
14	تقييم العملاء لمؤشر وسائل الدفع الإلكتروني	103
15	تقييم العملاء لمؤشر جودة الخدمات المصرفية	105
16	التحليل الإحصائي لإجابات أفراد العينة بين وسائل الدفع الإلكتروني وجودة الخدمات المصرفية	107

فهرس الأشكال

رقم الشكل	عنوان الشكل	الصفحة
01	دورة إستخدام الشيك الإلكتروني وإجراءاتها	30
02	دورة حياة الخدمة المصرفية	53
03	نموذج جودة الخدمة	63
04	نموذج الجودة الوظيفية والجودة الفنية	65
05	بنك الفلاحة والتنمية الريفية -وكالة قالمة-	76
06	الهيكل التنظيمي لبنك الفلاحة والتنمية الريفية -وكالة قالمة-	77
07	الهيكل التنظيمي للمديرية الفرعية	80
08	بطاقة الدفع الكلاسيكية CIB	85
09	بطاقة الدفع CBR	85
10	بطاقة التوفير	86
11	بطاقة الدفع GOLD	86
12	بطاقة ماستر كارد الكلاسيكية	87
13	بطاقة ماستر كارد تيتانيوم	88
14	جهاز TPE	93
15	دائرة نسبية توضح النسب المذكورة حسب متغير الجنس	98
16	دائرة نسبية توضح النسب المذكورة حسب متغير العمر	99
17	أعمدة بيانية توضح توزيع مفردات العينة حسب متغير المستوى التعليمي	100
18	أعمدة بيانية توضح توزيع مفردات العينة حسب متغير المهنة	101
19	دائرة نسبية توضح النسب المذكورة حسب متغير عدد مرات التعامل مع البنك	102

فهرس الملاحق

فهرس الملاحق

رقم الملحق	إسم الملحق
01	ماستر كارد الكلاسيكية
02	ماستر كارد تيتانيوم
03	طلب إستبدال بطاقة بدر الدولية إلى ماستر كارد
04	عقد حامل بطاقة ماستر كارد
05	وضعية البطاقات البنكية في 2018/12/31
06	مبيعات المنتجات البنكية
07	منتجات ماستر كارد
08	ملخص الأعمال البنكية في 2021/04/30
09	الوضعية الشهرية للبطاقات البنكية في 2023/03/31
10	مبيعات جهاز TPE من 2021 إلى 2022
11	مبيعات جهاز TPEمن 2022 إلى 2023/03/31
12	إستبانة خاصة بالعملاء
13	إستمارة الدراسة
14	مخرجات برنامج SPSS 27 لمتغيرات الدراسة

مقدمة

تعد البنوك الركيزة الأساسية لإقتصاد أي بلد، لذلك تسعى كل دولة من دول العالم إلى تطويرها، وذلك من خلال تحسين خدماتها وعصرنة وسائل الدفع التي تستخدمها لمواكبة التطورات التكنولوجية.

فقد كانت البنوك سابقا تعتمد في خدماتها على وسائل الدفع التقليدية والتي من أهمها النقود والأوراق التجارية نظرا لاستعمالها الواسع. لكن مع التقدم الإقتصادي الحاصل أصبحت هذه الوسائل لا تلبي كل المعاملات والمبادلات التجارية في البنوك. فالتطور السريع لعالم الإلكترونيات أدى إلى ظهور شبكة الأنترنيت كوسيلة لنقل وتبادل المعلومات والإتصال، حيث تم استغلال هذه الأخيرة من طرف البنوك في تحديث نظام الدفع وكذا تحسين خدماتها المقدمة لعملائها، مما نتج عن هذه العملية خلق وسائل دفع جديدة والتي تعرف بوسائل الدفع الإلكتروني التي تسمح باختصار الوقت والتكاليف ولعل من أهمها البطاقات البنكية. كما أن لنجاح المؤسسات الخدمية المصرفية في زيادة قدراتها التنافسية تعتمد على الجودة في خدماتها المصرفية الذي يعد مرتكزا أساسيا تسعى لبلوغه في ظل ما يواجهها من منافسات وضغوطات.

➢ إشكالية الدراسة

وفي ظل وجود وسائل الدفع الإلكتروني وشيوع استخدامها وتطور تقنيات الإتصال ظهرت أعمال جديدة لدى البنوك، والتي أدت إلى زيادة حدة المنافسة بين المصارف ومنه أصبحت كل البنوك تتعامل بأنظمة ووسائل دفع إلكترونية بهدف تحسين وتطوير الخدمات المصرفية التي تؤدي بدورها إلى تحقيق رضا العملاء.

وبناء على ما سبق يمكن طرح التساؤل الرئيسي الآتي:

- ما دوروسائل الدفع الإلكتروني في تحسين جودة الخدمات المصرفية ببنك الفلاحة والتنمية الريفية -وكالة قالمة؟

ينبثق من السؤال الرئيسي جملة من الأسئلة الفرعية ندرجها فيما يلي:

1. فيما تتمثل أهم العوامل التي أدت إلى نجاح وسائل الدفع الإلكتروني وانتشارها؟
2. ما تأثير وسائل الدفع الإلكتروني على تحسين جودة الخدمات المصرفية؟
3. ما هو واقع استخدام وسائل الدفع الإلكتروني ببنك الفلاحة والتنمية الريفية -وكالة قالمة-؟
4. هل توجد علاقة بين وسائل الدفع الإلكتروني وجودة الخدمات المصرفية في بنك الفلاحة والتنمية الريفية -وكالة قالمة-؟

➢ فرضيات الدراسة

1. أدى ظهور الانترنيت والبنوك الإلكترونية إلى نجاح وانتشار وسائل الدفع الإلكتروني.
2. تؤثر وسائل الدفع الإلكتروني بشكل كبير على تحسين جودة الخدمات المصرفية ومواكبة التطورات الحاصلة.
3. يستخدم بنك الفلاحة والتنمية الريفية -وكالة قالمة- وسائل الدفع الإلكتروني في معاملاته اليومية.
4. توجد علاقة بين وسائل الدفع الإلكتروني وجودة الخدمات المصرفية في بنك الفلاحة والتنمية الريفية.

➢ أهمية الدراسة

ترجع أهمية الدراسة إلى تقديم مساهمة نظرية مفاهمية بخصوص وسائل الدفع الإلكتروني وجودة خدمات بنك الفلاحة والتنمية الريفية -وكالة قالمة-، بيان الدور الهام حول هذه الوسائل ودورها في تحسين جودة الخدمات المصرفية بالبنك محل

الدراسة، وتحديد أهم العوامل التي يوليها العملاء أهمية نسبية عالية عند تقييمهم لجودة تلك الخدمات وذلك لمعرفة أولوبات التطوير عند الحاجة إليه.

➢ أهداف الدراسة

في ضوء تحديد مشكلة الدراسة وأهميتها فإن هذه الدراسة تنصب أساسا على تحديد العلاقة بين وسائل الدفع الإلكتروني وجودة الخدمات المصرفية على مستوى البنك محل الدراسة

- إبراز وسائل الدفع الإلكتروني والتي أصبحت ضرورة حتمية في تحسين العمل المصرفي، وكذا تحسين جودة الخدمات.
- محاولة تقييم هذه الوسائل وذكر أنواعها وواقعها في بنك الفلاحة والتنمية الريفية -وكالة قالمة-
- محاولة معرفة مدى تحسين بنك الفلاحة والتنمية الريفية -وكالة قالمة- لخدماته في ظل وجود وسائل دفع حديثة ومتطورة.

➢ منهج الدراسة

تبعا لمتطلبات هذه الدراسة والمعلومات التي يتناولها الموضوع، تم اللجوء إلى مناهج مختلفة في معالجة هذه الإشكالية، حيث اعتمدنا في ذلك على:

1. **المنهج الوصفي التحليلي**: كأسلوب مناسب لوصف الإطار النظري، وكذا المنهج التحليلي الذي يهدف لجمع البيانات الخاصة بالبنك وتنظيمها وتبويبها وتفسيرها بهدف الوصول إلى النتائج وكل هذا بالإعتماد على الإستبيان.
2. **منهج دراسة حالة:** استخدمنا هذا المنهج حتى لا تبقى الدراسة مجرد وصف نظري واسقاط التطورات الحاصلة في مجال وسائل الدفع الإلكتروني على بنك الفلاحة والتنمية الريفية -وكالة قالمة- .

➢ حدود الدراسة

وتنقسم إلى قسمين:

1. **المجال الزمني**: يمتد المجال الزمني لهذا البحث بشقيه النظري والتطبيقي خلال السداسي الثاني من السنة الدراسية 2022-2023، ابتداءا من إختيار عنوان الموضوع، إعداد قوائم الإستبيان وصولا إلى التوزيع والتحليل وإستخلاص النتائج.
2. **المجال المكاني:** اقتصرت هذه الدراسة على زبائن بنك الفلاحة والتنمية الريفية –وكالة قالمة- الذين يستخدمون الوسائل الإلكترونية المتاحة لديهم.

➢ الدراسات السابقة

من خلال ما توفر من معلومات حول موضوع الدراسة تم الإعتماد على الدراسات السابقة:

1. الحسناء حساني، **دور جودة الخدمات المصرفية في تحقيق رضا العملاء**، دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية -وكالة سيدي عقبة 390- ، مذكرة ماستر في العلوم التجارية تخصص تسويق مصرفي، جامعة محمد خيضر، بسكرة، الجزائر، 2019-2020، هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على مستوى جودة الخدمات المصرفية

وقياسها وتحديد أبعادها ومعرفة علاقتها في تحقيق رضا العملاء، ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة أنه يوجد دور لأبعاد جودة الخدمات المصرفية في تحقيق رضا العملاء.

2. حنان دويدة، سماح بعداش، **دور المعاملات الإلكترونية في تحسين جودة الخدمات المصرفية**، دراسة حالة بنك الخليج الجزائر -وكالة جيجل- مذكرة ماستر في العلوم التجارية، تخصص تسويق الخدمات، جامعة محمد الصديق بن يحي، جيجل، الجزائر، 2018-2019، هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على المعاملات الإلكترونية وجودة الخدمات المصرفية وكذا العلاقة بينهما وللتعرف على تطبيق هذه المعاملات الإلكترونية وجودة الخدمات المصرفية في بنك الخليج، ومن أهم النتائج التي توصلت إليها هذه الدراسة أن المعاملات الإلكترونية تساهم في تحسين جودة الخدمات المصرفية لدى بنك الخليج -وكالة جيجل-.

3. أشواق مراحي، **دور نظام الدفع الإلكتروني في تحسين جودة الخدمات المصرفية**-واقع وتحديات- دراسة لعينة من الزبائن في وكالتي أم البواقي وعين مليلة، مذكرة ماستر أكاديمي في علوم التسيير، تخصص إدارة مالية، جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي، الجزائر، 2018-2019، هدفت هذه الدراسة إلى الوقوف عند وسائل الدفع الإلكتروني وآليات عملها وبيان العلاقة بين جودة الخدمات المصرفية ووسائل الدفع الإلكتروني مما يساعد البنوك على تقديم خدمات أفضل، ومن أهم النتائج المتحصل عليها أن جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية المقدمة في البنوك تتم من خلال تحسين وتطوير المواقع الإلكترونية للبنوك ونشر الثقافة المصرفية الإلكترونية، وتسهيل التعامل مع هذه المواقع، وكذلك أن الإعتماد على وسائل الدفع الإلكتروني ساهم وبشكل كبير في تحسين جودة الخدمات المصرفية.

4. زيقم سارة، **دور وسائل الدفع الإلكترونية في تحسين جودة الخدمات المصرفية**، دراسة حالة بنك خليج الجزائر -وكالة بسكرة- مذكرة ماستر في العلوم الإقتصادية، تخصص نقود ومالية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، الجزائر، 2014-2015، هدفت هذه الدراسة لمحاولة معرفة وسائل الدفع الإلكترونية وكذا أهم تحدياتها، ومحاولة معرفة مدى تحسين بنك الخليج الجزائر لخدماته في ظل وجود وسائل دفع حديثة وكذا أهم المشاكل التي تواجهها لإيجاد الحلول المناسبة، ومن أهم النتائج المتحصل عليها من هذه الدراسة أنه ورغم ما توفره وسائل الدفع الإلكترونية إلا أنها لها مخاطر يجب حمايتها، وأن وسائل الدفع الإلكترونية لا تحسن من جودة الخدمات المصرفية كما أنه لا توجد علاقة بينهما.

في الأخير يتضح من خلال ما تم عرضه من دراسات سابقة للمذكرات أن أهم ما يميز دراستنا عن الدراسات السابقة الذكر، أنها ركزت على مختلف جوانب وسائل الدفع الإلكتروني وجودة الخدمات المصرفية، والعلاقة بين المتغيرين من خلال دراسة بنك الفلاحة والتنمية الريفية -وكالة قالمة-، ومن أهم النتائج التي تم التوصل إليها أن وسائل الدفع الإلكتروني لا تساهم في تحسين جودة الخدمات المصرفية في البنك محل الدراسة وأنه لا توجد علاقة بينهما.

➢ هيكل الدراسة

بهدف الإحاطة بجوانب الموضوع والإجابة على التساؤلات وإختبار مدى صحة الفرضيات، تضمن البحث ما يلي:

- **الفصل الأول**: جاء بعنوان " **الإطار النظري لوسائل الدفع الإلكتروني**" والذي تطرقنا فيه إلى ماهية وسائل الدفع التقليدية والإلكترونية. أنواع وسائل الدفع الإلكتروني واستخداماتها، ثم تقييم وسائل الدفع الإلكتروني.
- **الفصل الثاني:** والذي جاء بعنوان " **جودة الخدمات المصرفية وعلاقتها بوسائل الدفع الإلكتروني**" حيث تطرقنا إلى مفاهيم عامة حول الخدمة والخدمة المصرفية، المرتكزات الأساسية لجودة الخدمات المصرفية، ثم متطلبات تحقيق جودة الخدمات المصرفية وعلاقتها بوسائل الدفع الإلكتروني.
- أما **الفصل الثالث** فكان بعنوان: "**دراسة ميدانية حول وسائل الدفع الإلكتروني ودورها في تحسين جودة الخدمات المصرفية ببنك الفلاحة والتنمية الريفية -وكالة قالمة-** " تطرقنا إلى تقديم بنك الفلاحة والتنمية الريفية -وكالة قالمة- الهيكل التنظيمي لبنك الفلاحة والتنمية الريفية -وكالة قالمة-، الخدمات المصرفية ووسائل الدفع الإلكتروني في بنك الفلاحة والتنمية الريفية -وكالة قالمة-، واستخدامات وسائل الدفع الإلكتروني ودورها في تحسين جودة الخدمات المصرفية في البنك محل الدراسة.

الفصل الأول:

الإطار النظري لوسائل الدفع الإلكتروني

تمهيد:

على مر السنين نرى أن النقود تستحوذ على حصة أكبر في المعاملات البنكية، فكل المعاملات التي تتم بين البنوك والأفراد يتم تسويتها عن طريق النقود.

ومع التطور التكنولوجي لم تعد وسائل الدفع تقف على شكل معين أو أداة محددة، بل أن هذا التطور استخدم وسائل دفع أخرى تختلف عن تلك التقليدية وتم تطبيقها في جميع نواحي الحياة ولعل أهمها ما يعرف بوسائل الدفع الإلكتروني، وهذه الأخيرة تأخذ عدة أشكال تتلاءم مع طبيعة المعاملات والخدمات المصرفية الإلكترونية وأهمها الشيك، والبطاقات البنكية وغيرها من الوسائل التي تؤدي إلى زيادة جودة الخدمات في المصارف لما لها من أدوار هامة على البنك والعملاء.

المبحث الأول: ماهية وسائل الدفع التقليدية والإلكترونية

تعتبر النقود البنية الأولى التي أعطت انطلاقة قوية لوسائل الدفع، فمختلف الوسائل التي أتت كانت مشتقة من تعاملات النقود، لهذا قبل الخوض في تلك الوسائل يجب تسليط الضوء على جوانب النقود بدءا من مفهومها، ثم التطرق للوسائل الجديدة أو ما تعرف بوسائل الدفع الإلكتروني.

المطلب الأول: مفهوم وسائل الدفع

تعددت تعاريف وسائل الدفع والتي نذكر منها ما يلي:

الفرع الأول: تعريف وسائل الدفع

-وسيلة الدفع هي:" تلك الأداة المقبولة اجتماعيا من أجل تسهيل المعاملات الخاصة بتبادل السلع والخدمات وكذلك تسديد الديون، وتدخل في زمرة وسائل الدفع، إلى جانب النقود القانونية تلك السندات التجارية وسندات القرض التي يدخلها حاملوها في التداول عندما يؤدون أعمالهم".[1]

-وتعرف كذلك على أنها: "الأداة التي تحظى بالقبول العام، وتلعب دورا هاما في تسهيل تبادل السلع والخدمات، وكذلك تسديد الديون والالتزامات، وقد كانت هذه الوسيلة تتمثل في النقود القانونية، لكن مع تطور الزمن وجدت وسائل أخرى مثل الأوراق التجارية وبعض أنواع السندات".[2]

-وكما قام بتعريفها الاقتصاديBonneau Thierry بأنها: "كل الأدوات والوسائل التي مهما كانت الدعائم والأساليب التقنية المستعملة فيها تسمح لكل الأشخاص بالقدرة على تحويل الأموال".[3]

-أما الاقتصاديDuclos Thierry فقام بتعريفها على أنها: "جملة من الوسائل التي مهما تكن الدعامة المتبعة والتقنية المستخدمة فيها تسمح لكل شخص بتحويل الأموال".[4]

وبهذا يمكن القول أن اختيار وسيلة الدفع يكون إما نتيجة إبداع اجتماعي أو إبداع النظام الذي يصدر هذه الوسيلة ويجب أن يتجسد فيها القبول الاجتماعي وتستجيب للعملية التي وضعت من أجلها وخاصة في تسهيل المعاملات بين الأفراد.

---

[1] الطاهر لطرش، **تقنيات البنوك**، ديوان المطبوعات الجامعية، الطبعة الثانية، الجزائر، 2003، ص31.

[2] سليمان ناصر، **التقنيات البنكية وعمليات الائتمان**، ديوان المطبوعات الجامعية، الطبعة الأولى، الجزائر، 2012، ص18.

[3] Bonneau Thierry, **Droit bancaire**, édition montchrestien, paris, 1994, p :41.

[4]Duclosethierry, **Dictinnaire de la banque**, 2eme edition, SEFI, bibliothèque national du canada, 1999, p :308.

الفرع الثاني: أهمية وسائل الدفع

تكتسب وسائل الدفع أهمية بالغة في الاقتصاد، وذلك نظرا لاستعمالها في أداء العمليات الاقتصادية فهي تمثل[1]:

- أداة وساطة مهمتها الأولى تتجسد في تسهيل التداول، وتمكين إجراء النفقات بسهولة وهذا ما ينطبق بالأساس على النقود في شكلها العام؛
- تعتبر أدوات الدفع العاجل وهذا ما ينطبق خاصة على النقود والشيكات بدرجة أقل؛
- وتكمن أهميتها أكثر في كونها تعتبر من الأدوات التي تمكن من نقل الإنفاق في الزمن، حيث أن امتلاكها يسمح للأفراد إما لإنفاقها أو انتظار فرص أفضل في المستقبل؛
- كما أنها تمثل وسيلة قرض إذ تسمح بتحويل قوة شرائية حاليا وإعادة استرجاعها في المستقبل.

المطلب الثاني: مكونات وسائل الدفع التقليدية

من أهم هذه المكونات التي كان ظهورها منذ القدم: النقود، السفتجة، الشيك، السند لأمر، سند الرهن، سند الصندوق، الحساب...إلخ التي سنذكرها كالتالي:

الفرع الأول: النقود

أولا: مفهوم النقود

-"تعد النقود ظاهرة اجتماعية، حيث ترتبط بوجود جماعة تستعمل النقود في جميع مبادلاتها فمن غير المتصور وجود النقود أو استعمالها بعيدا عن الجماعة، كذلك تعد النقود مظهرا من مظاهر السيادة الوطنية فكل دولة لها عملتها الوطنية الخاصة بها والتي لها الأولوية في تسوية الالتزامات والمدفوعات على باقي العملات الأجنبية الأخرى".[2]

-إن تقديم تعريف للنقود أمرا ليس سهلا فهو دائم التطور والتغير المستمر، حيث يرى "بينو" أن النقود هي: "مجموعة وسائل الدفع المستخدمة لإتمام كل المدفوعات على كامل الإقليم".

-كما عرفها الاقتصادي "هنري غايتين" بأنها:" أداة أو وسيلة تعطي لحائزها بالمعنى الاقتصادي قوة شرائية كما أنها من الناحية القانونية تمثل أداة لسداد الالتزامات".[3]

---

[1] علي جمال الدين عوض، **الأوراق التجارية**، مطبعة جامعة القاهر والكتاب الجامعي، الطبعة الأولى، القاهرة، مصر، 1990، ص32.

[2] سوزي عدلي ناشر، **مقدمة في الاقتصاد النقدي والمصرفي**، منشورات الحلبي الحقوقية، الطبعة الأولى، بيروت، لبنان، 2008، ص33

[3] أحمد فريد مصطفى وآخرون، **الاقتصاد النقدي والمصرفي بين النظرية والتطبيق**، مؤسسة شباب الجامعة، الإسكندرية، مصر، 2000، ص29.

ثانيا: خصائص النقود

هناك العديد من المعايير والخصائص التي يلزم توافرها في النقود والمتمثلة في[1]:

- ✓ أن تتمتع بالقبول العام من كافة الأفراد في المجتمع الذي تستخدم فيه، لها صفة العمومية؛
- ✓ أن تكون قابلة للدوام؛
- ✓ أن تتمتع بثبات نسبي في قيمتها؛
- ✓ أن تكون نادرة؛
- ✓ أن تكون وحداتها متماثلة تماما؛
- ✓ أن تكون قابلة للانقسام دون ضياع قيمتها.

فضلا عما سبق هناك بعض الخصائص الأخرى ذات الأهمية العملية منها ضرورة التوحيد والتصنيف للوحدات النقدية، وسهولة التعرف على وحداتها وسهولة حملها وقابليتها للتشكيل، وكلها صفات الهدف منها تأدية النقود لوظائفها بكفاءة.

ثالثا: وظائف النقود

للنقود وظائف مهمة كونها أقدم أداة للتبادل وتتمثل في[2]:

1- **النقود وسيط للتبادل:** حيث أدى إلى التخفيف كثيرا من نفقات المعاملات الموجودة في نظام المقايضة.
2- **النقود مقياس للقيمة:** حيث أن نجاح دور النقود كوحدة معيارية لقياس القيم يتوقف إلى حد بعيد على مدى ثبات قيمتها.
3- **النقود مستودع للقيمة:** فإن أهمية وظائف النقود كمخزن أو مستودع للقيمة تتحدد في ضوء تفاعل عاملين أساسيين: تفضيل السيولة وانخفاض القوة الشرائية للنقود.

كما نرى أيضا[3]:

4- **النقود كمعيار للمدفوعات الآجلة:** حيث تستند هذه الوظيفة على مقولة: "أن قبول المجتمع للنقود كمقياس للقيمة فإنه يعهد إليها بوظيفة لاحقة هي أنها أداة للتعبير عن الالتزامات المتعلقة بالديون أي كمعيار للمدفوعات الآجلة".

---

[1] أسامة محمد الغولي، زينب عوض الله، **اقتصاديات النقود والتمويل**، دار الجامعة للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، الإسكندرية، مصر، 2005، ص13-15.

[2] أحمد عبد العليم العجمي، **نظم الدفع الإلكترونية و انعكاساتها على سلطات البنك المركزي**، دار الجامعة الجديدة للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، الإسكندرية، مصر، 2013، ص ص 24-26.

[3] سمير محمد عبد العزيز، **الصناعة المالية الحديثة و اتجاهات التجارة الدولية**، المكتب العربي الحديث للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، الإسكندرية، مصر، 1977، ص8.

رابعا: أنواع النقود

تتقسم حسب تطورها التاريخي إلى ثلاث أنواع رئيسية:

1- **نقود سلعية:** أمام عيوب نظام المقايضة لجأ أفراد إلى استخدام إحدى السلع الواسعة الانتشار كنقود تقوم بمهمة الوسيط في المبادلات.[1]

2- **نقود ورقية:** النقود الورقية بدأت من خلق البنوك التجارية وانتهت لتكون في يد بنك الإصدار يطلق عليه "البنك المركزي"، ويتم الإصدار وفقا لحاجة المعاملات وتحت رقابة الدولة.[2]

3- **نقود الودائع أو النقود الكتابية:** تعتبر هذه النقود نوع من النقود الداخلية والتي تخلقها البنوك التجارية، وهي عبارة عن الحسابات الجارية في البنوك والتي تستخدم كبديل تام للنقود ولذلك فهي تدخل في تعريف النقود بالمعنى الضيق.[3]

الفرع الثاني: السفتجة (الكمبيالة)

أولا: تعريف السفتجة

-تعرف السفتجة بأنها: "صك محرر وفقا لشكل معين أوجبه القانون بموجبه يقوم شخص يسمى الساحب بإعطاء أمر إلى أحد مدينيه (مسحوب عليه) بدفع قيمة نقدية وفي تاريخ معين أو قابل للتعيين إلى شخص ثالث هو المستفيد أو الحامل".[4]

ثانيا: أطراف السفتجة

يتضح من التعريف أن الكمبيالة تتضمن ثلاث أطراف هم[5]:

1- **الساحب:** هو الذي يصدر الأمر بدفع المبلغ المحرر بالسند.

2- **المسحوب عليه:** فهو الموجه إليه الأمر بالدفع.

3- **المستفيد:** أي الحامل وهو الشخص الذي صدر السند لمصلحته.

---

[1] أسامة محمد الغولي، زينب عوض الله، **مرجع سبق ذكره**، ص32.

[2] محمد مظلوم حمدي، **النقود وأعمال البنوك والتجارة الدولية**، دار النهضة العربية للنشر والتوزيع، جامعة ميتشغان، دون طبعة، 1966، ص ص9،8.

[3] أحمد فريد مصطفى وآخرون، **مرجع سبق ذكره**، ص30.

[4] بلعيساوي محمد الطاهر، **الوجيز في شرح الأوراق التجارية**، دار هومة للطباعة والنشر والتوزيع، الطبعة الثانية، الجزائر، 2008، ص23.

[5] أحمد محمد محرز، **السندات التجارية**، دار الكتاب الحديث للنشر والتوزيع، دون طبعة، الكويت، 1996، ص25.

ثالثا: البيانات الواجب توفرها في السفتجة:

لكي تكون هذه الأخيرة صحيحة يجب أن تكون شاملة للمعلومات التالية[1]:

- أمر مقيد بشرط دفع المبلغ المعين عند تاريخ الاستحقاق؛
- تاريخ إنشاءها وتاريخ استحقاقها؛
- اسم الساحب يجب أن يكون معروفا؛
- اسم المسحوب عليه؛
- مكان الدفع وذكر كلمة السفتجة على الورقة؛
- التظهير (للساحب والمسحوب عليه).

الفرع الثالث: الشيك

أولا: تعريف الشيك

-يمثل سندا على بنك أو مؤسسة مشابهة، وهو أيضا سند حياته قصيرة يستعمل للحلول محل النقود المستعملة في الوفاء.[2]

ثانيا: أطراف الشيك

يتضمن الشيك ثلاث أطراف هي[3]:

1- **الساحب:** هو الشخص الذي يقوم بتحرير الشيك.
2- **المستفيد:** الشخص الذي حرر الشيك لمصلحته أو لفائدته نتيجة علاقته بالساحب.
3- **المسحوب عليه:** يمكن أن يكون إحدى المؤسسات الوارد ذكرها: البنوك، المؤسسات أو المنشآت المالية أو مصالح الصكوك البريدية أو مصلحة الودائع والأمانات أو الخزينة العامة أو قباضة مالية...

ثالثا: البيانات الإلزامية في الشيك

وهي البيانات التي لا يصح الشيك بدونها والمتمثلة في[4]:

- ذكر عبارة شيك مدرجة في نص السند نفسه وباللغة المستعملة في تحريره؛
- أمر غير معلق على شرط بدفع مبلغ معين؛

---

[1] عليان الشريف وآخرون، **القانون التجاري**، دار الميسرة للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان، الأردن، 2000، ص ص46،47.

[2] راشد راشد، **الأوراق التجارية الإفلاس والتسوية القضائية في القانون التجاري الجزائري**، ديوان المطبوعات الجامعية، الطبعة الثانية، الجزائر، 1994، ص125.

[3] بلعيساوي محمد الطاهر، **مرجع سبق ذكره**، ص ص195،196.

[4] **مرجع نفسه**، ص ص 197-203.

- اسم الشخص الذي يجب عليه الدفع؛
- يجب أن يذكر في متن السند المكان الذي يجب فيه الوفاء بقيمته؛
- بيان مكان الإنشاء وقيمته؛
- توقيع من أصدر الشيك (الساحب).

الفرع الرابع: السند لأمر

أولا: تعريف السند لأمر

-"هو محرر بمقتضاه يلتزم الشخص بأداء مبلغ محدد في تاريخ معين لمستفيد أو لأمر هذا الأخير".[1]

ثانيا: أشخاص السند لأمر

ويتمثل الطرفين في[2]:

1- **المحرر والمستفيد:** يفترض السند لأمر ابتداءا من وجود شخصين هما المحرر والمستفيد، أي المدين الذي يتعهد بالمديونية والمستفيد الدائن في هذه المديونية، ووجود توقيع المحرر المدين جوهري وبدونه لا يكون للمحرر قيمة.

ثالثا: البيانات الإلزامية في السند لأمر

يشمل السند لأمر على البيانات التالية[3]:

- شرط الأمر أو عبارة "سند لأمر" أو أي عبارة أخرى تفيد هذا المعنى مكتوبة في متن السند باللغة التي كتب بها؛
- تعهد غير معلق على شرط بوفاء مبلغ معين من النقود؛
- تاريخ الاستحقاق ومكان الوفاء؛
- اسم من يجب الوفاء له ولأمره (المستفيد)؛
- تاريخ ومكان إنشاء السند؛
- توقيع من أنشأ السند (المحرر).

الفرع الخامس: سند الرهن

-"هو أيضا ورقة تجارية كسابقيه يمكن استعماله في التداول، إذ أراد مجتمع التجار ذلك وهو سند لأمر مضمون بكمية من

[1] راشد راشد، **مرجع سبق ذكره**، ص119.

[2] علي جمال الدين عوض، **الأوراق التجارية**، مطبعة جامعة القاهرة والكتاب الجامعي، دون طبعة، القاهرة، مصر، 1995، ص36.

[3] محمد بهجت عبد القادر قايد، **الأوراق التجارية**، دار النهضة العربية للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، القاهرة، مصر، 2006، ص323.

السلع محفوظة في مخزن عمومي".

-وسند الرهن مثله كمثل الأوراق التجارية الأخرى يمكن تقديمه بغرض الخصم، كما يمكن تحويله إلى وسيلة دفع بإدخاله في التداول وانتقاله بين الأفراد (التجار) لتسوية المعاملات.[1]

الفرع السادس: سند الصندوق

-هو كذلك سند لأمر خاص بالقروض التي يمنحها شخص لبنك أو منشأة، فبسند الصندوق يلتزم البنك والمنشأة بدفع المبلغ المذكور في السند في أجل معين إلى مستفيد معين أو لأمره أو لحامل السند.

-يكون سند الصندوق وسيلة تسمح لبنك أو منشأة بالحصول على أموال ذات أجل قصير (أقل من ستة أشهر) ومقابل حجز هذه الأموال لمدة يدفع البنك فائدة لصاحب السند.[2]

الفرع السابع: الحساب

أولا: تعريف الحساب

-الحساب هو: "ترجمة أو بيان ما للشخص وما عليه لدى البنك ذا هو المعنى العام، أما بلغة القانون فهو اتفاق بين شخصين (الزبون والبنك) ينص على ما يسلمه كل منهم للآخر من مال يسجل في حساب واحد لمصلحة الدافع وعلى ذمة القابض".[3]

ثانيا: أنواع الحسابات

تتمثل فيما يلي[4]:

1- **الحساب للاطلاع:** هو ذلك الحساب الذي تتم فيه العمليات المالية للزبون بدون قيود أو شروط، فلا وقت يفرض عند السحب، ولا إشعار مسبق يطلب من أجل ذلك.
2- **الحساب الجاري:** له نفس خصائص الحساب للاطلاع ولكنه يفتح لفائدة التجار لاستعماله في عملياتهم المهنية.
3- **الحساب لأجل:** على عكس الحساب للاطلاع، فإن الحساب لأجل يتطلب بعض الشروط والقيود عند استعماله، فالأموال تودع في هذا الحساب لفترة معينة ومحددة مسبقا، ولا يمكن لصاحبه التصرف فيها متى شاء، بل لا يمكن أن تسحب إلا بعد انقضاء هذه المدة.

---

[1] الطاهر لطرش، **مرجع سبق ذكره**، ص34.

[2] أحمد هني، **العملة والنقود**، ديوان المطبوعات الجامعية، دون طبعة، الجزائر، 2001، ص35.

[3] شاكر القزويني، **محاضرات في اقتصاد البنوك**، ديوان المطبوعات الجامعية، الطبعة الثانية، الجزائر، 1992، ص79.

[4] الطاهر لطرش، **مرجع سبق ذكره**، ص ص 16-18.

4- **الحساب على الدفتر:** على عكس الحسابين السابقين، فإن الحساب على الدفتر لا يتطلب استعمال الشيكات أثناء العمليات القائمة بين البنك وزبونه، وعلى هذا الأساس فالعمليات تسجل في دفتر خاص يسلم لصاحب الحساب عند فتحه.

الفرع الثامن: التحويلات البنكية

-تتمثل في قيام البنك وبناءا على طلب العميل بتحويل مبلغ من حساب لحساب نفس البنك أو في بنك آخر داخل حدود الدولة الواحدة وإلى بنوك أخرى في دول العالم، وهي مورد هام غير مكلف.[1]

المطلب الثالث: وسائل الدفع الإلكتروني

إن وسائل الدفع التقليدية بأنواعها من أهم الأدوات التي يتعامل بها الأفراد في المجتمع، وبانتشارها الواسع أدى إلى ظهور العديد من المشاكل كالتزوير مثلا، ولكن مع التطور التكنولوجي الحاصل أجبر الاقتصاديين إلى خلق وسائل جديدة تتلاءم والتطور التكنولوجي وتقوم بنفس الدور والوظائف للوسائل التقليدية وتدعى وسائل الدفع الالكتروني.

الفرع الأول: مفهوم وسائل الدفع الإلكتروني

-إن طريقة السداد الإلكترونية هي أكثر كفاءة وفعالية وأقل تكلفة من طريقة الدفع التقليدية التي تقوم على إرسال فواتير ورقية يتم فيما بعد استلام المقابل.[2]

- تعرف على أنها: "مجموعة الأدوات والتحويلات الإلكترونية التي تصدرها المصارف والمؤسسات كوسيلة دفع، وتتمثل في البطاقات البنكية، النقود الإلكترونية، الشيكات الإلكترونية والبطاقات الذكية".[3]

-ويمكن تعريفها أيضا بأنها: " وسائل الدفع المتطورة في الأنترنيت وهي عبارة عن الصورة أو الوسيلة الإلكترونية التقليدية للدفع والتي نستعملها في حياتنا اليومية، والفرق الأساسي بينهما هي أن وسائل الدفع الإلكتروني تتم كل عملياتها وتسير إلكترونيا ولا وجود للحوالات ولا للقطع النقدية".[4]

---

[1] نائل عبد الرحمان الطويل وآخرون، **الأعمال المصرفية والجرائم الواقعة عليها**، دار وائل للنشر والطباعة، دون طبعة، عمان، الأردن، 2000، ص44.

[2] هبة مصطفى كافي، **التجارة الإلكترونية**، ألفا للوثائق للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، قسنطينة، الجزائر، 2017، ص125.

[3] منصوري زينب، **وسائل وأنظمة الدفع والسداد الإلكتروني (عوامل الانتشار وشروط النجاح)**، مداخلة مقدمة إلى الملتقى العلمي الدولي الرابع حول عصرنة نظام الدفع في البنوك الجزائرية وإشكالية اعتماد التجارة الإلكترونية في الجزائر، المركز الجامعي خميس مليانة، الجزائر يومي 26.27 أفريل 2011، ص02.

[4] صلاح إلياس، **مستقبل وسائل الدفع التقليدية في ظل وجود الوسائل الحديثة**، مداخلة مقدمة إلى الملتقى العلمي الدولي الرابع حول عصرنة نظام الدفع في البنوك الجزائرية وإشكالية اعتماد التجارة الإلكترونية في الجزائر، المركز الجامعي خميس مليانة، الجزائر، يومي 26.27 أفريل 2011، ص09.

-ومنه فوسائل الدفع الإلكتروني هي وسيلة يتم بواسطتها نقل المعلومات التي تتعلق بالحسابات بين الأطراف المعنية بصفة إلكترونية، وتمكن من القيام بعمليات الدفع المباشر عن بعد عبر الشبكات العمومية للاتصالات.

الفرع الثاني: خصائص وسائل الدفع الإلكتروني (السمات)

تتميز وسائل الدفع الإلكتروني بجملة من الخصائص المميزة، ومنها ما يلي[1]:

أولا: يتميز الدفع الإلكتروني بالطابع الدولي: لكونه وسيلة مقبولة من جميع الدول يستخدم لتسوية المعاملات الإلكترونية التي تتم عبر فضاء إلكتروني بين المتعاملين بها في أنحاء دول العالم، وتكسب حاملها المرونة في الحصول على احتياجاته من سيولة نقدية وسلع وخدمات من مصادر متنوعة في أي مكان في العالم وفي أي وقت وبأي عملة.

ثانيا: يستخدم هذا الأسلوب لتسوية المعاملات عن بعد: وذلك من خلال تسوية الحسابات والمعاملات عبر فضاء إلكتروني عبر كل أنحاء العالم ووجود فضاء معلوماتي مفتوح وتبادل المعلومات الإلكترونية من خلال وسائل الاتصال، وإعطاء أمر بالدفع وفقا لمعطيات إلكترونية تسمح بالاتصال المباشر بين موقعي العقد.

ثالثا: يتم الدفع باستخدام النقود الإلكترونية: وهي وحدات نقدية محفوظة بشكل إلكتروني ويتم الوفاء بها إلكترونيا، أو هي قيمة نقدية تتضمنها بطاقة بها ذاكرة رقمية أو الذاكرة الرئيسية للمؤسسة التي تهيمن على إدارة عملية التبادل.

رابعا: العلاقة التعاقدية بين أطراف بطاقات الدفع الإلكترونية: هناك عقود مستقلة تربط بين أطراف البطاقات فهذا يعني وجود عقد يربط بين مصدر البطاقة والتاجر، وعقد آخر يربط بين مصدر البطاقة وحاملها، وعقد ثالث يربط بين حامل البطاقة والتاجر، وعليه عكس وسائل الدفع التقليدية كالشيك والتحويلات المصرفية، فلا نجد عقد يربط بين البنك والدائنين، ولكن البنك يقوم بدوره كوكيل عن المدين في الدفع أو الوفاء.

خامسا: تتطلب عملية الدفع توفر أجهزة خاصة: تتولى هذه العمليات التي تتم عن بعد تسهيل تعامل الأطراف فيما بينها وتعزيز الثقة والأمان في التعامل، وتتمثل في نظام مصرفي مؤهل لذلك عبر وسائل الاتصال اللاسلكية حيث يتم إعطاء أمر الدفع وفقا لمعطيات إلكترونية تسمح بالاتصال المباشر بين طرفي العقد.

ويتم الدفع الإلكتروني من خلال نوعين من الشبكات، شبكة خاصة ويقتصر الاتصال بها على أطراف التعاقد ويفترض ذلك وجود معاملات وعلاقات تجارية ومالية مسبقة، وشبكة عامة حيث يتم التعامل بين العديد من الأفراد لا توجد بينهم قبل ذلك روابط معينة، ويتم الدفع الإلكتروني بأخذ الأسلوبين، إما من خلال البطاقات البنكية أو من خلال نقود مخصصة مسبقا لهذا الهدف.

[1] بوعكة كاملة، **النظام القانوني لوسائل الدفع الإلكترونية في الجزائر**، مجلة الأستاذ الباحث للدراسات القانونية والسياسية، جامعة محمد بوضياف، المسيلة، الجزائر، المجلد07، العدد01، 2022، ص ص9،10.

-ومن بين سماتها أيضا ما يلي[1]:

- ✓ تقليل الوقت ونقل التمويلات المالية بطريقة آمنة ونقل المعلومات المتعلقة بها؛
- ✓ زيادة السرية مع مراعاة الاتجاهات العالمية؛
- ✓ السيطرة على مخاطر نظم الدفع؛
- ✓ زيادة الثقة في نظم الدفع سواء للبنوك المحلية أو الهيئات والبنوك الأجنبية؛
- ✓ الوصول إلى الدفع والتسوية اللحظية.

المطلب الرابع: أهمية وسائل الدفع الإلكتروني

لوسائل الدفع أهمية بالغة لأطراف العلاقة التعاقدية، فهي تمنح عدة مزايا وفوائد لحاملها أو للبنك المصدر لها أو حتى للتاجر وعلى المستوى الاقتصادي عموما نذكر البعض منها[2]:

الفرع الأول: الشعور بالأمان والخصوصية والسهولة في الاستعمال

فتعتبر وسائل الدفع الإلكتروني وسيلة دفع جاهزة توفر على المستهلك حمل النقود وما يترتب على ذلك من مخاطر ضياعها أو سرقتها، كما تحول له الإبقاء بالتزاماته بطريقة سهلة بعيدة عن التعقيد كما تساعد على توفير الوقت من خلال إجراء عمليات الدفع، كما أن الخصوصية في التعامل بهذه الوسائل تأتي من كون هذه الأخيرة لا ترتبط في معظمها بشيكات مصرفية أي أنه لا تكتنفها علاقة مصرفية مما يقلل احتمال إطلاع الغير على الصفقات التي يقوم بها المستهلك، كما أن البطاقات لا يمكن تداولها إلا من خلال حاملها الشرعي وعدم قابليتها للانتقال عن طريق التظهير.

أما بالنسبة للتجار فتكمن أهمية في كون القيمة الإلكترونية التي قام المستهلك بدفعها لهم قابلة للتحويل إلى نقود عادية دون أدنى شك وذلك بضمان المؤسسة التي قامت بإصدارها.

الفرع الثاني: توفير النقدية بصورة فورية

يؤدي هذا النظام إلى تحسين التدفق النقدي وكذا تسريع دورة النقد. ولوسائل الدفع الإلكتروني أهمية بالغة كون نظام الدفع الإلكتروني يتسم بالطبيعة الدولية ويتم استخدامه لتسوية الحسابات في المعاملات التي تتم عبر الفضاء الإلكتروني عبر أنحاء العالم عن طريق مجموعة الأدوات الإلكترونية التي تصدرها البنوك ومؤسسات الائتمان.

---

[1] أحمد عبد العليم العجمي، **مرجع سبق ذكره**، ص46.

[2] بوعكة كاملة، **مرجع سبق ذكره**، ص ص 7-8.

-وكذلك لها أهمية كبيرة وبالغة في التسويات المالية حيث نرى أنه[1]:

بعدما كانت التسويات المالية تتم عن طريق وسائط مادية ملموسة ومعروفة وهي أدوات الوفاء الشائعة الاستخدام، ومع اتساع نطاق التكنولوجيا أصبحت تلك الوسائل لا تصلح في تسهيل المعاملات التي تتم عن بعد في بيئة غير مادية كالعقود الإلكترونية التي تبرم عبر شبكة الأنترنيت، حيث أصبح الأمر يتطلب وسيلة جديدة للدفع تتلاءم ومتطلبات التجارة الإلكترونية التي تمكن العميل من الوفاء بمقابل السلعة أو الخدمة عكس الطريقة التقليدية المتعبة.

المبحث الثاني: أنواع وسائل الدفع الإلكتروني واستخداماتها

إن ظهور التجارة الإلكترونية وكذا تطور الصناعة المصرفية أدى إلى ظهور شكل جديد من وسائل الدفع الإلكتروني فسهولة حملها وسرعة عملها جعلها تتميز عن غيرها من الوسائل التقليدية، فبدلا من حمل النقود بحجم كبير مثلا يحمل صاحب النقود بطاقة مخزن فيها النقود، وهذه البطاقة هي أحد أنواع وسائل الدفع الإلكتروني التي سنتطرق إليها في هذا المبحث.

المطلب الأول: البطاقات البنكية

تعتبر البطاقات البنكية ذات أهمية بالنسبة للأشخاص لأنها تساعدهم في إبرام ذمتهم المالية عند شراء منتوج أو تسديد فوترة وغيرها من الخدمات، لذلك وجب تعريفها ومعرفة أنواعها قصد معرفة مجال التعامل بها، وهذا ما سنتطرق له في هذا المطلب.

الفرع الأول: تعريف البطاقة البنكية

-"هي بطاقة بلاستيكية بحجم بطاقة إثبات الهوية تقريبا صادرة عن مؤسسة مالية مصرفية تستخدم في تسوية المدفوعات عوضا عن النقود وكذلك بالسحب من الرصيد ويستطيع حاملها الاستفادة من الخدمات المالية والقروض الممنوحة".[2]

-كما يمكن تعريفها بأنها[3]:

-"الأداة تكون باسم: بطاقة الإقراض، بطاقة الخدمات البنكية أو بطاقة بنكية، بطاقة شيك مضمون، أو بطاقة سحب مباشر، أو أي اسم أو عنوان آخر، صدر برسم أو بغير رسم من مصدره، لاستعمال حاملها للأغراض التالية:

---

[1] زواش زهير، روابح عبد الباقي، **بطاقات الدفع البنكية ودورها في تسريع المعاملات المصرفية**، مداخلة مقدمة إلى الملتقى الوطني الثالث حول المستهلك والاقتصاد الرقمي (ضرورة الانتقال وتحديات الحماية)، المركز الجامعي عبد الحفيظ بوالصوف، ميلة، يومي 23.24أفريل 2018، ص ص5،6.

[2] زايد محمد، البطاقات **البنكية كأداة لتفعيل التجارة الإلكترونية**، مجلة ضياء للدراسات القانونية، المركز الجامعي نور البشير، البيض، الجزائر، المجلد 03، العدد 02، 30ديسمبر2021، ص59.

[3] عبد الوهاب ابراهيم أبو سليمان، **البطاقات البنكية**، دار القلم، الطبعة الثانية، دمشق، سوريا، 1419هـ، ص ص39،40.

أ. الحصول على النقود، السلع، الخدمات، أو أي شيء آخر له قيمة على أساس القرض.

ب. شهادة أو ضمان لشخص أو مؤسسة، ليتمكن صاحبها من الحصول على قرض تحت الطلب، يكون مساويا أو أكثر من المقدار الضروري لتسديد سندات شراء حاملها أو شيكاته فردا كان أو مؤسسة.

ج. ما يمكن حامل البطاقة من صلاحية الحصول على ما يبتغيه من فتح حساب قرض.

الفرع الثاني: الجهات المصدرة للبطاقة

الواقع أن اختلاف التسمية والأنواع لا يعكس اختلاف الوظيفة التي تقوم بها البطاقة ويتحدد ذلك على أساس الاتفاق بين الزبون والجهة المصدرة للبطاقة، وأغلب البطاقات المتداولة حاليا في العالم ترعاها وتشرف عليها جمعيات ومنظمات دولية تتمثل في الهيئات التالية[1]:

أولا: اتحاد الفيزا العالمي Visa International

هو عبارة عن اتحاد البنوك المؤسسة للبطاقة، وتعتبر صاحبة الترخيص والامتياز لعلامة Visa مقرها "سان فرانسيسكو" بالولايات المتحدة الأمريكية، تقوم بتسوية المعاملات المتعلقة بالبطاقة وإدارة خدماتهم مقابل عمولة.

ثانيا: شبكة الماستركارد العالمية International Master Card

هي ثاني أكبر شبكة عالمية لإصدار البطاقات المصرفية ومقرها "نيويورك"، وهي تملك شبكة Bank Net لنظام المدفوعات، ومن بطاقات ماستر كارد الفضية والذهبية وبزنس ماستر لرجال الأعمال وماستر ستاند كارد وماستر كارد المجاملة وبطاقة سيريس.

ثالثا: الأمريكان إكسبرسAmerican Express

كانت شركة سياحية بدأت تهتم بإصدار الشيكات السياحية باسمها، ثم تطورت فيما بعد إلى بطاقات السفر والترفيهcarde Entertainment ثم أخذت شكلها الحالي باسمAmex ولها بنك خاص باسمAmerican Express كما لها شركة خاصة مع مكاتب الرحلات والفنادق والمجلات التجارية حول العالم، وتتولى إصدار البطاقة بنفسها دون أن تمنح التراخيص لجهات أخرى والاسم لأي كان يجب أن يضع اسمه على البطاقة، وتوجد ثلاثة أنواع من هذه البطاقة هي الخضراء والذهبية والماسية.

رابعا: الداينرزكليب Diners Club

كان ناديا أسس من أجل تسديد فواتير المطاعم للمشتركين في النادي ومن اسمه يعني نادي "الآكلين" وتطورت البطاقة وانتشرت بشكل واسع في أمريكا وأوروبا ودخلت البطاقة إلى الدولة العربية، وتعتبر بطاقة النخبة حيث لا تمنح إلا

[1] عبد الهادي مسعودي، الأعمال **المصرفية الإلكترونية**، دار اليازوري للنشر والتوزيع، الطبعة العربية، عمان، الأردن، 2016، ص ص 61-63.

لذوي الكفاءات المالية وتؤدي نفس وظائف البطاقة وإن قبولها الرئيسي هو المطاعم إلا أنها أصبحت مقبولة عند مكاتب الرحلات والفنادق والمتاجر وغيره من مؤسسات الخدمة.

الفرع الثالث: أطراف البطاقة البنكية

تتضمن عملية الدفع الإلكتروني أربعة أطراف المتمثلة في[1]:

أولا: الطرف الأول: مصدر البطاقة وهو المخول قانونيا بإصدار البطاقة لحاملها ويقوم وكالة عنه بتسديد قيمة المشتريات للتاجر.

ثانيا: الطرف الثاني: حامل البطاقة وهو الشخص الذي صدرت البطاقة باسمه أو خول باستخدامها وأخذ على نفسه الالتزام أمام مصدر البطاقة الوفاء بكل الواجبات التي تنشأ عن استعمال البطاقة.

ثالثا: الطرف الثالث: التاجر وهو الذي يبرم عقدا مع مصدر البطاقة بتقديم السلع والخدمات المتوافرة من قبل العملاء حاملي بطاقة البنك الذي تم الاتفاق معه.

رابعا: المفوض في استخدام البطاقة: وتجدر الإشارة هنا، أنه قد يزداد عدد أطراف العقد إلى أربعة مثل البنك الوسيط بين المصدر الرئيسي للبطاقة وحاملها وقد يكون عدد أطراف العقد إثنين كما هو في البطاقة الخاصة بالمحلات التجارية الكبيرة، فالمفوض في استخدام البطاقة هو الشخص الذي يستخدم البطاقة سواء كان هو حاملها أو غيره أو في كلتا الحالتين تترتب آثار قانونية ومسؤوليات مالية وقد يكون:

- موظف شركة أصدرت البطاقة باسمها؛
- قد يكون مستعمل البطاقة هو صاحبها الذي يكون له حساب بالبنك المصدر للبطاقة؛
- قد يكون الشخص المخول باستخدامها ليس صاحبها الذي أصدرت باسمه ولكنه منح صلاحية استخدامها؛
- أما إذا كان مستخدم البطاقة يبرم عقدا مع التاجر لمصلحته فإنه لا يعد طرفا في الاتفاق بين مصدر البطاقة وحاملها إذ أنه لا يتوجب عليه بحال أن يدفع قيمة ذلك العقد لمصدر البطاقة.

الفرع الرابع: مزايا وعيوب البطاقة البنكية

تتمتع البطاقة البنكية بالعديد من المزايا، كمل لها عيوب عدة يمكن ايجازها فيما يلي:

[1] زايد محمد، **مرجع سبق ذكره**، ص ص60،61.

أولا: مزايا البطاقة البنكية

تتمثل هذه المزايا فيما يلي[1]:

1- **على مصدر البطاقة:** هناك مزايا كثيرة للبطاقة الائتمانية يحصل عليها البنك أو الجهة المصدرة للبطاقة، ويظهر ذلك من الأرباح الطائلة التي تتحقق لكل الجهات المصدرة للبطاقة، خاصة بعد زيادة أرباحها في المدة الأخيرة، كذلك تطوير الأعمال المصرفية وزيادة الفوائد والغرامات وكذلك استخدامها يؤدي إلى سرعة دوران النقود وبهذا زيادة الأصول المالية للبنك ومساعدته في الإقراض والاستثمار.

2- **على حامل البطاقة:**

- ✓ سهولة ويسر استخدامها؛
- ✓ يستطيع حاملها إتمام صفقة شراء فورية عن طريق الهاتف وكذلك بمجرد ذكر الرقم الخاص ببطاقته؛
- ✓ يؤدي استخدامها إلى تقليل الفواتير والإيصالات الورقية المختلفة وتقليل الجهد الزمني في متابعتها وتسديدها؛
- ✓ تقدم العديد من المزايا لحاملها كالتأمين على السلع المشتراة أو المستأجرة؛
- ✓ تقليل استخدام الشيكات الشخصية التي تكلفها أعلى من تكلفة رسوم البطاقة.

3- **على الجهة التي تقبل التعامل بالبطاقة (التاجر):**

- ✓ تضمن وصول الحقوق للبائعين والمؤجرين لهم وليس للبنك الرجوع على التاجر في حال تأخر حامل البطاقة على السداد؛
- ✓ الاستفادة من الحملات الدعائية التي ينظمها مصدر البطاقة؛
- ✓ قبول المحلات التجارية بطاقات الائتمان وبطاقات السفر والترفيه غير النقدي وتقليل المخاطرة؛
- ✓ وفي الشراء الفوري فقد قلل استخدام البطاقات من التكاليف المرتبطة بالنقود الورقية والشيكات الشخصية.

ثانيا: عيوب البطاقة البنكية

تتمثل عيوبها فيما يلي[2]:

1. **بالنسبة لمصدرها:**
   - ✓ تحمل البنك المصدر نفقات ضياعها؛
   - ✓ مدى سداد حاملي البطاقات للديون المستحقة عليهم.
2. **بالنسبة لحاملها:**
   - ✓ زيادة الإقراض والإنفاق بما يتجاوز القدرة المالية؛
   - ✓ عدم سداد حامل البطاقة قيمتها في الوقت المحدد يترتب عنه وضع اسمه في القائمة السوداء؛

[1] أمال زهران، **الآثار الاقتصادية للبطاقة البنكية**، مكتبة الملك فهد الوطنية أثناء النشر، دون طبعة، جدة، السعودية، 1429، ص ص 94-109.

[2] حسن إياد منصور، **إدارة العمليات البنكية والنقدية**، دار ابن النفيس للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان، الأردن، 2019، ص ص204،205.

3. **بالنسبة للتاجر:** إن حدوث بعض المخالفات من جانبه أو عدم التزامه بالشروط يجعل البنك يلغي التعامل معه ويضع اسمه في القائمة السوداء.

المطلب الثاني: البطاقات الذكية والنقود الإلكترونية

إن من أهم الابتكارات الحديثة في قطاع الدفع بالبطاقات هو تطوير البطاقة الذكية، وكذلك من وسائل الدفع الإلكتروني التي بدأ صيتها ينتشر عبر أنحاء العالم مثل النقود الإلكترونية.

الفرع الأول: البطاقات الذكية

أولا: تعريفها

-وهي جيل جديد من البطاقات عبارة عن: "شريحة إلكترونية تخزن عليها البيانات الخاصة بحاملها وبيانات حسابه المالي، تستعمل في الدفع الفوري والتعامل الائتماني، ويمكن تحويلها إلى حافظة إلكترونية تملأ وتفرغ من النقود، كما تستخدم

في تأمين التحويلات المالية داخل شبكة الأنترنيت".[1]

-وهي عبارة عن:" بطاقات بلاستيكية ممغنطة ومزودة بشرائح إلكترونية دقيقة ذات ذاكرة وقدرات تفاعلية، تسمح بتعامل تلك البطاقات مع الوحدات الطرفية عند نقاط البيع أو مع آلات الصرف الذاتي، أو مع أي حسابات آلية شخصية أخرى".[2]

ثانيا: استخدامات البطاقة الذكية

من خلال ما سبق لا بد من الإشارة إلى أهم الاستعمالات التي يمكن استخدام البطاقة الذكية فيها للاستفادة من فوائدها وهي[3]:

- تستخدم كبطاقة تعريفية للشخص من خلال طباعة البيانات الشخصية على البطاقة؛
- استخدامها عند إجراء التحويلات المصرفية وعمليات البيع والشراء عبر شبكة الأنترنيت؛
- تستخدم كبطاقة صحية إذ يتم تخزين بيانات المريض على الشريحة الإلكترونية إلى جانب رصيد من المال يتم اقتطاعه لتسديد رسوم الخدمات الطبية؛
- تستخدمها أيضا بعض الشركات كمفاتيح حماية حيث تمر في القارئ لكي يفتح الباب وفق مرتبة الموظف في الشركة.

---

[1] أحمد عبد العزيز الفالح، **البطاقة الائتمانية مسبقة الدفع وأحكامها وآثارها الفقهية**، مجلة كلية الدراسات الإسلامية والعربية للبنات بالإسكندرية، الجامعة الإسلامية، السعودية، المجلد7، العدد36، دون تاريخ النشر، ص492.

[2] طارق طه، **إدارة البنوك في بيئة العولمة والأنترنيت**، دار الجامعة الجديدة للنشر والتوزيع، دون طبعة، مصر، 2007، ص273.

[3] محمد ناصر، أمل حسن وآخرون، **البطاقات الذكية وأثرها في تقليل من المخاطر المصرفية**، مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية، معهد الإدارة، الرصافة، الرافدين، بغداد، العراق، العدد 37، 2013، ص ص83،84.

- **ثالثا: مميزات البطاقة الذكية**

تتميز البطاقة الذكية بمميزات تتمثل أهمها في[1]:

- تحوي شريحة، يمكن حفظ المعلومات الرقمية والأبجدية فيها، وتتوافق مع أجهزة حاسوبية؛
- يستطيع العملاء استخدام البطاقات الذكية في إجراء التعاملات المالية الشخصية سواء من خلال صراف آلي أو عبر الأنترنيت من خلال وحدات قراءة البطاقات المتصلة بالحاسب؛
- تسهل البطاقات الذكية على العملاء تأمين تخزين المعلومات والنقد للشراء، وتشمل المزايا التي توفرها للعملاء في هذا الصدد حمل البيانات الشخصية وبيانات الائتمان والشراء التي يمكن الوصول إليها من خلال نقرة واحدة بفأرة حاسب بدلا من ملء النماذج والاستمارات؛
- غالبا تحتوي البطاقة الذكية على معلومات مهمة كالسجلات الطبية أو معلومات الحسابات البنكية للمستخدم، يتطلب استخدامها إدخال الرقم السري، في حالة سرقة البطاقة الذكية يكون من الصعب جدا على غير صاحبها معرفة الرقم السري الخاص بالبطاقة.

الفرع الثاني: النقود الإلكترونية

أولا: تعريفها

-يمكننا تعريف النقود الإلكترونية بأنها: "قيمة نقدية مدفوعة مقدما، مخزنة على وسيط إلكتروني في حيازة المستهلك، تمثل التزاما على مصدرها، وتحظى بقبول واسع من غير من قام بإصدارها، وتكون متاحة للتبادل الفوري لعمل مدفوعات محدودة القيمة دون ضرورة إدخال حسابات مصرفية لإتمام عملية الدفع، ويحق لحائزها استرداد ما دفع مقابلا لها عند الطلب".[2]

-كما اعتبر البعض الآخر أن النقود الإلكترونية "عبارة عن مستودع للقيمة النقدية، يحتفظ به في شكل رقمي، بحيث يكون متاحا للتبادل الفوري في المعاملات".[3]

ثانيا: خصائصها

من خلال عرضنا السابق، فإننا نستطيع أن نستنتج مجموعة من الخصائص التي تميز النقود الإلكترونية والتي نعرضها في السطور الآتية[4]:

---

[1] جريدة **أنباء المستهلك**، الإثنين 11 يناير 2016، ص21.

[2] أحمد السيد لبيب ابراهيم، **الدفع بالنقود الإلكترونية**، دار الجامعة الجديدة للنشر والتوزيع، دون طبعة، الإسكندرية، مصر، 2009، ص52.

[3] نادر عبد العزيز شافي، **المصارف والنقود الإلكترونية**، المؤسسة الحديثة للكتاب للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، طرابلس، لبنان، 2007، ص84.

[4] وائل رفعت علي، **الإدارة المالية وسوق المال**، دار التعليم الجامعي للنشر والتوزيع، دون طبعة، الإسكندرية، مصر، 2018، ص177.

- النقود الإلكترونية قيمة نقدية مخزنة إلكترونيا فهي خلافا للنقود القانونية عبارة عن بيانات مشفرة يتم وضعها على وسائل إلكترونية في شكل بطاقات بلاستيكية أو على ذاكرة الكمبيوتر الشخصي،
- النقود الإلكترونية ثنائية الأبعاد إذ يتم نقلها من المستهلك إلى التاجر دون الحاجة إلى وجود طرف ثالث بينهما كمصدر هذه النقود مثلا؛

بالإضافة إلى ذلك[1]:

- إنها ليست متجانسة حيث يقوم كل مصدر بإصدار نقود إلكترونية مختلفة من ناحية القيمة أو عدد السلع والخدمات التي يمكن شراؤها بها؛
- تعد سهلة الاستخدام نظرا لصغر حجمها وخفة وزنها؛
- تعد معرضة لأخطار وقوع أخطاء بشرية وتكنولوجية؛
- تعد نقودا خاصة إذ يتم إصدارها عن طريق شركات أو مؤسسات ائتمانية خاصة؛
- اعتراف المؤسسات المالية بالنقود الإلكترونية مع ما يصاحب ذلك من مخاطر.

ونرى أيضا[2]:

- تستخدم في أي وقت تماشيا مع طبيعة الأنترنيت وما تقتضيه طبيعة التجارة الدولية لاختلاف الأوقات بين دول العالم؛
- تحقيق وسائل الأمان اللازمة عند استخدامها، حيث يصبح من الصعب على القراصنة اختراقها لكي يتحقق الأمان.

ثالثا: الجهة المسؤولة عن إصدارها

يعد تحديد الجهة المسؤولة عن إصدار النقود الإلكترونية من المسائل الشائكة التي ستواجه أي تنظيم قانوني لهذه النقود، وهناك جهات متعددة يمكن للدولة أن تسمح لها بإصدار النقود الإلكترونية: كالبنك المركزي أو البنوك التجارية أو المؤسسات المالية غير المصرفية، أو المؤسسات غير المالية.

وفي الواقع، فإنه ليس من المهم بما كان من سيقوم بعملية إصدار النقود الإلكترونية سواء كانت البنوك أو مؤسسة ائتمانية غير مصرفية أو مؤسسة غير مالية وإنما الأكثر أهمية هو وضع تنظيم قانوني لمسألة النقود الإلكترونية وإلا أصبحنا أمام فراغ تشريعي لموضوع ذي آثار متشبعة اقتصادية ومالية ونقدية وقانونية، لهذا فإنه من الضروري أن نوضح بعض الضوابط التي ينبغي أن تتوافر في تلك الجهات التي ستتولى مسألة إصدار النقود الإلكترونية.

[1] بسام أحمد الزكي، **دور النقود الإلكترونية في عمليات غسل الأموال**، مجلة جامعة دمشق للعلوم الاقتصادية والقانونية، كلية الحقوق، جامعة دمشق، دمشق، سوريا، المجلد 26، العدد الأول، 2010، ص548.

[2] جلال عائد الشورة، **وسائل الدفع الإلكتروني**، دار الثقافة للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان، الأردن، 2008، ص ص70،69.

رابعا: مزايا وعيوب النقود الإلكترونية

تتمتع النقود الإلكترونية بالعديد من المزايا، كما لها عيوب عدة، يمكن ايجازها فيما يلي:

1. مزايا النقود الإلكترونية:

تتميز النقود الإلكترونية بمجموعة من المزايا نذكر أهمها[1]:

- **سهولة الحيازة:** يستطيع كل فرد استخدام النقود الإلكترونية، والنقد الإلكتروني لا يستلزم أن يكون لدى أحد الأطراف ترخيص خاص مثلما يلزم الأمر في الصفقات التي تتم ببطاقات الائتمان.
- **لا تخضع لحدود:** يمكن تحويل النقود الإلكترونية من أي مكان إلى آخر في العالم، وفي أي وقت كان، وذلك لاعتمادها على الأنترنيت أو على الشبكات التي تعترف بالحدود الجغرافية ولا السياسية.
- بسيطة وسهلة الاستخدام.
- **تسرع عمليات الدفع:** تجري حركة التعاملات المالية ويتم تبادل معلومات التنسيق الخاصة بها فورا في الزمن الحقيقي دون الحاجة لأي وساطة.

ومن بين المزايا الأخرى نجد[2]:

- **تكلفة تداولها زهيدة:** وذلك لأن تحويل النقود الإلكترونية عبر الأنترنت أرخص كثيرا من استخدام الأنظمة المصرفية التقليدية.
- **تشجيع عمليات الدفع الآمنة:** حيث تستخدم البنوك التي تتعامل بالنقود الإلكترونية أجهزة خادمة تدعم بروتوكولات الحركات المالية الآمنة SET.
- **خيارات أكثر بالنسبة لعملاء البنوك الإلكترونية:** وذلك من خلال دخول العميل إلى العديد من مواقع البنوك الإلكترونية على شبكات الإنترنيت مما يسهل عليه عملية المقارنة (مقارنة أسعار الفائدة، أسعار الصرف...) على عكس البنوك التقليدية والتي تتطلب منه زيارة العديد منها ليستطيع المقارنة.
- **تعزيز المركز التنافسي والجودة الشاملة:** تساعد النقود الإلكترونية من خلال تكنولوجيات العمل بالإنترنيت والشبكات على تعزيز المركز التنافسي للمصرف وتوفير جودة شاملة لزبائنه.

[1] مكرم المبيض، **النقود الإلكترونية و اقتصاد المعرفة**، مجلة الاقتصاد الإسلامي العالمية، العدد61، جوان 2017، ص ص 28-30.

[2] محمد بن ذهيبة، صلاح الدين قدري وآخرون، **مخاطر الدفع الإلكتروني عبر الانترنيت التي يتعرض لها المستهلك الإلكتروني وإستراتيجية الجزائر لحمايته**، الملتقى الوطني الثالث حول المستهلك والاقتصاد الرقمي، المركز الجامعي عبد الحفيظ بالصوف، ميلة، الجزائر، 23 و24 أفريل 2018، ص ص11،12.

2. عيوب النقود الإلكترونية:

هناك العديد من المخاوف حول استخدام النقود الإلكترونية نظرا للعيوب التالية[1]:

- الخصوصية والأمان هي أكثر المشاكل أهمية والتي يجب التصدي لهما في المستقبل وإلا ستتوقف هذه التكنولوجيا للأبد؛
- النقد الإلكتروني يتطلب نوعا خاصا من البرمجيات أو العناصر المادية أو خبرة دقيقة، حينئذ فإنه لن يكون ملائما لاستخدام الكثيرين؛
- من المشاكل الهامة التي تواجه النقد الإلكتروني هي مشكلة ازدواجية الصرف؛
- مشكلة سداد الضرائب الخاصة بالسداد الإلكتروني، ولكنها مشكلة متعلقة بالتجارة الإلكترونية بصفة عامة وليست النقود الإلكترونية وجاري البحث عن حلول لها.

ونرى أيضا[2]:

- اقتصار استخدام النقود الإلكترونية على شبكة الأنترنيت دون إمكانية تداولها في العالم يجعلها محدودة الفائدة وربما يحد من الإقبال عليها؛
- قد يؤدي استخدام النقود الإلكترونية إلى انتشار عملية غسيل الأموال؛
- هناك بعض المخاوف من التوسع مستقبلا في إصدار النقود الإلكترونية خاصة من قبل المؤسسات غير المصرفية ومدى تأثير ذلك التوسع على الأوضاع الاقتصادية للدول وقدرة الحكومات على السيطرة على نشاط هذه الشركات.

المطلب الثالث: المحافظ الإلكترونية والشيكات الإلكترونية

تتطلب مقتضيات تطبيق التسويق والتجارة الإلكترونية في الدول والمنظمات المعاصرة ضرورة استخدام وتطوير الشيكات الإلكترونية محل الشيكات الورقية، كذلك المحفظة الإلكترونية التي بدأت تنتشر.

[1] فريد النجار، وليد دياب وآخرون، **التجارة والأعمال الإلكترونية المتكاملة في مجتمع المعرفة**، الدار الجامعية للنشر والتوزيع، دون طبعة، الإسكندرية، مصر، 2006، ص131.

[2] ضياء علي أحمد نعمان، **النقود الإلكترونية وسيلة وفاء في التجارة الإلكترونية**، المجلة المغربية للدراسات القانونية والقضائية، كلية الحقوق بمراكش، مراكش، المغرب، المجلد /العدد5، 2011، ص83.

الفرع الأول: المحافظ الإلكترونية

أولا: تعريفها

-قد تكون المحفظة الإلكترونية بطاقة ذكية يمكن تثبيتها على الكمبيوتر الشخصي أو تكون قرصا مرنا يمكن إدخاله في فتحة القرص المرن في الكمبيوتر الشخصي ليتم نقل القيمة المالية (منه أو إليه) عبر الأنترنيت.[1]

-هي كناية عن بطاقة مسبقة الدفع، أي أنها تتضمن مبلغا معينا من النقود مدفوع مسبقا بحيث يمثل احتياطا ماليا لصاحب المحفظة، وقد تكون كذلك بطاقة ذكية يمكن تثبيتها على الكمبيوتر الشخصي، أو تكون قرصا مرنا يمكن إدخاله في فتحة القرص المرن في الكمبيوتر ليتم نقل القيمة المالية منه وإليه عبر الأنترنيت وحديثا أصبح من الممكن تثبيت هذا النوع من المحافظ على الهواتف الذكية.[2]

ثانيا: خصائصها

يمكن عرض الخصائص الرئيسية التي تميز المحافظ الإلكترونية حسب Françoise Pierre فيما يلي[3]:

- المحفظة الإلكترونية تعطي حلا متطورا للدفع بمبالغ صغيرة، وعليه يمكن التخلص من أسعار معالجة الشيكات وباقي وسائل الدفع الورقية في كل عملية أو صفقة تجارية ذات المبالغ الصغيرة؛
- تسمح بتخفيض عمليات الدفع بالنقود، وبالتالي التخلص من تكاليف المعالجة؛
- هي وسيلة ملائمة تماما للصفقات التجارية لما توفره من سرعة في العمل؛
- تستعمل للدفع بمبالغ صغيرة.

ثالثا: وظائفها

تعمل المحفظة الإلكترونية على تحقيق جملة من الوظائف الأساسية ومن أهمها[4]:

❖ تأمين تنزيل التطبيق والتسجيل والوصول، إذ يمكن للمحفظة الرقمية تلقي معلومات الأمان التي تحدد التجار الموثوق بهم والتجار غير الموثوق بهم من النظام البعيد؛

---

[1] منير محمد الجنبيهي، ممدوح محمد الجنبيهي، **النقود الإلكترونية**، دار الفكر الجامعي للنشر والتوزيع، دون طبعة، الإسكندرية، مصر، 2005، ص13.

[2] عدنان محمد يوسف ربابعة، مهند مصطفى أحمد عقايلة، **النقود الإلكترونية**، المجلة الإفريقية للدراسات المتقدمة في العلوم الإنسانية والاجتماعية، قسم الاقتصادوالمصارف الإسلامية، كلية الشريعة، جامعة البرموك، الأردن، العدد3، المجلد 2، 2022، ص73.

[3] أحمد بوراس، السعيد بريكة، **أعمال الصيرفة الإلكترونية الأدوات والمخاطر**، دار الكتاب الحديث للنشر والتوزيع، دون طبعة، القاهرة، مصر، 2014، ص235.

[4] أمير علي خليل، **دور محفظة الموبايل الرقمية في تعزيز حجم التجارة الإلكترونية**، مجلة الإدارة والاقتصاد، كلية الإدارة والاقتصاد، جامعة كربلاء، العراق، المجلد 8، العدد 30، جوان 2019، ص468.

- ❖ حفظ قوائم المشتريات والخصم التجاري، حيث يمكن للمحفظة الرقمية أيضا تخزين قسائم الشراء أو بطاقات الخصم التجاري للزبائن المميزين لاستخدامها في المعاملات، ويمكنها أيضا تطبيق القسائم المخزنة تلقائيا أثناء عملية شراء إذا كان ذلك مناسبا؛
- ❖ تخزين بطاقات دفع متعددة ومنتجات دفع أخرى نيابة عن المستخدم؛
- ❖ إتمام المعاملات المالية بخطوتين (المستخدم والشركة المالية إضافة لكونها هي المزودة لخدمة المحفظة الرقمية)، إلا أنه في بعض الأحيان قد يكون مزود الخدمة شركة تقنية غير الشركة المالية طرف ثالث؛
- ❖ تخزين المعلومات حول أعداد مختلفة من بطاقات الائتمان والخصم، والحسابات المصرفية والعملات الافتراضية وما غير ذلك؛
- ❖ إدارة خدمات الدفع بواسطة الهاتف النقال المتعددة المقدمة من مختلف الموردين.

بالإضافة إلى[1]:

- ❖ إن مهمة المحافظ الإلكترونية الأساسية هي جعل التسويق أكثر كفاءة؛
- ❖ حل مشكلة الدخول المتكرر على معلومات الشحن والسداد وملء النماذج في كل مرة يقوم المستهلك فيها بالشراء.

رابعا: استخدامات ومزايا المحفظة الإلكترونية

توفر المحافظ الإلكترونية حزمة من الاستخدامات والمزايا التي يمكن للمستخدم الاستفادة منها إذ أحسن توظيفها، نستعرض أدناه البعض منها[2]:

- القيام بالتحويلات المصرفية لأي محفظة إلكترونية أخرى في العالم خلال وقت قصير؛
- الاستغناء عن حمل المحفظة التقليدية لقدرة المحفظة الرقمية على حفظ كافة البطاقات التي تستخدم بشكل دوري ويومي؛
- إيداع النقود الورقية في المحفظة الرقمية من خلال أجهزة الصراف الآلي باستخدام رقم الهاتف المحمول؛
- تحويل الأموال من البنك إلى المحفظة الرقمية عبر خدمة ربط الحساب المصرفي بالمحفظة الرقمية؛
- توفر المحافظ الإلكترونية لمستخدميها الراحة والسهولة، خاصة في حالات السفر وتوفر الوقت والجهد لإتمام وإنجاز أغلب المعاملات اليومية والحيوية؛
- تخزين أرقام عدة بطاقات ائتمانية للمستخدم الواحد، مما يتيح للمستخدم اختيار أي من البطاقات المتنوعة المخزنة في المحفظة الإلكترونية وفقا للاستخدام؛

[1] غسان فاروق عندور، **طرائق السداد الإلكترونية وأهميتها في تسوية المدفوعات بين الأطراف المتبادلة**، مجلة جامعة دمشق للعلوم الاقتصادية والقانونية، كلية الاقتصاد، جامعة دمشق، سوريا، المجلد 28، العدد الأول، 2012، ص579.

[2] ولاء سعد أبو زيد، **المحفظة الرقمية**، صندوق النقد العربي للنشر والتوزيع، دون طبعة، أبو ظبي، الإمارات، 2021، ص ص13،14.

- تساعد الشركات على تجميع معلومات إضافية عن السلوك الشرائي للعملاء ومعرفة عادات الشراء المفضلة لديهم، وبالتالي تطوير السوق المحلية والعالمية؛
- تسمح المحافظ الإلكترونية للكثير من الأفراد في الدول النامية بالمشاركة بشكل فعال في النظام المالي العالمي، عن طريق فتح أسواق جديدة أمام المستهلك والتاجر على حد سواء.

الفرع الثاني: الشيكات الإلكترونية

أولا: تعريفها

-تستخدم هذه الشيكات لإتمام عمليات السداد الإلكترونية بين طرفين ووسيط ولا يختلف ذلك كثيرا عن نظام معالجة الشيكات الحالية فيما عدا أنه يتم توليد الشيكات الإلكترونية وتبادلها عبر الانترنيت، ويقوم الوسيط بالخصم من حساب العميل ويضيف إلى حساب التاجر.[1]

-الشيك الإلكتروني هو " محرر ثلاثي الأطراف معالج إلكترونيا بشكل كلي أو جزئي يتضمن أمرا من شخص يسمى الساحب إلى البنك المسحوب عليه بأن يدفع مبلغا من النقود لإذن شخص ثالث يسمى المستفيد".[2]

-وهو عبارة عن " رسالة (وثيقة) إلكترونية مؤمنة وموثقة تحتوي على جملة بيانات مثل: رقم الصك، اسم الدافع، اسم المصرف، رقم حساب الدافع، اسم المستفيد، المبلغ الذي يتم دفعه...، يرسلها مصدر الشيك إلى مستلم الشيك لكي يعتمده ويقوم بتقديمه للمصرف الذي يعمل عبر الأنترنيت، فيقوم المصرف بتحويل قيمة الشيك المالية إلى حساب حامله، ثم إلغائه وإعادته إلكترونيا إلى مستلم الشيك ليكون دليلا على أنه تم صرف الشيك فعلا.

ثانيا: خصائصها

تتميز الشيكات الإلكترونية بما يلي[3]:

- ✓ تخضع الشيكات الإلكترونية إلى الإطار القانوني نفسه المقرر في الشيكات الورقية؛
- ✓ دفتر الشيكات الإلكتروني يحقق الوظائف نفسها التي يقوم بها الشيك العادي بل ويعتبر أفضل لأنه يوفر السرية ويعتبر أكثر أمانا؛
- ✓ تقلص الشيكات الإلكترونية من تكلفة الإدارة والدفع وتحل مشكلة التزويد والنقل والطبع والسرعة.

---

[1] أحمد عبد العليم العجمي، **مرجع سبق ذكره**, ص73،74.

[2] مصطفى كمال طه، وائل أنور بندق، **الأوراق التجارية**، مكتبة الوفاء القانونية للنشر والتوزيع، دون طبعة، الإسكندرية، مصر، 2016، ص495.

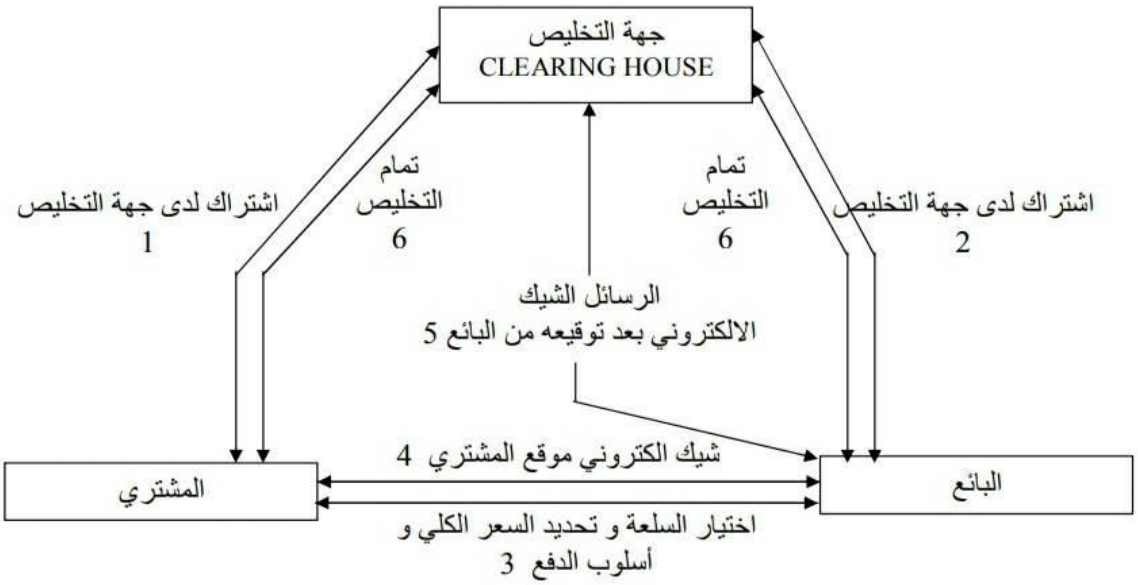
[3] أحمد بوراس، السعيد بريكة، **مرجع سبق ذكره**، ص ص221،222.

ثالثا: خطوات استخدام الشيك الإلكتروني

يمر استخدام الشيك الإلكتروني بعدة مراحل أهمها[1]:

1. فتح العميل (المشتري) حساب لدى جهة الدفع (البنك) ويتم تحديد التوقيع الإلكتروني وتسجيله في قاعدة البيانات.
2. إشراك البائع لدى جهة الدفع نفسها وفتح حساب له وتحديد توقيعه الإلكتروني أيضا.
3. اختيار المشتري للسلعة أو الخدمة التي يرغب شرائها من التاجر المشترك معه لدى مؤسسة الدفع نفسها أو مؤسسة أخرى تعترف بالشيك الإلكتروني ويتم تحديد السعر الكلي وطريقة الدفع.
4. يقوم العميل بملء الشيك إلكترونيا بجميع البيانات المطلوبة ويتم تداوله بانتقاله من الساحب الذي يوقعه إلكترونيا إلى المستفيد الذي يوقعه بدوره.
5. يرسل المستفيد الشيك إلى البنك الذي يحوز فيه على حساب جاري وهذا الأخير يقوم بتبادل الشيك بينه وبين البنك المسحوب عليه حيث يقوم بخصم قيمة الشيك من حساب عميله الساحب.
6. لينقلها إلى المستفيد عن طريق البنك الذي له فيه حساب.

الشكل رقم (01): دورة استخدام الشيك الإلكتروني وإجراءاتها



المصدر: نادر شعبان ابراهيم السواح، **النقود البلاستيكية**، الدار الجامعية للنشر والتوزيع، دون طبعة، دون بلد نشر، 2006، ص121.

[1] بحماوي الشريف، سليمان مصطفى، **خصوصية وسائل الوفاء الإلكتروني ودورها في المعاملات التجارية**، مجلة الأستاذ الباحث للدراسات القانونية والسياسية، العدد السابع، المجلد الأول، 2017/08/30، ص136.

رابعا: وظائف الشيك الإلكتروني

يعمل الشيك الإلكتروني على تحقيق جملة من الوظائف الأساسية تتمثل في[1]:

1. **الشيك يغني عن عمل النقود:** وهي وظيفة تقليدية، يجسدها الشيك الإلكتروني كذلك، إذ يمثل الشيك مبلغا من النقود، وهو بهذه الخاصية يحقق وظيفته المهمة والمركزية، فما عاد التجار بحاجة إلى المخاطرة بحمل نقودهم في أسفارهم أو شحنها أو نقلها بأي طريقة وجعلها عرضة لضياع أو السرقة، بل يكفي أن يحصل التاجر معه دفتر شيكات، فيشتري به ما يشاء من البضائع ويوفى به جميع التزاماته، وذلك في داخل البلد الواحد حيث يستخدم الشيك للوفاء بالديون الداخلية.
2. **الشيك أداة وفاء:** على العكس ما هو متعارف عليه عند العامة، فالشيك عاديا كان أم إلكترونيا يعتبر من أهم أدوات الوفاء بالحقوق، كما أن قيامه بعملية الوفاء من أهم وظائفه وذلك لأنه يقوم مقام النقد، فإذا قام شخص مدين بتحرير شيك إلى آخر دائن فإن ذلك يعتبر وفاء وإنهاء للحق الذي عليه مع وجوب الدفع في تاريخه.

المطلب الرابع: التحويلات المالية الإلكترونية والفاتورة الإلكترونية

من بين وسائل الدفع الحديثة أيضا هذان النوعان الشائعان خاصة في الدول المتقدمة التحويلات المالية الإلكترونية والفاتورة الإلكترونية.

الفرع الأول: التحويلات المالية الإلكترونية

أولا: مفهوم التحويل الإلكتروني للأموال

-عرف قانون تحويل الأموال الإلكترونية الأمريكي التحويل المالي الإلكتروني بأنه: "أي عملية تحويل للأموال تبدأ أو تنفذ من خلال وسيلة إلكترونية كالهاتف، الحاسوب أو شريط مغناطيسي بهدف أمر أو توجيه أو تفويض منشأة مالية بإجراء قيد دائن أو مدين في الحساب، والاتصال الإلكتروني هو الرسالة المرسلة إلكترونيا بين العميل والمنشأة المالية بصورة تسمح بعرض ورؤية النص بواسطة وسيلة عرض كشاشة الحاسوب[2].

[1] محمد الأمين مومني، **الشيك الإلكتروني المفهوم والأهمية**، المجلة الجزائرية لقانون الأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة طاهري محمد، بشار، الجزائر، العدد الأول، جوان 2020، ص ص138،139.

[2] محمد فهمي سليم عزوي، **ماهية عقد التحويل الإلكتروني للأموال وآثاره بواسطة البنوك التجارية الأردنية**، مجلة جامعة الزيتونة الأردنية للدراسات القانونية، كلية الحقوق، جامعة الزيتونة الأردنية، الأردن، المجلد 2، الإصدار 3، 2021، ص287.

-التحويل الإلكتروني للأموال النقدية هو" كل أمر يتم إنشاؤه كليا أو جزئيا بوسيلة إلكترونية ويفوض العميل بمقتضاه المصرف أو المؤسسة المالية أو أي مؤسسة أخرى مرخصة من مصرف لبنان أو مخولة قانونا بذلك، بإجراء عملية دفع إلكتروني أو تحويل إلكتروني للأموال النقدية أو إتمام قيد دائن أو مدين على حسابه أو حساب آخر"[1].

- يقصد بـ"أداة التحويل الإلكتروني": "كل وسيلة تمكن من القيام إلكترونيا بصفة كلية أو جزئية بإحدى العمليات التالية[2]:

- ✓ تحويل المبالغ المالية؛
- ✓ سحب الأموال وإيداعها؛
- ✓ النفاذ إلى الحساب؛
- ✓ إعادة شحن وسيلة قابلة للشحن أو تفريغها.

ثانيا: شروط عملية التحويل المصرفي الإلكتروني

بعد تلقي المصرف الأمر بالتحويل، يقوم بتنفيذ العملية متى توافرت الشروط التالية[3]:

1. **الشرط الأول:** وجود حسابين، حتى تتحقق عملية التحويل المصرفي الإلكتروني يجب أن يكون لكل من العميل الآمر بالتحويل والمستفيد منه حساب مصرفي، سواء كانت الحسابات في نفس المصرف الموجه إليه الآمر بالتحويل، أو في مصرفين مختلفين، وسواء كانت الحسابات عائدين إلى شخصين مختلفين أم إلى شخص واحد.
2. **الشرط الثاني:** محل التحويل المصرفي مبلغ من النقود، من الجائز أن يرد التحويل المصرفي على نقل كمية من الأوراق المالية من محفظة الآمر إلى محفظة المستفيد.
3. **الشرط الثالث:** الكتابة في التحويل المصرفي، سار العرف المصرفي على اعتماد الكتابة في إصدار أمر التحويل المصرفي، حيث تعد البنوك نماذج مطبوعة تسلمها إلى عملائها لاستعمالها في إصدار أوامرهم بالتحويل، يقوم العميل بملء فراغات النموذج ويسلم إلى البنك.

---

[1] لبنان، **المعاملات الإلكترونية والبيانات ذات الطابع الشخصي**، قانون رقم 81 تاريخ 2018/10/10، صدر عن رئيس الجمهورية رئيس مجلس الوزراء سعد الدين الحريري، الفصل الثالث، المادة 41، الجزء الأول، ص541.

[2] تونس، **القانون المتعلق بالتحويل الإلكتروني للأموال**، قانون رقم 51 المؤرخ في 2005/06/27، يصدر عن رئيس الجمهورية زين العابدين بن علي، الفصل الأول.

[3] أحمد محمود المساعدة، **التحويل المصرفي الإلكتروني**، المجلة الأكاديمية للبحث القانوني، جامعة المجمعة، المملكة العربية السعودية، المجلد 11، العدد03،01ماي2015، ص37.

رابعا: فوائد التحويلات المالية الإلكترونية

تتيح التحويلات المالية الإلكترونية فوائد لمستعملي هذا النظام[1]:

1. **توفير النقدية بصورة فورية:** يؤدي هذا النظام إلى سرعة الاستجابة ومنه سرعة التدفق النقدي وسرعة دوران النقود.
2. **تخفيض تكاليف الخدمات المصرفية:** حيث أن المقاصة الآلية أدت إلى تقليص العديد من العمليات، حيث تلغى صناديق تجميع الشيكات، حسابات خسائر عمليات الائتمان، المعالجة، التسوية وغيرها من عمليات المقاصة التقليدية.

الفرع الثاني: الفاتورة الإلكترونية

أولا: تعريفها

-الفاتورة الإلكترونية: "هي الفاتورة التي تصدر إلكترونيا، وتتضمن المعلومات الرئيسية التي تتضمنها الفاتورة الورقية، ويمكن أن تتخذ أساسا في التعامل، أو تحل محل الفاتورة الورقية وتقوم بنفس أدوارها بالنسبة لكل من أصدرها أو تسلمها أو غيرهما ممن له صلة بها، وتتوافر فيها سمات الثقة والمصداقية والوضوح التي تجعلها صالحة لإنجاز المعاملات الاقتصادية".[2]

ثانيا: خصائص الفاتورة الإلكترونية

من التعاريف السابقة تتميز منظومة الفواتير الإلكترونية بمجموعة الخصائص التالية[3]:

- ❖ تتميز الفواتير الإلكترونية بالسرعة في إثبات المستند الرقمي عند بيع السلع أو الخدمات ويتم إرسالها واستلامها بمعرفة الممول بعد توقيعها إلكترونيا؛
- ❖ يكون لكل فاتورة رقم فريد يسمى "الرقم التعريفي"؛
- ❖ تظهر الفواتير الإلكترونية بمظهر موحد من حيث الشكل والمحتوى؛
- ❖ تكون الفواتير الإلكترونية أكثر أمانا مقارنة بمثيلاتها الورقية إذ يشمل نظام الفواتير توقيعا إلكترونيا مما يضمن تأمينا كاملا للبيانات الواردة بها؛
- ❖ تتميز الفاتورة الإلكترونية بالمرونة؛

[1] زحوفي نور الدين، زمالة عمر، **التحويل المالي الإلكتروني: آليات التعامل والمخاطر في ظل عصرنة وسائل الدفع**، مجلة الاقتصاد الدولي والعولمة، جامعة الجيلالي بونعامة، خميس مليانة، الجزائر، المجلد1، العدد الأول، 01ديسمبر 2018، ص258.

[2] مبروك محمد السيد نصير، **استخدام برنامج الرقمنة الحكومية لمنظومة الإقرارات الإلكترونية والفاتورة الإلكترونية في تطبيق الفحص الضريبي الإلكتروني بمصلحة الضرائب المصرية**، المجلة العلمية للدراسات والبحوث المالية والتجارية، كلية التجارة، جامعة دمياط، مصر، المجلد الرابع، العدد الأول، جانفي 2023، ص623.

[3] **مرجع نفسه**، ص ص623،624.

- ❖ تتميز الفاتورة الإلكترونية بسهولة الاستخدام حيث يتم حفظ بيانات الفاتورة ويمكن استرجاعها واستعراضها وطباعتها لكل من البائع والمشتري والمصلحة.

ثالثا: البيانات المتعلقة بالعون الاقتصادي (الفاتورة الإلكترونية)

يجب أن تحتوي الفاتورة على البيانات المتعلقة بالعون الاقتصادي الآتية[1]:

1. **بيانات تتعلق بالبائع:**

- ✓ اسم الشخص الطبيعي ولقبه؛
- ✓ تسمية الشخص المعنوي أو عنوانه التجاري؛
- ✓ العنوان ورقم الهاتف والفاكس وكذا العنوان الإلكتروني عند الاقتضاء؛
- ✓ الشكل القانوني للعون الاقتصادي وطبيعة النشاط؛
- ✓ رأس مال الشركة، عند الاقتضاء؛
- ✓ رقم السجل التجاري؛
- ✓ رقم التعريف الإحصائي؛
- ✓ طريقة الدفع وتاريخ تسديد الفاتورة؛
- ✓ تاريخ تحرير الفاتورة ورقم تسلسلها؛
- ✓ تسمية السلع المبيعة وكميتها، أو تأدية الخدمات المنجرة؛
- ✓ سعر الوحدة دون الرسوم للسلع المبيعة، أو تأدية الخدمات المنجرة؛
- ✓ السعر الإجمالي دون احتساب الرسوم للسلع المبيعة أو تأدية الخدمات المنجزة؛
- ✓ طبيعة الرسوم أو الحقوق أو المساهمات ونسبها المستحقة، حسب طبيعة السلع المبيعة أو تأدية الخدمات المنجزة ولا يذكر الرسم على القيمة المضافة إذا كان المشتري معفى منه؛
- ✓ السعر الإجمالي مع احتساب كل الرسوم، محررا بالأرقام والأحرف.

2. **بيانات تتعلق بالمشتري:**

- ✓ اسم الشخص الطبيعي ولقبه؛
- ✓ تسمية الشخص المعنوي أو عنوانه التجاري؛
- ✓ الشكل القانوني وطبيعة النشاط؛
- ✓ العنوان ورقم الهاتف والفاكس وكذا العنوان الإلكتروني، عند الاقتضاء؛
- ✓ رقم السجل التجاري؛
- ✓ رقم التعريف الإحصائي؛
- ✓ يجب أن تحتوي الفاتورة على اسم المشتري ولقبه وعنوانه إذا كان مستهلكا.

[1] الجريدة **الرسمية للجمهورية الجزائرية**، 2005/12/11، ص19.

المبحث الثالث: تقييم وسائل الدفع الإلكتروني

إن وسائل الدفع الإلكتروني تتميز بالحداثة وتواكب كل التطورات الحاصلة في العالم، لكن هذا لا يضمن بأن ليس لها عيوب، فهي كغيرها من الوسائل لها مزايا وكذلك عيوب.

المطلب الأول: مزايا وعيوب وسائل الدفع الإلكتروني

لوسائل الدفع الإلكتروني العديد من المزايا والفوائد، ومع ذلك لا يمكن غض البصر عن العيوب الخاصة بها والتي سيتم التطرق لها في هذا المطلب.

الفرع الأول: مزايا وسائل الدفع الإلكتروني

هناك العديد من المزايا الخاصة بهذه الوسائل الإلكتروني أهمها ما يلي[1]:

أولا: بالنسبة لحاملها: حيث تتميز بالسهولة ويسر الاستخدام والأمان، تفادي السرقة والضياع وتوفير فرص للحصول على الائتمان المجاني لفترات محدودة وإتمام الصفقات فورا بمجرد ذكر رقم البطاقة.

ثانيا: بالنسبة للتاجر: حيث تعد أقوى ضمان لحقوق البائع وتساهم في زيادة المبيعات ونقل عبء متابعة ديون الزبائن إلى عاتق البنك والشركات المصدرة.

ثالثا: بالنسبة للمصدر: تعزيز الأرباح من خلال الفوائد والرسومات والغرامات.

-بالإضافة إلى هذه المزايا، وسائل الدفع الإلكتروني توفر العديد من الإيجابيات هي:

- تكلفة تداولها زهيدة، لأن تداولها عبر الانترنيت ذو تكلفة أرخص بكثير من استخدام الأنظمة المصرفية التقليدية؛
- يمكن تحويلها من أي مكان إلى آخر في العالم وذلك لاعتمادها على الانترنيت وعلى الشبكات التي لا تعترف بالحدود الجغرافية والسياسية.

الفرع الثاني: عيوب وسائل الدفع الإلكتروني

ويمكن تلخيصها كما يلي[2]:

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

---

[1] فريد مشري وآخرون، **الحماية القانونية لوسائل الدفع الإلكتروني**، مداخلة مقدمة إلى الملتقى الوطني الثالث حول المستهلك والاقتصاد الرقمي: ضرورة الانتقال وتحديات الحماية، المركز الجامعي عبد الحفيظ بوالصوف، ميلة، 23-24 أفريل 2018، ص ص5،6.

[2] هبة مصطفى كافي، **مرجع سبق ذكره**، ص156.

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

أما بالنسبة لمصدرها فنلاحظ ما يلي[1]:

ثالثا: بالنسبة لمصدرها: أهم خطر يواجهه هو مدى سداد حاملي البطاقات للديون المستحقة عليهم، وكذا يتحمل البنك المصدر نفقات ضياعها.

كما توجد عيوب أخرى تتعلق بمدى توفر الثقة في هذه الوسائل الحديثة وكيف يمكن دعمها، وكذا الغش والاختلاس والتشويش على البيانات والخدمات.

المطلب الثاني: طرق حماية وسائل الدفع الإلكتروني

إن وسائل الدفع الإلكتروني كغيرها من الوسائل تتعرض للعديد من المخاطر إذ وجب على مصدريها إنشاء وسائل تحميها كالتوقيع الإلكتروني، التشفير وغيرها من الوسائل التي سنتطرق إليها في هذا المطلب.

الفرع الأول: التوقيع الإلكتروني

أولا: تعريفه

-التواقيع الإلكترونية هي: "تصاحب جميع الخدمات المصرفية الإلكترونية ومثال على ذلك الكلمات السرية وكلمات المرور والتي من خلالها يمكن التأكد من اشتراك العميل بالخدمة والصلاحية الممنوحة له، من أجل ضمان خصوصية العميل وسريته وهي بمثابة التوقيع في المعاملات التقليدية الورقية"[2].

-عرفه المشرع الفرنسي في المادة 2-1 بأنه: "توقيع رقمي يرتبط بالمعلومات التي يرغب المرسل في إرسالها إلى الطرف الآخر اشتمال التوقيع على هذه المعطيات يدل على ارتباط صاحبه واعترافه بما ورد في الوثيقة الإلكترونية المرسلة". يجب أن يتضمن هذا التوقيع الشرط التالي[3].

*أن يكون مرتبطا بشخص واحد مما يسمح بتعيينه وأن يتم التوقيع من خلال وسائل تخضع للسيطرة المباشرة من صاحب التوقيع موضحا ارتباطه بمضمون الوثيقة الإلكترونية المرسلة بحيث لا يكون هناك أية قيمة للتغييرات التي قد تحدث بعد ذلك.

---

[1] سمية أحمد ميلي، **أهمية وسائل الدفع الحديثة في تحسين جودة الخدمات البنكية**، مجلة التنمية والاقتصاد التطبيقي، جامعة محمد بوضياف، المسيلة، الجزائر، المجلد 05، العدد 01، 2021، ص126.

[2] خالد أمين عبد الله، اسماعيل ابراهيم الطراد، **إدارة العمليات المصرفية (المحلية والدولية)**، دار وائل للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان، الأردن، 2006، ص225.

[3] أمير فرج يوسف، **عالمية التجارة الإلكترونية وعقودها**، المكتب الجامعي الحديث للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، دون بلد نشر، 2009، ص ص301،302.

ثانيا: أنواع التوقيعات الإلكترونية

من بين أنواع التوقيعات الإلكترونية ما يلي[1]:

1. **التوقيع المحمي:** وهنا يتم تزويد الوثيقة الإلكترونية بتوقيع رقمي مشفرة تقوم بتشخيص المستخدم (الموقع) الذي قام بالتوقيع ووقت التوقيع ومعلومات الشخص نفسه وهو عادة مميز لأصحاب التوقيع.
2. **التوقيع البيو متري:** يقوم الموقع هنا باستخدام قلم إلكتروني، يتم توصيله بجهاز الكمبيوتر، ويبدأ الشخص بالتوقيع باستخدام القلم مما يسجل نمط حركات يد الشخص وأصابعه، ولكل منا نمط مختلف عن الآخر، حيث يتم تحديد هذه السمة، وهنا تقودنا أيضا إلى البصمة الإلكترونية التي تعمل بنفس التقنية.

ونجد العديد من الأنواع الأخرى المتمثلة في[2]:

3. **التوقيع الرقمي:** وهو توقيع تقني بحث، بحيث يتم من خلال معادلات رياضية بحتة باستخدام اللوغاريتمات، والتوقيع في هذه الحالة سيتحول من نمط الكتابة التقليدية إلى معادلة رياضية ولا يمكن إعادتها لصياغتها المقروءة إلا من قبل الشخص الذي له المعادلة الخاصة، وهو من أهم صور التوقيع الإلكتروني وأفضلها على الإطلاق لما يتمتع به من درجة عالية من الثقة والأمان في استخدامه وتطبيقه.
4. **التوقيع بالرقم السري في البطاقات البلاستيكية أو الممغنطة:** ذلك بإدخال البطاقة الممغنطة المشتملة على البيانات الخاصة بالعميل، ثم إدخال الرقم السري للعميل والضغط على المفتاح بذلك يكتمل التعبير عن الإدارة في قبول العملية، وعادة هذه العملية تستعملها البنوك والمؤسسات المالية. إن دقة هذا النظام تكمن في أنه يشمل على رقم سري مميز وفريد بصاحبه، وبالتالي فحتى لو عثر على البطاقة فلا يستطيع أي شخص استعمالها إلا إذا كان على علم بالرقم السري.
5. **التوقيع الإلكتروني اليدوي أو الإمضاء الآلي:** نعني به قيام الشخص بتخزين إمضائه اليدوي في الكمبيوتر بعد تصويره وإدخاله إليه بالماسح الضوئي ويتم حمايته برقم سري ليتم استعماله عند الحاجة، هذا النوع لا يتمتع بدرجة كبيرة من الأمان إذ أن المرسل إليه يستطيع أن يحتفظ بنسخة من صورة التوقيع ويعيد لصقها على أي وثيقة إلكترونية.

---

[1] عبد الرؤوف دبابش، ذبيح هشام، **وسائل الدفع ما بين الحماية التقنية والقانونية للمستهلك الإلكتروني**، مجلة الاجتهاد الفضائي، جامعة محمد خيضر، بسكرة، الجزائر، العدد14، 2017، ص107.

[2] حابت أمال، **التجارة الإلكترونية في الجزائر**، أطروحة دكتوراه، منشورة، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، الجزائر، 2015، ص104.

الفرع الثاني: التشفير

أولا: تعريفه

- يلعب التشفير دورا كإجراء من إجراءات التأمين في المعاملات الإلكترونية بصفة عامة بفضل ما يحققه من سرية خصوصية البيانات، إذ يعرف التشفير على أنه: " آلية بمقتضاها ترجمة معلومة مفهومة إلى معلومة غير مفهومة عبر تطبيق بروتوكولات سرية قابلة للانعكاس أي يمكن إرجاعها إلى حالتها الأصلية"[1].

ثانيا: أنواعه

حيث ينقسم التشفير إلى نوعين هما[2]:

1. **التشفير المتماثل:** وهو الذي يقوم على فكرة الرقم السري المتبادل بين الطرفين في بيئة منعزلة، حيث يكون الرقم معلوما بين الطرفين فقط: صاحبه والجهاز.
2. **التشفير اللامتماثل:** وهذا النوع يعتمد على نوعين من المفاتيح، مفتاح عام ومفتاح خاص، على أن يكون هذا الأخير معروف فقط من طرف الموقع الذي يستخدمه للتوقيع الإلكتروني.

ثالثا: أهمية التشفير لتأمين البيانات

عن طريق هذه التقنية يمكننا التغلب وتجاوز الكثير من المخاطر، فبواسطتها تتجنب[3]:

- الاطلاع على المعلومات المحظورة (السرية) والشخصية؛
- محاولة تعديل البيانات المنقولة بالشبكة؛
- إعادة توجيه البيانات إلى جهة أخرى؛
- تغيير محتويات الرسائل المتبادلة؛
- تغيير كلمات السر الخاصة بالمستفيدين؛
- انتحال شخصية المستخدم الحقيقي؛
- تعديل الحسابات المخزنة على الحسابات نفسها.

---

[1] كريمة شايب باشا، **آليات الحماية من مخاطر الدفع الإلكتروني في التشريع الجزائري**، المجلة الجزائرية للسياسات العامة، جامعة البليدة2، الجزائر، المجلد 07، العدد 02، 2018، ص44.

[2] سعدي غرو، **الأمن التقني للدفع الإلكتروني أي فعالية؟**، مجلة معالم للدراسات القانونية والسياسية، جامعة البليدة2، الجزائر، العدد02، 2017، ص125.

[3] عبد الرؤوف دبابش، ذبيح هشام، **مرجع سبق ذكره**، ص108.

الفرع الثالث: التصديق الإلكتروني

يمكن القول أن[1]:

-التصديق الإلكتروني على أنه: "آلية تهدف إلى بناء الثقة في نظام الشهادات الرقمية وتشجيع المعاملات الإلكترونية بإضفاء المصداقية عليها"، فالتصديق بمعناه العام "يعني التوثيق والاعتماد ومجاله الطبيعي هو التصرفات القانونية في شكلها التقليدي أي السندات الورقية، حيث يضع الموظف المختص التأكيد والتصديق على صحة ما ورد في المحرر المقدم للتصديق وصحة نسبته إلى من وقع عليه، وبالتالي فالتصديق الإلكتروني يعني تدخل طرف ثالث لتأمين التبادل الإلكتروني للمعطيات في المجال الإلكتروني لتخفيف السلامة والثقة في المعاملات الإلكترونية".

-يعني التصديق الإلكتروني بالنسبة لوسائل الدفع الإلكترونية: " التوثيق الإلكتروني للرسائل المتبادلة بين البنك والزبون والخاصة بالبيانات والمعلومات المرتبطة بالعمليات التي تتم عن طريق وسائل الدفع الإلكتروني، فالتصديق بمعناه الخاص يعني إجراء يقوم به طرف ثالث يقر من خلاله بأن الشيء الذي بين يديه يتوافق مع معايير وشروط وضوابط معينة، كتوافق سلعة مع الشروط المطلوبة أو الخدمة مع المعايير المعمول بها".

الفرع الرابع: البصمة الإلكترونية

-هي بصمة رقمية يتم اشتقاقها وفقا لخوارزميات معينة تدعى دوال أو إقترانات التمويه، إذ تطبق هذه الخوارزميات حسابات رياضية على الرسالة لتوليد بصمة تمثل ملفا كاملا أو رسالة، وتتكون البصمة الإلكترونية للرسالة من بيانات لها طول ثابت يتراوح بين 128 و160 Bits.

ومن غير الممكن اشتقاق البصمة الإلكترونية ذاتها من رسالتين مختلفتين، إذ تتميز البصمات الإلكترونية عن بعضها البعض بحسب المفاتيح الخاصة المنشأة لها ومن غير الممكن فك شيفرتها إلا باستخدام المفاتيح العامة ولذا يطلق على التمويه المستخدم في إنشاء البصمة الإلكترونية اسم آخر وهو اقتران التمويه الأحادي الاتجاه.[2]

المطلب الثالث: العوامل المساعدة والمعرقلة لنجاح وسائل الدفع الإلكتروني

رغم حداثة وسائل الدفع الإلكتروني إلا أنها وصلت إلى مرحلة يمكن فيها تقييم هذه الوسائل واستنتاج العوامل المساعدة على نجاحها أو المعرقلة لها في التطور.

---

[1] غزالي نزيهة، **الآليات القانونية لحماية وسائل الدفع الإلكتروني في التشريع الجزائري**، مجلة البحوث السياسية والإدارية، جامعة محمد لمين دباغين سطيف2، الجزائر، العدد 1، 2016، ص291.

[2] سعدي عزو، **مرجع سبق ذكره**، ص ص125،126.

الفرع الأول: العوامل المساعدة نجاح وسائل الدفع الإلكتروني

هناك العديد من العوامل التي أدت إلى نجاح وسائل الدفع الإلكتروني التي تتمثل أهمها فيما يلي[1]:

أولا: ظهور البنوك الإلكترونية وخدمات مصرفية جديدة

في ظل وجود شبكة الانترنيت وشيوعها وازدياد مستخدميها، واستغلال هذه الشبكة في ميدان النشاط التجاري الإلكتروني، لم تكتف البنوك بدور المتفرج بل شهدت ثورة في المعاملات المصرفية أمدت هذا القطاع بأحدث الآليات، جعلته أكثر مرونة وسرعة في تقديم خدماته، وقد ظهر إلى الوجود ما يسمى بالبنوك الإلكترونية، وقد قدمت هذه البنوك عدة مزايا ومنافع أهمها، تنظيم الدفعات، تسيير العمل، السلامة والأمن، تقليل الأعمال الورقية، زيادة رضا العملاء، توفير المصاريف.

ثانيا: ظهور منظمات ومؤسسات مالية عالمية في مجال المدفوعات

إن من بين العوامل المساهمة في انتشار وسائل الدفع الإلكتروني، ظهور منظمات ومؤسسات عالمية أصبحت رائدة في إنتاج وتسويق هذه الوسائل لمختلف بلدان العالم، والجهات المصدرة للبطاقات البنكية والتي تعد أشهر وسائل الدفع الإلكتروني، ويمكن تقسيمها إلى ما يلي:

- المنظمات العالمية المصدرة للبطاقات وهي لا تعتبر مؤسسات مالية وإنما بمثابة ناد، حيث تمتلك كل منظمة العلامة التجارية للبطاقات الخاصة بها لكنها لا تقوم بإصدارها بنفسها وإنما تمنح تراخيص بإصدارها للبنوك.
- المؤسسات المالية العالمية وهي التي تشرف على عملية إصدار البطاقات المصرفية دون ضرورة منح تراخيص الإصدار لأي مصرف، ومن أشهرها "أمريكان إكسبرس" و "الدينرز كليب".

ونرى كذلك من بين أهم المقومات في نجاح وسائل الدفع الإلكتروني ما يلي[2]:

- ضرورة قيام البنك بدور توعوي أكبر للتعريف بالخدمات المصرفية الإلكترونية؛
- العمل على تحسين وتطوير الموقع الإلكتروني للبنك على شبكة الانترنيت؛
- إعفاء الخدمات المصرفية الإلكترونية من أية رسوم لتصبح مجانية؛
- قيام الحكومة والمؤسسات المالية بتوفير بنية تحتية مناسبة.

---

[1] هادف حيزية، **نجاح وسائل الدفع الإلكتروني والتحول الجوهري إلى عمليات التفاعل مع التجارة الإلكترونية**، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير جامعة المدية، الجزائر دون تاريخ نشر، ص8

[2] منصوري الزين، **وسائل و أنظمة الدفع والسداد الإلكترونية (عوامل انتشار وشروط النجاح)**، مجلة الاقتصاد الجديد، جامعة البليدة، العدد00، ديسمبر، 2009، ص152.

الفرع الثاني: العوامل المعرقلة لنجاح وسائل الدفع الإلكتروني

هناك جملة من العوامل التي تعرقل نجاح وسائل الدفع الإلكتروني وتؤدي إلى انعدام الثقة بهذه الوسائل الحديثة، فرغم النجاح والراحة والمزايا التي حققتها هذه الوسائل إلا أن هناك عوامل جعلت من هذا النجاح ناقصا، ونذكرها كالآتي[1]:

أولا: الجرائم الإلكترونية ومخاطر المعاملات الإلكترونية

تعتبر الجرائم الإلكترونية النوع الشائع الآن من الجرائم، إذ أنها تتمتع بالكثير من المميزات للمجرمين تدفعه إلى ارتكابها، ويمكن تعريف الجرائم بأنها: "التي لا تعرف الحدود الجغرافية والتي يتم ارتكابها بأداة هي الحاسب الآلي عن طريق شبكة الانترنيت وبواسطة شخص على دراية فائقة بهما".

وقد كان لظهور وسائل الدفع الإلكتروني عاملا مساهما في ظهور هذا النوع من الجرائم كما يلي:

1. **انتحال شخصية الفرد:** تتم عندما يستغل اللصوص بيانات كالعنوان وتاريخ الميلاد ...إلخ، شخص ما على الشبكة الإلكترونية أسوأ استغلال من أجل الحصول على بطاقات بنكية ائتمانية.
2. **جرائم السطو على أرقام البطاقات:** حيث أصبح أمرا سهلا عبر شبكة الأنترنيت، لذلك تزايدت هذه الحوادث التي أعقبتها عمليات الابتزاز لإرجاع تلك الأرقام أو لعدم نشرها أو لعدم استخدامها.
3. **غسيل الأموال باستخدام البطاقات البنكية:** غسيل الأموال هي عملية تحويل المصدر غير المشروع للأموال كالمخدرات إلى أموال مصدرها مشروع كالتجارة بالسيارات، وأبسط الطرق لهذه 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 أصدر البطاقة، فتتم عملية التحويل بخصم المبلغ من رصيد العميل الذي يكون قد تهرب من دفع رسوم التحويل واستطاع أن يغسل أمواله.
4. **السلب بالقوة الإلكترونية:** بحيث يتم استخدام الحاسب في التلاعب بالمعلومات وذلك بإدخال بيانات زائفة من جانب المتحايل باختلاف دائنين كأجور يجب دفعها أو فواتير يجب سدادها.

ثانيا: جرائم البطاقات البنكية

إضافة إلى الجرائم الإلكترونية نجد ما يسمى بجرائم البطاقات البنكية، حيث تتمثل هذه الجرائم فيما يلي[2]:

---

[1] عبد الرحيم وهيبة، **تقييم وسائل الدفع الإلكترونية ومستقبل وسائل الدفع التقليدية في ظل وجودها**، مجلة الاقتصاد الجديد، المركز الجامعي لتمنراست، الجزائر، العدد 02، 2010، ص ص 197.

[2] بوزيتونة رابح نصر الدين، **دور وسائل الدفع الإلكترونية في تطوير وعصرنة الخدمات البنكية**، مذكرة ماستر أكاديمي كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد الصديق بن يحي، جيجل، الجزائر، 2020-2021، ص33.

1. **جرائم يرتكبها العميل بسبب استعمال البطاقات البنكية**: فالعميل نفسه صاحب البطاقة قد يستعملها لارتكاب جرائم مخالفة للعقد المبرم بينه وبين البنك، وذلك بطبيعة الحال للحصول على أموال بأي طريقة كانت ومعظم هذه الجرائم والمخالفات نذكرها فيما يلي:
   - ❖ تجاوز حامل البطاقة لرصيد السحب من خلال أجهزة الصراف الآلي؛
   - ❖ إساءة استخدام بطاقات انتهت مدة صلاحيتها؛
   - ❖ استخدام البطاقة الملغاة؛
   - ❖ إساءة استخدام بطاقة ضمان الشيك.
2. **الجرائم التي يرتكبها الغير بسبب استعمال البطاقات الإلكترونية**: قد يتم أيضا ارتكاب جرائم باستخدام البطاقات من قبل الغير وذلك على النحو التالي:
   - ❖ استخدام بطاقات المسروقة أو المفقودة من قبل الغير؛
   - ❖ السحب ببطاقة إلكترونية مزورة.

ثالثا: مخاطر وسائل الدفع الإلكتروني

لا تخلو الخدمات المصرفية الإلكترونية المقدمة من طرف البنوك والمؤسسات المالية من العديد من المخاطر نذكر منها[1]:

1. **المخاطر القانونية:** قد يقوم البنك ببعض العمليات البنكية خارج حدود البنك مما يتطلب منه أن يكون على علم ودراية بقوانين ذلك البلد وما يضبط هذه العمليات من أعمال رقابية.
2. **مخاطر السمعة:** تنشأ مخاطر السمعة في حالة توافر رأي سلبي اتجاه البنك والذي قد ينشأ من عدم توفر وسائل الحماية الكافية والمؤكدة للبيانات التي يحتفظ بها البنك والخاصة بعملائه، وهذا يؤثر تأثيرا كبيرا على سمعة البنك وعلى نشاطه لأقصى حد ما يقلل أرباحه، وفقد الثقة.
3. **مخاطر المعاملات المصرفية الإلكترونية:** إن طبيعة هذه المعاملات ينتج عنها تهديدات أمنية تأتي سواء من داخل النظام أو خارجه، وعلى البنوك أن تتبع ممارستها السليمة لضمان سرية البيانات والاعتماد على الخبراء في ذلك.
4. **المخاطر التنظيمية:** تتعلق بعلاقة البنوك الإلكترونية بالبنك المركزي، حيث أن النقود الإلكترونية ستجعل من الصعب مراقبة تحديد الكتلة النقدية، كذلك تداول عدة أشكال من النقود الصادرة من مؤسسات مصرفية وغير مصرفية، يجعل الكثير من المبالغ خارج رقابة السلطة النقدية من الناحية التنظيمية.

[1] جودي نبيل، صبيحي زكرياء، **دور أنظمة الدفع الإلكترونية في تحسين المعاملات المصرفية**، مذكرة ماستر أكاديمي، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، الجزائر، 2021-2022، ص23.

خلاصة الفصل:

نستخلص من هذا الفصل أن العمل المصرفي الإلكتروني يتجاوز الوظائف التقليدية ويهدف إلى تطوير وسائل تقديم الخدمات المصرفية، ورفع كفاءة أدائها بما يتماشى مع التكنولوجيا الحديثة، ولهذا ظهرت ما تعرف بوسائل الدفع الإلكتروني بكافة أنواعها على رأسها البطاقات البنكية التي توفر سهولة للتعامل وسرية وأمان لصاحبها، لما لها من مزايا عديدة غير أنه مع مرور الوقت نظرا للعديد من العيوب والمخاطر المتعلقة بها تم وضع العديد من الطرق لحمايتها والاعتماد عليها من طرف المصارف في تحسين جودة خدماتهم باعتبارها الوسيلة والطريقة الأهم والأمثل في زيادة هذه الجودة وتوطيد العلاقة بين البنك وعملائه.

الفصل الثاني:

جودة الخدمات المصرفية وعلاقتها بوسائل الدفع الإلكتروني

تمهيد:

عرفت الدراسات الحديثة اهتماما متزايدا بقطاع الخدمات بدأ منذ منتصف السبعينات، أين تجلى الاهتمام بتحسين جودة الخدمات الذي يعتبر من أبرز الاتجاهات المهمة التي تواجه المنظمات والمؤسسات المالية نتيجة تزايد المنافسة وكذا التطور التكنولوجي الحاصل.

وقد عرفت البنوك كغيرها من المؤسسات بتقديم خدمات مصرفية متنوعة متشابهة من حيث الشكلية والغرض والتقديم ولكن الجوهر الحقيقي للخدمة يكمن في الجودة، التي تحقق له ميزة تنافسية ينفرد بها عن بقية البنوك الأخرى حيث تكسبه حصة سوقية تعزز من مكانته في السوق المصرفية، وعلى هذا الأساس ركزت البنوك على تطوير وسائل الدفع لتحسين خدماتها والدفع بها نحو الجودة وذلك في إطار تحرير تجارة الخدمات المصرفية.

المبحث الأول: مفاهيم عامة حول الخدمة والخدمة المصرفية

لقد تطورت الخدمة المصرفية من شكلها التقليدي إلى الحديث بتطور وظائف البنوك وتعددها وتنوعها حسب طلب العميل بعد أن أصبح سيد السوق.

المطلب الأول: ماهية الخدمة

سنتطرق في هذا المطلب إلى مفهوم الخدمة وخصائصها.

الفرع الأول: تعريف الخدمة

لقد تعددت تعاريف ومفاهيم الخدمة، وبالتالي سنوجز بعضها كالآتي:

-يرى كلتر وارمسترونغ الخدمة بأنها: " نشاط أو منفعة يقدمها طرف إلى طرف آخر وتكون في الأساس غير ملموسة أو غير محسوسة ولا يترتب عليها أية ملكية. فتقديم الخدمة قد يكون مرتبطا بمنتج مادي أو لا يكون".[1]

-أما الجمعية الأمريكية للتسويق فقد عرفت الخدمة بأنها: "النشاطات أو المنافع التي تعرض للبيع أو التي تعرض لارتباطها بسلعة معينة".[2]

-كما عرفت بأنها: "منتج غير ملموس يتضمن عملا أو فعلا أو أداء أو جهدا لا يمكن تملكه وهي تقدم من خلال الجهد البشري أو الفني".[3]

-ويمكن أن نقدم التعريف التالي كخلاصة للتعاريف السابقة: الخدمة منفعة أو مجموعة من المنافع يتحصل عليها طرف ما من طرف آخر، حيث أن هذه الخدمة لا يمكن لمسها، كما أنها غير قابلة للتملك، ويعتبر استعمالها حلا لمشاكل معينة.

الفرع الثاني: خصائص الخدمة

تتمثل خصائص الخدمة فيما يلي[4]:

أولا: عدم الملموسية: لا يمكن الإحساس بها أو تذوقها أو شمها قبل شراؤها.

---

[1] حميد الطائي، محمود الصمعيدي وآخرون، **التسويق الحديث**، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، الطبعة العربية الأولى، عمان، الأردن، 2010، ص212.

[2] حميد الطائي، بشير العلاق، **إدارة عمليات الخدمة**، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، دون طبعة، عمان، الأردن، 2009، ص16.

[3] أحمد شعبان محمد علي، **التسويق والخدمات المصرفية**، دار التعليم الجامعي للنشر والتوزيع، دون طبعة، الإسكندرية، مصر، 2018، ص21.

[4] محمود محمد خير الدين، **سياسة تسعير الخدمات المصرفية وتأثيرها على ربحية البنوك**، دار التعليم الجامعي للنشر والتوزيع، دون طبعة، الإسكندرية، مصر، 2018، ص19.

ثانيا: متغايرة الصفات: فمقدمي الخدمة يتفاوتون من حيث القدرات والمهارات.

ثالثا: قابلة للفناء: غير قابلة للتخزين أو إعادة البيع على شكل بضاعة.

رابعا: التباين: ينشأ من التفاعلات بين مزود الخدمة والعميل.

خامسا: وجود العنصر البشري بشكل مكثف: فالتفاعلات بين مزود الخدمة والعميل تشبه التفاعل بين الطبيب والمريض في القطاع الصحي، لأن هذه التفاعلات هي التي تؤدي إلى التحكم بجودة الخدمة وتحديد نجاح أو فشل مقدمها وبالتالي المشاركة بين الطرفين تشكل وجود العنصر البشري بشكل مكثف.

كما لها عدة خصائص أخرى منها[1]:

سادسا: التنوع للخدمة: حيث أنها غير قابلة للمعايير ومتغيرة بشكل كبير.

سابعا: عدم التملك: حيث أن الخدمة لا يمكن امتلاك لشيء ملموس كونها تستهلك مباشرة.

ثامنا: التلازمية للخدمة: والتي تنتج وتستهلك في وقت واحد مع مشاركة الزبون للعملية.

المطلب الثاني: مفهوم الخدمة المصرفية

إن الخدمات المصرفية هي العمود الأساسي لنشاط أي بنك، فهي تمثل الوسيلة المثلى لخلق وتوزيع النقود وتلبية الحاجات المتنوعة للعملاء.

الفرع الأول: مفهوم الخدمة المصرفية

-تعرف الخدمة المصرفية بأنها: "مجموعة من المهارات الشخصية والمستلزمات المادية والأعراف والقواعد القانونية التي يتم عرضها وإنتاجها بشكل يتوافق مع توجهات المستفيد (العميل) لاتخاذ القرارات المالية الرشيدة".[2]

-يقصد بالمنتج أي شيء يمكن تقديمه للسوق لمقابلة حاجة الاستهلاك أو الاستخدام أو الاستفادة منه ويشمل ذلك الأشياء المادية (منتجات ملموسة أو سلع) والخدمات والأفكار.[3]

-تعرف أيضا بأنها: "مجموعة من الأنشطة والعمليات ذات المضمون النفعي الكامن في العناصر الملموسة وغير الملموسة والمقدمة من قبل المصرف والتي يدركها المستفيدون من خلال ملامحها وقيمتها المنفعية والتي تشكل مصدرا لإشباع حاجاتهم ورغباتهم المالية والائتمانية الحالية والمستقبلية، وفي الوقت ذاته تشكل مصدرا لأرباح المصرف من خلال

[1] محمد عبد الخالق، **الإدارة المالية والمصرفية**، دار أسامة للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان، الأردن، 2010، ص21.

[2] أحمد شعبان محمد علي، **مرجع سبق ذكره**، ص35.

[3] السيد عبده ناجي، **تسويق الخدمات المصرفية**، اتحاد المصارف العربية للنشر والتوزيع، دون طبعة، بيروت، لبنان، 2003، ص197.

العلاقة التبادلية بين الطرفين".[1]

ويتجسد المضمون المنفعي للخدمة المصرفية في بعدين أساسيين هما[2]:

أولا: البعد المنفعي: يتمثل في مجموعة المنافع التي يسعى العميل إلى تحقيقها من استخدامه للخدمة، والبعد المنفعي للخدمة يختلف من مستفيد لآخر وذلك لاختلاف الاحتياجات والرغبات، ولعدم سهولة وقياس المنفعة بشكل دقيق، وإنما تعتمد عملية التقييم على المستفيد وعلى مستوى الإشباع الذي يحصل عليه.

ثانيا: البعد السماتي يتمثل في مجموعة الخصائص والسمات التي تتصف بها الخدمة.

-ويمكن القول باختصار، أن الخدمات المصرفية: هي مجموعة العمليات التي تقدمها المصارف لعملائها، من أجل إشباع حاجاتهم من جهة وتحقيق أرباح للمؤسسات المالية من جهة أخرى، وذلك نتيجة العلاقة التبادلية القائمة بين العميل والمصرف، كما أن الخدمة المصرفية لا يترتب عليها أي نوع من أنواع الملكية كون هذه الخدمة لا يمكن تخزينها وإنما تستهلك أثناء تقديمها مباشرة، وقد ترتبط هذه الخدمة بعنصر مادي ملموس.

الفرع الثاني: خصائص الخدمة المصرفية

للخدمة المصرفية العديد من الخصائص نذكر منها:

أولا: غير ملموسة: أي "اللاملموسية" ونعني بذلك أن الخدمة المصرفية لا يمكن رؤيتها أو تذوقها أو الإحساس بها قبل شراؤها لذلك فإن مهمة البائع مقدم الخدمة أن يجعلها ملموسة بطريقة أو بأخرى، فعدم ملموسية الخدمة المصرفية تجعل منها غير قابلة لعملية الجرد أو التخزين بغرض مواجهة الفترات التي يرتفع فيها الطلب وبالتالي طالبها عليه الانتظار للحصول على خدمته محل الطلب، ومن أبرز الانعكاسات والمضامين كون الخدمة المصرفية غير ملموسة أن المصارف غير معنية بنشاطات تخزينها وكذا النقل والرقابة على التخزين وغيرها من النشاطات المرتبطة بالسلع الملموسة.[3]

فالعميل لا يستطيع الحكم على الخدمة دون تطبيقها وتجربتها بنفسه، ولا تكفي المشاهدة أو رأي الغير في الاقتناع بالبنك وتفضيله عن سائر البنوك الأخرى ويحتم ذلك على البنك أن يراعي في كل عملية مصرفية يؤديها لعملائه أن

---

[1] هاجر محمد الملك، الطاهر محمد أحمد علي، **جودة الخدمات المصرفية و أثرها على رضا العميل**، مجلة العلوم الاقتصادية، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، السودان، العدد17، 2016، ص55.

[2] إلهام عطاوي، **جودة الخدمات المصرفية و أثرها على أداء المصارف الأردنية**، مذكرة ماجستير، كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية، جامعة اليرموك، عمان، الأردن، 2011، ص16.

[3] Monique zollinger**, Marketing Et Strategie De La Banque**, edition:Dunod.4ème edition, paris,2004, p10.

الأساس في تعاملهم هو الفكرة الطيبة التي تكونت لديهم، وأن الحفاظ عليهم يقتضي تقديم الخدمة على الدوام بدرجة عالية من الجودة.[1]

ونرى من خصائصها أيضا[2]:

ثانيا: تلازم عمليتي إنتاج الخدمة وتوزيعها: تتصف الخدمة المصرفية بتلازمية إنتاجها وتوزيعها، أي عدم إمكانية الفصل بين هاتين العمليتين، حيث يتم إنتاج الخدمة وتوزيعها في المصرف نفسه أو أحد فروعه أو عن طريق أي من نظم توصيل الخدمة لديه (كالصرّاف الآلي).

ثالثا: الانتشار الجغرافي: إن اعتماد المصرف على شبكة فروعه ونظم توصيل الخدمة فيه (كالصراف الآلي) في توزيع خدماته قد شكل محورا استراتيجيا في التسويق المصرفي. فكما أشرنا سابقا، فإن العلاقة المباشرة بين المصرف وعملائه والتي فرضها التلازم بين إنتاج الخدمة المصرفية وتوزيعها قد أسقطت دور الوسطاء في توزيع خدمات المصرف، ومن هنا فإن القدرة التنافسية للمصرف وقدرته على تحقيق حصة سوقية أكبر يعتمد على مدى انتشار فروعه بما يمكنه من الوصول إلى قطاعات أوسع من العملاء.

رابعا: غير قابلة للتخزين: فهي تنتج عند الطلب عليها وطبقا لذلك، فإننا لا نرى الخدمة المصرفية على أرفف المصرف.

بالإضافة إلى[3]:

خامسا: التوازن بين النمو والمخاطرة: عندما تكون المنتجات المصرفية ذات مخاطرة، لا بد أن تكون هناك رقابة لإيجاد التوازن بين التوسع في البيع والحذر من ارتفاع المخاطرة.

سادسا: المسؤولية الائتمانية: إن من أهم المسؤوليات لأي مصرف هي حماية ودائع ومكاسب زبائنه، وهذا مهم ليس في المصارف فقط بل في أغلب المؤسسات المالية الأخرى.

سابعا: الخدمات المصرفية غير قابلة للتجزئة: فهي غير قابلة للتقسيم أو الانفصال عند تقديمها.

المطلب الثالث: أنواع الخدمات المصرفية

تعتبر الخدمات المصرفية أداة لجذب أكبر عدد ممكن من المتعاملين سواء في أنظمة الودائع والتوظيف والاستثمار التي يمارسها المصرف، حيث تعددت هذه الخدمات المقدمة من قبل المصارف وذلك على النحو التالي:

---

[1] سامي أحمد مراد، **دور اتفاقية تحرير تجارة الخدمات الدولية (الجات) في رفع كفاءة أداء الخدمات المصرفية**، المكتب العربي للمعارف للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، القاهرة، مصر، 2005، ص65.

[2] وسيم محمد الحداد، محمود ابراهيم أنور وآخرون، **الخدمات المصرفية الإلكترونية**، دار المسيرة للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان، الأردن، 2012، ص ص225-227.

[3] تيسير العجارمة، **التسويق المصرفي**، دار الحامد للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان، الأردن، 2005، ص33.

الفرع الأول: الخدمات المصرفية التقليدية

وتشمل ما يلي[1]:

- قبول الودائع بأنواعها، الحسابات الجارية، وحسابات التوفير، وحسابات الودائع لأجل...إلخ؛
- تقديم القروض المتوسطة وطويلة الأجل حيث تعد هذه الوظيفة المصدر الرئيسي لاستثمار الأموال، وتعد من أبرز مصادر تمويل مؤسسات الأعمال؛
- اصدار خطابات الضمان والاعتمادات المستندية لتسهيل وضمان عمليات التبادل في التجارة الدولية؛
- بيع وشراء الأوراق المالية وتحصيل الأوراق التجارية لصالح العملاء، فضلا عن تقديم الخدمات الاستشارية للزبائن فيما يتعلق بأعمالهم ومشاريعهم التنموية لكسب ثقة المصرف؛
- فتح الحسابات الجارية، والقيام بخدمات ترويج الأسهم وإدارة الاكتتاب فيها، وخدمات المبادلات والمستقبليات والعقود الآجلة والتفضيل؛
- تمارس المصارف عن طريق خدماتها المصرفية دور الوسيط، عن طريق توظيف أموال الزبائن في المجالات الاقتصادية المختلفة ذات المردود الاقتصادي المهم، فضلا عن قيامها بالاحتفاظ بالممتلكات الثمينة مثل: المجوهرات، الذهب، المستندات والأوراق المهمة كالشيكات وسجلات الملكية للأراضي والعقارات...إلخ؛
- دراسة الأوضاع الاقتصادية والمالية والقوانين والتشريعات، وتقديم المقترحات التي تهدف إلى تشجيع الاستثمار، وتنمية المدخرات والصادرات وتطوير التكنولوجيا وزيادة الإنتاج.

الفرع الثاني: الخدمات المصرفية الإلكترونية

وتشمل ما يلي[2]:

أولا: أجهزة الصرّاف الآلي: تعرف بأنها محطات طرفية إلكترونية متصلة بحاسب آلي للمصرف، من خلالها تقدم خدمات مصرفية دون مساعدة من موظف المصرف، وتعتمد آلية عمل آلات الصراف على وجود اتصال بين الحاسب الرئيسي للمصرف وآلة الصراف الآلي المتواجدة في أماكن جغرافية مختلفة، بحيث يمكن استقبال بيانات الزبون كرقم التعريف الشخصي PIN ورقم الحساب، ثم إدخال رمز الخدمة لتقوم بعد ذلك بإعطاء استجابة فورية تتمثل في: السحب النقدي، كشف الحساب، بيان الأرصدة وتحويل الأموال.

[1] إياد عبد الفتاح النسور، **تسويق المنتجات المصرفية**، دار صفاء للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان، الأردن، 2015، ص ص71،72.

[2] مختار عطية بن سعد، حليمة علي مشيري، **مستوى جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية بمصرف شمال إفريقيا**، كلية الاقتصاد والتجارة الخمس، جامعة المرقب، ليبيا، 09-11 نوفمبر 2021، ص778.

وكذلك[1]:

ثانيا: البطاقات البلاستيكية الممغنطة: وهي البطاقات المدفوعة مسبقا وتكون القيمة المالية المخزنة فيها، وتستخدم للدفع عبر الأنترنيت وتقسم إلى بطاقات الخصم وبطاقات السداد الشهري والبطاقة الائتمانية والبطاقة الذكية.

ثالثا: مصرف الهاتف الجوال: وتعتبر خدمة "الويب المصرفي" من أحدث التقنيات التي تقدمها المصارف، حيث تتيح للعملاء الوصول إلى حساباتهم المصرفية، وإنهاء معاملاتهم عبر أجهزة الجوال (الخلوي).

رابعا: الصيرفة عبر الأنترنيت: يعد العمل المصرفي عبر الأنترنيت من أحدث التقنيات المصرفية، بسبب ما تؤدي إليه نظم وتكنولوجيا تواكب التطورات الحاصلة في مجال التجارة الإلكترونية، ونظم المعلومات، ووسائل الاتصال الحديثة. ويعرف العمل المصرفي على الأنترنيت بأنه: "العمل المصرفي الذي يكون فيه الأنترنيت وسيلة الاتصال بين المصرف والعميل".

المطلب الرابع: دورة حياة الخدمة المصرفية

يرتكز مفهوم دورة حياة الخدمة المصرفية على الأفكار المستمدة من العلوم الحياتية، فكما أن حياة الكائن الحي مرتبطة بنطاق زمني محدد تمر عبره بمراحل مختلفة تبدأ بولادته وتنتهي بموته، فإن للخدمة المصرفية هي الأخرى دورة حياة تبدأ بتقديمها إلى السوق وتنتهي بمرحلة انحدارها وتدهورها.

الفرع الأول: مفهوم دورة حياة الخدمة المصرفية

"يشير مفهوم دورة حياة الخدمة المصرفية إلى التطور في حجم التعامل بالخدمة عبر الزمن، كما يعبر منحنى دورة حياة الخدمة المصرفية عن التاريخ البيعي لها.

ولهذا فإن المفهوم يمثل إطارا مفيدا لمدراء التسويق يمكن أن يساعدهم في تخطيط الإستراتيجية التسويقية للخدمة المصرفية أثناء مراحل تطور حياتها."[2]

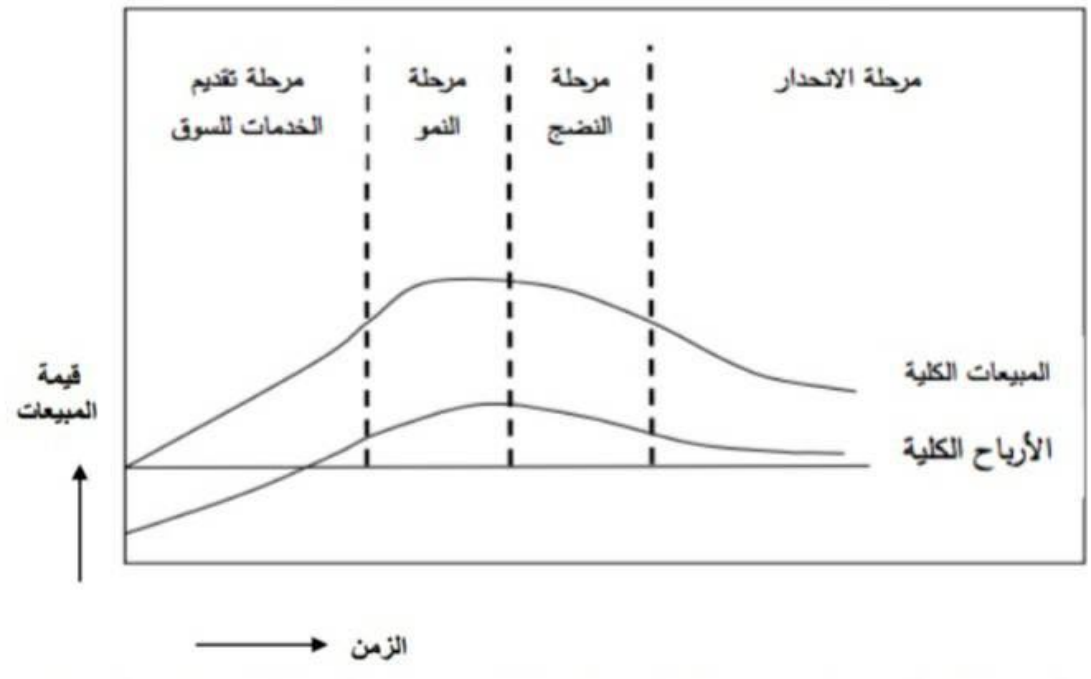
الفرع الثاني: مراحل دورة حياة الخدمة المصرفية

من خلال الشكل التالي، سنستعرض فيما يلي كلا من المراحل المختلفة في دورة حياة الخدمة المصرفية:

[1] إياد عبد الفتاح النسور، **مرجع سبق ذكره**، ص73.

[2] ناجي معلا، **الأصول العلمية للتسويق المصرفي**، المكتبة الوطنية للنشر والتوزيع، الطبعة الثالثة، عمان، الأردن، 2007، ص77.

الشكل رقم (02): دورة حياة الخدمة المصرفية



المصدر: سامي أحمد مراد، **تفعيل التسويق المصرفي لمواجهة آثار اتفاقية تحرير تجارة الخدمات "الجات"**، المكتب العربي للمعارف للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، الإسكندرية، مصر، 2007، ص134.

من خلال الشكل السابق يمكن تلخيص مراحل دورة حياة الخدمة المصرفية كالآتي:

أولا: مرحلة تقديم الخدمة للسوق

حيث يتم في هذه المرحلة[1]: تقديم الخدمة للسوق المصرفي لأول مرة ليتعرف عليها العملاء وعلى مزاياها، وغالبا ما يكون إدخالها بشكل محدود حيث يركز المصرف على تحديد أنسب وقت لتقديم الخدمة المصرفية وتهيئة الظروف لذلك وخلق الإدراك بوجود الخدمة والمنافع التي تقدمها للعملاء.

تتميز هذه المرحلة ببطء في حركة المبيعات ووجود مؤشر لأرباح سلبية (خسائر) ناتجة عن التكاليف التي تتطلبها عملية تقديم المنتج بحوث السوق، تكاليف البحث والتطوير الخاصة بالمنتج الجديد، تكاليف إنشاء نظام توزيع الخدمة اضافة إلى التركيز على العنصر الترويجي لتشجيع إقبال العملاء على الخدمة.

[1] فيروز قطاف، **تقييم جودة الخدمات المصرفية ودراسة أثرها على رضا العميل البنكي**، أطروحة دكتوراه، غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد خيضر، بسكرة، الجزائر، 2011، ص ص 71،72.

في هذه المرحلة يكون نمو الطلب على الخدمات المصرفية بطيئا لأن الأفراد لا يملكون المعلومات الكافية عن هذه الخدمة، لذلك يتم التركيز على الإعلان بشكل مكثف بهدف إعلام الزبائن وتعليمهم وارشادهم إلى كيفية الحصول عليها، وتعتمد المصارف في هذه المرحلة على: إستراتيجية المرور السريع، إستراتيجية المرور البطيء أو إستراتيجية التغلغل السريع.

ثانيا: مرحلة النمو

وفي هذه المرحلة يزداد التعامل تدريجيا ولكن بمعدلات متسارعة على الخدمة التي يتم إدخالها، وتتسع معرفة العميل بها ويزداد تقبله لها واحتكاكه بها، وترتفع ربحية المصرف خلال هذه المرحلة من حياة الخدمة المصرفية مما يجذب المنافسين للدخول إلى ميدان تقديم خدمة مماثلة، مما يستدعي إجراء المزيد من التحسينات الملحوظة في هذه الخدمة ونشرها على فروع المصرف في مناطق مختلفة من أجل الاحتفاظ بالمركز التنافسي للمصرف، ومن مميزات هذه المرحلة تزايد معدلات نمو حجم التعامل والأرباح، زيادة حدة المنافسين بين المصارف وتحسين جودة الخدمة وتخفيض أسعارها كلما أمكن[1].

ثالثا: مرحلة النضج

تتميز هذه المرحلة باستقرار في المبيعات وتحقيق أرباح عالية، بحيث تكون الخدمة قد احتلت مكانة في السوق، إلا أن خطر المنافسة هو الآخر يزداد، ذلك أن الأرباح العالية التي يحققها المصرف يشجع غيره من المنافسين على الدخول إلى السوق، وبأعداد كبيرة مما يجعل الأسعار تنخفض وفي هذه الحالة يلجأ المصرف إلى محاولة إطالة عمر الخدمة قدر الإمكان.[2]

رابعا: مرحلة الانحدار

تسمى أيضا هذه المرحلة بمرحلة التدهور وفيها يقل الطلب على الخدمة وذلك لعدة أسباب، فقد تكون الخدمة قد أصبحت لا تلبي حاجات ورغبات الزبائن أو ظهور خدمات مصرفية ذات منافع أكثر أو أكثر انسجاما مع حاجات ورغبات الأفراد الأمر الذي يدفع البنك إلى تعديل الخدمة أو حذفها وإدراج خدمات جديدة تلبي احتياجات العملاء.[3]

---

[1] بن احمد لخضر، **متطلبات تطوير وتحرير الخدمات المصرفية في الجزائر**، أطروحة دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر3، الجزائر،2012، ص27.

[2] بن قري سمير، **أثار تحرير تجارة الخدمات على تنافسية المصارف الجزائرية**، أطروحة دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة فرحات عباس، سطيف، الجزائر، 2022، ص124.

[3] بهلول خيرة، **مدى مساهمة الإدارة الإلكترونية في تحسين جودة الخدمات المصرفية**، أطروحة دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة أحمد بن يحي الونشريسي، تيسمسيلت، الجزائر، 2022، ص86.

المبحث الثاني: المرتكزات الأساسية لجودة الخدمات المصرفية

إن الجهود التي بذلها الباحثون في السابق في مجال الجودة قد ركزت على جودة السلع الملموسة دون الخدمات، لكن الفلسفة السائدة حاليا تركز على الجودة في كافة المجالات وخاصة مجال الخدمات وذلك نظرا لأهميتها.

المطلب الأول: مفهوم وأهمية جودة الخدمات

قبل التطرق إلى مفهوم جودة الخدمات سنتطرق إلى مفهوم الجودة أولا.

الفرع الأول: مفهوم الجودة

تعددت تعاريفها نذكر منها:

-"الجودة كمصطلحQuality كلمة مشتقة من الكلمة اللاتينية Qualitiesوالتي معناها طبيعة الشيء ودرجة صلاحه، وهي مفهوم نسبي يختلف النظر له باختلاف جهة الاستفادة منه سواء كان المؤسسة، المورد، العميل، المجتمع وغيره".[1]

-كما عرف البعض الجودة بأنها: "مجموعة من المزايا والخصائص الخاصة بالمنتج أو الخدمة والتي تساهم في إشباع رغبات المستهلكين وتتضمن السعر والأمان والتوفير والموثوقية والاعتمادية وقابلية الاستعمال".[2]

-فالجودة تعني حصول المستهلك على ما تم دفعه للحصول عليه من منافع، وقد تكون أحد الأسباب الرئيسية لانخفاض الجودة في منظماتنا راجع إلى تركيز معظم المنظمات على التكلفة والإنتاجية أكثر من اهتمامها بموضوع الجودة.[3]

-ويمكن تلخيص مفهوم الجودة على أنها تعني لمعظم الناس التفضيل في الأشياء، وهي حالة ديناميكية مرتبطة بالمنتجات المادية والخدمات، حيث تعني أنه يحصل المستهلك على ما يدفعه لحصوله على ما توقعه من منافع.

الفرع الثاني: مفهوم جودة الخدمات

-"يعد مفهوم الجودة في الخدمات أكثر صعوبة في القياس من الجودة في السلع المصنعة على اعتبارها الشيء الذي نحاول قياسه يتصف بصفة التجريد وليس بالصفة المادية، ولا يحمل صفة الديمومة وهو يتعلق بالعوامل الذاتية النفيسة".[4]

-إن أي تعريف لجودة الخدمة لا بد أن يركز بشكل واضح على ما يمكن أن يتوقعه الزبون من وراء السبب الجوهري لشراء هذه الخدمة، وبالتالي توضح مدى استطاعت هذه الخدمة أن ترضي حاجة الزبون الحقيقية، لذلك فإن تعريف جودة

---

[1] أحمد بن عيشاوي، **إدارة الجودة الشاملةTQM**، دار الحامد للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان، الأردن، 2013، ص20.

[2] مأمون بيلمان الدرارعة، **إدارة الجودة الشاملة وخدمة العملاء**، دار الصفاء للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان، الأردن، 2006، ص16.

[3] سونيا محمد البكري، **إدارة الإنتاج والعمليات**، الدار الجامعية للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، دون بلد نشر، 1999، ص110.

[4] رعد حسن الصرن، **عولمة جودة الخدمة المصرفية**، دار التواصل العربي للنشر والتوزيع، دون طبعة، عمان، الأردن، 2007، ص66.

الخدمة يتمحور حول المنافع التي تقدمها هذه الخدمة إلى الزبون (مستوى إدراكه لجودة الخدمة المقدمة). إن النظر لجودة الخدمة من خلال إدراك المستفيد لهذا يحتم التركيز على إجمالي المنافع والقيمة التي تقدمها الخدمة للمستفيد.[1]

-تعرف جودة الخدمة على أنها: "درجة التطابق مع المواصفات من وجهة نظر المستهلك وليس من وجهة نظر الإدارة المنظمة للخدمة"، كما تعرف أيضا على أنها: "الفجوة أو الانحراف ما بين توقعات الزبون للخدمة وإدراك الجودة بعد استهلاك الخدمة".[2]

-ومنه يمكن القول إن جودة الخدمة هي متعلقة بجودة العلاقة بين المزايا المحققة فعلا من استخدام الخدمة أو الفوائد المتوقعة منها، وهي مرتبطة بقدرتها على إرضاء العميل بصفة دائمة".

الفرع الثالث: أهمية جودة الخدمات

تحقيق جودة الخدمة لا يعد أمرا لازما في حد ذاته فحسب بل يعتبر أيضا من أنجح الطرق لتحسين الإنتاجية وخفض التكاليف ومحددا إستراتيجيا لبقاء المؤسسة، وعليه تكمن أهميتها فيما يلي[3]:

أولا: تحقيق الربح

إن توفير خدمات ترضي العملاء من شأنها أن تزيد من ربحية مؤسسة الخدمة وذلك من خلال تخفيض تكاليف الخطأ، وكذا معالجة الانحرافات عن العمل، ومعالجة وإدارة الشكاوي، كما أن الربح يتحقق من خلال الاحتفاظ بالعميل الذي يساعد على جذب عملاء جدد، الأمر الذي يقلل من تكاليف استخدام الوسائل الترويجية وكذلك ترسيخ صورة المؤسسة لدى العملاء من شأنه أن يحقق زيادة في الأرباح.

ثانيا: الاحتفاظ بالعاملين

إن تحسين أداء العاملين ومهاراتهم وكفاءاتهم واستخدام طاقاتهم ومعاملتهم باحترام وتقدير يساعد على تقليل معدل دورانهم، وتقليل تكاليف تدريبهم. وتعتبر مؤسسة الخدمة هي أكثر المؤسسات التي تهتم بتوجيه عمل موظفيها نحو خدمة العملاء وإرضائهم.

ثالثا: الاحتفاظ بالعملاء

لقد أدركت مؤسسات الخدمات أهمية التركيز على العميل باعتباره المحور الرئيسي لنشاطها، كما أدركت أهمية الاحتفاظ به للمنافع التي يمكن أن تنتجها المؤسسة من ذلك.

---

[1] المحياوي قاسم نايف، **إدارة الجودة في الخدمات**، دار الشروق للنشر والتوزيع، الطبعة العربية الأولى، عمان، الأردن، 2006، ص91.

[2] أوغيندي هدى، **اتجاهات العملاء نحو جودة الخدمة**، مذكرة ماجستير، كلية الآداب والعلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة باجي مختار، عنابة، الجزائر، 2008-2009، ص33.

[3] سعدية محبوب، **علاقة جودة الخدمة برضا العملاء في المؤسسات الصحية**، مذكرة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد خيضر، بسكرة، الجزائر، 2008-2009، ص20.

المطلب الثاني: جودة الخدمات المصرفية (المفهوم، الأهمية والمزايا)

إن جودة الخدمة المصرفية هي مفتاح نجاح المصارف والمنظمات، حيث أصبحت من أهم التحديات التي تواجه الصناعة المصرفية.

الفرع الأول: مفهوم جودة الخدمات المصرفية

تعددت المفاهيم والتعاريف حول موضوع جودة الخدمات المصرفية والجودة والتي نذكر منها:

-تعرف جودة الخدمات المصرفية بأنها: "المطابقة لمجموعة من المواصفات المحددة، وهناك من ينظر إلى جودة السلعة بملائمتها للاستخدام الذي صممت من أجله، وإذا تتبعنا التعريفات المختلفة لجودة الخدمات المصرفية نرى بأن هناك اتفاقا على أن جودة الخدمات المصرفية تتمثل في تحقيق رغبات العميل، وأن العميل يحكم على جودة الخدمات المصرفية من خلال مقارنة ما حصل عليه مع ما توقعه، وبالتالي فإن درجة جودة الخدمات المصرفية هي مقياس نسبي تختلف من شخص لآخر، بحسب توقعات هذا الشخص".[1]

-تعرف أيضا جودة الخدمات المصرفية على أنها: "قدرة المصرف على الاستجابة لتوقعات الزبائن ومتطلباتهم أو التفوق عليهم، فمن خلال الجودة تسعى المصارف لدعم قدراتها التنافسية من خلال تقديم الخدمة الممتازة التي تعزز موقف المصرف ومكانته في السوق المستهدفة".[2]

-ويعرفها "بيار وايريك" بأنها: " القيمة التي يتحصل عليها الزبون، والتي ترضيه وتشبع حاجاته بالطريقة التي كان يتوقعها".[3]

-ومنه يمكن القول إن جودة الخدمات المصرفية تساعد المصارف في ضمان مكانتها وزيادة قدرتها على المنافسة في السوق من خلال تحقيقها لمتطلبات الزبائن وتوقعاتهم للمحافظة عليهم وجذبهم إليها.

الفرع الثاني: أهمية جودة الخدمات المصرفية

تعتبر الجودة بمثابة الشريان الذي يمد المصارف بالنمو والاستمرار، وتبني جودة للخدمات يوفر العديد من المزايا للمصارف لما له من أهمية كبيرة.

تنبع أهمية جودة الخدمات المصرفية من أنه لا يعد تحقيق الجودة المصرفية أمرا في حد ذاته وحسب، وإنما يعتبر من أنجح الطرق لتحسين الإنتاجية وتخفيض التكاليف، ومحددا استراتيجيا لبقاء المصارف واستمرارها، ويمكن تلخيص

---

[1] جابر جميل علاونة، **واقع التدريب على جودة الخدمات المصرفية في البنوك المحلية الفلسطينية**، مجلة الأبحاث المالية والمصرفية، المعهد المصرفي الفلسطيني، رام الله، فلسطين، المجلد03، العدد02، 2015، ص10.

[2] بهلول خيرة، ضبيان كريمة، **تأثير جودة الخدمات المصرفية على الصورة المدركة للعميل**، مجلة الشعاع للدراسات الاقتصادية، المركز الجامعي، تيسمسيلت، الجزائر، المجلد05، العدد01، 2021، ص53.

[3] Pierre Eiglier ,Ericlangeard**, Le Marketing Des Services. Edition International**, 5eme edition, paris, 1994, p26.

هذه الأهمية في النقاط التالية[1]:

أولا: الاحتفاظ بالعاملين

وذلك بتحسين أدائهم وتحسين مهاراتهم وكفاءاتهم، واستخدام طاقتهم الخلاقة ومعاملتهم باحترام وتقدير، يساعد على تقليل معدل دورانهم وتقليل تكاليف تدريبهم، وحقيقة أن المصارف الأكثر هي التي تسعى إلى توجيه عمل موظفيها نحو خدمة العملاء ورضائهم.

ثانيا: تحديد عناصر التكلفة للأداء الحالي ومقارنتها بعناصر تكلف تطبيق إدارة الجودة الشاملة

وذلك من خلال التعرف على نقاط القوة والضعف في المنظمة الحكومية، وفرص التحسين بالنسبة للعمليات الإدارية والقواعد الأولية للأداء.

ثالثا: إن دراسة جودة الخدمات المصرفية لاقت اهتماما كبيرا من الباحثين

وذلك بسبب تطور المعاملات المالية في السنوات الأخيرة، وقد امتد هذا الاهتمام الذي كان مختصرا في العالم الغربي إلى العالم العربي الذي تشهد أسواقه المالية والمصرفية انتعاشا ملحوظا في السنوات الأخيرة.

حيث تعد جودة الخدمة بمثابة شريان الحياة للبنك، ويجب مراقبتها لضمان فعاليتها وكفاءتها، وأهم ما ينبغي على إدارة البنك متابعته في هذا الإطار مدى توافق الخدمات المطروحة مع متطلبات السوق ودرجة قدرتها على المنافسة، فالسوق المعاصر يتطلب تقديم خدمات نوعية للعملاء، وتكمن أهمية جودة الخدمة المصرفية في دورها في تصميم وتسويق المنتجات الخدمية، لأنها مهمة لكل من مقدمي الخدمة والعملاء لذلك فإن البنوك التي تقدم خدمات مصرفية عالية الجودة تتيح لها العديد من المزايا لعل أهمها زيادة رضا عملائها ودفعهم باتجاه الاستمرار في التعامل معها.[2]

الفرع الثالث: مزايا الخدمات المصرفية

يؤدي تبني جودة الخدمات المصرفية إلى تحقيق مجموعة من المزايا أبرزها[3]:

- تحقيق ميزة تنافسية فريدة عن بقية المصارف، وبالتالي القدرة على مواجهة الضغوط النفسية؛
- تحمل تكاليف أقل بسبب قلة الأخطاء في العمليات المصرفية؛
- إن الخدمة المصرفية المتميزة تتيح الفرصة أمام المصارف لتقاضي أسعار وعمولات أعلى؛

[1] عبد الرؤوف حسن، **العلاقة بين الاغتراب الوظيفي وجودة الخدمات المصرفية**، مجلة الجامعة الأسمرية، كلية الاقتصاد والتجارة، جامعة المرقب ، ليبيا ، العدد29، 2014، ص ص 207-208.

[2] شاهر محمد عبيد، **أثر جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية على رضا والتزام عملاء البنك الإسلامي الفلسطيني**، مجلة الجامعة الإسلامية للدراسات الاقتصادية والإدارية، كلية العلوم الإدارية والاقتصادية، جامعة القدس المفتوحة، فلسطين، العدد04، 2021، ص138.

[3] أبو بكر خوالد، **قياس مدى تو افر أبعاد جودة الخدمات في المصارف التجارية الجز ائرية الحكومية**، مجلة الاقتصاد والتجارة، كلية العلوم الإدارية والاقتصادية، جامعة باجي مختار، عنابة، الجزائر، العدد3، 2017، ص257.

- إن الخدمة المتميزة تجعل العملاء بمثابة مندوبي بيع للمصرف في توجيه وإقناع عملاء جدد من الأصدقاء والزملاء والمعارف الشخصية.

كما أن تقديم خدمات مصرفية عالية الجودة يحقق رغبات الأطراف المرتبطة بالمصرف كالإدارة والمساهمين والموظفين والعملاء، فالإدارة تسعى إلى تحقيق النمو وزيادة الأرباح وتخفيض التكاليف، والمساهمون يسعون إلى زيادة العائد على الأسهم، أما الموظفون فيسعون إلى الحصول على أجور ومكافآت أعلى، والعملاء يسعون للحصول على خدمات أفضل وأحسن، والكفيل بتحقيق كل هذه الرغبات هي الخدمة المتميزة ذات الجودة العالية.

المطلب الثالث: أبعاد جودة الخدمات المصرفية

هناك عدة أبعاد لقياس جودة الخدمة ولكن أغلب الباحثين اتفقوا على مجموعة من الأبعاد والتي اعتمدها كما يلي:

الفرع الأول: الاعتمادية

تشير إلى قدرة المصرف على إنجاز أو أداء الذمة المصرفية الموعودة بشكل دقيق يعتمد عليه وتتضمن خمس متغيرات يقاس من خلالها وفاء المنظمة بالتزاماتها التي وعدت بها عملائها[1].

الفرع الثاني: الأمان

خلو المعاملات التي تتم بين العميل والبنك من خطورة والشك، ويحتوي هذا البعد على أربع متغيرات تقيس حرص الموظفين على زرع الثقة في نفوس العملاء[2].

الفرع الثالث: المظاهر المادية الملموسة

حيث يقيم العميل جودة الخدمات المصرفية في ضوء مظهر التسهيلات المادية (مثل المعدات والأجهزة والأفراد ووسائل الاتصال) التابعة للمصرف. فإذا كان هذا الأخير يمتلك صرافا آليا أو معدات للتدقيق وحساب النقد، وتعرف الملموسية على أنها: "التسهيلات المادية المرتبطة بتقديم الخدمة وتشمل المرافق المادية والمعدات ومظهر الموظفين"[3].

---

[1] سالم محمد عبود، **قياس أبعاد جودة الخدمة المصرفية من وجهة نظر الزبائن باستخدام مدخل الفجوات**، المجلة العراقية لبحوث السوق وحماية المستهلك، جامعة بغداد، العراق، العدد 1، 2014، ص109.

[2] **مرجع نفسه**

[3] إلهام أحمد أبو بكر، رهيب مهدي عزبيان، **دور التقنيات الحديثة للعلاقات العامة في تحسين جودة الخدمة المصرفية**، مجلة كلية الفنون والإعلام، جامعة مصر، مصر، العدد03، 2022، ص25.

الفرع الرابع: التوكيد

حيث تسعى المؤسسات الاقتصادية إلى تحقيق معايير جودة الخدمات عن طريق ممارسة الإجراءات والأساليب التي تضمن لها الوفاء بهذه المعايير، والتأكد المستمر من تحقيق المستويات المنشودة، وفي ضوء ذلك تحرص المؤسسات على أن تضع نظاما داخليا لضمان الجودة[1].

الفرع الخامس: الامتثال

يتضمن مفهوم الامتثال في المؤسسات الاقتصادية مجموعتين من المستويات، الأول يشمل القواعد والأنظمة الخارجية التي تفرضها الجهات الرقابية والإشرافية المنظمة عموما مثل المجامع والهيئات الدولية والمحلية المتخصصة بالأنشطة المتنوعة وتنظيم القطاع سواء المالي أم الاقتصادي والصناعي والتجاري وهكذا، والمستوى الثاني هو الامتثال للأنظمة الداخلية للمراقبة والإشراف من المؤسسة المالية نفسها لتحقيق الامتثال للقواعد المفروضة من الخارج[2].

الفرع السادس: الاستجابة

وهي القدرة على التعامل الفعال مع كل متطلبات العملاء والاستجابة لشكاويهم والعمل على حلها بسرعة وكفاءة، بما يقنع العملاء بأنهم محل تقدير واحترام من قبل المصرف[3].

الفرع السابع: التعاطف

القدرة على سهولة الوصول للعملاء وتفهم ومعرفة احتياجاتهم لتلبيتها وإبداء روح الصداقة والحرص على العميل وإشعاره بأهميته والرغبة في تقديم الخدمة حسب حاجته[4].

[1] **مرجع نفسه**، ص25.
[2] **مرجع نفسه**، ص26.
[3] إلهام عطاوي، **مرجع سبق ذكره**، ص 23.
[4] **مرجع نفسه**، ص24.

المبحث الثالث: متطلبات تحقيق جودة الخدمات المصرفية وعلاقتها بوسائل الدفع الإلكتروني

اهتم العديد من الباحثين بدراسة جوانب مختلفة لجودة الخدمة المصرفية من حيث نماذجها والصعوبات التي تواجهها، بالإضافة إلى متطلبات تطوير جودة الخدمات المصرفية وذلك بهدف رفع مستوى جودة الخدمة المقدمة، وكذا التعرف على العلاقة بينها وبين وسائل الدفع الإلكتروني.

المطلب الأول: صعوبات ونماذج قياس جودة الخدمات المصرفية

لجودة الخدمات المصرفية العديد من الصعوبات التي تواجهها عند قياسها، إضافة إلى وجود العديد من هذه النماذج والتي سيتم تناولها في هذا المطلب.

الفرع الأول: صعوبات قياس جودة الخدمات المصرفية

إن المؤسسات المصرفية تهدف إلى تحسين جودة خدماتها من خلال الاعتماد على نماذج لقياسها وأساليب مناسبة لها، إلا أنها تواجه صعوبات تكمن فيما يلي[1]:

- إن تقييم جودة أمر صعب حتى بالنسبة للعميل، فلا يمكن إدراك ذلك إلا بعد القيام بعملية الشراء على عكس السلع التي يستطيع معاينتها قبل عملية الشراء، وبالتالي الحكم على مواصفاتها وجودتها؛
- في الخدمات أيضا يلعب العنصر البشري دور هام في إنتاج الخدمة، وهنا تعتمد جودة الخدمة على أفراد موجهين بالمهام أكثر من توجههم باحتياجات العملاء؛
- كما أن جودة الخدمة تعتمد على مشاركة المستفيد في عملية إنتاج الخدمة، وبالتالي فإننا نتحدث هنا عن عملية تفاعلية بين مقدم الخدمة والمستفيد، وهنا تحتاج المنظمة على معلومات دقيقة عن احتياجات العملاء ومحاولة الوفاء بها، ومع تعدد العملاء يجب تنويع أساليب القياس مما يجعل توافر مقياس ثابت لجودة الخدمة أمر صعب؛
- هناك بعض الخدمات لا يكون الطلب عليها ثابت وإنما يتغير من فترة لأخرى وهنا يجب أن تتم عملية القياس في أوقات مختلفة.

إضافة إلى ما سبق[2]:

- فإن المشتري في العديد من الحالات قد لا يتخذ قرار الشراء بمفرده بل من خلال طرف آخر، فبعض العملاء يتخذون القرار الشرائي بشكل اضطراري والبعض الآخر لا يقومون باختيار مقدم الخدمة بل يتم اختياره من خلال طرف ثالث قد لا يكون على دراية بمتطلبات المستخدم النهائي. ومثل هذه الأمور تحتاج إلى معالجات ومقاييس مختلفة في الوقت نفسه.

---

[1] فيروز قطاف، **مرجع سبق ذكره**، ص101.

[2] توفيق محمد عبد المحسن، **قياس الجودة والقياس المقارن –أساليب حديثة في المعايرة والقياس-**، دار الفكر العربي للنشر والتوزيع، دون طبعة، مصر، 2004، ص51.

إضافة إلى ذلك يواجه المديرون عددا من الصعوبات في قياس جودة الخدمة:

- تكون الكثير من نظم القياس متصدعة نظرا لعدم إلمام هؤلاء المصممين والمستخدمين للنظام بالمعرفة الكافية بما الذي يقاس، والغرض منه وكيف تستخدم النتائج؛
- المديرون لا يقيسون في أغلب الأحيان الجودة خلال سلسلة خدمية، فبينما يمكن أن يختار بعضهم التركيز على قياسات الأداء الداخلي فقط. فيمكن أن يركز بعضهم الآخر على قياسات العميل الخارجية فقط، وبالطبع فإن عملية توفير الجودة تبدأ قبل التداخل الفعلي مع العميل بالفعل، وفي أغلب الأحيان يعكس تقدير الجودة المدركة خارجيا مستوى الأداء الداخلي؛
- قياس ادراكات العميل يمكن أن يزيد في حد ذاته من التوقعات، وفي الكثير من الحالات يكفي ذكر تحسين الجودة لإنتاج إحساس مرتفع بالتوقع من ناحية العميل.

انطلاقا مما سبق يصعب وضع معايير ثابتة لقياس جودة الخدمات وتعميمها على كل المؤسسات الخدمية، وهنا تظهر حاجة ماسة لقيام كل قطاع بتطوير مقاييس مناسبة لخصائص الخدمات التي يقدمها على أن تضمن هذه المقاييس تحقيق نوع من التوازن بين أهداف مقدمي الخدمات وطالبي الخدمة في آن واحد، وبالتالي تحقيق أهداف المنظمة ككل. إلا أن المختصين في دراسة جودة الخدمات اجتهدوا وحاولوا وضع معايير مشتركة يمكن من خلالها قياس جودة الخدمات.

الفرع الثاني: نماذج قياس جودة الخدمات المصرفية

يتوجب على المنظمات باختلاف أنواعها أن تقيس نتائج أعمالها أو إدارتها حتى لو لم تحصل من خلال هذه النتائج على عائد، فالمعلومات التي يتم الحصول عليها تحول أداء المنظمة إلى الأحسن. حيث تعتبر عملية القياس أحد المحاور الأساسية لتطوير جودة المنتجات والخدمات وذلك بناءا على أن ما لا يمكن قياسه لا يمكن تطويره.

أولا: نموذج جودة الخدمة

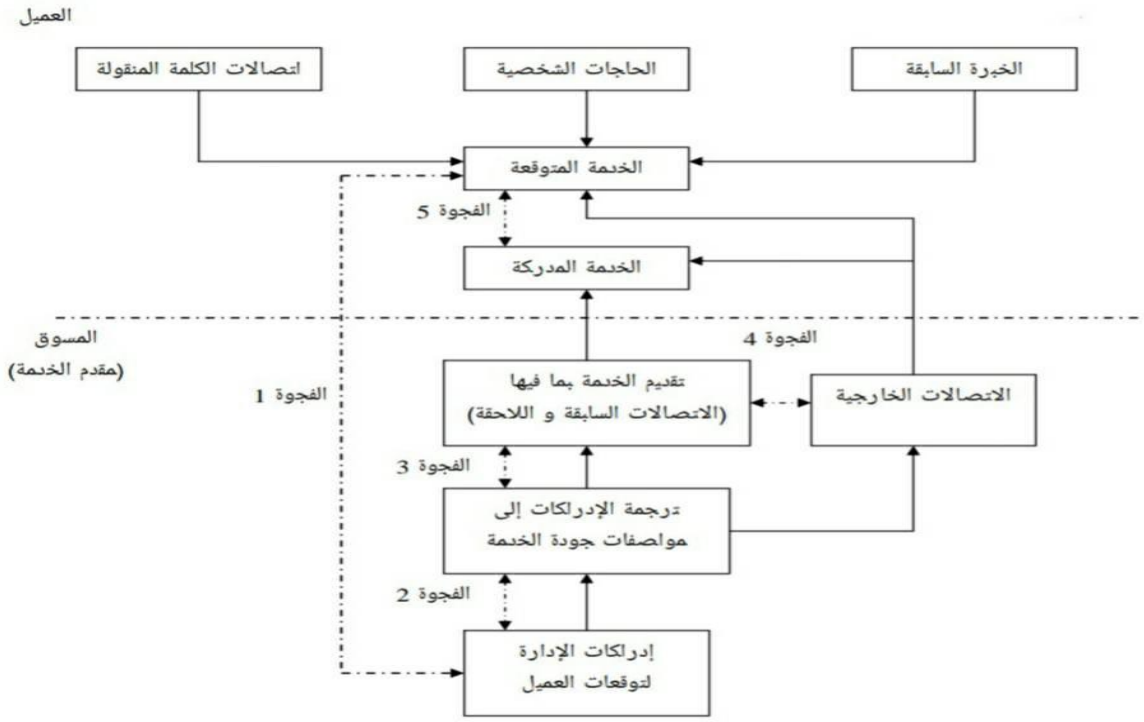
الممثل في[1]:

-يطلق على نموذج جودة الخدمة Service Quality الذي يعرف اختصارا بـ Servqual، تسميات أخرى هي: نموذج الفجوات the gaps model، الإدراكات ناقص التوقعات، وفرق النتيجتين Different Scores

يرجع نموذج جودة الخدمة إلى الباحثين ParasuramanZeithamand and Berry الذين طوروا سنة 1958 نموذجا لقياس وتقييم جودة الخدمة يقوم على قياس خمس فجوات (أربع فجوات من جهة مقدم الخدمة أو المسوق، وفجوة من جهة الزبون) والشكل الموالي يوضح مختلف هذه الفجوات.

[1] جبلي هدى، **قياس جودة الخدمة المصرفية**، مذكرة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة منتوري، قسنطينة، الجزائر، 2010، ص ص 87،88.

الشكل رقم (03): نموذج جودة الخدمة



المصدر: جبلي هدى، **قياس جودة الخدمة المصرفية**، مذكرة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة منتوري، قسنطينة، الجزائر، 2010، ص 88.

من خلال الشكل أعلاه نلاحظ أن الجزء العلوي من النموذج يمثل الفجوة التي تتعلق بالزبون والتي تتطلب قياسا خارجيا، أما الجزء السفلي يمثل الفجوات الأربع المتعلقة بمقدم الخدمة والتي تتطلب قياسا داخليا، وهي كما يلي[1]:

1. **الفجوة الأولى:** بين الخدمة المتوقعة وإدراكات الإدارة لتوقعات العملاء، وتنتج عن عجز الإدارة لمعرفة احتياجات العميل ورغباته وتوقعاته لذا تحتاج إلى معالجة إدارية مناسبة وإلى أدوات وادراكات تحليل السوق.
2. **الفجوة الثانية:** بين ادراكات الإدارة لتوقعات العملاء وتحديد درجة دقة المواصفات الخاصة بالخدمة، تنتج عن عدم تطابق المواصفات الخاصة بالخدمة مع إدراك الإدارة لتوقعات العملاء، بمعنى أنه المصارف في بعض الأحيان غير قادرة على ترجمة توقعات العملاء لخصائص جودة الخدمة بسبب قيود تتعلق بموارد المصرف أو التنظيم أو عدم القدرة على تطبيق مفاهيم الجودة وذلك راجع لعدم تكييف المهام وعدم احترام الأهداف الموضوعة.

[1] شيروف فضيلة، **أثر التسويق الإلكتروني على جودة الخدمات المصرفية**، مذكرة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة منتوري، قسنطينة، الجزائر،2009-2010، ص35.

3. **الفجوة الثالثة:** بين أداء الخدمة ومواصفات الخدمة، فإذا تمكنت المصارف من وضع مواصفات الخدمة وفقا لتوقعات العملاء فإن هناك امكانية حدوث انحراف عند التسليم بسبب مستوى مهارة القائمين على أدائها (أدائهم متغير)، أو نتيجة لتعقد هذه المواصفات وعدم مرونتها، وقد يرجع السبب إلى انعدام الوعي بأهمية جودة الخدمة بالنسبة للعميل وضعف الحافز لديهم.
4. **الفجوة الرابعة:** بين أداء الخدمة والاتصال الخارجي (الخدمة المروجة)، وتعني أن الوعود المعطاة من خلال الاتصال الترويجي لا تتطابق مع الأداء الفعلي للخدمة، وقد يرجع السبب للضعف أو عدم التنسيق بين العمليات والتسويق الخارجي للمصرف، أي وجود خلل في مصداقية المصرف.
5. **الفجوة الخامسة:** بين الخدمة المدركة والخدمة المتوقعة، تتعلق بالفرق بين توقعات العملاء وادراكاتهم للخدمة المقدمة بالفعل، وتكون محصلة لجميع الفجوات السابقة بحيث يتم على أساسها الحكم على جودة أداء المصرف ككل.

ثانيا: نموذج الأداء الفعلي Servperf

حيث نرى[1]:

أدت الانتقادات الموجهة لنموذج Servual إلى توصل الباحثين Cronin and Taylor (1992) إلى نموذج جديد لقياس جودة الخدمة يعرف بـ Servperf، حيث يعتمد على تقييم الأداء الفعلي للخدمة المقدمة باعتبار أن جودة الخدمة يمكن الحكم عليها مباشرة من خلال اتجاهات الزبائن، ويمكن التعبير عن ذلك بالمعادلة التالية:

"جودة الخدمة= الأداء الفعلي للخدمة"

يقوم هذا النموذج على أساس رفض فكرة الفجوة في تقييم الجودة، ويركز على تقييم الأداء الفعلي للخدمة أي التركيز على جانب الإدراكات الخاصة بالزبون فقط، ذلك أن جودة الخدمة يتم التعبير عنها كنوع من الاتجاهات وهي دالة لإدراكات الزبائن السابقة وخبرات وتجارب تعامل المصرف، ومستوى الرضا عن الأداء الحالي للخدمة.

فالرضا حسب هذا النموذج يعتبر عاملا وسيطا بين الإدراكات السابقة للخدمة والأداء الحالي لها، وضمن هذا الإطار تتم عملية تقييم جودة الخدمة المصرفية من طرف الزبون.

تتطلب هذه الآلية من الزبون تقييم أداء مقدم للخدمة، كون ذلك يلغي الحاجة لقياس التوقعات على أساس أن توقعات الزبون تتغير بعد تلقي الخدمة، وهكذا فإن هذا النموذج لا يرى ضرورة استخدام التوقعات، لأن التوقعات الصحيحة يمكن أن تتم فقط قبل الخدمة وعليه فإنه يعد بمثابة مقياس مباشر لاتجاهات الزبون اتجاه جودة الخدمة.

[1] العربي حسيبة، **جودة الخدمات المصرفية في الجزائر من وجهة نظر الزبون**، مذكرة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر3، الجزائر،2015- 2016، ص ص69،70.

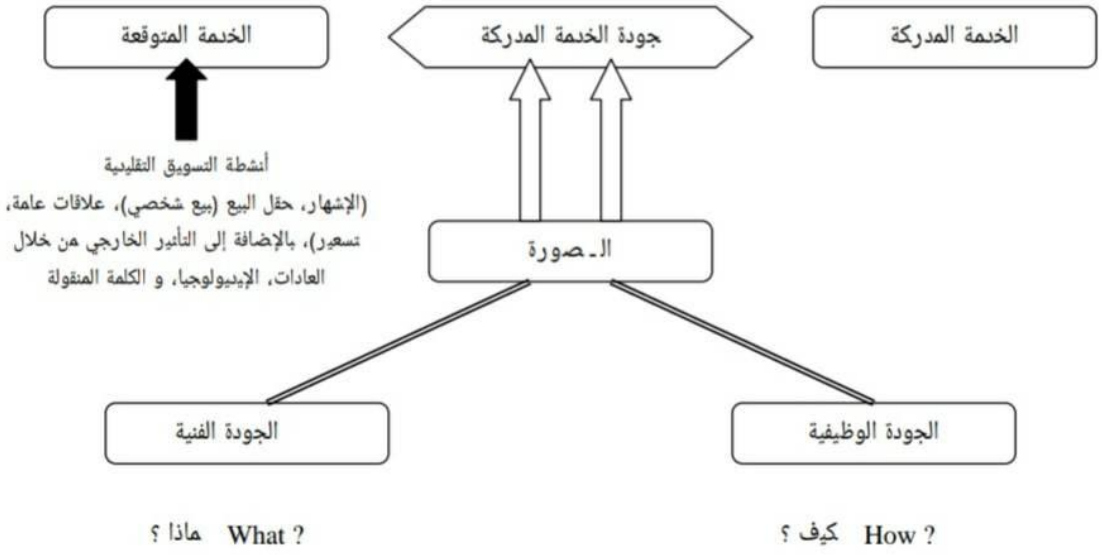
ثالثا: نماذج أخرى

بالإضافة إلى نموذجي جودة الخدمة وأداء الخدمة، وضع الباحثون نماذج أخرى لقياس جودة الخدمة نذكر منها ما يلي[1]:

1. نموذج الجودة الوظيفية والجودة الفنية:

يرجع هذا النموذج إلى الباحث Gronroos 1984. الذي اقترح ثلاثة أبعاد لجودة الخدمة تتمثل في: الجودة الوظيفية، الجودة الفنية والصورة الذهنية للمنظمة، والتي على أساسها يتم تقييم جودة الخدمة، والشكل الموالي يوضح هذا النموذج.

الشكل رقم (04): نموذج الجودة الوظيفية والجودة الفنية



المصدر: جبلي هدى، **قياس جودة الخدمة المصرفية**، مذكرة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة منتوري، قسنطينة، الجزائر، 2009-2010، ص 102.

فحسب هذا النموذج فإن جودة الخدمة المدركة هي دالة لتقييم العملاء للخدمة عن طريق الفرق بين إدراكاتهم وتوقعاتهم حول الخدمة، كما يوضح النموذج العناصر المؤثرة على الخدمة المتوقعة والمتمثلة في: عوامل داخلية هي أنشطة التسويق التقليدية، ومجموعة عوامل خارجية تتمثل في العادات الإيديولوجية والكلمة المنقولة.

2. نموذج الأداء المقيم ونموذج الجودة المعيارية:

[1] جبلي هدى، **مرجع سبق ذكره**، ص102.

يقوم هذا النموذج على فرضية أن قدرة المنتج (سلعة أو خدمة) على خلق الرضا يمكن تفسيرها بالتطابق النسبي للمنتج مع مواصفات المستهلك المثالية للمنتج والتي تعرف بالنموذج الاتجاهي الكلاسيكي المبني على النقطة المثالية.

كما أن نموذج الجودة المعيارية يعتمد على مفهوم "النقطة المثالية الملائمة"، أين يحدد الزبون التوقعات والنقطة المثالية.

3. نموذج المستويات HierarchicalApproach :

لقد قدم DabholkarThrope And Rentz سنة 1996 نموذجا لقياس جودة الخدمات بالتجزئة Retail Service، يعتمد على الحاجة لقياس الخدمة على عدة مستويات، بحيث يعتمد الزبائن في تقييمهم لجودة خدمات التجزئة على أبعاد رئيسية تتفرع منها أبعاد فرعية.

غير أن نموذج جودة الخدمة لا يمكن تعميمه على كل أنواع الخدمات حسب ما توصل إليه Brady and Cronin.2001، وذلك بسبب عدم الثبات في عوامله وعجزه عن تغطيته وبصورة ملائمة للتعقيد في إدراكات العملاء.

وفي الأخير يعد نموذج المستويات لBrady and1 Cronin.200 أحدث النماذج لقياس جودة الخدمة، ومع ذلك فإن الأبحاث مستمرة في الاختبار وإعادة اختبار أكثر النماذج كفاءة، في حين يعمل باحثون آخرون على دراسة الأنترنيت وكيفية تطبيقه في مجال الخدمات.

المطلب الثاني: متطلبات تطوير جودة الخدمات المصرفية

يتضمن التطبيق الناجح لجودة الخدمات في المصارف صياغة بيان رسالة جودة الخدمة المصرفية ودعمه من قبل الإدارة العليا للمصرف، وتكييف السياسات المصرفية مع أهداف وسياسات جودة الخدمة، وتأسيس برنامج مستمر للتدريب على الجودة يطبق على جميع المستويات، ودعم الموظفين والاستفادة من اقتراحاتهم في تحقيق التحسين المصرفي المستمر، وتوجيه سلوكياتهم نحو القواعد الجديدة لجودة الخدمة، وتطوير اتجاهاتهم ومن ثم حثهم على تطوير ثقافة جودة الخدمة في المصرف.

ومن الأفضل للمصارف أن تسعى بخطوات متسارعة نحو تطوير جودة الخدمات المصرفية المقدمة، حتى نستطيع الارتقاء إلى مستوى التحديات المتباينة التي تواجه العمل المصرفي في القرن الحادي والعشرين، ويمكن في هذا الشأن تحديد عدد من محاور العمل الرئيسية لتطوير جودة الخدمة المصرفية والتي تتمثل فيما يلي[1]:

الفرع الأول: مواكبة أحدث التطورات التكنولوجية في العمل المصرفي

اهتمت الدول المتقدمة خاصة بتكثيف الاستخدام لأحدث تقنيات المعلومات والاتصالات في المجال المصرفي لتحقيق هدف انخفاض العمليات المصرفية التي تتم داخل فرع البنك، حيث اصبحت لا تتجاوز 10% من إجمالي العمليات. على حين تتم

[1] ماهر جروح، **جودة الخدمات المصرفية وأثرها في ربحية المصارف**، مذكرة ماجستير، كلية الاقتصاد، جامعة دمشق، سوريا، 2015، ص ص37،38.

جميع العمليات الأخرى بواسطة قنوات إلكترونية مثل أجهزة الصراف الآلي ونقاط البيع الإلكترونية ويترتب على هذا تغيرات ملحوظة في طبيعة وآليات تقديم الخدمة المصرفية من أهمها: انخفاض تكلفة التشغيل وتقلص استخدام النقود، وتحرير العملاء من قيود المكان والزمان وظهور ما يعرف بالخدمات المنزلية المصرفية، وتقديم خدمات لعملائها لم تكن معروفة من قبل مثل أجهزة الصراف الآلي وخدمات سداد الفواتير عن طريق الهاتف وظهور ما يسمى بالبنوك الإلكترونية والبنك المحمول.

الفرع الثاني: تنويع الخدمات المصرفية

في إطار سعي المصارف إلى الحفاظ على عملائها أصبحت المصارف تقدم حزمة من الخدمات المصرفية بدءا من التقليدي المستحدث سعيا إلى الوصول إلى مفهوم البنوك الشاملة.

الفرع الثالث: الارتقاء بالعنصر البشري

يتطلب الارتقاء بمستوى أداء العنصر البشري تبني عدد من الإستراتيجيات المتكاملة للوصول إلى النموذج المصرفي الفعال نذكر منها: الاستعانة ببنوك الخبرة، وترسيخ بعض المفاهيم لدى موظفي البنوك تتعلق بأهمية الابتكار والإبداع، وصياغة أهداف تدريبية تتناسب مع المستويات الوظيفية ومشاركة العاملين في وضع أساليب تطوير الأداء وغيرها من الإستراتيجيات الأخرى.

بالإضافة إلى ذلك[1]:

الفرع الرابع: تطوير التسويق المصرفي

يعد تبني مفهوم التسويق المصرفي الحديث أمرا ملحا في ظل التطورات المتلاحقة التي تشهدها الساحة المصرفية، والتي بلورت أهم ملامحها احترام المنافسة، حيث يساهم هذا المفهوم في زيادة موارد البنك ومن ثم تحقيق التوازن في هيكل موارد البنك واستخداماته، ومن أهم ركائز وظائف التسويق المصرفي الحديث التي يجب التركيز عليها:

- خلق أو صناعة العميل بالسعي نحو العميل المرتقب؛
- المساهمة في اكتشاف الفرص الاقتصادية ودراستها وتحديد المشروعات الجيدة، بما يكفل إيجاد عميل جيد؛
- تصميم مزيج الخدمات المصرفية بما يكفل اشباع رغبات واحتياجات العملاء بشكل مستمر يكفل رضا العميل، وذلك بعد القيام بدراسة وافية لاحتياجات العملاء؛
- ضرورة قيام مسئولو التسويق المصرفي بالمعايشة الكاملة للبيئة الاقتصادية والاجتماعية التي يعمل بها البنك، مع استخدام المنهج العلمي في تحليل قدرات العملاء المالية وتحديد احتياجاتهم وتصميم مزيج الخدمات المصرفية

[1] بريش عبد القادر، **جودة الخدمات المصرفية كمدخل لزيادة القدرة التنافسية للبنوك**، مجلة اقتصاديات شمال إفريقيا، جامعة الشلف، الجزائر، العدد3، دون تاريخ نشر، ص ص 268،269.

الذي يتلاءم معهم، وذلك من خلال استخدام أساليب وأدوات ابتكارية غير تقليدية سواء في نوعية أو وسيلة تقديم الخدمة؛

- تحقيق التكامل بين الوظائف التسويقية المختلفة والوظائف المصرفية الأخرى، لأن أي انفصام بينهما أو تعارض يؤثر على وحدة الرؤية ووضوح المهام وبالتالي لن يؤدي إلى تحقيق الأهداف المرجوة؛
- يعتبر التسويق المصرفي الحديث أداة تحليلية هامة في فهم النشاط المصرفي ومعاونة العاملين بالبنك في رسم السياسات ومراقبة ومتابعة العمل المصرفي؛
- القيام ببحوث السوق وجمع وفحص وتحليل تطورات السوق واتجاهاته؛
- مراقبة ومتابعة المعلومات المرتدة من السوق المصرفي والتي تتضمن قياس انطباعات العملاء عن مزيج الخدمات المقدمة ومدى تقبلهم له ورضاهم عنه وتحديد الأوجه الإيجابية والسلبية التي يتعين الاستفادة منها؛
- تهيئة بيئة مصرفية مناسبة للعملاء تمكن البنك من الاحتفاظ بهم من خلال الاهتمام بتحسين الانطباع المصرفي لدى العميل عن طريق انتقاء من يتعامل مع العملاء ممن تتوافر فيهم بعض الصفات الشخصية المميزة مثل: اللباقة، الذكاء، الثقة والكفاءة.

ونرى كذلك متطلبات أخرى والمتمثلة في[1]:

الفرع الخامس: مواكبة المصارف للمعايير الدولية

إن التطورات الهامة التي شهدها العالم في القطاع المصرفي أوجبت على صانعي السياسات المصرفية والمؤسسات الدولية وضع العديد من القواعد والمعايير الرامية إلى تحقيق السلامة المصرفية الدولية، وبالتالي يتوجب على المصارف مراعاة تلك القواعد والمعايير في سياق سعيها إلى توزيع خدماتها والارتقاء بمستوى الخدمة المقدمة في السوق المصرفية.

الفرع السادس: تفعيل دور الدولة والمصرف المركزي لتطوير أداء الجهاز المصرفي

يعد تطوير الجهاز المصرفي أحد الأهداف الرئيسية التي توليها الدولة أهمية قصوى في وقتنا الحالي وبالتالي فالدور الكبير تقوم به الدولة ومؤسساتها المختلفة بما فيها البنك المركزي في تفعيل هذا التطوير، وذلك من خلال:

- تهيئة القطاع التشريعي لملاحقة المستجدات على الساحة المصرفية الدولية خاصة في ظل العولمة والتحرر الاقتصادي العالمي؛
- الإسراع في اصدار القانون الموحد للمصارف الذي يستهدف ضمان أداء الجهاز المصرفي وسلامته؛
- الإسراع في سن التشريعات الخاصة بنظم الدفع الإلكتروني التي تنظم العلاقة بين أطراف العملية؛

[1] سهى حسن محمود، **تقويم فرص تطبيق التسويق الإلكتروني وتأثيره على تحسين جودة الخدمات المصرفية**، مذكرة ماجستير، كلية الاقتصاد، جامعة تشرين، دمشق، سوريا، 2013، ص ص 82-84.

- تطوير الدور الرقابي والإشرافي للمصرف المركزي على المصارف ليتلاءم مع المخاطر المتعددة التي أصبحت تتعرض لها المصارف في ظل إقبالها المتزايد على تقديم المنتجات المصرفية المستحدثة.

الفرع السابع: الاستخدام المستمر للدراسات والبحوث

على المصرف القيام بالدراسات والبحوث بشكل مستمر بغرض التعرف على معايير الجودة والمفاضلة بين هذه المعايير، وقياس درجة رضا العملاء عن الخدمة المصرفية المقدمة لهم، ومعرفة الأهمية النسبية لأبعاد جودة الخدمة، وتقييم الأداء الفعلي للخدمة قياسا على ما يمتلكه المنافسون. وأهم البحوث والدراسات التي يمكن استخدامها من مجال جودة الخدمات المصرفية:

أولا: الاستقصاءات الدورية للعملاء: التعرف على تقييم العملاء للجودة المقدمة لهم ومشكلاتهم؛

ثانيا: المجموعة الدائمة من العملاء: للتعرف على توقعات العملاء للخدمات وتقييمهم لمستويات جودتها؛

ثالثا: تحليل المعلومات: لاستطلاع آراء العملاء ورضاهم عن هذه المعلومات؛

رابعا: بحوث الإدراك والاتجاهات: لاستطلاع آراء العملاء حول المصرف وسياساته؛

خامسا: استخدام المتسوقين السريين: للقيام بمهام أهمها ملاحظة مدى توافق الأداء الفعلي للموظفين مع المعايير المحددة لأداء الخدمة؛

سادسا: تحليل شكاوى العملاء: ويفيد في معرفة جوانب هامة مثل: معايير العملاء في الحكم على جودة الخدمة، ونواحي الضعف في الأداء...إلخ؛

سابعا: بحوث العاملين: وتفيد في التعرف على مشكلات الخدمة وكيفية التغلب عليها وطرق تحسين الأداء من وجهة نظر العاملين؛

ثامنا: الدراسات المقارنة: وهي تتم للتعرف على مستوى جودة خدمات المصرف قياسا على المصارف المنافسة.

الفرع الثامن: تنمية ثقافة تنظيمية تدعم الجودة

يتطلب تحقيق جودة الخدمات والتميز في تقديمها أن تصبح "الجودة" و"أداء الخدمة" على الوجه الصحيح في أول مرة شعارا تنظيميا يؤمن به جميع العاملين في المصرف ويسعون إلى تحقيقه في الواقع العملي، حيث يتعين على مديري المنظمات (المصارف) تهيئة ثقافة المنظمة وخلقها، بحيث تتسم بالصفات الآتية: تشجيع كافة العاملين بالمصرف وحثهم على المشاركة في مناقشة وحل مشكلات العمل خاصة التي تقع في دائرة اختصاصهم، وأن يكون لدى العاملين قناعة بأنه لا توجد حالة مثالية للأداء وأن يدركوا أن التحسن المستمر لتحقيق التميز هو أساس التقييم والتقدير، وأن يعمل جميع العاملين

على منع انتقال أي خطأ لمرحلة تالية، وأن تتم مواجهة الأخطاء وقت وقوعها والنظر لها على أنها فرص للتحسين، وتشجيع العمل الجماعي والتعاون بين العاملين.

المطلب الثالث: مساهمة وسائل الدفع الإلكتروني في تحسين جودة الخدمات المصرفية

إن المصارف تسعى دائما إلى تحسين خدماتها وذلك لإرضاء عملائها بالدرجة الأولى لذا يتوجب عليها دائما مواكبة التطورات الحاصلة في مجال التكنولوجيا، للارتقاء بخدماتها نحو الجودة المتوقعة من عملائها.

إن العلاقة القائمة بين جودة الخدمة المصرفية ووسائل الدفع الإلكترونية تتجلى في مزايا المعاملات المصرفية الإلكترونية، بحيث أن هذه الأخيرة أدت إلى توسيع قاعدة الأفراد المتعاملين مع المصارف بفضل ما توفره من جودة في الخدمات المصرفية، وعليه من بين هذه المزايا التي توفرها وسائل الدفع الإلكتروني لتحسين الجودة في الخدمات ما يلي[1]:

الفرع أول: توفر الوسائل الإلكترونية درجة عالية من الاستمرارية في تقديم الخدمة: خاصة تلك الخدمات التي تتصف بالنمطية، وعلى العكس من التوصيل الشخصي المباشر للخدمة، فإن الوسائل الإلكترونية لا تعتمد على التفسير والتنفيذ المعتمد على التقدير الشخصي الذي يتصف بدرجة عالية من النسبية والتخمين.

الفرع الثاني: انخفاض التكلفة: تتصف الوسائل الإلكترونية بدرجة أعلى من الكفاية في توزيع وتوصيل الخدمة مما يقلل من تكلفة إجراء العملية الواحدة.

الفرع الثالث: الملائمة مع ظروف الزبون: فالوسائل الإلكترونية في توصيل الخدمة تتيح فرصة أكبر للزبائن في الوصول إلى خدمات المؤسسة في الوقت والمكان الملائمين له.

الفرع الرابع: تحقيق الانتشار الواسع: يسمح استعمال الوسائل الإلكترونية في الخدمة بزيادة الاتصال مع أعداد كبيرة من الزبائن، حيث أن التكلفة والجهد المطلوب لجمع المعلومات واختيارها وتصنيفها باستخدام الاتصال الشخصي يفوق كثيرا عنه في حالة استخدام الوسائل الإلكترونية.

الفرع الخامس: تحقيق درجة أعلى من الخصوصية: وذلك بتوفير درجة من الخصوصية وحرية اختيار الزبون والتعامل مع تلك الوسائل من خلال كلمات مرور ورموز سرية مما يزيد من درجة رضا الزبون عن الخدمة.

[1] سايحي الخامسة، طويل حدة، **أثر وسائل الدفع الإلكترونية على جودة الخدمات المصرفية**، مجلة أبحاث اقتصادية وإدارية، جامعة العربي التبسي، المركز الجامعي عبد الحفيظ بوالصوف، ميلة، الجزائر، المجلد 13، العدد 02، 2019، ص ص 128،129

كذلك نلاحظ أن في وقتنا الحالي كل البنوك تسعى إلى استخدام كل الطرق والوسائل الممكنة لغاية تحسين وجودة أدائها ولا شك أن استخدام تكنولوجيا المعلومات التي أهمها وسائل الدفع الإلكتروني وما توفره من خدمات جيدة إضافة إلى ما سبق ذكره نجد ما يلي[1]:

أولا: أمن المعاملات: لقد ثبت أن الأمن هو أحد العوامل التي تحدد للمستخدم أن يبدأ أو يواصل معاملاته المصرفية عبر الانترنيت أو العكس، وعليه فإن المصرف مطالب بتوفير موقع آمن يحافظ على خصوصية العميل ويحافظ على سرية معاملاته الشخصية.

ثانيا: التعقيد: فالمعاملات المصرفية عبر الانترنيت هي الأكثر سهولة لأنها خالية من أي جهد، فسهولة الاستخدام تعكس درجة عدم التعقيد.

إن الخدمات المصرفية عبر الانترنيت تمكن العميل من إدارة المعاملات المصرفية عبر الانترنيت لمدة 24/24 ساعة و7/7 أيام، وبأي وسيلة فعالة لنظام المعلومات كي يجري كل نوع من المعاملات المالية وفقا لمستويات المختلفة بتطبيق تكنولوجيا المعلومات والاتصالات.

-ومنه يمكن القول إن البنوك تسعى لتحسين جودة خدماتها وذلك باستخدام وسائل الدفع الإلكتروني التي تواكب التكنولوجيا والتطورات الحاصلة لزيادة رضا الزبون بالمعاملات وزيادة ثقتهم بالبنك نفسه عن طريق تبادل معلومات موثوقة بطريقة آمنة وحرية تامة.

[1] دغنوش العطرة، **استخدام شبكة الانترنيت كأداة لتقديم الخدمات البنكية و أثرها على الأداء البنكي**، أطروحة دكتوراه، منشورة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد خيضر، بسكرة، الجزائر، 2016-2017، ص ص 168،169.

خلاصة الفصل:

من خلال ما تقدم يتضح لنا أن لجودة الخدمات المصرفية دور بالغ الأهمية، فهي تعتبر أهم وأبرز التحديات، حيث أصبح الدخول إلى السوق المصرفية والتميز فيها مرهون ومرتبط ارتباطا وثيقا بالخدمات المقدمة، وتعتبر هذه الأخيرة تحدي يواجه البنوك ويدعو إلى ضرورة المواكبة والتطور، وبالتالي فإن العميل يعتمد على معايير مختلفة للحكم على الجودة المصرفية، لذا فإنه يتوجب على البنوك معرفة هذه المعايير أو الأبعاد وتقديم خدمات تلبي حاجات عملائها حتى تتمكن من تحقيق رضاهم وكسب ولائهم.

كما يتضح لنا أيضا أن نماذج قياس جودة الخدمة المصرفية تساعد إدارة المؤسسات المصرفية من التعرف هل الخدمات التي تم تقديمها للعملاء توافق رغباتهم بالشكل الذي يتوقعونه ويحقق لهم رضاهم، وهذا بهدف تمكين الإدارة المصرفية من تحسين أداء خدماتها، بالإضافة إلى التعرف على مواطن الضعف فيها ومعالجتها.

الفصل الثالث:

دراسة ميدانية حول وسائل الدفع الإلكتروني ودورها في تحسين جودة الخدمات المصرفية ببنك الفلاحة والتنمية الريفية

-وكالة قالمة-

تمهيد:

تعتبر البنوك ركيزة أساسية للجهاز المصرفي لأي دولة باعتبارها مصدر أساسي في دعم وتطوير اقتصاد البلد، لذلك أوجب عليها التطوير من خدماتها وعصرنة أنظمتها وتحديث وسائل دفعها بتقنيات إلكترونية حديثة وذلك بهدف استقطاب أكبر عدد من العملاء وبالتالي تحقيق أرباح أكبر.

وسنحاول في هذا الفصل دراسة أهم وسائل الدفع المتاحة لدى بنك الفلاحة والتنمية الريفية -وكالة قالمة- ودورها في تحسين جودة خدماته المقدمة وذلك من خلال دراسة تطبيقية وميدانية لدى البنك لاستكمال الجزء التطبيقي للبحث المقدم.

المبحث الأول: التعريف ببنك الفلاحة والتنمية الريفية -وكالة قالمة-

لقد ارتبط تأسيس بنك الفلاحة والتنمية الريفية -وكالة قالمة- بتمويل القطاع الفلاحي والأنشطة المختلفة في الريف وذلك بغرض تطوير الإنتاج الغذائي والفلاحي على مستوى الولاية، لكن بعد صدور قانون النقد والقرض بمنح الاستقلالية للبنوك بعد إلغاء مبدأ التخصص في النشاط، أصبح بنك الفلاحة والتنمية الريفية -وكالة قالمة- كغيره من البنوك يباشر جميع الوظائف التي تقوم بها البنوك التجارية.

المطلب الأول: تقديم بنك الفلاحة والتنمية الريفية -وكالة قالمة-

ينتمي بنك الفلاحة والتنمية الريفية إلى القطاع العمومي، إذ يعتبر وسيلة من وسائل سياسة الحكومة الرامية إلى المشاركة في تنمية القطاع الفلاحي وترقية العالم الريفي، تم تأسيسه من خلال بنك الفلاحة في 13 مارس 1982 بمقتضى المرسوم 106/82 تبعا لإعادة هيكلة البنك الوطني الجزائري، حيث ارتبط تأسيسه بتمويل هياكل ونشاطات الإنتاج الزراعي والحرف التقليدية في الأرياف وكل المدن الحرة والمنشآت الخاصة المتواجدة في الأرياف وبالتالي فإنه بنك متخصص إذ أن مهمته تمويل القطاع الفلاحي والأنشطة المختلفة في الريف وذلك بغرض تطوير الإنتاج الغذائي على الصعيد الوطني وهو أيضا بنك تجاري حيث يمكنه جمع الودائع من أي شخص مادي أو معنوي ،ويقرض الأموال بآجال مختلفة ،تستهدف تكوين أو تحديد رأسمال الثابت وهو يعطي امتياز للمهن الفلاحية الريفية بمنحها قروضا بشروط سهلة وسعر فائدة أقل.

هذا البنك يعمل بمبدأ اللامركزية بحيث أعطى لفروعه صلاحيات واسعة في منح القروض وهذا لخدمة إعادة الهيكلة وتسهيل لخدماته بعد أن أعيد تقسيم البلاد إلى 48 ولاية ورأسماله عند التأسيس قدر ب1مليار دينار جزائري وفي إطار الإصلاحات الاقتصادية تحول البنك بعد عام 1988 إلى شركة مساهمة ذات رأسمال قدره 22 مليار دينار جزائري ،مقسم إلى 2200سهم بقيمة 1000000 دينار جزائري للسهم الواحد، كن بعد صدور قانون النقد والقرض في 1990/04/14 والذي منح استقلالية أكبر للبنوك وألغي من خلال نظام التخصص، أصبح بنك الفلاحة والتنمية الريفية كغيره من البنوك يباشر جميع الوظائف التي تقوم بها البنوك التجارية والمتمثلة في منح التسهيلات الائتمانية وتشجيع عملية الادخار والمساهمة في التنمية ،حيث وصل رأسماله سنة 1999 إلى 33000000000 دينار جزائري. أما حاليا فهو عبارة عن بنك شامل يوظف أكثر من 7000 موظف عبر 321 وكالة و3 مجمع استغلال جهوي موزع عبر كامل التراب[1].

-أما عن وكالته بقالمة فقد تأسست بمقتضى نفس القرار السابق 106/82 وتحمل الرمز 915 ويقع مقرها وسط المدينة في شارع يوغرطة، ويعمل بها 15 موظف.

[1] معلومات متحصل عليها من بنك الفلاحة والتنمية الريفية -وكالة قالمة-.

الشكل رقم (05): بنك الفلاحة والتنمية الريفية -وكالة قالمة-

المصدر: الموقع الإلكتروني لبنك الفلاحة والتنمية الريفية: http://badrbanque.dz/ar

المطلب الثاني: الهيكل التنظيمي لبنك الفلاحة والتنمية الريفية -وكالة قالمة-

سيتم التطرق في هذا المطلب إلى الهيكل التنظيمي للوكالة والمديرية الفرعية لولاية قالمة ومختلف المصالح التي تضمها.

الفرع الأول: الهيكل التنظيمي للوكالة

تضم الوكالة البنكية لقالمة التابعة لبنك الفلاحة والتنمية الريفية، المصالح التالية[1]:

أولا: المدير: وهو المسؤول الأول عن تسيير الوكالة والإشراف عنها، من وظائفه: تمثيل الوكالة، توقيع وإبرام جميع العقود والمستندات والوثائق، تعيين وتسريح المستخدمين والتسيير والإشراف والتنسيق بين مختلف المصالح.

ثانيا: الأمانة العامة: وتعتبر حلقة وصل بين مختلف المصالح الموجودة داخل الوكالة، فهي تسهر على إدارة كل العمليات الإدارية المختلفة للوكالة.

[1] مرجع نفسه.

ثالثا: مصلحة الاستغلال: وتدور مهامها حوا استقبال العملاء وتلبية رغباتهم في فتح الحسابات، كما لها مهمة تحصيل القروض في الآجال المحددة ومتابعة العملاء غير الأوفياء قضائيا، ولها الوظائف التالية:

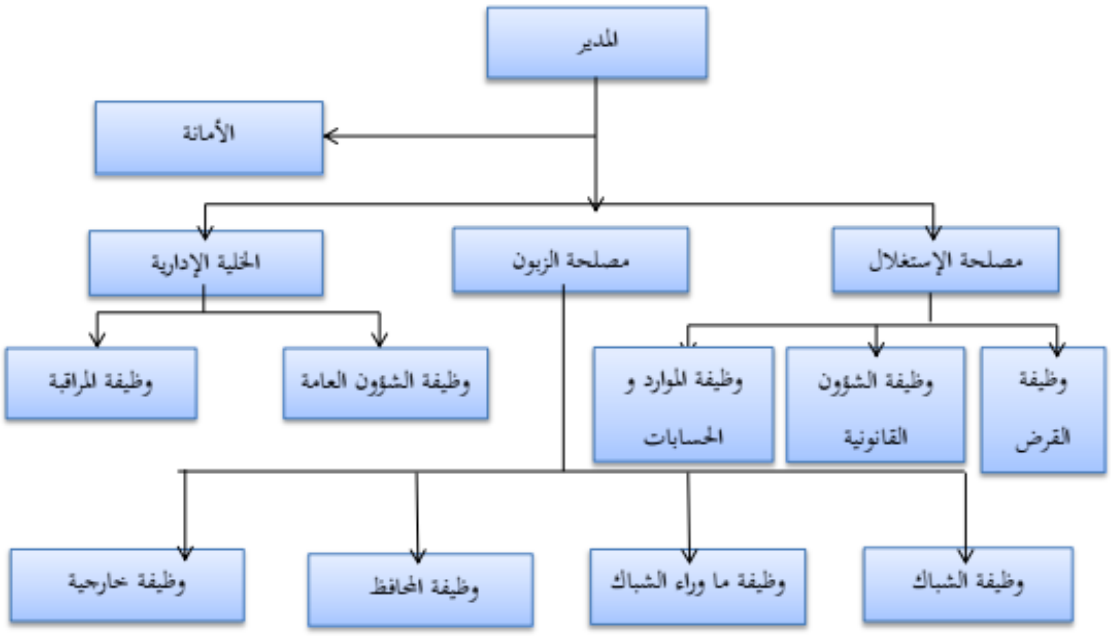
- وظيفة القروض؛
- وظيفة الشؤون القانونية؛
- التحصيل؛
- وظيفة الموارد والحسابات.

رابعا: مصلحة العملاء: تعمل على معالجة أداء تلبية العملاء فيما يخص العمليات المالية التي لها علاقة بالصندوق (السحب والإيداع) وكذلك تسديد واستلام وسحب الإيداعات والأوراق المالية وعمليات التحويل والتعامل بالعملة الصعبة وتضم الوظائف التالية: وظيفة الشباك، وظيفة ما وراء الشباك، وظيفة المحافظ والوظيفة الخارجية.

خامسا: الخلية الإدارية: وتتشكل من وظيفة المراقبة والمحاسبة والشؤون العامة، ومهمتها القيام بكل الأعمال الخاصة بالتنظيف والصيانة، الأمن والتأمين، المراقبة اليومية الحسابية والتأكد من صحة العمليات.

والشكل الموالي يوضح الهيكل التنظيمي لوكالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية -وكالة قالمة-

الشكل رقم (06): الهيكل التنظيمي لبنك الفلاحة والتنمية الريفية-وكالة قالمة-



المصدر: وثائق متحصل عليها من بنك الفلاحة والتنمية الريفية -وكالة قالمة-

الفرع الثاني: الهيكل التنظيمي للمديرية الفرعية

وتضم المديرية الفرعية لوكالة قالمة المصالح التالية[1]:

أولا: الأمانة: يتمثل دورها في:

- تلقي البريد الوارد وإرسال البريد الصادر؛
- القيام بالعمليات الإدارية المختلفة كالطبع "استقبال الملفات" "البرقيات" الإشراف على المكالمات والفاكس؛
- تنظيم مواعيد المدير؛
- مراقبة مبلغ القرض الممنوح بعد ذلك تقدم مصلحة القروض الملفات للجنة القروض الموجودة على مستوى المديرية الفرعية التي تعطي الرأي الآخر.

ثانيا: خلية التكوين: للبنك تربصات دائمة سواء كانت على مستوى التعامل لدى البنك أو في مؤسسات التربية والتكوين حيث يتم:

- توجيه العاملين إلى تربصات أو إلى تكوين؛
- إعادة تكوين للمستخدمين حسب تغيرات عمل البنك وإعدادهم لمواكبة التغيرات.

ثالثا: قسم الودائع: هو الجانب المخصص للاحتفاظ بنقد العملاء سواء مؤقتة أو طويلة على سبيل الحفظ أو التوظيف، ومن هنا حدد القسم البعد الزمني للوديعة فهو يشرف على وجود فاصل زمني بين لحظة الإيداع ولحظة السحب. ويسمح بتقدير مدى التوظيفات اللازمة لهذه الأموال ومن العمليات التي تخص الودائع ما يلي:

- توفير السندات للوكالة؛
- توجيه الوكالة؛
- جمع المعلومات والإحصائيات الخاصة بالودائع عند نهاية كل شهر وإرسالها إلى المديرية المركزية.

رابعا: نيابة مديرية الرقابة: إن لعملية الإشراف والمراقبة دور كبير في ضمان استمرارية العمليات المصرفية والمالية للدولة، وتتكون نيابة مديرية الرقابة من مجموعة من المراقبين تتمثل مهمتهم في:

- مراقبة الوكالات: وذلك بمراقبة جميع العمليات المصرفية التي تقوم بها من إيداع وسحب وصرف؛
- مراقبة السيولة؛
- مراقبة ملفات القروض وعمليات سيره ومراقبة المخطط السنوي للتمويل؛

[1] مرجع نفسه.

- التعامل مع الوكالة الفرعية والمفتشية الجهوية وفي نهاية العملية تقدم تقرير عن هذه الزيارات ومعرفة تلك النقائص والسلبيات ويتم إرسالها إلى المديرية الجهوية.

خامسا: نيابة المديرية للشؤون الإدارية: يشرف عليها نائب المدير وتتضمن المصالح التالية:

1. **مصلحة المستخدمين:** وتتمثل مهامها فيما يلي:

- متابعة المستخدمين ومدى تكوينهم داخل البنك؛
- تنظيم العلاقات بين المصالح.

ويتفرع عن مصلحة المستخدمين:

✓ **مصلحة الأجور:** تهتم بأجور المستخدمين وغيابهم عن العمل وفي نهاية كل شهر تقوم بإعداد كشف الرواتب والأجور وتضاف إليها العلاوات والمنح إلى أن يصل تحديد المبلغ الذي يدفع إلى الموظف.

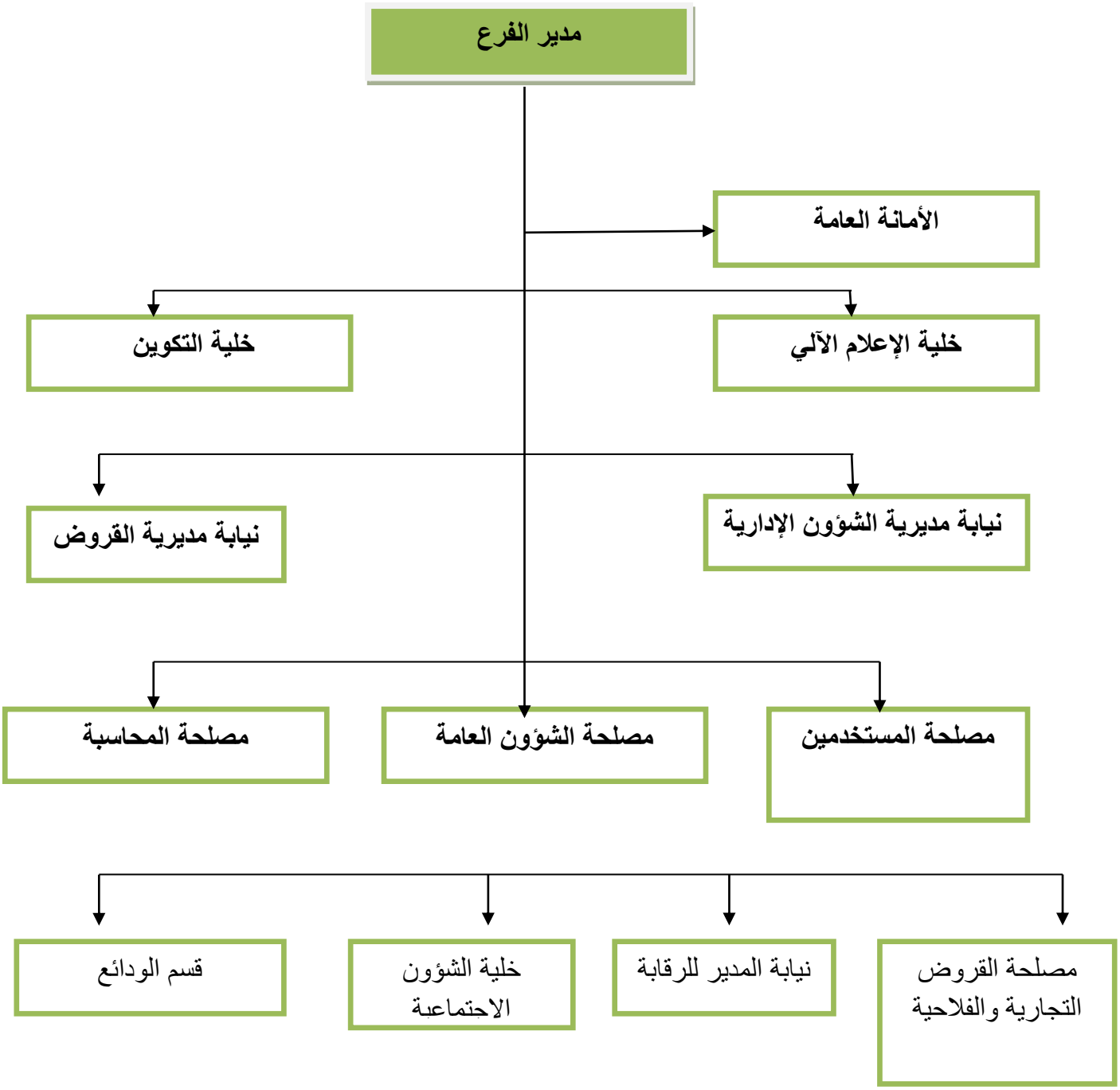
✓ **مصلحة الوسائل العامة:** تشرف على عتاد البنك، توزيعه، تجديده، إصلاحه وتشرف على المشاريع التي يقوم بها البنك.

- توجيه العاملين إلى تربصات أو إلى تكوين؛
- إعادة تكوين للمستخدمين حسب تغيرات عمل البنك وإعدادهم لمواكبة التغيرات.

2. **مصلحة المحاسبة:** تهتم بمتابعة العمليات اليومية التي تقوم بها الوكالات ومراقبتها خاصة فيما يخص السيولة النقدية.

ويمثل الشكل الموالي الهيكل التنظيمي للمديرية الفرعية لوكالة قالمة:

الشكل رقم (07): الهيكل التنظيمي للمديرية الفرعية



المصدر: وثائق البنك.

المطلب الثالث: مهام وأهداف بنك الفلاحة والتنمية الريفية-وكالة قالمة-

هناك العديد من المهام والأهداف التي يسعى بنك الفلاحة والتنمية الريفية -وكالة قالمة- إلى تحقيقها والتي سنذكرها كما يلي:

الفرع الأول: مهام بنك الفلاحة والتنمية الريفية-وكالة قالمة-

تم إنشاء بنك الفلاحة والتنمية الريفية كضرورة حتمية ناتجة عن إرادة الدولة في ترسيخ قواعد ثابتة لسياسة إعادة هيكلة القطاع الفلاحي، الشيء الذي يضمن الاستغلال الاقتصادي للبلاد، ويرفع من مستوى معيشة سكان المناطق النائية والريفية، ويضطلع بنك البدر مهامه الرئيسية والتي تتمثل في[1]:

- دراسة كل العمليات المتعلقة بالقروض، الصرف والخزينة؛
- فتح الحسابات لكل فرد يقدم طلبا بذلك؛
- استقبال ايداعات الأفراد مهما كانت قيمتها ومدتها؛
- المشاركة في جمع الاحتياطات؛
- المساهمة الفاعلة في تنمية وتطوير القطاع الفلاحي وضمان ترقية نشاطاته، سواء منها الفلاحية الغذائية، الفلاحية الصناعية، والفلاحية الحرفية؛
- يتعهد للسلطات الوصية بمراقبة النشاطات المالية للمؤسسات العملية لديه؛
- منح تشكيلة منوعة من القروض لكل من تتوفر فيه شروط الاستفادة منها؛
- السير على دراسة كل عمليات الصرف والخزينة؛
- التعهد للسلطات الوصية باعتماد القواعد والشروط الواجب احترامها والمتعلقة بالمهنة البنكية.

الفرع الثاني: أهداف بنك الفلاحة والتنمية الريفية-وكالة قالمة-

- التوسع في مجالات النشاط البنكي والتحول للشمولية؛
- تقديم تشكيلة متنوعة من الخدمات البنكية، والعمل على رفع جودة هذه الخدمات؛
- الاهتمام أكثر بالعملاء وتحسين العلاقة معهم؛
- العمل على اكتساب ميزة تنافسية للحفاظ على حصتها السوقية ومجانية المنافسة بالسوق؛
- الرقي بالعمل البنكي في الوكالة قصد تحقيق أقصى ربح ممكن؛
- محاولة زيادة الموارد بأحسن الأسعار، وجعلها منتجة توفر له مدخولا ومردودية وهذا بواسطة القروض المتنوعة التي يمنحها؛

[1] مرجع نفسه.

- التسيير الصارم لخزينة البنك سواء بالدينار أو بالعملة الصعبة؛
- ضمان تنمية متناسقة للبنك في مجال النشاطات التي يقدمها؛
- محاولة توسيع ونشر شبكة فروعه ووكالاته على كامل التراب الوطني.

المبحث الثاني: الخدمات المصرفية ووسائل الدفع الإلكتروني في بنك الفلاحة والتنمية الريفية -وكالة قالمة-

يقدم بنك الفلاحة والتنمية الريفية -وكالة قالمة- العديد من الخدمات المصرفية ويحاول من خلالها كسب رضا أكبر عدد ممكن من العملاء، بالإضافة إلى اعتماده على وسائل ووسائط إلكترونية لمحاولة تحسين الجودة في خدماته المصرفية.

المطلب الأول: الخدمات المصرفية لبنك الفلاحة والتنمية الريفية -وكالة قالمة-

يمكن حصر أهم الخدمات التي تقدمها الوكالة فيما يلي[1]:

الفرع الأول: خدمات الادخار: وتشمل مختلف الخدمات التي تقدمها الوكالة لجذب مدخرات عملائها، وتمكنهم من توظيفها لديها، وتتمثل في:

أولا: سند الصندوق: وهو عبارة عن إيداع لأجل، ويصبح ماديا بواسطة سند يلتمس من خلاله الزبون للاكتتاب في مبلغ معين لمدة من اختياره، وبمعدل فائدة متغير حسب مدة الإيداع.

ثانيا: دفتر توفير الشباب: هو دفتر يمكن صاحبه دون 19 سنة عن طريق ممثله الشرعي من فتح حساب إيداع فيه، ويقدر المبلغ الأدنى لهذا الدفتر بـ 500 دج.

ثالثا: دفتر خاص بالسكن: وهو عبارة عن حساب يمكّن صاحبه من الحصول على فائدة تدفع سداسيا وبمعدل ثابت يقدر بـ 2.5%. وتخضع هذه الفائدة للضريبة على الدخل، ويتيح هذا الحساب لصاحبه في حالة أراد الحصول على سكن إمكانية مساعدة البنك بتمويله لمشروعه السكني، وفي هذه الحالة تكون الفائدة التي يدفعها صاحب هذا الحساب أقل من الفائدة التي يمكن أن يدفعها شخص آخر يريد تمويل مشروع سكني وهو غير فاتح لهذا الحساب.

رابعا: حساب إيداع لأجل: ويتمثل هذا الحساب في حساب يفتحه صاحبه لإيداع أمواله، مقابل حصوله على فائدة محددة من طرف الوكالة حسب مدة الإيداع.

[1] مرجع نفسه.

الفرع الثاني: خدمات متعلقة بالإقراض: يقوم بنك الفلاحة والتنمية الريفية -قالمة- على غرار غيره من البنوك بدور الوساطة المالية، فبعد استقباله إيداعات المدخرين يقوم باستخدامها في شكل قروض لذوي الاحتياجات المالية، وتقدم الوكالة تشكيلة من القروض للأفراد والمؤسسات، كقرض الاستغلال، قرض التحدي، قرض الرفيق، قرض الإيجار المالي والقرض السياحي.

الفرع الثالث: خدمة بدرconsulte: وهي خدمة يوفرها بنك الفلاحة والتنمية الريفية لعملائه بحيث تمكنهم من فحص حساباتهم عن بعد، وذلك عن طريق تعبئة العميل لوثيقة تعاقدية مع البنك ويترك اسم المستعمل وكلمة سرية تمكنه من مراجعة حسابه عن طريق شبكة الأنترنيت، ويتيح بدر هذه الخدمة لعملائه لمدة 24/24 ساعة كل أيام الأسبوع.

الفرع الرابع: عمليات أخرى: وتشمل كل من:

أولا: عمليات المقاصة للشيكات.

ثانيا: عمليات الأوراق المالية من شرائها وإدارتها لصالح العميل.

ثالثا: عمليات الحوالة المصرفية.

رابعا: عمليات التجارة الخارجية: وتتمثل طبيعة هذه العمليات في:

- الاعتمادات المستندية؛
- توظيف الحسابات وتحويلها؛
- عمليات إيجار الصناديق الحديدية بأحجامها المتوسطة وكبيرة الحجم؛
- عمليات الكفالات المصرفية؛
- عمليات تحصيل الأوراق التجارية وخصمها.

المطلب الثاني: وسائل الدفع الإلكتروني لبنك الفلاحة والتنمية الريفية -وكالة قالمة-

توفر الوكالة ستة أنواع من البطاقات لعملائها، أربع بطاقات وطنية "بطاقة الدفع الكلاسيكية CIB، التوفير، بطاقة الدفع CBR، بطاقة الدفع الذهبية Gold، وبطاقتين من نوع ماستر كارد الدولية (ماستر كارد الكلاسيكية، تيتانيوم).

حيث عرف عدد مستخدمي البطاقات التي تتداول داخل الوطن تطورا ملحوظا، بينما لم يتم إصدار البطاقات الدولية إلى غاية 2019 لذلك عددها محدود.

لكي يتحصل أي عميل لدى الوكالة على بطاقة بنكية يجب عليه المرور بالخطوات التالية[1]:

- يتقدم الزبون إلى الوكالة بطلب الحصول على البطاقة البنكية؛
- يتأكد البنك من حساب الزبون ودراسة عملياته؛
- ترسل الوكالة الطلبات إلى المديرية الخاصة بإصدار البطاقة؛
- تقوم المديرية بإرسال البطاقات إلى الوكالة مرفقة بأسماء الطالبين؛
- توقع الوكالة على إشعار وصول البطاقات؛
- تستدعي الوكالة الزبون لاستلام البطاقة البنكية ورقمها السري.

أما في حالة تجديد البطاقة البنكية يعلم الزبون الوكالة قبل شهرين، لتقوم بإرسال طلبات التجديد إلى المديرية النقدية، كما يمكن للزبون أن يطالب بإلغاء أو تعطيل البطاقة البنكية في حالة ضياعها أو سرقتها، كما يمكن توقيف عمل البطاقة في حالة قيام العميل بعمليات غير قانونية.

الفرع الأول: البطاقات الوطنية

توفر وكالة قالمة التابعة لبنك الفلاحة والتنمية الريفية لعملائها أنواع من البطاقات البنكية تتمثل في[2]:

أولا: بطاقة الدفع الكلاسيكية CIB: هي بطاقة ما بين البنوك مرتبطة بحساب العميل، صالحة للاستعمال لمدة سنتين داخل التراب الوطني تسمح بإجراء عمليات السحب والدفع 24/24 ساعة و7/7 أيام، وقد حددت عمليات السحب والدفع في النقاط التالية:

- السحب من الموزع الآلي للنقود أو الشباك الآلي للنقود؛
- الدفع في نقاط الدفع النهائي المتوفرة لدى التجار؛
- الاطلاع على الرصيد من خلال جميع الموزعات والشبابيك الآلية التابعة للبنك.

[1] **مرجع نفسه.**

[2] **البطاقات CIB**، الموقع الإلكتروني بنك الفلاحة والتنمية الريفية. http://badrbanque.dz/ar. تاريخ الاطلاع: 29.04.2023

الشكل رقم (08): بطاقة الدفع الكلاسيكية CIB

المصدر: البطاقات CIB، الموقع الإلكتروني بنك الفلاحة والتنمية الريفية. http://badrbanque.dz/ar. تاريخ الاطلاع: 16.03.2023.

ثانيا: بطاقة الدفع CBR: وهي بطاقة ما بين البنوك مرتبطة بحساب العميل لها نفس خصائص بطاقة الدفع الكلاسيكية وهناك اختلاف واحد فقط، وهو أنها مخصصة للأشخاص الذين يتقاضون أجرا يفوق 50.000.00 دينار جزائري.

الشكل رقم (09): بطاقة الدفع CBR

المصدر: البطاقات CIB، الموقع الإلكتروني بنك الفلاحة والتنمية الريفية. http://badrbanque.dz/ar. تاريخ الاطلاع: 16.03.2023.

ثالثا: بطاقة التوفير: وهي بطاقة حديثة الاستعمال، بدأ التعامل بها في 2012/01/11، تسمح لعملاء البنك الذين يملكون رصيدين، رصيد شهري ورصيد ادخاري السحب عن طريق الموزعات النقدية الآلية دون التنقل إلى وكالات البنك، فإنها تسمح أيضا لمالكها بتحويل الأموال من رصيده إلى الدفتر من خلال الموزع الآلي. دون أن يكون مضطرا لسحب الأموال ونقلها للوكالة، من أجل تقريب الوكالة بالزبون أكثر ومنح هذا الأخير أكثر حرية.

الشكل رقم (10): بطاقة التوفير

المصدر: البطاقات CIB، الموقع الإلكتروني بنك الفلاحة والتنمية الريفية. http://badrbanque.dz/ar. تاريخ الاطلاع: 16.03.2023.

رابعا: بطاقة الدفع Gold: وهي بطاقة ما بين البنوك، تتميز بلونها الذهبي، عليها الرقم السري الخاص بالزبون وهي بطاقة دفع تمنح لفئة خاصة وهم التجار، وكذلك المؤسسات التجارية، وهي بطاقة صالحة للاستخدام مدة سنتين وقابلة للتجديد

فهي تخص العملاء ذوي الدخل المرتفع، وتتمثل شروط الحصول عليها من نفس شروط البطاقة الكلاسيكية مع شرط إضافي أن يتعدى دخل العميل 100.000.00 دينار جزائري.

الشكل رقم (11): بطاقة الدفع Gold

المصدر: البطاقات CIB، الموقع الإلكتروني بنك الفلاحة والتنمية الريفية. http://badrbanque.dz/ar. تاريخ الاطلاع: 16.03.2023

هذه البطاقات البنكية الأربعة صالحة للاستعمال فقط داخل التراب الوطني.

الفرع الثاني: البطاقات الدولية

إضافة إلى البطاقات الوطنية التي تم ذكرها، يوجد نوعين من البطاقات الدولية ماستر كارد التي يتم إستخدامها على المستوى الدولي.

أولا: بطاقة ماستركارد الكلاسيكية: وهي بطاقة الماستر كارد العادية ولها ميزات وشروط خاصة بها، وهي بطاقة دولية تسمح بالسحب والاطلاع على الرصيد من أي موزع أو شباك آلي يحمل رمز ماستر كارد، كما تسمح بتسوية المشتريات عن طريق نقاط البيع النهائي التي تحمل رمز ماستر كارد وتسوية الدفع عن طريق الانترنت لدى المحلات التي تتعامل بها البطاقة، وتتمثل شروط الحصول على بطاقة الماستر كارد الكلاسيكية من بنك "بدر" فيما يلي:

- فتح حساب بالدينار وآخر باليورو؛
- إيداع 100يورو على الأقل في حساب اليورو بالإضافة إلى مبلغ الدينار.

الشكل رقم (12): بطاقة ماستركارد الكلاسيكية

المصدر: البطاقات CIB، الموقع الإلكتروني بنك الفلاحة والتنمية الريفية. http://badrbanque.dz/ar. تاريخ الاطلاع: 16.03.2023

كما يوضح الجدول التالي خصائص بطاقة ماستر كارد الكلاسيكية لدى بنك الفلاحة والتنمية الريفية -وكالة قالمة-.

الجدول رقم (01): خصائص بطاقة ماستركارد الكلاسيكية

الخصائص	بنك الفلاحة والتنمية الريفية "بدر"
وقت تسليم البطاقة	15 يوما
مدة الصلاحية	24 شهرا
التجديد	تلقائي أو طلب تجديد
تكاليف البطاقة	6000 دج
سقف الاستخدام (دفع /سحب)	2500 يورو/ 800 يورو
العمولة	2.5 % من إجمالي الصفقة بالدينار الجزائري / 2.5% من إجمالي الصفقة +2أورو لكل صفقة بالدينار الجزائري
أدنى رصيد	100 أورو

أموال طوارئ	500 أورو كأقصى حد
الإجراءات الائتمانية حالة ضياع	في حالة الضياع يدفع على مستوى البنك ليتم غلق البطاقة، الحصول على بطاقة جديدة بكلمة سر جديدة أما دوليا: 24 ساعة على الأراضي الأمريكية و48 ساعة في بقية الأماكن - الإيصال عبر وكيل البطاقة
مزايا	- تسهيلات وتخفيضات تخص الفنادق والمطاعم. - التسوق عبر الأنترنيت بأمان.

المصدر: من إعداد الطالبتين بناءا على معلومات الملحق رقم01

ثانيا: بطاقة ماستركارد تيتانيوم: وهي بطاقة الماستر كارد ذات العروض الأفضل من الكلاسيكية ولها ميزات وشروط خاصة بها، وهي متاحة لخدمات إضافية خاصة في التعامل بالمطارات وعند السفر والحصول أكثر على خصومات على المنتجات والخدمات. وتتمثل شروط الحصول على بطاقة الماستر كارد الكلاسيكية من بنك "بدر" فيما يلي:

- فتح حساب بالدينار وآخر باليورو؛
- إيداع 200 يورو على الأقل في حساب اليورو بالإضافة إلى مبلغ الدينار.

الشكل رقم (13): بطاقة ماستر كارد تيتانيوم

المصدر: البطاقات CIB، الموقع الإلكتروني بنك الفلاحة والتنمية الريفية. http://badrbanque.dz/ar. تاريخ الاطلاع: 16.03.2023

ويوضح الجدول التالي خصائص بطاقة ماستر كارد تيتانيوم لدى بنك الفلاحة والتنمية الريفية -وكالة قالمة-.

الجدول رقم (02): خصائص بطاقة ماستركارد تيتانيوم في بنك الفلاحة والتنمية الريفية

الخصائص	تيتانيوم
وقت تسليم البطاقة	15 يوما
مدة الصلاحية	24 شهرا
التجديد	تلقائي أو طلب تجديد
تكاليف البطاقة	8500 دج
سقف الاستخدام (دفع /سحب)	5000 أورو / 1000 أورو
أدنى رصيد	200 أورو
أموال طوارئ	1000 أورو
الإجراءات الائتمانية حالة ضياع	- 24 ساعة على الأراضي الأمريكية و48 ساعة في بقية الأماكن. - الإيصال عبر وكيل البطاقة.
خدمات مقدمة	- تخفيضات 15 % لكراء السيارات في أوروبا، الشرق الأوسط وإفريقيا. - تخفيضات 12% لكراء سيارات في أمريكا وكندا - التسوق عبر الانترنيت بأمان.
تكاليف متعلقة باستخدامها	- 2.5% من إجمالي الصفقة بالدينار الجزائري /2.5 % من إجمالي الصفقة + 2 أورو لك صفقة بالدينار الجزائري.

المصدر: من إعداد الطالبتين بناءا على معلومات الملحق رقم 02.

- **الملف المطلوب من أجل الحصول على بطاقة الماستركارد:**

- بطاقة التعريف مصادق عليها؛
- بطاقة الإقامة أقل من ثلاث أشهر؛
- شهادة العمل بالنسبة للموظفين أو شهادة مدرسية للجامعيين أو نسخة طبق الأصل من السجل التجاري للتجار؛
- صورتان شمسيتان.

✓ جميع البطاقات المذكورة سابقا تخص الأشخاص الطبيعيين تجار أو غير تجار.

✓ ظهرت بطاقة حديثة لبنك الفلاحة والتنمية الريفية -وكالة قالمة- خاصة بالأشخاص المعنويين التجار تسمى بطاقة الأعمال **CARTE AFAIRE**، تستخدمها الشركات والمؤسسات حيث تكون باسم مسير المؤسسات.

الفرع الثالث: تطور البطاقات البنكية في بنك الفلاحة والتنمية الريفية -وكالة قالمة- خلال الفترة 2016-2023

إن وجود بطاقة بنكية صادرة من بنك الفلاحة والتنمية الريفية -وكالة قالمة- لدى عميل ما سوف يحقق له ما يلي[1]:

- ✓ إجراء جميع معاملاته دون تنقل؛
- ✓ السرعة في الإستخدام خلال عمليات الدفع والسحب النقدي؛
- ✓ الدخول إلى حسابه البنكي عبر كامل شبكة "بدر بنك"؛
- ✓ تسديد مشترياته دون إلزامية توفير السيولة؛
- ✓ تزويد حسابه الإدخاري عن بعد.

وقد عرف عدد هذه البطاقات تطورا ملحوظا خلال الفترة الممتدة من سنة 2016 حتى الثلاثي الأول من سنة 2023، وهو ما يوضحه الجدول التالي:

الجدول رقم (03): عدد البطاقات الممنوحة من بنك الفلاحة والتنمية الريفية -وكالة قالمة- (2016-2023)

السنوات	بطاقة الدفع CIB	بطاقة CBR	بطاقة توفير	العدد الإجمالي	النسبة المئوية
2016	1378	1649	662	3690	-
2017	1564	1649	663	3876	%5.04
2018	1588	1727	666	3981	%2.71
2019	2349	1892	721	4962	%24.64
2020	2968	1946	854	5768	%16.24
2021	3109	1955	869	5933	%17.32
2022	3421	1970	890	6281	%20.8
2023/03/31 للثلاثي الأول	3584	1001	1998	6583	-

المصدر: من إعداد الطالبتين بناءا على الملاحق من 05 إلى 09

[1] **بطاقة الدفع ما بين البنوك**، الموقع الإلكتروني لبنك الفلاحة والتنمية الريفية، http://badrbanque.dz/ar. تاريخ الاطلاع 16.03.2023.

من خلال الجدول يمكننا القول:

-نلاحظ زيادة في عدد البطاقات الممنوحة من قبل الوكالة، والذي ارتفع من 3690 بطاقة سنة 2016 إلى 6583 بطاقة خلال الثلاثي الأول من سنة 2023، وهذا ما يفسر زيادة الطلب عليها من قبل العملاء.

-أن معدل نمو عدد البطاقات بلغ أعلى نسبة له سنة 2019 بمعدل 24.64 % مقارنة بـ2.71% سنة 2018، في حين سجلت سنة 2020 ما نسبته 16.24% وهي نسبة مقبولة مقارنة بالسنوات الأولى.

-ارتفاع عدد البطاقات المصدرة من قبل الوكالة في كل من نوعي بطاقة الدفع CBI وبطاقة CBR مقارنة ببطاقة التوفير.

-أن سنة 2020 عرفت ارتفاع في عدد البطاقات المصدرة من قبل الوكالة، ويعود السبب في ذلك إلى أزمة السيولة التي عرفها الاقتصاد الوطني، والتي مست مؤسسة بريد الجزائر وهو ما أعاد نوعا ما من الثقة في البنوك العمومية خصوصا بعد أن ساهمت هذه الأخيرة في التخفيف من حدة الأزمة عن طريق وضع موزعاتها الآلية للأوراق النقدية في خدمة عملاء مؤسسة بريد الجزائر، كما ساهمت أزمة "كورونا" في توجه المودعين نحو البنوك لقلة الاكتظاظ بها وانعدام الطوابير، أي أن البنوك بما فيها وكالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية بقالمة أكثر تقييدا بالتزامات التباعد.

--نلاحظ في السنوات الأخيرة من 2021 إلى غاية 2023/03/31 زيادة كذلك في نسبة نمو عدد البطاقات والتي بلغت نسبتها في سنة 2021 إلى 17.32% و20.8% في سنة 2022، مع ملاحظة زيادة في عدد استخدامها في الثلاثي الأول لسنة 2023، حيث بلغ العدد الإجمالي لهذه البطاقات 6583 ويرجع هذا التطور إلى زيادة الوعي حول وسائل الدفع الإلكتروني وضرورة استخدامها لما لها من مميزات كثيرة على مستخدميها والمذكورة سابقا، حيث أصبحت معظم المتعاملات إلكترونية لتخفيض كل من الجهد والوقت

-نلاحظ أن عدد البطاقات الدولية التي منحتها الوكالة ضئيل جدا، وذلك بفعل الشروط الصعبة التي تفرض على من يرغب في اقتناء هذا النوع من البطاقات.

-وبالرغم من التطور الحاصل في استخدام البطاقات البنكية إلا أن هذا بعيدا عن العدد الحقيقي لعملاء البنك، لذا فعلى وكالة قالمة القيام بما يلي:

- ✓ توفير البنية التحتية اللازمة عند التوسع في استخدام البطاقات البنكية؛
- ✓ العمل على رفع عدد البطاقات من خلال التوسع في الإصدار؛
- ✓ الدعاية والإعلام من أجل معرفة العملاء لمزايا هذا النوع من البطاقات.

المطلب الثالث: الوسائط الإلكترونية الهامة في استخدام البطاقات البنكية

إن استخدام البطاقات البنكية في وكالة قالمة يكون في وجود وتوفر أجهزة خاصة بها متمثلة في[1]:

الفرع الأول: الموزع الآلي للأوراق النقدية Distributeur automatique de billets

هو جهاز يسمح بالقيام بعملية سحب الأوراق النقدية آليا، يشبه جهاز الإعلام الآلي مزود بشاشة ولوحة مفاتيح وكذلك فتحة لإخراج الأوراق النقدية الموافقة للمبلغ المراد سحبه، متواجد خارج الوكالة حيث يسمح للعميل باستعماله 24/24 ساعة، ومن شروط السحب من هذا الجهاز ما يلي:

- ✓ يكون مبلغ الحساب في حدود المبلغ الأسبوعي المثبت في العقد، ويجب أن يكون دائما بمئات الدينارات حيث يمكن سحب المبلغ في عملية أو عدة عمليات؛
- ✓ يجب إدخال الرمز السري بطريقة صحيحة وذلك لقبول الآلة البطاقة؛
- ✓ الزبون له الحق في ثلاث محاولات لإدخال البطاقة فبعد المحاولة الثالثة يتم احتجاز البطاقة من طرف الجهاز؛
- ✓ يمنح الجهاز للعميل تذكرة تشير إلى التاريخ، الساعة، المبلغ المسحوب في كل سحب، حيث أن التذكرة تعطي إشعار بسحب المدين.

الفرع الثاني: جهاز TPE

محطة دفع إلكترونية ويطلق عليها Terminel de paiement Electronique. متوفرة في نقاط البيع التي تكون لديها حساب تجاري لدى البنك، تسمح لحاملي بطاقات الدفع الإلكتروني الصادرة من البنك تسوية مدفوعاتهم.

أولا: عملية الدفع على جهاز الـ TPE

تكون عملية الدفع كالتالي:

- ❖ إدخال البطاقة في الجهاز باتجاه السهم الواضح على البطاقة؛
- ❖ يدخل التاجر قيمة المعاملة على الجهاز؛
- ❖ يدخل حامل البطاقة رقمه السري ويثبته؛
- ❖ يقدم التاجر نسخة من الوصل للزبون؛
- ❖ يحتفظ التاجر بالنسخة الأخرى للوصل.

[1] وثائق متحصل عليها من بنك الفلاحة والتنمية الريفية -وكالة قالمة-

ثانيا: مزايا جهاز ال TPE

ويوفر هذا الجهاز الكثير من المزايا والتي نذكر منها:

- ❖ الدفع بواسطة البطاقة مضمون بواسطة البنك، يعكس مدى تطور نظام المدفوعات في الاقتصاد؛
- ❖ يجنب خطر الأموال المزورة ويوفر الحماية والأمان، إضافة إلى استخدام البطاقة مباشرة في عملية الدفع؛
- ❖ كما يوفر الوقت فلا يتحتم على الزبون الذهاب لسحب الأموال والعودة للشراء؛
- ❖ يستخدم حاليا في المؤسسات التجارية الكبرى والتجار ومقدمي الخدمات مثل دفع فواتير استهلاك المياه والطاقة والهاتف الثابت والمحمول والنقل الجوي وبعض الإدارات الأخرى كالضرائب.
- ✓ انظر الملاحق رقم 10 و11 (الطلبات على جهاز ال TPE للسنوات 2021-2023)

الشكل رقم (14): جهاز TPE

المصدر: وثائق متحصل عليها من البنك

المبحث الثالث: استخدامات وسائل الدفع الإلكتروني ودورها في تحسين جودة الخدمات المصرفية في بنك الفلاحة والتنمية الريفية -وكالة قالمة-

من خلال هذه الدراسة نستعرض أهم الإجراءات المنهجية التي اعتمدنا عليها من خلال توضيح أسلوب الدراسة، وكذلك العينة المدروسة ومختلف الأدوات الإحصائية المستخدمة.

المطلب الأول: الإجراءات المنهجية للدراسة

حيث تتمثل هذه الإجراءات فيما يلي:

الفرع الأول: أداة جمع المعلومات

لجمع المعلومات اللازمة للدراسة، تم وضع استمارة بحث موجهة لزبائن البنك محل الدراسة لاستجوابهم مباشرة وهو ما يعرف بأسلوب الاستقصاء، والتي حكمت من طرف الأستاذ بشيشي وليد وكان الهدف من هذه الاستمارة هو دراسة العلاقة بين جودة الخدمة المصرفية ووسائل الدفع الإلكتروني.

وكان الهدف من هذه الاستمارة دراسة العلاقة بين وسائل الدفع الإلكتروني وجودة الخدمات المصرفية.

الفرع الثاني: تصميم الاستمارة

تتكون الاستمارة من جزئين هما:

أولا: الجزء الأول: والذي يحتوي على المعلومات الشخصية للزبون المتمثلة في الجنس (S_1)، العمر (S_2)، المستوى التعليمي (S_3)، المهنة (S_4) وعدد مرات التعامل مع البنك (S_5).

ثانيا: الجزء الثاني فقد اشتمل على محورين أساسيين هما:

1- **المحور الأول:** حول وسائل الدفع الإلكتروني (X) يضم 12 سؤالا.
2- **المحور الثاني:** حول جودة الخدمات المصرفية (Y) ويضم هو الآخر 12 سؤالا.

وقد تم اعتماد مقياس "ليكارت الخماسي" لتقييم إجابات أفراد العينة، حيث أعطيت العلامة 01 للإجابة غير موافق بشدة، 02 غير موافق، 03 موافق إلى حد ما، 04 موافق، 05 موافق بشدة، والموضح في الجدول التالي:

الجدول رقم (04): مقياس ليكارت الخماسي

غير مو افق بشدة	غير مو افق	مو افق إلى حد ما	مو افق	مو افق بشدة
ضعيف جدا	ضعيف	متوسط	عالي	عالي جدا

المصدر: من إعداد الطالبتين بالإعتماد على مخرجات برنامج SPSS 27

الفرع الثالث: الصدق والثبات

قبل إجراء الإحصائيات لابد من صدق وثبات الإستمارة من خلال استعمال إحصائية قياس الثبات معامل ألفا كرونباخ، وتقوم على أنه إذا كانت قيمتها أقل من 0.5 فإنه يتم الحكم على الإستمارة بعدم الثبات والعكس صحيح.

أولا: الصدق

ويكون بالنسبة لمحوري الدراسة كالآتي:

1- الصدق الداخلي:

الجدول رقم (5): وسائل الدفع الإلكتروني

العبارات	sig	معامل الإرتباط
تمكنني وسائل الدفع الإلكتروني من معرفة رصيدي	0.006	0.427**
تمكنني وسائل الدفع الإلكتروني من سحب الأموال	0.036	0.333*
تمكنني وسائل الدفع الإلكتروني من تحويل الأموال	<0.001	0.675**
تمكنني وسائل الدفع الإلكتروني من القيام بعمليات إيداع الأموال	0.008	0.416**
تمكنني وسائل الدفع الإلكتروني من سداد الفواتير	0.419	0.131
تقلل وسائل الدفع الإلكتروني من طوابير الإنتظار	0.002	0.476**
تلبي وسائل الدفع الإلكتروني معظم حاجاتي المصرفية	0.034	0.336*
توفر لي وسائل الدفع الإلكتروني الأمن	0.003	0.462**
وسائل الدفع الإلكتروني تحسن الخدمات التي يقدمها البنك	<0.001	0.543**
وسائل الدفع الإلكتروني تسهل سير الإجراءات الإدارية	<0.001	0.746**
تسهل لي وسائل الدفع الإلكتروني التعامل بها في الخارج	<0.001	0.562**
وسائل الدفع الإلكتروني تؤثر بالإيجاب على رضا العميل	0.076	0.284

**: ارتباط قوي عند مستوى المعنوية 0.01. *: ارتباط قوي عند مستوى المعنوية 0.05.

المصدر: من إعداد الطالبتين بالإعتماد على مخرجات برنامج الـ SPSS 27

نلاحظ من نتائج الجدول أعلاه أن قيمة sig لجميع عبارات المحور الأول أقل من مستوى المعنوية 0.05. ونلاحظ أن قيم معامل الإرتباط عند دالة إحصائيا 0.01 وهذا ما يؤكد وجود صدق داخلي.

الجدول رقم (06): جودة الخدمة المصرفية

العبارات	Sig	معامل الإرتباط
يقدم لي موظفو البنك أغلب الخدمات التي أرغب في الحصول عليها	0.005	0.435**
يضع بنك الفلاحة والتنمية الريفية رضا العميل فوق كل اعتبار	<0.001	0.658**
يعمل البنك على توفير الحماية لحساباتي عند تعاملي معه	<0.001	0.743**

موظفو البنك يقدمون الخدمة بالدقة اللازمة	<0.001	**0.611
موظفو البنك يقدمون الخدمة بالسرعة اللازمة	<0.001	**0.725
يقدم البنك الخدمات بكفاءة (مهارة، براعة)	<0.001	**0.748
يقدم البنك الخدمات بفعالية (قدرة، حيوية)	<0.001	**0.665
يقوم موظفو البنك بتقديم النصائح والإرشادات	<0.001	**0.778
يمكنني البنك من استعمال وسائل الدفع الإلكتروني للقيام بأغلب المعاملات معه	<0.001	**0.704
تكلفة وسائل الدفع الإلكتروني منخفضة مقارنة بالوسائل التقليدية	0.028	*0.347
لديّ الثقة في الخدمات المقدمة بواسطة وسائل الدفع الإلكتروني من قبل البنك	0.001	**0.490
أشعر بالأمان عند التعامل مع بنك الفلاحة والتنمية الريفية	0.014	*0.384

**: ارتباط قوي عند مستوى المعنوية 0.01. *: ارتباط قوي عند مستوى معنوية 0.05.

المصدر: من إعداد الطالبتين بالإعتماد على مخرجات برنامج الـ SPSS 27

نلاحظ من نتائج الجدول السابق أن قيمة sig في كل عبارات المحور الثاني أقل من مستوى المعنوية 0.05.وكذا معامل الإرتباط عند دالة إحصائيا 0.01 وهو ما يؤكد وجود صدق داخلي.

2- الصدق البنائي:

الجدول رقم (07): معامل الإرتباط ومستوى الدلالة بين المتغيرين

المحاور	Sig	معامل الإرتباط
X	**0.001**	**0.754**
Y	**0.001**	**0.775**

المصدر: من إعداد الطالبتين بالإعتماد على مخرجات برنامج الـ SPSS 27

نلاحظ من الجدول السابق أن قيمة sig للمحور الأول والثاني تقدر ب 0.001 أقل من مستوى المعنوية 0.05. كما نلاحظ أن قيم معامل الإرتباط دالة إحصائيا عند مستوى معنوية 0.001 وهذا ما يؤكد الصدق البنائي للإستبيان للمحاور التي تنتمي إليه.

ثانيا: الثبات

لمعرفة وقياس مدى دقة نتائج الدراسة تم استخدام معامل ألفا كرونباخ حيث قدر ب 79.6% (0.796)، كما يوضحه الجدول التالي:

الجدول رقم (08): آلفا كرونباخ

عدد العبارات	قيمة آلفا كرونباخ
24	**0.796**

المصدر: من إعداد الطالبتين بالإعتماد على مخرجات برنامج الـ SPSS 27

الفرع الرابع: أسلوب تحليل المعلومات

تم استخدام أسلوب التحليل الإحصائي لتحليل هذه الاستمارة، حيث استخدمنا أسلوب تحليل المتوسطات، ويعد برنامج الـ SPSS 27 من أكثر البرامج الإحصائية استخداما في البحث العلمي.

الفرع الخامس: الأدوات الإحصائية المستخدمة

بعد جمع المعلومات وتفريغ الاستمارات وترميز البيانات وإدخالها في جهاز الكمبيوتر بتشغيل برنامج SPSS 27، والاستعانة ببعض الأدوات الإحصائية التالية:

- تم استخدام معامل ألفا كرونباخ لمعرفة مستوى الثبات،
- استخدام كل من التكرارات، النسب المئوية، المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية وذلك من أجل وصف العينة بشكل شامل من حيث الخصائص ومستوى الموافقة؛
- استخدام معامل إرتباط بيرسون لتحديد العلاقة بين وسائل الدفع الإلكتروني وجودة الخدمات المصرفية.
- يتم إختبار صحة الفرضية عند مستوى دلالة (5%) التي تعكس مدى تفسير المتغير المستقل (وسائل الدفع الإلكتروني) للمتغير التابع (جودة الخدمات المصرفية) إذا كانت قيمة الإحتمال الموافقة لهما أقل من مستوى الدلالة الإحصائية (5%).

المطلب الثاني: دراسة خصائص العينة

تشتمل العينة التي طبقت عليها الدراسة على الخصائص الشخصية التالية: الجنس، العمر، المستوى التعليمي، المهنة وعدد مرات التعامل مع البنك.

الفرع الأول: الجنس

الجدول التالي يوضح توزيع مفردات العينة حسب متغير الجنس:

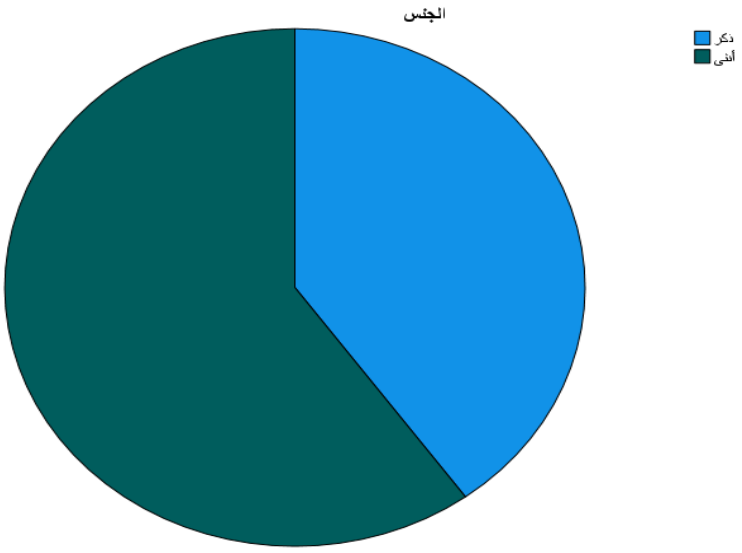
الجدول رقم (09): توزيع مفردات العينة حسب متغير الجنس

الجنس(S_1)	التكرارات	النسبة %
ذكر (01)	16	%40
أنثى (02)	24	%60
المجموع	**40**	**%100**

المصدر: من إعداد الطالبتين اعتمادا على مخرجات SPSS 27

من خلال الجدول رقم 09 يلاحظ أن مفردات العينة متفاوتة لأن نسبة الإناث تمثل 60 % أي أكبر من نسبة الذكور التي تعادل نسبتها 40%، كما هو مبين في الشكل التالي:

الشكل رقم (15): دائرة نسبية توضح النسب المذكورة حسب متغير الجنس



المصدر: مخرجات برنامج SPSS 27

الفرع الثاني: العمر

تم تقسيم مفردات العينة إلى أربع فئات حسب متغير السن، كما يوضحه الجدول التالي:

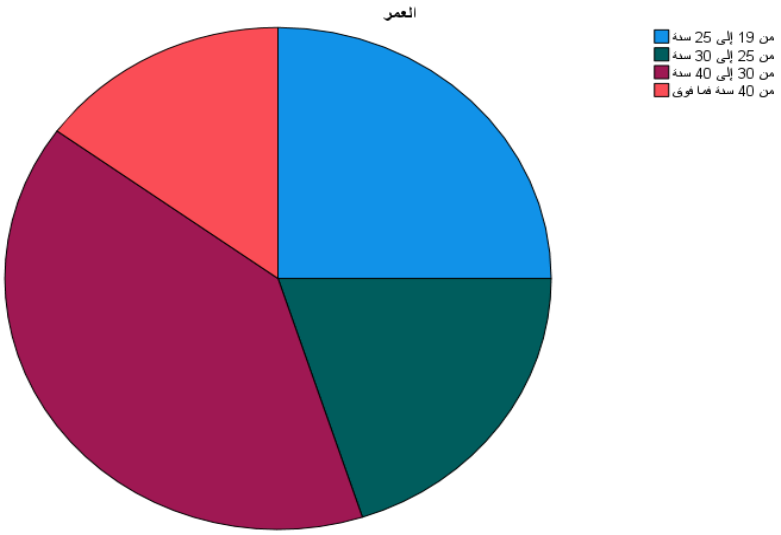
الجدول رقم (10): توزيع مفردات العينة حسب متغير العمر

العمر (S_2)	التكرارات	النسبة%
من 19 إلى 25 سنة	10	%25
من 25 إلى 30 سنة	8	%20
من 30 إلى 40 سنة	16	%40
من 40 سنة فما فوق	6	%15
المجموع	**40**	**%100**

المصدر: من إعداد الطالبتين اعتمادا على مخرجات SPSS 27

تشير معطيات الجدول 10 إلى أن معظم مفردات العينة تتراوح أعمارهم بين 30 سنة إلى 40 سنة وعددهم 16 عميل، أي تتمركز في الفئة الثالثة بنسبة 40% من إجمالي العينة المدروسة تليها مباشرة الفئة الأولى التي تتراوح أعمارهم بين 19 سنة إلى 25 سنة التي تقدر نسبتها بـ 25%، أما باقي مفردات العينة فكانت الفئة الثانية بنسبة 20% والفئة الرابعة بنسبة 15% كما هو مبين في الشكل التالي:

الشكل رقم (16): دائرة نسبية توضح النسب المذكورة حسب متغير العمر



المصدر: مخرجات برنامج SPSS 27

الفرع الثالث: المستوى التعليمي

تضم العينة المدروسة مجموعة العملاء ذوي مستويات علمية مختلفة التي يوضحها الجدول التالي:

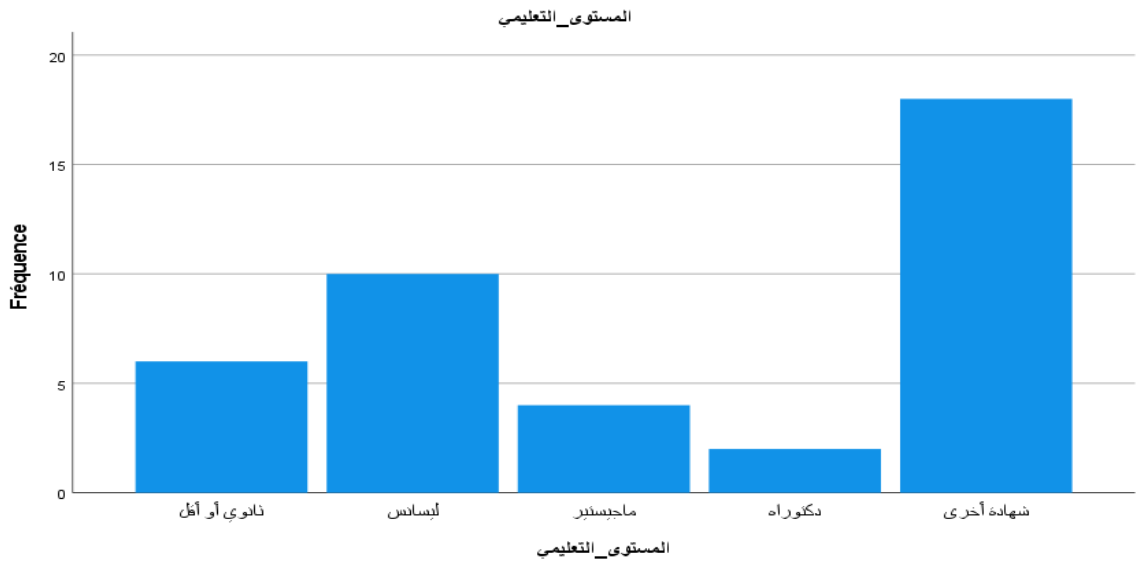
الجدول رقم (11): توزيع مفردات العينة حسب متغير المستوى التعليمي

المستوى التعليمي (S_3)	التكرارات	النسبة%
ثانوي أو أقل	6	%15
ليسانس	10	%25
ماجستير	4	%10
دكتوراه	2	%5
شهادة أخرى	18	%45
المجموع	**40**	**%100**

المصدر: من إعداد الطالبتين اعتمادا على مخرجات SPSS 27

يتضح من خلال المعطيات السابقة أن أغلبية مفردات العينة يملكون شهادات أخرى بنسبة 45% أو ليسانس بنسبة 25%، فئة ثانوي أو أقل بنسبة 15% ثم ماجستير ثم دكتوراه بنسبتي 10% و5% على التوالي، كما هو مبين في الشكل:

الشكل رقم (17): أعمدة بيانية توضح توزيع مفردات العينة حسب متغير المستوى التعليمي



المصدر: مخرجات برنامج SPSS 27

الفرع الرابع: المهنة تضم العينة المدروسة مجموعة العملاء ذوي مهن مختلفة الموضحة في الجدول رقم 12

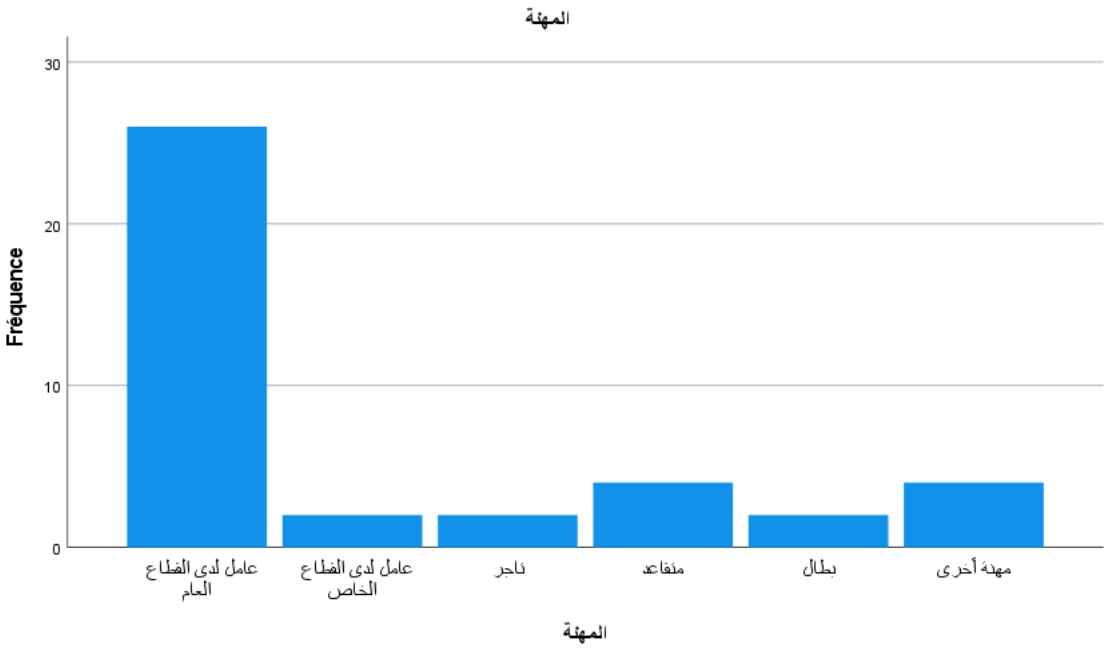
الجدول رقم (12): توزيع مفردات العينة حسب متغير المهنة

المهنة (S_4)	التكرارات	النسبة%
عامل لدى القطاع العام	26	%65
عامل لدى القطاع الخاص	2	%5
تاجر	2	%5
متقاعد	4	%10
بطال	2	%5
مهنة أخرى	4	%10
المجموع	**40**	**%100**

المصدر: من إعداد الطالبتين اعتمادا على مخرجات SPSS 27

يتبين من الجدول رقم 12 أن أغلبية مفردات العينة المدروسة يعملون لدى القطاع العام وذلك باحتلالهم نسبة 60%، تليها بعد ذلك المهن الأخرى والمتقاعدين بنسبة 10%، وبالنسبة لكل من التاجر والبطال والذين يعملون لدى القطاع الخاص بنسبة 5% لكل منهم، حيث يبين الشكل التالي توزيع مفردات عينة الدراسة حسب متغير المهنة:

الشكل رقم (18): أعمدة بيانية توضح توزيع مفردات العينة حسب متغير المهنة



المصدر: مخرجات برنامج SPSS 27

الفرع الخامس: عدد مرات التعامل مع البنك

تضم عينة الدراسة مجموعة من العملاء ذوي عدد مرات مختلفة في تعاملهم مع البنك كما هي موضحة في الجدول الموالي:

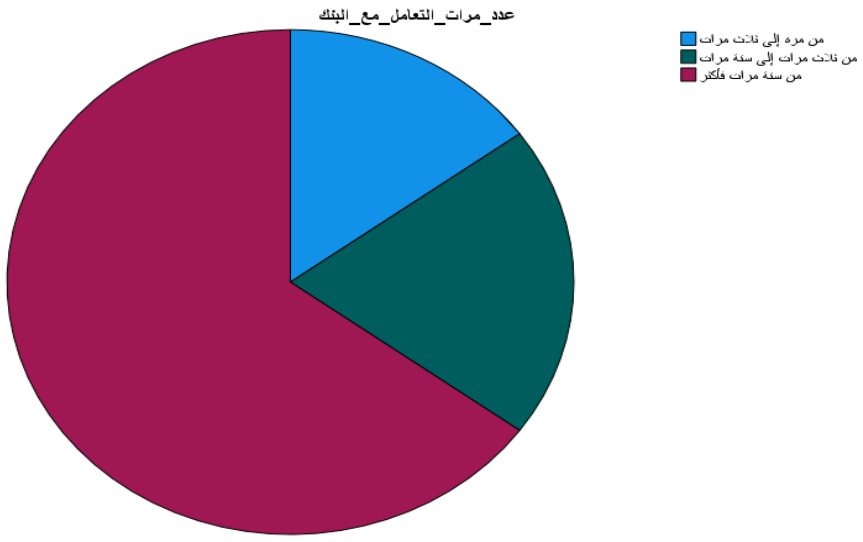
الجدول رقم (13): توزيع مفردات العينة حسب متغير عدد مرات التعامل مع البنك

عدد مرات التعامل مع البنك (S_5)	التكرارات	النسبة%
من 1 إلى 3	6	%15
من 3 إلى 6	8	%20
من 6 فأكثر	26	%65
المجموع	40	%100

المصدر: من إعداد الطالبتين اعتمادا على مخرجات SPSS 27

من خلال الجدول نلاحظ أن أغلبية المتعاملين مع البنك محل الدراسة من الفئة الثالثة التي تمثل عدد مرات التعامل مع البنك من 6 مرات فأكثر بنسبة 65% من إجمالي عدد العملاء، لتأتي بعد ذلك فئة من 3 إلى 6 مرات بنسبة 20% وفي الفئة الأخيرة من 1 إلى 3 مرات بنسبة 15% كما يبينها الشكل التالي:

الشكل رقم (19): دائرة نسبية توضح النسب المذكورة حسب متغير عدد مرات التعامل مع البنك



المصدر: مخرجات برنامج SPSS 27

المطلب الثالث: التحليل الإحصائي المتعلق بتقييم العملاء لمؤشر وسائل الدفع الإلكتروني وجودة الخدمات المصرفية

في هذا المطلب سيتم تحليل البيانات المتعلقة بتقييم العملاء لمؤشر وسائل الدفع الإلكتروني وتحسين جودة الخدمات المصرفية المقدمة لهم.

الفرع الأول: مؤشروسائل الدفع الإلكتروني

يبين الجدول رقم (14) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية مرتبة حسب مدى موافقة أفراد العينة التي تم دراستها على وسائل الدفع الإلكتروني التي يقدمها البنك محل الدراسة

الجدول رقم (14): تقييم العملاء لمؤشر وسائل الدفع الإلكتروني

رقم السؤال	العبارات	التكرارات					المتوسط الحسابي	الإنحراف المعياري	درجة الموافقة
		غير موافق بشدة	غير موافق	موافق إلى حد ما	موافق	موافق بشدة			
1	تمكنني وسائل الدفع الإلكتروني من معرفة رصيدي	2	0	00	10	28	4.55	0.932	موافق بشدة
2	تمكنني وسائل الدفع الإلكتروني من سحب الأموال	0	0	00	12	28	4.70	0.464	موافق بشدة
3	تمكنني وسائل الدفع الإلكتروني من تحويل الأموال	2	16	8	6	8	3.05	1.260	موافق
4	تمكنني وسائل الدفع الإلكتروني من القيام بعمليات إيداع الأموال	2	24	4	4	6	2.70	1.203	موافق إلى حد ما
5	تمكنني وسائل الدفع الإلكتروني من سداد الفواتير	0	0	2	20	18	4.40	0.591	موافق بشدة
6	تقلل وسائل الدفع الإلكتروني من طوابير الانتظار	0	0	00	12	28	4.70	0.464	موافق بشدة

7	تلبي وسائل الدفع الإلكتروني معظم حاجاتي المصرفية	0	0	16	18	6	3.75	0.707	موافق
8	توفر لي وسائل الدفع الإلكتروني الأمن	2	2	4	14	18	4.10	1.105	موافق
9	وسائل الدفع الإلكتروني تحسن الخدمات التي يقدمها البنك	0	0	00	16	24	4.60	0.496	موافق بشدة
10	وسائل الدفع الإلكتروني تسهل سير الإجراءات الإدارية	0	0	6	20	14	4.20	0.687	موافق بشدة
11	تسهل لي وسائل الدفع الإلكترونية التعامل بها في الخارج	0	10	4	14	12	3.70	1.159	موافق
12	وسائل الدفع الإلكتروني تؤثر بالإيجاب على رضا العميل	0	0	8	20	12	4.10	0.709	موافق
المجموع		-	-	-	-	-	4.046	0.3555	موافق

المصدر: تم إعداد الجدول بالإعتماد على بيانات الإستمارة ومخرجات برنامج SPSS 27.

يبين الجدول رقم (14) المتوسط الحسابي والانحراف المعياري ومستوى الموافقة وذلك بالنسبة لكل عبارة من العبارات التي تعكس مؤشر وسائل الدفع الإلكتروني، حيث نلاحظ أن العبارتين رقم (2) و(6) تحصلتا على أكبر متوسط حسابي يقدر بـ 4.70 وذلك بانحراف معياري قدر بـ 0.464 لكل منهما، تليها مباشرة العبارة (9) بمتوسط حسابي 4.60 وانحراف معياري 0.496.

تدل هذه النتائج أن أغلبية العملاء يقيمون وسائل الدفع الإلكتروني والذي كان على أساس أنها تمكنهم من سحب أموالهم وتقلل من طوابير الانتظار، بالإضافة إلى كونها تحسن الخدمات التي يقدمها لهم البنك وغيرها.

أما فيما يتعلق بالمعدل العام للمتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للعبارات الإثنى عشر التي تحدد تقييم الزبائن حسب مؤشر وسائل الدفع الإلكتروني، فقد كان تقييما جيدا حيث بلغ المتوسط الحسابي العام 4.046 مما يعكس درجة الموافقة رقم (4) التي تدل على (موافق)، وكذلك الانحراف المعياري الذي قدر بـ 0.3555 والذي يقيس مقدار تشتت إجابات العملاء، وهذا راجع إلى معرفة الناس لوسائل الدفع الإلكتروني والإلمام بها من كل الجوانب، وهذا راجع إلى فترة فيروس كورونا (كوفيد 19) الذي جعل أغلب العملاء يتعاملون بالبطاقات البنكية تفاديا لانتشار الفيروس، وكذلك انتشار الوعي المصرفي لدى الجمهور الجزائري ولدى عملاء بنك الفلاحة والتنمية الريفية -وكالة قالمة-

الفرع الثاني: مؤشر جودة الخدمات المصرفية

يبين الجدول رقم (15) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية مرتبة حسب موافقة أفراد العينة التي تمت دراستها على تحسين جودة الخدمة المصرفية المقدمة لهم من ناحية مؤشر جودة الخدمات المصرفية.

الجدول رقم (15): تقييم العملاء لمؤشر جودة الخدمات المصرفية

رقم السؤال	العبارات	التكرارات					المتوسط الحسابي	الإنحرف المعياري	درجة الموافقة
		غير موافق بشدة	غير موافق	موافق إلى حد ما	موافق	موافق بشدة			
1	يقدم لي موظفو البنك أغلب الخدمات التي أرغب في الحصول عليها	00	3	8	21	8	3.775	1.025	موافق
2	يضع بنك الفلاحة والتنمية الريفية رضا العميل فوق كل اعتبار	00	2	6	20	12	4.050	0.815	موافق
3	يعمل البنك على توفير الحماية لحساباتي عند تعاملي معه	00	00	2	19	19	4.425	0.594	موافق بشدة
4	موظفو البنك يقدمون الخدمة بالدقة اللازمة	00	2	10	8	20	4.150	0.975	موافق
5	موظفو البنك يقدمون الخدمة بالسرعة اللازمة	1	2	12	14	11	3.800	0.992	موافق
6	يقدم البنك الخدمات بكفاءة (مهارة، براعة)	00	00	6	24	10	4.100	0.632	موافق
7	يقدم البنك الخدمات بفعالية (قدرة، حيوية)	00	00	15	15	10	3.875	0.791	موافق
8	يقوم موظفو البنك بتقديم النصائح والإرشادات	1	2	2	23	12	4.075	0.888	موافق
9	يمكنني البنك من استعمال وسائل الدفع الإلكترونية للقيام بأغلب المعاملات معه	00	00	6	24	10	4.100	0.632	موافق
10	تكلفة وسائل الدفع الإلكترونية منخفضة مقارنة بالوسائل التقليدية	00	4	13	9	14	3.825	1.035	موافق

11	لديّ الثقة في الخدمات المقدمة بواسطة وسائل الدفع الإلكتروني من قبل البنك	00	2	2	19	17	4.275	0.784	موافق بشدة
12	أشعر بالأمان عند التعامل مع بنك الفلاحة والتنمية الريفية	2	00	4	6	28	4.450	1.037	موافق بشدة
المجموع		-	-	-	-	-	4.075	0.5233	موافق

المصدر: تم إعداد الجدول بالاعتماد على بيانات الاستمارة ومخرجات برنامج SPSS 27.

يبين الجدول رقم (15) المتوسط الحسابي والانحراف المعياري وكذلك درجة الموافقة لكل عبارة من عبارات جودة الخدمات المصرفية، إذ يلاحظ أن معظم أفراد العينة المدروسة يشعرون بالأمان عند تعاملهم مع بنك الفلاحة والتنمية الريفية -وكالة قالمة- بمتوسط حسابي قدر بـ 4.450 وانحراف معياري 1.037، تليها مباشرة العبارة الثانية حول وضع بنك الفلاحة والتنمية الريفية لرضا العميل فوق كل اعتبار بمتوسط حسابي 4.425 وانحراف معياري قدر بـ 0.594، لنرى أن عبارة لدي الثقة في الخدمات المقدمة بواسطة وسائل الدفع الإلكتروني من قبل البنك بمتوسط حسابي 4.275 وانحراف معياري يقدر بـ 0.784.

فيما يخص معاملة الموظفين في تقديم الخدمات فقد كانت العبارة الأولى بمتوسط حسابي 3.775 وهي نسبة جيدة بدرجة موافقة (4) وانحراف معياري 1.025 وهذا ما يجعل البنك يكسب المزيد من العملاء جراء توفير ما يطلبونه من خدمات.

وفيما يتعلق بالمعدل العام للمتوسطات والذي كان 4.075 فهو تقييم جيد مما يعكس درجة موافقة جيدة بإجماع أفراد العينة وكذلك الانحراف المعياري الذي يقدر ب 0.5233 وهذا يرجع إلى تساهل البنك وتوفير كل متطلبات العملاء وكذا النصح والإرشاد وتوفير الحماية والأمان لهم وتقديم خدماتهم بكفاءة وفعالية.

الفرع الثالث: عرض وتحليل نتائج العلاقة بين وسائل الدفع الإلكتروني وجودة الخدمات المصرفية

فرضية الدراسة:

"توجد علاقة بين وسائل الدفع الإلكتروني وجودة الخدمات المصرفية."

لقد تم إختبار فرضية الدراسة من خلال إدخال البيانات في برنامج SPSS 27 وتحصلنا على النتائج الموضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (16): التحليل الإحصائي لإجابات أفراد العينة بين وسائل الدفع الإلكتروني وجودة الخدمات المصرفية

Yجودة الخدمة المصرفية	X وسائل الدفع الإلكترونية	
0.223	1	**معامل الارتباط**
0.166	00	**الدلالة الإحصائية sig**

المصدر: من إعداد الطالبتين اعتمادا على مخرجات SPSS 27

نلاحظ من نتائج الجدول أن قيمة Sig التي تقدر ب 0.166 وهي أكبر من مستوى الدلالة الإحصائية (0.05) التي تقارن بها، وعليه يستوجب قبول الفرضية الصفرية التي تتمثل في: "لا توجد علاقة بين المتغيرين (وسائل الدفع الإلكتروني وجودة الخدمات المصرفية)" ورفض الفرضية البديلة التي تتمثل في: "توجد علاقة بين وسائل الدفع الإلكتروني وجودة الخدمات المصرفية".

- بعد مراجعة التحليل الإحصائي الذي قمنا به تم التوصل إلى النتائج التالية:

- من خلال تقييم العملاء لمؤشري وسائل الدفع الإلكتروني وجودة الخدمات المصرفية تم وجود بعض الفروقات ذات الدلالة الإحصائية لدى أفراد العينة التي تمت دراستها؛
- لا توجد علاقة بين متغيري الدراسة؛
- لا تحسن وسائل الدفع الإلكتروني في جودة الخدمات المصرفية في بنك الفلاحة والتنمية الريفية -وكالة قالمة-.

- وبعد الاطلاع على نتائج الدراسة وتحليلها بشكل واضح يجب على بنك الفلاحة والتنمية الريفية أن يقوم بـ:

- ضرورة محاولة موظفو البنك من القيام وتقديم الخدمة بالسرعة اللازمة؛
- ضرورة أداء البنك للخدمات المقدمة بالكفاءة والفعالية اللازمتين؛
- ضرورة اهتمام البنك بتلبية رغبات وطلبات العملاء؛
- ضرورة نشر الوعي المصرفي داخل البنك وتوفير كل المعلومات لمساعدة العملاء وتمكينهم من القيام بأغلب معاملاتهم عن طريق وسائل الدفع الإلكتروني.

خلاصة الفصل:

تناولنا في هذا الفصل الدراسة الميدانية المتعلقة بدراسة دور وسائل الدفع الإلكتروني في تحسين جودة الخدمات المصرفية ببنك الفلاحة والتنمية الريفية -وكالة قالمة-

ومن أجل تسهيل الإجابة على الإشكالية المطروحة تم استخدام طريقة الاستبيان، وتم توزيعه على 40 عينة من عملاء بنك الفلاحة والتنمية الريفية -وكالة قالمة- ومن خلال برنامج SPSS 27 قمنا بعرض وتحليل النتائج المتوصل إليها، واختبار فرضية الدراسة لمعرفة علاقة وسائل الدفع الإلكتروني بجودة الخدمات المصرفية في البنك محل الدراسة، حيث تم الوصول إلى أنه لا توجد علاقة بين المتغيرين.

ومنه يمكننا القول أن وسائل الدفع الإلكتروني أصبحت من الضروريات التي يستوجب وجودها في القطاع المصرفي من أجل مواكبة التطورات الحاصلة والمستمرة.

الخاتمة

يعرف الإقتصاد العالمي تحولات مختلفة أهمها ما يعرف بالتطورات التكنولوجية خاصة فيما يتعلق بأنظمة الإتصال عن بعد، هذا التطور جعل الإقتصاد العالمي يستفيد من السرعة والفعالية، حيث ظهر إلى الوجود ما يسمى بوسائل الدفع الإلكتروني التي تم استعمالها كبديل لوسائل الدفع التقليدية التي لم تعد تدر ربحا على البنوك، وفي غالب الأحيان تتسبب في خسائر كبيرة كونها لم تعد ملائمة لتطورات العصر من سرعة وفعالية حيث تؤدي إلى حدوث أزمة ثقة بين البنك وعملائه. هذه الوسائل الإلكترونية الحديثة كان أولها البطاقات البنكية التي انتشرت بسرعة عبر كل أنحاء العالم وحظيت بقبول واسع مما شجع على خلق وسائل دفع أخرى، ليستمر التطور فيشمل إبتكار أجهزة وخدمات جديدة تتلاءم وعالم الصيرفة الإلكترونية خاصة الخدمات والعمليات التي تتم عبر شبكة الأنترنيت، فهذه الوسائل جعلت المنافسة كبيرة بين المصارف مما توجب عليهم تطويرها والتوجه لها لتحسين خدماتهم وجلب العملاء لما كان لها دور كبير في تحسين جودة الخدمات المصرفية للبنوك وزيادة قدرتها التنافسية.

➢ إختبار صحة الفرضيات

بعد وضعنا للفرضيات التي اعتمدنا عليها في الدراسة، أدت معالجة الموضوع إلى:

بالنسبة للفرضية الأولى " أدى ظهور الانترنيت والبنوك الإلكترونية إلى نجاح وانتشار وسائل الدفع الإلكتروني" فقد تم إثبات صحتها حيث توصلنا إلى وجود العديد من العوامل التي ساعدت على نجاح وانتشار وسائل الدفع الإلكتروني المتمثلة في ظهور البنوك الإلكترونية والخدمات المصرفية الجديدة المواكبة للتطورات التكنولوجية الحاصلة في عالم الانترنيت، وكذلك ظهور منظمات ومؤسسات مالية عالمية في مجال المدفوعات، الأمر الذي أدى إلى انتشار هذه الوسائل على نطاق واسع وتسويقها لمختلف بلدان العالم.

بالنسبة **للفرضية الثانية** "تؤثر وسائل الدفع الإلكتروني بشكل كبير على تحسين جودة الخدمات المصرفية ومواكبة التطورات الحاصلة" فقد تم إثبات صحتها أيضا، حيث أن المصارف تسعى دائما لتحسين خدماتها وذلك لإرضاء عملائها بالدرجة الأولى، لذلك يجب عليها مواكبة التطورات الحاصلة في مجال التكنولوجيا، فنجد أن العلاقة القائمة بين وسائل الدفع الإلكترونية لما لها من تأثير كبير على تحسين الجودة في الخدمات المصرفية لما توفره من جودة عالية من الإستمرارية في تقديم الخدمة وتكلفة منخفضة وملائمة لظروف الزبون من وقت وجهد، وكذلك بدرجة عالية من الخصوصية.

بالنسبة **للفرضية الثالثة** "يستخدم بنك الفلاحة والتنمية الريفية -وكالة قالمة- وسائل الدفع الإلكتروني في معاملاته اليومية." فقد تم إثبات صحة هذه الفرضية، حيث بينت الدراسة الميدانية أن البنك محل الدراسة يعتمد في أغلب معاملاته على وسائل الدفع الإلكتروني المتمثلة في البطاقات البنكية بنوعيها الوطنية والدولية، وذلك بالنظر إلى تطور عدد البطاقات المستخدمة بالوكالة خلال الفترة من 2016 إلى غاية الثلاثي الأول من سنة 2023، حيث قدر عدد هذه البطاقات في سنة 2016 ب 3690 بطاقة، ليصل في سنة 2022 إلى 6281 بطاقة.

أما **الفرضية الرابعة** التي تتمثل في " توجد علاقة بين وسائل الدفع الإلكتروني وجودة الخدمات المصرفية"، فقد تم نفيها ورفضها وذلك من خلال النتائج المتحصل عليها من خلال الدراسة الميدانية وأجوبة العملاء على الإستمارة المقدمة لهم ومخرجات برنامج SPSS 27 أي أنه لا توجد علاقة بين وسائل الدفع الإلكتروني وجودة الخدمات المصرفية في بنك الفلاحة والتنمية الريفية -وكالة قالمة-.

➢ نتائج الدراسة

- ✓ وسائل الدفع الإلكتروني تساهم بشكل كبير في عمليات الإيداع والسحب والتحويل وغيرها من العمليات الأخرى بطرق إلكترونية دون الحاجة للذهاب إلى البنك؛
- ✓ وسائل الدفع الإلكتروني تقدم خدمات بمميزات أفضل من الخدمات التقليدية لما توفره من وقت وجهد؛
- ✓ رغم حداثة وسائل الدفع الإلكتروني وما توفره من مزايا إلا أنها لا تخلو من المخاطر التي يمكن حمايتها بواسطة طرق إلكترونية كالتوقيع الإلكتروني، التشفير والبصمة الإلكترونية؛
- ✓ يؤدي تبني جودة الخدمات المصرفية إلى تحقيق مجموعة من المزايا أهمها تحقيق ميزة تنافسية فريدة للبنك وكذلك تحملها لتكاليف أقل بسبب قلة الأخطاء المصرفية؛
- ✓ وسائل الدفع الإلكتروني تؤثر وتساعد على تحسين جودة الخدمات المصرفية؛
- ✓ يعتمد بنك الفلاحة والتنمية الريفية في جميع معاملاته الإلكترونية على البطاقات البنكية مع وجود تركيز على نوع معين من البطاقات الوطنية، في حين أن الطلب على البطاقات الدولية كان ضئيلا نوعا ما؛
- ✓ قلة الدعائم الإلكترونية الضرورية لإستخدام البطاقات البنكية في بنك الفلاحة والتنمية الريفية -وكالة قالمة- أدى إلى نقص الطلب على هذه البطاقات؛
- ✓ إن وسائل الدفع الإلكتروني لا تحسن من جودة خدمات بنك الفلاحة والتنمية الريفية -وكالة قالمة- ولعل من أهم هذه الأسباب عدم الثقة في هذه الوسائل ونقص الوعي المصرفي؛
- ✓ لا توجد علاقة بين وسائل الدفع الإلكتروني وتحسين جودة الخدمات المصرفية في بنك الفلاحة والتنمية الريفية -وكالة قالمة-.

➢ الاقتراحات

بعد النتائج المتوصل إليها من هذه الدراسة يتم اقتراح ما يلي:

- ✓ يستوجب على بنك الفلاحة والتنمية الريفية-وكالة قالمة- التنويع في وسائل الدفع الإلكتروني وكذا البطاقات البنكية لجذب عدد أكبر من العملاء؛
- ✓ العمل على خلق الوعي المصرفي لدى العملاء ونشر ثقافة استخدام وسائل الدفع الإلكتروني لتوسيع إستخدام البطاقات البنكية بينهم بدل استعمال النقود (السيولة)؛
- ✓ الوقوف على توفير أجهزة الدفع الآلية في مختلف الفروع والعمل على تطويرها لتوصيل فكرة العمل المصرفي الإلكتروني؛

- ✓ على بنك الفلاحة والتنمية الريفية -وكالة قالمة- القيام بحملات توعوية بضرورة التوجه نحو استخدام البطاقات البنكية وبيان المزايا من تبني هذه الأنظمة الإلكترونية.

قائمة المراجع

أولا: القوانين

1. تونس، **القانون المتعلق بالتحويل الإلكتروني للأموال**، قانون رقم 51 المؤرخ في 2005/06/27، يصدر عن رئيس الجمهورية زين العابدين بن علي، الفصل الأول.
2. لبنان، **المعاملات الإلكترونية والبيانات ذات الطابع الشخصي**، قانون رقم 81 تاريخ 2018/10/10، صدر عن رئيس الجمهورية رئيس مجلس الوزراء سعد الدين الحريري، الفصل الثالث، المادة 41، الجزء الأول.

ثانيا: الكتب

1. أحمد السيد لبيب ابراهيم، **الدفع بالنقود الإلكترونية**، دار الجامعة الجديدة للنشر والتوزيع، دون طبعة، الإسكندرية، مصر، 2009.
2. أحمد بن عيشاوي، **إدارة الجودة الشاملةTQM**، دار الحامد للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان، الأردن، 2013.
3. أحمد بوراس، السعيد بريكة، **أعمال الصيرفة الإلكترونية الأدوات والمخاطر**، دار الكتاب الحديث للنشر والتوزيع، دون طبعة، القاهرة، مصر، 2014.
4. أحمد شعبان محمد علي، **التسويق والخدمات المصرفية**، دار التعليم الجامعي للنشر والتوزيع، دون طبعة، الإسكندرية، مصر، 2018.
5. أحمد عبد العليم العجمي، **نظم الدفع الإلكترونية وانعكاساتها على سلطات البنك المركزي**، دار الجامعة الجديدة للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، الإسكندرية، مصر، 2013.
6. أحمد فريد مصطفى وآخرون، **الإقتصاد النقدي والمصرفي بين النظرية والتطبيق**، مؤسسة شباب الجامعة، الإسكندرية، مصر، 2000.
7. أحمد محمد محرز، **السندات التجارية**، دار الكتاب الحديث للنشر والتوزيع، دون طبعة، الكويت، 1996.
8. أحمد هني، **العملة والنقود**، ديوان المطبوعات الجامعية، دون طبعة، الجزائر، 2001.
9. أسامة محمد الغولي، زينب عوض الله، **إقتصاديات النقود والتمويل**، دار الجامعة للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، الإسكندرية، مصر، 2005.
10. أمال زهران، **الآثار الإقتصادية للبطاقة البنكية**، مكتبة الملك فهد الوطنية أثناء النشر، دون طبعة، جدة، السعودية، 1429.
11. أمير فرج يوسف، **عالمية التجارة الإلكترونية وعقودها**، المكتب الجامعي الحديث للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، دون بلد نشر، 2009.
12. إياد عبد الفتاح النسور، **تسويق المنتجات المصرفية**، دار صفاء للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان، الأردن، 2015.
13. بلعيساوي محمد الطاهر، **الوجيز في شرح الأوراق التجارية**، دار هومة للطباعة والنشر والتوزيع، الطبعة الثانية، الجزائر، 2008.

14. توفيق محمد عبد المحسن، **قياس الجودة والقياس المقارن –أساليب حديثة في المعايرة والقياس-**، دار الفكر العربي للنشر والتوزيع، دون طبعة، مصر، 2004.
15. تيسير العجارمة، **التسويق المصرفي**، دار الحامد للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان، الأردن، 2005.
16. جلال عائد الشورة، **وسائل الدفع الإلكتروني**، دار الثقافة للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان، الأردن، 2008.
17. حسن إياد منصور، **إدارة العمليات البنكية والنقدية**، دار إبن النفيس للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان، الأردن، 2019.
18. حميد الطائي، بشير العلاق، **إدارة عمليات الخدمة**، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، دون طبعة، عمان، الأردن، 2009.
19. حميد الطائي، محمود الصمعيدي وآخرون، **التسويق الحديث**، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، الطبعة العربية الأولى، عمان، الأردن، 2010.
20. خالد أمين عبد الله، اسماعيل ابراهيم الطراد، **إدارة العمليات المصرفية (المحلية والدولية)**، دار وائل للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان، الأردن، 2006.
21. راشد راشد، **الأوراق التجارية الإفلاس والتسوية القضائية في القانون التجاري الجزائري**، ديوان المطبوعات الجامعية، الطبعة الثانية، الجزائر، 1994.
22. رعد حسن الصرن، **عولمة جودة الخدمة المصرفية**، دار التواصل العربي للنشر والتوزيع، دون طبعة، عمان، الأردن، 2007.
23. سامي أحمد مراد، **دور إتفاقية تحرير تجارة الخدمات الدولية (الجات) في رفع كفاءة أداء الخدمات المصرفية**، المكتب العربي للمعارف للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، القاهرة، مصر، 2005.
24. سليمان ناصر، **التقنيات البنكية وعمليات الإئتمان**، ديوان المطبوعات الجامعية، الطبعة الأولى، الجزائر، 2012.
25. سمير محمد عبد العزيز، **الصناعة المالية الحديثة و اتجاهات التجارة الدولية**، المكتب العربي الحديث للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، الإسكندرية، مصر، 1977.
26. سوزي عدلي ناشر، **مقدمة في الإقتصاد النقدي والمصرفي**، منشورات الحلبي الحقوقية، الطبعة الأولى، بيروت، لبنان، 2008.
27. سونيا محمد البكري، **إدارة الإنتاج والعمليات**، الدار الجامعية للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، دون بلد نشر، 1999.
28. السيد عبده ناجي، **تسويق الخدمات المصرفية**، اتحاد المصارف العربية للنشر والتوزيع، دون طبعة، بيروت، لبنان، 2003.
29. شاكر القزويني، **محاضرات في إقتصاد البنوك**، ديوان المطبوعات الجامعية، الطبعة الثانية، الجزائر، 1992.
30. طارق طه، **إدارة البنوك في بيئة العولمة والأنترنيت**، دار الجامعة الجديدة للنشر والتوزيع، دون طبعة، مصر، 2007.
31. الطاهر لطرش، **تقنيات البنوك**، ديوان المطبوعات الجامعية، الطبعة الثانية، الجزائر، 2003.
32. عبد الهادي مسعودي، الأعمال **المصرفية الإلكترونية**، دار اليازوري للنشر والتوزيع، الطبعة العربية، عمان، الأردن، 2016.

33. عبد الوهاب ابراهيم أبو سليمان، **البطاقات البنكية**، دار القلم، الطبعة الثانية، دمشق، سوريا، 1419هـ.
34. علي جمال الدين عوض، **الأوراق التجارية**، مطبعة جامعة القاهر والكتاب الجامعي، الطبعة الأولى، القاهرة، مصر، 1990.
35. علي جمال الدين عوض، **الأوراق التجارية**، مطبعة جامعة القاهرة والكتاب الجامعي، دون طبعة، القاهرة، مصر، 1995.
36. عليان الشريف وآخرون، **القانون التجاري**، دار الميسرة للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان، الأردن، 2000.
37. فريد النجار، وليد دياب وآخرون، **التجارة والأعمال الإلكترونية المتكاملة في مجتمع المعرفة**، الدار الجامعية للنشر والتوزيع، دون طبعة، الإسكندرية، مصر، 2006.
38. مأمون بيلمان الدرارعة، **إدارة الجودة الشاملة وخدمة العملاء**، دار الصفاء للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان، الأردن، 2006.
39. محمد بهجت عبد القادر قايد، **الأوراق التجارية**، دار النهضة العربية للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، القاهرة، مصر، 2006.
40. محمد عبد الخالق، **الإدارة المالية والمصرفية**، دار أسامة للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان، الأردن، 2010.
41. محمد مظلوم حمدي، **النقود وأعمال البنوك والتجارة الدولية**، دار النهضة العربية للنشر والتوزيع، جامعة ميتشيغان، دون طبعة، 1966.
42. محمود محمد خير الدين، **سياسة تسعير الخدمات المصرفية وتأثيرها على ربحية البنوك**، دار التعليم الجامعي للنشر والتوزيع، دون طبعة، الإسكندرية، مصر، 2018.
43. المحياوي قاسم نايف، **إدارة الجودة في الخدمات**، دار الشروق للنشر والتوزيع، الطبعة العربية الأولى، عمان، الأردن، 2006.
44. مصطفى كمال طه، وائل أنور بندق، **الأوراق التجارية**، مكتبة الوفاء القانونية للنشر والتوزيع، دون طبعة، الإسكندرية، مصر، 2016.
45. منير محمد الجنبيهي، ممدوح محمد الجنبيهي، **النقود الإلكترونية**، دار الفكر الجامعي للنشر والتوزيع، دون طبعة، الإسكندرية، مصر، 2005
46. ناجي معلا، **الأصول العلمية للتسويق المصرفي**، المكتبة الوطنية للنشر والتوزيع، الطبعة الثالثة، عمان، الأردن، 2007.
47. نادر عبد العزيز شافي، **المصارف والنقود الإلكترونية**، المؤسسة الحديثة للكتاب للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، طرابلس، لبنان، 2007.
48. نائل عبد الرحمان الطويل وآخرون، **الأعمال المصرفية والجرائم الواقعة عليها**، دار وائل للنشر والطباعة، دون طبعة، عمان، الأردن، 2000.
49. هبة مصطفى كافي، **التجارة الإلكترونية**، ألفا للوثائق للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، قسنطينة، الجزائر، 2017.
50. وائل رفعت علي، **الإدارة المالية وسوق المال**، دار التعليم الجامعي للنشر والتوزيع، دون طبعة، الإسكندرية، مصر، 2018.

51. وسيم محمد الحداد، محمود ابراهيم أنور وآخرون، **الخدمات المصرفية الإلكترونية**، دار المسيرة للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان، الأردن، 2012.
52. ولاء سعد أبو زيد، **المحفظة الرقمية**، صندوق النقد العربي للنشر والتوزيع، دون طبعة، أبو ظبي، الإمارات، 2021.

ثالثا: المذكرات

1. إلهام عطاوي، **جودة الخدمات المصرفية و أثرها على أداء المصارف الأردنية**، مذكرة ماجستير، كلية الإقتصاد والعلوم الإدارية، جامعة البرموك، عمان، الأردن، 2011.
2. أوغيندي هدى، **إتجاهات العملاء نحو جودة الخدمة**، مذكرة ماجستير، كلية الآداب والعلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة باجي مختار، عنابة، الجزائر، 2008-2009.
3. بن احمد لخضر، **متطلبات تطوير وتحرير الخدمات المصرفية في الجزائر**، أطروحه دكتوراه، غير منشورة، كلية العلوم الإقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر3، الجزائر، 2011-2012.
4. بن قري سمير، **أثار تحرير تجارة الخدمات على تنافسية المصارف الجزائرية**، أطروحة دكتوراه، غير منشورة، كلية العلوم الإقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة فرحات عباس، سطيف، الجزائر، 2021-2022.
5. بهلول خيرة، **مدى مساهمة الإدارة الإلكترونية في تحسين جودة الخدمات المصرفية**، أطروحة دكتوراه، غير منشورة، كلية العلوم الإقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة أحمد بن يحي الونشريسي، تيسمسيلت، الجزائر، 2021-2022.
6. بوزيتونة رابح نصر الدين، **دور وسائل الدفع الإلكترونية في تطوير وعصرنة الخدمات البنكية**، مذكرة ماستر أكاديمي،كلية العلوم الإقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد الصديق بن يحي، جيجل، الجزائر، 2020-2021.
7. جبلي هدى، **قياس جودة الخدمة المصرفية**، مذكرة ماجستير، كلية العلوم الإقتصادية وعلوم التسيير، جامعة منتوري، قسنطينة، الجزائر، 2009-2010.
8. جودي نبيل، صبيحي زكرياء، **دور أنظمة الدفع الإلكترونية في تحسين المعاملات المصرفية**، مذكرة ماستر أكاديمي، كلية العلوم الإقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، الجزائر، 2021-2022.
9. حابت أمال، **التجارة الإلكترونية في الجزائر**، أطروحة دكتوراه، منشورة، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، الجزائر، 2015.
10. دغنوش العطرة، **استخدام شبكة الانترنيت كأداة لتقديم الخدمات البنكية و أثرها على الأداء البنكي**، أطروحة دكتوراه، منشورة، كلية العلوم الإقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد خيضر، بسكرة، الجزائر، 2016-2017.
11. سعدية محبوب، **علاقة جودة الخدمة برضا العملاء في المؤسسات الصحية**، مذكرة ماجستير، كلية العلوم الإقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد خيضر، بسكرة، الجزائر، 2008-2009.
12. سهى حسن محمود، **تقويم فرص تطبيق التسويق الإلكتروني وتأثيره على تحسين جودة الخدمات المصرفية**، مذكرة ماجستير، كلية الإقتصاد، جامعة تشرين، دمشق، سوريا، 2013.
13. شيروف فضيلة، **أثر التسويق الإلكتروني على جودة الخدمات المصرفية**، مذكرة ماجستير، كلية العلوم الإقتصادية وعلوم التسيير، جامعة منتوري، قسنطينة، الجزائر، 2009-2010.

14. العربي حسيبة، **جودة الخدمات المصرفية في الجزائر من وجهة نظر الزبون**، مذكرة ماجستير، كلية العلوم الإقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر3، الجزائر، 2015-2016.
15. فيروز قطاف، **تقييم جودة الخدمات المصرفية ودراسة أثرها على رضا العميل البنكي**، أطروحة دكتوراه، غير منشورة، كلية العلوم الإقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد خيضر، بسكرة، الجزائر، 2010-2011.
16. ماهر جروح، **جودة الخدمات المصرفية وأثرها في ربحية المصارف**، مذكرة ماجستير، كلية الإقتصاد، جامعة دمشق، سوريا، 2015.

رابعا: المجلات

1. أبو بكر خوالد، **قياس مدى توافر أبعاد جودة الخدمات في المصارف التجارية الجزائرية الحكومية**،مجلة الإقتصاد والتجارة، كلية العلوم الإدارية والإقتصادية، جامعة باجي مختار، عنابة، الجزائر، العدد3، 2017.
2. أحمد عبد العزيز الفالح، **البطاقة الإئتمانية مسبقة الدفع وأحكامها وآثارها الفقهية**، مجلة كلية الدراسات الإسلامية والعربية للبنات بالإسكندرية، قسم الفقه، الجامعة الإسلامية، السعودية، المجلد7، العدد36، دون تاريخ النشر.
3. أحمد محمود المساعدة، **التحويل المصرفي الإلكتروني**، المجلة الأكاديمية للبحث القانوني، جامعة المجمعة، المملكة العربية السعودية، المجلد 11، العدد03،01ماي2015.
4. إلهام أحمد أبو بكر، رهيب مهدي عزبيان، **دور التقنيات الحديثة للعلاقات العامة في تحسين جودة الخدمة المصرفية**، مجلة كلية الفنون والإعلام، جامعة مصر، مصر، العدد03، 2022.
5. أمير علي خليل، **دور محفظة الموبايل الرقمية في تعزيز حجم التجارة الإلكترونية**، مجلة الإدارة والإقتصاد، كلية الإدارة والإقتصاد، جامعة كربلاء، العراق، المجلد 8، العدد 30، جوان 2019.
6. بحماوي الشريف، سليمان مصطفى، **خصوصية وسائل الوفاء الإلكتروني ودورها في المعاملات التجارية**، مجلة الأستاذ الباحث للدراسات القانونية والسياسية، العدد السابع، المجلد الأول، 2017/08/30.
7. بريش عبد القادر، **جودة الخدمات المصرفية كمدخل لزيادة القدرة التنافسية للبنوك**، مجلة إقتصاديات شمال إفريقيا، جامعة الشلف، الجزائر، العدد3، دون تاريخ نشر.
8. بسام أحمد الزكي، **دور النقود الإلكترونية في عمليات غسل الأموال**، مجلة جامعة دمشق للعلوم الإقتصادية والقانونية، كلية الحقوق، جامعة دمشق، دمشق، سوريا، المجلد 26، العدد الأول، 2010.
9. بهلول خيرة، ضبيان كريمة، **تأثير جودة الخدمات المصرفية على الصورة المدركة للعميل**، مجلة الشعاع للدراسات الإقتصادية، المركز الجامعي، تيسمسيلت، الجزائر، المجلد05، العدد01، 2021.
10. بوعكة كاملة، **النظام القانوني لوسائل الدفع الإلكترونية في الجزائر**، مجلة الأستاذ الباحث للدراسات القانونية والسياسية، جامعة محمد بوضياف، المسيلة، الجزائر، المجلد07، العدد01، 2022.
11. جابر جميل علاونة، **واقع التدريب على جودة الخدمات المصرفية في البنوك المحلية الفلسطينية**، مجلة الأبحاث المالية والمصرفية، المعهد المصرفي الفلسطيني، رام الله، فلسطين، المجلد03، العدد02، 2015.
12. زايد محمد، البطاقات **البنكية كأداة لتفعيل التجارة الإلكترونية**، مجلة ضياء للدراسات القانونية، المركز الجامعي نور البشير، البيض، الجزائر، المجلد 03، العدد 02، 30ديسمبر2021.

13. زحوفي نور الدين، زمالة عمر، **التحويل المالي الإلكتروني: آليات التعامل والمخاطر في ظل عصرنة وسائل الدفع**، مجلة الإقتصاد الدولي والعولمة، جامعة الجيلالي بونعامة، خميس مليانة، الجزائر، المجلد1، العدد الأول، 01ديسمبر 2018.

14. سالم محمد عبود، **قياس أبعاد جودة الخدمة المصرفية من وجهة نظر الزبائن باستخدام مدخل الفجوات**، المجلة العراقية لبحوث السوق وحماية المستهلك، جامعة بغداد، العراق، العدد 1، 2014.

15. سايحي الخامسة، طويل حدة، **أثر وسائل الدفع الإلكترونية على جودة الخدمات المصرفية**، مجلة أبحاث إقتصادية وإدارية، جامعة العربي التبسي، المركز الجامعي عبد الحفيظ بوالصوف، ميلة، الجزائر، المجلد 13، العدد 02، 2019.

16. سعدي غرو، **الأمن التقني للدفع الإلكتروني أي فعالية؟**، مجلة معالم للدراسات القانونية والسياسية، جامعة البليدة2، الجزائر، العدد02، 2017.

17. سمية أحمد ميلي، **أهمية وسائل الدفع الحديثة في تحسين جودة الخدمات البنكية**، مجلة التنمية والإقتصاد التطبيقي، جامعة محمد بوضياف، المسيلة، الجزائر، المجلد 05، العدد 01، 2021.

18. شاهر محمد عبيد، **أثر جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية على رضا والتزام عملاء البنك الإسلامي الفلسطيني**، مجلة الجامعة الإسلامية للدراسات الإقتصادية والإدارية، كلية العلوم الإدارية والإقتصادية، جامعة القدس المفتوحة، فلسطين، العدد04، 2021.

19. ضياء علي أحمد نعمان، **النقود الإلكترونية وسيلة وفاء في التجارة الإلكترونية**، المجلة المغربية للدراسات القانونية والقضائية، كلية الحقوق بمراكش، مراكش، المغرب، المجلد /العدد5، 2011.

20. عبد الرحيم وهيبة، **تقييم وسائل الدفع الإلكترونية ومستقبل وسائل الدفع التقليدية في ظل وجودها**، مجلة الإقتصاد الجديد، المركز الجامعي لتمنراست، الجزائر، العدد 02، 2010.

21. عبد الرؤوف حسن، **العلاقة بين الإغتراب الوظيفي وجودة الخدمات المصرفية**، مجلة الجامعة الأسمرية، كلية الإقتصاد والتجارة، جامعة المرقب ، ليبيا ، العدد29، 2014.

22. عبد الرؤوف دبابش، ذبيح هشام، **وسائل الدفع ما بين الحماية التقنية والقانونية للمستهلك الإلكتروني**، مجلة الإجتهاد الفضائي، جامعة محمد خيضر، بسكرة، الجزائر، العدد14، 2017.

23. عدنان محمد يوسف ربابعة، مهند مصطفى أحمد عقايلة، **النقود الإلكترونية**، المجلة الإفريقية للدراسات المتقدمة في العلوم الإنسانية والإجتماعية، قسم الإقتصاد والمصارف الإسلامية، كلية الشريعة، جامعة البرموك، الأردن، العدد3، المجلد 2، 2022.

24. غزالي نزيهة، **الآليات القانونية لحماية وسائل الدفع الإلكتروني في التشريع الجزائري**، مجلة البحوث السياسية والإدارية، جامعة محمد لمين دباغين سطيف2، الجزائر، العدد 1، 2016.

25. غسان فاروق عندور، **طرائق السداد الإلكترونية وأهميتها في تسوية المدفوعات بين الأطراف المتبادلة**، مجلة جامعة دمشق للعلوم الإقتصادية والقانونية، كلية الإقتصاد، جامعة دمشق، سوريا، المجلد 28، العدد الأول، 2012.

26. كريمة شايب باشا، **آليات الحماية من مخاطر الدفع الإلكتروني في التشريع الجزائري**، المجلة الجزائرية للسياسات العامة، جامعة البليدة2، الجزائر، المجلد 07، العدد 02، 2018.

27. مبروك محمد السيد نصير، **استخدام برنامج الرقمنة الحكومية لمنظومة الإقرارات الإلكترونية والفاتورة الإلكترونية في تطبيق الفحص الضريبي الإلكتروني بمصلحة الضرائب المصرية**، المجلة العلمية للدراسات والبحوث المالية والتجارية، كلية التجارة، جامعة دمياط، مصر، المجلد الرابع، العدد الأول، جانفي 2023.

28. محمد الأمين مومني، **الشيك الإلكتروني المفهوم والأهمية**، المجلة الجزائرية لقانون الأعمال، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة طاهري محمد، بشار، الجزائر، العدد الأول، جوان 2020.

29. محمد ناصر، أمل حسن وآخرون، **البطاقات الذكية وأثرها في تقليل من المخاطر المصرفية**، مجلة كلية بغداد للعلوم الإقتصادية، معهد الإدارة، الرصافة، الرافدين، بغداد، العراق، العدد 37، 2013.

30. محمد فهمي سليم عزوي، **ماهية عقد التحويل الإلكتروني للأموال وآثاره بواسطة البنوك التجارية الأردنية**، مجلة جامعة الزيتونة الأردنية للدراسات القانونية، كلية الحقوق، جامعة الزيتونة الأردنية، الأردن، المجلد 2، الإصدار 3، 2021.

31. مكرم المبيض، **النقود الإلكترونية و اقتصاد المعرفة**، مجلة الإقتصاد الإسلامي العالمية، العدد61، جوان 2017.

32. منصوري الزين، **وسائل و أنظمة الدفع والسداد الإلكترونية (عوامل إنتشار وشروط النجاح)**، مجلة الإقتصاد الجديد، جامعة البليدة، العدد00، ديسمبر، 2009.

33. هاجر محمد الملك، الطاهر محمد أحمد علي، **جودة الخدمات المصرفية وأثرها على رضا العميل**، مجلة العلوم الإقتصادية، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، السودان، العدد17، 2016.

34. هادف حيزية، **نجاح وسائل الدفع الإلكتروني والتحول الجوهري إلى عمليات التفاعل مع التجارة الإلكترونية**، مجلة الإقتصاد الجديد، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير،جامعة المدية، الجزائر، العدد02، دون تاريخ نشر.

خامسا: المؤتمرات والملتقيات

1. محمد بن ذهيبة، **صلاح الدين قدري وآخرون، مخاطر الدفع الإلكتروني عبر الانترنيت التي يتعرض لها المستهلك الإلكتروني وإستراتيجية الجزائر لحمايته**، الملتقى الوطني الثالث حول المستهلك والإقتصاد الرقمي، المركز الجامعي عبد الحفيظ بالصوف، ميلة، الجزائر، 23 و24 أفريل 2018.

2. مختار عطية بن سعد، حليمة علي مشري، مستوى جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية بمصرف شمال إفريقيا، كلية الإقتصاد والتجارة الخمس، جامعة المرقب، ليبيا، 09-11 نوفمبر 2021.

سادسا: المداخلات

1. زواش زهير، روابح عبد الباقي، **بطاقات الدفع البنكية ودورها في تسريع المعاملات المصرفية**،مداخلة مقدمة إلى الملتقى الوطني الثالث حول المستهلك والإقتصاد الرقمي (ضرورة الإنتقال وتحديات الحماية)، المركز الجامعي عبد الحفيظ بوالصوف، ميلة، يومي 23.24أفريل 2018.

2. صلاح إلياس، **مستقبل وسائل الدفع التقليدية في ظل وجود الوسائل الحديثة**،مداخلة مقدمة إلى الملتقى العلمي الدولي الرابع حول عصرنة نظام الدفع في البنوك الجزائرية وإشكالية اعتماد التجارة الإلكترونية في الجزائر، المركز الجامعي خميس مليانة، الجزائر، يومي 26.27 أفريل 2011.

3. فريد مشري وآخرون، **الحماية القانونية لوسائل الدفع الإلكتروني**، مداخلة مقدمة إلى الملتقى الوطني الثالث حول المستهلك والإقتصاد الرقمي: ضرورة الإنتقال وتحديات الحماية، المركز الجامعي عبد الحفيظ بوالصوف، ميلة، 23-24 أفريل 2018.

4. منصوري زينب، **وسائل و أنظمة الدفع والسداد الإلكتروني (عوامل الإنتشاروشروط النجاح)**، مداخلة مقدمة إلى الملتقى العلمي الدولي الرابع حول عصرنة نظام الدفع في البنوك الجزائرية وإشكالية اعتماد التجارة الإلكترونية في الجزائر، المركز الجامعي خميس مليانة، الجزائر يومي 26.27 أفريل 2011.

سابعا: الجرائد

جريدة **أنباء المستهلك**، الإثنين 11 يناير 2016.

الجريدة **الرسمية للجمهورية الجزائرية**، 2005/12/11.

مراجع أجنبية

أولا: الكتب

1. Bonneau Thierry, **Droit bancaire**, édition montchrestien, paris, 1994.
2. Duclosethierry, **Dictinnaire de la banque**, 2eme edition, SEFI, bibliothèque national du canada.
3. Monique zollinger, **Marketing Et Strategie De La Banque**, edition : 4eme edition, paris,2004.
4. Pierre Eiglier , Eric langeard, **Le Marketing Des Services**. Edition International, 5eme edition, paris, 1994.

ثانيا: المواقع الإلكترونية

1. الموقع الإلكترونية لبنك الفلاحة والتنمية الريفية. http://badrbanque.dz/ar.

الملاحق

République Algérienne Démocratique & Populaire
Ministère de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche Scientifique
Université de Guelma
Faculté des Sciences Economique, commercial et Sciences de Gestion
Département des Sciences économiques

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي و البحث العلمي
جامعة قالمة
كلية العلوم الاقتصادية، التجارية و علوم التسيير
قسم العلوم الاقتصادية

رقم: 54 /ق.ع.إ/ك.ع.إ.ت.ع.ت/ج.ق./2023

قالمة، في :2023/02/14

إلى السيّد: مدير بنك الفلاحة والتنمية الريفية — قالمة-

الموضوع: طلب إجراء دراسة ميدانية للطلبة بمؤسستكم.

في إطار ربط المعرفة النظرية بالجانب التطبيقي و استكمالاً لإعداد مذكرة نيل شهادة الماستر في العلوم الاقتصادية، يشرفنا أن نطلب من سيادتكم التفضل بالموافقة على إجراء دراسة ميدانية بمؤسستكم، للطالبتين الآتي اسمائهما:

1- ربايعية جهاد

2-جبايلة الهام

المستوى: الثانية ماستر، شعبة: العلوم الاقتصادية، تخصص: اقتصاد نقدي بنكي، السنة الجامعية :2023/2022

عنوان المذكرة:

دور وسائل الدفع الالكتروني في تحسين جودة الخدمات المصرفية

و عليه، نرجو من سيادتكم بذل العناية بخصوص توفير الوثائق و المستندات ذات الصلة لتحقيق الغاية المرجوّة.

تقبلوا السير المدير تحياتنا الخالصة.

تأشيرة المؤسسة المستقبلة

المدير الجهوي بالنيابة
ع. فتاتنية

رئيس القسم

نائب رئيس قسم العلوم الاقتصادية
مكلف بما بعد التدرج والبحث العلمي
الدكتور: براهمية نبيل

COLLECTE DE RESSOURCES

الملحق رقم 01-أ

MasterCard CLASSIQUE

Définition	La MasterCard est votre carte internationale de paiement et de retrait en devises 24h/24 et 7j/7, elle vous offre des avantages en toute quiétude.
Type de carte disponible	MasterCard
Eligibilité	• Personnes physiques de nationalité algérienne ou étrangère disposant d'un compte en devises (Euros) et d'un compte en Dinars ; • Personnes physiques Résidentes ou non résidentes en Algérie.
Type de compte	Compte devises et d'un compte en dinars.
Solde minimum	100 euros
Les frais d'acquisition de la carte	6 000 DA /An / HT
Les plafonds d'utilisation	• Retrait: 800 Euros / semaine • Paiement: 2 500 Euros / semaine
Fonctionalités	Utilisez votre carte MasterCard partout dans le monde 24h/24 et 7j/7 pour effectuer des: • Retraits sur DAB ou GAB à l'étranger portant le logo MasterCard ; • Règlement d'achats de biens ou de services.
Utilisation	A l'étranger. Elle vous permet également d'éffectuer des achats sur internet, y compris d'Algérie
Validité	2 ans renouvelables automatiquement .Sauf résiliation du contrat par le client.
Avantages	• Voyagez en toute sérénité et bénéficiez d'une disponibilité immédiate de votre argent pour tous vos besoins 24H/24 et 7J/7 ; • Effectuez des achats en ligne en toute sécurité grâce au « 3D Secure » ; • Bénéficiez du plus important réseau de DAB dans le monde.
Les frais liés à l'utilisation de la carte MasterCard	• Retrait: 2,5 % du montant de la transaction + 2 Euros par transaction convertis en Dinars • Paiement: 2,5 % du montant de la transaction converti en Dinars
Délais de livraison de la carte	15 jours ouvrables

الملحق رقم 01 - ب -

MasterCard CLASSIQUE

Les services Proposés Par Mastercard	• En voyage familiale ou pour affaire, la carte CLASSIQUE MasterCard offre à son titulaire: **Priceless Cities – Accès aux expériences :** Profitez d'offres exclusives et d'expériences passionnantes dans divers villes du monde. • Le programme Priceless Cities vous offre une collection unique de milliers d'expériences dans plus de 40 villes dans le monde spécialement organisés pour les porteurs de carte Mastercard • De la restauration aux voyages et divertissement profitez d'offre qui agrémenteront votre voyage. • Pour plus de détails visitez le site web : www.priceless.com
Cash d'urgence	Maximum : 500 Euros.
Carte de remplacement	•Fabriquée par MasterCard qui va générer un numéro de carte basé sur une tranche prédéfinie, cette carte de remplacement ne peut pas supporter la puce mais seulement la bande magnétique.
Le service de remplacement de carte en cas de perte ou de vol	•La durée de livraison : 24 heures sur le territoire USA et 48 heures sur autres territoires. •La livraison est effectuée par un agent désigné par MasterCard.
Mise en opposition	Notre centre de relation clientèles a la possibilité de recevoir la demande de mise en opposition directement du client. En cas de perte ou de vol, le numéro du centre d'appels inséré au dos de la carte Ci-dessous le numéro peut être joint : •Badr Ittissal : 021.989.323. •MasterCard : + 212.537.674.525.

COLLECTE DE RESSOURCES

الملحق رقم 02 - أ

MasterCard TITANIUM

Définition	La MasterCard est votre carte internationale de paiement et de retrait en devises 24h/24 et 7j/7, elle vous offre des avantages en toute quiétude.
Type de carte disponible	MasterCard
Eligibilité	• Personnes physiques de nationalité algérienne ou étrangère disposant d'un compte en devises (Euros) et d'un compte en Dinars ; • Personnes physiques Résidentes ou non résidentes en Algérie.
Type de compte	Compte devises et d'un compte en dinars.
Solde minimum	200 euros
Les frais d'acquisition de la carte	8 500 DA /An / HT
Les plafonds d'utilisation	• Retrait: 1000 Euros / semaine • Paiement: 5000 Euros / semaine
Fonctionalités	Utilisez votre carte MasterCard partout dans le monde 24h/24 et 7j/7 pour effectuer des : • Retraits sur DAB ou GAB à l'étranger portant le logo MasterCard ; • Règlement d'achats de biens ou de services.
Utilisation	A l'étranger. Elle vous permet également d'effectuer des achats sur internet, y compris d'Algérie
Validité	2 ans renouvelables automatiquement .Sauf résiliation du contrat par le client.
Avantages	Voyagez en toute sérénité et bénéficiez d'une disponibilité immédiate de votre argent pour tous vos besoins 24H/24 et 7J/7 ; • Effectuez des achats en ligne en toute sécurité grâce au « 3D Secure » ; • Bénéficiez du plus important réseau de DAB dans le monde.
Les frais liés à l'utilisation de la carte MasterCard	• Retrait: 2,5 % du montant de la transaction + 2 Euros par transaction convertis en Dinars • Paiement: 2,5 % du montant de la transaction converti en Dinars
Délais de livraison de la carte	15 jours ouvrables

الملحق رقم 02 ب -

MasterCard TITANIUM

Les services Proposés Par MasterCard	En voyage familiale ou pour affaire, la carte TITANIUM MasterCard offre à son titulaire: • Jusqu'à 15% de remise sur les locations de voiture en Europe, moyen orient, Afrique et Asie. • Jusqu'à 12% de remise sur les locations de voiture aux états unis et canada. • Un sur-classement gratuit sur toute location par tout dans le monde. **Modalités** • Visiter le site web www.avisworld.com/mastercardmea et utiliser la carte pour réservation. **Priceless Cities – Accès aux expériences** Profitez d'offres exclusives et d'expériences passionnantes dans divers villes du monde. • Le programme Priceless Cities vous offre une collection unique de milliers d'expériences dans plus de 40 villes dans le monde spécialement organisés pour les porteurs de carte MasterCard. • De la restauration aux voyages et divertissement profitez d'offre qui agrémenteront votre voyage. • Pour plus de détail visitez le site web : www.priceless.com
Cash d'urgence	Maximum : 1 000 Euros.
Carte de remplacement	• Fabriquée par MasterCard qui va générer un numéro de carte basé sur une tranche prédéfinie, cette carte de remplacement ne peut pas supporter la puce mais seulement la bande magnétique.
Le service de remplacement de carte en cas de perte ou de vol	• La durée de livraison : 24 heures sur le territoire USA et 48 heures sur autres territoires. • La livraison est effectuée par un agent désigné par MasterCard.
Mise en opposition	Notre centre de relation clientèles a la possibilité de recevoir la demande de mise en opposition directement du client. En cas de perte ou de vol, le numéro du centre d'appels incéré au dos de la carte Ci-dessous le numéro peut être joint : • Badr Ittissal : 021.989.323. • MasterCard : + 212.537.674.525.

الملحق رقم 08 - ج -

MasterCard TITANIUM

Les services Proposés Par Mastercard

Discounted chauffeur rides with Careem

La carte TITANIUM donne accès sur la région du Moyen Orient et Afrique du Nord à:

- 20% de remise sur trois voyages par mois.
- Un premier trajet gratuit pour les nouveaux utilisateurs de srvice Careem.

Modalités

- Télécharger l'application Careem.
- Entrer le code promotion MC1RIDE lors de la première réservation de voyage
- Renseigner le code promotion MASTERCARD pour les autres voyages

الملحق رقم 03

BADR

BANQUE DE L'AGRICULTURE ET DU DEVELOPPEMENT RURAL

DEMANDE DE REMPLACEMENT DE CARTE BADR INTERNATIONALE MASTERCARD

Date : .....

Groupe Régional d'Exploitation : .....
Agence Locale d'Exploitation : .....
Numéro de la carte initiale : .....
Date d'expiration de la carte : .....

Je, soussigné(e), Mr, Mme, Mlle.....sollicite la **Banque de l'Agriculture et du Développement Rural** pour l'octroi d'une carte BADR Internationale MASTERCARD sous mon compte en devise : .....

☐ A mon nom (Titulaire du compte) ☐ Au nom du porteur (Titulaire de la carte)

Ci-après

Mr, Mme, Mlle Nom : ..... Prénom : .....

Adresse : ..... Profession : .....

N° de Mobile : ..... N° de compte en devise : .....

Mail : .....

Date et signature (Titulaire du compte)	Signature du bénéficiaire (Titulaire de la carte)	Signature du directeur d'agence

Carte de débit MASTERCARD

CLASSIQUE TITANIUM AUTRES (à préciser)

Le demandeur titulaire du compte susnommé reconnaît avoir pris connaissance des conditions générales de fonctionnement de la carte BADR Internationale MasterCard décrites au verso de la présente, déclare y adhérer sans réserve, demande l'octroi de la carte et autorise la Banque à débiter ce compte du montant des opérations effectuées et des coûts d'adhésion au système.

الملحق رقم -04-

BANQUE DE L'AGRICULTURE ET DU DEVELOPP[illegible]NT RURAL

CONTRAT PORTEUR MASTERCA[illegible]

D[illegible] .....

Groupe Régional d'Exploitation : .....

Agence Locale d'Exploitation : .....

N° Du contrat : .....

Code mouvements : ☐ Création ☐ **Modification** ☐ [illegible]**placement**

Information sur le Compte

N° de Compte en Devise : ..... Date d'ouverture : .....

N° de Compte en Dinars : ..... Date d'ouverture : .....

Titulaire du Compte

Je soussigné Mr, Mme, Mlle .....

Adresse : ..... Commune : .....

Daira : ..... Wilaya : ..... Code Postal : .....

N° du Mobile (**Obligatoire**)* : ..... Adresse Mail : .....

Sollicite auprès de la Banque de l'Agriculture et du développement Rural, l'octroi de la [illegible] Mastercard Badr.

☐ A mon nom ☐ Au nom du porteur ci-après

Bénéficiaire de la carte

Mr, Mme, Mlle ..... Prénom .....

Date de Naissance : ..... profession : .....

Adresse : ..... Commune : .....

Daira : ..... Wilaya : ..... Code Postal : .....

N° Pièce d'identité : CNI/ PC / ..... Date de création : .....

N° du Mobile (**Obligatoire**)* : ..... Adresse Mail : .....

Qualité porteur : ☐ Client ☐ Agent de la Banque

Code plafond Hebdomadaire : ..... Montant : .....

N° d'identification national : .....

Type de Mastercard Badr Souhaité

☐ Mastercard Classique ☐ Mastercard TITANIUM

Information Obligatoires sur la Sécurité de votre carte

☐ Je m'engage à utiliser ma carte seulement sur les réseaux Internet sécurisés (https), si je l'utilise su[illegible] dont l'adresse n'est pas sécurisée (http) La Banque décline toute responsabilité sur les débits frauduleux sur ma carte.

☐ Le signe reconnaît avoir pris connaissance des conditions générales de fonctionnement de la [illegible] internationale Card décrites au verso de la présente, déclare y adhérer sans réserve, demande l'octroi de la carte [illegible] la banque à ces comptes du montant des opérations effectuées et des coûts d'adhésion au système.

P/ la Banque (cachet et griffe)	Titulaire du compte (écrire la mention « Lu et approuvé »)	Titulaire [illegible] (écrire les mention[illegible] approuvé »)

الملحق رقم 05.

GRE DE GUELMA / SOUK AHRAS 024
S/D EXPLOITATION
SCE MONETIQUE ET MOYENS DE PAIMENT

TYPE DE CARTES	SITUATION DES CARTES AU 31/12/2018						
	Carte Commandées		Cartes en stock		Cartes remises aux clients		Cartes résiliées
	MOIS	TOTAL	MOIS	TOTAL	MOIS	TOTAL	
CIBRI	7	13	0	186	0	826	12
CIB classic	52	320	0	146	0	2362	21
TAWFIR	41	245	0	288	0	1162	23
CIB GOLD	63	136	21	57	22	822	0
MASTERCARD Titanium	0	0	0	0	0	0	0
MASTERCARD classique	0	0	0	0	0	0	0
CARTE AFFAIRES	0	0	0	0	0	0	0
TOTAL	163	694	21	677	22	5 172	56

الملحق رقم -06-

GRE DE GUELMA / SOUK AHRAS 024
S/D EXPLOITATION
SCE MONETIQUE ET MOYENS DE PAIMENT

INDICE	AGENCE	VENTE DE PRODUITS MONETIQUE																	
		Carte en Circulation			Carte Commandées 1er trimestre 2019			Carte Commandées 2ème trimestre 2019			Carte Commandées 3ème trimestre 2019			Carte Commandées 4ème trimestre 2019			OBJECTIF DE VENTE ANNEE 2019		
		CIB	CBRI	TAW	CIB	CBRI	TAW	CIB	CBRI	TAW	CIB	CBRI	TAW	CIB	CBRI	TAW	CIB	CBRI	TAW
816	AIN MAKHLOUF	78	1 074	604	0	9	3	0	9	3	0	0	0	0	0	0	50	60	50
817	SOUK AHRAS	1 980	37	309	20	0	9	10	0	9	17	0	5	0	0	0	0	0	0
818	SEDRATA	2 022	297	2 095	14	0	9	9	0	12	0	0	0	0	0	0	50	50	100
819	OUED ZENATI	1 288	152	365	0	0	0	4	0	2	8	0	1	0	7	0	10	30	30
820	BOUCHEGOUF	1 184	1	634	14	2	2	15	0	9	7	0	17	29	0	19	40	40	140
821	GUELMA	1 487	1 929	700	84	152	6	181	10	23	90	0	35	64	0	0	100	200	50
822	SOUK AHRAS	3 100	112	1 961	17	0	3	1	0	2	0	0	0	8	0	2	50	50	50
824	M'DAOUROUCH	1 338	31	1 635	9	0	5	5	0	2	0	0	0	2	0	0	50	60	100
825	TAOURA	404	1 246	713	0	1	10	0	13	9	0	7	7	0	0	0	0	50	50
Total		13 081	4 989	9 019	158	164	47	225	32	71	122	7	66	102	7	17	350	540	550
		27 089			369			328			195			126			1 480		
					1 018												69%		

الملحق رقم 07

GRE DE GUELMA / SOUK AHRAS 024
S/D EXPLOITATION
SCE MONETIQUE ET MOYENS DE PAIMENT

INDICE	AGENCE	Produit Mastercard							
		Carte Commandées au 31/03/2021		Remises au clients 31/03/2021		Cartes en circulation 31/03/2021		Cartes en stock 31/03/2021	
		Classique	Titanium	Classique	Titanium	Classique	Titanium	Classique	Titanium
816	AIN MAKHLOUF	4	4	4	4	4	4	0	0
817	SOUK AHRAS	0	0	1	0	1	0	0	0
818	SEDRATA	0	0	0	0	0	0	0	0
819	OUED ZENATI	0	2	0	2	0	2	0	0
820	BOUCHEGOUF	0	0	0	0	0	0	0	0
821	GUELMA	18	22	16	19	16	19	1	3
822	SOUK AHRAS	8	15	8	13	8	13	0	0
824	M'DAOUROUCH	10	0	5	0	5	0	5	0
825	TAOURA	0	2	0	1	0	1	0	1
827	HELIOPOLIS	1	0	1	0	1	0	0	1
Total GRE 024		40	45	35	39	35	39	6	5
		85		74		74		11	

الملحق رقم 08

GRE DE GUELMA / SOUK AHRAS 024
S/D EXPLOITATION
SCE MONETIQUE ET MOYENS DE PAIMENT

CANEVAS ACTIVITE MONETIQUE AU 30/04/2021

INDICE	AGENCE	Carte commandées au 30/04/2021		Cartes recues AU 30/04/2021		Cartes remises aux clients au 30/04/2021		Cartes en circulation		En stock	
		(1)		(2)		(3)		(4)			
		CIB/CIBRI/GCL	TAW	CIB/CIBRI/GCL	TAW	CIB/CIBRI/GCL	TAW	CIB/CIBRI/GCL	TAW	CIB/CIBRI/GCL	TAW
816	AIN MAHDJOUB	48	24	134	41	119	31	248	87	15	10
817	SOUK AHRAS	17	13	520	71	361	38	359	68	104	33
818	SEDRATA	58	35	272	178	194	208	190	109	78	69
819	OUED ZENATI	19	13	497	251	479	246	672	329	18	5
820	BOUCHEGOUF	33	29	334	62	329	23	185	23	49	42
821	GUELMA	178	75	1738	141	1685	97	1747	97	303	44
822	SOUK AHRAS	105	58	3065	255	3025	255	3024	255	0	0
824	el'DAOUROUCH	101	67	98	101	94	80	217	165	4	21
826	TAOURA	42	62	216	356	129	215	128	215	87	141
827	HELIOPOLIS	113	23	91	39	80	64	92	13	1	35
Total		1235	502	5277	1 476	4547	1115	4862	1361	720	361
		1737		6753		5662		6223		1091	

الملحق رقم -09-

بنك الفلاحة و التنمية الريفية
BANQUE DE L'AGRICULTURE ET DU DEVELOPPEMENT RURAL

SITUATION MENSUELLE DES CARTES PAR GRE AU : [31/03/2023]

GRE : GUELMA SOUK AHRAS
INDICE : 024

TYPE DE CARTE	CARTES COMMANDÉES		CARTES EN STOCK		CARTES REMISES AUX CLIENTS		CARTES RÉSILIÉES
	MOIS	TOTAL	MOIS	TOTAL	MOIS	TOTAL	
CBRI (carte de retrait interbancaire)	0	145	0	47	0	807	22
CIBC(carte retr/paiem interb classic)	56	1967	0	344	0	3584	141
TAWF (Cartes tawfir)	0	715	0	192	0	1998	279
CIBG (carte GOLD ret/pai interb	0	1659	0	56	0	1001	27
MCDT (mastercard titanium)	4	19	0	2	0	44	2
MCDC (mastercard classique)	1	39	0	2	0	85	1
CACL (carte affaires classique)	0	142	0	0	0	3	0
CAGD (carte affaires GOLD)	0	73	0	0	0	4	0
TOTAL	61	4759	0	643	0	7526	472

الملحق رقم -١٥-

GRE DE GUELMA / SOUK AHRAS 024
S/D EXPLOITATION
SCE MONETIQUE ET MOYENS DE PAIMENT

Vente TPE

ALE	Nbre de TPE commandés au 31/12/2020	Nbre de TPE commandés au 31/03/2021	Nbre de TPE installés
816	1	1	0
817	10	10	0
818	11	11	7
819	8	11	1
820	9	20	2
821	78	83	16
822	27	34	16
824	24	27	12
825	0	5	0
827	13	19	0
TOTAL GRE	**181**	**221**	**54**
	+39		

الملحق رقم 11.

GRE DE GUELMA / SOUK AHRAS 024
S/D EXPLOITATION
SCE MONETIQUE ET MOYENS DE PAIMENT

Vente TPE			
ALE	Nbre de TPE commandés au 31/12/2022	Nbre de TPE commandés au 31/03/2023	Nbre de TPE installés au 31/03/2023
816	12	12	4
817	3	6	6
818	13	13	7
819	16	16	5
820	12	12	5
821	89	92	51
822	46	46	28
824	17	17	15
825	28	30	31
827	29	29	4
TOTAL GRE	265	273	156

الملحق رقم 12

جامعة 8 ماي 1945 قالمة

كلية العلوم الإقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

قسم العلوم الإقتصادية

استبانة خاصة بالعملاء:

تحية خاصة وبعد، ...

يقوم الطلبة بإجراء دراسة حول موضوع " **دور وسائل الدفع الإلكتروني في تحسين جودة الخدمات المصرفية: دراسة حالة**"، وذلك لاستكمال متطلبات نيل شهادة ماستر أكاديمي تخصص إقتصاد نقدي وبنكي من جامعة 8 ماي 1945 قالمة، يرجى منكم التكرم بالإجابة على الأسئلة، وهذا بوضع إشارة (×) في الخانة التي تتفق مع الإجابة التي ترونها مناسبة لكل سؤال، علما أن إجابتكم تبقى سرية ولغاية البحث العلمي فقط.

الطلبة: - جبابلة إلهام

-ربايعية جهاد

الأستاذ المشرف: كشيتي حسين

الملحق رقم -13-

-أ-

الجزء الأول: البيانات الشخصية

من فضلكم وضع إشارة (x) أمام الإختيار المناسب

1. **الجنس** ذكر ☐ أنثى ☐
2. **العمر** من 19 سنة إلى 25 سنة ☐
   من 25 سنة إلى 30 سنة ☐
   من 30 سنة إلى 40 سنة ☐
   من 40 سنة فما فوق ☐
3. **المستوى العلمي** ثانوي أو أقل ☐
   ليسانس ☐
   ماجستير ☐
   دكتوراه ☐
   شهادة أخرى .....
4. **المهنة** عامل لدى القطاع العام ☐
   عامل لدى القطاع الخاص ☐
   تاجر ☐
   متقاعد ☐
   بطال ☐
   مهنة أخرى.....
5. **عدد مرات التعامل مع البنك** من مرة إلى ثلاث مرات ☐
   من ثلاث مرات إلى ستة مرات ☐
   من ستة مرات فأكثر ☐

الملحق رقم 13 -ب-

الجزء الثاني: محاور الإستبانة

المحور الأول: وسائل الدفع الإلكتروني لبنك الفلاحة والتنمية الريفية –وكالة قالمة-

الرجاء إختيار الإجابة المناسبة ووضع إشارة (x) أمام كل عبارة من العبارات الآتية:

الرقم	متغير وسائل الدفع الإلكترونية	غير موافق بشدة	غير موافق	موافق إلى حد ما	موافق	موافق بشدة
1	تمكنني وسائل الدفع الإلكتروني من معرفة رصيدي					
2	تمكنني وسائل الدفع الإلكتروني من سحب الأموال					
3	تمكنني وسائل الدفع الإلكتروني من تحويل الأموال					
4	تمكنني وسائل الدفع الإلكتروني من القيام بعمليات إيداع الأموال					
5	تمكنني وسائل الدفع الإلكتروني من سداد الفواتير					
6	تقلل وسائل الدفع الإلكتروني من طوابير الإنتظار					
7	تلبي وسائل الدفع الإلكتروني معظم حاجاتي المصرفية					
8	توفر لي وسائل الدفع الإلكتروني الأمن					
9	وسائل الدفع الإلكتروني تحسن الخدمات التي يقدمها البنك					
10	وسائل الدفع الإلكتروني تسهل سير الإجراءات الإدارية					
11	تسهل لي وسائل الدفع الإلكتروني التعامل بها في الخارج					
12	وسائل الدفع الإلكتروني تؤثر بالإيجاب على رضا العميل					

الملحق رقم 13 -ج-

المحور الثاني: جودة الخدمة المصرفية

الرجاء إختيار الإجابة المناسبة ووضع إشارة (x) أمام كل عبارة من العبارات الآتية:

الرقم	متغير جودة الخدمة المصرفية	غير موافق بشدة	غير موافق	موافق إلى حد ما	موافق	موافق بشدة
1	يقدم لي موظفو البنك أغلب الخدمات التي أرغب في الحصول عليها					
2	يضع بنك الفلاحة والتنمية الريفية رضا العميل فوق كل اعتبار					
3	يعمل البنك على توفير الحماية لحساباتي عند تعاملي معه					
4	موظفو البنك يقدمون الخدمة بالدقة اللازمة					
5	موظفو البنك يقدمون الخدمة بالسرعة اللازمة					
6	يقدم البنك الخدمات بكفاءة (مهارة، براعة)					
7	يقدم البنك الخدمات بفعالية (قدرة، حيوية)					
8	يقوم موظفو البنك بتقديم النصائح والإرشادات					
9	يمكنني البنك من استعمال وسائل الدفع الإلكتروني للقيام بأغلب المعاملات معه					
10	تكلفة وسائل الدفع الإلكتروني منخفضة مقارنة بالوسائل التقليدية					
11	لديّ الثقة في الخدمات المقدمة بواسطة وسائل الدفع الإلكتروني من قبل البنك					
12	أشعر بالأمان عند التعامل مع بنك الفلاحة والتنمية الريفية					

الملحق رقم 14

-أ-

الجنس

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	ذكر	16	40,0	40,0	40,0
	أنثى	24	60,0	60,0	100,0
	Total	40	100,0	100,0	

العمر

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	من 19 إلى 25 سنة	10	25,0	25,0	25,0
	من 25 إلى 30 سنة	8	20,0	20,0	45,0
	من 30 إلى 40 سنة	16	40,0	40,0	85,0
	من 40 سنة فما فوق	6	15,0	15,0	100,0
	Total	40	100,0	100,0	

المستوى_التعليمي

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	ثانوي أو أقل	6	15,0	15,0	15,0
	ليسانس	10	25,0	25,0	40,0
	ماجيستير	4	10,0	10,0	50,0
	دكتوراه	2	5,0	5,0	55,0

الملحق رقم 14 - ب -

المهنة

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	عامل لدى القطاع العام	26	65,0	65,0	65,0
	عامل لدى القطاع الخاص	2	5,0	5,0	70,0
	تاجر	2	5,0	5,0	75,0
	متقاعد	4	10,0	10,0	85,0
	بطال	2	5,0	5,0	90,0
	مهنة أخرى	4	10,0	10,0	100,0
	Total	40	100,0	100,0	

عدد_مرات_التعامل_مع_البنك

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	من مرة إلى ثلاث مرات	6	15,0	15,0	15,0
	من ثلاث مرات إلى ستة مرات	8	20,0	20,0	35,0
	من ستة مرات فأكثر	26	65,0	65,0	100,0
	Total	40	100,0	100,0	

الملحق رقم 14 -ج-

Statistiques descriptives

	Moyenne	Ecart type	N
وسائل الدفع	4,0458	,35554	40
جودة الخدمات المصرفية	4,0750	,52325	40

Récapitulatif de traitement des observations

		N	%
Observations	Valide	40	100,0
	Exclu[a]	0	,0
	Total	40	100,0

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

Statistiques de fiabilité

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
,796	24

الملحق رقم 14

Corrélations

			Z	x	y
Rho de Spearman	Z	Coefficient de corrélation	1,000	,754**	,775**
		Sig. (bilatérale)	.	,000	,000
		N	40	40	40
	x	Coefficient de corrélation	,754**	1,000	,223
		Sig. (bilatérale)	,000	.	,166
		N	40	40	40
	y	Coefficient de corrélation	,775**	,223	1,000
		Sig. (bilatérale)	,000	,166	.
		N	40	40	40

**. La corrélation est significative au niveau 0.01 (bilatéral).

Corrélations

			x	y
Rho de Spearman	x	Coefficient de corrélation	1,000	,223
		Sig. (bilatérale)	.	,166
		N	40	40
	y	Coefficient de corrélation	,223	1,000
		Sig. (bilatérale)	,166	.
		N	40	40

الجمـهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي و البحث العلمي

جامعة 8 ماي 1945 قالمة
كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير
قسم العلوم الاقتصادية

التصريح الشرفي
الخاص بالالتزام بقواعد النزاهة العلمية لإنجازمذكرة ماستر

نحن الممضون أسفله.

- السيد (ة): جبابلة إلهام الصفة: طالب (ة)

الحامل (ة) لبطاقة التعريف الوطنية رقم:102720673 والصادرة بتاريخ 2017/01/12

- السيد (ة): ربايعية جهاد الصفة: طالب (ة)

الحامل (ة) لبطاقة التعريف الوطنية رقم:400796599 والصادرة بتاريخ2022/03/02

المسجل(ون) بكلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسييرقسم العلوم الاقتصادية

و المكلف(ون) بإنجاز أعمال بحث: (مذكرة ماستر):

الشعبة العلوم الاقتصادية التخصص إقتصاد نقدي وبنكي

عنوانها: دور وسائل الدفع الإلكتروني في تحسين جودة الخدمات المصرفية -دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية -وكالة قالمة-

أصرح بشرفي أني ألتزم بمراعاة المعايير العلمية و المنهجية و معايير الأخلاقيات المهنية و النزاهة الأكاديمية المطلوبة في انجاز البحث المذكور أعلاه.

التاريخ:2023/06/03 توقيع المعني (ين)

*

طبقاً للقرار رقم 1082 المؤرخ في 27 ديسمبر 2020 المحدد للقواعد المتعلقة بالوقاية من السرقة العلمية ومكافحتها.