

جامعة 8 ماي 1945

قائمة

كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

قسم: العلوم الاقتصادية



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

تخصص: إقتصاد نقدي وبنكي

# دور وسائل الدفع الإلكتروني في ترقية الخدمات المصرفية

دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية - وكالة قائمة-

إشراف الدكتورة:

كردوسي أسماء

إعداد الطلبة:

- شحات أميمة

- نسيب هديل

السنة الجامعية: 2024/2023



جامعة 8 ماي 1945

قائمة

كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

قسم: العلوم الاقتصادية



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

تخصص: إقتصاد نقدي وبنكي

# دور وسائل الدفع الإلكتروني في ترقية الخدمات المصرفية

دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية - وكالة قائمة-

إشراف الدكتورة:

كردوسي أسماء

إعداد الطلبة:

- شحات أميمة

- نسيب هديل

السنة الجامعية: 2024/2023

# شكر و عرفان:

على إثر إنهائنا لهذا العمل المتواضع نتقدم بالشكر العظيم أولاً و قبل كل شيء للمولى سبحانه و تعالى " لئن شكرتم لأزيدنكم "

صدق الله العظيم

ربي أوزعنا أن اشكر نعمتك علينا بإتمامنا لهذا البحث و على ما مننت به علينا من توفيقك، و على ما منحتنا من قدرة و على تخطي الصعاب، و تذليل العقاب.

ولا يسعنا إلا أن نتقدم بجزيل الشكر و العرفان إلى الأستاذة المشرفة كرددوسي أسماء، لقبولها الإشراف على هذه المذكرة

كما نوجه شكرنا إلى الأستاذة عباس زهرة، لمساعدتها لنا أيضا و تقبل إنشغالتنا بصبر رحب و لم تبخل علينا بتوجيهاتها.

و كذلك نشكر كل من ساعدنا على إتمام هذا البحث، و إلى من أمدنا بيد العون، من قريب أو بعيد : عائلتنا بالأخص، حفظكم الله لنا .

## الإهداء:

أولاً وقبل كل شيء أحمد الله الذي أمدني بالقوة و العافية أشكره أنه وهبني التوفيق و السداد و منحني الرشد و الثبات لإعداد هذه المذكرة

أهدي هذا العمل إلى التي قاسمتني أفراحي و أحزاني و تحملت هموم الحياة من أجل سعادتي إلى من علمتني أن الحياة أمل و عمل.

إليك يا منبع العطاء و بحر أماني يا دنيتي "إليك أمي... حفظك الله و أطال عمرك لأرد لك ولو القليل بقدرة الله"

و إلى الذي أنار دربي و طريقتي و من علمني أن الحياة كفاح و أن العلم وسيلة الوصول إلى المبتغى "إليك أبي... رحمك الله"

إلى من قاسموني حلو الحياة و مرها تحت سقف واحد، إلى من أعطوا الأخوة معناها النبيل إلى من أعيش معهم أجمل اللحظات و أحلاها..

"إلى إخوتي: سارة هاجر أمير هناء بشرى... حفظهم الله"

## إهداء:

أولاً وقبل كل شيء أحمد الله الذي أمدني بالقوة و العافية أشكره أنه وهبني التوفيق و السداد و منحني الرشد و الثبات لإعداد هذه المذكرة أهدي هذا العمل إلى التي قاسمتني أفراحي و أحزاني و تحملت هموم الحياة من أجل سعادتني إلى من علمتني أن الحياة أمل و عمل.

إليك يا منبع العطاء و بحر أماني يا دنيتي "إليك أمي... حفظك الله و أطال عمرك لأرد لك ولو القليل بقدرة الله"

و إلى الذي أنار دربي و طريقني و من علمني أن الحياة كفاح و أن العلم وسيلة الوصول إلى المبتغى "إليك أبي... حفظه الله"

إلى من قاسموني حلو الحياة و مرها تحت سقف واحد، إلى من أعطوا الأخوة معناها النبيل إلى من أعيش معهم أجمل اللحظات و أحلاها..

"إلى إخوتي: مراد، بوجمة، سامية، حسن، و خاصة أخي عبد الحق..."  
حفظهم الله" و إلى زوجي خالد.

---

# فهرس المحتويات

---

الصفحة	العنوان
-	شكر وعرفان
-	الإهداء
III-I	فهرس المحتويات
IV	فهرس الجداول
V	فهرس الأشكال
VI	فهرس الملاحق
أ-د	مقدمة
<b>الفصل الأول: الإطار النظري لوسائل الدفع الإلكتروني</b>	
7	تمهيد
8	<b>المبحث الأول: وسائل الدفع الإلكترونية</b>
8	المطلب الأول: تعريف وسائل الدفع الإلكترونية
8	المطلب الثاني: خصائص وسائل الدفع الإلكترونية
9	المطلب الثالث: أهمية وسائل الدفع الإلكترونية
10	<b>المبحث الثاني: أنواع وسائل الدفع الإلكترونية</b>
10	المطلب الأول: البطاقات البنكية
15	المطلب الثاني: البطاقات الذكية والنقود الإلكترونية
19	المطلب الثالث: المحافظ الإلكترونية والشيكات الإلكترونية
24	المطلب الرابع: التحويلات المالية الإلكترونية والفاتورة الإلكترونية
27	<b>المبحث الثالث: تقييم وسائل الدفع الإلكتروني</b>
27	المطلب الأول: مزايا وعيوب وسائل الدفع الإلكتروني
30	المطلب الثاني: طرق حماية وسائل الدفع الإلكتروني
32	المطلب الثالث: العوامل المساعدة والمعقدة لوسائل الدفع الإلكتروني
33	خلاصة
<b>الفصل الثاني: ترقية الخدمات المصرفية</b>	
35	تمهيد:
36	<b>المبحث الأول: مفاهيم حول الخدمات المصرفية</b>
36	المطلب الأول: مفهوم الخدمات المصرفية
39	المطلب الثاني: دورة حياة الخدمات المصرفية



43	المبحث الثاني: تطوير وترقية الخدمات المصرفية
43	المطلب الأول: مفهوم تطوير الخدمات المصرفية
43	المطلب الثاني: الاستراتيجيات و العوامل المؤثرة في تطوير الخدمات المصرفية
46	المطلب الثالث: خطوات تطوير الخدمات المصرفية
49	المبحث الثالث: تطوير الخدمات المصرفية من خلال إصدار وسائل الدفع الإلكتروني
49	المطلب الأول: آليات تطوير الخدمات المصرفية
51	المطلب الثاني: إسهام وسائل الدفع الإلكترونية في تحسين الخدمات المصرفية
54	خلاصة
الفصل الثالث: دراسة ميدانية حول وسائل الدفع الإلكتروني ودورها في ترقية الخدمات المصرفية لبنك الفلاحة والتنمية الريفية-وكالة قالمة-	
56	تمهيد
57	المبحث الأول: تقديم بنك الفلاحة والتنمية الريفية-وكالة قالمة-
57	المطلب الأول: نشأة بنك الفلاحة والتنمية الريفية-وكالة قالمة-
58	المطلب الثاني: الهيكل التنظيمي لبنك الفلاحة والتنمية الريفية -وكالة قالمة-
63	المطلب الثالث: مهام وأهداف بنك الفلاحة والتنمية الريفية - وكالة قالمة-
65	المبحث الثاني: الخدمات المصرفية ووسائل الدفع الإلكترونية في بنك الفلاحة والتنمية الريفية-وكالة قالمة-
65	المطلب الأول: الخدمات المصرفية ووسائل الدفع الإلكترونية في بنك الفلاحة والتنمية الريفية-وكالة قالمة-
66	المطلب الثاني: وسائل الدفع الإلكتروني لبنك الفلاحة والتنمية الريفية-وكالة قالمة-
72	المبحث الثالث: استخدامات وسائل الدفع الإلكتروني ودورها في تحسين ترقية الخدمات المصرفية في بنك الفلاحة والتنمية الريفية-وكالة قالمة-
72	المطلب الأول: الإجراءات المنهجية للدراسة
74	المطلب الثاني: دراسة خصائص العينة
79	المطلب الثالث: الصدق البنائي(الأدوات الإحصائية): ويتمثل في معامل الثبات Alpha
80	المبحث الثاني: عرض وتحليل نتائج الدراسة الميدانية

80	المطلب الأول: عرض وتحليل النتائج المتعلقة بوسائل الدفع الإلكتروني بالمؤسسة محل الدراسة
80	المطلب الثاني: عرض وتحليل النتائج المتعلقة بترقية الخدمات المصرفية بالمؤسسة محل الدراسة
83	المطلب الثالث: الصندق الداخلي
92	خلاصة
93	الخاتمة
97	قائمة المراجع
-	الملاحق
-	الملخص

## قائمة الأشكال

الصفحة	عنوان الشكل	رقم الشكل
72	الهيكل التنظيمي لبنك الفلاحة والتنمية الريفية—وكالة قالمة-	01
75	الهيكل التنظيمي للمديرية الفرعية	02
88	دائرة نسبية توضح النسب المذكورة حسب متغير الجنس	03
89	أعمدة بيانية توضح توزيع مفردات العينة حسب متغير السن	04
90	أعمدة بيانية توضح توزيع مفردات العينة حسب متغير المستوى التعليمي	05
91	دائرة نسبية توضح النسب المذكورة حسب متغير مدة التعامل مع البنك	06
92	أعمدة بيانية توضح توزيع مفردات العينة حسب متغير المهنة	07

## قائمة الجداول

رقم الجدول	عنوان الجدول	الصفحة
01	خصائص مراحل دورة حياة الخدمة المصرفية	40-41
02	البطاقات المقدمة في بنك الفلاحة والتنمية الريفية- وكالة قالمة- خلال الفترة 2019-2020	71
03	توزيع درجات مقياس ليكارت الحماسي	73
04	تحديد الاتجاه حسب قيم المتوسط المرجح	73
05	توزيع مفردات العينة حسب متغير الجنس	74
06	توزيع مفردات العينة حسب متغير السن	75
07	توزيع مفردات العينة حسب متغير المستوى التعليمي	76
08	توزيع مفردات العينة حسب مدة التعامل مع البنك	77
09	توزيع مفردات العينة حسب متغير المهنة	78
10	معامل الثبات أفا كرونباخ	79
11	نتائج اختبار التوزيع الطبيعي	80
12	عرض وتحليل النتائج المتعلقة بوسائل الدفع الإلكتروني	81
13	عرض وتحليل النتائج المتعلقة بترقية الخدمات المصرفية	83
14	الصدق الداخلي لوسائل الدفع الإلكتروني	85
15	الصدق الداخلي لترقية الخدمات المصرفية	86
16	التحليل الإحصائي لإجابات أفراد العينة بين وسائل الدفع الإلكتروني وترقية الخدمات المصرفية	87
17	اتجاه الآراء حول مستوى استخدام وسائل الدفع الإلكتروني	88
18	اختبار Ttest للفروق بين آراء العملاء حول استخدام وسائل الدفع الإلكتروني	89
19	اختبار levene لتجانس التباين	89
20	اختبار Anova الفروق في آراء العملاء حول وسائل الدفع الإلكتروني يعزى إلى متغير المهنة	90
21	اختبار levene لتجانس التباين	90
22	اختبار Anova الفروق في آراء العملاء حول وسائل الدفع الإلكتروني يعزى إلى متغير المستوى التعليمي	91
23	اتجاه الآراء حول مستوى الخدمات المصرفية	91

## قائمة الملاحق

البطاقات المقدمة في بنك الفلاحة والتنمية الريفية - وكالة فالمة - خلال الفترة 2019 - 2023	الملحق رقم (01) إلى (07)
الاستمارة	الملحق رقم (08)
مخرجات برنامج SPSS V26	الملحق رقم (09)

---

# مقدمة

---

## المقدمة:

بعد القطاع المصرفي من بين القطاعات تأثرا بالتطورات الحاصلة في تكنولوجيا الاعلام والاتصال ، فتغيرت بذلك نظرة المصارف ودورها التقليدي المتمثل في قبول الودائع ومنح القروض ، وأصبحت تتطلع إلى تقديم خدمات متطورة ومتنوعة تتماشى والاحتياجات الجديدة كظهور التجارة الالكترونية التي تعمل في بيئة غير مادية ما أدى إلى ضرورة إيجاد وسائل للدفع تتلاءم مع متطلبات هذا النوع الجديد من التجارة ، ومن هنا ظهرت وسائل الدفع الالكتروني لتكفل انسياب الخدمات المصرفية الى العميل بدقة وسهولة وسرعة وبما يحقق للمصرف نموا في أعماله و أرباحه .

والقطاع المصرفي الجزائري كغيره من القطاعات المصرفية لدول العالم سعى الى مواكبة التحولات التي افرزتها تكنولوجيا الاعلام والاتصال، من خلال تحديث وعصرنة المصارف الجزائرية باعتبارها العجلة المحركة للتنمية الاقتصادية حتى تستطيع الارتقاء الى مستوى التحديات التي تفرضها المنافسة الشديدة بين البنوك العالمية، ومواكبة الدخول في عصر التجارة الالكترونية.

## الاشكالية:

إنطلاقا مما سبق يمكن صياغة إشكالية بحثنا على النحو التالي:

فيما يتمثل دور وسائل الدفع الإلكترونية الحديثة في ترقية الخدمات المصرفية؟

وتندرج تحت هذا التساؤل الرئيسي التساؤلات الفرعية التالية:

- ماهي أهم وسائل الدفع الإلكتروني؟
- هل تساعد وسائل الدفع الإلكتروني في تطوير الخدمات المصرفية؟
- هل هناك علاقة ذات دلالة احصائية بين استخدام وسائل الدفع الإلكتروني الحديثة في بنك الفلاحة والتنمية الريفية -وكالة قائمة- وترقية خدماته المصرفية؟
- هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية حول مستوى استخدام وسائل الدفع الإلكتروني يعزى الى متغير الجنس؟
- هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية حول مستوى استخدام وسائل الدفع الإلكتروني يعزى الى متغير المهنة؟

- هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية حول مستوى استخدام وسائل الدفع الإلكتروني يعزى الى متغير المستوى التعليمي؟

### فرضيات الدراسة:

- تعتبر البطاقات الالكترونية والأوراق التجارية الالكترونية من أهم وسائل الدفع الحديثة.
- تساعد وسائل الدفع الحديثة الى حد كبير في تطوير الخدمات المصرفية .
- توجد علاقة ذات دلالة احصائية بين استخدام وسائل الدفع الالكتروني الحديثة في بنك الفلاحة والتنمية الريفية -وكالة قلمة- وترقية خدماته المصرفية.
- توجد فروق ذات دلالة إحصائية حول مستوى استخدام وسائل الدفع الإلكتروني يعزى الى متغير الجنس.
- توجد فروق ذات دلالة إحصائية حول مستوى استخدام وسائل الدفع الإلكتروني يعزى الى متغير المهنة.
- توجد فروق ذات دلالة إحصائية حول مستوى استخدام وسائل الدفع الإلكتروني يعزى الى متغير المستوى التعليمي

### أهمية الدراسة:

نجد أن أهمية الموضوع تكمن في كونها تتناول موضوعا مهما وحيويا وهو دور وسائل الدفع الإلكتروني في ترقية الخدمات المصرفية وهذا راجع إلى أهمية الموضوع، خاصة مع الاقدم الهائل للتكنولوجيا والذي أدى لظهور المصارف الإلكتروني التي يقتصر تعاملها على المعاملات الإلكترونية تلبية لرغبات وتوقعات العملاء من الخدمات المقدمة. بالإضافة الى أنها تشكل مجالا خاصا لدراسات لاحقة وتوفر قاعدة معلومات وبيانات حول وسائل الدفع الإلكتروني في ترقية الخدمات المصرفية.

### أهداف الدراسة:

تسعى هذه الدراسة الى تحقيق مجموعة من الأهداف أهمها:

- التعرف على وسائل الدفع الإلكترونية.



- تسليط الضوء على أهم أنواع وسائل الدفع الإلكتروني.

- إبراز أهم آليات الخدمات المصرفية.

- تقديم أبرز الخدمات والوسائل التي يقدمها بنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة قالمة.

### منهج الدراسة:

إعتمدنا في الجزء النظري على المنهج الوصفي من خلال وصفنا لمختلف المفاهيم المتعلقة بوسائل الدفع الإلكتروني والخدمات المصرفية المقدمة من طرف البنك، كما استخدمنا المنهج التحليلي من خلال تحليلنا لإستبيانات الموزعة على عينة عشوائية من العملاء، كما إعتمدنا على منهج دراسة حالة في إسقاط الدراسة النظرية على الجزء التطبيقي وذلك لمعرفة التطورات الحاصلة في مجال وسائل الدفع الإلكتروني على بنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة قالمة، كما إستخدمنا المنهج الإحصائي نظرا لاستخدام برنامج الspss.

### مجتمع وعينة الدراسة:

- يتمثل مجتمع البحث في بنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة البحث.

- أما عينة البحث فتتمثل في الزبائن التابعين للبنك.

### الدراسات السابقة:

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

- دراسة زهير زواش، " دور نظام الدفع الإلكتروني في تحسين المعاملات المصرفية -دراسة حالة الجزائر- "، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية، جامعة العربي بن مهيدي، 2011. وقد هدفت هذه الدراسة إلى محاولة تقييم وسائل الدفع الحديثة لإمكانية مقارنتها بوسائل الدفع التقليدية ومن أهم النتائج المتوصل إليها ظهور وسائل دفع إلكترونية سمح بخلق مؤسسات رائدة في هذا المجال ووسع الآفاق أمام التجارة الإلكترونية، حسب اصبحت تحقق أموال طائلة من هذه الوسائل الحديثة.

- دراسة سهى حسن محمود، "تقويم فرص تطبيق التسويق الالكتروني وتأثيره على تحسين جودة الخدمة المصرفية"، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير جامعة تشرين، 2014، تهدف هذه الدراسة الى التعرف على التسويق الالكتروني على تسين جودة الخدمة المصرفية، ومن أهم النتائج المتوصل اليها ان المصرف التجاري يستخدم التسويق الالكتروني بشكل كفاء وفعال وتأثيره على تحسين جودة الخدمة المصرفية.

- دراسة: ميهوب سماح، " أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال على الأداء التجاري والمالي على المصارف" أطروحة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الدكتوراه، في العلوم الاقتصادية، جامعة قسنطينة، الجزائر، 2014، توصلت الدراسة إلى وجود التقنيات الحديثة يساعد المصارف على تطوير أداءها التجاري من خلال تحسين جودة خدماتها المصرفية والتحكم في التكاليف وجعل الخدمات منافسة.

#### صعوبات الدراسة:

يمكن تلخيص صعوبات البحث في النقاط التالية:

- قلة هذه الدراسات السابقة حول هذا الموضوع.
- صعوبة ملء الإستبيان من قبل بعض العملاء لتأخرهم في ذلك.

#### حدود الدراسة:

- المجال الزمني: يمتد المجال الزمني لهذا البحث بشقيه النظري والتطبيقي خلال السداسي الثاني من السنة الدراسية 2023-2024، إبتداء من اختيار الموضوع، إعداد قوائم الإستبيان وصولاً إلى التوزيع والتحليل وإستخلاص النتائج.

-المجال المكاني: اقتصرت هذه الدراسة على عملاء بنك الفلاحة و التنمية الريفية\_ وكالة قالمة- اللذين يستخدمون الوسائل الإلكترونية المتاحة لديهم.

#### خطة البحث:

يهدف الإجابة على الإشكالية المتبناة أعلاه واختبار صحة الفرضيات ارتأينا الى تقسيم البحث الى:  
المقدمة العامة: وتطرح فيها الإشكالية الرئيسية ونستعرض مختلف جوانب الموضوع.

الجزء النظري: ويتضمن فصلين:

-الفصل الأول: وجاء بعنوان الإطار النظري لوسائل الدفع الإلكترونية وتضمن ثلاث مباحث ففي المبحث الأول تطرقنا إلى وسائل الدفع الإلكترونية من خلال تعريفها وخصائصها وأهميتها، أما المبحث الثاني فأدرجنا فيه أنواع وسائل الدفع الإلكترونية والمبحث الثالث قيمنا فيه وسائل الدفع الإلكتروني من حيث مزاياها وعيوبها وطرق حمايتها والعوامل المساعدة والمعركة لوسائل الدفع الإلكتروني.

-الفصل الثاني: صيغ بعنوان ترقية الخدمات المصرفية، وتضمن هو الآخر ثلاث مباحث، ففي المبحث الأول تطرقنا إلى مفاهيم حول الخدمات المصرفية، والمبحث الثاني تحدثنا فيه عن تطوير وترقية الخدمات المصرفية أما المبحث الثالث ففيه ذكرنا أهم الآليات تطوير الخدمات المصرفية وكيف ساهمت وسائل الدفع الإلكترونية في ترقية الخدمات المصرفية.

جزء تطبيقي يشمل الفصل الثالث حول دور وسائل الدفع الإلكترونية في ترقية الخدمات المصرفية في بنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة قالمة وتضمن هذا الفصل ثلاث مباحث وهي كالاتي المبحث الأول قدمنا فيه البنك محل الدراسة أما المبحث الثاني فهو بعنوان الخدمات المصرفية ووسائل الدفع الإلكترونية في بنك الفلاحة والتنمية الريفية أما المبحث الثالث فقدمنا فيه استخدامات وسائل الدفع الإلكتروني ودورها في تحسين ترقية الريفية وكالة قالمة. الخاتمة العامة: وتشمل على الخلاصة العامة ونتائج اختبار فرضية البحث ونتائج البحث التوصيات المقترحة.

---

# الفصل الأول

الإطار النظري لوسائل الدفع الإلكتروني الحديثة

---

## تمهيد :

تطور نشاط البنوك وتوسعت مساحة ودائرة ونطاق اعمالها المصرفية سواء على مستوى الداخلي او الخارج؛ حيث اخذت البنوك تتجه نحو الاستفادة القصوى مما تتيحه هذه التكنولوجيا الحديثة وتمثلت اساسا في الاستخدام الواسع لوسائل الدفع والسداد الالكترونية. حيث حققت هذه الاخيرة السرعة في المعاملات وقللت من التكلفة واصبحت تذر فوائد وعوائد مالية، ومن ثم حققت مزايا سواء بالنسبة للبنك او للعملاء او حتى الاقتصاد الوطني، ووسائل الدفع الالكترونية هي الاخرى تأخذ عدت اشكال تتلائم طبيعة المعاملات والخدمات المصرفية الالكترونية واهمها الشيك الالكتروني، البطاقات الالكترونية، المحفظة الالكترونية، النقود الالكترونية.

## المبحث الأول: وسائل الدفع الالكترونية

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

## المطلب الاول: تعريف وسائل الدفع الالكترونية

تعددت تعريف وسائل الدفع الإلكترونية، و يمكن استعراض أهمها كما يلي:

"هي الوسيلة التي تمكن صاحبها من القيام بعملية الدفع المباشر عن بعد عبر الشبكات العمومية للاتصالات".<sup>1</sup>

"هي مجموعة الأدوات والتحويلات الإلكترونية التي تصدرها المصارف والمؤسسات كوسيلة دفع وتمثل في البطاقات البنكية والنقود الإلكترونية والشيكات الإلكترونية والبطاقات الذكية".<sup>2</sup>

من التعريف السابقة يمكن تلخيص مفهوم وسائل الدفع الالكترونية على أنها: تلك الوسائل التي تسمح بتحويل الأموال وفق تقنية إلكترونية مما يسهل عملية التبادل بطريقة آمنة و سريعة و بأقل تكاليف ممكنة.

## المطلب الثاني: خصائص وسائل الدفع الالكترونية

تميز وسائل الدفع الالكترونية مجموعة من الخصائص يمكن تلخيصها فيما يلي:

= يتسم الدفع الالكتروني بالطبيعة الدولية، كونه وسيلة مقبولة من جميع الدول، حيث يتم استخدامه لتسوية الحساب في المعاملات التي تتم عبر فضاء الكتروني بين المستخدمين في كل أنحاء العالم.

= يتم الدفع من خلال استخدام النقود الإلكترونية و التي تمثل قيمة نقدية تتضمنها بطاقة بها ذاكرة رقمية أو الذاكرة الرئيسية للمؤسسة التي تهيمن على إدارة عملية التبادل.

<sup>1</sup> نعيمة مولفرعة، احلال وسائل الدفع المصرفية التقليدية بالإلكترونية، مجلة البحوث في الحقوق و العلوم السياسية، العدد 6، 2016، ص 487.

<sup>2</sup> منصور الزين، وسائل و انظمة الدفع و السداد الإلكترونية، مجلة الاقتصاد الجديد، جامعة البليدة، العدد 00، 2009، ص 146، 147.

= يستخدم هذا الأسلوب لتسوية المعاملات الإلكترونية عن بعد، حيث يتم إبرام العقد بين أطراف المتبايعين في المكان ويتم الدفع عبر شبكة الانترنت.<sup>1</sup>

= يتم الدفع الالكتروني بأحد الأسلوبين :

الأول: من خلال نقود مخصصة سلفا لهذا الغرض، ومن ثم الدفع لا يتم إلا بعد الخصم من هذه النقود.

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

= يلزم تواجد نظام مصرفي معد لإتمام ذلك: أي توفر أجهزة تتولى هذه العمليات التي تتم عن بعد لتسهيل تعامل أطراف وتوفير الثقة فيما بينهم.

= يتم الدفع الالكتروني من خلال نوعين من الشبكات:

الأولى: شبكة خاصة يقتصر الاتصال بها على أطراف التعاقد، ويفترض ذلك وجود معاملات علاقات تجارية ومالية مسبقة بينهم.

الثانية: شبكة عامة حيث يتم التعامل بين العديد من الافراد لا توجد بينهم قبل ذلك روابط معينة.<sup>2</sup>

### المطلب الثالث: أهمية وسائل الدفع الالكترونية

إن الانتشار الواسع لوسائل الدفع الإلكتروني ترحم أهميتها البالغة في مجال التجارة الإلكترونية سواء على الصعيد العام أو على الأطراف المتعاملين معها. و يمكن استعراض أهمها فيما يلي:<sup>3</sup>

-أنها أداة وفاء مقبولة كوسيلة دفع دولية في شتى أرجاء العالم، بدلا من مخاطر حمل النقود، كما أنها أداة وفاء شخصية بحيث لا يمكن لأحد استخدامها سوى صاحبها.

-تقلل من الاحتفاظ بمبالغ نقدية كبيرة في متاجر التجار، فضلا عن تفادي الأخطاء الواردة أثناء عملية عد النقود لكون عملياتها آلية بالكامل.

-تعتبر مصدر لتوليد مداخيل إضافية أخرى تتمثل في الاستغلال المسبق للأموال التي تمثل قيمة هذه البطاقة من قبل حوالة الإصدار، يغطي جزء منها تكاليف الإصدار و الجزء الآخر يغطي تكاليف إعادة الشحن.

<sup>1</sup> - لوصيف عمار، استراتيجيات نظام المدفوعات للقرن الحادي والعشرون مع الاشارة الى التجربة الجزائرية، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية، تخصص التحليل و الاستشراف الاقتصادي، جامعة قسنطينة، 2009، ص 31.

<sup>2</sup> - نعيمة مولفرعة، مرجع سبق ذكره، ص 489.

<sup>3</sup> محمد فخري مكي، نظم التشغيل الإلكتروني في البنوك، منشورات معهد الدراسات المصرفية، مصر، 1990، ص 17.

## المبحث الثاني: أنواع وسائل الدفع الإلكترونية

تعددت الوسائل الدفع الإلكترونية واتخذت أشكالا مختلفة تتلاءم مع طبيعة المعاملات وتسوية المدفوعات حيث كان أول ظهور لها في شكل بطاقات بنكية ومع التطور في مجال تكنولوجيا الإتصالات أخذت أشكالا جد متطورة ومتنوعة.

## المطلب الأول: البطاقات البنكية

تعتبر البطاقات البنكية من أكثر وسائل الدفع الإلكترونية تداولاً نظراً للإقبال الذي حظيت به هذه البطاقات خاصة مع تطوير عنصر الأمان فيها فضلاً عن السهولة التي تتيحها في المعاملات المصرفية الإلكترونية.

أولاً: تعريف البطاقة البنكية: تعددت التعاريف للبطاقة البنكية حيث نجد:

" فهي بطاقة بلاستيكية أو ورقية مصنوعة من مادة يصعب العبث بها تصدرها جهة ما -بنك-، أو شركة استثمار، يذكر فيها إسم العميل الصادرة لصالحه، ورقم حسابه. وهي التي يتم صرف الأموال من البنوك بواسطتها من خلال ملكيات الصرف الآلية، كونها وسيلة دفع فإنها تعطى لحاملها ائتماناً قصير الأجل".<sup>1</sup>

ثانياً: أنواع البطاقة البنكية: توجد تصنيفات عديدة للبطاقات البنكية نورد أهمها فيما يلي:

## 1- التقسيم الأساسي للبطاقات البلاستيكية :

أ- البطاقات الائتمانية: (القروضية) هي عبارة عن مستند يعطيه مصدره لشخص ثقة به، في شكل قرض استهلاك بناء على عقد مبرم بينهما، يمكنه من الحصول على حاجياته من السلع أو الخدمات من محلات تقبل هذا المستند لنفس المصدر أو غيره بناء على عقد سابق بينها دون أن يدفع الحامل الثمن فوراً، كما قد يمكنه من سحب النقود من الصراف الآلي ولو لم يكن له رصيد أو رصيده غير كافي على أن يرجع المصدر على الحامل لتسديد قيمة هاتاه السلع والخدمات زائد الفوائد التي يحددها المصدر في شكل أقساط دورية. وتنقسم البطاقات إلى نوعين:<sup>2</sup>

البطاقات الائتمانية المتجددة: نوع من بطاقات الدفع تستخدم كأداة وفاء و إئتمان في نفس الوقت فهي تتيح لحاملها الحصول على السلع و الخدمات فور تقديمها والدفع الآجل لقيمة تلك السلع والخدمات وذلك للبنك

<sup>1</sup> لوصيف عمار، مرجع سبق ذكره، ص43.

<sup>2</sup> - ليندة شامي، الائتمان المصرفي، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة دكتوراه، كلية الحقوق و العلوم السياسية، جامعة الجزائر، 2011، ص19.



المصدر لتلك البطاقة. ولحامل البطاقة الحق في أن يدفع كامل الرصيد الظاهر بكشف حساب البطاقة الشهري أو جزء منه إذ يتوقف ذلك على الإتفاق المبرم بين البنك وحامل البطاقة، مقابل دفع عوائد مدينة عن رصيد الإستخدامات الظاهر بكشف حساب البطاقة في نهاية كل شهر والذي لم يسدد خلال الشهر التالي.<sup>1</sup>

**البطاقة الائتمانية الغير متجددة (بطاقة الخصم الشهري):** تختلف هذه البطاقات الائتمانية المتجددة في أن السداد يجب أن يتم بالكامل من قبل العميل للبنك خلال الشهر الذي يتم فيه السحب أي أن الفترة الائتمانية في هذه الحالة لا تتجاوز شهرا، وتتيح هذه البطاقة لحاملها فرصة الشراء الآني والتسديد لاحقا، وفي حالة عدم التسديد لا يمنح حاملها قرضا جديدا ونسحب منه البطاقة.<sup>2</sup>

**ب \_ البطاقات الغير الائتمانية (غير القرضية):** تسمى أيضا بطاقة الخصم الفوري (المدينة) حيث تستخدم كأداة وفاء فقط حيث يحصل حامل البطاقة على إحتياجاته من السلع و الخدمات و الصرف النقدي فور تقديم البطاقة ويتم الخصم مباشرة لقيمة هذه الإستخدامات من الحساب الجاري المفتوح طرف البنك المصدر. <sup>3</sup> ويوجد منها عدة أنواع منها:

**البطاقة المدينة:** وهي البطاقات التي تعتمد على وجود أرصدة فعلية للعميل لدى البنك ، إذ تسمح لحاملها تسديد مشترياته من خلال السحب على حساباته الجارية في المصرف مباشرة، أي أنه بدلا من الإقتراض من مصدر البطاقات و التسديد لاحقا كما هو الحال في البطاقة الائتمانية فإن العميل يحول الأموال العائدة له إلى البائع (التاجر) عند إستعماله لهذه البطاقة.<sup>4</sup>

ومن الأمثلة عن البطاقة المدينة لدينا:

**بطاقات الشيكات:** يتعهد بها البنك بسداد الشيكات التي يحررها العميل بشروط معينة وهذه البطاقة تصدر خصيصا لمهمة ضمان الوفاء بشيك و يطلق عليها بطاقات ضمان الشيكات، يضمن فيها البنك المصدر لبطاقة الوفاء بقيمة الشيكات التي يصدرها العميل حامل البطاقة، ويضع العميل رقم بطاقته على ظهر الشيك حتى

1 - نادر شعبان إبراهيم السواح، النقود البلاستيكية، الدار الجامعية، الأردن، 2006، ص 244.

2 - أحمد محمد غنيم، التسويق و التجارة الإلكترونية، المكتبة العصرية، مصر، 2008، ص 244.

3 - نادر شعبان إبراهيم السواح، مرجع سبق ذكره، ص 20.

4 - زهير زواش، دور نظام الدفع الالكتروني في تحسين المعاملات المصرفية، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية، جامعة العربي بن المهدي، الجزائر، 2010، ص 28.

يستطيع المستفيد الاستفادة من هذا الضمان. وسبب إصدار مثل هذه البطاقات هو رفض التجار التعامل بالشيكات خشية عدم وجود رصيد للعميل يسمح بالوفاء بقيمة المشتريات فتقوم البنوك بدعم عملائها بإصدار بطاقة الضمان.<sup>1</sup>

**بطاقة السحب الآلي:** يمكن للعميل وبمقتضاها سحب مبالغ نقدية من حسابه بحد أقصى متفق عليه، وهي بطاقات وظيفتها الوحيدة السحب النقدي من الموزعات الآلية للنقود و الشبايك الأوتوماتيكية التابعة للبنك المصدر لها ويمكن أن تتضمن خدمات أخرى: الإطلاع على الرصيد، إجراء تحويلات، طلب كشف الحساب، طلب دفتر الشيكات و إستلامه، الخ.<sup>2</sup>

**بطاقة الخصم:** يتميز هذا النوع من البطاقات بأنه لا يتضمن إئتمان، بل يتم خصم قيمة الصفقة من حساب العميل في البنك مثلما هو الحال بالنسبة لبطاقات الصراف الآلية.<sup>3</sup>

## 2-التقسيم الفرعي للبطاقات الائتمانية

### أ- تقسيم البطاقات حسب جهة الإصدار: يوجد ثلاث أنواع:<sup>4</sup>

**النوع الأول:** البطاقات الائتمانية الصادرة عن مصارف مرخص لها من المنظمة العالمية الراعية للبطاقة، فمنظمة البطاقة لا تعتبر مؤسسة مالية تقوم بعملية إصدار البطاقة بل هي بمثابة ناد يمنح تراخيص إصدار البطاقة للمصارف ويساعدهم على إدارة خدماتها مثل بطاقة الفيزا والماستر كارد.

**النوع الثاني:** البطاقات الصادرة مباشرة عن المؤسسات المصرفية العالمية حيث تشرف هذه المؤسسات مباشرة على عملية إصدار البطاقات بدون منح تراخيص إصدارها لأي مصرف كما تتولى بنفسها إستيفاء حقوقها من حملة بطاقات أميركان اكسبريس - داينرز كلوب.

**النوع الثالث:** بطاقات صادرة من المؤسسات التجارية الكبيرة وهي بطاقة يصدرها المحل التجاري لعملائه، تتيح لهم شراء ما يحتاجونه على الحساب من السلع والخدمات التي يقدمها، وذلك في حدود سقف معين، كما أن بعض المحلات تقدم قروضا نقدية لحملة بطاقتها، ويقوم حامل البطاقة بسداد قيمة مشترياته ومسحوباته النقدية إلى المحل التجاري في نهاية كل شهر بالكامل أو تسديد جزء منها وتحمله بالفوائد على المبالغ المؤجلة.

1 - لوصيف عمار، مرجع سبق ذكره، ص 41.

2 - لوصيف عمار، مرجع سبق ذكره، ص 42

3 زهير زواش، مرجع سبق ذكره، ص 30.

4 - نادر شعبان إبراهيم السواح، مرجع سبق ذكره، ص 22، 21.

ب- تقسيم البطاقات بحسب المزايا المقدم حامل البطاقة: وهي ثلاثة أنواع<sup>1</sup>

**النوع الأول البطاقة الفضية:** هذا النوع يعطي لحامله حدا من الإئتمان منخفضا نسبيا فيمنح هذا النوع لمعظم العملاء عندما يتوفر الحد الأدنى من المتطلبات المطلوبة، كما يوفر لحاملها القدرة على الشراء من التجار والسحب النقدي من البنوك وأجهزة الصراف الآلي.

**النوع الثاني البطاقة الذهبية:** هذا النوع من البطاقات يصدر للعملاء أصحاب الأموال، فحامل هذه البطاقة تضاف إليه بعض المزايا الأخرى الممنوح له مجانا مثل: التأمين ضد الحوادث ويحصل على إستشارات قانونية مجانا... الخ، وتزيد رسوم الإشتراك عن حامل هذه البطاقة عن حامل البطاقة الفضي، وعادة يكون الإئتمان المالي والتاريخ المالي لصاحب البطاقة معيارا لهما ومحددا في نوع البطاقة التي تصدر له.

**النوع الثالث البطاقة الماسية:** وهي بطاقة تصدر لكبار العملاء وتتميز بعدم وجود حدود إئتمانية وتعطي لحاملها نفس المزايا للبطاقة الذهبية، وتصدر هذه البطاقة عن طريق بعض المؤسسات المالية مثل: أميركان إكسبرس .

ج- تقسيم البطاقات حسب الاستخدام: و يمكن تقسيمها كما يلي:<sup>2</sup>

**النوع الأول بطاقة الائتمان العادية:** إن بطاقات الائتمان العادية هي أكثر أنواع البطاقات إستخداما، فهي تستخدم في الشراء و الحصول على خدمات، وإمكانيتها في السحب النقدي من الصراف الآلي، أو من البنوك التي تكون مشتركة في عضوية هذه البطاقة.

**النوع الثاني بطاقة السحب النقدي الإلكتروني:** تستخدم بطاقة الصراف الآلي في عملية سحب النقود سواء كانت من أجهزة الصراف الآلي المحلي أو الدولي.

**النوع الثالث البطاقات المحلية:** إن هذا النوع من البطاقات لا يستخدم إلا داخل حدود إقليم البنك مصدر البطاقة وفي نفس عملة هذا الإقليم، فإن مجال استخدام هذا النوع من البطاقات قليل جدا وفي حدود ضيقة، لأنه لا يعطي حامله ميزات مثل النوع الآخر الذي يستخدم بنسبة كبيرة ويستخدم في جميع أنحاء العالم ويمكن سحب جميع العملات وسحبه من الصراف بالعملة التي يرغب بها حامل البطاقة.

<sup>1</sup> - جلال عايد الشورة، وسائل الدفع الالكتروني، دار الثقافة، عمان، 2008، ص 25.

<sup>2</sup> - عبد الوهاب ابراهيم أبو سليمان، البطاقات البنكية، دار القلم، ط1، سوريا، 1998 ص 39، 37.

د- تقسيم البطاقات حسب نوع الضمان المقدم من حامل البطاقة: و هي كالاتي<sup>1</sup>

النوع الأول: بطاقات تصدر بضمان شخصي وهي بطاقات تصدر لكبار العملاء المعروفين للبنك و الشخصيات العامة و الموظفين ذوي الدخل المرتفعة.

النوع الثاني: بطاقات تصدر بضمان عيني جزئي وهي تصدر مقابل ضمان عيني يقل عن الحد الأقصى للبطاقة وهي تصدر لعملاء البنك القدامى وعملاء الائتمان.

النوع الثالث: بطاقات تصدر مقابل ضمان عيني كامل أي بقيمة تعادل الحد الأقصى للبطاقة ، ويصدر هذا النوع للعملاء الحاليين أو المرتقبين و غير المعروفين بملاءتهم أو غير المدروسين ائتمانيا.

هـ- تقسيم البطاقات من حيث النظم التكوينية الرئيسية تنقسم إلى ثلاث أنواع رئيسية وهي<sup>2</sup>

النوع الأول: البطاقات الممغنطة: هي بطاقات عادية تحتوي على شريط ممغنط في ظهر البطاقة يحتوي على رقم تعريف حامل البطاقة (الرقم السري، لحامل البطاقة).

النوع الثاني: البطاقة الرقائمية: تعتبر أحدث البطاقات المنتجة على مستوى العالم حيث يستخدم فيها تكنولوجيا متطورة حيث تضاف دائرة إلكترونية بالشريط الممغنط وتحتوي هذه الدائرة على بيانات وتعليمات مخزنة خاصة بالعميل وتخزن أيضا المعاملات التي قام بها العميل سواء عمليات شراء أو سحب نقدي والتي تخصم مباشرة من حد البطاقة المخزن على الدائرة الإلكترونية مما يعطي أمان أكبر للبنك الصارف أو التاجر ويطلق على هذه البطاقات أيضا البطاقة الذكية.

النوع الثالث البطاقة البصرية: وهي إما بطاقة ممغنطة أو رقائمية تحتوي على صورة مجسمة ثلاثية الأبعاد لحامل البطاقة وهذا يزيد عنصر الأمان وخاصة لدى التاجر والبنوك الذين ليس لديهم آلات إلكترونية.

## ثالثا: خصائص البطاقات البنكية

من خصائص البطاقات البنكية نجد<sup>3</sup>:

- هي بمثابة كومبيوتر متنقل للعميل لإحتوائها على سجل لجميع المعلومات الشخصية، وتستطيع هذه البطاقات تخزين أكثر من 100 ضعف من المعلومات مقارنة بالبطاقات البلاستيكية الأخرى.

1 - نادر شعبان إبراهيم السواح، مرجع سبق ذكره، ص22.

2 - نادر شعبان إبراهيم السواح، مرجع نفسه، ص ص 25،24.

3 - منير محمد الجنبههي، البنوك الإلكترونية و النقود الإلكترونية، دار الفكر الجامعي، مصر، 2005، ص50.

- تعبر عن قيمة نقدية مخزونة مدفوعة مقدما، أي أن هذه البطاقة قادرة على تخزين نقد إلكتروني يغني حاملها عن الذهاب إلى البنك.

- تساعد على تخفيض عدد البطاقات التي يحملها كل شخص، فهي تلعب دور بطاقة الائتمان وبطاقة الصرف ورخصة القيادة وبطاقة التأمين الصحي، فهي تجمع بين كل هذه البطاقات المتعددة الوظائف في بطاقة واحدة.  
- تمثل أفضل حماية ضد التزوير وسوء الاستغلال، إذ أن المعلومات التي توجد عليها مشفرة، بحيث تستطيع أجهزة قراءة البطاقات للتأكد من أن هذه البطاقة أصلية من خلال التوقيع الرقمي المشفر المخزن في معالج البطاقة.

#### رابعا: أطراف البطاقات البنكية

تتضمن البطاقات البنكية على الأطراف الأساسية التالية:<sup>1</sup>

**1- الطرف الأول:** مصدر البطاقة وهو المخول قانونيا بإصدار البطاقة لحاملها و يقوم وكيل عنه بتسديد قيمة المشتريات للتاجر.

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

**3- الطرف الثالث:** التاجر وهو الذي يبرم عقدا مع مصدر البطاقة بتقديم السلع والخدمات المتوفرة لديه المطلوبة من قبل العملاء حاملي بطاقة البنك الذي تم الإلتفاق معه.

#### المطلب الثاني: البطاقات الذكية و النقود الإلكترونية

كذلك من أدوات الدفع الإلكترونية والتي بدأ صيتها ينتشر عبر أنحاء العالم نجد البطاقات الذكية و النقود الإلكترونية والذي يتوقع لها إحتلال مكانة بارزة في التعاملات المصرفية الإلكترونية في المدى الطويل. وعليه سنتناول البطاقات الذكية في (الفرع الأول) والنقود الإلكترونية في (الفرع الثاني).

#### أولا: البطاقات الذكية:

مع التطور المستمر في مجال أمن و تسهيل طرق الدفع و السداد الإلكتروني، ظهر جيل جديد من البطاقات يسمى البطاقة الذكية.

<sup>1</sup> - أبو سليمان عبد الوهاب إبراهيم، مرجع سبق ذكره، ص ص 43، 47.

**1: تعريف البطاقة الذكية:**

"هي بطاقة بلاستيكية تحتوي على خلية إلكترونية يتم عليها تخزين جميع البيانات الخاصة بحاملها مثل: الاسم، العنوان، المصرف، المصدر، أسلوب الصرف، المبلغ المصروف و تاريخه، وتاريخ حياة الزبون".<sup>1</sup>

**2: خصائص البطاقة الذكية: تتميز البطاقة الذكية بالخصائص التالية:<sup>2</sup>**

\_\_ هذه البطاقة تجمع في بطاقة واحدة كل الأدوار التي تستطيع أن تؤديها بطاقات الائتمان، وبطاقات الخصم، وبطاقات الصراف الآلي.

\_\_ تتسم بسهولة الحصول عليها، وذلك من خلال منافذ الصراف الإلكتروني، ومراكز البيع التجارية، والهواتف و أجهزة التلفزيون التفاعلي.

\_\_ تمكن البطاقة الذكية حاملها من إختيار طريقة التعامل بها سواء كان هذا التعامل إئتماني أو عن طريق الدفع الفوري.

**ثانيا: النقود الالكترونية:**

دأبت الأدبيات الحديثة عن استخدام مصطلحات مختلفة للتعبير عن مفهوم النقود الإلكترونية، فقد إستخدم البعض إصطلاح النقود الرقمية أو العملة الرقمية بينما استخدم البعض الآخر مصطلح النقود الإلكترونية وبغض النظر على الإصطلاح المستخدم فإن هذه التعبيرات المختلفة تشير إلى مفهوم واحد وهو النقود الإلكترونية.

**1- تعريف النقود الإلكترونية:**

"هي عبارة عن قيمة لعملة تصدر بشكل إلكتروني مخزنة على الوسيلة الإلكترونية<sup>3</sup> تمثل حقا لصاحبها على مصدر هذا النقد والأصل أن إصدار هذا النقد يتم مقابل ودیعة لا تقل قيمتها عن القيمة المصدرة أي أنها قائمة على مبدأ الدفع وتكون مستقلة عن أي حساب مصرفي كما يمكن إستعمالها في دفع المشتريات عبر شبكة الإنترنت، وتحظى بقبول واسع من غير مقام بإصدارها وتستعمل كأداة للدفع لتحقيق أغراض مختلفة".<sup>4</sup>

1 - محمد عبد حسين الطائي، التجارة الإلكترونية، ط1، دار الثقافة، عمان، 2010، ص 187.

2 - لوصيف عمار، مرجع سبق ذكره، ص 46.

3 - أحمد سفر، أنظمة الدفع الإلكترونية، منشورات الحلبي الحقوقية، لبنان، 2008، ص ص 48، 49.

4 - أحمد سفر، مرجع سبق ذكره، ص ص 49، 51.

## 2- خصائص النقود الإلكترونية:

النقود الإلكترونية عدة خصائص وتكون في شكلين:<sup>1</sup>

أ- **خصائص عملية متعلقة بالإستخدام:** يتميز النقد الإلكتروني عن أدوات الدفع الأخرى كما يلي:

يتميز النقد الإلكتروني عن أدوات الدفع الأخرى كما يلي:

- أنه يحتفظ بالقيمة كمعلومات رقمية مستقلة عن أي حساب مصرفي.
- أنه يسمح بتحويل القيمة إلى شخص آخر عن طريق تحويل المعلومات الرقمية.
- أنه يسمح بتحويل عن بعد عبر شبكة الانترنت أو شبكات الاتصال اللاسلكية.
- يتلاءم مع التعاملات قليلة القيمة لأن نفقات التبادل تكون عادة عند حدودها الدنيا.
- يتميز بكون التعامل به متاحا لكل الأوقات و الظروف ليتناسب مع طبيعة الإنترنت العالمية.
- أنه مصمم ليكون سهل الاستخدام مقارنة بوسائل الدفع الأخرى.

ب- **خصائص متعلقة باحتياطات الأمن:** ونذكر منها

- أن يتحقق الأمان عند استخدامها بحيث يصعب اختراقها من قبل القرصنة .
- أن تتميز بالقدرة على العمل المتواصل و التشغيل في كل الظروف بما يحفظ حقوق المتعاملين بها.
- أن تحقق الثقة في التعامل بشكل يجعل المتعاملين بها عاجزين عن إنكار قيامهم بالدفع النقدي بعد إتمامه.

## 3- أشكال النقود الإلكترونية:

تختلف أشكال النقود الإلكترونية وصورها تبعاً للوسيلة التي يتم من خلالها تخزين القيمة النقدية وذلك وفقاً لحجم القيمة النقدية المخزنة على تلك الوسيلة التكنولوجية، ومن ثم فإن هناك عدة معايير لتمييزها:

أ- **معيار الوسيلة:** وفقاً لهذا المعيار هناك ثلاثة أنواع:<sup>2</sup>

**البطاقة السابقة الدفع:** ويقصد بالدفع السابق تخزين قيمة مالية معينة بشكل مسبق على شريحة إلكترونية مدمجة على بطاقة بلاستيكية والتي تتطلب تجهيز حاسب شخصي ببرامج معينة لكي تستخدم في عملية السداد ومن الأمثلة على هذه البطاقات البطاقة الذكية وبطاقة دامونت والتي يتم تداولها في الدائرك.

**القرص الصلب:** يتم تخزين النقود الإلكترونية على القرص الصلب بالكمبيوتر الشخصي ليقوم باستخدامها متى يريد من خلال شبكة الإنترنت لشراء ما يرغب فيه من سلع وخدمات على أن يتم خصم ثمن هذه السلع والخدمات

<sup>1</sup> - مرجع نفسه، ص ص 51،49.

<sup>2</sup> - عصام عبد الفتاح مطر، مرجع سبق ذكره، ص ص 91، 93.

في ذات الوقت من القيمة النقدية الإلكترونية المخزنة على ذاكرة الكمبيوتر الشخصي. وكذلك يطلق على هذا النوع من النقود بالنقود الشبكية.

**الوسيلة المختلط:** تعد هذه الوسيلة خليط مركب من الطريقتين السابقتين حيث يتم بموجبها شحن القيمة النقدية الموجودة على البطاقة الإلكترونية سابقة الدفع على ذاكرة الحاسب الآلي الذي يقوم بقراءتها وبثها عبر شبكة الإنترنت إلى الكمبيوتر الشخصي لبائع السلع والخدمات.

**ب- من حيث معيار القيمة النقدية:** وفقاً لهذا المعيار يمكن التمييز بين نوعين من النقود الإلكترونية:<sup>1</sup>  
**بطاقات ذات القيمة النقدية الضعيفة:** وهي بطاقات صالحة للوفاء بأثمان السلع والخدمات والتي لا تتجاوز قيمتها دولار واحد فقط.

**بطاقات ذات قيمة متوسطة:** وهي تلك التي تزيد قيمتها عن دولار واحد ولكنها لا تتجاوز المائة دولار.  
**ج- معيار المتابعة والرقابة عليها:**

**نقود إلكترونية قابلة للتعريف عليها (اسمية)** تتضمن وحدة النقد الإلكتروني معلومات متعلقة بهوية كل الأشخاص الذين سبق لهم أن تداولوها وهي تشبه بذلك بطاقات الائتمان، حيث يستطيع المصرف المعني أن يقتفي أثر وحدة النقد التي أصدرها أثناء تداولها، داخل النظام الإلكتروني وحتى تدميرها في نهاية المطاف.

**نقود إلكترونية غير إسمية (معلقة الهوية)** يتم تداولها دون الإفصاح عن هوية حاملها وتستخدم تماماً كأوراق النقدية من حيث كونها مصدر الصلة بمن يتعامل بها فلا تترك ورائها أثراً يدل على الهوية من انتقلت منه وإليه.<sup>2</sup>  
**د- معيار أسلوب التعامل بها:** يمكن أن نميز نوعين:

**نقود إلكترونية عن طريق الشبكة:** وهي نقود رقمية يتم في البداية سحبها من مصرف أو مؤسسة مالية أخرى وتخزينها في أداة معدنية داخلية توضع في جهاز حاسب شخصي و بالضغط على الفأرة الخاصة بهذا الجهاز ترسل النقود الإلكترونية عبر الإنترنت إلى المستفيد.

**نقود إلكترونية خارج الشبكة:** وهناك تتم التعاملات دون الحاجة للاتصال مباشرة بالمصدر فهي تتخذ عادة صورة بطاقة يجوزها المستهلك وتتضمن مؤشراً يظهر له التغييرات التي تطرأ على قيمتها المخزنة بعد إجراء تعامل نقدي وهي تثير قدراً أكبر من المشاكل الخاصة فيما يتعلق بالأمان من مخاطر الصرف المزدوج.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> مرجع نفسه ص 94

<sup>2</sup> \_ أحمد سفر، مرجع سبق ذكره، ص 49.

<sup>3</sup> - أحمد جمال الدين موسى، مرجع سبق ذكره، ص ص 122، 123 .



هـ- معيار الارتكاز: ونميز حسب هذا المعيار نوعين:

النقود الإلكترونية المرتكزة على القطع الرقمية: يتم فيها التبادل من خلال قطع رقمية إلكترونية لكل واحدة منها قيمة محددة تحتوي كل قطعة إلكترونية على معلومات تشمل رقما تسلسليا وقيمة محددة، وهي موقعة رقميا من قبل المؤسسة المصدرة، مما يسمح بالتحقق من صلاحية القطعة وبعض الأنظمة التي تعتمد على هذا النموذج إلى وضع معلومات إضافية على القطعة الإلكترونية كتاريخ انتهاء الصلاحية و المبادلات السابقة التي تمت عليها.

النقود الإلكترونية المرتكزة على أرصدة دفتر الأستاذ: ويتم تسجيل القيمة كرصيد في دفتر الأستاذ، يزيد الرصيد أو ينقص بحسب ما يتم من مبادلات.

-تحويل القيم من حساب لآخر إستنادا لتعليمات متبادلة.

-مسك دفتر الأستاذ من قبل وحدة إدارة الحسابات التي يتم الإتصال بها لإتمام المبادلات.<sup>1</sup>

### المطلب الثالث: المحافظ الإلكترونية و الشيكات الإلكترونية

كذلك نجد من وسائل الدفع الإلكترونية التي بدأت تنتشر المحفظة الإلكترونية و كذلك الشيك الإلكتروني الذي اصبح مكافئا للشك التقليدي.

#### أولا: المحافظ الإلكترونية

##### 1/ تعريف المحافظ الإلكترونية

هو برنامج يقوم المستخدم بتنصيبه على جهاز الحاسب الشخصي، ويتم تخزين المعلومات الشخصية وأرقام البطاقة الائتمانية في هذا البرنامج، وعندما يقوم المستخدم بعملية الشراء يضغط على كبسة واحدة على هذا البرنامج ليتم تعبئة المعلومات المطلوبة آليا، وظهرت هذه الطريقة بدلا من قيام العميل بتعبئة نموذج الشراء عن كل عملية، ومن أهم الشركات المصدرة " ماستر و فيزا كارد ".<sup>2</sup>

<sup>1</sup> - توفيق شميور، أدوات الدفع الإلكترونية- بطاقة الوفاء، الجديد في أعمال المصارف من وجهتين القانونية و الاقتصادية، ج1، لبنان، 2002، ص 105.

<sup>2</sup> ناظم محمد نوري الشمري، عبد الفتاح زهير العبد اللات، الصيرفة الإلكترونية، دار وائل للنشر، الأردن، ط01، 2008، ص 48.

## 2/ خصائص المحافظ الإلكترونية:

تتميز المحفظة الإلكترونية بخصائص متعددة نذكر منها: <sup>1</sup>

- تسوية المدفوعات والتسوق الإلكتروني: يعتبر الشراء عبر الإنترنت من خلال المحافظ الإلكترونية من الخدمات الأساسية، حيث يتيح لصاحب المصلحة الشراء وتتبع الطلبات من خلال الإنترنت. الأمر الذي سهل الحياة التجارية وأصبح بالإمكان التسوق الإلكتروني من المنزل دون الحاجة إلى تتبع الأسواق والذهاب بشكل شخصي إليها.
- سداد الفواتير: يمكن لأي شخص وإن لم يكن عميلاً للبنك أو الشركة التي تتبع لها المحفظة الإلكترونية، إدارة فواتيره الإستهلاكية بسهولة من خلال المحفظة الإلكترونية حيث تمكنه المحفظة الإلكترونية من جدولة فواتيره ومعرفة تواريخ إستحقاقها والمتأخر منها والمدفوعة من غير المدفوعة... الخ مثل: فواتير الكهرباء والماء والجوال ونحوها.
- إمكانية الإيداع والسحب: تتيح المحافظ الإلكترونية لمستخدميها إمكانية إيداع الأموال بشكل مباشر على المحفظة أو من خلال التحويل من حساباتهم البنكية إليها، ويمكن لمستخدمي المحافظ الرقمية سحب أموالهم بالكاش من مكائن الصرافات الآلية.
- إنشاء المتجر الإلكتروني: من الخدمات المميزة التي تقدمها المحافظ الإلكترونية: دعم التجارة الإلكترونية، فلا داعي إلى العناء والانتظار لفتح حسابات بنكية، بل يكفي ربط المواقع والمتاجر الإلكترونية بالمحافظ الإلكترونية، تسهلاً للسداد المباشر والسريع.

## 3/ أنواع المحافظ الإلكترونية:

تم تصميم العديد من أشكال المحافظ الرقمية لتلبي الإحتياجات المختلفة لمستخدميها، وفيما يلي نستعرض الأنواع الخمسة الأكثر شيوعاً: <sup>2</sup>

أ- **محفظة الإنترنت الرقمية:** تعتمد محفظة الإنترنت الرقمية على تقنية التخزين السحابي، تتميز المحفظة الرقمية بقدرة الدخول إليها وإستخدامها من أي جهاز أو في أي مكان طالما يمتلك المستخدم بيانات الحساب الخاص بها. أيضاً تسمح هذه المحافظ بالوصول إلى العملات الرقمية الموجودة وتخزينها وإستخدامها في إجراء المعاملات، إضافة إلى

<sup>1</sup> هاجد عبد الهادي العنبي، المحافظ الإلكترونية-دراسة تأصيلية تطبيقية-، مجلة العلوم الانسانية و الادارية، قسم الدراسات الاسلامية المعاصرة، جامعة المجمع، العدد 67، 2022، ص ص 7، 8.

<sup>2</sup> ولاء سعد ابو زيد، المحفظة الرقمية، صندوق النقد العربي، العدد 7، الإمارات، 2021، ص ص 10، 11.

سهولة باستخدامها أثناء التداول. أما عن أهم المخاطر التي يجب التحوط ضدها فيتمثل في خطر القرصنة والسرقة كونها متاحة على شبكة المعلومات الدولية ، من ثم يجب على مستخدم المحفظة الإلكترونية الحرص الشديد وعدم الكشف عن بيانات المحفظة لأي شخص وإختيار رموز النفاذ.

**ب-محفظة الهواتف الذكية:** هي عبارة عن تطبيقات تثبت على الهاتف الذكي يمكن إستخدامها لشراء السلع او الحصول على الخدمات تتميز بإرتفاع نسبة أمانها مقارنة بالمحافظ التي تتطلب الإتصال بشبكة المعلومات الدولية( الإنترنت). يعد تطبيق المحفظة مريح وسهل الإستخدام للغاية كونه مثبت على الهاتف الذكي حيث تسمح بإرسال إستقبال العملات الرقمية من خلال إستخدام رمز الإستجابة السريعة.

من أبرز التحديات التي قد تواجه المستخدم هي خطر فقدان الأصول الرقمية في حالة فقدان الهاتف او تلفه وتعرضها لخطر البرامج الضارة المتواجدة على الهاتف.

**ج-محفظة أجهزة الحاسب الآلي:** تسمى أيضا بالمحفظة المكتبية، وهي تطبيقات تحمل وتثبت على أجهزة الحاسب الآلي، تمنح محافظ سطح المكتب سيطرة كاملة على المفاتيح الخاصة بالمستخدم على عكس بعض الإصدارات المبنية على شبكة المعلومات الدولية (الإنترنت)، فهي تتمتع بنسبة أمان عالية لعدم حاجتها الإتصال بشبكة المعلومات الدولية.

**د-محافظ الورق:** يتم إستخدامها عن طريق طباعة المفاتيح الخاصة والعامة على الورق، ثم إرسال الأموال من خلال تحويلها إلى عنوان المحفظة وسحب الأموال بواسطة مسح رمز الإستجابة السريعة أو إدخال المفاتيح الخاصة، هذا النوع مميز ومفضل لدى الكثير من المستخدمين كونه مضاد للقرصنة لا يتم تخزين المحفظة على الهاتف الذكي أو جهاز الحاسب الآلي، ولا تتطلب خوادم من جهة خارجية، أما عن تحدياتها فهي صعوبة الإستخدام للمبتدئين وغير مناسبة للتداولات اليومية كما يمكن أن يتعرض الورق نفسه للتلف.

## ثانيا: الشيك الإلكتروني

## 1/ تعريف الشيك الإلكتروني:

تعددت تعريف الشيك الإلكتروني من بينها نجد ما يلي:

"هو رسالة إلكترونية موثقة ومؤمنة يرسلها مصدر الشيك إلى مستلم الشيك (حامله) ليعتمده ويقدمه للمصرف الذي يعمل عبر الإنترنت أو شبكات الإتصال الأخرى، ليقوم المصرف أولا بتحويل قيمة الشيك النقدية إلى حساب الشيك وبعد ذلك يقوم بإلغاء الشيك أو إعادته إلكترونيا إلى مستلم الشيك ليكون دليلا على أنه قد تم صرف الشيك فعلا، كما يمكن لمستلم الشيك أن يتأكد إلكترونيا من أنه قد تم بالفعل تحويل المبلغ لحسابه."<sup>1</sup>

البيانات الواجب توفرها في الشيك الإلكتروني:

لصحة الشيك الإلكتروني يجب توفره على البيانات التالية:<sup>2</sup>

رقم الشيك، إسم الدافع، ورقم حسابه، وإسم البنك، القيمة التي ستدفع، وحدة العملة المستعملة، تاريخ الصلاحية، التوقيع الإلكتروني للدافع، التظهير الإلكتروني للشيك للمستفيد.

## 2/ خصائص الشيك الإلكتروني:

يتميز الشيك الإلكتروني بالعديد من الخصائص التي تميزه عن غيره من وسائل الوفاء الإلكترونية، سنشير إلى أهم خصائص الشيك الإلكتروني وذلك على النحو التالي:<sup>3</sup>

- الشيك الإلكتروني ذو طبيعة شكلية، أي أنه تصرف شكلي لا يكون صحيحا إلا إذا تم في الشكل الإلكتروني و يتضمن بيانات محددة قانونا لتعتبر بعدها شيكا إلكترونيا.
- القابلية للتداول إلكترونيا، وهذا ما يتميز به عن الأوراق التجارية التقليدية القابلة للتداول بالطرق الإلكترونية، و تتم عملية التداول فيه إلكترونيا بطريقة الأنترنت، و ذلك عن طريق قيام الساحب بملء الشيك إلكترونيا و يوقعه

<sup>1</sup> حميد نشيت، نباولة حكيم، واقع وسائل الدفع الإلكترونية في الجزائر، مجلة الاقتصاد الجديد/العدد: 00، 2009، ص 218، 219.

<sup>2</sup> ناهد فتحي الحموري، الأوراق التجارية الإلكترونية، دار الثقافة، ط1، عمان، 2009، ص 205.

<sup>3</sup> مها عطا الله عجلان السلطاني العنزي، نحو تنظيم قانوني للتعامل بالشيك الإلكتروني في دولة قطر، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير، تخصص القانون الخاص، 2021، ص 18، 24.

إلكترونيا، و يرسله إلى المستفيد الذي يقوم بدوره بالتوقيع عليه بمفتاحه الخاص، و يرسله إلى البنك للتأكد من صحة الشبك ثم يصرفه.

- محل الشيك الإلكتروني مبلغا من النقود، تتفق جميع الأوراق التجارية التقليدية منها والإلكترونية بأن محلها يجب أن يكون مبلغا من النقود، يعد ضمن الشيكات الإلكترونية أو الأوراق التجارية بصفة عامة.
- الشيك الإلكتروني أداة مسحوب على بنك، بحيث يقوم البنك بخصم قيمة هذا الشيك المدونة من حساب الأمر بالدفع (الساحب) مما يجعل منه وسيلة وفاء فعالة يضمن من خلالها المتعاملين فيها إستحقاقها على الفور. حيث أنها لا يوجد ما يمنع من اعتبار الشيك الإلكتروني أداة إئتمان أيضا، بمعنى أن يدون إلكترونيا تاريخ معين يكون الشيك فيه مستحق الأداء، وذلك طالما وجد إتفاق بين الأطراف.

#### 4/ أطراف الشيك الإلكتروني:

الشيك الإلكتروني كالشيك العادي يتكون من ثلاثة أطراف وهم الساحب المستفيد والمسحوب عليه أو البنك، وهذه الأطراف تهدف لأي إنجاز بالشيكات الإلكترونية .<sup>1</sup>

أطراف الشيك الإلكتروني هم كآآتي:

- أ- الساحب: الساحب هو العميل المرخص له باستعمال الشيك الإلكتروني، وقد يرم هذا الشخص العديد من التعاقدات لتوفير السلع والخدمات، بحيث يقوم بشراء هذه السلع من خلال الوسائط الإلكترونية، ويقوم باتخاذ الشيك الإلكتروني كوسيلة للوفاء به في هذه التعاقدات والخدمات، ويجب أن يتفق مع البنك على تسوية المعاملات التجارية الإلكترونية، ومن ثم يجب أن يكون صاحب عميلا للبنك ولديه حساب فيه.<sup>2</sup>
- ب- المستفيد: المستفيد هو التاجر الذي يقبل التعامل بالشيك الإلكتروني مع المستهلك بناء على الاتفاق مسبق بينه وبين المستهلك، بحيث يعرض البائع السلعة في متجره الإلكتروني ويرغب الحصول على قيمتها من المشتري، وهذا المشتري هو الساحب وهذه القيمة تكون بوسيلة الشيك الإلكتروني الذي يحرره الساحب الى المستفيد.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> عبد الباسط محمد، ابرام العقد عبر الانترنت، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، 2010، ص43.

<sup>2</sup> نايف مسفر محمد الغامدي، أحكام الوفاء بالشيك الإلكتروني، مجلة العلوم الانسانية العربية، جامعة الملك عبد العزيز، المملكة العربية السعودية، المجلد1، العدد3، 2020، ص ص 39،40.

<sup>3</sup> نايف مسفر محمد الغامدي، مرجع سبق ذكره، ص40.

ج- المسحوب عليه: يقصد بالمسحوب عليه البنك أو المؤسسة المالية المقدمة لخدمة الدفع بالشيك الإلكتروني، وهي تلك المؤسسة التي تمنح العميل الشيك الإلكتروني بشروط محددة لسداد لمعاملات الإلكترونية.<sup>1</sup>

### 5/ أنواع الشيك الإلكتروني:

**الشيك الإلكتروني الورقي:** فشيك الإلكتروني الورقي هو عبارة عن شيك ورقي يتضمن نفس البيانات الشكلية التي يخضع لها الشيك الورقي عادة، وهذا هو المقصود حينما نضيف عبارة معالج إلكترونيا بصورة جزئية، سواء عند تقديمه للبنك، أو عند تظهيره لباقي الأطراف، ويتم ذلك عن طريق قيام المصرف بنقل البيانات على شريط ممغنط عن طريق الماسح الضوئي ويتم تداول هذا الشريط. هي عبارة عن تخزين معلوماتي للمعلومات المشكلة للشيك.

**الشيك الإلكتروني الممغنط:** يختلف هذا النوع من الشيكات عن النوع الأول إذ يختفي في هذا النوع الورق منذ بداية إنشاء الشيك، حيث يتم تسجيل بيانات الشيك مباشرة على شريط ممغنط وبالتالي فهي شكل جد متطور بالمقارنة مع الشيك الإلكتروني الورقي وذلك لأنه يتسم بالبساطة الشديدة من الناحية المادية، إذ تتجنب ضرورة التحرير المبدئي على الورق بينما يقوم الساحب في حالة الشيك الإلكتروني الورقي بتسليم مصرفه شيك حقيقي ورقي، هذا الإزدواج في العمليات لا يحدث في صورة الشيك الإلكتروني الممغنط، وهذا الأخير يشمل الخصائص القانونية نفسها للشيك الورقي ولكنه لا مادية.<sup>2</sup>

### المطلب الرابع: التحويلات المالية الإلكترونية و الفاتورة الإلكترونية

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

### أولاً: التحويلات المالية الإلكترونية

تعد التحويلات المالية واحدة من أهم العمليات المصرفية التي يقوم بها البنك سواء كان بنكا تقليديا او بنكا إلكترونيا.

<sup>1</sup> شريف هنية، الشيك الإلكتروني كوسيلة حديثة للوفاء، مجلة الحقوق و العلوم الانسانية، كلية الحقوق، جامعة الجزائر، المجلد 1، سنة...، ص 117.

<sup>2</sup> 1 خرباش جميلة، الشيك الإلكتروني اداة وفاء عن بعد في التجارة الإلكترونية، مجلة البيان للدراسات القانونية و السياسية، جامعة محمد البشير الابراهيمى، برج بوعريبيج، المجلد 3، العدد 1، جوان 2018، ص ص 187، 188.

**1-تعريف التحويلات المالية الإلكترونية**

"التحويل المالي الإلكتروني هو عملية يتم بموجبها نقل مبلغ معين من حساب إلى آخر عن طريق تقييده إلى الجانب المدين للآمر والجانب الدائن للمستفيد، سواء أن هذا التحويل يكون بين حسابين مختلفين في نفس البنك أو في البنكين مختلفين"<sup>1</sup>.

**2-صور التحويل المالي الإلكتروني**

تجري عملية التحويل المصرفي في عدة صور بين الحسابات المصرفية على النحو التالي:

**أ- التحويل المالي الإلكتروني بحسب المستفيد:**

يتم التحويل المالي الإلكتروني من حساب إلى آخر مفتوح بحساب الأمر بالتحويل لذا نفس البنك وهي الصورة الغالبة سواء كانت تلك الحسابات في نفس الفرع أو في فرع آخر لذات البنك، وفي حال إتمام تلك العملية فإنها تعتبر عملية تحويل داخلية بالنسبة للبنك بالرغم من اختلاف الفرع، لأن كل فروع البنك تعتبر شخصية واحدة، إذ لا يتمتع كل فرع بذات البنك بشخصية مستقلة، وأهم ما يميز هذه الحالة أن أطراف هذه العملية هما اثنان فقط، الأمر وهو ذاته المستفيد والبنك.

**ب- التحويل المالي الإلكتروني بحسب البنك**

تتضمن هذه الحالة صورتان، الأولى تتمثل في تحويل البنكي بين حسابين في البنك الواحد والثانية في تحويل بين حسابين في بنكين مختلفين، ففي الصورة الأولى يقوم البنك بخصم مبلغ الحوالة من حساب العميل الأمر وإضافته إلى حساب المستفيد، حيث يترتب على ذلك نقص جانب حساب الأمر ليزيد نفس القدر حساب المستفيد مع ثبات مجموع أرصدة البنك، وفي الصورة الثانية تتمثل بين حسابين مختلفين في بنكين مختلفين إذ يتم خصم قيمة الحوالة من حساب العميل الأمر، ويقوم بالمقابل بنك المستفيد ب قيد قيمة الحوالة في حساب المستفيد، ومن ثم تتم عملية التسوية بين البنكين بطريقة المقاصة.

<sup>1</sup> محمود محمد ابو فروة، الخدمات البنكية الإلكترونية عبر الانترنت، دار الثقافة، ط01، عمان، 2009، ص56.

## ج- التحويل المالي الإلكتروني بحسب سرعة التحويل:

الميزة الأهم في التعاملات المصرفية الإلكترونية المرونة وسرعة الانجاز، وقد شهد التحويل الإلكتروني للأموال في الآونة الأخيرة تغيرا ملموسا من جانب السرعة بالتحويل بظهور شركات متخصصة في خدمة الحوالات، تمتلك شبكة واسعة من الوكلاء في جميع أنحاء العالم تربطهم شبكة إتصال واحدة مغلقة، إذ يمكن للمستفيد إستلام قيمة الحوالة في ظرف وقت قصير جدا لا يتجاوز البضع دقائق إذ لم يكن ثواني من وقت إصدار أمر التحويل البنك.<sup>1</sup>

## ثانيا: الفاتورة الإلكترونية

## 1. تعريف الفاتورة الإلكترونية

" هي النظام الذي يسمح بإرسال الفواتير الكترونيا إلى العميل عبر الإنترنت، والمعلومات المطلوبة تكون مطبوعة على الفاتورة، ويتم تسديد قيمتها من خلال حساب العميل الجاري إلكترونيا."<sup>2</sup>

2. فوائد نظام دفع الفواتير إلكترونيا:

إن نظام دفع الفواتير إلكترونيا يجلب الفوائد للمستهلك والمؤسسة الصادرة منها الفاتورة.

أ- من ناحية المؤسسة:

تخفيض تكلفة إعداد معاملات الفواتير من ورق ووقت وموظفين.

توفر الفاتورة الإلكترونية خدمة أفضل للزبائن وتؤدي إلى زيادة الرضا مما يؤدي إلى ولائهم وزيادة المبيعات، كما أنها تعتبر من وسائل الترويج والدعاية والإعلان، حيث يمكن أن تتضمن أيضا الإعلانات عن منتجات أو خدمات أو أسماء شركات أو غيرها.

ب- من ناحية المستهلك:

تخفيض المصاريف وذلك بعملية حذف البريد والطابع والمغلف وغيرها.

تعمل على تنظيم حفظ السجلات لمستهلك، ويستطيع المستهلك دفع الفواتير في أي وقت ومن أي مكان بدون جهد أو تعب أو مصاريف ومواصلات أو غيرها.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> أحمد محمود المساعدة، التحويل المصرفي الإلكتروني، مجلة الأكاديمية للبحث القانوني، جامعة المجموعة المملكة العربية السعودية، المجلد 11/العدد 01، 2015، ص 39، 40.

<sup>2</sup> عبد الرحيم، تطور الخدمات المصرفية و دورها في تفعيل النشاط الاقتصادي (دراسات حالة الجزائر)، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة ماجستير في العلوم الاقتصادية، تخصص نقود و بنوك، جامعة الجزائر 3، 2011، ص 65.

<sup>3</sup> نفس المرجع، ص 183.



## المبحث الثالث: تقييم وسائل الدفع الإلكتروني.

إن وسائل الدفع الإلكترونية تتميز بالحدائثة وتواكب كل التطورات التكنولوجية الحاصلة، لكن هذا لا يشفع لها بأن تكون دون عيوب، فهي كغيرها من الوسائل لها مزايا و كذلك عيوب.

## المطلب الأول: مزايا و عيوب 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.

## أولاً: مزايا وسائل الدفع الإلكتروني

تتمثل مزايا وسائل الدفع الإلكتروني في ما يلي:

- 1- **بالنسبة لحاملها:** تحقق وسائل الدفع الإلكتروني لحاملها مزايا عديدة أهمها سهولة ويسر الإستخدام، كما تمنحه الأمان بدل حمل النقود الورقية وتفادي السرقة والضياع، كما أن لحاملها فرصة الحصول على الإئتمان المجاني لفترات محددة، كذلك تمكنه من إتمام صفقاته فوراً بمجرد ذكر رقم البطاقة.<sup>1</sup>
- 2- **بالنسبة للتاجر:** يحقق التاجر الذي يقبل البطاقات حداً كبيراً من الأمان للحصول على حقوقه من الشركات المصدرة لهذه البطاقات وفي الوقت نفسه لا يملك حق الرجوع إلى التاجر إذ تأخر حامل البطاقة على السداد<sup>2</sup>، لأن عبء متابعة ديون الزبائن يقع على عاتق البنك و الشركات المصدرة إذ تعد وسائل الدفع الإلكتروني أقوى ضمان لحقوق البائع كما تساهم أيضاً في زيادة المبيعات<sup>3</sup>.
- 3- **بالنسبة لمصدرها:** يحقق مصدر البطاقة العديد من المزايا كجني الأرباح المرتفعة بالإضافة إلى رسوم العضوية و التجديد و الرسوم المفروضة على السحب النقدي، كما قد يفرض مصدر البطاقة بعض الغرامات و الفوائد لما قد يرتكبه حامل البطاقة و منها غرامات تأخير في السداد و غرامات فقدان البطاقة<sup>4</sup>، إجبار المحلات التجارية على فتح

1 - مداح عرابي الحاج، بارك نعيمة، أهمية البنوك الإلكترونية في تفعيل وسائل الدفع الإلكترونية في الوطن العربي الواقع و الآفاق، مجلة الاقتصاد الجديد، شلف، العدد 02، 2010، ص 69.

2 - جلال عايد الشورى، مرجع سبق ذكره، ص 100.

3 - محمد عبد الحسين الطائي، مرجع سبق ذكره، ص 187.

4 - جلال عايد الشورى، مرجع سبق ذكره، ص 98.

حسابات لدى البنك لأن لتاجر مضطر لذلك حتى تتحول الأموال لحسابه وبذلك تزداد سيولة البنك حيث لا تخرج الأموال منه بل ترجع عليه كوديعة<sup>1</sup>.

ثانيا عيوب وسائل الدفع الإلكتروني:

تتمثل عيوب وسائل الدفع الإلكتروني في ما يلي<sup>2</sup>:

**1- بالنسبة لحاملها:** من مخاطر استخدام هذه الوسائل زيادة الاقتراض و الإنفاق بما يفوق القدرة المالية، وعدم سداد حامل البطاقة قيمتها في الوقت المحدد يترتب عنه وضع إسمه في القائمة السوداء.

**2- بالنسبة للتاجر:** بمجرد حدوث بعض المخالفات من جانبه أو عدم إلتزامه بالشروط يجعل البنك يلغي التعامل معه ويضع إسمه في القائمة السوداء.

**3- بالنسبة لمصدرها:** من أهم الأخطار التي يواجهها مصدرها هو مدى سداد حاملي البطاقات للديون المستحقة عليهم، وكذلك تحمل المصدر نفقات ضياعها.

**المطلب الثاني: طرق حماية وسائل الدفع الإلكترونية**

إن وسائل الدفع الإلكترونية كغيرها من الوسائل تتعرض للعديد من المخاطر لذا وجب على مصدرها إنشاء وسائل تحميها : كالتوقيع الإلكتروني والتشفير،... الخ، وفيما يلي سنتعرض لأهم هذه الطرائق:

**اولا: التوقيع الإلكتروني**

**1- تعريف التوقيع الإلكتروني:**

" هو عبارة عن ملف رقمي صغير مكون من بعض الحروف والأرقام والرموز الإلكترونية تصدر عن إحدى الأجهزة المتخصصة والمعترف بها حكوميا ودوليا ويطلق عليه إسم الشهادة الرقمية، وتُخزن في هذا الملف جميع معلومات الشخص وتاريخ ورقم الشهادة ومصدرها وعادة يسلم مع هذه الشهادة مفتاحا أحدهما عام والآخر خاص، أما المفتاح العام فهو الذي ينشر في الدليل لكل الناس والخاص هو توقيعك الإلكتروني وتقوم الهيئات بإصدار تلك الشهادات الرقمية والتي تكون مقابل رسوم معينة"<sup>3</sup>.

<sup>1</sup> - محمود سحنون، النظام المصرفي بين النقود الورقية و النقود الآلية، مجلة العلوم الانسانية، جامعة محمد خيضر، العدد الرابع، 2003، ص 68.

<sup>2</sup> - مداح عرابي الحاج، بارك نعيمة، مرجع سبق ذكره، ص 69.

<sup>3</sup> وافد يوسف، النظام القانوني للدفع الإلكتروني، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في القانون العام، تخصص قانون تعاون الدولي، جامعة مولود، معمر تيزي وزو، 2011، ص 154.

ثانيا: التشفير

1-تعريف التشفير:

"هو عملية تحويل المعلومات والبيانات العادية إلى معلومات مشفرة غير مفهومة وغير ذات معنى، وذلك بغرض منع الأشخاص الغير مصرح لهم من الإطلاع على المعلومات وفهم محتواها، وتتم عملية التشفير وفك التشفير من خلال طريقة حسابية معقدة تستند إلى صيغ رياضية معقدة تسمى خوارزميات، وتعتمد قوة وفاعلية التشفير على عاملين أساسيين هما الخوارزمية، وطول المفتاح مقدرًا بالبث.<sup>1</sup>"

ثالثا: البصمة الالكترونية

رغم أن التشفير يمنع المتلصصين من الإطلاع على محتويات الرسالة إلى أنه لا يمنع المخربين من العبث بها، أي أن التشفير لا يضمن سلامة الرسالة، ومن هذا ظهرت الحاجة إلى البصمة الإلكترونية للرسالة وهي بصمة رقمية يتم إشتقاقها وفقا لخوارزميات معينة تدعى بدوال الترميز إذا تطبق هذه الخوارزميات حسابات رياضية على الرسالة لتوليد بصمة سلسلة صغيرة تمثل ملفا كاملا أو رسالة سلسلة كبيرة وتدعى البيانات الناتجة بالبصمة الإلكترونية للرسالة.<sup>2</sup>

رابعا: نظام الدفع الافتراضي :

أنشئ هذا النظام ليقدم الربط بين المصارف والشركات التي تصدر بطاقات الائتمان والشركات التي تقوم بأعمالها عبر الإنترنت وزبائن الإنترنت يتحقق النظام مساحة التحويلات ويتضمن أنظمة المراقبة لتقصي المشاكل وفعالية الأمن المعلوماتي.<sup>3</sup>

خامسا: الجدار الناري

1-تعريف الجدار الناري:

"هو عبارة عن برنامج أو جهاز يوفر سياجا أمنيا ما بين الحاسب الآلي وشبكة الإنترنت، او شبكة حاسبات أو بين شبكة حاسبات وأخرى، حتى يتم إخضاع جميع عمليات الدخول والخروج من وإلى شبكة لسيطرة الجدار

<sup>1</sup> خالد ممدوح ابراهيم، الاثبات الالكترونية في المواد الجبائية و المدنية، دار الفكر الجامعي، مصر، ط1، 2020، ص 307.

<sup>2</sup> ابراهيم بجتي، التجارة الإلكترونية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2005، ص 78.

<sup>3</sup> محمد احمد محمد خير المغربي، استراتيجية التسويق و تحديات المنافسة الدولية، دار غيداء للنشر و التوزيع، الأردن ط1، 2018، ص 269.

الناري، لمنع دخول المتطفلين والبرامج الضارة إلى الحاسب الإلكتروني، جهاز مرور للبيانات المتبادلة بين الشبكة الداخلية المحمية وشبكات الخارجية التي يخشى منها، وتتناول سياسة المنع عدم السماح بالدخول من الخارج والسماح بالمرور إلى الخارج، أو سماح بدخول أشخاص معينين أو نشاطات معينة أو الدخول من مكان معين".<sup>1</sup>

### المطلب الثالث: العوامل المساعدة و المعرقة لوسائل الدفع الإلكتروني

رغم حداثة وسائل الدفع الإلكتروني إلا أنها وصلت إلى مرحلة يمكن فيها تقييم هذه الوسائل إستنتاج العوامل المساعدة على نجاحها أو المعرقة لها في التطور وهي كما يلي:

#### أولاً: العوامل المساعدة لنجاح وسائل الدفع الإلكتروني:

هناك العديد من العوامل التي أدت إلى نجاح وسائل الدفع الإلكتروني تتمثل في ما يلي:<sup>2</sup>

#### 1- نمو الانترنت:

إن نمو شبكة الانترنت يعد عاملاً أساسياً لتطور ونجاح وسائل الدفع الإلكترونية باعتبارها البيئة الملائمة لتداول هذه الوسائل، خاصة التجارة الإلكترونية التي تتم على هذه الشبكة و التي يجري الدفع فيها بالطرق الإلكترونية وعليه فنمو شبكة الإنترنت وإنتشارها يساعد في إنتشار الوسائل الإلكترونية وبالتالي تطورها ونجاحها.

#### 2- ظهور البنوك الإلكترونية و خدمات مصرفية جديدة:

في ظل وجود شبكة الإنترنت وشيوعها وإزدياد مستخدميها، وإستغلال 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، وبما أن البنوك الإلكترونية و المعاملات المصرفية الإلكترونية تتم عن طريق شبكة الإنترنت، وقد قدمت هذه البنوك عدة مزايا ومنافع أهمها، تنظيم الدفعات، تسيير العمل، السلامة و الأمن تقليل الأعمال الورقية، زيادة رضا العملاء، توفير المصاريف.

<sup>1</sup> ضرغام جابر عطوش آل مواش، جريمة التجسس المعلوماتي، المركز العربي للنشر و التوزيع، العراق، ط1، 2017، ص74.

<sup>2</sup> - عبد الرحيم وهيب، تقييم وسائل الدفع الإلكترونية ومستقبل وسائل الدفع التقليدية في ظل وجودها، مجلة المركز الجامعي لتمنراست، العدد2، 2010، ص،ص188,195.

**3- ظاهرة الحكومة الالكترونية:**

يعد موضوع الحكومة الالكترونية من أبرز التطبيقات الإدارية الحديثة التي ظهرت خلال السنوات القليلة الماضية، و أصبح هذا الموضوع حيويًا ويحظى بأهمية بالغة في مختلف دول العالم حيث يعد الموضوع من مكتسبات البشرية في الوقت الحاضر، ويمكن القول أن تطبيق الحكومة الالكترونية أصبح من متطلبات كل دولة، ولأن تطبيق حكومة إلكترونية يتطلب تطبيق تجارة إلكتروني، وبالتالي ضرورة استخدام وسائل الدفع الإلكترونية.

**4- ظهور منظمات و مؤسسات مالية عالمية في مجال المدفوعات:**

إن من بين العوامل المساعدة في إنتشار وسائل الدفع الإلكترونية، ظهور منظمات و مؤسسات عالمية أصبحت رائدة في إنتاج وتسويق هذه الوسائل لمختلف بلدان العالم و الجهات المصدرة للبطاقة البنكية و التي تعد أشهر وسائل الدفع الالكترونية يمكن تقسيمها كما يلي:

- المنظمات العالمية المصدرة للبطاقات: المنظمات العالمية لا تعتبر مؤسسات مالية و إنما بمثابة ناد، حيث تمتلك كل منظمة العلامة التجارية للبطاقات الخاصة بها لكنها لا تقوم بإصدار بنفسها و إنما تمنح تراخيص بإصدارها للبنوك، و أشهرها هي: فيزا العالمية، ماستركارد العالمية.

- المؤسسات المالية العالمية: وهي التي تشرف على عملية إصدار البطاقات المصرفية دون ضرورة منح تراخيص الإصدار لأي مصرف، ومن أشهرها ما يلي: أميركان إكسبريس، الدينرز كليب.

- فهذه المنظمات و المؤسسات بفعل المنافسة بينهما ساهمت وبشكل كبير في نشر استخدام وسائل الدفع الالكترونية، خاصة منها البطاقة بمختلف أنواعها وذلك بنشر فروعها عبر مختلف أرجاء العالم بالإضافة على الإستمرار في تحسين جودة خدماتها الإلكترونية و إرساء الثقة في استعمالها.

**ثانيا: العوامل التي تعرقل نجاح وسائل الدفع الإلكترونية:**

هناك جملة من العوامل التي تعرقل نجاح وسائل الدفع الإلكترونية وتؤدي إلى إنعدام الثقة بهذه الوسائل الحديثة، فرغم النجاح والراحة التي حققتها هذه الوسائل إلا أن هناك عوامل جعلت من هذا النجاح ناقصا، ونذكرها كالاتي:

**1- الجرائم الناتجة عن وسائل الدفع الالكتروني:**

تعرف الجرائم على أنها: كل نشاط إجرامي تستخدم فيه التقنية الالكترونية الرقمية و الحاسوب الآلي الرقمي و شبكة الإنترنت بطريقة مباشرة أو غير مباشرة كوسيلة لتنفيذ الفعل الإجرامي المستهدف، وتهدف هذه الجرائم إلى الوصول غير المشروع لبيانات سرية غير مسموح بالإطلاع عليها ونقلها ونسخها أو حذفها أو تهديد وإبتزاز الأشخاص و

الجهات المعنية بتلك المعلومات أو تدمير بيانات وحواسيب الغير بواسطة فيروسات وقد كان لظهور وسائل الدفع الإلكتروني عاملاً مساهماً في ظهور هذا النوع من الجرائم والتي يمكن تلخيصها في ما يلي:

أ- **انتحال شخصية الفرد:** تتم عندما يستغل اللصوص بيانات (كالعنوان و تاريخ الميلاد ورقم الضمان الاجتماعي...) لشخص ما على الشبكة الإلكترونية (شبكة الانترنت) أسوء إستغلال، من أجل الحصول على بطاقات بنكية إئتمانية، حيث أن تلك البيانات تمكنهم من التقدم بطلبات لإستخراج البطاقات البنكية عبر الإنترنت غالباً من خلال الهيئات التي تتخذ إجراءات أمنية صارمة عبر الشركات<sup>1</sup>.

ب- **جرائم السطو على أرقام البطاقات:** أصبح السطو على أرقام البطاقات عبر شبكة الإنترنت عملية سهلة، لذلك تزايدت هذه الحوادث التي أعقبتها عمليات الإبتزاز لإرجاع تلك الأرقام أو لعدم نشرها أو لعدم إستخدامها<sup>2</sup>.

ج- **غسيل الأموال بإستخدام البطاقات البنكية:** غسيل الأموال يعني التصرف في النقود بطريقة تخفي مصدرها أو أصلها الحقيقي، وهي عملية يلجأ إليها تجار ومهربو المخدرات لإخفاء وجود دخل أو لإخفاء مصدره غير المشروع أو إستخدام الدخل المشروع في وجه غير مشروع ثم يقومون بإدخال ذلك في الدخل المشروع ليبدو كأنه تحقق مصدر مشروع. يمكن إستخدام هذه البطاقات في غسيل الأموال غير المشروعة وذلك بقيام شخص أو عدة أشخاص بالحصول على عدة بطاقات من عدة بنوك و يتم تغطية السحوبات النقدية أو البضاعة من حساباتهم لدى أحد البنوك في دولة أخرى وهي أموال أصلها غير مشروع، كذلك تعتبر الأنترنت من أحدث طرق غسيل الأموال المشبوهة خاصة أنها أسهل إستخدام و أيسر في التعامل مع المصارف و ذلك بالضغط على المفتاح يفتح له أفاق الدخول في حسابات و أنشطة مالية و مصرفية من أي جهة في العالم<sup>3</sup>.

د- **السلب بالقوة الإلكترونية:** بحيث يتم إستخدام الحاسب في التلاعب بالمعلومات و ذلك بإدخال بيانات زائفة من جانب المتحايل بإختلاف دائنين كأجور يجب دفعها أو فواتيرها يجب سدادها. وذلك عن طريق إختلاف مدينين غير حقيقيين يجب عليهم سداد فواتير صادرة عن الحاسب، أما المدين المعتدى عليه فلن يتمكن من إثبات كونه غير مدين لوجود فواتير معلوماتية، وهكذا يستغل المتحايل طرق الدفع الآلية للحصول على أموال غير مشروعة<sup>4</sup>.

1 - محمد الجنبهي، ممدوح الجنبهي، جرائم الانترنت والحاسب الآلي ووسائل مكافحتها، دار الفكر الجامعي، مصر، 2004، ص 4.

2 - عبد الرحيم وهيب، مرجع سبق ذكره، ص 197.

3 - عبد المطلب عبد الحليم، العولة واقتصاديات البنوك، الدار الجامعية، مصر، 2003، ص 2.

4 - عبد الرحيم وهيب، مرجع سبق ذكره، ص 198.

## خلاصة:

مع التطور التكنولوجي الحاصل وظهور الشبكة العنكبوتية جاءت بالحل البديل حيث أفرزت وسائل دفع الكترونية و بنوك إلكترونية وقد تعددت أنواعها، كحداثتها ومواكبتها للتطور التكنولوجي لم يشفع لها بذلك فقد أفرزت عدة مشاكل وعيوب من نوع آخر عرقلت نجاحها، فقد كان أكبر مشكل هو غياب نظام قانوني يوحد أحكامها وإشكالية الإثبات وحججه كالتوقيع الالكتروني، بالإضافة إلى الجرائم الالكترونية التي إستقطبت المجرمين والقراصنة لاعتمادها على الاتصال عن بعد وبالرغم من هذه العيوب و المشاكل إلا أنها قدمت العديد من المزايا سواء بالنسبة للبنك أو للعملاء.

---

## الفصل الثاني

### ترقية الخدمات المصرفية

---



## تمهيد:

إن ترقية الخدمات المصرفية تلعب دورا هاما وحيويا في ضمان استمرارية البنوك الحديثة ودوام إستقرارها فقد إهتمت الإدارة مؤخرا بهذا إهتماما بالغاً فدائما ما تسعى إلى تحقيق تطورات ملموسة في شتى نشاطاتها وكذا تطوير خدماتها المصرفية ومحاوله إعطاء جودة عالية لها وتطمح للوصول إلى المستوى المرغوب لتوقعات عملائها، لذا وجب على المصارف أن تواصل بتقديم خدمات جديدة ومواكبة التكنولوجيا الحديثة لأن معظم الخدمات الموجودة سوف تدخل مرحلة الإنحدار وكذا لرغبة العملاء في الخدمات الجديدة.

## المبحث الأول: مفاهيم حول الخدمات المصرفية

يعتبر القطاع المصرفي من أهم القطاعات الفاعلة في النشاط الاقتصادي لارتباطه بجميع النشاطات الاقتصادية، وتتجلى أهمية المصارف من خلال ما تقدمه من خدمات مصرفية متميزة و متنوعة، كما أن هذه الخدمة تساهم وبشكل كبير في تنشيط و تحريك العمليات الاقتصادية و المالية و التجارية بأنواعها المختلفة، ولكثرة المتعاملين مع المصارف من قطاعات وأشخاص طبيعيين و اعتباريين بمختلف صفتهم ، وجب على المصارف أن تحسن وتطور الخدمات بما يتلاءم واحتياجاتهم.

## المطلب الأول: مفهوم الخدمات المصرفية

لقد تعددت التعاريف والخصائص المتعلقة بالخدمة المصرفية، نسردها فيما يلي:

## أولاً: تعريف الخدمة المصرفية

يمكن تعريف الخدمة المصرفية بأنها:

"مصدر للإشباع الذي يسعى إلى تحقيقه الزبون لحاجاته ورغباته، أما من منظور المصرف فإنها تمثل مصدراً للربح".<sup>1</sup>

" هي نشاط أو عمل يحصل عليه المستفيد من خلال الأفراد، منظمات، وذلك لعدم ملموسية هذا النشاط أو العمل، وقد يرتبط تقديم هذه الخدمات بمنتج أو قد لا يرتبط".<sup>2</sup>

"هي مجموعة من الأنشطة والعمليات ذات المضمون المنفعي الكامن في العناصر الملموسة و الغير ملموسة و المقدمة من قبل المصرف التي يدركها المستفيدون من أفراد أو مؤسسات من خلال دلالاته وقيمتها المنفعية التي تشكل في الوقت نفسه مصدراً للأرباح المصرف من خلال العلاقة التبادلية بين الطرفين".<sup>3</sup>

مما سبق يمكن تعريف الخدمة المصرفية على أنها مختلف الأعمال والمعاملات التي يقدمها البنك للعميل لتلبية احتياجاته المالية والإئتمانية سواء بطرق تقليدية أو إلكترونية.

و يمكن النظر إلى الخدمة المصرفية من ثلاث زوايا و هي:<sup>4</sup>

<sup>1</sup> - لعذور صورية، أهمية التسويق المصرفي في تحسين العلاقة مع الزبون، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة ماجستير ، تخصص علوم التسويق، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسويق والعلوم التجارية، جامعة محمد بوضياف، الجزائر، 2008، ص28.

<sup>2</sup> - محمود جاسم الصميدعي، ردينة عثمان يوسف، التسويق المصرفي (مدخل استراتيجي كمي و تحليلي)، دار المناهج للنشر والتوزيع، الأردن، 2005، ص 5.

<sup>3</sup> - تيسير العجارمة، التسويق المصرفي، دار حامد للنشر و التوزيع، الأردن، ط1، 2006، ص134.

<sup>4</sup> ناجي ديب معلا، الأصول العلمية للتسويق المصرفي، دار الصفاء، الأردن، ط1، 2007، ص50.

**جوهر الخدمة:**

ويتمثل في ذلك البعد الذي يرتبط مباشرة بالدافع الذي يقف وراء طلب الخدمة المصرفية، أي مجموعة المنافع الجوهرية التي يستهدف العملاء تحقيقها من وراء طلبهم للخدمة

**الخدمة الحقيقية:**

وتشمل مجموعة الأبعاد الخاصة بجودة الخدمة نفسها، والتي مضمونها يرتقي بجوهرها إلى مستوى التفضيل لدى العملاء وتوقعاتهم من وراء الخدمة.

**الخدمة المدعمة:**

وهي تمثل مضمونا متكاملًا ، وتشير إلى جوهر الخدمة وحقيقتها ، بالإضافة إلى مجموعة من الخصائص والمزايا المقترنة بتقديمها ، وهنا يجب النظر إلى الخدمة المصرفية ليس من زاوية جوهرها فقط إنما كحل يسعى العميل إليه وصولاً لتحقيق الإشباع .

**ثانياً: خصائص الخدمة المصرفية:**

من خصائص الخدمات المصرفية نجد:

**1 اللاملموسية:**

معنى ذلك أن الخدمة المصرفية ليس لها تجسيد مادي، وبالتالي لا يمكن إدراكها بالحواس...، وبناء على ذلك لا يمكن نقلها أو تخزينها أو تعبئتها أو فحصها قبل الشراء.<sup>1</sup>

**2-الاعتماد على الودائع:**

تعتمد المصارف على الودائع في تأدية جميع خدماتها المصرفية و التي تمثل المصدر الأساسي لتمويل المصارف وتحقيق الأرباح للمصرف.<sup>2</sup>

**3-نظام تقديم الخدمة المصرفية على درجة عالية من الخصوصية:**

تتطلب طبيعة الخدمة المصرفية توافر درجة عالية من السرعة في التعامل و المحافظة على الأسرار المالية للزبائن، و هذه الخاصية تفرض على الإدارة المصرفية أن تكون قناة التوزيع مباشرة و قصيرة، حيث أن العمليات المصرفية تحتاج لنجاحها تفاعل شخصي بين الزبون و المصرف فلا مجال هنا للوسطاء.<sup>3</sup>

1 - عبده ناجي، تسويق الخدمات المصرفية، اتحاد المصارف العربية، لبنان، ط01، 2003، ص17.

2 - ناجي معلا، مرجع سبق ذكره، ص53.

3 - سامي أحمد مراد، تفعيل التسويق المصرفي لمواجهة آثار اتفاقية تحرير تجارة الخدمات، المكتب العربي للمعارف، مصر، ط01، 2007، ص52.

## 4 - التلازمية (التكاملية):

تتصف الخدمة المصرفية بتلازمية إنتاجها و توزيعها، أي عدم إمكانية الفصل بين هاتين العمليتين، حيث يتم إنتاج الخدمة وتوزيعها في المصرف نفسه أو أحد فروعها أو عن طريق أي من نظم توصيل الخدمة لديه (كالصرف الآلي).<sup>1</sup>

## 5-تعدد وتنوع الخدمات المصرفية:

يتعين على المصرف تقديم مجموعة واسعة من الخدمات المصرفية التي تلبي الاحتياجات التمويلية و الائتمانية للزبائن، باختلاف أنواعهم و تواجدهم الجغرافي.<sup>2</sup>

## 6- التوازن بين النمو و المخاطر:

عندما يبيع المصرف قروضا فانه في الحقيقة يشتري مخاطر وعليه لا بد من إيجاد نوع من التوازن بين التوسع في النشاط المصرفي وبين الحيلة و الحذر، ولهذا فإن أي عمل مصرفي موضوعي يتضمن بالضرورة إيجاد توازن بين توسع النشاط ودرجة المخاطر التي يتحملها المصرف<sup>3</sup> ونرى من خصائصها أيضا:<sup>4</sup>

## 7- التشتت الجغرافي:

امتلاك المصرف لشبكة فروع، وذلك لتلبية الحاجات المحلية و الوطنية و العالمية، المالية و الائتمانية، وبناءا عليه فإن الخدمات و الترويج يجب أن يكونا ذات تطبيق واسع.

## 8- تقلبات الطلب:

قد يحدث تقلب في أصناف معينة من الخدمة المصرفية لأسباب طارئة أو ظروف موسمية، مثل الطلب على القروض للمشاريع السياحية الموسمية، أو بطاقات الائتمان، أو قروض الطلبة عند كل فصل جامعي، أو مواسم زراعية معينة، مما يوجد ضغطا كبيرا على وظائف التسويق في المصارف.

1 - وسيم محمد الحداد، محمود إبراهيم أنور و آخرون، الخدمات المصرفية الإلكترونية، دار المسيرة للنشر و التوزيع، ط01، الأردن، 2012، ص 225، 227.

2 - عبده ناجي، مرجع سبق ذكره، ص18.

3 - ناجي معلا، مرجع سبق ذكره، ص53.

4 - العربي حسينية، جودة الخدمات المصرفية في الجزائر من وجه نظر الزبون، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في العلوم التجارية، تخصص تسويق العمليات المالية و المصرفية، جامعة الجزائر3، 2015، ص ص 42، 43.

**9- المسؤولية الائتمانية:**

من أهم المسؤوليات التي تقع على عاتق المصرف هي حماية ودائع ومكاسب زبائنه، وهذا مهم ليس في المصارف فقط بل في أغلب المؤسسات المالية الأخرى.

**10- تشابه ما تقدمه المصارف من خدمات:**

تشابه الخدمات التي تقدمها المصارف، وهذا ما يشكل المشكلة التسويقية الأولى التي يواجهها أي مصرف، حيث تدفعه إلى محاولة التميز عن المنافسين بإنتاج خدمات ذات جودة مرتفعة.

**11- شدة المنافسة بين المصارف:**

تشتد المنافسة بين المصارف في الانفراد بتقديم خدمات متميزة للزبائن، وجلب أكبر عدد منهم، الأمر الذي يصعب من مهمة المصرف في المحافظة على مستوى معين من المنافسة نظرا للظروف البيئية التي ينشط فيها.

**12- أهمية عنصر الثقة في المصرف:**

نظرا لحساسية التعامل في الأموال، فإن خسارة المصرف في أحد العمليات المالية قد تنشئ تخوفا لدى الزبائن و تحولهم إلى مصارف أخرى، كما أن عجز المصرف عن تحقيق الإيرادات و الأرباح المناسبة قد يؤدي إلى اهتزاز صورة المصرف ونقص الثقة لدى الزبائن.

**13- الاعتماد على التوزيع المباشر:**

لا يستطيع المصرف إنتاج الخدمة مركزيا ثم توزيعها بواسطة قنوات توزيع كما هو الحال بالنسبة للسلع المادية، و لكن المصرف يقدم خدماته مباشرة عن طريق فروع المنتشرة لتلبية رغبات الزبائن و يكون قريبا منهم.

**14- مشبعة لرغبات الزبائن:**

يتعين أن تكون الخدمات التي يقدمها المصرف خدمات كاملة الإشباع، أي ترضي الزبون تماما و لا تدع لديه مجال أو نقص في الإشباع، وذلك حتى لا يدفعه للبحث عن مصرف آخر يقدم الخدمات المصرفية التي يحتاج إليها بصور أفضل.

**المطلب الثاني: دورة حياة الخدمات 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 و تدهورها.

**أولاً: مفهوم دورة حياة الخدمة المصرفية**

" يشير مفهوم دورة حياة الخدمة المصرفية إلى التطور في حجم التعامل بالخدمة عبر الزمن، كما يعبر منحى دورة حياة الخدمة المصرفية عن التاريخ البيعي لها".<sup>1</sup>

**ثانياً: مراحل دورة حياة الخدمة المصرفية**

تتمثل مراحل الخدمة المصرفية في ما يلي:<sup>2</sup>

**1-مرحلة التقديم:**

في هذه المرحلة يتم تعريف الزبائن بالخدمة المصرفية بوصف ميزاتها و خصائصها و فوائد استعمالها و تمتاز هذه المرحلة بانخفاض نسبة المبيعات وارتفاع التكاليف خاصة الترويجية منها لعدم تمكن العديد من الزبائن التعرف على الخدمة المصرفية من جهة و عدم اقتناعه التام بها في مرحلتها الأولى.

**2-مرحلة النمو:**

و فيها يزداد التعامل بالخدمة و تنمو المبيعات مما يزيد من إيرادات المصرف وهو ما يحفز المصارف الأخرى على تقديم الخدمة و تتميز هذه المرحلة بارتفاع الأرباح و سعي المصرف للمحافظة وزيادة حصة السوق بشكل مستمر عن طريق تحسين جودة المنتج أو إضافة نماذج جديدة له.

**3-مرحلة النضج:**

فيها يبدأ الانخفاض التدريجي لمعدل نمو المبيعات و تزداد المنافسة في السوق و تزيد المصارف من ميزانياتها المخصصة للبحث و التطوير لتحسين الخدمة

**4-مرحلة التدهور:**

وهي المرحلة الحرجة التي تمتاز بانخفاض المبيعات و تتحقق الخسائر و هنا يبدأ البنك في إلغاء الخدمة واستبدالها بخدمات أخرى جديدة.

**ثالثاً: خصائص مراحل دورة حياة الخدمة المصرفية :** يمكن تلخيص خصائص مراحل دورة حياة الخدمة المصرفية في الجدول التالي.

1 - ناجي معلا، مرجع سبق ذكره، ص77.

2 - خديجة عتيق، واقع التسويق المصرفي في البنوك وأثره على رضا العملاء، دراسة ميدانية للبنوك التجارية الجزائرية، ط01، عمان، 2016، ص ص 97,96.

الجدول رقم (01): خصائص مراحل دورة حياة الخدمة المصرفية

المعايير	المراحل		
	التقديم	النمو	النضج
1- حجم المبيعات	واظئة جدا وقد تأخذ بالارتفاع، وتفشل الخدمة وتتوقف المبيعات	يبدأ بالارتفاع التدريجي، ثم ترفع بمعدلات عالية و متسارعة	تبلغ المبيعات ذروتها ويكون معدل نموها واطئا جدا ومستقرا دون زيادة.
2- السعر	عالي السعر وقد يكون كاشط لتحقيق الأرباح أو متدني (كاسح) لتحقيق الحصة السوقية.	يبدأ السعر (بالانخفاض) بسبب دخول المنافسين والكاسح قد يبدأ بالارتفاع بسبب آخر على المنافسين.	الأسعار في هبوط في كلا الحالتين.
3- الأرباح	أرباح واطئة جدا في أحسن الأحوال أو عالية إذا كان هناك نوع من الاحتكار، وقد تحقق خسارة لأن العائدات تكون أدنى من الكلفة.	تبدأ الأرباح بالتحقق وترتفع بمعدلات عالية وبسرعة.	تبدأ الأرباح بالتراجع وبمعدلات قد تصل إلى حد الخسارة إذا ما استمرت مبيعات الخدمة بالتراجع الحاد.
4- كلفة الوحدة الواحدة المباعة	عالية جدا.	تبدأ بالانخفاض.	واظئة جدا.
5- عدد المنافسين	لا يوجد أو عدد قليل جدا	يبدأ المنافسون بدخول السوق و يزداد عددهم حيث يصل إلى أعلى	عدد كبير ولكنه مستقر حيث يبدأ بعضهم بمغادرة السوق وقد تقتصر المنافسة
			عدد قليل جدا أو يتراجع باستمرار.

	على عدد منهم وتصبح مراكزهم السوقي واضحة	ما يمكن في نهاية المرحلة.		
6- عدد المشتركين	يبدأ بالتراجع ويتحول الأغلبية نحو خدمات أخرى، وخصائص المشتركين هم من فئة المترددين.	عالي جدا بعد دخول فئة الأغلبية المتأخرة من المشتركين.	يزداد عددهم بدخول فئة الأوائل وفئة الأغلبية المبكرة.	محدود جدا أو يقتصر على فئة الابتكاريين.
7- كلفة التسويق من المبيعات.	ومعتدلة وقد تصل إلى أدنى مستوى لها.	مستقرة وتميل إلى الانخفاض.	تبدأ بالانخفاض.	عالية جدا.

المصدر: تسيير العجامة، التسويق المصرفي، دار الحامد للنشر و التوزيع، الأردن، 2000، ص 168



## المبحث الثاني: تطوير و ترقية الخدمات المصرفية

تعبير الخدمة المصرفية مقياس للدرجة التي يرقى إليها مستوى الخدمة المقدمة للعملاء ليقابل توقعاتهم، و بالتالي فإن تقديم خدمة ذات جودة متميزة يعني تطابق مستوى الجودة الفعلي مع توقعات العملاء لأبعاد جودة الخدمة و مستوى الأداء الفعلي الذي يعكس مدى توافر تلك الأبعاد بالفعل في الخدمة المقدمة لهم.

## المطلب الأول: مفهوم تطوير و ترقية الخدمات المصرفية

تعددت تعاريف تطوير الخدمات المصرفية، من بينها نذكر:

على أنها: "عملية تقديم خدمات بنكية جديدة سواء كان ذلك بإجراء تحسينات أو تعديلات على خصائص و منافع الخدمة الحالية، أو إضافة خدمة بنكية جديدة".

"هو إضافة مزايا جديدة في تلك الخدمات حيث تؤدي هذه المزايا الى زيادة الطلب على هذه الخدمات".<sup>1</sup> مما سبق يمكن تعريف تطوير الخدمات المصرفية على أنها " طرح منتجات معروفة حاليا في الأسواق و لكنها جديدة على المصرف، مثل ادخال خدمات التخطيط المالي و القرض للمنشآت الصغيرة او خدمات مالية جديدة".

## المطلب الثاني: الاستراتيجيات والعوامل المؤثرة في تطوير الخدمات المصرفية

شهد قطاع الخدمات المصرفية تطورات نوعية وكمية هائلة خلال السنوات العشرين المنصرمة.

## أولاً: العوامل المؤثرة في تطوير الخدمات المصرفية

من العوامل التي أثرت وما زالت تؤثر على عملية إبتكار و تطوير الخدمات المصرفية نستعرضها فيما يلي:

1- الثورة التكنولوجية في قطاع الخدمات و تأثيرها على تقديم الخدمة:<sup>2</sup>

كان للتطورات التكنولوجية التي يشهدها عالمنا منذ أكثر من 20 عاما خلت الأثر البالغ على الكيفية التي صارت فيها الخدمات تنتج و تقدم، فالتطورات الحاصلة في مجال الإتصالات و تكنولوجيا الكمبيوتر أدت إلى إحداث إبتكارات في كيفية تقديم الخدمات و مثال على ذلك إستخدام تكنولوجيا المعلومات لتحسين الخدمات التكميلية، أو الخدمات المرافقة للخدمة الجوهر، و من أبرز الإبتكارات التي حصلت خلال العقدين فيما يتعلق بتقديم الخدمة هو الإبتكار المتعلق بالصراف الآلي الذي أحدث ثورة حقيقية في الخدمات المصرفية، حيث يتوفر هذا الصراف على

<sup>1</sup> عيشوش عبود، تسويق الخدمات المصرفية في البنوك الاسلامية، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير، تخصص تسويق، كلية العلوم الاقتصادية و التشريعية الاقتصادية، جامعة الحاج لخضر باتنة، الجزائر، 2010، ص ص 144، 145.

<sup>2</sup> احمد محمود الزامل و آخرون، تسويق الخدمات المصرفية، اثره للنشر و التوزيع، الاردن، ط1، 2012، ص 94.

مدى 24 ساعة يوميا وعلى مدار السنة لتقديم الخدمات المصرفية للعملاء، وجاء الإنترنت ليضيف أبعاد تقنية راقية لعملية تقديم الخدمة، حيث تجري اليوم التعاملات عن طريق هذا الجهاز المتطور، ومن المتوقع أن يجهد قطاع المصارف تطورات تكنولوجية رفيعة الأمر الذي سيؤدي إلى تزايد الإعتماد على الإتصالات التكنولوجية والإلكترونية في التعامل بين المصرف والعميل .

## 2- السوق التقليدية مقابل السوق المبتكرة:

إن التفاعل في السوق التقليدية بين البائع بشخصه والمشتري بشخصه يشهد اليوم إضمحلال، وفي الواقع فإن ما يحصل اليوم من تعاملات تجارية في السوق المبتكرة يختلف عن تعاملات السوق التقليدية، فسوق التقليدية تحتاج إلى بيئة مادية حيث يلتقي العملاء ومقدمي الخدمة بأنفسهم ويتبادل الخدمات فمن الصعب حقا الإستغناء تماما عن السوق التقليدية بالنسبة لبعض الخدمات لأن هذا النوع من الخدمات يتطلب من المستخدمين أن يدخلوا البيئة المادية لمصنع الخدمة للحصول عليها، أما السوق المبتكر قد تكون قادرة على إستبدال الإتصال بالأشياء المادية وتعويض ذلك بتوفير المعلومات عن هذه الأشياء المادية وبالطبع فإن الخدمات المستندة على المعلومات لا تحتاج إلى موقع مادي، كما أنها الإطار الذي يتم فيه التعامل يكون مختلفا هو الآخر .

ومن أبرز أسباب تنامي شعبية وإنتشار ظاهرة التعامل في السوق المبتكرة نذكر الآتي :

\_\_ توفير الوقت، حيث يرغب كثير من المنتفعين بالحصول على خدمات سريعة ومريحة.

\_\_ فريق تطوير الخدمات الجديدة.

\_\_ مديرية الوحدات الإدارية.

\_\_ العاملين في مختلف المستويات الإدارية.

\_\_ دائرة البحث والتطوير.

\_\_ تقارير تسويق والمالية والإنتاج والموارد البشرية.

### ثانيا: استراتيجيات تطوير الخدمات المصرفية

هناك العديد من الاستراتيجيات التي يمكن استخدامها لتطوير المنتج المصرفي، ومن أبرز تلك الاستراتيجيات ما يلي:

يلي:

## 1. إستراتيجية التوسع:

تتضمن هذه الإستراتيجية توسيع الخدمات المقدمة ضمن الخدمة المصرفية، بهدف زيادة البيع المتقاطع، والنتيجة المنطقية لهذه الإستراتيجية هي تطوير محطة تسوق مالية واحدة، وتوفر هذه الإستراتيجية خيارا جذابا وسهلا، نسبيا، للمصارف الرئيسية، وتحقق مزايا كبيرة للعميل، من خلال تسهيل مهمة إدارة شؤونها بشكل كبير، فالعميل الاعتيادي قد يحتاج في فترات من حياته التشكيلة واسعة من الخدمات المتخصصة في الحقول المالية، وتلك المرتبطة بها، مثل:

- خدمات التأمين على الحياة أو التأمين الصحي.

- خدمات محاسب قانوني.

- خدمات التأمين على السيارة.

- خدمات استثمار... وغيرها.

ومن الواضح، ان القدرة على الحصول على مثل هذه الخدمات في موقع ملائم واحد، ومن مورد خدمات واحد يتمتع بسمعة جيدة، يمثل ميزة للعميل، وبالتالي يوفر لمؤسسة تقديم الخدمات هذه فرص أكبر للنجاح والتطوير.

## 2. إستراتيجية التمييز:

تنطوي إستراتيجية التمييز على تقسيم نطاق الخدمة المصرفية إلى عدد من الحزم الخدمية الموجهة صوب قطاعات سوقية مختارة، لزيادة الحصة السوقية في هذه القطاعات على حساب المصارف المنافسة. يتطلب التحرك نحو التسويق التمييز بتطوير منتجات مصرفية واضحة المعالم متكون موجهة إلى قطاعا تسويقية مختارة، ولأغراض ترويجية، فإن جوهر منتج كهذا سيتألف من مجموعة من الخدمات التي تم اختيارها ذات علاقة وطيدة بالقطاع المستهدف، يتم الإبقاء على مجموعة من هذه الخدمات بشكل صغير، نسبيا، للسماح بالتعريف أو الإبلاغ عن الطبيعة الحقيقية الملائمة للمنتج المصرفي، دون أن يحصل إرباك في أذهان العملاء، فالخدمات المصرفية الكثيرة والمتنوعة غالبا ما تترك العميل، علاوة على أن المصرف نفسه قد يجد نفسه عاجزا عن إبلاغ السوق بهذا العدد الهائل من الخدمات.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> - احمد محمود الزامل و آخرون، المرجع نفسه، ص 95.

## 3. إستراتيجية المنتج المصرفي التابع:

تطوي هذه الإستراتيجية على تطوير منتجات مصرفية منفصلة قائمة بحد ذاتها، حيث تسوق بشكل مستقل عن جوهر الحساب، بهدف توليد مبيعات للعملاء من غير أصحاب الحسابات، دون الحاجة للطلب من هؤلاء العملاء بتحويل حسابهم أو فتح حسابات جديدة.<sup>1</sup>

## 4. إستراتيجية التنويع:

إن عملية التنويع عموما تساعد على تدعيم إستراتيجية البنك في ممارستها لأنشطة جديدة، ويتم تبني هذه الإستراتيجية من طرف بعض البنوك بهدف البحث عن قطاعات جديدة، والمرتبطة سواء بإستراتيجية إعادة تنظيم نحو أنشطة جديدة بالنسبة للبنوك ذات المردودية الضعيفة، أو إستراتيجية تهدف إلى تنمية الأنشطة ذات المردودية والتي لها علاقة بالأنشطة التقليدية للبنك.

أي أن البنك في هذه الحالة يهدف إلى توسيع نشاطها الحالي لزيادة ربحيته، أو الدخول في نشاطات تحقق أرباح أكثر.

إذا قد يكون التنويع مترابط أو غير مترابط، فالأول يعني دخول البنك في مجالات نشاط قريبة أو مرتبطة مع مجال نشاطه الحالي في العمليات المصرفية، مثل قبولاً لودائع من كلا لقطاعات ومنح القروض إلى كافة القطاعات مما يعني رفعا لطلب على ودائع البنك نتيجة لتنوع وتوسع عدد عملائه سواء جغرافيا أو قطاعيا، حيث أن انخفاض ودائع قطاع معين، يعوضها زيادة ودائع قطاع آخر. أما الثاني نعي به دخول البنك في مجال نشاط جديد يختلف تماما عن مجال نشاطه الأصلي أي دخول مجالات غير مصرفية.<sup>2</sup>

## المطلب الثالث: خطوات تطوير الخدمات المصرفية

إن عملية تطوير منتجات جديدة هي عملية معقدة الأنشطة و المهام نظرا لاختلاف تصنيفات نظريات ونماذج تطوير المنتجات الجديدة التي تم تطويرها من قبل عدة باحثين في مجال تطوير المنتجات الجديدة و بشكل عام فإن عملية تطوير المنتج الجديد تشمل الخطوات التالية:<sup>3</sup>

أولا: البحث عن الأفكار الجديدة: هناك ثلاثة مصادر رئيسية لإنتاج أفكار جديدة يمكن حصرها في:

1- احمد محمود الزامل و آخرون، المرجع نفسه، ص، 96.

2- أحلام بوعبدلي، سياسات إدارة البنوك التجارية و مؤشراتها، دار الجنان للنشر و التوزيع، الجزائر، ط1، 2010، ص57.

3\_ محمد أيت محمد، دراسة المزيج التسويقي للخدمات المصرفية، حالة الصندوق الوطني التوفير و الإحتياط، أطروحة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في العلوم التجارية، تخصص تسويق، جامعة بن يوسف بن خدة، 2009، ص، 53 54.

**1 الوكالات التابعة للمصرف:** فالأفكار النابعة من المؤسسات الفرعية للمصرف قد تكون مختلفة فيما يخص نظام الاستغلال التابعة لها أم لا، ففي حالة الأفكار الجديدة التي تولد نتيجة المشاكل الناتجة عن نظام الاستغلال وبالتالي فتلك الأفكار تكون خاصة بالمبادرين بها وهو ما يجعل شغلهم الشاغل الاستحواذ عليها لفترة طويلة في الحالة الأولى أما في الحالة الثانية فالأفكار الجديدة ليست لها علاقة بنظام الاستغلال ومصممة فهذه الأخيرة لا تحس بالمسؤولية فتقع على عاتق قسم البحث والتطوير.

**2 أعوان المصرف الخارجيين:** يقصد بأعوان المصرف كل الأفراد المنتجين للأفكار و التابعين لقسم البحث و التطوير المؤثرين، فالمجالات التي لها علاقة بالمصرف يتم جمع المعلومات الخاصة بها لتكوين بنك المعلومات فيما يفيد في الحصول على أفكار جديدة له.

**ثانيا: غريبة الأفكار:** ففي هذه المرحلة يتم استخلاص الأفكار الواردة حول الخدمات الجديدة ومدى تطابقها مع التشريعات والقواعد الجارية في البلد، إذ أن ليس كل ما يعرض من أفكار يكون مقبولا للتطبيق و الإجراء هذا من جهة ومن جهة أخرى غريبة الأفكار تستند في جوهرها على مدى الملائمة والمطابقة لحاجات الأفراد والمؤسسات.

**ثالثا: التحليل الاقتصادي:** وهذا يعني القيام بدراسات عديدة لبيان جدوى تنفيذ هذه الأفكار كدراسات الجدوى الاقتصادية، وكذلك تحليل العائد والتكلفة ويتطلب الأمر الاستعانة ببحوث التسويق ودراسة التنبؤات المستقبلية.

**رابعا: تطوير الخدمة:** في هذه الخطوة تتحول الفكرة إلى واقع مادي ملموس، حيث يتم وضع دليل عمل تنفيذي يتطلب كل الإجراءات التي يتعين على العاملين بالمصرف الالتزام بها لتنفيذ الخدمة ومن ثم يتم إنتاج نماذج للخدمة على نطاق محدود ليتم تجريبها لاحقا.

**خامسا: اختبارات السوق:** مما لا شك فيه أن لهذه المرحلة أهمية بالغة على مردودية الخدمة المصرفية والطرح التجاري لها في السوق ففي حال المؤسسات المالية (المصارف، شركات التأمين) فقسم البحث والتطوير يركز اختياراته على الجانب النفسي كاختيارات القبول مثلا وهذا كون أن منتوج تلك المؤسسات المالية خدمي بالدرجة الأولى عكس المؤسسات الأخرى التي يركز على الجانب العيني للاختبارات، فعلى مستوى البحث في التسويق يتم مراقبة عملية الاختبارات هذه وهذا لإبراز ما يمكن تفسيره على الخدمات الجديدة لجعلها أكثر ملائمة للسوق والعميل المصرفي.

**سادسا: تقديم الخدمة للسوق:** فهذه المرحلة تخص إنتاج الخدمة المصرفية على نحو شامل وتجاري، فالمصرف يفترض أن يتخذ أربعة قرارات في هذه المرحلة وعلى النحو التالي:

- اختيار الوقت المناسب لطرح الخدمة المصرفية الحديثة.

- الاستراتيجيات والاعتبارات الجغرافية، أي المكان الذي يفترض أن يتم طرح الخدمة المصرفية فيه. الهدف التسويقي من طرح هذه الخدمة المصرفية.

- التقديم للإستراتيجية السوقية باعتبار أن الإختيار هذا مقدمة للإستراتيجية التسويقية.

### المبحث الثالث: تطور الخدمات المصرفية من خلال إصدار وسائل الدفع الإلكتروني

في ظل التطورات التكنولوجية التي يشهدها العالم تطورت وسائل و نظم الدفع الإلكتروني، فتعددت أنواع و أساليب طرق تقديم الخدمات المصرفية على مستوى العالم.

#### المطلب الأول: آليات تطوير الخدمات المصرفية

هي عبارة عن عمليات مالية عبر الأنترنت دون الحاجة إلى الإتصال بالبنك، والتي من خلالها يتم إنجاز صفقات مالية إلكترونية، وفيما يلي نذكر أهمها:

#### 1- بطاقة الدفع الإلكترونية:

يستطيع حاملها شراء معظم احتياجاته دون الحاجة لحمل مبالغ مالية قد تعرضه لمخاطر السرقة أو الضياع، ويتم استخدام البطاقات من خلال آلات الصرف الذاتي.<sup>1</sup>

#### 2- أجهزة الصرف الآلي:

تعرف بأنها محطات طرفية إلكترونية متصلة بحاسب آلي للمصرف. من خلالها تقدم خدمات مصرفية دون مساعد من موظف المصرف، وتعتمد آلية عمل آلات المصرف على وجود اتصال بين الحاسب الرئيسي للمصرف و آلة الصراف الآلي المتواجدة في أماكن جغرافية مختلفة، بحيث يمكن استقبال بيانات الزبون كرقم التعريف الشخصي، ورقم الحساب، ثم إدخال رمز الخدمة لتقوم بعد ذلك بإعطاء استجابة فورية تتمثل في: السحب النقدي، كشف الحساب، بيان الأرصدة وتحويل الأموال.<sup>2</sup>

#### 3- خدمات نقاط البيع:

وهي الآلات التي تنتشر لدى المؤسسات التجارية والخدمية بمختلف طبيعتها وأنشطتها، ومن خلالها يقوم العملاء بسداد مشترياتهم إلكترونياً عن طريق البطاقات البنكية، هذه الآلات متصلة إلكترونياً بالبنك، فيتم خصم المستحق فوراً.<sup>3</sup>

1 - حافظ كامل الغندور، محاور البحث الفعال في المصارف العربية، مجلة اتحاد المصارف العربية، الأردن، 2003، ص 87.

2 - إياد عبد الفتاح النصور، تسويق المنتجات المصرفية، دار صفاء للنشر والتوزيع، ط01، الأردن، 2015، ص 71.

3 - حافظ كامل الغندور، مرجع سبق ذكره، ص 139.

ومن خدماتها: ضمان الشيكات، الدفع و القيد المباشر عن طريق التحويل الإلكتروني من حساب المشتري إلى حساب التاجر.<sup>1</sup>

#### 4- الخدمة المصرفية الإلكترونية من خلال الحاسوب الشخصي:

هي شكل من أشكال الخدمة المصرفية عبر الانترنت التي تمكن العملاء من تنفيذ المعاملات المصرفية من خلال جهاز كمبيوتر، وفي معظم عروض الصيرفة من خلال الحاسوب الشخصي يقدم المصرف للعميل المالك برنامج محاسبي و مالي يتيح له إجراء معاملاته المالية من جهاز الكمبيوتر بمنزله.<sup>2</sup>

#### 5- الخدمات المصرفية الإلكترونية عبر الهاتف المصرفي :

تعتمد هذه الخدمة أيضا على وجود ترابط بين فروع المصرف الواحد ككل وتمكن الموظف من تقديم الخدمة الهاتفية من خلال الوصول لبيانات العميل مباشرة من أي فرع من المصرف حيث يقوم العميل بالاتصال برقم موحد للحصول على خدمة محددة من مصرفه، أين يجد هناك موظف خاص يقوم بالرد على العميل للوصول إلى بيانات حول العميل و يبدأ بتوجيه أسئلة محدد للتأكد من هويته. قامت المصارف الكبرى على وجه الخصوص بإنشاء مراكز للاتصال لخدمة العملاء، مما يوفر عليها الكثير من الخدمات التي تستغرق منها ومن العميل وقتا كبيرا، زيادة على اقتصاد في التكلفة، وطورت هذه الخدمة لاسيما في الدول المتقدمة وأصبح العميل يشعر بخصوصية مع المصرف الذي يتعامل معه.

#### 6- الخدمات المصرفية الإلكترونية عبر الهاتف النقال:

وهناك من يسميها بالمصارف الخلوية و تقوم هذه القناة على تزويد الزبون بالخدمة المصرفية في أي مكان و في أي وقت وتشتمل الخدمات المصرفية عبر الهاتف النقال الخدمات المعلوماتية، كالاستعلام عن الأرصدة و الإطلاع على عروض المصارف و أسعار العملات والفوائد ومعدلاتها والاستثمارات و النصائح بشأن القروض و الاستثمارات والنصائح بشأن القروض والتسهيلات وموقع المصرف الفعلية ودوائره، وغير ذلك من الخدمات الاستعلامية. كما

<sup>1</sup>-عبد القادر كموم، شافية جاب الله، الآليات الحديثة لتسويق الخدمات المصرفية الإلكترونية في الجزائر مجلة السياسة العالمية، المجلد5، العدد3، الجزائر، 2021، ص 605.

<sup>2</sup> - يونس عرب، البنى التحتية لمشروعات البنوك الإلكترونية، جريدة العرب الإلكترونية، ص 9، متاح على الموقع:

[www.arablaw.org/download/E-commerce-contracts](http://www.arablaw.org/download/E-commerce-contracts)

تشمل الخدمات المالية كتحويل الأرصدة من حساب إلى حساب وخدمات الدفع النقدي وفتح الحسابات وغلقها، وغيرها من الخدمات المصرفية.<sup>1</sup>

### 7- النقود الإلكترونية:

النقود عبارة عن وسيلة غير ملموسة، تأخذ صورة وحدات الكترونية وتخزن في مكان آمن جدا على القرص الصلب لجهاز الكمبيوتر الخاص بالزبون لكي يستخدمها في إتمام عمليات الشراء، البيع، والتمويل.

### 8- الشيكات الإلكترونية:

أما الشيك يستخدم لإتمام عمليات السداد الإلكترونية بين طرفين من خلال وسيط، ويتم تحرير وتبادل الشيكات الإلكترونية عبر الإنترنت.<sup>2</sup>

### 9\_ التلفزيون الرقمي:

هو عبارة عن ربط الأقمار الصناعية بين جهاز التلفزيون بالمنزل، وبين حساب المصارف وبالتالي يمكن الدخول من خلال رقم سري إلى حاسب المصرف أو شبكة الإنترنت وتنفيذ العمليات المطلوبة.

ويعد هذا التلفزيون من أحدث القنوات التي تم إبتكارها، والتي تمكن المصارف من التفاعل مع الزبائن في مواقعهم خصوصا في المنزل مع ربات البيوت، لا سيما في حالة عدم توفر جهاز حاسب<sup>3</sup>.

### 10\_ الأنترنت المصرفي:

أتاح إنتشار إستخدامات الإنترنت للمصارف التعامل مع الزبائن من خلال خدمات المصرف المنزلي، حيث تم إنشاء مقر لها على الإنترنت، بدلا من المقر العقاري، ومن ثم يسهل على الزبون التعامل مع المصرف عبر الإنترنت وهو في منزله ويمكن محاوره موظف المصرف على شاشة الكمبيوتر، ويتم إجراء كافة العمليات المصرفية .

ومن الخدمات المتاحة على هذه القناة الإلكترونية فتح الحسابات، الحصول على القروض، دفع الفواتير الإلكترونية لتحويل الأموال... الخ.<sup>4</sup>

<sup>1</sup> - وفاء جثير مزعل، المعوقات التي تواجه تطبيق الصيرفة الإلكترونية، دراسة استطلاعية لأراء عينة من موظفي المصارف العاملة في مدينة الناصرية، مجلة الدراسة المحاسبية و المالية، المجلد16، العدد 57، 2021، ص58.

<sup>2</sup> - دنان رشيدة، مرجع سبق ذكره، ص ص 7، 8.

<sup>3</sup>-عيد القادر كموم، شافية جاب الله، مرجع سبق ذكره، ص 605.

<sup>4</sup>-مرجع نفسه، ص 606.



## المطلب الثاني: إسهام وسائل الدفع الإلكترونية في تحسين الخدمات المصرفية

إن المصارف تسعى دائما إلى تحسين خدماتها وذلك للإرضاء عملائها بالدرجة الأولى لذا يتوجب عليها دائما مواكبة التطورات الحاصلة في مجال التكنولوجيا للإرتقاء 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، وعليهم بين هذه المزايا التي توفرها وسائل الدفع الإلكترونية لتحسين الجودة في الخدمات ما يلي: <sup>1</sup>

## 1- توفر الوسائل الإلكترونية درجة عالية من الإستمرارية 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.

## 2- إنخفاض التكلفة:

ستتصف الوسائل الإلكترونية بدرجة أعلى من الكفاية في توزيع وتوصيل الخدمة مما يقلل من تكلفة إجراء العملية الواحدة.

## 3- الملائمة مع ظروف الزبون:

فالوسائل الإلكترونية في توصيل الخدمة تتيح فرصة أكبر للزبائن في الوصول إلى خدمات المؤسسة في الوقت والمكان الملائمين له.

## 4- تحقيق الإنتشار الواسع:

يسمح إستعمال الوسائل الإلكترونية في الخدمة بزيادة الإتصال مع إعداد كبيرة من الزبائن، حيث أن التكلفة والجهد المطلوب لجمع المعلومات وإختيارها وتصنيفها بإستخدام الإتصال الشخصي يفوق كثيرا عنه في حالة إستخدام الوسائل الإلكترونية.

<sup>1</sup> سايجي الخامسة، طويل حدة، أثر وسائل الدفع الإلكتروني على جودة الخدمات المصرفية، مجلة أبحاث إقتصادية و إدارية، جامعة العربي التبسي، المركز الجامعي عبد الحفيظ بو الصوف، الجزائر، المجلد 13، العدد 02، 2019، ص ص 128,129.

## 5- تحقيق درج أعلى من الخصوصية:

وذلك بتوفير درجة من الخصوصية وحرية إختيار الزبون والتعامل مع تلك الوسائل من خلال كلمات مرور ورموز سرية مما يزيد من درجة رضا الزبون عن الخدمة.

كذلك نلاحظ أن في وقتنا الحالي كل البنوك تسعى إلى إستخدام كل الطرق والوسائل الممكنة لغاية تحسين وجودة آدائها ولا شك أن إستخدام تكنولوجيا المعلومات التي أهمها وسائل الدفع الإلكتروني وما توفره من خدمات جيدة نجد ما يلي: <sup>1</sup>

## 1. أمن المعلومات:

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

## 2. التعقيد:

في المعاملات المصرفية عبر الإنترنت هي الأكثر سيولة لأنها خالية من أي جهد، فسيولة الإستخدام تعكس درجة عدم التعقيد.

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

ومنه يمكن القول أن البنوك تسعى لتحسين جودة خدماتها وذلك بإستخدام 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.

<sup>1</sup> دغنوش العطرة، إستخدام شبكة الأنترنت كأداة لتقديم الخدمات البنكية و أثرها على الأداء البنكي، أطروحة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الدكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية و الاجتماعية و علوم التسيير، جامعة محمد خيضر، الجزائر، 2017، ص ص 169, 168.



## خلاصة:

تعتبر الخدمات المصرفية الإلكترونية من الوسائل المتميزة والمتطورة و الأمانة حيث يمكن التعامل بها بأسهل الطرق وفي أي وقت ومن أي مكان، دون ضرورة التوجه إلى الفرع لإتمام المعاملات المصرفية، حيث أتاحت للعملاء التعبير إلكترونيا عن احتياجاتهم وأولوياتهم اليومية، مما سمح للمصارف التجاوب معها واستحداث خدمات مالية ومصرفية جديدة.

---

## الفصل الثالث

دراسة ميدانية حول وسائل الدفع الإلكتروني

ودورها في ترقية الخدمات المصرفية لبنك

الفلاحة والتنمية الريفية – وكالة قالمة–

---

تمهيد:

تطرقنا في الإطار النظري من خلال الفصلين السابقين إلى تبين الإطار النظري لوسائل الدفع الإلكتروني في الفصل الأول، وإلى استعراض ترقية الخدمات من خلال الفصل الثاني، وها نحن ذا سنحاول في هذا الفصل الثالث في إسقاط ما تطرقنا إليه سابقا على أرض الواقع من خلال دراسة حالة تطبيقية تبين لنا دور وسائل الدفع الإلكترونية في ترقية الخدمات المصرفية في بنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة "قلمة"، معتمدين في ذلك على آراء عمال هذا البنك المستخرجة من الاستبيان.

### المبحث الأول: تقديم بنك الفلاحة والتنمية الريفية- وكالة قائمة-

ينتمي بنك الفلاحة والتنمية الريفية الى القطاع العمومي، إذ يعتبر وسيلة من وسائل سياسة الحكومة الرامية إلى المشاركة في تنمية القطاع، وهو يحتل المركز الأول في ترتيب البنوك التجارية الجزائرية ويعد من البنوك الأكثر انتشارا على المستوى الوطني.

#### المطلب الأول: نشأة بنك الفلاحة والتنمية الريفية-وكالة قائمة-

تم تأسيسه من خلال بنك الفلاحة في 13 مارس 1982 لإعادة هيكلة البنك الوطني الجزائري. حيث ارتبط تأسيسه بتمويل هياكل ونشاطات الإنتاج الزراعي و الحرف التقليدية في الأرياف وكل المهن الحرة والمنشآت الخاصة المتواجدة في الأرياف وبالتالي فإنه بنك متخصص إذ ان مهمته تمويل القطاع الفلاحي و الأنشطة المختلفة في الريف وذلك بغرض تطوير النتاج الغذائي على الصعيد الوطني وهو أيضا بنك تجاري حيث يمكنه جمع الودائع من أي شخص، ويقترض الأموال بآجال الفلاحي وترقية العالم الريفي مختلفة، تستهدف تكوين أو تحديد رأسمال الثابت وهو يعطي امتياز للمهن الفلاحية الريفية بمنحها قروضا بشروط سهلة وسعر فائدة أقل.

هذا البنك يعمل بمقدر اللامركزية بحيث أعطي لفروعه صلاحيات واسعة في منحى القروض وهذا لخدمة إعادة الهيكلة وتسهيل لخدماته بعد ان أعيد تقسيم البلاد على 48 ولاية ورأس ماله عند تأسيس قدر واحد مليار دينار جزائري وفي إطار إصلاحات الاقتصادية تحول البنك بعد عام 1983 إلى شركة مساهمة ذات رأس مال عند تأسيس قدر بواحد مليار دينار جزائري وفي إطار الإصلاحات الاقتصادية تحول البنك بعد عام 1988 على شركة مساهمة ذات رأس مال قدره 22 مليار دينار جزائري مقسم إلى 2200 سهم بقيمة مليون دينار جزائري للسهم الواحد بعد صدور قانون النقد والقروض في 14/04/1990 والذي منح استقلالية أكبر للبنوك و الغية من خلال نظام التخصص، أصبح بنك الفلاحة والتنمية كغيره من البنوك يباشر جميع الوظائف التي تقوم بها البنوك التجارية والمتمثلة في منح تسهيلات ائتمانية وتشجيع عملية الادخار والمساهمة في التنمية، حيث وصل رأس ماله سنة 1999 إلى 33000000000 دينار جزائري. أما حاليا هو عبارة عن بنك شامل يوظف أكثر من 7000 موظف عبر 321 وكالة و3 مجمع استغلال جهوي موزع عبر كامل التراب.

أما عن وكالته بقالمة فقد تأسست بمقتضى نفس القرار السابق 106/82 وتحمل الرمز 915 ويقع مقرها وسط المدينة في شارع يوغرطة. ويعمل به 15 موظف.<sup>1</sup>

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

تضم الوكالة البنكية لقالمة التابعة لبنك الفلاحة والتنمية الريفية، المصالح التالية:<sup>2</sup>

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

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

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

- وظيفة القروض.

- وظيفة الشؤون القانونية.

- التحصيل.

- وظيفة الموارد و الحسابات.

رابعاً: 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.

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

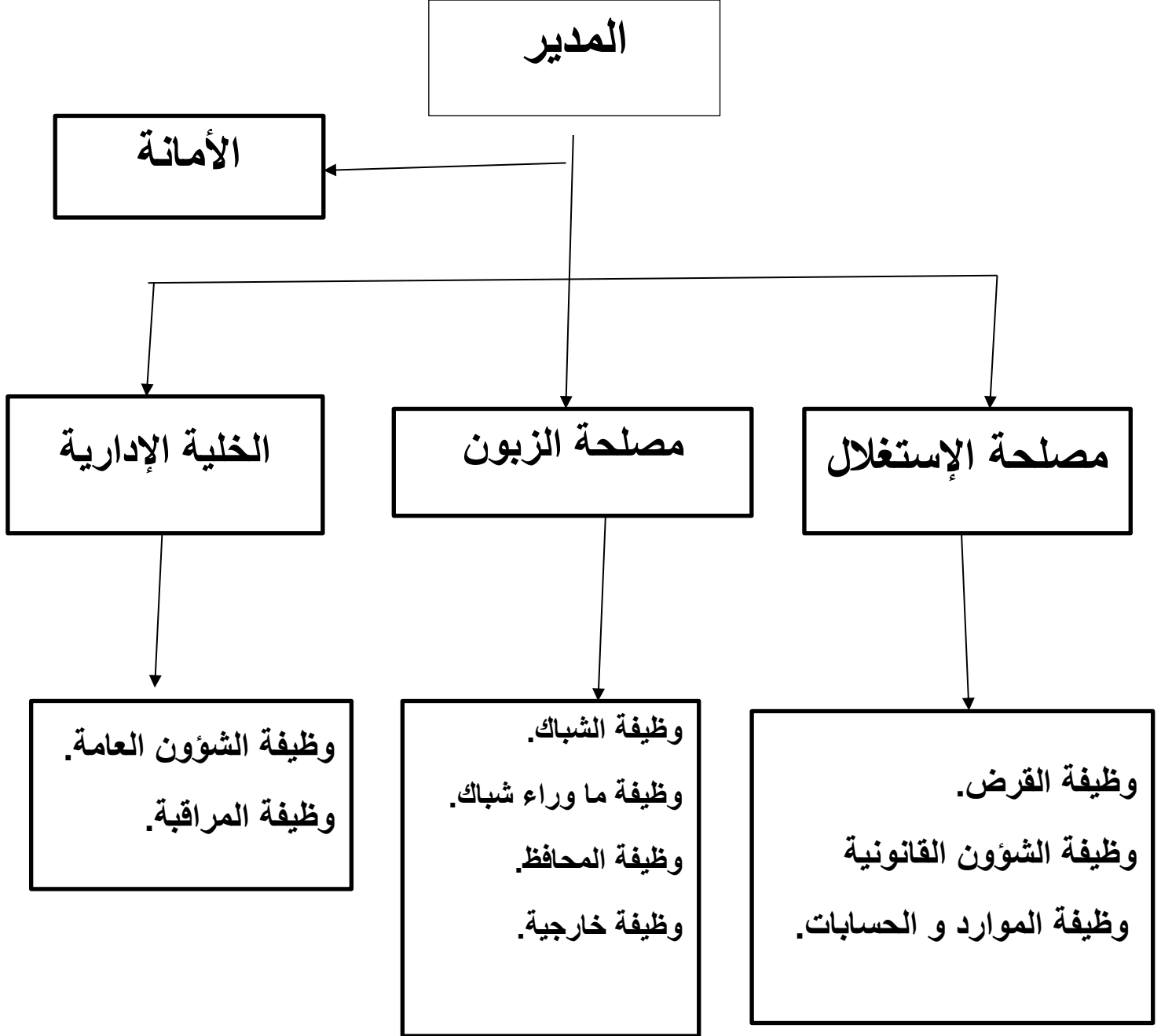
1- وثائق مقدمة من بنك الفلاحة و التنمية الريفية وكالة قالمة.

2- وثائق من بنك الفلاحة و التنمية الريفية وكالة قالمة.



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

الشكل رقم (01) الهياكل التنظيمي لبنك الفلاحة والتنمية الريفية -وكالة قالمة-



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

ثانيا: الهيكل التنظيمي للمديرية الفرعية

و تضم المديرية الفرعية لوكالة قالمة المصالح التالية: <sup>1</sup>

**1- الأمانة:** يتمثل دورها في:

تلقي البريد الوارد و إرسال البريد الصادر.

القيام بالعمليات الإدارية المختلفة كالطبع، استقبال الملفات، البرقيات، الإشراف على المكالمات و الفاكس.

تنظيم مواعيد المدير.

مراقبة مبلغ القرض الممنوح بعد ذلك تقدم مصلحة القروض الملفات للجنة القروض الموجودة على مستوى المديرية

الفرعية التي تعطي الرأي العام.

**2- خلية التكوين:** للبنك تربصات دائمة سواء كانت على مستوى التعامل لدى البنك أو في مؤسسات التربية و

التكوين حيث يتم:

توجيه العاملين إلى تربصات أو إلى تكوين.

إعادة تكوين للمستخدمين حسب تغيرات عمل البنك و إعدادهم لمواكبة التغيرات.

**3- قسم الودائع:** هو الجانب المخصص للاحتفاظ بنقد العملاء سواء مؤقتة أو طويلة على سبيل الحفظ أو

التوظيف، و من هنا حدد القسم البعد الزمني للوديعة فهو يشرف على وجود فاصل زمني بين لحظة الإيداع ولحظة

السحب، و يسمح بتقدير مدى التوظيفات اللازمة لهذه الأموال و من العمليات التي تخص الودائع

ما يلي:

- توفير السندات للوكالة.

- توجيه الوكالة.

- جمع المعلومات و الإحصائيات الخاصة بالودائع عند نهاية كل شهر و إرسالها إلى المديرية المركزية.

**4- نيابة مديرية الرقابة:** إن لعملية الإشراف و المراقبة دور كبير في ضمان استمرارية العمليات المصرفية و المالية

للدولة، و تتكون نيابة مديرية الرقابة من مجموعة من المراقبين تتمثل مهمتهم في:

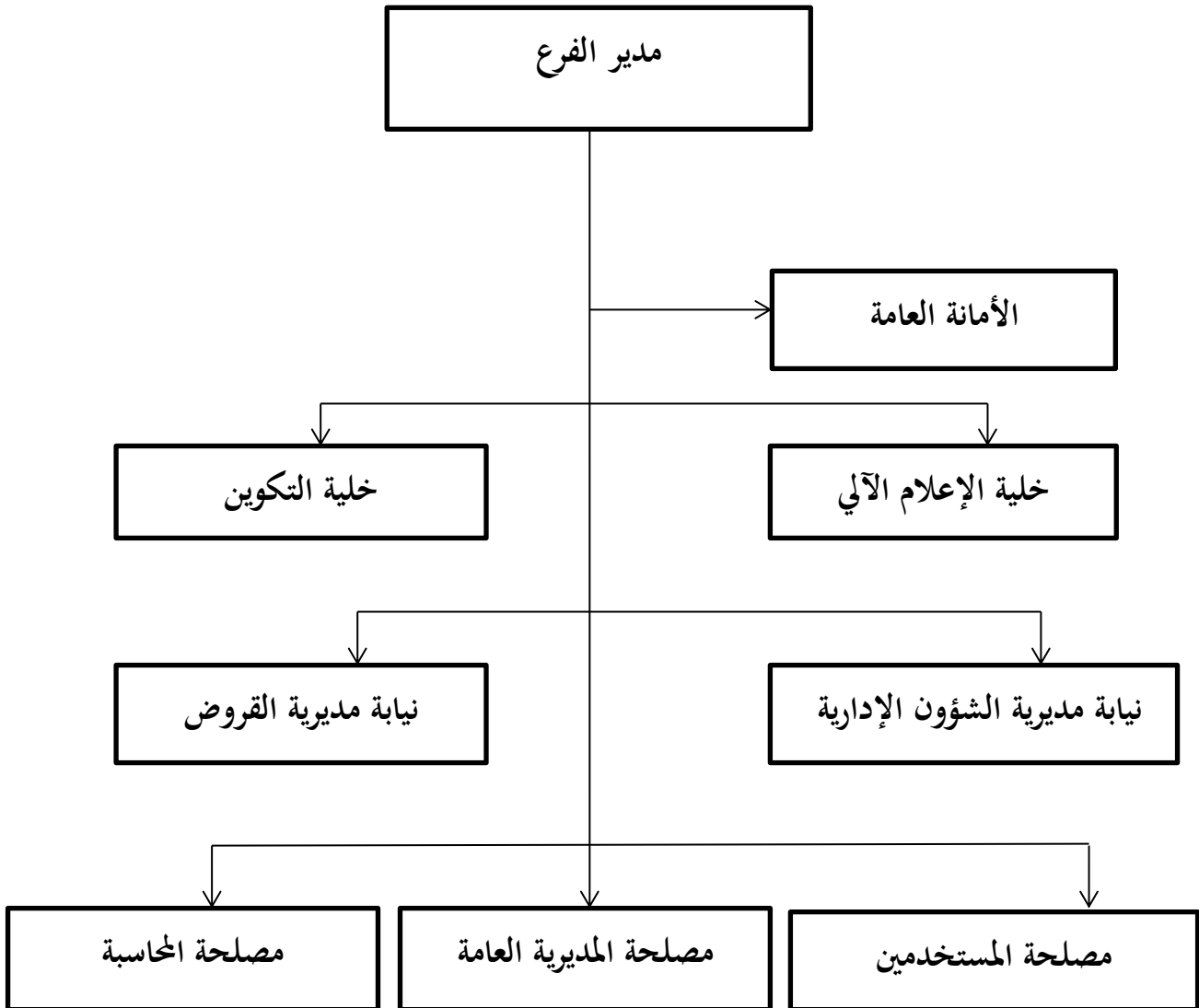
<sup>1</sup> - وثائق من بنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة قالمة.

- مراقبة الوكالات: وذلك بمراقبة جميع العمليات المصرفية من إيداع و سحب و صرف.
- مراقبة السيولة.
- مراقبة ملفات القروض و عمليات سيره و مراقبة المخطط السنوي للتمويل.
- التعامل مع الوكالة الفرعية و المفتشية الجهوية، و في نهاية العملية تقدم تقرير عن هذه الزيارات و معرفة تلك النقائص و السلبيات و يتم إرسالها إلى المديرية الجهوية.

#### 5- نيابة المديرية للشؤون الإدارية: يشرف عليها نائب المدير و تتضمن المصالح التالية:

- أ- **مصلحة المستخدمين:** و تتمثل مهامها فيما يلي:
  - متابعة المستخدمين و مدى تكوينهم داخل البنك.
  - تنظيم العلاقات بين المصالح.
  - و يتفرع من مصلحة المستخدمين:
- ب - **مصلحة الأجور:** تهتم مصلحة الأجور بأجور المستخدمين و غيابهم عن العمل و في نهاية كل شهر تقوم بإعداد كشف الرواتب و الأجور و تضاف إليها العلاوات و المنح إلى أن يصل تحديد المبلغ الذي يدفع إلى الموظف.
- ت - **مصلحة الوسائل العامة:** تشرف على عتاد البنك، توزيعه، تجديده، إصلاحه و تشرف على المشاريع التي يقوم بها البنك.
- ج - **مصلحة المحاسبة:** تهتم بمتابعة العمليات اليومية التي تقوم بها الوكالات و مراقبتها خاصة فيما يخص السيولة النقدية.

الشكل (02): الهيكل التنظيمي للمديرية الفرعية



المصدر: وثائق البنك

### المطلب الثالث: مهام و أهداف بنك الفلاحة و التنمية الريفية وكالة قالمة

هناك العديد من المهام و الأهداف التي يسعى بنك الفلاحة و التنمية الريفية إلى تحقيقها و التي سنذكرها فيما يلي:<sup>1</sup>

#### أولاً: مهام بنك الفلاحة و التنمية الريفية

تم إنشاء بنك الفلاحة و التنمية الريفية كضرورة حتمية ناتجة عن إرادة الدولة في ترسيخ قواعد ثابتة لسياسة إعادة هيكلة القطاع الفلاحي، الشيء الذي يضمن الاستغلال الاقتصادي للبلاد، و يرفع من مستوى معيشة السكان النائية و الريفية، و تتمثل مهامه في:

- دراسة كل العمليات المتعلقة بالقروض، الصرف و الخزينة.
- فتح حسابات لكل فرد يقدم طلب بذلك.
- استقبال إيداعات الأفراد مهما كانت مدتها و قيمتها.
- المشاركة في جمع الاحتياطات.
- المساهمة الفاعلة في تنمية و تطوير القطاع الفلاحي و ضمان ترقية نشاطاته، سواء منها الفلاحية الغذائية، الفلاحية الحرفية،.. الخ.

- منح تشكيلة متنوعة من القروض لكل من تتوفر فيه شروط الاستفادة منها.

#### ثانياً: أهداف بنك الفلاحة و التنمية الريفية

تتمثل بعض أهدافه في:

- التوسع في مجالات النشاط البنكي و التحول إلى الشمولية.
- تقديم تشكيلة متنوعة من الخدمات البنكية، و العمل على رفع جودة هذه الخدمات.
- الاهتمام بالعملاء و تحسين العلاقة معهم.
- العمل على اكتساب ميزة تنافسية للحفاظ على حصتها السوقية و مجانية المنافسة في السوق.
- الرقي بالعمل قصد تحقيق أقصى ربح.
- محاولة زيادة الموارد بأحسن أسعار.
- التسيير الصارم لخزينة البنك سواء كان بالدينار أو العملة الصعبة.
- ضمان تنمية متناسقة للبنك في مجال النشاطات التي يقدمها.
- محاولة توسيع شبكة فروع و نشرها على كامل التراب الوطني.

<sup>1</sup> - وثائق من بنك الفلاحة و التنمية الريفية وكالة قالمة.

المبحث الثاني: الخدمات المصرفية ووسائل الدفع الإلكترونية في بنك الفلاحة والتنمية الريفية.

#### المطلب الأول: الخدمات المصرفية في بنك الفلاحة و التنمية الريفية

- يقدم بنك الفلاحة و التنمية الريفية العديد من الخدمات المصرفية نذكر أهمها فيما يلي:

- خدمات الإيداع، السحب، الدفع، تحويل العملات إلى الدينار أو العكس.

- خدمات الحساب: فتح حساب بالعملة الوطنية و حساب بالعملة الصعبة<sup>1</sup>، حيث أن<sup>2</sup>:

#### أ- حساب بنكي بالدينار:

- يمكن فتح حساب الصكوك بالدينار في بنك بدر بطريقة سهلة ومرنة للغاية بعيدا عن أية إجراءات معقدة وكمية معتبرة من الوثائق .

كما يمكن من خلال حساب البنكي بالدينار المفتح في بنك "بدر" من:

- إيداع / سحب الأموال في أي وقت (الحساب الجاري).

- توطين المداخيل وإرسال / استلام الأموال من الأقارب (العمليات الجارية).

- تزويد بالعديد من وسائل الدفع: دفتر الشيكات البنكية، بطاقة بنكية... الخ.

- إنجاز مشترياتكم اليومية باستخدام وسائل الدفع التي تناسبكم: شيك بنكي، البطاقة البنكية، الدفع الإلكتروني...؛

- دفع فواتيركم عن طريق التحويلات المالية الدائمة أو الاقتطاعات التلقائية

- متابعة حركات ورسيد حسابكم البنكي عن بعد: الخدمات الإلكترونية البنكية، الخدمات البنكية عبر الهواتف المحمولة.

الاستحقاق: كل شخص طبيعي راشد.

كما أن وثائق تكوين الملف تتكون من: وثيقتان فقط هما:

- تقديم بطاقة هوية سارية المفعول؛

- وثيقة رسمية تثبت مكان الإقامة

<sup>1</sup> من خلال مقابلة مع موظف البنك.

<sup>2</sup> الموقع الإلكتروني في بنك الفلاحة و التنمية الريفية <https://bankbadr.dz/ar>

ب. حساب بنكي بالعملة الصعبة:

حساب العملات الأجنبية في البنك الفلاحي والتنمية الريفية هو حساب يعمل بعملة واحدة فقط، يتيح لك استقبال العملات الأجنبية وإجراء مدفوعات لمعاملاتك في الخارج.

مزاياه:

- يمكن من خلال الحساب المفتوح بالعملة الصعبة في "بدر بنك" من:
- الحصول على قاعدة بالنسبة لجميع العلاقات البنكية الدولية؛
- توطين المداخل الآتية من الخارج؛
- تزويد بطاقة بنكية "فيزا" أو "ماستر كارد"؛
- القيام بمشتريات / عمليات السحب في الخارج باستخدام بطاقات بنكية دولية؛
- الحصول على إمكانية تسديد المشتريات الدولية عبر الانترنت؛
- متابعة حركات ورصيد الحساب البنكي عن بعد: الخدمات الإلكترونية البنكية، الخدمات البنكية عبر الهواتف المحمولة.

الاستحقاق: كل شخص طبيعي راشد.

كما أن وثائق تكوين الملف تتكون من: وثيقتان فقط

- تقديم بطاقة هوية سارية المفعول؛

- وثيقة رسمية تثبت مكان الإقامة

بالنسبة للشركات:

- القانون الأساسي للشركة أو الجمعية؛

- السجل التجاري و/أو قرار الاعتماد بالنسبة للجمعيات؛

- وثائق تثبت أرقام التعريف الإحصائي والضريبي.

بالنسبة للأجانب أو الجزائريين المقيمين في الخارج:

- بطاقة الإقامة.

- خدمات الشيكات: مثل إصدار الشيكات أو إلغائها و كذا تسليم الصكوك.

- يقوم البنك بتقديم النصائح و الإرشادات لعملائه.

- خدمات ادخار الأموال و توظيفها.

بالإضافة إلى خدمات أخرى يقدمها بنك "بدر":<sup>1</sup>

### أ خدمة BADRSMS

- هذه الخدمة تكمن من الوصول إلى المعلومات في الوقت الفعلي حول النشاط التحويلي: حركة الحساب في الوكالة.

- تاريخ، ووقت، وطبيعة العملية (سحب أو إيداع)، ومبلغ العملية، والرصيد الجديد.

عمليات السحب من ماكينات الصراف الآلي (GAB) عمليات الدفع ببيانات عملية على أجهزة الدفع الإلكتروني TPE

عمليات الدفع الإلكتروني "التسوق عبر الإنترنت" رسائل كلمة المرور الديناميكية لعمليات الدفع الإلكتروني مجانية. تُرسل كلمة مرور ديناميكية مخصصة لكل عملية دفع إلكتروني للتمكين من التوثيق على خادم التوثيق، وفقاً لقواعد

D Secure.3

### المطلب الثاني: وسائل الدفع الإلكتروني لبنك الفلاحة و التنمية الريفية

يوفر بنك "بدر" ستة أنواع من البطاقات لعملائها، أربع بطاقات وطنية (بطاقة الدفع الكلاسيكية، بطاقة التوفير، بطاقة الدفع و بطلقة الدفع الذهبية)، و بطاقتين دوليتين (بطاقة ماستر كارد الكلاسيكية، تيتانيوم).

### أولاً: البطاقات الوطنية

يوفر بنك الفلاحة و التنمية الريفية لعملائه أنواع من البطاقات البنكية تتمثل في:<sup>2</sup>

### 1- بطاقة الدفع الكلاسيكية CIB

إن بطاقات الدفع ما بين البنوك CIB المرتبطة بحسابكم البنكي، عبارة عن بطاقات بين البنوك ذات مدة صلاحية قدرها عامين وصالحة للاستخدام في الجزائر فقط، حيث تتمكنكم من إجراء عمليات الدفع و السحب بكل أمان على مدار 24 ساعة / 24 ساعة و خلال 07 أيام / 07 أيام؛  
مزاياها: من مزاياها أنها تمكن من إجراء:

= عمليات الدفع من خلال أجهزة الدفع الإلكتروني TPE لدى التجار.

= عمليات الدفع عبر الانترنت.

= عمليات السحب من الموزعات الآلية للبنك DAB والشبائيك الآلية للبنك GAB

1- الموقع الإلكتروني في بنك الفلاحة و التنمية الريفية <https://bankbadr.dz/ar>

2 الموقع الإلكتروني في بنك الفلاحة و التنمية الريفية <https://bankbadr.dz/ar>



= الاطلاع على الرصيد من خلال الموزعات والشبائيك الآلية عبر شبكة “بدر بنك”.

شروط الإصدار: من شروط إصدارها

الأشخاص الطبيعيون أصحاب الحسابات البنكية بالدينار؛

الأشخاص الطبيعيون الذين يمارسون مهنة معترف بها حسب الأصول مع دخل ثابت؛

ممثلو أو وكلاء الشركات أو المؤسسات التي لديها حساب بنكي جاري؛ في هذه الحالة، يتم إصدار البطاقة على الحساب البنكي للشركة.

## 2- بطاقة التوفير

هي بطاقة مدعومة بحساب التوفير LEP و LEF تمكن من إجراء عمليات السحب من جميع أجهزة الصراف الآلي في شبكة الدفع الإلكتروني و كذا الإطلاع على الرصيد في جميع هذه الأجهزة، كما يمكن التحويل بها لدفتر التوفير دون الدخول للبنك.

## 3- بطاقة الدفع CBR

هي بطاقة ما بين البنوك مرتبطة بحساب العميل، وهي بطاقة مخصصة للأشخاص الذين يتقاضون أجرا يفوق 50.000.00 دينار جزائري.

## 4- بطاقة الدفع الذهبية:

إن بطاقة الدفع ما بين البنوك الذهبية، المرتبطة بالحساب البنكي، عبارة عن بطاقة بين البنوك مع سقف سحب محدد، صالحة للاستخدام لمدة عامين فقط في الجزائر، حيث تمكن من إجراء عمليات الدفع و السحب بكل أمان على مدار 24 ساعة / 24 ساعة و خلال 07 أيام / 07 أيام؛

مزاياها: من مزاياها أنها تمكن من القيام ب:

=عمليات الدفع من خلال أجهزة الدفع الإلكتروني TPE لدى التجار.

=عمليات الدفع عبر الانترنت.

=عمليات السحب من الموزعات الآلية للبنك DAB والشبائيك الآلية للبنك GAB

=الاطلاع على الرصيد من خلال الموزعات الآلية للبنك DAB والشبائيك الآلية للبنك GAB عبر شبكة “بدر بنك”.

### شروط الإصدار:

- هذه البطاقة موجهة لزبائن "بدر بنك" الذين يتجاوز راتبهم 100.000 دج.
- الأشخاص الطبيعيون أصحاب الحسابات البنكية بالدينار.
- الأشخاص الطبيعيون الذين يمارسون مهنة معترف بها حسب الأصول مع دخل ثابت.
- ممثلو أو وكلاء الشركات أو المؤسسات التي لديها حساب بنكي جاري؛ في هذه الحالة، يتم إصدار البطاقة على الحساب البنكي للشركة.

### ثانيا: البطاقات الدولية:

يوجد نوعين من البطاقات الدولية التي يتم استعمالها على المستوى الدولي تتمثل في ما يلي:<sup>1</sup>

#### 1- بطاقة ماستر كارد الكلاسيكية:

" وهي بطاقة دولية تسمح بالسحب والاطلاع على الرصيد من أي موزع أو شبك آلي يحمل رمز ماستر كارد. مدة صلاحيتها تتمثل في 24 شهرا، كما تسمح بالتسوية المشتريات عن طريق نقاط البيع النهائي التي تحمل رمز ماستر كارد وتسوية الدفع عن طريق الانترنت لدى المحلات التي تتعامل بها البطاقة، تكاليف الحصول عليها 6000 دج."

#### ومن شروط الحصول عليها:

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

#### مزاياها:

- تسهيلات وتخفيضات تخص الفنادق و المطاعم.
- التسوق عبر الانترنت بأمان.

#### 2- بطاقة ماستر كارد تيتانيوم:

" هي بطاقة لها ميزات وشروط خاصة بها، مدة صلاحيتها 24 شهرا، تكاليف الحصول عليها 8500 دج وهي متاحة لخدمات إضافية خاصة في التعامل بالمطارات وعند السفر والحصول أكثر على خصومات على المنتجات و الخدمات "

1- الموقع الإلكتروني في بنك الفلاحة و التنمية الريفية <https://bankbadr.dz/ar>

ومن شروط الحصول عليها تتمثل في ما يلي:

-فتح حساب بالدينار و آخرون.

-إيداع 200 يورو على الأقل في حساب اليورو بالإضافة إلى مبلغ الدينار.

مزاياها:

-تخفيضات 15 % لكراء السيارات في أوروبا، الشرق الأوسط وإفريقيا.

-تخفيضات 12% لكراء سيارات في أمريكا وكندا.

-التسوق عبر الانترنت بأمان.

إجراءات الحصول على بطاقة الماستر كارد

-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.

- كما توجد في بنك الفلاحة و التنمية الريفية -وكالة قالمة- تخص التجار المعنويين تسمى بطاقة الأعمال،

تستخدم من قبل المؤسسات و الشركات حيث تكون باسم مسير المؤسسات.

ثالثا: الأجهزة الخاصة لاستخدام البطاقات البنكية في بنك الفلاحة والتنمية الريفية - قالمة-

تتمثل في ما يلي:<sup>1</sup>

**1- جهاز TPE**

"محطة دفع إلكترونية متوفرة في نقاط البيع التي تكون لديها حساب تجاري لدى البنك، تسمح لحاملي بطاقات

الدفع الإلكتروني الصادرة من البنك تسوية مدفوعاتهم."

مزايا استخدام جهاز TPE

-الدفع بواسطة البطاقة مضمون بواسطة البنك.

-يوفر الحماية والأمان، يجنب خطر الأموال المزورة، كما يوفر الوقت فلا يتحتم على الزبون الذهاب لسحب الأموال

و العودة للشراء.

- كما يستخدم في دفع فواتير استهلاك المياه و الطاقة والهاتف الثابت والمحمول والنقل الجوي.

<sup>1</sup> - مقابلة مع موظف البنك.

## 2- الموزع الآلي للأوراق النقدية

" 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"

### شروط السحب من الجهاز

- يكون مبلغ الحساب في حدود المبلغ الأسبوعي المثبت في العقد، ويجب أن يكون دائما بمئات الدينارات حيث-  
ممكن سحب المبلغ في عملية أو عدة عمليات.

= يجب إدخال الرمز السري بطريقة صحيحة وذلك لقبول 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.

رابعا: البطاقات المقدمة في بنك الفلاحة والتنمية الريفية -وكالة قائمة- خلال الفترة 2019-2023

الجدول رقم (2): البطاقات المقدمة في بنك الفلاحة والتنمية الريفية -وكالة قائمة- خلال الفترة 2019-.

2023

السنوات	بطاقة السحب بين البنوك	البطاقة الكلاسيكية	بطاقات التوفير	بطاقة الدفع	بطاقة ماستر كارد تيتانيوم	بطاقة ماستر كارد الكلاسيكية	بطاقة العمل	المجموع
2019	324	477	78	61	0	0	0	940
2020	331	713	97	83	14	6	1	1245
2021	338	1062	186	167	20	18	2	1793
2022	338	1219	186	209	20	36	6	2014
2023	338	1395	186	257	20	54	7	2257

المصدر: من اعداد الطالبتان بالإعتماد على الملاحق من 1 إلى 6

من خلال الجدول يمكننا القول:

نلاحظ زيادة في عدد البطاقات الممنوحة من قبل الوكالة، والذي ارتفع من 940 بطاقة سنة 2019 إلى 2257 بطاقة خلال سنة 2023، وهذا ما يفسر زيادة الطلب عليها من قبل العملاء.

ارتفاع عدد البطاقات المصدرة من قبل الوكالة في كل نوعي بطاقة السحب بين البنوك والبطاقة الكلاسيكية، أما بالنسبة لبطاقة التوفير وبطاقة الدفع فعدد البطاقات المقدمة في بنك الفلاحة والتنمية الريفية أقل ارتفاعا من النوعين السابقين، أما عدد البطاقات الدولية المقدمة كانت منخفضة وذلك لشروط الصعبة التي تفرض على من يرغب في اقتناء هذا النوع من البطاقات.

نلاحظ أن في السنوات الأخيرة من 2021 إلى غاية 2023 فإن البطاقات المقدمة من بطاقة السحب بين البنوك وبطاقة التوفير وبطاقة ماستر كارد تيتانيوم فإن عددها كان ثابت.

أن سنة 2020 عرفت ارتفاع في عدد البطاقات المصدرة من قبل الوكالة. وذلك بسبب أزمة السيولة التي عرفها الاقتصاد الوطني، كما ساهمت أزمة كورونا في توجه المودعين نحو البنوك لقللة الاكتظاظ بها وانعدام الطوابير، وكان بنك الفلاحة والتنمية الريفية أكثر التزاما بقواعد التباعد.

نلاحظ في السنوات الأخيرة 2021 الى غاية 2023 زيادة في نمو عدد البطاقات والتي بلغ عددها في سنة 2021 1793 بطاقة، و2014 بطاقة في سنة 2022، مع ملاحظة زيادة في عدد استخدامها في سنة 2023 حيث بلغ العدد الإجمالي لهذه البطاقات 2257. ويرجع هذا التطور إلى زيادة الوعي حول وسائل الدفع الإلكتروني وضرورة استخدامها لما لها من ميزات كثيرة كتوفير الجهد والوقت.

### المبحث الثالث: استخدامات وسائل الدفع الإلكتروني ودورها في تحسين جودة الخدمات المصرفية في بنك الفلاحة و التنمية 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:

##### أولاً: أداة جمع المعلومات

لجمع المعلومات اللازمة للدراسة، تم وضع استمارة بحث موجهة لزيائن محل الدراسة لاستجوابهم مباشرة وهو ما يعرف بأسلوب الاستقصاء. وكان الهدف من هذه الاستمارة هو دراسة العلاقة بين ترقية الخدمة المصرفية ووسائل الدفع الإلكتروني.

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

##### ثانياً: تصميم الاستمارة

تتكون الاستمارة من جزئين هما:

الجزء الأول: والذي يحتوي على المعلومات الشخصية للزيون المتمثلة في الجنس، العمر، المستوى التعليمي، المهنة، وعدد مرات التعامل مع البنك.

الجزء الثاني: فقد اشتمل على محورين أساسيين هما:

1- المحور الأول: حول وسائل الدفع الإلكتروني يضم (15) سؤالاً.

2- المحور الثاني حول ترقية وسائل الدفع الإلكتروني يضم (13) سؤالاً.

إن الاستبانة قد تضمنت 28 عبارة حول موضوع الدراسة والتي يمكن الإجابة عليها باعتماد مقياس ليكارت الخماسي بحيث يقابل كل عبارة قائمة تحمل الاختيارات التالية: (موافق بشدة، موافق، محايد، غير موافق، غير موافق بشدة)

جدول رقم (3) توزيع درجات مقياس ليكارت الخماسي

بدائل القياس	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة
الدرجة	01	02	03	04	05

المصدر: من إعداد الطالبان بالاعتماد على مقياس ليكارت

مجالات تحديد الاتجاه حسب قيم المتوسط المرجح

جدول رقم (4) تحديد الاتجاه حسب قيم المتوسط المرجح

مجال المتوسط الحسابي	اتجاه العام
من 1 إلى 1.80 درجة	درجة منخفضة جدا
من 1.81 إلى 2.60 درجة	درجة منخفضة
من 2.61 إلى 3.40 درجة	درجة متوسطة
من 3.41 إلى 4.20 درجة	درجة عالية
من 4.21 إلى 5 درجة	درجة عالية جدا

المصدر: من إعداد الطالبان بالاعتماد على مقياس ليكارت

ترتيب العبارة من خلال أهميتها في المحور بالاعتماد على أكبر قيمة المتوسط الحسابي في المحور وعند تساوي المتوسط الحسابي بين عبارتين فإنه يأخذ بعين الاعتبار أقل قيمة للانحراف المعياري بينهما

المطلب الثاني: دراسة خصائص العينة

شملت العينة التي طبقت عليها الدراسة على الخصائص الشخصية، فقد تضمنت ما يلي: الجنس، العمر، المستوى التعليمي، المهنة وعدد السنوات التعامل مع البنك.

أولاً: الجنس

يبين الجدول الموالي توزيع مفردات العينة حسب متغير الجنس.

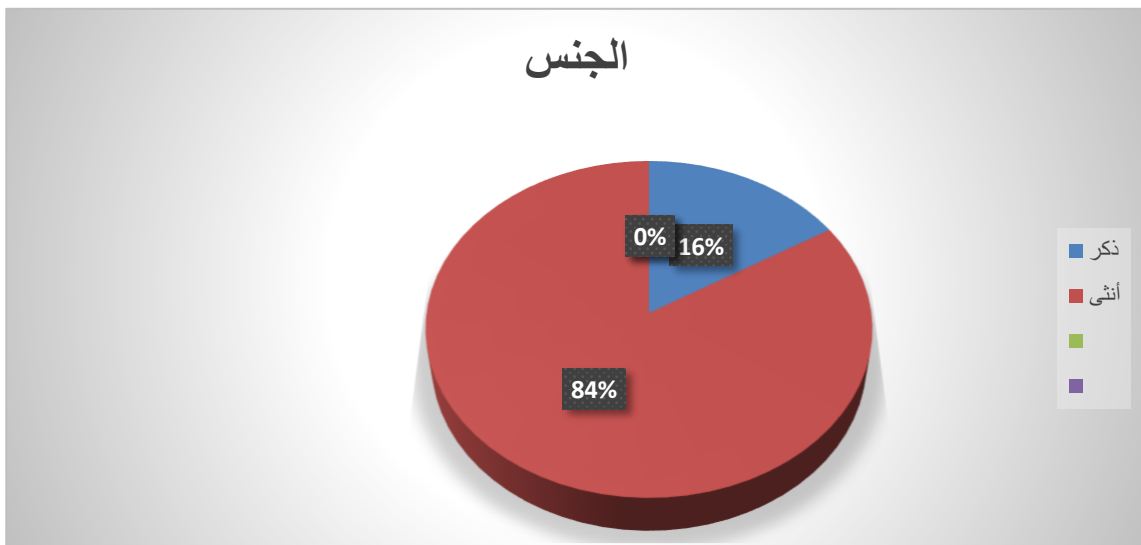
الجدول رقم(05): توزيع مفردات العينة حسب متغير الجنس.

النسبة	التكرار	
16,2	6	ذكر
83,8	31	أنثى
100,0	37	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبان بعد تفريغ الاستمارات

من خلال الجدول رقم (1) نلاحظ ان مفردات العينة بالنسبة للإناث أكبر من الذكور حيث تمثل نسبة الإناث 83.8% ونسبة الذكور 16.2%، كما هو مبين في الشكل المقابل.

الشكل (03): دائرة نسبية توضح النسب المذكورة حسب متغير الجنس





ثانيا: السن

تم تقسيم مفردات العينة إلى ثلاثة فئات حسب متغير السن كما يوضح الجدول الموالي :

الجدول رقم(06): يمثل توزيع مفردات العينة حسب متغير السن.

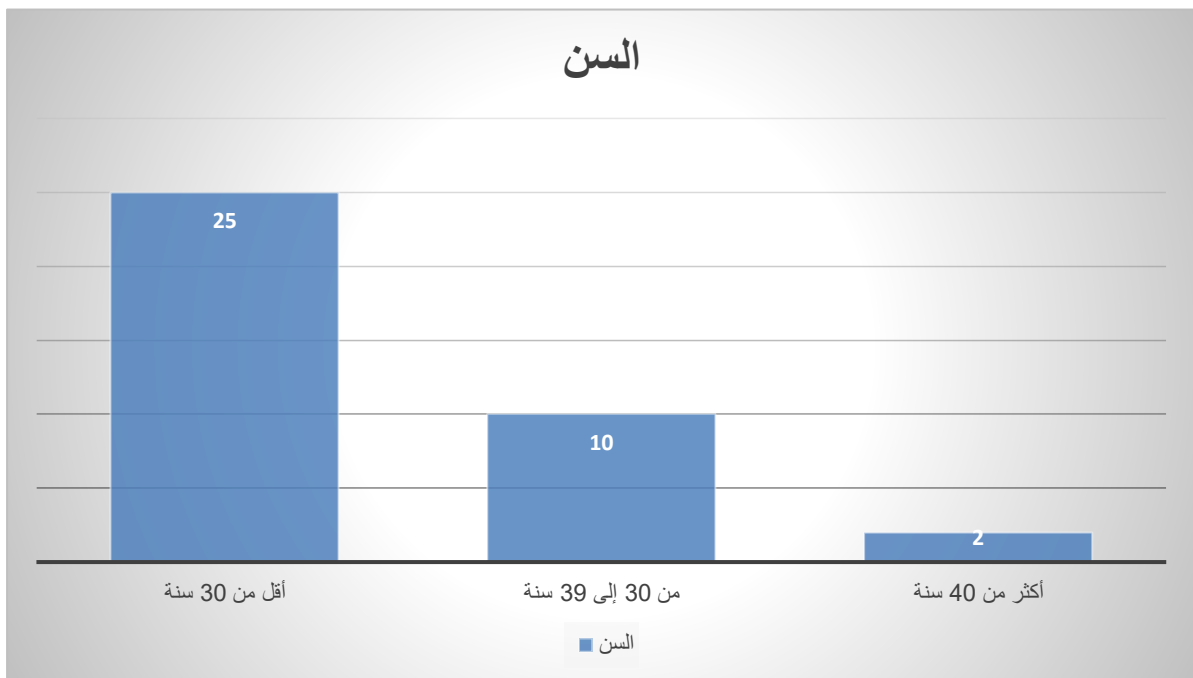
السن

النسبة	التكرار	
67,6	25	أقل من 30 سنة
27,0	10	من 30 إلى 39 سنة
5,4	2	أكثر من 40 سنة
100,0	37	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبان بعد تفريغ الاستمارات.

تشير معطيات الجدول رقم 1 إلى أن معظم مفردات العينة أن أعمارهم أقل من 30 سنة، و عددهم 25 عميل أي تتمركز في الفئة الأولى بنسبة 67.6 من إجمالي العينة المدرسة تليها مباشرة الفئة الثانية التي تتراوح أعمارهم بين 30 الى 39 سنة بنسبة 27% أما باقي مفردات العينة تتركز في الفئة الثالثة أي بنسبة 5.4 % كما هو مبين في الشكل الموالي.

الشكل رقم (4): أعمدة بيانية توضح توزيع مفردات العينة حسب متغير السن



ثالثا: المستوى التعليمي

ضمت العينة المدروسة مجموعة العملاء ذوي مستويات علمية مختلفة موضحة حسب الجدول رقم 3.

الجدول رقم (07) يمثل توزيع مفردات العينة حسب متغير المستوى التعليمي

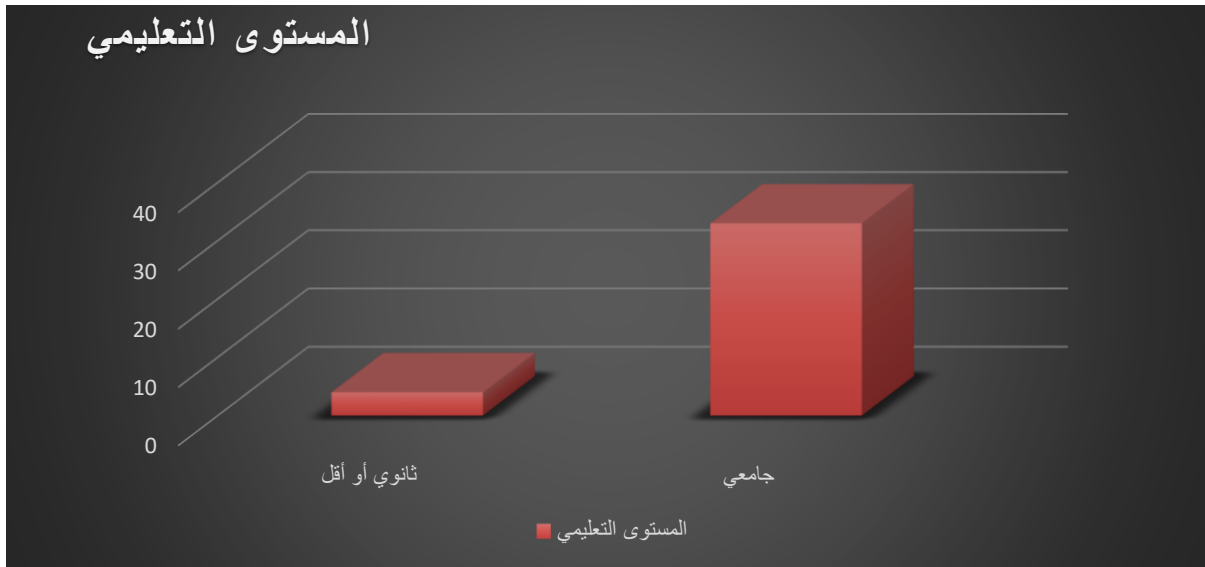
المستوى التعليمي

النسبة	التكرار	
10,8	4	ثانوي أو أقل
89,2	33	جامعي
100,0	37	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبتان بعد تفريغ الاستمارات.

يتضح من خلال المعطيات الظاهرة في الجدول إن أغلبية مفردات العينة متحصلون على شهادات جامعية، بنسبة 89,2%، أما الذين لديهم مستوى ثانوي أو أقل فقدرت نسبتهم ب 10,8%، و الشكل الموالي يوضح النسب المذكورة سابقا.

الشكل رقم (5): أعمدة بيانية توضح توزيع مفردات العينة حسب متغير المستوى التعليمي



تضم عينة لدراسة مجموعة من العملاء ذوو يعدد سنوات التعامل مع البنك وتختلف كما يوضحه الجدول الموالي:

الجدول رقم (08) يمثل توزيع المفردات حسب متغير مدة التعامل مع البنك

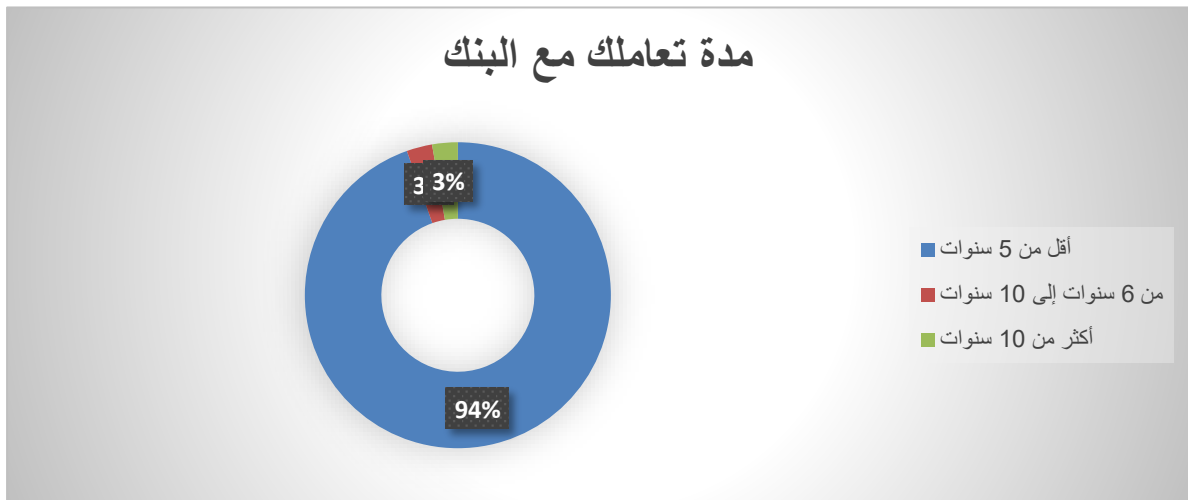
مدة تعاملك مع البنك

النسبة	التكرار	
94,6	35	أقل من 5 سنوات
2,7	1	من 6 سنوات إلى 10 سنوات
2,7	1	أكثر من 10 سنوات
100,0	37	المجموع

المصدر: من اعداد الطالبتان بعد تفريغ الاستثمارات

من خلال الجدول نلاحظ أن أغلبية المتعاملين مع البنك محل الدراسة أقل من 5 سنوات يمثلون نسبة 94% من إجمالي عدد العملاء، لتأتي بعد ذلك فئة العملاء من 6 سنوات إلى 10 سنوات و فئة أكثر من 10 سنوات بنسب متساوية و التي تمثل 2,7% كما هو مبين في الشكل الموالي.

الشكل رقم (6): دائرة نسبية توضح النسبة المذكورة حسب متغير امدة تعامل مع البنك



خامسا: المهنة

ضمت العينة المدروسة مجموعة العملاء ذوي مستويات مهن مختلفة موضحة في الجدول رقم (5)

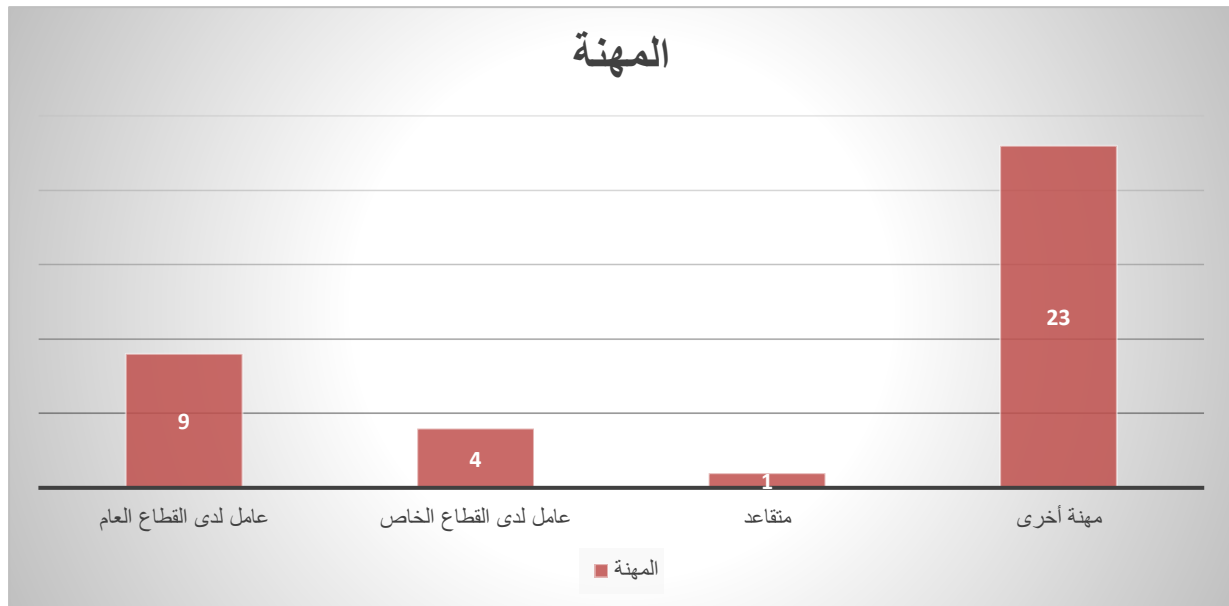
الجدول رقم ( 09): يمثل توزيع مفردات العينة حسب متغير المهنة

النسبة	التكرار	
24,3	9	عامل لدى القطاع العام
10,8	4	عامل لدى القطاع الخاص
2,7	1	متقاعد
62,2	23	مهنة أخرى
100,0	37	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبتان بعد تفريغ الاستمارات

يتبين من خلال الجدول رقم 5، أن غلبة مفردات العينة المطبقة عليها الدراسة يعملون في مهنة أخرى، و ذلك باحتلالهم نسبة 62,2%، تليها بعد ذلك الذي يعملون لدى القطاع العام بنسبة 24,3%، لتأتي فئة العاملين لدى القطاع الخاص بنسبة 10,8%، و في الأخير فئة المتقاعدين بنسبة 2,7%. كما هو مبين في الشكل التالي.

الشكل رقم (7): أعمدة بيانية توضح توزيع مفردات العينة حسب متغير المهنة



المطلب الثالث: الصدق البنائي (الأدوات الإحصائية): ويتمثل في معامل الثبات  $\alpha$  de Cronbach،

معامل  $\alpha$  de Cronbach: من معاملات قياس الثبات و هو عبارة عن معامل ارتباط بين عبارات المقياس، حيث يأخذ قيم تتراوح بين الصفر والواحد الصحيح، وتكون قيمة الحد الأدنى للثبات هي أكبر من 0.7<sup>1</sup> وقد جاءت نتائجه موضحة في الجدول رقم (02.03).

جدول رقم (10):معامل الثبات ألفا كرونباخ

معايير الثبات	عدد العبارات	معايير الاستبيان
،883	15	محور وسائل الدفع الإلكتروني الحديثة
،931	13	محور ترقية الخدمات المصرفية
،947	28	الاستبيان إجمالاً

المصدر: من أعداد الطالبتين اعتماداً على مخرجات SPSS 23، انظر الملحق رقم 02

أولاً: إختبار التوزيع الطبيعي:

إن إخضاع بيانات الاستبيان لاختبار التوزيع الطبيعي من العوامل التي تحدد لنا طبيعة الاختبارات الإحصائية الملائمة.

جدول رقم (11): نتائج اختبار التوزيع الطبيعي

اختبار Shapiro-Wilk			
مستوى المعنوية المحسوبة	درجة الحرية	قيمة الاختبار	
،000	،37	،726	وسائل الدفع الإلكتروني الحديثة
،000	،37	،836	ترقية الخدمات المصرفية

المصدر: من إعداد الطالبتين بناء على مخرجات SPSS23، انظر الملحق رقم 02.

<sup>1</sup> <https://youtu.be/-ao9D3ArL8s> المرغني أسماء، الدرس 6: قراءة وكتابة نتائج ثبات الفاكرونباخ وصدق الاتساق الداخلي، شريط الفيديو متوفر على الموقع: تم الاطلاع (2024/05/20).

من خلال الجدول أعلاه و بما ان افراد عينة الدراسة أصغر من 50 فرد فإننا نستدل باختبار shapiro-wilk و تظهر ان مستوى المعنوي sig للمحور الاول بلغت 0,000 sig= و هي (أقل من 0,05)، و أيضا بالنسبة لبيانات المحور الثاني فإن قيمة sig=,000 وهي اقل من 0,05 منه بيانات إجابات العينة على جميع العبارات محاور الإستبيان، مما تدل نتائج الإختبار (Tests of Normality) على إتباع البيانات اجابات افراد العينة للتوزيع الطبيعي. و ننه في دراستنا سنستخدم الأدوات الاحصائية المعلمية الوصفية و الإستدلالية في تحليل إجابات و أفراد العينة و إختبار فرضيات الدراسة.

### المبحث الثاني: عرض وتحليل نتائج الدراسة الميدانية

سيتم من خلال هذا المبحث تحليل نتائج الاستبيان من خلال عرض وتحليل وتفسير إجابات المبحوثين حول المحاور التالية: المحور الأول وسائل الدفع الإلكتروني، المحور الثاني: ترقية الخدمات المصرفية، وذلك بالاعتماد على المتوسط الحسابي ومقارنته مع قيمة المتوسط الفرضي للدراسة، الانحراف المعياري، وقيمة T.

المطلب الأول: عرض وتحليل النتائج المتعلقة بوسائل الدفع الإلكتروني بالمؤسسة محل الدراسة

الجدول رقم (12): عرض وتحليل النتائج المتعلقة بوسائل الدفع الإلكتروني

العبارة	$\bar{X}$	$\delta$	الترتيب	القرار
تمكنني وسائل الدفع الالكترونية من التعرف على رصيدي	4,51	651،	1	بدرجة عالية جدا
تمكنني وسائل الدفع الالكترونية من سحب الأموال.	4,38	758،	2	بدرجة عالية جدا
تمكنني وسائل الدفع الالكترونية من تحويل الأموال.	4,30	661،	3	بدرجة عالية جدا
تمكنني وسائل الدفع الالكتروني من سداد الفواتير.	4,14	887،	5	بدرجة عالية
توفر لي وسائل الدفع الالكتروني الأمن و الوقت.	4,16	958،	4	بدرجة عالية
تكاليف خدمات البنك المتعلقة بوسائل الدفع الالكتروني متميزة ومتنوعة	3,76	683،	9	بدرجة عالية
ترى أن البنك يسعى لتطوير وسائل الدفع الالكترونية المتوفرة	3,76	683،	10	بدرجة عالية
تمكنني وسائل الدفع الالكتروني من التعامل بها في الخارج	3,57	899،	13	بدرجة عالية
تمكنني وسائل الدفع الالكتروني من دفع ثمن المشتريات عبر الانترنت.	3,97	799،	6	بدرجة عالية
تحديث وسائل الدفع تحس من خدمات البنك المقدمة	95,3	888،	7	بدرجة عالية
استخدام وسائل الدفع الالكتروني تغنيك عن استخدام النقود	54,3	989،	15	بدرجة عالية
وسائل الدفع الالكتروني تؤثر إيجابا على رضاي.	81,3	776،	8	بدرجة عالية
إجراءات الحصول على البطاقات الالكترونية سهلة	57,3	1,042	14	بدرجة عالية
خدمات البنك المتعلقة بوسائل الدفع الإلكتروني متميز و متنوع	73,3	838،	11	بدرجة عالية
تلمي وسائل الدفع الإلكتروني معظم حاجاتي البنكية	73,3	932،	12	بدرجة عالية
الدرجة الكلية للمجال	3.924	0,515	بدرجة عالية	

المصدر: من اعداد الطالبتان بالاعتماد على مخرجات برنامج الspss

من خلال الجدول اعلاه نجد المتوسط الحسابي الاجمالي لإجابات أفراد العينة على عبارات المحور الاول و المتعلق بوسائل الدفع الالكتروني الحديثة بلغ 3,924 و بالإنحراف المعياري بلغ 0,515 و هو أقل من الواحد، مما يشير الى تقارب آراء الأفراد و تمركزها حول قيمة المتوسط الحسابي العام للمحور وهو ضمن مجال الموافقة ( من 3,41 إلى 4,20 درجة) أي أن إتجاهات أفراد العينة موافقون على أن مستوى التطبيق موسائل الدفع الإلكتروني محل الدراسة هو بدرجة عالية و هذا حسب وجهة نظر بعض عينة المستجوبين و يظهر ذلك في موافقتهم على معظم عبارات المحور حيث هي موافقة عالية.



المطلب الثاني: عرض وتحليل النتائج المتعلقة بترقية الخدمات المصرفية بالمؤسسة محل الدراسة:

جدول رقم (13) عرض وتحليل النتائج المتعلقة بترقية الخدمات المصرفية

العبارة				
يمكن الاعتماد على إدارة البن الذي تتعامل معه بشكل جيد	7	.830	3.76	بدرجة عالية
يتميز البنك بتقديم كشوفات دقيقة	5	.898	3.84	بدرجة عالية
يستجيب البنك لتساؤلات وشكاوي العملاء	10	.901	3.51	بدرجة عالية
خدمات البنك المقدمة للعملاء خالية من الأخطاء	13	.986	3.08	بدرجة متوسطة
يقدم البنك الخدمات للزبائن بشكل سريع	12	.995	3.19	بدرجة متوسطة
يقوم البنك بإعلام الزبون عن الوقت المناسب لتقديم الخدمة	6	.845	3.81	بدرجة عالية
أشعر بالأمان و الاطمئنان عند تعاملي مع موظفي البنك	8	.838	3.76	بدرجة عالية
تتم المعاملات في البنك على درجة كبيرة من الأمان و السرية	2	.7222	3.92	بدرجة عالية
يتعامل الموظفون باحترام مع العملاء	9	.889	3.65	بدرجة عالية
يذكر البنك عملاءه بوسائل الدفع المتوفرة	4	.764	3.84	بدرجة عالية
موقع البنك مناسب جدا	1	.916	4.00	بدرجة عالية جدا
لا يجد العملاء صعوبة أثناء استخدام الصراف الآلي	11	1.013	3.41	بدرجة عالية
توفر المعلومات الكافية للإجابة عن أسئلة العملاء	3	.809	3.89	بدرجة عالية
الدرجة الكلية للمجال		0.650	3.659	

المصدر: من اعداد الطالبتان بالاعتماد على مخرجات برنامج الspss

من خلال الجدول نجد:

المتوسط الحسابي الإجمالي لإجابات أفراد العينة على عبارات المحور الثانية المتعلقة بترقية الخدمات المصرفية بلغ 3,659 و بالانحراف المعياري بلغ 0,650 و هو أقل من الواحد، مما يشير إلى تقارب آراء الافراد و تمركزها حول قيمة المتوسط الحسابي العام للمحور وهو ضمن مجال الموافقة ( من 3,41 إلى 4,20 درجة) اي ان اتجاهات افراد العينة موافقون على ان مستوى التطبيق ترقية الخدمات المصرفية محل الدراسة هو بدرجة عالية و هذا حسب وجهة نظر بعض عينة المستجوبين و يظهر ذلك في موافقتهم على معظم عبارات المحور حيث هي موافقة عالية.

و نلاحظ بأن قيمة المتوسط الحسابي بالنسبة للعبارة رقم (11)، هي 4,00 و بلغت قيمة الانحراف المعياري 0,913 اب ان آراء و اتجاهات افراد العينة إيجابية في إجاباتهم على العبارة رقم (11)، أي أن موقع البنك مناسب جدا بالنسبة للعملاء.

أما اقل قيمة فراجعة الى العبارتين رقم (4)،(5) حيث بلغت 3,03، و 3,19 على التوالي بانحراف معياري 0,980، 0,995، على التوالي، اي ان آراء و اتجاهات أفراد العينة مقبولة في إجاباتهم على العبارة رقم (4)، و (5) اي ان خدمات البنك المقدمة للعملاء خالية من الأخطاء و يقدم البنك خدمات للزبائن بشكل سريع على التوالي.

المطلب الثالث: الصدف الداخلي

أولاً: وسائل الدفع الإلكتروني

الجدول رقم(14): الصدف الداخلي وسائل الدفع الإلكتروني

العبارات	sig	معامل الارتباط
تمكنني وسائل الدفع الإلكتروني من التعرف على رصيدي	.000	.727**
تمكنني وسائل الدفع الإلكترونية من سحب الأموال	.002	.488**
تمكنني وسائل الدفع الإلكترونية من تحويل الأموال	.000	.661**
تمكنني وسائل الدفع الإلكترونية من سداد الفواتير	.000	.635**
توفر لي وسائل الدفع الإلكتروني الأمن و الوقت	.000	.709**
تكاليف خدمات البنك المتعلقة بوسائل الدفع الإلكتروني متميزة و متنوعة	.000	.788**
ترى أن البنك يسعى لتطوير وسائل الدفع الإلكترونية المتوفرة	.002	.488**
تمكنني وسائل الدفع الإلكتروني من التعامل بها في الخارج	.013	.403**
تمكنني وسائل الدفع الإلكتروني من دفع ثمن المشتريات عبر الانترنت	.000	.697**
تحديث وسائل الدفع تحسن من خدمات البنك المقدمة	.000	.615**
استخدام وسائل الدفع الإلكتروني تغنيك عن استخدام النقود	.000	.551**
وسائل الدفع الإلكتروني تؤثر إيجاباً على رضاي	.000	.695**
اجراءات الحصول على البطاقة الإلكترونية سهلة	.000	.706**
خدمات البنك المتعلقة بوسائل الدفع الإلكتروني متميزة و متنوعة	.000	.669**
تلي وسائل الدفع الإلكترونية معظم حاجاتي البنكية	.000	.689**

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

المصدر: من اعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات برنامج الspss

نلاحظ من نتائج الجدول اعلاه ان قيمة sig اقل من مستوى المعنوية 0,05. و نلاحظ ان قيم معامل الارتباط عند دلالة احصائية 0,01 و هذا ما يؤكد وجود صدف داخلي.

ثانيا: ترقية الخدمات المصرفية

الجدول رقم (15): الصدق الداخلي لترقية الخدمات المصرفية

العبارات	Sig	معامل الارتباط
يمكن الاعتماد على إدارة البنك الذي تتعامل معه بشكل جيد	.000	.772**
يتميز البنك بتقديم كشوفات دقيقة	.000	.850**
يستجيب البنك لتساؤلات وشكاوى العملاء	.000	.711**
خدمات البنك المقدمة للعملاء خالية من الأخطاء	.000	.734**
يقدم البنك الخدمات للزبائن بشكل سريع	.000	.712**
يقوم البنك بإعلام الزبون عن الوقت المناسب لتقديم الخدمة	.000	.836**
أشعر بالأمان و الاطمئنان عند تعاملي مع موظفي البنك	.000	.853**
تتم المعاملات في البنك على درجة كبيرة من الأمان والسرية.	.000	.808**
يتعامل الموظفون باحترام مع العملاء	.000	.700**
يذكر البنك عملاءه بوسائل الدفع الإلكتروني المتوفرة	.000	.676**
موقع البنك مناسب جدا	.000	.726**
لا يجد العملاء صعوبة أثناء استخدام الصراف الآلي	.000	.507**
توفر المعلومات الكافية للإجابة عن أسئلة العملاء	.000	.821**

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

المصدر: من اعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات برنامج الspss

نلاحظ من نتائج الجدول اعلاه ان قيمة sig اقل من مستوى المعنوية 0,05. و نلاحظ ان قيم معامل الارتباط عند دلالة احصائية 0,01 و هذا ما يؤكد وجود صدق داخلي.

ثالثا: اختبار الفرضية وعرض النتائج وتحليلها

لقد تم اختبار فرضية الدراسة من خلال إدخال البيانات في برنامج الspss وتحصلنا على النتيجة التالية. ثم تم عرضها في الجدول التالي وحللت.

**الفرضية الرئيسية:** توجد علاقة بين وسائل الدفع الإلكتروني الحديثة و ترقية الخدمات المصرفية

جدول رقم (20): نتائج اختبار سبرمان للفرضية الرئيسية

**H0:** الفرضية العدمية لا توجد دلالة احصائية بين متغيرات الدراسة ووسائل الدفع الإلكتروني و الخدمات المصرفية عند مستوى معنوية اقل او يساوي 0,05 اي  $r=0$ .

**H1:** الفرضية البديل توجد دلالة احصائية بين متغيرات الدراسة ووسائل الدفع الإلكتروني و الخدمات المصرفية عند مستوى معنوية اقل او يساوي 0,05 اي  $r \neq 0$ .

حيث يتم قبول الفرضية البديلة اذا ما كانت درجة الدلالة sig أقل من درجة المعنوية المفترضة في الدراسة أقل من 0,05.

جدول رقم(16): التحليل الإحصائي لإجابات أفراد العينة بين وسائل الدفع الإلكتروني و ترقية الخدمات المصرفية.

خدمات مصرفية		
0,813	معامل الارتباط spearman	وسائل الدفع الإلكتروني
0,000	Sig	

المصدر من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات SPSS24.

تظهر من نتائج الجدول ، أن قيمة معامل سبرمان بين وسائل الدفع الإلكتروني و الخدمات المصرفية يساوي 0,813، يعني هناك ارتباط طردي (لأن الإشارة موجبة) قوي ، مستوى الدلالة sig يساوي 0,000 و هو اقل من (0,05)، مستوى الدلالة المقدمة مما يدل على معنوية الإرتباط، و بالتالي فإنه يمكن الحكم برفض الغرضية الصفرية القائلة بأنه لا يوجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين وسائل الدفع الإلكتروني و الخدمات المصرفية و قبول الفرضية البديلة لها القائلة في هذه الحالة بأنه توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين وسائل الدفع

الإلكتروني و الخدمات المصرفية، اي أنه كلما زاد وسائل الدفع الالكتروني بدرجة واحدة كلما زاد الخدمات المصرفية ب (0,813)،

الفرضية الأولى: مدى التوفر المتوسط لوسائل الدفع الإلكترونية الحديثة.

جدول رقم (17): اتجاه الآراء حول مستوى استخدام وسائل الدفع الإلكتروني

					المحور
القرار	SIG	T	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	وسائل الدفع الإلكتروني
مدى متوسط	0,000	10,912	0,515	3,92	

المصدر من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات SPSS24.

من خلال الجدول أعلاه نجد:

يتضح من خلال الجدول المتعلق بنتائج الاختبار T لدلالة الفرق لعينتين مستقلتين بين الجنس في متغير وسائل الدفع الإلكتروني.

حيث كان متوسط الحسابي يقدر ب 3,92 درجة، وقد بلغت قيمة T (10,912)، وهي غير دالة إحصائية إذ تجاوزت مستوى الدلالة 0,05، وعليه فإن الفرضية تحققت.

الفرضية الثانية: توجد فروق ذات دلالة إحصائية حول مستوى استخدام وسائل الدفع الالكتروني يعزى إلى متغير الجنس.

للتأكد من صحة هذا الفرض قمنا بالمقارنة بين متوسطات درجات الذكور (ن=6)، و متوسطات درجات الإناث (ن=31)، في درجاتهم على متغير وسائل الدفع الإلكتروني باستخدام اختبار ( T للفروق لعينتين مستقلتين) ، و الجدول التالي يوضح ذلك من التفصيل:

جدول رقم(18): اختبار TTest للفروق بين آراء العملاء حول استخدام وسائل الدفع الإلكتروني

المتغير	الجنس	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة T	مستوى الدلالة	القرار
وسائل الدفع الإلكتروني	ذكر	3,566	1,04			غير دالة لا
	أنثى	3,99	0,32	1,29	0,06	توجد فروق

المصدر من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات SPSS24.

يتضح من خلال الجدول المتعلق بنتائج الاختبار T لدلالة الفرق لعينتين مستقلتين بين الجنس في متغير وسائل الدفع الإلكتروني.

حيث كان متوسط الحسابي للذكور  $n=6$  يقدر ب 3,566 درجة، بينما الإناث  $n=31$  يقدر ب 3,99 درجة، وقد بلغت قيمة T (1,29)، وهي غير دالة إحصائية إذ تجاوزت مستوى الدلالة 0,05، وعليه فإن الفرضية تحققت.

الفرضية الثالثة: توجد فروق ذات دلالة إحصائية حول مستوى استخدام وسائل الدفع الإلكتروني يعزى إلى متغير المهنة.

جدول رقم (19): اختبار Levene لتجانس التباين

اختبار Levene	درجة الحرية بين المجموعات	درجة الحرية خارج المدفوعات	الدلالة المعنوية
0,471	2	33	0,629

المصدر من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات SPSS24.

0,629 هي أكبر من مستوى الدلالة 0,05 حيث أن هذه النتيجة تؤدي بنا إلى قبول الفرضية الصفرية التي تنص على أن التباين متجانس أي أن التباين لكلا المجموعتين متساوي أو متجانس، وبشكل أدق فإن تباين مستويات الأداء في المجموعة الأولى متساوي إلى حد ما مع تباين مستويات الأداء في المجموعة الثانية (مجموعة الأولى ذكور ومجموعة الثانية إناث).

جدول رقم(20): اختبار Anova الفروق في آراء العملاء حول وسائل الدفع الإلكتروني يعزى إلى متغير المهنة.

المحور	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	قيمة F	مستوى الدلالة	القرار
مستوى استخدام وسائل الدفع	0,321	03	0,107	0,382	0,767	غير دالة لا توجد فروق
بين المجموعات خارج المجموعات	9,236	33	0,280			
المجموع	9,557	36				

المصدر من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات SPSS24.

H0: الفرض الصفري لا توجد فروق ذات دلالة احصائية بين المجموعات.

H1: توجد فروق ذات دلالة احصائية بين المجموعات.

بما ان مستوى الدلالة 0,767 أكبر من 0,05 و أن f المحسوبة أقل من الجدولية و بالتالي لا يوجد فروق بي المتغيرين ذات دلالة احصائية بين المجموعات (عدم رفض H).

الفرضية الرابعة: توجد فروق ذات دلالة إحصائية حول مستوى استخدام وسائل الدفع الإلكتروني يعزى إلى متغير المستوى التعليمي.

جدول رقم(21): اختبار Levene لتجانس التباين

اختبار Levene	درجة الحرية بين المجموعات	درجة الحرية خارج المدفوعات	الدلالة المعنوية
0,241	35	1	0,626

المصدر من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات SPSS24.

0,626 هي أكبر من مستوى الدلالة 0,05 حيث أن هذه النتيجة تؤدي بنا إلى قبول الفرضية الصفرية التي تنص على أن التباين متجانس أي أن التباين لكلا المجموعتين متساوي أو متجانس، و بشكل أدق فإن تباين



مستويات الأداء في المجموعة الأولى متساوي إلى حد ما مع تباين مستويات الأداء في المجموعة الثانية (مجموعة الأولى ذكور و مجموعة الثانية إناث).

جدول رقم (22): اختبار **Anova** الفروق في آراء العملاء حول وسائل الدفع الإلكتروني يعزى إلى متغير المستوى التعليمي

المحور	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	قيمة F	مستوى الدلالة	القرار		
							بين المجموعات	خارج المجموعات
مستوى استخدام وسائل الدفع	0,091	1	0,091	0,336	0,566	لا توجد فروق	بين المجموعات	
	9,466	35	0,270				خارج المجموعات	
	9,557	36					المجموع	

المصدر من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات SPSS24.

H2: الفرض الصفري لا توجد فروق ذات دلالة احصائية بين المجموعات.

H1: توجد فروق ذات دلالة احصائية بين المجموعات.

بما أن مستوى الدلالة 0,566 أكبر من 0,05 و أن  $f$  المحسوبة أقل من الجدولية و بالتالي لا يوجد فروق بي المتغيرين ذات دلالة احصائية بين المجموعات (عدم رفض H).

الجدول رقم (23): اتجاه الآراء حول مستوى الخدمات المصرفية

					المحور
القرار	Sig	T	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الخدمات المصرفية
لا توجد فروق	0,000	6,160	0,650	3,659	

المصدر من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات SPSS24.

### خلاصة الفصل:

تناولنا في هذا الفصل الدراسة الميدانية المتعلقة بدراسة دور وسائل الدفع الإلكتروني الحديثة في ترقية الخدمات المصرفية ببنك الفلاحة و التنمية الريفية -وكالة قالمة-

ومن أجل تسهيل الإجابة على الإشكالية المطروحة تم استخدام طريقة الاستبيان، وتم توزيعه على 37 عينة من عملاء بنك الفلاحة والتنمية الريفية-وكالة قالمة- ومن خلال برنامج SPSS قمن بعرض وتحليل النتائج المتوصل إليها. واختبار فرضية الدراسة لمعرفة علاقة وسائل الدفع الإلكتروني الحديثة بترقية الخدمات المصرفية في البنك محل الدراسة، حيث تم الوصول إلى أنه توجد علاقة طردية بين المتغيرين.

ومنه يمكننا القول أن وسائل الدفع الإلكتروني أصبحت من الضروريات التي يستوجب وجودها في القطاع المصرفي.

---

---

خاتمة

---

---

### الخاتمة:

أصبح التطور الإقتصادي أمراً إيجابياً وهذا راجع لعدة معطيات مختلفة، أهمها التطورات التكنولوجية في مجال الإعلام والاتصال، لذا فقد ظهرت أفكار إقتصادية تعكس هذه التطورات في شتى المجالات، كما أن هذه الأفكار قد إمتدت إلى النظام البنكي. ومن هنا ظهرت الخدمات المصرفية الإلكترونية وهذا لإرساء أسس تطبيق الإدارة الإلكترونية في المجال البنكي. وأصبح من الملحوظ رؤية التوسع في إعتماها والعمل بها. وهذا ما أدى إلى تطور الخدمات المصرفية الإلكترونية وذلك من خلال إنخفاض تكلفتها وإرتفاع ربحية قطاع عملائها. فظهر إلى الوجود أدوات الدفع الإلكترونية المتمثلة في البطاقات المصرفية كأول أداة تم إعتماها. ثم تم مدج النقود الإلكترونية فالشيكات الإلكترونية. وكل هذه الأدوات تساهم في تطوير التجارة الإلكترونية الأمر الذي يجعلها نحظى بإهتمام كبير وقبول واسع في أغلب الدول في العالم وخاصة المتقدمة منها.

إختبار الفرضيات:

- تعتبر البطاقات الإلكترونية والأوراق التجارية الإلكترونية من أهم وسائل الدفع الحديثة، فرضية صحيحة، و ذلك لما تتميز به من سهولة حملها و سرعة عملها ، و هي الأكثر إستعمالاً بين الأفراد

- تساعد وسائل الدفع الإلكتروني الى حد كبير في تطوير الخدمات المصرفية، فرضية صحيحة، وذلك من خلال الملائمة مع ظروف الزبون ، إنخفاض التكلفة، تحقيق الانتشار الواسع، تحقيق درجة اعلى من الخصوصية، أمن المعلومات

= توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين استخدام وسائل الدفع الإلكتروني الحديثة وترقية خدماته المصرفية في بنك الفلاحة والتنمية الريفية= وكالة قالملة=، فرضية صحيحة، لأن هناك ارتباط قوي ومستوى الدلالة يساوي 0,000 وهو أقل من 0,05 مما يدل على معنوية الارتباط وبالتالي توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين المتغيرين

-توجد فروق بين وسائل الدفع الإلكتروني تعزى الى متغير الجنس، فرضية خاطئة، و ذلك لان مستوى الدلالة المعنوية اكبر من 0.05 مما يدل على عدم وجود فروقات ذات دلالة إحصائية في آراء أفراد العينة يعزى لمتغير الجنس عند مستوى معنوية 0.05 .

- توجد فروق بين وسائل الدفع الالكتروني تعزى الى متغير السن، فرضية خاطئة، وذلك لان مستوى الدلالة المعنوية أكبر من 0.05 مما يدل على عدم وجود فروقات ذات دلالة إحصائية في آراء أفراد العينة يعزى لمتغير المهنة عند مستوى معنوية 0.05
- توجد فروق بين وسائل الدفع الالكتروني تعزى الى متغير المستوى التعليمي، فرضية خاطئة، وذلك لان مستوى الدلالة المعنوية أكبر من 0.05 مما يدل على عدم وجود فروقات ذات دلالة إحصائية في آراء أفراد العينة يعزى لمتغير المستوى التعليمي عند مستوى معنوية 0.05.

### نتائج الدراسة:

- وسائل الدفع الالكتروني قامت بإستغلال هذه التطورات التكنولوجية من أجل تحديث المعاملات بها، حيث سمحت بإختصار الوقت المخصص لمعالجتها والتقليل من الإفراط في الإستخدام الورقي والبشري الذي كان مخصص لها.
- بالرغم من وجود مزايا لوسائل الدفع الالكترونية إلا أنها لم تكن مثالية بل أفرزت عيوب ومشاكل من نوع خاص يصعب محاربتها لأنها تركز على اللامادية في المعاملات المصرفية مما يصعب عملية الإثبات.
- ظهور وسائل دفع إلكترونية يسمح بخلق مؤسسات رائدة في هذا المجال، حيث أصبحت تحقق أرباح طائلة من هذه الوسائل الحديثة.
- عملت الخدمات الإلكترونية على توسيع نطاق الخدمات من قبل المصارف وتنوعها كما أنها أتاحت تقديم الخدمات المصرفية من خلال منافذ توزيعية جديدة مثل الموزعات الآلية. الموقع الالكتروني للمؤسسة.
- ساهمت الخدمات الالكترونية التقليل من الأخطاء كونها تمتاز بالدقة في الأداء والامن وهو ما يسمح بتوفير خدمات ذات جودة.
- ترتبط جودة الخدمات المصرفية من وجهة نظر الزبائن بقدرة المصرف على تقديم خدمة تطمح للوصول إلى رغبة وتوقعات زبائنهم.

## خاتمة

- يملك بنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة قائمة عدة خدمات تعتمد بشكل أكبر على تكنولوجيا المعلومات والإتصال كالصرافات الآلية والبطاقات المصرفية حيث تعمل على مدار السنة وبدون إنقطاع مما إتتمت من زبائنهم رضاهم و ولائهم لها.

- إن لبنك الفلاحة والتنمية الريفية موقع إلكتروني يقوم بعدة خدمات إلكترونية حيث يسمح بالتواصل مع زبائنه من خلال شكاوي أو مقترحات أو إستفسارات وكذا الإطلاع على الرصيد.

- يرتبط إختصار الوقت وتفادي الطوابير . ومشاكل الإكتظاظ بمدى إستخدام البنك لتكنولوجيا الخاصة بالصرافة الإلكترونية.

-توجد علاقة طردية بين وسائل الدفع الإلكتروني و ترقية الخدمات المصرفية في بنك الفلاحة و التنمية الريفية.

### الإقتراحات :

- في ضوء النتائج المتوصل إليها من خلال الدراسة الميدانية يمكن طرح جملة من الإقتراحات والمتمثلة في:
- ضرورة العمل على تنويع وإضافة خدمات بنكية أخرى؛ و إبتكار خدمات إلكترونية جديدة.
- على بنك الفلاحة و التنمية الريفية التوسع في إستخدام الأجهزة التكنولوجية الحديثة.
- وضع إستراتيجية شاملة من أجل تشخيص الوضعية الحالية لتطور الخدمات المصرفية وفرص ترقيتها.
- على بنك الفلاحة و التنمية الريفية نشر الوعي الثقافي والإجتماعي والمصرفي لدى الجمهور بصفة عامة ولدى عملاء البنك بصفة خاصة.
- تقديم الخدمات للعملاء حسب رغبتهم وبالكفاءة والسرعة اللازمين.

---

## قائمة المراجع

---

1. أحمد محمد غنيم، التسويق و التجارة الإلكترونية، المكتبة العصرية، مصر، ط01، 2008.
2. أحمد سفر، أنظمة الدفع الإلكترونية، منشورات الحلبي الحقوقية، لبنان، ط01، 2008.
3. ابراهيم بختي، التجارة الإلكترونية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، ط01، 2005.
4. احمد محمود الزامل وآخرون، تسويق الخدمات المصرفية، اثناء للنشر والتوزيع، الاردن، ط1، 2012.
5. أحلام بوعبدلي، سياسات إدارة البنوك التجارية ومؤشراتها، دار الجنان للنشر والتوزيع، الجزائر، ط1، 2010.
6. إياد عبد الفتاح النصور، تسويق المنتجات المصرفية، دار صفاء للنشر والتوزيع، ط01، الأردن، 2015.
7. توفيق شنبور، أدوات الدفع الإلكترونية- بطاقة الوفاء، الجديد في أعمال المصارف من وجهتين القانونية والاقتصادية، ج1، لبنان، 2002.
8. تيسير العجارمة، التسويق المصرفي، دار حامد للنشر والتوزيع، الأردن، ط01، 2006.
9. جلال عايد الشورة، وسائل الدفع الالكتروني، دار الثقافة، عمان، ط01، 2008.
10. خالد ممدوح ابراهيم، الاثبات الالكتروني في المواد الجبائية و المدنية، دار الفكر الجامعي، مصر، ط1، 2020.
11. خديجة عتيق، واقع التسويق المصرفي في البنوك وأثره على رضا العملاء، دراسة ميدانية للبنوك التجارية الجزائرية، عمان، ط01، 2016.
12. سامي أحمد مراد، تفعيل التسويق المصرفي لمواجهة آثار اتفاقية تحرير تجارة الخدمات، المكتب العربي للمعارف، مصر، ط01، 2007.
13. ضرغام جابر عطوش آل مواش، جريمة التجسس المعلوماتي، المركز العربي للنشر والتوزيع، العراق، ط1، 2017.
14. عبد الباسط أبو الوفاء، سوق النقود الإلكترونية، مجلة مصر المعاصرة، العدد472، 2003.



15. عبد الوهاب ابراهيم أبو سليمان، البطاقات البنكية، دار القلم، ط1، سوريا، 1998.
16. عبد المطلب عبد الحليم، العولمة واقتصاديات البنوك، الدار الجامعية، مصر، 2003.
17. عبده ناجي، تسويق الخدمات المصرفية، اتحاد المصارف العربية، لبنان، ط01، 2003.
18. محمد غنيم، التسويق والتجارة الإلكترونية، المكتبة العصرية، مصر، 2008.
19. محمد فخري مكي، نظم التشغيل الإلكتروني في البنوك، منشورات معهد الدراسات المصرفية، مصر، 1990.
20. منير محمد الجنيهي، البنوك الإلكترونية والنقود الإلكترونية، دار الفكر الجامعي، مصر، 2005.
21. محمد عبد حسين الطائي، التجارة الإلكترونية، ط1، دار الثقافة، عمان، 2010.
22. محمود محمد ابو فروة، الخدمات البنكية الإلكترونية عبر الانترنت، دار الثقافة، ط01، عمان، 2009.
23. محمد احمد محمد خير المغربي، استراتيجية التسويق وتحديات المنافسة الدولية، دار غيداء للنشر والتوزيع، الأردن، ط1، 2018.
24. محمد الجنيهي، ممدوح الجنيهي، جرائم الانترنت والحاسب الآلي ووسائل مكافحتها، دار الفكر الجامعي، مصر، 2004.
25. محمود جاسم الصميدعي، ردينة عثمان يوسف، التسويق المصرفي (مدخل استراتيجي كمي و تحليلي)، دار المناهج للنشر والتوزيع، الأردن، 2005.
26. ناظم محمد نوري الشمري، عبد الفتاح زهير العبد اللات، الصيرفة الإلكترونية، دار وائل للنشر، الأردن، ط01، 2008.
27. ناهد فتحي الحموري، الأوراق التجارية الإلكترونية، دار الثقافة، ط1، عمان، 2009.
28. ناجي ديب معلا، الأصول العلمية للتسويق المصرفي، دار الصفاء، الأردن، ط1، 2007.
29. نادر شعبان إبراهيم السواح، النقود البلاستيكية، الدار الجامعية، الأردن، 2006.
30. وسيم محمد الحداد، محمود إبراهيم أنور و آخرون، الخدمات المصرفية الإلكترونية، دار المسيرة للنشر و التوزيع، ط01، الأردن، 2012.
31. ولاء سعد ابو زيد، المحفظة الرقمية، صندوق النقد العربي، الإمارات ، العدد7، 2021.

1. العربي حسيبة، جودة الخدمات المصرفية في الجزائر من وجه نظر الزبون، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في العلوم التجارية، تخصص تسويق العمليات المالية و المصرفية، جامعة الجزائر3، 2015.
2. دغنوش العطرة، إستخدام شبكة الأنترنت كأداة لتقديم الخدمات البنكية و أثرها على الأداء البنكي، أطروحة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الدكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية و الاجتماعية و علوم التسيير، جامعة محمد خيضر، الجزائر، 2017.
3. زهير زواش، دور نظام الدفع الالكتروني في تحسين المعاملات المصرفية، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية، جامعة العربي بن المهدي، الجزائر، 2010.
4. عبد الرحيم، تطور الخدمات المصرفية و دورها في تفعيل النشاط الاقتصادي(دراسات حالة الجزائر)، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة ماجستير في العلوم الاقتصادية، تخصص نقود و بنوك، جامعة الجزائر 3، 2011.
5. عيشوش عبدو، تسويق الخدمات المصرفية في البنوك الاسلامية، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير، تخصص تسويق، كلية العلوم الاقتصادية و التشريع الاقتصادي، جامعة الحاج لخضر باتنة، الجزائر، 2010.
6. لوصيف عمار، استراتيجيات نظام المدفوعات للقرن الحادي و العشرون مع الاشارة الى التجربة الجزائرية، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية، تخصص التحليل و الإستشراق الاقتصادي، جامعة قسنطينة، 2009.
7. ليندة شامي، الائتمان المصرفي، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة دكتوراه ، كلية الحقوق و العلوم السياسية، جامعة الجزائر، 2011.
8. لعذور صورية، أهمية التسويق المصرفي في تحسين العلاقة مع الزبون، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة ماجستير ، تخصص علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير والعلوم التجارية، جامعة محمد بوضياف، الجزائر، 2008.
9. مها عطا الله عجلان السلطاني العنزوي، نحو تنظيم قانوني للتعامل بالشيك الالكتروني في دولة قطر، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير، تخصص القانون الخاص، 2021.

10. وafd يوسف، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في القانون العام، تخصص قانون تعاون الدولي، جامعة مولود، معمري تيزي وزو، 2011.

#### ثانيا: المجالات

1. أحمد محمود المساعدة، التحويل المصرفي الإلكتروني، مجلة الأكاديمية للبحث القانوني، جامعة المجمعة المملكة الغربية السعودية، المجلد 11/العدد 01، 2015.
2. حافظ كامل الغندور، محاور البحث الفعال في المصارف العربية، مجلة اتحاد المصارف العربية، الأردن، 2003.
3. حميد نشيت، نبالة حكيم، واقع وسائل الدفع الإلكترونية في الجزائر، مجلة الاقتصاد الجديد/العدد: 00، 2009.
4. خرباش جميلة، الشيك الإلكتروني اداة وفاء عن بعد في التجارة الإلكترونية، مجلة البيان للدراسات القانونية و السياسية، جامعة محمد البشير الابراهيمى، برج بوعريج، المجلد 3، العدد 1، جوان 2018.
5. سايحي الخامسة، طويل حدة، أثر وسائل الدفع الإلكتروني على جودة الخدمات المصرفية، مجلة أبحاث إقتصادية و إدارية، جامعة العربي التبسي، المركز الجامعي عبد الحفيظ بو الصوف، الجزائر، المجلد 13، العدد 02، 2019.
6. شريف هنية، الشيك الإلكتروني كوسيلة حديثة للوفاء، مجلة الحقوق و العلوم الانسانية، كلية الحقوق، جامعة الجزائر، المجلد 1، 2014.
7. عبد الباسط أبو الوفاء، سوق النقود الإلكترونية، مجلة مصر المعاصرة، العدد 472، 2003.
8. عبد الرحيم وهبية، تقييم وسائل الدفع الإلكترونية ومستقبل وسائل الدفع التقليدية في ظل وجودها، مجلة المركز الجامعي لتمنراست، العدد 2، 2010.
9. عبد القادر كموم، شافية جاب الله، الآليات الحديثة لتسويق الخدمات المصرفية الإلكترونية في الجزائر مجلة السياسة العالمية، المجلد 5، العدد 3، الجزائر، 2021.
10. منصورى الزين، وسائل و انظمة الدفع و السداد الإلكترونية، مجلة الاقتصاد الجديد، جامعة البليدة، العدد 00، 2009.

11. مداح عرابي الحاج، بارك نعيمة، أهمية البنوك الإلكترونية في تفعيل وسائل الدفع الإلكترونية في الوطن العربي الواقع و الآفاق، مجلة الاقتصاد الجديد، شلف، العدد 02، 2010.
12. محمود سحنون، النظام المصرفي بين النقود الورقية و النقود الآلية، مجلة العلوم الانسانية، جامعة محمد خيضر، العدد الرابع، 2003.
13. نعيمة مولفرعة، احلال وسائل الدفع المصرفية التقليدية بالإلكترونية، مجلة البحوث في الحقوق و العلوم السياسية، جامعة التكوين المتواصل-مركز تيارت، العدد 6، 2016.
14. نايف مسفر محمد الغامدي، أحكام الوفاء بالشيك الالكتروني، مجلة العلوم الانسانية العربية، جامعة الملك عبد العزيز، المملكة العربية السعودية، المجلد 1، العدد 3، 2020.
15. وفاء جثير مزعل، المعوقات التي تواجه تطبيق الصيرفة الالكترونية، دراسة استطلاعية لأراء عينة من موظفي المصارف العاملة في مدينة الناصرية، مجلة الدراسة المحاسبية و المالية، المجلد 16، العدد 57، 2021.

رابعاً: دراسات ميدانية

1. خديجة عتيق، واقع التسويق المصرفي في البنوك وأثره على رضا العملاء، دراسة ميدانية للبنوك التجارية الجزائرية، ط 01، عمان، 2016.

خامساً: موقع الكتروني:

2. يونس عرب، البنى التحتية لمشروعات البنوك الإلكترونية، جريدة العرب الإلكترونية، ص 9، متاح على الموقع:

[www.arablaw.org/download/E-commerce-comtracts](http://www.arablaw.org/download/E-commerce-comtracts)

---

---

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 قلمة  
كلية العلوم الاقتصادية، التجارية و علوم التسيير  
قسم العلوم الاقتصادية

تالفة، في: 21/05/2024

رقم: 2024/ع.ع.ا.ت.ع.ت.ع.ا.ج.ق.د./2024

إلى السيد: مدير بنك الفلاحة والتنمية الريفية - قلمة -  
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، للطلبة الآتية أسمائهم:

1- شحات اميمة

2- نسيب هديل

المستوى: الثانية ماستر، شعبة: العلوم الاقتصادية، تخصص: اقتصاد نقدي وبنكي، السنة الجامعية: 2024/2023  
عنوان المذكرة:

دور وسائل الدفع الإلكتروني الحديثة في ترقية الخدمات المصرفية  
دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية - قلمة -

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

تقبلوا السيد المدير تيمنا الخالص.

تأشيرة المؤسسة المستقبلية



فتاتنيسة عبد الحقيق  
نائب مدير التسيير و متابعة الاعمال

رئيس القسم  
المكلف بقسم العلوم الاقتصادية  
قسم العلوم الاقتصادية  
الاقتصاد الاستاذ: ابراهيم سعبدو



<http://economie.univ-guelma.dz>

الملحق رقم 01



بنك الفلاحة و التنمية الريفية  
BANQUE DE L'AGRICULTURE ET DU DEVELOPPEMENT RURAL

**SITUATION MENSUELLE DES CARTES AU : [12/2019]**

AGENCE : AGENCE DE GUELMA

INDICE : 821

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)	6	90	0	13	0	324	23
QBC (carte retr/paiem interb classic)	0	11	1	9	109	477	13
TAWF (Cartes tawfir)	1	7	0	5	0	78	22
QBG (carte GOLD retr/pai interb)	0	1	0	6	8	61	1
MCDT (mastercard titanium)	0	0	0	0	0	0	0
MCDC (mastercard classique)	0	0	0	0	0	0	0
CACL (carte affaires classique)	0	0	0	0	0	0	0
<b>TOTAL</b>	<b>7</b>	<b>109</b>	<b>1</b>	<b>33</b>	<b>117</b>	<b>940</b>	<b>59</b>



بنك الفلاحة و التلمية الريفية  
BANQUE DE L'AGRICULTURE ET DU DÉVELOPPEMENT RURAL

**SITUATION MENSUELLE DES CARTES AU : [12/2020]**

AGENCE : AGENCE DE GUELMA

INDICE : 821

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	90	0	13	0	331	23
CIBC (carte retr/paiem interb classic)	0	17	0	15	0	713	21
TAWF (Cartes tawfir)	0	9	0	8	0	97	30
CIBG (carte GOLD ret/pai interb)	2	4	0	6	1	83	2
MCDT (mastercard titanium)	0	0	0	0	1	14	1
MCDC (mastercard classique)	0	0	0	0	2	6	1
CACL (carte affaires classique)	0	0	0	0	0	1	0
<b>TOTAL</b>	<b>2</b>	<b>120</b>	<b>0</b>	<b>42</b>	<b>4</b>	<b>1245</b>	<b>78</b>





بنك الفلاحة و التنمية الريفية  
BANQUE DE L'AGRICULTURE ET DU DEVELOPPEMENT RURAL

**SITUATION MENSUELLE DES CARTES AU : [12/2021]**

AGENCE : AGENCE DE GUELMA

INDICE : 821

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	92	0	13	0	338	24
CIBC (carte retr/paiem interb classic)	1	43	0	22	9	1062	37
TAWF (Cartes tawfir)	0	26	0	11	1	186	54
CIBG (carte GOLD retr/pai interb)	8	158	0	12	2	167	13
MCDT (mastercard titanium)	0	0	0	0	0	20	2
MCDC (mastercard classique)	0	0	0	0	2	18	2
CACL (carte affaires classique)	0	0	0	0	0	2	0
<b>TOTAL</b>	<b>9</b>	<b>319</b>	<b>0</b>	<b>58</b>	<b>14</b>	<b>1793</b>	<b>132</b>



بنك الفلاحة و التنمية الريفية  
BANQUE DE L'AGRICULTURE ET DU DÉVELOPPEMENT RURAL

**SITUATION MENSUELLE DES CARTES AU : [12/2022]**

AGENCE : AGENCE DE GUELMA

INDICE : 821

TYPE DE CARTE	CARTES COMMANDÉES		CARTES EN STOCK		CARTES REMISES AUX CLIENTS		CARTES RÉILIÉES
	MOIS	TOTAL	MOIS	TOTAL	MOIS	TOTAL	
CBRI (carte de retrait interbancaire)	0	92	0	13	0	338	24
CIBC (carte retr/paiem interb classic)	13	93	4	43	19	1219	47
TAWF (Cartes tawfir)	0	27	0	11	0	186	54
CIBG (carte GOLD ret/pai interb)	4	212	0	19	4	209	13
MCDT (mastercard titanium)	0	0	0	0	0	20	2
MCDC (mastercard classique)	0	3	0	0	5	36	2
CACL (carte affaires classique)	0	13	0	0	0	6	0
<b>TOTAL</b>	<b>17</b>	<b>440</b>	<b>4</b>	<b>86</b>	<b>28</b>	<b>2014</b>	<b>142</b>



بنك الفلاحة و التنمية الريفية  
BANQUE DE L'AGRICULTURE ET DU DEVELOPPEMENT RURAL

**SITUATION MENSUELLE DES CARTES AU : [12/2023]**

AGENCE : AGENCE DE GUELMA

INDICE : 821

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	92	0	13	0	338	24
CIBC(cartre retr/palem interb classic)	7	183	1	66	7	1395	49
TAWF (Cartes tawfir)	0	27	0	11	0	186	54
CIBG (carte GOLD ret/pai Interb)	8	269	1	34	4	257	14
MCDT (mastercard titanium)	0	0	0	0	0	20	2
MCDC (mastercard classique)	0	5	0	0	5	54	2
CACL (carte affaires classique)	1	15	0	0	1	7	0
<b>TOTAL</b>	<b>16</b>	<b>591</b>	<b>2</b>	<b>124</b>	<b>17</b>	<b>2257</b>	<b>145</b>

GRE GUELMA 024  
SD COMMERCIALE  
SCE MONETIQUE ET MOYEN DE PAIEMENT

## SITUATION DES TPE ARRETEE AU 31/12/2023

AGENCE	NBR TPE COMMANDES	NBR TPE INSTALLEES	NBR DE TRANSACTIONS AU 31/12/2023
GUELMA 821	94	56	7321
<b>TOTAL</b>	<b>94</b>	<b>56</b>	<b>7321</b>

كلية العلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير

تخصص نقدي وبنكي

استمارة بحث حول:

دور وسائل الدفع في ترقية الخدمات المصرفية

السلام عليكم ورحمة الله تعالى وبركاته، وبعد

في إطار التحضير لمذكرة التخرج ضمن متطلبات الحصول على شهادة الماستر في العلوم الاقتصادية تخصص

اقتصاد نقدي وبنكي.

يسعدني ويشرفني أن أضع بين أيديكم هذا الاستبيان بهدف الحصول على معلومات لإنجاز المذكرة والتي هي

بعنوان: دور وسائل الدفع الالكتروني في ترقية الخدمات المصرفية- دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية

الريفية-وكالة فالمة-، وهذا الاستبيان هو جزء من البحث فأرجو منكم مساعدتي في إعداد المذكرة من خلال

الإجابة على أسئلة الاستبيان بكل صراحة وحرية لتحقيق الأهداف المرجوة من الدراسة، وستحظى إجاباتكم

بالسرية التامة، فالمعطيات المقدمة لن تستخدم إلا في أغراض البحث العلمي.

شكرا لكم على حسن تعاونكم

الأستاذة المشرفة:

- كردوسي أسماء

أسماء الطلبة:

- نسيب هديل

- شحات أميمة

الجزء الأول: البيانات والمعلومات الشخصية والوظيفية:

1. الجنس

ذكر

أنثى

2. العمر:

أقل من 30 سنة

من 30 إلى 40 سنة

أكثر من 40 سنة

3. المؤهل العلمي:

ثانوي أو أقل

جامعي

شهادة أخرى

4. مدة تعاملك مع البنك:

أقل من 5 سنوات

من 6 سنوات إلى 10 سنوات

أكثر من 10 سنوات

5. المهنة:

عامل لدى القطاع العام

عامل لدى القطاع الخاص

متقاعد

مهنة أخرى

## الملاحق

الجزء الثاني: وسائل الدفع الإلكتروني: وضع إشارة (X) أمام الإجابة المناسبة

الرقم	العبارات	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
1	تمكنني وسائل الدفع الالكترونية من التعرف على رصيدي					
2	تمكنني وسائل الدفع الالكترونية من سحب الأموال.					
3	تمكنني وسائل الدفع الالكترونية من تحويل الأموال.					
4	تمكنني وسائل الدفع الالكتروني من سداد الفواتير.					
5	توفر لي وسائل الدفع الالكتروني الأمن و الوقت.					
6	تكاليف خدمات البنك المتعلقة بوسائل الدفع الالكتروني متميزة ومتنوعة					
7	ترى أن البنك يسعى لتطوير وسائل الدفع الالكترونية المتوفرة					
8	تمكنني وسائل الدفع الالكتروني من التعامل بها في الخارج					
9	تمكنني وسائل الدفع الالكتروني من دفع ثمن المشتريات عبر الانترنت.					
10	تحديث وسائل الدفع تحس من خدمات البنك المقدمة					
11	استخدام وسائل الدفع الالكتروني تغنيك عن استخدام النقود					
12	وسائل الدفع الالكتروني تؤثر إيجابا على رضاي.					
13	يتكيف الصراف الآلي مع العملاء في كل وقت(24 ساعة)					
14	إجراءات الحصول على البطاقات الالكترونية سهلة					
15	خدمات البنك المتعلقة بوسائل الدفع الالكتروني متميزة ومتنوعة					

					تلبية وسائل الدفع الالكترونية معظم حاجاتي البنكية	16
--	--	--	--	--	---	----

الجزء الثالث: ترقية الخدمات المصرفية

الرقم	العبارات	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق بشدة
17	يمكن الاعتماد على إدارة البنك الذي تتعامل معه بشكل جيد				
18	يتميز البنك بتقديم كشوفات دقيقة				
19	يستجيب البنك لتساؤلات وشكاوى العملاء				
20	خدمات البنك المقدمة للعملاء خالية من الأخطاء				
21	يقدم البنك الخدمات للزبائن بشكل سريع				
22	يقوم البنك بإعلام الزبون عن الوقت المناسب لتقديم الخدمة				
23	أشعر بالأمان و الاطمئنان عند تعاملي مع موظفي البنك				
24	تتم المعاملات في البنك على درجة كبيرة من الأمان والسرية.				
25	يتعامل الموظفون باحترام مع العملاء				
26	يذكر البنك عملاءه بوسائل الدفع الالكتروني المتوفرة				
27	موقع البنك مناسب جدا				
28	لا يجد العملاء صعوبة أثناء استخدام الصراف الآلي				
29	توفر المعلومات الكافية للإجابة عن أسئلة العملاء				
30	يلتزم البنك بسرية معلومات العملاء وملفاتهم				
31					
32					



الملحق رقم (09) مخرجات برنامج التحليل الإحصائي SPSS

Corrélations

		m	X
m	Corrélation de Pearson	1	,813**
	Sig. (bilatérale)		,034
	N	37	37
X	Corrélation de Pearson	,813**	1
	Sig. (bilatérale)	,034	
	N	37	37

\*\* . La corrélation est significative au niveau 0.01 (bilatéral).

Statistiques de fiabilité

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
,940	35

## الملاحق

Ecart type	Moyenne	N	المحور الأول
,651	4,51	37	تمكنني وسائل الدفع الالكترونية من التعرف على رصيدي
,758	4,38	37	تمكنني وسائل الدفع الالكترونية من سحب الأموال.
,661	4,30	37	تمكنني وسائل الدفع الالكترونية من تحويل الأموال.
,887	4,14	37	تمكنني وسائل الدفع الالكتروني من سداد الفواتير.
,958	4,16	37	توفر لي وسائل الدفع الالكتروني الأمن و الوقت.
,683	3,76	37	تكاليف خدمات البنك المتعلقة بوسائل الدفع الالكتروني متميزة ومتنوعة
,683	3,76	37	ترى أن البنك يسعى لتطوير وسائل الدفع الالكترونية المتوفرة
,899	3,57	37	تمكنني وسائل الدفع الالكتروني من التعامل بها في الخارج
,799	3,97	37	تمكنني وسائل الدفع الالكتروني من دفع ثمن المشتريات عبر الانترنت.
,880	3,95	37	تحديث وسائل الدفع تحس من خدمات البنك المقدمة
,989	3,54	37	استخدام وسائل الدفع الالكتروني تغنيك عن استخدام النقود
,776	3,81	37	وسائل الدفع الالكتروني تؤثر إيجابا على رضاي.
1,042	3,57	37	إجراءات الحصول على البطاقات الالكترونية سهلة
,838	3,73	37	خدمات البنك المتعلقة بوسائل الدفع الالكتروني متميزة ومتنوعة
,932	3,73	37	تلبي وسائل الدفع الالكترونية معظم حاجاتي البنكية
,515	3,92	37	N valide (liste)

## الملاحق

Ecart type	Moyenne	N	
,830	3,76	37	يمكن الاعتماد على إدارة البنك الذي تتعامل معه بشكل جيد
,898	3,84	37	يتميز البنك بتقديم كشوفات دقيقة
,901	3,51	37	يستجيب البنك لتساؤلات وشكاوى العملاء
,986	3,03	37	خدمات البنك المقدمة للعملاء خالية من الأخطاء
,995	3,19	37	يقدم البنك الخدمات للزبائن بشكل سريع
,845	3,81	37	يقوم البنك بإعلام الزبون عن الوقت المناسب لتقديم الخدمة
,838	3,73	37	أشعر بالأمان و الاطمئنان عند تعاملي مع موظفي البنك
,722	3,92	37	تتم المعاملات في البنك على درجة كبيرة من الأمان والسرية
,889	3,65	37	يتعامل الموظفون باحترام مع العملاء
,764	3,84	37	يذكر البنك عملاءه بوسائل الدفع الالكتروني المتوفرة
,913	4,00	37	موقع البنك مناسب جدا
1,013	3,41	37	لا يجد العملاء صعوبة أثناء استخدام الصراف الآلي
,809	3,89	37	توفر المعلومات الكافية للإجابة عن أسئلة العملاء
,651	3,66	37	N valide (liste)

Statistiques

M

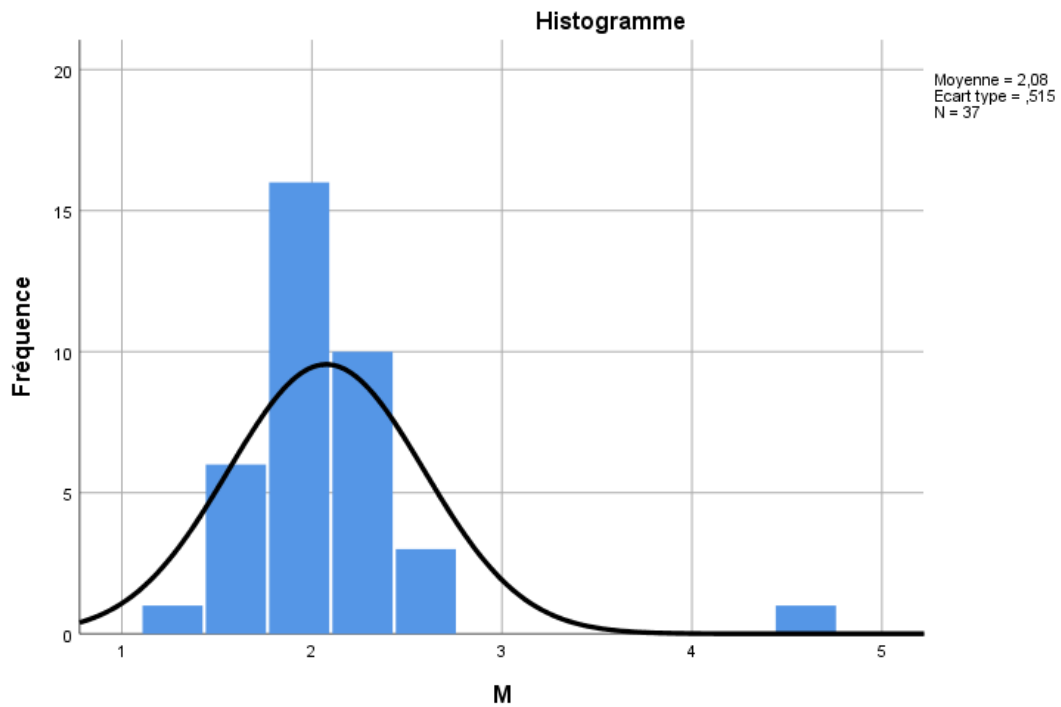
N	Valide	37
	Manquant	0
Moyenne		2,08
Médiane		2,07
Ecart type		,515
Kurtosis		14,256
Erreur standard de Kurtosis		,759
Somme		77

M

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	1	1	2,7	2,7	2,7
	1	1	2,7	2,7	5,4
	2	3	8,1	8,1	13,5
	2	2	5,4	5,4	18,9
	2	1	2,7	2,7	21,6
	2	3	8,1	8,1	29,7
	2	1	2,7	2,7	32,4
	2	5	13,5	13,5	45,9
	2	6	16,2	16,2	62,2
	2	3	8,1	8,1	70,3

## الملاحق

2	4	10,8	10,8	81,1
2	1	2,7	2,7	83,8
2	1	2,7	2,7	86,5
2	1	2,7	2,7	89,2
2	2	5,4	5,4	94,6
3	1	2,7	2,7	97,3
5	1	2,7	2,7	100,0
Total	37	100,0	100,0	



FREQUENCIES VARIABLES=X

/STATISTICS=STDDEV MEAN MEDIAN SUM KURTOSIS SEKURT

/HISTOGRAM NORMAL

## Remarques

Sortie obtenue		03-JUN-2024 12:59:04
Commentaires		
Entrée	Données	C:\Users\YOUCEF\Desktop\ou maima.sav
	Jeu de données actif	Jeu_de_données1
	Filtre	<sans>
	Pondération	<sans>
	Fichier scindé	<sans>
	N de lignes dans le fichier de travail	37
Gestion des valeurs manquantes	Définition de la valeur manquante	Les valeurs manquantes définies par l'utilisateur sont traitées comme étant manquantes.
	Observations utilisées	Les statistiques sont basées sur toutes les observations comportant des données valides.
Syntaxe		FREQUENCIES VARIABLES=X  /STATISTICS=STDDEV MEAN MEDIAN SUM KURTOSIS SEKURT  /HISTOGRAM NORMAL  /ORDER=ANALYSIS.
Ressources	Temps de processeur	00:00:00,84
	Temps écoulé	00:00:00,37

Statistiques

X

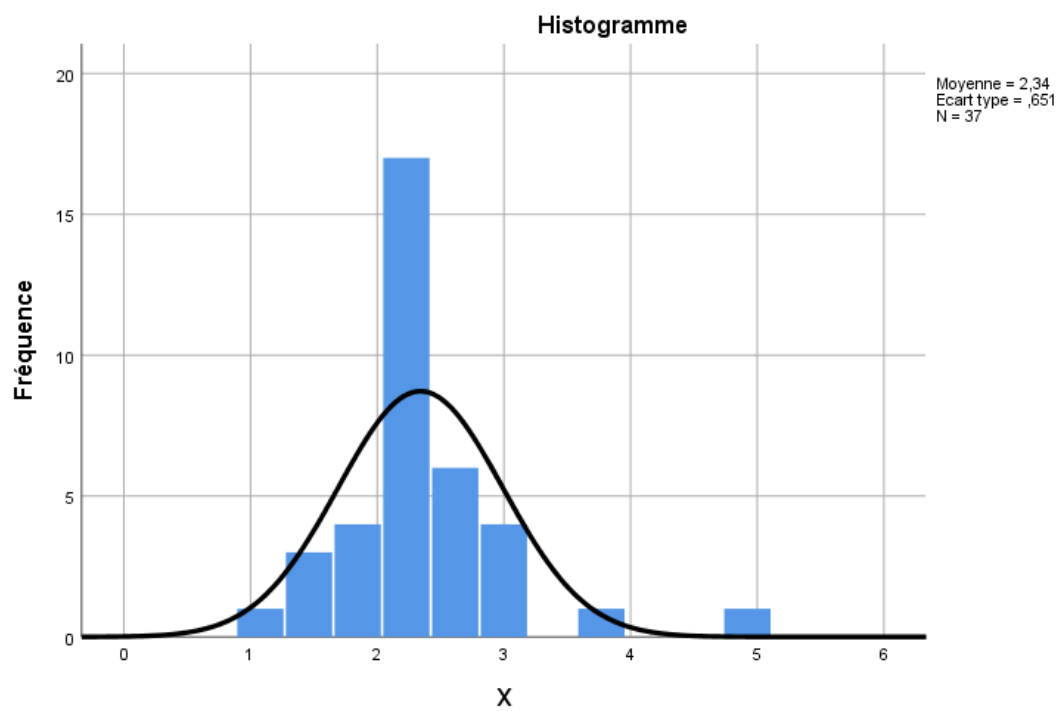
N	Valide	37
	Manquant	0
Moyenne		2,34
Médiane		2,15
Ecart type		,651
Kurtosis		7,199
Erreur standard de Kurtosis		,759
Somme		87

X

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	1	1	2,7	2,7	2,7
	2	1	2,7	2,7	5,4
	2	2	5,4	5,4	10,8
	2	2	5,4	5,4	16,2
	2	1	2,7	2,7	18,9
	2	1	2,7	2,7	21,6
	2	3	8,1	8,1	29,7
	2	8	21,6	21,6	51,4
	2	2	5,4	5,4	56,8
	2	4	10,8	10,8	67,6

## الملاحق

2	3	8,1	8,1	75,7
3	2	5,4	5,4	81,1
3	1	2,7	2,7	83,8
3	2	5,4	5,4	89,2
3	1	2,7	2,7	91,9
3	1	2,7	2,7	94,6
4	1	2,7	2,7	97,3
5	1	2,7	2,7	100,0
Total	37	100,0	100,0	





## الملاحق

Table de fréquences

					الجنس
		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	ذكر	6	16,2	16,2	16,2
	أنثى	31	83,8	83,8	100,0
	Total	37	100,0	100,0	

					السن
		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	أقل من 30 سنة	25	67,6	67,6	67,6
	من 30 إلى 39 سنة	10	27,0	27,0	94,6
	أكثر من 40 سنة	2	5,4	5,4	100,0
	Total	37	100,0	100,0	

					المستوى التعليمي
		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	ثانوي أو أقل	4	10,8	10,8	10,8
	جامعي	33	89,2	89,2	100,0
	Total	37	100,0	100,0	

مدة تعاملك مع البنك

## الملاحق

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	أقل من 5 سنوات	35	94,6	94,6	94,6
	من 6 سنوات إلى 10 سنوات	1	2,7	2,7	97,3
	أكثر من 10 سنوات	1	2,7	2,7	100,0
	Total	37	100,0	100,0	

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	المهنة Pourcentage cumulé
Valide	عامل لدى القطاع العام	9	24,3	24,3	24,3
	عامل لدى القطاع الخاص	4	10,8	10,8	35,1
	متقاعد	1	2,7	2,7	37,8
	مهنة أخرى	23	62,2	62,2	100,0
	Total	37	100,0	100,0	

### تمكنني وسائل الدفع الالكترونية من التعرف على رصيدي

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	غير موافق	1	2,7	2,7	2,7
	موافق	15	40,5	40,5	43,2
	موافق بشدة	21	56,8	56,8	100,0
	Total	37	100,0	100,0	

## الملاحق

تمكنني وسائل الدفع الالكترونية من سحب الأموال.

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	غير موافق	2	5,4	5,4	5,4
	موافق	17	45,9	45,9	51,4
	موافق بشدة	18	48,6	48,6	100,0
	Total	37	100,0	100,0	

تمكنني وسائل الدفع الالكترونية من تحويل الأموال.

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	غير موافق	1	2,7	2,7	2,7
	محايد	1	2,7	2,7	5,4
	موافق	21	56,8	56,8	62,2
	موافق بشدة	14	37,8	37,8	100,0
	Total	37	100,0	100,0	

تمكنني وسائل الدفع الالكتروني من سداد الفواتير.

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	غير موافق بشدة	2	5,4	5,4	5,4
	موافق	24	64,9	64,9	70,3
	موافق بشدة	11	29,7	29,7	100,0
	Total	37	100,0	100,0	

## الملاحق

توفر لي وسائل الدفع الالكتروني الأمن و الوقت.

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	غير موافق بشدة	1	2,7	2,7	2,7
	غير موافق	2	5,4	5,4	8,1
	محايد	2	5,4	5,4	13,5
	موافق	17	45,9	45,9	59,5
	موافق بشدة	15	40,5	40,5	100,0
	Total	37	100,0	100,0	

تكاليف خدمات البنك المتعلقة بوسائل الدفع الالكتروني متميزة ومتنوعة

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	غير موافق بشدة	1	2,7	2,7	2,7
	محايد	8	21,6	21,6	24,3
	موافق	26	70,3	70,3	94,6
	موافق بشدة	2	5,4	5,4	100,0
	Total	37	100,0	100,0	

ترى أن البنك يسعى لتطوير وسائل الدفع الالكترونية المتوفرة

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	غير موافق	1	2,7	2,7	2,7
	محايد	11	29,7	29,7	32,4
	موافق	21	56,8	56,8	89,2

## الملاحق

موافق بشدة	4	10,8	10,8	100,0
Total	37	100,0	100,0	

### تمكنني وسائل الدفع الالكتروني من التعامل بها في الخارج

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	غير موافق	5	13,5	13,5	13,5
	محايد	11	29,7	29,7	43,2
	موافق	16	43,2	43,2	86,5
	موافق بشدة	5	13,5	13,5	100,0
Total		37	100,0	100,0	

### تمكنني وسائل الدفع الالكتروني من دفع ثمن المشتريات عبر الانترنت.

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	غير موافق بشدة	1	2,7	2,7	2,7
	محايد	6	16,2	16,2	18,9
	موافق	22	59,5	59,5	78,4
	موافق بشدة	8	21,6	21,6	100,0
Total		37	100,0	100,0	

### تحديث وسائل الدفع تحس من خدمات البنك المقدمة

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
--	--	-----------	-------------	--------------------	--------------------

## الملاحق

Valide	غير موافق بشدة	1	2,7	2,7	2,7
	غير موافق	1	2,7	2,7	5,4
	محايد	6	16,2	16,2	21,6
	موافق	20	54,1	54,1	75,7
	موافق بشدة	9	24,3	24,3	100,0
	Total	37	100,0	100,0	

### استخدام وسائل الدفع الالكتروني تغنيك عن استخدام النقود

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	غير موافق بشدة	1	2,7	2,7	2,7
	غير موافق	6	16,2	16,2	18,9
	محايد	6	16,2	16,2	35,1
	موافق	20	54,1	54,1	89,2
	موافق بشدة	4	10,8	10,8	100,0
	Total	37	100,0	100,0	

### وسائل الدفع الالكتروني تؤثر إيجاباً على رضاي.

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	غير موافق بشدة	1	2,7	2,7	2,7
	غير موافق	1	2,7	2,7	5,4
	محايد	6	16,2	16,2	21,6
	موافق	25	67,6	67,6	89,2
	موافق بشدة	4	10,8	10,8	100,0

## الملاحق

Total	37	100,0	100,0
-------	----	-------	-------

### إجراءات الحصول على البطاقات الالكترونية سهلة

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	غير موافق بشدة	2	5,4	5,4	5,4
	غير موافق	5	13,5	13,5	18,9
	محايد	4	10,8	10,8	29,7
	موافق	22	59,5	59,5	89,2
	موافق بشدة	4	10,8	10,8	100,0
	Total	37	100,0	100,0	

### خدمات البنك المتعلقة بوسائل الدفع الالكتروني متميزة ومتنوعة

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	غير موافق بشدة	2	5,4	5,4	5,4
	محايد	7	18,9	18,9	24,3
	موافق	25	67,6	67,6	91,9
	موافق بشدة	3	8,1	8,1	100,0
	Total	37	100,0	100,0	

### تلبية وسائل الدفع الالكترونية معظم حاجاتي البنكية

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
--	--	-----------	-------------	--------------------	--------------------

## الملاحق

Valide	غير موافق بشدة	1	2,7	2,7	2,7
	غير موافق	3	8,1	8,1	10,8
	محايد	7	18,9	18,9	29,7
	موافق	20	54,1	54,1	83,8
	موافق بشدة	6	16,2	16,2	100,0
	Total	37	100,0	100,0	

يمكن الاعتماد على إدارة البنك الذي تتعامل معه بشكل جيد

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	غير موافق بشدة	1	2,7	2,7	2,7
	غير موافق	1	2,7	2,7	5,4
	محايد	9	24,3	24,3	29,7
	موافق	21	56,8	56,8	86,5
	موافق بشدة	5	13,5	13,5	100,0
	Total	37	100,0	100,0	

يتميز البنك بتقديم كشوفات دقيقة

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	غير موافق بشدة	1	2,7	2,7	2,7
	غير موافق	2	5,4	5,4	8,1
	محايد	6	16,2	16,2	24,3
	موافق	21	56,8	56,8	81,1
	موافق بشدة	7	18,9	18,9	100,0
	Total	37	100,0	100,0	



## الملاحق

### يستجيب البنك لتساؤلات وشكاوى العملاء

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	غير موافق بشدة	2	5,4	5,4	5,4
	غير موافق	2	5,4	5,4	10,8
	محايد	10	27,0	27,0	37,8
	موافق	21	56,8	56,8	94,6
	موافق بشدة	2	5,4	5,4	100,0
	Total	37	100,0	100,0	

### خدمات البنك المقدمة للعملاء خالية من الأخطاء

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	غير موافق بشدة	2	5,4	5,4	5,4
	غير موافق	9	24,3	24,3	29,7
	محايد	14	37,8	37,8	67,6
	موافق	10	27,0	27,0	94,6
	موافق بشدة	2	5,4	5,4	100,0
	Total	37	100,0	100,0	

## الملاحق

يقدم البنك الخدمات للزبائن بشكل سريع

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	غير موافق بشدة	1	2,7	2,7	2,7
	غير موافق	9	24,3	24,3	27,0
	محايد	12	32,4	32,4	59,5
	موافق	12	32,4	32,4	91,9
	موافق بشدة	3	8,1	8,1	100,0
	Total	37	100,0	100,0	

يقوم البنك بإعلام الزبون عن الوقت المناسب لتقديم الخدمة

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	غير موافق بشدة	2	5,4	5,4	5,4
	محايد	5	13,5	13,5	18,9
	موافق	26	70,3	70,3	89,2
	موافق بشدة	4	10,8	10,8	100,0
	Total	37	100,0	100,0	

أشعر بالأمان و الاطمئنان عند تعاملي مع موظفي البنك

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	غير موافق بشدة	2	5,4	5,4	5,4
	محايد	7	18,9	18,9	24,3
	موافق	25	67,6	67,6	91,9
	موافق بشدة	3	8,1	8,1	100,0
	Total	37	100,0	100,0	

## الملاحق

تتم المعاملات في البنك على درجة كبيرة من الأمان والسرية.

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	غير موافق بشدة	1	2,7	2,7	2,7
	محايد	5	13,5	13,5	16,2
	موافق	26	70,3	70,3	86,5
	موافق بشدة	5	13,5	13,5	100,0
	Total	37	100,0	100,0	

يتعامل الموظفون باحترام مع العملاء

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	غير موافق بشدة	2	5,4	5,4	5,4
	غير موافق	1	2,7	2,7	8,1
	محايد	8	21,6	21,6	29,7
	موافق	23	62,2	62,2	91,9
	موافق بشدة	3	8,1	8,1	100,0
	Total	37	100,0	100,0	

## الملاحق

### يذكر البنك عملاءه بوسائل الدفع الالكتروني المتوفرة

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	غير موافق بشدة	1	2,7	2,7	2,7
	غير موافق	1	2,7	2,7	5,4
	محايد	5	13,5	13,5	18,9
	موافق	26	70,3	70,3	89,2
	موافق بشدة	4	10,8	10,8	100,0
	Total	37	100,0	100,0	

### موقع البنك مناسب جدا

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	غير موافق بشدة	1	2,7	2,7	2,7
	غير موافق	1	2,7	2,7	5,4
	محايد	6	16,2	16,2	21,6
	موافق	18	48,6	48,6	70,3
	موافق بشدة	11	29,7	29,7	100,0
	Total	37	100,0	100,0	

## الملاحق

لا يجد العملاء صعوبة أثناء استخدام الصراف الآلي

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	غير موافق بشدة	2	5,4	5,4	5,4
	غير موافق	6	16,2	16,2	21,6
	محايد	6	16,2	16,2	37,8
	موافق	21	56,8	56,8	94,6
	موافق بشدة	2	5,4	5,4	100,0
	Total	37	100,0	100,0	

توفر المعلومات الكافية للإجابة عن أسئلة العملاء

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	غير موافق بشدة	1	2,7	2,7	2,7
	غير موافق	1	2,7	2,7	5,4
	محايد	5	13,5	13,5	18,9
	موافق	24	64,9	64,9	83,8
	موافق بشدة	6	16,2	16,2	100,0
	Total	37	100,0	100,0	

## الملخص:

هدفت هذه الدراسة إلى البحث في دور وسائل الدفع الإلكتروني لترقية الخدمات المصرفية، من خلال تحديد مستوى إهتمام بنك الفلاحة والتنمية الريفية-وكالة قالمة- بالخدمات المصرفية الإلكترونية ومدى التوسع في تحديثها ومواكبة التطور. التعرف على الخدمات المصرفية الإلكترونية وانواعها ومميزاتها وقياس ترقية الخدمات المصرفية وذلك بالإعتماد على بيانات الاستبيان التي لخصت لنا آراء العملاء، كما عالجنا الإستمارات بإستخدام برنامج SPSS. بالإضافة إلى أدوات التحليل، و من أبرز النتائج التي توصلنا إليها بأنه توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين وسائل الدفع الإلكتروني و ترقية الخدمات المصرفية.

## الكلمات المفتاحية:

وسائل الدفع الإلكتروني، ترقية الخدمات المصرفية، بنك الفلاحة والتنمية الريفية.

## Abstract :

this study aims to investigate the role of modern electronic payment methods to upgrade banking services, by determining the level of interest of the Bank of Agriculture and Rural Development - Guelma Agency - in electronic banking services and the extent of expansion in modernizing them and keeping pace with development. Identifying electronic banking services, their types and features, and measuring the promotion of banking services by relying on the questionnaire data that summarized customer opinions for us. We also processed the questionnaires using the SPSS program. In addition to the analysis tools, one of the most prominent results we have reached is that there is a statistically significant relationship between electronic payment methods and the promotion of banking services.

## key words:

Electronic payment methods, upgrading banking services, Bank of Agriculture and Rural Development.