

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي  
جامعة 08 ماي 1945 قالمة  
كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير  
قسم علوم التسيير



مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر  
فرع علوم مالية  
تخصص مالية المؤسسات

الموضوع:

واقع وآفاق المعاملات المصرفية الالكترونية في البنوك الجزائرية  
دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية (BADR) - وكالة قالمة-

تحت إشراف

د/ بن

من إعداد الطلبة:

الأستاذ:

- بوعرور كمال
- ابراهيم الغالي
- مختاري عماد

السنة الجامعية: 2013-2014

## شكر وتقدير

إن الشكر لله شكرا عظيما، و الحمد لله حمدا كثيرا الذي أعاننا في انجاز هذا البحث المتواضع.

كما نتقدم بفائق الشكر و التقدير إلى كل من منحنا من وقته الكثير و أمدنا بنصائحه و توجيهاته السديدة و القيمة التي كانت نعم السند إلى أستاذنا المشرف الدكتور بن ابراهيم الغالي، و نسأل الله أن يجازيه بكل خير.

كما نتقدم بالجزيل الشكر لموظفي بنك الفلاحة و التنمية الريفية "BADR" بوكالة قالمة و إلى كل من قدم لنا يد العون و لم يبخل علينا حتى ولو بكلمة طيبة ترفع من معنوياتنا

و في الأخير لا يسعنا إلا أن نطلب من المولى عز و جل أن يسدد خطانا و يوفقنا في تحقيق أهدافنا في المستقبل لكل ما فيه خير لنا و لوطننا العزيز.

# عماد

# كمال

## اهداء

أتقدم بأحر تحياتي وأصدق أمنياتي إلى:

والداي الكريمين أطال الله عمرهما ومدهما بوافر الصحة والعافية

إلى إخوتي و أخواتي...

إلى كل الأهل و الأقارب...

إلى أساتذتي المحترمين خاصة أساتذة كلية العلوم الاقتصادية و علوم التسيير و

العلوم التجارية

إلى كل زملائي و زميلاتي خاصة السنة الثانية ماستر مالية المؤسسات

وإلى كل من عرفته من قريب أو من بعيد...

إلى كل طالب علم...

والى كل مواطن عاش من أجل و لأجل الجزائر

إلى كل هؤلاء أهدي هذا المجهود العلمي المتواضع.

# عماد

## إهداء

اللهم صل وسلم وبارك على سيد الأنام، محمد الأمين خير دليل إلى أفضل دين، أهدي  
ثمرة جهدي إلى الوالدة التي هي رمز للحب و الحنان وبلسم الشفاء إلى القلب الناصع  
بالبياض و إلى أغلى ما أملك في حياتي أبي الذي اقتلع من أمامي بذور التراجع  
وعلمني أن الحياة مضي إلى الأمام وسعي للنجاح.

إلى من هم أحن من النسيم على ذاتي وأعز من أحبهم قلبي وأكثر من عشقهم فؤادي  
إخوتي و أخواتي

إلى عائلتي الصغيرة التي وجدتها بعد أهلي، إلى أصدقائي "كريم، سعيد، صدام، علاء،  
بلال، حسام"، أقول لكم شكرا لكل اللحظات التي عشناها معا.

إلى زميلاتي وزملائي في الدراسة "أيوب، أحمد، كريم، ابراهيم، نور الدين، شوقي،  
إيمان، ليلي، كريمة، خولة."

وإلى كل طالبة سنة ثانية ماستر مالية المؤسسات.

إلى الذين أحببتهم، أحترمتهم وحملت لهم في قلبي ذكرى جميلة لا تنسى.

إلى كل الذين لم تسعهم ورقتي ووسعهم قلبي.

# كمال

أولاً: قائمة الأشكال

الصفحة	عنوان الشكل	رقم الشكل
50	تسوية المبالغ الإجمالية في وقت حقيقي	01
72	الهيكل التنظيمي لبنك الفلاحة و التنمية الريفية لووكالة قالمة	02

ثانياً: قائمة الجداول

الصفحة	عنوان الجدول	رقم الجدول
56	نمو استخدام الانترنت في العالم بين سنتي 2000 و 2012	01
76	فئة النقود الإئتمانية (الورقية و المعدنية) المستخدمة في نظام الدفع البنكي الجزائري (1962-2013)	02

قائمة الأشكال و الجداول و الملاحق

80	تطور بطاقة CIB على مستوى وكالة قالمة	03
80	تطور بطاقة CBR على مستوى وكالة قالمة	04
80	تطور بطاقة توفير على مستوى وكالة قالمة	05
83	توزيع عينة الزبائن حسب العمر	06
84	توزيع عينة الزبائن حسب الوظيفة	07
84	توزيع عينة الزبائن حسب الجنس	08
85	توزيع عينة الزبائن حسب عدد سنوات التعامل مع الوكالة	09
85	توزيع عينة الزبائن حسب المستوى التعليمي	10
86	توزيع عينة الزبائن حسب المعاملات التي يقومون بها	11
86	توزيع عينة الزبائن حسب ما إذا كانت الوكالة تسهل العمليات المصرفية الالكترونية	12
87	توزيع أفراد العينة حسب درجة رضاهم عن المنتجات و الخدمات المقدمة	13
87	توزيع أفراد العينة حسب رأي الزبائن في الخدمة المصرفية الالكترونية من حيث السرعة	14
88	توزيع أفراد العينة حسب رأي الزبائن في الخدمة المصرفية الالكترونية من حيث العمولة	15
88	توزيع أفراد العينة حسب رأي الزبائن في الخدمة المصرفية الالكترونية من حيث الجودة	16
89	توزيع أفراد عينة الزبائن حسب ما إذا كانت الوكالة تعلمهم بالمنتجات و الخدمات الالكترونية الجديدة	17
89	توزيع عينة الزبائن حول الوسيلة التي تعلمهم الوكالة عن خدماتها الالكترونية	18
90	توزيع عينة الزبائن حسب وقت أداء عملية مصرفية الكترونية داخل الوكالة	19
90	توزيع عينة الزبائن حسب معرفة الموظفين للرد على استفسارات الزبائن بخصوص المعاملات المصرفية الالكترونية	20
91	توزيع عينة الزبائن في حالة تقديمهم شكاوى أو إحتجاجات بخصوص المعاملات المصرفية الالكترونية	21
91	توزيع أفراد العينة حسب رأي الزبائن في إجابة الوكالة على شكاويهم و إحتجاجاتهم بخصوص العمليات المصرفية الالكترونية	22
92	توزيع أفراد العينة في حالة تقدم الزبائن بإقتراحات لتحسين الخدمات المصرفية الالكترونية	23
92	توزيع عينة الزبائن حسب إحساسهم بالأمان بالتعامل مع الوكالة	24

قائمة الأشكال و الجداول و الملاحق

93	توزيع عينة الموظفين حسب العمر	25
93	توزيع عينة الموظفين حسب المستوى التعليمي	26
94	توزيع عينة الموظفين حسب الأقدمية في العمل	27
94	توزيع عينة الموظفين حسب الجنس	28
95	توزيع عينة الموظفين حسب المسؤولية في العمل	29
95	توزيع عينة الموظفين حسب علاقتهم بالزبائن	30
96	توزيع عينة الموظفين حسب رأيهم في الخدمة المصرفية الالكترونية المقدمة من طرف الوكالة	31
96	توزيع عينة الموظفين حسب رأيهم في الخدمة الالكترونية المقدمة من حيث الجودة	32
97	توزيع عينة الموظفين حول الوسيلة المستخدمة لإعلام الزبائن بالخدمات الالكترونية الجديدة	33
97	توزيع عينة الموظفين حسب إتقانهم لأداء عملية مصرفية الكترونية	34
98	توزيع عينة الموظفين حول الصعوبات التي يواجهونها أثناء تقديمهم خدمة الكترونية	35
98	توزيع عينة الموظفين حسب العمليات المصرفية الالكترونية التي يهتم بها الزبائن أكثر	36
99	توزيع عينة الموظفين إن كانوا قد تلقوا تكويننا بخصوص المعاملات المصرفية الالكترونية	37

ثالثا: قائمة الملاحق

رقم الملحق	عنوان الملحق	الصفحة
01	شيك بنك الفلاحة و التنمية الريفية (BADR)	116
02	صفحة للترحيب لمستخدمي خدمات بنك بدر الالكترونية	116
03	صفحة طلب الإشتراك	117
04	صفحة إثبات الهوية	117

قائمة الأشكال و الجداول و الملاحق

118	طلب تغيير الرقم السري	05
118	عرض الحساب البنكي الخاص بالعميل	06
119	الإستمارة الالكترونية لطلب دفتر شيكات	07
119	بطاقة السحب ما بين البنوك (CIB) (Carte Inter Bancaire)	08
120	بطاقة السحب (CBR) (Carte Bancaire de Retrait)	09
120	بطاقة توفير (la Carte TAWFIR)	10
120	البطاقة الذهبية (Gold Card)	11
121	الموزع الآلي للأوراق (DAB)	12
121	الشباك الآلي للأوراق (GAB)	13
122	نهائي نقطة الدفع الالكترونية (TPE)	14
123	إستمارة إستبيان موجهة لزبائن و موظفي بنك (BADR) وكالة قالمة	15
124	إستمارة أسئلة موجهة لزبائن بنك الفلاحة و التنمية الريفية (وكالة قالمة)	-
126	إستمارة أسئلة موجهة لموظفي بنك الفلاحة و التنمية الريفية (وكالة قالمة)	-



## مقدمة عامة

### تهميد

شهد العالم موجة من التغيرات العلمية في مجال المعلوماتية عجلت من تغيير الأساليب الإدارية والهياكل التقليدية، إذ أن إختراع الحواسيب وشبكة الانترنت أدى إلى ميلاد مجتمع المعلومات القائم على التكنولوجيا الرقمية، والذي كان له إنعكاس جلي على جميع الميادين السياسية والإقتصادية والإجتماعية، مما أدخل هذه القطاعات في تعقيدات كبيرة في التعاملات اليومية، لعل أبرزها الأعمال الإلكترونية (E-Business) وعمليات الصيرفة الإلكترونية (E-Banking)، التي أصبحت التصميم الجديد لبناء البنك في القرن الحادي والعشرين.

في ظل هذه التغيرات التي إجتاحت البيئة الدولية، تحول العالم بالفعل إلى قرية صغيرة وأصبح سوقا واحدا تتسع فيه دائرة ومجال المنافسة بين الفاعلين فيه، ويعد الجهاز المصرفي أبرزها كونه يمثل العمود الفقري في إقتصاد الكثير من الدول لاسيما المتقدمة منها. ولقد شهدت الصناعة المالية والمصرفية تحولا كبيرا مدعومة بالتقدم الهام في مجال تكنولوجيا المعلومات والإتصالات، إذ أن الإبتكارات في الأعمال المصرفية والتجارية بدءا من الوظائف المتعددة لأجهزة الصراف الآلي، وبطاقات الدفع، وتحويل الأموال إلكترونيا، وصولا إلى خدمات الصيرفة عن بعد، وكان لشبكة الانترنت الدور الحاسم والأساسي في تقديم الخدمات عبر قنوات توزيع جديدة تماما.

وعرفت الصيرفة الإلكترونية إنتشارا في السوق الجزائرية منذ نهاية الألفية الثانية، وإن كانت لم تتجاوز في أغلبها المستوى الإعلامي لبنوك الانترنت، ومن مهام هذه البنوك توفير الخدمات المصرفية لكافة عملائها عبر وسائط الإتصالات الحديثة من انترنت وهاتف محمول ومواقع الكترونية وغيرها، فبدأت البنوك التقليدية تتسابق في دخول هذا المجال بوضعه ميزة تنافسية غير تقليدية جلبتها البنوك الأجنبية العاملة في السوق الجزائرية، حيث استقطبت شرائح واسعة من العملاء أسهم ذلك في تنامي وتزايد الخدمات المصرفية الإلكترونية إذ بات الإنتقال إلى البنوك والتعامل المباشر مع فروعها يعتبر عبئا بالنسبة للعملاء، وبالتالي فإن هذه الآليات الإلكترونية أتاحت لهم الحصول على الخدمات المصرفية أنيا، وبمجرد الدخول إلى شبكة الانترنت من دون الحاجة إلى الإنتقال إلى مقرات البنوك.

ففي الوقت الراهن هناك بنوك عمومية جزائرية تقدم بعضا من خدمات الصيرفة الإلكترونية، في حين أن بعض من البنوك التجارية الجزائرية لم تطلق خدمات الصيرفة الإلكترونية كخدمة قائمة إلى جانب العمليات المصرفية الأخرى، إنما قاموا بإنشاء الصفحة الرئيسية للبنك على شبكة الانترنت لتحسين النشاط المصرفي وتقديم المعلومات للعملاء فقط، وكان نظام الشبكة المصرفية منذ إنشائها فعلا ثورة شاملة تماما، وعليه فإن الصناعة المصرفية وتصنيف العمليات ووضع السوق أصبح أكثر كفاءة وفعالية من ذي قبل، لذلك تعمل البنوك التجارية الجزائرية بالإهتمام وبذل الجهود لتحديث وتحسين خدمات النظام المصرفي، إلى جانب إهتمامها بتكنولوجيات المعلومات والموارد البشرية.

### إشكالية البحث:

في ظل التغير السريع الذي يميز النشاط الإقتصادي بصفة عامة والنشاط المصرفي

بصفة خاصة، تسعى البنوك الجزائرية إلى كسب رهان الإعتدال على تقنيات وتكنولوجيايات الإعلام والإتصال الحديثة، إلى جانب إستخدام أنظمة الدفع الآلية الحديثة، وعليه يمكن إبراز إشكالية البحث كما يلي:

**فيما تكمن تحديات ومتطلبات نجاح الصيرفة الإلكترونية؟ وما مدى فعالية المعاملات المصرفية الإلكترونية في ظل الجهاز المصرفي الجزائري وآفاق تطورها؟**  
**فرضيات البحث :**

بغية الإجابة على الإشكالية المطروحة تمت صياغة الفرضيات التالية:

- 1- يمثل أمن المعلومات أحد أهم تحديات نجاح الصيرفة الإلكترونية.
- 2- إن الوعي المصرفي للفرد الجزائري يمثل أحد الركائز لنجاح الصيرفة الإلكترونية.
- 3- إن الإنتشار الواسع للإنترنت والوسائط الإلكترونية في الجزائر يشجع على تطوير الخدمات المصرفية الإلكترونية.

**أهمية البحث :**

يكتسي الموضوع أهمية بالغة نظرا لما يلي:

- 1- النمو المتسارع لأنظمة الدفع الحديثة، والتي حظيت باهتمام كبير من قبل البنوك والزبائن على حد سواء.
- 2- جل التحديات التي سيواجهها القطاع المصرفي في ظل الإنفتاح على المعاملات المصرفية الإلكترونية.
- 3- أهمية الصيرفة الإلكترونية والدور الذي تقوم به في تأهيل المصارف وضمان مقدرتها على المنافسة وحفاظا على حصتها السوقية.
- 4- تغيير الطابع التقليدي للبنوك من تقديم خدمات تعتمد على وسائط تقليدية، إلى تقديم خدمات متطورة تعتمد على تكنولوجيا الإعلام والإتصال.
- 5- تشجيع الكثير من المصارف الجزائرية على تبني الصيرفة الإلكترونية لتحقيق عوائد معتبرة تسهم في تنمية الإقتصاد الوطني في شتى المجالات.

**أهداف البحث:**

تهدف هذه الدراسة إلى تحقيق مجموعة من الأهداف التي من شأنها ترفع اللبس حول الصيرفة الإلكترونية والمتمثلة فيما يلي:

- 1- تحليل ودراسة وضعية أعمال الصيرفة الإلكترونية وأهم نماذج تقديم الخدمات عن بعد.
- 2- التعرف على التحديات والمخاطر والفرص التي تواجه عمليات الصيرفة الإلكترونية وأفضل الطرق لإدارتها من أجل تحقيق أمن العمل المصرفي الإلكتروني في الجزائر.
- 3- تحديد مختلف عناصر البنية التحتية اللازمة لتطوير أعمال الصيرفة الإلكترونية في الجزائر، لمواكبة متطلبات التطورات التجارية والمالية.
- 4- أهمية استخدام الإنترنت والوسائط الإلكترونية في نمو الصناعة الإلكترونية، وأنواع البطاقات الإلكترونية.
- 5- الوقوف على واقع تطور خدمات الصيرفة الإلكترونية التي تقدمها مؤسسات الجهاز المصرفي الجزائري.

**الدراسات السابقة:**

- 1- دراسة حورية جنان، بجامعة العربي بن مهيدي بأب البواقي، بعنوان "دور الصيرفة الالكترونية في تحسين جودة الخدمات المصرفية -دراسة حالة CPA-"، لنيل شهادة الماجستير أكاديمي لسنة 2012-2013.
- 2- دراسة لوصيف عمار، بجامعة منتوري بقسنطينة، بعنوان "إستراتيجيات لنظام المدفوعات للقرن الحادي والعشرين مع الإشارة للتجربة الجزائرية"، لنيل شهادة الماجستير لسنة 2008-2009.
- 3- دراسة السعيد بريكة، بجامعة العربي بن مهيدي بأب البواقي، بعنوان "واقع عمليات الصيرفة الالكترونية (E-Banking) وآفاق تطورها في الجزائر"، لنيل شهادة الدكتوراه لسنة 2010-2011.
- 4- دراسة آسيا سعدان، بجامعة 08 ماي 1945 بقالة، بعنوان "تأهيل النظام البنكي الجزائري في ظل التطورات المالية العالمية"، لنيل شهادة ماجستير لسنة 2005-2006.
- 5- دراسة فهمي السعيد محمد قاسم، بعنوان "نظم المعلومات وتكنولوجيا الإتصالات في تحسين الخدمة المصرفية"، لنيل شهادة دكتوراه لسنة 2010-2011.

#### منهج الدراسة:

بغية معالجة الموضوع محل الدراسة كان لزاما إعتقاد المنهج الوصفي التحليلي من خلال التطرق إلى عمليات الصيرفة الالكترونية وأهم نظمها في ظل إستخدام البطاقات الالكترونية وأساليب الدفع الالكتروني، وكذا الإعتقاد على المنهج التاريخي بصدد سرد مختلف الإصلاحات التي مرت بها المنظومة المصرفية الجزائرية، بالإضافة إلى إعتقاد دراسة حالة لبنك الفلاحة والتنمية الريفية (BADR).

#### تقسيم موجز لخطة البحث :

لقد قسم هذا البحث إلى ثلاث فصول يتضمن كل فصل ثلاث مباحث، حيث تحدثنا في الفصل الأول عن المعاملات المصرفية الالكترونية والبنوك الالكترونية، ومتطلبات نجاح هذه الأخيرة والتحديات التي تواجهها، أما الفصل الثاني فتحدثنا عن تطور الجهاز المصرفي الجزائري وأنظمة وآفاق الصيرفة الالكترونية في الجزائر، أما الفصل الثالث تطرقنا إلى مدخل لبنك الفلاحة والتنمية الريفية وأهم وسائل الدفع التي يتعامل بها سواء كانت تقليدية أو حديثة بالإضافة إلى تحليل إستثمار أسئلة موجهة لزيائن وموظفي وكالة (BADR) بقالة.

**تمهيد:**

لقد انعكس التطور التكنولوجي على الأنشطة الاقتصادية عامة والصناعة المصرفية خاصة، وما انبثق عنها من خدمات يتطلب تسويقها باستخدام تكنولوجيا الاتصالات والمعلومات، فأصبح تطور الخدمات المصرفية أحد الاتجاهات المهمة والحديثة، والتي شهدت توسعا كبيرا في السنوات الأخيرة في مختلف المجتمعات بسبب تزايد دورها الكبير في الحياة المعاصرة خاصة بعد تكاملها مع المنتجات المادية في تحقيق المنافع المطلوبة. فالتطور التكنولوجي الكبير يسهل عملية انجاز المعاملات المصرفية والاتصال السريع بالنسبة للعملاء وتقليل الجهد والوقت والعناء، وذلك اعتمادا على الأساليب الالكترونية الحديثة في تقديم الخدمات المصرفية.

**المبحث الأول: العمليات المصرفية الالكترونية**

مع تطور الكمبيوتر وتقدم تكنولوجيا الإعلام والاتصال ظهرت طريقة جديدة لتسوية المدفوعات، فكل المعاملات التي كانت تتم باستخدام الأوراق أصبحت تتم بالكامل عن طريق استخدام الطرق الالكترونية في نقل وتحويل الأموال، والتي يتم فيها تسوية كل المدفوعات باستخدام الاتصالات الالكترونية.

**المطلب الأول: مفهوم العمليات المصرفية الالكترونية**

تقوم البنوك في مباشرة نشاطها بجملة أعمال وخدمات تقدمها لعملائها والمتعارف على

تسميتها بعمليات البنوك أو الأعمال المصرفية وهذه الأعمال مختلفة ومتنوعة وتتأثر بالمتغيرات الاقتصادية والسياسية لكل دولة من الدول.

### الفرع الأول: تعريف ومزايا العمليات المصرفية الالكترونية

العمليات المصرفية الإلكترونية تسمح لمستخدميها بالقيام بالكثير من المعاملات الروتينية وهم في منازلهم وحتى في مكاتبهم، وهي مبنية على استخدام أحدث التقنيات، بالإضافة إلى تمتعها بمزايا متنوعة.

### أولاً: تعريف العمليات المصرفية الالكترونية

هناك عدة تعاريف للعمليات المصرفية الالكترونية نوجزها فيما يلي:

#### 1- التعريف الأول:

يقصد بالعمليات المصرفية الالكترونية هو تقديم البنوك للخدمات المصرفية التقليدية أو المبتكرة من خلال شبكات اتصال الكترونية، تقتصر صلاحية الدخول إليها على المشاركين فيها وفقاً لشروط العضوية التي تحددها البنوك وذلك من خلال أحد المنافذ على الشبكة كوسيلة لاتصال العملاء بها.<sup>(1)</sup>

#### 2- التعريف الثاني:

هي تلك العمليات التي تقدمها البنوك معتمدة في ذلك على نظام الكتروني في التعامل مع زبائنها، ومحاولة ابتكار وسائل جديدة للدفع تتلاءم مع التطور التكنولوجي في مجال الأعمال التجارية.<sup>(2)</sup>

#### 3- التعريف الثالث:

هي إجراء العمليات المصرفية بطرق الكترونية أي استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال الجديدة، سواء تعلق الأمر بالسحب أو الدفع أو الائتمان أو التحويل، بالتعامل في الأوراق المالية وغير ذلك من الأعمال المصرفية، حيث يمكن للزبون القيام بإدارة حساباته وإنجاز أعماله المتصلة بالبنك عن طريق المنزل أو المكتب أو أي مكان آخر، وفي الوقت الذي يريده.<sup>(3)</sup>

ومن خلال التعاريف السابقة يمكننا القول بأن العمليات المصرفية الالكترونية هي تقديم البنوك لخدماتها المصرفية بوسائل الكترونية، سواء تعلق الأمر بالدفع أو السحب أو الائتمان، من أجل تسهيل المعاملات بين الأطراف الاقتصادية والمتعاملين بشكل عام.

### ثانياً: مزايا العمليات المصرفية الالكترونية

تتمثل أهم مزايا العمليات المصرفية الالكترونية فيما يلي:<sup>(4)</sup>

(1) وسيم محمد الحداد و آخرون، الخدمات المصرفية الالكترونية، دار الميسرة للنشر و التوزيع و الطباعة، الطبعة الأولى-الأردن، عمان- 2012، ص (194).

(2) محمود محمد أبو فروة، الخدمات البنكية الالكترونية عبر الانترنت، دار الثقافة للنشر و التوزيع، الطبعة الأولى-الأردن، عمان- 2009، ص (25)

(3) بن شريف مريم، الأعمال المصرفية الالكترونية "الرهانات و التحديات" إشكالية الإشراف و الرقابة المصرفية، الملتقى العلمي الدولي الرابع حول عصرنة نظام الدفع في البنوك الجزائرية و إشكالية اعتماد التجارة الالكترونية في الجزائر، المركز الجامعي خميس مليانة، يومي 26-27 أبريل 2011، ص ص (2-3).

(4) المراجع التالية:

- وسيم محمد الحداد، مرجع سبق ذكره، ص ص (194-195).

- إمكانية الوصول إلى قاعدة أوسع من العملاء المودعين والمقرضين، وطالبي الخدمات
- تقديم خدمات مصرفية جديدة.
- خفض تكاليف التشغيل بالبنوك، وانجاز عمليات التجزئة محليا ودوليا.
- زيادة كفاءة أداء البنوك.
- توفير الراحة وسرعة الخدمات للعملاء.
- تحسين الجودة والإنتاجية وتقليل التكلفة، ويجب اعتماد مبدأ التطوير المستمر واللانهاي في التخطيط لتنفيذ العمليات والأداء، والبحث المستمر عن المشاكل الموجودة في كل نشاط، واعتبارها فرصة لتحسين الأداء في العمل لتطوير العمليات والخدمات المقدمة.
- الفرع الثاني: شروط حصول البنك على ترخيص لتقديم العمليات المصرفية الالكترونية
- حتى يستطيع البنك القيام بمختلف العمليات المصرفية الالكترونية وجب عليه أن يستوفي مجموعة من الشروط تتمثل في:
  - أن يكون البنك مستوفيا للضوابط الرقابية التي تتعلق بمدى التزامه بكل من معيار كفاية رأس المال وتصنيف القروض، وتكوين المخصصات والتوازن في مراكز العملات، وأن يتبع البنك مبادئ صارمة لإدارة مخاطر تقديم خدماته من خلال شبكات اتصال الكترونية، والتي تشتمل على تقييم المخاطر والرقابة عليها ومتابعتها.<sup>(1)</sup>
  - إفصاح البنك المرخص بالقيام بالعمليات المصرفية الالكترونية وفقا للموارد بالبند أولا على صفحة واب web الخاصة به، بما يفيد حصوله على ترخيص لتقديم خدماته عبر الشبكات، ورقم وتاريخ الحصول عليه مع ربط هذا الموقع بصفحة البنك المركزي المعلن فيها عن أسماء البنوك المرخص لها بذلك حتى يتحقق العملاء من صحة الترخيص.<sup>(2)</sup>
  - أن يحدد البنك عند طلبه للحصول على ترخيص نوعية الخدمات التي سيقوم بتأديتها من خلال الشبكات وأن يحدد البنك المسؤوليات الواقعة عليه من جراء تقديمه للخدمات عبر الشبكات، كما يقوم البنك بتحديد المسؤوليات الواقعة على العميل من جراء حصوله على الخدمات عبر الشبكات.<sup>(3)</sup>
  - يمكن للبنك الذي يرغب في ممارسة الصيرفة الالكترونية أن يحصل على ترخيص من خلال السلطات المختصة، ويمنح الترخيص بعد التأكد من أمور أهمها:<sup>(4)</sup>
    - السياسة العامة في تأدية الخدمات المصرفية والمالية والالكترونية.
    - الخيارات التقنية والسياسية والرقابية.

- خالد وهيب الراوي، إدارة العمليات المصرفية، دار المناهج للنشر و التوزيع، الطبعة الثانية- الأردن، عمان- 2003، ص (197).

- محمود حسين الوادي و آخرون، إدارة الجودة الشاملة في الخدمات المصرفية، دار صفاء للنشر و التوزيع، الطبعة الأولى- الأردن، عمان- 2010، ص (25).

(1) وسيم محمد الحداد و آخرون، مرجع سبق ذكره، ص (195).

(2) منير محمد الجنبهي و ممدوح محمد الجنبهي، النقود الالكترونية، دار الفكر الجامعي-مصر، الإسكندرية- 2005، ص(38).

(3) وسيم محمد الحداد و آخرون، مرجع سبق ذكره، ص(196)

(4) احمد بوراس، العمليات المصرفية الالكترونية، مجلة العلوم الإنسانية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، العدد11، ماي 2007، ص(197).

• المشاكل القانونية المتعلقة بتقديم هذه الخدمة.

• الوسائل والإجراءات المتعلقة بحفظ المعلومات.

### المطلب الثاني: متطلبات العمليات المصرفية الالكترونية

تتطلب العمليات المصرفية الالكترونية دخول المصارف عصر العولمة والتكنولوجيا من خلال تبادل المعلومات الكترونياً واستخدام الأنظمة الالكترونية المفتوحة واللجوء إلى الوسائل والأدوات المصرفية الالكترونية لمواكبة هذا التطور.

### الفرع الأول: دخول المصارف عصر العولمة والتكنولوجيا

لم تقف المصارف مكتوفة الأيدي أمام التطور التكنولوجي المتسارع الذي يشهده عصر العولمة، فواكبت هذا التطور وإنخرطت في استعمال الوسائل والأنظمة الالكترونية.

### أولاً: تبادل المعلومات الكترونياً

تعتبر المصارف قطاعاً أساسياً في تسهيل وتطوير الخدمات بشكل عام وتقوم بدور رئيسي في إنشاء البنية التحتية للتجارة المحلية والعالمية من خلال التسهيل لعملية التبادل التجاري والتكنولوجي في تطوير الخدمات المصرفية التي تعمل على تيسير التوافق بين أنظمة التطبيق والتشغيل محلياً وإقليمياً وعالمياً، مما يستوجب الإلمام بكافة الأنظمة المتطورة وتجميع المعلومات اللازمة عنها ليس من الناحية الاقتصادية والتجارية فقط، بل من كافة النواحي الفكرية والتاريخية والثقافية ... وغيرها، وتتم عملية تبادل المعلومات الكترونياً من خلال تحويل البيانات المنسقة والجاهزة والمتعارف عليها بوسائل الكترونياً عبر أجهزة الكمبيوتر وشبكات الاتصالات العالمية (الانترنت) وذلك دون مواجهة أي عقبات متعلقة بالمفاهيم التجارية للمعلومات والبيانات المتداولة.<sup>(1)</sup>

### ثانياً: استخدام الأنظمة الالكترونية المفتوحة

الأنظمة المفتوحة هي الأنظمة التي تتوافق مع المقاييس الدولية التي تنظم البرامج المعلوماتية والتي تمكن العاملين في قطاع معين على اختلاف مواقعهم من استخدام وتشغيل برامج وأنظمة تطبيقية، تتداخل وتتربط مع جميع الأنظمة المعتمدة في أي بلد، وقد سهلت هذه الأنظمة التكنولوجية المفتوحة على المصارف التفاعل الكامل مع حركة التجارة الدولية من خلال ما يلي:<sup>(2)</sup>

- السيطرة الكاملة على المعلومات والخدمات المتعلقة بحركة الاستيراد والتصدير وتوزيع السلع والخدمات والنقل والشحن والتسليم، دون الاصطدام بالبعد الجغرافي.
- تقديم الخدمات اللازمة للربط بين مراكز عقد الصفقات والمشتريات والشحن والتسليم، وكل ما له علاقة بالتجارة الدولية.
- ربط الموردين مع المستهلكين الكترونياً من خلال العمليات المصرفية الالكترونية لكافة

(1) نادر عبد العزيز الشافي، المصارف و النقود الالكترونية، المؤسسة الحديثة للكتاب، لبنان، 2002، ص ص (119-120) (بتصرف).

(2) أحمد سفر، العمل المصرفي الالكتروني في البلدان العربية، المؤسسة الحديثة للكتاب ناشرون، لبنان، 2002، ص ص (48-49) (بتصرف).

- زبائن المصرف الواحد.
- ابتكار وسائل وحلول جديدة، لتقييم الأداء التجاري والمصرفي للعملاء، وتسهيل عملية تبادل المعلومات والأموال بسرعة وبكلفة ميسرة.
  - تشجيع العملاء على استخدام الوسائل التكنولوجية الالكترونية لتحسين الإنتاجية وإنشاء مجالات جديدة للاستثمار.

### الفرع الثاني: آلية العمليات المصرفية الالكترونية

يمكن تحديد آلية العمليات المصرفية الالكترونية من خلال الوسائل المستخدمة فيها والتمثلة فيما يلي:

أولاً: الوسائل الالكترونية

تتعدد الوسائل المصرفية الالكترونية وتتطور بفعل تطور التكنولوجيا بشكل متسارع، ولقد دخلت الثورة الالكترونية بقوة إلى القطاع المصرفي، وأدت إلى تحويل العديد من الخدمات المالية والمصرفية إلى خدمات الكترونية، كما حولت المصارف في حد ذاتها إلى مصارف الكترونية وهي تركز على تقديم خدماتها عبر الوسائل الالكترونية سواء في المنزل (Home Banking) أو في المكتب (Office Banking) أو بواسطة الهاتف الثابت (Phone Banking) أو الهاتف المحمول (Mobile Banking)، أو الانترنت وغيرها من الوسائل الالكترونية المعروفة في عالم تكنولوجيا المعلومات والاتصالات.<sup>(1)</sup>

### ثانياً: تعاون رجال المصارف مع رجال التكنولوجيا

يقتصر على الاهتمام باستيعاب أساليب التكنولوجيا بسرعة وكفاءة واقتناء الوسائل الحديثة وتطبيقاتها على نحو سليم، حتى يمكن للبنوك الصمود أمام المنافسة الشديدة،<sup>(2)</sup> إذ لا تعتبر التكنولوجيا هدفاً بحد ذاتها، بل هي أحد العناصر التي تمكن المصارف من تنفيذ أعمالها بكفاءة وفعالية وتعزيز إنتاجيتها وزيادة أرباحها، لذلك فإن مهمة وضع سياسة تطوير الخدمات المصرفية وكل ما يتعلق بها من منتجات وخصائص ووسائل، تبقى ملقاة على عاتق رجال المصارف المختصين وليس على رجال التكنولوجيا الذين يفتقرون إلى الخبرة المصرفية والذين يهتمهم فقط الحصول على أحدث الأجهزة والبرامج الالكترونية أكثرها سرعة وفعالية.<sup>(3)</sup>

### ثالثاً: توسيع ثقافة الزبائن ووضع خطة للأعطال التقنية في العمل المصرفي الالكتروني

يتوجب على إدارة المصرف إجراء مراجعة دورية للنشاط الإحصائي الخاص بالمنتجات والخدمات المؤداة بوسائل الكترونية بديلة عن الوسائل التقليدية، ويتم ذلك من خلال مراقبة تراجع العمليات التقليدية المؤداة بواسطة موظفي المصرف، ويكون على

(1) نادر عبد العزيز الشافي، مرجع سبق ذكره، ص ص (122-123) (بتصرف).

(2) محمود أحمد إبراهيم الشرقاوي، مفهوم الأعمال المصرفية الالكترونية وأهم تطبيقاتها، مؤتمر الأعمال المصرفية الالكترونية بين الشريعة والقانون، غرفة التجارة والصناعة، دبي، يومي 10-12 ماي 2003، المجلد الأول، ص (9).

(3) نادر عبد العزيز الشافي، مرجع سبق ذكره، ص (127).



المصارف إيجاد الحوافز والبرامج التثقيفية لدفع العملاء لاستخدام تلك الوسائل،<sup>(1)</sup> وهذه الأخيرة قد تعترضها بعض الأعطال التقنية الناجمة عن طبيعة هذه الوسائل والأدوات مما يستوجب اعتماد إجراءات معينة في حالة حدوث أي خلل أو عطل في عمليات الصيرفة الالكترونية، أو اعتماد ما يسمى النظام المضاد الذي يجب أن يشمل تقنية تسمح باستعادة المعلومات المفقودة أو إصلاح ما تلف منها، هذا بالإضافة إلى وجود خدمة الطوارئ الدائمة بين الموظفين والمستهلكين.<sup>(2)</sup>

### المطلب الثالث: أنواع العمليات المصرفية الالكترونية

نتيجة لتطور الأساليب التكنولوجية الحديثة والتوسع في استخدامها ظهرت وسائل دفع جديدة في صورة وسائل الكترونية.  
الفرع الأول: معاملات النقود الالكترونية

إن الحديث عن النقود الالكترونية يقتضي بداية بتعريفها ثم تحديد خصائصها الأساسية وذلك كما يلي:

#### أولاً: تعريف النقود الالكترونية

لقد أعطيت للنقود الالكترونية العديد من التعاريف منها :

#### 1- التعريف الأول:

النقود الالكترونية عبارة عن منتجات دفع متنوعة مخصصة للمستهلك تستخدم لدفع المستحقات بطرق الكترونية بدلا من استخدام الطرق التقليدية، والنقود الالكترونية تشمل الصور التالية:<sup>(3)</sup>

1-1- الصورة الأولى: هي البطاقة المدفوعة مسبقا التي يمكن استخدامها لأغراض متعددة ويطلق عليها اسم البطاقة المخترنة القيمة أو محفظة النقود الالكترونية.

1-2- الصورة الثانية: هي آليات الدفع مخترنة القيمة أو سابقة الدفع، التي تسمح بالدفع من خلال شبكة الحاسوب الآلية (الانترنت) المتعارف عليها باسم نقود الشبكة أو النقود السائلة الرقمية.

ويمكن تعريف النقود الالكترونية على أنها قيمة نقدية مخزنة على وسيلة الكترونية مدفوعة مقدما وغير مرتبطة بحساب بنكي وتستعمل كأداة للدفع.

#### 2- التعريف الثاني:

النقود الالكترونية مستودع للقيمة النقدية يحتفظ بها على شكل الكتروني وتستعمل كأداة للدفع، فهي إذن نقود يتم تخزينها بواسطة برامج في المعالجة وأجهزة الكمبيوتر الأخرى.<sup>(4)</sup> من خلال التعاريف السابقة يمكن استنتاج أن النقود الالكترونية عبارة عن نقود غير ملموسة تأخذ صورة وحدات الكترونية تخزن على القرص الصلب لجهاز الحاسب الآلي في

(1) أحمد سفر، مرجع سبق ذكره، ص (69).

(2) نادر عبد العزيز الشافي، مرجع سبق ذكره، ص ص (130-128) (بتصرف).

(3) جلال عايد الشورى، وسائل الدفع الالكترونية، دار الثقافة للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى - الأردن، عمان- 2008، ص ص (57-58).

(4) عمار لوصيف، إستراتيجية نظام المدفوعات للقرن الحادي والعشرين مع الإشارة للتجربة الجزائرية، مذكرة غير منشورة لنيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية، تخصص التحليل والإشراف الاقتصادي، جامعة منتوري، قسنطينة، 2008-2009، ص (40).

مكان يسمى المحفظة الالكترونية، ويمكن استخدامها في إتمام المعاملات المالية والتجارية عبر شبكة الانترنت بما في ذلك الشراء للمستلزمات اليومية، ودفع ثمنها في شكل وحدات من النقود الالكترونية.

#### ثانياً: خصائص النقود الالكترونية

- تميز النقود الالكترونية بمجموعة من الخصائص نوجزها فيما يلي:<sup>(1)</sup>
- تحتفظ النقود الالكترونية بقيمتها باعتبارها معلومات رقمية مستقلة عن أي حساب آخر.
- تحويل قيمة النقود الالكترونية إلى أي شخص وذلك عن طريق تحويل المعلومات الرقمية.
- إمكانية تحويل هذه النقود عن طريق الشبكات، مثل الانترنت وشبكات الاتصال اللاسلكية.
- لا تتطلب في معظم الأحيان وجود طرف ثالث لإظهار أو مراجعة عملية التبادل لتأكيدهما.
- تستخدم في أي وقت تماشياً مع طبيعة الانترنت أو ما تقتضيه طبيعة التجارة الدولية لاختلاف الأوقات بين دول العالم.
- سهولة استخدامها مقارنة بوسائل الدفع الأخرى.

#### ثالثاً: أساليب دفع النقود الالكترونية

يمكن القول بأن عملية الدفع بموجب النقود الالكترونية تتم بإحدى طريقتين الأولى يتم التعامل بالنقود الالكترونية فيها من خلال شبكة الانترنت، أما الطريقة الثانية ويتم الدفع فيها بالنقود الالكترونية من خلال بطاقات معدة سلفاً لهذا الغرض، ومن أهم أشكال هذه البطاقات هي:

#### 1- بطاقات الدفع (Payment Card)

وهي بطاقات بلاستيكية تستخدم لأغراض الدفع، حيث يوجد ثلاث أنواع من بطاقات الدفع وهي:

#### 1-1- البطاقات الائتمانية (Credit Card)

هي التي تعتمد على وجود أرصدة فعلية للعميل لدى البنك في صورة حسابات جارية وهي بطاقات يتم التحكم بها عن طريق البنك، ومن أهم الجهات المصدرة لتلك البطاقات شركة فيزا كارد Visa Card وشركة ماستر كارد Master Card.<sup>(2)</sup>

#### 1-2- البطاقات الوفائية (Charge Card)

تعرف أيضاً ببطاقة الدين، إصدارها لا يتطلب الدفع المسبق للبنك المصدر في صورة حساب جاري وإنما تتم المحاسبة معه شهرياً، يتضمن تفاصيل المبالغ المستحقة على حامل البطاقة نتيجة مشترياته من السلع والخدمات، ويكون كل ذلك في حدود الحد الأقصى للبطاقة ويطلب منه السداد للمبالغ المستحقة خلال مدة تتراوح بين 25 يوم إلى 40 يوم.<sup>(3)</sup>

#### 1-3- البطاقات المدينة (Debit Card)

وفيها يتم فحص فاتورة الشراء مباشرة من حساب العميل، ومن أهم الشركات المصدرة

(1) جلال عايد الشورى، مرجع سبق ذكره، ص ص (68-69).

(2) محمد إبراهيم عبد الرحيم، اقتصاديات النقود و البنوك، دار التعليم الجامعي - مصر، الإسكندرية- 2014، ص (58).

(3) عبد الهادي النجار، بطاقات الائتمان و العمليات المصرفية الالكترونية، الجديد في أعمال المصارف من الوجهتين القانونية و الاقتصادية، أعمال المؤتمر العلمي السنوي، الجزء الأول، منشورات الحلبي الحقوقية، كلية الحقوق، جامعة بيروت، لبنان، 2002، ص (30)

شركة فيزا كارد Visa Card وشركة ماستر كارد Master Card.<sup>(1)</sup>

## 2- بطاقات الائتمان الوهمية (Pseudo Credit Card)

هي من الابتكارات الجديدة، تمثل نظام دفع الكتروني إذ تمنح الجهة المصدرة للبطاقة رقم خاص يمكن للزبون استخدامه بدلا من أرقام البطاقات الاعتيادية، فالمستخدم يقدم رقم العملية التي قام بها بدلا من رقم البطاقة.<sup>(2)</sup>

## 3- المحافظ الالكترونية (Electronic Wallets)

المحافظ الالكترونية عبارة عن برنامج تمكن المستهلك من إرسال واستقبال النقود الالكترونية عبر شبكة الانترنت، ويمكن الحصول على هذا البرنامج مباشرة من خلال الموقع الخاص بالشركة، ويتم تحميل هذا البرنامج من موقع هذه الشركة، وذلك بالضغط على مفتاح Download، وبعد الانتهاء من عملية التحميل يشرع المستهلك في تثبيت البرنامج على القرص الصلب لجهاز الحاسب الآلي الخاص به.<sup>(3)</sup>

## 4- البطاقات الذكية (Smart Card)

هي بطاقة بحجم بطاقة الائتمان يثبت عليها شريط ممغنط عليه رقم مشفر يحمل شريحة الكترونية أو أكثر أي حاسب صغير الحجم مزود بذاكرة مصاحبة حيث يكون قادرا على أن يخزن ويسترجع ويعالج البيانات كما يمكن استخدامه في مجالات عديدة ومع إمكانية شحنها عند أي منفذ الكتروني.<sup>(4)</sup>

## الفرع الثاني: الأوراق التجارية الالكترونية

يمكن تقسيم الأوراق التجارية الالكترونية على النحو التالي:

## أولا: الاعتماد المستندي الالكتروني (Electronic Documentary Credit)

### 1- تعريف المستند الالكتروني

يعرف المستند الالكتروني على أنه رسالة بيانات تتضمن معلومات تنشأ أو تدرج أو تخزن أو ترسل أو تستقبل كليا أو جزئيا بوسيلة الكترونية أو رقمية أو ضوئية أو بأي وسيلة أخرى.<sup>(5)</sup>

### 2- خصائص المستند الالكتروني

يمكن تلخيص خصائص المستندات الالكترونية كما يلي:<sup>(6)</sup>

- إن المستندات الالكترونية أكثر أمانا من المستندات الورقية العادية لصعوبة تزويرها.
- يوجد سيرفر server على مستوى العالم مهمته التصديق على المستندات، بمعنى انه يكفي

(1) فهمي السعيد محمد قاسم، نظم المعلومات و تكنولوجيا الاتصالات في تحسين الخدمة المصرفية، مذكرة دكتوراه غير منشورة في العلوم المالية و التجارية، قسم علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية و علوم التسيير و العلوم التجارية، جامعة باجي مختار، عنابة، 2010-2011، ص (113).

(2) ناظم محمد نوري الشمري و عبد الفتاح زهير عبد اللات، الصيرفة الالكترونية، دار وائل للنشر، الطبعة الأولى - الأردن، عمان- 2008، ص (48).

(3) أحمد السيد لبيب إبراهيم، الدفع بالنقود الالكترونية الماهية و التنظيم القانوني دراسة تحليلية و مقارنة، دار الجامعة الجديدة- مصر، الإسكندرية- 2009، ص (156).

(4) السيد أحمد عبد الخالق، التجارة الالكترونية و العولمة، منشورات المنظمة العربية للتنمية الإدارية - مصر، القاهرة- 2006، ص (182).

(5) محمد أمين الرومي، المستند الالكتروني، دار الفكر الجامعي، الطبعة الأولى- مصر، الإسكندرية- ص (51).

(6) محمود أحمد إبراهيم الشراوي، مرجع سبق ذكره، ص (22).

عند استلام المستند أن يكون مكتوب عليه Electronic signature أو digital signature. وبالتالي بالضغط على الفأرة، على إحدى هاتين العبارتين فتظهر لنا صفحة توضح لنا كيفية إنشاء هذا المستند وطريقة توقيعه.

### ثانياً: الكمبيالة الالكترونية

تعتبر الكمبيالة الالكترونية من حيث الشكل كمبيالة بالمعنى الدقيق، فهي تتطلب نفس البيانات الإلزامية التي تتوفر عليها الكمبيالة العادية لكنها تستلزم فضلاً عن ذلك بعض الشروط الأخرى وهي: (1)

- ضرورة صدور الكمبيالة الالكترونية على نموذج مطبوع بمسح الكمبيالة يسمح بمعالجتها والاطلاع عليها بوسائل الاطلاع الآلية والبصرية.
- تتضمن الكمبيالة الالكترونية اسم البنك المسحوب عليه في هذا البنك.

### ثالثاً: الشيكات الالكترونية

#### 1- التعريف الأول:

هو عبارة عن ورقة مالية يحمل إلزاماً قانونياً وهو ذات الإلزام في الشيكات الورقية العادية، ويحمل نفس البيانات الأساسية ولكن يكتب بطريقة الكترونية. (2)

#### 2- التعريف الثاني:

هو وسيلة للوفاء يقوم مقام النقود والذي لا يختلف كثيراً في أحكامه وأوصافه عما هو متعلق بالشيك التقليدي، والذي سوف ينتج عن تسهيل وانتشار العمل به ضمان حقوق أطراف العقد بإحدى الوسائل الفعالة التي سوف يتفادى ما نجم عن الشيك التقليدي من مشكلات في ضمان الوفاء، وأساليب النصب والاحتيال المحيطة به، حيث يعتبر الشيك الالكتروني وسيلة أكثر أماناً للقيام بالمعاملات، (3) وللشيك الالكتروني فوائد متعددة تتمثل في (4).

- تخفيض تكاليف المصروفات الإدارية من خلال زيادة السرعة وتقليل كلف الموارد الورقية والطباعة.
- تسريع عملية الدفع والمحاسبة التي يقوم بها الزبون.

#### رابعاً: الشيك الذكي

الشيك الذكي هو شيك مزود بشريط ممغنط أو خلية تخزين مدمجة على الأجزاء السميكة من الشيك لمعالجة مشكلة تزوير الشيكات، مسجل عليها بيانات غير مرئية مخزنة ومشفرة، تقرأ بواسطة جهاز قارئ مناسب ومن مزاياه: (5)

- الشيك الذكي يقلل من عملية الاحتيال تجاه البنوك والمستفيدين وغيرهم.

(1) محمد أمين الرومي، مرجع سبق ذكره، ص (63).

(2) أحمد عبد الخالق السيد، مرجع سبق ذكره، ص (181).

(3) عائض سلطان البقمي، الشيك الالكتروني، 14 أكتوبر 2005، جريدة الرياض، العدد 13626، السعودية.

http://www.alriyadh.com/2005/10/14/article100567.html ص (8).

(4) محمد نور صالح الجداية و سناء جودت كلف، التجارة الالكترونية، دار الحامد للنشر و التوزيع، الطبعة الثانية -

الأردن، عمان- 2012، ص (251).

(5) موسى عيسى العامري، الشيك الذكي، مؤتمر الأعمال المصرفية الالكترونية بين الشريعة و القانون، غرفة التجارة و الصناعة، دبي، يومي 10-12 ماي 2003، المجلد الأول، ص (88-86) (بتصرف).

- الشيك الذكي يخلق ثقة في التعاملات بين رجال الأعمال، وهذه الثقة تساهم في التنمية والازدهار.

### المبحث الثاني: البنوك الالكترونية كنموذج للعمليات المصرفية الالكترونية

مع تعدد عمليات التجارة الالكترونية أصبحت الحاجة ضرورية لنوعية جديدة من البنوك غير التقليدية، تتجاوز نمط الأداء الاعتيادي ولا تنقيد بمكان معين أو وقت محدد، وكنتيجة للنمو المتسارع لتكنولوجيا الإعلام والاتصال ظهرت البنوك الالكترونية التي يمكن من خلالها تقديم خدمات متنوعة وبوسائل دفع حديثة ومتطورة وبتكاليف منخفضة مختصرة الوقت والمكان.

#### المطلب الأول: مفهوم البنوك الالكترونية

لقد أدت التطورات التكنولوجية العالمية إلى ظهور شبكات الانترنت والتي أحدثت ثورة في مجال الاتصالات، وتبادل ونقل البيانات والمعلومات، وقد ساهم ذلك بدور أساسي وحيوي في تطور وتقدم الصناعات المصرفية مما أسفر عنه ما يسمى ببنوك الانترنت أو البنوك الالكترونية.

#### الفرع الأول: تعريف البنوك الالكترونية

##### 1- التعريف الأول:

يقصد بالبنوك الالكترونية نظم أو منافذ تسليم الخدمات المصرفية القائمة على الحسابات الآلية التي تتيح للعملاء خدمات دون توقف ودون عمالة بشرية.<sup>(1)</sup>

##### 2- التعريف الثاني:

تقوم فكرة البنك الالكتروني على تطبيق مبدأ الحسابات الالكترونية حيث يحتفظ الكمبيوتر في الذاكرة بالعمليات المعدلة لكل حساب، وطريقة التحديث وفق المعاملات المحاسبية حيث يقوم العاملون في البنوك بطباعة أو إدخال رقم الحساب وطريقة التعامل مع الجانب الدائن والمدين في ثوان، وتطبع الطابعة الإجابات المطلوبة بالأرصدة على قائمة الحساب.<sup>(2)</sup>

##### 3- التعريف الثالث:

البنوك الالكترونية هي وسيلة الكترونية لنقل المنتجات والخدمات البنكية التقليدية والحديثة مباشرة إلى العملاء عبر الانترنت، وهي بذلك تمكنهم من الوصول إلى حساباتهم

(1) طارق طه، إدارة البنوك و تكنولوجيا المعلومات، الدار الجامعية الجديدة- مصر، الإسكندرية- 2007، ص(262).

(2) فريد النجار، الاقتصاد الرقمي، الدار الجامعية، الطبعة الأولى- مصر، الإسكندرية- 2007، ص (469).

وإجراء العمليات والحصول على المعلومات دون الحاجة إلى التنقل بين فروع البنك.(1)

#### 4- التعريف الرابع:

تعرف البنوك الالكترونية أيضا ببنوك الانترنت، وهي ليست مجرد فرع لبنك قائم يقدم خدمات مالية، بل هي عبارة عن مواقع الكترونية تقدم خدمات مصرفية ومالية وتجارية وإدارية شاملة، لها وجود مستقل على الشبكة الالكترونية، قادرة على التعاقد وتقديم الخدمات المصرفية.(2)

#### 5- التعريف الخامس:

البنك الالكتروني هو بنك له وجود كامل على شبكة الانترنت ويحتوي موقعه على كافة البرمجيات اللازمة للأعمال المصرفية، حيث يتيح هذا البنك للعميل القيام بكافة الأعمال الخاصة به عن طريق أي مكان موجود فيه، وذلك بواسطة خط يوفره له البنك ويسمح له بانجاز كافة معاملاته ودون أن يضطر إلى الذهاب بنفسه إلى مقر البنك.(3)

ومما سبق من التعاريف يمكن استنتاج تعريف شامل للبنوك الالكترونية في أنها عبارة عن بنوك تقدم خدمات مصرفية سواء كانت تقليدية أو مبتكرة، والتي يحتاجها العميل من خلال شبكة الانترنت على مدار 24 ساعة وفي كل أيام الأسبوع، وذلك من خلال جهاز الحاسب الشخصي ودون أي عوائق.

#### الفرع الثاني: مزايا البنوك الالكترونية

تتفرد البنوك الالكترونية في تقديم خدمات متميزة عن غيرها من البنوك التقليدية، تلبية لاحتياجات العميل المصرفية، وهو ما يحقق مزايا عديدة تتمثل في:

#### أولاً: إمكانية الوصول إلى قاعدة أوسع من العملاء

من أهم مميزات البنوك الالكترونية ميزة إمكانية الوصول إلى قاعدة واسعة من العملاء عبر العالم، دون التقيد بمكان أو وقت معين، وطالبي الخدمات المصرفية السريعة وغالبيتهم ممن يعملون بالتجارة الالكترونية دون أن ينحصر في العملاء المقيمين بجوار فروعهم التقليدية، فالتجارة الالكترونية E-Commerce ألغت الحدود الجغرافية فيما بين الدول والشعوب، وكذلك ألغت عامل الوقت الذي كان يعيق الكثير من المعاملات التجارية الدولية وهنا جاءت ميزة البنك الالكتروني.(4)

#### ثانياً: تقديم خدمات مصرفية كاملة وجديدة

تقدم البنوك الالكترونية كافة الخدمات المصرفية التقليدية، وإلى جانبها خدمات أكثر تطوراً عبر الانترنت تميزها عن الأداء التقليدي مثل:(5)

(1) محمود محمد أبو فروة، مرجع سبق ذكره، ص (25).

(2) محمد حسين الطائي، التجارة الالكترونية المستقبل الواعد للأجيال القادمة، دار الثقافة للنشر و التوزيع- الأردن، عمان- 2010، ص (208).

(3) وسيم محمد الحداد و آخرون، مرجع سبق ذكره، ص (67).

(4) منير الجنيهي و ممدوح الجنيهي، البنوك الالكترونية، دار الفكر الجامعي- مصر، الإسكندرية- 2006، ص (15).

(5) طلال زغبة و فوزي شوق ، أشكال النقد الحديثة كمدخل استراتيجي للحد من مشكلة نقص السيولة و مجابهة مخاطر الإصدار النقدي، الملتقى الوطني الثالث حول الصيرفة الالكترونية التقليدية و متطلبات التوقع الجيد، كلية العلوم الاقتصادية و العلوم التجارية و علوم التسيير، جامعة أم البواقي، يومي 02-03 ديسمبر 2013، ص (60).

- إمداد العملاء بطريقة التأكد من أرصدتهم لدى المصرف.
- تقديم طريقة دفع العملاء للكمبيالات المسحوبة عليهم الكترونيا.
- طريقة تحويل الأموال لحسابات العملاء المختلفة.

#### ثالثا: خفض تكاليف التشغيل

من أهم العوامل التي تقيد أي بنك عندما يفكر في القيام بإفتتاح أحد فروع الجديدة في أي مدينة من مدن العالم هو مصاريف التشغيل لهذا الفرع، وهل ستغطي الأرباح مصاريف التشغيل، تلك تتمثل في الكثير من العناصر مثل تكاليف شراء الموقع وتأثيثه وتكاليف العمالة والصيانة.<sup>(1)</sup>

- ونظرا لتعدد مزايا البنوك الالكترونية إلا أن هناك بعض المزايا التي تحققها للطرفين المتمثلين في البنك من جهة والعميل من جهة أخرى:<sup>(2)</sup>
    - توفير الخدمات المالية على مدار 24 ساعة.
    - تقديم معلومات حديثة عن حسابات العملاء، وإجراء العمليات المحاسبية.
    - القدرة على الحصول على الخدمات المطلوبة من خلال الانترنت.
    - أما بالنسبة للبنك تتمثل في:
      - تخفيض تكاليف إنشاء المشروع.
      - تخفيض احتمال فقدان البنوك لعملائها الحاليين وتحولهم إلى البنوك التي تقدم الخدمات المالية الالكترونية على مدار 24 ساعة.
      - إعادة خلق انطباع جديد لدى العملاء عن البنك كبنك متطور تكنولوجيايا.
- الفرع الثالث: أهداف البنوك الالكترونية وأنماطها
- ليس كل موقع على شبكة الانترنت يعني بنكا الكترونيا، لذلك تختلف أهداف وأنماط هذا النوع من البنوك عن التقليدية منها.

#### أولا: أهداف البنوك الالكترونية

تسعى البنوك الالكترونية إلى تحقيق الأهداف التالية:<sup>(3)</sup>

- تحديد أسلوب تقديم الخدمات لكل مجموعة من العملاء.
- تحديد قنوات الاتصال والوسطاء (إذا كان ضروريا) لكل خدمة.
- تحديد الخدمات النمطية والخدمات حسب الطلب لكل شريحة من المتعاملين.
- تحدي أنواع قنوات التوصيل البديلة لكل خدمة ولكل نوع من المتعاملين.
- تحديد كيفية الترويج للخدمات المصرفية الجديدة بالكاتالوج الالكتروني على الانترنت E-Cataloging.
- تطوير العمليات والأداء بشكل مستمر وتقليل التكلفة واعتماد مبدأ التطوير في التخطيط

(1) منير الجنيهي و ممدوح الجنيهي، مرجع سبق ذكره، ص (16).

(2) محمد الصيرفي، إدارة المصارف، دار الوفاء لندنيا الطباعة و النشر، الطبعة الأولى- مصر، الإسكندرية- 2007، ص (67-68).

(3) المراجع التالية:

- فريد النجار، مرجع سبق ذكره، ص (472).

- محمود حسين الوادي و آخرون، مرجع سبق ذكره، ص (25) (بتصرف).

والتنفيذ للعمليات والخدمات المقدمة.

ثانياً: أنماط البنوك الالكترونية

وفقاً للدراسات العالمية وتحديدًا دراسات جهات الإشراف والرقابة الأمريكية والأوروبية، فإن هناك ثلاث صور أساسية للبنوك الالكترونية على الانترنت.

1- الموقع المعلوماتي Informational

وهو المستوى الأساسي للمصارف الالكترونية، أو ما يمكن تسميته بصورة الحد الأدنى من النشاط الالكتروني المصرفي، يقدم المصرف منه معلومات عن برامجه ومنتجاته وخدماته المصرفية.<sup>(1)</sup>

2- الموقع التفاعلي Communicative

الذي يسمح للعميل بالتفاعل والتواصل مع مصرفه، كإرسال بريد الكتروني للحصول على بعض المعلومات المصرفية، والإطلاع على حسابه المصرفي، وتعبئة طلبات بعض المعاملات كطلب دفتر شيكات أو طلب تبديل بطاقة مصرفية وغيرها.<sup>(2)</sup>

3- الموقع التبادلي Transactional

وهو المستوى الذي يمكن القول أن المصرف فيه يمارس خدماته وأنشطته في بيئة الكترونية، حيث يشمل هذا النوع السماح للزبون بالوصول إلى حساباته وإدارتها وإجراء الدفعات النقدية، والسداد بقيمة الفواتير وإجراء كافة الخدمات الاستعلامية، وإجراء الحوالات بين حساباته داخل المصرف ومع جهات خارجية.<sup>(3)</sup>

**المطلب الثاني: نشأة وتطور البنوك الالكترونية**

أدت التطورات التكنولوجية العالمية إلى ظهور شبكات الانترنت، ولقد اعتبرت هذه الشبكة ثورة في مجال الاتصالات وتبادل ونقل البيانات والمعلومات، وقد كان لذلك دوراً حيوياً وأساسياً في تطور وتقدم الصناعات المصرفية حيث أسفر ذلك عما أطلق عليه بنوك الانترنت أو البنوك الالكترونية.

الفرع الأول: نشأة البنوك الالكترونية

لقد ظهر مصطلح البنوك الالكترونية مع مطلع تسعينيات القرن العشرين وقد أطلق عليه عدة مرادفات، لعل أهمها بنوك الانترنت Internet Banking أو بنوك الويب Web Banking أو البنك على الخط Online Banking أو الخدمات المالية عن بعد Remote Electronic Banking أو الخدمات المالية الذاتية Self Banking.<sup>(4)</sup>

وفي ضوء ذلك فإنه يمكن إنجاز المعاملات المصرفية عبر شبكات الاتصالات الالكترونية وترك التعامل مع البنوك وما فيها من زحام وطوابير، وبعض الإجراءات المعقدة ويترتب عن ذلك بلا شك إحداث العديد من التغيرات تتمثل أهمها بصورة أساسية في تيسير وتسهيل المعاملات من خلال تقديم الخدمات المختلفة والمتنوعة لعملاء البنوك عبر الحدود،

(1) معتصم شفا عمري، حماية الخدمات المصرفية الالكترونية، جويلية 2008.

<http://www.i.fomagnews.csy/index.php?inc=issues/showarticle&issuebn=29&id=587>

(2) نادر عبد العزيز الشافي، مرجع سبق ذكره، ص (65).

(3) معتصم شفا عمري، مرجع سبق ذكره.

(4) أحمد محمد غنيم، إدارة البنوك، المكتبة العصرية للنشر و التوزيع، الطبعة الأولى، مصر، 2007، ص (31).



بما يؤدي إلى إزالة الحواجز بين الحدود وحدوث تخفيض هائل في تكاليف أداء العمليات المصرفية، بالإضافة إلى زيادة الخدمات الخاصة بتأمين وحماية العملاء وضمان سرية تعاملاتهم المختلفة

فضلا عن انخفاض درجة الارتباط والولاء بين العميل ومصرفه حيث تتم التعاملات من خلال استخدام شبكات الانترنت.(1)

### الفرع الثاني: مراحل تطور البنوك الالكترونية

إن العمل الآلي في البنوك مر بمراحل عديدة حتى وصل إلى البنوك الالكترونية، حيث يرجع البعض ظهور الصيرفة الإلكترونية إلى السبعينات من القرن العشرين عندما بدأت البنوك تعرض خدماتها عبر الهاتف، فأصبح بإمكان الزبون استخدام الخط الهاتفي للإطلاع على أرصده، تحويل الأموال وتسديد الفواتير. وفي الثمانينات من نفس القرن أصبحت تلفزة الكابل والحاسوب الشخصي وسائل جديدة يمكن إستخدامها في الصيرفة بالبيت وحلت بذلك مشكلة محدودية الأنظمة الهاتفية فيما يخص الكتابة والصورة، وبعد التطور الكبير الذي عرفته تكنولوجيا الانترنت، في نهاي الثمانينات وبداية التسعينات وجدت فيها البنوك الوسيلة المثلى لعرض العمليات المرتبطة بالحسابات والعمليات المالية دون تحرك للسيولة النقدية في سنة 1995 عندما أنجزت Netscape أول برنامج يسمح بدخول مواقع الواب Internet browser أصبحت الصيرفة عبر الخطوط الحقيقية ممكنة ويعتبر Security First (SFNB) National Bank، أول بنك عبر الخط في العالم وهو بنك أمريكي يميز بين نوعين من البنوك كلاهما يستخدم تقنية الصيرفة الإلكترونية:(2)

- بنوك الانترنت (البنوك الافتراضية): تحقق أرباحا تصل إلى 6 أضعاف البنك العادي.
- البنوك الأرضية: وهي البنوك التي تمارس الخدمات التقليدية وخدمات الصيرفة الإلكترونية.

كما يرجع البعض الآخر مرور البنوك الالكترونية بالمراحل التالية:(3)

- مرحلة استخدام الآلات الميكانيكية المساعدة وكانت استجابة طبيعية لزيادة حجم العمل اليدوي.
- مرحلة استخدام آلات البطاقات المثقبة وتعتبر الباب الرئيسي الذي قاد مرحلة الآلات الالكترونية، وفكرتها تقوم على استحداث وسيلة يتم بواسطتها البيانات والمعلومات على بطاقة مثقبة ثم قراءة هذه البيانات وتشغيلها بواسطة آلة.
- مرحلة ظهور الحاسب الالكتروني، وهي أهم مراحل التحول الالكتروني والتي ظهر فيها الحاسب الآلي وحدث تطور هائل في مكوناته من حيث السرعة أو الحجم والكفاءة والسعة ثم وفي الأخير تأتي مرحلة ظهور البنوك الالكترونية.

### المطلب الثالث: أهم قنوات الخدمات الالكترونية

(1) فريد النجار، مرجع سبق ذكره، ص ص (31-32).

(2) حورية جنان، دور الصيرفة الالكترونية في تحسين جودة الخدمات المصرفية، مذكرة ماستر أكاديمي غير منشورة في المالية و البنوك، قسم العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية و علوم التسيير و العلوم التجارية، جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي، 2012-2013، ص ص (7-8).

(3) ناظم محمد نوري الشمري، عبد الفتاح زهير عبد اللات، مرجع سبق ذكره، ص ص (36-37).

هناك مجموعة من الأدوات التي تقدم من خلالها الخدمة المصرفية بشكل كامل، من بداية اختيار الخدمة من قبل العميل مروراً بإجراءات تخليصها، وإنهاء أبادائها بشكل الكتروني.

### الفرع الأول: آلات الصراف الآلي (Automated Teller Machines)

وهي أكثر الخدمات المصرفية الالكترونية انتشاراً ويمكن استخدام الصراف الآلي في العديد من العمليات المصرفية التقليدية وغير التقليدية مثل السحب والإيداع النقدي، والاستفسار عن الرصيد، والحصول على كشف حساب مختصر وتحويل الأموال بين الحسابات لنفس الشخص أو لمستفيد آخر، وإجراء الحوالات التجارية وتسديد أقساط القروض وفواتير الهاتف والكهرباء ودفع فواتير المشتريات وغيرها.<sup>(1)</sup> وتنقسم آلات الصراف الآلي إلى ثلاث أنواع معروفة هي:

#### أولاً: آلات الصراف بعيدة المدى (Remote ATM)

وتتواجد في مناطق جغرافية متباعدة عن مبنى المصرف، حيث تعكس تلك الأماكن فرص تسويقية محتملة للتوزيع المصرفي نظراً لوجود تجمعات من العملاء الحاليين والمحتملين فيها، ومن أمثلة ذلك النوادي الرياضية، المطارات، محطات السكك الحديدية، الفنادق الكبرى... الخ، وبالتالي فإن الغرض الأساسي من استخدام المصارف لهذا النوع من الآلات يستهدف تحقيق أكبر قدر من الملاءمة المكانية للخدمة المصرفية.<sup>(2)</sup>

#### ثانياً: آلات الصراف الداخلية (Internal ATM)

تتواجد داخل صالات التعامل بمباني المصارف، والغرض منها امتصاص الطلب الزائد عن نطاق منافذ الصراف والإيداع في أوقات الذروة، بغرض تخفيض صفوف الانتظار أمام الصراف البشري، توفر هذه النوعية من الآلات الملاءمة الأدائية للخدمة المقدمة للعميل.<sup>(3)</sup>

#### ثالثاً: آلات الصراف خارج المبنى (Off-Premises)

وتتواجد حول المبنى الخارجي للمصرف، بغرض توفير خدمات مصرفية بعد ساعات العمل الرسمية، أي توفير الملاءمة الزمنية للخدمة.<sup>(4)</sup>

#### الفرع الثاني: الصيرفة المحمولة والمصارف المنزلية والهاتفية

##### أولاً: الصيرفة المحمولة

وهي تلك الخدمات المصرفية التي تتاح من خلال الهاتف المحمول ومن خلال استخدام العميل رقم سري يتيح له الدخول إلى حسابه للاستعلام عن أرصده وكذلك الخصم منه تنفيذاً لأي من الخدمات المصرفية المطلوبة.<sup>(5)</sup>

(1) حازم نعيم الصمادي، المسؤولية في العمليات المصرفية الالكترونية، دار وائل للنشر، الطبعة الأولى- الأردن، عمان- 2003، ص (29).

(2) فهمي السعيد محمد قاسم، مرجع سبق ذكره، ص ص (120-121).

(3) كمال مولوج و محمد طلحة، الصيرفة الالكترونية و تأثيرها على جودة الخدمات المصرفية، الملتقى العلمي الدولي الرابع حول عصرة نظام الدفع في البنوك الجزائرية و إشكالية اعتماد التجارة الالكترونية في الجزائر، المركز الجامعي خميس مليانة، يومي 26-27 أفريل 2011، ص (4).

(4) فهمي السعيد محمد قاسم، مرجع سبق ذكره، ص (121).

(5) طارق طه، إدارة البنوك في بيئة العولمة و الانترنت، دار الجامعة الجديدة- مصر، الإسكندرية- 2007، ص (285).

ثانياً: المصارف المنزلية (Home Banking)

يعتمد نظام المصارف المنزلية على ما يعرف بعملية تحويل وإعادة تحويل البيانات ، حيث يتم ربط الحاسب الآلي للمصرف بالحاسب الشخصي الموجود بمنزل العملاء ومن خلال وسائط اتصال كشبكة الخطوط الهاتفية مثلا ويعمل الحاسب الشخصي كمحطة طرفية يتم عن طريقها تقديم الخدمات المصرفية كعرض أرصدة العميل وطباعة الكشوف، بيان بالشيكات المحصلة وتحت التحصيل، كما يمكن في المقابل إرسال التعليمات الصادرة من العميل للمصرف مثل تجديد الودائع، تحويل مبلغ من حساب العميل إلى حساب آخر، طلب دفتر شيكات جديد.(1)

ثالثاً: المصارف الهاتفية (Phone Banking)

يعتمد مفهوم المصارف الهاتفية على تقديم خدمات مصرفية دون توقف إلى العملاء بمجرد اتصالهم هاتفياً بالمصرف، ومن أمثلة تلك الخدمات الاستعلام عن الرصيد، التحويلات التي تمت على الحساب، ومواعيد استحقاق القروض ... الخ.(2)

الفرع الثالث: بنوك الانترنت والتلفزيون الرقمي ونقاط البيع الالكترونية  
أولاً: بنوك الانترنت

تعد مصارف الانترنت أهم قناة لتقديم الخدمات المصرفية الالكترونية وذلك بفضل اتساع شبكة الانترنت والزيادة اليومية لعدد مستخدميها.(3)

ثانياً: التلفزيون الرقمي

وهو عبارة عن ربط عبر الأقمار الصناعية بين جهاز التلفزيون بالمنزل وبين حاسب المصرف، وبالتالي يمكن الدخول من خلال رقم سري إلى حاسب المصرف أو شبكة الانترنت وتنفيذ العمليات المطلوبة ويعد هذا التلفزيون من أحدث القنوات التي تم ابتكارها والتي تمكن المصارف من التفاعل مع العملاء في مواقعهم، خصوصاً في المنزل ووجدت هذه التقنية رواجاً خصوصاً في بريطانيا والسويد وفرنسا.(4)

ثالثاً: نقاط البيع الالكترونية

يتشابه هذا النظام مع المصارف المنزلية في اعتمادها على شبكة اتصالات الحاسبات الآلية وعمليات التحويل وإعادة، أما أوجه الاختلاف بينهما فيتمثل في أن عملية الاتصال في نظام الوحدات الطرفية تتم بين الحاسب الآلي للمصرف وبين المحطة الطرفية الموجودة داخل المتاجر الكبرى والأسواق المركزية، بدلاً من الحاسبات الموجودة داخل منازل العملاء،(5) وأن هذه الشبكة من نقاط البيع مرتبطة مع محول القيود تمكن حاملي البطاقات من الشراء بواسطة البطاقات المصدرة من البنوك.(6)

**المبحث الثالث: متطلبات وتحديات البنوك الالكترونية وأهمية العمل الالكتروني**

(1) فهمي السعيد محمد قاسم، مرجع سبق ذكره، ص (121).

(2) طارق طه، مرجع سبق ذكره، ص (284).

(3) ناظم محمد نوري الشمري و عبد الفتاح زهير عبد اللات، مرجع سبق ذكره، ص (32).

(4) فهمي السعيد محمد قاسم، مرجع سبق ذكره، ص (122).

(5) طارق طه، مرجع سبق ذكره، ص (284).

(6) أنور علي أبو بكر عمار، مشروع المحول القومي للقيود، مجلة المصرفي، مطبوعات مصرف السودان، العدد 35، مارس 2005، ص (3).

قبل الحديث عن وضع التشريعات الملائمة للخدمات التي تعتمد على التكنولوجيا الحديثة في تقديم الخدمات، لابد من السؤال أولاً عن المتطلبات اللازمة لإنشاء هذه البنوك التي تقوم بممارسة هذه العمليات، وأهم تحدياتها والأهمية العملية والاقتصادية الناتجة عن التعامل مع هذا النوع من المصارف.

### المطلب الأول: متطلبات البنوك الالكترونية

تتلخص مختلف متطلبات البنوك الالكترونية فيما يلي:

#### الفرع الأول: البنية التحتية التقنية

يقف في مقدمة متطلبات البنوك الالكترونية وبالعموم أية مشروعات تقنية البنية التحتية التقنية، والبنى التحتية التقنية للبنوك الالكترونية ليست ولا يمكن أن تكون معزولة عن بنى الاتصالات وتقنية المعلومات التحتية للدولة ومختلف القطاعات، وذلك أن البنوك الالكترونية تحيا في بيئة الأعمال الالكترونية والتجارة الالكترونية، والمتطلب الرئيسي لضمان أعمال الكترونية ناجحة وضمان دخول أمن وسلس لعصر المعلومات، عصر اقتصاد المعرفة، يتمثل بالاتصالات وبقدر كفاءة البنى التحتية، وسلامة سياسات السوق الاتصالي، وتحديد السياسات التسعيرية بمقابل خدمات الربط بالانترنت، وإن أهم عناصر إستراتيجية البناء التحتي في حقل الاتصالات.(1)

وتقنية المعلومات يمكن تلخيصها فيما يلي:(2)

- تحديد أولويات وأغراض تطوير سوق الاتصالات في الدولة.
- السياسات التسويقية والخدمية والتنظيمية المتعين اعتمادها لضمان المنافسة في سوق الاتصالات، ولضمان جذب الاستثمارات في هذا القطاع.
- تنظيم الالتزامات لمنظمي الخدمات مع تحديد معايير ومواصفات الخدمة المميزة وفي مقدمتها معايير أمن وسلامة تبادل المعلومات وسريتها وخصوصية المشتركين.
- توفير الإطار القانوني الواضح الذي يحدد الالتزامات على أطراف العلاقة.
- تحديد نطاق التدخل الحكومي وتحديد أولويات الدعم وما يتعين أن يكون محلاً للتشجيع الاستثماري.

وللبنوك دور كبير في تفعيل قنوات التمويل في هذا السوق، من خلال تمويل المبادرات في إنتاج واستخدام هذه القنوات وتشجيع المشاريع لطرح إصداراتها في سوق رأس المال وبالتالي حشد التمويل اللازم.(3)

#### الفرع الثاني: التطوير والاستمرارية والكفاءات الأدائية المتفقة مع عصر التقنية

تتركز الكفاءات القائمة على فهم احتياجات الأداء والتواصل التأهيلي والتدريبي والأهم من ذلك أن تمتد كفاءة الأداء إلى كافة الوظائف الفنية والمالية والتسويقية والقانونية والاستشارية والإدارية المتصلة بالنشاط البنكي الالكتروني، كما يتقدم عنصر (التطوير والاستمرارية والتنوع) على العديد من عناصر متطلبات بناء البنوك الالكترونية وتميزها.(4)

(1) عبد الله خبابة، الاقتصاد المصرفي، مؤسسة شباب الجامعة- مصر، الإسكندرية- 2008، ص (108).

(2) يوسف مسعداوي، البنوك الالكترونية. 2014/03/05. <http://islamfin.go-forum.net/t1021-topic>.

(3) أحمد سفر، مرجع سبق ذكره، ص (26).

(4) عبد الله خبابة، مرجع سبق ذكره، ص (110).

إن التطور في تكنولوجيا المصارف أصبح مرتبطاً بأداء خدمات للعملاء لم تكن تقدم من قبل وليس من المستطاع تقديم هذه الخدمات من دون توافر المعدات التكنولوجية المتقدمة والمتطورة، والتي لا تعد مجرد بديل للجهد البشري أو يمكن تعويضها بمزيد من العمالة، إذ باتت هذه المعدات وما يتعلق بها من برامج معلوماتية هي المكون الأساسي في تقديم الكثير من الخدمات المصرفية المستحدثة، إلى درجة استأثرت عمليات تقديم الخدمات المصرفية لتكنولوجيا المصارف، ونستطيع أن نبين أهمية تكنولوجيا العمل المصرفي من خلال العناصر التالية:<sup>(1)</sup>

- تعزيز القدرات التنافسية للمصارف والسمود في عالم باتت فيه الثورة الالكترونية المحرك الرئيسي لنمو المصارف وتحقيق التفوق.
  - كون القدرات التنافسية تؤدي إلى الابتكار والتنوع في المنتجات بالشكل الذي يؤدي إلى توسيع قاعدة الإيرادات ويزيد الطاقة الإنتاجية.
- الفرع الثالث: الرقابة التقييمية والحيادية

إن من أهم عناصر نجاح البنوك الالكترونية هو اللجوء إلى خبراء قادرين على التقييم الموضوعي لمختلف العمليات المصرفية، ومن هنا أنشأت غالبية مواقع البنوك الالكترونية لتقييم فعالية وأداء مواقعها، إذ يسود فهم عام أن كثرة زيارة موقع دليل على نجاح الموقع، لكنه ليس كذلك دائماً وإن كان مؤشراً حقيقياً على سلامة وضع موقع على محركات البحث وسلامة الخطط الدعائية والترويجية.<sup>(2)</sup>

علاوة على هذه المتطلبات العامة التي يقتضيها التعامل مع البنوك الالكترونية فإن هناك بعض المتطلبات الخاصة التي لا يتصور في ظل غياب أحدها أن تؤدي البنوك الالكترونية دورها كما ينبغي وتكمن هذه المتطلبات بصفة رئيسية فيما يلي:<sup>(3)</sup>

- يتطلب التعامل مع البنوك الالكترونية أن يتمكن العميل من الدخول إلى شبكة الانترنت بأي صورة من الصور

سواء استخدم في ذلك الهاتف أو القمر الصناعي أو غير ذلك، وبديهي هنا أن العميل إنما يتواجد في المكان الذي يؤهله لمثل هذا الدخول الى شبكة الانترنت.

- كذلك يتطلب التعامل مع البنوك الالكترونية أن يكون البنك قد أبرم عقداً مع عملائه يسمح لكل من الطرفين بالدخول في مثل هذه المعاملات ويوضح هذا العقد حقوق والتزامات العميل من ناحية، وثم حدود مسؤولية البنك في حالة تكبد العميل لخسائر من ناحية أخرى، وغالباً ما يتخذ هذا العقد نموذجاً موحداً تضعه غالبية البنوك الالكترونية على شبكة الانترنت وذلك حتى يسهل على العميل تحميله على جهاز الكمبيوتر الخاص به.

### المطلب الثاني: تحديات البنوك الالكترونية وطرق مواجهتها

قد يتعرض البنك الالكتروني إلى عمليات نصب منظمة من قبل عملائه الذين قد

(1) عبد الكريم جابر العيساوي، الاندماج و التملك الاقتصاديان، مركز الإمارات للدراسات والبحوث الإستراتيجية، الطبعة الأولى-الإمارات العربية المتحدة، أبو ظبي- 2007، ص ص (101-102).

(2) عبد الله خبابة، مرجع سبق ذكره، ص (111).

(3) بلال عبد المطلب بدوي، البنوك الالكترونية (ماهيتها، معاملاتها، المشاكل التي تثيرها)، مؤتمر الأعمال المصرفية الالكترونية بين الشريعة و القانون، غرفة التجارة و الصناعة، دبي، يومي 10-12 ماي 2003، المجلد الأول، ص (1951).

يحاولون العمل معه بغرض النصب عليه والاستيلاء على مبالغ نقدية كبيرة منه.

### الفرع الأول: تحديات البنوك الالكترونية

إذا كان للبنك الالكتروني الكثير من المزايا، إلا أن مخاطره كبيرة سواء على مستوى الحفاظ على أموال تلك النوعية من البنوك أو على مستوى الاقتصاد القومي ككل.

### أولاً: مخاطر التشغيل

تنشأ مخاطر التشغيل نتيجة إساءة الاستخدام من قبل العميل وذلك على النحو التالي:

#### 1- عدم ملاءمة التأمين الكافي للنظم

تنشأ هذه المخاطر عن اختراق غير المرخص لهم لنظم حسابات البنك بهدف التعرف على المعلومات الخاصة بالعملاء و استغلالها، سواء تم ذلك من خارج البنك أو من العاملين به لما يستلزم توفر إجراءات كافية للكشف وإعاقة ذلك الاختراق.(1)

#### 2- عدم ملاءمة تصميم النظم أو انجاز العمل أو أعمال الصيانة

وهي تنشأ من إخفاق النظم أو عدم كفاءتها لمواجهة متطلبات المستخدمين وعدم السرعة في حل هذه المشاكل وصيانة النظم، وخاصة إذا زاد الاعتماد على مصادر خارج البنوك لتقديم الدعم الفني بشأن البنية الأساسية اللازمة.(2)

#### 3- إساءة الاستخدام من قبل العملاء

ويرد ذلك نتيجة عدم إحاطة العملاء بإجراءات التأمين الوقائية أو بمسأسهم لعناصر إجرامية، كالدخول لاختراق حساب عملاء آخرين، أو القيام بعمليات غسيل الأموال باستخدام معلوماتهم الشخصية أو قيامهم بعدم احترام إجراءات التأمين اللازمة.(3)

### ثانياً: المخاطر التشريعية والقانونية

تتطوي المعاملات المصرفية الالكترونية على درجة عالية من المخاطر القانونية بالنسبة للبنوك حيث يمكن للبنوك أن توسع نشاطها جغرافياً عن طريق المعاملات الالكترونية ومع ذلك في بعض الحالات قد يصعب على هذه البنوك القيام بمهمتها بسبب عدم المعرفة الكاملة للقوانين واللوائح المحلية المطبقة في بلد ما، سواء كان ذلك بترخيص أو بدونه ويزداد الخطر عندما لا يكون الترخيص مطلوباً حيث يفقد البنك الافتراضي وسيلة اتصال مع الجهات المشرفة في الدولة المضيفة.(4)

### ثالثاً: مخاطر ضريبية

إن خصوصية الأعمال الالكترونية تلغي فكرة الموقع أو المكان بالنسبة إلى الأنشطة التجارية ما يعني احتمال عدم الكشف على مصدر تلك الأنشطة الأمر الذي يطرح مشاكل تحديد النظام القانوني المختص، وإمكان تحويل الأعمال الالكترونية المتحركة أصلاً إلى بلدان ذات نظم ضريبية أكثر سهولة وتشجيعاً.(5)

(1) منير محمد الجنيهي و ممدوح محمد الجنيهي، أمن المعلومات الالكترونية، دار الفكر الجامعي- مصر، الإسكندرية- 2005، ص (117).

(2) منير محمد الجنيهي و ممدوح محمد الجنيهي، النقود الالكترونية، مرجع سبق ذكره، ص (43).

(3) منير الجنيهي و ممدوح الجنيهي، أمن المعلومات الالكترونية، مرجع سبق ذكره، ص (118).

(4) سحنون محمود، النقود الالكترونية و أثرها على المصارف المركزية في إدارة السياسة النقدية، مجلة العلوم الإنسانية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، العدد 9، مارس 2006، ص (4).

(5) أحمد سفر، مرجع سبق ذكره، ص (105).

رابعاً: مخاطر فجائية

مثل هذه المخاطر تؤدي إلى المشاكل في السيولة وفي سياسة القروض المصرفية، حيث أن فشل المشاركين في نظام نقل الأموال الالكترونية أو في سوق الأوراق المالية بشكل عام في تنفيذ التزاماتهم كالدفع والتسديد، يؤدي غالباً إلى توتر قدرة مشارك أو مشاركين آخرين للقيام بدورهم في تنفيذ التزاماتهم في مواعيدها، وهذا ما يؤدي إلى توتر العلاقات وزعزعة الاستقرار المالي في السوق.<sup>(1)</sup>

خامساً: مخاطر السمعة

تنشأ مخاطر السمعة في حالة توافر رأي عام سلبي تجاه البنك والذي قد ينشأ عن عدم توفر وسائل الحماية الكافية والمؤكدة للبيانات التي يحتفظ بها البنك والخاصة بعملائه أو وقوع بعض عمليات الإختراق لنظم البنك الإلكترونية واقتحامها من قبل بعض الغرباء أو العاملين في البنك ذاته هذا ينشأ عنه وجود سمعة سيئة للبنك من تلك الناحية مما يؤثر تأثيراً كبيراً على نشاطه، ويؤثر أيضاً على عدد العملاء لدى هذا البنك الإلكتروني ويخفض نشاطه وبالتالي تقلل أرباحه، وعلى عكس ذلك إذا قام البنك الإلكتروني بالحفاظ على أنظمة إلكترونية E.Systemes من الإختراق والحفاظ على البيانات الخاصة بعملائه التي يحتفظ بها مع بطاقتهم الائتمانية، فإن هذا يحافظ على سمعة البنك وإستقطاب زبائن جدد وبالتالي تعظيم الأرباح.<sup>(2)</sup>

الفرع الثاني: طرق مواجهة المخاطر

إن التهديدات للجوانب الأمنية والمتمثلة في هجمات الذين ليس لهم صلاحية أو المستخدمين لأساليب وهمية أو المدمرين أو بقية من لديهم نشاطات وممارسات غير قانونية تتطلب وضع سياسة أمنية محكمة.  
أولاً: سرية المعلومات والبيانات

نجد أن المطلوب هو وضع إستراتيجية شاملة لأمن المعلومات، تتناول نظام البنك وموقعه الافتراضي وتتناول نظام الحماية الداخلية من أنشطة إساءة الاستخدام التي قد يمارسها الموظفون المعنيون داخل المنشأة وتحديد الجهات المعنية بالوصول إلى نظام التحكم المعالجة إلى جانب إستراتيجية الحماية من الإختراقات الداخلية، وهذه الإستراتيجيات يجب أن تمتد إلى عميل البنك لا للبنك وحده، حتى يضمن نشاطاً واعياً للتعامل في المعلومات وتقدير أهمية حمايتها.<sup>(3)</sup>

ثانياً: متابعة الحركة والتدقيق

لا تعتبر الرقابة وسيلة للملاحقة وإنما هي جزء من عمل الإدارة تهدف إلى تحقيق الأهداف المخططة والموضوعة، وكشف الانحرافات الغير مرغوب فيها والتي تخرج عن المنظومة والمجتمع،<sup>(4)</sup> وتعتبر متابعة الحركة والتدقيق بين الأجهزة أمر جوهري لتوفير

(1) علي قابوسة، المصارف الالكترونية الفرص و التحديات - حالة الجزائر - 2012/02/26.

<http://www.startimes.com/f.aspx?t=30245928>

(2) منير محمد الجنيهي و ممدوح محمد الجنيهي، البنوك الالكترونية، مرجع سبق ذكره، ص (22).

(3) عبد الله خباية، مرجع سبق ذكره، ص ص (116-117).

(4) عبد الحميد الشواربي و محمد الشواربي، إدارة مخاطر التعثر المصرفي، المكتب الجامعي الحديث، الطبعة الأولى - مصر، الإسكندرية - 2007، ص (57).

سجل عن ماهية البيانات التي تم تمريرها فعلا بين أجهزة الحاسوب من خلال ارتباط بعضها ببعض الآخر، أي أنها وسيلة تدقيق لمجمل تأثيرات عناصر البنين التنظيمي للبنك والموارد البشرية والمادية المدارة من أجل تحقيق أهداف البنك.(1)  
**ثالثا: حماية العميل**

بحكم أن البيانات المتعلقة بالزبائن حساسة للغاية، فإن أي إختراق للإحتياجات الأمنية سينتج عنه خطأ مكلف، وأن الدخول يشمل فقط الأطراف أو الأشخاص المخولين لاستلام تلك المعلومات ونقل البيانات.(2)

### المطلب الثالث: الأهمية العملية والاقتصادية وعوامل نجاح الصيرفة الالكترونية

إن اعتماد البنوك عند أداء وتسوية خدماتها على وسائل الكترونية حديثة ومبتكرة جعل هذه الأخيرة تكتسي أهمية كبيرة.

#### الفرع الأول: الأهمية العملية والاقتصادية للعمل المصرفي الالكتروني

تتمثل الأهمية العملية والاقتصادية للعمل المصرفي الالكتروني في:(3)

- تخفيض النفقات التي يتحملها البنك لإجراء بعض المعاملات البنكية المختلفة دون الحاجة للانتقال إلى البنك.
- توفير كلفة إنشاء فروع جديدة للبنك في المناطق البعيدة، لأن تكلفة إنشاء موقع للبنك عبر الانترنت لا تقارن بتكلفة إنشاء فروع جديدة له.
- المساهمة في نجاح التطور المتسارع في تكنولوجيا الاتصالات وأجهزة الكمبيوتر والبرامج المعلوماتية.
- تعزيز رأس المال الفكري وتطوير تكنولوجيا المعلومات.
- واختصار المسافات الجغرافية ورفع الحواجز التقليدية.
- قيام علاقات مباشرة بين المشتري والبائع.
- توفير مزيد من فرص العمل والاستثمار.
- يشكل استخدام الانترنت في البنوك نافذة إعلامية لتعزيز الشفافية، وكذلك من خلال التعريف بهذه البنوك وترويج خدماتها والإعلام بنشأة البنك وتطوره ومؤشراته المالية لوضعها تحت تصرف الباحثين والدارسين وسائر الأطراف الأخرى المعنية بالأمر.
- قيام البنوك الالكترونية وباستمرار بالتعرف على كل ما هو جديد ومطروح من تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، ومحاولة استثماره من قبل أفراد أكفاء بالشكل الذي يساهم في

(1) أحمد صبحي العيادي، إدارة العمليات المصرفية و الرقابة عليها، دار الفكر ناشرون و موزعون، الطبعة الأولى-الأردن، عمان-2010، ص (76).

(2) عامر محمد محمود، التجارة الالكترونية، مكتبة المجتمع العربي للنشر و التوزيع، الطبعة الأولى-الأردن، عمان-2006، ص (105).

(3) المراجع التالية:

- أحمد بوراس، مرجع سبق ذكره، ص ص (203-204) (بتصرف).

- نادر عبد العزيز الشافي، مرجع سبق ذكره، ص (155).

- جعفر الجزار، البنوك في العالم أنواعها و كيف تتعامل معها، دار النفائس، الطبعة الثالثة- لبنان، بيروت- 1993، ص (71).

- علاء فرحان طالب و فاضل راضي الغزالي، إدارة التحديات الإستراتيجية في البنوك، دار صفاء للنشر و التوزيع، الطبعة الأولى-الأردن، عمان-2009، ص (277).



زيادة كفاءة وفعالية أدائها المصرفي من جهة، ومحاولة منافسة المصارف الأجنبية من جهة أخرى.

- إذ أصبحت البنوك حاجة فعلية ولا يمكن أن نتصور بلدا ليس فيه بنكا مهما كان نشاط البلد ضيقا، كما أن أغلب الدول أصبح لها بنكها المركزي الذي يصدر عملتها.

الفرع الثاني: عوامل نجاح الصيرفة الالكترونية

مما لا شك فيه أن نجاح الصيرفة الالكترونية في أي مصرف يتطلب مجموعة من الشروط الضرورية.

أولا: شروط إستراتيجية

وهي محددات مرتبطة بمدى توجه المصرف استراتيجيا.

#### 1- تبني الاستراتيجيات المناسبة

هي الإستراتيجيات التي تأخذ في اعتبارها كيفية تحقيق المزيج المناسب بين كل من الخدمات المصرفية التقليدية والخدمات المصرفية الالكترونية في بناء إستراتيجية للمنافسة.(1)

#### 2- مواكبة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات

إن قيام المصارف باستمرار بالتعرف على كل ما هو جديد ومطروح من تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، والعمل على استثمار هذه التكنولوجيا من قبل أفراد أكفاء بالشكل المناسب يساهم في زيادة كفاءة وفعالية العمل المصرفي المحلي من جهة، ومحاولة المنافسة مع المصارف الأجنبية من جهة أخرى.(2)

#### 3- التوجه الدولي للمصرف

تشير الدراسات والأبحاث بأن المصارف التي لها فروع في دول أخرى حققت نجاحات مثمرة باستخدامها الصيرفة الالكترونية، وأن الصيرفة الالكترونية المعتمدة على نظام التبادل الالكتروني للبيانات تولد حالة من التوسع الكبير في الأسواق والأعمال الجديدة إضافة إلى أنها تسمح للمصرف بمتابعة التطورات الموجودة على الساحة البنكية ومواكبتها.(3)

#### ثانيا: شروط تنظيمية

- وهي مجموعة من الخصائص التي يجب أن تتوفر في تنظيم المصرف ككل وهي:(4)
- وجود شبكة واسعة تضم كل الجهات ذات الصلة وترتبط بالانترنت وفقا للأسس القياسية مع مراعاة التأمين في تصميم هذه الشبكة.
  - وضع خطط للبدء في إدخال خدمات الصيرفة الالكترونية.
  - العمل على إنشاء تنظيم إداري يعمل على التنسيق بين الأطراف المتعاقدة.
  - وضع تنظيمات قياسية تسمح بالربط بين مختلف الجهات والعالم ككل.

(1) محمد طلحة، الصيرفة الالكترونية و أثرها على الأداء التسويقي على البنوك، مذكرة ماجستير غير منشورة في العلوم المالية، قسم علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية و علوم التسيير و العلوم التجارية، جامعة يحي فارس، المدينة، 2008-2009، ص (18).

(2) علاء فرحان طالب و فاضل راضي الغزالي، مرجع سبق ذكره، ص (277).

(3) محمد طلحة، مرجع سبق ذكره، ص (18).

(4) حورية جنان، مرجع سبق ذكره، ص ص (8-9).

- وضع خطة إستراتيجية على مستوى البنك المركزي أو البلد أو التحالفات الدولية.

### خلاصة الفصل:

بعد تعرضنا للخدمات المصرفية وارتقائها من العمل التقليدي إلى العمل المصرفي الالكتروني، وأهم التكنولوجيات القائمة عليها بهدف اجتذاب عملاء جدد حيث أتاحت لهم التعبير الالكتروني عن احتياجاتهم وأولوياتهم اليومية، مما سمح للمصارف التجاوب معها واستحداث خدمات مالية ومصرفية جديدة، نرى أنه يتعين على المصارف الراغبة في دخول عالم الصيرفة الالكترونية، أن تملك المعرفة والقدرة على وضع خطط وآليات شاملة وتطبيقها بصورة دقيقة وسليمة، لضمان تحقيق الأهداف المرجوة.

### تمهيد:

لقد تم تقسيم هذا الفصل إلى ثلاث مباحث، الأول نتناول فيه تقديم لبنك الفلاحة والتنمية الريفية (BADR)، من خلال نشأته وتطوره وأهدافه ووظائفه، أما المبحث الثاني فسنحاول من خلاله تقديم مختلف وسائل الدفع المتوفرة في وكالة (BADR) بقالمة سواء كانت تقليدية أو حديثة، كما سيتم التطرق في المبحث الثالث إلى تحليل إستمارة أسئلة موجهة لزيائن الوكالة قالمة وموظفيها.

### المبحث الأول: تقديم بنك الفلاحة والتنمية الريفية (BADR) وكالة قالمة

إن إعادة الهيكلة بالنسبة للنظام المصرفي أدت إلى ميلاد بنك جديد متخصص في الزراعة ألا وهو بنك الفلاحة والتنمية الريفية (BADR)، الذي يعتبر جزء من النظام المصرفي الجزائري، يندرج ضمن دائرة البنوك التجارية الهادف إلى تنمية القطاع الفلاحي وترقية العالم الريفي، وعلى هذا الأساس سوف نتطرق إلى تقديم بنك الفلاحة والتنمية الريفية (BADR) من خلال نشأته ومراحل تطوره بالإضافة إلى أهدافه ووظائفه وهيكله التنظيمي.

**المطلب الأول: تعريف بنك الفلاحة والتنمية الريفية (BADR) ونشأته**

يعتبر بنك الفلاحة والتنمية الريفية (BADR) من أكبر البنوك التجارية في الجزائر كونه يحتل المرتبة الأولى في البنوك التجارية، في هذا المطلب سنتطرق إلى التعريف بهذا البنك وأهم المراحل الرئيسية التي مر بها.

#### الفرع الأول: التعريف ببنك الفلاحة والتنمية الريفية (BADR)

بنك الفلاحة والتنمية الريفية هو مؤسسة مالية تنتمي إلى القطاع العمومي أنشأ في 13 مارس 1982 بمقتضى المرسوم رقم 106-82، لمهمة تطوير القطاع الفلاحي وترقية النشاطات الفلاحية، والحرف اليدوية وكذلك الصناعات الزراعية، وكغيره من المؤسسات الوطنية شهد بنك الفلاحة والتنمية الريفية العديد من التطورات منذ نشأته إلى يومنا هذا تمثلت في مختلف الإصلاحات التي خضع لها النظام البنكي في الجزائر بصفة عامة، وفي هذا السياق قام بنك الفلاحة والتنمية الريفية بتمويل المؤسسات الفلاحية التابعة للقطاع الإشتراكي مزارع الدولة والمجموعات التعاونية وكذلك المستفيدين الفرديين للثورة الزراعية، مزارع القطاع الخاص، تعاونيات الخدمات إلى جانب قطاع الصيد البحري، وفي بداية النشاط تكون بنك الفلاحة والتنمية الريفية من 140 وكالة متنازل عنها من البنك الوطني الجزائري (BNA) وقد قدر رأس ماله عند إنشائه ب: 1 مليار دينار جزائري.(1)

#### • التعريف بوكالة قالمة

تأسست وكالة قالمة في شهر مارس 1982، وهي تابعة للمجموعة الإستغلالية لولاية قالمة تحمل الرمز 821 ويتألف مبنى الوكالة من طابقين: الأرضي ويتمثل في الوكالة المحلية للإستغلال، أما الطابق الأول فمخصص للمديرية الجهوية للإستغلال، وتشغل وكالة قالمة حاليا 47 موظف من بينهم 3 إطارات والمتمثلين في مدير الوكالة ونائب المدير ومراقب (Superviseur).(2)

#### الفرع الثاني: نشأة بنك الفلاحة والتنمية الريفية (BADR)

شهد بنك الفلاحة والتنمية الريفية (BADR) العديد من التطورات منذ نشأته، تمثلت في مختلف الإصلاحات التي أخضع لها النظام البنكي في الجزائر ككل، ويمكن تقسيم مراحل تطور بنك الفلاحة والتنمية الريفية إلى ثلاث مراحل أساسية وهي:(3)

أولا: المرحلة الأولى (1982-1990)

خلال هذه الفترة الزمنية، كان البنك يسعى إلى إثبات تواجد في العالم الريفي وذلك من خلال التركيز على فتح العديد من الوكالات تكون مقراتها في المناطق ذات الطابع الفلاحي، وبمرور الوقت إكتسب البنك سمعة وكفاءة عالية في مجال تمويل القطاع الفلاحي، وتحويل صناعة المواد الغذائية، وكذا قطاع الصناعة الميكانيكية والفلاحية، وفي إطار الإصلاحات العامة الإقتصادية تحول بنك الفلاحة والتنمية الريفية عام 1989 إلى شركة مساهمة قدر

(1) وثيقة تعريفية بنك الفلاحة و التنمية الريفية (BADR) المديرية الجهوية للإستغلال، وكالة قالمة، صادرة في 2002.

(2) مقابلة مع فيصل بلحاجة، مسؤول فرعي مصلحة الزبائن لبنك (BADR) وكالة قالمة، يوم 04 فيفري 2014، على الساعة 14:00

(3) BADR Banque, BADR Info N°02 Mars 2002 P (4-9).

رأس مالها ب: 2 مليار و 200 مليون دينار جزائري، مقسما إلى 2200 سهم بقيمة 1 مليون دينار جزائري للسهم.

#### ثانيا: المرحلة الثانية (1991-1999)

بموجب صدور قانون 90-10 المتعلق بالنقد والقرض، والذي ينص على نهاية فترة تخصيص البنوك، وسع بنك الفلاحة والتنمية الريفية آفاقه إلى مجالات أخرى من النشاط الإقتصادي خاصة قطاع المؤسسات الإقتصادية الصغيرة والمتوسطة، لكن دون الإستغناء عن القطاع الفلاحي الذي تربطه علاقات مميزة في المجال التقني، وهدف هذه المرحلة كانت بداية لإدخال تكنولوجيا الإعلام والآلي كما يلي:

- 1991 تطبيق نظام سويفت SWIFT لتطبيق عمليات التجارة الدولية.
- 1992 وضع برمجيات مع فروع المختلفة للقيام بالعمليات البنكية (تسيير القروض، تسيير عمليات الصندوق، تسيير المدفوعات، الفحص عن بعد لحسابات الزبائن)، وإدخال الإعلام الآلي في جميع عمليات التجارة الخارجية حيث أصبحت عمليات فتح القروض الوثائقية لا تفوق 24 ساعة.
- 1993 تم تعميم عملية إدخال الإعلام الآلي على جميع العمليات المصرفية.
- 1994 تم إدخال منتج جديد يتمثل في بطاقة السحب بدر.
- 1996 تم إدخال نظام المعالجة عن بعد لجميع العمليات المصرفية في وقت حقيقي.
- 1999 تم إدخال بطاقة السحب ما بين البنوك (CIB)

#### ثالثا: المرحلة الثالثة (2000-2006)

تميزت هذه المرحلة بمساهمة بنك الفلاحة والتنمية الريفية كغيره من المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، والمساهمة في تمويل قطاع التجارة الخارجية وفقا لتوجهات إقتصاد السوق، إلى جانب توسيع تغطيته لمختلف مناطق الوطن، وذلك من خلال فتح المزيد من الوكالات، وللتكيف مع التحولات الإقتصادية والإجتماعية التي تعرفها الجزائر ومن أجل الإستجابة لمتطلبات ورغبات الزبائن، قام بنك الفلاحة والتنمية الريفية بوضع برنامج على مدى خمس (5) سنوات يتركز خاصة على عصرنة البنك وتحسين أداءه، والعمل على تطوير منتجاته وخدماته، بالإضافة إلى تبنيه إستخدام التكنولوجيا الحديثة في مجال العمل المصرفي، وقد حقق هذا البرنامج الطموح نتائج هامة نوردتها في:

- 2000 تم القيام بفحص دقيق لنقاط القوة والضعف للبنك، مع وضع إستراتيجية تسمح له بإعتماد المعايير العالمية في مجال العمل المصرفي.
- 2001 سعيا منه لإعادة تقييم موارده قام البنك بإجراء عملية جرد محاسبية ومالية لجميع حقوقه المشكوك في تحصيلها بغية تحديد مركزه المالي ومواجهة المشاكل المتعلقة بالسيولة وغيرها، والعمل على زيادة تقليص مدة مختلف العمليات المصرفية تجاه الزبائن ، إلى جانب ذلك قام بنك الفلاحة والتنمية الريفية بتحقيق مشروع البنك الجالس ( La Banque Assise).

- 2002 تم تعميم تطبيق مشروع البنك الجالس على مستوى جميع وكالات البنك.
- 2004 كانت سنة 2004 مميزة بالنسبة للبنك الذي عرف إدخال تقنية جديدة تعمل على

سرعة تنفيذ العمليات المصرفية تتمثل في عملية نقل الشيك عبر الصورة، فبعد أن كان يستغرق وقت تحصيل شيكات البنك مدة قد تصل إلى 15 يوما، أصبح بإمكان الزبائن تحصيل شيكات بنك الفلاحة والتنمية الريفية في وقت وجيز، وهان يعتبر إنجاز غير مسبوق في مجال العمل المصرفي في الجزائر، كما تم تعميم استخدام الشبايبك الآلية للأوراق النقدية (Les Guichets Automatiques Des Billets).

- 2006 في شهر ماي 2006 وبأمر من السلطات النقدية الجزائرية، تم الشروع في عملية المقاصة الالكترونية بين البنوك، أي القيام بعملية تحصيل الشيكات بين وكالات بنك الفلاحة والتنمية الريفية ووكالات البنوك الأخرى عن طريق التحصيل الالكتروني للشيكات.

### المطلب الثاني: أهداف ووظائف بنك الفلاحة والتنمية الريفية (BADR)

يحتم المناخ الإقتصادي الجديد الذي تشهده الساحة المصرفية المحلية والعالمية، على بنك الفلاحة والتنمية الريفية أن يكون أكثر فعالية في تمويل الإقتصاد الوطني من جهة وتدعيم مركزه التنافسي في ظل التغيرات الراهنة من جهة أخرى، لذلك أصبح لزاما على البنك أن يقوم بوضع إستراتيجية أكثر فعالية لمواجهة التحديات التي تفرضها البيئة المصرفية.

#### الفرع الأول: أهداف بنك الفلاحة والتنمية الريفية (BADR)

- من أهم الأهداف التي يسعى بنك الفلاحة والتنمية الريفية (BADR) تحقيقها مايلي:<sup>(1)</sup>
- 1- المحافظة على مكانتها السوقية والبقاء في الصدارة، خاصة أن المحيط أصبح جد تنافسي وذلك من خلال تعظيم الربح وتقليل التكاليف ومحاولة التحكم في المخاطر.
  - 2- محاولة توسيع ونشر شبكة فروع ووكالاته عبر كافة التراب الوطني.
  - 3- محاولة قدر الإمكان تلبية رغبات عملائه المتزايدة والمتنوعة بمنحهم منتجات وخدمات من شأنها مسايرة هذا التعدد والتنوع والتغير، لها قيمة مضافة حسب متطلبات السوق.
  - 4- المحافظة على الإستقلالية المالية والتقليل من التدخل الإداري في شؤون البنك.
  - 5- تهيئة شبكات ووكالات على أساس تكنولوجيا حديثة وأكثر مرونة من حيث تقديم خدمات إتصال.
  - 6- الحصول على أكبر حصة من السوق، وتحسين العلاقات مع الزبائن.
  - 7- تطوير العمل المصرفي قصد تحقيق أكبر قدر من الربحية.
  - 8- تطوير إمكانية تقديم الخدمات والإهتمام بزبائن الحسابات الكبرى (الزبائن المميزين).
  - 9- وضع برنامج لتسيير ديناميكي في مجال التحصيل.
  - 10- التنمية التجارية بجمع التقنيات الجديدة لإدارة الأعمال مثل التسويق وإدخال منتجات جديدة.
  - 11- إنفتاح رأس مال البنك على القطاع الخاص والإنفتاح على العالم الخارجي.

<sup>(1)</sup> المراجع التالية:

- مقابلة مع فيصل مومن، رئيس مصلحة القروض لبنك (BADR) وكالة قالمة، يوم 26 فيفري 2014 على الساعة 14:30.

- BADR Banque, BADR Info N°28,1999, P(32-33).

- 12- الزيادة في حجم الموارد والضغط على التكاليف.
  - 13- التسيير الصارم لخزينة البنك سواء بالدينار أو بالعملة الصعبة.
- الفرع الثاني: وظائف بنك الفلاحة والتنمية الريفية (BADR)**
- وفقا للقوانين والقواعد المعمول بها في المجال المصرفي، فإن بنك الفلاحة والتنمية الريفية مكلف بالقيام بالوظائف التالية:<sup>(1)</sup>
- 1- جمع الودائع المختلفة، حيث يعتبر بنك الفلاحة والتنمية الريفية حلقة ربط أي قناة تمر عبرها الأموال من أصحاب الفوائض المالية (المدخرين) إلى أصحاب العجز المالي (طالبي الأموال).
  - 2- تنشيط الإقتصاد الوطني من خلال ما يوفره من أساليب تبسط وتسرع زيادة المبادلات بين مختلف الأعوان الإقتصاديين.
  - 3- يعمل بنك الفلاحة والتنمية الريفية منذ نشأته على قبول وجذب ودائع المدخرين بمختلف أنواعها وأصحابها سواء كانوا مؤسسات عمومية أو خاصة أو أفراد، وقد شهد البنك إرتفاعا ملحوظا لودائعه والسبب يرجع إلى سياسة البنك في مجال تطوير وتحسين نوعية جودة الخدمات المقدمة إلى الزبائن إضافة إلى تحسين الأوضاع الإقتصادية وزيادة ثقة العملاء.
  - 4- المساهمة في تنمية وتطوير القطاع الفلاحي والقطاعات الأخرى.
  - 5- يقدم البنك القروض المختلفة سواء تلك التي جمعها من الزبائن أو الممنوحة من طرف الخزينة العامة، ومنذ صدور القانون التوجيهي المتعلق بالإستقلالية المالية، تقوم عمليات البنك على أساس الربحية والمردودية، وضمن هذا الإطار طور البنك نشاطاته بالتنوع في محفظة القروض على حسب أشكالها وآجال إستحقاقها دون أن يقتصر على نوع محدد من القروض أو فئة معينة من المقترضين.
  - 6- تمويل عمليات التجارة الخارجية حيث يقوم بنك الفلاحة والتنمية الريفية بالإضافة إلى الوظائف السابقة بالعديد من العمليات المتعلقة بإستيراد بعض السلع والتجهيزات وتحويل العملات الصعبة لفائدة عملائه لخدمة عمليات الإستثمار.
  - 7- إضافة إلى مساهمة بنك الفلاحة والتنمية الريفية في رؤوس أموال عديدة من المؤسسات إضافة إلى مساهمته في رأس مال بعض البنوك والتي تحقق له أرباحا سنوية.
  - 8- تنمية موارد وإستخدامات البنك عن طريق ترقية عملية الإدخار والإستثمار.
  - 9- تطوير الموارد والتعاملات المصرفية وكذا العمل على إنشاء خدمات مصرفية جديدة ومع تطوير المنتجات والخدمات القائمة.
  - 10- الإستفادة من التطورات العالمية في مجال العمل المصرفي.
- المطلب الثالث: الهيكل التنظيمي لبنك الفلاحة والتنمية الريفية -وكالة قالمة-**
- يتمثل الهيكل التنظيمي في ذلك الشكل الذي يوضح العلاقات بين مختلف المستويات

(1) المراجع التالية:

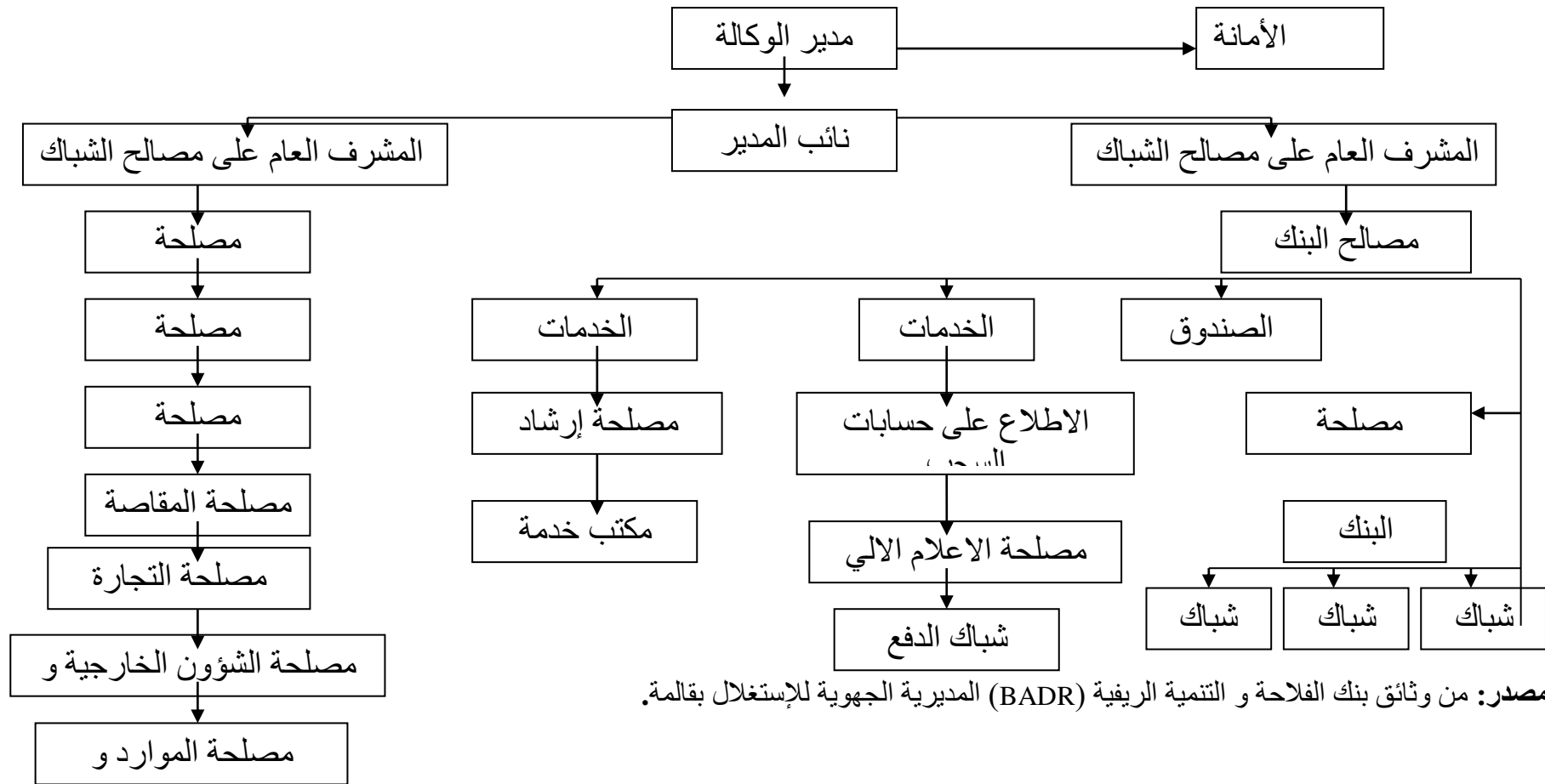
- مقابلة مع نبيل سعد الدين، مسؤول فرعي في مصلحة القروض لبنك (BADR) وكالة قالمة، يوم 05 مارس 2014 على الساعة 15:30.

- الموقع الإلكتروني لبنك الفلاحة و التنمية الريفية (BADR). <http://www.badrbank.net/2009/>

الإدارية وكيفية الإتصال فيما بينها، وإن تحقيق البنك لأهدافه مرتبط بمدى قدرته على إتاحة وتنسيق هيكل تنظيمي ملائم يتماشى مع طبيعة البنك إضافة إلى تنظيم الموارد المادية والبشرية المتوفرة على مستوى البنك من أجل تحقيق الأهداف المسطرة والشكل الموالي يمثل الهيكل التنظيمي (BADR) لوكالة قالمة:



الشكل (02): الهيكل التنظيمي لبنك الفلاحة و التنمية الريفية لوكالة قامة



المصدر: من وثائق بنك الفلاحة و التنمية الريفية (BADR) المديرية الجهوية للإستغلال بقامة.

من خلال تحليل الهيكل التنظيمي لوكالة قالمة نجد أنه يركز على: (1)

#### 1- مديرية الوكالة

يظهر دورها من خلال المهام والأدوار المتمثلة في:

##### 1-1- مدير الوكالة (Directeur d'agence)

ويعتبر المسير العملي للوكالة، حيث يمتلك كامل السلطة في تسيير الوكالة حسب الصلاحيات التي يخولها له القانون الداخلي.

##### 1-2- نائب مدير الوكالة (Directeur Adjoint d'agence)

ويعتبر أيضا مسيرا عمليا، مكلف بمساعدة مدير الوكالة وتنسيق جميع الأنشطة داخل الوكالة البنكية كما تظهر أيضا وظائفه عند غياب المدير حيث ينوب عنه في ممارسة السلطة والمسؤولية.

##### 1-3- الأمانة (Secrétariat)

وتقوم أساسا بالعمليات الإدارية المختلفة، كالطبع وإستقبال الملفات والبرقيات والإشراف على المكالمات الهاتفية والفاكس، وتلقي البريد الصادر والوارد كما تقوم بالربط بين مختلف المصالح وكذلك تنظيم المواعيد، إذ تعتبر همزة وصل للأعمال الإدارية.

#### 2- مصالح الشباك الأمامي

يقصد بها المصالح التي تكون في الواجهة أي تتعامل مباشرة مع الزبون والذي يضم بدوره مصالح البنك الجالس ومصالح البنك الواقف وأخرى تابعة للشباك الخلفي.

##### 2-1- مصالح البنك الجالس

يسمى أيضا بالبنك الحالي حيث يقدم خدمة للزبون أثناء القيام بالعمليات المصرفية وتجدر الإشارة إلى أن هذه الخدمة تنفرد بتقديمها وكالات بدر (BADR)، دون غيرها من البنوك وقد بدأ العمل بها فعليا سنة 2004، ويقتصر تقديم هذه الخدمة للعملاء ذوي الوزن الثقيل من رجال أعمال، كبار التجار، ومؤسسات خاصة وعمومية ... الخ. ويضم المصالح التالية:

##### 2-1-1- مصلحة الصندوق الرئيسي

تعتبر هذه المصلحة هامة جدا داخل الوكالة حيث تقوم بعدة مهام أهمها:

- تمويل المصالح الخاصة بخدمة الزبائن من خلال تأمين السيولة التي يطلبها العملاء وذلك بصفة يومية.

- عملية سحب النقود.

- عملية الدفع على شكل نقود أو حساب جاري حيث يتم اللجوء إلى مصلحة الصندوق عندما يكون الإيداع أو السحب يتجاوز 100 ألف دينار جزائري.

##### 2-1-2- مصلحة الخدمات الحرة

يقصد بها الخدمات التي يخدم فيها الزبون نفسه دون اللجوء إلى الموظفين وذلك من خلال توفير آلات ووسائل تكنولوجية كالموزع الآلي للأوراق النقدية (DAB)، وشباك الدفع الآلي (GAB)، والإطلاع على الحسابات والسحب من خلال هذه الأجهزة ويمكن للزبون الإطلاع على حسابه بنفسه وكذلك كشف لحسابه من خلال هذه الآلات.

(1) من وثائق بنك الفلاحة و التنمية الريفية (BADR) المديرية الجهوية للإستغلال بقالمة.

### 3-1-2- مصلحة الخدمات المتخصصة

تعمل هذه المصلحة على تقديم الخدمات مباشرة للزبائن وتضم أربع مكاتب:

- مكتب مختص في توجيه وإرشاد الزبائن.
- ثلاث مكاتب تعمل على تقديم الخدمات مباشرة للزبائن، حيث كل مكتب له نوع معين من العملاء، وذلك حسب نوع الطلبات والإحتياجات.

### 4-1-2- مصلحة الإستقبال

تقوم هذه المصلحة بإستقبال وتوجيه الزبائن إلى المصالح المحددة على مستوى الوكالة وتقدم كافة أوجه المساعدة.

### 3- مصلحة البنك الواقف (التقليدي)

سميت هذه المصلحة بهذا الإسم لأنها لا توفر خدمة الجلوس للعملاء وتقتصر على تقديم خدمات مثل صرف الأجور، حيث يوجد بوكالة قامة ثلاث مكاتب تقوم بهذه الخدمة، منها مكتبين مختصين بصرف الأجور بالعملة المحلية (الدينار)، ومكتب يختص بصرف الأجور بالعملة الصعبة (الأورو، الدولار... الخ)، حيث يتأسس هذه المصلحة مشرف عام يقوم بتسييرها ولهذه المصلحة مهام تتمثل في:

- المراقبة والتأكد من صحة العمليات التي تمارسها مختلف المصالح.
- تلقي ملفات القروض وكل ما يخص ذلك والنظر في صحة الملف.
- دراسة هذا الملف وإتخاذ القرار إما بقبول أو رفض منح هذه القروض.
- مراقبة تسيير مبلغ القرض الممنوح إلى غاية تحصيل قيمته.

### 4- مصلحة الشباك الخلفي

وتنقسم هذه المصلحة إلى:

### 4-1- مصلحة التحويلات

تعمل على تحويل مختلف الأموال سواء حساب المؤسسات أو حسابات العملاء المتعاملين مع وكالات بنك بدر، أو وكالات بنوك أخرى فهي تلعب دور الوسيط في عملية التحويلات المالية.

### 4-2- مصلحة المحافظة

تقوم بتحصيل مختلف الصكوك والأوراق التجارية سواء للعاملين التابعين لوكالات بدر أو وكالات أخرى حيث يقوم الزبائن بتقديم طلب للوكالة بخصم بعض السندات فتقوم الوكالة بهذه العملية بعد أن يقوم البنك بتقديم هذه السندات إلى البنك المركزي ليقوم بخصمها وهذا للحصول على السيولة وتتم هذه العملية مقابل معدلات خصم معينة.

### 4-3- مصلحة المقاصة

تتم عملية المقاصة من خلال إجتماع ممثلي المقاصة لكل بنك تجاري مع مسؤول غرفة المقاصة للبنك المركزي، ومن خلال هذا الإجتماع يقومون بإستبدال الأوراق التجارية وشيكات البنوك الأخرى مع الأوراق التجارية وشيكات البنك.

### 4-4- مصلحة التجارة الخارجية

تهتم بجميع العمليات المتعلقة بالتجارة الدولية مثل تسيير ملفات التصدير والإستيراد.

### 4-5- مصلحة الشؤون القانونية والمنازعات

تهتم هذه المصلحة عموما بالمنازعات والمشاكل المتعلقة بالزبائن وكذلك متابعة ملفات القروض غير المسددة أو المشكوك في تحصيلها.

4-6- مصلحة المحاسبة والمراقبة  
تقوم هذه المصلحة بالمتابعة اليومية للعمليات التي تقوم بها مختلف مصالح الشباك الأمامي وخاصة فيما يتعلق بالسيولة.

4-7- مصلحة الموارد والإيداعات  
تسيير موارد البنك ومتابعة كل العمليات التي تخص الودائع بإختلاف أنواعها.

**المبحث الثاني: واقع وسائل وأنظمة الدفع في بنك الفلاحة والتنمية الريفية (BADR)**  
يتوفر بنك الفلاحة والتنمية الريفية على مجموعة من وسائل الدفع التي تنقسم بدورها إلى نوعين وسائل دفع تقليدية ووسائل دفع حديثة وذلك حسب المعاملات التي يقوم بها مختلف العملاء على إختلاف ثقافتهم.

**المطلب الأول: وسائل الدفع التقليدية**  
الوسائل التقليدية هي الوسائل المتمثلة أساسا في وسائل دفع إنتمانية مثل النقود بمختلف أنواعها وغير الإنتمانية كالأوراق التجارية من شيكات وسندات وغير ذلك.

**الفرع الأول: وسائل الدفع الإنتمانية**

تتمثل هذه الوسائل في النقود المعدنية والأوراق النقدية حيث يمثل تداول هذه الوسيلة بنسبة أكثر في المعاملات التي يقوم بها البنك غير أنه مؤخرا تم سحب العديد من الفئات من النقود المعدنية الإنتمانية والجدول التالي يوضح ذلك:

**جدول رقم (02): فئة النقود الإنتمانية (الورقية والمعدنية) المستخدمة في نظام الدفع البنكي الجزائري (1962-2013)**

فئة النقود الورقية المتداولة	فئة النقود المعدنية المتداولة والمسحوبة من التداول	
100 دينار	سحبت من التداول	05 سنتيم
200 دينار	سحبت من التداول	10 سنتيم
500 دينار	سحبت من التداول	20 سنتيم
1000 دينار	سحبت من التداول	50 سنتيم
2000 دينار	ضعيفة الإستعمال	01 دينار
	ضعيفة الإستعمال	02 دينار

05 دينار	واسعة الإستعمال
10 دينار	واسعة الإستعمال
20 دينار	واسعة الإستعمال
50 دينار	واسعة الإستعمال
100 دينار	واسعة الإستعمال

المصدر: من وثائق بنك الفلاحة و التنمية الريفية (BADR) المديرية الجهوية للإستغلال بقالمة مصلحة القروض

غير أن هذا النوع من الوسائل طرح العديد من السلبيات من خلال إستعمالها تمثلت في:

- صعوبة نقلها من مكان لآخر.
  - صعوبة التأكد من رسمية وصحة وسيلة الدفع وخاصة بالنسبة للأوراق النقدية المزيفة.
  - المساهمة في خلق سوق موازية من التهرب الضريبي.
- هذه السلبيات دفعت بالبنك للبحث عن وسائل أكثر أمانا ورفاهية في الإستعمال من طرف الجمهور والتي تمثلت في وسائل الدفع الكتابية.

#### الفرع الثاني: وسائل الدفع الكتابية

يتمثل هذا النوع من الوسائل في الشيك بكل أنواعه والسفتجة وسند الصندوق والسند لأمر، ويعتبر الشيك أكثر الوسائل رواجاً وإستعمالاً من طرف زبائن البنك، وتتمثل غالباً في: (1)

#### أولاً: الشيك (الصك)

وهو عبارة عن وثيقة تتضمن أمراً بالدفع الفوري للمستفيد المحرر عليه، وقد يكون المستفيد شخصاً معروفاً مكتوب عليه إسمه في الشيك، وقد يكون غير معروف إذا كان الشيك محرراً لحامله ولهذا الشيك عبارة عن سند لأمر دون أجل وهو مثل الكمبيالة يتضمن ثلاث أشخاص هم الساحب (المحرر) والمسحوب عليه والمستفيد، غير أن الشيك يختلف عن الكمبيالة من حيث أن المسحوب عليه في الشيك يكون دائماً البنك، أنظر الملحق رقم (01).

#### ثانياً: السفتجة (الكمبيالة)

تعتبر أول الأوراق الجارية ظهوراً من حيث التاريخ حيث يرجع المؤرخون وجودها إلى المعاملات التي كانت موجودة لدى بنوك أثينا وروما، التي كان دورها آنذاك يقتصر على تنفيذ عقد الصرف، وتعرف السفتجة على أنها صك محرر وفقاً لشكل معين أوجبه القانون، بموجبه يقوم شخص يسمى الساحب بإعطاء أمر إلى أحد مدينيه (المسحوب عليه) يدفع قيمة نقدية في تاريخ معين أو قابل للتعيين إلى شخص ثالث هو المستفيد.

#### ثالثاً: السند لأمر

هو عبارة عن وثيقة يتعهد بواسطتها شخص معين بدفع مبلغ معين إلى شخص آخر في تاريخ لاحق وهو تاريخ الإستحقاق، وعلى أساس هذا التعريف يمكن أن نستنتج أن السند لأمر هو وسيلة قرض حقيقية حيث أن هناك إنتظار من جانب الدائن للمدين لكي يسدد ما عليه في تاريخ الإستحقاق الذي يتفق بشأنه.

(1) كتاب لتكوين عمال بنك (BADR) وكالة قالمة بعنوان معهد التكوين المصرفي، مدخل إلى بنك الزبائن، صادر عن بنك (BADR) في 2008، ص ص (57-61)

### رابعاً: سند الصندوق

يحدث أحيانا عندما يقوم شخص ما بإقراض من مؤسسة أو بنك أموالا لأجل قصير مقابل الحصول على فائدة، ومقابل ذلك تقدم الهيئة المقترضة (تكون في الغالب بنك) بإصدار وثيقة تعترف فيها بهذا الدين، وهذه الوثيقة هي سند الصندوق، ويمكن تعريف هذا الأخير بأنه إلتزام مكتوب من طرف البنك أو هذه المؤسسة بدفع المبلغ المذكور في السند (وهو مبلغ القرض) في تاريخ معين هو تاريخ الإستحقاق، وقد يكون هذا السند محرر بإسم الشخص أو لأمره لحامل السند.

### المطلب الثاني: الخدمات والوسائل الالكترونية المتوفرة في بنك الفلاحة والتنمية الريفية

لقد كان للتغيرات التي طرأت على المجتمعات الدولية بسبب التطور الإقتصادي والتكنولوجي وظهور التعامل والإتصال بين الدول في الميدان التجاري أوجب ظهور أدوات دفع جد متطورة عملت على تسهيل المعاملات المصرفية محلية كانت أم عالمية.

### الفرع الأول: الخدمات الالكترونية لبنك الفلاحة والتنمية الريفية

يعتبر بنك بدر واحد من أهم البنوك العمومية التي حاولت جاهدة تطوير نوعية الخدمات المصرفية الالكترونية التي تدرج ضمن ما يسمى "E-Banking"، وهذه الخدمة تسمح للعميل بفحص الحساب الكترونيا أي بإستخدام الانترنت وذلك خلال 24/24 ساعة و7/7 أيام، وقد تم الإعلان عن إطلاق خدمة البنك الالكتروني في الصحف، وتتمثل هذه الخدمات في: (1)

#### 1- طلب الإشتراك

عند طلب الإشتراك يجب على العميل إدخال البيانات الشخصية المطلوبة الخاصة به بشكل صحيح، ويطلب منه إختيار طريقة وصول كلمة السر إليه، بالإضافة إلى إتباع بعض الخطوات وذلك ليقوم البنك بحفظ المعلومات بطريقة آمنة، أنظر الملحق رقم (03)، بعد تأكيد الإشتراك بالنقر على كلمة تثبيت (valider)، يستطيع العميل الإستفادة من جميع الخدمات الالكترونية، حيث يجب النقر على (Accéder à vos compte) الموجودة على الجهة اليسرى للصفحة، ثم يقوم بإثبات الهوية عن طريق رقم الإشتراك وكلمة المرور تكتب على لوحة مفاتيح تظهر على الشاشة، وهذا ما يوضحه الملحق رقم (04)، تتكون كلمة المرور من ستة (6) أرقام أما لوحة المفاتيح تتكون من عشرة (10) أرقام من (0 إلى 9)، كما يمكن للعميل أيضا تغيير كلمة المرور متى شاء كما يبينه الملحق رقم (05).

#### 2- الإطلاع على الحساب

بعد إدخال العميل لكلمة المرور ورقم الإشتراك الخاص به، يعرض البنك الالكتروني مباشرة كشف الحساب الخاص به كما هو مبين في الملحق رقم (06).

#### 3- طلب دفتر شيكات

حيث تمكن هذه الخدمة العميل من طلب دفتر الشيكات الخاص به إذا نفذت منه، من دون الحاجة للتنقل إلى مقر الوكالة، وذلك عن طريق ملء إستمارة الكترونية كما هي مبينة في الملحق رقم (07).

(1) <http://fe.scribd.com/doc/77998138/BADRnet-guide>

الفرع الثاني: وسائل الدفع الالكترونية المتوفرة على مستوى وكالة (BADR) قالمة  
أولاً: البطاقات الالكترونية

1- بطاقة السحب ما بين البنوك (CIB) (Carte Inter Bancaire)  
1-1- التعريف بالبطاقة

هي بطاقة بنكية تسمح لحاملها بالدفع والسحب في نفس الوقت تتضمن أو تحتوي على قرص الكتروني يضمن أمن عملية الدفع وعملية التسديد لدى مختلف التجار والفنادق والمحلات التجارية، ولكن تكون محددة القيمة بالنسبة لعملية السحب (مسقفة القيمة)، والبطاقة البنكية تتكون من مستطيل بلاستيكي ونموذجها خاضع لمقاييس النظام العالمي ISO، أنظر الملحق رقم (08)، ومن مزايا هذه البطاقة: (1)

- سهولة الإستعمال.
- تسمح بعمليات الدفع والسحب 7 أيام على 7 وعلى مدى 24 ساعة.
- توفر ضمان وأمان أكثر (بطاقة ذكية).
- ربح الوقت.

1-2- وصف البطاقة

✓ من الواجهة الأمامية (Au recto)

- في الأعلى البطاقة اسم وشعار البنك BADR باللغتين العربية والفرنسية.
- شريحة الكترونية (Une puce).
- عبارة " بطاقة الدفع".
- اسم ولقب حامل البطاقة.
- سهم يشير إلى كيفية إدخال البطاقة في الجهاز TPE و DAB و GAB
- تاريخ انتهاء صلاحية البطاقة مشار إليها بعبارة EXPIRE Fin.
- اللوغو (Logo) "CIB".

✓ من الواجهة الخلفية (Au verso)

- شريط ممغنط تخزن فيه المعلومات الإلكترونية الخاصة بالبطاقة وحاملها.
- شريط ابيض مخصص لتوقيع العميل حامل البطاقة.
- عنوان مقر البنك BADR
- تسمح بطاقة CIB لحاملها باستغلالها داخل كامل التراب الوطني للقيام ب:
- سحب مبالغ نقدية باستخدام الموزعات الآلية للأوراق النقدية "GAB/DAB" الموصولة بشبكة النقد الآلية للبنك.
- دفع مقابل المشتريات والخدمات عن طريق جهاز الدفع الإلكتروني (TPE) المتواجد عند التجار.

والجدول التالي يوضح تطور هذه البطاقة في وكالة قالمة:

**جدول رقم(03): تطور بطاقة CIB على مستوى وكالة قالمة**

نوع البطاقة	سنة 2011	سنة 2012	الثلاثي الأول من سنة
-------------	----------	----------	----------------------

(1) مقابلة مع فيصل مومن، رئيس مصلحة القروض لبنك (BADR) وكالة قالمة، يوم 19 مارس 2014 على الساعة 14:30.

2013			
10720	10168	4580	CIB

المصدر: من وثائق بنك الفلاحة و التنمية الريفية (BADR) المديرية الجهوية للإستغلال بقالمة.

### 2- بطاقة السحب (CBR) (Carte Bancaire de Retrait)

بطاقة CBR هي بطاقة بنكية تسمح لحاملها بالسحب فقط من الشباك الآلي للأوراق (GAB) وهي غير مسقفة لقيمة السحب، عكس بطاقة (CIB)، ويبقى نجاح نظام الدفع الإلكتروني مرتبط بالإستعمال المزدوج لبطاقات الدفع والسحب من طرف زبائن البنك، بمعنى آخر لكل زبون لا بد أن يمتلك بطاقة دفع وبطاقة سحب وهذا لغرض الحفاظ على توازن المدفوعات من السيولة النقدية والمسحوبات منها،<sup>(1)</sup> أنظر الملحق رقم (09)، والجدول التالي يوضح تطور هذه البطاقة على مستوى وكالة قالمة:

#### جدول رقم (04): تطور بطاقة CBR على مستوى وكالة قالمة

نوع البطاقة	سنة 2011	سنة 2012	الثلاثي الأول من سنة 2013
CBR	1940	3256	3494

المصدر: من وثائق بنك الفلاحة و التنمية الريفية (BADR) المديرية الجهوية للإستغلال بقالمة.

### 3- بطاقة توفير (la Carte TAWFIR)

وهي بطاقة مغناطيسية تستعمل لسحب المدخرات من دفتر التوفير إضافة إلى تحويل الأرصدة الجارية في البنك إلى حساب التوفير،<sup>(2)</sup> أنظر الملحق رقم (10)، والجدول التالي يوضح تطور هذه البطاقة في وكالة قالمة

#### جدول رقم (05): تطور بطاقة توفير على مستوى وكالة قالمة

نوع البطاقة	سنة 2011	سنة 2012	الثلاثي الأول من سنة 2013
TAWFIR	2420	6168	6411

المصدر: من وثائق بنك الفلاحة و التنمية الريفية (BADR) المديرية الجهوية للإستغلال بقالمة.

### 4- البطاقة الذهبية

تعرض هذه البطاقة خدمات الدفع والسحب ما بين البنوك إضافة إلى تقديمها خدمات إضافية وأسقف دفع وسحب أكثر أهمية، تمنح هذه البطاقة لفئة معينة من الزبائن ذوي الدخل المرتفع (المميزين)، مسقفة لكنها بدرجة أعلى من بطاقة CIB إلا أنهما يختلفان من حيث اللون فالأولى لونها زرقاء والثانية ذهبية، موجهة لكبار التجار الذين تكون دخولهم كبيرة، إذ تتمتع هذه البطاقة بقدرة دفع كبيرة، لذلك فهي تتوافق مع حاجاتهم، أنظر لملاحق رقم (11)، ويشترط للحصول عليها ما يلي:

- أن يكون للعميل حساب بالعملة الوطنية.

(1) مقابلة مع نبيل سعد الدين، مسؤول فرعي في مصلحة القروض لبنك (BADR) وكالة قالمة، يوم 26 مارس 2014، على الساعة 14:45

(2) مقابلة مع فيصل مومن، رئيس مصلحة القروض لبنك (BADR) وكالة قالمة، يوم 26 مارس 2014 على الساعة 15:00



- أن يكون دخله ما بين 45000 و 90000 دينار جزائري شهريا. ويمكن له إجراء العمليات التالية بواسطتها:
  - سحب ما يعادل % 70 من قيمة حسابه باستعمال أجهزة الصراف الآلي DAB.
  - دفع ثمن المشتريات بما يعادل % 10 من قيمة حسابه باستعمال أجهزة TPE ويتوجب عليه ترك مبلغ يعادل % 20 من حسابه مجمدة.
- ثانيا: أجهزة الصراف الآلي

تنقسم أجهزة الصراف الآلي إلى ثلاثة أنواع: (1)

أولا: الموزع الآلي للأوراق (DAB) (Distributeur Automatique de Billet)

وهو عبارة عن جهاز موصول بوحدة مراقبة الكترونية تقرأ المدارات المغناطيسية للبطاقة، وهذه الأخيرة تسجل عليها المبالغ المالية الممكن سحبها أسبوعيا حيث تسمح للعميل عن طريق بطاقة الكترونية بسحب مبلغ من المال دون الحاجة للجوء للفرع، يعمل دون إنقطاع من مزاياه تخفيض نشاط السحب في الفروع، ثم طور ليصبح الشباك الآلي للأوراق (GAB)، أنظر الملحق رقم (12).

ثانيا: الشباك الآلي للأوراق (GAB) (Guichet Automatique de Billet)

وهو أكثر تطورا من السابق وهو عبارة عن جهاز موصول بالكمبيوتر الرقمي للبنك يقرأ المدارات المغناطيسية للبطاقة التي تسمح للزبون بمعرفة رصيده مع إمكانية سحبه أو تحويله من حساب لآخر ومن مزاياه أنه يستعمل من طرف الزبائن في أوقات غلق البنوك، خاصة للزبون المستعجل أو في حالة نفاذ السيولة منه، أنظر الملحق رقم (13).

ثالثا: نهائي نقطة الدفع الالكترونية (TPE) (Terminal de paiement électronique)

هي عبارة عن فروع موصولة بشبكة تجمع بنوك مختلفة وتعمل هذه التقنية بخصم قيمة مشتريات العميل من رصيده الخاص بعد أن يمرر بطاقته في نهائي نقطة البيع، فيقوم القارئ الالكتروني الموصول مباشرة مع الحاسوب المركزي للبنك بإدخال الرقم السري للعميل (Code Pin)، ثم تخصم القيمة من رصيد العميل وتضاف إلى رصيد المتجر في البنك الكترونيا، كما يوضع هذا الجهاز في المحلات حيث يسمح للعميل بتسوية عملياته التجارية بالبطاقة أثناء التسديد، أنظر الملحق رقم (14)، ومن مزاياه:

- يحل مشاكل تنقل الأموال.
- توسيع قاعدة المبادلات التجارية.
- يوفر الحماية والأمن من التعرض للسرقة سواء لأموال العميل أو صاحب المتجر.

(1) مقابلة مع فيصل بلحاجة، مسؤول فرعي مصلحة الزبائن لبنك (BADR) وكالة قالمة، يوم 02 أبريل 2014، على الساعة 14:45.

**المبحث الثالث: تحليل إستمارة موجهة لزيائن وموظفوا وكالة بدر (BADR) بقالمة**  
ينطوي هذا المبحث على تقييم جودة الخدمات المصرفية الالكترونية من وجهة نظر زبائن وموظفي بنك الفلاحة والتنمية الريفية (BADR) بوكالة قالمة، وتحديد درجة رضاهم عن الخدمة المصرفية الالكترونية المقدمة من طرف الوكالة، وذلك بالإعتماد على إستمارة إستبيان لجمع البيانات اللازمة، وعلية سنتطرق في هذا المبحث إلى تقديم عينة الدراسة لتحليل وتقييم الأداء المصرفي لوكالة قالمة.

**المطلب الأول: تحليل إستمارة موجهة لزيائن بنك الفلاحة والتنمية الريفية (BADR) وكالة قالمة**

نظرا لأنه تم الإعتماد على أسلوب العينة العشوائية البسيطة لإختيار الزبائن ومن هذا المنطلق ومع الأخذ بعين الإعتبار لما تحتويه إستمارة البحث من أسئلة كثيرة تتطلب الإجابة عليها فترة طويلة نسبيا، فقمنا بتوزيع 100 إستبيان على زبائن بنك الفلاحة والتنمية الريفية (وكالة قالمة)، وبعد جمعها تم إعتماد 80 إستبيان للتحليل الإقتصادي وإستبعاد 20 المتبقية منها لعدم إكتمالها أو لوجود بعض التناقضات في الإجابة.  
ومن أجل التعرف على خصائص أفراد عينة الدراسة قسمنا الإستبيان إلى جزئين، جزء خاص بالجانب التعريفي للزبائن وجزء خاص بالجانب العملي لهم فيما يخص المعاملات التي يقوم بها لدى البنك.

**الجزء الأول: خاص بالجانب التعريفي للزبائن**

سنتطرق في هذا الجزء إلى الجانب التعريفي للزبائن: كالعمر، الوظيفة، الجنس، عدد سنوات التعامل مع الوكالة، المستوى التعليمي.

1- سؤال 01: فئة أعمار الزبائن التي تتعامل مع الوكالة ؟

**جدول رقم (06): توزيع عينة الزبائن حسب العمر**

الخيارات	التكرار	النسبة المئوية (%)
من 20-30 سنة	12	15
من 31-40 سنة	27	33,75
من 41-50 سنة	32	40
أكثر من 50 سنة	9	11,25
المجموع	80	100

المصدر: من إعداد الطلبة بالإعتماد على نتائج الإستبيان

بناء على جدول التكرارات نجد أن الفئة التي تتعامل أكثر مع الوكالة هي الفئة التي تتراوح أعمارهم بين (41-50) سنة فهي تمثل نسبة 40% من الذين تم إستقصاؤهم، ثم تليها فئة من (40-31) سنة بنسبة متقاربة تساوي 33,75%، وفئة من (20-30) سنة كانت بنسبة 15%، بينما فئة الكبار في السن (أكثر من 50 سنة) فهي الأقل تعاملًا مع البنك بنسبة 11,25%. وما يمكن إستنتاجه أن الفئة العمرية الأكثر تعاملًا مع البنك هي من (41-50) سنة وهذا لتعدد نشاطات البنك خاصة فيما يخص تمويل المشاريع الصغيرة والمتوسطة، أو من خلال تعاملاته فيما يخص سياسة الدعم الفلاحي لأنه مكلف من قبل الدولة بالإشراف على العمليات المتعلقة بها.

2- سؤال 02: وظيفة الزبائن المتعاملين مع الوكالة؟

جدول رقم (07): توزيع عينة الزبائن حسب الوظيفة

الخيارات	التكرار	النسبة المئوية (%)
فلاح	8	10
تاجر	15	18,75
إطار	17	21,25
موظف	31	38,75
متقاعد	3	3,75
عاطل عن العمل	6	7,50
المجموع	80	100

المصدر: من إعداد الطلبة بالإعتماد على نتائج الإستبيان

من خلال هذا السؤال نجد أن أغلب المعاملات المصرفية الالكترونية التي تقوم بها الوكالة تتم مع الموظفين إذ تمثل هذه الفئة نسبة 38,75% من مجموع الزبائن المستقصين، كما تأتي بعدها فئة الإطار بنسبة 21,25%، ومن ثم فئة التجار والفلاحين بنسب 18,75% و 10% على التوالي، أما فئة المتقاعدين والعاطلين عن العمل فاحتلوا المراتب الأخيرة بنسب تتراوح بين 7,75% و 3,75%، مما يوحي لنا أن مستوى الوعي المصرفي يعتبر المحدد للشريحة الأكثر تعاملًا بالمعاملات المصرفية الالكترونية وبناء على ما سبق فهي محصورة بين قطاع الموظفين والإطارات، وما يمكن الإدلاء أن على البنك السعي وراء الزبائن المربحين في كل القطاعات خاصة القطاعات الحيوية مثل الصناعة وأن تجذبهم بكل الوسائل والتقنيات.

3- سؤال 03: الزبون من حيث الجنس؟

جدول رقم (08): توزيع عينة الزبائن حسب الجنس

الخيارات	التكرار	النسبة المئوية (%)
ذكر	55	68,75
أنثى	25	31,25
المجموع	80	100

المصدر: من إعداد الطلبة بالإعتماد على نتائج الاستبيان

نلاحظ من الجدول أن نسبة 68,75% من الزبائن المستقصيين ذكور، وأن نسبة 31,25% من العينة عبارة عن إناث.

4- سؤال 04: مدة تعاملكم مع الوكالة

جدول رقم (09): توزيع عينة الزبائن حسب عدد سنوات التعامل مع الوكالة

الخيارات	التكرار	النسبة المئوية (%)
أقل من سنتين	8	10
من 2-5 سنوات	44	55
أكثر من 5 سنوات	28	35
المجموع	80	100

المصدر: من إعداد الطلبة بالإعتماد على نتائج الاستبيان

نلاحظ أن أكثر الزبائن المستقصيين يتعاملون مع الوكالة ما بين (2-5) سنوات وتمثل هذه الفئة نسبة 55%، وهذا ما يدل على أن 55% حديثي التعامل مع الوكالة أي ابتداء من تجسيد سياسة البنك الجالس، أما فيما يخص الذين يتعاملون مع الوكالة منذ أقل من سنتين فيقدر عددهم ب: 8 من مجموع العينة بنسبة 10% وهذا ما يدل على أن الوكالة في توسع مستمر خاصة بعد تبنيها سياسة البنك الجالس وهناك إقبال معتبر لخدمات بدر، أما الذين يتعاملون أكثر من 5 سنوات أي الفئة الأكثر أقدمية فتقدر ب 35%.

5- سؤال 05: ما هو المستوى التعليمي لزيون؟

جدول رقم (10): توزيع عينة الزبائن حسب المستوى التعليمي

الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
إبتدائي	3	3,75
متوسط	6	7,50
ثانوي	44	55
جامعي	27	33,75
المجموع	80	100

المصدر: من إعداد الطلبة بالإعتماد على نتائج الاستبيان

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن المستوى التعليمي الغالب على أفراد العينة الإحصائية هو المستوى الثانوي بنسبة 55% ثم يليها المستوى الجامعي بنسبة 33,75%، أما النسبة الأقل تعاملًا فتمثلت في الأفراد الذين لهم مستوى تعليمي أقل من الثانوي سواء كان إبتدائي أو متوسط بنسب 3% و6% على التوالي.

وعند تفسير النتائج نجد أن المستوى الثانوي هو الغالب وهو منطقي جدا إذا نظرنا إلى فئة الأعمار السائدة على مستوى عينة البحث وهي من (41-50) سنة، ما يعني أن المستوى التعليمي من أهم محددات التعامل الإلكتروني مع البنوك.

### الجزء الثاني: خاص بالجانب العملي للزبائن

سننظر في هذا الجزء عن رأي الزبائن فيما يخص المعاملات المصرفية الالكترونية التي يقومون بها على مستوى الوكالة.

1- سؤال 01: ما هي العمليات التي تقومون بها لدى الوكالة؟

جدول رقم (11): توزيع عينة الزبائن حسب المعاملات التي يقومون بها

الخيارات	التكرار	النسبة المئوية (%)
عملية سحب	73	45,63
عملية إيداع	44	27,50
تحويل الكتروني	30	18,75
عمليات قروض	4	2,50
عمليات تجارة خارجية	9	5,62
المجموع	160	100

المصدر: من إعداد الطلبة بالإعتماد على نتائج الإستبيان

من خلال الجدول يتضح أن مجمل العمليات التي يقوم بها الزبائن هي عمليات السحب والإيداع وهي تمثل أغلبية الزبائن المستقصيين بنسب 45,63% و 27,50% على التوالي، ونجد في المرتبة الثالثة عمليات التحويلات الالكترونية بنسبة 18,75%، كما تحتل كل من عمليات القروض وعمليات التجارة الخارجية المرتبة الأخيرة بنسب متقاربة 2,50% و 5,62% على التوالي، مما نستنتج أن معظم المعاملات الزبائن هي عبارة عن عمليات سحب وإيداع من الحساب بنسبة 73,13%، مع قلة المعاملات المصرفية الالكترونية الأخرى.

2- سؤال 02: هل الوكالة تسهل العمليات المصرفية الالكترونية؟

جدول رقم (12): توزيع عينة الزبائن حسب ما إذا كانت الوكالة تسهل العمليات المصرفية الالكترونية

الخيارات	التكرار	النسبة المئوية (%)
نعم	72	90
لا	08	10
المجموع	80	100

المصدر: من إعداد الطلبة بالإعتماد على نتائج الإستبيان

من خلال الجدول نلاحظ نسبة 90% من مجموع الزبائن المستقصيين يرون بأن الوكالة تسهل عليهم العمليات المصرفية الالكترونية، وأن نسبة 10% منهم يرون عكس ذلك. وهذا راجع إلى اعتماد وسائط الكترونية حديثة في تعاملات الزبائن الالكترونية قصد كسب رضاهم والحفاظ على ضمان عدم لجوئهم إلى وكالة مصرفية منافسة.

3- سؤال 03: هل أنتم راضين بخصوص المنتجات والخدمات الالكترونية المقدمة من طرف الوكالة؟

جدول رقم (13): توزيع أفراد العينة حسب درجة رضاهم عن المنتجات والخدمات المقدمة

الخيارات	التكرار	النسبة المئوية (%)
راض جدا	14	17,50

47,50	38	راض
31,25	25	راض نوعا ما
3,75	03	غير راض
100	80	المجموع

المصدر: من إعداد الطلبة بالإعتماد على نتائج الاستبيان

تبين لنا من جدول التكرارات أن 47,50% من هؤلاء الزبائن راضون عنها وهذا ما يؤكد وفاءهم لأنهم أدلو بصراحة عن رضاهم تجاه مختلف المنتجات والخدمات وهذه نقطة إيجابية تساعد البنك في زيادة الإهتمام أكثر بشريحة زبائنهم والإعتناء بهم أكثر، في حين نجد نسبة فئة الراضون نوعا ما والغير راضين تماما 31,25% و 3,75% على التوالي، وعلى الرغم من أنها نسب قليلة مقارنة بالنسب الأخرى إلا أنها يجب تداركها والإهتمام بها فهي بمثابة نقطة ضعف للبنك، ويجب البحث عن أسباب ضعف رضاهم وهذا قصد ترقية أدائه وتحسين صورته وكسب رضا الجميع.

4- سؤال 04: ما رأيكم في الخدمة الالكترونية المقدمة من حيث السرعة؟

جدول رقم (14): توزيع أفراد العينة حسب رأي الزبائن في الخدمة المصرفية الالكترونية من حيث السرعة

النسبة المئوية (%)	التكرار	الخيارات
13,75	11	فائقة
78,75	63	عادية
5	04	تأخر بسيط
2,50	02	تأخر كبير
100	80	المجموع

المصدر: من إعداد الطلبة بالإعتماد على نتائج الاستبيان

إن رأي الزبائن للمنتوج والخدمة المصرفية الالكترونية اختلف من حيث نظرتهم إلى سرعة أدائها، حيث كان رأي أغلبية العينة أن سرعة تلقيهم للخدمة المصرفية الالكترونية يكون بشكل عادي وهذا بنسبة 78,75%، ثم تليها نسبة 13,75% للخدمة المصرفية الالكترونية التي تتميز بالسرعة الفائقة مقارنة بالسنوات الماضية، ومن ثم تأتي في المراتب الأخيرة الزبائن الذي يرون تأخر بسيط وتأخر كبير بنسب متقاربة 5% و 2,5% على التوالي، وبالتالي فأغلبية الزبائن راضين عن السرعة في تقديم الخدمة المصرفية الالكترونية وقد يرجع السبب إلى نوعية وأهمية الأشخاص الذين يتعاملون مع البنك، مما يعني أن مستوى تطور الخدمة المصرفية الالكترونية لا يزال قيد التطوير لتحسين أدائها.

5- سؤال 05: ما رأيكم في الخدمة المصرفية الالكترونية من حيث العمولة؟

جدول رقم (15): توزيع أفراد العينة حسب رأي الزبائن في الخدمة المصرفية الالكترونية من حيث العمولة

النسبة المئوية (%)	التكرار	الخيارات
8,75	07	مرتفعة جدا
3,75	03	مرتفعة
81,25	65	مناسبة

منخفضة	05	6,25
المجموع	80	100

المصدر: من إعداد الطلبة بالإعتماد على نتائج الاستبيان

من خلال عمولة الخدمات المصرفية الالكترونية المقدمة من طرف الوكالة إتضح أنها مناسبة لأغلبية الزبائن بنسبة 81,25% والسبب هو تماثل أسعار كل الخدمات التي تقدمها البنوك التجارية الجزائرية، أما نسبة 8,75% يقرون بأن السعر مرتفع جدا، في حين يرى ما نسبته 6,25% من الزبائن أن السعر منخفض وتعتبر هذه النسب ضعيفة مقارنة بالنسبة السائدة علة أفراد العينة.

6- سؤال 06: ما رأيكم في الخدمة الالكترونية المقدمة من حيث الجودة ؟

جدول رقم (16): توزيع أفراد العينة حسب رأي الزبائن في الخدمة المصرفية الالكترونية من حيث الجودة

الخيارات	التكرار	النسبة المئوية (%)
عالية	32	40
متوسطة	45	56,25
منخفضة	03	3,75
المجموع	80	100

المصدر: من إعداد الطلبة بالإعتماد على نتائج الاستبيان

فيما يخص جودة الخدمات المصرفية الالكترونية نجد نسبة 56,25% من الزبائن يقرون بأنها متوسطة، وتليها في المرتبة الثانية عالية الجودة بنسبة 40%، أما في المرتبة الأخيرة فنسبة 3,75% من الزبائن يرون بأنها منخفضة الجودة وبالتالي فالزبائن راضون عن جودة الخدمات المصرفية الالكترونية المقدمة إليهم ويمكن إرجاع ذلك إلى محدودية الوسائط الالكترونية المعتمدة في تقديم هذه الخدمات.

7- سؤال 07: هل تعلمكم الوكالة بمنتجاتها وخدماتها المصرفية الالكترونية الجديدة ؟

جدول رقم (17): توزيع أفراد عينة الزبائن حسب ما إذا كانت الوكالة تعلمهم بالمنتجات والخدمات الالكترونية الجديدة

الخيارات	التكرار	النسبة المئوية (%)
دائما	09	11,25
أحيانا	43	53,75
نادرا	12	15
أبدا	16	20
المجموع	80	100

المصدر: من إعداد الطلبة بالإعتماد على نتائج الاستبيان

تبين الإجابات بأن نسبة 65% من مجموع الزبائن المستقصيين (دائما وأحيانا) لهم دراية تامة عن منتجات وخدمات (BADR) الالكترونية، ثم تليه أبدا ونادرا بنسبة 20% و 15% على التوالي، وعلى الرغم من أن بنك بدر يصدر مجلة دورية إلا أننا لاحظنا غياب أعداد جديدة بالوكالة، وحتى على مستوى قاعة الإنتظار لاحظنا وجود إثنين أو ثلاث فقط، كما لاحظنا غياب مجالات التعريف بالبنك ونتائجه المحققة، لذا ينبغي إتخاذ الإجراءات

اللازمة قصد وضع سياسة إخبارية جديدة بكل ما يقوم به البنك وما يقدمه من خدمات ومنتجات.

8- سؤال 08: إذا كانت تعلمكم عن طريق أي وسيلة ؟

جدول رقم (18): توزيع عينة الزبائن حول الوسيلة التي تعلمهم الوكالة عن خدماتها الإلكترونية

الخيارات	التكرار	النسبة المئوية (%)
الصحف والمجلات	12	18,75
منشورات	46	71,87
الهاتف الخليوي	00	00
البريد الإلكتروني	00	00
موقع البنك	6	9,38
المجموع	64	100

المصدر: من إعداد الطلبة بالإعتماد على نتائج الإستبيان

فيما يخص الوسائل المستعملة لإعلام الزبائن بالمنتجات نجد أن 90,62% من مجموع الزبائن قالوا أن الوكالة تعلمهم عن طريق الصحف والمجلات والمنشورات، وتعتبر نسبة كبيرة جدا، وأن نسبة 9,38% من مجموع الزبائن الذين يعلمهم البنك عن طريق موقعه الإلكتروني، أما بالنسبة للهاتف الخليوي والبريد الإلكتروني فهو منعدم تماما لأن الوكالة لا تستعملهم كوسيلة إخبار، وعليه نلاحظ أن البنك لا يعتمد على الوسائل الإلكترونية في ترويج منتجاته الإلكترونية بل يستخدم الوسائل التقليدية للتسويق مع شبه إنعدام للوسائط الإلكترونية.

9- سؤال 09: ما هو تقييمكم لوقت أداء العملية المصرفية الإلكترونية داخل الوكالة ؟

جدول رقم (19): توزيع عينة الزبائن حسب وقت أداء العملية المصرفية الإلكترونية داخل الوكالة

الخيارات	التكرار	النسبة المئوية (%)
سريعة	22	27,50
متوسطة	44	55
بطيئة	12	15
بطيئة جدا	02	2,50
المجموع	80	100

المصدر: من إعداد الطلبة بالإعتماد على نتائج الإستبيان

يرى أغلب الزبائن المستقصين أي ما نسبته 55% في أن وقت أداء العملية المصرفية الإلكترونية متوسطة، مما يعني أن البنك يستخدم أدوات وتقنيات متوسطة الكفاءة والأداء في تقديم الخدمة الإلكترونية في مدة مقبولة نسبيا لدى غالبية الزبائن، في حين أن ما نسبته 27,50% يؤكدون على سرعة أداء العملية المصرفية الإلكترونية، وهذا راجع إلى أن هذه النسبة تشكل الشريحة ذات المستوى الثقافي والعلمي المقبول، وما نسبته 15% يرون أنها بطيئة وتأتي في المرتبة الأخيرة نسبة 2,50% الذين يقرون أنها بطيئة جدا.

10- سؤال 10: هل يمتلك موظفوا الوكالة معرفة كافية بالخدمات المصرفية الإلكترونية للرد على إستفساراتكم ؟



**جدول رقم (20):** توزيع عينة الزبائن حسب معرفة الموظفين للرد على استفسارات الزبائن بخصوص المعاملات المصرفية الالكترونية

الخيارات	التكرار	النسبة المئوية (%)
نعم	56	70
نوعا ما	21	26,25
لا	03	3,75
المجموع	80	100

المصدر: من إعداد الطلبة بالإعتماد على نتائج الإستبيان

إن نسبة 70% من مجموع الزبائن المستقصيين يقرون بأن موظفي الوكالة على معرفة كافية للرد على إستفساراتهم، في حين نجد نسبة 26,25% يرون أن الموظفين لديهم معرفة محدودة تجاه الخدمات المصرفية الالكترونية أما نسبة 3,75% من الزبائن يرون أن الموظفين ليست لديهم أي معرفة بخصوص هذا النوع من الخدمات، وهذا راجع لنوع الخدمة التي يختص كل موظف في تقديمها.

11- سؤال 11: هل قدمتم شكاوى أو إحتجاجات بخصوص المعاملات المصرفية الالكترونية ؟

**جدول رقم (21):** توزيع عينة الزبائن في حالة تقديمهم شكاوى أو إحتجاجات بخصوص المعاملات المصرفية الالكترونية

الخيارات	التكرار	النسبة المئوية (%)
نعم	10	12,50
لا	70	87,50
المجموع	80	100

المصدر: من إعداد الطلبة بالإعتماد على نتائج الإستبيان

نلاحظ من جدول التكرارات أن نسبة 87,50% من زبائن العينة لم يقدموا أي شكاوى أو إحتجاجات، في حين نرى ما نسبته 12,50% من الزبائن الذين قدموا إحتجاجات، نستنتج أن الوكالة تسعى جاهدة لعدم وقوع خلافات بينها وبين زبائنها، فالوكالة تدرك مدى أهمية الزبون وتسعى جاهدة للحفاظ عليه .

12- سؤال 12: كيف كانت إجابة الوكالة على شكاويكم وإحتجاجاتكم ؟

**جدول رقم (22):** توزيع أفراد العينة حسب رأي الزبائن في إجابة الوكالة على شكاويهم وإحتجاجاتهم بخصوص المعاملات المصرفية الالكترونية

الخيارات	التكرار	النسبة المئوية (%)
إيجابية	10	100
سلبية	00	00
لا مبالاة	00	00
المجموع	10	100

المصدر: من إعداد الطلبة بالإعتماد على نتائج الإستبيان

لقد إتفق جميع الزبائن الذين قالوا بأنهم قدموا شكاوى أن إجابة الوكالة كانت إيجابية حيث لوحظ تطور كبير في طريقة قبول ومعالجة الإحتجاجات، ومنه نستنتج أن البنك يعمل جاهدا

على تدارك الأخطاء والنقائص للمعاملات الالكترونية التي تواجه الزبائن.

13- سؤال 13: هل سبق وأن تقدمتم بإقتراحات لتحسين الخدمات المصرفية الالكترونية؟  
جدول رقم (23): توزيع أفراد العينة في حالة تقدم الزبائن بإقتراحات لتحسين الخدمات المصرفية الالكترونية

الخيارات	التكرار	النسبة المئوية (%)
نعم	41	51,25
لا	39	48,75
المجموع	80	100

المصدر: من إعداد الطلبة بالإعتماد على نتائج الإستبيان

نستنتج من الإجابات أن نسبة 51,25% من مجموع الزبائن المستقصيين أجابوا بنعم أي تقديم إقتراحات للوكالة خاصة فيما يتعلق بالوسائل التي من شأنها أن تزيد من سرعة تنفيذ العمليات المصرفية الالكترونية وهذا ما يعكس الإجابة على السؤال 03 (بخصوص درجة الرضا)، في حين نسجل نسبة 48,75% تميل إلى عدم تقديم إقتراح.

14- سؤال 14: هل تشعرون بالأمان بالتعامل مع وكالة بدر؟

جدول رقم (24): توزيع عينة الزبائن حسب إحساسهم بالأمان بالتعامل مع الوكالة

الخيارات	التكرار	النسبة المئوية (%)
نعم	62	77,50
نوعا ما	15	18,75
لا	03	3,75
المجموع	80	100

المصدر: من إعداد الطلبة بالإعتماد على نتائج الإستبيان

نلاحظ من الجدول أعلاه أن نسبة 77,50% من مجموع الزبائن المستقصيين يشعرون بالأمان بالتعامل مع البنك وأن نسبة 18,75% من الزبائن يشعرون برضى جزئي بالتعامل مع الوكالة إلا أن نسبة ضعيفة جدا من الزبائن 3,75% منهم الذين يشعرون بعدم أمان وتعتبر هذه النسبة ضعيفة جدا لأن الصورة الجيدة التي تحظى بها الوكالة لدى زبائنها والثقة التي يضعونها في الموظفين الذين يتعاملون معهم داخل الوكالة، بمعنى أن البنك يعتبر منظومة تضمن حماية المعاملات المصرفية الالكترونية مما يدعم الثقة بالنسبة للمتعاملين مع البنك.

**المطلب الثاني: تحليل استمارة موجهة لموظفي بنك الفلاحة والتنمية الريفية (BADR) وكالة قامة**

فقمنا بتوزيع 40 إستبيان على موظفي بنك بدر الريفية (وكالة قامة)، وبعد جمعها تم إعتماد 30 إستبيان للتحليل الإقتصادي وإستبعاد 10 المتبقية منها لعدم إكمالها بسبب نقص في العمالة الموجودة في الوكالة، ومن أجل التعرف على خصائص أفراد عينة الدراسة قسمنا الإستبيان إلى جزئين، جزء خاص بالجانب التعريفي للموظفين وجزء خاص بالجانب العملي لهم فيما يخص رأيهم في المعاملات المصرفية الالكترونية التي يقدمونها لدى الوكالة.

**الجزء الأول: خاص بالجانب التعريفي للموظفين**

سنتطرق في هذا الجزء إلى الجانب التعريفي للموظفين: كالعمر، المستوى التعليمي،

أقدمية الموظفين، الجنس، مسؤولية الموظف في العمل.  
1- سؤال 01: فئة أعمار الموظفين على مستوى الوكالة

جدول رقم (25): توزيع عينة الموظفين حسب العمر

الخيارات	التكرار	النسبة المئوية (%)
من 20-30 سنة	4	13,34
من 31-40 سنة	12	40
من 41-50 سنة	6	20
أكثر من 50 سنة	8	26,66
المجموع	30	100

المصدر: من إعداد الطلبة بالإعتماد على نتائج الاستبيان

نلاحظ من الجدول أن الفئة العمرية التي تحتل أكبر نسبة هي ما بين (31-40) سنة أي ما يعادل 40% وهذا ما يدل أن معظم الموظفين بعديدين عن سن التقاعد وبالتالي يمكنهم العطاء أكثر للوكالة في حين نجد نسبة 26,66% الذين يتجاوزون 50 سنة ومثل هذا النوع من الموظفين تكون لديهم خبرة واسعة في مجال العمل المصرفي لذا يجب الاستفادة منهم في تدريب الفئة الأقل عمرا والتي إحتلت المرتبة الأخيرة من (20-30) سنة بنسبة 13,34%، وبالتالي يمكن القول أن فئة أعمار الموظفين عبارة عن شباب بنسبة 53,34% وبالتالي وجود فرص للتكوين والتأهيل في مستوى الخدمات المصرفية الالكترونية.

2- سؤال 02: المستوى التعليمي لموظفي الوكالة

جدول رقم (26): توزيع عينة الموظفين حسب المستوى التعليمي

الخيارات	التكرار	النسبة المئوية (%)
إبتدائي	00	00
متوسط	00	00
ثانوي	14	46,67
جامعي	16	53,33
المجموع	30	100

المصدر: من إعداد الطلبة بالإعتماد على نتائج الاستبيان

نلاحظ من الجدول أن المستوى التعليمي الغالب على الموظفين هو المستوى الجامعي بنسبة 53,33% ثم يليها المستوى الثانوي بنسبة 46,67%، بينما المستويين الإبتدائي والمتوسط يعتبران معدومان، مما نستنتج أن الموظفين يمتلكون مستوى تعليمي عالي مما يؤهلهم بالتحكم أكثر في التقنيات والخدمات المصرفية الالكترونية.

3- سؤال 03: أقدمية موظفي الوكالة

جدول رقم (27): توزيع عينة الموظفين حسب الأقدمية في العمل

الخيارات	التكرار	النسبة المئوية (%)
أقل من 3 سنوات	5	16,67
من 3-5 سنوات	2	6,66
من 5-10 سنوات	10	33,33
أكثر من 10 سنوات	13	43,34

المجموع	30	100
---------	----	-----

المصدر: من إعداد الطلبة بالإعتماد على نتائج الإستبيان

بمعنى أن النسبة الغالبة على العينة هي لأصحاب الخبرة لأكثر من 5 سنوات بنسبة إجمالية 76,67%، والذين يحوزون على دراية كافية في مجال الخدمات البنكية مما يخول لهم إمكانية إستيعاب تطبيق الخدمات المصرفية الالكترونية.

4- سؤال 04: الموظف من حيث الجنس

جدول رقم (28): توزيع عينة الموظفين حسب الجنس

الخيارات	التكرار	النسبة المئوية (%)
ذكر	19	63,34
أنثى	11	36,66
المجموع	30	100

المصدر: من إعداد الطلبة بالإعتماد على نتائج الإستبيان

نلاحظ من جدول التكرارات أن نسبة 63,34% من مجموع الموظفين المستقصين هم ذكور وأن النسبة الباقية 36,66% منهم عبارة عن إناث.

5- سؤال 05: مسؤولية الموظف في العمل

جدول رقم (29): توزيع عينة الموظفين حسب المسؤولية في العمل

الخيارات	التكرار	النسبة المئوية (%)
مدير	1	3,33
رئيس مصلحة	3	10
مسؤول فرعي	5	16,67
تقني	7	23,33
عامل بسيط	14	46,67
المجموع	30	100

المصدر: من إعداد الطلبة بالإعتماد على نتائج الإستبيان

نلاحظ من الجدول أن الفئة الغالبة على عينة الدراسة هي فئة العامل البسيط بنسبة 46,67% إلا أن هذه الفئة لا تتعامل بالمعاملات المصرفية الالكترونية بينما يتم التركيز ما نسبته 23,33% من الموظفين الذين هم عبارة عن تقنيين وأن هذه الفئة هي المخول لها بالتعامل بالعمليات المصرفية الالكترونية.

الجزء الثاني: خاص بالجانب العملي للموظفين

سنتطرق في هذا الجزء عن رأي الموظفين فيما يخص المعاملات المصرفية الالكترونية التي يقومون بتقديمها على مستوى الوكالة.

1- سؤال 01: كيف هي علاقتكم بالزبائن؟

**جدول رقم (30): توزيع عينة الموظفين حسب علاقتهم بالزبائن**

الخيارات	التكرار	النسبة المئوية (%)
جيدة جدا	6	20
جيدة	14	46,67
مقبولة	10	33,33
سيئة	00	00
سيئة جدا	00	00
المجموع	30	100

المصدر: من إعداد الطلبة بالإعتماد على نتائج الإستبيان

نلاحظ من جدول التكرارات أن نسبة 46,67% من مجموع الموظفين المستقصين أن علاقتهم بالزبائن جيدة وأن نسبة 33,33% منهم يقرون بأن علاقتهم مع الزبائن مقبولة في حين أن نسبة 20% من الموظفين أدلوا بأن علاقتهم بالزبائن جيدة جدا، وما يمكن إستنتاجه أن علاقة الموظفين بالزبائن جيدة بمعنى أن الموظفين يستمعون لإقتراحات الزبائن وكذلك الشكاوى والإحتجاجات.

**سؤال 02:** ما رأيكم في الخدمات المصرفية الالكترونية المقدمة من طرف الوكالة ؟  
**جدول رقم (31):** توزيع عينة الموظفين حسب رأيهم في الخدمة المصرفية الالكترونية المقدمة من طرف الوكالة

الخيارات	التكرار	النسبة المئوية (%)
جيدة جدا	6	20
جيدة	13	43,33
متوسطة	11	36,67
رديئة	00	00
المجموع	30	100

المصدر: من إعداد الطلبة بالإعتماد على نتائج الإستبيان

نلاحظ من جدول التكرارات أن النسبة الغالبة على العينة هي 63,33% من الموظفين الذين أقرروا بأن الخدمات المصرفية الالكترونية المقدمة من طرف الوكالة جيدة ثم تليها في المرتبة الثانية نسبة 36,67% من الموظفين الذين قالوا بأنها متوسطة، وعلى الرغم من أن النسبة الغالبة تؤكد أن مستوى الخدمة الالكترونية جيد إلا أن هذا لا يمثل رأي الشريحة المتخصصة في العمليات المصرفية الالكترونية كما يؤكد السؤال رقم (05)، وعلى هذا الأساس فإنه يمكن الحكم أن مستوى الخدمة الالكترونية متوسطة وهي لم ترقى بعد إلى المستوى المطلوب.

**سؤال 03:** ما رأيكم في الخدمة المصرفية الالكترونية المقدمة من حيث الجودة ؟  
**جدول رقم (32):** توزيع عينة الموظفين حسب رأيهم في الخدمة الالكترونية المقدمة من حيث الجودة

الخيارات	التكرار	النسبة المئوية (%)
عالية	8	26,67
متوسطة	22	73,33

00	00	رديئة
100	30	المجموع

المصدر: من إعداد الطلبة بالإعتماد على نتائج الاستبيان

توحي النسبة الأكبر و التي تمثل 73,33% أن مستوى الخدمات الالكترونية متوسطة و هذا راجع ربما لحدثة البنك في مجال الخدمات الالكترونية و عدم تمكن موظفيه من التحكم في التقنيات الجديدة و كذا الوسائل المستخدمة على الرغم من أن هاته النسبة لا تعبر بصفة كلية عن رأي التقنيين الذين يمثلون الشريحة الأهم في مجال الخدمات الالكترونية.

3- سؤال 04: عن طريق أي وسيلة تعلمون الزبائن بالوسائل الالكترونية الجديدة المتوفرة على مستوى الوكالة ؟

جدول رقم (33): توزيع عينة الموظفين حول الوسيلة المستخدمة لإعلام الزبائن بالخدمات الالكترونية الجديدة

الخيارات	التكرار	النسبة المئوية (%)
الصحف والمجلات	6	20
منشورات	20	66,67
الهاتف الخليوي	00	00
البريد الالكتروني	00	00
موقع البنك	4	13,33
المجموع	30	100

المصدر: من إعداد الطلبة بالإعتماد على نتائج الاستبيان

نلاحظ من الجدول أن نسبة 86,67% من مجموع الموظفين المستقصيين الذين يقرون بأنهم يعلمون الزبائن عن طريق الصحف والمجلات والمنشورات مما يعني أن البنك يستعين بأساليب تقليدية في طريقة الإشهار والإعلان عن المنتجات الالكترونية، بينما نلاحظ أن نسبة 13,33% من الموظفين الذين أدلوا بأن إعلام زبائنهم يكون عن طريق موقع البنك وتعتبر هذه النسبة ضعيفة مقارنة بالوسائل التقليدية.

4- سؤال 05: هل يتقن موظفو البنك أداء العمليات المصرفية الالكترونية ؟

جدول رقم (34): توزيع عينة الموظفين حسب إتقانهم لأداء العمليات المصرفية الالكترونية

الخيارات	التكرار	النسبة المئوية (%)
نعم	11	36,66
لا	19	63,34
المجموع	30	100

المصدر: من إعداد الطلبة بالإعتماد على نتائج الاستبيان

إن نسبة 63,34% من موظفي البنك يتقنون أداء العمليات المصرفية الالكترونية المتاحة و المعتمدة لدى البنك و هذه النسبة تمثل رأي التقنيين و البسطاء المخول لهم أداء بعض الخدمات المصرفية الالكترونية، و تبقى نسبة 36,66% تمثل الشريحة الغير معنية بهذا النوع من الخدمات.

5- سؤال 06: ما هي الصعوبات التي تواجهونها عند تقديم خدمات مصرفية إلكترونية؟  
جدول رقم (35): توزيع عينة الموظفين حول الصعوبات التي يواجهونها أثناء تقديمهم لخدمة إلكترونية

الخيارات	التكرار	النسبة المئوية (%)
صعوبة تفهم الزبون وتحديد رغباته	10	33,34
صعوبة تقديم المعلومات بشكل كافي	02	6,66
عدم إهتمام الزبائن بالمعلومات التي يجب تقديمها إليه	12	40
لا توجد أي صعوبات	06	20
المجموع	30	100

المصدر: من إعداد الطلبة بالإعتماد على نتائج الإستبيان

فيما يخص الصعوبات التي تواجه موظفوا البنك عند تقديم الخدمات المصرفية الإلكترونية، أعلى نسبة كانت بخصوص عدم إهتمام الزبون بالمعلومات المقدمة إليه ب 40%، أما الثاني فكان لصعوبة تفهم الزبون وتحديد رغباته بنسبة 33,34% ثم تليها نسبة 20% من مجموع الموظفين المستقصين الذين قالوا أنهم لا يواجهون أي صعوبات، وفي الأخير نجد الموظفين الذين أقروا بصعوبة تقديم المعلومات بشكل كافي، ويمكن إرجاع ذلك إلى أنواع الزبائن وبالتالي فالموظفين يجدون صعوبة مع الزبائن ذوي المستوى المتدني.

6- سؤال 07: حسب ما ترونه من تصرفات الزبائن في رأيكم ما هي أهم المعاملات المصرفية الإلكترونية التي يهتم بها الزبائن أكثر؟

جدول رقم (36): توزيع عينة الموظفين حسب العمليات المصرفية الإلكترونية التي يهتم بها الزبائن أكثر

الخيارات	التكرار	النسبة المئوية (%)
عملية سحب	25	50
عملية دفع	18	36
عملية تحويل من حساب إلى حساب	6	12
تجارة خارجية	1	2
المجموع	50	100

المصدر: من إعداد الطلبة بالإعتماد على نتائج الإستبيان

نلاحظ من جدول التكرارات أن نسبة 50% من مجموع الموظفين المستقصين يدلون بأن الزبائن يهتمون بعملية السحب كون معظم زبائن البنك عبارة عن موظفين وإطارات، وتأتي في المرتبة الثانية نسبة 36% منهم يقرون بأن الزبائن يهتمون بعملية دفع إلكتروني نظرا لإدخال التجار وسيلة دفع إلكتروني TPE في محلاتهم، وكذلك نسبة 12% من الموظفين

الذين أدلوا بأنهم يهتمون بعمليات التحويل من حساب لآخر (حساب توفير) لأنها خدمة جديدة أدخلت على البنك سنة 2011، في حين نجد نسبة 2% من الموظفين قالوا بأن الزبائن يهتمون بالتجارة الخارجية.

7- سؤال 08: هل تلقيتم تكويناً خاصاً في تطبيق المعاملات المصرفية الالكترونية؟  
جدول رقم (37): توزيع عينة الموظفين إن كانوا قد تلقوا تكويناً بخصوص المعاملات المصرفية الالكترونية

الخيارات	التكرار	النسبة المئوية (%)
نعم	10	33,34
لا	02	6,66
إكتسبت الخبرة في الميدان	18	60
المجموع	30	100

المصدر: من إعداد الطلبة بالإعتماد على نتائج الاستبيان

نلاحظ من جدول التكرارات أن نسبة 60% من مجموع الموظفين المستقصين إكتسبوا الخبرة في الميدان، في حين نجد نسبة 33,34% تلقوا تكويناً بخصوص هذه المعاملات، بينما ما نسبته 6,66% من مجموع الموظفين لم يتلقوا أي تكوين بخصوص المعاملات المصرفية الالكترونية، وما يمكن إستنتاجه أن نسبة 33,34% هي المخول لها أداء العمليات المصرفية الالكترونية، أما بقية الموظفين فهم غير معينين بأداء مثل هذه العمليات ومهامهم تعتمد على وسائل تقليدية في أداء وظائفهم المهنية.

### خلاصة الفصل:

من خلال هذه الدراسة الميدانية تمكنا من إسقاط الجانب النظري لبحثنا على أرض الواقع وإستطعنا تقييم المعاملات المصرفية الالكترونية في أحد من البنوك الجزائرية ألا وهو بنك الفلاحة والتنمية الريفية (BADR) وكالة قالمة.  
حيث قدمنا وصف شامل لهذا البنك من إسمه، نشأته، تطوره، وهيكله التنظيمي، كما بينا أهدافه ووظائفه، ودراسة واقع الصيرفة الالكترونية ومدى توفرها على مستوى الوكالة، بالإضافة إلى هذا قمنا بتحليل ودراسة نتائج الاستبيان وهذا ما سمح لنا بإستخلاص:



أن المعاملات المصرفية الالكترونية المتوفرة على مستوى الوكالة لا تزال في بدايتها ولم ترقى بعد إلى المستوى المطلوب، وهذا راجع إلى محدودية الوسائل الالكترونية المعتمدة من طرف البنك والمتمثلة في البطاقات المغناطيسية وأجهزة الصراف الآلي.

## الخاتمة العامة

من خلال هذه الدراسة تم عرض عمليات الصيرفة الالكترونية من خلال ابتكار وسائل دفع الكترونية مثل بطاقات الائتمان مستغلة شبكة المعلوماتية في إجراء عمليات التسديد، وابتكار نقود رقمية إفتراضية لا تعتمد على حسابات بنكية حقيقية وإنما على قيم نقدية إفتراضية مخزنة على وسائل الكترونية متنوعة، يتم من خلالها تسديد قيم المشتريات الكترونيا دون النظر إلى قيم الحسابات الموجودة في البنوك من العملات التقليدية، ومن ثم أهم الخدمات التي تقدمها البنوك الالكترونية، عن طريق توضيح مدى الإمتزاج والترابط الكبير بين نظم التكنولوجيا وتطور نظم الدفع والسداد المصرفية الالكترونية.

إن تبني الصيرفة الالكترونية بكل ما تتطلبه من بيئة مناسبة تساهم في بناء الإقتصاد الرقمي وتطور التجارة الالكترونية، مما يتطلب تدخل الدولة لإيجاد بيئة الكترونية إذ يكون دور الدولة مهما من خلال الإشراف والرقابة فضلا عن دعم وتطوير القطاع الخاص حتى يسهم في تطوير وإيجاد البيئة اللازمة للتجارة الالكترونية والصيرفة الالكترونية على حد سواء.

ومن هنا فقد تم عرض واقع وآفاق الصيرفة الالكترونية في الجزائر والجاهزية الالكترونية للبنوك وأهم الأنظمة المتبناة ووضعيات قطاع الإعلام الإتصال، وإستخدام أدوات الدفع الحديثة وإنتشارها ومعوقات تبني خدمات الصيرفة الالكترونية وعليه تبين أن هناك تحديات أمام الصيرفة الالكترونية في الجزائر مقارنة مع ما هو سائد في العالم المتقدم.

### أولاً: إختبار فرضيات الدراسة

من أجل مسابقة أحدث ما وصل إليه العلم في مجال التكنولوجيا ينبغي تطوير إمكانيات العاملين وقدراتهم لإستيعاب التطورات في مجال الخدمات المصرفية الالكترونية.

من المؤكد أن قرصنة الانترنت يطورون من أساليبهم بإستمرار من أجل الوصول إلى معلومات شخصية تمكنهم من الشراء عبر الانترنت بأموال غيرهم، إضافة إلى أن هذه المعلومات تمر بالعديد من أجهزة الكمبيوتر قبل وصولها للمرسل إليه، فكل جهاز تمر به المعلومة يمكن المسؤول عن هذا الجهاز الإحتفاظ بنسخة عنها مما يزيد من حجم الخطر الذي لا يمكن تجاهله، ومن هنا يأتي التحدي الأساسي للبنوك الالكترونية، حيث يجب محاولة القضاء على كل خطر يتعرض للمعلومات أثناء عقد الصفقات، على الأقل إذا لم يتم إبعاد خطر إعتراض المعلومات يجب جعل المعلومات غير قابلة للإستعمال من طرف قرصنة الانترنت، وهذا ما يثبت صحة الفرضية الأولى.

في إطار إستعمال وإعتماد الصيرفة الالكترونية، يجب على المصارف الجزائرية أن تعيد هيكلة جهازها وتحديث إدارتها وذلك بإدخال مختلف الوسائل التكنولوجية، فضلا عن نشر الوعي المصرفي الالكتروني ببذل مزيد من الجهود كونه يعتبر أحد الركائز الأساسية في إنجاح مشروع الصيرفة الالكترونية في الجزائر وهذا ما تثبته صحة الفرضية الثانية.

إن الإنتشار الواسع للعولمة في سوق الخدمات المصرفية والمالية أدى إلى إشتداد المنافسة بين البنوك، تقتضي إستعداد البنوك الجزائرية للمنافسة وتحديث خدماتها، عن طريق التطوير في العديد من الوسائل الالكترونية المتاحة، الشيء الذي فرض إعتقاد هذه الأخيرة في النظام ديناميكية أكبر في مجال المنافسة، فهي طريقة تساهم في تحسين أداء

الخدمة المصرفية الالكترونية وزيادة أكبر في الكفاءات وتقليل التكاليف وربح الوقت، وهذا ما تثبته صحة الفرضية الثالثة.

#### ثانياً: النتائج العامة للدراسة

من خلال ما تم عرضه في هذه الدراسة، وكذا حالة وواقع الصيرفة الالكترونية في الجزائر يمكن تقديم النتائج المتوصل إليها في النقاط التالية:

#### ✓ نتائج الدراسة النظرية

1- تبني البنوك الصيرفة الالكترونية يعني نقل كافة آليات الإدارة على الشبكة ببسر بما يحقق سرعة في الأداء وحسن إستغلال إمكانيات البنك بما يوفر الوقت والجهد والنفقات على العملاء.

2- التحول إلى الأعمال الالكترونية والصيرفة الالكترونية على وجه الخصوص ضرورة للدخول إلى إقتصاد المعرفة والإقتصاد الرقمي.

3- فيما يخص وسائل الدفع الالكترونية هناك جهود من قبل السلطات الجزائرية تتمثل في إصدار بعض البطاقات المصرفية الالكترونية وتطوير شبكة البريد والإتصالات إلا أنها دون تطلعات مستقبلية.

4- دخول الجزائر عالم الصيرفة على الخط من خلال شركة الجزائر لخدمات الصيرفة الالكترونية وقيامها بتزويد البنوك بهذه التقنية من شأنه أن يوسع من دائرة أعمال الصيرفة الالكترونية.

5- لا يزال العمل المصرفي الالكتروني في مراحله الأولى ما يساعد على الإستعداد الجيد لمواجهة مختلف المخاطر المترتبة عنه.

#### ✓ نتائج الدراسة الميدانية

1- عمليات الصيرفة الالكترونية وسيلة جديدة من وسائل المعاملات المصرفية فيما بين البنك وزبائنه وتعتبر كنتيجة حتمية فرضها التطور التكنولوجي والإقتصاد الرقمي.

2- لا تزال البنية التحتية التقنية لأعمال الصيرفة الالكترونية بالبنوك الجزائرية غير مهيأة كما ينبغي وتحتاج إلى بناء شبكة انترنت وتأمين خدمة الإتصالات لتضمن خدمة الزبائن على أحسن وجه.

3- بالرغم من المزايا الهائلة التي تقدمها وسائل الدفع الإلكتروني للعميل إلا أنه لا يميل إلى التعامل بها وذلك لعدم ثقته بالنظم المعلوماتية وجهله للتطورات التكنولوجية الحاصلة في المجال المصرفي، إذ أنه يميل إلى الوسائط التقليدية وخاصة النقود الورقية أو المعدنية.

4- نقص الإعلام المصرفي الإلكتروني يعتبر نقطة ضعف للبنك الفلاحة والتنمية الريفية.

5- عدم وجود تعاون وتنسيق بين فروع ووحدات بنك الفلاحة والتنمية الريفية في مجال الصناعة المصرفية والمالية وإستثمار المعلومات.

#### ثالثاً: توصيات الدراسة

من خلال ما تقدم عرضه بالتحليل والنقاش في الجانب النظري، وكذلك من خلال إستعراض واقع وأفاق الصيرفة الالكترونية في الجزائر وفي ظل النتائج المتوصل إليها فإننا نقدم وبكل تواضع مجموعة من الإقتراحات والتوصيات وذلك من أجل إرساء جهاز صيرفة الكترونية تتجاوز العقبات والصعاب التي صادفت بعض البلدان وخاصة النامية منها وحتى

تتمكن الجزائر من إستغلال نتائج التطور التكنولوجي الذي يعرفه العالم اليوم على الساحة البنكية:

- 1- التوجه نحو منظومة قانونية وتشريعية شاملة لتسيير عمليات الصيرفة الالكترونية في الجزائر، أخذا بعين الإعتبار تجارب ونماذج لدول متقدمة في هذا المجال ومراعاة للمعايير المهنية وخصوصيات المجتمعات المحلية.
- 2- توفير بيئة أعمال آمنة تمكن من تبادل المعلومات وعقد الصفقات وعدم إختراق الأنظمة الحمايية الأمامية للبنوك، وإستخدام أنظمة الإنذار المبكر وعدم السماح بالدخول إلا بالنسبة لعملاء البنوك المصرح لهم.
- 3- ضرورة إعادة هندسة الأعمال المصرفية بتبني أعمال الصيرفة الالكترونية وإعطائها دفعة قوية بغية تحقيق ميزة تنافسية تساعد على تحسين الخدمة وزيادة الحصة السوقية للبنوك.
- 4- كي تتمكن الجزائر من الإستفادة من التقدم التكنولوجي بشكله الأمثل في القطاع المالي والتجاري لابد من وضع معايير تقنية موحدة من أجل إنشاء منظومة إتصالات مترابطة والإسراع في مد الشبكة المصرفية من أجل ضمان سرعة تنفيذ المعاملات المصرفية بما يتماشى والمنافسة المرتقبة.
- 5- ضرورة إنضمام الجزائر إلى بنك التسوية الدولية، فهذا البنك تنتمي إليه معظم المصارف المركزية في العالم، فهو يساعد البلدان المنظمة إليه على إقامة أنظمة دفع الكترونية وتبني الصيرفة الالكترونية من خلال الدعم الفني والمالي والتقني من طرفه.
- 6- ينبغي أن ندرك أن وضعية الجزائر المالية حاليا فرصة لا تعوض وينبغي إستغلالها في إنجاز مشاريع الدفع الالكتروني والصيرفة الالكترونية على سبيل الأولوية.
- 7- إصدار قوانين وتشريعات لضمان نجاح عملية التحول إلى عمليات الصيرفة الالكترونية والتجارة الالكترونية، وكذلك نشر ثقافة مالية ومصرفية من خلال الوسائل الإعلامية المتنوعة داخل المجتمع.

#### رابعا: آفاق الدراسة

إن دراسة وضعية عمليات الصيرفة الالكترونية في الجزائر، من خلال عرض واقع تقديم الخدمة المصرفية الالكترونية، والإطلاع على مجريات ومشكلات الدفع الالكتروني، ومدى تطور مسار تقديم الخدمات الالكترونية التي من شأنها أن تزيد من نصيب التجارة الالكترونية في بلادنا، وتضع الأسس والقواعد السليمة لميلاد إقتصاد الكتروني رقمي رائد، يراهن على المعرفة والإبداعات المالية وتأهيل الموارد البشرية، وتتجلى هذه الآفاق حسب رأينا فيما يلي:

- 1- تنفيذ مشروع الدفع الالكتروني وتعميمه على المصارف وباقي المنشآت الإقتصادية.
- 2- دور قانون المعاملات الالكترونية في تفعيل خدمة الإقتصاد الرقمي.
- 3- مشروع الإقتصاد الرقمي في الجزائر وآفاقه.
- 4- تنفيذ مشروع الحكومة الالكترونية التحديات والآفاق.

## قائمة المراجع

### أولاً: الكتب

1. أبو فروة محمود محمد ، الخدمات البنكية الالكترونية عبر الانترنت، دار الثقافة للنشر و التوزيع، الطبعة الأولى- الأردن، عمان- 2009.
2. الجداية محمد نور صالح و جودت كلف سناء، التجارة الالكترونية، دار الحامد للنشر و التوزيع، الطبعة الثانية – الأردن، عمان- 2012.
3. الجزار جعفر، البنوك في العالم أنواعها و كيف تتعامل معها، دار النفائس، الطبعة الثالثة- لبنان، بيروت- 1993.
4. الجنيهي منير محمد و الجنيهي ممدوح محمد ، النقود الالكترونية، دار الفكر الجامعي-مصر، الإسكندرية- 2005.
5. الجنيهي منير محمد و الجنيهي ممدوح محمد، أمن المعلومات الالكترونية، دار الفكر الجامعي- مصر، الإسكندرية- 2005.
6. الجنيهي منير و الجنيهي ممدوح، البنوك الالكترونية، دار الفكر الجامعي- مصر، الإسكندرية- 2006.
7. الحداد وسيم محمد و آخرون، الخدمات المصرفية الالكترونية، دار الميسرة للنشر و التوزيع و الطباعة، الطبعة الأولى- الأردن، عمان- 2012.
8. الراوي خالد وهيب، إدارة العمليات المصرفية، دار المناهج للنشر و التوزيع، الطبعة الثانية- الأردن، عمان- 2003.
9. الرومي محمد أمين، المستند الالكتروني، دار الفكر الجامعي، الطبعة الأولى- مصر، الإسكندرية.
10. السيد أحمد عبد الخالق ، التجارة الالكترونية و العولمة، منشورات المنظمة العربية للتنمية الإدارية – مصر، القاهرة- 2006.
11. الشافي نادر عبد العزيز ، المصارف و النقود الالكترونية، المؤسسة الحديثة للكتاب، لبنان، 2002.
12. الشمري ناظم محمد نوري و عبد اللات عبد الفتاح زهير ، الصيرفة الالكترونية، دار وائل للنشر، الطبعة الأولى – الأردن، عمان- 2008.
13. الشهر إنعام علي توفيق، أساليب قياس قيمة المعلومات، مؤسسة الورق للنشر و التوزيع، الطبعة الأولى- الأردن، عمان- 2010.
14. الشواربي عبد الحميد و الشواربي محمد، إدارة مخاطر التعثر المصرفي، المكتب الجامعي الحديث، الطبعة الأولى- مصر، الإسكندرية- 2007.
15. الشورى عايد جلال، وسائل الدفع الالكتروني، دار الثقافة للنشر و التوزيع، الطبعة الأولى – الأردن، عمان- 2008.
16. الصمادي حازم نعيم ، المسؤولية في العمليات المصرفية الالكترونية، دار وائل للنشر، الطبعة الأولى- الأردن، عمان- 2003.
17. الصيرفي محمد، إدارة المصارف، دار الوفاء لندنيا الطباعة و النشر، الطبعة الأولى-

- مصر، الإسكندرية- 2007.
18. الطائي محمد حسين، التجارة الالكترونية المستقبل الواعد للأجيال القادمة، دار الثقافة للنشر و التوزيع- الأردن، عمان- 2010.
19. العيادي أحمد صبحي، إدارة العمليات المصرفية و الرقابة عليها، دار الفكر ناشرون و موزعون، الطبعة الأولى- الأردن، عمان- 2010.
20. العيساوي عبد الكريم جابر ، الاندماج و التملك الاقصاديان، مركز الإمارات للدراسات و البحوث الإستراتيجية، الطبعة الأولى-الإمارات العربية المتحدة، أبو ظبي- 2007.
21. الكيلاني محمود، الموسوعة التجارية و المصرفية التشريعات التجارية و الالكترونية، دار الثقافة للنشر و التوزيع، الطبعة الأولى- الأردن، عمان- المجلد الثاني، 2008.
22. النجار عبد الهادي ، بطاقات الائتمان و العمليات المصرفية الالكترونية، الجديد في أعمال المصارف من الوجهتين القانونية و الاقتصادية، أعمال المؤتمر العلمي السنوي، الجزء الأول، منشورات الحلبي الحقوقية، كلية الحقوق، جامعة بيروت، لبنان، 2002.
23. النجار فريد، الاقتصاد الرقمي، الدار الجامعية، الطبعة الأولى- مصر، الإسكندرية- 2007.
24. الوادي محمود حسين و آخرون، إدارة الجودة الشاملة في الخدمات المصرفية، دار صفاء للنشر و التوزيع، الطبعة الأولى- الأردن، عمان- 2010.
25. بخراز يعدل فريدة، تقنيات و سياسات التسعير المصرفي، ديوان المطبوعات الجامعية، الطبعة الرابعة، الجزائر، 2008.
26. حماد طارق عبد العال، التطورات العالمية و إنعكاساتها على أعمال البنوك، الدار الجامعية للنشر و التوزيع- مصر، الإسكندرية- 2003.
27. حميدات محمود، مدخل للتحليل النقدي، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2000.
28. خبايا عبد الله ، الاقتصاد المصرفي، مؤسسة شباب الجامعة- مصر، الإسكندرية- 2008.
29. ذوابة حمد عمر، عقد التحويل المصرفي الالكتروني، دار الثقافة للنشر و التوزيع، الطبعة الأولى- عمان، الأردن- 2006.
30. رأفت رضوان، عالم التجارة الالكترونية، منشورات المنظمة العربية للتنمية الإدارية، الطبعة الأولى- مصر، القاهرة- 1999.
31. سفر أحمد ، العمل المصرفي الالكتروني في البلدان العربية، المؤسسة الحديثة للكتاب ناشرون، لبنان، 2002.
32. سلطان الطائي يوسف حجيم و دباس العبادي هاشم فوزي، التسويق الالكتروني، الورق للنشر و التوزيع، الطبعة الأولى- الأردن، عمان- 2009.
33. طالب علاء فرحان و الغزالي فاضل راضي ، إدارة التحديات الإستراتيجية في

34. البنوك، دار صفاء للنشر و التوزيع، الطبعة الأولى- الأردن، عمان- 2009. طلعت عبد الحميد أسعد، التسويق الفعال "كيف تواكب تحديات القرن الحادي و العشرين"، منشأة المعارف للنشر و التوزيع- مصر، الإسكندرية- 2000.
35. طه طارق، إدارة البنوك في بيئة العولمة و الانترنت، دار الجامعة الجديدة- مصر، الإسكندرية- 2007.
36. طه طارق، إدارة البنوك و تكنولوجيا المعلومات، الدار الجامعية الجديدة- مصر، الإسكندرية- 2007.
37. عبد الرحيم محمد إبراهيم ، اقتصاديات النقود و البنوك، دار التعليم الجامعي – مصر، الإسكندرية- 2014.
38. عبد الله خالد أمين، العمليات المصرفية و الطرق الحاسوبية الحديثة، دار وائل للنشر- الأردن، عمان- 1998.
39. غنيم أحمد محمد ، إدارة البنوك، المكتبة العصرية للنشر و التوزيع، الطبعة الأولى، مصر، 2007.
40. لبيب إبراهيم أحمد السيد ، الدفع بالنقود الالكترونية الماهية و التنظيم القانوني دراسة تحليلية و مقارنة، دار الجامعة الجديدة- مصر، الإسكندرية- 2009.
41. لطرش الطاهر، تقنيات البنوك، ديوان المطبوعات الجامعية، الطبعة السابعة، الجزائر، 2010.
42. لعراف فائزة، مدى تكيف النظام المصرفي الجزائري مع معايير لجنة بازل و أهم إنعكاسات العولمة، دار الجامعة الجديدة- مصر، الإسكندرية- 2013.
43. لعشب محفوظ، الوجيز في القانون المصرفي الجزائري، ديوان المطبوعات الجامعية، الطبعة الثانية، الجزائر، 2006.
44. محمود عامر محمد، التجارة الالكترونية، مكتبة المجتمع العربي للنشر و التوزيع، الطبعة الأولى- الأردن، عمان- 2006.
45. منصور محمد حسين، المسؤولية الالكترونية، الدار الجامعية الجديدة- مصر، الإسكندرية- 2008.
46. نجم عبود نجم، إدارة الإبتكار المفاهيم و الخصائص و التجارب الحديثة، دار وائل للنشر، الطبعة الأولى- الأردن، عمان- 2003.
47. هاني حامد الضمور، تسويق الخدمات، دار وائل للنشر و التوزيع- الأردن، عمان- 2002.

#### ثانيا: الرسائل العلمية

48. بريكة السعيد، واقع عمليات الصيرفة الالكترونية و آفاق تطورها في الجزائر، مذكرة دكتوراه غير منشورة في العلوم الإقتصادية، تخصص بنوك و تأمينات، كلية العلوم الإقتصادية و علوم التسيير و العلوم التجارية، جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي، 2010-2011.
49. بعلي حسين مبارك، إمكانيات رفع كفاءة أداء الجهاز المصرفي الجزائري في ظل التغيرات الاقتصادية و المصرفية المعاصرة، رسالة ماجستير غير منشورة، في علوم

- التسيير، تخصص إدارة مالية، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير و العلوم التجارية، جامعة منتوري، قسنطينة، 2011-2012.
50. جنان حورية، دور الصيرفة الالكترونية في تحسين جودة الخدمات المصرفية، مذكرة ماستر أكاديمي غير منشورة في المالية و البنوك، قسم العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية و علوم التسيير و العلوم التجارية، جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي، 2012-2013.
51. رحال عادل، تحديث الخدمة المصرفية لمواجهة إختلالات المنظومة المصرفية في ظل التوجه نحو إقتصاد السوق، مذكرة ماجستير غير منشورة في العلوم الاقتصادية، تخصص اقتصاد التنمية، كلية العلوم الاقتصادية و علوم التسيير و العلوم التجارية، جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2013-2014.
52. سعدان آسيا، تأهيل النظام البنكي الجزائري في ظل التطورات المالية العالمية، مذكرة ماجستير غير منشورة في علوم التسيير، تخصص نقود و مالية، كلية العلوم الاقتصادية و علوم التسيير و العلوم التجارية، جامعة 08 ماي 1945، قالمة، 2005-2006.
53. سيد أحمد معطى، واقع و تأثير التكنولوجيا الجديدة للإعلام و الإتصال على أنشطة البنوك الجزائرية "دراسة تحليلية إستبائية، حالة البنوك بسعيدة"، مذكرة غير منشورة لنيل شهادة ماجستير في إدارة الأفراد و حوكت الشركات، تخصص حوكت الشركات، كلية العلوم الاقتصادية و علوم التسيير و العلوم التجارية، جامعة أبو بكر بلقايد، تلمسان، 2011-2012.
54. طلحة محمد، الصيرفة الالكترونية و أثرها على الأداء التسويقي على البنوك، مذكرة ماجستير غير منشورة في العلوم المالية، قسم علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية و علوم التسيير و العلوم التجارية، جامعة يحي فارس، المدينة، 2008-2009.
55. فلفلي الزهرة، حوكمة الشركات و دورها في إدارة و تخفيض المخاطر المصرفية و محاولة إسقاطها على البنوك التجارية، مذكرة ماجستير غير منشورة في العلوم الاقتصادية، تخصص نقد بنك و تمويل، كلية العلوم الاقتصادية و علوم التسيير و العلوم التجارية، جامعة باجي مختار، عنابة، 2010.
56. لوصيف عمار، إستراتيجية نظام المدفوعات للقرن الحادي و العشرين مع الإشارة للتجربة الجزائرية، مذكرة غير منشورة لنيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية، تخصص التحليل و الإشراف الاقتصادي، جامعة منتوري، قسنطينة، 2008-2009.
57. محمد قاسم فهمي السعيد، نظم المعلومات و تكنولوجيا الاتصالات في تحسين الخدمة المصرفية، مذكرة دكتوراه غير منشورة في العلوم المالية و التجارية، قسم علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية و علوم التسيير و العلوم التجارية، جامعة باجي مختار، عنابة، 2010-2011.

### ثالثا: الملتقيات و المؤتمرات العلمية

58. إبراهيم الشرقاوي محمود أحمد، مفهوم الأعمال المصرفية الالكترونية و أهم تطبيقاتها، مؤتمر الأعمال المصرفية الالكترونية بين الشريعة و القانون، غرفة



59. الطيب ياسين و مطاي عبد القادر، متطلبات الصيرفة الالكترونية في ظل الرهانات المستقبلية، الملتقى الدولي حول المعرفة في ظل الإقتصاد الرقمي و مساهمتها في تكوين المزايا التنافسية للبلدان العربية، مخبر العولمة و إقتصاديات شمال إفريقيا، جامعة حسبية بن بوعلي، الشلف، يومي 10-12 ماي 2003، المجلد الأول.
60. العامري موسى عيسى، الشيك الذكي، مؤتمر الأعمال المصرفية الالكترونية بين الشريعة و القانون، غرفة التجارة و الصناعة، دبي، يومي 10-12 ماي 2003، المجلد الأول.
61. آيت زيان كمال و آيت زيان حورية ، الصيرفة الالكترونية في الجزائر، الملتقى العلمي الدولي الرابع حول عصرنه نظام الدفع في البنوك الجزائرية و إشكالية اعتماد التجارة الالكترونية في الجزائر، المركز الجامعي خميس مليانة، الشلف، يومي 26-27 أبريل 2011.
62. بريش السعيد و طيب سارة، إدارة المخاطر كمدخل معاصر لتعزيز العمل المصرفي الالكتروني في ظل التطورات التكنولوجية "فرص و تحديات التجربة الجزائرية" الملتقى الوطني الثالث حول الصيرفة الالكترونية التقليدية و متطلبات التمويع الجيد، كلية العلوم الإقتصادية و علوم التسيير و العلوم التجارية، جامعة العربي بن مهدي، أم البواقي، يومي 02-03 ديسمبر 2013.
63. بن شريف مريم، الأعمال المصرفية الالكترونية "الرهانات و التحديات" إشكالية الإشراف و الرقابة المصرفية، الملتقى العلمي الدولي الرابع حول عصرنه نظام الدفع في البنوك الجزائرية و إشكالية اعتماد التجارة الالكترونية في الجزائر، المركز الجامعي خميس مليانة، يومي 26-27 أبريل 2011.
64. بودي عبد القادر عبد و بودي الصمد ، تكنولوجيا الانترنت كأداة لتميز الخدمات المصرفية مع الإشارة لحالة البنوك الجزائرية، الملتقى العلمي الدولي الرابع حول عصرنه نظام الدفع في البنوك الجزائرية و إشكالية اعتماد التجارة الالكترونية في الجزائر، كلية العلوم الإقتصادية و علوم التسيير و العلوم التجارية، المركز الجامعي خميس مليانة، الشلف، يومي 26-27 أبريل 2011.
65. حسين رحيم و معراج هواري، الصيرفة الالكترونية كمدخل لعصرنه المصارف الجزائرية، ملتقى المنظومة المصرفية الجزائرية و التحولات الإقتصادية "واقع و تحديات"، كلية العلوم الإنسانية، جامعة حسبية بن بوعلي، الشلف، 14-15 ديسمبر 2004.
66. حمد النيل عبد المنعم محمد الطيب، العولمة و آثارها على المصارف "نظرة شمولية"، ملتقى المنظومة المصرفية الجزائرية و التحولات الإقتصادية "واقع و تحديات"، كلية العلوم الإنسانية، جامعة حسبية بن بوعلي، الشلف، يومي 14-15 ديسمبر 2004.
67. خليفة منية، الصيرفة الالكترونية كمدخل لتأهيل و عصرنه البنوك الجزائرية، الملتقى العلمي الدولي الرابع حول عصرنه نظام الدفع في البنوك الجزائرية و إشكالية اعتماد

- التجارة الالكترونية في الجزائر، المركز الجامعي خميس مليانة، يومي 26-27 أفريل 2011.
68. راتول محمد و بومدين نورين، إعتقاد الصيرفة الشاملة كمدخل لتأهيل القطاع المصرفي الجزائري، المؤتمر العلمي الدولي الثاني حول إصلاح النظام المصرفي الجزائري في ظل التطورات العالمية الراهنة، كلية الحقوق و العلوم الاقتصادية، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، يومي 11-12 مارس 2008.
69. ربوح عبد الغني و غردة نور الدين، تطبيق أنظمة الصيرفة الالكترونية في البنوك الجزائرية بين الواقع و الأفق، المؤتمر العلمي الدولي الثاني حول إصلاح النظام المصرفي الجزائري في ظل التطورات العالمية الراهنة، كلية الحقوق و العلوم الاقتصادية، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، يومي 11-12 مارس 2008.
70. رفيق باشوندة و زناتي سليمان، عوامل نجاح الجهاز المصرفي الجزائري، ملتقى المنظومة المصرفية الجزائرية و التحولات الاقتصادية "واقع و تحديات"، كلية العلوم الإنسانية، جامعة حسيبة بن بوعلي الشلف، 14-15 ديسمبر 2004.
71. زغبة طلال و شوق فوزي، أشكال النقد الحديثة كمدخل استراتيجي للحد من مشكلة نقص السيولة و مجابهة مخاطر الإصدار النقدي، الملتقى الوطني الثالث حول الصيرفة الالكترونية التقليدية و متطلبات التوقع الجيد، كلية العلوم الاقتصادية و العلوم التجارية و علوم التسيير، جامعة أم البواقي، يومي 02-03 ديسمبر 2013.
72. زغيب مليكة و حياة نجار، النظام المصرفي الجزائري عبر الإصلاحات الاقتصادية "تطور و تحديات"، الملتقى الوطني الأول حول النظام المصرفي الجزائري "واقع و آفاق"، كلية العلوم الاقتصادية و علوم التسيير و العلوم التجارية، جامعة 08 ماي 1945، قالمة، نوفمبر 2001.
73. زغيب مليكة و نجار حياة، النظام البنكي الجزائري تشخيص الواقع و تحديات المستقبل، ملتقى المنظومة المصرفية و التحولات الاقتصادية "واقع و آفاق" كلية العلوم الإنسانية و العلوم الاجتماعية، جامعة حسيبة بن بوعلي، الشلف، يومي 14-15 ديسمبر 2004.
74. شريف غياط و مهري عبد الملك، إشكالية إعتقاد الصيرفة الالكترونية العصرية في الجزائر بين الواقع و الطموحات، الملتقى الوطني الثالث حول الصيرفة الالكترونية التقليدية و متطلبات التوقع الجيد، كلية العلوم الاقتصادية و علوم التسيير و العلوم التجارية، جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي، يومي 02-03 ديسمبر 2013.
75. عبد المطلب بدوي بلال، البنوك الالكترونية (ماهيتها، معاملاتها، المشاكل التي تثيرها)، مؤتمر الأعمال المصرفية الالكترونية بين الشريعة و القانون، غرفة التجارة و الصناعة، دبي، يومي 10-12 ماي 2003، المجلد الأول.
76. قاسي ياسين و فايدي كمال، إسهامات الصيرفة الالكترونية في تحقيق التنمية المستدامة بالجزائر، الملتقى العلمي الدولي الرابع حول نظام الدفع في البنوك الجزائرية و إشكالية إعتقاد التجارة الالكترونية بالجزائر، كلية العلوم الاقتصادية و علوم التسيير و العلوم التجارية، المركز الجامعي خميس مليانة، الشلف، يومي 26-

27 أبريل 2011.

77. قندوز عبد الكريم و بومدين نورين، الصيرفة الالكترونية في المؤسسات المصرفية كمدخل لبناء الإقتصاد الرقمي في الجزائر، الملتقى العلمي الدولي الثاني حول المعرفة في ظل الإقتصاد الرقمي و مساهمتها في تكوين المزايا التنافسية في البلدان العربية، كلية العلوم الإقتصادية و علوم التسيير و العلوم التجارية، جامعة حسيبة بن بوعلي، الشلف، يومي 04-05 ديسمبر 2007.
78. مولوج كمال و طلحة محمد، الصيرفة الالكترونية و تأثيرها على جودة الخدمات المصرفية، الملتقى العلمي الدولي الرابع حول عصرنه نظام الدفع في البنوك الجزائرية و إشكالية اعتماد التجارة الالكترونية في الجزائر، المركز الجامعي خميس مليانة، يومي 26-27 أبريل 2011.

#### رابعاً: المجلات و الجرائد

79. أبو بكر عمار أنور علي، مشروع المحول القومي للقيود، مجلة المصرفي، مطبوعات مصرف السودان، العدد 35، مارس 2005.
80. بوراس أحمد ، العمليات المصرفية الالكترونية، مجلة العلوم الإنسانية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، العدد 11، ماي 2007.
81. تطار محمد منصف، النظام المصرفي الجزائري و الصيرفة الالكترونية، مجلة العلوم الإنسانية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، العدد الثاني، 2002.
82. سحنون محمود، النقود الالكترونية و أثرها على المصارف المركزية في إدارة السياسة النقدية، مجلة العلوم الإنسانية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، العدد 9، مارس 2006.

#### خامساً: مواقع الانترنت

83. <http://www.startimes.com/f.aspx?t=30245928>.
84. <http://www.i.fomagnews.csy/index.php?inc=issues/showarticle&issuenb=29&id=587>.
85. <http://economicat.com/forums/viewtopic.php?p=12256#p12256>.
86. <http://islamfin.go-forum.net/t1021-topic>.
87. <http://www.internetworldstats.com/stats.htm>.
88. <http://www.alriyadh.com/2005/10/14/article100567.html>.
89. <http://fe.scribd.com/doc/77998138/BADRnet-guide>.

إختر الإجابة عن كل سؤال بوضع علامة (X) في الخانة المناسبة

استمارة أسئلة موجهة لزبائن بنك الفلاحة و التنمية الريفية (وكالة قادمة)

الجزء الأول: خاص بالجانب التعريفي للزبائن

1- فئة أعمار الزبائن التي تتعامل مع الوكالة ؟

أكثر من 50 سنة	من 41-50 سنة	من 31-40 سنة	من 20-30 سنة
----------------	--------------	--------------	--------------

2- وظيفة الزبون المتعامل مع الوكالة ؟

فلاح	تاجر	إطار	موظف	متقاعد	عاطل عن العمل
------	------	------	------	--------	---------------

3- الزبون من حيث الجنس ؟

ذكر	أنثى
-----	------

4- ماهي المدة التي تتعاملون فيها مع الوكالة ؟

أقل من سنتين	من 2-5 سنوات	أكثر من 5 سنوات
--------------	--------------	-----------------

5- المستوى التعليمي للزبون ؟

ابتدائي	متوسط	ثانوي	جامعي
---------	-------	-------	-------

الجزء الثاني: خاص بالجانب العملي للزبائن

1- ماهي المعاملات الالكترونية التي تقومون بها لدى الوكالة ؟

عملية سحب	عملية ايداع	تحويل الكتروني	عمليات قروض	تجارة خارجية
-----------	-------------	----------------	-------------	--------------

2- هل الوكالة تسهل عليكم العمليات المصرفية الالكترونية ؟

نعم	لا
-----	----

3- هل أنت راضي بخصوص المنتجات و الخدمات الالكترونية المقدمة من طرف الوكالة ؟

راض جدا	راض	راض نوعا ما	غير راض
---------	-----	-------------	---------

4- ما رأيك في الخدمة الالكترونية المقدمة من حيث السرعة ؟

فائقة السرعة	عادية	تأخر بسيط	تأخر كبير
--------------	-------	-----------	-----------

5- ما رأيك في الخدمة الالكترونية المقدمة من حيث العمولة ؟

مرتفعة جدا	مرتفعة	مناسبة	منخفضة
------------	--------	--------	--------

6- ما رأيك في الخدمة الالكترونية المقدمة من حيث الجودة ؟

عالية	متوسطة	منخفضة
-------	--------	--------

7- هل تعلمكم الوكالة بمنتجاتها و خدماتها الالكترونية الجديدة ؟

دائما	أحيانا	نادرا	أبدا
-------	--------	-------	------

8- إذا كانت تعلمكم عن طريق أي وسيلة ؟

الصحف و	منشورا	الهاتف	البريد	موقع
---------	--------	--------	--------	------

المجلات ت الخلوي الالكتروني البنك

9- ماهو تقييمك لوقت أداء عملية مصرفية الكترونية داخل الوكالة ؟

سريعة متوسطة بطيئة بطيئة جدا

10- يمتلك موظفو البنك معرفة كافية بالخدمات الالكترونية للرد على استفساراتكم ؟

نعم نوعا ما لا

11- قدمتم من قبل شكاوى أو إحتجاجات بخصوص المعاملات المصرفية الالكترونية ؟

نعم لا

12- كيف كانت إجابة الوكالة على شكاويكم و إحتجاجاتكم ؟

ايجابية سلبية لا مبالاة

13- هل سبق و أن تقدمتم باقتراحات لتحسين الخدمات المصرفية الالكترونية ؟

نعم لا

14- هل تشعر بالأمان بالتعامل بالوسائل الالكترونية مع الوكالة ؟

نعم نوعا ما لا

إختر الإجابة عن كل سؤال بوضع علامة (X) في الخانة المناسبة

**استمارة أسئلة موجهة لموظفي بنك الفلاحة و التنمية الريفية (وكالة قالمة)**  
**الجزء الأول: خاص بالجانب التعريفي بالموظفين:**

1- فئة أعمار الموظفين على مستوى الوكالة؟

من 20-30 سنة	من 31-40 سنة	من 41-50 سنة	أكثر من 50 سنة
--------------	--------------	--------------	----------------

2- ماهو المستوى التعليمي لموظف البنك؟

ابتدائي	ثانوي	متوسط	جامعي
---------	-------	-------	-------

3- أقدميه موظف الوكالة؟

أقل من 3 سنوات	من 3 إلى 5 سنوات	من 5 إلى 10 سنوات	أكثر من 10 سنوات
----------------	------------------	-------------------	------------------

4- الموظف من حيث الجنس؟

ذكر	أنثى
-----	------

1- مسؤولية الموظف في العمل؟

مدير	رئيس مصلحة	مسؤول فرعي	تقني	عامل بسيط
------	------------	------------	------	-----------

**الجزء الثاني: خاص بالجانب العملي للموظفين:**

1- كيف هي علاقتك بالزبائن؟

جيدة جدا	جيدة	مقبولة	سيئة	سيئة جدا
----------	------	--------	------	----------

2- ما رأيك في الخدمات المصرفية الالكترونية المقدمة من طرف البنك؟

جيدة جدا	جيدة	متوسطة	رديئة
----------	------	--------	-------

3- ما رأيك في الخدمة الالكترونية المقدمة من حيث الجودة؟

عالية	متوسطة	رديئة
-------	--------	-------

4- عن طريق أي وسيلة تعلمون الزبائن بالوسائل الالكترونية الجديدة المتوفرة على مستوى الوكالة؟

الصحف و المجلات	منشورات	الهاتف الخليوي	البريد الالكتروني	موقع البنك
-----------------	---------	----------------	-------------------	------------

5- هل يتقن موظفو الوكالة أداء العمليات المصرفية الالكترونية؟

نعم	أحيانا	لا
-----	--------	----

6- ماهي الصعوبات التي تواجهونها عند تقديم الخدمات المصرفية الالكترونية؟

صعوبة تفهم الزبون و تحديد رغباته	صعوبة تقديم المعلومات بشكل كافي	عدم اهتمام الزبائن بالمعلومات التي يجب تقديمها إليه	لا توجد أي صعوبات
----------------------------------	---------------------------------	---	-------------------

7- حسب ما تراه من تصرفات الزبائن في رأيكم ماهي أهم المعاملات المصرفية الالكترونية التي يهتم بها

الزبائن أكثر؟

عمليات السحب	عمليات دفع	عمليات التحويل من حساب لحساب آخر	تجارة خارجية
--------------	------------	----------------------------------	--------------

8- هل تلقيت تكويننا خاصا في تطبيق المعاملات المصرفية الالكترونية؟

نعم	لا	اكتسبت الخبرة في الميدان
-----	----	--------------------------

## واقع وآفاق الصيرفة الالكترونية في البنوك الجزائرية دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية (BADR) – وكالة قالمة-

**الملخص:**

إن إنشاء شبكة الكترونية مصرفية فعالة يتطلب استخدام نظام تسوية إجمالية لكافة القطاعات الاقتصادية، كما يستوجب على المصارف الجزائرية الإستعداد لإستقبال هذه التقنية من خلال إدارتها وتحديث خدماتها (توسيع بطاقات الإئتمان والنقود الالكترونية وتوسيع شبكة الانترنت)، فضلا عن تطوير الإعلام المصرفي للمساهمة في نشر ثقافة مصرفية الكترونية في المجتمع.

**الكلمات المفتاحية:** الصيرفة الالكترونية، وسائل الدفع الالكترونية ، النقود

الالكترونية، النظام المصرفي الجزائري.

### **La réalité et les perspectives de la monétique dans les banques algériennes**

#### **Une étude de cas de la Banque de l'agriculture et du développement rural (BADR)**

**-Agence de Guelma -**

#### **Résumé :**

La création d'un réseau électronique bancaire efficace nécessite l'utilisation d'un système d'égalité globale des secteurs économique, les banques algériennes sont aussi appelé de se préparer à insérer cette technique à travers la modernisation de son administration et ses services (extension l'utilisation des cartes bancaire et le réseau d'internet système), en plus de développer l'information bancaire en participant à la diffusion de la culture bancaire électronique dan la société.

**Les mots clé :** La banque électronique, Méthodes de paiement électroniques, La monnaie électronique, Système bancaire algérien.