جامعة يحي فارس بالمدية

كلية العلوم الاقتصادية و العلوم التجارية و علوم التسيير

قسم علوم التسيير

الموضوع :

الصيرفة الإلكترونية ودورها في تحسين الخدمة المصرفية
دراسة حالة البنك الوطني الجزائري
- وكالة قصر البخاري -

مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر الطور الثاني في علوم التسيير تخصص إدارة مالية

إعداد الطالبة :

_بن عائشة سامية

الدكتور المشرف :

_ سلام عبد الرزاق

أعضاء لجنة المناقشة

د	بلكحل محمد أمين	رئيسا
د	سلام عبد الرزاق	مشرفا
د	زاهي محمد الأمين	ممتحنا

السنة الجامعية 2019 – 2020

كلمة شكر

الحمد لله الذي أنعم علينا بنعمة العقل و أمرنا بالقوة و الصبر لإتمام هذا العمل

فهو وحده الحمد و الشكر أتقدم بالشكر الجزيل وفائق التقدير للأستاذ المشرف الدكتور

" سلام عبد الرزاق " وكل من ساعدنا من قريب أو بعيد والشكر موصول إلى جميع عمال البنك

الوطني الجزائري وكالة قصر البخاري .

إلى جميع اساتذتي الذين رافقوني في مشواري الدراسي .

الإهداء

إلى القلب الحنون إلى حضن الأمان ومنبع الرأفة و الحنان

إلى نبض قلبي ومنى عمري "ماما"

إلى مثلي الأعلى وقدوتي في الحياة "بابا"

إلى أعز ما أملك خالي "يوسف"

إلى حبيبي و زوجي "خالد"

إلى نجوم حياتي إخوتي و إلى أخي الوحيد

ولكل عائلتي وكل من يحمل لقب "بن عائشة" "بن عامر"

إلى رفيقات دربي إلى من تقاسمت معهم الأيام بحلولها و مره ا هاجر ، وفاء ، هدى ، فطيمة.

إلى كل من في ذاكرتي ولم تسعه ورقتي

إلى كل من تمنى لي النجاح ولو بلسانه

إلى كل من سيتصفح مذكرتي .

International Tez
0 220406
119021

الملخص :

تعتبر الصيرفة الإلكترونية ضرورة حتمية فرضت نفسها حيث أصبحت البنوك توليها أهمية بالغة لأن بقاء البنك و إستمراريته مرهون بمدى مسايرته للتغيرات في مجال الصناعة البنكية من جهة، و نيل رضا الزبائن و الحفاظ على ولائهم من خلال تقديم مستوى عال لجودة الخدمة من جهة أخرى، كما تم التوصل إلى أن هناك أثر للصيرفة الإلكترونية على جودة الخدمات المصرفية, حيث أن تغير شكل الخدمة من التقليدي إلى الإلكتروني ساعد على تقليل التكاليف وتقديم خدمة ذات جودة عالية والوصول بذلك إلى اكبر شريحة من العملاء.

في ظل ذلك، أدركت الجزائر ضرورة تحديث النظام المصرفي لديها وإدخال وسائل الدفع الالكترونية وذلك بداية بمشروع البطاقات البنكية للسحب والدفع، ثم نظام الدفع الفوري للمبالغ الكبيرة ونظام المقاصة عن بعد أو ما يسمى بنظام الدفع المكثف, لكن رغم ذلك مازالت الجزائر تقطع أشواطا في تطبيق الصيرفة الإلكترونية وذلك لعدم ثقافة و ثقة العميل في البيئة الإلكترونية .

الكلمات المفتاحية : الصيرفة الإلكترونية, البنوك الإلكترونية, وسائل الدفع الإلكتروني, جودة الخدمات المصرفية.

Abstract

Electronic banking is considered an inevitable necessity that has imposed itself as banks have become attaching great importance to it because the bank’s survival and continuity depends on the extent to which it keeps pace with changes in the field of the banking industry on the one hand, and to obtain customer satisfaction and maintain their loyalty by providing a high level of service quality on the other hand. Finding out that there is an impact of electronic banking on the quality of banking services, as changing the form of service from traditional to electronic helped reduce costs and provide high-quality service and thus reach the largest segment of customers.

In light of this, Algeria realized the need to modernize its banking system and introduce electronic means of payment, beginning with the bank cards project for withdrawal and payment, then the immediate payment system for large sums and the remote clearing system or the so-called condensed payment system, but despite this, Algeria is still making strides in the application of banking This is due to the lack of customer confidence and culture in the electronic environment.

Key words: electronic banking, electronic banking, electronic payment methods, quality of banking services.

الفهرس

فهرس المحتويات

المواضيع	الصفحة
الشكر:	I
الاهداء:	II
ملخص البحث:	VI
قائمة الجداول والأشكال	VII
قائمة المختصرات	VIII
مقدمة	أ _ ث
الفصل الأول: الإطار المفاهيمي الصيرفة الإلكترونية في البنوك	
تمهيد	02
المبحث الاول : مدخل الى الصيرفة الالكترونية	03
المطلب الأول : مفهوم الصيرفة الإلكترونية و تطورها	03
المطلب الثاني : مفهوم البنوك الإلكترونية، أنماطها ومتطلبات نجاحه	06
المطلب الثالث : دوافع التحول نحو الصيرفة الإلكترونية وأهميتها	11
المطلب الرابع : مزايا الصيرفة الإلكترونية بالنسبة للعملاء ومخاطرها	14
المبحث الثاني : وسائل الدفع الإلكتروني	18
المطلب الأول : مفهوم وسائل الدفع الإلكتروني	18
المطلب الثاني : النقود الإلكترونية والشبكات الإلكترونية	21

المطلب الثالث : المحفظة الإلكترونية والتحويلات الإلكترونية	**26**
المطلب الرابع : البطاقات البنكية والبطاقات الذكية	**29**
خلاصة	**38**
الفصل الثاني: الخدمات المصرفية	
تمهيد	**40**
المبحث الاول : مدخل الى الخدمات المصرفية	**41**
المطلب الأول : مفهوم الخدمة و مكوناتها	**41**
المطلب الثاني : مفهوم الخدمة المصرفية وأهم مميزاتها	**45**
المطلب الثالث : أنواع الخدمة المصرفية	**48**
المطلب الرابع : بيئة و تصميم الخدمة المصرفية	**50**
المبحث الثاني : جودة الخدمة المصرفية	**55**
المطلب الأول : مفهوم الجودة و جودة الخدمة	**55**
المطلب الثاني : مفهوم جودة الخدمات المصرفية و خصائصها الرئيسية	**57**
المطلب الثالث : أبعاد جودة الخدمات المصرفية و فوائدها	**59**
المطلب الرابع : تأثيير الصيرفة الالكترونية على جودة الخدمات المصرفية	**63**
خلاصة	**73**
الفصل الثالث : الصيرفة الإلكترونية في الجزائر	
تمهيد	**75**
المبحث الأول: واقع الصيرفة الإلكترونية لدى البنوك الجزائرية	**75**

المطلب الأول: تطور الصيرفة الإلكترونية في الجزائر	**76**
المطلب الثاني: مشروع الصيرفة الإلكترونية في الجزائر	**80**
المطلب الثالث: تشخيص واقع الصيرفة الإلكترونية في الجزائر	**85**
المبحث الثاني: دراسة حالة البنك الوطني الجزائري **BNA**	**88**
المطلب الأول: تعريف وكالة البنك الوطني الجزائري – قصر البخاري – و البطاقات التي يصدرها	**88**
المطلب الثاني: إجراءات الحصول على بطاقة السحب أو الدفع	**92**
المطلب الثالث: العمليات على البطاقة	**93**
المطلب الرابع: طرق استخدام البطاقة و كيفية تعامل البنك مع مخاطرها	**102**
خلاصة	**103**
الخاتمة	**105**
قائمة المراجع	**109**
الملاحق	

1 قائمة الجداول

رقم الجدول	عنوان الجدول	رقم الصفحة
1-1	الخدمات التي تقدمها البنوك الالكترونية وفق كل نمط	9
1-2	الأبعاد العشرة لجودة الخدمة المصرفية	62-60
1-3	كرونولوجيا تطور الصيرفة الالكترونية لدى الجهاز البنكي الجزائري	78
2-3	البنوك الممارسة للصيرفة الالكترونية في الجزائر و عدد خدماتها الالكترونية	79

2 -قائمة الأشكال

رقم الشكل	عنوان الشكل	رقم الصفحة
1-1	مواصفات البطاقة البنكية	31
2-1	أنواع البطاقات البنكية	32
1-2	العناصر السبعة للمزيج التسويقي	44
2-2	التعاريف المختلفة للجودة	56
2-3	مفهوم جودة الخدمة المصرفية	58
4-2	المحددات السلوكية للعميل المصرفي عبر الانترنيت	68
5-2	نمذجة الثقة على شبكة الانترنيت	69

3- قائمة المختصرات:

باللغة العربية	باللغة الأجنبية	الرمز
دار المقاصة الآلية	Automated clearing House	ACH
أجهزة الصرف الآلي	Automated Teller Machine	ATM
بطاقة السحب و الدفع	Carte Inter Bancaire	CIB
الموزع الآلي للأوراق	Distributeur Automatique De Billes	DAB
نظام التسوية الإجمالية بالوقت الحقيقي	Real Time Gross Settlement System	RTGSI
الهيئة العالمية للاتصالات المالية بين البنوك	Society For World Wide Interbank Financial Telecommunication	Swift
جهاز الدفع الالكتروني	Terminal De Paiement Electronique	TPE
نهائي نقطة البيع الالكتروني	Terminal Pointe De Vente	TPV
الشبكة العالمية العنكبوتية	World Wide WEB	WWW

مقدمة

مقدمة:

فرضت التغيرات المالية والنقدية صيغة جديدة للمعاملات امتازت في جوهرها بالقيمة النموذجية للأداء وهذا لتلبية الحاجات المالية النقدية والاقتصاد من جهة وتوسيع العمليات المصرفية من جهة أخرى فالعالم يشهد الآن العديد من المتغيرات الحديثة على الصعيد الدولي والتي تأثر بها الناس وبدأوا في التكامل على أساسها نظرا لمزاياها من ناحية السرعة والتكلفة لذا عملت الدول إلى تبني سياسات نقدية ومالية حديثة تتماشى ومتطلبات العصر تهدف إلى تطوير الهياكل المكونة للاقتصاد وذلك من خلال إعادة النظر في الصيغة التنافسية ففي ظل تأثر الأجهزة البنكية بتداعيات العولمة المالية وتزايد حجم النشاط البنكي وتنوع خدماته ،فقد أصبحت البنوك بحاجة ماسة إلى اعتماد أسلوب إداري ديناميكي يستطيع التعامل مع التطورات الاقتصادية وبإمكانه تلبية الرغبات المتزايدة للمجتمعات الحديثة وتطلعاتها .واستجابة لتلك الحاجة البنكية ،فقد أنتجت تكنولوجيا المعلومات والاتصالات أسلوب الصيرفة الالكترونية والتي ستدفع بالبنك إلى أعلى مستوياته حيث مع تزايد عمليات التجارة الخارجية أصبح هناك احتياج كبير لنوعية جديدة من البنوك التي لا تتغي بمكان معين ولا بزمان محدد وبالفعل فان العمل البنكي الالكتروني ساهم بشكل فعال في تقديم خدمات متنوعة وبتكاليف منخفضة مختصرة الزمان والمكان،حيث مع وجود وانتشار شبكة الانترنيت وازدياد مستخدميها تطورت فكرة الصيرفة الالكترونية من بنك تقليدي يقدم خدمات بنكية الكترونية إلى بنك قائم بخدماته يعمل على الشبكة يقدم خدمات مماثلة للبنوك التقليدية وبمزايا أفضل وبدرجة أمان مقبولة .الأمر الذي ساعد على تطوير الخدمات المقدمة من قبل البنك.

في ظل ما تشهدهالصناعة البنكية وكذا بتبني الجزائر منهج اقتصاد السوق كان لزاما على المؤسسات المالية والبنوك التجارية الجزائرية إلى أن تغير من أسلوب التسيير لديها، حيث أصبح أداء البنوك يقاس بجودة الخدمة التي تقدمها، على اعتبار أن إرضاء الزبون وتحقيق ولائه يعتمد بالدرجة الأولى على مدى اهتمام البنك بأبعاد وجودة خاصة في ظل المنافسة الشديدة التي يشهدها القطاع البنكي. وتطور أساليب تقديم الخدمات للزبون واستخدام تقنيات الصيرفة الالكترونية.

1_ الإشكالية العامة:

على ضوء ما سبق نطرح الإشكالية التالية:

– كيف ساهمت الصيرفة الالكترونية في التحسين من جودة الخدمة الصرفية؟

ولتسهيل حل الإشكالية قمنا بتجزئتها إلى الأسئلة الفرعية التالية :

– ما المقصود بالصيرفة الالكترونية. وما أهم دافع للتحول نحوها؟

– فيما تتمثل وسائل الدفع الالكتروني؟

_ ما هي العلاقة بين جودة الخدمة المصرفية و الأعمال المصرفية ؟

_ ما هي وسيلة الدفع الأكثر إنتشارا في البنوك الجزائرية ؟

2– الفرضيات :

وللإجابة على هذه التساؤلات المطروحة ارتأينا وضع الفرضيات التالية :

– الصيرفة يقصد بها التغلب على النقائص التي تواجهها البنوك التقليدية بواسطة التطور الحاصل في مجال التكنولوجيا. وأهم دافع لذلك التطور الحاصل في مجال الاتصالات والمعلومات.

– من وسائل الدفع الالكتروني البطاقات البنكية والشيكات الالكترونية.

– جودة الخدمات المقدمة في البنوك تساهم في تسهيل المعاملات المصرفية .

_ تقتصر البنوك الجزائرية على إستعمال البطاقات البنكية فقط و ذلك لعدم إنتشار ثقافة الصيرفة الإلكترونية بعد .

3– أسباب اختيار الموضوع

– الرغبة الشخصية في معرفة مدى تأثير الصيرفة الالكترونية على الخدمة المصرفية.

– التعرف على البنوك الالكترونية ومعرفة المعاملات الخاصة بها.

– معرفة مدى الجودة التي تحققها الصيرفة الالكترونية للخدمات المصرفية.

– هذه الدراسة تدخل ضمن الاهتمامات الشخصية للباحثة ونظرا لأنها تتماشى وتخصص الدراسة (إدارة مالية).

4– أهمية الدراسة

– محاولة ابراز أهمية تنويع أساليب وتقنيات تقديم الخدمة البنكية وفقا لما افرزه الاقتصاد المعاصر من تكنولوجيا من اجل إرضاء الزبون والحفاظ على ولائه.

– التعرف على مختلف وسائل الدفع الالكتروني المعتمدة على المستوى العالمي.

– تشكل الصيرفة الالكترونية عاملا أساسيا في التطور الاقتصادي بفعل التطور العلمي والتقني وانتشار تكنولوجيا المعلومات والاتصال لاستخدامها في تطوير وتسهيل المعاملات المالية ليحقق الأهداف المخطط لها في الاقتصاديات الوطنية بصفة عامة والقطاع المصرفي بصفة خاصة.

5– أهداف الدراسة:

– محاولة تقييم البنوك الإلكترونية لإمكانية مقارنتها بالبنوك التقليدية.

– محاولة رصد مدى التطور الذي حققته البنوك الإلكترونية في الاقتصاد.

– اكتشاف الدور الذي تلعبه الصيرفة الإلكترونية في تحقيق جودة الخدمات المصرفية.

6– مجال حدود الدراسة:

نظرا إلى أن موضوع الصيرفية الإلكترونية واسع جدا، فإن الإلمام به يفترض البحث والتعمق فيه، وبالتالي حولنا وضع حدود للدراسة في الموضوع والمكان والزمان.

– **الإطار الموضوعي:** يدور الموضوع حول الصيرفية الالكترونية ودورها في تحسين الخدمة المصرفية.

– **الإطار المكاني:** مكان الدراسة ولاية المدية، وكالة قصر البخاري لبنك BNA.

- **الإطار الزماني:** لقد تم تحديد الإطار الزمني للدراسة في الفترة الواقعة بين شهر ماي وشهر جويلية لسنة 2020.

7- المنهج والأدوات المستخدمة:

إن منهج الدراسة المتبع هو المنهج الوصفي التحليلي وذلك لوصف نظام البنوك الإلكترونية وكذلك تحليل مدى تحسين جودة الخدمات المصرفية من قبل هذه البنوك .

8- الدراسات السابقة:

1 -بريكة السعيد، واقع عمليات الصيرفية الإلكترونية وآفاق تطوره ا في الجزائر، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، جامعة العربي بن مهيدي 2010-2011، ومما توصلت إليه الدراسة:

- **عمليات الصيرفية الالكترونية تعني نقل كافة آليات الإدارة على الشبكة مما يحقق سرعة في الأداء وحسن استغلال إمكانيات البنك بما يوفر الوقت والجهد والنفقات على العملاء.**

2 -شيروف فضيلة أثر التسويق الالكتروني على جودة الخدمات المصرفية دراسة حالة بعض البنوك الجزائرية، رسالة ماجيستير في التسويق، جامعة منتوري ،2009-2010، وقد توصلت الدراسة الى النتائج التالية:

- ترتبط عصرنة المصارف بالتكوين المستمر للموظفين في البنك فضلا عن تطوير قاعدة التكنولوجيا الجديدة في الإعلام والاتصال.
- تزايد الاهتمام بجودة الخدمات المصرفية الالكترونية سواء بالنسبة للبنك أو العمل يعتبر أداة فعالة للتحسين المستمر للأداء لجميع أوجه عمليات الخدمة

9- الصعوبات:

- احتواء الموضوع على العديد من المصطلحات التقنية نظرا لارتباطه بتكنولوجيا المعلومات والاتصال وهو ما يستلزم جهدا إضافيا من أجل فهمها وتبسيطها للقارئ.

– جائحة كورونا كوفيد 19 التي حلت على العالم ككل والجزائر بصفة خاصة الأمر الذي ألزمنا حجرا صحيا شاملا، وأدى إلى غلق المؤسسات بمختلف أنواعها، بالإضافة إلى غلق الجامعات والمكتبات التي كانت تدعمنا بالمعلومات والبيانات في الجانب النظري .

_ نقص في المعلومات الممنوحة من طرف البنك و غياب العمال .

10- هيكل البحث:

لقد تطرقنا في هذه الدراسة إلى ثلاثة فصول حيث تعرضنا في:

-**الفصل الأول:** إلى عموميات حول الصيرفية الالكترونية بالإضافة إلى وسائل الدفع الالكتروني.

-**الفصل الثاني:** تناولنا الخدمات المصرفية وجودتها

-**الفصل الثالث:** في الأخير تعرضنا للصيرفية وواقعنا في الجزائر مع دراسة حالة لبنك BNA وكالة قصر البخاري.

الفصل الأول:

الإطار المفاهيمي للصيرفة الالكترونية في البنوك

تمهيد:

لقد شهدت الصناعة المالية و المصرفية تطورات و تغيرات جذرية منذ بداية القرن الماضي بوتيرة جد متسارعة, وذلك بدعم من التقدم الهائل في تكنولوجيا المعلومات والإتصالات وخاصة منها الابتكارات المالية والمصرفية بدءا من الوظائف المتعددة لأجهزة الصراف الألي والبطاقات الإلكترونية وتحويل الأموال إلكترونيا وصولا إلى خدمات الصيرفة عن بعد, ومع هذا التطور التكنولوجي أصبحت البنوك تتنافس فيما بينها للبحث عما يخدم زبائنها بصورة أفضل والحصول على ولائهم من جهة, وما يرفع من مستوى الخدمة ويخدم مصالح البنك من جهة أخرى, إما عن طريق الإنترنيت أو عن طريق وسائط أخرى .

_ وبناءا على ما سبق, تم تقسيم هذا الفصل إلى مبحثين :

المبحث الأول :مدخل إلى الصيرفة الإلكترونية .

المبحث الثاني : وسائل الدفع الإلكتروني .

المبحث الأول: مدخل إلى الصيرفة الإلكترونية

لقد عرف عالم الأعمال المصرفية تحولا نوعيا غير من أبعاد وأهداف واستراتيجيات البنوك في العقود الأخيرة وكان ذلك نتيجة منطقية لثورة التكنولوجيات الحديثة في الإعلام والاتصال هذا ما دفع بالبنوك إلى التوجه نحو تقديم نوع جديد من الخدمات يتماشى مع ما أصبحت تتسم به الساحة البنكية ولهذا أصبح لزاما على البنوك أن تطور من أدائها تماشيا مع التطورات المحيطة بها والتي تتجسد في الصيرفة الإلكترونية .

المطلب الأول: مفهوم الصيرفة الإلكترونية و تطورها

في ضوء اكتساح استخدام التكنولوجيا الحديثة الأنترنيت أصبح لزاما على البنوك التوجه نحو تبني نوع جديد من العمل البنكي الذي يتمثل في الصيرفة الإلكترونية والتي سنقوم في هذا المطلب بإعطاء تعريف لها وعرض تطورها التاريخي.

أولا: تعريف الصيرفة الإلكترونية

- تعرف الصيرفة الإلكترونية على أنها إجراء العمليات المصرفية بشكل إلكتروني سواء تعلق الأمر بالسحب أو الدفع أو الإئتمان أو غير ذلك، ففي ظل هذا النمط من الصيرفة لا يكون العميل مضطرا للذهاب لمقر البنك إذ يمكنه القيام بمختلف معاملاته المصرفية في أي مكان ووقت يريد[1].
- وتعرف أيضا على أنها إجراء العمليات المصرفية بطرق إلكترونية أي استخدام تكنولوجيا الإعلام الاتصال الجديدة سواء تغلق الأمر بالأعمال المصرفية التقليدية أو الحديثة[2].
- كما تعرف أيضا بأنها الصيرفة التي تجري فيها المعاملات المصرفية إلكترونيا في شكل آلات الصرف الأوتوماتكية والمعاملات الإلكترونية، وانتقلت هذه المعاملات المصرفية أيضا إلى شبكة الأنترنيت كقناة جديدة لتقديم الخدمات المصرفية التي تحقق مزايا لكل من العملاء والمصارف.

---

[1]–فريدة بن منصور ،الصيرفة الإلكترونية كمدخل لبناء الاقتصاد الرقمي(دراسة حالة البنك الخارجي الجزائري وكالة ورقلة) مذكرة ماستر, جامعة قاصدي مرباح ورقلة،20101/2011,ص40 .

[2]–وسيم محمد الحداد و أخرون، الخدمات المصرفية الإلكترونية, دارالمسيرة , الأردن،2012 ، ص55 .

الصيرفة الإلكترونية هي تلك البنوك والمؤسسات المالية التي أتممت أعمالها من خلال توظيف تكنولوجيا المعلومات والاتصالات لتقديم كافة الخدمات بالسرعة والدقة اللازمين وبأقل تكلفة وأقل جهد في ظل تحقيق الأمان .[1]

من خلال التعاريف السابقة يمكن استخلاص تعريف شامل للصيرفة الإلكترونية حيث أنها تتمثل في تقديم الخدمات المصرفية باستعمال التكنولوجيات الحديثة وذلك باستخدام أدوات إلكترونية مختلفة كأجهزة الصراف الآلي والحواسيب الخاصة وغيرها التي تتيح للعملاء الاستفادة من خدماتها في أي وقت ومكان دون تكبد عناء الانتقال إلى مقر البنك .

ثانيا: التطور التاريخي لظهور الصيرفة الإلكترونية

يرجح البعض ظهور الصيرفة الإلكترونية إلى السبعينات من القرن العشرين عندما بدأت البنوك فيعرض خدماتها عبرا لهاتف للاطلاع على الأرصدة وتحويلا لأموال وكذا تسديد الفواتير. [2]
فيما يرجح البعض أن الصيرفة الإلكترونية ظهرت بظهور النقد الإلكتروني مع بداية الثمانينات حيث برز مفهوم Monétique الذي يعني تزاوج النقد بإلكترونيك، غير أن استخدام البطاقات بدل النقد الائتماني يرجع في الواقع إلى بدايات القرن الماضي في فرنسا (بطاقات كرتونية تستخدم في الهاتف العمومي) وفي الولايات المتحدة الأمريكية (بطاقات معدنية تستعمل في تعريف الزبون على مستوى البريد).[3]

في عام 1958 أصدر American Express بطاقات بلاستكية أحدثت تحولا في عالم البطاقات والتي انتشرت على نطاق دولي في الستينات. وفي سنة 1968 أصدرت مجموعة من ثمانية بنوك بطاقة Bank Americard والتي دولت لتتحول فيما بعد شبكة العالمية Visa كما تم في نفس العام إصدار البطاقة الزرقاء La Carte Bleu من قبل ستة بنوك فرنسية .

[1]–السعيد بريكة, واقع العمليات الصرفية الإلكترونية ‘وأفاق تطويرها في الجزائر, أطروحة دكتوراه، أم البواقي 2010 ,2011 ص65 .

[2]–فريدة بن منصور, نفس المرجع ,ص40 .

[3]–رحيم حسن, هواري معراج, مداخلة بعنوان الصيرفة الإلكترونية كمدخل لعصرنه المصارف الجزائرية ,أعمال الملتقى الوطني حول المنظومة المصرفية الجزائرية والمقولات الاقتصادية الوقائع والتحديات.

في نهاية السبعينات وبفضل تطور الإلكتروني، تم تزويد البطاقات بمسارات مغناطيسية Pistes Magnétiques في عدد من البلدان الصناعية، حيث أصبحت البطاقة تحوي ذاكرة ويمكن تجزئة القيمة المخزنة فيه لإجراء عمليات الدفع ومنذ 1986 شرعت إتصالات فرنسا في تزويد غرف الهاتف العمومي بأجهزة قارئة لبطاقات الذاكرة .[1]

ومع بداية التسعينات وبالضبط عام 1922 أصبحت كل البطاقات المصرفية (سحب أو دفع) في فرنسا برغوثية *[3] Des Cartes à Puce * ظهرت هذه البطاقة بعد المشاكل التي اعتبرت البطاقة الائتمانية.

وخصوصا السرقة، وتعرف باسم " البطاقة الذكية" التي اخترعت سنة 1974 وبدأ استخدامها سنة 1981 من طرف شركة فليبس "Philips" ثم انتشر استعمالها .[2]

[1]–عبد الغني ربوح، نوردين غربي مداخلة بعنوان تطبيق أنظمة الصيرفة الإلكترونية في البنوك الجزائرية بين الواقع والآفاق مؤتمر دولي حول إصلاح النظام المصرفي في ظل التطورات, ورقلة .

***بطاقات برغوثية:** هي بطاقة تشبه بطاقة الائتمان تحتوي على شريحة صغيرة جدا إلكتروني أو ما يسمى MICROPUCE يشكل ذاكرة عددية تسمح بالاحتفاظ بكمية كبيرة من المعلومات تهتم بالتفاصيل المتناهية عن الحالة المالية لحاملها وهي الصورة الجديدة للبطاقة الائتمانية ،لهذه البطاقة قدرة فائقة في العمليات النقدية حيث يشكل استعمالها محفظة نقدية الكترونية يمكن شحنها في أي وقت سواء عن طريق الهاتف أو عن طريق فرع التذاكر وتستخدم للدفع المباشر عن طريق الدفع بالهاتف في كل المحلات التي تقبل هذه البطاقة.

[2]– سحنون محمد النظام المصرفي والبطاقات البلاستكية،شوهد يوم 22 جوان 2020 على موقع " http:// www. f-law.net/Law/ threads/2205

المطلب الثاني: مفهوم البنوك الإلكترونية، أنماطها ومتطلبات نجاحها

نظرا لأهمية البنوك الإلكترونية وارتباطها الكبير بالصيرفة الإلكترونية تم تخصيص هذا المطلب للتعرف على البنوك الإلكترونية وأنماطها ومتطلبات نجاحها.

أولا: مفهوم البنوك الإلكترونية

هناك العديد من المصطلحات التي تطلق على البنوك المتطورة مثل البنوك الالكترونية Electronique Banking أو بنوك الإنترنيت "Internet Banking" أو البنوك الإلكترونية عن بعد "Remote Electronic Banking" أو البنك المنزلي "Home Banking" أو البنك على الخط " online Banking" أو البنوك الخدمة الذاتية "Self-Service Banking" أو بنوك الويب "Web Banking" وعلى اختلاف المصطلحات فجميعها تشير الى قيام العميل بإدارة حساباته أو إنجاز أعماله المتصلة بالبنك عبر شبكة الأنترنيت سواء كان في المنزل أو المكتب وفي أي مكان ووقت يرغبه ويعبر عنها" بالخدمة المالية عن بعد".وبالتالي يمكن للعميل أن يتصل بالبنك مباشرة بالاشتراك العام عبر الانترنيت وإجرائه لمختلف التعاملات على أساس أن يزود البنك جهازا لكمبيوتر الشخصي (pc) للعميل بحزمة البرمجيات الشخصية Personale Financial Management لقاء رسوم أو مجانا مثل حزمة (Microsoft s Money) وحزمة (NtuitsQuiken) وحزمة (Mecas Manging Your money) [1]

تقوم فكرة البنوك الإلكترونية على أساس وجود برمجيات المناسبة داخل نظام حاسوب العميل، بمعنى أن يقوم البنك بتزويد الجهاز الحاسوب الشخصي للعميل بحزمة البرمجيات إما مجانا أو مقابل رسوم محددة وتعرف هذه الحزم باسم" برمجيات الإدارة المالية الشخصية " كما يزود العميل باسم مستخدم وكلمة سر تمكنه من الوصول على موقع البنك الذي من خلاله يقوم بتنفيذ العمليات المالية والبنكية كافة عن بعد.[2]

[1]–صالح مفتاح ، فريدة معارفي, مداخلة بعنوان الأعمال المصرفية الإلكترونية, ديسمبر،2013،ص3 .

[2]–ثائر القدومي, سامر البركات, أنظمة المعلومات المالية والمصرفية, مصر،2009،ص 14 .

تسعى البنوك الإلكترونية إلى تحقيق الأهداف التالية : [1]

- ✓ تحديد أسلوب تقديم الخدمات لكل مجموعة من العملاء.
- ✓ تحديد قنوات الاتصال والوسطاء لكل خدمة.
- ✓ تحديد الخدمات النمطية لكل شريحة من المتعاملين .
- ✓ تحديد أنواع قنوات التوصيل البديلة لكل خدمة ولكل نوع من المتعاملين .
- ✓ تحديد كيفية الترويج للخدمات البنكية بالكتالوج الإلكتروني.

ثانيا: أنماط البنوك الإلكترونية

- ✓ **الموقع المعلوماتي (الخدمات المعلوماتية)**

وهو المستوى الأساسي للبنوك الإلكترونية أو ما يمكن تسميته بالحد الأدنى من النشاط المصرفي الإلكتروني ويقوم البنك الإلكتروني بعرض وتسويق الخدمات والمنتجات المصرفية على الإنترنيت هذا النوع ينطوي على مخاطر متدنية نسبيا بسبب عدم وجود قناة إتصال إلكتروني عبر الأنترنيت تمكن أحدا من الدخول إلى شبكة وأنظمة المعلومات الداخلية للبنك وإنما يمكن أن تتمثل المخاطر التي تواجهه في تعرضه للعبث من قبل الغير مما يتطلب من البنك اتخاذ الإجراءات اللازمة لحماية موقعه من العبث .[2]

- ✓ **الموقع الإتصالي أو التفاعلي (الخدمات اتصالية)**

يسمح موقع البنك الإلكتروني بنوع من التبادل الاتصالي بين البنك وعملاءه، وهو عبارة عن اتصال محدود بشبكة وأنظمة المعلومات الداخلية للبنك، مثل هذه الخدمات طلب كشف الحساب، تقديم طلب الحصول على التسهيلات الإئتمانية (تعبئة الطلبات ونماذج على الخط أو تعديل معلومات القيود والحسابات). هذا الموقع ينطوي على مخاطر أعلى وعليه يكون على البنك اتخاذ

[1]–فريدة راغب النجار ،الاستثمار بالنظم الإلكترونية والاقتصاد الرقمي, مؤسسة شباب الجامعة, مصر, 2004, ص 277.

[2]–إيمان العاني ،البنوك التجارية وتحديات التجارة الخارجية رسالة ماجستير, جامعة قسنطينة 2006–2007،ص156

كل ما يلزم لحماية الأنظمة الداخلية من العبث والتغيير وكذلك الحماية من فيروسات الكمبيوتر المحتمل دخولها.

- ✓ **الموقع التبادلي (الخدمات التنفيذية)**

ويمكن من خلاله أن يمارس البنك نشاطاته في بيئة إلكترونية، كما يمكن للعميل القيام بمعظم معاملاته إلكترونيا من سداد قيمة الفواتير، وإدارة التدفقات النقدية، وإجراء كافة الخدمات الإستعلامية سواء داخل البنك أو خارجه و يعتبر هذا النوع أكثر خطورة على الإطلاق باعتبار أن العميل يكون قادرا على الدخول إلى أنظمة المعلومات الداخلية بالبنك الإلكتروني وتنفيذ العمليات المطلوبة وعليه فإن هذا النوع من الخدمات يحتاج إلى إتخاذ كافة الإجراءات الإحترازية اللازمة للحيطة والسيطرة على مخاطره[1].

[1]-إيمان العاني|, نفس المرجع, ص 156.

يمكن توضيح الخدمات التي تقدمها البنوك الإلكترونية حسب كل نمط من الأنماط المذكورة من خلال الجدول التالي:

جدول رقم (1_1) الخدمات التي تقدمها البنوك الإلكترونية وفق كل نمط

الموقع المعلوماتي		
المستوى الأساسي	المستوى المتوسط	المستوى المتقدم
الكتيب الإلكتروني	روابط إلى موقع آخر	تقديم بعض خيارات الاشتراك
معلومات ترويجية	تنزيل تقارير	عرض إعلانات
طرق الاتصال بالبنك		مجموعات الحوار
الموقع التفاعلي		
المستوى الأساسي	المستوى المتوسط	المستوى المتقدم
إستخدام البريد الإلكتروني وملئ الإستمارات من قبل العملاء للتعبير عن اقتراحاتهم ومشاكلهم	يزود العملاء بأدوات (مثل الآلة الحاسبة)	إستخدام التكنلوجيا المتقدمة مثلvideoconference
الموقع التبادلي		
المستوى الأساسي	المستوى المتوسط	المستوى المتقدم
فتح حسابات	يمكن أن يقوم العميل بالدخول إلى المعلومات المتعلقة بالحسابات	الترويج لاستخدام النقود الإلكترونية باعتبارها أسلوب لتطوير الصفقات المنجزة عبر الويب
طلب منتجات وخدمات	تحويل الأموال	
طلب البطاقات	دفع فواتير الحسابات	
القيام باستثمارات وطلب القروض	يسمح للعملاء بالدخول إلى قواعد البيانات الخاصة بالبنك	

المصدر: البنوك الإلكترونية www.arablaw.org/download/E-Banking

ثالثا: متطلبات نجاح البنوك الإلكترونية

- **البنية التحتية التقنية**

وتتمثل في كفاية الأجهزة والبرمجيات وشبكة الاتصالات والكفايات البشرية المؤهلة، بالإضافة إلى عدد المشتركين وتكاليف الاتصالات التي تعد عائقا أمام تطور البنوك الإلكترونية خاصة في الدول الغير متقدمة.[1]

- **الغنى في المعلومات**

لأن المضمون هو العنصر الأساسي فزوار الموقع بحاجة إلى معلومات آلية ودقيقة مكتوبة بشكل جيد وذات مضمون، إذ لابد أن يترك البنك الإلكتروني لدى زائريه انطباعا بأنه يقدم خدمات لا يمكن لإيجادها في موقع آخر [2].

- **التطوير المستمر والتفاعل مع المستجدات**

حيث أن الجمود في العمل وانتظار الآخرين لا يؤدي إلى تميز في الأداء حيث أن بعض البنوك لا تتجه إلى ريادية في أعمالها خوفا من المخاطر وحماية لأموال المساهمين مع أن الريادية لا تعني التسرع في تخطيط بل السرعة في التنفيذ والإنجاز، لأن عنصر الوقت أصبح من أهم عناصر المنافسة بين البنوك، فالتميز لدى البنوك لا يقاس بتنوع الخدمات بل نوعية هذه الخدمات وسرعة تنفيذها.

- **التفاعل مع متغيرات والإستراتيجيات الفنية والإدارية والمالية**

المقصود هنا ليس التعامل مع كل ما هو جديد في المجال التقني فقط، بل تعامل مع كل الأفكار والنظريات الحديثة في مجال الأداة الفني التسويقي والمالي والخدمي[3].

---

[1]–محمود محمد أبو فروة, الخدمات البنكية الإلكترونية عبر الانترنيت، دار الثقافة للنشر والتوزيع، الأردن, 2009 ، ص 215 .

–[2]–إيمان العاني ،البنوك التجارية وتحديات التجارة الخارجية رسالة ماجستير, جامعة قسنطينة 2006–2007، ص 159 .

[3]– محمود محمد أبو فروة، نفس المرجع السابق, ص 215 .

- **الكفاءة الأدائية المتفقة مع عصر التقنية**

هذه الكفاءة القائمة على فهم إحتياجات الأداة والتواصل التأهيلي والتدريبي والأهم من ذلك أن تمتد كفاءة الأداة إلى كافة الوظائف الفنية والمالية والتسويقية والقانونية والإستشارية والإدارية المتصلة بالنشاط البنكي الإلكتروني.

المطلب الثالث: دوافع التحول نحو الصيرفة الإلكترونية وأهميتها

أولا: دوافع التحول نحو الصيرفة الإلكترونية

تسعى البنوك من خلال تقديم خدمات جديدة ومتنوعة لعملائها وإجراء المعاملات المصرفية الإلكترونية إلى تحقيق جملة من الأهداف التي كانت بداية ودافعا وراء التحول نحو الصيرفة الإلكترونية ونبرز أهمها فيما يلي:

1_ثورة الاتصالات والمعلومات

والتي أدت إلى ظهور تغيرات جوهرية في طبيعة عمل القطاع المصرفي والمالي ومنه التطلع إلى تقديم خدمات مصرفية ومالية متطورة ومتنوعة اعتمادا على ما أنتجته التكنولوجيا وثروة المعلومات .

2_التجارة الإلكترونية

تتم التجارة الإلكترونية باستخدام وسائل الإلكترونية وخاصة الانترنيت والتي أصبحت تتميز بخصائص عديدة تميزها عن التجارة التقليدية والتي اعتادت البنوك التعامل في ظلها ومعها ومما جعل التطوير الواعي لاستراتيجيات وأساليب عمل البنوك ضرورية حتمية ليس ترفا.[1]

3- تحقيق ميزة تنافسية

تحقق المعاملات المصرفية الإلكترونية ميزة تنافسية للبنوك من خلال تمكينها من التعامل مع الأسواق المستهدفة وعناصر البيئة المحيطة بها بصورة أفضل حيث أن الهدف الأساسي هو كسب العديد من العملاء والحفاظ عليهم، فتقديم خدمات بنكية متنوعة دون توقف وبسرعة فائقة بالإضافة إلى تطور في أنظمة الدفع ساعد البنوك على المنافسة والتميز، كما أن تحويل الإلكتروني للأموال

[1]- وسيم محمد حداد و أخرون , الخدمات المصرفية الإلكترونية ،دار المسيرة، الأردن 2012 ص56.

أعطى البنوك ميزة تنافسية في الأسواق العالمية إذ مكنها من إجراء التسويات الفردية من دفع وتلقي للأموال عبر حاسباتها الجارية لدى البنوك المركزية وتوفير الدفع الفوري لعملائها.

4-توفير فرص تسويقية جديدة

يتيح نظام توزيع الخدمات المصرفية من خلال برامج البحث إمكانية أكبر للعملاء لإجراء عمليات التسوق الإلكتروني، وبمقارنة الخدمات المختلفة المقدمة عبر مواقع البنوك المختلفة في العالم، يتحول العملاء إلى البنوك المنافسة المقدمة للخدمات عبر الأنترنيت، ولذلك تسعى البنوك إلى توفير أنواع مختلفة من الخدمات في الوقت والمكان المناسبين وبالجودة المطلوبة بما يتمشى وعصر التكنولوجيا المعلومة الرقمية والإقتصاد الإلكتروني.

5-توزيع واسع الانتشار

تهدف الأنظمة الإلكترونية الحديثة إلى تغطية واسعة الإنتشار حتى تحصل الخدمة للعميل في أي مكان فيستطيع بذلك الحصول على ما يرغب من خدمات بنكية دون الإنتقال إلى مبنى البنك.

6-تحقيق الربح في الأجل الطويل

يساهم إستخدام الأنظمة الإلكترونية في تحقيق معدلات ربحية أعلى من الأجل الطويل ويرجع ذلك إلى:

- ✓ انخفاض تكلفة الخدمات البنكية من خلال الأنترنيت عن مثلتها المؤداة بواسطة البنوك التقليدية.
- ✓ ارتفاع ربحية قطاع عملاء الخدمة البنكية الإلكترونية بسبب إنخفاض حساسية السعر إذ ما قورنت بعملاء الخدمة البنكية التقليدية في مرحلة متقدمة بالنظر إلى أولويات تفضيلاتهم مما يتيح للبنوك مرونة كبيرة في تسعير خدمتها.

7-تحسين جودة الخدمة المصرفية

تتم جميع المعاملات المصرفية الإلكترونية بين البنك والعميل بصورة مبرمجة وسريعة تنخفض فيها احتمالات الخطأ في الأداة إلى حدوده الدنيا فمثلا تقدر نسبة الخطأ في البطاقات المغناطسية بـ 250

خطأ لكل مليون معاملة، في حين أنه نسبة الخطأ للبطاقات الذكية تصل إلى 100 خطأ لكل مليون معاملة وسوف تقوم التطورات المستمرة في تقنيات المعالجة في المستقبل القريب بتخفيض نسبة الخطأ إلى أدنى مستوياته.[1]

ثانيا: أهمية الصيرفة الإلكترونية:

للصيرفة الإلكترونية أهمية علمية وإقتصادية وذلك بقيام البنوك بتسوية أنشطتها وخدماتها المالية عبر الأنترنيت يعود إليها بفوائد كثيرة منها:

ـ تخفيض التكاليف التي يتحملها البنك لإجراء بعض المعاملات البنكية المختلفة دون الحاجة للانتقال للبنك وهذا ما يؤدي إلى جعل تكلفة إنشاء مواقع بنكية عبر الانترنيت لا تقارن بتكلفة إنشاء فرع جديد للبنك وهذا ما يحتاجه من مباني وأجهزة وعمالة ومستندات وصيانة.

ـ إعادة صياغة وتسويق البنك لخدماته من موقعه على الانترنيت تساعده على امتلاك ميزة تنافسية وتدعيم لعلاقاته مما يؤدي إلى زيادة ارتباط العملاء بهذا البنك.

ـ إن دخول البنوك العالمية إلى شبكة الانترنيت وما تملكه من قدرات على المنافسة يلزم البنوك الصغيرة بضرورة اللجوء إلى هذه الخدمة لمواجهة التحديات الجديدة الناجمة عن عرض البنوك الكبيرة لخدمتها عبر الانترنيت وفقا لذلك يقوم العملاء بالمقارنة بين خدمة البنوك لاختيار الأنسب.

ـ إستخدام الانترنيت في البنوك يشكل نافذة إعلامية لتعزيز الشفافية وذلك من خلال التعريف بهذه البنوك وترويج خدماتها لوضعها تحت تصرف الباحثين وسائر الأطراف المعنية الأخرى.[2]

[1]–خولة فرحات ،أثر التجارة الإلكترونية على تحسين جودة الخدمة المصرفية (دراسة حالة البنك الإلكتروني MONABANK), رسالة ماجستير, باتنة 2006،2007, ص 53 ،52 .

[2]–حياة نجار، الإصلاحات النقدية ومكانة الحيطة المصرفية الجزائرية، مداخلة مقدمة للملتقى الوطني الأول حول المنظومة المصرفية في الألفية الثالثة جامعة جيجل، 6–7 جوان 2008، ص6 .

المطلب الرابع: مزايا الصيرفة الإلكترونية بالنسبة للعملاء ومخاطرها

تنطوي الصيرفة الإلكترونية على العديد من المزايا لكن هذا لا يعني أنها آمنة وتخلو من المخاطر وسوف نتطرق في هذا المطلب إلى أهم مميزات الصيرفة الإلكترونية والمخاطر المصاحبة لها.

أولا:مزايا الصيرفة الإلكترونية

وتتمثل أهم المزايا التي تعود على العملاء في:

1ـ خفض تكلفة المعاملات

حققت شبكة الانترنيت كقناة توزيع أو تسليم ميزة كبيرة في التكاليف بالنسبة للبنوك والعميل على حد سواء فقد توصل كل من(Booz Allen&Hhamilto)في دراسة لهما أن تكلفة ذهاب الزبون إلى فرع باستخدام الصراف هو0،01 دولار في حين تكلفة إجراء المعاملة نفسها على شبكة الانترنيت لا تمثل سوا عشر التكلفة ولا شك أن أجهزة الصراف الآلي أرخص بكثير من الصرافة ،لكن إتمام المعاملة أرخص بـ3مرات من استخدام أجهزة الصراف الآلي.

2.كفاءة المعلومات

جعلت الانترنيت المعلومات متاحة لجميع المشاركين في سوق عن طريق تحقيق الكفاءة في عملية البحث بالنسبة للمشترين للخدمات المصرفية ، وهناك مواقع تجميع المعلومات في مكان واحد حول المنتجات من مختلف مقدمي الخدمات من خلال جعل المعلومات متاحة فقط للعملاء حول موفري الخدمات المتعددين وشبكة الانترنيت تؤدي وظيفة عدم الاحتكار القلة القليلة من مقدمي الخدمات وإحداث بفئة ملائمة لعرض الخدمات في ظل المنافسة ، وخير مثال على ذلك القرض الإلكتروني وهو يسمح للمقترضين المتحملين البحث والمقارنة بين عروض الالاف من مقدمي الخدمات ، وهذا غير ممكن من تحقيقه سواء بالبحث في دليل أو كتالوج المنتجات أو القيام بمكالمات هاتفية بنفس المستوى من الكفاءة السابقة.

3. توفير الخدمة في الوقت الحقيقي

توفر البنوك عن طريق تبنيها للصيرفة الإلكترونية الكثير من الوقت للعملاء للحصول على المعلومات حول حسابهم من مواقعهم البعيدة.[1]

4.الصيرفة الآمنة

حماية الحسابات البنكية بكلمة السر والتوقيعات الرقمية واستخدام الرموز الإلكترونية هي الوسائط المختلفة التي من خلالها يستطيع الزبون أن يؤمن معاملاته الإلكترونية، رغم أن بعض يشتكي من نقاط الضعف التي قد تشوب الخدمات الإلكترونية لكنها على العموم تعتبر وسيلة آمنة.

5.الصيرفة 7/27

هذه الميزة تمكن العملاء من الوصول إلى الخدمات البنكية في أي وقت عبر الأنظمة الإلكترونية والوسائط المختلفة.

6. مرونة عالية في الأداء

حيث تمكنت المصارف حاليا من الابتكار في تقديم منتجاتها وخدماتها لعملائها نتيجة استفادتها من التكنولوجيا الحديثة [2]لقد جعلت الصيرفة الإلكترونية من السهل على العملاء المقارنة والمفاضلة بين مختلف خدمات البنوك فقد أخذت طابعا افتراضيا ميزها عن الخدمات التقليدية في ظل انعدام المعاملات الورقية عدم التقاء طالب الخدمة ومقدمها، توفرها في جميع الأوقات وتخطي الحدود الجغرافية.

[1]–أحمد بوراس, السعيد بريكة, أعمال الصيرفة الإلكترونية الأدوات والمخاطر, دار الكتاب الحديث، الجزائر 2014، ص131–133 .

ثانيا: مخاطر الصيرفة الإلكترونية

ينطوي العمل البنكي الإلكتروني على مخاطر بالإضافة إلى مخاطر العمليات التقليدية وتختلف درجة التعرض لهذه المخاطر طبقا لمستوى الخدمة المقدمة من طرف البنك ويعرف الخطر على أنه احتمال حدوث نتيجة ما غير مرغوب فيها، فيما يلي بعض أنواع المخاطر المصاحبة للصيرفة الإلكترونية .

1 _المخاطر المالية

وهي المخاطر المتعلقة بأداة العمليات التقليدية للبنك والمتمثلة في خطر القرض خطر التسوق ،خطر سعر الصرف خطر عدم سيولة ويظهر أثر هذه المخاطر أكثر عند إنجاز العمليات المصرفية الإلكترونية وتزداد شدتها عبر الانترنيت باعتبارها تعطي البنك فرصا أوسع لتقديم خدماته ومنتجاته فهو يقوم بتوظيف أمواله في مناطق جغرافية أبعد مما يزيد من عدد العملاء المتعامل معهم [1].

2_ المخاطر العملياتية

ينتج هذا النوع من المخاطر عن عدم وجود حماية كافية للنظم الإلكترونية وينشأ عن هذا الخطر خرق لنظام الحماية الإلكترونية للبنك، ويكون مصدر الخرق إما من داخل البنك (العاملون به) أو يكون من قبل العملاء وحتى تتفادى مثل هذه التجاوزات يمكنها الاتصال بمؤسسات متخصصة تقدم حلولا ومعلومات عن وسائل الحماية من عمليات القرصنة.

كما تنتج عن وجود خلل في عمل النظام الإلكتروني ويكون منشأ هذا الخلل إما عطل في النظام أو حدوث إنقطاع فيه فلا يستجيب لمتطلبات المستخدمين له، أو يعمل النظام ببطء وكل ذلك راجع إلى سوء مراقبة البرامج الكمبيوتر وعدم حل مشاكل صيانة النظم.

حتى إساءة استخدام النظام من قبل العملاء قد ينتج عنه هذا النوع من المخاطر، حيث تظهر آثار هذا الخطر نتيجة نقص المعرفة والإلمام بالتكنولوجيا المستخدمة في الصيرفة الإلكترونية وما ينتج عنها من هدر الحقوق وسرقة الأموال خاصة إذا قام أحد العملاء باستخدام رقم بطاقته في برنامج غير محمي قد يسمح للغير بالحصول على معلومات وافية عن حسابه.

[1]-إيمان العاني ،البنوك التجارية وتحديات التجارة الخارجية رسالة ماجستير, جامعة قسنطينة ,2006-2007،ص134

3_المخاطر القانونية

البنك الذي يؤدي خدماته عبر الانترنيت قد يصطدم بعدم معرفته الدقيقة لقوانين وتشريعات حماية عملاءه، كذلك هناك إمكانية الاستخدام غير المشروع أو سوء استخدام المعلومات المحصلة عبر الانترنيت من قبل أطراف خارجين قد يهاجمون مستودع معلومات البنك ثم هناك حقيقة أخرى وهي أن العقود الإلكترونية والتوقيعات الإلكترونية مازالت قيد النضج وهي تختلف من دولة إلى أخرى وإن ممارسات" اعرف عميلك جيدا" أصبحت أكثر أهمية بالنسبة للبنوك في محاولاتهم لمنع الاحتيال.[1]

4_مخاطر السمعة

عادة ما تنتج السمعة السيئة عن عدم قدرة البنك على إقامة علاقات جديدة أو الحفاظ على العلاقات الحالية مع عملاء بسبب عدم قدرة البنك على تكيف مع أو تعامل مع التكنولوجيات الحديثة ويكون ذلك سبب نقص كفاءة الخدمات الإلكترونية المقدمة أو لاختراق أمن وسرية كذا الخصوصية المعاملات البنكية ويعتبر من الأخطار الغير مالية إلى أنه يؤدي إلى وقوع خطر مالي بطريقة غير مباشرة الأمر الذي ينعكس سلبا على ربحية البنك وبقاءه.

[1]–رحيم حسن ، الاقتصاد المصرفي ، دار بهاء الدين للنشر و التوزيع ,الجزائر ،2008، ص36.

المبحث الثاني: وسائل الدفع الإلكتروني

تعد صناعة الخدمات المالية أحد ملام النهضة الاقتصادية التي حققتها المجتمعات البشرية عبر تطورها، وإن كان هذا التطور مرتبط ارتباطا وثيقا بحدوث طفرة في معدلات التقدم في مجال معين فإن خير مثال على ذلك ،الطفرة التي حدثت في مجال التجارة الإلكترونية والصناعة البنكية وخاصة فيما يتعلق بوسائل الدفع والسداد التي ظهرت مع بدايات التحول إلى عصر المعلومات والمعرفة التي فجرت الاستخدام المكثف لتقنيات المعلومات والاتصالات ،كما قامت الصناعة الخدمات المالية بتوفير نظم وتطبيقات جديدة تحقق الاستفادة القصوى مما أتاحه هذه التكنولوجيا الحديثة.

المطلب الأول: مفهوم وسائل الدفع الإلكتروني

في ضوء اكتساح التكنولوجيا الحديثة وانتشار التجارة الالكترونية أصبح من الضروري ابتكار وسائل الدفع حديثة تماثلت في وسائل الدفع الإلكتروني والتي سنتطرق في هذا المطلب إلى إعطاء تعريف لها ثم التطرق إلى خصائصها وأخيرا مزايا وعيوب هذه الأخيرة.

أولا: تعريف وسائل الدفع الإلكتروني

تعرف وسائل الدفع الإلكتروني بمختلف أدوات الوفاء الإلكترونية ،بحيث يصبح الوفاء بموجب هذه الأدوات وفاء الدين كليا أو جزئيا ومن بين الوسائل الحديثة التي تلاقي إقبالا واسعا الدفع عن طريق البطاقات البنكية والنقود الإلكترونية .[1]

[1]–أشرف حسن, محمد جواد أنظمة الدفع الإلكتروني وطرف، مجلة الدراسات المالية والمصرفية العدد،2014ص222.

ثانيا: خصائص وسائل الدفع الإلكتروني

يتسم الدفع الإلكتروني بالطبيعة الدولية، أي أنه وسيلة مقبولة من جميع الدول حيث يتم استخدامه لتسوية الحساب في المعاملات التي تتم عبر فضاء إلكتروني بين المستخدمين في جميع أنحاء العالم،يستخدم هذا الأسلوب لتسوية المعاملات الإلكترونية عن بعد حيث يتم إبرام العقد بين الأطراف المتباعدين في المكان وفقا لمعطيات إلكترونية تسمح بالاتصال المباشر بين طرفي العقد ويتم الدفع إلكترونيا .[1]

يترتب على طبيعة الدفع الإلكتروني تواجد نظام بنكي مسبق يتيح الدفع بهذه الوسيلة أي توفر أجهزة تقوم بإدارة مثل هذه العمليات التي تتم عن بعد ومن شأنها أن توفر الثقة للمتعاملين بهذه الوسيلة. [2]

يتم الدفع الإلكتروني من خلال نوعين من الشبكات شبكة خاصة يقتصر الاتصال بها على أطراف التعاقد ويفترض ذلك وجود معاملات وعلاقات تجارية مسبقة بينهم، وشبكة عامة حيث يتم التعامل بين العديد من الأفراد لا توجد بينهم قبل ذلك روابط معينة، يتم الدفع الإلكتروني بأحد الأسلوبين إما من خلال نقود مخصصة سلفا لهذا الغرض ومن ثم لا يتم الدفع إلا بعد الخصم من هذه النقود ،أومن خلال البطاقات البنكية العادية .[3]

ثالثا: مزايا وعيوب وسائل الدفع الإلكتروني

إن عملية الدفع الإلكتروني للنقد خفضت كثيرا من تكلفة العمليات وجعلت من عملية الدفع عملية سهلة أن غير أن هذه الأخيرة لا تخلو من العيوب التي تصاحب العملية.

1 المزايا:

يترتب عن إستعمال وسائل الدفع الإلكتروني مجموعة من المزايا وتتمثل في:

---

[1]–السعيد بريكة، واقع العمليات المصرفية الإلكترونية وآفاق تطويرها والجزائر,أطروحة دكتوراه, أم البواقي 2010،2010 ص140 .

[2]–يوسف واقد النظام القانوني للدفع الإلكتروني رسالة ماجستير, جامعة مولود معمري تيزي وزو،2010،2011،ص24.

[3]–عمار لوصيف ،استراتيجيات نظام المدفوعات القرن 21مع الإشارة إلى تجربة الجزائر ،رسالة ماجستير،،قسنطينة 2008،2009،ص31.

بالنسبة لحاملها: تحقق وسائل الدفع الالكتروني مزايا عديدة أهمها سهولة ويسر الاستخدام كما تمنحه الأمان بدلا من حمل النقود الورقية وتفاديا لسرقة والضياع كأن توفر لحاملها فرصة الحصول على الائتمان المجاني لفترة محددة كما تمكنه من إتمام صفقاته فوريا بمجرد التحقق من رقم البطاقة.

بالنسبة للتاجر: تعد أقوى ضمان لحقوق البائع وتساهم في زيادة المبيعات كما أنها أزاحت عبء متابعة ديون الزبائن طالما أن العبء يقع على عاتق البنك والشركات المصدرة.

بالنسبة لمصدرها :تعتبر الفوائد والرسوم والغرامات من الأرباح التي تحققها البنوك والشركات المصدرة فقد حقق البنك City Bank أرباح من حملة البطاقات الائتمانية عام 1990 بلغت 1 بليون دولار[1].

2_عيوبها:

مثل ما تنطوي وسائل الدفع الإلكتروني على مزايا، فإن استعمالها يترتب عنه أيضا مجموعة من المخاطر والمتمثلة في:

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

بالنسبة للتاجر: إن مجرد حدوث بعض المخالفات من جانبه أو عدم إلتزامه بالشروط يجعل البنك يلغي التعامل معه، يعني تكبد التاجر لصعوبات جمة في نشاطه التجاري.

بالنسبة لمصدرها: أهم خطر يواجه مصدريها هو مدى سداد بطاقات الديون المستحقة عليهم.[1]

[1]–زبير عياش, سميرة مناصرة , مداخلة بعنوان دور وسائل الدفع الإلكتروني في تحسين الأداء البنكي، الملتقى الوطني الثالث ،الصيرفة الإلكترونية التقليدية ومتطلبات التموقع الجيد ،أم البواقي،2،3 ديسمبر2013،ص31 .

[1]_ نفس المرجع, ص 32.

المطلب الثاني: النقود الإلكترونية والشبكات الإلكترونية

تعتبر النقود الإلكترونية والشبكات الإلكترونية من الوسائل المستحدثة للتعامل التجاري من خلال شبكة الانترنيت وهي وإن تتشابه مع النقود والشيكات التقليدية في بعض من خصائصها وسماتها إلا أنها تختلف في أنها تتواجد إلكترونيا وليست مصنوعة من الورق أو المعدن.

أولا: النقود الإلكترونية

ظهرت النقود الإلكترونية كنوع من وسائل الدفع التي سنتعرف عليها فيما يلي:

1_مفهوم النقود الإلكترونية:

عرف البنك المركزي الأوروبي النقود الإلكترونية بكونها مخزون إلكتروني بقيمة نقدية على وسيلة تقنية تستخدم بصورة شائعة للقيام بمدفوعات لمتعهدين غير من أصدرها دون حاجة إلى وجود حساب بنكي عند إجراء الصفقة وتستخدم كأداة محمولة مدفوعة مقدما.[1]

تعد النقود الإلكترونية إحدى الوسائل الحديثة للتعامل التجاري عبر شبكة الانترنيت وهي تشبه النقود التقليدية في معظم خصائصها غير أنها عملة إلكترونية بدلا من الورق والمعدن، وهي عبارة عن نقود غير ملموسة تأخذ صورة وحدات إلكترونية تخزن على قرص صلب لجهاز حاسب آلي في مكان يسمى محفظة إلكترونية .[2]

2_خصائص النقود الإلكترونية

- ✓ النقود الإلكترونية قيمة مخزنة إلكترونيا خلافا للنقود القانونية فهي عبارة عن بيانات مشفرة يتم حفظها على وسائل إلكترونية، تكلفة تداولها زهيدة حيث أن تحويل النقود الإلكترونية عبر الانترنيت أو الشبكات الأخرى أرخص من إستخدام الأنظمة البنكية التقليدية .

[1]–مصطفى كمال طه، وائل أنور بندق، الأوراق التجارية ووسائل الدفع الإلكترونية الحديثة، دار الفكر الجامعي، مصر 2005، ص351.

[2]–عادل رزق،إدارة المخاطر التشغيلية للأعمال الإلكترونية في المصارف العالمية مجلة الدراسات الملية والمصرفية ، العدد2, 2014, ص25.

- ✓ السرية والخصوصية حيث يستطيع المشتري في ظل هذا النظام الجديد أن يقوم بعملية الشراء دون أن يكون التقليدية مضطرا لتقديم أية معلومات. [1]
- ✓ النقود الإلكترونية هي نقود خاصة على عكس النقود الإلكترونية التي يتم إصدارها من قبل البنك المركزي، فإن النقود الإلكترونية يتم إصدارها في غالبية الدول من قبل الشركات أو المؤسسات الإئتمانية خاصة لهذا يطلق عليها اسم النقود الخاصة .[2]
- ✓ النقود الإلكترونية تصدر لغرض واحد فقط وهو للسداد (الدفع)أو سداد قيمة المنتجات والخدمات التي يبتاعها المستهلك.[3]

ثانيا: الشيكات الإلكترونية

في هذا العنصر سنتعرف على الشيكات الإلكترونية كوسيلة من وسائل الدفع الإلكتروني.

1_ مفهوم الشيكات الإلكترونية:

تعتبر الشيكات الإلكترونية شكلا جديدا تماما للدفع الإلكتروني وتكاد تماثل كمبيالة الدفع عند الطلب والتي تعتبر حديثة للغاية، والشيك الإلكتروني هو لمكافئ الإلكتروني للشيكات التقليدية التي اعتدنا التعامل بها وهو عبارة عن رسالة إلكترونية موثقة ومؤمنة يرسلها مصدر الشيك إلى مستلم الشيك(حامله) ليعتمده ويقدمه للبنك الذي يعمل عبر الأنترنيت ليقوم البنك أولا بتحويل قيمة الشيك المالية إلى حساب الشيك وبعد ذلك يقوم بإلغاء الشيك وإعادته إلكترونيا إلى مستلم الشيك (حامله) ليكون دليلا على أنه قد تم حذف الشيك فعلا ويمكن لمستلم الشيك أن يؤكد إلكترونيا من أنه قد تم بالفعل تحويل المبلغ لحسابه.

كما يعرف الشيك الإلكتروني بأنه شيك ثلاثي الأطراف, معالج إلكترونيا بشكل آلي يتضمن أمر من شخص يسمى الساحب إلى البنك المسحوب عليه بأن يدفع مبلغا من المال لشخص يسمى

---

[1]–منير الجنبيهي، ممدوح الجنبيهي، البنوك الإلكترونية, دار الفكر الجامعي، الإسكندرية, 2005 , ص160.

[2]–إبراهيم محمود،محمود الشافعي ،الآثار النقدية والاقتصادية والمالية للنقود الإلكترونية, بحث مقدم إلى مؤتمر الأعمال المصرفية الإلكترونية من الشريعة والقانون, جامعة الإمارات العربية المتحدة، دبي، ماي2003، ص139.

[3]–شريف محمد غنام، محفظة النقود الإلكترونية, دار الجامعة الجديدة للنشر والتوزيع، الإسكندرية،2007.

المستفيد[1]،يتضمن العديد من البيانات تتمثل في رقم الشيك ،إسم الدافع, رقم الحساب, إسم البنك ،اسم المستفيد القيمة ،وحدة العملة, تاريخ الصلاحية, والتوقيع الإلكتروني للدافع.

يخضع الشيك الإلكتروني لذات الأحكام التي تحكم الشيك التقليدي ،و يلاءم هذا النوع من الشيكات الأفراد الذين لا يملكون بطاقات إئتمان وتشير الإحصائيات أن 11% من المشتريات عبر الانترنيت تسدد بواسطة الشيكات الإلكترونية.[2]

2-إجراءات استخدام الشيك الإلكتروني

تتضمن دورة إجراءات استخدام الشيك الإلكتروني على الخطوات الآتية:[3]

الخطوة1: اشتراك المشتري لدى البنك حيث يتم فتح حساب جاري بالرصيد الخاص بالمشتري أو يتم الاتفاق على الصرف خصما من حساب المشتري بأي حساب جاري متفق عليه ويتم تحديد توقيع إلكتروني للمشتري وتسجيله في قاعدة البيانات.

الخطوة 2: اشتراك البائع لدى حصة التخليص نفسها حيث يتم فتح حساب جاري أو ربط مع أي حساب جاري للبائع ويتم تحديد التوقيع الإلكتروني للبائع وتسجيله في قاعدة البيانات.

الخطوة3: فيها يقوم المشتري باختيار السلعة التي يرغب في شراؤها من البائع المشترك لدى حصة التخليص ويتم تحديد السعر والاتفاق على أسلوب الدفع.

الخطوة 4:يقوم المشترك بتحرير الشيك الإلكتروني ويقوم بتوقيعه بالتوقيع الإلكتروني المشفر، ثم يقوم بإرسال هذا الشيك بالبريد الإلكتروني إلى البائع.

الخطوة5: يقوم البائع باستلام الشيك الإلكتروني الموقع من المشتري، يقوم بالتوقيع عليه كمستفيد بتوقيعه الإلكتروني المشفر ويقوم بإرساله إلى جهة التخليص.

---

[1]-مصطفى كمال طه, وائل أنور بندق،الأوراق التجارية ووسائل الدفع الإلكترونية الحديثة، دار الفكر الجامعي، مصر, 2005, ص23.

[2]- مصطفى كمال طه،أنور بندق، نفس المرجع السابق, ص350.

[3]-عمار لوصيف ،استراتجيات نظام المدفوعات القرن 21مع الإشارة إلى تجربة الجزائر، رسالة ماجستير،،قسنطينة 2009،2008، ص46.

الخطوة6: تقوم جهة التي تكون عادة بنك بمراجعة الشيك والتحقق من صحة الأرصدة والتوقيعات بناء على ذلك تقوم بإخطار كل من المشتري والبائع بتمام إجراء المعاملة المالية.

هناك نظامين يتم الاعتماد عليهما في الشيكات الإلكترونية:

- ✓ **File System Checks**

هو نظام معتمد من قبل اتحاد مالي لمجموعة كبيرة من البنوك والهيئات المصرفية الأمريكية، وهو يوفر للعميل إمكانية الاختيار بين مجموعة من وسائل الدفع الإلكترونية أهمها الشيك الإلكتروني القياسي Cheque électronique Standard الإلكتروني المؤكد Certifie Cheque électronique آلات الصرف الالكتروني الذي يرصد كل المعاملات على مستوى نفس الحساب البنكي.

- ✓ **نظام الدفع بواسطة الشيكات الإلكترونية Cyber Cach**

هو عبارة عن نظام دفع يعتمد على شيكات الإلكترونية لشركة Cyber Cash أو بطاقات الائتمان الأمريكية التي تتعامل به مجموعة من البنوك والمؤسسات التجارية المشتركة بهذا النظام ومن سلبياته أنه لا يوفر للعميل إمكانية الاختيار بين مجموعة من وسائل الدفع الإلكتروني كالنظام الأول.

المطلب الثالث: المحفظة الإلكترونية والتحويلات الإلكترونية

من خلال هذا العنصر سنتعرف على كل من المحفظة الإلكترونية والتحويلات الإلكترونية

أولا: المحفظة الإلكترونية

المحفظة الإلكترونية هي أحد أوجه الدفع الإلكتروني سوف نتعرض لها بالتفصيل من خلال هذا العنصر.

1-مفهوم المحفظة الإلكترونية.

محفظة النقود الإلكترونية E-wallet هي وسيلة وفاء جديدة تصلح لسداد المبالغ قليلة القيمة ولقد ظهرت نتيجة تزاوج تكنولوجيا المعلومات والاتصال بتكنولوجيا الكروت الذكية.[1]

وتعرف المحفظة الإلكترونية على أنها وسيلة دفع افتراضية تستخدم في سداد المبالغ قليلة القيمة بشكل مباشر أو غير مباشر.

وتعتبر المحفظة الإلكترونية خدمة قدمت لتسهيل عمليات الطلبات والمعالجة لبطاقات الاعتماد حيث تعمل المحفظة الإلكترونية على توفير الوقت والجهد بحفظ كل المعلومات عن بطاقة اعتماد معينة بحيث بنقرة واحدة يتم إدراج كل هذه المعلومات بدون عناء طباعتها مرة أخرى وهي أيضا قادرة على حفظ معلومات عن العديد من بطاقات الاعتماد وعمليات الشحن والفواتير وغيرها، ولكن هناك العديد من المحفظات الإلكترونية الغير مقبولة من قبل العديد من التجار عبر الانترنيت لذا قامت شركة فيزا و ماستر كارد ومجموعة من تجار المحفظات الإلكترونية بعملية وضع معايير قياسية لهذه التقنية وذلك ليتم عملها بتقنية تسمى لغة النموذج للتجار الإلكترونية Commerce Modeling Languge حيث يتم قبولها .[2]

2-آلية عمل المحفظة الإلكترونية

عند الرغبة في استعمال هذه المحفظة التي عادة ما تكون في شكل بطاقة، يقوم العميل بتحميل المحفظة عددا من الوحدات الإلكترونية ويكون التحميل أو الشحن في ماكينات الصرف الآلي العادية وذلك بتخصيص مفتاح خاص بالشحن، أو في ماكينات أعدت خصيصا للشحن، ويحتاج الشحن دائما إلى إدخال رقم سري خاص كي تتعرف علية الشركة المصدرة، وبعد إتمام عملية الشحن يصبح حاملها قادرا على سداد مدفوعاته لدى التاجر عن طري آلة خاصة أو عبر الانترنيت ليتم خصم قيمة السلعة أو الخدمة وتنتقل هذه القيمة في شكل وحدات إلكترونية.

[1]-شريف محمد غنام، محفظة النقود الإلكترونية، دار الجامعة الجديدة للنشر والتوزيع،الإسكندرية،2007 ص12.
[2]وسيم محمد الحداد، واخرون ، الخدمات المصرفية الإلكترونية، دار المسيرة الأردن، 2012 ،ص182.

من خلال ما سبق يتضح أن المحفظة الإلكترونية تتميز بعدة خصائص[1]:

ـ المحفظة الإلكترونية تعطي حلا متطورا للدفع بمبالغ صغيرة، وبالتالي التخلص من أسعار وتكاليف الشيكات وباقي وسائل الدفع الورقية في كل عملية أو صفقة تجارية ذات المبالغ الصغيرة.

ـ تسمح بتخفيض عمليات الدفع بالنقود وبالتالي التخلص من تكاليف المعالجة.

ـ هي وسيلة ملائمة تماما للصفقات التجارية بالنظر إلى سرعتها.

ـ كما يمكن استخدام المحفظة الإلكترونية من خلال الموزع الآلي للنقود وكذلك في آلات توزيع تذاكر مواقف السيارات بطاقات الهواتف...الخ .

وأهم التجارب في مجال استخدام المحفظة الإلكترونية نذكر منها[2]:

-Moneo (فرنسا):تم فيها إجراء 16مليون عملية دفع سنة 2004.

- Proton (بلجيكا): تم فيها إجراء 12مليون عملية دفع عام 2004.

ثانيا: التحويل الإلكتروني

بعدما كان التحويل بناء على أمر مكتوب وموقع من العميل أصبح بالإمكان إعطاء الأمر بشكل إلكتروني نظر التطور الجهاز البنكي من جهة وظهور أنظمة آمنة لاستخدامه من جهة أخرى.

1-مفهوم التحويل الإلكتروني

التحويل الإلكتروني للأموال هو عملية منح ترخيص الصلاحية لبنك ما للقيام بحركات التحويلات المالية الدائنة والمدينة من حساب البنكي إلى آخر بطريقة إلكترونية عوضا عن استخدام الأوراق وتنفذ

[1]-شريف محمد غنام، نفس المرجع , ص14.

[2]-Toering jean pierre et Brion François, les moyens depaimen,t 1er édition presse universitaire de France PARIS,1999P,90, 91

عمليات التحويل المالي عن طريق دار المقاصة الآلية AHC [1].

عرف قانون التحويل الإلكتروني الأمريكي لعام 1978 والذي يعتبر من بين أولى القوانين التي نظمت هذه العمليات من خلال ما جاء في المادة 906. على أنه نقل للأموال من خلال وحدة إلكترونية أو أداة هاتفية أو حاسب آلي أو أشرطة مغناطيسية لأجل توجيه أمر أو تعليمات أو إذن للمؤسسة المالية من أجل الإيداع أو سحب من الحساب وقد أضافت نفس المادة بأن مصطلح التحويل الإلكتروني يشمل على سبيل المثال لا الحصر التحويلات التي تتم عند نقاط البيع والعمليات التي تتم بواسطة جهاز الصراف الآلي والإيداع والسحب المباشر للأموال في الحساب والتحويلات التي تتم من خلال استخدام الهاتف[2].

وبفضل تعزيز الأنظمة أصبحت التحويلات المالية الإلكترونية تحظى أكثر فأكثر بالمصداقية والأمان لدى المتعاملين هذا فضلا عما يتيحه هذا النظام من اختصار للزمن ووفرة في الجهد والتكلفة ويسر في التعامل فمن خصائص هذا التحويل قابلية للتجزئة Divisibilité إذ يمكن توزيع مبلغ مستند التحويل على أكثر من مستفيد[3].

وتوجد وسائل عدة يتم تنفيذ عملية التحويل الالكتروني للأموال من خلالها.

الوسيلة الأولى(FEDWIRE) هي اختصار لكلمة (federalreservewire network) وهو نظام يدار بمعرفة البنك الاحتياطي الفدرالي الأمريكي وتسمى شبكة الفدرالية للتحويل البرقي.

الوسيلة الثانية (CHIPA) وهي اختصار لكلمة (Cleaning Inter Bank Payment System) وهو نظام الدفع بين البنوك في غرفة المقاصة، حيث يوجد مقر لهذا النظام بمدينة نيويورك الأمريكية ويتألف من اثني عشر بنكا. ويتيح نظام المقاصة الآلية لملفات أوامر الدفع من التبادل بين

---

[1]–عمار لوصيف ،استراتيجيات نظام المدفوعات القرن 21مع الإشارة إلى تجربة الجزائر، رسالة ماجستير، قسنطينة 2008–2009، ص5.

[2]–محمود محمد أبو فروة, مسؤولية البنك المدنية عن عمليات التحويل الإلكتروني, دراسة مقارنة, دار وائل للنشر والتوزيع ،الأردن, 2014، ص32.

[3]–رحيم حسن، هواري معراج, مداخلة بعنوان الصرفية الإلكترونية كمدخل لعصرنة المصارف الجزائرية,أعمال الملتقى الوطني حول المنظومة المصرفية الجزائرية والتحولات الاقتصادية – الواقع والتحديات– جامعة الشلف, 14–15 ديسمبر 2004،ص 322.

المشاركين واحتساب صافي الوضع التبادلي في تسهيل عملية إرسال أوامر الدفع بصورة مباشرة من أنظمة المصارف إلى النظام المركزي لإتمام عملية التسوية المباشرة.

الوسيلة الثالثة(SWIFT) نظام مركزي عالمي لتنفيذ الحوالات المالية المتبادلة بين البنوك العالمية الكترونيا وذلك باعتماد مقاييس دولية ومن خلال رمز محدد لكل بنك يسمى سويفت كود.

1-صورة التحويل الإلكتروني للأموال

هناك ثلاثة صور يتم من خلالها التحويل الإلكترونية للأموال وهي[1]

الحالة الأولى: التحويل الإلكتروني للأموال حسب عدد البنوك المتدخلة في هذه العملية

فيما يخص عدد البنوك المتدخلة، هناك صورتان ،الأولى تتمثل في التحويل البنكي بين حسابين في بنك واحد والثانية في التحويل البنكي بين حسابين في بنكين، مختلفين ،ففي الصورة الأولى يقوم البنك بخصم مبلغ من حساب الأمر وإضافته إلى حساب المستفيد حيث يترتب على ذلك نقص جانب الحساب الدائن لدى الآمر ليضاف بنفس القدر في حساب المستفيد مع ثبات مجموع أرصدة البنك، والثانية تتمثل في التحويل بين حسابين مختلفين في بنكين مختلفين حيث يتم خصم قيمة من حساب الآمر ويقوم في المقابل بنك المستفيد بقيد قيمة الحوالة في حساب المستفيد ومن ثم تتم عملية المقاصة بين البنكين.

الحالة الثانية: التحويل الإلكتروني للأموال حسب المستفيد

قد يتم التحويل الإلكتروني للأموال من حساب إلى آخر كلاهما مفتوح بحساب الآمر بالتحويل لدى البنك نفسه أو لدى بنكين مختلفين، كما قد يتم التحويل بين حسابين لشخصين مختلفين لدى البنك نفسه أو لدى بنكين مختلفين أي هناك صورتان للتحويل الإلكتروني للأموال استنادا إلى المستفيد فقد يكون المستفيد هو ذاته الأمر بالتحويل.

[1]-السعيد بريكة، واقع العمليات المصرفية الإلكترونية الأدوات والمخاطر، دار الكتاب الحديث، الجزائر2014 ، ص11، 12.

الحالة الثالثة : التحويل الإلكتروني للأموال حسب سرعة التحويل

شهد التحويل الالكتروني للأموال في الآونة الأخيرة تغيرا ملموما وبالأخص من حيث سرعة التحويل، حيث ظهرت شركات متخصصة في خدمة الحوالات تمتلك شبكة واسعة من الوكلاء في جميع أنحاء العالم يربطهم نظام معلوماتي مغلق خاص بالشركة، إذ يمكن للمستفيد استلام قيمة الحوالة خلال ثواني معدودة من وقت إصدار أمر التحويل. وهناك الحوالات العادية التقليدية تأخذ صورة التحويل الالكتروني للأموال التي أصبحت نقل يوما بعد يوم وهي أقل تكلفة مقارنة بالحوالات السريعة. فهذا النوع من الحوالات يحتاج إلى بعض الوقت لكونه يرد إلى البنك المصدر ويكون وصوله تسلسليا وحسب تاريخ ورودها إلى البنك المصدر أو المنفذ حيث لا يتم تقديم إحداهما على الآخر في التنفيذ.

المطلب الرابع: البطاقات البنكية والبطاقات الذكية

مجاراة مع تطور الحياة العصرية ومتطلبات الحياة التجارية من سرعة مرونة وفعالية في الأداء، ظهرت أنواع عديدة من البطاقات الإلكترونية التي استخدمت في العديد من المجالات لتأدية المدفوعات، وقد ارتأينا في هذا المطلب إلى تطرق إلى نوعين البطاقات البنكية والبطاقات الذكية.

أولا: البطاقات البنكية

سوف يتم التعرف من خلال هذا العنصر على البطاقات البنكية.

1 –مفهوم البطاقات البنكية

عرف المشرع الفرنسي البطاقات البنكية على أنها بطاقة تسمح لحاملها بسحب أو نقل الأموال ولا يمكن أن تصدر إلا من طرف هيئة قرض أو مؤسسة مالية أو مصلحة مرخصة أو إصدار البطاقات كالبنوك والخزينة العامة.[1]

[1]– Jean Michael et Cannu Paul, Droit Commercial instrument de paiement et de crédit, 5eme, édition paris, 1999 P,02.

وتمثل البطاقات البنكية بطاقات صغيرة تحتوي على شريحة إلكترونية تخزن فيها مجموعة من البيانات المتعلقة برقم الحساب،الرصيد...تستخدم كأداة سحب من الصرافات المعتمدة أو كوسيلة دفع في المحلات التي تعتمدها[1].

تحتوي هذه البطاقة على شريط مغناطيسي يستعمل في عمليات السحب من الموزعات الآلية للأوراق النقدية DAB ورقاقة إلكترونية تستخدم في عمليات الدفع على مستوى نهائي الدفع TPE عند التجار، وتحمل هذه البطاقة اسم مؤسسة المصدرة لها، شعارها ،توقيع حاملها ،بشكل بارز رقمها اسم حاملها وتاريخ انتهاء الصلاحية.[2]

وتمثل الأطراف الرئيسية لهذه البطاقة في [3]:

- ✓ مصدر البطاقة (Bank Issuing) وهو المخول قانونا بإصدار البطاقة لحاملها ويقوم وكالة عنه بتسديد المشتريات للتاجر في حالة الدفع.
- ✓ حامل بطاقة (CardHolder)هو شخص الذي صدرت البطاقة باسمه أو خول له قانونا استخدامها وأخذ على نفسه الالتزام أمام مصدر البطاقة الوفاء بكل الواجبات التي تنشأ عن استعمالها.
- ✓ التاجر(Supplier): هو الذي يبرم عقدا مع مصدر البطاقة بتقديم مبلغ السلع والخدمات المتوفرة لديه والمطلوبة من قبل العملاء حاملي بطاقة البنك الذي تم الاتفاق معه،والشكل الموالي يوضح مواصفات البطاقة البنكية.

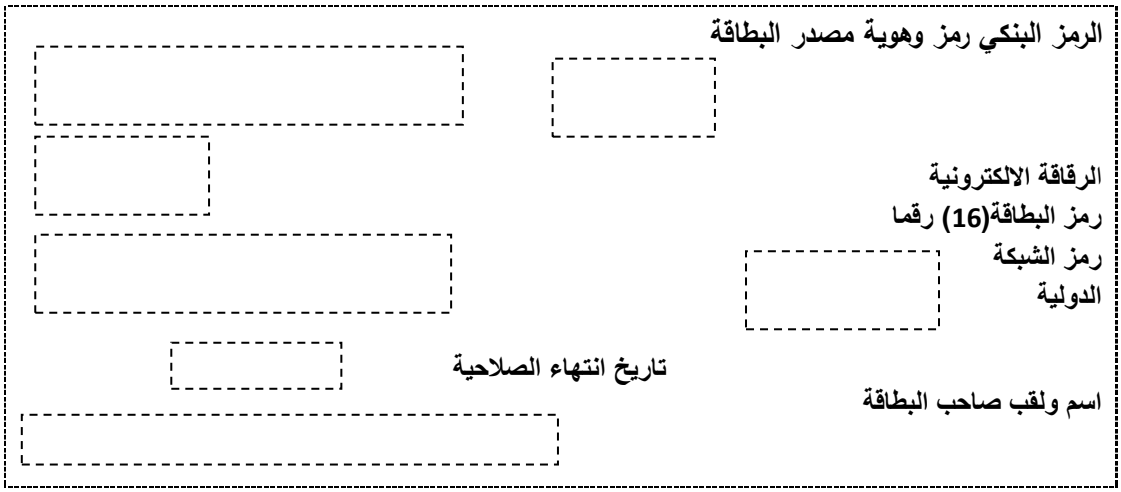
1_ حميد فشيت،حكيم بناولة، مداخلة بعنوان واقع وسائل الدفع الإلكتروني الجزائر، الملتقى الدولي الرابع حول عصرنة نظام الدفع في البنوك الجزائرية وإشكالية اعتماد التجارة الإلكترونية في الجزائر،خميس مليانة 2001،ص4 .

2_الرومي محمد أمين،التعاقد الإلكتروني عبر الانترنيت, دار المطبوعات الجامعية، الإسكندرية،2004، ص130.

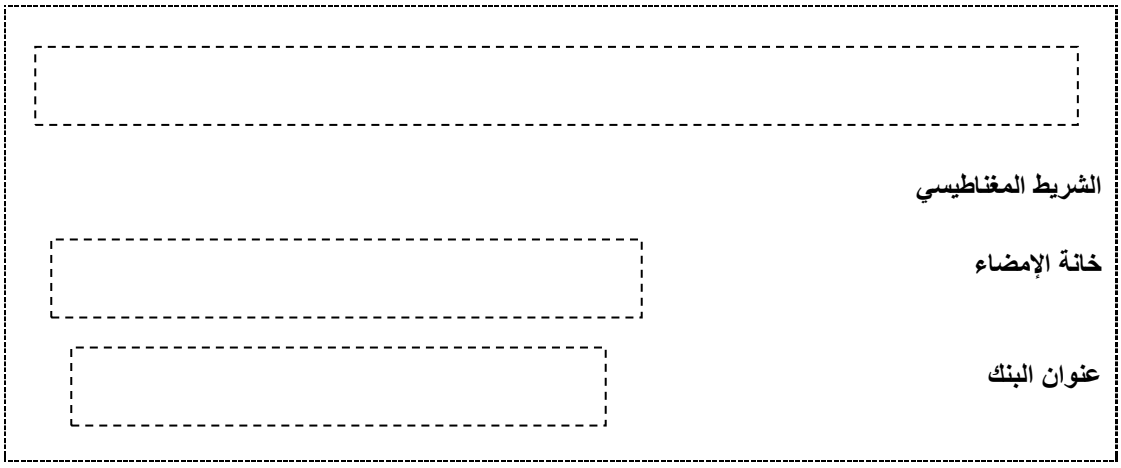
3_عبد الوهاب إبراهيم أبو سليمان، البطاقات البنكية الاقراضية والسحب مباشرة من الرصيد دراسة فقهية قانونية اقتصادية وتحليلية, دار القلم، دمشق، الطبعة الثانية،2003 ص41

شكل رقم(1_1) مواصفات البطاقة البنكية

وجه البطاقة



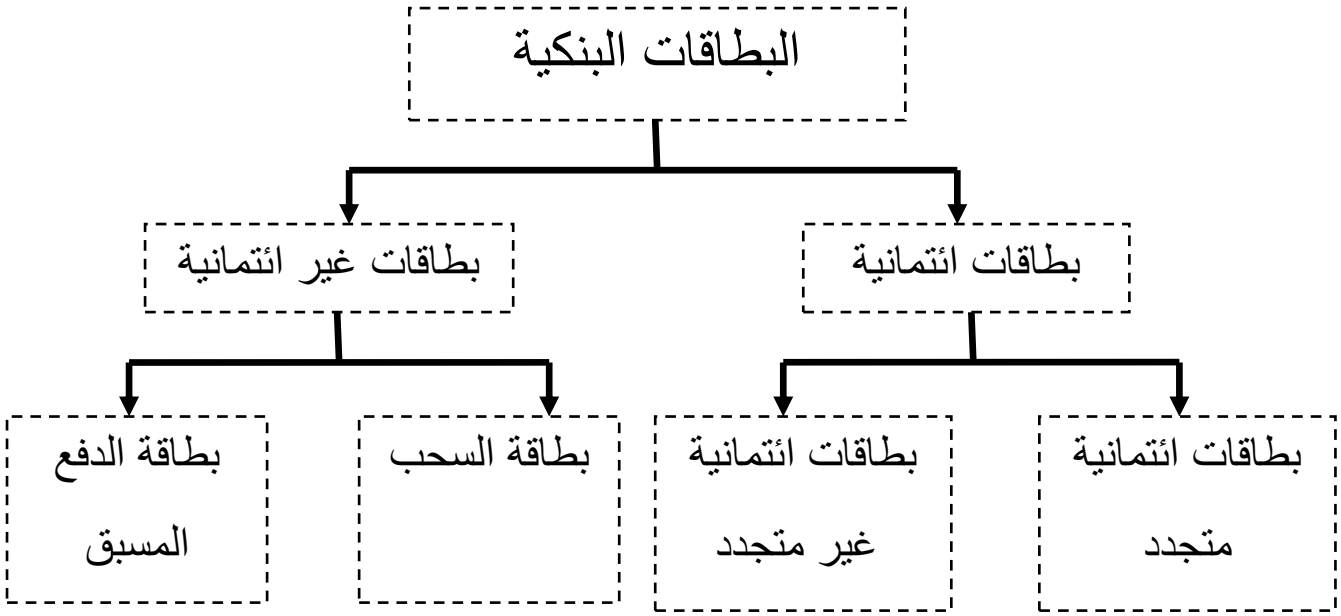
ظهر البطاقة



المصدر : من إعداد الطالبة

2-أنواع البطاقات البنكية : تنقسم البطاقات البنكية إلى بطاقات غير ائتمانية وأخرى ائتمانية، والشكل الموالي يوضح التقسيم الأساسي للبطاقات البنكية:

الشكل رقم (1_2) أنواع البطاقات البنكية



المصدر:من إعداد الطالبة بالاعتماد على: أشرف حسن محمد جواد،أنظمة الدفع الإلكتروني وطرق حمايتها ،مجلة الدراسات المالية والمصرفية،العدد2014،2.

- **البطاقات الغير الائتمانية.**

تنقسم البطاقات الائتمانية بدورها إلى:

- ✓ بطاقة السحب أو الخصم الفوري :DebitCard هي بطاقة لها شكل مستطيل بلاستيكي مضبوط حسب النظام الدولي ISO تحمل معلومات خاصة بالزبون(الهوية الكاملة,البنك المصدر تاريخ الشرعية رمز سري الإمضاء ورقم البطاقة) وتستخدم هذه البطاقة في حالة سحب من الرصيد عن طريق الموزع الآلي التابع للبنوك التجارية أو يتم الخصم مباشرة لقيمة هذه الاستخدامات من الحساب الجاري المفتوح.

- ✓ بطاقة الدفع PrepaidCard: هي نفسها بطاقة السحب تختلف عنها في الوظيفة من حيث أن بطاقة السحب وظيفتها الاستعمال في سحب مبلغ مالي من الموزع الآلي أما بطاقة الدفع فإن استعمالها يمكن صاحبها من شراء سلع وخدمات من محلات تجارية لها عقود مع بنك مصدر بطاقة الدفع وتكون مجهزة بجهاز الدفع TPE والتعامل إلا مع هذه الأخيرة وفقط ، وهذا ما يعتبر جانبا سلبيا حيث تحد من حرية المستهلك عند القيام بعملية الشراء التي تكون مقتصرة على نوع محدد من المحلات .[1]

- ➢ **البطاقات الائتمانية.**

وتنقسم البطاقات الائتمانية كذلك إلى نوعين:

- ✓ البطاقات الائتمانية المتجددة :لا تختلف فكرة البطاقة الائتمانية كثيرا عن البطاقة الغير ائتمانية في طريقة الاستخدام والاعتماد من قبل المشتري إلا أنها تمنح مرونة أكثر لصاحبها في تسوية معاملاته التجارية وقد ظهرت هذه الأخيرة في أواخر الستينات في الولايات المتحدة الأمريكية من خلال بطاقتين شهيرتين visa و Master Card، وهذا النوع يصدر في حدود مبالغ معينة وفي هذا النوع يكون حامل البطاقة مخيرا بين تسديد كلي لقيمة فاتورة البطاقة خلال فترة الاستفادة أو تسديد جزء منها فقط ويسدد الباقي خلال فترة أو فترات لاحقة وفي كلتا الحالتين يتم تجديد القرض الأول لحامل البطاقة لذلك سميت ببطاقة الائتمان المتجددة وتتميز بأنها توفر كل من الوقت والجهد لحاملها وتزيد من إيرادات البنك المصدر لها لما يحصل من رسوم مقابل الخدمات وفوائد التأخير.[2]
- ✓ البطاقات الغير ائتمانية الغير متجددة: مثل البطاقة السابقة يتيح هذا النوع من البطاقات منع اعتمادات مالية لحاملها، إلا أنها تختلف عن سابقتها في أن السداد يتم بالكامل من قبل عميل البنك خلال الشهر الذي يتم فيه السحب أي أن الفترة الائتمانية في هذه الحالة لا تتجاوز 40يوما.

[1]–عبد قادر بحيح، الشامل لتقنيات أعمال البنوك، دار الحلزونية للنشر والتوزيع ،الجزائر،2013، ص168–164.
[2]حميد فشيت، حكيم بناولة، مداخلة بعنوان واقع وسائل الدفع الإلكتروني الجزائر، ملتقى الدولي الرابع حول عصرنة نظام الدفع في البنوك الجزائرية وإشكالية اعتماد التجارة الإلكترونية في الجزائر، عين دفلى, ص5.

وقد بدأت بظهور شركة Diners club ثم توسعت أكثر بقيام American Express بإصدار بطاقة لاتزال موجودة إلى الآن وهي AMEX وهي شبيهة بالبطاقة الائتمانية في كل شيء تقريبا لكن الشركات المصدرة لهذا النوع تشترط مثلما سبقت الإشارة إليه سداد كامل المبلغ في نهاية مدة السماح الممنوحة له[1].

[1]–رأفت رضوان, عالم التجارة الالكترونية، المنطقة العربية للتنمية, القاهرة, 1999, ص47 .

ثانيا:البطاقات الذكية.

سوف نتعرض في هذا العنصر إلى آخر وسيلة من وسائل الدفع وهي البطاقات الذكية.

1 مفهوم البطاقات الذكية.

الكارت الذكي هو عبارة عن كارت بلاستيك يتشابه من حيث الحجم والشكل بكروت الائتمان أو بطاقات الوفاء أو خصم الفوري Debit Card ولكنه مزود بكمبيوتر صغير Micro Processor به ذاكرة تسمح بتخزين بيانات يمكن استدعاؤها بطريقة منظمة كما يسمح بتخزين نقود أو وحدات إلكترونية يمكن استخدامها في سداد أثمان السلع والخدمات[1].

وتعتبر البطاقات الذكية آخر جيل من البطاقات حيث خطت هذه الكروت خطوة أكبر وشهدت تقدما تكنولوجيا ملحوظا تمثل في استبدال كمبيوتر صغير يشبه الكمبيوتر الشخصي ويتمثل في الشريط الممغنط الذي توجد بداخله ذاكرة إلكترونية تسمح بتخزين كمية أكبر من المعلومات يمكن التعرف عليها عن طريق الكارت ذاته لا عن طريق قارئ خارجي وأطلق عليها تسمية الكروت الذكية لأنها مزودة بذاكرة قوية أشبه بالعقل الذي تخزن فيه المعلومات المتنوعة.[2]

لا تعتبر تكنولوجيا البطاقات الذكية جديدة، فقد طبقت في الولايات المتحدة الأمريكية ودول أوروبا منذ سنوات عديدة، وقد اتخذت هذه الكروت حينها صورة الكروت أحادية الاستخدام Mono service تستخدم في مجال الاتصالات فاستخدمت في كروت الهاتف حيث تسمح بالقيام بالمكالمات وتلقيها عن طريق شحنها ويتم التعرف عليها عن طريق أجهزة الهاتف.

ويعد مشروع المدن الذكية Smart Cities أوضح مثال لفكرة التطبيق المتعدد للبطاقة الذكية، فقد تبنى الاتحاد الأوروبي هذا المشروع لتوفير راحة الأوروبيين وذلك بإنشاء مدن مثالية وقد طبقت فعلا في مدينة ساوثمبتون البريطانية التي استخدمت فيها البطاقات الذكية كوسيلة للحصول على الخدمات والسلع وسداد أجرة أماكن إيقاف السيارات والدفع مقابل الوجبات في المطاعم كل هذا بواسطة البطاقة الذكية التي كانت مقبولة عل نطاق واسع في المدينة.

[1]–شريف محمد غنام، محفظة النقود الإلكترونية، دار الجامعة الجديدة للنشر والتوزيع، الإسكندرية،2007, ص16.

[2]–Smart Card: basics.35 www. gemplu, com/basics/what, html Smart, CardBasics avril 2020.

2 أنواع البطاقات الذكية.

البطاقات الذكية أنواع وهي:

- البطاقات أحادية الإصدار أحادية الاستخدامMono prestataire Mono service

يصدر هذا الكارت عن شركة واحدة حيث يستطيع المستهلك شراء أو سداد قيمة منتج أو خدمة واحدة تقدمها هذه الشركة ومن ثم فإن مصدر هذه البطاقة واحد وتستخدم لسداد قيمة خدمة واحدة ومن أمثلة هذه البطاقات كورت الاتصالات التي تستخدم في كبائن الهاتف العامة والخاصة وكروت تناول الوجبات في المطاعم الجامعية والمستشفيات أو الشركات.

- البطاقات أحادية الإصدار متعددة الاستخدام Mono prestataire Multiservice

يتشابه هذا النوع من البطاقات مع النوع الأول في وحدة المصدر ومن ثم لا يكون مقبولا إلا لدى هذا المشروع المصدر ونغيره ومع ذلك يتميز هذا النوع بأنه يسمح باستهلاك منتجات وخدمات كثيرة ومن أمثلة ذلك في فرنسا كارت Ville de Parisيستخدم في شراء كل المنتجات والخدمات داخل مدينة باريس في محلات تابعة لمصدر الكارت.

- البطاقات متعددة الإصدار متعددة الاستخدام Multi prestataire Multiservice

على خلاف النوعين السابقين، يتميز هذا النوع من الكروت بأن الشركات المصدرة لها متعددة كما تستخدم في سداد قيمة المنتجات وخدمات متعددة وبالتالي فقد يختلف مقدم الخدمة أو المنتج عن مصدر البطاقة فهي تحظى بالقبول العام، ومن أمثلة هذا النوع من البطاقات الـ Avocarte حيث تستخدم هذه البطاقة في سداد الديون الصغيرة بعد تحميلها مسبقا بهذا المبلغ ويختلف هذا النوع من البطاقات عن النوعين السابقين أن ما تم شحنه هو نقود إلكترونية وليست وحدات إستهلاك. [1]

[1]–شريف محمد غنام، مرجع سبق ذكره, ص28،29

3-مزايا البطاقات الذكية :

تقدم البطاقات الذكية مزايا عديدة نذكر منها ما يلي:

- القدرة العالية على تخزين المعلومات.

يسمح الكمبيوتر الصغير المثبت على البطاقة بتخزين معلومات وبيانات شخصية ومالية خاصة بحاملها، وقد تصل قدرة هذه البطاقة الذكية على التخزين إلى 80 أو 100 مرة أكبر من قدرة البطاقات العادية.

- تعدد مجالات الاستخدام

تقدم البطاقات الذكية خدمات متعددة للمستهلكين، فالمستخدم يستطيع أن يحصل على أكثر من خدمة عن طريق إستخدام بطاقة واحدة، ومن خدمات التي يمكن للبطاقة الذكية أن تقدمها للمستهلك خدمة الاتصالات وأيضا في مجال الخدمات الصحية حيث تستخدم كبطاقة صحية يدون فيها اسم المريض وحالته الصحية والأمراض التي أصيب بها خلال حياته والمستشفيات التي عولج بها.

- **السرية والأمان.**

أهم ما تقدمه هذه البطاقات الذكية للمستهلك هو السرية في المعاملات والأمان الذيل طالما نشده المستهلك ويعود الفضل في المستوى الأمان المتقدم إلى الكمبيوتر الصغير المثبت عليها، ومن الناحية الفنية فانه يتم تخزين المعلومات على مستوى هذه الكروت card Reading Terminal في ثلاثة مناطق مختلفة وهي:

-منطقة خاصة بالقراءة فقط Read Only Mode ويتم تخزين المعلومات عند استخدام الكارت الأول مرة وهي بيانات تتعلق بحاملها والجهة المصدرة للبطاقة.

-منطقة ثالثة وتسجل فيها البيانات المالية لحامل البطاقة وتتمثل في الحد الأقصى الذي يمكن للبطاقة أن تشحن به المعاملات التي تمت بواسطة وهي منطقة للقراءة فقط ولا يمكن قراءتها إلا بوضع البطاقة في ماكينة الشحن Card Reading Terminal.[1]

[1]_نفس المرجع, ص 21_22 .

خلاصة

من خلال هذا الفصل اتضح لنا أنه أصبح لزاما على البنوك الاعتماد على نمط جديد في تقديم خدماتها ألا وهو الصيرفة الإلكترونية, حيث أصبح من الضروري الاعتماد على وسائل أكثر تطور و حداثة المتمثلة في وسائل الدفع الإلكترونية التي إتخذت عدة أشكال منها البطاقات البنكية, الشيكات الإلكترونية, التحويلات الإلكترونية ...., وكل من هذه الوسائل يؤدي دورا مهما في تسريع و تأدية الخدمة للأفراد بكل أمن و سلامة.

الفصل الثاني:

الخدمات المصرفية

تمهيد:

مما لا شك فيه أن الصيرفة الإلكترونية خدمت و بشكل كبير مستوى الأداء البنكي مما إنعكس بالإيجاب على مستوى جودة الخدمة البنكية المقدمة للزبائن, سواء من ناحية سهولة و تكلفة المعاملات أو من ناحية أساليب التقديم ووقت الحصول عليها, حيث تسعى البنوك من خلال إعتمادها على تبني الخدمات الإلكترونية حتى و إن كانت في أدنى مستوياتها إلى إستهداف رفع مستوى جودة الخدمة و تحسين قدرتها التنافسية و خلق فرص تطوير أعمالها و تدنية تكاليف التشغيل .

سنتطرق من خلال هذا الفصل إلى الخدمات المصرفية عبر المباحث التالية :

المبحث الأول : مدخل إلى الخدمات المصرفية .

المبحث الثاني : جودة الخدمات المصرفية .

المبحث الأول: مدخل إلى الخدمات المصرفية

يهدف هذا المبحث إلى إبراز وتحديد مفهوم الخدمات المصرفية كما سنتطرق من خلاله إلى أنواع الخدمات المصرفية بالإضافة إلى عرض خصائصها ومميزاتها وأخيرا سنتعرض إلى بيئة وتصميم الخدمة المصرفية.

المطلب الأول: مفهوم الخدمة ومكوناتها :

أولا: مفهوم الخدمة

- هناك شبه اتفاق بين الكثير من الكتاب هو تعريف الخدمات حيث نجد كل من Kotler و Armstrong و Bennett وأيضا Reindenbach يعرفون الخدمات بأنها أنشطة أو منافع يقدمها طرف (البائع) إلى طرف آخر (المشتري) وهي بطبيعتها غير ملموسة ولا يترتب على بيعها وتقديمها نقل ملكية شيء وقد يرتبط أولا يرتبط إنتاجها وتقديمها بمنتج مادي ملموس[1] .
- كما تعرف على أنها:نشاط يرافقه عدد من العناصر غير الملموسة والتي تتضمن بعض التفاعل مع الزبائن أو مع خاصية الحيازة (الامتلاك) وليس نتيجة لانتقالها للمالك.[2]
- أما stantan فقد عرفها بأنها أوجه نشاطات غير ملموسة تهدف إلى إشباع الرغبات والاحتياجات عندما يتم تسويقها إلى المستهلك النهائي أو المستعمل الصناعي مقابل سداد مبلغ من المال بحيث لا تقترن هذه الخدمات ببيع منتوج مادي ملموس.
- أما Bither . Zeitaml فقد عرفها بأنها الخدمات التي تتضمن لكل لأنشطة الاقتصادية التي مخرجاتها ليست منتجات مادية وهي بشكل عام تستهلك عند وقت إنتاجها وتقديم قيمة مضافة وهي بشكل أساسي غير ملموسة .[3]

---

[1]–عميروش مصطفى، متطلبات تطوير الخدمات المصرفية وزيادة القدرة التنافسية للبنوك الجزائرية " مذكرة مكملة لنيل شهادة ماستر في إدارة أعمال مالية ",كلية العلوم الإقتصلدية وعلوم التسيير،جامعة 8 ماي 45, قالمة الجزائر،2009–2010,ص2.

[2]–تيسير العجارمة, التسويق المصرفي"دار حامد للنشر،عمان، 2005، ط1، ص20.

[3]–هاني حامد الضمور، تسويق الخدمات" دار وائل للنشر و التوزيع، الأردن, 2004، ص17.

فالخدمات إذا تعني المنتجات غير الملموسة والتي هدف إلى إشباع رغبات وحاجات المستهلك وتحقق له منفعة ويتضح من التعاريف السابقة مايلي:

– أن الخدمة أداة أو نشاط وليست شيء ملموس.

– الخدمة وجود طرفين طرف يقدم الخدمة وطرف يحصل عليها.

_ خدمة غير ملموسة .

_ لا ينتج عن أداء الخدمة نقل ملكية شيء باعتبارها غير ملموسة.

ويحدث أحيانا الخلط بين السلع المادية والخدمات, والتفرقة الواضحة بينهما تكمن في أن الخدمة ليست شيئا ماديا ملموسا, ولا يمكن تملكها فعلى سبيل المثال عندما نستأجر غرفة في الفندق لا نأخذ شيئا ماديا عند مغادرتنا الفندق، وإنما نحصل على درجة من الانطباع والرضا على مستوى الخدمة المقدمة، كما هو حال في البنك عندما ترغب في تحويل الأموال إلى أحد الأقارب ،فإننا لا نأخذ شيء مادي ملموس وإنما تتحصل على درجة من الانطباع والرضا من خلال إجراء عملية التحويل.

كما أن تقديم الخدمة لا يشترط استخدام الآلات والمعدات كما هو حال في إنتاج السلع المادية، فقد نستخدم عدة آلات ومعدات مختلفة لكن يبقى العنصر البشري هو الأساسي الذي يتحتم وجوده وإسهامه في تقديم الخدمة ،فالعامل الذي يساهم في إنتاج السلع لا يقدمها بنفسه للمستهلك، بينما موظف البنك هو الذي يتعامل مع الزبون ويقدم له الخدمة بنفسه ، حيث يتوقف مستوى جودة الخدمة على مستوى المهارة والكفاءة المهنية والصفات السلوكية للموظف عند تقديمه للخدمة .

ثانيا: مكونات الخدمة:

حدد الباحثان zeithaml and Bitner مكونات الخدمة التي تؤثر على إدراك العملاء لجودة الخدمة المقدمة لهم في ثلاثة عناصر أساسية وهي : العمليات، العنصر البشري ، والمكونات المادية للخدمة وفيما يلي توضيح لك عنصر من العناصر الثلاثة .

2-1-العمليات: ويشتمل هذا العنصر على الأساليب التي يتم بها الوصول إلى موصفات أو الخصائص التي يرغبها الزبون في الخدمة وتعكس العمليات في أداة الخدمة العناصر التالية:

- تدفق وتتابع العمليات التي تؤدي بها الخدمة.
- خطوات أداة كعملية من العمليات.
- تفاعل العنصر البشري الذي يقدم الخدمة للعملاء مع التكنولوجيا المستخدمة في أداة الخدمة.

2 -2-العنصر البشري: ويشمل هذا العنصر على:

- العاملين (الموظفين) مقدمي الخدمة.
- العميل الذي يقيم الخدمة مقدمة له.
- العملاء الآخرون.

ويعبر العنصر البشري من أهم العناصر التي تؤثر على مكونات الخدمة والتي تؤثر بدورها على إدراك العميل لجودة الخدمة والمقصود بالعميل كل من يأثر بأهداف الجودة أو كل من له دور في تحقيقها والعملاء إما عملاء خارجيين أو عملاء داخليين (الموظفين بالبنك) وفيما يتعلق بالعملاء الخارجيين يجب على إدارة البنك أن تحدد بدقة العميل المستهدف وأن نتعرف على مستوى الجودة الذي يرغبه ثم ترجمة ذلك إلى مواصفات للخدمة المصرفية التي تشبع العميل.

أما فيما يتعلق بالعملاء الداخليين أو العاملين بالبنك فيجب على إدارة البنك الاهتمام باختيار أحسن الكفاءات والاهتمام بتنمية مهاراتهم وخاصة أولئك الذين لهم اتصال مباشر مع العملاء.

2-3-المكونات المادية الملموسة للخدمة: وهذا العنصر يشتمل على:

- الأجهزة والتسهيلات المادية.
- المظهر الداخلي والخارجي للبنك.
- توافر إحتياطات الأمن.

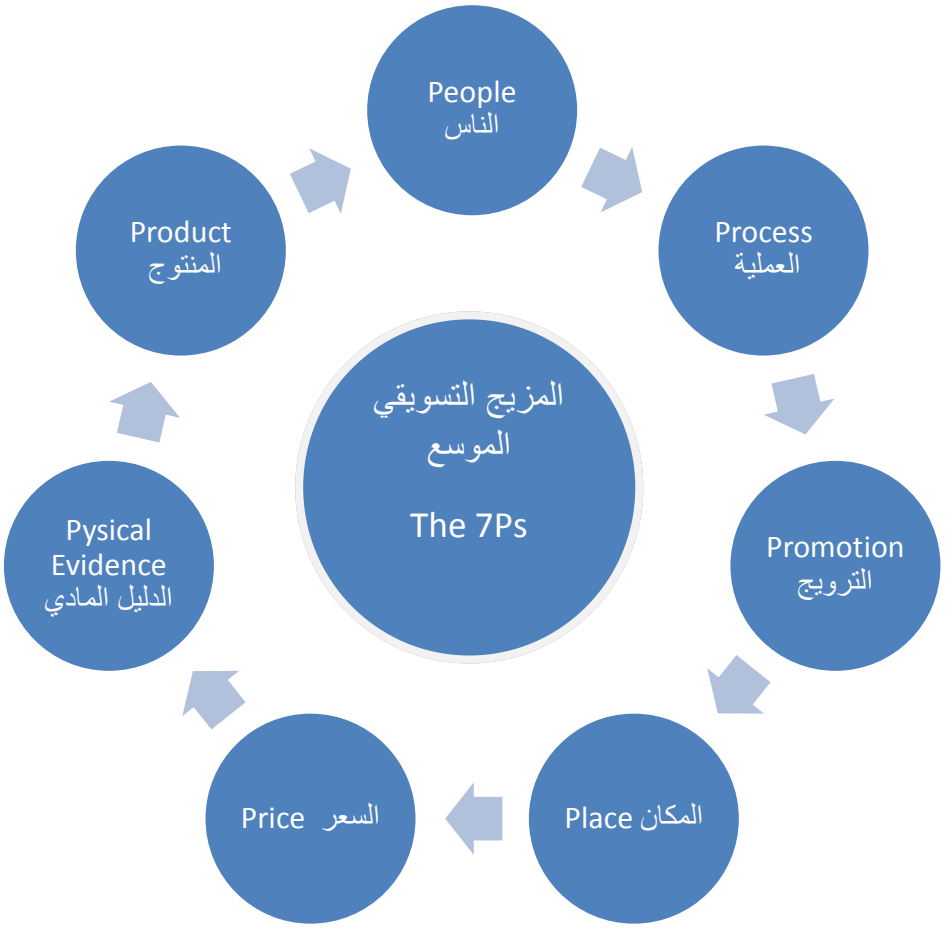
ويعكس هذا العنصر مدى ملائمة المكونات المادية للخدمة لتوقعات العملاء.

وتجدر الإشارة أنه ونظر لأهمية هذه العناصر الثلاث (العمليات ،العنصر البشري ،المكونات المادية) ودورها في تحديد مستوى جودة الخدمة فقد أعتبر بعض الكتاب أن هذه العناصر تمثل

مزيجا تسويقيا بالنسبة للخدمة ليضاف إلى المزيج التسويقي المتعارف عليه LES 4PS حيث أصبح في قطاع الخدمات والخدمات المصرفية المزيج التسويقي يتكون من سبعة عناصر (LES 7PS)[1].

و الشكل الموالي يوضح العناصر السبعة للمزيج التسويقي الموسع :

الشكل رقم (2-1) : العناصر السبعة للمزيج التسويقي الموسع



[1]-عوض بدير الحداد,"تسويق الخدمات المصرفية ", دار البيان للنشر و التوزيع، مصر, 1999، ص36-37.

المطلب الثاني : مفهوم الخدمة المصرفية وأهم مميزاتها

أولا: تعريف الخدمة المصرفية:

- هي مجموعة من الأنشطة والعمليات ذات المضمون المنفعي الكامن في العناصر الملموسة وغير الملموسة والمقدمة من قبل المصرف والتي يدركها المستفيدون من خلال ملامحها وقيمها المنفعية والتي تشكل مصدر لإشباع حاجاتهم ورغباتهم المالية والائتمانية الحالية والمستقبلية وفي الوقت ذاته تشكل أرباح للمصرف من خلال العلاقة التبادلية بين الطرفين "[2].
- وتعرف أيضا أنها " تمثل نشاط أو عمل يحصل عليه المستفيد من خلال الأفراد أو الأماكن التي تقدم من خلالها وأن مستوى الإشباع بالوعي للمستفيد يرتبط بمستوى أداة الأفراد و الأماكن . وذلك لعدم ملموسية هذا النشاط أو العمل وأن هذه الخدمات قد يرتبط تقديمها بمنتج أو قد لا يرتبط."[1]

فمفهوم الخدمة المصرفية إذا لا يختلف عن مفهوم الخدمات بصورة عامة، والتي بيناها في الفقرة السابقة، وتمثل الخدمات المصرفية والمالية مجموعة الخدمات التي تقدمها البنوك لعملائها وترتبط هذه الخدمات بالوظائف الأساسية للبنوك كما أنها تحقق مصدر أرباح للبنك ومستوى إشباع للأفراد.

ثانيا: خصائص الخدمات المصرفية:

حسب وجهات نظر بعض الكتاب المختصين في حال التسويق المصرفي، فإن الخدمات المصرفية تتمتع بخصائص ندرجها كالأتي:

- الخدمات المصرفية ليست مادية ملموسة .
- الخدمات المصرفية غير قابلة للتجزئة أو التقسيم أو الانفصال عند تقديمها.
- الخدمات المصرفية ليست محمية ببراءة اختراع وكالخدمة جديدة يوجهها بنك ما يمكن لبنك آخر تقديمها .
- تعتمد الخدمة المصرفية في تقديمها على التسويق الشخصي وعلى مهارة وكفاءة مقدم الخدمة.

---

[2]–تيسير العجارمة، مرجع سابق، ص31–32.

[1]– محمود جاسم الصميدي، ردينة عثمان يوسف، "التسويق المصرفي،" دار المناهج للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2001 ,ص63 .

- لا يمكن إنتاج الخدمة المصرفية مقدما وتخزينها. فهي تنتج وتستهلك في نفس اللحظة التي يتقدم فيها العاملي لطلبها.
- لا يمكن لموظف البنك إنتاج عينات من الخدمة وإرسالها للزبون لفحصها والحصول على موافقته على جودتها قبل الشراء.
- الخدمات المصرفية غير قابلة للاستدعاء مرة ثانية في حالة وجود عيوب أو أخطاء عند تقديمها، ففي هذه الحالة الاعتذار وترضية العميل هما البديل الوحيد أمام موظف البنك.
- جودة الخدمة المصرفية غير قابلة للفحص قبل تقديمها من طرف موظف البنك إلى الزبون.
- تقديم الخدمات المصرفية لا يأخذ شكلا نمطيا محددا حيث تختلف طريقة تقديم الخدمة ودرجة تفاعل موظف البنك من زبون لأخر [1].

بالإضافة إلى هذه الخصائص هناك خصائص أخرى للخدمات المصرفية نوجزها فيما يلي:

_التشتت الجغرافي: حيث يمكن تقديم الخدمات المصرفية داخل حدود الدولة عبر مختلف مناطقها و خارج حدود الدولة بالخارج خاصة خدمات التحويلات المالية وإصدار البطاقات البنكية والشيكات السياحية حيث هذه الخدمات تقدم للزبون حيث ما وجد.

_ زيادة قدرة عرض الخدمات المصرفية على خلق الطلب عليها .

_ ارتفاع مرونة الطلب على الخدمات المصرفية .

_ تصاعد أهمية العنصر البشري حيث أن طبيعة التعامل المصرفي وما يتطلبه من السرعة في الأداء والسرية والأمانة وكبر حجم المخاطر التي تتعرض لها البنوك فإن تدريب موظفي البنك والرفع من كفاءتهم يعتبر أمرا حاسما.

_ ارتباط الخدمات المصرفية باسم البنك مقدم للخدمة ودرجة الثقة فيه.[1]

[1]–بريش عبد القادر, "جودة الخدمات المصرفية كمدخل لزيادة التنافسية للبنوك" مقال في مجلة إقتصاديات شمال إفريقيا" العدد3, ص 254.

[1]–عوض بدير الحداد, مرجع سابق، ص52.

ثالثا:العناصر المميزة للخدمة المصرفية:

كما سبقت الإشارة إلى الخدمات المصرفية تتميز بمواصفات تختلف عن بقية الخدمات الأخرى يمكن إبرازها فيما يلي:

_ تشابه ما تقدمه البنوك من خدمات

إن الخدمات التي يقدمها أي بنك تقدمها معظم البنوك الأخرى وهذه أو مشكلة تسويقية تواجه أي بنك حيث يدفعه ذلك إلى محاولة التميز عن المنافسين بمستوى خدمات تتصف بالجودة العالية.

_ تعدد وتنوع الخدمات المقدمة:

يقدم البنك الواحد تشكيلة واسعة من الخدمات المصرفية وكل خدمة لها خصوصياتها ولكل خدمة عملاء ذوي خصائص ورغبات معنية الأمر الذي يحتكم على موظفي البنك بذل المجهودات من أجل التعرف على هذه الخصائص والرغبات ومحاولة الاستجابة لها وتحقيقها للعمليات في الوقت والمكان المناسبين وبالسعر المناسب والجودة المطلوبة.

_ شدة المنافسة بين البنوك:

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

_ أهمية عنصر الثقة في البنك:

نظرا لحساسية التعامل في الأموال فإن خسارة البنك في أحد العمليات المالية قد تنشئ تخوفا لدى الزبائن الأمر الذي يؤدي إلى عجز البنك عن توفير السيولة اللازمة لمواجهة حركة السحب غير العادية الناتجة عن تخوف الزبائن وتحولهم إلى بنوك أخرى كما أن عجز البنك عن تحقيق الإيرادات والأرباح المناسبة قد يؤدي إلى اهتزاز صورة البنك ونقص الثقة لدى الزبائن .

_ الاعتماد على التوزيع المباشر:

لا يستطيع البنك إنتاج الخدمة مركزيا ثم توزيعها بواسطة قنوات توزيع كما هو الحال بالنسبة للسلع المادية ولكن البنك يقدم خدماته مباشرة عن طريق فروعه المنتشرة لتلبية رغبات الزبائن و يكون قريبا منهم ولأهمية الناحية الشخصية في تقديم الخدمة يستخدم البنك طريقة حديثة في تقديم بعض الخدمات.

_ ارتباط نشاط البنك بالسياسة الاقتصادية والنقدية للدولة:

إن العلاقة الوثيقة بين الجهاز المصرفي والنشاط الاقتصادي تجعل كلا منهما يؤثر ويتأثر بالآخر فبناءا على حالة الاقتصادية للدولة يتخذ البنك المركزي قرارات ويستخدم مجموعة من الأدوات النقدية والائتمانية للتأثر على النواحي الاقتصادية حسب الأهداف الموضوعة ومن خلال ذلك تتأثر البنوك بهذه القرارات والأدوات وينعكس ذلك على طبيعة المنتجات والخدمات المصرفية التي تقدمها[1] .

المطلب الثالث: أنواع الخدمة المصرفية:

إنه لمن الصعب حصر جميع الخدمات المصرفية التي أصبحت تقدمها البنوك نظرا وكما أشرنا سلفا أن الخدمات المصرفية متعددة ومتنوعة وأصبحت خاضعة لتطورات مستمرة نتيجة إستخدام الوسائل التكنولوجية في تقديم الخدمات المصرفية، وعموما يمكن تقسيم أنواع الخدمات المصرفية على النحو التالي:

1- قبول الودائع:

وتتمثل في مختلف الحسابات والودائع التي تترك لدى البنوك وهي:

- الودائع الجارية (الحسابات الجارية أو حسابات تحت الطلب).
- الودائع الادخارية وهي الودائع لأجل محدد ودائع التوفير وشهادات الإيداع.

2- تقديم التسهيلات الائتمانية:

وتتمثل في قروض بمختلف أنواعها قصيرة ومتوسطة وطويلة الأجل بالإضافة إلى خطابات الضمان وفتح الإعتمادات المستندية.

[1]-عوض بدير الحداد، مرجع سابق, ص52.

3- الخدمات البنكية التقليدية:

وهي كل الخدمات التي تقدمها البنوك التجارية يوميا لزبائنها مقابل حصولها على عمولات مثل:

-صرف الشيكات المسحوبة على البنك بالعملة المحلية والأجنبية .

-تحصيل الشيكات لصالح زبائن البنك.

-إجراء جميع عمليات التحويلات وفقا لأوامر الزبائن بالداخل والخارج .

-إصدار الشيكات للزبائن .

-فتح الحسابات بالعملة المحلية والأجنبية.

-إصدار الشهادات التي تثبت القيام بالعمليات المالية مع الزبائن.

4-الخدمات المتعلقة بالاستثمار في الأوراق المالية:

وتتمثل في الاستثمار في الأوراق المالية إدارة محافظ الأوراق المالية لصالح الزبائن ،المساهمة في رؤوس أموال المشاريع الاستثمارية ، خدمات الهندسة :

خدمات أمناء الاستثمار لصالح الزبائن، تقديم الاستشارات المالية دراسة الجدوى الاقتصادية للمشاريع لصالح العملاء وتجدر الإشارة إلى هذه الخدمات جد محدودة في البنوك الجزائرية نظرا للتعامل بالأدوات المالية الاستثمارية وضعف السوق المالي أي البورصة.

5- الخدمات المصرفية الحديثة:

لقد حدث تطور هام في أسلوب ومجال نشاط البنوك خلال السنوات الأخيرة فقد تعددت وتنوعت الخدمات التي أصبحت تقدمها البنوك وبالتالي أسلوب تقديمها للعملاء، ويرجع ذلك لعدة أسباب أهمها :

_ الاستفادة من التطورات الهائلة في مجال المعلومات والحسابات الآلية .

_ التزايد المستمر في إحتياجات ورغبات الزبائن.

– التحول في فلسفة العمل المصرفي والتسويق المصرفي حيث أصبحت البنوك تستهدف شريحة واسعة من الزبائن ولا تقتصر على شريحة أو فئة محدودة منهم وتحول الاهتمام من التركيز على أداة الخدمات المصرفية إلى التركيز على الزبائن وإشباع إحتياجاتهم .

ولقد تعددت أشكال تقسيم الخدمات المصرفية الحديثة وذلك بالاعتماد على وسائل الدفع الإلكترونية كبطاقات الائتمان وآلات الصراف الآليATM ونظم التحويل الالكتروني للأموال والخدمات المصرفية عن بعد والخدمات المصرفية عن طريق الإنترنيت .

المطلب الرابع: بيئة وتصميم الخدمة المصرفية:

أولا: بيئة الخدمة المصرفية ENV

اعترض بيئة الخدمة المصرفية مجموعة من التغيرات التي أثرت على هيكل وطبيعة المنافسة فيها ، وشكلت هذه التغيرات مراحل داخلية وخارجية تركت آثارا هامة على قطاع الخدمات المصرفية بأكمله ومن أهم هذه العوامل تلك العوامل الاقتصادية والاجتماعية والقانونية والثقافية وترتبط بيئة الخدمة المصرفية بالعوامل التالية :

1– البيئة التنافسية

من المعروف أن تزايد المنافسة يكون لصالح العملاء في النهاية ذلك أنها تتيح لهم فرصة اختيار أوسع . وحتى يتمكن البنك من النجاح في السوق ينبغي أن يكون مدركا لما تعرضه البنوك والمؤسسات المماثلة من الخدمات والأساليب التسويقية المستخدمة، كذلك ينبغي على إدارة التسويق في البنك أن تعمل باستمرار على تفهم العوامل التي تحكم اختيار العملاء للخدمات المصرفية والتعامل مع البنوك.

2– الظروف الاقتصادية

على البنوك أن تستجيب للمتغيرات الاقتصادية التي تتسم بعدم الاستقرار مثل ارتفاع معدلات التضخم وتقلب أسعار الفائدة المستمر وكذلك أسعار الصرف وأن تزود العملاء باحتياجاتهم من الخدمات المالية والمصرفية المناسبة للظروف الاقتصادية السائدة وعن تحليل تأثير البيئة الاقتصادية

على البنوك يجب أن تركز اهتماماتها على ناحيتين أساسيتين هما: الموقف الاقتصادي والمالي للبنك والموقف الاقتصادي أو الحالة الاقتصادية للعملاء.

3_ البيئة السياسية والقانونية

يفرض التشريع قيودا قانونية على النشاط التسويقي للبنك. والأمر الذي لاشك فيه أن القيود التي تصنعها حكومات الدول المختلفة تفرض العديد من النظم الرقابة على العديد من الجوانب المتعلقة بالتجارة من النقل أو التوزيع ... وغيرها.

وفيما يتعلق بالبنوك فإن التشريع يضع قوانين التي تحكم منح الإئتمان لاستهلاكي فتح الفروع السماح للبنوك الأجنبية بفتح فروع لها في السوق المحلي وغير ذلك من التشريعات والقوانين.

4_ البيئة الثقافية

ينبغي الأخذ في الحساب العوامل الثقافية والاجتماعية وأثرها في كيفية إدارة البنك والتعامل مع العملاء. وعلى الرغم من اقتناع البنوك بأن هناك عملاء جدد ينبغي الوصول إليهم ألا أن الكثير من البنوك تجد نفسها في حالة من التحفظ وعدم الاستجابة السريعة لكثير من مطالب العملاء غير المتعلمين أو ذوي المستوى التعليمي المنخفض.وإذا كان هناك اتجاها نحو إقناع هؤلاء الذين لا يتعاملون مع البنوك باستخدام الخدمات التي يقدمها البنك فإن على موظفي البنك أن يبدؤوا روح الصداقة والمعاملة الجيدة لهؤلاء العملاء.

5- البيئة الديموغرافية

ينبغي على البنك كذلك أن يأخذ في الحساب عند رسم الإستراتجيات والسياسات التسويقية الاتجاهات والتغييرات المتوقعة في الظروف الديموغرافية فيما يتعلق بمعدلات المواليد حجم السكان وكافة الخصائص الديموغرافية . ولا شك أن دراسة هذه العوامل له دلالات تسويقية بالنسبة لنشاط البنك حيث تظهر أهمية اتجاهات العملاء نحو الادخار والصرف والاقتراض في التأثير على النشاط التسويقي للبنك .

6-البيئة التكنولوجية

تعتبر صناعة البنوك من أكثر الصناعات تأثيرا بالتطور التقني الذي كان له أكبر الأثر على تنوع وتعدد و يعرف بالبنك المنزلي EFT POS.وكذلك SATM لخدمات الصرف الآلي , وتعد كل هذه التطورات التقنية ذات تأثير هائل على أداء البنوك وتقديمها للخدمات المصرفية خلال حقبة الثمانينات التسعينات. وسوف تستمر الثورة الإلكترونية في تحسين الطرق والأساليب التي تتمكن بها البنوك من خدمة عملائها[1].

ثانيا: تصميم الخدمة المصرفية DES:

تتقيد المصارف أثناء تصميم الخدمة بمجموعة اعتبارات هامة تتعلق بكيفية تحديد ملائمة الخدمة للزبون واختيار مفهوم التصميم الذي يجب أن ينسجم مع الاحتياجات المطلوبة للزبائن وترجمة هذا المفهوم إلى مواصفات وبعد ذلك يجب أن يعطي المصرف تأكيدا خاصا على الجوانب الإضافية لجودة التصميم من خلال المراجعة الدورية للخدمة،أي أن تصميم جودة الخدمة المصرفية يتعلق بالعناصر الثلاثة التالية كما توضحها المعادلة التالية:

DES=F(STAN ,CON, AUD)

حيث أن:

DES : تصميم الخدمة المصرفية

STAN: معايير الخدمة

CON: المطابقة

AUD: مراجعة الخدمة

1 معايير الخدمة STAN:

وهي التوقعات ومستويات الأداء القابلة للقياس التي تحدد جودة الاتصال بالزبون هي تتضمن المعايير الفنية مثل زمن الاستجابة أو المعايير السلوكية.

ويصنف Gilmor&Borland معايير جودة الخدمات المصرفية في قسمين:

معايير نفسية صعبة القياس هي الاستجابة والتعاطف والاستعداد للمساعدة والاتصال الجيد وكفاءة الموظفين والثقة والسمعة ومعايير كمية سهلة القياس تتضمن التسهيلات المادية والحزم

[1]-أحمد الكردي ،مقال"التسويق المصرفي"،.www. kenaneonline. com⁄users أطلع عليه:2020/07/07 01 :12 .

الخدمية وسرعة التسليم والتسهيلات الائتمانية والدعم الفني ومظهر ولباقة موظفي المصرف وتشكل احتياجات وتوقعات الزبائن أساس معايير الخدمة القابلة للقياس ويجب على المصارف لإيصال معايير عند إعطاء توجيهات للموظفين وللمحافظة على تماسك وفاعلية هذه المعايير يجب على المصارف أن تدعم وتعزز معايير خدماتها باستمرار ويمكن الاستفادة من التغذية العكسية لشكاوي الزبائن في تحسين وتطوير معايير الخدمة المصرفية وتساعد ثقافة المعلومات في الوقت الحالي في تحقيق المطابقة لمعايير خدمة الزبون, ويجب أن تتضمن معايير خدمة الزبون وصفا لخدمة المقدمة وقابليتها للتطبيق والفوائد التي تعود على الزبون الذي يتلقاها ومبادئ الخدمة التي تتضمن جودة تسليم الخدمة التي يتوقعها الزبون, وأهداف التسليم المحددة للجوانب الرئيسية للخدمة وتكاليف تسليم الخدمة التي يتوقعها الزبون وشكاوي الزبائن في حال الشعور بعدم التقاء المعايير الخدمية.

إن معايير جودة الخدمة يجب أن توضع بناءا على مستويات جميع المقاييس التي تمثل الجودة المقبولة وغير المقبولة ومن الضروري القيام بالأعمال التصحيحية عندما يوضح قياس جودة الخدمة أن النظام الخدمي يقع خارج نطاق الرقابة المصرفية وبالرغم من أن عملية إقامة مقاييس الجودة يعد معقدا إلا أنها تعكس تأكيد السلوكي والفني لنظم الخدمة، ففي البداية يحتاج الأمر لجهوده شاملة ومكثفة لإقامة هذه المقاييس في الخدمات المصرفية لاسيما وأنها يجب أن تتضمن عنصر التكامل لجميع الفعاليات المختلفة المؤثرة والمتأثرة بها.

إن القوانين الموضوعة لخدمة الزبائن تتجاوز الحدود الدنيا لشروط الأعمال حيث تتضمن معايير الأداء التي يهدف المصرف لتحقيقها من خلال تعامله مع الزبائن، وبهذا الأسلوب يمكن للمصارف أن تنشر قوانين تحدد من خلال أسلوبها في دفع حساباتها ومعالجة شكاوي الزبائن. فنجد على سبيل المثال ميثاق مصرف WESTMINSTER الوطني لممارسة الأعمال المصرفية يتضمن وعودا هامة بإخبار الزبائن خطيا بأي شروط خاصة متعلقة بالقروض ومناقشة السعر الذي يتقاضاه لقاء أي خدمات خاصة والبحث في أي حالة لعدم الرضا عن الخدمة من خلال إجراء شكاوي رسمية.

2-المطابقة CON:

أي انجاز المواصفات وتوثيق الخدمة والالتزام بمعاييرها حيث تشكل العمليات المصرفية إحدى تحديات تطبيق الطريقة الجديدة المقترحة لعولمة جودة الخدمات المصرفية والمهارات التي يتمتع

بها أفراد المصرف بهدف تسليم خدمات مصرفية ذات جودة ومطابقة لتصميم هذه الخدمة أي أنها تلتقي المواصفات الموضوعة لها.

ويتحقق ذلك من خلال منع ورقابة الأخطاء في المعاملات المصرفية لذلك تلعب العمليات المصرفية دورا أساسيا في تحقيق جودة المطابقة ويجب أن يكون أفراد المصرف ذوي دراية كافية ليروا أن أعمالهم المصرفية تقود إلى جودة الخدمة على مستوى التكلفة المناسبة وتعد القيم والاتجاهات التي يتمتع بها الأفراد هامة جدا في تشجيع انجاز جودة الخدمة وتعد هذه الخطوة مهمة جدا لاكتشاف الأفراد غير المؤهلين للدخول في إستراتجية عولمة جودة الخدمات المصرفية بحيث يتم إعادة تدريبها وتأهيلها وإعدادها لخدمة الأهداف المستقبلية لإدارة المصرف.

3-مراجعة الخدمة AUD:

تعد المراجعة عنصر أساسيا في أي إستراتجية للخدمة المصرفية بهدف تحسين جودة وعملية تسليم هذه الخدمة خصوصا على المستوى العالمي من الضروري أن تأخذ هذه المراجعة بعين الاعتبار تقييم الزبائن للخدمات المصرفية الموجودة حاليا، والاحتياجات الحالية والمستقبلية لهم والمسائل التي تواجه موظفي المصرف أثناء تسليم الخدمات المصرفية والأولويات والاعتبارات الاقتصادية والاجتماعية والمالية السائدة في البلد الأم للمصرف, والتطورات المهنية والإدارية والقانونية وبيئة الموارد المتوفرة .

ويجب أن تنفذ مراجعة تصميم الخدمة في نهاية كل مرحلة للتصميم بهدف معرفة النتائج الفعلية التي حققها التصميم واعتبرت المواصفة الدولية2-9004 ISO 1991: من الواجب أن تتضمن مراجعة تصميم الخدمة ممثلين عن جميع الوظائف المؤثرة على جودة الخدمة المناسبة للمرحلة التي تم مراجعتها ويجب أن تحدد مراجعة تصميم الأخطاء والمشكلات ونقاط الضعف في التصميم لضمان التقاء المواصفات الدولية الموضوعة في هذا المجال [1] .

[1]-رعد حسن الصرن , "دراسة العلاقة بين شبكة الأنترنت وجودة الخدمة المصرفية-دراسة نظرية-مجلة العلوم الإنسانية, العدد 8 فيفري 2005 , بسكرة ,الجزائر .

المبحث الثاني : جودة الخدمات المصرفية

تعتبر قضية جودة الخدمة من القضايا الحديثة في الفكر التسويقي والتي أثارت اهتمام الباحثين والممارسين حيث أصبحت عنصرا حاسما في تحديد الموقف التنافسي وما سيتبع ذلك من تحديد النصيب السوقي والأرباح وهناك عدة متغيرات دفعت بقضية الجودة تحت موقع الصدارة من بين اهتمامات المنظمات الخدمية بما فيها البنوك, الأمر الذي أدى بهذه الأخيرة إلى قيام بدراسات سوقية تطبيقية للحصول على توقعات العملاء بالابتعاد على أبعاد أو مؤشرات الجودة.

المطلب الأول: مفهوم الجودة وجودة الخدمة :

أولا–تعريف الجودة:

- تعرفها الجمعية الأمريكية للجودة: " أنها الهيئة أو الخصائص الكلية للسلعة أو الخدمة التي تعكس قدراتها على تلبية حاجيات صريحة وضمنية ".[2]
- كما تعرفها المنظمة الدولية للمعايير(Iso): " أنها الخصائص الكلية لكيان (نشاط ,أو عملية أو سلعة، أو خدمة أو منظمة، أو نظام أو فرد أو مزيج منها) التي تنعكس في قدرته عل إشباع حاجات صريحة أو ضمنية " [3] .
- كما تعرف على أنها :" هي الخصائص والصورة الكلية للمنتج التي تقوي القدرة على إشباع حاجات معينة أو ضمنية للزبون, وإنها خلو الخدمة من أي عيب أثناء إنجازها وأنها نتيجة الحكم المتعلقة بتوقعات الزبون المدركة عن الخدمة والأداء الفعلي لها".[4]
- وهناك من يرى أن الجودة هي إنتاج المنظمة لسلعة أو تقديم خدمة بمستوى عالي من الجودة المتميزة كونها قادرة من خلالها على الوفاء باحتياجات ورغبات عملائها، بالشكل الذي يتفق

[2]–رعد عبد الله الطائي, عيسى قدادة "إدارة الجودة الشاملة" دار اليازوري للنشر، عمان ،2008 ،الطبعة العربية,ص29 .

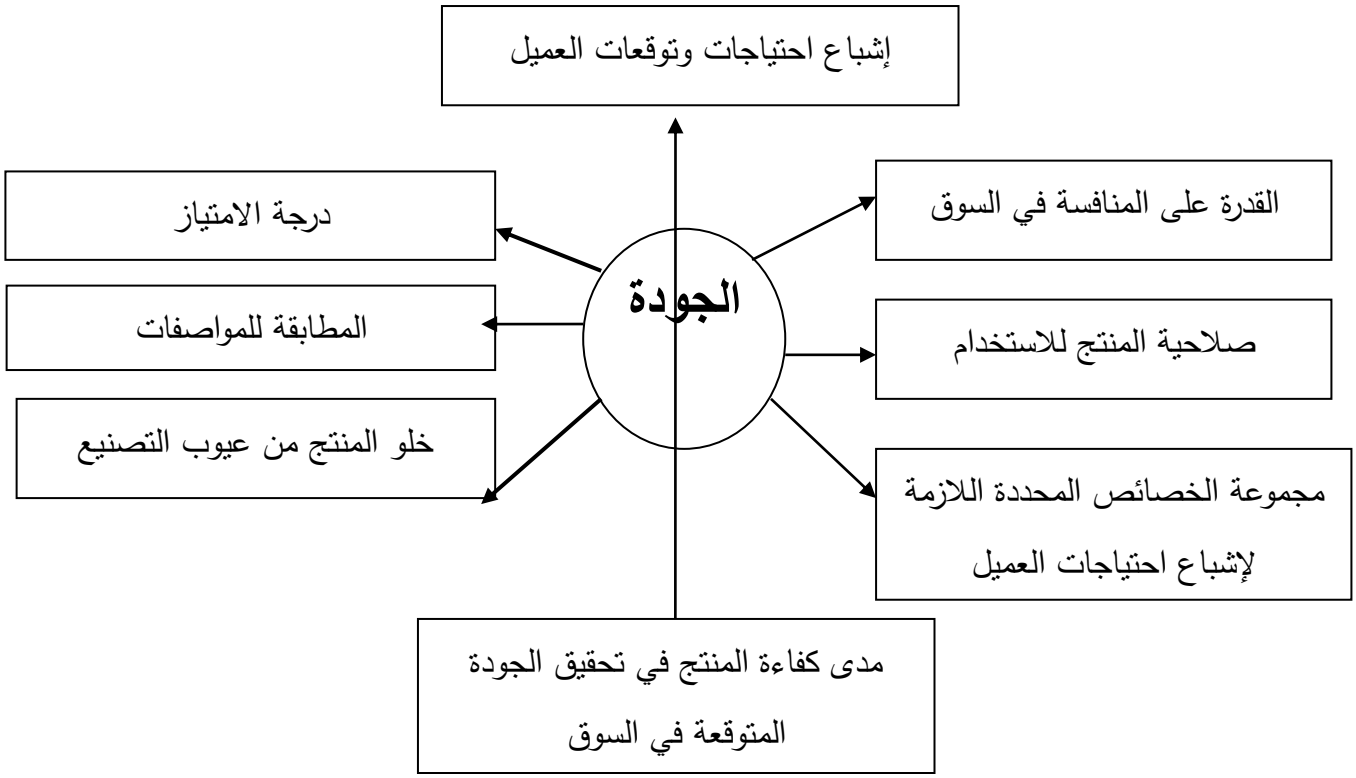
[3]–نفس المرجع, ص 29.

[4]–تيسير العجارمة، مرجع سابق ،ص329.

مع توقعاتهم, و تحقيق الرضا والسعادة لديهم ،ويتم ذلك من خلال مقاييس موضوعة سلفا لإنتاج السلعة أو تقديم الخدمة، وإيجاد صفة التميز فيهما.[1]

وفي ضوء التعاريف السابقة لمفهوم الجودة يمكن التعبير عنها في الشكل التالي:

الشكل رقم(2_2):التعاريف المختلفة للجودة



المصدر: محمد سمير أحمد ،الجودة الشاملة وتحقيق الرقابة في البنوك التجارية , دار الميسرة للنشر والتوزيع والطباعة, الطبعة الأولى، عمان، 2009، ص63 .

فالجودة إذا تعني عرض الخدمة على الزبائن وإظهارها لهم بما يرضي ويشبع حاجاتهم كما يتوقعونها وبأقل التكاليف وبالتالي فهي وسيلة لدعم المنافسة وكسب ولائهم.

[1]–عمر وصفي عقيلي,"المنهجية المتكاملة لإدارة الجودة الشاملة",دار وائل للنشر, عمان 2001, ط1, ص17.

ثانيا-تعريف جودة الخدمة:

- تعرف على أنها: "معيار لدرجة تطابق الأداء الفعلي للخدمة مع توقعات العملاء لهذه الخدمة."[1]
- كما تعرف أيضا بأنها :" الفجوة أو الانحراف مابين توقعات الزبون للخدمة وإدراك الجودة بعد استهلاك الخدمة .[2]
- وهي:" قياس لمدى تطابق مستوى الجودة المقدمة مع توقعات المستفيد. فتقديم خدمة ذات جودة يعني في المحصلة النهائية أن تكون الخدمة متوافقة مع توقعات المستفيدين."[3]

من خلال التعاريف السابقة يمكن استخلاص مايلي:

* تتعلق جودة الخدمة أساسا بوجود علاقة بين المزايا المحققة فعلا من استعمال الخدمة والفوائد المرجوة منها.

* تتعلق جودة الخدمة بدرجة تطابق توقعات المستهلكين مع مدى إدراكهم للخدمات المقدمة فعلا.

* ترتبط جودة الخدمة بقدرتها على إرضاء الزبون بصفة دائمة.

المطلب الثاني: مفهوم جودة الخدمات المصرفية وخصائصها الرئيسية

أولا:مفهوم جودة الخدمات المصرفية:

تعددت مفاهيم الجودة عند الباحثين حيث ارتكز مفهومها عند البعض على أبعاد الجودة وعند البعض الآخر على أساليب قياسها، ومن جملة المفاهيم الخاصة بتعريف جودة الخدمة المصرفية نذكر منها:

[1]-عوض بدير الحداد، مرجع سابق، ص336.

[2]-علي سلمي،" إدارة الجودة الشاملة ومتطلبات التأهيل للإيزو 9000" دار غريب للنشر والتوزيع, 1995، ص19.

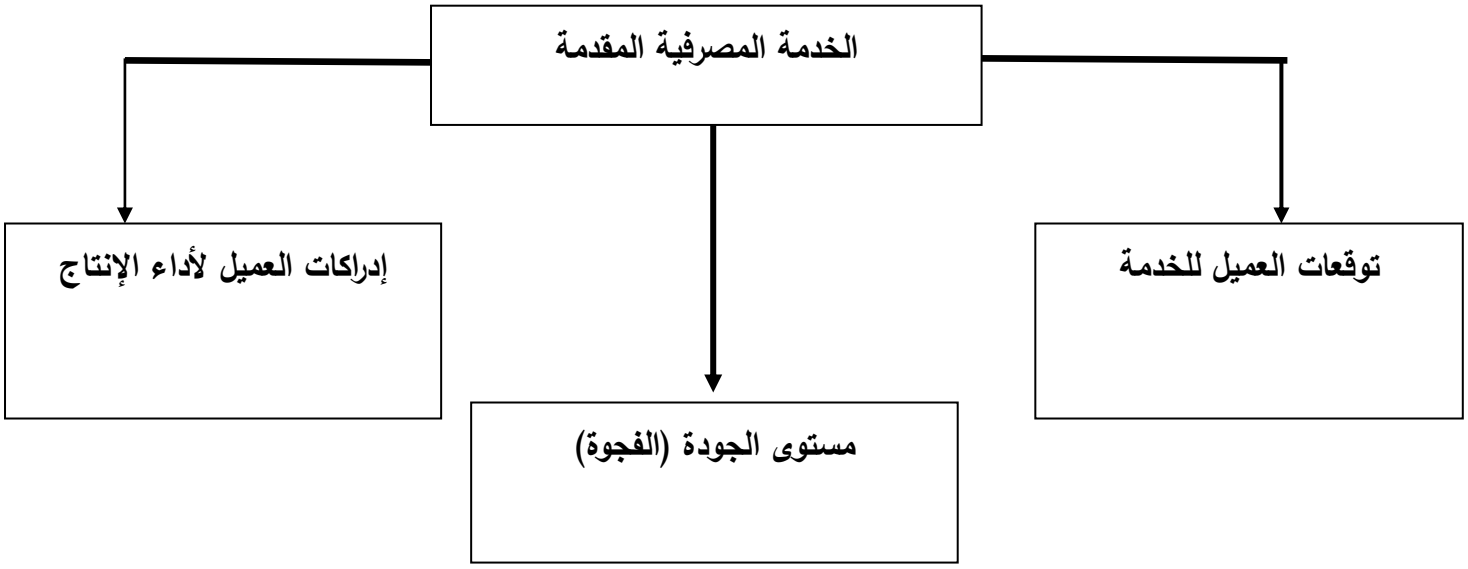
[3]- العلاق حميد عبد النبي الطائي,"تسويق الخدمات", دار زهران للنشر والتوزيع ,عمان,2007, ص257 .

التعريف الأول:" خلو الخدمة المصرفية من أي عيب أثناء إنجازها، نتيجة الحكم المتعلق بتوقعات الزبون أو العميل المدركة عن الخدمة البنكية والأداء الفعلي لها ."[1]

التعريف الثاني:" جودة الخدمة المصرفية هي الفرق بين توقعات العملاء للخدمة المستهدفة وإدراكاتهم [2] للأداء الفعلي لها ".

وذلك حسب ما يوضحه الشكل الموالي:

الشكل رقم (2_3) : مفهوم جودة الخدمة المصرفية



المصدر:عوض بدير الحداد، مرجع سابق، ص:337

يوضح الشكل أعلاه أنه إذا توافقت إدراكات لعملاء للناتج مع توقعاتهم له، فإنهم سيكونون راضيين عن هذه الخدمة أم متميزة ،أما إذا فاق الناتج التوقعات فإن الخدمة تعتبر متميزة أما إذا حدث العكس فإن الناتج لم يرق إلى مستوى التوقعات أو ناتج الخدمة فإنها تصبح رديئة.

بناءا على التعريفين السابقين فإن جودة الخدمات المصرفية هي المجموع الكلي للمزايا والخصائص التي تؤثر على مقدرة سلعة أو خدمة معينة على تلبية حاجات معينة .

[1]– أحمد طرطار،سارة حليمي ,"جودة الخدمات المصرفية كألية لتفعيل الميزة التنافسية للبنك" مداخلة مقدمة إلى ملتقى دولي "إدارة الجودة الشاملة في قطاع الخدمات" جامعة منتوري ،قسنطينة ,الجزائر ،2010 ،ص03 .

[2]–المرجع السابق ,ص03 .

ثانيا:الخصائص الرئيسية لجودة الخدمة المصرفية:

تقسم الخصائص الرئيسية لجودة الخدمة المصرفية إلى نوعين التاليين:

2-1 الجودة الفنية quality Technical : يتطلب هذا النوع من الجودة الاعتماد على موظفي المصرف ذوي الخبرات والمعارف المتميزة بالخدمات المصرفية وإجراءاتها المتنوعة ويلاءم هذا النوع الخدمات المصرفية المعقدة مثل: خطط التقاعد والمعاشات حيث تعد المعرفة الفنية متطلبا رئيسيا واضحا.

2-2 الجودة الوظائفية Quality Functional: يركز هذا النوع على المصادفة الخدمية والكيفية التي تقدم بها الخدمة وهي تتطلب التفاعل النفسي بين المصرف وزبائنه ويجب أن تسعى إدارة المصرف لتعزيز جودة خدماتها المصرفية من خلال تحديد الهدف الاستراتيجي لجودة الخدمة المصرفية ومتابعة احتياجات وتوقعات الزبائن وقياس الجودة ورضا الزبون ومن ثم القيام بإعادة تنظيم المصرف حول الزبون وتحديد الدوار الجديدة لمديري ومشرفي المصرف وتحقيق فوائد الإنتاجية المصرفية وقياس وتخفيض تكاليف الخدمة المصرفية وبناء قاعدة متينة لكسب ولاء الزبون.[1]

إذا فجودة الخدمة الصرفية تتمتع بخاصيتين أساسيتين من ناحية الجودة الفنية والتي تعني خبرات ومهارات موظفي المصرف ومقدمي الخدمة، ومن الناحية الأخرى ألا وهي الجودة الوظائفية وهي الكيفية والطريقة التي تقدم بها الخدمة والتي تتطلب وجود تلازم وتفاعل بين المصرف وعملائه

المطلب الثالث: أبعاد جودة الخدمة المصرفية وفوائدها

أولا: أبعاد جودة الخدمة المصرفية:

وتعد الدراسة الشهيرة التي قدمها كل من (Berry وParasuraman و Zeithamal, 1985) حول قياس جودة الخدمات وتحديد الأبعاد الرئيسية لجودة الخدمات المصرفية من أهم الإسهامات في الفكر التسويقي ،حيث توصل هؤلاء إلى تقديم نموذج الفجوات الشهيرة والذي عرف أيضا بنموذج (PZB) اختصار لأسماء الباحثين الثلاث الذين طوروا هذا النموذج وأصبح يعرف بنموذج SERVQUA هؤلاء

[1]-رعد حسن الصرن، مرجع سابق، ص 2001

الباحثين أن المظاهر الرئيسية لجودة الخدمة التي يبني عليها العملاء توقعاتهم وإدركاتهم ومن ثم الحكم على جودتها تتمثل في عشرة أبعاد رئيسية كماهي مبينة في الجدول أدناه.[1]

الجدول رقم(2_1):الأبعاد العشرة لجودة الخدمة المصرفية

الأبعاد	التوضيح
-**الاعتمادية**	وتتمثل في ثبات الأداة وقدرة المنظمة على تقديم الخدمة التي وعدت بها يشكل يمكن من الاعتماد عليها، بالإضافة إلى أداة الخدمة بطريقة صحيحة من أول مرة, ويضم هذا البعد ما يلي:
	-الدقة في الحسابات -للحفاظ على سجلات صحيحة -تقديم الخدمة في المواعيد المحددة.
-**الاستجابة**	وتتعلق بمدى رغبة واستعداد مقدمي الخدمة لتقديم خدمة فورية للعملاء وتشمل: -الاستجابة الفورية لاحتياجات العملاء -الرد الفوري على استفسارات العملاء أو شكاويهم -تقديم خدمة فورية مثل تحديد المواعيد بسرعة.
-**الكفاءة**	وتعني امتلاك المهارات والمعارف المطلوبة لتقديم الخدمة وتتضمن: -معارف ومهارات موظفي المكاتب الأمامية -معارف ومهارات موظفي الجهاز التنظيمي -قدرة المنظمة على إنجاز بحوث من أجل تقديم خدمات أفضل.
-**الوصول إلى الخدمة**	ويتعلق الأمر بالقرب وسهولة الاتصال بمقدم الخدمة ويضم هذا البعد مايلي: -سهولة الوصول إلى الخدمة عن طريق الهاتف(الخطوط عبر مشغولة أو ترك العميل ينتظر) -مدة الانتظار من أجل الحصول على الخدمة (في البنك مثلا) ليست طويلة -ملائمة أوقات العمل

[1]-جبلي هدى، قياس جودة الخدمة المصرفية دراسة حالة البنك البركة الجزائري,"رسالة لنيل شهادة الماجستير في العلوم التجارية ،كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير ،جامعة منتوري ،قسنطينة -الجزائر-2007,2006,ص74,72

	-ملائمة مكان تقديم الخدمة.
-**المجاملة**	وتشمل أدب,احترام مراعاة وصداقة موظفي المكاتب الأمامية للعملاء ويشمل هذا البعد مايلي: -مراعاة ظروف العمل وتعاطف معهم -حسن مظهر موظفي المكاتب الأمامية.
-**الاتصال**	ويقصد بهذا البعد أن يعمل موظفو البنك على جعل العملاء على علم دوما بخصائص الخدمة وكيفية الحصول عليها عن طريق مخاطبتهم باللغة التي يستطعون فهمها وتعديل هذه اللغة حسب مستوى كل عميل وذلك بزيادة التعقيد مع الزبون المثقف والتحدث ببساطة ووضوح مع الأقل تثقيفا ,بالإضافة إلى الإنصات لهم ويشمل هذا البعد مايلي: -شرح الخدمة نفسها للعملاء . -توضيح تكلفة الخدمة . -توضيح المفاضلة بين الخدمة والتكلفة . -طمأنة العميل على إمكانية حل مشكل ما.
-**المصداقية**	وتعبر عن الثقة ,الصدق ,الأمانة فهي تعني جعل خدمة العميل من أهم أولويات المنظمة'ويشمل هذا البعد مايلي: -الثقة في اسم المنظمة . -الثقة في سمعة المنظمة . -الثقة في الخصائص الشخصية لموظفي المكاتب الأمامية . -درجة الصعوبة في البيع أثناء التعامل مع العملاء.
-**الأمان**	ويعني الخلو من الخطر المخاطرة الشك ويتضمن هذا البعد مايلي ": - الأمن المادي. - الأمن المالي. - المحافظة على سرية تعاملات العميل مع المنظمة.
-**فهم /معرفة العميل**	ويتعلق هذا البعد ببذل جهد من أجل فهم حاجات العميل وذلك عن طريق: - معرفة حاجات العملاء بدقة. - تقديم اهتمام فردي لكل عميل.

	– معرفة العملاء الدائمين للمنظمة.
–الجوانب المادية الملموسة	وتشير إلى الدلائل المادية المتابعة لمنظمة الخدمة ويشمل هذا البعد مايلي: –التسهيلات المادية. –الأدوات والتجهيزات المستخدمة في تقديم الخدمة. – مظهر الموظفين في منظمة الخدمة. –الصورة المادية للخدمة مثل البطاقة البلاستكية أو كشوفات البنك –العملاء الأخرون في منظمة الخدمة.

المصدر: جبلي هدى, "قياس جودة الخدمة المصرفية– دراسة حالة بنك البركة الجزائري"رسالة لنيل شهادة الماجستير في العلوم التجارية كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير. جامعة منتوري ,قسنطينة –الجزائر– 2007.2006,ص74.72 .

ثانيا: فوائد الخدمة المصرفية:

وتظهر الفوائد الداخلية لجودة الخدمة المصرفية من خلال علاقتها بموظفي المصرف في تعابير زيادة الرضا ورفع الروح المعنوية والالتزام بالأعمال المصرفية التي ينفذونها في العلاقات العمالية الجيدة والولاء المتزايد للموظفين يساعد في تخفيض معدل دوران العمال والتكاليف المترافقة مع نشطات الاستقطاب والاختيار والتدريب وهذا من شأنه أن يحقق النجاح المصرفي أي إيجاد البيئة الملائمة للعمل المصرفي من خلال البحث عن الفرص الأفضل لاكتساب المهارات وتنويع الأعمال وتطبيق التحسينات وبذلك يكون موظفو المصرف جزءا من ثقافة الخدمة المصرفية الموجهة للزبون كونهم يشاركون ويشتركون في التحسينات التي يتطلبها العمل المصرفي.

إن جودة الخدمة الجيدة تعزز سمعة المصرف وصورته أمام جمهور المتعاملين معه مما يعزز بدوره وضع المصرف في مواجهة المنافسة فقد يحصل موظفو المصرف على جوائز إيمانا منهم بأهمية جودة الخدمة الموثقة حيث تقود جودة الخدمة الناجحة إلى تخفيض التكاليف سواء تكاليف الأخطاء أو

تكاليف التشغيل أو حتى تكاليف الإعلان والترويج إضافة إلى زيادة الإنتاجي والحصة التسويقية وربحية المصرف وتحسين أداء الأعمال المصرفية [1].

المطلب الرابع : تأثير الصيرفة الإلكترونية على جودة الخدمات المصرفية

إن ظهور عصر الخدمة الالكترونية كان نتيجة التوسع الهائل والسريع في اقتصاد المعلومات

والشبكات الالكترونية التي أعطت دافعا لمنظمات الأعمال عامة و والبنوك على وجه الخصوص للتمركز أكثر في السوق كما وفرت لها فرصا وقدرات تمكنهم من الوصول إلى العملاء وتقديمها لهم خدمات شخصية مفصلة على مقاساتهم وبمستويات من الجودة تتناسب وإدراكاتهم وتفوق توقعاتهم أحيانا .

أولا: مختلف أدوات قياس جودة الخدمات المصرفية على الانترنيت

لقد تطورت جودة الخدمات من التقليدية إلى الالكترونية نتيجة توجه العديد من المنظمات إلى عرض خدماتهم على مواقع الإنترنيت مما دفع العديد من الباحثين إلى إيجاد أدوات قياس تتماشى وهذا التطور.

أ-الجودة على الخط (webqual)

عرفه(Barnesl) بأنه الاستبيان على الخط (الاستبيان الالكتروني) الذي يقدم للعملاء لتقييم جودة المواقع على شبكة الإنترنيت وفقا لتطوراته. الاستبيان ينجز من قبل العملاء(يجيب على التساؤلات في الاستبيان) وتقييم العملاء التساؤلات النوعي يحول إلى مقاييس كمية تعتبر مفيدة لإدارة عملية صنع القرار.

(webqual) يسمح بإجراء مقارنات بين بيئة التجارة الالكترونية في نفس الميدان ومع مرور الوقت وقد تم تطبيقه في العديد من المجالات منها مواقع الجامعة على الشبكة، مواقع البيع بالمزاد العلني موقع بيع الكتب على الشبكة كما أنها تعتبر تتابع جزئي لتقييم جودة المعلومة وانتشارها في بيئة

[1]-رعد حسن صرن, مرجع سابق،ص201.

التجارة الالكترونية. إن وسيلة (webqual) أصبحت سلوك متكرر تنجز وتعدل حسب متغيرات كل ميدان في التجارة الالكترونية.

ب-E. Servqual

عرفه(parasurman and al) بأنه نموذج مفاهيمي لجودة الخدمة في محيط الجدار الالكتروني وهي قائمة على هيكل جودة الخدمات التقليدية خارج الخط المسماة (Servqual) وهي مشتقة من البحوث الاستكشافية حول مجموعات التعديل ومرحلتين من مجموعة المعلومة التجريبية والتحليلية. هذا ينتج سبعة خصائص لجودة الخدمة : الكفاءة الاعتمادية الإنجاز السرية الاستجابة التعويض الاتصال المباشر كل هذه الخصائص تمثل مقاييس يستعملها العملاء لتقييم الخدمات على الخط على سبيل المثال:خاصية الاستجابة تقيس قدرة الإجابة على أسئلة العملاء الأداء السريع تحديث نظام القوانين ويمكن استعمال(E. Servqual) كهيكل لمديري التسويق لتقييم جودة الخدمات في محيط الجدار الإلكتروني .

ج-E. Servqual :

عرفه (Dawson et al,2003) بأنه هيكل لجودة الخدمة التي تعتبر أساس تجربة وإدماج علاقات العملاء الالكترونية (E- CRM). واستراتجيات HCI للتصميم الفعل وتطوير محيط الجدار الالكتروني(E- tailingenvirenmenments).

E. Servqual يمكن أن يوفر توجيهات وإرشادات للتجارة الالكترونية فيما يتعلق بتكامل الواجهة وإنهاء الإجراءات التجارية (back-end). وعبر مختلف نقاط التماس للعملاء مثل: الهاتف الفاكس البريد الالكتروني... ويمكن تطبيقه كوسيلة تقييميه لتوجيه مصممي Web و مختصي التسويق لطريقة استخدام تتماشى مع الشروط الأساسية لإدماج توقعات العملاء لتحقيق جودة الخدمة وقابلية الاستعمال في تصميم محيط الجدار الالكتروني .

د- E-S-Qual:

عرفها كل من (parasurman, zethaml, malhotra, valarie, arvind) على أنها مشتقة لقياس جودة الخدمة المقدمة على الخط. ومن المعلومات التجريبية المجمعة اكتشفت وضعيتين مختلفتين وضروريتين لقياس جودة الخدمة الإلكترونية .

الوضعية الأولى (E- S- Qual) تضم أربعة أبعاد لها 22 صفة وهي: الكفاءة, الوفاء, توافر النظام والخصوصية .

الوضعية الثانية (E- RecS- Qual) تكون مع العملاء الذين ليس لهم لقاء روتيني مع الموقع وتضم ثلاثة أبعاد لهم 11 صفة وهي الاستجابة, التعويض, الاتصال.[1]

ثانيا: العلاقة بين جودة الخدمة والأعمال المصرفية عبر شبكة الانترنيت

تدرس جودة الخدمة بشكل أساسي من خلال وجهتي نظر :

الأولى وجهة نظر جودة خدمة الزبون التي تميز بين الجودة المدركة والجودة المطلوبة, والثانية وجهة نظر مقدم الخدمة التي تميز بين الجودة المستهدفة والمسلمة.

1-وجهة نظر الزبون customer perspective : يعد الزبون العامل الأكثر أهمية في تصميم وتقديم وتقييم مستوى الجودة خصوصا في الصناعات الخدمية التي تكون أكثر حساسية وعرضة للتقلبات فالجودة المطلوبة هي مستوى جودة الطلب الصريح أو ضمني للزبائن الذي يتوقعه مقدمو الخدمة أي أنها تشكل توقعات الزبائن التي تنشأ بتأثير عوامل متعددة أهمها التجربة الشخصية السابقة للزبون مع الخدمة وتوقعات المستعملين الآخرين للخدمة وسمعة المصرف أيضا.في الحين تعني الجودة المدركة الانطباع الكلي للزبون والتجارب عن مستوى الجودة بعد التحقق من الخدمة. ويعطي الاحتمال بين الجودة المدركة والجودة المطلوبة مقدم الخدمة فرصة هامة لقياس رضا الزبون بناءا على صياغة وتشكيل معيار دقق وفعلي على أساس نتائج تقييم الزبائن للخدمة.

[1]-شيروف فضيلة,"أثر التسويق الإلكتروني على جودة الخدمات المصرفية- دراسة حالة بعض البنوك في الجزائر",مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في التسويق, قسم العلوم التجارية, كلية العلوم الإقتصادية وعلوم التسيير ,جامعة منتوري ,قسنطينة-الجزائر-2009-2010 ,ص54-55 .

ولتعزيز جودة الخدمة المصرفية عبر شبكة الانترنيت بشكل فعال يجب على الصيرفيين أن يفهموا أولا الخصائص والمواصفات التي يستعملها الزبائن للحكم على جودة الخدمة فالمفاهيم التقليدية لجودة الخدمة خلقت للحصول على طبيعة الشخصية المتبادلة للتصادمات الخدمية. لذا تم القيام بالعديد من الدراسات التي حددت الأبعاد الرئيسية للجودة في البيئة المصرفية التقليدية.

في الوقت الحالي يمثل بحث جودة الخدمة في البيئات الإلكترونية جزءا هاما من أنشطة وبحوث علوم الإدارة والمعلومات كما أنه لا يعطي شكلا وصيغة موحدة لتوقعات جودة خدمة الزبائن وإدركاتهم للتجارة الإلكترونية وتطبيقاتها في الأعمال المصرفية. وهناك ما يطلق عليه حاليا اسم إدارة علاقات الزبائن والتي تهدف لإدارة علاقات الزبائن عبر شبكة الأنترنيت. لذا فقد سميت بالإدارة الالكترونية لعلاقات الزبائن. وأكثر من ذلك فإن جزءا مناسبا من أدوات البحث العلمي تطبق على التجارة الالكترونية لعلاقات الزبائن وأكثر من ذلك فإن جزءا مناسبا من أدوات البحث العلمي تطبق على التجارة الإلكترونية بشكل عام ولا يوجد هناك صيغة معينة لجميع وتحليل توقعات إدراكات الزبائن لجودة الخدمة الإلكترونية كما أنه لا يوجد مفهوم شامل لجودة الخدمة الإلكترونية التي تقدم مجموعة أبعاد للجودة تدعم مدير الأعمال المصرفية الإلكترونية الذي يسعى لإيجاد معيار للجودة يرضي زبائن الأعمال المصرفية عبرة شبكة الانترنيت بشكل كامل.

أي أن الإنترنيت تمنح الزبون فرصة ليحدد الوقت والمكان والطريقة التي يشتري بها الخدمة المصرفية وتعد الأعمال المصرفية الإلكترونية بمثابة سلعة تمويلية ومصرفية تخص مجموعة الخدمات الموصوفة ضمنيا من خلال توجيه مجموعة من العناصر غير الملموسة عبر الشبكة ومن خلال الاتصال غير المباشر مع الزبائن الذي يدعم بشكل كامل عن طريق التبادل المعلومات والمعارف بين المصرف وزبائنه. ومن جهة أخرى تلعب الأعمال المصرفية الإلكترونية بالضرورة دورا هاما في التجارة الإلكترونية بحيث أنها لا تشكل فقط جزءا من نماذج الأعمال الإلكترونية ولكن تخلق بشكل عام الأساس لتنفيذ أي نوع من معاملات التجارة الإلكترونية ولدى المصارف هذه الأيام معارف كافية لجميع تقنيات التجارة الإلكترونية والدعم الفني المقدم في هذا المجال أيضا.

2_ وجهة نظر مقدم الخدمة provider perspective :

إن التركيز على العملية المصرفية أو عرض الخدمة قاد إلى تعريف الجودة داخليا على أنها المطابقة للمتطلبات. وهذا يؤكد على أهمية الإدارة والجودة من جانب عرض الخدمة, أو هناك دورا هاما للعملية في تحديد جودة النتائج . وتمثل جودة المطابقة إدراك الجودة من وجهة نظر مقدم الخدمة.

Employes بمثابة مقدمي الخدمات ويعتمد تحقيق جودة المطابقة بين مستوى الجودة المخطط (المستهدف) والجودة الحقيقة المسلمة للزبائن على نظام إدارة جودة الخدمة في المصرف. ويعد نظام الجودة لأي مشروع كنظام فرعي subsystem من النظام التنظيمي العالمي الذي يراقب ويؤكد على جودة الخدمة المصرفية ,ومن الضروري أن يرتبط هذا النظام الفرعي للجودة بالوظائف المناسبة للنظام العالمي. ويتضمن نظام الجودة عناصر فرعية من طبيعة مختلفة مثل الأهداف الشخصية, أو الأهداف الموضوعية للخدمة المصرفية والقواعد التشغيلية, ومؤشرات الأداء وشبكة الاتصالات.

وينظر إلى الوضع الحالي للأعمال المصرفية عبر شبكة الإنترنيت على أنها سلعة منفصلة ومعقدة عبر وسائل إدارية كثيرة يمكن الاستفادة منها بشكل مذهل ويعد مدير الأعمال المصرفية للانترنيت بمثابة دليل شامل يجب أن يشارك في اتخاذ القرارات المتعلقة بجودة الخدمة المصرفية نظرا للدور الفاعل الذي يلعبه في هذا المجال الذي يمكنه من الوصول لإرضاء متطلبات الزبائن. وهذا المدير لديه خيارات مضاعفة إذ يقع على عاتقه شراء وقراءة عدد من النشرات والدوريات المتعلقة بهذا المجال ومتابعة جميع أخبار ثقافة المعلومات واتجاهات الخدمات الإلكترونية أو التعرف على أفضل الممارسات العالمية في ميدان جودة الخدمات المصرفية عبر شبكة الانترنيت .

ومن الممكن أيضا الاستعانة بمجموعة استشارية للقيام بهذا العمل ويواجه الصيرفيون اليوم مشكلة الاستفادة من الموارد البشرية المتوفرة لديهم ومن الموارد الخارجية المتنوعة وبرغم ذلك من المهم الإجابة على المشكلة الأساسية التي قد يتعرض لها مدير الأعمال المصرفية عبر شبكة الانترنيت.

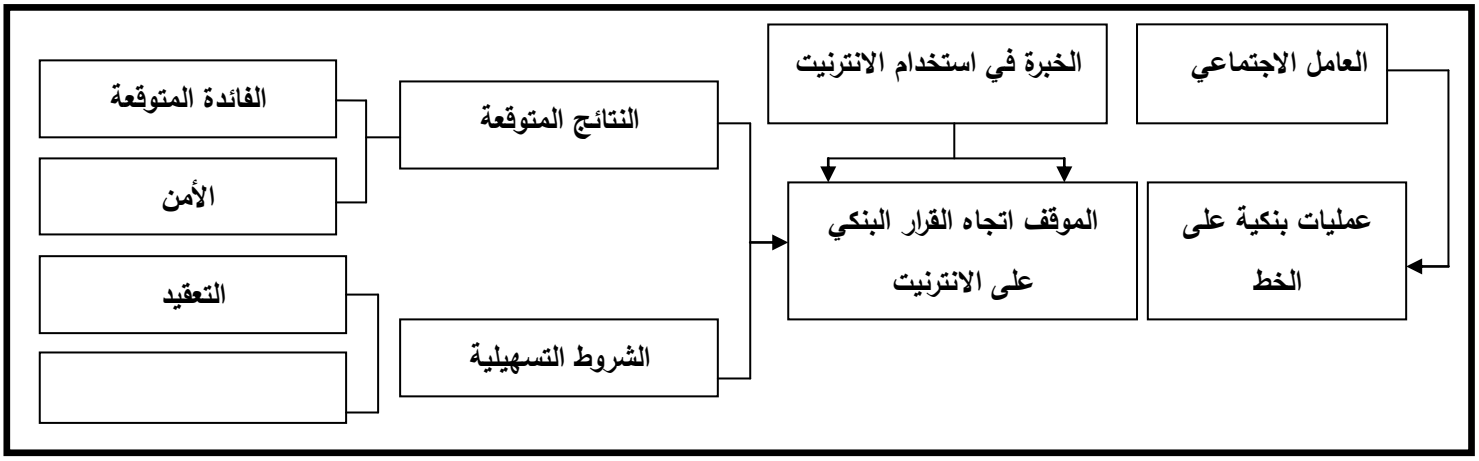
ثالثا: تأثير مصارف الانترنيت على سلوك العملاء وأداة المصارف

للمصارف على الانترنيت أثر كبير على سلوك العملاء من خلال الفوائد المتوقعة والأمن والتكاليف والشروط التسهيلية العكس .التي يوفرها والتي تدفع العميل لبناء الثقة في البنك أو العكس. كما أن أداء المصارف لا يتحقق إلا بتحسين جودة الخدمات وفتح أسواق جديدة مع تعزيز العلاقة مع العملاء.

وهذا ما سنعرضه فيما يلي:

1_ المحددات السلوكية للعميل المصرفي عبر الانترنيت: إن شكل الموالي يوضح هذه المحددات

الشكل رقم(2_4):المحددات السلوكية للعميل المصرفي في عبر الانترنيت



Source: Sébastien enonga :le paradigme de la relation- client dans les services bancaires نقلا عن شيروف sur internet, voir le site- http: www. pacis -net .org /file/ 2005/ 390 .PDF , P46فضيلة، مرجع سابق،ص:56

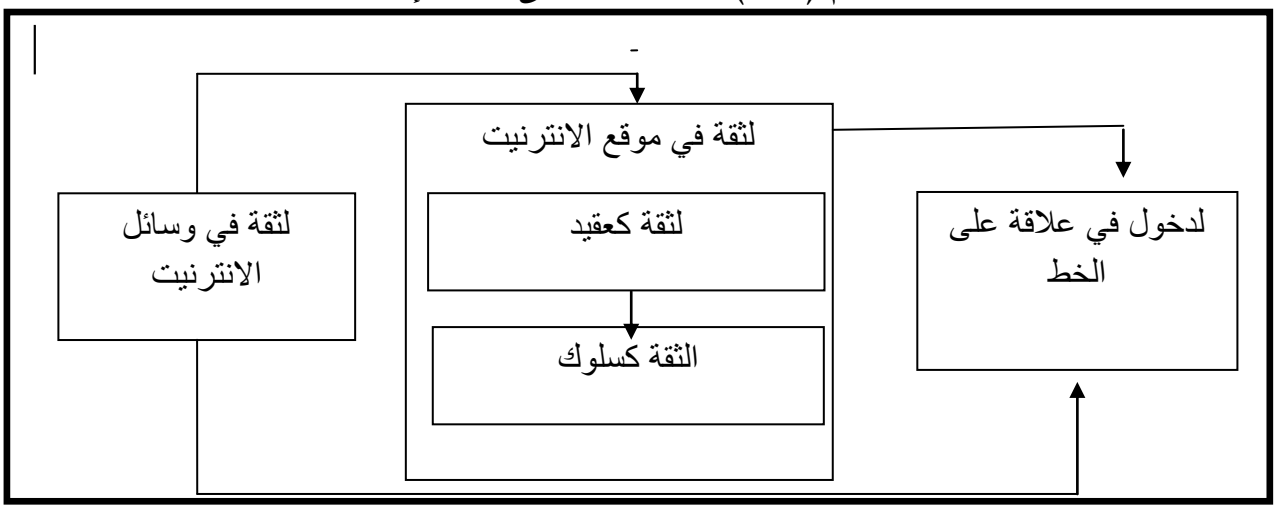
أ_ النتائج المتوقعة:

- **الفائدة المتوقعة :** القيمة المتوقعة هو احتمال أن استخدام التكنولوجيا يزيد من أداء المستخدم في التنظيم, يمكن أن ينظر الأفراد للفوائد المنتظرة من استخدام شبكة الانترنيت في المعاملات المصرفية بان توفير الوقت والمال أو أي منفعة أخرى فهي تؤثر إيجابيا على الموقف من العمل المصرفي على شبكة الانترنيت .
- **أمن المعاملات:** هي العقوبات التي يواجهها البنوك لقد ثبت أن الأمن هو أحد العامل التي تحدد للمستخدم أن يبدأ أو يواصل معاملاته المصرفية عبر الانترنيت أو العكس. فعلى البنك أن يوفر موقع آمن يحافظ على خصوصية العميل ويحافظ على سرية معاملاته الشخصية.

ب_ الظروف المواتية: هي الظروف البيئية التي تسهل أو تمنع سلوك العميل.

- **التعقيد:** يعكس مدى التجديد في البنك الذي يعتبر حاليا من الصعب فهمه أو استخدامه لأن سهولة الاستخدام يعكس درجة عدم التعقيد فالمعاملات المصرفية عبر الانترنيت هي الطريقة الأكثر سهولة لأنها خيالية من أي جهد.
- **الوصول:** هو أحد سمات النظام نفسه يشير إلى سرعة وسهولة الاتصال. والتصفح (navigation) والعكس صحيح لأنه يمكن أن يتخذ الفرد موقعا سلبيا اتجاه المعاملات المصرفية عبر الانترنيت لصعوبة أو عدم القدرة على استخدام هذه التكنولوجيا.
- **الثقة:** تأخذ معناها الكامل.إن افتراضية الصفقات تدفع بالعملاء للاعتماد على الثقة في المصرف (entionattention) .

الشكل رقم (2_5) نمذجة الثقة على شبكة الإنترنيت



Source: sebastien Enonga: le paradigme de la relation –client dans les services bancaires sur internet, voir le site– http: www. pacis –net .org/ fille 2005/ 390/ PDF P48 نقلا عن شيروف فضيلة،مرجع سابق،ص:60

مع محدودية القدرات المصرفية المستهلك سوف يسعى للحد من عدم اليقين وتعقيد المعاملات الالكترونية. فالثقة هي الكفاءة, النزاهة, وحسن الثقة.

ج-الخبرة في استخدام الانترنيت والمواقف اتجاه المعاملات المصرف عبر الانترنيت :

هي التجربة من حيث الاستخدام ووقت الاستخدام حيث يوفر للمستخدم المهارات والمعرفة التي تجعل من الانترنيت أكثر إنتاجية وأقل تكلفة من غيرها من وسائل توزيع الخدمات المصرفية مما تنتج عنها سهولة في التعامل معه. والتجارب السابقة هي أهم مصدر لتكوين موقف اتجاه المعاملات المصرفية عبر الانترنيت إيجابي أو سلبي.والذي ينتج عنه النية في إجراء هذه المعاملات

د- عوامل الاجتماعية:

هي قابلية الفرد للامتثال للمعايير المرجعية للجماعة في استخدام الانترنيت للمعاملات المصرفية.

2-تأثير بنوك الانترنيت على الأداء التجاري للمصارف:

بصفة عامة البنوك عن بعد هي مجموعة قنوات الكترونية بما فيها البنوك على الإنترنيت في هذا الإطار نظرتنا تستهدف على الأخص الربط بين اعتماد المعاملات المصرفية عبر الإنترنيت والأداء التجاري. والأبعاد الخمسة للأداء هي: جودة الخدمات, تخفيض التكاليف, تنويع مجموعة العروض, فتح أسواق جديدة, وإنشاء علاقات مع العملاء.

"إن المعاملات المصرفية عبر الإنترنيت هو مفهوم يشمل العملية التي تمكن المستهلك من إدارة المعاملات المصرفية عبر الانترنيت لمدة 24سا/24سا و7أيام على7أيام بأي وسيلة فعالة لنظام المعلومات كي يجري كنوع من المعاملات المالية وفقا للمستويات المختلفة بتطبيق تكنولوجيا المعلومات والاتصالات ".

أ_ تحسين جودة الخدمات وتخفيض التكاليف:

ولتحسين جودة الخدمة نرى أن القطاع المصرفي يلجأ للتجديد أي استخدام تكنولوجيا الاتصال والمعلومات لتحسين جودة خدماته وتوسيع مجموعة عروضه. أما المستفيدين من الخدمات على الانترنيت ينظرون إليها على أنها زيادة في حرية الخدمات وتطوير الخدمات الاستشارية عن بعد.

إن اللامؤقتية للخدمة التي تسمح بها مختلف المعدات وأنظمة المعلومات و اللامحلية وكسب الوقت إمكانية التفاوض المرونة تسهيل عملية الحصول على هذه الخدمة التفاعل في الوقت الحقيقي

الاستجابة السريعة تبادل المعلومات الموثوقة والآمنة وغير ذلك. كلها تساهم في تحسين جودة الخدمة البنكية وبالتالي فالبنوك تعتمد قنوات التوزيع الإلكتروني من أجل زيادة ولاء(رضا) العملاء فهي ملزمة إذا بتحسين الخدمات المقدمة. فواضعي التسويق جميعا متفقون على القول بأن اعتماد كفاءة الشبكات يقود إلى تخفيض التكاليف بشكل كبير وتحقيق وفرات الحجم وتوفير فرصة لنقل المعلومات بتكلفة منخفضة جدا وبناء قاعدة عملاء واسعة.

ب-فتح أسواق جديدة وتوسيع نطاق الخدمات :

يشير بعض الكتاب في التسويق أن التجديد في المؤسسات يهدف إلى فتح أسواق جديدة(محلية وأجنبية) فضلا عن زيادة في الحصة السوقية من خلال قنوات التوزيع الجديدة التي تسمح بتأمين الخدمات للمستهلكين عبر جغرافية أوسع وبالتالي التغلب على الأسواق جغرافيا.

من هنا نرى أن البنك الذي يعتمد قنوات التوزيع الإلكتروني والاتصالات سيكون قادرا على كسر الحواجز المكانية والزمنية، وبالتالي سيكون قادرا على غزو الأسواق (الانفتاح) وهذا للحفاظ على عملاته بل واستهداف شرائح جديدة في الأسواق المحلية والأجنبية .هذا يقودنا إلى القول بأن ارتفاع درجة اعتماد المعاملات المصرفية عبر الانترنيت له أثر ايجابي على فتح أسواق جديدة للبنوك.

إن التكنولوجيا تساعد المؤسسات على تقديم خدمة أفضل لعملائها وبالتالي تنفي المنافسة وتتغلب عليها.لأن المؤسسة في هذه الحالة تغير نظامها للعروض من أجل أن يعمل في مجموعة أكثر شمولا أكثر تماسكا أكثر ثراء وأكثر ابتكارا لكل من المؤسسة والعميل نفسه. ونحن نعتقد في الواقع أن اعتماد المصارف على الانترنيت يتيح فرصا جديدة لتوسيع نطاق المنتجات والخدمات المقدمة للعملاء لتلبية متطلباتهم واحتياجاتهم والتي تختلف عن عروض المنافسين مما يسمح للمصرف التميز مقارنة بالمنافسين الرئيسيين.

ج-تعزيز العلاقة مع العملاء

لقد أثبتت الدراسات أن غالبية المؤسسات المشاركة في التجارة الالكترونية قد استخدمت لتعزيز علاقاتها مع العملاء المحتملين أو زيادة رضا العملاء الحاليين لهذا نرى أن اعتماد المعاملات المصرفية عبر الانترنيت يسمح للمؤسسات المالية تعزيز علاقتها مع عملائها من خلال استخدام قنوات اتصال متعددة ومتكاملة ومتاحة في جميع الأوقات هذه العلاقة تميل إلى لهذا أن تصبح أكثر

تخصيصا لهذا فتشخيص العلاقة يمكن أن تكون أفضل ميزة تتجاوب لتلبية الاحتياجات المحددة لكل عميل في البنك والتي سوف تؤثر على مستوى الرضا العام. [1]

[1]–شيروف فضيلة, مرجع سابق, ص 63,59 .

خلاصة:

بعد تعرضنا لجودة الخدمات البنكية وارتقائها من العمل التقليدي إلى العمل البنكي الإلكتروني, وأهم التكنولوجيات القائمة عليها بهدف جذب عملاء جدد حيث أتاحت لهم التعبير الكترونيا عن احتياجاتهم وأولوياتهم اليومية ما سمح للبنوك التجاوب معها واستحداث خدمات مالية وبنكية جديدة، إرتأينا أنه يتعين على البنوك الراغبة في الدخول لعالم الصيرفة الإلكترونية أن تمتلك المعرفة والقدرة على وضع إستراتيجية شاملة وكذلك تطبيقها بصورة دقيقة وسليمة لضمان تحقيق الأهداف المرجوة من اعتماد هذه الصيرفة من جهة, ومن جهة أخرى التحكم الأفضل للبنوك في نظام المعلومات وأساليب الاتصالات يحقق الجودة في الخدمات والسرعة في أداء تقديمها وإنشاء علاقات قوية مع العملاء .

الفصل الثالث:

الصيرفة الالكترونية

في الجزائر

تمهيد

إن نجاح النظام الإقتصادي في وقتنا الحاضر أصبح مرهونا بمدى فعالية و نجاعة الجهاز المصرفي للدولة. حيث شهدت الكثير من البنوك في مختلف دول العالم توسعا في ممارسة الصيرفة الإلكترونية و التنافس عليها .

والجزائر كغيرها من الدول تسعى الى تطوير جهازها المصرفي لكي يتماشى مع التطورات الحاصلة في العالم ككل, لذا سنتطرق في هذا الفصل الى دراسة واقع الصيرفة الإلكترونية في الجزائر و محاولة تشخيصه, بالإضافة الى دراسة حالة للبطاقة البنكية على مستوى البنك الوطني الجزائري – وكالة قصر البخاري, و معرفة مدى إنتشارها و التعامل بها. و لقد قمنا بتقسيم فصلنا الى المباحث التالية :

المبحث الأول : واقع الصيرفة الإلكترونية لدى البنوك الجزائرية .

المبحث الثاني : دراسة حالة – البنك الوطني الجزائري BNA

المبحث الأول: واقع الصيرفة الإلكترونية لدى البنوك الجزائرية.

في الوقت الذي شهدت فيه الكثير من البنوك في مختلف دول العالم توسعا في ممارسة الصيرفة الإلكترونية، فقد خاض الجهاز البنكي الجزائري منذ سنة 1990 تجاربمختلفة لتجسيدها لدى فروعه، وعلى الرغم من الجهود المبذولة والبرامج المسطرة لمسايرة التغيرات إلا أن وتيرة التطورات في مختلف دول العالم كانت أكبر من وتيرة المجهودات المبذولة في الجزائر، وهو ما جعل البنوك الجزائرية متأخرة تكنولوجيا وبعيدة كل البعد عن المعايير الدولية في مجال الصيرفة الإلكترونية .

المطلب الأول: تطور الصيرفة الإلكترونية في الجزائر

مع ما شهده العالم من تطورات تكنولوجية في مجالي الإعلام والاتصال فقد فتحت أمام القطاع البنكي لدى العديد من الدول المتقدمة أسواق كبيرة ومتعددة، حققت البنوك من خلالها عائدات مالية ضخمة جراء اعتمادها أسلوب الصيرفة الإلكترونية وفي ظل التوجه الإلكتروني الجديد للنشاط البنكي في مختلف دول العالم ،فقد أصبحت البنوك الجزائرية ملزمة بعصرنة خدمتها من خلال اعتماد أسس الصيرفة الإلكترونية ،وعلى رغم من الجهود المبذولة لنشر ثقافة الصيرفة الإلكترونية في الجزائر إلا أن واقع البنوك الجزائرية أثبت تأخر كبيرا وبعدا واضحا عن المعايير البنكية الدولية،فقد ظلت خدماتها تقليدية لا تواكب حداثة الخدمات البنكية المقدمة لدى البنوك الناشطة في الدول المتقدمة ومر مشروع الصيرفة الإلكترونية في الجهاز البنكي الجزائري بخطوات بطيئة وعرف تأخرا كبيرا في تنفيذ أولى خطواته بالمقارنة مع البنوك العالمية ،فلم يتم بعثه إلا في بداية سنوات التسعينات 1990 بظهور أول بطاقة بنكية (**CASH**) في بنك التنمية المحلية وإدراج أول نظام مساعد للعمليات البنكية الخارجية (**SWIFT**) سنة 1991، ولم تشهده فترة التسعينات إنجازات ذات أهمية في مجال الصيرفة الإلكترونية إلا بإنشاء شركة المعاملات المصرفية والنقدية المشتركة (**SATIM**) سنة 1995.

وقد اتضح بطأ وتيرة انتشار الصيرفة الإلكترونية في الجزائر مقارنة بالدول المتطورة كالولايات المتحدة الأمريكية التي تضاعف فيها مرتين عدد البنوك التي تقدم خدمات الإلكترونية في فترة وجيزة

بين الثلث الثالث لسنة 1999 ومنتصف سنة 2001، حيث تمثل هذه البنوك أكثر من 90%من مجموع أصول النظام البنكي الأمريكي.[A]

وفي سبيل تدارك التأخر الحاصل في مجال الصيرفة الإلكترونية والرغبة في اندماج الفعلي في الاقتصاد العالمي ومسايرة التطورات الحاصلة في النشاط البنكي في مختلف دول العالم فقد تطلعت السلطات الجزائرية خلال الفترة 2000 –2010 إلى عصرنة القطاع البنكي من خلال إبرام عقود تخص الصيرفة الإلكترونية مع شركات أجنبية وإصدار أول بطاقة دفع دولية سنة 2004 وإنتاج أول بطاقة إلكترونية ذكية من الشركة الجزائرية HB Technology سنة 2008، وقد كان اعتماد نظامي المقاصة الإلكترونية والتسوية الإجمالية الفورية RTGS سنة 2006 أكبر إنجاز في هذه الفترة لتجسيد مشروع الصيرفة الإلكترونية في الجهاز البنكي الجزائري.

ولم تشهد الصيرفة الإلكترونية بعد هذه الفترة خطوات جادة أخرى سوى إدراجها ضمن برنامج الحكومة الإلكترونية سنة 2013،وذلك في إطار خطة متعددة القطاعات تعرف بإستراتجية الجزائر الإلكترونية2013 .[2] وعموما، لم يعتمد الجهاز البنكي الجزائري أسلوب الصيرفة الإلكترونية بشكل مباشر وإنما تم إدراج النشاط الإلكتروني بشكل مرحلي كما هو موضح في الجدول الآتي:

[1]– Anderea Scheaster et saleh Nsouli، Les enjeux de la banque electonique Finance and Banque، IMF 2002 P: 49

[2] –Bouchelit RYm Les perspective d E-Baaking dans la strategie E-Algerie2013، These de doctorat en sciences economique universite Abou Bakr Belkaid de telemcen telemcen 2015، P: 04

جدول رقم(3_1):كرونولوجيا تطور الصيرفة الإلكترونية لدى الجهاز البنكي الجزائري

تطورات الصيرفة الإلكترونية لدى الجهاز البنكي الجزائري	
1990	ظهور أول بطاقة بنكيةCPA(بطاقة السحبCASH)[A]
1991	إدراج أول نظام مساعد للعمليات البنكية الخارجية SWIFT[B]
1992	إدراج البرامج المعلوماتية لفحص وتحليل عمليات الائتمان والتجارة الخارجية
1993	تعميم برامج الإعلام الآلي على جميع العمليات البنكية.
1994	بداية العمل ببطاقات السحب والتسديد دون انتشارها في جميع الوكالات البنكية
1995	إنشاء شركة تألية المعاملات المصرفية والنقدية المشتركةSATIM
1996	مساهمةSATIM بإنشاء شبكة نقدية الكترونية مشتركة بين البنوكRMI
1998	انطلاق تشغيل نظام السحب للتسويات المالية بين مختلف البنوك التجارية
2002	تكليف شركة تألية المعاملات البنكية والنقدية المشتركة SATIM بإدارة نظام الدفع مابين البنوك
2003	إبرام عقد بين شركةSATIM والشركة الفرنسيةIngenico Data systemلتعميم النقد[C]
2004	إصدار أول بطاقة دفع دولية
2006	بداية العمل وفق نظامي المقاصة الإلكترونية والتسوية الإجمالية الفوريةRTGS[D]
2008	إنتاج البطاقة الإلكترونية الذكية من الشركة الجزائرية HBTechnology وبداية العمل ببطاقة الإكترونية مابين البنوكCIB[F]
2010	بلوغ عدد بطاقات الإلكترونية المتداولة مابين البنوك CIB المليون بطاقة
2013	إدراج مشروع الصيرفة الإلكترونية ضمن برامج الحكومة الإلكترونية
2014	توافر نظام التسوية الإجمالية الفوريةRTGS بشكل شبه كلي في الجهاز البنكي الجزائري وتحقيق العمليات المنجزة[G]

المصدر:تم اعداد الجدول بناءا على معطيات المحصل عليها من مختلف المصادر

[A] شيروف فضيلة ،أثر التسويق الإلكتروني على جودة الخدمات المصرفية ،دراسة حالة بعض البنوك في الجزائر،مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في التسويق بجامعة قسطنطنية، قسطنطنية ، 2010 ص:140.

[B] سليمان ناصر وآدم حديدي،تأهيل النظام المصرفي الجزائري في ظل التطورات العالمي الراهنة أي دور لبنك الجزائر، المجلة الجزائرية للتنمية الاقتصادية ،جامعة قاصدي مرباح، ورقلة ،المجلد 2 العدد 2،جوان 2015،ص:17

[C] بودي عبد القادر وبودي عبد الصمد،تكنولوجيا الإنترنيت كأداة لتأهيل الخدمات المصرفية: مع الإشارة لحالة البنوك الجزائرية ،المتلقي الدولي حول عصرنة نظام الدفع في البنوك الجزائرية وإشكالية اعتماد التجارة الإلكترونية في الجزائر

- عرض تجارب دولية-المركز الجامعي لخميس مليانة، 2011،ص17

[D] منية خليفة،الصيرفة الإلكترونية كمدخل لتأهيل وعصرنة البنوك الجزائرية،المتلقي الدولي حول عصرنة نظام الدفع في البنوك الجزائرية وإشكالية اعتماد التجارة الإلكترونية في الجزائر –عرض تجارب دولية–المركز الجامعي لخميس مليانة،2011،ص:13.

[F] بودي عبد القادر وبودي عبد الصمد،مرجع سبق ذكره،ص:18.

[G] التقرير السنوي للبنك المركزي الجزائري،التطورالاقتصادي والنقدي في الجزائر ، 2015، ص88–89.

وفي ظل التطورات السابقة التي شهدها المحيط البنكي الجزائري منذ التسعينات وتعدد العقبات التي أخرت تجسيد مشروع الصيرفة الإلكترونية ،فإنه على الرغم من انتشار بعض مبادئ الصيرفة الإلكترونية لدى البنوك الجزائرية وبداية ظهور بعض خدماتها الإلكترونية والاحتكاك ببعض البنوك الأجنبية ،إلا أن التوجه الإلكتروني المتسارع للنشاط البنكي في مختلف دول العالم جمل مشروع الصيرفة الإلكترونية في الجزائر يبدو متأخرا ولا يواكب حداثة الخدمات البنكية الكترونية للصيرفة الإلكترونية في الجزائر وعدد خدماتها الإلكترونية المقدمة في سنة 2017:

جدول رقم(3_2):البنوك الممارسة للصيرفة الإلكترونية في الجزائر وعدد خدماتها الإلكترونيةسنة 2017

البنوك العمومية الممارسة للصيرفة الإلكترونية	عدد الخدمات الإلكترونية	البنوك الخاصة الممارسة للصيرفة الإلكترونية	عدد الخدمات الإلكترونية
البنك الوطني الجزائري[A]	15	بنك البركة[B]	03
بنك الفلاحة والتنمية الريفية[C]	05	بنك نتيكسيس–الجزائر[D]	02
بنك التنمية المحلية[F]	11	بنك سوسيتي جنرال[G]	19
البنك الخارجي الجزائري[H]	06	سيتي بنك–الجزائر[J]	02
القرض الشعبي الجزائري[K]	04	بي أن بي باريبا–الجزائر[L]	10
الصندوق الوطني للتوفير والاحتياط[M]	04	ترست بنك الجزائر[N]	16

المصدر : تم إعداد هذا الجدول بناءا على المعطيات المحصل عليها من مختلف المصادر.

[A] البنك الوطني الجزائري: من موقع http://ebanking.bna.dz
[B] بنك البركة: من موقع http://www.albaraka-bank.com/fr
[C] بنك الفلاحة والتنمية الريفية: من موقع http://ebanking.badr.dz/fr
[D] بنك نتيكسيس –الجزائر: من موقع http://www.natixis.dz
[F] بنك التنمية المحلية : من موقع http://ebanking.bdl.dz
[G] سوسيتي جنزال–الجزائر: من موقع http://www.societegenerale.dz
[H] البنك الخارجي الجزائري: من موقع http://www.bea.dz/e-banking.html
[J] سيتي بنك–الجزائر : من موقع http://www.citigroup.com/citi/about/countrypresence/algeria.html
[K] القرض الشعبي الجزائري: من موقع ebanking.cpa–bank.dz
[L] بي أن بي باريبا–الجزائر: من موقع http://www.bnpparibas.dz/banque–a–distance
[M] الصندوق الوطني للتوفير والاحتياط من موقع http://ebank.cnepbanque.dz
[N] ترست بنك الجزائر من موقع http://www.trustbank.dzdistance

يتضح من الجدول السابق أن هناك تباين بين البنوك العمومية في عدد خدماتها الإلكترونية المقدمة،حيث يعتبر البنك الوطني الجزائري (15خدمة إلكترونية) وبنك التنمية المحلية (11خدمة إلكترونية)أكثر مبادرة من باقي البنوك العمومية (06خدمات إلكترونية على الأكثر) في التعامل بمبادئ الصيرفة الإلكترونية،إلا أن عدد الخدمات الإلكترونية المقدمة لدى البنوط العمومية يقل عن ما تقدمه بعض البنوك الخاصة كبنك سوسيتي جنرال (19خدمة إلكترونية) وترست بنك (16 خدمة إلكترونية)وبي أن بي باريبا (10 خدمات إلكترونية).

المطلب الثاني: مشروع الصيرفة الإلكترونية في الجزائر

إن تطوير الصيرفة الإلكترونية في الجزائر يتطلب توفير عناصر مرتبطة بالبيئة المناسبة من جهة وبالنظام المصرفي الجزائري من جهة أخرى وذلك من خلال إقامة أنظمة واعتماد بطاقة الائتمان وتطوير شبكة الاتصالات والبريد في الجزائر.

1-تطوير البنية التحتية للاتصالات الإلكترونية

1-1-شبكات الاتصالات الإلكترونية:

بادرت بعض المؤسسات المصرفية والمالية بتطوير شبكات إلكترونية للدغه والتسديد لكن عدم القدرة على التحكم فيها وتسييرها جعل بعضها يتوقف على أداة خدماته ورغم ذلك فقد قامت بعض المؤسسات بإصدار بطاقات السحب مثل بطاقات السحب من الصرافات الآلي DAB لمؤسسة البريد والبطاقات المصرفية للسحب والدفع للمصاريف التالية:القرض الشعبي الجزائري ،بنك الفلاحة والتنمية الريفية ،بنك الجزائر الخارجي ،الصندوق الوطني للتوفير والاحتياط ،بنك البركة الجزائري.

1-2-الانترنيت والبنوك الجزائرية:

إن معظم البنوك الجزائرية لها مواقع على شبكات الانترنيت فمثلا بنك الجزائر موقعه-www-bank of-algeria.dz حيث تظهر فيه مجموعة من البيانات والمعطيات عن السياسة المالية والنقدية.

1-3-استخدام الهاتف في الخدمة المصرفية:

على المصاريف الجزائرية الاستفادة من عدد مشتركي خدمة الهاتف في تقديم خدماتها لجلب أكبر عدد ممكن من الزبائن.[1]

2-أنظمة الصيرفة الإلكترونية في الجزائر:

في إطار تحديث وعصرنة النظام المصرفي الجزائري لاسيما من حيث أنظمة الدفع بادر بنك الجزائر بالتعامل مع وزارة المالية، وبمساعدة البنك العالمي في انجاز نظام دفع إلكتروني متطور هو نظام التسوية الإجمالية الفورية.

2-1-نظام التسوية الإجمالية الفورية (Real time Gross Settlement System)

RTGS:هو نظام تسوية المبالغ الإجمالية في وقت حقيقي ويتم فيه سير التحويلات بصفة مستمرة وعلى الفور بدون تأجيل وعلى أساس إجمالي.

أ.**أهداف النظام:** يهدف النظام إلى تحقيق مايلي:

- تسوية العمليات البطاقة المصرفية في وقت حقيقي وكل وسائل الدفع الأخرى.
- تلبية مختلف احتياجات المستعملين باستخدام نظام الدفع الإلكتروني.
- تخفيض تكلفة الإجمالية للمدفوعات.
- جعل نظام الدفع الجزائري يتمتع بالمقاييس الدولية في تسيير مخاطر السيولة.
- تقوية العلاقات مابين المصارف وتشجيع إقامة المصارف الأجنبية.

ب.مبادئ تشغيل نظام RTGS: يقوم على المبادئ التالية:

- **المشاركين:** المشاركة في النظام مفتوحة لكل مؤسسة لها حساب تسوية في بنك الجزائر، ويمكن أن ينضم إلى النظام زيادة على بنك الجزائر كمسير وحامل للتسوية مجموعة من المؤسسات المصرفية والمالية،الخزينة العمومية ومراكز الصكوك البريدية.

[1]-بن زكري عبد الرحمان بلال، خمارة أمينة،واقع التقنيات المصرفية الحديثة في البنوك الجزائرية"مذكرة ماستر أكاديمي، جامعة قسنطينة، الجزائر،جوان2007،ص:110.

_ العمليات التي يعالجها النظام: يعالج النظام مختلف العمليات المصرفية بين المؤسسات المالية والمشاركين وذلك من خلال:

- **عمليات مابين الصارف:**حيث تتم من خلال هذا التنظيم تحويلات بين المصارف أو حسابات الزبائن.
- **عمليات بنك الجزائر:**وهذا البنك هو الوحيد القادر على إصدار الأوامر للقرض أو الخصم من حسابات المشتركين.
- **تسوية المبالغ عن طريق المقاصة:**إن المبالغ الدائنة والمدينة الناتجة عن طريق المقاصة الإلكترونية تعالج قرضا ودينا في نفس الوقت وفي حسابات المشتركين تعمل على أساس مبدأ"الكل أو اللاشيء" وفي حالة استحالة تطبيق العملية ترفض من قبل غرفة المقاصة الإلكترونية وعلى الراغب أن يعيد العملية في وقت لاحق.
- **حساب التسوية:**إن بنك الجزائر الذي يشرف على إدارة النظام يفتح في سجلاته باسم كل مشارك الحسابات تسوية ،تقسم إلى حسابات نوعية فرعية وهذه الحسابات تحول حسب الحالات في زيادة أو نقص الحسابات الجارية للمشاركين والتي تضبطها المحاسبة العامة لبنك الجزائر، والتسويات التي تتم عن طريق النظام حيث تتم بصفة مستمرة وفي وقت حقيقي وبعد التأكد الآلي بوجود مخزون كاف في حساب المشارك المعني،ويطبق هذا المبدأ "أول من يدخل أول من يخرج " مع الأخذ بعين الاعتبار الأولويات المبينة فيما يلي:

-الأولوية الأولى:عمليات بنك الجزائر.

-الأولوية الثانية:المبالغ المخصصة للمقاصة.

-الأولوية الثالثة: أوامر مستعجلة بطبيعتها.

كما أن تسوية الحسابات المعينة تتم بصفة نهائية،حيث بمجرد قبولها من طرف نظامRTGSلايمكن إلغاؤها لاحقا إذ تكون الغاية من التسويات مضمونة بصفة دائمة على مدى يوم المبادلة والذي يكون على النحو الآتي:

- من الساعة الثامنة ونصف صباحا من خلال معالجة عمليات"بنك الجزائر" وعمليات الأسواق النقدي وعمليات الصرف.
- التاسعة ونصف صباحا بدء المعاملات.
- منتصف النهار تسوية حصيلة المقاصة.
- الساعة الثالثة : وقف المبادلات.
- من الساعة الثالثة إلى الرابعة: تسديد المبالغ التي تمت في اليوم الأخير وتسوية أو رفض الأوامر التي كانت في الانتظار.
- الساعة الرابعة :إختتام وغلق الحسابات، وإرسال إخطارات حصيلة الحسابات واستخراج حسابات المشاركين وإفراغها في الجهاز المحاسبة العامة لبنك الجزائر.

ج.هندسة النظام: إن كل المشاركين يتم ربطهم بجهازRTGS المتمركز ببنك الجزائر عن طريق مقراتهم باستعمال قاعدة Plate forme يمكن من إرسال وتلقي أوامر التحويل وكل المعلومات الضرورية المتعلقة بالعمليات المعالجة .

إن النظام المركزي(RTGS) يقوم بالوظائف التالية:

- مراقبة أوامر الانتظار.
- تسوية الأوامر وفق طبيعتها.
- المعالجة تتم في نهاية اليوم.
- تخصيص مبالغ المقاصة.
- إدارة ومراقبة الحسابات لعمليات المعالجة بواسطة النظام.

أما فئة المشاركين فتقوم بالوظائف التالية:

- تلقي ومراقبة صفة الأوامر وملائمتها.
- إصدار وتلقي الأوامر بنظام RTGS[1].

2-2 –نظام المقاصة عن بعد:

إن عملية عصرنة نظام الدفع عرفت دفعة جديدة بإنشاء مكمل لنظام RTGS هو نظام ACTI

أ.تعريف نظام ACTI :هذا النظام يختص بمعالجة الألية لوسائل الدفع العام Les instruments de Paiment de masse صكوك، تحويل،اقتطاع،عمليات السحب والدفع بالبطاقات البنكية وذلك باستعمال وسائل متطورة مثل المساحات الضوئية Scanner ، والبرمجيات المختلفة، ويعتمد هذا النظام على نظام التبادل المعلوماتي للبيانات الرقمية والصور.

ب.أهداف نظام ACTI:يهدف النظام إلى:

–التسيير المحاسبي اليومي وإعطائه نظرة شاملة وحقيقة عن وضعية الخزينة في السوق المالية الوطنية.

–تقليص أجال المعالجة.

–قيم قبول أو رفض العملية في أجال أقصاه 05 أيام على أن يتم إختزال هذه المدة إلى 03 أيام ثم 48 ساعة.

–تأمين أنظمة الدفع العام.

–إعادة الثقة للزبائن في وسائل الدفع خاصة الصكوك.

–مواجهة عملية تبييض الأموال في الجزائر.

لقد كانت سنة 2006 بمثابة انطلاق عصرنة أنظمة الدفع وما نتج عنه من تطوير الوساطة البنكية الفعالة والمؤمنة لخدمات بنكية ذات جودة تخدم الزبائن في إطار مضمون ومضبوط .

[1]–بن زكري عبد الرحمان بلال ،خمارة أمينة ،مرجع سابق،ص111–112

المطلب الثالث: تشخيص واقع الصيرفة الإلكترونية في الجزائر

من خلال إجراء عملية التشخيص لواقع الصيرفة الإلكترونية في الجهاز البنكي الجزائري، فقد تبين أنها تعاني مما يلي:

أ-ضعف استخدام البطاقات البنكية:

تكمن نقاط ضعف إستخدام البطاقات البنكية في الجزائر فيما يلي:

- قلة عدد البطاقات البنكية مقارنة بعدد مالكي الحسابات البنكية في الجزائر، إذ بلغ عددها سنة 2014 ما يقارب 7مليون بطاقة من أصل 24 مليون حساب.
- ضآلة عدد البطاقات البنكية الدولية(عدد قليل جدا من بطاقة ماستر كارد الصادرة عن بنك الخليج الجزائر وبطاقة فيزا الصادرة عن بعض البنوك العمومية)،وقلة أماكن استخدامها في السوق البنكية واقتصارها على بعض الفنادق الضخمة وبعض شركات الأعمال الخاصة.
- محدودية الخدمات عند استخدام البطاقات البنكية واقتصار أغلبها على الإطلاع على الرصيد أو السحب دون الانتشار الواسع لخدمة التحويل المالي المحلي والدولي.

ب- ضعف استعمال الصيرفة الهاتفية في البنوك الجزائرية

ماعدا خدمات الاطلاع على الرصيد ودفع بعض الفواتير، المحددة،لا تستعمل البنوك الجزائرية الهاتف في تقديم خدماتها سواء الثابت أو المحمول،وهذا رغم ما شهده هذا الأخير من تطور كبير بعد فتح السوق الجزائرية في السنوات الأخيرة ورغم العدد الكبير من مشتركي خدمة الهاتف في الجزائر، وهي الشبكة التي يمكن أن تساهم في تقديم الخدمات المصرفية لأكبر عدد ممكن من الزبائن[1].

ويعتبر عدم الاستثمار في سوق الصيرفة عبر الهاتف في الجزائر بمثابة الفرصة الضائعة الكبيرة بالنسبة للبنوك الجزائرية وذلك لضخامة حجم سوق الهاتف الخلوي في الجزائر حوالي 30مليون متعامل إلى غاية بداية سنة 2016،والتي كان بإمكانها استغلاله لحل مشكلة السيولة

[1]-سليمان ناصر وآدم حديدي،تأهيل النظام المصرفي الجزائري في ظل التطورات العالمية الراهنة أي دور لبنك الجزائر المجلة الجزائرية للتنمية الاقتصادية ،جامعة قاصدي مرباح ،ورقلة،المجلد 2 العدد2،جوان 2015،ص17

التي يعاني منها كل من بريد الجزائر والبنوك التجارية بالإضافة إلى تحقيق أرباح مع توفير الوقت والجهد التكاليف .

ج-غياب أنظمة قوية لمجابهة مخاطر الصيرفة الإلكترونية

إن التفكير في توفير وسائل الدفع الإلكتروني والاعتماد على نظامي التسوية الإجمالية الفورية والمقاصة الإلكترونية أمر غير كاف لنجاح ممارسة الصيرفة الإلكترونية في الجزائر,باعتبار أن أمر إدارتها يقتصر على بعض الشركات التأليية وتسيير العمليات الإلكترونية بين البنوك دون الاعتماد على أنظمة إلكترونية قوية مكافئة لقوة المخاطر التي تهددها بما في ذلك المخاطر التنظيمية والقانونية ومخاطر السمعة.

إذ يجب على السلطات عند مراقبة المصارف والإشراف عليها التأكد أنه لدى المصارف نظاما إداريا جيدا وإستراتجية واضحة ومحددة وكافة للسيطرة على هذه المخاطر.حيث أعدت لجنة المدفوعات ونظام التسوية التابعة للجنة بازل،نموذجا لحماية الأموال الإلكترونية يتضمن المحاسبة والمراقبة الداخلية المستمرة والفصل بين المسؤوليات والمعلومات التي تصل إلى موظفي المصرف إضافة إلى الفحص والتطوير المستمر لأجهزة الحاسوب وأنظمة المعلوماتية فيها والاستخدام المادي للمعلومات المنقولة إلكترونيا.[1]

د-محدودية الممارسات الصيرفة عبر الإنترنيت[2]

على الرغم من البرامج المستقبلية والتصريحات المتكررة من قبل مسؤولي البنوك في الجزائر لممارسة الصيرفة باستخدام تكنولوجيا الإنترنيت إلا أن تجسيدها فعليا لم يخطو خطوات كبيرة،ويرجع ذلك إلى غياب التعاون وتنسيق بين البنوك الجزائرية في مجال الصناعة الإلكترونية مع فقدان ثقافة التسوق بين البنوك الجزائرية في مجال الصناعة الإلكترونية مع فقدان ثقافة التسوق عبر الإنترنيت لديها إذ بقي النظام المصرفي الجزائري متأخرا في استعمال التكنولوجيا وأنظمة الدفع الحديثة،فليس هناك ما يسمى بالعمل المصرفي عبر الإنترنيت وذلك لأن معظم البنوك الجزائرية تمتلك مواقع تعريفية أو

[1]-بوعافية رشيد وبن قيدة مروان،إدارة مخاطر الصيرفة الإلكترونية وقواعدها القانونية،ملتقى علمي دولي بجامعة محند أكلي أولحاج بالبويرة حول،إدارة المخاطر المالية وانعكاساتها على اقتصاديات دول العالم،البويرة،2013،ص 11-12 .

[2]-سليمان ناصر وآدم حديدي،مرجع سبق ذكره،ص:07.

إشهارية فقط وليس لتقديم الخدمات،ولم يعد في الجزائر من يتحدث عن التجارة الإلكترونية رغم انتشارها في العالم،وذلك لغياب القاعدة الهيكلية التي تستند إليها وهي العمل المصرفي عبر الإنترنيت.

هـ-الافتقاد لشبكة ربط إلكترونية قوية مع البنوك العالمية

على الرغم من الجهود المبذولة من مختلف البنوك الجزائرية لتطوير شبكة اتصالات إلكترونية مع البنوك العالمية إلا أنها ظلت دائما متأخرة وبطيئة وغير قادرة على إدارتها والتحكم فيها،ويرجع ذلك إلى اعتمادها على حلول أو أنظمة مستوردة وغير مصممة حسب أبعاد وخصائص السوق الجزائرية،وهذا الوضع أتاح فرصة ثمينة للبنوك الأجنبية الناشطة في الجزائر(سوستي جنرال، بي أن بي باريبا،...) لاستقطاب أغلب الزبائن طالبي الخدمات الإلكترونية البنكية الدولية، باعتبارها تتوفر على شبكة ربط مع البنوك العالمية أقوى مما هو متوفر لدى البنوك الجزائرية.

المبحث الثاني: دراسة حالة البنك الوطني الجزائري .BNA

يهدف هذا المبحث الى التعرف على بنك BNA ووسائل الدفع الالكتروني المستعملة في هذا البنك والبطاقات الانتمائية التي يصدرها.

المطلب الأول: تعريف وكالة قصر البخاري والبطاقات التي تصدرها.

سوف نتطرق في هذا المطلب الى:

1_تعريف الوكالة:

هي وكالة من الرتبة 02 تحمل رقم 858.تم فتحها في 4جويلية 2007 مقرها شارع احمد زواوشة بقصر البخاري. تتكون من 10 اعمال، يشرف عليها مدير كمسؤول اول وتتمثل مهنته في السهر على السير الحسن للوكالة في جميع مجالات الاستغلال والقرارات المتعلقة بتسيير الوكالة ويساعده نائب المدير.تنحصر مهام هذا الأخير في استقبال الزبائن عند غياب المدير. بالإضافة الى عدد من المسؤولين على الهيكل التنظيمي للوكالة كل حسب وظيفته ورتبته، حيث تتكون هذه الوكالة من أربعة مصالح ويمكن تبيانها كمايلي:

أ_ مصلحة الصندوق:

تعتبر من المصالح التي تهتم بجميع العمليات مع زبائنها، سواء كانت العمليات سحب او عمليات الدفع. هذه الأخيرة تكون بنوعيها، الطريقة المباشرة او عن طريق التيلكس. ويشترط أن يكون للزبون حساب جاري إذا كان خاص بالتجار، أو حساب الصكوك لغير التجار.

ب- مصلحة التجارة الخارجية:

تقوم هذه المصلحة بنفس عمليات الصندوق ومصلحة حافظي الأوراق التجارية لكن ليس بالعملة الوطنية بل العملة الأجنبية، حيث تقوم هذه المصلحة بدراسة الملفات الخاصة بالقروض الخارجية مع تحديد أهميتها، وتتكفل بالتحويلات من البنوك الخارجية الى البنوك المحلية.

ج- مصلحة القروض:

تعتبر اهم مصلحة بالوكالة لأن لها مردودية مالية عالية، من جراء منحها للقروض مقارنة مع باقي المصالح، حيث تقوم بمنح القروض لزبائنها الذين تضم فيهم كل الثقة، وهم دائمو التعامل مع البنك

وعند توجه طالب القرض الى الوكالة يقوم المكلف بالدراسات بجلب عدد أكبر من المعلومات اللازمة او الخاصة بالمشروع ومعرفة نوع القرض المراد تحصيله ويتم ذلك بالخطوات التالية:

1 -لقاء اولي.

2 -معرفة نوع القرض.

3- جلب أكبر عدد ممكن من المعلومات الخاصة بالمشروع.

عند معرفة نوع القرض يقوم الموظف بطلب الوثائق من المقترض وذلك بملء وثيقة تسمى وهذه Etude de crédit support normalise الوثيقة متضمنة جميع المعلومات الخاصة بالمقترض اسمه ومهنته ورقم حسابه وكذلك تتضمن طريقة وكيفية تحويل الميزانيات المحاسبية الى ميزانية مالية عن طريق جداول للسنة الماضية والجارية والتقديرية كما يبين المبالغ المطلوبة للقرض وأسباب القرض والضمانات التي يقدمها الزبون للبنك في حالة عدم مقدرته على السداد (عقارات...الخ)

د-مصلحة المراقبة والإدارة:

وتتكون من مصلحتين:

أ-**مصلحة المراقبة:** تتم في هذه المصلحة مراقبة كل العمليات التي يقوم بها مختلف عمال الوكالة والتأكد من صحتها محاسبيا بالإضافة الى متابعة كل الحسابات الداخلية للمؤسسة وكذا متابعة حالات التقارب مع المؤسسات الأخرى.

ب-مصلحة الإدارة: تقوم هذه المصلحة بمتابعة الميزانية والتصرف فيها حسب القوانين المعمول بها في البنك واجراء الجرد لكل ممتلكات البنك سنويا وتسيير المستخدمين المتواجدين على مستوى الوكالة

2-الهيكل التنظيمي لوكالة قصر البخاري.

ملحق رقم 01.

3-البطاقات التي يصدرها بنك BNA

يصدر بنكBNA نوعين من البطاقات البنكية، بطاقة وطنية (CIB-BNA) وبطاقة دولية (BNA-VISA) ليكن هذه البطاقة لم تسوق بعد سنتطرق الى بطاقة CIB فقط:

1_ البطاقة البنكية(CIB):

بطاقة CIBهي بطاقة وطنية للسحب والدفع يصدرها "القر الشعبي الجزائري «، موصولة بشبكة النقد ما بين البنوك RMI (Réseaux Monétique Interbancaire)، وتقبل في التعامل بها من طرف البنوك الأخرى وبريد الجزائر.

تتضمن هذه البطاقة شريحة الكترونية (une puce)مضبوطة وفقا لنموذج EMV(Mastercard-visa -Europay)، الأمر الذي يضمن الحماية المطلوبة عند التعامل بها وتسمح لحامليها بسحب أموالهم في أي وقت عبر كل الموزعات الالية للأوراق النقدية ذات الدفع المسبق،وكذلك تسوية مشترياتهم والخدمات المقدمة لهم بواسطة جهاز الصراف الالي.

***وصف البطاقة:**

<u>على الواجهة Au recto :</u>

- في الأعلى البطاقة اسم وشعار البنك BNA باللغتين العربية والفرنسية.
- شريحة الكترونية (une puce).

_ عبارة "بطاقة الدفع"

-اسم ولقب حامل البطاقة

-سهم يشير الى كيفية ادخال البطاقة في الجهاز TPEوDAB وGAB.

- تاريخ انتهاء صلاحية البطاقة مشار اليها بعبارة .EXPIRE FIN

_ اللوغو (Logo)"CIB"

<u>على الخلفية Au Verso:</u>

_ شريط ممغنط تخزن فيه المعلومات الالكترونية الخاصة بالبطاقة وحاملها.

- شريط ابيض مخصص لتوقيع العميل حامل البطاقة

_ عنوان مقر البنك BNA ورقم الهاتف

_ تسمع بطاقة CIB لحاملها باستغلالها داخل كامل التراب الوطني للقيام ب:

- سحب مبالغ نقدية باستخدام الموزعات الالية للأوراق النقدية GAB/DAB الموصولة بشبكة النقد الالي البنكية

_ دفع مقابل المشتريات والخدمات عن طريق جهاز الدفع الالكتروني (TPE) المتواجد عند التجار.

ويمكن ان نميز بين نوعين من بطاقة CIB

• بطاقة عادية :Classique

موجهة للعملاء العاديين الذين يتمتعون بدخل متوسط نسبيا، ولا يميلون الى اجراء عمليات كبيرة، ويشترط للحصول عليها توفر ما يلي:

_ أن يكون للعميل حساب بالعملة الوطنية
– أن يكون دخله يقل عن 120.000 دج شهريا.

وتمكنه من اجراء العمليات التالية:

_ سحب مبالغ من أجهزة الصرف الالي ب 80% شهريا من دخل العميل.
– دفع ثمن مشترياته بواسطة جهاز TPE بما يعادل 10% شهريا من دخل العميل او من حسابه.
– ويتعين على حامل البطاقة ان يترك في حسابه ما يعادل 10% من دخله وذلك في كل الأحوال.

•البطاقة الذهبية:

موجهة لكبار التجار الذين تكون دخولهم كبيرة، اذ تتمتع هذه البطاقة بقدرة دفع كبيرة، لذلك فهي تتوافق مع حاجاتهم، ويشترط للحصول عليها ما يلي:

_ أن يكون للعميل حساب بالعملة الوطنية
– أن يكون دخله يفوق 120.000 شهريا.

ويمكن له اجراء العمليات التالية بواسطتها:

_ سحب ما يعادل 70% من قيمة حسابه باستعمال أجهزة الصرف الالي .DAB
– دفع ثمن المشتريات بما يعادل 10% من قيمة حسابه باستعمال أجهزة TPE ويتوجب عليه ترك مبلغ يعادل 20% من حسابه مجمدة

*هناك بطاقات أخرى بنكية يصدرها بنك BNA منها:

*بطاقة الاعمال وفيها نوعين: كلاسيكية تمنح للمهنيين وذهبية لأصحاب المؤسسات، تتيح لهم تغطية نفقاتهم المختلفة المتعلقة بنشاطهم

*بطاقة التوفير التابعة لدفتر التوفير وفيها نوعين بفائدة وبدون فائدة حيث تم إصدار منتوج جديد يخص هذه البطاقة وهو بطاقة توفير خاصة بالقصر الذين لا يتجاوز سنهم 16 سنة.

المطلب الثاني: إجراءات الحصول على بطاقة السحب او الدفع

تمر البطاقة في عملية إصدارها بعدة مراحل، من تقديم العميل لطلبه الى الوكالة، دراسة الطلب، وإمضاء عقود وغير ذلك، وهذا ما سنراه في هذا المطلب.

أولا: إجراءات الحول على البطاقة الوطنية CIB:

يمكن لأي زبون ان يحصل على بطاقة CIB، شرط توفره على الشروط السابقة الذكر ،وذلك بتقربه من الوكالة البنكية، وبالضبط على مستوى المكلف بالزبائن أي يبدي رغبته في الحصول بطاقة السحب والدفع CIB، يقوم المكلف بالزبائن على اثر ذلك بتقديم كل المعلومات الخاصة بكيفية الحصول على البطاقة وطريقة استخدامها، ويطلع في نفس الوقت على وضعية الزبون: مهنته، دخله، امتلاكه لحساب على مستوى وكالة BNA او لا وغير ذلك من المعلومات، وهذا من اجل معرفة إمكانية منح الزبون هذه البطاقة من عدمها، وأيضا من اجل التحديد الأمثل لنوع البطاقة التي ستمنح له (عادية او ذهبية) ، اذ لا يمكن في أي حال من الأحوال ان يحصل على البطاقة التي يرغب فيها تلقائيا . بل ان المكلف بالزبائن هو الذي يقوم بذلك بناءا على المعلومات والمعطيات التي تحصل عليها من الزبون

بعد تأكد المكلف بالزبائن من وضعية الزبون وإمكانية منحها البطاقة، يقدم له عقدا هو" عقد البطاقة البنكية للدفع CIB " من اجل وضع البيانات اللازمة عليه والتوقيع.

وصف العقد

يتكون العقد من 03 نسخ.نسخة يحتفظ بها الزبون، أخرى للهيئة النقدية والأخيرة تحتفظ بها الوكالة البنكية

تحتوي على واجهة كل ورقة من هذا العقد على المعلومات التالية:

•اسم الوكالة ورقمها، رقم العقد، تاريخه، نوع البطاقة

• معلومات خاصة بصاحب الحساب:الاسم، اللقب او اسم المؤسسة (في حالة المؤسسة هي المالكة للحساب)، العنوان الشخصي، المدينة، رقم الهاتف، رقم الحساب، دخل صاحب الحساب، تحديد ما إذا كان صاحب الحساب هو نفسه صاحب البطاقة ام غير ذلك

• معلومات خاصة بصاحب البطاقة:اسم ولقب حامل البطاقة، مهنته، تاريخ ومكان الازدياد، ... هذه المعلومات تكون مختلفة عن البيانات السابقة في حال ما إذا كان حامل البطاقة وصاحب الحساب لا

يمثلان نفس الشخص (كأن يكون صاحب البطاقة شخص حقيقي وصاحب الحساب شخص معنوي (المؤسسة)

إضافة إلى ذلك تحديد السقف الشهري المسحوبات والمدفوعات، رقم البطاقة وتاريخ انتهاء صلاحيتها.

•مكان خاص بمدير الوكالة ليدلي بحكمه

•مساحة مخصصة لإمضاء كل من صاحب الحساب، حامل البطاقة ومدير الوكالة إما الجهة الخلفية للعقد فتحتوي على الشروط العامة لاستخدام البطاقة.

بعد موافقة الوكالة على العقد والمعلومات الواردة فيه والمقدمة من طرف الزبون إضافة إلى تقديمه للأوراق الثبوتية (بطاقة شخصية، رخصة السياقة،....) ترسلها إلى الهيئة النقدية لتشرع في إعداد الكشوفات اللازمة وإتمام العمليات الخاصة بإصدار البطاقة من إدخال للمعلومات في الشريط الممغنط وغير ذلك.

بعد اصدار البطاقة وارسالها الى الوكالة عبر البريد تقوم هذه الأخيرة بفحص يتضمن التأكد من :

_ توافق رقم البطاقة مع أرقام العقود.

– توافق معلومات البطاقة مع ما هو موجود في العقد.

بعد تأكد الهيئة النقدية الى الوكالة، يرسل الرقم السري عبر البريد أيضا، وتقوم الوكالة بحفظ كل من البطاقة والرقم السري في خزنة خاصة. ولا يمكن الزبون أن يباشر استعمال البطاقة إلا بعد تفعيلها ويكون ذلك بعد التأكد من وصول البطاقة والرقم السري إليه حيث تقوم الوكالة بإرسال إشعار بالاستلام الى الهيأة النقدية والتي تحول أمر إلى SATIM بتشغيل البطاقة.

المطلب الثالث: العمليات على البطاقة

بعد استلام الزبون لبطاقته باتباع الإجراءات السابقة الذكر، وتمكينه من استعمالها بطريقة عادية، يمكن له ان يقوم وفقا لرغبته او بتصرف من البنك بالعمليات الاتية:

أولا: بالنسبة لبطاقة CIB:

تتمثل العمليات التي تجرى عليها في: التجديد، التعويض او الإلغاء.

*تجديد البطاقة:

بحلول تاريخ انتهاء صلاحية البطاقة البنكية CIB، فان هذه الأخيرة تصبح موضوع عملية تجديد تلقائي من طرف BNA، فان هذه الأخيرة تصبح موضوع عمليه تحديد تلقائي من طرف البنك، إلا إذا لم يرغب الزبون في ذلك

حيث يقوم البنك بإرسال رسالة الى الزبون يذكره فيها بانتهاء صلاحية بطاقته، ويطلب منه تحديد رغبته في تجديد البطاقة ام غير ذلك،ويكو هذا قبل شهرين من حلول هذا التاريخ.

وسواء رغب الزبون في تجديد البطاقة ام لم يرغب، فانه يتقدم بطلب الى البنك، هذا الأخير يمكن ان يكون

– طلب تجديد البطاقة، فيقوم البنك في هذه الحالة بتسجيل هذا الطلب وإعادة القيام بنفس الترتيبات السابقة التي اتخذها لإصدار البطاقة

– طلب عدم تجديد البطاقة فيقوم البنك بتسجيل هذا الطلب في سجل البطاقات، وإجراء العمليات الضرورية والتسجيلات اللازمة وإعداد كشوفات لحذف اسم العميل من السجلات التي تحمل اسمه كحامل للبطاقة. ونشير إلى مدة صلاحية بطاقة CIBهي سنتين.

*تعويض او تبديل البطاقة:

إذا تعرضت البطاقة للتلف، السرقة او ضيعت من طرف حاملها فانه يمكن للزبون حامل البطاقة ان يطلب من الوكالة تعويضها ببطاقة أخرى، وهذا بعد قيامه باعتراض على السرقة أو ضياع بطاقته.

يقدم الزبون طلبا خطيا لتعويض بطاقته، تقوم على اثره الوكالة البنكية بالتأكد من السجلات و الكشوفات وأرقام البطاقة وغير ذلك من الإجراءات الروتينية في هذه الحالة، لتقوم بعد ذلك بإصدار بطاقة جديدة للزبون وفقا للإجراءات السابقة الذكر والخاصة بإصدار بطاقة جديدة.

كما يمكن لهذا الزبون، في حالة تغير ظروفه المادية مثلا وتحسنها،ان يطلب من البنط تبديل بطاقة البنكية من بطاقة CIB عادية الى بطاقة ذهبية، نظرا لازدياد حاجته الى السيولة او غير ذلك، وما عليه

في هذه الحالة إلا أن يقدم طلبا خطيا وان يلبي شروط الحصول على البطاقة الجديدة ليشرع البنك في القيام بالإجراءات اللازمة لذلك (لإصدار البطاقة الذهبية).

***تعطيل البطاقة:**

تعطيل البطاقة يعني الغاؤها من التعامل ويكون ذلك عن طريق تخريبها، إلغاء العقد الخاص بإنشائها فسخه.

تخريب البطاقة يمر بمرحلتين:

على مستوى الوكالة البنكية:

يقوم المكلف بالزبائن في حضور مدير الوكالة بالعمليات التالية:

-تخريب البطاقة وذلك بقصها على مستوى الشريط المغناطيسي باستعمال المقص.

-إعداد محضر (PV) لتعطيل البطاقة مكون من نسختين، يطلب فيه إمضاء الزبون.

-وضع عبارة "معطلة " على القائمة الموجودة في جانب البطاقة المرسلة.

-فسخ العقد المنشئ للبطاقة بمقتضى إجراءات الفسخ التي سنذكرها لاحقا.

_ترتيب محضر التعطيل في قائمة حاملي البطاقة.

على مستوى الهيئة النقدية:

بعد استلامها للبطاقة والمحضر الخاص بحاملي البطاقات الذي أعدته الوكالة، تقوم الهيئة النقدية بإلغاء البطاقة م الملف الحامل. وأخيرا تحول الأمر إلى SATIM بالتوقيف النهائي للبطاقة.

إجراءات فسخ "عقد البطاقة البنكية للدفع CIB"

-المكلف بالزبائن يقدم وجهة نظره في فسخ العقد ويقدمه الى back office.

-مصلحة النقود تجري المبادرة الأولية في الفسخ، وتقوم بإبلاغ SATIM بأمر تسجيل فسخ العقد.

ويتحتم على الزبون عند البداية في إجراءات الفسخ أن يسلم البطاقة الى الوكالة لإبطال عملها ونشير هنا إلى أن عملية تعطيل البطاقة قد تكون بأمر من الزبون، او بالتصرف من البنك في بعض الحالات التي فيها ضرورة لذلك كقيام حامل البطاقة بمخالفة.

المطلب الرابع: طرق استخدام البطاقة.

بعدما تعرفنا في المبحث السابق على إجراءات الحصول على البطاقة البنكية التي تصدرها BNA سنحاول التعرف في هذا المبحث على طريقة استخدامها.

أولا : كيفية التعامل مع بطاقة CIB

بطاقة السحب والدفع (CIB) تسمح بسحب الأموال من الشبابيك الالية (GAB) وأجهزة الراف الالي

(DAB)، وتمكن حاملها من دفع ثمن مشترياته عند التجار المزودين بجهاز الدفع الالي (TPE). لذلك سنتعرف على كيفية عمل بطاقة CIB باعتبارها المثال الأفضل لتعامل البنوك الجزائرية ببطاقات الدفع. وذلك لكونها وطنية بحتة.

1-الأطراف المتدخلة في عمل البطاقة CIB:

البنك: ويمكن له لن يقوم بوظيفتين أساسيتين هما:

_ وظيفة المصدر::L'émetteur

ويتمثل في هذه الحالة في كل البنوك او بريد الجزائر والتي تصدر بطاقات للتعامل بالسحب والدفع مقابل عمولة او فائدة وهذا لصالح زبائنها. مع الإشارة الى ان الانخراط في برنامج الإصدار الخاص بالبطاقات البنكية.

_ وظيفة المقتني L'acquéreur:

وهي كل البنوك الجزائرية وبريد الجزائر والتي تنتمي الى SATIM، وبالتالي تكون مشتركة في برنامج استخدام الدفع بالبطاقة، وتسمح لكل حاملي البطاقة البنكيةبإجراء سحوبات نقدية باستعمال أجهزة DAB/GAB.

_ حامل البطاقة:

وهو كل شخص يملك حسابا في بنك BNA او أي بنك اخر قام بتوقيع عقد مع هذا البنك من اجل الحصول على بطاقة CIB.

_ القابل :L'accepteur

وهو كل تاجر يملك الاهلية القانونية، وله الصلاحية لتقبل المدفوعات بالبطاقة البنكية وذلك بموجب عقد واتفاق مع البنك، ويجب أن يكون مزودا –التاجر – بجهاز الدفع الالكتروني TPE،ومعلنا عن انخراطه بواسطة لافتات او ملصقات عن انضمامه لنظام الدفع بالبطاقة CIB.

_ المشغل التقني L'opération technique

ويتمثل في مؤسسة SATIM (société d'Automatisation des transaction interbancaires) والتي تأسست سنة 1995. وظيفتها إدارة نظام الدفع البنكي الالكتروني. وهي المركز الذي يستضيف اجراء العمليات الأساسية والقاعدية لكل من الحمل والمستقبل، وهي المسؤول الأول والأخير عن البطاقات

CIB، حيث تملك كل المعلومات عن الزبائن حاملي البطاقة، حيث أن كل البنوك المقدمة لهذه الخدمة تتصف بالتبعية لها وهي التي تقوم بخدمتها، وهي الوحيدة المخول لها متابعة عملية توزيع البطاقات وتوقيفها، إذا تملك جميع المعلومات والصلاحيات التي تمكنها من اتخاذ قرار كهذا، وعموما يمكن أن نجمع أعماله في مايلي:

- إتمام أو صنع البطاقات البنكية وتسيير تطبيق واستخدام هذه البطاقات.
- وضع أو إنشاء خدمات الدفع، القيام بالإصلاحات والتعديلات البنكية المتعلقة بجهاز TPE.

التكامل التقني DAB/GAB في الشبكة مابين البنوك (RMI).

- التسيير بالنيابة عن البنوك المشاركة والمتقبلية لهذه الأنظمة بالإضافة الى جمع الضريبة على التسوية ودفعها الى الدولة.

• الممثلين الداخليين في BNA

_ وكالة الاستغلال: إن تسيير البطاقات البنكية يتوقف على ميزات مسؤول الزبائن بحكم عمله، وكذلك تسيير عقود البطاقات و TPEبالإضافة إلى خدمات Back office الذي يعالج العمليات اليومية.-
مجموعة الاستغلال: تتمثل وظيفتها في المراقبة
-La DMP: :Département Monétique de paiement إذ تقوم من خلال بنيتها في المساندة النقدية ووسائل الدفع.

2-استعمال البطاقة للسحب النقدي:

يمكن لحامل بطاقة (BNA/CIB) اجراء سحب نقدي بواسطة هذه البطاقة وذلك باستعمال جهاز DAB((Distributeur Automatique de Billetاو ما يعرف بجهاز الصراف الآلي وهي الآلة التي تسمح وتوفر للعملاء اجراء السحوبات النقدية في الأماكن العامة والطرق دون الحاجة الى الذهاب إلى المصارف. وتكون جميع شبكات الصراف الالي متصلة بمؤسسة SATIM، وبذلك تكون متاحة امام حاملي كل البطاقة البنكية
عند استخدام الجهاز، فان العميل يكون مطالبا بإدخال الرقم السري للبطاقة المكون من 4 ارقام إضافة الى بعض المعلومات الأخرى كتحديد المبلغ المراد سحبه من الجهاز.

وصف الجهاز:

جهاز الصراف الالي هو محطة طرفية للبيانات تتكون من أجهزة ادخال واخراج ليتمكن الزبون من خلالها من إتمام العملية.

أجهزة الإدخال : تتمثل في:

-قارئ البطاقات: الذي يلتقط المعلومات الخاصة بالحساب والخزنة على الشريط المغناطيسي الموجود على ظهر البطاقة الانتمائية.

-لوحة المفاتيح: يستخدمها الزبون لإدخال المعلومات المطلوبة منه كالرقم السري مثلا.

أجهزة الإخراج: وتتمثل في:

شاشة عرض، طابعة إيصالات، والة توزيع النقد.

3-استعمال البطاقة للدفع:

يتم ذلك بواسطة جهاز الدفع الالكتروني TPE(Terminal de paiement Electronique)

تعريفه:

هو جهاز الكتروني له القدرة على التعرف على الشريحة الالكترونية للبطاقة البنكية او الشريط المغناطيسي، يزود به التجار الذين يقبلون التعامل بالبطاقات، حتى يتمكن حاملو الأخيرة من دفع مشترياتهم بكل سهولة.

الوصف التقني للجهاز :TPE تتكون اغلبية أجهزة TPEمن:

المجموعة الأساسية :Le bloc principal ويضم هذا الجزء:

1_ شاشة عرض :une écran d'affichage

تسمح بعرض قائمة لإدارة TPE ،وتحديد بيانات ومعطيات العملية

2_ لوحة مفاتيح

تتكون من 17 زر، ويتم من خلالها ادخال المعلومات والبيانات اللازمة

3_ قارئ البطاقات:lecteur de carte

يعمل على ادراج مبادلة المعلومات بين شريحة البطاقة وجهاز TPE، وذلك بعد إدخالها.

4_ طابعة حرارية :une imprimante thermique

وتقوم بتقرير ملازم لكل عملية يجريها العميل

مجموعة قابلة للنقل (un bloc(le pin pod

مرتبطة عن طريق موصل (un câble pin pod) مع المجموعة الأساسية، ويضم هذا الجزء ك

1-شاشة عرض

وظيفتها إرشاد الزبون بإعطائه التعليمات لإدخال البيانات الضرورية لإتمام العملية كالرقم السري

2-لوحة مفاتيح

تتكون من 15 زر، يتمكن من خلالها العميل من إدخال الرمز السري والمعلومات الأخرى ويكون جهاز الدفع الإلكتروني متصل بسير الجهاز التقني SATIM وذلك بواسطة شبكة الهاتف وموجة الراديو. هذا الوصف يخص معظمأجهزة TPE. وهي الأجهزة الثابتة، ولكن توجد أنواع أخرى عديدة مثل TPE المحمول وأنواع أخرى تتوفر في الأسواق.

إجراءات حصول التجار على جهاز TPE:

يمكن لأي تاجر ان يصبح مالكا لجهاز TPE، وبالتالي منضما الى نظام الدفع بالبطاقات البنكية،وذلك بتوقيعه على عقد يربطه ببنك BNA، ويصبح بموجبه التاجر يقبل ببطاقات (BNA) CIB هذا التعاقد يكون على طلب التاجر نفسه ، او بدعوة من البنك نظرا لعلمها المسبق بسيرة التاجر وكفاءته المهنية ، الامر الذي يجعل البنك يرغب في التعامل معه وتزويده بهذه الخدمة، وفي كلتا الحالتين فان البنك يتولى اعلام التاجر بكل الشروط اللازمة لاستخدام الجهاز ن ظروف تركيبية، عمولة البنك.... وغير ذلك من المعلومات الهامة المتعلقة بجهاز TPEوبحقوق التاجر والتزاماته.

بعد اطلاع التاجر على هذه الشروط المذكورة كلها في العقد، وموافقتهعليها، يشرع في ملأ العقد ووضع المعلومات اللازمة وتوقيعه.

ونشر هنا إلى أن العقد يختلق حسب نوع البطاقة التي يرغب التاجر في الانضمام الى شبكة المتعاملين بها.

Ø بالنسبة لبطاقة CIB:

وصف عقد انضمام التاجر الة نظام الدفع بالبطاقة مابين البنوك CIB:

يتكون العقد في مجمله من أربعة نسخ، تحتوي النسخة الأخيرة الى خلفية النسخ الثلاثة الأخرى على الشروط العامة لاستخدام الجهاز، اما واجهة النسخ الثلاثة الأولى على المعلومات التالية:

-اسم مجموعة الاستغلال، اسم الوكالة، رمزها، رقم العقد.

-تحديد محتوى العقد: انشاء، تعديل

-الاسم التجاري للمؤسسة، العنوان والمنطقة الجغرافية، أرقام الهاتف الثابت والنقال، الفاكس.

-معلومات حول طبيعة ونوع نشاط التاجر، مدةممارسته رقم حساب التاجر لدى البنك، رقم السجل التجاري وبريده الالكتروني

-مكان مخصص للهيئة لإعطاء موافقتها على العقد

-مكان مخصص للتاجر للتأكد على اطلاعه على الشروط العامة

-مساحة مخصصة لتوقيع التاجر للتأكد على اطلاعه على الشروط العامة

-مساحة مخصصة لتوقيع التاجر ومدير الوكالة.

بعد إكمال هذه الإجراءات، يقوم البنك بإرسال العقد الى الهيئة النقدية التابعة له، والتي تقوم-بعد موافقتها عليه-بتجليه لديها،وإرسال طلب لتركيب TPE للتاجر المعني.

على إثر ذلك، تقوم هيئات تابعة ل SATIM بعملية التركيب، حيث تحل مباشرة على مستوى محل التاجر مرفقة بممثلين الوكالة البنكية.

المطلب الرابع: تعامل بنك BNA مع مخاطر البطاقة

ان اصدار البطاقة واستعمالها ينطوي على مخاطر عديدة يمكن تصنيفها كمايلي :

-ضياع او سرقة البطاقة.

-إساءة من طرف حاملها.

-افلاس حامل البطاقة.

وبمواجهة هذه المخاطر، يجب على البنك ان يتابع بانتباه سير حسابات زبائنه وان يتخذ الإجراءات التالية إذا اقتضى الامر لذلك:

1-تشديد الرقابة على حسابات الزبون حامل البطاقة.

2-عدم تجديد البطاقة (بالنسبة للبطاقات التي لم تنتهي مدة صلاحيتها).

4-اجراء عملية اعتراض على البطاقة.

أ. ضياع او سرقة البطاقة:

يمكن ان يتعرض حامل البطاقة للسرقة، او ان تضيع منه في حالات كثيرة، ويمكن الخطر في هذه الحالة في استعمال البطاقة من شخص ثالث قبل اكمال الزبون لإجراءاتلتصريح والاعتراض على ضياعه او سرقتها، وفي هذا الصدد فان الإجراءات الواجب اتخاذها تتمثل في:

U بالنسبة لحامل البطاقة :

تتمثل الإجراءات التي يمكن ان يتخذها حامل البطاقة، سواء قبل تعرضها للسرقة او الضياع او بعد ذلك فيما يلي:

1_ الاحتفاظ بالبطاقة في مكان آمن،والمحافظة على سرية الرقم الخاص به وعدم البوح به لأي شخص آخركاجراء وقائي لتجنب حدوث السرقة او تضييع البطاقة.

2_ التبليغ الفوري سواء عن طري الهاتف أو برسالة خطية موجهة للوكالة البنكية، وتطلب منه المعلومات التالية:

-رقم البطاقة.

-اسم ولقب حاملها.

-تاريخ انتهاء صلاحيتها

-سبب قيام حاملالبطاقة بالاعتراض (مع تقديم الوثائق المثبتة).

3- الإبلاغ الفوري للسلطات المختصة (المحكمة)بضياع البطاقة او سرقتها، لتحرر له وصلا يؤكد ذلك. يتم ارسال-الوصل-الى الوكالة لتقوم بعملية الاعتراض التي طلبها الزبون.

-باستلامها للتصريح تقوم الوكالة بتسجيله،اكمال وصع المعلومات في سجل البطاقات وارسال النسخ في ظرف خاص الى الهيئة النقدية، ووصع النسخ الاصلية في ملف أخر.

-كما يجب عليها ان ترسل هذه المعلومات فورا بواسطة التيليكس، وأن تشرع فورا في تطبيق إجراءات الأعراض.

-عدم تجديد البطاقة إذا ضاعت البطاقة او سرقت قبل حلول انتهاء صلاحيتها ب 3اشهر

III.الاستعمال التعسفي للبطاقة :

قد يحدث وأن يتخطى الزبون حدود المبلغ المسموح بسحبه له من الصراف الآلي او يتمادى في شراء الحاجيات والسلع من المتاجر فيتخطى بذلك المبلغ الأقصى الذي يسمح له باستعماله في الدفع.

إذا لاحظت الوكالة استعمالا سيئا للبطاقة من طرف الزبون فإنها تتصرف فورا كما يلي:

1. تقدم اشعارا بإلغاء العقد
2. تقوم باعتراض على البطاقة الى غاية ارجاعها من طرف حاملها.
3. تقوم بإلغاء عقد حامل البطاقة، ولا تقوم بتجديدها في تاريخ استحقاقها.
4. القيام بتعطل وتخريب البطاقة عند ارجاعها من طرف صاحبها.

III. افلاس حامل البطاقة :

لمواجهة هذا الخطر فان البنك يقوم ب:

-الحرص على مراقبة الرصيد الأدنى الذي يتوجب على الزبون ان يتركه في حسابه اجباريا لمواجهة مثل هذه الأخطار.

-كما يجب عليها ان تتابع بانتظام سير حسابات زبائنها الحاملين للبطاقة البنكية وتشديد المراقبة على الحسابات التي تشهد حركة كثيفة من عمليات سحب ودفع.

خلاصة:

من خلال ماتقدم في هذا الفصل نجد أن الصيرفة الإلكترونية أصبحت ضرورة حتمية أوجبتها التغيرات الحاصلة في السوق و التكنولوجيا المستمرة في هذا المجال من أجل تلبية احتياجات العملاء و خدمتهم بالدرجة الأولى.

و نجد أن الجزائر مازالت تقطع أشواطا في تطبيق هذا النوع من التكنولوجيا وترسيخها في أذهان العملاء لأنها أدركت أن ثقافة البيئة الإلكترونية مازالت ضعيفة جدا في أذهان الأفراد حيث أن وسائل الدفع الإلكتروني المستعملة في الجزائر تقتصر فقط على البطاقات الممغنطة و ذلك لعدم ثقافة و ثقة العميل في التعاملات و البيئة الإلكترونية .

الخاتمة

خاتمة :

لقد غيرت تكنولوجيا المعلومات و الإتصالات جوانب كثيرة من حياة المجتمعات, وأوجدت عدة خدمات جديدة كالصيرفة الإلكترونية التي حققت معدلات مرتفعة في نموها و انتشارها خلال فترة وجيزة نظرا لما تمتع به من خصائص تجعلها ذات تأثير كبير على القدرات التنافسية ونظرا للطبيعة التنافسية التي آلت اليها السوق المصرفية أدت إلى جعل البنوك تدرك أن زيادة قدرتها التنافسية وتعزيز أوضاعها في السوق لا يكون إلا بتقديم خدمات متنوعة و متطورة ذات جودة عالية, والتي لاتتحقق إلا بتوفر المعلومات عن مستويات الجودة من منظور العملاء و محاولة قياس مدى إدراكهم لجودة الخدمة المصرفية و تقييمهم لها مما استلزم ضرورة تطور النظام المصرفي و تطبيق نظم المعلومات و الإتصال في البنوك أو ما يطلق عليه البنوك الإلكترونية التي استطاعت أن تقفز بالعمل المصرفي إلى اتجاهات معاصرة تتماشى مع الوسائل التكنولوجية المتطورة.

1_ لإختبار الفرضيات :

- تؤكد الفرضية الأولى : الصيرفة الإلكترونية هي الأسلوب الذي يوفر المعلومات و الخدمات البنكية عبر شبكة إلكترونية, للتغلب على النقائص التي تواجهها البنوك التقليدية. وأهم دافع لهذا التحول التطور الحاصل في مجال الإتصال و المعلومات .
- تؤكد الفرضية الثانية : وسائل الدفع الإلكتروني تسمح بمعالجة كم هائل من المعاملات بسرعة و بأقل جهد ووقت و تكلفة, ومن أمثلة ذلك البطاقات البنكية و الشيكات الإلكترونية.
- تؤكد الفرضية الثالثة : أن تقديم الخدمة المصرفية بالجودة المطلوبة و التي يرغب الزبون في الحصول عليها تجعل من هذا الأخير يزيد من ثقته بالمصرف الذي يتعامل معه.
- تؤكد الفرضية الرابعة : تقتصر البنوك الجزائرية على التعامل بالبطاقات البنكية وذلك لعدم إنتشار ثقافة الصيرفة الإلكترونية بعد.

2_ النتائج :

- الصيرفة الإلكترونية نمط جديد في المجال يشهد اقبالا متزايدا من طرف الأفراد و المنشات, لما لها من فوائد و مميزات لم تكن متوفرة في الصيرفة التقليدية كاختصار الزمن و المسافة وتخفيض

الأسعار و تلبية طلبات محددة للزبائن و التعرف على احتياجاتهم و تطلعاتهم, فقد حققت نتائج فاقت كل التوقعات سواء بالنسبة للدول أو المنشات التي تبنتها, وذلك بإتباعها للتطور الحاصل في مجال التكنولوجيا.

- يرتبط مفهوم جودة الخدمة المصرفية من وجهة نظر العميل بمدى قدرة المنظمة على تقديم خدمة تقابل توقعاته أو تتجاوزها, فتقديم خدمات ذات جودة متميزة يعني تطابق مستوى الجودة الفعلي و يعكس مدى توافر أبعاد جودة الخدمة مع توقعات العملاء لهذه الأبعاد.
- بالرغم من المزايا الهائلة التي تقدمها وسائل الدفع الإلكتروني للعميل إلا أنه لا يميل إلى التعامل بها و ذلك لعدم ثقته بالنظم المعلوماتية و جهله للتطورات التكنولوجية الحاصلة في المجال المصرفي, إذ أنه يميل إلى الوسائط التقليدية وخاصة النقود الورقية أو المعدنية .
- إن اعتماد وسائل الدفع الإلكتروني تساهم في تحسين جودة الخدمات المصرفية حيث ما يجعل العميل يستغني عن الذهاب إلى نقطة البيع, باستطاعته الاستفادة من الخدمات المصرفية من مكان اقامته أو عمله أو أي مكان تتوفر فيه خدمة الأنترنت اضافة إلى هذا فتقديم الخدمات .
- ساهم تخلف الجهاز المصرفي الجزائري و عدم قدرته على مواكبة التطور الهائل في ميدان وسائل الدفع الإلكترونية الحول وراء دفع هذه الأخيرة التي وجدناها في شكلها البسيط و المتمثل عند البنوك في البطاقات الإئتمانية .

3_ الإقتراحات:

على ضوء النتائج المتوصل إليها من خلال هذه الدراسة إرتأينا أن نقدم بعض الاقتراحات التي نراها مناسبة :

- الارتقاء بالعمل المصرفي الإلكتروني إلى مستوى أعلى خاصة فيما يتعلق بالموقع الإلكتروني للبنك الذي لا يتعدى كونه موقعا معلوماتيا.
- الاهتمام بتدريب الموظفين على أحدث التكنولوجيات مما يسهل التعامل مع العملاء.
- التعريف بالمنتجات و الخدمات البنكية أكثر عن طريق الأنترنيت.
- أن تقوم البنوك بإجراء دراسات لمتابعة كل ماهو جديد فيما يتعلق بتطوير الخدمات المصرفية.

- ضرورة التطوير المستمر في أداء المصرف لرفع مستوى كفاءة التشغيل بحيث يقدم المصرف خدماته دائما بأفضل جودة خدمة ممكنة و بأفضل وقت و بأقل تكلفة خاصة و أن الزبائن اليوميبحثون عن جودة الخدمة الأفضل.

4_ أفاق الدراسة :

حاولنا من خلال هذه الدراسة معالجة هذا الموضوع في حدود الإشكالية المطروحة و حسب المعلومات والمعطيات المتوفرة و التي أمكن الحصول عليه و ضيق الوقت، لا يمكن اعتبار هذه الدراسة قد أحاطت بجوانب الموضوع و بكل أبعاده، و ستبقى بعض النقاط التي تستدعي فتح أبواب و آفاق علمية جديدة، وفي هذا الصدد نقترح عددا من المواضيع التي يمكن أن تشكل مواضيع مستقبلية :

- دور الصيرفة الإلكترونية في تفعيل التجارة الإلكترونية.
- القيام بدراسة مقارنة بين المصارف الأجنبية الرائدة في تبني الصيرفة الإلكترونية و بين المصارف الجزائرية من أجل رصد الإختلاف في مستوى الجودة.
- أثر استخدام الصيرفة الإلكترونية على تنافسية البنوك و المؤسسات المالية .

قائمة المراجع

قائمة المراجع

المراجع باللغة العربية

1_ الكتب

1_ أحمد بوراس, السعيد بريكة, أعمال الصيرفة الإلكترونية الأدوات والمخاطر, دار الكتاب الحديث، الجزائر, 2014

2_ الرومي محمد أمين، التعاقد الإلكتروني عبر الانترنيت, دار المطبوعات الجامعية،الإسكندرية, 2004

3_ العلاق حميد عبد النبي الطائي,"تسويق الخدمات", دار زهران للنشر والتوزيع ,عمان,2007

4_ تيسير العجارمة, التسويق المصرفي, دار حامد للنشر، ط1, عمان، 2005

5_ ثائر القدومي, سامر البركات, أنظمة المعلومات المالية والمصرفية, مصر،2009

6_ رأفت رضوان, عالم التجارة الالكترونية، المنطقة العربية للتنمية, القاهرة, 1999

7_ رحيم حسن ، الاقتصاد المصرفي ، دار بهاء الدين للنشر و التوزيع ,الجزائر ،2008

8_ شريف محمد غنام، محفظة النقود الإلكترونية،دار الجامعة الجديدة للنشر والتوزيع،الإسكندرية،2007

9_ عبد قادر بحيح، الشامل لتقنيات أعمال البنوك، دار الحلزونية للنشر والتوزيع ،الجزائر،2013

10_ عبد الوهاب إبراهيم أبو سليمان، البطاقات البنكية الاقراضية والسحب مباشرة من الرصيد, دراسة فقهية قانونية اقتصادية وتحليلية, دار القلم، دمشق، الطبعة الثانية، 2003

11_ عمر وصفي عقيلي,"المنهجية المتكاملة لإدارة الجودة الشاملة, دار وائل للنشر, ط1, عمان, 2001

12_ علي سلمي،إدارة الجودة الشاملة ومتطلبات التأهيل للإيزو9000 دارغريب للنشر والتوزيع, 1995

13_ عوض بدير الحداد, تسويق الخدمات المصرفية, دار البيان للنشر والتوزيع، مصر 1999

14_ فريدة راغب النجار،الاستثمار بالنظم الإلكترونية والاقتصاد الرقمي, مؤسسة شباب الجامعة, مصر 2004

15_ محمد سمير أحمد ،الجودة الشاملة وتحقيق الرقابة في البنوك التجارية, دار الميسرة للنشر والتوزيع والطباعة, الطبعة الأولى، عمان، 2009

16_ محمود جاسم الصميدي، ردينة عثمان يوسف، "التسويق المصرفي،" دار المناهج للنشر والتوزيع، عمان، ط1،2001 .

17_ محمود محمد أبو فروة, الخدمات البنكية الإلكترونية عبر الانترنيت، دار الثقافة للنشر والتوزيع، الأردن, 2009

18_ مصطفى كمال طه، وائل أنور بندق، الأوراق التجارية ووسائل الدفع الإلكترونية الحديثة، دار الفكر الجامعي، مصر 2005،

19_ منير الجنبيهي، ممدوح الجنبيهي، البنوك الإلكترونية, دار الفكر الجامعي، الإسكندرية, 2005

20_ هاني حامد الضمور، تسويق الخدمات" دار وائل للنشر و التوزيع، الأردن, 2004

21_ وسيم محمد الحداد و أخرون، الخدمات المصرفية الإلكترونية, دار المسيرة, الأردن، 2012

2_ الرسائل الجامعية

1_ دكتوراه

1_ السعيد بريكة, واقع العمليات الصرفية الإلكترونية ‘وأفاق تطويرها في الجزائر, أطروحة دكتوراه، أم البواقي, 2010 2011

2_ محمد أحمد عبد الهادي الرويس، نموذج مقترح لقياس جودة الخدمات المصرفية بدولة قطر, رسالة دكتورا كلية التجارة, جامعة عين الشمس, مصر, 2002

2_ الماجيستير

1_ إيمان العاني ،البنوك التجارية وتحديات التجارة الخارجية رسالة ماجستير, جامعة قسنطينة 2007-2006

2_ جبلي هدى, "قياس جودة الخدمة المصرفية- دراسة حالة بنك البركة الجزائري"رسالة لنيل شهادة الماجستير في العلوم التجارية كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير. جامعة منتوري ,قسنطينة -الجزائر- 2006-2007,

3_ خولة فرحات،أثر التجارة الإلكترونية على تحسين جودة الخدمة المصرفية (دراسة MONABANK حالة البنك الإلكتروني), رسالة ماجيستير, باتنة 2006_2007 .

4_ شيروف فضيلة ،أثر التسويق الإلكتروني على جودة الخدمات المصرفية ،دراسة حالة بعض البنوك في الجزائر،مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في التسويق بجامعة قسطنطنية، 2010

5_ عمار لوصيف ،استراتيجيات نظام المدفوعات القرن 21مع الإشارة إلى تجربة الجزائر،رسالة ماجستير، قسنطينة 2008،2009

6_ يوسف واقد النظام القانوني للدفع الإلكتروني رسالة ماجستير, جامعة مولود معمري تيزي وزو،2010،2011

3_ الماستر

1_ بن زكري عبد الرحمان بلال، خمارة أمينة،واقع التقنيات المصرفية الحديثة في البنوك الجزائرية"مذكرة ماستر أكاديمي، جامعة قسنطينة، الجزائر، جوان2007

2_ عميروش مصطفى، متطلبات تطوير الخدمات المصرفية وزيادة القدرة التنافسية للبنوك الجزائرية مذكرة مكملة لنيل شهادة ماستر في إدارة أعمال مالية, كلية العلوم الإقتصلدية وعلوم التسيير،جامعة 8 ماي 45, قالمة الجزائر،2009-2010

3_ فريدة بن منصور ،الصيرفة الإلكترونية كمدخل لبناء الاقتصاد الرقمي(دراسة حالة البنك الخارجي الجزائري وكالة ورقلة) مذكرة ماستر, جامعة قاصدي مرباح ورقلة،2010-2011

3_ الملتقيات

1_ إبراهيم محمود،محمود الشافعي ،الآثار النقدية والاقتصادية والمالية للنقود الإلكترونية, بحث مقدم إلى مؤتمر الأعمال المصرفية الإلكترونية من الشريعة والقانون, جامعة الإمارات العربية المتحدة، دبي، ماي2003

2_ أحمد طرطار،سارة حليمي ,"جودة الخدمات المصرفية كألية لتفعيل الميزة التنافسية للبنك" مداخلة مقدمة إلى ملتقى دولي "إدارة الجودة الشاملة في قطاع الخدمات" جامعة منتوري ،قسنطينة ,الجزائر ، 2010

3_ بودي عبد القادر وبودي عبد الصمد، تكنولوجيا الإنترنيت كأداة لتأهيل الخدمات المصرفية مع الإشارة لحالة البنوك الجزائرية، المتلقي الدولي حول عصرنة نظام الدفع في البنوك الجزائرية وإشكالية اعتماد التجارة الإلكترونية في الجزائر.

4_ بوعافية رشيد وبن قيدة مروان،إدارة مخاطر الصيرفة الإلكترونية وقواعدها القانونية،ملتقى علمي دولي بجامعة محند أكلي أولحاج بالبويرة حول،إدارة المخاطر المالية وانعكاساتها على اقتصاديات دول العالم البويرة، 2013

5_ حميد فشيت،حكيم بناولة، مداخلة بعنوان واقع وسائل الدفع الإلكتروني الجزائر، الملتقى الدولي الرابع حول عصرنة نظام الدفع في البنوك الجزائرية وإشكالية اعتماد التجارة الإلكترونية في الجزائر،خميس مليانة ,2001

6_ حياة نجار، الإصلاحات النقدية ومكانة الحيطة المصرفية الجزائرية، مداخلة مقدمة للملتقى الوطني الأول حول المنظومة المصرفية في الألفية الثالثة جامعة جيجل، 6-7 جوان 2008

7_ رحيم حسن، هواري معراج, مداخلة بعنوان الصرفية الإلكترونية كمدخل لعصرنة المصارف الجزائرية,أعمال الملتقى الوطني حول المنظومة المصرفية الجزائرية والتحولات الاقتصادية – الواقع والتحديات- جامعة الشلف, 14-15 ديسمبر 2004

8_ زبير عياش, سميرة مناصرة , مداخلة بعنوان دور وسائل الدفع الإلكتروني في تحسين الأداء البنكي، الملتقى الوطني الثالث ،الصيرفة الإلكترونية التقليدية ومتطلبات التموقع الجيد ،أم البواقي،2،3 ديسمبر 2013

9_ صالح مفتاح ، فريدة معارفي, مداخلة بعنوان الأعمال المصرفية الإلكترونية, ديسمبر ،2013

10_ عبد الغني ربوح، نوردين غربي مداخلة بعنوان تطبيق أنظمة الصيرفة الإلكترونية في البنوك الجزائرية بين الواقع والآفاق مؤتمر دولي حول إصلاح النظام المصرفي في ظل التطورات, ورقلة

11_ منية خليفة،الصيرفة الإلكترونية كمدخل لتأهيل وعصرنة البنوك الجزائرية،المتلقي الدولي حول عصرنة نظام الدفع في البنوك الجزائرية وإشكالية اعتماد التجارة الإلكترونية في الجزائر–عرض تجارب دولية–المركز الجامعي لخميس مليانة،2011،

4_ المجلات

1_ أشرف حسن, محمد جواد أنظمة الدفع الإلكتروني وطرف، مجلة الدراسات المالية والمصرفية ,العدد،2014

2_ بريش عبد القادر, "جودة الخدمات المصرفية كمدخل لزيادة التنافسية للبنوك" مقال في مجلة إقتصاديات شمال إفريقيا" العدد3

3_ رعد حسن الصرن , "دراسة العلاقة بين شبكة الأنترنت وجودة الخدمة المصرفية–دراسة نظرية–مجلة العلوم الإنسانية, العدد 8 فيفري 2005 , بسكرة ,الجزائر

4_ سليمان ناصر وآدم حديدي،تأهيل النظام المصرفي الجزائري في ظل التطورات العالمي الراهنة أي دور لبنك الجزائر، المجلة الجزائرية للتنمية الاقتصادية ،جامعة قاصدي مرباح، ورقلة ،المجلد 2 العدد 2 ،جوان 2015

5_ مواقع الأنترنت

1_ أحمد الكردي، مقال التسويق المصرفي, www. kenaneonline. com/users أطلع عليه في 07/12/ 2020, 02 : 17.

2_ سحنون محمد النظام المصرفي والبطاقات البلاستكية، http:// www. f- law.net/Law/ threads/2205 شوهد يوم 2020/06/22 , 15.55

3_ البنك الوطني الجزائري: من موقع http://ebanking.bna.dz

4_ بنك البركة: من موقع http:// www.albaraka-bank.com/fr

5_ بنك الفلاحة والتنمية الريفية: من موقع http://ebanking.badr.dz/fr

6_ بنك نتيكسيس –الجزائر: من موقع http://www.natixis.dz

7_ بنك التنمية المحلية : من موقع http://ebanking.bdl.dz

8_ سوسيتي جنزال–الجزائر: من موقع http://www.societegenerale.dz

9_البنك الخارجي الجزائري: من موقع http://www.bea.dz/e-banking.html

10_ سيتي بنك–الجزائر : من موقع http://www.citigroup.com/citi/about/countrypresence/algeria.html

11_ القرض الشعبي الجزائري: من موقع http://www.ebanking.cpa–bank.dz

12_ بي أن بي باريبا–الجزائر: من موقع http://www.bnpparibas.dz/banque-a-distance

13_ الصندوق الوطني للتوفير والاحتياط : من موقع http://ebank.cnepbanque.dz

14_ البنوك الإلكترونية : من موقع www.arablaw.org/download/E-Banking

المراجع باللغة الأجنبية

1_ Les Livers :

1_Anderea Scheaster et saleh Nsouli ،Les enjeux de la banque electonique Finance and Banque ،IMF 2002 P: 49

2_ Jean Michael et Cannu Paul, Droit Commercial instrument de paiement et de crédit, 5eme, édition paris, 1999 P,02.

3_ Toering jean pierre et Brion François, les moyens depaimen,t 1er édition presse universitaire de France PARIS,1999 P 90, 91

2_ Les Thèses :

1_ Bouchelit RYm Les perspective d E-Baaking dans la strategie E-Algerie2013 ،These de doctorat en sciences economique universite Abou Bakr Belkaid de telemcen .telemcen 2015 ، P: 04

3 Sites Internet :

1_ Smart Card: basics.35 www. gemplu, com/basics/what, html Smart, Card Basics avril 2020

الملاحق

ملحق رقم 01

ORGANIGRAMME AGENCE DEUXIÈME CATÉGORIE

Circulaire N°2124 du 29/05/2016

AGENCE de .....

DIRECTEUR : MR .....

Section administrative.....

Secrétariat.....

Chargé de clientèle: .....

Juriste: .....

Contrôleur permanent .....

Directeur adjoint: .....

[redacted]

Gestion des placements et produits monétiques :

- .....
- .....
- .....
- .....
- .....

Section Front office / Back office Caisse :

- .....
- .....
- .....
- .....
- .....
- .....

[redacted]

Section engagements :

- Étude et analyse des dossiers de crédit
- Formalisation des engagements par signature

- .....
- .....
- .....
- .....

Section Back office commerce extérieur :

- .....
- .....
- .....
- .....
- .....