الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة يحي فارس بالمدية
كلية العلوم التجارية والاقتصادية وعلوم التسيير

واقع اداء الصيرفة الالكترونية في النظام المصرفي الجزائري

(دراسة حالة بنك القرض الشعبي الجزائري-وكالة المدية-)

مذكرة تخرج تندرج ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر في العلوم الاقتصادية

تخصص: اقتصاد نقدي وبنكي

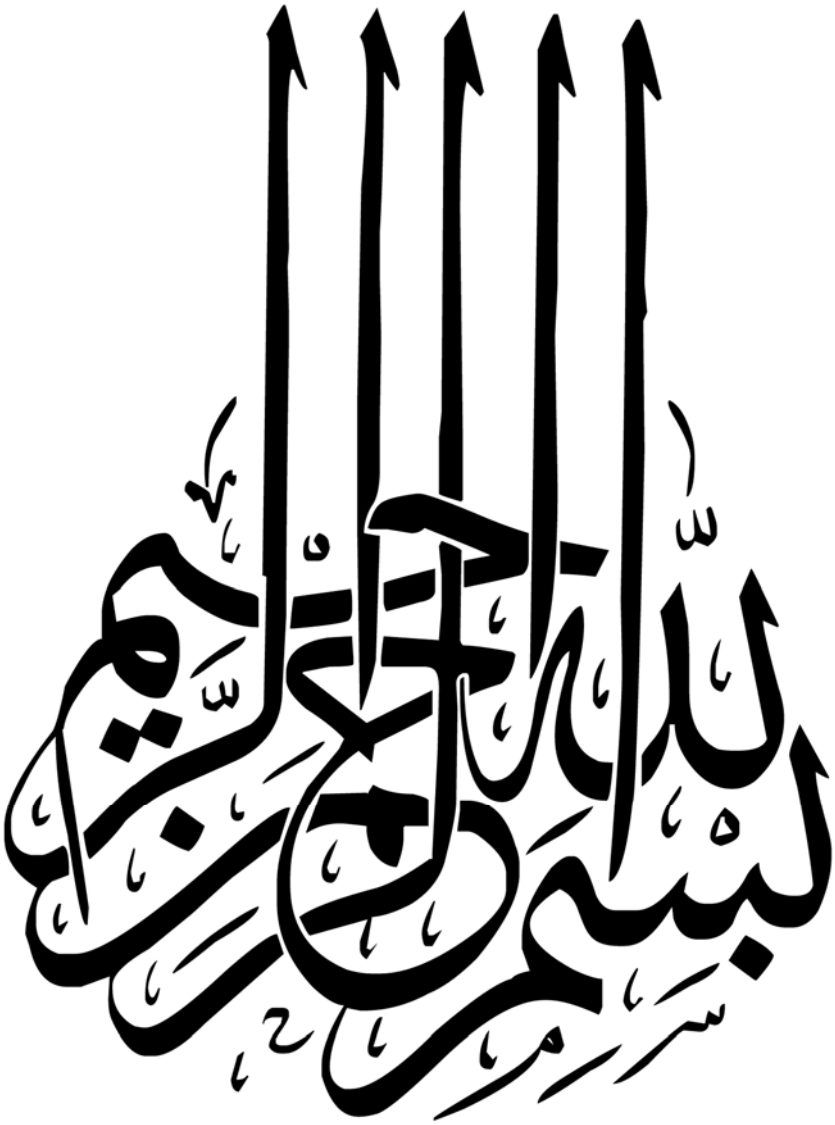
من إعداد الطلبة:

- بلطرش سلمى

- مناسي هاجر

تحت إشراف: د/يوسفي عاشور

السنة الجامعية: 2020 - 2021


بسم الله الرحمن الرحيم

شكر و تقدير

نحمد الله عز وجل لأن وفقنا لإنجاز هذا العمل المتواضع.

ونتقدم بجزيل الشكر وخالص الاعتراف إلى الأستاذ الكريم **يوسفي عاشور** الذي تفضل بالإشراف على هذا العمل و قدم لنا النصائح والتوجيهات القيمة وصبره معنا لإتمامه ودعمه الدائم لنا .

كما نتقدم بجزيل الشكر لكل الاساتذة عامة واساتذة كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير بجامعة يحي فارس خاصة على تعبهم و توجيهاتهم لنا يسرني أن أوجه شكري لكل من نصحني أو أرشدني أو ساهم معي في إعداد هذا البحث من قريب أو من بعيد

كما أن شكري موجه لإدارة كلية العلوم الاقتصادية ولكل العاملين فيها.

اهداء

إلى من تعجز الكلمات عن الوفاء بحقهم إلى معنى الحب و الحنان و التفاني إلى بسمة الحياة وسر الوجود إلى من احمل اسمه بكل افتخار إلى من كلله الله بالهيبة و الوقار أبي العزيز "سمير"

إلى من كان دعائها سر نجاحي وحنانها بلسم جراحي إلى أمي الحبيبة «كريمة"

إلى من هو اقرب إلي من روحي وسندي وملاذي بعد الله زوجي "رياض بن شهرة"

إلى من أثاروني على نفسهم إلى قرة عيني أخي "محمد أكرم"

إلى توأم روحي و دفأ البيت و سعادته أختي العزيزة "منال"

إلى عائلتي الثانية "بن شهرة"

إلى كل من ساعدني في مشواري الدراسي من قريب أو من بعيد

إلى صديقتي هاجر التي كانت عونا لي في هذا العمل

إلى كل أساتذتي الأفاضل

سلمى

إهداء

إلى من قال الله تعالى فيهما "وقل ربي ارحمهما كما ربياني صغيرا "

إلى رمز الحنان والعطاء أمي الغالية أطال الله في عمرها

إلى النور الذي يضيء دربي ليبدد ظلمة الواقع أبي الغالي أطال الله في عمره

إلى من يؤازرني و يمدني بالشجاعة و سندي زوجي الغالي أطال الله في عمره

إلى أحق الناس بصحبتي وحبي ومن شاركوني أفراحي و أحزاني إخوتي

إلى كل أساتذتي الأفاضل

إلى صديقتي سلمى التي شاركتني هذا العمل متمنية لها النجاح والتوفيق

اهدي لكم جميعا هذا العمل عربون محبة و تقدير

هاجر

ملخص :

هدفت هذه الدراسة الى التعرف على واقع أداء الصيرفة الالكترونية والمعوقات التي تواجه انتشارها في الجزائر ، ففي السنوات الأخيرة شهدت المؤسسات المصرفية استخدام متزايد للتكنولوجيا من طرف عملائها بالتوسع في الخدمات المصرفية الالكترونية بما في ذلك الخدمات المصرفية عبر الانترنت والهاتف واستخدام أجهزة الصراف الآلي ، ما جعل من الممكن خفض أسعار الخدمات للعملاء وتسهيل إدارة أنشطتهم بشكل مستقل ومريح في أي مكان وفي أي وقت من خلال قنوات الكترونية مختلفة وبغض النظر عن ساعات عمل فروع مؤسساتهم المصرفية . إضافة إلى ذلك ، فإن تطوير وتوسيع الخدمات المصرفية الالكترونية في الجزائر من المتوقع ان يمكن المؤسسات المصرفية من ان تصبح اكثر كفاءة بمرور الوقت .

الكلمات المفتاحية : البنوك الالكترونية ،جودة الخدمات ، وسائل الدفع الالكتروني ، البطاقات الالكترونية

Abstract :

This study aimed to identify the reality of the performance of electronic banking and the obstacles facing its spread in Algeria .In recent years , banking corporations have seen an increased use of technology by their customers by expanding E-banking services and other types of services including banking via the Internet , telephone and using Automated Teller Machines (ATMs), makes it possible to reduce the prices of services to customers, and makes it easier for them to manage their activity independently and conveniently anywhere, at any time, through various channels, and regardless of the working hours of the branches of their banking corporation. Furthermore, the development and expansion of E-Banking services are expected to enable banking corporations to become more efficient over time.

فهرس المحتويات

فهرس المحتويات

الفهرس	الصفحة
شكر	
اهداء	
ملخص	
فهرس المحتويات	II
قائمة الجداول	VI
قائمة الأشكال	VI
المقدمة العامة	أ
الفصل الأول : الصيرفة الالكترونية في البنوك	
تمهيد	02
المبحث الأول : عموميات حول المصارف الالكترونية	03
المطلب الأول : مراحل التطور التكنولوجي في العمل المصرفي	03
المطلب الثاني : متطلبات إنشاء مصارف إلكترونية	05
المطلب الثالث : معايير تقييم مدى نجاح المصارف الالكترونية	07
المبحث الثاني : ما هية الصيرفة الالكترونية	08
المطلب الأول : مفهوم الصيرفة الالكترونية وتطورها التاريخي	09
المطلب الثاني : خصائص وأنواع الصيرفة الالكترونية	12
المطلب الثالث: إتجاهات الصيرفة الالكترونية	22
المبحث الثالث: وسائل الدفع الالكترونية	24
المطلب الأول : مفهوم وسائل الدفع الالكترونية	24
المطلب الثاني : آلية الدفع الالكتروني	27
المطلب الثالث : أدوات الدفع الالكتروني	33
خلاصة الفصل	46
الفصل الثاني : تأثير الصيرفة الالكترونية على الخدمات المصرفية	
تمهيد	47
المبحث الأول :ماهية الخدمة المصرفية	48
المطلب الأول : مفهوم الخدمة المصرفية	48

المطلب الثاني : الخصائص الرئيسية للخدمة المصرفية	51
المطلب الثالث : ظهور البنوك الالكترونية و خدمات مصرفية جديدة	54
المبحث الثاني : مستويات و أدوات قياس جودة الخدمات المصرفية	54
المطلب الأول : أدوات قياس جودة الخدمات المصرفية عبر الانترنت	55
المطلب الثاني : مستويات خدمات الصيرفة عبر الانترنت	61
المطلب الثالث : القواعد القانونية الناظمة للصيرفة الالكترونية	62
المبحث الثالث : تأثير جودة الخدمات على العمل المصرفي وأهم تحديات العمل المصرفي عبر الأنترنت	69
المطلب الأول: العلاقة بين جودة الخدمات و الأعمال المصرفية عبر الانترنت	69
المطلب الثاني : تأثير مصارف الانترنت على سلوك العملاء	72
المطلب الثالث : التحديات التي تواجه تطبيق الخدمات الالكترونية	77
خلاصة الفصل	80
الفصل الثالث : واقع الصيرفة الالكترونية في النظام المصرفي الجزائري	
تمهيد	82
المبحث الاول : الصيرفة الالكترونية في النظام المصرفي الجزائري	82
المطلب الأول : تطوير الخدمة المصرفية في النظام المصرفي الجزائري	83
المطلب الثاني : تطوير وسائل الدفع الالكتروني في النظام المصرفي الجزائري	88
المطلب الثالث : تأثير الصيرفة الالكترونية على الاقتصاد الجزائري	91
المبحث الثاني : دراسة حالة القرض الشعبي الجزائري CPA – وكالة المدية –	97
المطلب الأول : تعريف وكالة القرض الشعبي الجزائري بالمدية	98
المطلب الثاني : الأنظمة الالكترونية والبطاقات التي يصدرها بنك القرض الشعبي الجزائري	102
المطلب الثالث : إجراءات الحصول على بطاقات السحب و الدفع لبنك القرض الشعبي الجزائري	118
المبحث الثالث : إستخدام البطاقات الالكترونية في بنك CPA	125
المطلب الأول : كيفية تعامل بنك القرض الشعبي الجزائري مع بطاقات CIBو VISA	125
المطلب الثاني : آليات مواجهة مخاطر البطاقات الالكترونية في بنكCPA	134
المطلب الثالث : أهم العوائق التي تواجه توسع النقد الآلي في القرض الشعبي الجزائري	136
خلاصة الفصل	140

خاتمة عامة	162
قائمة المراجع	163
قائمة الملاحق	170

قائمة الجداول و الاشكال

قائمة الجداول والأشكال

قائمة الجداول :

الرقم	عنوان الجدول	الصفحة
الجدول (01)	تكلفة الحصول على الخدمة المصرفية عبر القنوات الالكترونية و الفروع	16
الجدول (02)	الموزع الآلي للاوراق النقدية	27
الجدول (03)	الشباك الآلي للاوراق النقدية	28
الجدول (04)	نهائي نقطة البيع الالكترونية	29
الجدول (05)	احصائيات نشاط نظام التسوية الاجمالية الفورية خلال فترة2006-2014	105
الجدول (06)	مقارنة بين البطاقة الذهبية والكلاسيكية	113
الجدول (07)	مقارنة بين بطاقة فيزا الكلاسيكية و فيزا الذهبية وفيزا الآمان	117

قائمة الأشكال:

الرقم	عنوان الشكل	الصفحة
الشكل (01)	تكلفة تجهيز كل معاملة	15
الشكل (02)	نسبة استخدام الصراف الآلي عبر العالم للفترة 2004-2019	21
الشكل (03)	صور المعاملات المصرفية الالكترونية	32
الشكل (04)	أطراف التعامل بالبطاقة الائتمانية	36
الشكل (05)	نموذج Servqual لقياس جودة الخدمة	59
الشكل (06)	المحددات السلوكية للعميل المصرفي في الأعمال المصرفية	73
الشكل (07)	الهيكل التنظيمي لوكالة المدية 110 لبنك CPA	100
الشكل (08)	نموذج البطاقة الكلاسيكية CIB	110
الشكل (09)	نموذج البطاقة الذهبية GOLD	112
الشكل(10)	بطاقة فيزا الكلاسيكية و فيزا الذهبية	116
الشكل (11)	الموزع الآلي للنقود	127
الشكل (12)	جهاز الدفع الالكتروني	128
الشكل (13)	سير عمليات السحب من الموزعات الالية	132
الشكل (14)	سير عمليات الدفع في نهائي الدفع الالكتروني	133

المقدمة العامة

المقدمة :

في ظل تأثر الاجهزة البنكية بتداعيات العولمة المالية وتزايد حجم النشاط البنكي وتنوع خدماته , فقد اصبحت البنوك بحاجة ماسة الى الاعتماد على اسلوب اداري ديناميكي يستطيع التعامل مع التطورات الاقتصادية وبإمكانه تلبية الرغبات المتزايدة للمجتمع و تطلعاته ، واستجابة لتلك الحاجة البنكية فقد انتجت تكنولوجيا المعلومات والاتصالات اسلوب الصيرفة الالكترونية .

ان الاستثمار في التكنولوجيا يشكل العامل الاهم لنجاح تقدم المؤسسات الاقتصادية عموما والمصرفية على وجه الخصوص . اذ يعتبر القطاع المصرفي من اهم القطاعات الاقتصادية في الدول المتقدمة و النامية على حد سواء ، حيث ان الدور الذي الذي تلعبه البنوك في الحياة الاقتصادية دورا مهما وفعالا , فهي اساس النظام الاقتصادي الحديث ، كما اصبح لها دور رئيسي في تحقيق اهداف ومكونات السياسة المالية للدولة بعناصرها الائتمانية والنقدية , لذلك فهي تساهم في رفع كفائتها وفعاليتها الادارية , اذ لجأت البنوك الى الاعتماد على وسائل ونظم دفع حديثة اثناء رسم استراتيجيتها وذلك بفضل ما توفره هذه ما توفره هذه الوسائل من معلومات دقيقة ، بحيث تتيح هذه التقنيات التعامل السريع وغير المكلف والذي قد يسهل عملية التجارة الإلكترونية التي لا تتطلب لا الحضور الشخصي ولا النقود الورقية ولا المعدنية . وقد اتخذت وسائل الدفع الإلكتروني العديد من الأشكال لإجراء عمليات الدفع على الشبكات الاتصالية منها التحويلات الإلكترونية والشيكات الإلكترونية وبطاقات الدفع الإلكتروني. وتنصب هذه الوسائل على فكرة واحدة تتمثل في التسوية عن طريق نقل أرقام تدل على قيم مالية من حساب المدين إلى حساب الدائن لشخص آخر . ونظرا لأهميتها تعمل المؤسسات المالية على تطويرها بتسخير كل الإمكانيات البشرية و المادية من أجل تقديم خدمات ذات جودة عالية لزبائنها وعملائها . حيث تعد جودة الخدمات

المصرفية عنصرا فعالا للنجاح في الأعمال المصرفية إلى جانب فكرة بروز البنوك الإلكترونية،

والتي أدت إلى زيادة حدة المنافسة بين المصارف التقليدية التي تبحث عن دور لها وبين المصارف الإلكترونية التي نمت في اطار التراكم المعرفي والتطور التكنولوجي وما تبعه من تطور في تكنولوجيا المعلومات والإتصال سمح بربط عدة شبكات محلية ودولية.

وعلى الرغم مما حققته الصيرفة الالكترونية من تقدم لدى مختلف الاجهزة البنكية في العالم وتطور خدماتها ، إلا أنها شهدت تماطلا في تجسيدها لدى البنوك الجزائرية ، لذلك أصبح من الضروري على النظام المصرفي الجزائري الارتقاء إلى مستوى تلك التطورات بتحديث نظام الدفع الذي لا يعاني فقط من تأخر في تطبيق وإدخال وسائل الدفع الالكترونية بل وأيضا يعاني من مجتمع يرفض التعامل بالوسائل التقليدية معطيا الأولوية للسيولة النقدية في تعاملاته، و لخص هذا الإدراك بتبني عدة مشاريع دخل بعضها حيز التطبيق في اطار تحديث وسائل الدفع وعصرنتها ، متضمنة بذلك الخطوات الأولى نحو تطبيق وسائل الدفع إلالكترونية.

و هذا التطور في وسائل الدفع، مكن بعض الخبراء الماليين إلى التنبؤ بعالم بدون ورق مستقبالا، حيث ستحل وسائل الدفع الالكترونية محل الوسائل التقليدية.

وعليه يمكن صياغة إشكالية الدراسة فيما يلي:

اشكالية الدراسة : ما مدى نجاعة الصيرفة الالكترونية في النظام المصرفي الجزائري ؟

للإجابة على هذه الإشكالية سنستعين ببعض التساؤلات الفرعية :

1- ما المقصود بالصيرفة الالكترونية ؟

2- كيف يمكن للصيرفة الالكترونية التأثير على جودة الخدمات المصرفية ؟

3- فيما تتمثل أنظمة الدفع الإلكترونية ؟

4- ما مدى تأثير الصيرفة الالكترونية على النظام المصرفي الجزائري ؟

فرضيات الدراسة :

للإجابة على هذه التساؤلات المطروحة ارتأينا وضع بعض الفرضيات :

1- تعزز الصيرفة الالكترونية الاساليب الحديثة في النشاط المصرفي , وكذا تسوية مختلف المعاملات بوسائل دفع وانظمة حديثة توفر الوقت والجهد والتكاليف .

2- تؤدي جودة الخدمات المصرفية إلى ولاء الزبون أو العميل وثقته بالمصرف .

3- تعتبر انظمة الدفع الالكترونية وسيلة تريح الموظف في تعاملاته مع المؤسسات المالية و المصرفية .

4- ان تأخر الجزائر في مواكبة التطورات العالمية خاصة في ميدان المعلومات و الاتصال جعل استعمال المصارف لهذه التكنولوجيا ضعيفا مما ادى الى ضعف أداء الخدمات المصرفية .

منهج الدراسة :

من اجل معالجة إشكالية هذه الدراسة فانه سيتم إتباع المنهج الوصفي في اغلب الدراسة ، إضافة إلى استخدام المنهج التاريخي لاستعراض مراحل التطور التكنولوجي في العمل المصرفي ومراحل ظهور البنوك الالكترونية بالإضافة إلى التطرق لحالة النظام المصرفي الجزائري وكيفية اعتماد الصيرفة الإلكترونية فيه ومستقبلها ، والاستعانة أيضا بالمنهج التحليلي في تقييم مدى استعمال وسائل الدفع الالكترونية في النظام المصرفي الجزائري.

اهمية الدراسة :

تظهر أهمية هذه الدراسة في تسليط الضوء على جوانب الصيرفة الالكترونية في النظام المصرفي الجزائري وتشخيص واقعها بتحليل كل من المعيقات الحقيقية التي تحول دون توسع الصيرفة الالكترونية في الجزائر و ما يجب توفيره من متطلبات لتحقيق تقدمها و نجاحها .

أهداف الدراسة :

- الإحاطة بواقع الصيرفة الالكترونية من خلال مفهومها و الخصائص التي تميزها ؛
- إبراز متطلبات إنشاء مصارف الكترونية وكيفية أدائها كأسلوب لتقديم الخدمات البنكية ؛
- الإحاطة بآليات الدفع الالكترونية و مدى تقدم تجسيدها ؛
- محاولة إبراز ما مدى تأثير الصيرفة الالكترونية على الخدمات المصرفية و تحقيق جودتها ؛
- رصد مدى تطور الصيرفة الالكترونية في النظام المصرفي الجزائري ؛
- محاولة معرفة مدى استجابة البنوك الجزائرية للتطورات الحاصلة في المجال البنكي واهم العراقيل التي تواجهها لإيجاد الحلول المناسبة.

أسباب اختيار الدراسة:

هناك عدة أسباب دفعتنا لاختيار هذا الموضوع من بينها :

- إن التطور التكنولوجي الذي يشهده العالم أدى إلى عصرنة النظام المصرفي باعتماد الصيرفة الالكترونية مما جعلها من المواضيع المطروحة كثيرا في المجال الاقتصادي عامة والمجال المصرفي خاصة .

- الرغبة الذاتية في فهم المصطلحات الحديثة في المجال المصرفي منها : أساليب الدفع الحديثة،و البنوك الالكترونية ...الخ
- الإلمام بأهم التحديات التي تواجه تطبيق الخدمات الالكترونية في المصارف الجزائرية .
- محاولة رصد التجربة الجزائرية في مجال نظام الدفع ومقارنتها بالتجربة العالمية .

صعوبات الدراسة :

خلال إعدادنا للبحث واجهتنا بعض الصعوبات منها :

- نقص المراجع المتعلقة بموضوع الدراسة وخاصة الكتب .
- صعوبة إجراء دراسات تطبيقية في البنوك الجزائرية نظرا لتأخرها في مجال الصيرفة الالكترونية وعدم توفر أغلبية وسائل الدفع الحديثة .
- سرية المعلومات التي تطبقها البنوك الجزائرية وانغلاقها .

حدود الدراسة :

تحدد دراستنا للموضوع من جانبين المكاني و الزماني :

1- الجانب المكاني : يتمثل في قيامنا بدراسة ميدانية استطلاعية في بنك من البنوك الجزائرية وهو بنك القرض الشعبي الجزائري ، حيث تم أخذه كعينة لمعرفة مدى استخدام وسائل الدفع الالكترونية في الجزائر وما هي الوسائل الأكثر انتشارا .
2- الجانب الزماني : يمكن أن يتحدد من بداية ظهور البنوك الالكترونية و التطور التكنولوجي في العمل المصرفي وصولا إلى اعتماد وسائل الدفع الحديثة . و من خلال دراسة حالة القرض

الشعبي الجزائري فقد اعتمدنا على إحصائيات السنوات الأخيرة للفترة الممتدة من 2019 إلى 2021.

الدراسات السابقة :

- الدراسة الأولى : آسيا قاسيمي ، اثر العولمة المالية على تطوير الخدمات المصرفية وتحسين القدرة التنافسية للبنوك الجزائرية ، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه شعبة اقتصاد ، تخصص اقتصاديات مالية وبنوك ، جامعة احمد بوقرة ، بومرداس 2015/2014 . حيث قسم الباحث دراسته إلى خمسة فصول تناول فيها الإطار النظري للعولمة المالية وتطور الجهاز المصرفي الجزائري وتناول أيضا تحديات الصناعة المصرفية الجزائرية في ظل العولمة المالية والتوجهات الجديدة بالإضافة إلى تطوير الخدمات المصرفية كمدخل لتعزيز القدرة التنافسية للبنوك الجزائرية وقد توصل الباحث إلى النتائج التالية :

✓ تؤدي العولمة المالية إلى تحسين الوظائف المرتبطة بالأسواق المالية عن طريق تحسين نجاعة هذه الأسواق إضافة إلى تنويع المحفظة من خلال توسع فضاءات الإختيارات التي يريدها كل الفاعلين بما فيها مستثمرين ومدخرين والتي ترمي إلى تحسينها محليا ودوليا ، فمنح الموارد المالية ونجاعة وسائل الإعلام يرتبط بفكرة السعر .

✓ تعتبر المؤسسات الإقتصادية العابرة للحدود ، إحدى السمات الأساسية للنظام العالمي الجديد، فيحكم ضخامة مركزها المالي والسيطرة المحكمة على اقتصاد العالم وتسييره بما يخدم مصالحها بالدرجة الأولى فاستفادت من التحرير التجاري لتسويق منتجاتها وتخصيص مواردها في إطار نظرية تقسيم العمل، وعولمة الإنتاج وتحريك أموالها بغرض البحث على فرص استثمار أحسن دون مراعاة أي حدود في إطار ما يسمى بالعولمة المالية .

- الدراسة الثانية : السعيد بريكة ، واقع عمليات الصيرفة الالكترونية وآفاق تطويرها في الجزائر، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه في العلوم الاقتصادية ، تخصص بنوك وتأمينات ، جامعة العربي بن مهيدي ، أم البواقي 2001 . حيث أعدت الدراسة حول واقع الصيرفة الالكترونية وتوصل من خلالها إلى أن البنية التحتية لممارسة الصيرفة الالكترونية لدى البنوك الجزائرية غير مهيأة ، كما توصل إلى مجموعة من المتطلبات المتمثلة في وجود بيئة الكترونية ترتكز على تكنولوجيا المعلومات وبناء شبكة متينة للانترنت وتأمين جميع خدمات الاتصالات الالكترونية ووضع تشريعات قانونية منظمة للصيرفة الالكترونية كما توصل إلى أن الاعتماد على وسائل الدفع الالكترونية سوف يساهم في انتقاء الطابع الاحتكاري للنظام البنكي الحالي في سوق الخدمات المصرفية .
- الدراسة الثالثة : حورية جنان ، دور الصيرفة الالكترونية في تحسين جودة الخدمات المصرفية، مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات نيل شهادة ماستر أكاديمي علوم اقتصادية ، تخصص مالية و بنوك ، جامعة العربي بن مهيدي ، ولاية ام البواقي ، 2013 حيث قسم الباحث دراسته إلى ثلاث فصول تناول فيها الإطار النظري للصيرفة الالكترونية وتناول فيها أيضا الخدمات المصرفية و تأثير الصيرفة الالكترونية على جودة الخدمات المصرفية كما تطرق أيضا إلى واقع الصيرفة الالكترونية في النظام المصرفي الجزائري وقد توصل إلى النتائج التالية :

✓ الصيرفة الالكترونية نمط جديد في المجال تشهد إقبالا متزايدا من طرف الأفراد والمنشآت ، لما لها من فوائد ومميزات لم تكن متوفرة في الصيرفة التقليدية كاختصار الزمن والمسافة وتخفيض الأسعار وتلبية طلبات محددة للزبائن والتعرف على احتياجاتهم وتطلعاتهم ، فقد حققت نتائج فاقت كل التوقعات سواء بالنسبة للدول أو المنشآت 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 توفر أبعاد جودة الخدمة مع توقعات العملاء لهذه الأبعاد.
- ✓ بالرغم من المزايا الهائلة التي تقدمها وسائل الدفع الالكتروني للعميل إلا انه لا يميل إلى التعامل بها وذلك لعدم ثقته بالنظم المعلوماتية وجهله للتطورات التكنولوجية الحاصلة في المجال المصرفي ، إذ انه يميل إلى الوسائط التقليدية وخاصة النقود الورقية .

ما يميز دراستنا عن باقي الدراسات السابقة هو تسليط الضوء على التطور التكنولوجي في العمل المصرفي , والتركيز على مدى تأثير الصيرفة الالكترونية على الخدمات المصرفية ونجاعتها في النظام المصرفي الجزائري .

- هيكل الدراسة :

للإجابة على إشكالية الدراسة المطروحة واختبار الفرضيات تم تقسيم البحث إلى مقدمة وثلاث فصول وخاتمة تتضمن ملخصا عاما عن الدراسة ونتائجها .

سنتناول في الفصل الأول الإطار المفاهيمي للصيرفة الالكترونية بحيث قسمنا هذا الفصل إلى ثلاث مباحث . المبحث الأول يتضمن عموميات حول الصيرفة الالكترونية ، أما المبحث الثاني فيتضمن ماهية الصيرفة الالكترونية من حيث المفهوم والخصائص والأنواع . والمبحث الثالث عن وسائل الدفع الالكترونية (مفهومها و آلياتها و أدواتها) .

سنتطرق في الفصل الثاني لتأثير الصيرفة الالكترونية على الخدمات المصرفية من خلال عرض ماهية الخدمة المصرفية في المبحث الأول بالتعرف عليها وعلى خصائصها أما المبحث الثاني

فيتضمن أدوات قياس ومستويات خدمات الصيرفة عبر الانترنت .أما المبحث الثالث فهو عن العلاقة بين جودة الخدمات والأعمال المصرفية والتحديات التي تواجه تطبيق الخدمات الالكترونية .

أما الفصل الثالث والأخير فهو يتضمن واقع الصيرفة الالكترونية في الجزائر ، حيث سنتناول في المبحث الأول الصيرفة الالكترونية في النظام المصرفي الجزائري , وفي المبحث الثاني دراسة حالة القرض الشعبي الجرائري ، أما المبحث الثالث نتطرق إلى استخدام البطاقات الالكترونية .

الفصل الأول:الإطار النظري للصيرفة الالكترونية

تمهيد:

تشهد دول العالم المتقدم ثورة متتابعة في العمل المصرفي، إذ تم الانتقال من المصارف التقليدية التي لها وجود مادي في شكل فروع ومعاملات تتبادل فيها المستندات والنقود المعدنية والورقية، إلى المصارف الافتراضية التي تعتمد على الركائز أو الوسائط الالكترونية كالنقود الالكترونية والبنوك الالكترونية والخدمات المصرفية الالكترونية.

وقد فرض دخول الانترنت على النشاط التجاري وبروز ظاهرة التجارة الالكترونية والنمو المتسارع للاقتصاد العالمي على المصارف ان تستغل هذه الفرص لتقديم خدمات الصيرفة الالكترونية.

سيتم من خلال هذا الفصل إبراز الإطار النظري للعمل المصرفي الالكتروني والتي سنعالجها من خلال ثلاث مباحث:

المبحث الأول: عموميات حول المصارف الالكترونية

المبحث الثاني: ماهية الصيرفة الالكترونية

المبحث الثالث: وسائل الدفع الالكتروني

المبحث الأول: عموميات حول المصارف الالكترونية

يشهد العالم منذ سنوات توسعا وتطورا في سوق المعلوماتية والاتصالات وقد أخذت هذه الأخيرة ترتبط بالأنشطة والمجالات الاقتصادية على تنوعها، وربما كان قطاع المصارف من ابرز القطاعات التي تتأثر بثورة المعلوماتية والاتصالات والتي شكلت عاملا مساعدا لتنمية العمل المصرفي.

المطلب الأول: مراحل التطور التكنولوجي في العمل المصرفي

إن التكنولوجيا المصرفية هي رصيد المعرفة الذي يسمح بإدخال آلات ومعدات وعمليات وخدمات مصرفية جديدة لذلك يضم مصطلح التكنولوجيا في الميدان مجالين، الأول هو التكنولوجيا الثقيلة تشمل الآلات والمعدات والثاني هو التكنولوجيا الخفيفة وتشمل الدراية والإدارة والمعلومات والتسويق المصرفي.

لقد مر استخدام التكنولوجيا من قبل بالمصارف بست مراحل هي: [1]

أ- مرحلة الدخول: وهي المرحلة التي دخلت فيها التكنولوجيا إلى أعمال المصارف بغرض إيجاد حلول للأعمال المكتبية الخلفية (Back office operations)حيث بدأ الأخصائيون في شؤون التكنولوجيا يدخلون إلى المصارف لإيجاد الحلول التكنولوجية لمشاكل الأعمال المصرفية الخلفية، مثل: مشكلات التأخير في إعداد التقارير المالية، والتقارير المحاسبية ولم يكن هناك تدخل مباشر من قبل الإدارات الوسطى و العليا التنفيذية سواء في الحلول المقترحة أو في كلفتها، فكان المهم هو حل المشاكل المتعلقة بالعمل المصرفي.

[1] – ناظم محمد نوري الشمري , الصيرفة الالكترونية الادوات و التطبيقات و معيقات التوسع , طبعة الاولى , دار وائل للنشر و التوزيع عمان , الاردن ,2008 ص 25

ب- مرحلة تعميم الوعي بالتكنولوجيا (Technology Awareness): وهي المرحلة التي بدأت بتعميم الوعي بالتكنولوجيا على كافة العاملين بالمصرف من خلال برامج تدريب تغلب عليها التقنية على حساب المعرفة بالأعمال، وكانت مرحلة تحضير أوسع لدخول التكنولوجيا، وتميزت هذه المرحلة بعدم وجود تدخل مباشر من قبل الإدارات الوسطى و العليا.

ت- مرحلة دخول الاتصالات والتوفير الفوري لخدمات العملاء(Online Real Time): وتميزت هذه المرحلة بالتكاليف العالية، حيث بدأ إهتمام الإدارات العليا بالتكنولوجيا.

ث- مرحلة السيطرة على التكاليف (Cost Control): وهي مرحلة ضبط الاستثمار في التكنولوجيا، واعتمدت هذه الإدارات على الاستعانة بأخصائيين واستشاريين في شؤون التكنولوجيا لمساعدتهم في ضبط التكاليف.

ج- مرحلة إعتبار التكنولوجيا أصلا كباقي أصول المصرف (AssetLikeOtherAsset)، بالتالي يجب أن يجني هذا الأصل مردودا كباقي الأصول، وهنا ابتدأت مرحلة إدارة التكنولوجيا (Technolgy Management).

ح- مرحلة اعتبار التكنولوجيا عملا ضمن أعمال المصرف: وهي المرحلة التي بدأت فيها الإدارة الإستراتيجية للتكنولوجيا، والتي ارتكزت على تفعيل الإنتاجية على الصعيد الداخلي، وتحسين الضبط على الصعيد العملي، و تسويق التكنولوجيا على الصعيد الخارجي.

ومن هنا كانت بداية العمل المصرفي الالكتروني وإعتماد البنوك على إستراتيجية خاصة بالصيرفة الالكترونية من خلال تقديم الخدمات المصرفية عبر فروعه. ويرجع تاريخ ظهور المصارف الالكترونية إلى عام 1995 الذي شهد أول مصرف على الشبكة وهو نت بنك (Net Bank) ومنذ ذلك بدأت المصارف الالكترونية تنشأ خاصة في الدول المتقدمة، تعمل ككيانات منفصلة مرخص لها أو كمؤسسة تابعة أو كفروع للمصرف الأجنبي.

المطلب الثاني: متطلبات انشاء مصارف الكترونية

يتطلب انشاء مصارف الكترونية عدة عناصر وهي كآتي:

اولا: البنية التحتية التقنية

تقف في مقدمة متطلبات إنشاء المصارف الالكترونية وبالعموم أية مشروع تقني أخر، والبنية التحتية التقنية للمصارف الالكترونية لا يمكن أن تكون معزولة عن قطاع الاتصالات المعلومات للدول ومختلف القطاعات ذلك أن المصارف الالكترونية لا تعمل إلا في بيئة الأعمال الالكترونية والتجارة الالكترونية و المطلب الأساسي لضمان أعمال الكترونية ناجحة وضمان دخول آمن وسليم لعصر المعلومات يتمثل في بنية قطاع الاتصالات وقدرة وكفاءة البنية التقنية وسياسات سعرية مقبولة مقابل خدمات الربط بشبكة الانترنت حتى يزداد نسبة المشتركين في الانترنت. [1]

كما أن فعالية و سلامة بيئة الاتصالات تقوم على سلامة التنظيم الاستثماري و دقة المعايير وتلائمها الدولي و كفاءة و فعالية التنظيم القانوني لقطاع الاتصالات. و بقدر ما تتحسن معايير التعامل السليم مع هذه العناصر يتحقق توفير أهم دعامة للتجارة الالكترونية بل و للبناء القوى للتعامل مع عصر المعلومات،فضلا عن توفير وإيجاد الأجهزة و الحلول و الكفاءات البشرية المدربة و الوظائف الاحترافية و هذه دعامة الوجود و الاستمرارية.

ثانيا: الكفاءة الأدائية المتفقة مع عنصر التقنية هذه الكفاءة القائمة على فهم احتياجات الأداء والتواصل والتأهيل والتدريب، والمقصود من ذلك توفير الموارد البشرية في مختلف المستويات المؤهلة

1 - يونس عرب،حجية الإثبات بالمستخرجات الالكترونية في القضايا المصرفية الموقع : www. arablw. org/bawnload/E-vidence-aride. doc 11/07/2019 p25

و المدربة[1]، والأهم من ذلك أن تمتد كفاءة الأداء الوظائف الفنية والمالية والتسويقية والقانونية والاستثمارية والإدارية المتصلة بالنشاط المصرفي الالكتروني.

ثالثا: التطوير والاستمرارية والتفاعلية مع المستجدات

إن إنشاء المصرف الالكتروني لابد أن يوافق هذا البناء عناصر التطوير والاستمرارية والتنوع فلا يقف المصرف الالكتروني في الجمود وينتظر إلى إبداع الآخرين فلابد أن يبادر إلى التميز والانفراد خاصة في ظل المنافسة العالمية القوية

رابعا: التفاعل مع المتغيرات والوسائل و الاستراتيجيات الفنية و الإدارية و المالية:

والتفاعلية لا تكون في التعامل مع الجديد فقط أو مع البنى التقنية فقط وإنما مع الأفكار والنظريات الحديثة في حقول الأداء الفني والتسويقي والمالي والخدمات، تلك الأفكار التي تأتي وليد تفكير إبداعي وليس تفكير نمطي. [2]

خامسا: الرقابة التقنية الحيادية

إن بقاء المصرف الالكتروني وتطوره يرتكز على مدى تقييم الأداء، ومن هنا أقامت غالبية مواقع المصارف الالكترونية جهات مشورة في تخصصات التقنية والتسويق والقانون والنشر الالكتروني لتقييم فعالية أداء مواقعها، ويسود فهم أن كثرة زيارات الموقع المصرفي الالكتروني دليل للنجاح المتوقع، لكنه ليس كذلك دائما، وان كان مؤشرا حقيقيا على سلامة الموقع، و رغبة العملاء في ممارسة الصيرفة الالكترونية عليه.

[1]– يوسف مسعداوي ,،البنوك الالكترونية،مداخلة في الملتقى الوطني حول المنظومة المصرفية الجزائرية والتحولات الاقتصادية–الواقع و التحديات– جامعة شلف يوم 14 و 15 ديسمبر 2004 , ص227

[2] يونس عرب نفس المرجع السابق ص 26

المطلب الثالث: معايير تقييم مدى نجاح المصارف الالكترونية

إن التكنولوجيا بمفاهيمها المختلفة ليست هدفا في حد ذاته بل وسيلة للبنك لتحقيق غاياته، و استجابة لحاجة البنوك للتحول إلى أسلوب الإدارة الالكترونية وتطلعات المجتمعات الحديثة لتحقيق مستوى أفضل للخدمات البنكية فقد أنتجت تكنولوجيا المعلومات صيغة إدارية بنكية حديثة وعصرية و هي الصيرفة الالكترونية، إن تقييم مدى نجاعة هذه الأخيرة ونجاحها لا يقتصر على المعايير المعهودة في البيئة التقليدية وإنما تخضع لاعتبارات أخرى تؤثر على نجاح المصارف ومستوى الموثوقية بخدماتها. ولتقييم مدى نجاح المصارف الالكترونية نعتمد على معايير مختلفة نذكر منها: [1]

- مقارنة المعايير المتقدمة مع حجم المؤسسة المصرفية وسوقها البشري والائتماني والفئة التي تعمل ضمنها.
- الوجود الإضافي والفعلي لموقع المصرف على الأرض وقدرة الوصول إلى مواقع خدماتية تفاعلية.
- نطاق تقديم المصرف للخدمة وشمولها، فضلا عن تقديم خدمات إضافية من خلال المصارف الإلكترونية التفاعلية.
- مدة عمل المصرف في البيئة الإفتراضية.
- عدد وأنماط ونوعية الخدمات الإلكترونية المقدمة.
- آليات العمل والمعايير المتبعة.
- بساطة الإجراءات التقنية وفعالية الوثيقة القانونية.
- الإطار والمحتوى المعلوماتي المقدم على موقع المصرف.
- الإطار التفاعلي مع الزبون.

[1] يوسف مسعداوي ،نفس المرجع السابق،ص49

- وضع تنظيمات قياسية تسمح بالربط بين مختلف الجهات والعالم ككل.
- إعداد خطة لتدريب الموارد البشرية.
- العمل على إنشاء تنظيم إداري يعمل على التنسيق بين الأطراف المتعاقدة.
- وجود شبكة عريضة تضم كل الجهات ذات الصلة وترتبط بالأنترنت وفقا للأسس القياسية مع مراعاة التأمين في تصميم هذه الشبكة.
- وضع خطط للبدء في إدخال خدمات الصيرفة الإلكترونية، بداية من وضع إستراتيجية على مستوى البنك المركزي أو البلد أو التحالفات الدولية.

وبتدقيق هذه المعايير وغيرها نلاحظ أن جهة التقويم لم تعد بالضرورة جهة مصرفية بل أن غالبية هذه المعايير يقوم بها مستشارون تقنيون أو قانونية أو نحو ذلك، وخلاصة التقويم تكون محلا للمواد الإعلامية المختلفة مما يضع المصرف في تحدي التأثير بالرأي العام. [1]

المبحث الثاني: ماهية الصيرفة الالكترونية

بسبب التطور الحاصل في مجال التكنولوجيا ووسائل الإعلام والاتصال والدخول في عصر العولمة، وسهولة الاتصال والانتقال بين الدول ومع ازدياد عمليات التجارة الالكترونية أصبح من الضروري وجود بنوك غير تقليدية للتعامل مع هذا النوع من التجارة وعليه نشأت فكرة البنوك الالكترونية.

[1] معارفي فريدة ،مداخلة بعنوان" الأعمال المصرفية الإلكترونية"المؤتمر العلمي الخامس ،جامعة فيلادلفيا ،كلية العلوم الإدارية و المالية ص10

المطلب الاول: مفهوم الصيرفة الالكترونية

أولا: مفهوم الصيرفة الالكترونية

دأبت الأبحاث الإقتصادية المهتمة بالبنوك على تقديم صيغ مختلفة للتعبير عن مفهوم الصيرفة الإلكترونية نظرا لأهميتها وضرورة تطبيقها مواكبة مع التطورات الحاصلة في العالم.

إذ تعرف الصيرفة الإلكترونية على أنها: " تلك البنوك أو المؤسسات المالية التي تقوم على الركائز الإلكترونية وتوظيف كافة التطورات الحديثة في مجال تكنولوجيا الاتصال والمعلومات لتقديم كافة الخدمات المصرفية بأمان مطلق " [1].

وتعرف ايضا: "هو النظام الذي يتيح للعميل الوصول الى حساباته او الحصول على الخدمة المصرفية من خلال شبكة معلومات مرتبطة بجهاز كمبيوتر العميل او أي وسيلة اخرى"[2].

وبصفة أخرى فان الصيرفة الالكترونية هي اجراء العمليات المصرفية بطرق الكترونية أي استخدام تكنولوجيات متطورة، سواء تعلق الامر بالسحب او الدفع او بالائتمان او بالتحويل او بالتعامل في الاوراق المالية او غير ذلك من اعمال المصارف وفي ظل هذا النمط من الصيرفة لا يكون العميل مضطرا للانتقال الى البنك، إذ يمكنه القيام ببعض العمليات مع مصرفه وهو في مكتبه وهذا ما يعني تجاوز المكان و الزمان. [3]

---

[1] ناظم محمد نوري الشمري مرجع سابق ص 28

[2] نفس المرجع السابق ص29

[3] رحيم حسين و هواري معراج , الصيرفة الالكترونية كمدخل لعصرنة المصارف الجزائرية , ملتقى المنظومة المصرفية الجزائرية و التحولات الاقتصادية –واقع و تحديات– جامعة شلف , الشلف 2004 ص 02

تعتبر الصيرفة الالكترونية المنهج الحديث للعمليات البنكية التي تستخدم تقنيات وبرمجيات متقدمة لتمكن من ادائها بسرعة عالية ودقة لامتناهية. فالصيرفة الالكترونية هي "الاسلوب الذي يوفر المعلومات والخدمات البنكية عبر شبكة الانترنت ". [1]

كما تعرف العمليات المصرفية الالكترونية على أنها قيام البنوك بتقديم الخدمات المصرفية المبتكرة من خلال شبكات إتصال إلكترونية، وتقتصر صلاحية الدخول إليها على المشاركين فيها وفقا لشروط العضوية التي تحددها البنوك وذلك من خلال أحد المنافذ على الشبكة كوسيلة للاتصال بالعملاء بهدف: [2]

- إتاحة معلومات عن الخدمات التي يؤديها البنك دون تقديم خدمات مصرفية على الشبكة.
- حصول العملاء على خدمات محدودة كالتعرف على معلوماتهم وأرصدة حساباتهم وتحديث بياناتهم وطلب الحصول على قروض.
- طلب العملاء تنفيذ عمليات مصرفية مثل تحويل الأموال.

من خلال ما سبق يمكن تعريف الصيرفة الالكترونية بأنها كافة المعاملات والنشاطات المصرفية التي يتم تنفيذها بواسطة الوسائل الالكترونية من قبل المصارف او المؤسسات المالية مقابل توفير الجهد و الوقت للعميل وكسب ثقته. ومن هذا نستنتج ان للصيرفة الالكترونية العديد من المزايا نذكر منها:

- القدرة على الحصول على الخدمات المطلوبة من خلال الأنترنت.
- توفير الخدمات المالية للعملاء على مدار 24 ساعة؛
- تقديم معلومات حديثة على حسابات العملاء؛

---

[1]- Steve Clark and Mahmoud Shah, E-banking Management Issus ; Solution and Strategies; New York ; Information sciences Reference , 2009 , p: 02

[2]رشدي عبد الطيف ,دراسة حول"أهمية ومزايا البنوك الإلكترونية في قطاع غزة ,فلسطين ومعوقات انتشارها,"ص: 04 www. dvd4arab. comاطلع عليه في 2021/04/29

- إجراء العمليات على مستوى حسابات العملاء؛

- الحصول على نصائح مالية من البنك سواء من خلال البريد الإلكتروني أو مرئي من خلال الكاميرات؛

- تحرير الاعمال المصرفية من الروتين والاعباء الادارية مما يخفف الضغط على موظفي البنك و يساعدهم على زيادة الاهتمام بجودة الخدمة وبالتالي تحسين ربحية البنك؛

- هي خدمات تقوم على التعاقد بدون مستندات ورقية كما انها خدمات عبر الحدود لا تعرف قيودا جغرافية؛

ثانيا: التطور التاريخي للصيرفة الالكترونية

لقد كان القطاع المصرفي من ابرز القطاعات التي تأثرت بثورة المعلوماتية والاتصالات والتي شكلت عاملا مساعدا لتنمية العمل المصرفي منذ أوائل السبعينات وفي إتجاهات متطورة للغاية خلال فترة الثمانينيات والتسعينيات وحتى اليوم وقد صاحب ذلك ظهور استخدام الشبكات وربط اجهزة الحاسب مع بعضها البعض، بحيث انطلقت بسرعة عمليات التطور والارتقاء بالعمل المصرفي والتي مازالت مستمرة حتى اليوم. كما صاحب ظهور النقد الإلكتروني حيث اصدرت في سنة 1968 مجموعة من الشركات تتكون من ثمانية مصارف كبيرة بطاقة (Bank Americard) والتي تحولت فيما بعد الى شركة (VISA) وتم اصدار البطاقة الزرقاء (Carte Bleu) في فرنسا من قبل ستة مصارف فرنسية، ثم تم تزويد البطاقات بمسارات مغناطسية في البلدان المتقدمة أين أصبحت البطاقة تحتوي على ذاكرة مخزنة.

وفي سنة 1995 أنجزت (Netscape) أول برنامج يسمح بدخول مواقع الواب(Internet Browser) أصبحت الصيرفة عبر الخطوط الحقيقية ممكنة ويعتبر Bank(SFNB) أول بنك عبر الخط في العالم، وهو بنك أمريكي يميز بين نوعين من البنوك كلاهما يستخدم تقنية الصيرفة الإلكترونية: [1]

البنوك الإفتراضية (بنوك الأنترنت): تحقق أرباحا تصل إلى 6 أضعاف البنك العادي.

البنوك الأرضية: وهي البنوك التي تمارس الخدمات التقليدية وخدمات الصيرفة الإلكترونية ويرجع ظهور وإنتشار البنوك الإلكترونية إلى عاملين أساسين:

- تنامي أهمية ودور الوساطة تجعل تزايد حركية التدفقات النقدية والمالية؛
- تطور المعلوماتية وتكنولوجيا الإعلام والاتصال؛

المطلب الثاني: خصائص و انواع الصيرفة الالكترونية

1- خصائص الصيرفة الالكترونية :

تتميز الصيرفة الالكترونية بمجموعة من الخصائص ما جعلها تتميز عن الصيرفة الالكترونية نذكر منها:

1-1الاستقلالية عن الهيكل التنظيمي: لا تقوم الإدارة الإلكترونية على الهياكل التنظيمية ولا تعرف التسلسل الوظيفي المعمول به في دوائر الإدارة التقليدية، فهي إدارة لا تقوم على ممارسات الافراد في إدارة معاملاتها بقدر ما تقوم على إدارة المعلومات التي تحتفظ بها في دوائرها حسب برامج معينة.[2]

1- 2اعتماد الادارة الالكترونية: ويتحقق ذلك بأداء كل المعاملات المنجزة من الادارة البنكية من تخطيط وتنفيذ ومتابعة وتقييم وتحفيز بإحلال المكتب الإلكتروني محل المعاملات الورقية من خلال

[1] حورية جنان , دور الصيرفة الالكترونية في تحسين جودة الخدمات المصرفية , مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات نيل شهادة الماستر الاكاديمي علوم اقتصادية , تخصص مالية و بنوك جامعة العربي بن مهيدي , أم البواقي 2013 ص 19

[2] حسين محمد الحسن،الإدارة الإلكترونية : المفاهيم –الخصائص–المتطلبات،عمان،دار الوراق للنشروالتوزيع. 2011 ص76

1-3 توظيف تكنولوجيا المعلومات وإعتماد البنية التحتية للإدارة الإلكترونية التي تتشكل من اجهزة تكنولوجية حديثة وبرمجيات متخصصة ووعي معلوماتي لدى الموظفين.

1-4 ازالة القيد المكاني للخدمة البنكية: لقد كانت سياسة التوزيع قبل العقدين الاخيرين من القرن الماضي ترتكز على شبكة الفروع، ولكن مع التطبيق المتنامي للتكنولوجيات الحديثة في توزيع الخدمات البنكية ظهرت طرق جديدة في التوزيع المصرفي حيث لاحظنا في السنوات القليلة الماضية ظهور قنوات توزيع جديدة الى جانب الفروع التقليدية، وتتمثل في آلات الصراف الآلي ونقاط البيع الإلكترونية والصيرفة المنزلية والصيرفة المحمولة والصيرفة الهاتفية وبنوك الأنترنت، إذ تجنب هذه القنوات مشقة التنقل الى مقر إدارة البنك للحصول على الخدمة بإعتبارها تتيح إمكانية الإنتقاء الإلكتروني. [1]

1-5 ازالة القيد الزمني للخدمة البنكية: حيث يسهل للعملاء من خلال الصيرفة الالكترونية الحصول على الاموال وتحويلها في أي لحظة زمنية، فعند ممارسة الصيرفة الالكترونية فإن حصول العملاء على الخدمات البنكية متاح في أي لحظة زمنية ولا ينحصر في المجال الزمني المخصص لأداء موظفي البنك لمهامهم الإدارية بإعتبار أن إعتماد الإدارة الالكترونية في البنوك من خلال وصلات الشبكات الداخلية ووصلات شبكات الانترنت تضمن إستمرارية ودوام أداء الخدمة. [2]

1-6 سهولة التعامل و التواصل: بمجرد إعتماد البنك للصيرفة الالكترونية فإنه سيصبح قادرا على توفير المعلومات اللازمة بسرعة وبدقة. هذا الأمر سيؤدي إلى تبسيط الإجراءات الإدارية وإختصار

---

[1] نعمون وهاب،النظم المعاصرة لتوزيع المنتجات المصرفية واستراتيجية البنوك ، ملتقى المنظومة المصرفية الجزائرية والتحولات الإقتصادية –واقع وتحديات –جامعة الشلف،الشلف،2004،ص: 01

[2] ShradhaNigudge and Mohsin Khan Pathan, E-banking: services, Importance in Business, Advantage, Challenges and Adoption in india, *Asian Journal of Management Siences,* vol. 2- issue 3, March 2014, P: 191.

وقت وجهد اداء الخدمات البنكية وهو ما ينعكس ايجابيا على جودة تلك الخدمات وتسهيل إجراءات التعامل وعمليات التواصل مع مختلف العملاء وكذلك بين اقسام البنك.

1-8 المرونة الادارية:يستطيع البنك عند ممارسته للصيرفة الإلكترونية توسيع الخيارات المتاحة في عرض الخدمة من طرف البنك وطلبها من طرف العميل، ويرجع ذلك إلى أن الإدارة الإلكترونية إدارة مرنة يمكنها بفعل التقنية وبفعل امكانياتها الاستجابة السريعة للاحداث والتجاوب معها متعدية بذلك حدود الزمان والمكان وصعوبة الاتصال. مما يعين الادارة على تقديم كثير من الخدمات التي لم تكن متاحة ابدا بفعل تلك العوائق في ظل الإدارات التقليدية. [1]

1-9 تحقيق الميزة التنافسية: توفر عملية تسويق البنك لخدماته من موقعه على الانترنت للبنك فرصة امتلاك ميزة تنافسية تعزز من مكانته التنافسية وتؤهله إلى مستوى المعاملات التجارية العالمية فضلا على أن استخدام الأنترنت يساهم في تعزيز رأس المال الفكري وتطوير تكنولوجيا المعلومات والاستفادة من الابتكارات الجديدة التي يمكن توظيفها في تعزيز العمليات المصرفية كما أن توجه البنوك العالمية نحو شبكة الانترنت وما تتميز به من قدرات تنافسية تحفز البنوك الصغيرة نحو ضرورة الارتقاء إلى مستوى هذه التحديات ووفقا لذلك سيقوم المتعاملون بالمقارنة بين خدمات البنوك لاختيار الأنسب، وبذلك تكون الانترنت عامل منافسة قوي في جذب المتعاملين. [2]

1-10خدمات البطاقات: توفر البنوك الإلكترونية خدمات متميزة لشريحة محدودة من المتعاملين مثل رجال الأعمال والمتعاملين "VIP" وتشتمل هذه الخدمات على خدمات سامبا الماسية والذهبية المقدمة

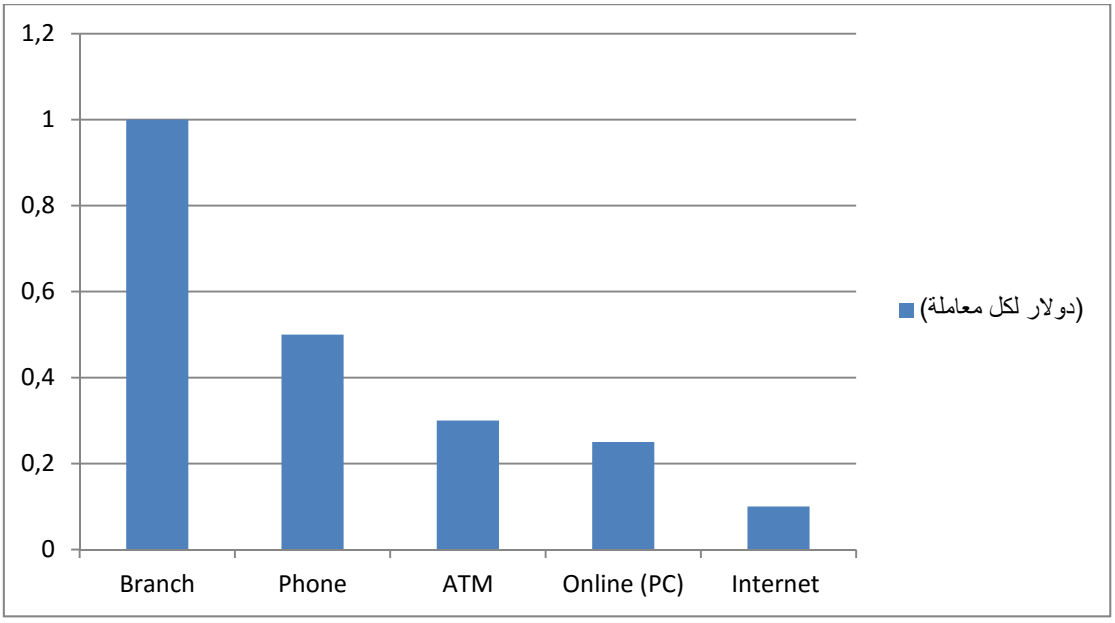
[1] حسين محمد الحسن , نفس المرجع السابق ص 78

[2] محمد حسن الطائي ,التجارة الإلكترونية "المستقبل الواعد لأجيال القادمة ,"دار الثقافة للنشر والتوزيع ,عمان2010 , ص 232

لفئة محدودة من المتعاملين على شكل بطاقات إئتمانية وبخصم خاص، ومن هذه البطاقات بطاقة سوني التي تشمل على خدمات مجانية على مدار الساعة برقم خاص، خدمة مراكز الأعمال، الإعفاء من رسوم و عمولات الخدمات البنكية، بالإضافة إلى الكثير من الخدمات الخاصة. [1]

خفض تكلفة المعاملات: حققت شبكة الانترنت كقناة توزيع او تسليم ميزة كبيرة في التكاليف بالنسبة للبنوك، ولا شك ان أجهزة الصراف الآلي ارخص بكثير من الصرافة، ولكن إتمام المعاملة من خلال شبكة الانترنت ارخص ب 3 مرات من استخدام أجهزة الصراف الآلي وعليه فإن قناة الانترنت ينبغي من الناحية النظرية ان تظهر زيادة بنسبة 10 اضعاف في توزيع العائدات للبنك وهذا السبب وحده كفيل بتشجيع البنوك على هذا النوع من قنوات التوزيع.

الشكل (01): تكلفة تجهيز كل معاملة



Source: Booz-allen& Hamilton ،2003

[1] نفس المرجع السابق , ص 233

من خلال الشكل (01) نلاحظ أن تكلفة الخدمات المصرفية عبر الانترنت تقل تكلفتها عن باقي القنوات وفي دراسة اخرى حول تكلفة الحصول على الخدمة المصرفية حسب القنوات الالكترونية كانت النتائج كمايلي:

الجدول (01): تكلفة الحصول على الخدمة المصرفية عبر القنوات الالكترونية والفروع

القناة	الفرع	الهاتف	الصراف الالي	الانترنت
تكلفة الحصول على الخدمة المصرفية USD	1.070	0.540	0.270	0.010

المصدر: قولدفينقر، كارلس، (بنوك الانترنت)/مؤتمر معهد الدراسات المصرفية بعنوان (الصيرفة الالكترونية)، معهد الدراسات المصرفية، عمان – الاردن 2005.

بالإضافة إلى هذه الخصائص يتميز البنك الإلكتروني بعدة مزايا أهمها ما يلي:

- **السرية:** إن المعاملات بين البنك وصلاته تقوم على الثقة فيه وفي العاملين لديه فإن التزام البنك بالسرية في معاملاته، إنما هو إلتزام عام تقتضيه أصول المهنة، وظروف معاملاته التي تتسم بحساسية فائقة.
- **حسن المعاملة:** إن المعاملة الحسنة التي يتلقاها عميل البنك من العاملين فيه هي الأساس في تحويل العميل إلى عميل دائم، واعتباره أداة اجتذاب العملاء للتعامل مع البنك دون غيره مادامت الخدمات المصرفية التي تقدمها كافة البنوك واحدة.
- **الراحة و السرعة:** إن إحساس العميل بالراحة عند وجوده في البنك يغريه على كثرة التردد عليه، لهذا تسعى البنوك إلى توفير أكبر قدر من الراحة للعملاء من إعداد أماكن مناسبة لاستقبالهم

لقضاء وقت الانتظار فضلا عن استخدام أجهزة تكييف الهواء وإنجاز الأعمال في اسرع وقت.

- **كثرة الفروع:** كثرة الفروع و انتشارها في مناطق جغرافية مختلفة تعود على البنك بفوائد كثيرة مثل:

- التيسير على عملاء البنك إجراء معاملاتهم.
- التمتع بمزايا المشروعات فيتمكن من تقسيم العمل على نطاق واسع، ويقل عنده الاحتياطي النقدي اعتمادا على تبادل المساعدات بين الفروع.
- السهولة والسرعة وقلة التكاليف التي يتحملها البنك عند تحويل النقود من جهة لأخرى.
- توزيع المخاطر التي يواجهها البنك على جهات مختلفة فإذا كسدت صناعة ما في منطقة جغرافية فإن هذا الكساد لن يؤثر إلا على الفرع الموجود بهذه المنطقة وحده، ويمكن تعويض خسارة هذا الفرع بالأرباح الناتجة عن عمليات فروع أخرى. [1]

2- انواع الصيرفة الالكترونية:

قسمت العملية المصرفية الالكترونية كآتي:

أي عملية مالية تتم عبر شبكة الانترنت (Banking Internet) دون الحاجة الى الاتصال المباشر بالبنك والتي تتم من خلالها انجاز صفقات مالية فعلية إلكترونيا من خلال الحاسوب الشخصي المزود ببرامج خاصة من البنك تمكن الزبون من اجراء اعماله المالية الكترونيا، او تلك التي من خلال البنك المنزلي (Home Banking) او الصيرفة عبر الخط (Online Banking) أو المصرف الافتراضي (Virtual Banking Online) أو الصيرفة الالكترونية عن بعد (RemoteElectronicBanking) أو الصيرفة عبر الهاتف (Phone Banking) أو من خلال بطاقات السحب. كل هذه الأنواع لها هدف واحد مهما تعددت الأسماء.

[1] وسيم محمد الحداد، شقيري نورى موسى , الخدمات المصرفية الالكترونية ،دار الميسرة، ط1. عمان2012 ص: 67

2-1 الصيرفة الالكترونية من خلال الحاسوب الشخصي (PC Banking): وهي تلك العمليات التي تتم عبر شبكة الانترنت من خلال الحاسوب الشخصي. إذ يزود المصرف زبائنه ببرامج خاصة تتيح لهم إجراء عمليات وصفقات مالية الكترونية آمنة، و كذلك الاطلاع على حساباتهم والحصول على معلومات مالية خاصة ومهمة، ومعرفة مقدار السحوبات من بطاقات السحب الشخصية الخاصة بهم. يقدم المصرف للعميل المالك برنامجا محاسبيا وماليا يتيح له إجراء معاملاته المالية من جهاز الكمبيوتر بمنزله كالحصول على رصيد حساب وبيانات بطاقات الائتمان وعمليات دفع الفواتير و تحويل الأموال بين الحسابات. [1]

2-2 الصيرفة عبر الهاتف المصرفي:

تعتمد هذه الخدمة أيضا على وجود ترابط بين فروع المصرف الواحد ككل وتمكن الموظف من تقديم الخدمة الهاتفية من خلال الوصول لبيانات العميل مباشرة من أي فرع من المصرف. حيث يقوم العميل بالاتصال برقم موحد للحصول على خدمة محددة من مصرفه أينما يجد هناك موظفا خاصا يقوم بالرد على العميل للوصول إلى بيانات حول العميل ويبدأ بتوجيه أسئلة محددة للتأكد من هويته.

لقد طورت هذه الخدمة خاصة في الدول المتقدمة، إلى ان أصبح الآن استخدام الهاتف في تقديم الخدمات المصرفية وذلك بإدخال أجهزة البريد التلقائي على مكالمات العملاء، وتقدم خيارات لهم لإجراء عمليات متعددة مثل: كشف الحساب، طلب خدمات. . . الخ. وهذا ما جعل العميل يشعر بخصوصيته مع المصرف وبالتالي كسب ثقته. [2]

[1] ناظم محمد نوري الشمري , مرجع سابق ص 31

[2] علي قاپوسة،المصارف الالكترونية ، الفرص والتحديات حالة الجزائر، ص09 ، نقلا عن الموقع الالكتروني ، www. bank. org/arabic/period le05/06/2019

2-3 الصيرفة عبر الهاتف النقال: هي تلك الخدمات المصرفية التي تتاح من خلال الهاتف النقال عن طريق استخدام العميل لرقم سري يتيح له الدخول الى حسابه للاستعلام عن أرصدته، وكذلك للخصم منه مقابل تنفيذ أي خدمة من الخدمات المصرفية المطلوبة.

ومن بين هذه الخدمات الاستعلام عن الأرصدة والاطلاع على عروض المصارف، أسعار العملات والفوائد ومعدلاتها والاستشارات والنصائح بشأن القروض والتسهيلات ومواقع المصرف الفعلية و دوائره. كما تشمل الخدمات المالية كتحويل الأرصدة من حساب إلى حساب وخدمات الدفع النقدي و فتح الحسابات و غلقها. [1]

2-4 بنوك الانترنت (Internet Banking):

ساهم استخدام الانترنت في تقديم هذه الخدمة ومن ثم قامت اغلب المصارف بإنشاء مواقع لها على شبكة الانترنت بدلا من إنشاء مقرات جديدة لها حتى يستطيع العميل أن يتصل بالفرع الالكتروني بطريقة أسهل ويعرض المصرف على الانترنت مجموعة من الخدمات أهمها: [2]

- دفع الفواتير؛
- دفع قيم الرهون العقارية؛
- شراء الصكوك المالية وشهادات الإيداع؛
- عرض وتدقيق أرصدة حساب التوفير؛
- إجراء تحويلات الأموال بين حسابات العملاء المختلفة؛
- مساعدة العميل في إدارة المحفظة المالية

[1] يونس عرب،نفس المرجع السابق،ص42

[2] رأفت رضوان ، عالم التجارة الالكترونية ، المنظمة العربية للتنمية الإدارية ، القاهرة،مصر 1999،ص61

يرى محللون أن بنوك الانترنت وسيلة لزيادة القطاعية السوقية تزيد من عدد الزبائن باستمرار، وجعلت من السهل وضع قاعدة جديدة من العملاء والاستحواذ على حصة اكبر من موجودات المودع. فلبنك الانترنت موقع نموذجي يحدد أنواع المعاملات المعروضة ويوفر معلومات حول الحساب والائتمان، و يخفض تكاليف التشغيل والمعاملات وتوفرها طوال اليوم وخلال أيام الأسبوع.

2-5 الصرافات الآلية (ATM):

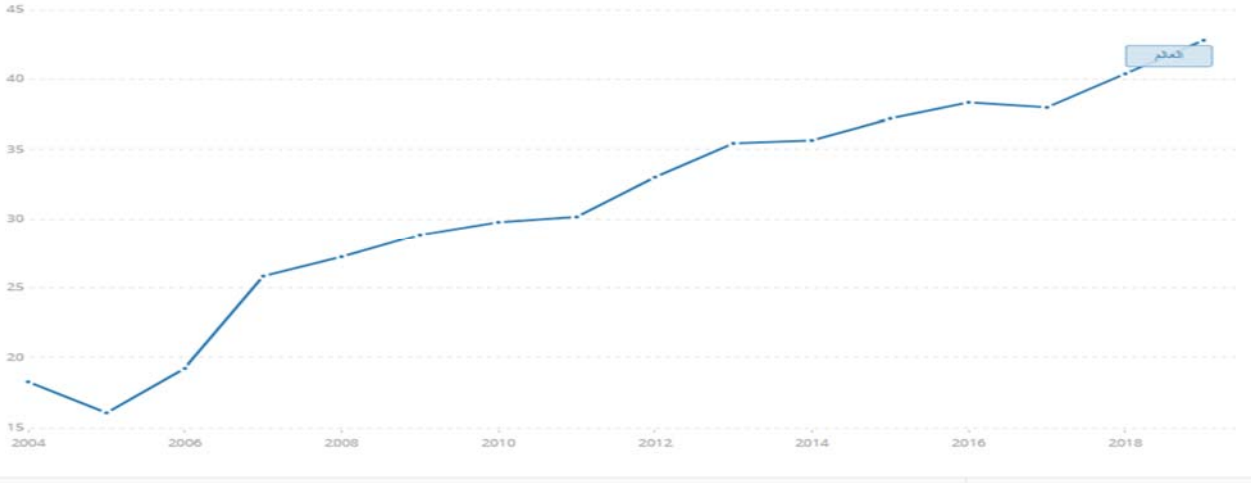
تعتمد خدمات الصرافات الآلية على وجود شبكة من الاتصالات تربط فروع المصرف الواحد أو فروع المصارف كلها. في هذه الحالة يقوم جهاز الصراف الآلي بخدمة أي عميل من أي مصرف مشترك، والتي تتطلب الوصول إلى بيانات حسابات العملاء فوريا. ولقد تطور عمل الصرافات الآلية لتقوم بدفع الفواتير للمؤسسات الخدماتية وتسديد الرسوم المختلفة، ولقد أصبحت هذه الأجهزة منذ بدئ تشغيلها في عام 1975 من المستلزمات اليومية في تنفيذ العمليات المصرفية الحديثة للأفراد، وقد بلغ عدد ماكينات الصراف الآلي في الولايات المتحدة الأمريكية نحو (132. 4) آلة عام 1999، بينما يوجد في المملكة المتحدة ما يقارب 22 ألف آلة نحو (80%) من مجموع العمليات النقدية في العام المذكور. ومن الإرشادات المهمة لمستخدمي الصراف الآلي ما يلي: [1]

- المحافظة على بطاقة الصراف الآلي والتي تسمى أيضا (Debit Card)، والتأكد من وجودها مع العميل دائما.
- الإبلاغ بسرعة في حالة فقدانها.
- اختيار رقم سري للبطاقة مختلف عن رقم الهاتف، أو الرقم الوطني، أو تاريخ الميلاد لأن ذلك يؤدي إلى صعوبة في الاستخدام في حالة السرقة.
- التأكد من صحة الوصل في حالة إجراء أية عملية مالية.

[1] عز الدين كامل أمين مصطفى ،الصيرفة الالكترونية ، العدد46 ،بنك السودان، 2005 ص04

الشكل (02): نسبة استخدام الصراف الآلي عبرالعالم للفترة 2004- 2019

نسبة استخدام الصراف الآلي لكل 100الف بالغ عبر العالم



La source: http: / / data. albankaldawli. org / indicator / FB. ATM.TOTL. le13/06/2021

يوضح الشكل إلى أن عدد الصرافات الآلية في العالم في تطور مستمر، ما عدا سنة 2005 عرفت تراجعا ب5% وهذا راجع لتبني المصارف قنوات أخرى كالهاتف النقال والصيرفة عبر الانترنت، لكن سرعان ما أدركت المصارف دورها في النشاط المصرفي مما انعكس على ارتفاع عددها بصورة مستمرة حيث بلغت نسبة 38% سنة 2016 ونسبة 40% سنة 2018، وبنسبة 43% سنة 2019.

2-6 الصيرفة عبر التلفزيون:

مع التطور الذي شهده مجال الاعلام وتطوير نظام التلفزيون أتيح المراسلة من المشترك لمقدمي خدمة الإرسال، وهو ما يطلق عليه بالتلفزيون التفاعلي بحيث أصبحت خدمة الانترنت يتم تقديمها عبر شبكة التليفزيون التخاطبي خاصة وأن التليفزيون احتل مكانته في المنازل. وهو عبارة عن ربط عبر الأقمار الصناعية بين جهاز التلفزيون بالمنزل وبين حاسب البنك، وبالتالي يمكن الدخول من خلال رقم سري إلى حاسب البنك أو شبكة الانترنت، وتنفيذ العمليات المطلوبة. ويعد هذا التلفزيون

من احدث القنوات التي تم ابتكارها، والتي تمكن المصارف من التفاعل مع العملاء في مواقعهم خصوصا في المنزل مع ربات البيوت، لاسيما في حالة عدم توفر جهاز حاسب. [1]

المطلب الثالث: اتجاهات الصيرفة الالكترونية

ان الخدمات المصرفية كغيرها من أوجه الخدمات الأخرى مرت بالعديد من مراحل التطور، حيث تحول النشاط من مجرد القيام بعمليات الإقراض والإيداع داخل حدود الدولة المعنية إلى قيام المصارف بالدخول في مجالات الاستثمار المختلفة من المشروعات الصناعية والخدماتية والتجارية، و كذلك قيامها بتصدير خدماتها الى الخارج وانتشار فروعها في معظم دول العالم وظهور المصارف المتعددة الجنسيات. ولا شك ان هذا الانتشار الكبير والتنوع الملحوظ في الخدمات المصرفية يعد بمثابة ضرورة فرضها واقع التطور والنمو السريع في مختلف الأنشطة الاقتصادية. الشئ الذي أدى إلى التفكير في كيفية إدارة ومواجهة التطور الحاصل بحكم المنافسة الشديدة. ولقد أخذت الخدمة المصرفية اتجاهات حديثة وهي: [2]

1- التنوع في الأنشطة والخدمات المصرفية:

تتميز الخدمة المصرفية في الوقت الحالي بالتنوع والتعدد وقد اتجهت المصارف إلى:

- شراء أو إنشاء وإدارة شركات صناعية وتجارية وزراعية وخدماتية أو المساهمة فيها؛
- دخول المصارف في صناعة التأمين من خلال تقديم كافة الخدمات التأمينية؛
- تقديم الخدمات المصرفية الإلكترونية بمختلف انواعها والتي أدت إلى ظهور المصارف الافتراضية؛

2- التوسع الكبير في استخدام التكنولوجيا:

[1] ناظم محمد نوري الشمري , مرجع سابق ص32

[2] ناظم محمد نوري الشمري , مرجع سابق ص33

حيث أدى التوسع الكبير في استخدام الحاسوب إلى السرعة في تقديم الخدمات وتقليص الأعباء و توفير الوقت للعملاء والموظفين على السواء.

3- الاندماج:

تلجأ المصارف الكبيرة في الدول المتقدمة الى الاندماج مع بعضها البعض لتكوين مصارف كبيرة تقلص من خلالها الأعباء وتزيد من تراكم رأس مالها وتغزو الأسواق المالية والمصرفية الدولية من خلال زيادة قطاعيتها.

4- وسائل الدفع:

قامت الصناعة المالية والمصرفية بتوفير نظم وتطبيقات جديدة تحقق الاستفادة القصوى مما أتاحته التكنولوجيا الحديثة، سيما بعد ان ابتكرت أساليب التعامل الجديدة مثل وسائل الدفع الالكترونية و النقود الالكترونية. وتكتسب الخدمات المصرفية عبر الانترنت مزيدا من المتانة، فالبنوك تعمل على نحو متزايد من خلال المواقع التي تمكن الزبائن ليس فقط من الاستفسار عن أرصدة حساباتهم و الفوائد و أسعار الصرف بل تمكنهم أيضا من إجراء مجموعة من المعاملات، ولكن ولسوء الحظ البيانات عن الخدمات المصرفية عبر الانترنت قليلة جدا وحتى المتاحة فيها تضارب واختلاف. ولقد تضافرت جهود معظم البنوك لأجل فتح قنوات توزيع إلكترونية جديدة تعمل جنبا إلى جنب مع فروعها التقليدية، وظهر عدد لابأس به من منتجاتها وخدماتها من خلال قنوات التوزيع الالكترونية، والبنوك الافتراضية أو البنوك على الخطو التي ليس لديها شبكة من الفروع لكن قد يكون لها وجود مادي.

فقد بلغ عدد المصارف الافتراضية في الولايات المتحدة الأمريكية لوحدها نحو 30 مصرف، ومصرفين افتراضيين فقط في آسيا سنة 2000 و2001.

المبحث الثالث: وسائل الدفع الالكترونية

ان التطور الذي شهده المجال الاقتصادي عامة والمصرفي خاصة أدى إلى ظهور عدة تطورات في أساليب تقديم الخدمات المصرفية من خلال وسائل ونظم الدفع الالكترونية المختلفة وخاصة بعد انتشار عمليات التجارة الالكترونية وتطورها على الصعيد العالمي.

المطلب الأول: مفهوم وسائل الدفع الالكترونية و خصائصها

أولا: مفهوم وسائل الدفع الالكترونية

ان اختلاف طبيعة عملية الدفع الالكترونية عن نظيرتها التقليدية أدى إلى ظهور عدة تعاريف فقد عرفها قانون المعاملات الالكترونية السعودي كما يلي: "يعتبر تحويل الأموال الالكترونية وسيلة مقبولة لإجراء الدفع. ولا يؤثر هذا القانون بأية صورة كانت على حقوق الأشخاص المقررة بمقتضى التشريعات ذات العلاقة نافذة المعقول "[1].

كما عرفت أيضا بأنها "تمثل وسيلة للقرض حيث تسمح بتحويل قوة شرائية حاليا وإعادة استرجاعها في المستقبل، وعلى العموم فإن اختيار الدفع، الذي يكون إما نتيجة إيداع اجتماعي أو نتيجة إيداع النظام الذي يصدرها ويجب أن يستجيب إلى بعض الشروط وأولها ضرورة القبول الاجتماعي لها، ويمكن أن يؤدي رفض المجتمع لها إلى فشلها في أداء دورها كوسيلة دفع. "[2]

[1]سعيد بريكة , "واقع عمليات الصيرفة الالكترونية وآفاق تطورها في الجزائر "أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية، جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي،الجزائر20 ص 139

[2]بن عزة محمد أمين زوهري جليلة "واقع المصارف الجزائرية في تطبيق نظام الدفع الإلكتروني –دراسة حالة BADR "مقدمة إلى ملتقى "عصرنة نظام الدفع في البنوك الجزائرية وإشكالية اعتماد التجارة الالكترونية في الجزائر"المركزالجامعي خميس مليانة الجزائرتاريخ الملتقى 26-27 افريل 2011 ص 02

وفي تعريف آخر عرفت بأنها "النظم التي تمكن المتعاملين بتطبيقات التجارة الالكترونية من التبادل المالي الالكتروني، بدلا من استخدام النقود المعدنية والورقية أو الشيكات الورقية، حيث يقوم البائعون عن طريق الانترنت بتوفير طرق سهلة وسريعة وآمنة للحصول على ائتمان منتجاتهم من الزبائن."[1]

من جهة أخرى، يعرفها البنك المركزي الأوربي: "بأنها كل عملية دفع صدرت وعولجت بطريقة الكترونية ".[2]

وعليه ومن خلال التعاريف السابقة يمكن استنتاج تعريف وسائل الدفع الالكترونية بأنها تلك الأداة المقبولة اجتماعيا من اجل تسهيل المعاملات الخاصة بتبادل السلع والخدمات وتسديد الديون وغيرها من الخدمات المصرفية، وهي عبارة عن أنظمة متكاملة توفرها المؤسسات المصرفية والمالية بأقل جهد وفي وقت قياسي وبالتالي التقليل من عناء عمليات التحصيل المالي للعميل والحفاظ على السرية و المصداقية بينه وبين المصرف.

ثانيا: خصائص وسائل الدفع الالكترونية

تتميز وسائل الدفع الالكترونية بالعديد من الخصائص نذكر منها:

- يستخدم هذا الأسلوب لتسوية المعاملات الإلكترونية عن بعد،حيث يتم إبرام العقد بين أطراف متباعدة في المكان ويتم الدفع عبر شبكة الانترنت أي من خلال مسافات تتبادل المعلومات الإلكترونية بفضل وسائل الاتصال اللاسلكية.
- يتم الدفع من خلال استخدام النقود الإلكترونية: وهي قيمة نقدية تتضمنها بطاقة بها ذاكرة رقمية أو ذاكرة رئيسية للمؤسسة التي تهيمن على إدارة عملية التبادل.

---

[1] محمد حسين الطائي ،مرجع سابق،ص17

[2] زهير زواش ،" دورنظام الدفع الالكتروني في تحسين المعاملات المصرفية –"دراسةحالةالجزائر– رسالة لنيل شهادة الماجيسترفي العلوم الاقتصادية ، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير،جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي ، الجزائر 2010–2011 ص 17

- آمان وحماية لعمليات التحويل من خلال توفر وسائل حماية وتشفير المعلومات وذلك فور استخدام الرقم السري الخاص بالخدمة والرقم السري الثاني Digital Token Pin2.
- يتميز نظام الدفع الإلكتروني بالطبيعة الدولية، أي أنها وسيلة مقبولة من جميع الدول حيث يتم استخدامها لتسوية الحسابات في المعاملات التي تتم عبر الفضاء الالكتروني بين المستخدمين في كل أنحاء العالم.
- يتم إعطاء أمر الدفع وفقا لمعطيات الكترونية تسمح بالإتصال المباشر بين طرفي العقد ويتم بأحد الأسلوبين:

- الأسلوب الأول: من خلال نقود مخصصة سلفا لهذا الغرض ومن ثم فإن الدفع لا يتم إلا بعد الخصم من هذه النقود، ولا يمكن تسوية معاملات أخرى بغير هذه الطريقة ويشبه ذلك العقود التي يكون الثمن فيها مدفوعا مقدما.

- الأسلوب الثاني: من خلال البطاقات البنكية العادية حيث لا توجد مبالغ مخصصة مسبقا لهذا الغرض بل إن المبالغ التي يتم السحب عليها بهذه البطاقات قابلة للسحب عليها بوسائل أخرى كشيك لتسوية أي معاملات مالية.

- يلزم تواجد معدات في النظام مصرفي لإتمام ذلك: أي توافر أجهزة تتولى إدارة هذه العمليات التي تتم عن بعد لتسهيل تعامل الأفراد وتوفير الثقة فيما بينهم وتتولى البنوك بصفة أساسية عبء القيام بهذه المهمة بالإضافة إلى منشآت أخرى يتم إنشاءها خصيصا لهذا الغرض. [1]

[1] زهير رواش،مرجع سابق،ص17-18

المطلب الثاني: آلية الدفع الالكتروني

آلية الدفع الالكتروني هي أي نظام يُستخدم لتسوية المعاملات المالية من خلال تحويل القيمة النقدية. ويشمل ذلك المؤسسات والأدوات والأفراد والقواعد والإجراءات والمعايير والتقنيات التي تجعل التبادل ممكنًا. تَستخدم أنظمة الدفع الحديثة كبدائل نقدية مقارنة بأنظمة الدفع التقليدية. وأهمها:

1- من خلال الصرافات الالكترونية:

1-1 الموزع الآلي للأوراق Distributeur Automatique de billes:

هو آلة أوتوماتيكية تسمح للعميل عن طريق بطاقة إلكترونية بسحب مبلغ من المال دون حاجة اللجوء إلى الفرع. [1]

الجدول (02): الموزع الآلي للأوراق

	المبادئ العامة	التغطية	النتائج
الموزع الآلي للأوراق	– يسمح بالسحب لكل حائز على بطاقة السحب. ويوجد في البنوك و الشوارع و المحطات وعدة أماكن أخرى يعمل دون انقطاع 7/7.	جهاز موصول بوحدة مراقبة إلكترونية تقرأ المدارات المغناطيسية للبطاقة.	تخفيض نشاط السحب في الفروع.

Source: http: //cte. univ-setif. dz/coursenligne/medchaib/chap1parti3. html ،le 14/06/2021

[1] نعمون وهاب، مرجع سابق ص273

2-1 الشباك الآلي للأوراق Guichet Automatique Bancaire:

هو أيضا آلة أوتوماتيكية أكثر تعقيدا أو تنوعا، فبالإضافة إلى خدمة السحب النقدي تقدم خدمات أخرى كقبول الودائع، طلب صك، عمليات التحويل من حساب لآخر. . . إلخ وكل ذلك والشبابيك الأوتوماتيكية للأوراق متصلة بالحاسوب الرئيسي للبنك. [1]

الجدول (03): الشباك الآلي للأوراق

الشباك الآلي للأوراق	المبادئ العامة	التقنية	النتائج
	يخول لكل حائز على البطاقة القيام بالعديد من العمليات منها: طلب الشيكات، القيام بالتحويلات و معرفة الرصيد ... الخ	جهاز موصول بالكمبيوتر الرئيسي يقرأ المدارات المغناطسية للبطاقة التي تسمح بمعرفة العميل من خلال رقم سري. وهذا الجهاز مصحوب بلوحة مفاتيح، شاشة و طابعة	يستعمل من طرف الزبائن في أوقات غلق البنوك.

Source: http: //cte. univ-setif. dz/coursenligne/medchaib/chap1parti3. html ،le 14/06/2021

[1]– نعمون وهاب، مرجع سبق ذكره، ص 274

3-1 نهائي نقطة البيع الإلكترونية Terminal Pointe de Vente:

تسمح هذه التقنية بخصم قيمة مشتريات العميل من رصيده الخاص بعد أن يمرر موظف نقطة البيع البطاقة الائتمانية على القارئ الإلكتروني الموصول مباشرة مع الحاسوب المركزي للبنك بإدخال الرقم السري للعميل أين تخصم القيمة من رصيده وتضاف إلى رصيد المتجر إلكترونيا. [1]

الجدول (04): نهائي نقطة البيع الالكترونية

	المبادئ العامة	التقنية	النتائج
نهائي نقطة البيع الالكترونية	تمرر البطاقة على القارئ الإلكتروني الخاص بالبطاقة و يقوم هذا الأخير بخصم القيمة من الرصيد الخاص بالعميل ويقوم الكمبيوتر المركزي بعد ذلك بإضافة القيمة لرصيد حساب	فروع موصولة بشبكة تجمع بنوكا مختلفة.	يحل مشاكل نقل الأموال ويوفر الأمن.

[1]- نعمون وهاب، مرجع سبق ذكره، ص 275

	المتجر.		

Source: http: //cte. univ-setif. dz/coursenligne/medchaib/chap1parti3. html ،le 14/06/2021

2- عبر الهاتف المصرفي:

مع تطور الخدمات المصرفية على مستوى العالم أنشأت المصارف خدمة "الهاتف المنزلي" لتسهيل إدارة العملاء لعملياتهم البنكية وتفادي البنوك طوابير العملاء للإستفسار عن حساباتهم، وتستمر هذه الخدمة 24 ساعة يوميا، تقدم هذه الخدمة بالإعتماد على شبكة الأنترنت المرتبطة بفروع البنك أين تمكن العميل من الحصول على خدمات محددة، فقط بإدخال الرقم السري الخاص به، ومن الخدمات التي يقدمها الهاتف المصرفي على مستوى عالمي: [1]

- يتم تطبيق هذا النظام في "ميدلاند بنك بإسم "First Direct Acount" عن طريق الاتصالات الهاتفية بإدخال الرقم السري الخاص بالعميل يحول من حسابه بالمصرف لسداد بعض التزاماته مثل: فاتورة الغاز، الكهرباء. . .الخ.
- في المملكة المتحدة الأمريكية أدخلت هذه الخدمة منذ عام 1985 وتعمل بواسطة شاشة لدى العميل في منزله لها اتصال مباشر بالمصرف، وفي عام 1986 تم إدخال خدمات جديدة للهاتف المصرفي تتمثل في خدمة التحويلات المالية من حساب العميل المدفوعة لسداد الكمبيالات والفواتير عليه.
- وفي نوفمبر 1994 استحدثت "باركليز بانك" خدمة تحويل الأموال، ودفع الالتزامات وأتاحت خدمة الهاتف المصرفي للعميل فرصة التعاقد للحصول على قرض أو فتح إعتمادات مستندية وغيرها.

[1] نعمون وهاب مرجع سابق ص276

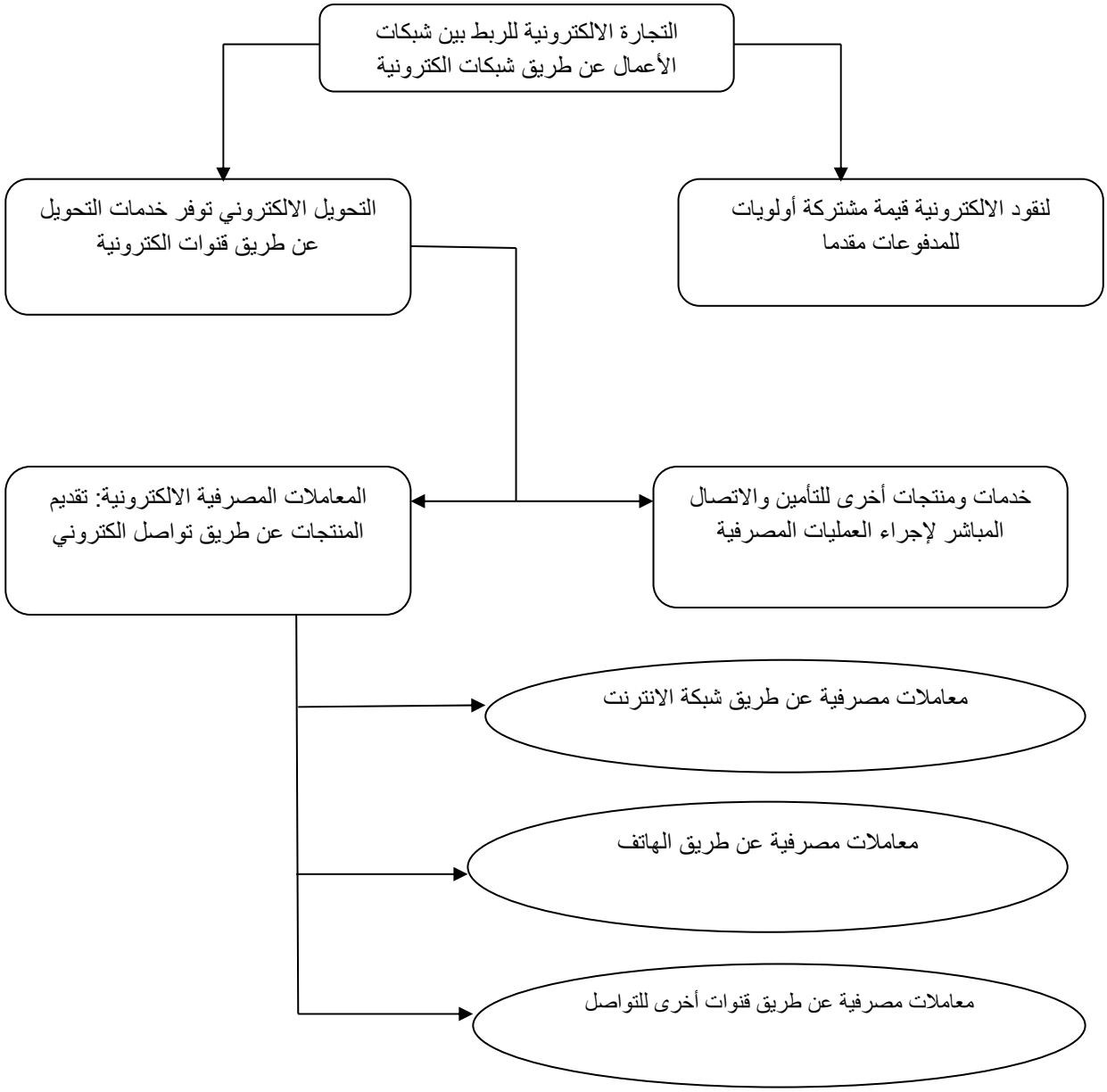
3- أوامر الدفع المصرفية الإلكترونية و خدمات المقاصة الإلكترونية:

تأسست خدمت المقاصة الإلكترونية عام 1960، ويتم من خلالها تحويل النقود من حسابات العملاء إلى حسابات أشخاص أو هيئات أخرى في أي فرع ولأي مصرف في دولة أخرى، كدفع المرتبات الشهرية من حساب صاحب العمل إلى حساب الموظفين، أو دفع إلتزامات دورية من حساب العميل إلى مصلحة الكهرباء، الغاز...الخ

كما يتم تسوية المدفوعات المصرفية عن طريق نظام التسوية الإجمالية بالوقت الحقيقي ضمن خدمات المقاصة الإلكترونية، ويتيح هذا النظام بطريقة إلكترونية آمنة نقل وتحويل المبالغ المالية من حساب بنكي إلى آ خر بسهولة، حيث تتم المدفوعات في نفس اليوم وبنفس قيمة اليوم دون إلغاء أو تأخير. وتتميز المقاصة الإلكترونية بالعصرنة والدقة والشفافية [1]

[1]مبادئ الاشراف على أنظمة الدفع والتسوية ومسؤوليات المصارف البنكية، مجلس محافظي المصارف المركزية، اللجنة العربية 92 لأنظمة الدفع والتسوية، صندوق النقد العربي، أبو ظبي، 2008،ص 17

الشكل(03): صور المعاملات المصرفية الالكترونية



المصدر: جاسم السنوسي،" المصارف الالكترونية "، مقال منشور على الانترنت على الموقع: www. Bank. Of. cd. com

المطلب الثالث: ادوات الدفع الالكتروني

في ظل اكتساح الاستخدام التكنولوجي وانتشار التجارة الالكترونية اصبح من الضروري ابتكار وسائل دفع حديثة تمثلت في ادوات الدفع الالكتروني وهي:

اولا: ادوات الدفع الالكترونية

1-البطاقات البنكية:

1-1 تعريف البطاقات البنكية: هي وسيلة حديثة من وسائل الدفع التي ظهرت في نهاية الاربعينيات بالولايات المتحدة الامريكية مصدرها البنوك الثانوية التي تعرضها على زبائنها سواء كانو تجار او أجراء عاديين، كما تعرف البطاقة البنكية على انها: "عبارة عن بطاقة بلاستيكية تحتوي على معلومات رقمية وتستخدم هذه المعلومات في اغراض الدفع، وعليها بعض البيانات الخاصة بحاملها فاذا كانت خاصة بالسحب تسمى بطاقة السحب واذا كانت خاصة بالدفع فتسمى بطاقة الدفع بواسطة البطاقات البنكية تعطي مجال النقود الالكترونية". [1]

2-1 انواع البطاقات الالكترونية:

1-2-1 البطاقات الائتمانية:

أ- تعريفها: هي بطاقات خاصة تصدرها البنوك او المؤسسات المالية الأخرى لعملائها كخدمة اضافية، و هي عبارة عن بطاقات مغناطسية يستطيع حاملها ان يستخدمها في شراء معظم احتياجاته او اداء مقابل ما يحصل عليه من خدمات. ويطلق لفظ بطاقة الائتمان، والتي تعبر عن لفظ إئتمان واعتماد

[1] احمد عبد الخالق ، البنوك والتجارة الالكترونية ، الجديد في أعمال المصارف من الوجهتين القانونية والاقتصادية ، مداخلة في المؤتمر العلمي السنوي ، بعنوان الجديد في التمويل المصرفي ، الجزء الثاني ، كلية الحقوق ،جامعة بيروت العربية ،منشورات الحلبي الحقوقية،لبنان 2002 ص 478

هذه البطاقة فضلا عن كونها أداة للوفاء أو الدفع مثل بطاقة ضمان الشيك، فإنها تمنح حاملها ائتمانا مصرفيا قصير الأجل، ولهذا يطلق عليها مصطلح بطاقات الائتمان.

ولعل ابرز تعريف للبطاقة هو ما عرفه مركز البطاقات بالبنك الأوروبي بأنها أداة مصرفية للوفاء بالالتزامات مقبولة على نطاق واسع محليا ودوليا لدى الأفراد والتجار والمصارف كبديل للنقود لدفع قيمة السلع والخدمات المقدمة لحامل البطاقة مقابل توقيعه على إيصال بقيمة التزامه الناشئ عن شرائه للسلعة أو الحصول على الخدمة على أن يقوم التاجر بتحصيل القيمة من المصرف المصدر للبطاقة عن طريق المصرف الذي صرح له بقبول البطاقة كوسيلة دفع، ويطلق على عملية التسوية بين المصارف اسم نظام الدفع الالكتروني. [1]

ب- مراحل تطور البطاقات الائتمانية: يعود الفضل في استخدام هذه الأداة إلى شركات البترول الأمريكية التي استخدمتها في مطلع العقد الثاني من القرن العشرين وفي عام 1950 ادخل البنك الأمريكي هذه البطاقات في المجال التجاري واستخدامها كوسيلة دفع هامة في الأعمال المصرفية. بدأت صناعة البطاقة عموما أول الأمر بصورة بطاقات تجارية ثم بطاقات السفر والسياحة، ثم البطاقة الائتمانية وكانت العلاقة بين بطاقات المحلات التجارية وزبائنها علاقة ثنائية حيث كانت هذه المحلات مستفيدة من إصدار هذه البطاقات من جهة ضبط العمليات التجارية مع العملاء و زيادة حجم المبيعات، ثم تطورت أنظمة الدفع الالكترونية وأصبحت واسعة الاستعمال في جميع المحلات ولأداء الخدمات بمختلف الأنواع.

[1] عبد الهادي النجار , بطاقات الائتمان و العمليات المصرفية الالكترونية , الجديد في أعمال المصارف من الوجهتين القانونية والاقتصادية ،مداخلة في المؤتمر العلمي السنوي ،بعنوان الجديد في التمويل المصرفي ، اللقاء الأول ، لكلية الحقوق جامعة بيروت العربية ، منشورات الحلبي الحقوقية ، لبنان 2002 ص 27

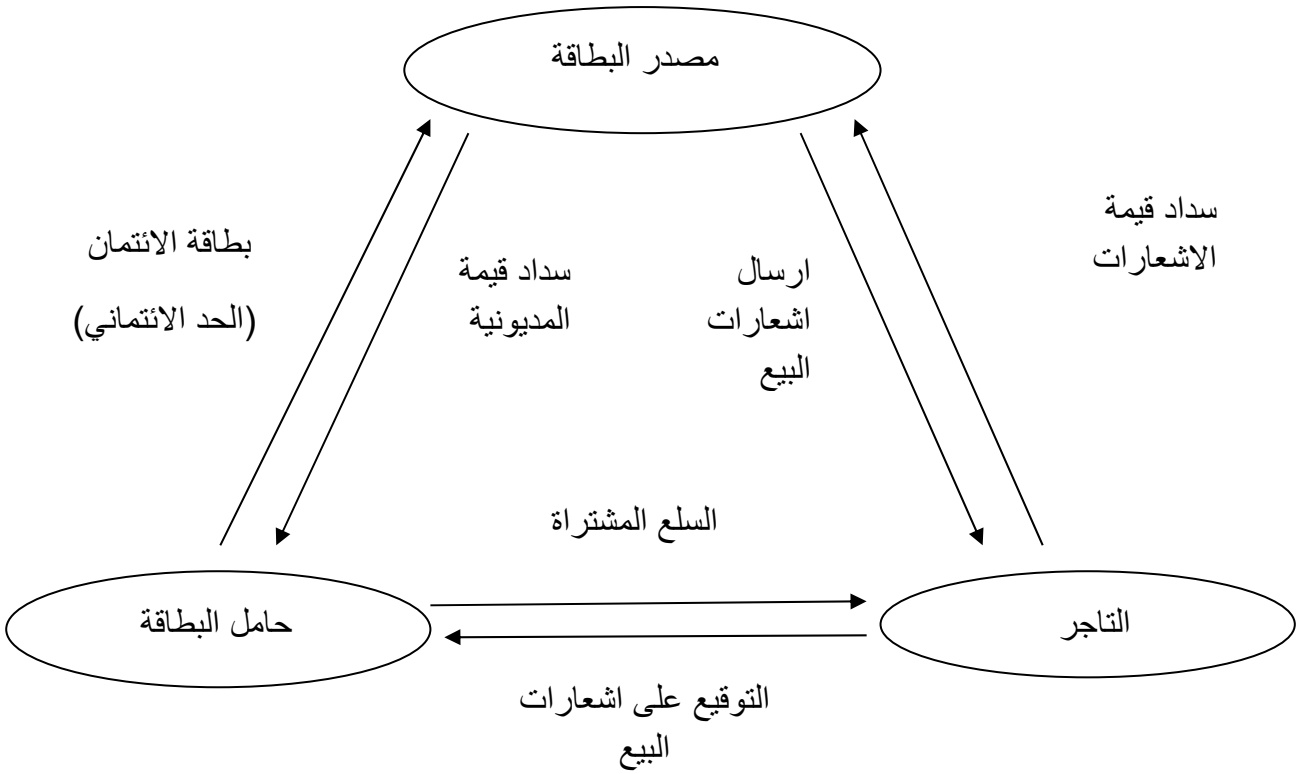
ج- أطراف التعامل في بطاقة الائتمان:

- المركز العالمي للبطاقة: كمؤسسة عالمية تتولى إنشاء البطاقة ورعايتها والموافقة على عضوية المصارف في جميع أنحاء العالم للمشاركة في إصدارها وتسوية المستحقات المالية بينهم والقيام بدور المحكم لحل أي نزاعات بين المتعاملين بالبطاقة وأهم هذه المؤسسات – MASTAR – EXPREX .VISA
- مصدر البطاقة: وهي المصارف المنتشرة في جميع أنحاء العالم حيث تتعاقد مع المركز العالمي للبطاقة للاشتراك في عضوية إصدارها ثم الاتفاق مع التجار المحليين لقبول البيع بموجبها، والترويج للبطاقة، ثم الرجوع على المصدر بالثمن المستحق.
- حامل البطاقات: هو الشخص الطبيعي أو الاعتباري الذي تصدر البطاقة لصالحه بناءا على طلبه بهدف استخدامها الشخصي وانتفاعه بخدماتها. كما قد يخول استعمالها لشخص أخر ويكون هو المسؤول عن تسديد المبالغ التي يدفعها البنك للتاجر.
- التاجر: وهو اصطلاح يطلق على الشركات والمؤسسات التي يتم اتفاق المصدر معها على القبول البيع لحامل البطاقة ثم الرجوع على المصدر بالثمن المستحق عليها. [1]

وعليه يمكن صياغة العلاقة بين اطراف التعامل بالبطاقة من خلال الشكل الاتي:

[1] اوجاني جمال ،النظام القانوني للبطاقة الائتمانية , مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماجستير، تخصص قانون ، قسم العلوم القانونية والادارية ، 2015 -2016 ص 49

الشكل (04): اطراف التعامل بالبطاقة الائتمانية



المصدر: عبد الهادي النجار، مرجع سابق ص39

د – انواع بطاقات الائتمان:

- أنواع البطاقات بحسب المزايا التي تمنح لحاملها: ويوجد نوعان: [1]

- البطاقة العادية أو الفضية: هي ذات حدود ائتمانية منخفضة نسبيا، وتوفر هذه البطاقة جميع أنواع الخدمات المقدمة كالشراء من التجار والسحب النقدي من المصارف وأجهزة السحب الآلية.
- البطاقة الذهبية: وهي ذات حدود ائتمائية عالية لدى بعض المنظمات راعية البطاقة مثل (VISA) أو ائتمانا غير محدود بسقف معين مثل أمريكا اكسبريس (AMERICAN EXPPRES)، وتصدر

[1] عبدالهادي النجار، نفس المرجع السابق،ص32

للعملاء ذوي القدرة المالية العالية، وبجانب ذلك يتمتع حاملها ببعض المزايا الإضافية المجانية مثل: التأمين ضد الحوادث والحصول على استشارات طبية وقانونية وتوصيل الرسائل إلى جميع أنحاء العالم، وأسبقية الحجز في الفنادق وشركات الطيران، وعادة ما يزيد رسم الاشتراك فيها عن البطاقة الفضية. كما توجد لدى المنظمات الأخرى أنواع أخرى تتفاوت في المزايا الائتمانية والإضافية، مثل: البطاقة الخضراء والبطاقة الماسية التي تصدر عن أمريكان اكسبرس.

- حسب الاستخدام: يوجد منها نوعان [1]

- بطاقة الائتمان العادية: وهي النوع الأغلب ويستخدم في الشراء من التجار والحصول على الخدمات و السحب النقدي من أجهزة السحب الآلي أو من المصارف المشتركة في عضوية البطاقة.
- بطاقة السحب النقدي الالكتروني: وتستخدم فقط في عملية سحب النقود إما من أجهزة الصراف الآلي الدولية أو في الأجهزة القارئة لشريط المغناطيسي المزود بها المصارف المشتركة في عضوية البطاقة وإلى جانب ذلك هناك وعلى نطاق مستبق البطاقة المحلية وهي التي يقتصر استخدامها داخل حدود الوطن في المصرف المصدر للبطاقة وبالعملة المحلية، أما النوع الأخر وهو الأكثر انتشارا فهو الذي يستخدم في جميع أنحاء العالم و بكل العملات.

- أنواع البطاقات بحسب الجهة المصدرة للبطاقة: ويوجد منها اربع انواع:

- بطاقة تشارك في عضوية إصدارها جميع المصارف على مستوى العالم تحت رعاية منظمة عالمية مثل: بطاقة الفيزا، بطاقة الماستركارد.
- بطاقة تصدرها وترعاها مؤسسة مالية واحدة، حيث تشرف مباشرة من خلال فروعها على عملية إصدار البطاقة والتسويات مع التجار دون أن تمنح تراخيص إصدار البطاقة لأي مصرف أو مؤسسة مصرفية أخرى، مثل: بطاقة أمريكان اكسبريس.

[1] نفس المرجع السابق ،ص 35-36

- بطاقات تصدرها مؤسسات تجارية ليستخدمها حاملوها في الشراء من هذه المؤسسات وفروعها مثل محطات البنزين والفنادق والمطاعم الكبرى وتدفع المستحقات إلى المؤسسة مباشرة،إما بعد فترة مما يتضمن منح ائتمان منها إلى حاملي البطاقة، و اما في حصول حاملها على بعض الميزات مثل: تخفيضات في السعر أو تقديم خدمة أخرى لهم.
- بطاقة ضمان الشيك: وهي بطاقات تصدرها المصارف لعملائها ليقدموها عند دفع مستحقاتهم بشيكات مسحوبة على المصرف لتأكيد أن الشيك ستصرف قيمته عند تقديمه للمصرف.

3-1 الدفع الالكتروني باستعمال بطاقة الائتمان عبر شبكة الانترنت:

ان نظام استخدام بطاقة الائتمان اقتصر على طريقتين هما: إما أن يصدر التاجر إيصالا رقميا يوقعه الزبون حامل البطاقة وإما ان يكتفي التاجر بتسجيل رقم البطاقة الظاهر وتاريخ صلاحيتها من دون الحصول على توقيع الزبون. وبعد ذلك ظهرت صيغة جديدة للدفع الالكتروني عبر شبكة الانترنت باستعمال بطاقة الائتمان، حيث يمنح حامل البطاقة رقما أو رمزا سريا يستخدمه في عملية الدفع أو التحويل أو في سحب النقود أو غير ذلك من الخدمات التي تحصل جميعها عن بعد. إما عبر شبكات الاتصال الالكترونية المصرفية أو عبر الشبكات العالمية ومنها على الخصوص شبكة الانترنت. يسمى استخدام الرمز السري للدفع بالبطاقة بالتوقيع الالكتروني، وعلى هذا الأساس يسير الدفع بواسطة البطاقة الائتمانية في إطار شبكة الانترنت. وتطرح هذه العملية عدة مخاطر، منها مخاطر متصلة بقضية القرصنة المعلوماتية المحتملة للأرقام السرية التي تتجول بداخله واحتمال تعرض هذه الأرقام لإعتداءات ذات طابع احتيالي، بما قد يهدد أمن الصفقات الحاصلة عبر الشبكة

برمتها لذلك لابد من وجود نظام دفع الكتروني آمن يعتمد على الآليات والوسائل الشائعة اليوم في مجال التشفير، مما يضمن حقوق كل الأطراف في حالة وقوع هذه الأخطار. [1]

1-3-1 البطاقات غير الائتمانية: وهي بطاقات لا تمنح لصاحبها بعملية الدفع او التسوية لمستحقاته الا اذا توفر فعليا عمل الاموال المقابلة لعملية التسوية وبالتالي فهي لا تمنح لصاحبها أي ائتمان او قرض ومنها:

- بطاقة الدفع المسبق: حيث يقوم صاحب البطاقة الالكترونية بشحنها بمبلغ مالي وعند اتمام أي معاملة تجارية يتم سحب المقابل المالي من هذه البطاقة حتى ينتهي المبلغ المشحون او المعبأ في البطاقة. على البائع ان يحول ناتج عمليات البيع والشراء لليوم الى بنكه عن طريق الوصلات التلفونية، هذا ما يسمح لعمليات البيع والشراء ان تتم في ثوان معدودة.

2- النقود الالكترونية:

2-1 تعريف النقود الالكترونية: عرف المصرف المركزي الاوروبي النقود الالكترونية انها " مخزون إلكتروني لقيمة نقدية على وسيلة تكنولوجية يستخدم بصورة شائعة للقيام بمدفوعات لمتعهدين غير من اصدرها، دون الحاجة الى وجود حساب مصرفي عند إجراء الصفقة وتستخدم كأداة محمولة مدفوعة مقدما ". [2]

وعليه فالنقود الالكترونية هي النوع الجديد من العملة، او بمعنى أدق هي البديل الالكتروني عن النقود الورقية والمعدنية ذات الطبيعة المادية، والنقود الالكترونية تتجسد في حامل النقد الالكتروني والذي يسمح بإجراء الدفع خاصة في المشتريات الصغيرة، من احتياطي نقدي معد سلفا مجسد في بطاقة و

[1] طوني عيسى ،الدفع الالكتروني بالبطاقة الائتمانية في شبكة الانترنت الجديد في أعمال المصارف من الوجهتين القانونية والاقتصادية ،مداخلة في المؤتمر العلمي السنوي ، بعنوان الجديد في التقنيات المصرفية ، اللقاء الأول ،كليةالحقوق ،جامعة بيروت العربية ، منشورات الحلبي الحقوقية لبنان 2002 ص 240

[2] ناظم محمد نوري الشمري , مرجع سابق ص 64.

النقد الافتراضي والذي يتمثل في برامج تسمح بإجراء الدفع عبر شبكات الانترنت وهنا يكون الاحتياطي النقدي المعد سلفا مخزن في الكمبيوتر دون ان يكون مجسد.

2-2 انواع النقود الالكترونية: هناك عدة اشكال للنقود الالكترونية نذكر منها:

2-2-1 نقود الكترونية قابلة لتعرف عليها: وتتميز باحتوائها على معلومات عن الشخص الذي قام بسحب النقود من المصرف في بداية التعامل، ثم الاستمرار كما هو الشأن بالنسبة لبطاقات الائتمان في متابعة حركة النقود داخل النظام الالكتروني وحتى يتم تدميرها في نهاية المطاف. [1]

2-2-2 نقود الكترونية(غير اسمية مغلقة الهوية): وهي تستخدم تماما كالأوراق النقدية من حيث كونها مثبتة الصلة بمن يتعامل بها، فلا تترك وراءها أثرا يدل على هوية من انتقلت منه أو إليه. كما يمكن تقسيمها حسب أسلوب التعامل بها ويمكن أن نميز بين ما يلي: [2]

2-2-2-1 نقود الكترونية عن طريق الشبكة: وهي نقود رقمية يتم سحبها من مصرف أو مؤسسة مالية أخرى ، وتخزينها في أداة معدنية داخلية توضع في جهاز الحاسوب الشخصي وبالضغط على الفأرة الخاصة لهذا الجهاز ترسل النقود الرقمية عبر الانترنت إلى المستفيد في ظل إجراءات تضمن لهذا التعامل قدرا كبيرا من الأمان والسرية، فهي نقود حقيقية ولكنها رقمية وليست مادية وتتطلب معظم الأنظمة المطروحة حاليا والتي تستخدم هذا الأسلوب اتصال طرفي التعاقد إلكترونيا بالمصدر للتأكد من سلامة النقود المتداولة وهو ما يقلل من احتمالات الغش والتزييف.

2-2-2-2 نقود الكترونية خارج الشبكة: وهنا تتم التعاملات دون الحاجة للاتصال مباشرة بالمصدر، فهي تتخذ عادة صورة بطاقة يحوزها المستهلك وتتضمن مؤشرا يظهر له التغيرات التي تطرأ على

[1] طوني عيسى مرجع سابق ص 241

[2] MASTAFA Hashem, sherif, la monnaie électroniqueédition roolles, Paris 2000, P 48.

قيمتها المختزنة بعد إجراء كل تعامل نقدي، وهي تثير قدرا اكبر من المشاكل خاصة فيما يتعلق بالأمان من مخاطر الصرف المزدوج.

2-3 خصائص النقود الالكترونية:

- التعامل فيه متاحا في كافة الأوقات والظروف ويناسب مع الطبيعة الكونية للانترنت وما تقتضيه من استمرار المبادلات الدولية وحتى في ظل اختلاف التوقيت من بلد لأخر.
- يسمح النقد الالكتروني بتحويل القيمة إلى شخص أخر عن طريق تحويل المعلومات الرقمية.
- يتميز بالقابلية للانقسام لكونه متاحا بأصغر وحدات النقد الممكنة تتيسر لإجراء المعاملات محدودة القيمة. [1]

3 – المحافظ الالكترونية:

تمثل احدث تطور تم التوصل اليه فيما يخص وسائل الدفع، حيث يتمثل في قطعة بلاستيكية تشبه البطاقة البنكية حاملة لبطاقة ذكية يمكن شحنها، حيث ان الحامل للمحفظة الالكترونية يستبدل على مستوى بنكه قيمة معينة من النقود الكلاسيكية مقابل ما يساويها من النقود الالكترونية، والتي على اساسها يتم شحن الرقاقة الالكترونية، و بعد نفاذ هذه القيمة يمكن اعادة شحنها بنفس الطريقة.

وتكمن خصوصية المحفظة الالكترونية في ان اصدارها لا يقتصر فقط على المؤسسات البنكية، بل يتم ايضا من قبل المؤسسات القرضية أو المؤسسات الخاصة. اما المعلومات التي تخزنها هذه المحفظة كحد ادنى هي تخزين معلومات الشحن والفواتير الشاملة لأسماء المستهلكين وعنوان الشارع، المدينة، الولاية، الدولة، الرمز البريدي، ومعظم المحافظ الالكترونية يمكنها ان تحمل اسماء وأرقام

[1]MICHEL Aglietta et LAURENCE Scialam, seconde génération de monnaie electronquenouveaux défis. Problèmes économiques, la documentation française, N: 2785, 2002, P 26.

بطاقات الائتمان، كما انها تعطي حلا متطورا للدفع بمبالغ صغيرة، وبالتالي التخلص من اسعار او تكاليف معالجة الشيكات وباقي وسائل الدفع الورقية في كل عملية او صفقة تجارية ذات المبالغ الصغيرة.

ومن مزايا المحافظ الالكترونية، تفادي حمل النقود دوما، بالإضافة الى انعدام خطر عدم الدفع بالنسبة للتاجر حيث ان حقوقه مضمونة والاقتصاد في عدد التعاملات البنكية بالنسبة للبنك. [1]

4 – الشيكات الالكترونية:

تحاول المؤسسات المالية والمصرفية تطوير كافة وسائل الدفع المصرفية لتتناسب مع مقتضيات التجارة الالكترونية، وفي هذا المجال تم تطوير استخدام الشيكات الورقية إلى نظام الشيكات الالكترونية. والشيك الالكتروني مثل الشيك التقليدي فهو أمر بالدفع من الساحب إلى المسحوب عليه لدفع مبلغ إلى المستفيد أو حامله، غير انه يختلف عنه في انه يرسل إلكترونيا عبر الانترنت، فبعد أن يستلم المستفيد الشيك يرسله إلى المصرف ليتم تحويل المبلغ لفائدته، ثم يعيده إلى المستفيد مؤكدا له عملية التحويل كما يمكن النظر إلى الشيك على انه مكافئ للشيكات التقليدية فهو عبارة عن وثيقة الكترونية تحتوي البيانات التالية: رقم الشيك، اسم الدافع،رقم حساب الدافع، اسم المصرف،اسم المستفيد، القيمة التي ستدفع، وحدة العملة المستعملة، تاريخ الصلاحية،التوقيع الالكتروني للدافع، التظهير الالكتروني للشيك المستفيد. وقد تبنت عدة مصارف فكرة بناء مواصفات قياسية للشيكات الرقمية من أهمها سيتي بنك، بنك بوسطن، وذلك لأهمية هذا النوع من الشيكات للعمل في المستقبل [2]

تتميز الشيكات الالكترونية بما يلي: [3]

---

[1]طارق عبد العال حماد ، التجارة الالكترونية ، الدار الجامعية للنشر والتوزيع ، الإسكندرية ، مصر 2003–2004, ص30

[2]فاروق سيد حسين ،التجارة الالكترونية وتأمينها ،هلا للنشر والتوزيع ،القاهرة ، مصر 2001 , ص 27 –28

[3]رأفت رضوان ، نفس المرجع السابق ،ص60

- تصرف الشيكات الالكترونية في دفع الصفقات الالكترونية بجميع انواعها.
- تخضع الشيكات الالكترونية الى الاطار القانوني.
- تحد الشيكات الالكترونية من كلفة ادارة الآليات الخاصة بالدفع.

ومن المهم التنبيه الى ان الشيكات الالكترونية تخضع لطرق التدقيق نفسها التي تعتمد في الشيكات الورقية.

ويقوم الموظف بفحص صحة الشيك الالكترونية عن طريق آلة تقوم بفك الرموز. كما يتم التأكد من التوقيع الالكتروني في الشيكات الالكترونية المتداولة عبر الانترنت عن طريق سلطات الإشهار التي تتأكد من صحة الموقع والتوقيع.

5 – التحويلات المالية الالكترونية:

يقصد بها مجموعة القواعد والاجراءات المعتمدة في تحويل الاموال عبر مصارف الكترونية او مصارف الانترنت المرخص لها القيام بهذه العملية. ويتم إصدار أمر التحويل عن طريق الكمبيوتر او الهاتف المحمول وبفضل تعزيز أنظمة الأمن اصبحت التحويلات المالية الالكترونية تحظى بالمصداقية والامان عند المتعاملين فضلا لما يتيحه هذا النظام من اختصار للزمن ووفرة الجهد و التكلفة ويسر في التعامل. فمن خصائص هذا التحويل قابليته للتجزئة، اذ يمكن توزيع مبلغ مسند التحويل على اكثر من مستفيد وهو ما لا يتوفر في الشيك.

وبطبيعة الحال لابد ان يتوفر لدى الزبون في كمبيوتره الخاص برنامج يسمح له بإجراء العملية، او سيضطر الى الاتصال بوسيط متخصص، والذي يتولى بدوره تحويل الامر الى غرفة المقاصة الآلية، والتي بدورها ايضا تقوم بتبليغ المصرف المعني حتى يتأكد من كفاية الرصيد لاقتطاع المبلغ المراد تحويله، و يمكن للزبون ارفاق شيك مصادق عليه حتى يتم تحويل المبلغ دون مراجعة الرصيد لدى المصرف، اذ ان مصادقة المصرف على الشيك تجعله ضامنا لمبلغ الشيك.

ثانيا: مزايا و عيوب ادوات الدفع الالكترونية

أ- مزايا ادوات الدفع الالكترونية: تتميز بعدة مزايا نذكر منها: [1]

- بالنسبة لحاملها: تحقق وسائل الدفع الإلكتروني لحاملها مزايا عديدة أهمها سهولة ويسر الاستخدام، كما تمنحه الأمان بدل حمل النقود الورقية وتفادي السرقة والضياع، كما أن لحاملها فرصة الحصول على الائتمان المجاني لفترات محددة، كذلك تمكنه من إتمام صفقاته فوريا بمجرد ذكر رقم البطاقة.
- بالنسبة للتاجر: تعد أقوى ضمان لحقوق البائع تساهم في زيادة المبيعات، كما أنها أزاحت عبئ متابعة ديون الزبائن طالما أن العبء يقع على عاتق البنك والشركات المصدرة.
- بالنسبة لمصدرها: تعتبر الفوائد والرسوم والغرامات من الأرباح التي تحققها المصارف والمؤسسات المالية، فقد حقق City Bank أرباح من حملة البطاقات الائتمانية عام 1991 بلغت المليون دولار.

ب-عيوب ادوات الدفع الالكترونية: [2]

- بالنسبة لحاملها: من المخاطر الناجمة عن استخدام هذه الوسائل زيادة الاقتراض والإنفاق بما يتجاوز القدرة المالية، وعدم سداد حامل البطاقة قيمتها في الوقت المحدد يترتب عنه وضع اسمه في القائمة السوداء.
- بالنسبة للتاجر: إن حدوث بعض المخالفات من جانبه أو عدم التزامه بالشروط يجعل البنك يلغي التعامل معه، ويضع اسمه في القائمة السوداء، وهو ما يعني تكبد التاجر صعوبات في نشاطه التجاري.

[1] محمد مسعود، محمد إدريس ، الصيرفة الالكترونية , كلية العلوم الاقتصادية و الادارية , جامعة النيل الابيض ص12

[2] نفس المرجع السابق ص 13

- بالنسبة لمصدرها: أهم خطر يواجه مصدرها هو مدى سداد حاملي البطاقات للديون المستحقة عليهم، وكذلك تحمل البنك نفقات ضياعها.

خلاصة الفصل:

لقد كان للتطور التكنولوجي في العالم دافعا الى تطوير الخدمات المالية والمصرفية، حيث اصبحت ترتكز على جزء كبير من جهدها على تكنولوجيا المعلومات والوسائط الالكترونية واستخدام نظم مصرفية متطورة لتقديم خدمات تتماشى مع رغبات المستهلكين من حيث الوقت والمكان. فلقد أتاحت الصيرفة الالكترونية للمصارف خدمات متطورة استطاعت من خلالها تخفيض التكلفة وزيادة حجم السوق المستهدف من خلال الخدمة المصرفية عن بعد بمختلف أنواعها، كما اثر ذلك على عملاء المصارف، من خلال تخفيض تكلفة الخدمة المصرفية والسرعة والفعالية، وبدون الانتقال إلى المصرف، كما اثر ذلك على جميع القطاعات خاصة القطاع التجاري، من خلال زيادة رقم أعماله و ارتفاع عدد متعامليه. ولقد تطورت الصيرفة الالكترونية إلى أن أصبح هناك مصارف تعمل عن بعد أو ما يسمى بالمصارف الالكترونية، مما فتح فرص جديدة للمتعاملين، حيث يعمل البنك الالكتروني عبر شبكات الاتصال وبدون مقر. ولا شك ان هذا التحول من مصارف تقليدية الى مصارف تكنولوجية لم يكن بهذه السهولة حيث تطلب تطوير البنية التحتية التقنية و تكييف البيئة الملائمة لها وكذا الكفاءة الادائية والتدريب لضمان الاستمرارية، ولا بد ان بقاء المصرف الالكتروني وتطوره لا يتم الا بوجود عنصر الرقابة التقنية. في ظل هذا التطور الحاصل اصبح من الضروري الاستغناء عن الوسائل التقليدية التي كانت تعتمد عليها المصارف واستبدالها بوسائل اكثر حداثة تتمشى مع عصرنة الجهاز المصرفي، ولقد تبين لنا ان وسائل الدفع الحديثة قدمت العديد من المزايا التي حرم منها العملاء عند استعمالهم للوسائل التقليدية .

الفصل الثاني: تأثير الصيرفة الإلكترونة على الخدمات المصرفية

تمهيد

يشهد العالم في هذا العقد قفزات هائلة في نظام الاتصالات وكذلك نموا كبيرا في الخدمات المالية الالكترونية ونظام المدفوعات القائم على الانترنت .

ان تزايد الاهتمام بجودة الخدمات المصرفية الالكترونية سواءا للبنك او للعميل تعتب هي الأداة الفعالة لتحسين ومعرفة مستوى الخدمات المقدمة والمتوقعة من الزبائن ، و بناءا على ذلك فإن تقييم العملاء للجودة يمكن الممارسين من زيادة تخصيص الموارد والمعدات والتقنيات اللازمة لذلك بما يضمن أداء خدمات الكترونية ذات جودة عالية . وعليه سنتطرق في هذا الفصل الى :

المبحث الأول: ماهية الخدمة المصرفية

المبحث الثاني: ادوات قياس ومستويات الخدمات المصرفية

المبحث الثالث: العلاقة بين جودة الخدمات والاعمال المصرفية

المبحث الاول : ماهية الخدمة المصرفية

يهدف هذا المبحث إلى إبراز و تحديد مفهوم الخدمات المصرفية كما سنتطرق من خلاله إلى أنواع الخدمات المصرفية بالإضافة إلى عرض خصائصها ومميزاتها .

المطلب الاول: مفهوم الخدمة المصرفية

1 –مفهوم الخدمات:

للخدمة عدّة تعاريف نذكر منها:

تعرف الخدمات بأنها: " النشاطات غير المحسوبة والتي تحقق منفعة الزبون أو المستفيد والتي ليست بالضرورة مرتبطة ببيع سلعة أو خدمات أخرى، أي إن إنتاج خدمات معينة أو تقديمها لا يتطلب استخدام سلعة مادية"[1].

في هذا التعريف نجد بأنه ركز على أن الخدمات هي نشاط غير محسوب ولا يتطلب استخدام سلعة مادية.

– كما يمكن تعريفها بأنها: " نشاط أو منفعة يقدمها طرف إلى طرف آخر وتكون في الأساس غير ملموسة ولا يترتب عليها أي ملكية، فتقديم الخدمات قد يكون مرتبطا بمنتج مادي أو لا يكون"[2].

أما في هذا التعريف فيرى أنها غير ملموسة ولا يترتب عليها أي ملكية.

– كما تعرف أيضا بأنها: " عبارة عن منتج غير ملموس يقدم فوائد ومنافع مباشرة للمستهلك كنتيجة لتطبيق أو استخدام جهة أو طاقة بشرية أو آلية فيه على أساس أو أشياء معينة ومحددة والخدمة لا يمكن حيازتها واستهلاكها ماديا"[3].

ما يمكن الخروج به من هذا التعريف هو أن الخدمات تقدم فوائد للمستهلك ولا يمكن حيازتها.

---

[1] حميد الطائي، بشير العلاق، مبادئ التسويق الحديثة، مدخل شامل، دار اليازوري، الأردن، 2009، ص 139.

[2] حميد الطائي، بشير العلاق، إدارة عمليات الخدمة، دار اليازوري، الأردن، طبعة 2008، ص 16.

[3] علي فلاح الزعبي، مبادئ وأساليب التسويق، دار الصفاء، عمان، الطبعة الأولى، 2010، ص 25.

وتعرف أيضا بأنها: " عبارة عن منفعة مدركة بالحواس، قائمة بحد ذاتها أو متأصلة بشيء مادي قابلة للتداول، ولا يترتب عليها ملكية، وهي في الغالب غير محسوسة"[1].

ومن التعاريف السابقة نصل إلى تعريف شامل للخدمات وهو أنها:

" عبارة عن نشاطات غير محسوسة وغير ملموسة، ولا يحتاج استخدامها لسلعة معينة، ولا يترتب عليها أي ملكية وتقدم فوائد لمستهلكها، ولا يمكن حيازتها أو تداولها".

ومما سبق يتضح لنا ما يلي:

- تكون الخدمات في الغالب غير محسوسة أو غير ملموسة.
- قد ترتبط الخدمات بمنتج ملموس أو مادي.
- الخدمات تدرك بالحواس من خلال المنفعة التي يقدمها للمستفيد[2].
- تتطلب الخدمات وجود طرفين، طرف يقدم الخدمات وطرف يحصل عليها.
- لا ينتج عن أداء الخدمات نقل ملكية شيء باعتبارها غير ملموسة[3].

2 –مفهوم الخدمات المصرفية:

لقد تعددت وتنوعت تعاريف الخدمات المصرفية من نظام اقتصادي إلى آخر، ومن مدرسة فكرية إلى أخرى بل ومن مؤلف أو كاتب لآخر بما يوافق ويكرس نظرته المميزة إلى محتوى ومفهوم هذه الخدمات على النحو التالي:

[1] علي فلاح الزعبي، مرجع سابق، ص 329.

[2] حميد الطائي، بشير العلاق، مرجع سابق، ص 140.

[3] عوض بدر الحداد، تسويق الخدمات المصرفية، دار البيان، مصر، طبعة 1999، ص 48.

- **التعريف الأول:** الخدمات المصرفية هي: " عبارة عن مجموعة أنشطة تتعلق بتحقيق منافع معينة للزبون، سواء كان ذلك بمقابل مادي أو دونه، فقد يقوم المصرف أحيانا بتقديم خدمات مجانية للزبون"[1].

- **التعريف الثاني:** " الأنشطة والعمليات التي يمارسها المصرف بهدف تزويد الزبائن بالقيمة التي من خلالها يتم إشباع حاجاتهم ورغباتهم"[2].

- **التعريف الثالث:** " هي مجموعة من الأنشطة والعمليات ذات المضمون المنفعي الكامن في العناصر الملموسة وغير الملموسة، والمقدمة من طرف المصرف والتي تشكل مصدراً لإشباع حاجاتهم ورغباتهم الحالية والمستقبلية، وفي نفس الوقت تشكل مصدراً لأرباح المصرف من خلال العلاقة التبادلية بين الطرفين"[3].

تعتبر الخدمات المصرفية بأنها نشاطات ملموسة وغير ملموسة تشبع حاجات حالية ومستقبلية.

- **التعريف الرابع:** تمثل الخدمات المصرفية مجموعة الخدمات التي تقدمها المصارف لعملائها وترتبط هذه الخدمات بالوظائف الأساسية للمصارف وهي الإيداع والائتمان وخدمات الاستثمار، فالخدمات المصرفية عديدة ومتنوعة وهناك من يقسمها إلى الخدمات المصرفية التقليدية والخدمات المصرفية المستحدثة"[4].

---

[1] زياد رمضان، محفوظ جودة، الاتجاهات المعاصرة في إدارة البنوك، دار وائل للنشر، الأردن، الطبعة الثالثة، 2003، ص 27.

[2] علاء فرحان طالب وآخرون، المزيج التسويقي المصرفي واثره في الصورة المدركة للزبائن، دار صفاء، عمان، الطبعة الأولى، 2010، ص 60.

[3] تيسير العجارمة، التسويق المصرفي، دار حامد، الأردن، الطبعة الأولى، 2005، ص 32.

[4] عبد القادر بريش، التحرير المصرفي ومتطلبات تطوير الخدمات المصرفية، مجلة اقتصاديات شمال افريقيا العدد 3 ، 2003 ،ص 232.

- **التعريف الخامس:** " الخدمات المصرفية هي كل نشاط قد يقدمه المصرف للزبون، ويسعى من خلاله لإرضائه سواء كان ذلك بمقابل أو دون مقابل"[1].

ما يمكن استنتاجه من التعاريف السابقة هو أن: الخدمات المصرفية عبارة عن نشاطات ملموسة وغير ملموسة تشبع حاجات حالية ومستقبلية، ترتبط أساسا بالوظائف الأساسية للمصارف، وتزود الزبائن بقيمة تشبع حاجاتهم وليس لها أي مقابل مادي".

المطلب الثاني: خصائص الخدمة المصرفية

تنفرد الخدمات المصرفية بالمقارنة مع غيرها من الخدمات بجملة من الخصائص أهمها:

1 –الخصائص الظاهرة:

تتمثل في السمات التي يسهل تمييزها والتعرف عليها من قبل الزبون، وتشمل العناصر التالية[2]:

- المواصفات: تتصف أية خدمة مصرفية بمجموعة من المواصفات الأساسية التي تشكل أبعادها وجوانبها المختلة، والتي يتم التعامل من خلالها، ويحتاج كل مصرف لهذه المواصفات لأجل توضيح خدماته وتعريف زبائنه.

- التشكيل: تفضل بعض المصارف تجزئة الخدمات المصرفية المقدمة وتقسيمها إلى مجموعات ذات تشكيلة متكاملة لتغطية رغبات الزبائن، على أن تكون هذه التشكيلة مترابطة ومنسجمة.

[1] أحمد طرطار، سارة حليمي، جودة الخدمات المصرفية آلية لتفعيل الميزة التنافسية للبنك، الملتقى الدولي 2010، جامعة قسنطينة، ص 4.

[2] أحمد طرطار، سارة حليمي، مرجع سابق، ص 4.

– التجانس: بمعنى عدم اختلافها من زبون لآخر، وهي أهم صفة تكتسبها الخدمات المصرفية والتي تميزها عن باقي الخدمات المقدمة في القطاعات الاقتصادية الأخرى.

– الخدمات المساعدة: أي بعض الخدمات المصرفية تحتاج إلى خدمات مساعدة حتى تكتمل الاستفادة منها من قبل الزبون، فمثلا يقوم المصرف بتقديم خدمة الحساب الجاري وفي الوقت نفسه يسمح للزبون بالاستفادة من خدمات تحصيل الشبكات، فوجود خدمات معاونة أمر ضروري بالنسبة للمصرف والزبون معاً.

2 –الخصائص الضمنية:

تعتبر هذه الخصائص من أهم الخصائص التي تعمل المصارف على توفيرها وهي خصائص غير ظاهرة مرتبطة بالانطباعات المتولدة في ذهنية الزبون وكذا إمكانية المصرف وقدرته على إدخال وتوليد مجموعة من الانطباعات الإيجابية داخل نفوس الزبائن الحاليين والمرتقبين. وتتمثل هذه الخصائص في[1]:

– **الرمزية:** بمعنى أن كل خدمة مصرفية ترمز إلى وظيفتها والغرض منها.

– **الاتصال:** حيث أن الخدمات المصرفية لابد أن تعتمد في تقديمها على عملية الاتصال بين البنك وعملائه، وبالتالي يجب أن تكون الرسالة المراد تقديمها للزبون متضمنة معلومات عن خصائص الخدمات.

– **الإدراك:** ويقصد به مدى قدرة الزبون المصرفي على إدراك خصائص الخدمات المصرفية، فإدراكه هنا يدفعه إلى اتخاذ قرار التعامل معها.

– **الإشباع أو التعامل:** حيث يقوم الزبون المصرفي بعد إدراكه لخصائص الخدمات المصرفية بعملية مقارنة وتقييم لدوافعه ورغباته وقدرته على ما تُقدمه له هذه الخدمات من ميزات وخصائص كفيلة

[1] محمود جاسم الصميدعي، ردينة عثمان، تسويق الخدمات، دار المسيرة، عمان، الطبعة الأولى، 2010، ص 62.

بإشباع هذه الرغبات أو على الأقل تلبية الجانب الأكبر منها فإذا توافقت هذه الجوانب والأبعاد يتم اتخاذ قرار التعامل مع المصرف والاستفادة من خدماته المقدمة.

3 –الخصائص الخارجية:

ترتبط هذه الخصائص بالمجتمع الذي يعمل في إطاره المصرف، وكذا بعناصر البيئة المحيطة ويتمثل أهمها فيما يلي[1]:

– تأثير الخدمة المصرفية على البيئة والمجتمع: تقوم المصارف بتمويل مشاريع متنوعة للأنشطة وقد يتعارض في بعض الأحيان تقديم هذا النوع من الخدمات مع رغبة واحتياجات المجتمع الحقيقية مثل" قيام أحد المصارف بتمويل مشروع إنشاء مصنع للخمور، أو تقديم قروض لمصانع تساهم في ازدياد تلويث البيئة. . . إلخ.

– مصداقة المعلومات المقدمة عن الخدمات المصرفية: يجب على المصارف تقديم معلومات ذات مصداقية والتي تعكس الصورة الحسنة للمصرف في ذهن الزبون، بالشفافية والعلانية التي يعلن المصرف بها عن خدماته، إضافة للحفاظ التام على سرية معاملات الزبائن، وعدم السماح بأي تسرب وتوفير الحصانة الكاملة لها.

– توفير عنصر الأمان والثقة: يرتبط عنصر الأمان والثقة بالعدد من الجوانب الأدائية التي يحرص المصرف عادة على توفيرها وتؤكد وجودها بالنسبة للزبون لعل أهمها: القدرة على تقديم الخدمات المصرفية في كل وقت وفي كل مكان وبنفس المواصفات، إضافة للاستمرارية والكفاءة والسرعة والفعالية إضافة إلى الدقة الكاملة، وكذلك الجاهزية الحاضرة الفورية سواء البشرية أو الآلية الإلكترونية.

[1] أحمد طرطار، سارة حليمي، مرجع سابق، ص ص 5 ، 6.

المطلب الثالث: ظهور البنوك الإلكترونية وخدمات مصرفية جديدة[1]:

في ظل وجود شبكة الأنترنت وشيوعها وازدياد مستخدميها واستغلال هذه الشبكة في ميدان النشاط التجاري الإلكتروني، لم تكتف البنوك بدور المتفرج بل شهدت ثورة في المعاملات المصرفية أمدت هذا القطاع بأحدث الآليات، حيث جعلته أكثر مرونة وسرعة في تقديم خدماته. وبذلك ظهرت البنوك الإلكترونية، لأن البنوك الإلكترونية تحقق مع بعضها البعض العمليات المصرفية الفورية بسرعة تفوق العمليات المصرفية العادية كالتحويلات أو التسويات التي تأخذ وقتا طويلا وتكلفة مرتفعة، وبما أن البنوك الإلكترونية والمعاملات المصرفية الإلكترونية تتم عن طريق شبكة الأنترنت، فمن الطبيعي أن يتم التعامل بوسائل الدفع الإلكترونية، مما يشجع على استعمال هذه الوسائل بالإضافة إلى الخدمات المصرفية الجديدة.

المبحث الثاني: مستويات وأدوات قياس جودة الخدمات المصرفية عبر الأنترنت

تمهيد:

بدأت جودة الخدمات تحتل مكانة كبيرة في التخطيط الاستراتيجي عامة وأصبحت مدار الاهتمام والأولوية لممارسة الأعمال التجارية عامة والمالية خاصة، حيث أصبحت المصارف التي تعمل في بيئة تنافسية دائمة ومتزايدة، تشعر جدياً بتأثير الجودة وأهميتها في ضمان رضا العميل والذي يعتبر محور عملها والسبب الرئيسي في بقائها.

ولكن عملية قياس جودة الخدمة المصرفية ما زال في غاية الصعوبة بعكس ما هو سائد في المنظمات الإنتاجية والصناعية، وذلك بسبب النمطية في طبيعتها التي قد تؤدي في بعض الحالات إلى[1]:

[1] أحمد بوراس، بريكة السعيد، أعمال الصيرفة الإلكترونية الأدوات والمخاطر،دار الكتاب الحديث، طبعة 1، القاهرة، 2014، ص 241.

1)- صعوبة قياس الخدمات العامة والمصرفية خاصة وذلك بسبب عدة عوامل نستطيع إجمالها بسببين:

أ – التفاوت الإدراكي للعملاء واختلاف طريقتهم في الحكم على جودة الخدمات.

ب- أن مستوى جودة الخدمات يختلف من وجهة نظر العميل والإدارة وهذا يؤدي إلى صعوبة التوصل إلى مفهوم موحد لقياس جودة الخدمات.

2)- تتوقف جودة الخدمة على درجة مشاركة العميل، وقدرته على توفير المعلومات الدقيقة التي تساعد مقدمي الخدمة على تحديد احتياجات العميل.

3)- ان عملية الحكم على جودة الخدمات تتم وفق الأسلوب الذي يؤدي به وليس وفق معايير تتعلق بالخدمات ومكوناتها.

المطلب الأول: أدوات قياس جودة الخدمات المصرفية

أولا: أساليب القياس المباشرة لجودة الخدمة ووسائلها:

تعتمد الأساليب أو الوسائل المباشرة لقياس جودة الخدمة على التوجه مباشرة إلى العملاء بمجملهم، أو عينة منهم للتعرف على آرائهم الشخصية حول مجموعة من البنود التي تتعلق بجودة الخدمة المقدمة من قبل المصرف، ويمكن حصر الأساليب المباشرة لقياس جودة الخدمة المصرفية بما يأتي[2]:

---

[1] معلا ناجح، جودة الخدمات المصرفية التي تقدمها المصارف التجارية الأردنية، مجلة دراسات، الجامعة الأردنية، المجلد 25، العدد2، 1998، ص 47.

[2] ماهر جورج، جودة الخدمات المصرفية وأثرها في ربحية المصارف (دراسة ميدانية على المصارف الخاصة في سوريا)، دراسة أعدت لنيل درجة الماجستير في العلوم المالية والمصرفية، كلية الاقتصاد، قسم مصارف وتأمين، جامعة دمشق، 2015، ص 43، 44.

أ – مناهج الاستقصاء: وبموجب هذه الوسيلة " من وسائل القياس" تؤخذ عينة محددة تمثل جميع أفراد المجتمع، ويتم اختيار هذه العينة إما بطريقة عشوائية وإما بطريقة فئوية حيث توزع على أفرادها استمارة الاستقصاء، وهي عبارة عن مجموعة من الأسئلة للموضوع المراد لمعرفة أداء هذه الفئة فيه، وتكون هذه الأسئلة مُعدة بطريقة مبنية حتى يسهل على أفرادها الإجابة عنها، ومنها ثم تقوم أجهزة متخصصة بتبويب الإجابات وتحليل المعلومات للحصول على النتائج وتفسيرها.

ب – الملاحظة الشخصية: ويعتمد هذا الأسلوب على أن تتولى الإدارة نفسها عملية قياس مستوى جودة خدماتها، بطريقة الملاحظة المباشرة للإجراءات الإدارية المختلفة في ميدان العمل، والاحتكاك المباشر بالعملاء وملاحظة ردود أفعالهم وأداء مقدمي الخدمات في أثناء عملهم.

ومن أمثلة أسلوب الملاحظة الشخصية المباشرة حساب الوقت الفعلي لإنهاء اجراءات معينة كمنح قرض أو تسهيل ائتماني معين للعميل عن مدى رضاه عن مستوى الخدمة عموماً.

جـ – المسح العام: ويدخل في إطاره طريقة المقابلة الشخصية لاستقصاء الرأي الفردي العميق وطريقة المناقشة الجماعية.

ثانيا: طرق القياس غير المباشر لجودة الخدمة:

هناك الكثير من الوسائل والطرق التقليدية المستخدمة في القياس غير المباشر لجودة الخدمات عامة والمصرفية خاصة من ضمنها على سبيل المثال لا الحصر:

1- صناديق الاقتراحات والشكاوي.

2- الاتصال المباشر بقسم الشكاوي.

3- الاتصال المباشر بالمسؤولين.

4- وسائل الإعلام المختلفة مثل برامج البث المباشر.

هذا وإن كانت هناك طرق أخرى تقليدية وغير مباشرة لقياس جودة الخدمة، إلاّ أن معظم هذه الوسائل غير دقيقة ولا تقوم على أسس علمية أو إحصائية، وعلى هذا الأساس ظهر نموذجان لقياس جودة الخدمة وأصبحا معتمدين في البحوث والدراسات التي تتناول جودة الخدمات وهما:

1- مقياس الفجوات SERVQUAL[1]:

ينسب هذا المقياس إلى **Parasuraman**وآخرين عام **1988** وهو يعتمد على توقعات العملاء لمستوى جودة الخدمة، وإدراكهم لمستوى أداء الخدمة المقدمة بالفعل من ثم تحديد الفجوة أو التطابق بين هذه التوقعات وبين الإدراك، وذلك باستخدام الأبعاد الخمسة لجودة الخدمة وهي الجوانب المادية الملموسية، والاعتمادية، والاستجابة، والأمان، والتعاطف.

وقد حدد نموذج الفجوات التي تسبب عدم النجاح في تقديم الخدمة بالجودة المطلوبة بخمس فجوات[2]:

أ – فجوة بين توقعات العميل وإدراك إدارة المنظمة: نجد أن إدارة المنظمة لا ترى توقعات الجودة بمنظور صحيح، فقد لا تدرك دائما وبدقة رغبات العملاء، وكيفية حكم العميل على مكونات الخدمة، لأن المعلومات التي لديهم عن السوق وأنماط الطلب غير صحيحة، أو لأن تفسيرها لا يكون صحيحاً، فقد يعتقد مثلا مديرو المصارف أن البعض يحكمون على جودة خدمة المصرف من خلال تنوع الخدمات المقدمة، بينما قد يكون الوقت المستغرق في تقديم الخدمة هو الأكثر أهمية من وجهة نظر العميل.

ب – فجوة بين إدراك إدارة المنظمة وتحديد درجة دقة مواصفات الجودة: وهذه تعني أن مواصفات الجودة لا تتطابق مع توقعات المنظمة، وقد يعزى السبب في ذلك إلى عدم قدرة المنظمة على وضع

[1] عبيد عصام محمد، تطبيق مفاهم إدارة الجودة الشاملة مفاهيم أساسية، جامعة أسيوط، مصر، 2010، ص 23.
[2] الضمور، هاني حامد، تسويق الخدمات، دار النشر، عمان،2005، ص 439، 441.

مستويات واضحة للجودة، أو إلى أخطاء في إجراءات التخطيط، أو قد تكون مستويات الجودة واضحة ولكنها لا ترتقي لمستويات توقعات العملاء المستهدفين، فمثلا قد ترغب إحدى المؤسسات المصرفية توقع فترة انتظار العميل للحصول على الخدمة ولكن ليس لديها الإمكانية اللازمة لذلك.

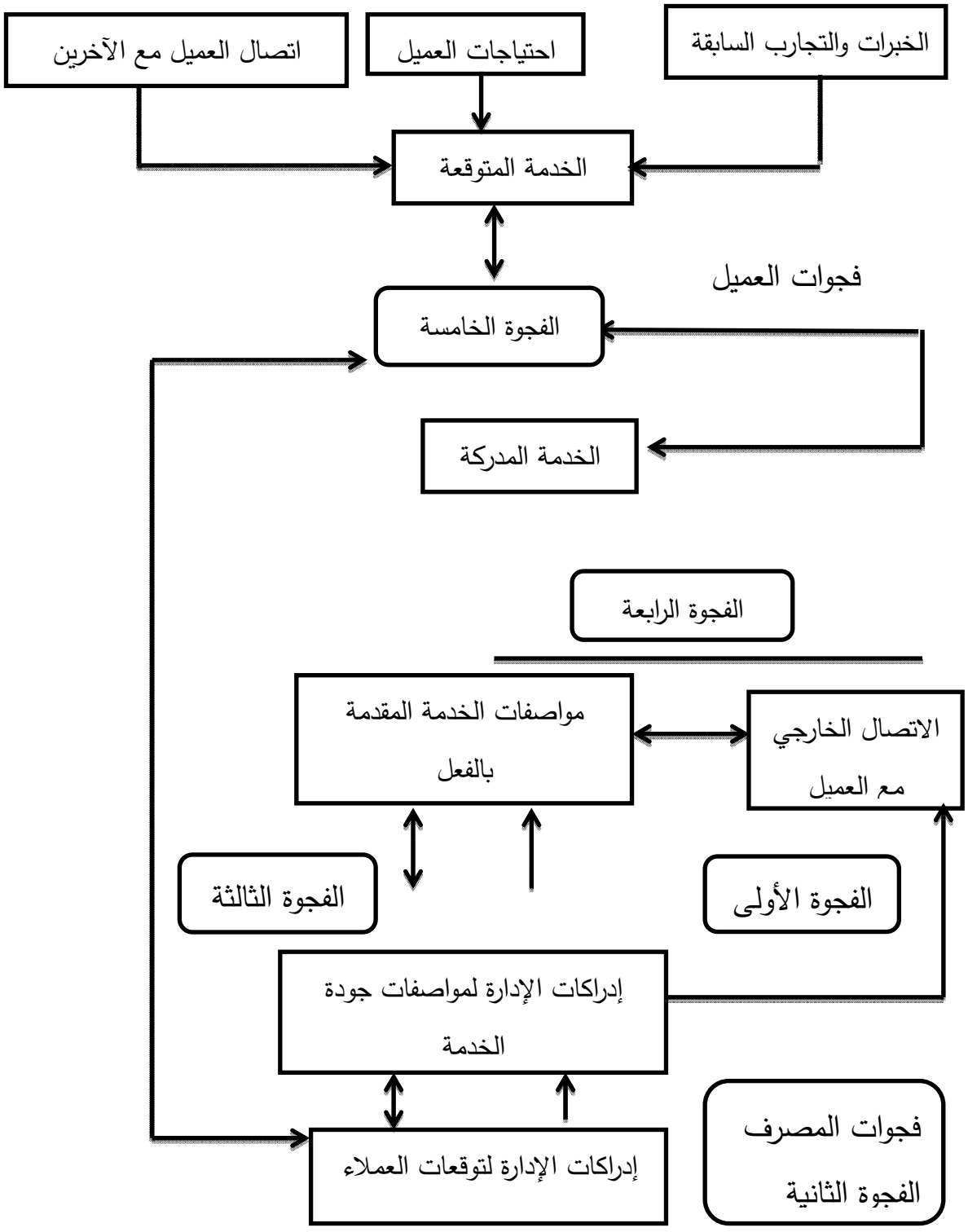
ت – فجوة بين تحديد مستوى جودة الخدمة والتسليم الفعلي للخدمة: حيث أن هناك كثيرا من العوامل التي تؤثر في أداء الخدمة، منها أن تكون المواصفات معقدة جدا وغير مرنة، أو أن يكون العاملون غير مقتنعين بالمواصفات المطلوبة، أو غير مدربين بصورة كافية على أداء الخدمة، أو ألاّ يكون لديهم الحافز الكافي لأداء الخدمة، أو وجود أنظمة تشغيل سيئة، فهذا كله يؤثر في مستوى جودة الخدمة المؤداة إلى انحدارها عن المستوى المرغوب والمحدد سابقاً.

ث – فجوة بين أداء الخدمة والاتصال بالسوق: وهذا يعني أن الدعوى أو الوعود المعطاة من خلال أنشطة الاتصال الترويجي لا تتطابق مع الأداء الفعلي للخدمة، وقد يرجع السبب في ذلك إلى عدم التنسيق أو ضعفه بين العمليات والتسويق الخارجي في المنظمة، ومن أمثلة ذلك قيام العميل بطلب خدمة ثم الإعلان عنها مسبقاً من قبل المصرف ليتفاجأ عند حصوله على هذه الخدمة أن تفصيلاتها ومواصفاتها لا تتطابق مع الإعلام المروج من قبل المصرف.

ج – فجوة بين الخدمة المؤداة والخدمة المتوقعة: وهذا يعني أن الخدمة المدركة لا تتطابق مع الخدمة الفعلية، وقد يكون ذلك لحدوث أكثر من فجوة في آن واحد.

ثم قام **Parasuraman**وآخرين عام **1991** بإضافة مجموعة ثالثة لقياس الأهمية النسبية للأبعاد الخمسة للعملاء، واستخدمت هذه الدرجات لوزن جودة الخدمة بدقة أكبر والشكل الآتي يوضح هذه الفجوات:

الشكل رقم (05) نموذج SERVQUALلقياس جودة الخدمة[1]:



[1] محمد تيسير السقال، قياس جودة الخدمات المصرفية المقدمة في المصارف التجارية، عمان، دار وائل للنشر والتوزيع، 2016، ص 88.

2/- مقياس الاتجاهات للأداء الفعلي للخدمة SERVPERF:

نتيجة للانتقادات التي وجهت للمقياس السابق SERVQUAL فقد توصل كل من تايلور وكرونين Cronin&Taylor إلى مقياس آخر لجودة الخدمة لا يعتمد على الفجوات بين الإدراكات والتوقعات (Cronin،Taylor1992) كما كان الحال في النموذج السابق، وإنّما يركز على الأداء الفعلي للخدمة المقدمة، على اعتبار أن جودة الخدمة يمكن الحكم عليها مباشرة عن طريق آراء واتجاهات العملاء، ويمكن التعبير عنها بالمعادلة التالية:

" **جودة الخدمة = الأداء**"

وقد استخدم الباحثان في نموذجهما الجديد نفس الأبعاد الخمسة والعناصر التي تتكون منها 22 عبارة وهي الجوانب الملموسة، الاعتمادية، الاستجابة، الأمان، التعاطف، كما أن أسلوب القياس لم يتغير والذي يمثل في مقياس ليكرت للموافقة وعدم الموافقة على العبارات الواردة في النموذج[1].

ويعود سبب استخدام الباحث لهذا المقياس إلى أن دراسات عديدة أثبتت نجاح وأفضلية المقياس ومنها دراسة تايلور روكرونين**1992** والتي تم من خلالها إجراء اختبار لأربعة نماذج لقياس جودة الخدمة:

1- SERVQUALهو جودة الخدمة = الأداء - التوقعات

2- WEIGHTEDSERVQUALجودة الخدمة = الأهمية * (الأداء - التوقعات)

3- SERVPERFالجودة = الأداء

4- WEIGHTEDSERVPERFجودة الخدمة = الأهمية * الأداء.

[1] العيادي هاشم، الدور الاستراتيجي لإدارة الجودة الشاملة في إدارة علاقات الزبون، مجلة العلوم الإنسانية، جامعة الكوفة، العراق، 2007، ص 12.

وقد خلصت الدراسة إلى أن مقياس SERVPERF(الأداء فقط) أفضل المقاييس لأن هذا المقياس يستبعد فكرة الفجوات في الأداء والتوقعات ويركز على الأداء فقط، وقد أجرى (أبو معمر 2005)[1] دراسة لقياس جودة الخدمة المصرفية في البنوك العامة في قطاع غزة وأظهرت نتائج الدراسة أن مقياس الأداء SERVPERFيعد أفضل من مقياسSERVQUALفي قياس جودة الخدمة المصرفية.

المطلب الثاني: مستويات خدمات الصيرفة عبر الأنترنت:

لفهم الأنواع المختلفة من منتجات الصيرفة عبر الأنترنت لمساعدة الهيئات المنظمة على تقييم المخاطر التي تنطوي عليها في الوقت الحالي، نستعرض ثلاثة مستويات أساسية للصيرفة عبر الأنترنت في السوق وهي[2]:

أ – المستوى الإعلامي: وهذا المستوى الأساسي من خدمات الصيرفة عبر الأنترنت عادة ما يقوم البنك بتسويق المعلومات حول منتجاته وخدماته من على موفر خدمات مستقل، حيث المخاطر منخفضة نسبياً وعادةً ما يكون هناك مسار بين مزود الخدمة **(Provider)** والشبكة الداخلية للبنك والتي تمكنه من توفير هذا المستوى من الخدمات أو بالاستعانة بمصادر خارجية.

فقد تعرض موقع مزود خدمة الأنترنت للتغيير فيحدق ذلك خطرا بالبنوك، فالضوابط الرقابية المناسبة لمنع وقوع ذلك، يجب أن تتم بطريقة ما في مكان آمن لمنع التغييرات غير المصرح بها في موقع البنك على شبكة الأنترنت (خادم موقع ويب البنك).

---

[1] أبو معمر فارس محمود، قياس جودة الخدمات المصرفية في البنوك العامة في قطاع غزة، مجلة الجامعة الإسلامية، المجلد الثالث عشر، العدد الأول، 2005، ص 12.

[2] أحمد بوراس، السعيد بريكة، مرجع سابق، ص، ص 266، 267.

ب – المستوى التفاعلي والاتصالي: يسمح هذا النوع من نظام خدمات الصيرفة عبر الأنترنت بالتفاعل بين البنك والعميل، قد يكون التفاعل مقتصراً على البريد الإلكتروني ومثال ذلك التحقق من الحساب، طلبات الحصول على القروض، أو تحديثات تخص ملف العميل (تغييرات في الاسم والعنوان)، لأن مسار هذا الملقم أو موفر الخدمة للبنك على الأنترنت قد يكون متصلا مباشرة بالشبكات الداخلية له والخطر هنا أعلى مع هذا الاستخدام لنظم المعلوماتية.

والضوابط الرقابية يجب أن تكون مناسبة في المكان لمنع ومراقبة وتنبيه إدارة البنك من أي محاولة غير مصرح بها للوصول إلى الشبكات الداخلية ونظم الكمبيوتر، حيث تصبح في هذه البيئة عملية الحد من تسلسل الفيروسات أكثر أهمية.

ج – المستوى المعاملاتي: يسمح هذا المستوى من خدمات الصيرفة عبر الأنترنت للعملاء القيام بتنفيذ المعاملات، بوجود عدة مسارات بين مزود خدمة الأنترنت وبنك خارجي أو الشبكة الداخلية للبنك، وهنا تكون المخاطر عند أعلى درجاتها، لذا يجب أن تكون أقوى أساليب الرقابة متوفرة إذ يمكن للعملاء أداء معاملاتهم، وتشمل إدارة الحسابات ودفع الفواتير وتحويل الأموال وإجراء الدفعات النقدية وإجراء كافة الخدمات الاستعلامية. . . . إلخ، فاستخدام الأنترنت لا يزال في توسع مستمر، حيث المزيد من البنوك والقطاعات الاقتصادية تستخدم شبكة الأنترنت لعرض المنتجات والخدمات بهدف تعزيز الاتصالات مع المستهلكين.

المطلب الثالث: القواعد القانونية الناظمة للصيرفة الإلكترونية:

أدى استخدام وسائل الدفع الإلكترونية والنمو السريع لاستخدام شبكة الأنترنت في مجال التجارة الإلكترونية خلال السنوات الأخيرة والتي أظهرت العديد من المشاكل تولد عنها ظهور مخاطر كبيرة للعمل التجاري عامة، والمصرفي خاصة، وبالتالي سنحاول التطرق إلى المخاطر في العمل

المصرفي الإلكتروني، ومقابل ذلك نتطرق إلى القواعد والتشريعات التي تم سنها أو اقتراحها للحد من هذه المخاطر.

أولا: ماهية المخاطر المصرفية: في معرض نشاط المصرفي للمصارف تتعرض إلى العديد من المخاطر، سواءً مخاطر تقليدية أو جديدة، و لا يمكن فهم المخاطر الجديدة دون الرجوع إلى التقليدية[1].

أ –المخاطر التقليدية: وتشمل المخاطر المتعلقة بالقروض، حظر السيولة، خطر انخفاض العملة، مخاطر عملية (ناتجة عن أخطاء بشرية أو تقنية) خطر تغيير أسعار الفائدة.

ب – المخاطر الجديدة المصرفية: من الصعب جدا إعداد قائمة كاملة متكاملة عن المخاطر المصرفية الجديدة التي يمكن للمصارف التي تباشر الصيرفة الإلكترونية أن تواجهها، وذلك بسبب التطور السريع في مجال تقنيات الاتصالات، وسنحاول ذكر الأهم كما يجب الإشارة هنا إلى أن جميع المخاطر التي سوف نتطرق إليها هي مخاطر ناتجة عن استعمال الصيرفة الإلكترونية والنقود الإلكترونية وتشمل ما يلي:

– المخاطر العلمية: تنتج المخاطر العلمية في الصيرفة الإلكترونية من احتمالات الخسارة الناتجة من خلل في شمولية النظام أو من أخطاء العملاء أو من برنامج إلكتروني غير ملائم للصيرفة والنقود الإلكترونية معاً.

وتشمل ما يلي:

- خطر عدم حماية النظم الإلكترونية.

[1] موسى خليل متري، القواعد القانونية الناظمة للصيرفة الإلكترونية، الجديد في أعمال المصارف من الوجهتين القانونية والاقتصادية، مداخلة في المؤتمر العلمي السنوي بعنوان الجديد في التقنيات المصرفية، الجزء الأول، كلية الحقوق، جامعة بيروت العربية، منشورات الحقوق، لبنان، 2002، ص 267.

- مخاطر احتيالية
- سوء استعمال الخدمات المصرفية والنقود الإلكترونية من قبل العميل.

– مخاطر تتعلق بسمعة المصرف: وهي عبارة عن خلاصة سمعة سيئة للمصرف بين الجمهور مما نتج عنه خسارة كبيرة في عدد الزبائن وفي الأموال وعادة ما تنتج السمعة السيئة من رد فعل المصرف على تصرفات من شخص ثالث[1]، فمثلا في النقود الإلكترونية مصير وتصرفات المؤسسات تتعلق إلى درجة كبيرة بالشركات إلى تصميم النظام الإلكتروني، وتقدم خدمات شبكات الاتصالات. . . إلخ.

– المخاطر القانونية: تكون هناك مخاطر قانونية عندما لا يحترم المصرف القواعد القانونية والتشريعات النافذة والأعراف المصرفية والتجارية أو عندما لا تكون هناك نظم قانونية واضحة ودقيقة بخصوص عمليات مصرفية جديدة[2]، وتتعلق غالبية المخاطر القانونية بالتوقيع الإلكتروني، عدم صحة البنود أو عدم قابليتها ولتنفيذ القانون الواجب التطبيق.

– المخاطر التلقائية: تشمل مختلف المخاطر التي تظهر في نظام نقل الأموال إلكترونيا وحتى في الأسواق المالية الإلكترونية مما يصعب على المشاركين في النظام تنفيذ التزاماتهم، كما يمكن أن يؤدي إلى عدم قدرة مشاركة طرف آخر للقيام بدوره في تنفيذ التزاماته في موعدها.

ثانيا: القواعد القانونية لإدارة المخاطر المصرفية الإلكترونية:

سنحاول التطرق للنموذج المعد من قبل لجنة بازل المصرفية[3]، ونموذج الاتحاد الأوروبي لأهميته وأخيرا لأحدث القواعد المختارة من دول العالم التي شهدت تطور كبير في هذا المجال ألا وهي هونغ كونغ.

---

[1] موسى خليل متري، نفس المرجع السابق، ص 267.

[2] نفس المرجع السابق، ص 267.

[3] **لجنة يازل:** هي لجنة للرقابة المصرفية تتكون من مجموعة من الدول الصناعية العشر تهدف إلى وضع معيار موحد لرأس المال بين كافة البنوك.

أ –نموذج لجنة بازل:

يجب على السلطات عند مراقبة المصارف والإشراف عليها التأكد أن لدى المصارف نظام إداريا جيدا واستراتيجية واضحة ومحددة وكافية للسيطرة على هذه المخاطر، انطلاقا من وجهة النظر هذه أعدت لجنة المدفوعات ونظام التسوية التابعة للجنة بازل وهي نفسها تابعة لبنك التسوية الدولية، نموذجاً لحماية نظام الأموال الإلكترونية[1].

وفق هذا النموذج فإن العناصر الأساسية لحماية نظام النقود الإلكترونية تتضمن المحاسبة دورياً والمراقبة الداخلية والمستمرة والفصل بين المسؤوليات والمعلومات التي تصل إلى موظفي المصرف إضافة إلى الفحص والتطوير المستمر لأجهزة الحاسوب وأنظمة المعلوماتية فيها والاستخدام المادي للمعلومات المنقولة إلكترونيا (أي بعد طبعها على الورق) مجموعة هذه العناصر تشكل الخط الأول للحماية ضد المخاطر.

لذلك تقترح لجنة بازل وضع استراتيجية متكاملة عند المصارف لمواجهة الأوجه الجديدة للمخاطر مالية في المصرف، وهذه الإجراءات تتضمن ثلاثة عناصر أساسية يمكن إيجازها على أنها إجراءات لتقدير الخطر والسيطرة على إمكانية التعرض للخطر وإدارة الخطر يمكن شرحها على النحو التالي:

– تقدير المخاطر: تقدير المخاطر عبارة عن اجراءات مستمرة تتضمن ثلاثة مراحل وهي:

- تحديد المخاطر التي يمكن للمصرف أن يتعرض لها.
- تحديد مقدار الخطر الواجب اتخاذه من قبل مجلس إدارة المصارف.

---

[1] نفس المرجع السابق، ص 270.

- مقارنة الخطر مع غير من المخاطر وتحديد قدرة إمكانية مواجهته.

– الحد من التعرض للمخاطر: وفق اقتراحات لجنة بازل المقصود بالحد من التعرض للمخاطر هي إدارة والحد من هذه المخاطر تتضمن هذه الخطوة مراحل وهي[1]:

- وضع سياسية واجراءات حماية المصرف إلكترونيا.
- الاتصالات الداخلية (الاتصال والحوار المستمر بين إدارة المصرف والإطارات العليا في المصرف حول سياسة الصيرفة الإلكترونية الواجب اتباعها من قبل المصرف وقت الخطة الموضوعة من قبل إدارته).
- تحديث المتطلبات الإلكترونية وتطورها.
- التعاون والتنسيق الإقليمي الدولي بين المصارف حول الصيرفة الإلكترونية.
- إرشاد وتثقيف العميل.
- وضع خطة مضادة للأعطال الإلكترونية.

– مراقبة المخاطر: عملية مراقبة المخاطر مهمة خاصة في مجال الصيرفة الإلكترونية، بسبب استعمال الشبكات الإلكترونية والأنترنت وتتضمن مراقبة المخاطر عنصرين أساسيين هما[2]:

- نظام الفحص والمراقبة الدورية.
- تدقيق الحسابات وذلك بالاستفادة بالخبراء والشركات المتخصصة.

ويتميز نموذج لجنة بازل كونه تطرق إلى كيفية مواجهة المخاطر في الصيرفة الإلكترونية والنقود الإلكترونية بالإضافة إلى نصائح وتوجيهات متجانسة ومتباينة، إلا أنها غير محدودة إذ أنها لم تتطرق إلى قضايا مهمة مثلا: التوقيع الإلكتروني والقانون المطبق على عمليات الصيرفة الإلكترونية.

[1] موسى خليل متري، مرجع سابق، ص 270.

[2] موسى خليل متري، نفس المرجع السابق، ص 271.

ب –نموذج الاتحاد الأوروبي:

يسعى الاتحاد الأوروبي حاليا إلى اعتماد تشريع موحد يتناول حلول للمشاكل قانونية مختلفة في التجارة الإلكترونية مثل العقود الإلكترونية وإبرامها، والتوقيع الإلكتروني. . . إلخ، ضمن هذا المسعى أصدرت اللجنة الاقتصادية والاجتماعية في الاتحاد الأوروبي في عام 1997 وثيقة بعنوان مبادرة الاتحاد الأوروبي في التجارة الإلكترونية وقد شملت هذه الوثيقة على اقتراحات اعتماد نظام قانون لمقدمي الخدمات الإلكترونية في السوق الأوروبية، فقد أظهرت هذه الوثيقة أهمية حماية النظم القانونية وأدواتها مثل التوقيع الإلكتروني وحماية وسائل الدفع الإلكترونية[1]، كما قدمت هذه اللجنة اقتراحات أخرى تسعى من خلالها إلى توحيد التشريعات الأوروبية حول التجارة الإلكترونية.

وسنحاول إعطاء بعض النقاط الهامة في هذا المشروع على النحو التالي:

– تحديد مكان إقامة الخدمات الإلكترونية: يعتبر الاتحاد الأوروبي مكان إقامة (موقع) مقدم الخدمات لا يعني القانون الواجب التطبيق أو القضاء المختص منظر للنزاع عند تشويه في العقود المبرمة بالطرق الإلكترونية مع شخص مقيم في ألمانيا، لمعرفة القانون الواجب التطبيق يجب معرفة مكان إقامة مقدم الخدمات (فرنسا) في مثالنا وقواعد التنازع القوانين التي يمكن أن تطبق في حالة نشوء نزاع بينهما، أي يمكن أن يخضع العقد الإلكتروني لقواعد القانون الفرنسي أو الألماني أو أية دول أخرى.

نلاحظ أن المشرع لم يحدد مكان إقامة الخدمات الإلكترونية بل تركه لتشريعات الداخلية لكل دولة.

– صحة العقود الإلكترونية: يتطرق مشروع التوجهات إلى متطلبات إبرام العقد الإلكتروني وإعداد الطرق التقنية للتأكد من صحة الإيجاب والقبول والاعتراف بقانونيتها من جهة، والاعتراف بصحة إبرام

[1] نفس المرجع السابق، ص 268.

هذه العقود من جهة أخرى، حيث يعرف التوقع الإلكتروني بأنه بيانات في شكل إلكتروني مدرجة في رسائل بينات أو مضافة إليها أو مرتبطة منطقيا يجوز أن تستخدم لتعيين هوية الموقع بالنسبة إلى رسالة البيانات ولبيان موافقة الموقع على المعلومات الواردة في رسالة البيانات[1].

وقد أكدت التعليمات على ضرورة اعتماد نظام أو معيار دولي واحد بهذا الخصوص، والتوسع في اعتماد التوقيع الإلكتروني يقود حتما إلى توسيع التجارة الإلكترونية بما في ذلك العمليات المصرفية وطرق الدفع الإلكترونية لأن المعيار الدولي يعني الاستقرار والحماية لعمل التجارة ويقلل من مخاطر الاحتيال والأخطار الأخرى[2].

ج – النموذج المقدم من هونغ كونغ:

قامت اللجنة القيادية المشرفة على تقرير البنية المالية بهونغ كونغ بتطوير نموذج الخاص حول إدارة المخاطر في الخدمات المالية والذي أساسها مخاطر الأوراق المالية والسوق الثانوية بالإضافة إلى الصفقات الإلكترونية المستعملة في الصيرفة الإلكترونية تشكل البينة التحتية الإلكترونية حجر الزاوية في برنامج هونغ كونغ وهدفها الأساسي من ذلك تقليل المخاطر بشكل ممتاز، حيث يتألف نظام البنى التحتية الإلكترونية في هونغ كونغ من أربعة عناصر هي[3]:

– اتفاقية مقاصة واحدة من أجل إدارة المخاطر بشكل أفضل لكي تكون اتفاقية التقاص متكاملة، بحيث يجب أن تشمل العناصر التالية:

- إنشاء إدارة تقاص مباشرة.

[1] حسين شحادة الحسين، العمليات المصرفية الإلكترونية، الجديد في أعمال المصارف من الوجهتين القانونية والاقتصادية، مداخلة في المؤتمر السنوي بعنوان الجديد في التقنيات المصرفية، الجزء الثاني، كلية الحقوق، جامعة بيروت العربية، منشورات الحلي، لبنان، 2002، ص 223.

[2] موسى خليل متري، مرجع سابق، ص 285.

[3] موسى خليل متري، المرجعالسابق، ص 286.

- نظام تقاص مباشر للأموال بين المصارف.
- محفظة أحوال مؤسسة والقدرة على إدارة المخاطر ووضع إجراءات متزامنة تشمل عمليات التقاص.

– اجراءات مباشرة بين المستخدمين للاتصال الإلكتروني من أجل تحسين السعر والفعالية.

– سوق الأوراق الإلكترونية: من أجل نقل سوق الأوراق المالية في هونغ كونغ إلى سوق إلكتروني وضعت السلطات حيز التنفيذ كما يلي[1]:

- إصدار الأوراق المالية الجديدة الإلكترونية.
- إبدال الأوراق المالية الورقية القديمة بأوراق إلكترونية وتشجيع هذا التحويل.
- تبني وثيقة شاملة لجميع الإصدارات الواردة في شركات مقيمة خارج هونغ كونغ.
- اعتماد أموال إلكترونية في تجارة الأوراق المالية الإلكترونية.

نستنتج مما سبق أن نظام هونغ كونغ يعتبر الأكثر تطورا والذي يسعى إلى السيطرة على المخاطر من خلال إنشاء نظام تكنولوجي عالمي وتجنب المخاطر.

المبحث الثالث: تأثير جودة الخدمات على العمل المصرفي وأهم تحديات العمل المصرفي عبر الأنترنت

المطلب الأول: العلاقة بين جودة الخدمة والأعمال المصرفية عبر شبكة الأنترنت[2]

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] موسى خليل متري، المرجع السابق، ص 288.

[2] حورية جنان، مرجع سابق ، ص 69.

1 – وجهة نظر الزبون CostomerPerspective: يعد الزبون العامل الأكثر أهمية في تصميم وتقديم وتقييم مستوى الجودة، خصوصاً في الصناعات الخدمية التي تكون أكثر حساسية وعرضة للتقلبات، فالجودة المطلوبة هي مستوى جودة الطلب الصريح أو الضمني للزبائن الذي يتوقعه مقدمو الخدمة، أي أنها تشكل توقعات المستعملين الآخرين للخدمة بسمعة المصرف أيضا.

في حين تعطي الجودة المدركة الانطباع الكلي للزبون، والتجارب على مستوى الجودة بعد التحقق من الخدمة، ويعطي احتمال بين الجودة المدركة والجودة المطلوبة مقدم الخدمة فرصة هامة لقياس رضا الزبون بناءً على صياغة وتشكيل معيار دقيق وفعلي على أساس نتائج تقييم الزبائن للخدمة ولتعزيز جودة الخدمة المصرفية عبر شبكة الإنترنت بشكل فعال، يجب على الصيرفيين أن يفهموا أولا الخصائص والمواصفات التي يستعملها الزبائن للحكم على جودة الخدمة، فالمفاهيم التقليدية لجودة الخدمة خُلقت للحصول على الطبيعة الشخصية المتبادلة للتصادمات الخدمية، لذا تم القيام بالعديد من الدراسات التي حددت الأبعاد الرئيسية للجودة في البيئة المصرفية التقليدية.

وفي الوقت الحالي، يمثل بحث جودة الخدمة في البيئات الإلكترونية جزءاً هاما من أنشطة وبحوث علوم الإدارة والمعلومات، كما أنه لا يعطي شكلا وصيغة موحدة لتوقعات جودة خدمة الزبائن وإدراكاتهم للتجارة الإلكترونية وتطبيقاتها في الأعمال المصرفية. وهناك ما يطلق عليه حاليا اسم إدارة علاقات الزبائن والتي تهدف لإدارة علاقات الزبائن عبر شبكة الإنترنت، لذا فقد سميت بالإدارة الإلكترونية لعلاقات الزبائن. وأكثر من ذلك، فإن جزءاً مناسبا من أدوات البحث العلمي تطبق على التجارة 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 عبر شبكة الإنترنت بشكل كامل.

أي أن الأنترنت تمنح الزبون الفرصة ليحدد الوقت والمكان والطريقة التي يشتري بها الخدمة المصرفية، وتعد الأعمال المصرفية الإلكترونية بمثابة سلعة تمويلية ومصرفية تخص مجموعة الخدمات الموصوفة ضمنياً من خلال توجيه مجموعة من العناصر غير الملموسة عبر الشبكة ومن خلال الاتصال غير المباشر مع الزبائن الذي يدعم بشكل كامل عن طريق تبادل المعلومات والمعارف بين المصرف وزبائنه.

ومن جهة أخرى تلعب الأعمال المصرفية الإلكترونية بالضرورة دورا هاما في التجارة الإلكترونية بحيث أنها لا تشكل فقط جزءاً من نماذج الأعمال الإلكترونية ولكن تخلق بشكل عام في الأساس لتنفيذ أي نوع من معاملات التجارة الإلكترونية، ولدى المصارف في هذه الأيام معارف كافية لجميع تقنيات التجارة الإلكترونية والدعم الفني المقدم في هذا المجال أيضاً.

2 – وجهة نظر مقدم الخدمة ProviderPerspective[1]

إن التركيز على العملية المصرفية أو عرض الخدمة قاد إلى تعريف الجودة داخليا على أنها المطابقة للمتطلبات، وهذا يؤكد على أهمية الإدراك والجودة من جانب عرض الخدمة، أو أن هناك دوراً هاما للعملية في تحديد جودة النتائج. وتمثل جودة المطابقة إدراك الجودة من وجهة نظر مقدم الخدمة ويعد حاملو الأسهم (المساهمين) Shareholderوإدارة المصرف MangementBank والعمال Employers بمثابة مقدمي خدمات ويعتمد تحقيق جودة المطابقة بين مستوى الجودة المخطط (المستهدف) والجودة الحقيقية المسلمة للزبائن على نظام إدارة جودة الخدمة في المصرف. ويعد نظام الجودة لأي مشروع كنظام فرعي، Sabsystem 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

[1] حورية جنان، نفس المرجع السابق، ص 60،61.

الشخصية، أو الأهداف الموضوعة للخدمة المصرفية، والقواعد التشغيلية، ومؤشرات الأداء وشبكة الاتصالات.

وينظر إلى الوضع الحالي للأعمال المصرفية عبر شبكة الأنترنت على أنها سلعة منفصلة ومعقدة عبر وسائل إدارية كثيرة يمكن الاستفادة منها بشكل مذهل، ويعد مدير الأعمال المصرفية للأنترنت بمثابة دليل شامل يجب أن يشارك في اتخاذ القرارات المتعلقة بجودة الخدمة المصرفية نظراً 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 كفاءة المعلومات، واتجاهات الخدمات الإلكترونية أو التعرف على أفضل الممارسات العالمية في ميدان جودة الخدمات المصرفية عبر شبكة الأنترنت 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 عن المشكلة الأساسية التي قد يتعرض لها مدير الأعمال المصرفية عبر شبكة الأنترنت.

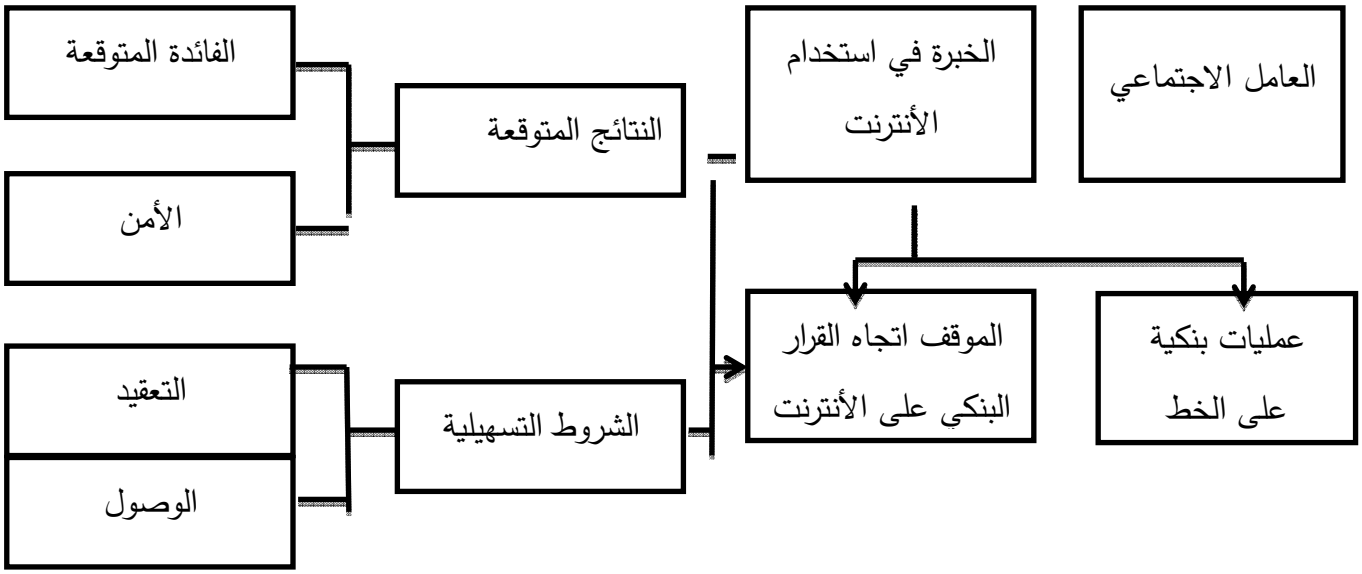
المطلب الثاني: تأثير مصارف الأنترنت على سلوك العملاء وأداء المصارف[1]

للمصارف على الأنترنت أثر كبير على سلوك العملاء من خلال الفوائد المتوقعة منه والأمن والتكاليف والشروط التسهيلية 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 الأنترنت: إن الشكل رقم (06) يوضح هذه المحددات

[1] حورية جنان، نفس المرجع السابق، ص 61.

الشكل (06): المحددات السلوكية للعميل المصرفي في الأعمال المصرفية



أ – النتائج المتوقعة[1]:

– الفائدة المتوقعة: القيمة المتوقعة هو احتمال استخدام التكنولوجيا يزيد من أداء المستخدم في التنظيم يمكن أن ينظر الأفراد للفوائد المنتظرة من استخدام شبكة الأنترنت في المعاملات المصرفية بأن توفير الوقت والمال أو أي منفعة أخرى، فهي تؤثر إيجابا على الموقف من العمل المصرفي على شبكة الأنترنت.

– أمن المعاملات: هي من العقبات التي يواجهها البنوك، لقد ثبت أن الأمن هو أحد العوامل التي تحدد للمستخدم أن يبدأ أو يواصل معاملاته المصرفية عبر الأنترنت أو العكس. فعلى البنك أن يوفر موقع آمن يحافظ على خصوصية العمل ويحافظ على سرية معاملاته الشخصية.

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

[1] حورية جنان، نفس المرجع السابق، ص 62.

– التعقيد: يعكس مدى التجديد في البنك الذي يعتبر حاليا من الصعب فهمه أو استخدامه، لأن سهولة الاستخدام يعكس درجة عدم التعقيد، فالمعاملات المصرفية عبر الأنترنت هي الطريقة الأكثر سهولة لأنها خالية من أي جهد

– الوصول: هو أحد سمات النظام نفسه، يشير إلى سرعة وسهولة الاتصال والتصفح والعكس صحيح لأنه يمكن أن يتخذ الفرد موقفا سلبياً اتجاه المعاملات المصرفية عبر الأنترنت لصعوبة أو عدم القدرة على استخدام هذه التكنولوجيا.

– الثقة: الثقة تأخذ معناها الكامل، إن افتراضية الصفقات تدفع بالعملاء للاعتماد على الثقة المصرف Entionattention مع محدودية القدرات المصرفية، المستهلك سوف يسعى للحد من عدم اليقين وتعقيد المعاملات الإلكترونية، فالثقة هي الكفاءة، النزاهة وحسن الثقة.

ج – الخبرة في استخدام الأنترنت والمواقف اتجاه المعاملات المصرفية عبر الأنترنت: هي التجربة من حيث الاستخدام، حيث يوفر للمستخدم المهارات والمعرفة التي تجعل من الأنترنت 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 الأنترنت إيجابي أو سلبي، والذي ينتج عنه النية في إجراء هذه المعاملات.

د– العوامل الاجتماعية: هي قابلية الفرد للامتثال للمعايير المرجعية للجماعة في استخدام الأنترنت للمعاملات المصرفية.

2– تأثير بنوك الأنترنت على الأداء التجاري للمصارف[1]:

بصفة عامة البنوك عن بعد هي مجموعة قنوات إلكترونية بما فيها البنوك على الأنترنت، ففي هذا الإطار نظرتنا تستهدف على الأخص الربط بين اعتماد المعاملات المصرفية عبر الأنترنت

[1] حورية جنان، نفس المرجع السابق، ص ، ص 63، 64.

والأداء التجاري، والأبعاد الخمسة للأداء هي: جودة الخدمات، تخفيض التكاليف، تنويع مجموعة العروض، فتح أسواق جديدة، وإنشاء علاقات مع العملاء.

إن المعاملات المصرفية عبر الأنترنت هو مفهوم يشمل العملية التي تمكن المستهلك من إدارة المعاملات المصرفية عبر الأنترنت لمدة 24/ 24 ساعة و 7 أيام على 7 أيام، بأي وسيلة فعالة لنظام المعلومات كي يجري كل نوع من المعاملات المالية وفقا للمستويات المختلفة بتطبيق تكنولوجيا المعلومات والاتصالات.

أ– تحسين جودة الخدمات وتخفيض التكاليف: ولتحسين جودة الخدمة نرى أن القطاع المصرفي يلجأ للتحديد أي استخدام تكنولوجيا للاتصال والمعلومات لتحسين جودة خدماته وتوسيع مجموعة عروضه، أما المستفيدين من الخدمات على الأنترنت ينظرون إليها على أنها الزيادة في حرية الخدمات وتطوير الخدمات الاستشارية عن بعد.

إن اللامؤقتية للخدمة التي تسمح بها مختلف المعدات وأنظمة المعلومات واللامحلية وكسب الوقت، إمكانية التفاوض، المرونة، تسهيل عملية الحصول على هذه الخدمة، التفاعل في الوقت الحقيقي، الاستجابة السريعة، تبادل المعلومات الموثوقة والآمنة وغير ذلك. كلها في تحسين جودة زيادة ولاء العملاء، فهي ملزمة إذا بتحسين الخدمات المقدمة فواضعي التسويق جميعا متفقون على أن اعتماد كفاءة الشبكات يعود إلى تخفيض التكاليف وتحقيق وفرات الحجم.

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 الزيادة 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 النجاح (الانفتاح) وهذا للحفاظ على عملائه بل واستهداف شرائح جديدة في الأسواق المحلية والأجنبية. هذا يقودنا إلى القول بأن ارتفاع درجة اعتماد المعاملات المصرفية عبر الأنترنت له أثر إيجابي 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 شمولاً، تماسكاً، أكثر ثراءً وأكثر ابتكاراً، لكل من المؤسسة والعميل نفسه، ونحن نعتقد في الواقع أن اعتماد المصارف على الأنترنت، يتيح فرصا جديدة لتوسيع نطاق المنتجات والخدمات المقدمة للعملاء لتلبية متطلباتهم واحتياجاتهم، والتي تختلف عن عروض المنافسين مما يسمح للمصرف التميز مقارنة بالمنافسين الرئيسيين.

جـ- تعزيز العلاقة مع العملاء: لقد أثبتت الدراسات أن غالبية المؤسسات المشاركة في التجارة الإلكترونية قد استخدمت لتعزيز علاقاتها مع العملاء المحتملين أو لزيادة رضا العملاء الحاليين.

لهذا نرى أن اعتماد المعاملات علاقتها مع عملائها من خلال استخدام قنوات اتصال متعددة ومتكاملة ومتاحة في جميع الأوقات هذه العلاقة تميل إلى أن تصبح أكثر تخصيصا، لهذا فتشخيص العلاقة يمكن أن يكون أفضل ميزة تتجاوب لتلبية الاحتياجات المحددة لكل عميل في البنك والتي تؤثر على مستوى الرضا العام[1].

[1] تشيروف فضيلة، أثر التسويق الإلكتروني على جودة الخدمات المصرفية، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في التسويق، قسم العلوم التجارية، جامعة قسنطينة، الجزائر، 2009-2010، ص ص 63، 59.

المطلب الثالث: التحديات التي تواجه العمل المصرفي عبر الأنترنت

هناك مجموعة من العمليات التي تقف أمام توسع تطبيقات الصيرفة الإلكترونية، بالرغم من ذلك إلا أننا نركز على جملة التحديات التي تشمل:

1- التحديات التكنولوجيات الحديثة للعمليات المصرفية: تعتبر التكنولوجيا في حد ذاتها تحديا في حقل بناء الأعمال الإلكترونية، وإدارة المعلوماتية، وهي على بعدين، بعدها الأول البنى التحتية وتتمثل في مدى توظيف وتمكين التكنولوجيا في القطاع المصرفي والتحديات الاستراتيجية للتقنية وسلامة التعاملات ومتطلباتها، أما البعد الثاني فيتمثل في تحديات التميز والاستمرارية والتوافر والقدرة التنافسية وهو تحد يتصل بالأعمال أو على نحو أدق بمفهوم تطوير الأعمال، وأهم تحديات التقنية.

2- التحديات العملية: لقد نتج عن التقدم التكنولوجي الكثير من المنتجات والخدمات الجديدة ودفعت بالأعمال نحو الفاعلية والتميز وإدخال هذه التكنولوجية الجديدة في الأعمال أجبرت الإداريين والمشرعين بالرجوع إلى الأسس والمبادئ الجوهرية لتتلائم وقواعد العمل الجديدة في بقية الأعمال الإلكترونية فيما يتعلق بتنظيم وإدارة المعلومات والتكنولوجيا، وكل التغيرات تحديات عملية عند استخدام التطبيقات التكنولوجية.

يصاحب أداء العمل الإلكتروني المصرفي من خلال المصارف الإلكترونية العديد من المشاكل والصعوبات القانونية والجرائم الإلكترونية والتي ترتبط بالأساس بما يعرف بالمعلوماتية ووسائل الاتصال الحديثة بوصفها البيئة التي تؤدي فيها المصارف الإلكترونية خدمتها المصرفية[1].

- الجرائم الإلكترونية: تعتبر الجرائم الإلكترونية أو جرائم الأنترنت هي النوع الشائع من الجرائم لأنها تتمتع بالكثير من المميزات مما يدفع بالمجرمين لارتكابها ويمكن تعريفها بأنها الجرائم التي لا تعرف

[1] بن عباد محمد سمير، سماحي أحمد، التكنولوجيا الإلكترونية ضرورة أم حتمية بالنسبة للمؤسسات المصرفية الجزائرية، جامعة تلمسان، ص 120.

الحدود الجغرافية والتي يتم ارتكابها بأداة هي الحاسب الآلي عن طريق الأنترنت وبواسطة شخص على دراية فائقة بهما.

أ– جرائم الاحتيال والسرقة (الاحتيال المعلوماتي): وتعبر جريمة الاحتيال أو الغش المعلوماتي في القطاع المصرفي عن سلوك احتيالي أو خداعي مرتبط بالكمبيوتر يهدف بواسطته إلى كسب فائدة أو مصلحة مالية، والمجرم بهذه الطريقة إما أن يكون من موظفي المصرف أو من التقنيين المختصين في هذه التكنولوجيا المستخدمة[1].

ب– الجرائم التي تستهدف الحاسبات والشبكات (جرائم الإضرار بالبيانات): وهذا النوع من الجرائم من أشدها خطورة وتأثير وأكثرها حدوثا وتحقيق للخسائر للأفراد والمؤسسات، ويشمل كل أنشطة تعديل أو محور أو إتلاف أو تعطيل العمل للمعلومات وقواعد البيانات الموجودة بصورة إلكترونية على الحواسب الآلية المتصلة بشبكة المعلومات.

ج– جرائم الاعتداء على الأموال: ظهرت جرائم الاعتداء على الأموال مع زيادة درجة اعتمادية المؤسسات المصرفية والمالية على تكنولوجيا المعلومات والاتصالات والتحول في كافة العالم نحو ما يطلق عليه المصارف والمؤسسات المالية الإلكترونية.

وظهرت هذه الجرائم مع دخول بطاقة الائتمان والدفع الإلكتروني بأنواعها المختلفة لتسهيل التعاملات والتوجه للإقلال من التعاملات بالنقد المباشر في إطار التحول إلى المجتمع اللانقدي.

د–جرائم التزوير: وتتمثل في تزوير البريد الإلكتروني والوثائق والسجلات الإلكترونية وتزوير الهوية.

[1] أسيا قاسمي، أثر العولمة المالية على تطوير الخدمات المصرفية وتحسين القدرة التنافسية للبنوك الجزائرية، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في العلوم الاقتصادية، تخصص اقتصاديات المالية والبنوك، جامعة أحمد بوقرة، بومرداس، 2014–2015، ص 195.

هـ- جرائم الاعتداء على الأشخاص: ويقصد به السب والقذف والتشهير وبث أفكار وأخبار من شأنها الإضرار الأدبي أو المعنوي بالشخص أو الجهة المقصودة.

و- الجرائم ضد الحكومة: ويشمل هذا الصنف كافة جرائم تعطيل الأعمال الحكومية وللحصول على المعلومات السرية والإرهاب الإلكتروني[1].

[1] دغنوش العطرة، استخدام شبكة الأنترنت كأداة لتقديم الخدمات البنكية وأثرها على الأداء البنكي، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في العلوم الاقتصادية، تخصص نقود ومالية، جامعة بسكرة، 2016-2017، ص 84.

خلاصة الفصل:

من خلال ما سبق نجد أن الخدمات المصرفية تلعب دورا مهما في المصارف التجارية إذ تعتبر العمود الفقري لها وهي تتعلق بمصير ومستقبل هذه الأخيرة من خلال ما لها من أهمية كبيرة في عملية جذب الزبون، حيث يتم من خلالها تحقيق الأهداف المسطرة بالنسبة للمصارف وذلك من خلال اتخاذ قرار صائب وراشد وعقلا لتسيير العمليات التي تقوم بها المصارف من أجل الوصول إلى تحقيق جميع الأهداف، كما تجدر الإشارة أنه يجب أن ينظر إلى جودة الخدمات المصرفية من وجهة نظر الزبون، لذا يتوجب على المصرف محاولة التعرف على رغبات الزبون وحاجاته حتى تتمكن الإدارة المصرفية من تحسين خدماتها لتتلائم مع المتطلبات الجديدة وحتى يتمكن المصرف من تحسين علاقاته مع الزبائن وضمان وفائهم له.

الفصل الثالث: واقع الصيرفة الالكترونية في الجزائر

(دراسة حالة القرض الشعبي الجزائري وكالة المدية)

تمهيد:

نظرا لواقع النظام المصرفي الجزائري الذي لا يختلف كثيرا عن ماضيه منذ استقلال الجزائر ونظرا للتطور المذهل الذي عرفته تكنولوجيات الإعلام والاتصال وتأثيرها على كل جوانب الحياة وخاصة الاقتصادية والاجتماعية والسياسية.

فإن ما يميز الخدمة المصرفية التي يطرحها النظام المصرفي الجزائري بأنها خدمة تقليدية ولا تتناسب مع ما هو حاصل في الدول المتقدمة، لذلك بدأ التفكير في تحديث الخدمة المصرفية في الجزائر وذلك بجعلها عصرية. ومن بين أهم عناصر التحديث للخدمة المصرفية هو تحديث وسائل الدفع بمختلف أنواعها وجعلها وسائل دفع إلكترونية، حتى يسهل اعتماد الصيرفة الإلكترونية في الجزائر.

وسنحاول في هذا الفصل التطرق فيه إلى واقع الصيرفة الإلكترونية في الجزائر.

وذلك من خلال ثلاث مباحث:

المبحث الأول: الصيرفة الإلكترونية في النظام المصرفي الجزائري

المبحث الثاني: دراسة حالة بنك القرض الشعبي **CPA**

المبحث الثالث: استخدام البطاقات الإلكترونية

المبحث الأول: واقع الخدمة المصرفية في النظام المصرفي الجزائري

شهد العالم المصرفي الجزائري تطورا كبيرا في السنوات الأخيرة نتيجة الجهود التي بذلتها الجزائر لتحريره وإصلاحه وتطويره، كما تعددت الخطوات التي بذلتها المؤسسات المصرفية العاملة في الجزائر من تحسين خدماتها وتطويرها، ولكنها أثمرت هذه الجهود على نتائج غير كافية ولا تتناسب مع الوضع الداخلي والخارجي، لذلك لابد من التحديث والتطوير.

المطلب الأول: تطوير الخدمة المصرفية في النظام المصرفي الجزائري

في سياق المتغيرات التي اجتاحت البيئة المالية الدولية، اصبح لزاماً على المصارف التجارية زيادة عنايتها بجودة ما تقدمه من خدمات كأحد العناصر المحددة للقدرات التنافسية المصرفية في السوق المصرفية الداخلية والخارجية ضمن حلقة العولمة المالية، من خلال تفاعل رأس المال مع وسائل الاتصال الحديثة، مما يستوجب تطوير الخدمة المصرفية في المصارف الجزائرية.

أولا: أساليب التطوير

تتمثل أساليب التطوير في العناصر التالية[1]:

أ– تحسين الإدارة: ويتم من خلال الموظفين المؤهلين وذوي التكوين العالي والكفء، والهدف من هذا هو جعل الإدارة رشيدة ومسؤولة، وتتمتع بأكثر دقة من طرف الزبائن.

ب– تحسين التسيير: ويتم من خلال تطوير الإجراءات والخطوات والمراحل التي ينبغي أن يمر بها الزبون حتى يحصل على الخدمة لتصبح أكثر بساطة وأيسر وأعلى درجة من الكفاءة.

[1] رزيق كمال، عبد الحليم فوضلي، تحديث النظام المصرفي الجزائري، مداخلة في الملتقى الوطني حول المنظومة المصرفية الجزائرية والتحولات الاقتصادية، الواقع والتحديات، جامعة شلف، 2010،الجزائر، ص 376.

جـ- تحديث الخدمات: وذلك من خلال زيادة وتنوع الخدمات مما يتلاءم مع احتياجات ورغبات الزبائن فتسعى المؤسسة لتلبية هذه الرغبات والاحتياجات، مع زيادة تشكيلة وتطوير وإدخال تكنولوجيا في الخدمة وأدائها لتصبح أكثر فعالية وتنافسية.

ثانيا: تطوير الخدمة المصرفية:

تطوير الخدمة المصرفية هي الرفع من مستوى الخدمة المصرفية وتجديديها بتطبيق تقنيات حديثة مسايرة للتوجهات العالمية في تسيير المصارف، من هذا المفهوم يجب على المصارف العاملة في الجزائر تحسين أدائها في العمليات المصرفية الأساسية وفي الخدمات الجديدة لأن الخطوات القادمة والرهانات المستقبلية تفرض بشكل خاص تحديث الخدمات المصرفية وأنظمة الدفع وفي رفع مستوى الإدارة في المصارف، فالاستعداد للرهانات القادمة يستوجب تطوير ما يلي[1]:

- تقدير وزيادة المنتجات والخدمات المصرفية لتحقيق احتياجات واشباع حاجات الأفراد.
- ترقية المؤسسات الافتراضية في تمويل الاستثمارات وتشجيع الصادرات.
- تحسين نوعية الخدمات المالية وتطوير وسائل الدفع بشكل سريع.

وتطوير الخدمات المصرفية يستند إلى مصادر خارجية ومصادر داخلية وهي على النحو التالي:

أ – المصادر الداخلية لتطوير الخدمة المصرفية:

تضم هذه المصادر كافة المصادر داخل المصرف التي يمكن أن تعطي أفكار لتطوير العمل المصرفي أو تطوير الخدمة المصرفية، وأهم هذه المصادر ما يلي:

- إدارة التسويق من خلال الدراسات التحليلية للسوق المصرفية، احتياجات ورغبات الزبائن، أساليب تقديم

[1] رزيق كمال، عبد الحليم فوضلي، نفس المرجع السابق، ص 377.

الخدمات المصرفية.

- إدخال تكنولوجيا المعلومات في أداء الخدمة المصرفية.
- مدير المصرف من خلال اقتراحات لتطوير الخدمة المصرفية.
- موظفي المصرف، من خلال تنظيم دورات تدريبية وتكوينية لهم.

ب – المصادر الخارجية: تشمل المصادر الخارجية لتطوير الخدمة من العناصر التالية[1]:

- زبائن المصرف الحاليين.
- المصارف المنافسة
- معاهد ومراكز البحث العلمي.
- شركات الدراسات الخارجية
- إضافة خدمات جديدة.

ثالثا: الاتجاهات الحديثة لتطوير الخدمة المصرفية في الجزائر:

لقد تحول النشاط المصرفي من مجرد القيام بعمليات الإقراض داخل حدود الدولة إلى قيام المصارف بالدخول في مجال الاستثمار في جميع القطاعات وتحملها الكثير من المشروعات الصناعية والخدماتية والتجارية وتنويع مصادر تمويلها بالداخل والخارج، فالاتجاهات الحديثة لتطوير النظام المصرفي الجزائري تكون على الشكل التالي:

[1] رزيق كمال، عبد الحليم فوضلي، نفس المرجع السابق، ص 378.

أ– التوجه نحو المصارف الشاملة: المصارف الشاملة هي نتيجة حتمية للعولمة المالية، فهذه المصارف تسعى إلى تنمية مواردها من كافة القطاعات كما تقدم الائتمان لكافة القطاعات، فلسفة المصرف الشامل تقوم على التنوع بهدف استقرار وزيادة حركة الودائع وانخفاض تكلفة المخاطر.

ب –تحرير تجارة الخدمات المالية: من بين أهم النتائج العامة لتحرير الخدمات المصرفية المالية (خدمات مصرفية، تأمين...الخ) وبما أن هذا الأمر أصبح منطقي فما على المصارف إلاّ تحرير هذه المعاملات مما يؤدي إلى:

- جعل القطاع المصرفي أكثر كفاءة واستقرار.
- اتساع السوق المصرفي.
- تخفيض تكاليف الخدمات المصرفية وزيادة جودتها بسبب درجات المنافسة.
- تمكين عمليات التحرير من تخفيض مخاطر السوق، وتساعد على تطوير وتوسيع السوق المالي من خلال حجم التعاملات وظهور ما يسمى بالخدمة المصرفية الإلكترونية والصيرفة الإلكترونية.

رابعا: مبررات تطوير الخدمة المصرفية

إن التوجه إلى تحديث الخدمة المصرفية لا بديل عنه في ظل عولمة الاقتصاد وتعدد حاجات المجتمع فأصبح بحاجة إلى المزيد من الخدمات المصرفية الجديدة أكثر تنوعاً، وإلى أدوات استثمارية تدير لهم عائد مالي مناسب ويمكن حصر مبررات تحديث الخدمة المصرفية فيما يلي:

أ– العولمة المالية:

يمكن تعريف العولمة المالية على أنها ناتج الأساسي لعمليات التحرير المالي والتحول إلى الاندماج المالي الذي يؤدي إلى تكامل وارتباط الأسواق المالية الخارجية من خلال عدة عمليات منها إلغاء

القيود على حركة وتدفق رؤوس الأموال من وإلى الدول مما يسهل عمليات انتقالها وتحركها في أسواق المال الدولية[1]، فالعولمة المالية تتضمن تحرير المعاملات التالية:

– المعاملات المالية المتعلقة بالاستثمار بمختلف أنواعه.

– المعاملات المالية المتعلقة بالاستثمار في السوق المالي.

– المعاملات الخاصة بالائتمان ومنحه، التأمينات، الخدمات الأخرى.

وقد ساعدت على عملية العولمة المالية عوامل هي[2]:

– ضغوط تحرير التجارة التي أدّت إلى ارتفاع قيمة وحجم العمليات التجارية الدولية، تولد عنها إيجاد فرص جديدة للاستثمار الدولي، وبالتالي البحث على أساليب جديدة لتمويل.

– ثورة المعلومات والاتصالات الحديثة.

– إن العولمة المالية طريق جديد لتحقيق عائد اقتصادي سريع ومرتفع.

– تحرير النشاط التمويلي من المخاطر الغامضة والمعرقلة، التي تؤثر على الادخار العائلي ومعاملات المؤسسات والأفراد.

ب – ربحية البنك وتحسين الخدمات المقدمة للزبائن:

ومن أجل تحقيق ربحية المصارف، وتحسين الخدمات المقدمة للزبائن لابد على المصرف التعامل مع أفضل التقنيات وذلك بتحقيق أربعة اهداف وهي:

– التعامل بكفاءة مع النمو الهائل والمتسارع لعدد من حسابات الزبائن بالمصارف.

– تخفيض التكلفة الحقيقية للمدفوعات، وإجراء المقاصة فيما بين الشبكات التي تمثل هذه المدفوعات.

[1] صالح مفتاح، العولمة المالية، مجلة العلوم الانسانية، العدد 02، جامعة بسكرة، الجزائر، جوان 2002، ص 215.
[2] أسيا قاسمي، مرجع السابق ، ص 272.

– تحرير الزبائن من قيود المكان والزمان.

– تطبيق التقنيات الحديثة التي تمكن المصارف من تقديم خدمات لزبائنهم لم تكن معروفة من قبل[1].

ج– قوة المنافسة:

في ظل توجه الجزائر نحو انضمامها إلى المنظمة العالمية للتجارة، واستعادتها المالية المصرفية بداية تطبيق الشراكة الأور جزائرية مما ينجر عن تحرير في المعاملات المصرفية والمالية مما يفرض على المصارف التجارية الاستعداد للمنافسة سواء تعلق الأمر بالمصارف الخاصة أو المصارف العمومية، لا سيما المصارف الجزائرية العمومية التي يجب أن تمارس نشاطها على أنها شركة تجارية حسب ما نص عليه قانون النقد والقرض (10/90) والأمر (11/03).

المطلب الثاني: تطوير وسائل الدفع في النظام المصرفي الجزائري

يعتبر تحديث وسائل الدفع من أهم عناصر تحديث الخدمة المصرفية في النظام المصرفي الجزائري، ونميز نوعين منها التقليدية والحديثة (الإلكترونية) فالانتقال من التقليدية إلى الإلكترونية لا يمر إلا بتحديث وسائل الدفع الحالية.

أولا: واقع وسائل الدفع في النظام الجزائري:

يمكن تعريف وسائل الدفع هي تلك الأدوات المستعملة في أداء العمليات الاقتصادية والتجارية والائتمانية بين الأفراد والمؤسسات ومختلف الهيئات الحكومية[2].

وتأخذ وسائل الدفع المستعملة في النظام المصرفي الجزائري عدة اشكال منها:

[1] رزيق كمال، عبد الحليم فوضلي، نفس المرجع السابق، ص 380.

[2] الطاهر لطرش، تقنيات البنوك، ديوان المطبوعات، الطبعة الثانية، الجزائر ،2003، ص 31.

أ)– النقود: وهي وسيلة الدفع الوحيدة التامة السيولة، وهي الأكثر استعمالا من بين كل وسائل الدفع بل إن كل هذه الوسائل تتحول في النهاية إلى هذه النقود، سواء بواسطة الخصم قبل تاريخ الاستحقاق أو بواسطة تسديد هذه الأوراق عند حلول هذا التاريخ، وعن طريق تحويل النقود بين التاجر والمصرف في حالة بطاقة الائتمان وعلى خلاف وسائل الدفع الأخرى التي يصدرها اشخاص مختلفون، فإن النقود تصدر من جهة معروفة ومنظمة النظام المصرفي، ويمكننا أن نفرق بين النقود القانونية أو التامة السيولة والنقود الاخرى التي تشمل نوعين هما: النقود القانونية، نقود الودائع.

ب)– الشيك (الصك): وهو من وسائل الدفع الأكثر انتشارا إلى جانب النقود الورقية، وهو عبارة عن وثيقة تتضمن أمراً بالدفع الفوري للمستفيد للمبلغ المحرر عليه، وقد يكون غير معروف إذا كان الشيك محرراً لحامله، ويتخذ شكل محدد (نمذجة الشيك) وقد يكون غير معروف إذا كان الشيك محرراً لحامله والشيك هو أداة وفاء[1] ويتم تداول الشيك من يد إلى يد.

جـ)– السند لأمر: السند لأمر هو ورقة تجارية، تحرر بين شخصين لإثباتات مالية واحدة، فهذا السند هو إذا عبارة عن وثيقة يتعهد بواسطتها شخص معين بدفع مبلغ معين إلى شخص آخر في تاريخ لاحق هو تاريخ الاستحقاق[2].

وعلى أساس هذا التعريف يمكن أن نستنتج أن السند لأمر هو وسيلة قرض حقيقية، حيث أن هناك مدة من الزمن من جانب الدائن لكي يسدد ما عليه في تاريخ الاستحقاق الذي يتفق بشأنه.

[1] عمورة عمار، الوجيز في شرح القانون التجاري الجزائري، دار المعرفة، الجزائر، 2000، ص 30.
[2] الطاهر لطرش، نفس المرجع السابق، ص 32.

د)- السفتجة (الكمبيالة): السفتجة هي عبارة عن ورقة رابحة، ولكن تختلف عن الأوراق الأخرى، كونها تظهر ثلاثة أشخاص في آن واحد، وتسمح بإثبات ذمتين في نفس الوقت، وهي من جهة أخرى عبارة عن أمر بالدفع لصالح شخص معين أو لأمره ومن هذه النقطة بالذات يمكنها أن تتحول إلى وسيلة دفع[1].

هـ)- سند الصندوق: يحدث أن يقوم شخص ما بإقراض مؤسسة أو مصرف أموالاً لأجل قصير مقابل الحصول على فائدة ومقابل ذلك تقوم الهيئة المقترضة (تكون في الغالب مصرفاً) بإصدار وثيقة تعترف فيها بهذا الدين، هذه الوثيقة هي سند الصندوق[2]، ويمكن تعريف هذا الأخير بأنه التزام مكتوب من طرف هذا المصرف أو هذه المؤسسة بدفع المبلغ المذكور في السند (هو مبلغ القرض) في تاريخ معين هو تاريخ الاستحقاق، وقد يكون هذا السند محرر باسم هذا الشخص أو لأمر حامل السند.

و)- السندات العمومية قصيرة الأجل: تحتاج الخزينة إلى نوعين من الأموال: الأموال طويلة الأجل لتمويل عملياتها الخاصة بالتجهيز وأموال قصيرة الأجل لتمويل نفقاتها العادية أو الجارية، وتلجأ الخزينة إلى إصدار سندات قصيرة الأجل لتمويل احتياجات السلطة العمومية فيما يخص نفقاتها الجارية، وذلك عندما يتأخر تحصيل الإيرادات الضريبية، نظرا لطابعها المتقطع في الزمن، وعدم القدرة على الانتظار لاستعجالية النفقات[3].

ثانيا: واقع استخدام وسائل الدفع الإلكترونية في الجزائر:

تم برمجة جملة من الاجتماعات واللقاءات مع مختلف البنوك والهيئات المصرفية لمناقشة ملف توسيع الدفع بالبطاقة الإلكترونية في الجزائر، التي دخلت حيز التنفيذ منتصف **2016** وبداية **2017**

[1] عمورة عمار، نفس المرجع السابق، ص 75.

[2] الطاهر لطرش، نفس المرجع السابق، ص 78.

[3] عمورة عمار، نفس المرجع السابق، ص 78.

وستصل عدد بطاقات الدفع الإلكتروني التي يرتقب توزيعها في المرحلة الأولى حوالي **15** مليون بطاقة حيث أكد الوزير المنتدب لدى وزارة المالية المكلف بالاقتصاد الرقمي وعصرنة الأنظمة المالية السيد "معتصم بوضياف"، أنه تم تسجيل **5000** معاملة تجارية عبر نظام الدفع الإلكتروني منذ انطلاق هذه الخدمة في أكتوبر **2016**، مشيراً إلى أنه يوجد **930.00** كلمة سر لم تُسلم بعد لحاملي هذا النوع من البطاقات[1].

أما في ما يتعلق بخدمة الدفع عن طريق الأنترنت والتي تمت مباشرة تطبيقها منذ فترة وتعميمها يسير بوتيرة جيدة، والتي ستشمل في مرحلتها الأولى القطاعات الخدماتية، على غرار تعميم عملية الدفع عن طريق الأنترنت في الشركات الوطنية الكبرى، كالمؤسسة الوطنية لتوزيع المياه "سيال" وكذا شركة الكهرباء والغاز " سونلغاز"، إضافة إلى مؤسسات النقل الخدماتية، شراء التذاكر، الحجوزات وغيرها وتعميم كل القطاعات بدون استثناء مع الطموح إلى توحيد عملية الدفع الإلكتروني في بطاقة واحدة تستعمل سواء للسحب أو [2] التسديد.

المطلب الثالث: تأثير الصيرفة الإلكترونية على الاقتصاد الجزائري والنظام المصرفي

في ظل توجه الجزائر نحو تبني الصيرفة الإلكترونية استوجب عليها مواجهة تأثيرات وتداعيات التي تفرضها هذه الأخيرة على الاقتصاد والنظام المصرفي الجزائري.

أولا: المصارف الجزائرية والتغيرات المستجدة

في ظل العمل المصرفي، وتوجه الجزائر نحو الدخول في الاقتصاد الدولي، فرض على المصارف الجزائرية مواجهة هذه التغيرات المستجدة، وتعد خدمات الائتمان المصرفي بمفهومها الشامل أهم المجالات

[1]Http: //Www. Radioalogerie. Info/ News/Ar/ Articte/20161218)97444.Html. Le 28/08/2019
[2]عمورة عمار، نفس المرجع السابق، ص 79

التي تبرز الضرورة للارتقاء بجودتها والقدرة على المنافسة فيها فالانتقال إلى عصر المعلوماتية يعني ضرورة تكيف المصارف الجزائرية مع تغيرات وتطورات المحيط الجديد، هذا التكيف يقتضي اتخاذ عدة اجراءات تعتمد أساسا على النقاط التالية:

أ –الارتقاء بالعنصر البشري: إن العنصر البشري يعد من الركائز الأساسية للارتقاء بالأداء المصرفي على اعتبار أن الكفاءة في الأداء هي الفاصل ما بين المؤسسات.

ويتطلب الارتقاء بمستوى أداء العنصر البشري تبنى عدداً من الاستراتيجيات المتكاملة، نذكر منها ما يلي[1]:

– تنمية مهارات العاملين بالبنوك وإعداد كفاءات مصرفية على مستوى عالمي وتطوير نظم الإدارة من خلال برامج التدريس المتطورة وضرورة مشاركة العاملين في وضع أساليب تطوير الأداء، ما يضمن التزامهم وحماسهم عند التطبيق.

– إعداد برامج التدريبية لمختلف المستويات الإدارية للوصول إلى درجة الاحتراف في المستويات الإدارية العليا والوسطى والتمثيلية بقدر كبير من المرونة والفاعلية في ظل الإيقاع السريع لنشاطات الصيرفة العالمية.

– ترسيخ بعض المفاهيم المتطورة لدى موظفي البنوك التي تتعلق بأهمية الابتكار ومواكبة التكنولوجيا الحديثة والمبادرة لكسب عملاء جدد مع التحرر من القيود الروتينية التي تعوق سير العمل.

– تطبيق مبدأ قيادات المستقبل بصورة أكثر فعالية وذلك بإعطاء فرصة للعناصر الشابة لتولي الوظائف القيادية، على أن يتم اختيار من تتوافر لديهم الكفاءة والصفات الشخصية التي تؤهله لذلك.

[1] زبيري رابح، بوزرورة ليندة، آفاق الصيرفة الإلكترونية في المؤسسة المصرفية الجزائرية، مجلة كلية العلوم الاقتصادية والتسيير والعلوم التجارية، العدد 06، جامعة البليدة 02، الجزائر 2016، ص 300.

ب – مواكبة أحداث التطورات التكنولوجية في العمل المصرفي:

لاشك في أن أهم ما يميز العمل المصرفي في عصر العولمة هو تعاظم دور التكنولوجيا المصرفية والعمل على تحقيق الاستفادة القصوى من ثمار تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، بغية تطوير نظم ووسائل تقديم الخدمات المصرفية حتى تتسم بالكفاءة والسرعة في الأداء، وقد اهتمت الدول المتقدمة بشكل خاص بتكثيف استخدام أحدث تقنيات المعلومات والاتصالات في المجال المصرفي لتحقيق هدف انخفاض العمليات المصرفية التي تتم داخل فرع البنك حيث أصبحت لا تتجاوز 10 بالمئة من إجمالي العمليات، بينما تتم جميع العمليات الأخرى بواسطة قنوات إلكترونية مثل:

أجهزة الصراف الآلي ونقاط البيع الإلكترونية، وهو ما يترتب عليه تغيرات ملحوظة في طبيعة وآليات الخدمة المصرفية[1].وعملت المصارف الجزائرية على نقل العديد من التقنيات المصرفية إلى السوق الوطنية، لاسيما منذ سنة 1997 حيث شرعت في إدخال آلات السحب الآلي إذ بلغ عددها في مطلع 2015 حوالي 570 جهاز[2].

لكن بالرغم من هذه المجهودات المبذولة إلاّ أن الفجوة التكنولوجية بين المصارف الجزائرية ونظائرها من المصارف العربية والغربية لا تزال كبيرة نظرا للعدد من المعوقات التي نوجزها في:

– غياب ثقة مصرفية في المجتمع فهو لا يتعامل بالشيك المصرفي إلا قليلا وعدم رضوخ البيئة القانونية والتشريعية المتعلقة بالتجارة الإلكترونية.

– تعدد المخاطر المتعلقة بتقديم الخدمات المصرفية الإلكترونية.

[1] زبيري رابح، بوزرورة ليندة، نفس المرجع السابق، ص 300.

[2] سمية عبابسة، وسائل الدفع الإلكتروني في النظام البنكي الجزائري الواقع والمعيقات والأفاق المستقبلية، مجلة العلوم الإنسانية، العدد 06، جامعة أم البواقي، ص 353.

– ارتفاع تكلفة انشاء وصيانة الشبكات الخاصة بالعمليات المصرفية.

وفي ظل هذه التغيرات الجديدة وجدت المصارف الجزائرية نفسها في وضع بالغ الحساسية لاسيما مع تطبيق اتفاقيات تحرير التجارة في الخدمات المالية، إذ أصبحت ملزمة بتدعيم قدراتها التنافسية لمواجهة هذه التحديات المرهونة بمدى نجاحها في تحقيق مكاسب تقنية المعلومات، ولعل أهم المحاور التي يجب أخذها بعين الاعتبار لتعظيم الاستفادة القصوى من ثورة العلم والتكنولوجيا في العمل المصرفي تتمثل في:

– زيادة الإنفاق الاستثماري في مجال تكنولوجيا المعلومات.

– التوسع في استخدام الأنترنت لتقديم تشكيلة متنوعة من الخدمات المصرفية للعملاء بكفاءة أعلى وتكلفة أقل.

– العمل على خلق شبكة مصرفية تكون بمثابة حلقة وصل إلكترونية بين المصارف من جهة وبين الشركات والعملاء من جهة أخرى.

– تفعيل دور شبكة الاتصال بين المركز الرئيسي لكل مصرف وبين باقي فروعه.

ج – تطوير التسويق المصرفي:

التسويق المصرفي يعني ذلك الجزء من النشاط الإداري للمصرف الذي يضطلع بتوفر تدفق الخدمات والمنتجات المصرفية لإشباع رغبات مجموعة معينة من العملاء بما يحقق تعظيم ربحية

المصرف وتوسعه واستمراره في السوق المصرفية، فالتسويق المصرفي في المصارف الجزائرية ما زال مستواه ضعيفا إن لم نقل منعدما بسبب غياب المنافسة المصرفية[1].

واحتكار القطاع العام لهذه المصارف بالإضافة إلى أن هيكل المصارف غير مساعد على قيام بالتسويق المصرفي، لذلك لابد على المصارف أن تقوم بدراسات في مجال التسويق وتطبيق بحوثه بما يتلاءم ومتطلبات العصر.

بالإضافة إلى العناصر السابقة الذكر، يجب على المصارف الجزائرية أن تواكب المعايير الرأسمالية وأن تستجيب لكفاية رأس المال وتطور السياسات الائتمانية وأن تهتم بإدارة المخاطر المصرفية كما يجب تفعيل دور الدولة والبنك المركزي في تطوير النظام ومراقبته والتدخل في وقت الحاجة لتفعيل وتنشيط السوق المصرفية والمساهمة في عمليات تحديث الخدمة المصرفية.

ثانيا: آثار الصيرفة الإلكترونية على الاقتصاد الجزائري والنظام المصرفي

أ- على الاقتصاد الجزائري:

إن مرور الاقتصاد الجزائري بفترة انتقالية نحو اقتصاد السوق جعله مستعداً لتبني كل الوسائل التي تؤدي به إلى الاستقرار.

- بناء الاقتصاد الرقمي في الجزائر: إن تبني نظام الصيرفة الإلكترونية يكون القاعدة نحو الانطلاق في مشاريع رقمية أخرى، تنقل الاقتصاد الوطني نحو اقتصاد رقمي يقوم أساسا على التقنية المعلوماتية الرقمية، ويوظف المعلومات والمعرفة في إدارته، بوصفها المورد الجديد للثورة، ومصدر إلهام للابتكارات الجديدة، وبذلك تساهم الصيرفة الإلكترونية بشكل كبير في تبني هذا النوع من الاقتصاد.

[1] لخضر عزي، التسويق المصرفي كرائد لنشاط النظام المصرفي في الجزائر، مجلة العلوم الإنسانية، العدد 15، جامعة قسنطينة، الجزائر، نوفمبر 2004، ص 07.

– محاربة الاقتصاد الموازي: لقد فرض تأخر وسائل الدفع في المنظومة المصرفية الجزائرية على المتعاملين التجاريين التعامل خارج الدائرة المصرفية، هذا التعامل قد ساعد على تداول النقود خارج هذا الإطار والذي ساهم في بروز ظاهرة الاقتصاد الموازي[1]، وتفشي ثقافة الإكتناز، كلها عوامل ساعدت على ارتفاع السوق الموازية، وهذا الأمر أصبح يهدد الاقتصاد الوطني الذي ما زال هشاً، وبالتالي فإن اعتماد الصيرفة الإلكترونية وإقامة أنظمة دفع إلكترونية سوق يسهل دخول النقود المتداولة في السوق الموازي إلى دائرة السوق المصرفية وبالتالي المساهمة في تحقيق من حدة الاقتصاد غير الرسمي.

– تطوير التجارة الإلكترونية في الجزائر: إن أساس التجارة الإلكتروني يعود في الأصل إلى مدى انتشار استخدام وسائل الصيرفة ووسائل الدفع الإلكترونية لإيجاد وسط مناسب لهذه التجارة.

ب–على النظام المصرفي:

إن اعتماد الصيرفة الإلكترونية في النظام المصرفي الجزائري سوف يتيح للنظام:

– مواكبة المصارف الجزائرية للتطورات العالمية: خاصة في ميدان الخدمات المصرفية الإلكترونية علما أنها تستعد للاندماج في الاقتصاد العالمي وتبحث عن جلب الاستثمار الأجنبي.

– تخفيض التكاليف: من خلال تخفيض النفقات التي تتحملها المصارف في أداء الخدمات وإنشاء فروع جديدة في مناطق مختلفة، خاصة أن الجزائر مساحتها واسعة والتواجد على الأنترنت قادر على التكفل بالوصول إلى عدد كبير من الزبائن وتقديم خدمات جيدة ومتنوعة وبتكلفة أقل، إضافة إلى إمكانية تسويق خدماتها المصرفية فضلا عن التعاملات بين المصارف والمبادلات الإلكترونية.

[1] " **الاقتصاد الموازي**": هو مجموعة من النشاطات غير الشرعية التي تمارس على هامش الاقتصاد الرسمي من طرف أفراد وجماعات محترفة، للبحث عن الربح السهل والتهرب من الضرائب .

– تعزيز الشفافية: إن استخدام الأنترنت في المصارف الجزائرية يشكل نافذة إعلامية لتعزيز الشفافية وذلك من خلال التعريف بهذه المصارف وترويج لخدماتها والإعلام عن تطورات المؤشرات المالية لوضعها تحت تصرف الباحثين وسائر الأطراف الأخرى المعنية بالأمر.

– تفعيل دور بورصة القيم المنقولة في الجزائر: من خلال إقامة سوق مالية وإقامة أنظمة الدفع الإلكتروني تساهم في تطور أدائها وترقيتها.

المبحث الثاني : دراسة حالة القرض الشعبي الجزائري CPA

تمهيد

نظرا لواقع النظام المصرفي الجزائري الذي لايختلف كثيرا عن ماضيه منذ استقلال الجزائر .ونظرا للتطور السريع الذي عرفته تكنولوجيات الإعلام والاتصال وتأثيرها على كل جوانب الحياة وخاصة الاقتصادية ، الاجتماعية والسياسية . فإن ما يميز الخدمة المصرفية التي يطرحها النظام المصرفي الجزائري بأنها خدمة تقليدية ، ولاتتناسب مع ماهو حاصل في الدول المتقدمة ، لذلك بدأ التفكير في تحديث الخدمة المصرفية في الجزائر وذلك بجعلها عصرية .ومن بين أهم عناصر التحديث للخدمة المصرفية هو تحديث وسائل الدفع بمختلف أنواعها وجعلها وسائل دفع إلكترونية ، حتى يسهل اعتمادالصيرفة الإلكترونية في الجزائر.

المطلب الاول : تعريف وكالة القرض الشعبي الجزائري CPA

القرض الشعبي الجزائري هو بنك تجاري تم انشاؤه في ديسمبر 1966 بموجب الامر 66–36 المؤرخ في 29 ديسمبر 1966، وهو ثاني بنك ظهر بعد البنك الوطني الجزائري [1]، وقد تم انشاؤه باستغلال مجموعة من البنوك السابقة وهي :

- البنك الشعبي التجاري والصناعي الوهراني .
- البنك الشعبي التجاري والصناعي للجزائر .
- البنك الجهوي الشعبي التجاري والصناعي لعنابة .
- البنك الجهوي للقرض الشعبي الجزائري .

يقوم القرض الشعبي الجزائري بجمع الودائع باعتباره بنكا تجاريا كما يمنح القروض القصيرة الاجل، و ابتداءا من سنة 1971 اصبح يقوم بمنح قروض متوسطة الاجل . وقد انبثق عنه في سنة 1985 بنك تجاري جديد هو بنك التنمية المحلية (BDL) وسنة 1989 تحول القرض الشعبي الى مؤسسة عمومية اقتصادية EPE متخذة الشكل القانوني "شركة المساهمة " .

وفي 1997/04/06 وبعد استفتاء الشروط المطلوبة من قانون النقد والقرض حصل القرض الشعبي الجزائري على ترخيص بمزاولة العمل المصرفي من بنك الجزائر واصبح ثاني بنك عمومي يحصل على هذا الترخيص من بنك الجزائر .

[1] الطاهر لطرش ,مرجع سابق، ص 189

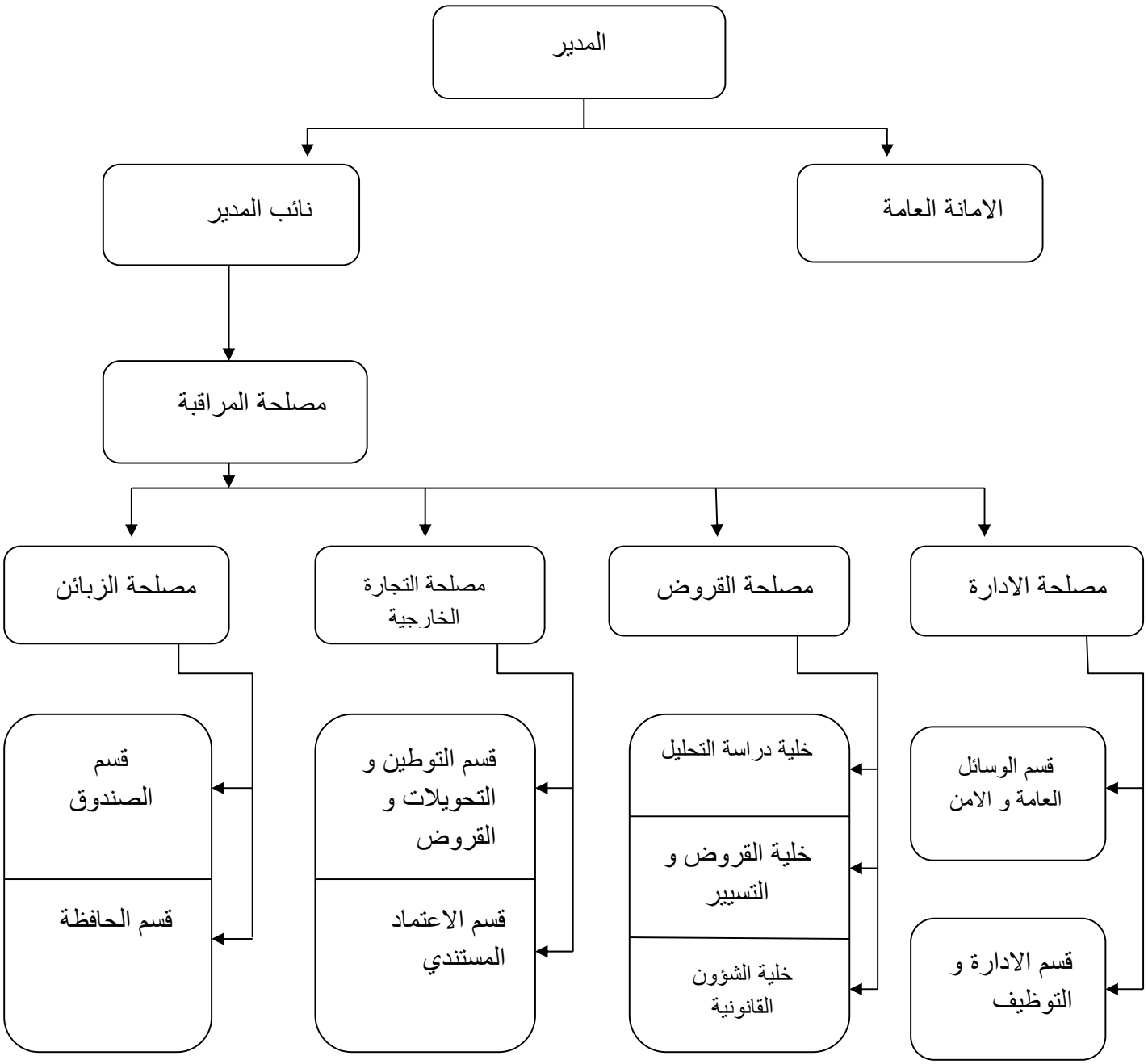
ينشط القرض الشعبي الجزائري حاليا بصفته بنك دولي في حال بنك التجزئة من خلال شبكته الكثيفة الموزعة على كامل التراب الوطني، كما انه يجمع بين حضوره المحلي والتفتح على العالم بفضل مراسليه البنكيين .

يتوفر القرض الشعبي الجزائري على شبكة بنكية مكونة من 129 وكالة مؤطرة من طرف 15 وحدة استغلال موزعة عبر كامل التراب الوطني . بلغ عدد العاملين بها 4054 عامل، تضم :[2]

- 2174 اطارا.
- 1670 اعوان التحكم .
- 210 منفذين .

ثانيا : هيكل تنظيمي لوكالة القرض الشعبي الجزائري بالمدية

الشكل (07): الهيكل التنظيمي لوكالة المدية 110 لبنك القرض الشعبي الوطني CPA



المصدر : وثائق مقدمة من قبل البنك

ج- وظائف وكالة القرض الشعبي الجزائري بالمدية

اسندت لوكالة القرض الشعبي الجزائري عند تأسيسها مجموعة من الوظائف من اهمها : [1]

- القيام بجميع العمليات المصرفية التي تقوم بها البنوك التجارية .
- اقراض الحرفيين والفنادق والقطاعات السياحية والتعونيات (غير الزراعية) في ميدان الانتاج والتوزيع و المتاجرة وعموما اقراض المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ايا كان نوعها، وكذلك اقراض المهن الحرة و قطاع المياه والري .
- تقديم قروض متوسطة وطويلة الاجل خاصة تمويل السكن والبناء والتشييد .
- تمويل القطاع السياحي والاشغال العمومية، والبناء والري والصيد البحري .
- القيام بدور الوسيط في العمليات المالية للادارة الحكومية (سندات عامة و تمويل مشتريات الدولة) .

مع التطور الحاصل في الاقتصاد تطور دور القرض الشعبي الجزائري في تمويل القطاع الخاص و كذا العام، وقد وضع اهدافا لمسايرة هذا التطور ونذكر منها :

- تحقيق لا مركزية القرار لإعطاء نوع من المرونة لكسب الوقت والزبائن.
- تحسين وجعل التسيير اكثر فعالية من اجل ضمان التحويلات اللا زمة.
- التوسع ونشر الشبكة واقترابه من الزبائن. [1]

[1] « Création et Organisation du CPA », Direction du Marketing et de la communication du CPA

المطلب الثاني : انظمة الدفع الالكترونية و البطاقات التي يصدرها بنك القرض الشعبي الجزائري CPA.

يعتبر تحديث وسائل الدفع من أهم عناصر تحديث الخدمة المصرفية في النظام المصرفي الجزائري ، ونميز نوعين منها التقليدية والحديثة (إلكترونية) فالإنتقال من التقليدية إلى الإلكترونية لا يمر إلى بتحديث وسائل الدفع الحالية .

1- انظمة الدفع الالكترونية :

في إطار تحديث وعصرنة النظام المصرفي الجزائري لاسيما منحيث أنظمة الدفع بادر بنك الجزائر بالتعامل مع وزارة المالية وبمساعدة البنك العالمي في إنجاز انظمة دفع إلكتروني متطورة تمثلت في : [1]

1-1 شبكات الاتصالات الالكترونية :

بادرت بعض المؤسسات المصرفية والمالية بتطوير شبكات إلكترونية للدفع والتسديد لكن عدم القدرة على التحكم فيها وتسييرها جعل بعضها يتوقف على أداء خدماتها ورغم ذلك فقد قامت بعض المؤسسات بإصدار بطاقات السحب مثل بطاقات السحب من الصرافات الآلية DAPلمؤسسة البريد والبطاقات المصرفية للسحب والدفع للمصارف التالية :القرض الشعبي الجزائري،بنك الفلاحة والتنمية الريفية ، بنك الجزائر الخارجي، الصندوق الوطني للتوفير والإحتياط ،بنك البركة الجزائري.

2-1 نظام التسوية الاجمالية الفورية :

هونظام تسوية المبالغ الإجمالية في وقت حقيقي ويتم فيه سير التحويلات بصفة مستمرة و على الفور بدون تأجيل وعلى أساس إجمالي.

---

[1] بن زكري عبد الرحمان بلال, خمارة أمينة, واقع التقنيات المصرفية الحديثة في البنوك الجزائرية ,مذكرة ماستر أكاديمي, جامعة قسنطينة, الجزائر, جوان2007 ص 111-112

أ- اهداف النظام : [1]

- تلبية مختلف احتياجات المستعلمين باستخدام نظام الدفع الإلكتروني.
- تخفيض التكلفة الإجمالية للمدفوعات.
- تسوية عمليات البطاقة المصرفية في وقت حقيقي وكل وسائل الدفع الأخرى.
- جعل نظام الدفع الجزائري يتمتع بالمقاييس الدولية في تسيير مخاطر السيولة.

ب- مبادئ تشغيل النظام :

- **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 و المالية، الخزينة العمومية ومراكز الصكوك البريدية.
- **العمليات التي يعالجها النظام:** يعالج النظام مختلف العمليات المصرفية بين المؤسسات المالية و المشاركين وذلك من خلال:

➢ **عمليات ما بين المصارف** :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.

[1] بن زكري نفس المرجع السابق ص 113 .

- **تسوية المبالغ عن طريق المقاصة:** إن المبالغ الدائنة والمدينة الناتجة عن طريق المقاصة الإلكترونية تعالج قرضا ودينا في نفس الوقت وفي حسابات المشتركين وفي حالة استحالة تطبيق العملية ترفض من قبل غرفة المقاصة الإلكترونية وعلى الراغب ان يعيد العملية في وقت لاحق.
- **حساب التسوية:** إن بنك الجزائر الذي يشرف على إدارة النظام يفتح في سجلاته باسم كل مشارك حسابات تسوية ، تقسم إلى حسابات نوعية فرعية وهذه الحسابات تحول حسب الحالات ف يزيادة 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 .

ج- هندسة النظام : إن كل المشاركين يتم ربطهم بجهاز**RTGS** 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 ب :

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

الجدول (05) : احصائيات نشاط نظام التسوية الاجمالية الفورية خلال الفترة 2006-2014

السنة	نسبة التداول	عدد العمليات	قيمة العمليات المنجزة (مليار)	المتوسط الشهري			معدل النمو	
				عدد العمليات	مبلغ العملية الشهري	عدد ايام	العمل	القيمة
2006	-----	142373	750.6	630	15421.4	226	------	------
2007	-----	176900	313373	750	1248.5	251	%24+	%85+
2008	%99.34	195175	607138	16265	50595	252	%10.3+	%93.7+
2009	%99.56	205736	649740	17145	54145	253	%5.4+	%7+
2010	%99.93	211565	587475	17630	48956	254	%2.8+	%9.6-
2011	%99.77	237311	680123	19776	56676	251	%12.8+	%15.8+
2012	%99.77	269557	535234	22463	44603	252	%13.6+	%21.3-
2013	%99.99	290418	358026	24202	29835	253	%7.7+	%33.1-
2014	%99.99	314357	372394	26196	31033	253	%8.2+	%4+

-المصدر:زغدار احمد وحميدي كلثوم ، تقيم اداء نظام الجزائر للتسوية الفورية في النظام المصرفي الجزائري خلال الفترة 2006-2014 "مجلة البحوث والدراسات العلمية" جامعة يحي فارس بالمدية،المجلد9العدد2،ديسمبر 2015.ص:09

3-1 نظام المقاصة الالكترونية :

1-3-1 تطور نظام المقاصة الالكترونية : تقوم الجزائر منذ مدة قصيرة بالتعامل بالمقاصة الإلكترونية ، وهي حاليا تغطي التسديدات عبر الصكوك والتحويلات فقط في انتظار أن يشمل ذلك الوسائل الأخرى ، فالجزائر تعتبر حديثة في هذا المجال فلا يمكننا أن نحكم على هذا النظام أو ننتقده باعتبار أنه لم يستقر بعد ، لأنه جديد ومع الوقت تستظهر فيه بعض النقائص التي سيتم تصحيحها وإجراء التغييرات في كل مرة ،ولهذا الغرض اخترنا بعض الملامح الكبرى لهذه التجربة الحديثة ، وذلك لك ينتمكن من تحديد وضعية هذا المشروع ،والجدير بالذكر في هذه النقطة هو أن الجزائر وبموجب التنظيم 97-03 نظم في مادته الثالثة تسيير مهام غرفة المقاصة ، التي تهدف أساسا إلى تسهيل العمليات المالية اليومية للمشتركين في ما بينهم بغض النظر عن الوسائل المستعملة عادية كانت أو إلكترونية يتحمل مصاريف تسييرها المشتركين فيها حسب الشروط المقررة من طرف البنك الجزائري . [1]

- 2-3-1 مبادئ المقاصة الإلكترونية في الجزائر: يمكننا تلخيص مبادئ هذا النظام الجديد في الجزائر كمايلي: [2]
- تجريد السندات من طابعها المادي،
- تسوية المقاصة على أساس تسجيلات إلكترونية،

[1] المادة 03 من التنظيم 97-03 المؤرخ في 16 رجب الموافق ل 17 نوفمبر 1997, المتعلق بغرفة المقاصة الرسمية 17 مؤرخ في 25 مارس 1998

[2] حميزي سيد أحمد، تحديث وسائل الدفع كعنصر لتأهيل النظام المصرفي الجزائري، مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماجستير ،تخصص مالية وبنوك ، كلية العلوم الإقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، 2002 , ص 132 .

- تبادل معطيات المعلوماتية والقيم المعدة للمقاصة ، وكذا صورها المحصل عليها عن طريق" السكانير "بواسطة الارسال الالي،
- الإطلاع على صور القيم (شيكات وسندات) بفضل النظام المصرفي للمقاصة الألية ذلك لأن قاعدة البيانات تضمن تخزين صور القيم التي توضع تحت تصرف البنوك على المباشر لمدة(06) اشهر علما أن هذه الفترة قابلة للتجديد،
- شفافية عمل النظام بالنسبة لكلفة المشتركين ، إذ أن جميع البنوك تعلم بكل الحوادث التي تتعرض لها غيرها،

1-3-3 أهداف نظام المقاصة الإلكترونية في الجزائر: بهدف نظام المقاصة الإلكترونية في الجزائر إلى تحقيق الأهداف التالية :[1]

- عصرنة وسائل التبادل في البنوك.
- اكتساب نظام مقاصة إلكترونية عصري وناجح.
- ضمان تسوية عمليات المقاصة في ظرف يومي عمل.
- غرس ثقافة جديدة للتبادل المصرفي تقوم على أساس التعاون الفني والحرية التجارية.

1-3-4 خصائص نظام المقاصة الالكترونية : يتميز نظام المقاصة الالكترونية بعدة خصائص نذكر منها: [2]

[1] نفس المرجع السابق ص 135

[2] سمية بلغول , واقع و تحديات البنوك الجزائرية في ظل الصيرفة الالكترونية , مذكرة مكملة ضمن متطلبات نيل شهادة ماستر اكاديمي في العلوم الاقتصادية تخصص مالية و بنوك , جامعة ام البواقي , الجزائر 2013-2014 ص 83

- يعتبر مؤمن ضد مخاطر الاحتياط بالنظر إلى أن المبادلات يتم إجراءها عن طريق تحويل مجموعة من بطاقات المعلومات المؤشرة والمشفرة والموقعة وفقا لبروتوكول مؤمن موجه من مرشد مدمج مع النظام ومع أرضية التوصيل أو الربط.
- يعتبر محمي ذاتيا عن طريق الحدود القصوى المرخص بها للأرصدة المتعددة الجوانب المدنية التي يواكبها باستمرار ويرسل رسائل الإنذار للقائم بإدارة النظام وللمشرفين المعنيين في حالة إذا اقترب الرصيد المدين من الحد المرخص به.
- هو نظام للإعلام الآلي مركب في مجالات بنك الجزائر.
- استخدام نظام التسوية الإجمالية.
- تسوية المبالغ عن طريق المقاصة الإلكترونية.

2- البطاقات التي يصدرها بنك CPA:

2-1 مراحل تطور بطاقات الدفع في الجزائر:

لقد مرت بطاقات الدفع في الجزائر منذ ظهورها الى اليوم بعدة مراحل :

- 1998 : بداية فكرة الانطلاق لنظام السحب مابين البنوك ؛
- 2002 : الانطلاق الرسمي لمشروع التسديد الإلكتروني حيث أعطي دور الإشراف والريادة والتنسيق ما بين البنوك الشركةsatim , التي تجمع مختلف البنوك الوطنية والخاصة لتبادل المعلومات والتنسيق في عمليات السحب والدفع للموزع الآلي ؛
- 2004 : تم اختيار نظام الدفع بالبطاقة المطابقة لمواصفات ENV ؛
- 2005 : انشاء جمعية (comité monetique intrebancaire COMI) ؛
- 2006: البداية الأولى لأول بطاقة سحب في الجزائر، حيث وزعت على مختلف مستخدمي البنوك؛
- 2007: تعميم بطاقة (CIB) , عبر كامل التراب الوطني في البريد والمواصلات والبنوك ؛

- 2009: تطور عدد الموزعات الالية الى 399 موزع , اما بالنسبة للبطاقات بلغت 499 الف بطاقة ؛
- 2015: اطلق بنك سوسيتي جنرال الجزائر بطاقة فيزا لاجراء جميع المعلاملات البنكية و التجارية في اطار التقرب من الزبائن من خلال الاعتماد على الانشطة ذات الطابع الجواري للزبائن ؛

2-2 البطاقات التي يصدرها القرض الشعبي الوطني (CPA) :

يصدر القرض الشعبي الجزائري نوعين من البطاقات الالكترونية، وطنية (CIB) و دولية (VISA) ، و سنتعرف عليهما من خلال :

1-2-2 البطاقة البنكية (CIB) :

هي بطاقة وطنية للسحب والدفع يصدرها" القرض 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 إلكترونية مضبوطة وفقا لنموذج (Europay-Mastercard-visa),

الأمر الذي يضمن الحماية المطلوبة عند التعامل بها و تسمح لحامليها بسحب أموالهم في أي وقت عبر كل الموزعات الالية للأوراق النقدية ذات الدفع المسبق , وتعتبر هذه البطاقة بطاقة دفع وسحب ما بين البنوك داخل تراب الوطن، يتم التعرف عليها بين البنوك بالشعار CIB وباسم البنك المصدر تتضمن قرص إلكتروني يضمن أمن عملية الدفع وعملية التسديد لدى مختلف التجار أو الفنادق والمحلات التجارية... الخ و تنقسم الى نوعين :

أ- البطاقة الكلاسيكية : هي بطاقة توفر خدمات الدفع والسحب البنكي، وهي تقدم لزبائن البنوك وفق شروط يحددها البنك كمداخيل الزبائن و مواصفات أخرى . و للحصول على هذه البطاقة يتم ابرام عقد بين البنك و العميل .

الشكل (08): نموذج البطاقة الكلاسيكية CIB



source : https://www.cpa-bank.dz/index.php/fr/nos-produits/monetique Le 23/07/2019

- وصف البطاقة :

❖ على الواجهة :

- في الأعلى البطاقة اسم و شعار البنك CPA باللغتين العربية و الفرنسية .
- شريحة الكترونية (Une Puce) .
- عبارة "بطاقة الدفع."
- اسم ولقب حامل البطاقة.
- سهم يشير إلى كيفية إدخال البطاقة في الجهاز .
- تاريخ انتهاء صلاحية البطاقة مشار اليها بعبارة EXPIRE FIN .
- اللوغو CIB

❖ على الخلفية :

- شريط ممغنط تخزن فيه المعلومات الإلكترونية الخاصة بالبطاقة و حاملها.
- شريط ابيض مخصص لتوقيع العميل حامل البطاقة.
- عنوان مقر البنك CPA و رقم الهاتف .
- و هي تعتبر بطاقة موجهة للعملاء العاديين الذين يتمتعون بدخل متوسط نسبيا ,و لا يميلون إلى إجراء عمليات كبيرة, ويشترط للحصول عليها توفر ما يلي:

✓ أن يكون للعميل حساب بالعملة الوطنية.

✓ أن يتراوح دخله بين 10000و 40000 دج شهريا.

وتمكنه من إجراء العمليات التالية:

- سحب مبالغ من أجهزة الصرف الألي تقدر ب % 80شهريا من دخل العميل.
- دفع ثمن مشترياته بواسطة جهاز الدفع الإلكتروني TPEبما يعادل 20 % شهريا من دخل العميل أو من حسابه.
- ويتعين على حامل البطاقة أن يترك في حسابه ما يعادل % 10 من دخله وذلك في كل الأحوال.

ب-البطاقة الذهبية :

يعتبر القرض الشعبي الجزائري اول بنك اتاح هذه البطاقة للاستعمال، وهذا النظام الجديد للدفع سمح للبنك بالحصول على زبائن جدد حيث يوفر لهم خدمات حديثة ومتطورة .حيث حسب احصائيات 2021/06/03 و حسب وكالة المدية فانه تم منح 7664 بطاقة مصرفية منها 4027 بطاقة ذهبية و3637 بطاقة كلاسيكية .مقابل 144 جهاز TPE.

الشكل (09) : بطاقة ذهبية (GOLD)



source : https://www.cpa-bank.dz/index.php/fr/nos-produits/monetique، le 2019/07/23

يشترط الحصول على البطاقة الذهبية مايلي :

- أن يكون للعميل حساب بالعملة الوطنية.
- أن يكون دخله ما بين 45000و 90000 شهريا.

ويمكن له إجراء العمليات التالية بواسطتها:

- سحب ما يعادل 80 % من قيمة حسابه باستعمال أجهزة الصراف الألي DAP.
- دفع ثمن المشتريات بما يعادل20 % من قيمة حسابه باستعمال أجهزة TPE.

- تكاليف السحب من المزوع الالي الخاص بالقرض الشعبي الجزائري 20دج ومن الموزعات الاخرى 25 دج خلال صلاحية البطاقة (سنتان قابلة للتجديد) .
- تكاليف الدفع مجانية بالنسبة لحامل البطاقة .
- الاطلاع على الرصيد 10دج بدون رسوم .
- الدفع بالبطاقة عن طريق الانترنت مجاني .

الجدول (06) : مقارنة بين البطاقة الذهبية و الكلاسيكية

CIB الذهبية	CIB كلاسيكية
الدخل الشهري ≤40000 دج	الدخل الشهري ≥40000 دج
السحب80% من الدخل الدفع 20 % من الدخل التكاليف السنوية 800 دج سنويا بدون رسوم	السحب80% من الدخل الدفع 20 % من الدخل التكاليف السنوية 400 دج سنويا بدون رسوم
مدة العقد عامين	مدة العقد عامين
تكاليف السحب اما 20.00دج HT او 23.40 دج TTCنفس البنك 25.00 دج HTاو 29.25 دج TTCبنك اخر تكاليف التخفيضات 11.70 TTC	تكاليف السحب اما 20.00دج HT او 23.40 دج TTCنفس البنك 25.00 دج HTاو 29.25 دج TTCبنك اخر تكاليف التخفيضات 11.70 TTC
رسوم على الدفع مجانا	رسوم على الدفع مجانا

المصدر : وثائق مقدمة من بنك القرض الشعبي الجزائري وكالة المدية

ت-مميزات استعمال بطاقات CIB :

- سهلة الاستعمال،
- تسمح بالقيام بعمليات السحب و الدفع طوال ايام الاسبوع و لمدة 24/24سا،
- تمنح حماية كبيرة (كونها بطاقة ذات شريحة)،
- تساعد في ربح الوقت و الجهد،

تصدر هذه البطاقات من طرف مديرية Monétique التابعة لنيابة المديرية العامة المكلفة بالاستغلال و SATIM شركة خاصة لأعمال الطباعة .

2-2-2 البطاقة المصرفية الدولية VISA :

وهي بطاقة دولية تعمل للسحب والدفع ، موجهة لزبائن ذوي حسابات مفتوحة بالعملة الصعبة، تستعمل على المستوى الدولي و اهمها بطاقة الفيزا الدولية و الماستر كارد، الا ان القرض الشعبي الجزائري مرتبط مع شبكة فيزا الدولية . فبعدما كان هذا النوع من البطاقات ذات شرائح مغناطسية اصبحت حديثا (منذ سنتين) الكترونية .

ويمنح القرض الشعبي الجزائري لزبائنه ثلاثة انواع من بطاقات الفيزا الدولية : بطاقة الفيزا الكلاسيكية، بطاقة الفيزا الذهبية، و بطاقة فيزا الامان .

أ- بطاقة فيزا الكلاسيكية :

رصيد من العملة الصعبة أكبر أو يساوي 1500 أورو ويقدر سقف السحب لهذه البطاقة 500 أورو في اليوم على أربع عمليات في اليوم، أما الاشتراك السنوي فيقدر ب 40 أورو .

ب-بطاقة فيزا الذهبية :

رصيد من العملة الصعبة أكبر أو يساوي 5000 أورو حيث يقدر سقف السحب ب 550 أورو في اليوم على7 عمليات في نفس اليوم أما سقف الدفع 5460 أورو في اليوم على 15 عملية في اليوم، ويقدر إشتراكها السنوي ب 60 أورو.

ت-بطاقة فيزا الامان :

رصيد من العملة الصعبة من 100 دولار الى 3000 دولار و يقدر سقف السحب ب 360 دولار /يوم اما سقف الدفع فيقدر ب 240 دولار / يوم . ويقدر اشتراكها ب 50 دولار سنويا .

ث-وصف البطاقة :

❖ على الواجهة :

- في أعلى البطاقة اسم وشعار البنك CPA.
- شعار المنظمة VISAويتمثل في العام باللون الأزرق والأبيض والأصفر بداخله كلمة VISA باللون الازرق.
- صورة مجسمة ثلاثية الأبعاد، وهي علامة مالية تعكس ألوان الطيف تتمثل في"حمامة."
- رقم البطاقة ب 16 وضعية.
- اسم ولقب حامل البطاقة.
- تاريخ انتهاء الصلاحية.

❖ على الخلفية :

- شريط ممغنط تخزن فيه المعلومات الإلكترونية الخاصة بالبطاقة وحاملها.
- شريط أبيض مخصص لتوقيع العميل حامل البطاقة.
- عنوان مقر البنك CPA ورقم الهاتف .

تسمح هذه البطاقة لحاملها بإجراء العمليات التالية:

- ✓ تسديد قيمة المشتريات من البضائع والخدمات المنفعية لدى المحلات الموضوعة تحت الرقابة الجمركية داخل التراب الوطني والمعلنة عن انخراطها في شبكة فيزا الدولية.
- ✓ تسديد قيمة المشتريات من البضائع والخدمات لدى التجار المنظمين بشبكة فيزا الدولية.
- ✓ يمكن له إجراء سحوبات نقدية من الشبابيك البنكية المنخرطة في شبكة فيزا الدولية وذلك في الحد الأقصى الذي يسمح به القرض الشعبي الجزائري ، ويكون ذلك حسب نوع البطاقة التي يحملها.

الشكل (10) : بطاقة الفيزا الكلاسيكية و بطاقة الفيزا الذهبية



source : https://www.cpa-bank.dz/index.php/fr/nos-produits/monetique،Le 2019/07/23

من خلال ما سبق يمكن استنتاج اوجه الاختلاف بين بطاقة الفيزا الكلاسيكية و بطاقة الفيزا الذهبية و فيزا الامان حسب الجدول الآتي :

الجدول (07) : مقارنة بين بطاقة فيزا الكلاسيكية و فيزا الذهبية وفيزا الامان

فيزا كلاسيكية	فيزا ذهبية	فيزا الامان
استثمار 1500 اورو	استثمار 5000 اورو	استثمار من 100 دولار الى 3000 دولار
سحب 500اورو/يوم دفع 700 اورو /يوم	سحب 550 دولار / يوم دفع 950 اورو / يوم	سحب 360دولار / يوم دفع 240 دولار / يوم
تكاليف سنوية 46.80 اورو /سنة	تكاليف سنوية 70.20 اورو / سنة	تكاليف سنوية 50 دولار لمدة عامين
مدة العقد: عامين	مدة العقد: عامين	مدة العقد: عامين

المصدر : معلومات مقدمة من طرف القرض الشعبي الجزائري وكالة المدية

وهذه البلدان المذكورة لا تتعامل مع هذه البطاقات الثلاثة و هي : الولايات المتحدة الامريكية، تايوان، الهند، تايلاندا.

ج- مزايا استعمال البطاقات المصرفية بالنسبة للبنك :

- يحقق القرض الشعبي الجزائري ارباحا من الاشتراك السنوي للبطاقة ومن الرسوم الموضوعة على سحب الاموال النقدية، ومن العمولة المأخوذة من التجار بنسب تتراوح ما بين 1.5-3 %.
- ضمان جزء كبير من الافراد المستفيدين كمتعاملين دائمين للبنك، حيث يتشجعون على التعامل معه والاستفادة من خدماته الاخرى .
- اضطرار المحلات التجارية ومحلات الخدمات المشتركة في هذا النظام الى فتح حسابات ودائع مع البنك لتسهيل اعمالها، وغالبا ما تلجا الى الاستفادة من خدمات البنك الاخرى .

ح- العراقيل التي تواجه استعمال البطاقات المصرفية :

-الحصول على البطاقات المصرفية يستغرق في بعض الاحيان وقت وذلك راجع لتأخر خدمات شبكة SATIM.

- مازال العديد من الزبائن يفضلون استعمال الشيكات في التعامل .

- تاخر في توزيع اجهزة TPEعلى مستوى المحلات التجارية، الفنادق، المطاعم، محطات الخدمات وغيرها.

- انعدام الوعي المصرفي لدى الافراد، فغالبهم لايقبلون استعمال هذه البطاقات وحدها الفئة المثقفة وقادة الرأي هم الذين يقبلون على استخدام هذه البطاقات، أما الفئات الاخرى فهم لا يقبلون على استخدام البطاقة المصرفية وينتظرون الوقت الذي تنتشر فيه بشكل كبير . اذ وعلى الرغم من كون سعر الاشتراك السنوي منخفض فهم يتوقعون فشل هذا النظام، خاصة ان بطاقة السحب السابقة (CPA Cash) لم تحقق النجاح الذي منتظرا من طرف البنك .

المطلب الثالث : اجراءات الحصول على بطاقات السحب و الدفع

تمر البطاقة في عملية اصدارها بعدة مراحل ، من تقديم العميل لطلبه إلى الوكالة ، الى دراسة الطلب، و إمضاء عقود وغير ذلك ، وهذا ماسنراه في هذا المطلب.

أولا :إجراءات الحصول على البطاقة الالكترونية الوطنية CIB:

يمكن لأي زبون أن يحصل على بطاقة CIB , شرط توفره على الشروط السابقة الذكر ,وذلك بتقربه من الوكالة البنكية ,وبالضبط على مستوى المكلف بالزبائن أي يبدي الزبون رغبته في الحصول بطاقة السحب و الدفع CIB , يقوم المكلف بالزبائن على إثر ذلك بتقديم كل المعلومات الخاصة بكيفية الحصول على البطاقة و طريقة استخدامها ,و يطلع في نفس الوقت على وضعية الزبون :مهنته ,دخله, امتلاكه لحساب على مستوى وكالة CPA أو لا وغير ذلك من المعلومات ,وهذا من أجل معرفة إمكانية منح الزبون هذه البطاقة من عدمها,وأيضا من أجل التحديد الأمثل لنوع البطاقة التي ستمنح له عادية أو ذهبية، إذ لا يمكن في أي حال من الأحوال أن يحصل على البطاقة التي يرغب فيها تلقائيا ,بل إن المكلف بالزبائن هو الذي يقوم بذلك بناءا على المعلومات و المعطيات التي تحصل عليها من الزبون.

بعد تأكد المكلف بالزبائن من وضعية الزبون و امكانية منحه البطاقة ,يقدم له عقدا هو" عقد البطاقة البنكية للدفع CIBمن أجل وضع البيانات اللازمة عليه و التوقيع .

وصف العقد:

يتكون العقد من 03 نسخ، نسخة يحتفظ بها الزبون، وأخرى 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 : الإسم ، اللقب أو 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 أم غير ذلك.
- معلومات خاصة بصاحب البطاقة: اسم ولقب حامل البطاقة ، مهنته ، تاريخ ومكان الإزدياد،....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 و صاحب الحساب شخص معنوي)

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

- مكان خاص بمدير الوكالة ليدلي بحكمه.
- مساحة مخصصة لإمضاء كل من صاحب الحساب ، حامل البطاقة ومدير الوكالة أما الجهة الخلفية للعقد فتحتوي على الشروط العامة لاستخدام البطاقة.

بعد موافقة الوكالة على العقد و المعلومات الواردة فيه و المقدمة من طرف الزبون إضافة إلى تقديمه لأوراق الثبوتية (بطاقة شخصية ,رخصة السياقة,...) ترسلها إلى الهيئة النقدية لتشرع في إعداد الكشوفات اللازمة و إتمام العمليات الخاصة بإصدار البطاقة من إدخال للمعلومات في الشريط الممغنط و غير ذاك.

بعد إصدار البطاقة وارسالها إلى 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 إلى الوكالة،يرسل الرقم السري عبر البريد أيضا، وتقوم الوكالة بحفظ كل من البطاقة و الرقم السري في خزنة خاصة. و لا يمكن الزبون أن يباشر استعمال البطاقة إلا بعد تفعيلها و

يكون ذلك بعد التأكد من وصول البطاقة و الرقم السري إليه حيث تقوم الوكالة بارسال اشعار بالإستلام إلى الهيأة النقدية و التي تحول امر الى SATIM بتشغيل البطاقة .

ثانيا : إجراءات الحصول على البطاقة الدولية VISA CPA :

يمكن لأي شخص تتوفر فيه شروط الحصول على البطاقة ,أن يصبح مالكا لها و ذلك بإتباع الخطوات الاتية :

أ- تقديم العميل بطلب الحصول على البطاقة: يتقدم العميل الراغب في الحصول على البطاقة إلى مكلف الزبائن على مستوى الوكالة البنكية CPA حيث يتعين عليه ملأ نموذج خاص بهذا الغرض. و لتقبل هذا ,يجب على المكلف بالزبائن أن يتأكد من امتلاك الزبون لحسابين في البنك ,أحدهما بالعملة الصعبة و الأخر بالعملة الوطنية ,و في حالة العكس ,أي عدم امتلاك للحسابين المذكورين ,فإنه مطالب بفتح حسابين جديدين وتجميد ما لا يقل عن 1520 أورو في حسابه بالعملة الصعبة ,و عن 20000 دج في حساب العملة الوطنية.

❖ وصف نموذج طلب البطاقة :يتكون طلب البطاقة من 03 نسخ نسخة يحتفظ بها الزبون,اخرى للهيئة النقدية والأخيرة تحتفظ بها الوكالة البنكية.و يتكون من :

- معلومات محددة لهوية طالب البطاقة من اسمه ,عنوانه ,مهنته ورقم جواز السفر...
- أرقام الحسابات المفتوحة بالعملة الصعبة والوطنية ,تاريخ فتحها وقيمتها.
- معلومات محددة لطلب العميل مثل:

– تحديد المبالغ التي سيضعها في الحسابين السابقين.

–عدد العمليات التي ترى أنه سيقوم بها يوميا باستعمال البطاقة.

– فئة الدخل التي ينتمي إليها... الخ

- مكان مخصص لإمضاء العميل على شهادته بأنه اطلع على الشروط العامة المتعلقة بالبطاقة وموافقته عليها.

- مكان مخصص لمدير الوكالة ليضع توقيعه و بالتالي فهو يوافق على الطلب.

أما على ظهر كل نسخة فنجد الشروط العامة المتعلقة بالبطاقة.

بعد ملأ الزبون لهذا النموذج بالدقة المطلوبة ,يقوم المكلف بالزبائن بالتأكد بإجابته على كل الأسئلة من دون استثناء ,مع توضيح المعلومات ,من امضاء العميل وتحديده للتاريخ ,ومن وجود"قرأ وصودق عليه او "Lu et Approuvée" " والتي تعني موافقة مدير الوكالة على دراسة الطلب .يحصل بعدها العميل على دليل على استلام طلبه "Accusé de réception" ويحول لبطلب إلى مدير الوكالة لمراجعته ودراسته.

ب- دراسةالطلب : تتم هذه العملية من خلال مراجعة حسابات العميل بالعملة الصعبة والوطنية(قيمة الحسابين,أقدمية فتحها ,عدد العمليات التي أجريت عليها من طرف العميل..) , إضافة إلى إعتبارات أخرى مثل:

- ملاءة العميل.
- نزاهة وأخلاقيات العميل.
- دخله الشهري ، أقدميته في الوظيفة...الخ
- سيرته وتاريخ حياته المصرفية.

كل هذه العوامل والإعتبارات تدرس في وثيقة خاصة ,تحدد في خلاصتها كفاءة العميل ومدى استحقاقه لهذه البطاقة. وبناءا على نتائج هذه الدراسة ,تتخذ الوكالة القرار بمنح البطاقة للعميل أو عدم منحها وفي كلتا الحالتين تقوم بمراسلة العميل معلمة إياه بقرارها.

وفي حالة قبول الطلب ،تتضمن هذه الرسالة إضافة إلى قرار الوكالة بقبول الطلب ،استدعاء للزبون تطلب فيه حضوره الشخصي لإمضاء العقد.

ت- العقد الخاص بحامل البطاقة: يتقدم الزبون إلى المكلف بالزبائن على مستوى الوكالة البنكية حاملا معه الإستدعاء السابق ، في حين يقدم له المكلف بالزبائن العقد الخاص بحامل البطاقة (نموذج خاص) إضافة إلى الملف الخاص به (وثيقة الدراسة ، نموذج طلب البطاقة ونسخة من الإستدعاء الموجه إليه) يتكون العقد من نسختين، نسخة باللغة العربية والأخرى باللغة الفرنسية ، تتضمن كل البيانات التالية:

- خانات مخصصة لتحديد موضوع العقد (إنشاء بطاقة ، تعديل، إلغاء ، تجديد أو تبديل البطاقة) تاريخ العقد ، رقمه ، رمز الوكالة ، وما إذا كان العميل من الخواص أو ممثل المؤسسة.
- معلومات شخصية عن الزبون(الإسم،اللقب،العنوان..).
- نوع البطاقة التي يرغب في الحصول عليها.
- معلومات خاصة بحامل البطاقة (في حالة ما إذا كان حامل البطاقة وطالبها لا يمثلا ننفس الشخص).
- شهادة من الزبون الذي طلب البطاقة بإطلاعه على الشروط العامة لإستعمال البطاقة والتزاما منه بالبيانات التي حددها سابقا في طلبه مع إعادة تعيينها(البيانات).
- مساحة مخصصة لإمضاء كل من طالب البطاقة،المستفيد والبنك.

أما الخلفية فتتضمن الشروط العامة لإستعمال البطاقة يقوم العميل بملأ هذه البيانات، ويجب أن تكون مطابقة تماما لتلك الموجودة في طلب البطاقة التي ملأها سابقا .كما يجب أن تتوفر ثلاثة نسخ من هذا العقد يحتفظ به العميل الأولى والثانية ترسل إلى الهيئة النقدية ، أما الثالثة فيحتفظ بها البنك في ملف العميل.

ث- إرسال العقد إلى الهيئة النقدية: تقوم الوكالة البنكية بإرسال النسخة الثانية(التي ترسل للهيئة) من العقد إلى الهيئة النقدية عند تسلمها ,يقوم مسؤول قسم المنخرطين والمنتسبين بالتاكد من وضوح

المعلومات المسجلة فيها وصحتها ,نقلها في سجل العقود الخاص بالهيئة ,الإمضاء على العقد وإدخال هذه المعلومات في جهاز الكمبيوتر. ومن ثم تخزينها في الشريط الممغنط للبطاقة وبالتالي ضمان خصوصيتها .

ثالثا : الحصول على البطاقة

- حصول الهيئة النقدية على البطاقة والرقم السري : تتحصل الهيئة النقدية على البطاقة الخاصة بالزبون من طرف المصنع ، مرفقة بالكشف الموافق لها إلا أنها لا تحصل على الرمز السري إلا بعد مرور أسبوع وهذا لأسباب أمنية.

وبالحصول على البطاقة ، يقوم مسؤول قسم "المنخرطين والمنتسبين "بإجراء المراجعات التالية :عدد البطاقات المتحصل عليها ، المعلومات المخزنة في الشريط الممغنط ، الكشف المتحصل عليه من المصنع ، ويقارنها مع المعلومات المتوفرة في النسخة (02) من العقد.

- إرسال البطاقة والرقم السري إلى الوكالة البنكية:

- الرقم السري : ترسله الهيئة النقدية إلى حامل البطاقة مباشرة عبر البريد.
- البطاقة : ترسلها الهيئة النقدية إلى الوكالة البنكية عبر البريد أيضا مرفقة بنسخة من الكشف الذي أعدته سابقا.

ولتوخي الحيطة والحذر تقوم في اليوم الموالي –الهيئة النقدية– بإرسال نسخة ثانية من الكشف ويكون معلما بالعبارة "تأكيد على إرسالنا ل..."

تعيد الوكالة للبطاقة بدورها إرسال هذه النسخة فور وصولها إليها ، إلى الهيئة النقدية تؤكد لهذه الاخيرة إستلامها لكل من البطاقة والنسخة الأولى للكشف.

- بإستلام الوكالة للبطاقة يقوم كل من المدير والمكلف بالزبائن بالتأكد من:
  - تطابق المعلومات المسجلة في البطاقة مع الكشف والنسخة رقم (03) من العقد.
  - تضيف تاريخ الكشف في سجل خاص.
  - إرسال "تأكيد على الوصول " للهيئة النقدية.
  - حفظ البطاقة في خزنة خاصة بالوكالة.

➢ تسليم البطاقة للعميل : ترسل الوكالة إلى العميل رسالة "وضع تحت التصرف "لتعلمه بأن البطاقة أصبحت تحت تصرفه ، وبعد توجه الزبون إلى الوكالة وإتمامه للإجراءات الروتينية من تسجيل في الكشوفات وغير ذلك ، يستلم العميل بطاقته مع إعطاء بعض النصائح والتوجيهات حول كيفية استخدامها والمحافظة عليها.

المبحث الثالث : استخدام البطاقات الالكترونية

بعدما تعرفنا في المبحث السابق على إجراءات الحصول على البطاقات البنكية التي يصدرها القرض الشعبي الجزائري سنتطرق في هذا المبحث الى كيفية التعامل مع هذه البطاقات وطرق تسيير عوائد العمليات الناجمة عن التعامل بها .

المطلب الاول : كيفية تعامل القرض الشعبي الجزائري مع البطاقات الالكترونية

ان وظيفة البطاقات الالكترونية سواء كانت وطنية او دولية لاتختلف كثيرا، فهي تقوم على مبدأ واحد و هو السحب والدفع عن طريق اجهزة GAB/DABوTPE ، ولكن يمكن التفريق بينهما من حيث نطاق الاستخدام .

1- الأطراف المتدخلة في عمل البطاقة CIB:

- البنك : ويمكن له أن يقوم بوظيفتين أساستين هما:

- وظيفة المصدر: يتمثل في كل البنوك أو بريد الجزائر والتي تصدر بطاقات للتعامل بالسحب والدفع مقابل عمولة أو فائدة وهذا لصالح زبائنها.
- وظيفة المقتني : تتمثل في كل البنوك الجزائرية وبريد الجزائر والتي تنتمي إلى SATIM، مشتركة في برنامج استخدام الدفع بالبطاقة، وتسمح لكل حاملي البطاقة البنكية بإجراء سحوبات نقدية باستعمال أجهزة GAB/DAB.

- حامل البطاقة : وهو كل شخص يملك حسابا في بنك CPA أو أي بنك أخر قام بتوقيع عقد مع هذا البنك من أجل الحصول على بطاقة CIB.
- القابل : وهو كل تاجر يملك الأهلية 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 أو ملصقات عن انضمامه لنظام الدفع بالبطاقة .
- المشغل التقني (SATIM) : وهو المركز الذي يستضيف إجراء العمليات الأساسية والقاعدية وهي الجهة المسؤولة عن البطاقات في الجزائر تأسست سنة 1995 وظيفتها إدارة نظام الدفع البنكي الالكتروني . أهم وظائفها :

- وضع أو إنشاء خدمات الدفع، والقيام بالإصلاحات والتعديلات البنكية المتعلقة بجهاز TPE.
- التسيير بالنيابة عن البنوك المشاركة والمستقبلية لهذه الأنظمة بالإضافة إلى جمع الضريبة على التسوية ودفعها الى الدولة .

- إتمام أو وصنع البطاقات البنكية وتسيير تطبيق واستخدام هذه البطاقات[1].

➢ الممثليين الداخليين في CPA : إن تسيير البطاقات البنكية يتوقف على ميزات مسؤول الزبائن بحكم عمله ، وكذلك تسيير عقود البطاقات و TPE بالإضافة إلى خدمات Back office الذي يعالج العمليات اليومية .

2- استعمال البطاقة للسحب النقدي : يمكن لحامل بطاقة CPA/CIBأوCPA/VISA إجراء سحب نقدي بواسطة هذه البطاقة وذلك باستعمال جهاز DAB، وهو الآلة التي تسمح وتوفر للعملاء إجراء السحوبات النقدية في الأماكن العامة والطرق دون الحاجة إلى الذهاب إلى المصارف.عند استخدام الجهاز، فإن العميل يكون مطالبا بإدخال الرقم السري للبطاقة المكون من 4 أرقام إضافة إلى بعض المعلومات الأخرى كتحديد المبلغ المراد سحبه من الجهاز.

الشكل (11) : الموزع الالي للنقود



Source : https://www.cpa-bank.dz/index.php/fr/nos- Le

[1] معلومات مقدمة من طرف القرض الشعبي الجزائري وكالة المدية

3- استعمال البطاقة للدفع : يتم ذلك بواسطة جهاز الدفع الالكتروني TPE، هو جهاز الكتروني له القدرة على التعرف على الشريحة الالكترونية للبطاقة البنكية أو الشريط المغناطيسي ، يزود به التجار الذين يقبلون على التعامل بالبطاقات، حتى يتمكن حاملو هذه الأخيرة من دفع مشترياتهم بكل سهولة.

الشكل (12) : جهاز الدفع الالكترونيTPE



source : https://akhbaar24.argaam.com/article/detail/371423, le 23/07/2019

*اجراءات حصول التجار على جهاز TPE: يمكن لأي تاجر أن يصبح مالكا لجهاز، TPE وبالتالي منضما إلى نظام الدفع بالبطاقات البنكية ، وذلك بتوقيعه على عقد يربطه ببنك ، CPA ويصبح بموجبه

التاجر يقبل ببطاقات VISAأو(CPA)CIB أو كليهما ، هذا التعاقد يكون على طلب التاجر نفسه ، أو بدعوة من البنك نظرا لعلمه المسبق بسيرة التاجر وكفاءته المهنية، الأمر الذي يجعل البنك يرغب في التعامل معه وتزويده بهذه الخدمة، وفي كلتا الحالتين فإن البنك يتولى إعلام التاجر بكل الشروط اللازمة لإستخدام الجهاز ،ظروف تركيبه،عمولة البنك ... الخ .

ان العقد يختلف حسب نوع البطاقة التي يرغب التاجر في الإنضمام إلى شبكة المتعاملين بها :

- ❖ بالنسبة لبطاقة CIB: يتكون العقد في مجمله من أربعة نسخ،تحتوي النسخة الأخيرة إلى خلفية النسخ الثلاثة الأخرى على الشروط العامة لإستخدام الجهاز ،أما واجهة النسخ الثلاثة الأولى فتحتوي على المعلومات التالية:
  - o اسم مجموعة الإستغلال ، اسم الوكالة، رمزها ، رقمالعقد.
  - o تحديد محتوى العقد :إنشاء ، تعديل.
  - o الإسم التجاري للمؤسسة ، العنوان والمنطقة الجغرافية ، أرقام الهاتف الثابت والنقال ، الفاكس.
  - o معلومات حول طبيعة ونوع نشاط التاجر، مدة ممارسته ، رقم حساب التاجر لدى البنك ، رقم السجل التجاري وبريدها لإلكتروني.
  - o مكان مخصص للهيئة لإعطاء موافقتها على العقد.
  - o مكان مخصص للتاجر للتأكد على إطلاعه على الشروط العامة.
  - o مساحة مخصصة لتوقيع التاجر ومدير الوكالة.

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

❖ بالنسبة لبطاقة VISA : يتكون العقد من :

- اسم الوكالة البنكية ورمزها.
- خانات لتحديد موضوع العقد : إنشاء ، تعديل ، إلغاء.
- رقم العقد وتاريخه.
- رقم جهاز TPE.
- الاسم التجاري للمؤسسة ،العنوان ، رقم الهاتف، والفاكس.
- طبيعة نشاط التاجر.
- اسمه ، وظيفته ، منطقته الجغرافية ورمزه التعييني.
- أرقام الحسابات التي ستصبح دائنة بموجب العقد.
- تحديد العمولات المتعاقد عليها.
- إمضاء كل من التاجر والبنك.

4- كيفية إستخدام البطاقة أمام جهاز TPE :

تستعمل البطاقة الالكترونية سواء كانت CIB او VISA عن طريق جهاز TPE للقيام بعمليات الدفع مقابل الخدمات المطلوبة و تتم هذه العملية وفقا للخطوات الاتية :

✓ التأكد من أن المحل التجاري يتعامل مع هذا النوع من البطاقات.

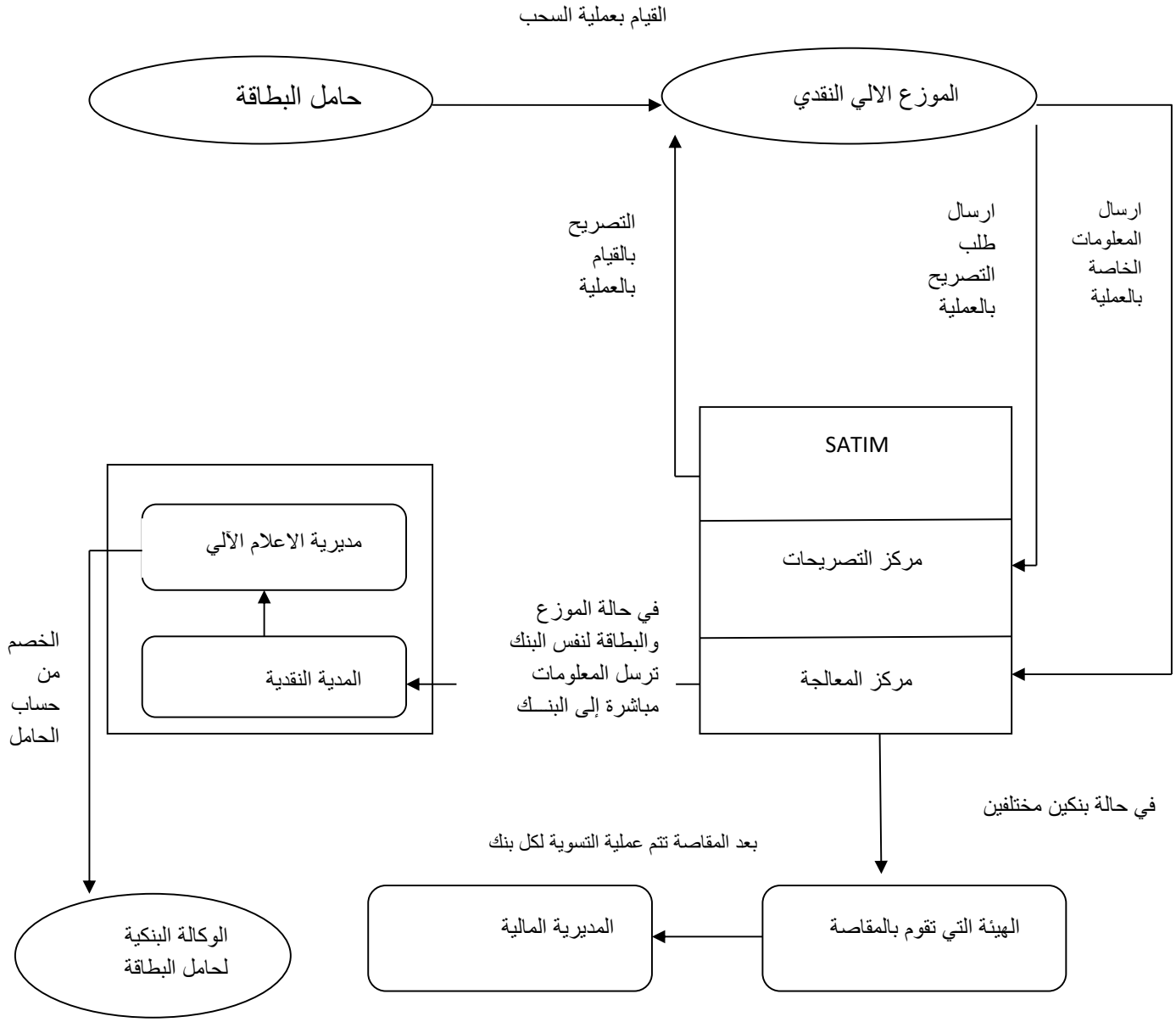
✓ إدخال البطاقة في قارئ البطاقات باتجاه السهم المتواجد على وجه البطاقة.

✓ تحديد مبلغ المعاملة التجارية بالدينار الجزائري بالنسبة لبطاقة CIB، وبالعملة الأجنبية للبلد الذي يوجد فيها لزبون بالنسبة لبطاقة VISA وذلك باستعمال لوحة المفاتيح.

✓ التأكد من قيمة المبلغ الذي يظهر على الشاشة.

- ✓ المصادقة أو الموافقة على المبلغ الذي يظهر على الشاشة.
- ✓ المصادقة أو الموافقة على المبلغ باستعمال مفتاح الإدخال لجهاز TPE.
- ✓ انتظار ظهور رسالة طلب إدخال الرقم السريع لشاشة العرض.
- ✓ إدخال الزبون للرقم السري الخاص به في سرية تامة بواسطة لوحة المفاتيح.
- ✓ الضغط على مفتاح للموافقة على الرمز السري.
- ✓ ظهور رسالة على الشاشة تعلم الزبون بقيام الجهاز بإتمام العملية.
- ✓ انتظار الطابعة الأوتوماتيكية لتذكرة وفق نموذجين أو نسختين ، وذلك على مستوى الطابعة الحرارية.
- ✓ احتفاظ كل من التاجر والزبون بنسخة من التذكرة.
- ✓ انتظار ظهور رسالة تطل بسحب البطاقة من الجهاز.
- ✓ سحب التاجر للبطاقة وتسليمها للزبون.

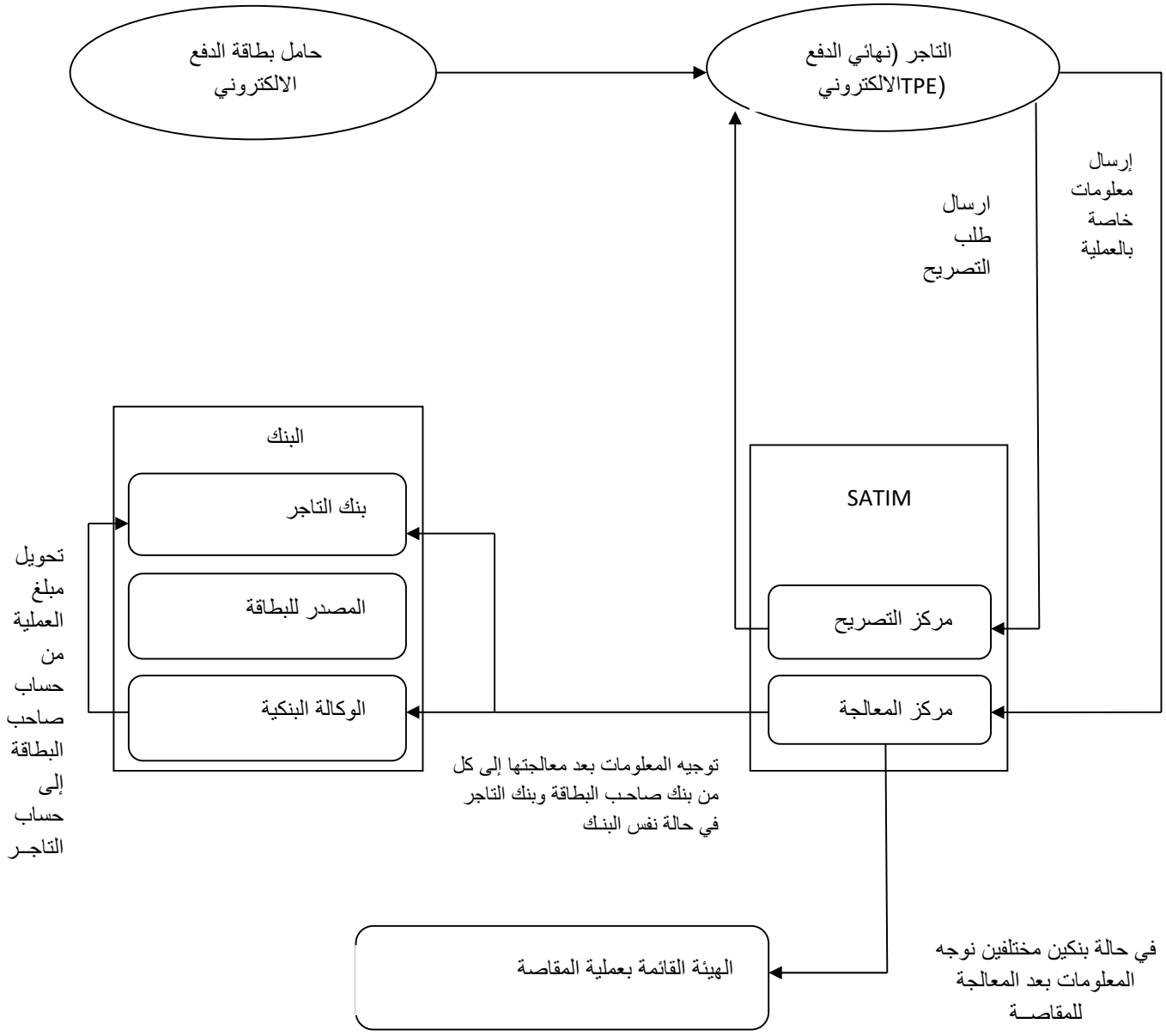
الشكل (13) : سير عمليات السحب من الموزعات الالية



المصدر : SATIM

الشكل (14) : سير عملية الدفع في النهائي الإلكتروني للدفع

لقيام بعملية الدفع بالبطاقة البنكية



المصدر : SATIM

المطلب الثاني : آليات مواجهة مخاطر البطاقات الالكترونية في بنك القرض الشعبي الجزائري

يواجه مستعمل البطاقات الالكترونية عدة مخاطر يتحملها البنك المصدر ومن بين هذه المخاطر :

- ضياع أو سرقة البطاقة.
- إساءة استعمالها من طرف حاملها.
- إفلاس حامل البطاقة.

ولمواجهة هذه المخاطر، يجب على البنك أن يتابع بانتباه سير حسابات زبائنه وأن يتخذ الإجراءات التالية إذا اقتضى الأمر لذلك:

- تشديد الرقابة على حسابات الزبون حامل البطاقة.
- عدم تجديد البطاقة(بالنسبة للبطاقة التي انتهت مدة صلاحيتها) .
- إلغاء العقد الذي أصدرت بموجبه(بالنسبة للبطاقات التي لم تنتهي مدة صلاحيتها) .
- إجراء عملية اعتراض على البطاقة.

أ- ضياع أو سرقة البطاقة:

يمكن أن يتعرض حامل البطاقة للسرقة، أو أن تضيع منه في حالات كثيرة، ويكمن الخطر في هذه الحالة في استعمال البطاقة من شخص ثالث قبل إكمال الزبون لإجراءات لتصريح والاعتراض على ضياعه أو سرقتها، وفي هذا الصدد فإن الإجراءات الواجب اتخاذها تتمثل في:

- بالنسبة لحامل البطاقة: تتمثل الإجراءات التي يمكن أن يتخذها حامل البطاقة، سواء قبل تعرضها للسرقة أو الضياع او بعد ذلك، فيمايلي:

- الإحتفاظ بالبطاقة في مكان أمن، و المحافظة على سرية الرقم الخاص به وعدم البوح به لأي شخص أخر، كإجراء وقائي لتجنب حدوث السرقة أو تضييع البطاقة .

- التبليغ الفوري سواء عن طريق الهاتف أو برسالة خطية موجهة للوكالة البنكية، وتطلب منه المعلومات التالية:
  - رقم البطاقة.
  - اسم ولقب حاملها.
  - تاريخ انتهاء صلاحيتها.
  - سبب قيام حامل البطاقة بالإعتراض (مع تقديم الوثائق المثبتة).
- لإبلاغ الفوري للسلطات المختصة (المحكمة) بضياع البطاقة أو سرقتها، لتحرر له وصلا يؤكد ذلك.

يتم إرساله –الوصل– إلى الوكالة لتقوم بعملية الإعتراض التي طلبها الزبون.

باستلامها للتصريح، تقوم الوكالة بتسجيله، إكمال وضع المعلومات في سجل البطاقات وإرسال النسخ في ظرف خاص إلى الهيئة النقدية، ووضع النسخ الاصلية في ملف أخر.كما يجب عليها أن ترسل هذه المعلومات فورا بواسطة التيليكس، وأن تشرع فورا في تطبيق إجراءات الأعراض.

ب–الإستعمال التعسفي للبطاقة:

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

ذا لاحظت الوكالة استعمالا سيئا للبطاقة من طرف الزبون فإنها تتصرف فورا كمايلي:

- تقدم إشعارا بإلغاء العقد.
- تقوم بإعتراض على البطاقة إلى غاية إرجاعها من طرف حاملها.
- تقوم بالغاء عقد حامل البطاقة، ولا تقوم بتجديدها في تاريخ استحقاقها.
- لقيام بتعطيل وتخريب البطاقة عند إرجاعها من طرف صاحبها.

ت- .إفلاس حامل البطاقة:

لمواجهة هذا الخطر فإن البنك يقوم ب:

- ❖ لحرص على مراقبة الرصيد الأدنى الذي يتوجب على الزبون أن يتركه في حسابه إجباريا لمواجهة مثل هذه الأخطار.
- ❖ كما يجب عليها أن تتابع بانتظام سير حسابات زبائنها الحاملين للبطاقة البنكية وتشديد المراقبة على لحسابات التي تشهد حركة كثيفة من عمليات سحب ودفع.

المطلب الثالث : اهم العوائق التي تواجه توسع النقد الالي في القرض الشعبي الجزائري

ان أهم العوائق التي يواجهها القرض الشعبي الجزائري في تطوير النقد الآلي تتمثل في شكلين : إما عوائق داخلية (على مستوى البنك نفسه)،أو خارجية (مفروضة على البنك تبعا لخطة الطريق الموجهة من قبل الوزارة المنتدبة للإصلاح المالي أوSATIM)، وتتمثل أهمها فيما يلي:

1- أهم العوائق على المستوى الداخلي للبنك :

اولا : العوائق

نظرا لعملية الخوصصة أو فتح رأس مال القرض الشعبي الجزائري، فإن المشكل الأساسي الذي يواجهه البنك هو تجميد عمليات التوظيف، حيث يعاني البنك من نقص في الموظفين وهو ما يؤثر سلبا على سير عمليات النقد الآلي سواء من ناحية متابعة الموزعات والشبابيك الآلية للسحب أو من حيث تكليف موظفين تكون مهمتهم الأساسية السعي لبيع منتجات النقد الآلي أو ضم التجار لشبكة القبول وكذا متابعة المشاكل الناجمة عن العمليات النقدية، وإن وجدوا فهم يقومون بعدة وظائف أخرى، ويمكن تلخيص باقي المشاكل فيما يلي:

- عدم وجود عمليات تحفيزية للموظفين الناشطين في تسويق منتجات النقد الآلي.
- عدم وجود في الهيكل التنظيمي للوكالة منصب مكلف بالزبائن رغم أن البنك يقوم بعمليات تكوينية للمكلفين بالزبائن على مستوى الوكالات، بالإضافة لكون هذا المنصب حساس وضروري في الوكالة البنكية.
- عدم وجود متابعة فعالة من قبل مدراء الوكالات البنكية وكذا المكلفين بتسيير الموزعات الآلية أو الشبابيك الآلية للسحب لهذه الآلات، واعتبارها كعمل إضافي لا كوظيفة بنكية في حد ذاتها.
- معاناة جل الوكالات من مشكل التزويد بأوراق نقدية ذات حالة جيدة مخصصة للموزعات الآلية مما يؤدي إلى تعطلات متكررة تعود أساسا إلى حالة الأوراق النقدية المستعملة.
- عدم إستقرار نفس الأشخاص الذين تم تكوينهم حول التعامل بالنقد الآلي في نفس المنصب، حيث يتم استبدالهم دوما حسب حاجة الوكالة دون الأخذ بعين الإعتبار العمليات التكوينية التي قام بها هؤلاء الموظفين وتخصصهم في مجال النقد الآلي.
- عدم توفير كل الإمكانيات اللازمة للقيام بعمليات الإتصال والتواصل بين المكلف بالزبائن والتجار أو حاملي البطاقات سواء من خلال وسائل النقل، وسائل الإتصال السلكية واللاسلكية أو عبر شبكة الأنترنيت أو البريد.

2- اهم العوائق على المستوى الخارجي للبنك :

اما على المستوى الخارجي فإن القرض الشعبي الجزائري تواجهه بعض العوائق التي لا يمكنه التحكم فيها، بل تعود إلى هيئات أخرى يتم التعامل معها في مجال النقد الآلي والتي نذكر منها:

- للتعطلات المتكررة للخطوط الهاتفية المتخصصة[1] X25 الخاصة بالموزعات الآلية للأوراق النقدية والتي تتحكم فيها إتصالات الجزائر.
- صعوبة الإتصال ما بين البنوك وعدم وجود مرونة في التعامل فيما بين المؤسسات البنكية في مجال النقد الآلي، حيث يجب دوما المرور عبر SATIM وبالتالي بطء العملية خاصة في حالة حل المشاكل المستعجلة.
- عدم قيام بعض البنوك بإرسال جرائد العمليات التي تم القيام بها من قبل حاملي بطاقات القرض الشعبي الجزائري على مستوى تجارها أو موزعاتها الآلية في الوقت المناسب للقيام بعمليات المقاصة، وبالتالي لا يتم خصم مبالغ العمليات في الوقت المناسب من حسابات حاملي البطاقات مما يؤدي إلى ظهور حسابات مدينة نضرا لقيام حاملي البطاقات بسحب كل رصيدهم بواسطة الشيكات.
- وجود العديد من المشاكل الخاصة بعمليات السحب التي يقوم بها حاملوا بطاقات القرض الشعبي الجزائري على مستوى الموزعات الآلية للأوراق النقدية لبريد الجزائر، حيث يتم خصم مبالغ العمليات من حسابات الزبائن دون تلقيهم أموالهم من الموزعات (وهدا راجع إلى امتلاك بريد الجزائر نظام نقدي خاص به بعد انسحابه من SATIM).
- ثقل عملية التعويض للزبائن من قبل بريد الجزائر في حالة عدم تلقيهم لأموالهم من الموزعات الآلية، مما يؤدي إلى كثرة إحتجاج حاملي البطاقات وفقدان مصداقية البطاقة والإشهار السلبي للبطاقة البيبنكية.
- عدم قيام SATIM بالتدخل السريع لدى التجار الحائزين على نهائيات الدفع الإلكتروني في حالة نفاذ الورق الخاص بالتذاكر أو مشاكل خاصة بالنهائي.

[1] X25 : Reseau de Lignes Spécialisé Spécifique au DAB

ثانيا : الحلول المقترحة

من أجل تجاوز المشاكل الكابحة لتطور النقد الآلي يجب على البنك القيام وبشكل عاجل بإعادة دراسة الهيكل التنظيمي للوكالات وإضافة منصب خاص بالمكلف بالزبائن يهتم بالوظيفة التجارية في البنك والخاصة بالنقد الآلي، وتكثيف العمليات التكوينية وبشكل دوري لهؤلاء الأفراد وتحفيزهم بمقابلات مادية أو معنوية تشجعهم على تحقيق الأهداف المحددة لهم، وكذا التسيير الحسن والفعال للآليات الخاصة بالنقد الآلي سواء كانت موزعات آلية للأوراق النقدية أو نهائيات الدفع الإلكتروني داخل أو خارج الوكالات، عن طريق توفير الوسائل والإمكانيات المادية والبشرية اللازمة لتحقيق الأهداف المرجوة، هذا على المستوى الداخلي للبنك.

اما على مستوى SATIM فرغم الجهود التي تقوم بها هذه المؤسسة للنهوض بهذه الوظيفة النقدية في الجزائر إلا أنها تعيق بعض البنوك على حساب البنوك الأخرى، وبالتالي فيجب فتح المجال للبنوك للعمل كل حسب خبرته وإمكانياته دون إنتظار باقي البنوك، مع القيام بتسيير التعامل والربط بين البنوك وتسهيل التواصل بين المؤسسات المشاركة في المنظومة البنكية النقدية بسرعة ومرونة، والقيام بالتدخل بسرعة لدى التجار لحل المشاكل الخاصة بنهائيات الدفع الإلكتروني.

خلاصة الفصل :

من خلال الدراسة التطبيقية نجد أن المنظومة البنكية الجزائرية قد شهدت تطورات وإصلاحات مهمة في ظل الاقتصاد الرقمي، حيث حاولت الجزائر بشتى الطرق أن تنضم إلى الدول الساعية لترقية العمل المصرفي داخل الاقتصاد واستطاعت بذلك إنشاء هيئات وشركات متخصصة في رقمنة وتطوير النظام المصرفي، وكذلك إدخال أنظمة حديثة وتقنيات متطورة ساعدت بشكل واضح في توسيع استخدام التكنولوجيا وتوعية المجتمع للوصول إلى مستجدات السوق المصرفية العصرية ويبقى بنك القرض الشعبي الجزائري مجرد عينة أردنا أن نلقي النظر إليها نظرا للأهمية التي يكتسبها هذا البنك على المستوى الوطني ولمحاولة معرفة أهم الخدمات البنكية الالكترونية وأهم وسائل الدفع الحديثة المستعملة من طرف البنك .

ونجد أن الجزائر مازال 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 وذلك لعدم ثقافة وثقة العميل في التعاملات والبيئة الإلكترونية .

خاتمة عامة

خاتمة:

من خلال هذه الدراسة تم استعراض عمليات الصيرفة الإلكترونية وآثارها على المصارف ونشاطها، التي أدت إلى وجود أنظمة دفع إلكترونية ووسائل دفع إلكترونية، فبادرت المصارف إلى إنشاء الخدمات المصرفية الإلكترونية وتطورها إلى أن أصبحت بشكل كامل في صيغة المصرف الإلكتروني الذي يعتمد على وسائل دفع إلكترونية وابتكار نقود رقمية لا تعتمد على حسابات بنكية حقيقية، وأهم الخدمات التي تقدمها البنوك الإلكترونية عن طريق توضيح مدى الامتزاج والترابط الكبيرين بين نظم التكنولوجيا وتطور نظم الدفع والسداد المصرفية الإلكترونية، حيث حققت معدلات مرتفعة في نموها وانتشارها خلال فترة وجيزة نظرا لما تتمتع به من خصائص تجعلها ذات تأثير كبير على القدرات التنافسية التي آلت إليها السوق المصرفية أدت إلى جعل البنوك تدرك أن زيادة قدرتها التنافسية وتعزيز أوضاعها في السوق لا يكون إلا بتقديم خدمات متنوعة ومتطورة ذات جودة عالية، والتي لا تتحقق إلا بتوفير المعلومات عن مستويات الجودة من منظور العملاء ومحاولة قياس مدى إدراكهم لجودة الخدمة المصرفية وتقييمهم لها مما استلزم تطور النظام المصرفي وتطبيق نظم المعلومات والاتصال في البنوك أو ما يطلق عليه البنوك الإلكترونية التي استطاعت أن تقفز بالعمل المصرفي إلى اتجاهات معاصرة تتماشى مع الوسائل التكنولوجية المتطورة.

إن تطور النظام المصرفي يتبع تطور وشكل ونظام النشاط الاقتصادي المتبع لأي دولة، فإن الجزائر وعلى غرار الدول النامية شهدت اصلاحات مصرفية شاملة استعداد للتحول لنظام اقتصاد السوق وتحضيرا للاندماج في الاقتصاد العالمي، فخلال السنوات الماضية أدركت الجزائر ضرورة تحديث نظامها المصرفي من خلال إدخال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات للارتقاء به إلى مستوى تلك التطورات الذي انتهى هذا الأخير بتطبيق الصيرفة الإلكترونية.

إن تبني الصيرفة الإلكترونية بكل ما تتطلبه من بيئة مناسبة تسهم في بناء الاقتصاد الرقمي وتطور التجارة الإلكترونية.

ومن هنا قد تم عرض واقع الصيرفة الإلكترونية في الجزائر، واستخدام أدوات الدفع وانتشارها وعليه تبين أن هناك تحديات أمام الصيرفة الإلكترونية في الجزائر مقارنة مع ما هو سائد في دول العالم.

1/ النتائج:

– الصيرفة الإلكترونية نمط جديد في المجال يشهد إقبالا متزايدا من طرف الأفراد والمنشآت لما لها من فوائد ومميزات لم تكن متوفرة في الصيرفة التقليدية كاختصار الزمن والمسافة وتخفيض الأسعار وتلبيات طلبات الزبائن فقد حققت نتائج فاقت كل التوقعات سواء بالنسبة للدول أو للمنشآت، 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، فتقدم خدمات ذات جودة متميزة يعني تطابق مستوى الجودة الفعلي ويعكس مدى توافر أبعاد جودة الخدمة مع توقعات العملاء .

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

– إن اعتماد وسائل الدفع الإلكتروني تساهم في تحسين جودة الخدمات المصرفية حيث ما يجعل العميل يستغني عن الذهاب نقطة البيع باستطاعته الاستفادة من الخدمات المصرفية من مكان إقامته أو عمله أو أي مكان تتوفر فيه خدمة الأنترنت.

2/ إثبات صحة الفرضيات:

"**تؤكد الفرضية الأولى**": تم التغلب على النقائص التي واجهتها البنوك التقليدية وذلك بإتباعها للتطور الحاصل في مجال التكنولوجيا مما أدى إلى تخفيض التكاليف واختصار الزمن وتخفيض الأسعار وتلبية طلبيات الزبائن.

"**تؤكد الفرضية الثانية**": أن تقديم الخدمة المصرفية بالجودة المطلوبة التي يرغب الزبون في الحصول عليها تجعل من هذا الأخير يزيد من ثقته بالمصرف الذي يتعامل معه.

"**تؤكد الفرضية الثالثة**": جاءت وسائل الدفع الإلكترونية كسد النقص وكبديل عن وسائل الدفع العادية، حيث أن وسائل الدفع الإلكتروني تريح الموظف في تعاملاته مع المؤسسة المالية والمصرفية حيث تتمتع بسرعة الأداء والتحويل نحو التجارة الإلكترونية في الجزائر.

تؤكد الفرضية الرابعة : ان التجربة الجزائرية لتوسيع الصيرفة الالكترونية متأخرة وبعيدة كل البعد عن الاهداف المحددة ويتضح هذا التأخر بالتوسع المتزايد للفجوة التكنولوجية بين البنوك الجزائرية ونظائرها من البنوك العربية والغربية ويرجع ذلك الى غياب ثقافة الادارة الالكترونية في المجتمع فضلا الى غياب اطار قانوني وتشريعي واضح للصيرفة الالكترونية .

3/ التوصيات:

– أن تقوم البنوك بإجراء دراسات لمتابعة كل ما هو جديد فيما يتعلق بتطوير الخدمات المصرفية.

– أن تعمل البنوك على خلق جو من الثقة والطمأنينة في علاقاتها مع العملاء.

– ضرورة متابعة التطورات الحديثة في مجال الصيرفة الإلكترونية والوصول إلى العملاء عبر أحدث الوسائل الإلكترونية باعتبار أن لها تأثير على جودة الخدمات المصرفية.

– ضرورة التطوير المستمر في أداء المصرف لرفع مستوى كفاءة التشغيل بحيث يقدم المصرف خدماته دائما بأفضل جودة وبأفضل وقت وأقل تكلفة.

– ضرورة التطوير والتعبير في المفاهيم التقليدية للأعمال المصرفية والتطوير في القواعد والإجراءات والتعليمات المصرفية التي لا يمكن أن تنسجم مع فكرة وممارسات الأعمال المصرفية الإلكترونية.

– وضع السبل الكفيلة بمواجهة التحديات الناتجة عن التعامل بالنقود الإلكترونية والشيكات الإلكترونية والمصارف الافتراضية.

– المعرفة الكاملة بالقوانين والتشريعات المصرفية لا سيما تلك المتعلقة بالنواحي الإلكترونية.

– العمل على تفعيل شبكة الإنترنت كعامل مهم من عوامل نجاح البنوك في العصر الحديث.

4/ آفاق البحث:

من الواضح أن البحث الذي قمنا به ما هو إلا مجرد توضيح لدور الصيرفة الإلكترونية.

وعليه فإن مجال البحث لا يزال في مهده لذا نرى إمكانية مواصلة البحث من جوانب أخرى مثل:

– أثر استخدام الصيرفة الإلكترونية على تنافسية البنوك والمؤسسات المالية.

– القيام بدراسة مقارنة بين المصارف الأجنبية الرائدة في تبني الصيرفة الإلكترونية وبين المصارف الجزائرية من أجل رصد الاختلاف في مستوى الجودة.

قائمة المراجع

اولا : باللغة العربية

1- الكتب

1. احمد بوراس ، بريكة سعيد ، اعمال الصيرفة الالكترونية الأدوات والمخاطر ، دار الكتاب الحديث ،الطبعة الأولى ، القاهرة ،2014.
2. تيسير العجارمة ، التسويق المصرفي ، دار حامد ، الطبعة الأولى ، الأردن ، 2005.
3. حسين محمد الحسن ، الإدارة الالكترونية : المفاهيم –الخصائص–المتطلبات ، دار الوراقة للنشر والتوزيع، بدون طبعة ،عمان ،2011 .
4. حميد الطائي ، بشير العلاق ، إدارة عمليات الخدمة المصرفية ، دار البازوري ، الأردن ، طبعة 2008.
5. حميد الطائي ، بشير العلاق ، مبادئ التسويق الحديثة ، مدخل شامل ، دار الباروزي ،بدون طبعة، الأردن، 2009
6. رأفت رضوان، عالم التجارة الالكترونية ، المنظمة العربية للتنمية الإدارية القاهرة ، مصر 1999.
7. زياد رمضان ، محفوظ جودة ، الاتجاهات المعاصرة في إدارة البنوك ، دار وائل ، الطبعة الثالثة ، الأردن ، 2003.
8. طارق عبد العال حماد ، التجارة الالكترونية ، الدار الجامعية للنشر و التوزيع ،الإسكندرية ، مصر 2003–2004 .
9. الطاهر لطرش ، تقنيات البنوك ، ديوان المطبوعات ، الطبعة الثانية ، الجزائر ، 2003 .
10. علاء فرحان طالب و آخرون ، المزيج التسويقي المصرفي وأثره في الصورة المدركة للزبائن ،دار الصفاء ، الطبعة الأولى ،عمان ، 2010.
11. علي فلاح الزغبي ،مبادئ وأساليب التسويق ، دار الصفاء ، الطبعة الاولى ، عمان،2010.
12. عمار عمورة ، الوجيز في شرح القانون التجاري الجزائري ، دار المعرفة ، بدون طبعة، الجزائر ، 2000 .
13. عوض الحداد ، تسويق الخدمات المصرفية ، دار البيان ، مصر ، طبعة 1999.

14. فاروق سيد حسين، التجارة الالكترونية وتأثيرها ، هلا للنشر والتوزيع ،بدون طبعة، القاهرة ، مصر ،2001.

15. محمد تيسير السقال، قياس جودة الخدمات المصرفية المقدمة في المصارف التجارية، دار وائل للنشر و التوزيع ، عمان ، 2016.

16. محمد حسن الطائي، التجارة الالكترونية "المستقبل الواعد للأجيال القادمة ، دار الثقافة للنشر والتوزيع،عمان،2011.

17. محمود جاسم الصميدعي ، ردينة عثمان ، تسويق الخدمات ،دار المسيرة ،الطبعة الأولى، عمان، 2010.

18. مدحت صادق، أدوات وتقنيات مصرفية، دار عربي للطباعة والنشر والتوزيع،القاهرة، مصر ،2001.

19. ناظم محمد نوري الشمري ، الصيرفة الالكترونية الأدوات والتطبيقات ومعيقات التوسع، دار وائل للنشر والتوزيع ، الطبعة الأولى ، عمان ، الأردن ، 2008.

20. هاني حامد ، تسويق الخدمات ، دار النشر ، بدون طبعة ، عمان ، الأردن ، 2005.

21. وسيم محمد الحداد ، شقيري نوري موسى ،الخدمات المصرفية الالكترونية ، دار المسيرة ، الطبعة الأولى ، عمان ، 2012.

2- المذكرات و الأطروحات :

22. آسيا قاسيمي ، اثر العولمة المالية على تطوير الخدمات المصرفية وتحسين القدرة التنافسية للبنوك الجزائرية ، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في العلوم الاقتصادية ،تخصص اقتصاديات مالية وبنوك ، جامعة احمد بوقرة بومرداس ، 2014-2015.

23. سعيد بريكة ،واقع عمليات الصيرفة الالكترونية وآفاق تطورها في الجزائر ،أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في العلوم الاقتصادية ، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية ، جامعة العربي بن مهيدي ، أم البواقي ، الجزائر ،2011

24. العطرة دغنوش ، استخدام شبكة الانترنت كأداة لتقديم الخدمات البنكية وأثرها على الأداء البنكي ، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في العلوم الاقتصادية ، تخصص نقود ومالية ، جامعة بسكرة ،2016-2017.

25. اوجاني جمال ،النظام القانوني للبطاقة الائتمانية ، مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماجستير ، تخصص قانون ،قسم العلوم القانونية والإدارية 2015-2016 .

26. تشيروف فضيلة ، أثر التسويق الالكتروني على جودة الخدمات المصرفية ،مذكرة مكملة لنيل شهادة ماجستير في التسويق ،قسم علوم تجارية ،جامعة قسنطينة ،الجزائر ،2009-2010.

27. حميزي سيد احمد ، تحديث وسائل الدفع كعنصر لتأهيل النظام المصرفي الجزائري، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير ،تخصص مالية وبنوك ، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير ،جامعة الجزائر ،2002.

28. زهير زاوش ،دور نظام الدفع الالكتروني في تحسين المعاملات المصرفية –دراسة حالة الجزائر – رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية ،كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير ، جامعة العربي بن مهيدي ، أم البواقي ، الجزائر 2010-2011.

29. ماهر جورج ، جودة الخدمات المصرفية وأثرها في ربحية المصارف –دراسة ميدانية على المصارف الخاصة في سوريا – دراسة أعدت لنيل درجة الماجستير في العلوم المالية والمصرفية ، كلية الاقتصاد ، قسم مصارف و تأمين ، جامعة دمشق ، 2015

30. بن زكري عبد الرحمن بلال ، خمارة امينة ، واقع التقنيات المصرفية الحديثة في البنوك الجزائرية ، مذكرة ماستر أكاديمي ، جامعة قسنطينة ، الجزائر 2007.

31. حورية جنان ، دور الصيرفة الالكترونية في تحسين جودة الخدمات المصرفية ، مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات نيل شهادة الماستر الاكاديمي ،علوم اقتصادية ،تخصص مالية وبنوك، جامعة العربي بن مهيدي ،أم البواقي 2013.

32. سمية بلغول ، واقع وتحديات البنوك الجزائرية الجزائرية في ظل الصيرفة الالكترونية، مذكرة مكملة ضمن متطلبات نيل شهادة ماستر أكاديمي في العلوم الاقتصادية ، تخصص مالية وبنوك ، جامعة أم البواقي ، الجزائر 2014.

3- الملتقيات:

33. احمد طرطار ، سارة حليمي، جودة الخدمات المصرفية كآلية لتفعيل الميزة التنافسية، ملتقى الطبعة 2010 ، جامعة قسنطينة ، الجزائر .

34. احمد عبد الخالق ، البنوك و التجارة الالكترونية ، الجديد في اعمال المصارف من الوجهتين القانونية والاقتصادية ، مداخلة في المؤتمر العلمي السنوي ، بعنوان الجديد في التمويل المصرفي الجزء الثاني ، كلية الحقوق ، جامعة بيروت العربية ، منشورات الحلبي الحقوقية ،لبنان ، 2002.

35. بن عزة محمد أمين ، زوهري جليلة ، واقع المصارف الجزائرية في تطبيق نظام الدفع الالكتروني – دراسة حالة BADR مقدمة إلى ملتقى عصرنة نظام الدفع في البنوك الجزائرية وإشكالية اعتماد التجارة الالكترونية في الجزائر ، المركز الجامعي خميس مليانة ،الجزائر 26-27 افريل 2011.

36. حسين شحادة الحسين ، العمليات المصرفية الالكترونية ، الجديد في اعمال المصارف من الوجهتين القانونية والاقتصادية ، مداخلة في المؤتمر العلمي السنوي ، بعنوان الجديد في التمويل المصرفي الجزء الثاني ، كلية الحقوق ، جامعة بيروت العربية ، منشورات الحلبي الحقوقية ،لبنان ، 2002.

37. رحيم حسين ،هواري معراج، الصيرفة الالكترونية كمدخل لعصرنة المصارف الجزائرية ، ملتقى المنظومة المصرفية الجزائرية والتحولات الاقتصادية –واقع وتحديات– جامعة شلف ،2004.

38. رزيق كمال ، عبد الحليم فوضلي ، تحديث النظام المصرفي الجزائري ، مداخلة في الملتقى الوطني حول المنظومة المصرفية الجزائرية والتحولات الاقتصادية الواقع و التحديات، جامعة شلف ، 2010.

39. طوني عيسى ،الدفع الالكتروني بالبطاقة الائتمانية في شبكة الانترنت ، الجديد في اعمال المصارف من الوجهتين القانونية والاقتصادية ، مداخلة في المؤتمر العلمي السنوي ، بعنوان الجديد في التمويل المصرفي الجزء الثاني ، كلية الحقوق ، جامعة بيروت العربية ، منشورات الحلبي الحقوقية ،لبنان 2002.

40. عبد الهادي النجار ، بطاقات الائتمان والعمليات المصرفية الالكترونية ، الجديد في اعمال المصارف من الوجهتين القانونية والاقتصادية ، مداخلة في المؤتمر العلمي السنوي ، بعنوان الجديد في التمويل المصرفي الجزء الثاني ، كلية الحقوق ، جامعة بيروت العربية ، منشورات الحلبي الحقوقية ،لبنان 2002.

41. معارفي فريدة ، مداخلة بعنوان الأعمال المصرفية الالكترونية ، المؤتمر العلمي الخامس ، جامعة فيلادلفيا ، كلية العلوم الإدارية و المالية .

42. موسى خليل متري ، القواعد القانونية الناظمة للصيرفة الالكترونية ، الجديد في أعمال المصارف من الوجهتين القانونية والاقتصادية ، مداخلة في المؤتمر العلمي السنوي ، بعنوان الجديد في التمويل المصرفي الجزء الثاني ، كلية الحقوق ، جامعة بيروت العربية ، منشورات الحلبي الحقوقية ،لبنان 2002.

43. نعمون وهاب ، النظم المعاصرة لتوزيع المنتجات المصرفية واستراتيجية البنوك ، ملتقى المنظومة المصرفية الجزائرية والتحولات الاقتصادية –واقع و تحديات– جامعة شلف 2004.

44. يوسف مسعداوي ، البنوك الالكترونية ، مداخلة في الملتقى الوطني حول المنظومة المصرفية الجزائرية والتحولات الاقتصادية –الواقع والتحديات– جامعة شلف يوم 14و 15 ديسمبر 2004.

4– المجلات العلمية :

45. ابو معمر، فارس محمود ، قياس جودة الخدمات المصرفية في البنوك العامة في قطاع غزة ، مجلة الجامعة الإسلامية ، المجلد الثالث عشر ، العدد الأول ، 2005

46. زبيري رابح ، بوزرودة ليندة ،آفاق الصيرفة الالكترونية في المؤسسة المصرفية الجزائرية ، مجلة كلية العلوم الاقتصادية والتسيير والعلوم التجارية العدد 06 ،جامعة البليدة 02 الجزائر 2016 .

47. سمية عبابسة ، وسائل الدفع الالكتروني في النظام البنكي الجزائري الواقع والمعيقات والآفاق المستقبلية ، مجلة العلوم الإنسانية ، العدد 06 ، جامعة أم البواقي .

48. صالح مفتاح ، العولمة المالية ، مجلة العلوم الإنسانية ، العدد 02، جامعة بسكرة ، الجزائر ، 2002.

49. عبد القادر بريش ، التحرير المصرفي ومتطلبات تطوير الخدمات المصرفية ، مجلة اقتصاديات شمال إفريقيا العدد 03، الجزائر ، 2003.

50. عز الدين كامل ، أمين مصطفى ، الصيرفة الالكترونية ، العدد 46 ، بنك السودان ، 2005.

51. لخضر عزي ، التسويق المصرفي كرائد لنشاط النظام المصرفي في الجزائر ، مجلة العلوم الإنسانية ، العدد 15 ، جامعة قسنطينة ، الجزائر ، 2004.

52. معلا ناجح ، جودة الخدمات المصرفية التي تقدمها المصارف التجارية الاردنية ، مجلة الدراسات ، الجامعة الاردنية ، المجلد 25 العدد 02 ، 1998 .

53. هاشم العيادي ، الدور الاستراتيجي لادارة الجودة الشاملة في إدارة علاقات الزبون ، مجلة العلوم الإنسانية ، جامعة الكوفة ، العراق 2007.

5- القوانين و التشريعات :

54. المادة 03 من التنظيم 97-03 المؤرخ في 16 رجب الموافق ل17 نوفمبر 1997 المتعلق بغرفة المقاصة الرسمية 17 مؤرخة في 25 مارس 1998.

55. مبادئ الاشراف على أنظمة الدفع والتسوية ومسؤوليات المصارف البنكية، مجلس محافظي المصارف المركزية، اللجنة العربية 92 لأنظمة الدفع والتسوية، صندوق النقد العربي، أبو ظبي، 2008.

6- المواقع الالكترونية :

56. بن عباد محمد سمير ، سماحي احمد ، التكنولوجيا الالكترونية ضرورة أم حتمية بالنسبة للمؤسسات المصرفية الجزائرية متاحة على الرابط : http //www.abhatoo.net.ma

57. رشدي عبد اللطيف وادي ، دراسة حول : أهمية ومزايا البنوك الالكترونية في قطاع غزة فلسطين ومعوقات انتشارها الموقع : http:// dud4arab.com

58. عبيد عصام محمد، تطبيق مفاهيم إدارة الجودة الشاملة مفاهيم أساسية، جامعة أسيوط، مصر، متاح عبر الرابط: http://www.slideshare.net

59. علي قابوسة ، المصارف الالكترونية ، الفرص و التحديات حالة الجزائر نقلا عن الموقع الالكتروني http:/ :www.bank.org /arabique/période

60. محمد مسعود محمد إدريس ، الصيرفة الالكترونية ، كلية العلوم الاقتصادية و الإدارية ، جامعة النيل الأبيض نقلا عن الموقع الالكتروني http://197.251.104/bitstream/handle

61. يونس عرب ،حجية الإثبات بالمستخرجات الالكترونية في القضايا المصرفية الموقع :

www.arablw.org/bawnload/E-vidence

ثانيا: باللغة الأجنبية

62. Michel Aglietta et Laurence Scialam, Seconde generation de monnaie electronique nouveaux défis. Problemes economiques , la documentation française.

63. Mostafa Hashem Sherif , La monnaie electronique edition rolles , paris

64. Shradha Nigudge and Mohsin Khan Pathan , E-banking : services, importance in business advantage , challenges and adoptions in India , asian journal of management sciences vol 2 issue 3, March 2014

65. Steve Clark and Mahmoud Shah, E-banking Management Issus, Solution and Stratigies, New York Informations sciences reference ,2009

قائمة الملاحق

الملحق (01) : عقد بطاقة الدفع الالكترونية CIB

القرض الشعبي الجزائري

Crédit Populaire d'Algérie

CONTRAT
CARTE INTERBANCAIRE DE PAIEMENT CIB

Groupe d'Exploitation : ..... Agence : ..... Code Agence : ⌊_⌊_⌊_

N° du contrat _____ Date : ⌊_⌊_⌊_⌊_⌊_⌊_

Type de Cartes : ☐ CLASSIQUE ☐ GOLD

Titulaire du compte

Inscrire en Majuscule (*)

Je soussigné(e) Mr, Mme, Melle (1) : Nom (*) : ⌊_⌊_⌊_⌊_⌊_⌊_⌊_⌊_⌊_⌊_⌊_⌊_⌊_⌊_⌊_ Prénoms (*) : ⌊_⌊_⌊_⌊_⌊_⌊_⌊_⌊_⌊_⌊_⌊_⌊_⌊_⌊_⌊_

Raison sociale : _____

Adresse du domicile : _____

Code postal : _____ Ville _____ Tél _____

Compte n° ⌊_⌊_⌊_⌊_⌊_⌊_⌊_⌊_⌊_⌊_⌊_⌊_ clé ⌊_⌊_

Nature du compte : Particulier ☐ Société ☐

Date d'ouverture : ⌊_⌊_⌊_⌊_⌊_⌊_

Revenu mensuel : _____ DA

Sollcite de la banque la délivrance d'une carte interbancaire de paiement et reconnais avoir pris connaissance des conditions générales de fonctionnement de la carte de paiement et y adhère sans réserve

à mon nom ☐ au nom du porteur ci-aprés désigné ☐

Titulaire de la carte

Inscrire en Majuscule (*)

Mr, Mme, Melle (1) : Nom (*) : ⌊_⌊_⌊_⌊_⌊_⌊_⌊_⌊_⌊_⌊_⌊_⌊_⌊_⌊_⌊_ Prénoms (*) : ⌊_⌊_⌊_⌊_⌊_⌊_⌊_⌊_⌊_⌊_⌊_⌊_⌊_⌊_⌊_

Date et lieu de naissance : _____ à _____ Wilaya _____

Profession : _____

Adresse : _____

Plafond mensuel de retrait : DA

Plafond mensuel de paiement : _____ DA à la date de signature du contrat

N° de la carte ⌊_⌊_⌊_⌊_⌊_⌊_⌊_⌊_⌊_⌊_⌊_⌊_⌊_⌊_⌊_⌊_

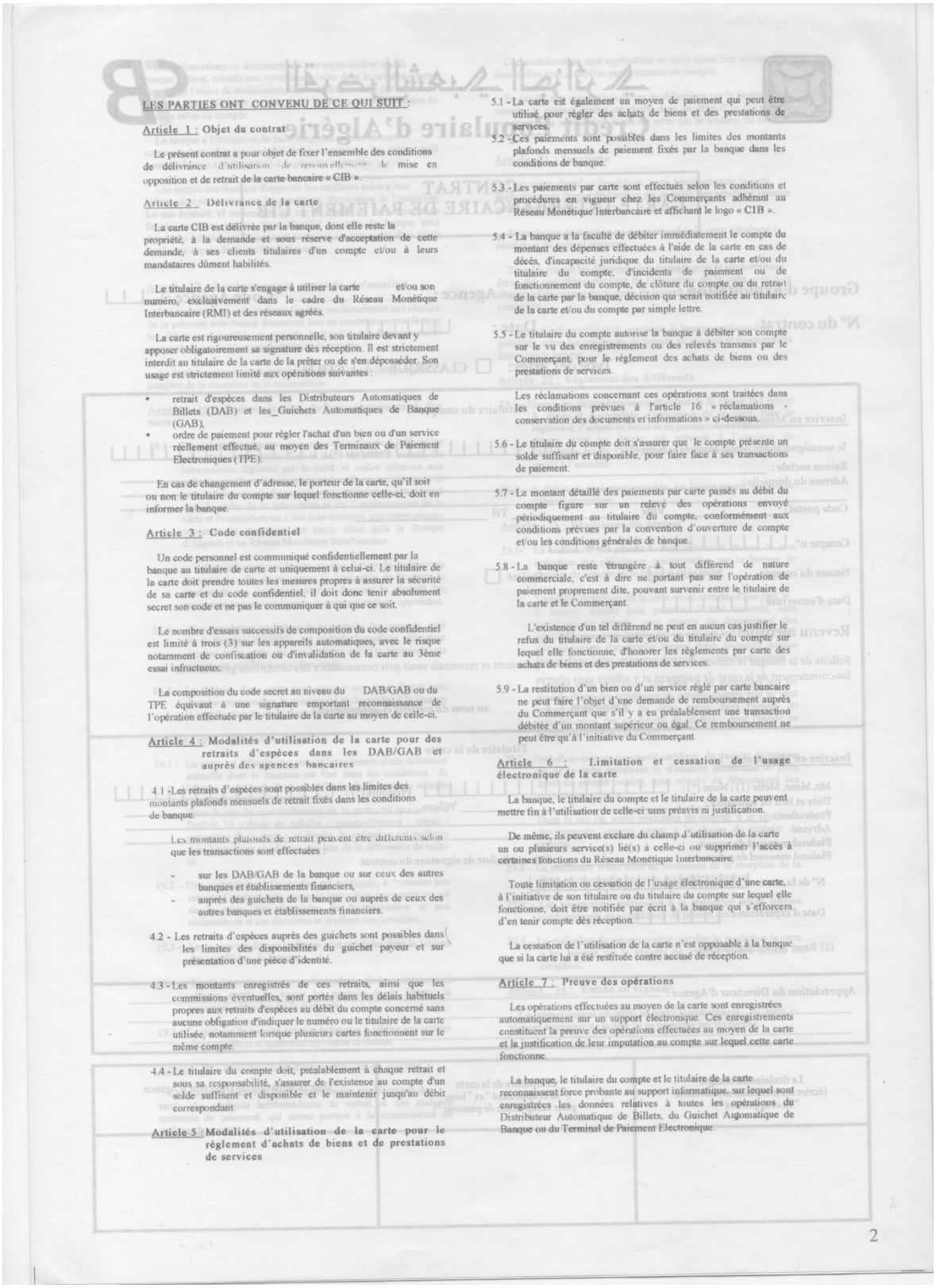
Date d'expiration : ⌊_⌊_⌊_⌊_⌊_⌊_

(1) Rayer la mention inutile :

Appréciation du Directeur d'Agence : .....

Le titulaire du compte (écrire les mentions manuscrites " lu et approuvé ")	Le titulaire de la carte (" lu et approuvé " et " bon pour acceptation de pouvoir ")	Date et Signature du Directeur d'Agence

الملحق (02) : خلفية عقد بطاقة الدفع الالكترونية CIB



LES PARTIES ONT CONVENU DE CE QUI SUIT :

Article 1 : Objet du contrat

Le présent contrat a pour objet de fixer l'ensemble des conditions de délivrance d'utilisation de renouvellement de mise en opposition et de retrait de la carte bancaire « CIB ».

Article 2 : Délivrance de la carte

La carte CIB est délivrée par la banque, dont elle reste la propriété, à la demande et sous réserve d'acceptation de cette demande, à ses clients titulaires d'un compte et/ou à leurs mandataires dûment habilités.

Le titulaire de la carte s'engage à utiliser la carte et/ou son numéro, exclusivement dans le cadre du Réseau Monétique Interbancaire (RMI) et des réseaux agréés.

La carte est rigoureusement personnelle, son titulaire devant y apposer obligatoirement sa signature dès réception. Il est strictement interdit au titulaire de la carte de la prêter ou de s'en déposséder. Son usage est strictement limité aux opérations suivantes :

- retrait d'espèces dans les Distributeurs Automatiques de Billets (DAB) et les Guichets Automatiques de Banque (GAB),
- ordre de paiement pour régler l'achat d'un bien ou d'un service réellement effectué, au moyen des Terminaux de Paiement Electroniques (TPE).

En cas de changement d'adresse, le porteur de la carte, qu'il soit ou non le titulaire du compte sur lequel fonctionne celle-ci, doit en informer la banque.

Article 3 : Code confidentiel

Un code personnel est communiqué confidentiellement par la banque au titulaire de carte et uniquement à celui-ci. Le titulaire de la carte doit prendre toutes les mesures propres à assurer la sécurité de sa carte et du code confidentiel, il doit donc tenir absolument secret son code et ne pas le communiquer à qui que ce soit.

Le nombre d'essais successifs de composition du code confidentiel est limité à trois (3) sur les appareils automatiques, avec le risque notamment de confiscation ou d'invalidation de la carte au 3ème essai infructueux.

La composition du code secret au niveau du DAB/GAB ou du TPE équivaut à une signature emportant reconnaissance de l'opération effectuée par le titulaire de la carte au moyen de celle-ci.

Article 4 : Modalités d'utilisation de la carte pour des retraits d'espèces dans les DAB/GAB et auprès des agences bancaires

4.1 -Les retraits d'espèces sont possibles dans les limites des montants plafonds mensuels de retrait fixés dans les conditions de banque.

Les montants plafonds de retrait peuvent être différents selon que les transactions sont effectuées :

- sur les DAB/GAB de la banque ou sur ceux des autres banques et établissements financiers,
- auprès des guichets de la banque ou auprès de ceux des autres banques et établissements financiers.

4.2 - Les retraits d'espèces auprès des guichets sont possibles dans les limites des disponibilités du guichet payeur et sur présentation d'une pièce d'identité.

4.3 - Les montants enregistrés de ces retraits, ainsi que les commissions éventuelles, sont portés dans les délais habituels propres aux retraits d'espèces au débit du compte concerné sans aucune obligation d'indiquer le numéro ou le titulaire de la carte utilisée, notamment lorsque plusieurs cartes fonctionnent sur le même compte.

4.4 - Le titulaire du compte doit, préalablement à chaque retrait et sous sa responsabilité, s'assurer de l'existence au compte d'un solde suffisant et disponible et le maintenir jusqu'au débit correspondant.

Article 5 : Modalités d'utilisation de la carte pour le règlement d'achats de biens et de prestations de services

5.1 - La carte est également un moyen de paiement qui peut être utilisé pour régler des achats de biens et des prestations de services.

5.2 - Ces paiements sont possibles dans les limites des montants plafonds mensuels de paiement fixés par la banque dans les conditions de banque.

5.3 - Les paiements par carte sont effectués selon les conditions et procédures en vigueur chez les Commerçants adhérant au Réseau Monétique Interbancaire et affichant le logo « CIB ».

5.4 - La banque a la faculté de débiter immédiatement le compte du montant des dépenses effectuées à l'aide de la carte en cas de décès, d'incapacité juridique du titulaire de la carte et/ou du titulaire du compte, d'incidents de paiement ou de fonctionnement du compte, de clôture du compte ou du retrait de la carte par la banque, décision qui serait notifiée au titulaire de la carte et/ou du compte par simple lettre.

5.5 - Le titulaire du compte autorise la banque à débiter son compte sur le vu des enregistrements ou des relevés transmis par le Commerçant, pour le règlement des achats de biens ou des prestations de services.

Les réclamations concernant ces opérations sont traitées dans les conditions prévues à l'article 16 « réclamations - conservation des documents et informations » ci-dessous.

5.6 - Le titulaire du compte doit s'assurer que le compte présente un solde suffisant et disponible, pour faire face à ses transactions de paiement.

5.7 - Le montant détaillé des paiements par carte passés au débit du compte figure sur un relevé des opérations envoyé périodiquement au titulaire du compte, conformément aux conditions prévues par la convention d'ouverture de compte et/ou les conditions générales de banque.

5.8 - La banque reste étrangère à tout différend de nature commerciale, c'est à dire ne portant pas sur l'opération de paiement proprement dite, pouvant survenir entre le titulaire de la carte et le Commerçant.

L'existence d'un tel différend ne peut en aucun cas justifier le refus du titulaire de la carte et/ou du titulaire du compte sur lequel elle fonctionne, d'honorer les règlements par carte des achats de biens et des prestations de services.

5.9 - La restitution d'un bien ou d'un service réglé par carte bancaire ne peut faire l'objet d'une demande de remboursement auprès du Commerçant que s'il y a eu préalablement une transaction débitée d'un montant supérieur ou égal. Ce remboursement ne peut être qu'à l'initiative du Commerçant.

Article 6 : Limitation et cessation de l'usage électronique de la carte

La banque, le titulaire du compte et le titulaire de la carte peuvent mettre fin à l'utilisation de celle-ci sans préavis ni justification.

De même, ils peuvent exclure du champ d'utilisation de la carte un ou plusieurs service(s) lié(s) à celle-ci ou supprimer l'accès à certaines fonctions du Réseau Monétique Interbancaire.

Toute limitation ou cessation de l'usage électronique d'une carte, à l'initiative de son titulaire ou du titulaire du compte sur lequel elle fonctionne, doit être notifiée par écrit à la banque qui s'efforcera d'en tenir compte dès réception.

La cessation de l'utilisation de la carte n'est opposable à la banque que si la carte lui a été restituée contre accusé de réception.

Article 7 : Preuve des opérations

Les opérations effectuées au moyen de la carte sont enregistrées automatiquement sur un support électronique. Ces enregistrements constituent la preuve des opérations effectuées au moyen de la carte et la justification de leur imputation au compte sur lequel cette carte fonctionne.

La banque, le titulaire du compte et le titulaire de la carte reconnaissent force probante au support informatique, sur lequel sont enregistrées les données relatives à toutes les opérations du Distributeur Automatique de Billets, du Guichet Automatique de Banque ou du Terminal de Paiement Electronique.

2

الملحق (03):عقد اشتراك للخدمات البنكية عبر الانترنت

القـرض الشـعـبي الجزائـري
CREDIT POPULAIRE D'ALGERIE

عقد اشتراك للخدمات البنكية الإلكترونية
للتجار و الأشخاص المعنوية

الزبون الممضي أسفله *(التسمية الاجتماعية)*.....
ممثل من طرف :
السيدة □ الأنسة □ السيد □
اللقب.....الاسم.....
الصّفة :.....
تاريخ و مكان الازدياد.....
عنوان المقر الاجتماعي:.....
الصفة القانونية:.....
سجل التجاري رقم.....سلم يوم.....من طرف.....
رقم الاستدلال الجبائي.....
رقم الهاتف..... رقم الفاكس.....

يصرح أنه يريد الاشتراك لمدة سنة (01) متجددة ضمنيا، إلا في حالة ابطال مبلغ كتابيا، الخدمات البنكية الالكترونية المتعلقة بالخدمات المشار عليها بعلامة (×) على الحساب أو الحسابات المبينة أدناه.

طبيعة الخدمة	القناة	رقم حساب الخدمة	الإختيار(*)	المدة (**)
- الإطلاع على الحساب *(رصيد, عمليات)* - *تحميل كشف الحساب*	الأنترنيت	رقم..... رقم..... رقم..... رقم..... رقم.....		غير محدد
- إرسال أسبوعي لكشف الحساب	فاكس	رقم..... رقم..... رقم..... رقم..... رقم.....		(كل يوم السبت)
- معلومات حول رصيد الحساب **(رسالة قصيرة واحدة كل أسبوع)**	رسالة قصيرة (***)	رقم..... رقم.....		.....
- معلومات و الاطلاع على الرصيد	صوتي (سمعي)	رقم..... رقم.....		غير محدد

(*) تملأ حسب رغباتكم ضعوا علامة (×) على الخدمة أو الخدمات و القناة أو القنوات المختارة
(**) حددوا يوم إرسال الرسائل القصيرة في الأسبوع و عدد نوبات الرسائل القصيرة من 1 إلى 4 (مثال : كل يوم أحد ، رسالتين قصيرتين كل يوم إثنين أو رسالة قصيرة كل يوم ثلاثاء و رسالة قصيرة كل يوم خميس.....)
(***) رقم الهاتف النقال إجباري

لا تتم مراقبة المدخل إلى الخدمات بواسطة فحص الإمضاءات من طرف البنك، وإنما يتم ذلك عن طريق التحقق من شرعية الزبون الذاتية و باستعماله لكلمة السر الشخصية.

بناءا على ذلك يسمح الزبون للقرض الشعبي الجزائري باقتطاع المصاريف المتعلقة بهذا الأشتراك كما هو مبين في الشروط العامة للبنك، **من حساب الفوترة الآتي : رقم**.....

إضافة إلى النصوص السائدة التي تحكم العلاقات بين الزبون والبنك (وثيقة أساسية) تطبق حرفيا الشروط العامة والخاصة بهذه الخدمات (البنكية الالكترونية) الواردة على ظهر هذا العقد و التي يصرّح الزبون أنه على علم بها.

بعد تحقيق وتسجيل البنك لكل المعلومات الواردة ، يتحصل الزبون على موافقة إشتراكه .

حرر في.....بـ.....

إمضاء و ختم الوكالة

إمضاء الممثل المؤهل مع عبارة بخط اليد "قرأ و صودق عليه" مع وضع ختم الشركة

الملحق (04) : خلفية عقد الاشتراك في الخدمات عبر الانترنت



الشروط العامة للخدمات البنكية الالكترونية

للتجار و الأشخاص المعنوية

1. الخدمات البنكية الالكترونية

أن تبادل المعطيات المغطاة بهذه الشروط ،ترجع إلى الشؤون البنكية التي تستند أساسها من العقود المنفصلة أو الشروط العامة للبنك. يحق للبنك أن يغير في أي وقت محتوى الخدمات الممنوحة.

2. المدخل للخدمات البنكية الالكترونية:

1.2 يتم الدخول التقني، للزبون المسمى "مستعمل بنك الكتروني" للخدمات البنكية الالكترونية عن طريق الانترنيت أو عبر الهاتف النقال أو الثابت

2.2 : يمكن لأي شخص، الحصول على الخدمات البنكية الالكترونية بعد اثبات شرعيته بتشكيل :
- رقم التعريف المسلم له من البنك،
- كلمة السر الشخصية ؛
3.2: يلتزم مستعمل البنك الالكتروني فورا عند حصوله على كلمة السر الأولية بتغيرها بصفة منتظمة.

4.2 :يعتبر الشخص الذي تم التعرف عليه من البنك من خلال تشكيلة شرعيته، أنه مرخص له اللجوء إلى الخدمات البنكية الالكترونية ،وبالتالي يمكن للبنك أن يسمح له بذلك في إطار العمليات المبينة في العقد دون اللجوء إلى أي تحقيق

5.2 : يعتبر البنك، أن كل التحقيقات الأوامر، والاتصالات التي تصله عن طريق البنك الالكتروني مرخصة لمستعمل البنك الالكتروني.

3. الإقتطاع

1.3 يتم تسديد مصاريف الاشتراك كل ثلاثة اشهر في بداية كل ثلاثي بإقتطاع من حساب الفوترة المحدد من طرف الزبون و المبين في عقد الإشتراك .

2.3 حددت التسعيرة الخاصة بكل خدمة في الشروطالبنكية العامة للبنك تبين هذه التسعيرات للزبون عند إمضائه على عقد الإشتراك.

3.3 كل تغيير في التسعيرة أو في كيفية إقتطاع مصاريف الإشتراك في الخدمات البنكية يبلغ إلى الزبون بكافة الطرق.

4.3 تطبق مصاريف الاشتراك للخدمات البنكية ابتداءا من تاريخ الإمضاء على عقد الإشتراك أو تجديده .

4 واجبات البقضة لمستعمل البنك الالكتروني

1.4:يتعهد مستعمل البنك الالكتروني بالحفاظ على سرية كلمة السر، ويتجنب استعمالها التعسفي من طرف أشخاص غير مرخصين. لايجوز الحفاظ على كلمة السر خاصة بعد تغيرها ، بشكل كتابي. يتحمل مستعمل البنك الالكتروني كل الأخطار الناجمة عن الاستعمال - بما في ذلك المفرط – للبنابة الشرعية و كذا بيانات الأشخاص التي تم شرعيتهم.

2.4 إذا ظهر أي سبب يخلص من خلاله أن يكون أي شخص غير مرخص قد تعرف على كلمة السر الخاصة بالزبون أو الشخص المرخص له يجب التغيير الفوري لكلمة السر.

3.4 يجب على مستعمل البنك الالكتروني، أن يتحقق بنفسه من جملة وصحة المعلومات التي يرسلها، وهذا إلى غاية حصوله على التأكيد من جهاز البنك الالكتروني تحت مسؤوليته الكاملة.

4.4 يجب على مستعمل البنك الالكتروني أن يقلل لحد أقصى من المخاطر التي تهدد سلامة المعلومات الناجمة عن استعماله للانترنيت، بالجوء إلى إمكانيته الشخصية الخاصة بالوقاية (خاصة برامج مضادة للفيروس)

5(تحديد) المسؤولية

1.5 تعتبر المعلومات الخاصة بالحسابات و الودائع (كشف، حسابات، .....) وكذا المعلومات الأخرى الممكن الحصول عليها (نسبة العملة الصعبة) على سبيل المثال ، مؤقتة و لا يمكن أن تحل محل المعلومة الواردة في كشوفات الحساب المقدمة من البنك.

2.5 لايتحمل البنك أية مسؤولية تتعلق بالات الاستقبال لمستعمل البنك الالكتروني والعبور التقني للخدمات البنكية الالكترونية.

3.5 تستعمل شبكة الانترنيت المفتوحة في الخدمات البنكية الالكترونية، لايتحمل البنك الخسائر التي قد تنجم عن استعمال هذه الشبكة ، وهذا ينطبق كذلك على كل Softwareحصل عليه عن طريق هذه الشبكة (CD-ROM أو نقل.....) أو عن النتائج التي يمكن أن تنجم بعند أو أثناء نقل Software عبرالانترنيت.

4.5 في حالة ما إذا اكتشف البنك أن خطرا ما يتعلق بالحماية ، له الحق أن يوقف في صالح الزبون، الخدمات البنكية الالكترونية حتى حلول المشاكل.

5.5 يستبعد البنك مسؤوليته عن الخسائر الناجمة عن التعطلات، التوقف أو التأخر بصفة خاصة في معالجة المعطيات، إلا إذا ظهر خطأ جسيما.

6.5 تنتفي مسؤولية البنك تجاه زبونه في حالة الخسائر الناجمة عن عدم احترام الزبون لالتزاماته التعاقدية وكذا في حالة الخسائر الغير مباشرة، كفقدان الفائدة أو الخدمة للغير.

6. تجميد (توقيف)

1.6 : يمكن لمستعمل البنك الالكتروني أن يجمد العبور إلى الخدمات البنكية الالكترونية لنفسه أو لأشخاص المشتركين، لايتم طلب التجميد إلا في أوقات الافتتاح الاعتيادي للبنك، ويجب أن تتبع مباشرة بتأكيد كتابي موجه إلى البنك مع علم الوصول

2.6 : لا يرفع التجميد أو التوقيف إلا بطلب كتابي من الزبون إلى البنك، يحق للبنك أن يخصم نفقات التجميد من الزبون.

7. توجيهات خاصة بالوكالة

1.7 : تبقى الوكالة الممنوحة من الزبون للأشخاص الشرعيين و المتعلقة بالخدمات البنكية الإلكترونية سارية المفعول إلى غاية فسخ مكتوب (يرسل إلى البنك عن طريق رسالة موصى عليها أو فاكس)

2.7: إن إلغاء الزبون لإمضاءات الشخص الشرعي على الوثائق الرسمية المعمول بها و المودعة لدى البنك لا تنجم عنه خلما إبطال حقه في استعمال الخدمات البنكية الالكترونية بالعكس فطلب الفسخ الصريح هو ضروري.

8. السر البنكي

1.8 : عمومية : يعلم مستعمل البنك الالكتروني أن السر البنكي يخص فقط المعطيات الموجودة في الجزائر.

2.8 : الانترنيت يعلم مستعمل البنك الالكتروني أن المعطيات المرسلة من البنك الإلكتروني تسري عبر شبكة الإنترنيت التي هي ممكنة المنال من طرف أي شخص، يمكن للمعطيات الموجودة في البنك الالكتروني أن تتعبدى، بدون أية مراقبة، الحدود حتى وان كان المرسل و المرسل له موجود في الجزائر، لو أرسلت مجموعة المعطيات بصيغة رموز يبقى المرسل و المرسل إليه معروفين، يمكن للغير أن يتعرف بوجود الزبون في ذلك البنك

9. حماية البنك الالكتروني

1.9 : عمومية : نظرا لإستعمال صيغة الرموز في البنك الإلكتروني، يستحيل على أي شخص غير مسموح له أن يطلع على المعطيات السرية للزبون. لكن بالنظر إلى التطور المستمر لتقنية الإعلام الآلي، و التطورات في مجال الرموز يتعذر تحقيق حماية مطلقة سواء من طرف الزبون أو من طرف البنك. يشكل حاسوب مستعمل البنك الالكتروني جزءا مكملا لجهاز البنك الالكتروني، هذا الأخير الموجود خارج حماية البنك و بالتالي يمكن أن يصفي بعض النقائص على الجهاز.

2.9 : مخاطر أخرى. على الزبون أن يتعرف أيضا على المخاطر الخاصة التالية :
- معرفة غير كافية للجهاز، وعوامل الوقاية والحماية ناقصة (مثلا حماية غير كافية لحفظ المعطيات في الحاسوب، ارسال الفهرس من طرف الغير مسموح له يؤدي إلى سهولة العبور، كذلك خطر الفيروس الذي يمكن أن يعم كل الجهاز خاصة عند الإتصال بالعالم الخارجي سواء عن طريق شبكات الاعلام الآلي انترنيت أو طريق (CD ROM)- فلذلك من الضروري إذن على الزبائن الإطلاع المسبق على وسائل الحماية المتوفرة.

- لا يمكن استبعاد إعادة تشكيل منفذ في الانترنيت بواسطة جهاز (Serveur Provider) هذا يعني أن لهذا الجهاز إمكانية تحديد هوية ومع من اتصال الزبون.
- لا يمكن استبعاد كذالك أنه خلال استعمال الانترنيت ، يمكن للغير أن يتسلل إلى حاسوب الزبون بدون أن يكتشفه هذا الأخير.
– لا يمكن ضمان نجاعة وحسن سير الانترنيت
– ممكن أن تحدث بعض التعطلات، كأخطاء في الارسال، عيوب تقنية، تشبع الشبكة، تدخل غير قانوني في عتاد الشبكة، توقف غير منتظر للعبور الإلكتروني من طرف الغير وكذا تعطل أو خلل في جهاز Serveur.

10. أحكام قانونية خارجية

قيود الاسترداد والتصدير :

1.10 : يعلم مستعمل البنك الإلكتروني أن استعمال البنك الالكتروني من بلد خارجي، يمكن أن يشكل مخالفة القوانين المعمول بها في البلدان. فعلى الزبون أن يستخبر ذلك لدى الهيئات المختصة،في هذه الحالة المحددة يستبعد البنك مسؤوليته .

2.10: يعلم زبون البنك الإلكتروني أنه يمكن أن توجد قيود لعمليات التصدير و الإسترداد خاصة فيما يتعلق بحساب الرموز، ويمكن أن يخالفها عند استعماله للبنك الإلكتروني من الخارج.

11. تعديل العقد ومحيط الخدمات

يحق للبنك أن يعدل، في أي وقت، الأحكام و الخدمات البنكية الإلكترونية، ويعلم الزبون و وكلائه للضرورة بكل الوسائل المناسبة و في حالة عدم ورود إعتراض كتابي في أجل شهر بعد الإعلام ، تعتبر التعديلات مصادق عليها.

12. التجديد و الفسخ

إن عقد الإشتراك للخدمات البنكية سنوي يجدد ضمنيا و يمكن أن يفسخ من طرف الزبون عن طريق إعلام البنك برسالة موصى عليها شهر قبل إنتهاء مدة العقد. في حالة فسخ العقد لا تسترد الزبون المصاريف المتحصلة من البنك.

13. تحفظات الأحكام القانونية

الأحكام القانونية المحتملة الظهور، أثناء تسيير و استعمال البنك الإلكتروني تستعمل عند دخولها حيز التنفيذ كذلك في الاتصالات الحالية

14. البطلان الجزئي

إن بطلان أو عدم شرعية إحدى أو بعض نصوص هذه الأحكام لا تمس إطلاقا بصحة الأنماط الأخرى للعقد

15 تسوية النزاعات

تخضع كل علاقات الزبون بالبنك للقانون الجزائري ، يخضع كل نزاع في حالة عدم تسويته وديا، إلى المحاكم الجزائرية المختصة.

الملحق (05) : طلب البطاقة الدولية VISA

القرض الشعبي الجزائري
CREDIT POPULAIRE D'ALGERIE

DEMANDE DE LA CARTE INTERNATIONALE – CPA/VISA

Groupe d'Exploitation : ..... Code : ..... ☐ Première Demande

Agence : ..... Numéro demande : ..... ☐ Demande de renouvellement

M. ☐ Mme. ☐ Melle. ☐

Nom (en majuscule) : .....

Prènom : ..... Né (e) le : ..... à : .....

Adresse : ..... Tél. : .....

Passeport n° : ..... Délivré à : ..... Le : .....

Employeur et Adresse : .....

..... Tél. : .....

Profession : ..... Poste occupé : ..... Ancienneté : .....

N° Compte Devises : ..... Date ouverture : ..... Nat Monnaie.....

Montant avoir : ..... au : .....

N° Compte Dinars : ..... Date ouverture : .....M^t avoir : ..... au : .....

- Quel montant comptez-vous maintenir dans votre compte Devises (contre-valeur DA) ?

200 000 à 300 000 DA ☐ 300 000 à 1 000 000 DA ☐ + de 1 000 000 DA ☐

- Quel montant comptez-vous maintenir dans votre compte Dinars ?

20 000 à 100 000 DA ☐ 100 000 à 300 000 DA ☐ 300 000 à 1 000 000 DA ☐

+ de 1 000 000 DA ☐

Les montants retenus en Devises et en Dinars devront être maintenus dans vos comptes pendant toute la période de la Carte et 03 mois après.

- Combien d'opérations comptez-vous effectuer annuellement avec la Carte ?

1 à 10 opérations ☐ 10 à 20 opérations ☐ + de 20 opérations ☐

- Dans quelle tranche se situe votre revenu net ?

20 000 à 30 000 DA ☐ 30 000 à 50 000 DA ☐ + de 50 000 DA ☐

Je demande à être titulaire de la Carte Internationale CPA/VISA et m'engage à respecter les informations que j'ai mentionné ci-dessus.

Je reconnais avoir pris connaissance de toutes les clauses portées au dos de la présente demande, j'y souscrits sans réserves.

Je reconnais en outre le droit discrétionnaire au CPA d'effectuer l'enquête d'usage, d'étudier ma demande et le cas échéant de ne pas donner suite à la présente demande sans indiquer les raisons de sa décision.

Fait à ....., *le* .....

Signature du demandeur

Signature du Directeur d'Agence

1 - Copie Client

478

الملحق (06) : خلفية طلب البطاقة الدولية VISA

I - CONDITIONS GENERALES

Définitions

1) « **carte bancaire** » désigne tout support physique doté d'une sérigraphie et d'une piste magnétique et d'un microprocesseur, indépendamment du fabricant, du personnalisation et de la banque émetteur.

2) « **CIB** » désigne le Réseau cartes interbancaires, constitué de Guichets Automatiques de Banque, de Distributeurs Automatiques de Billets et de Terminaux de Paiement Electronique pouvant être utilisés par les titulaires de la carte bancaire avec l'approbation de la banque.

3) "**équipement électronique**" désigne tout dispositif de paiement qui comporte un système permettant le contrôle du code confidentiel et qui est agréé par le RMI.

Actuellement, ce contrôle ne porte que sur les cartes à microcircuit (ci-après cartes CIB). Toute extension à d'autres cartes sera notifiée par la banque au commerçant, conformément à l'article 14 « modifications des conditions du contrat ».

L'agrément est une attestation de conformité avec des spécifications techniques et fonctionnelles définies par le RMI, qui dispose de la liste des équipements électroniques agréés et qui peut la communiquer au commerçant sur sa demande.

Dans le présent contrat le terme « **Terminal de Paiement Electronique** », par abréviation « **TPE** » peut être utilisé pour désigner un "**équipement électronique**".

4) "**commerçant**" désigne tout commerçant proprement dit et également tout prestataire de services, toute profession libérale susceptible d'utiliser le Réseau Monétique Interbancaire (RMI) et, d'une manière générale, tout professionnel vendant des biens ou des prestations de services.

5) « **porteur** » désigne toute personne physique ou morale ayant souscrit un contrat porteur avec une banque émettrice de cartes, débouchant sur l'attribution d'une carte bancaire de paiement et de retrait.

6) « **ticket** » désigne le ticket délivré automatiquement par l'équipement électronique, à l'issue de chaque opération de paiement par carte et comportant une série d'indications relatives à la transaction.

Article 1er : Objet

Le présent contrat a pour objet de fixer les droits et obligations de la banque et du commerçant en matière des paiements par carte bancaire réalisés dans le cadre du Réseau Monétique Interbancaire, désigné par abréviation « **RMI** ».

Article 2 : Durée du contrat

Le présent contrat est conclu pour une durée d'un an, renouvelable par tacite reconduction, sauf en cas de résiliation par l'une des parties notifiée par lettre recommandée avec accusé de réception, tel que prévu à l'article 16 ci-dessous, sous réserve du respect d'un délai de trois (3) mois, à compter de la date de notification de la résiliation.

Article 3 : Le système de paiement par carte

Le système de paiement par carte bancaire repose sur l'utilisation des cartes bancaires par leurs porteurs pour le paiement d'achats de biens ou de prestations de service auprès des commerçants affiliés au Réseau Monétique Interbancaire.

Article 4 : Dispositions relatives aux cartes

Seules les cartes interbancaires présentant le sigle « **CIB** » sont utilisables dans le cadre du Réseau Monétique Interbancaire.

Les cartes précitées sont désignées ci-après par le terme générique de « carte ».

Article 5 : Dispositions particulières

5.1 - Les conditions générales du présent contrat d'adhésion sont arrêtées par le Réseau Monétique Interbancaire, quant aux conditions particulières, celles-ci sont arrêtées par la banque.

5.2 - Pour des raisons techniques ou sécuritaires, la banque doit impérativement introduire auprès du Réseau Monétique Interbancaire toute demande ayant pour objet :

- la modification du seuil de demande d'autorisation,
- la suppression de l'acceptabilité de certaines cartes,
- la suspension de l'activité "paiement électronique" du commerçant,
- la suspension de l'adhésion au Réseau Monétique Interbancaire.

5.3 - La banque représente le Réseau Monétique Interbancaire uniquement en ce qui concerne l'ensemble des conditions techniques d'acceptation de la carte et de remise des transactions à la banque émettrice de cette carte, dans le cadre de l'interbancarité du réseau.

La représentation ne porte pas sur la mise en jeu de la garantie ou de la responsabilité, de façon solidaire entre les banques émettrices, en cas de litige.

5.4 - Les opérations de paiement sont garanties, sous réserve du respect de l'ensemble des mesures de sécurité à la charge du commerçant, conformément aux articles 8 « garantie de paiement » et 9 « mesures de sécurité » du présent contrat.

5.5 - Sous réserve des dispositions légales relatives au droit de communication des informations et du secret professionnel, il est précisé que :

- Les renseignements personnels demandés dans le cadre du présent contrat sont obligatoires pour permettre son établissement.
- Ces informations, destinées à la banque, ne seront utilisées et ne feront l'objet de diffusion auprès d'entités tierces que pour les seules nécessités de la gestion des opérations effectuées en exécution du présent contrat ou pour répondre aux obligations légales et réglementaires.

Article 6 : Obligations du commerçant

Le commerçant s'engage à :

6.1- Signaler au public l'acceptation des cartes par l'apposition de façon apparente à l'extérieur de son établissement des vitrophanies fournies par la banque.

6.2- Accepter les cartes pour le paiement d'achats de biens ou de prestations de services offerts à sa clientèle et réellement effectués, à l'exclusion de toutes délivrances d'espèces ou de tous titres convertibles en espèces pour leur valeur nominale.

6.3- Appliquer aux porteurs de cartes les mêmes prix et tarifs qu'à l'ensemble des clients. En tout état de cause, le commerçant ne doit leur faire supporter, directement ou indirectement, aucun frais supplémentaire.

6.4- Afficher visiblement le montant minimum à partir duquel la carte est acceptée. Ce montant est communiqué par la banque au commerçant.

6.5 – S'assurer que les conditions de remontée des transactions ont été réunies.

6.6 Transmettre les enregistrements des transactions à la banque, dans un délai compris entre 24 heures et 72 heures au maximum.

6.7- Régler, selon les conditions particulières convenues avec la banque, les commissions telles que fixées à l'article 10.2 du présent contrat, les frais et, d'une manière générale, toutes sommes dues au titre de l'adhésion et du fonctionnement du Réseau Monétique Interbancaire.

6.8- Faire son affaire personnelle des litiges commerciaux et de leurs conséquences financières pouvant survenir entre lui et les porteurs et concernant des biens et services ayant fait l'objet d'un règlement par carte.

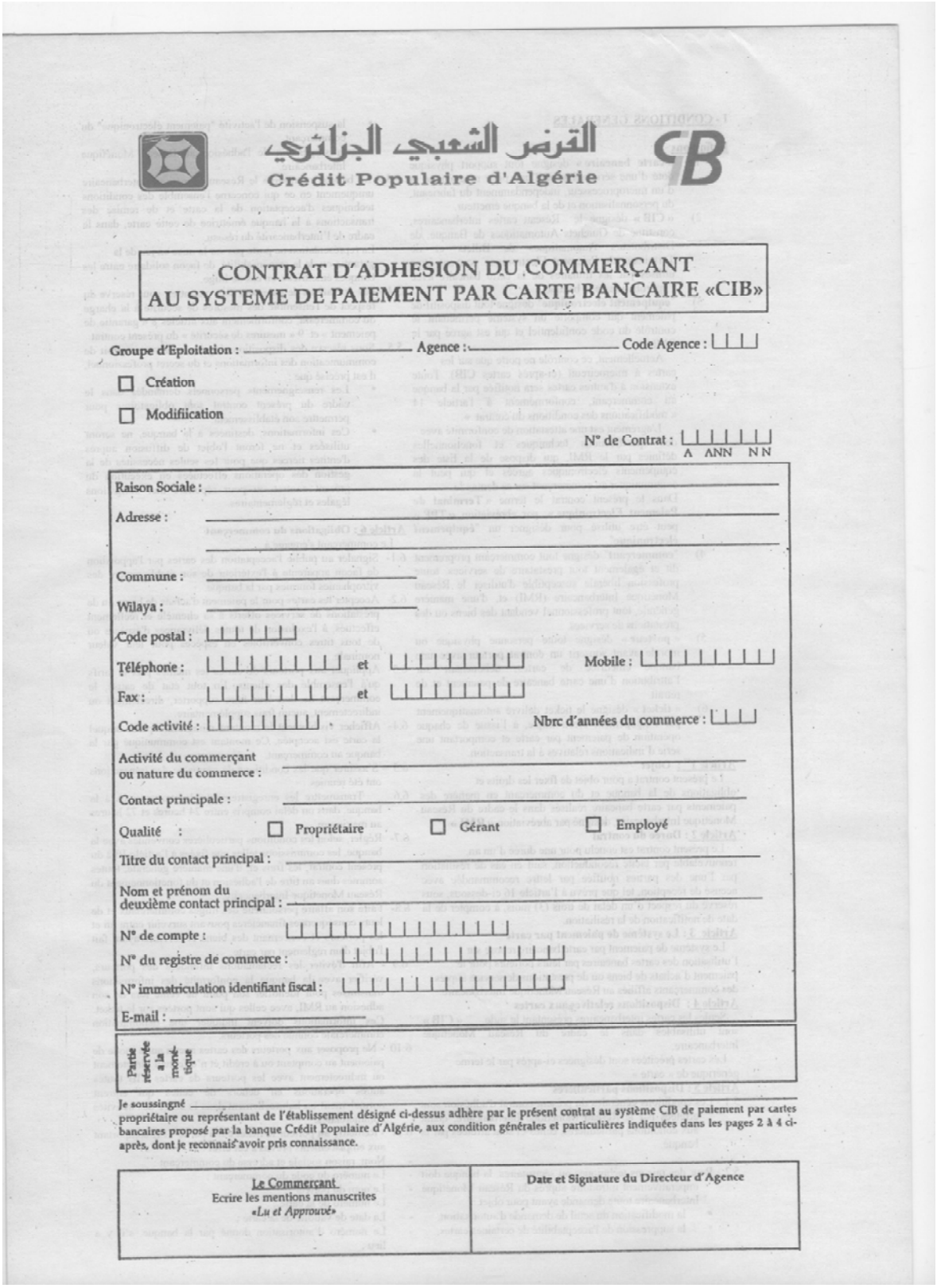
6.9 - Afin d'éviter les réclamations infondées des porteurs, vérifier avec la banque la conformité des informations transmises pour identifier son point de vente lors de son adhésion au RMI, avec celles qui sont portées sur le ticket. Ces informations doivent indiquer une dénomination commerciale connue des porteurs.

6.10 - Ne proposer aux porteurs des cartes aucun autre mode de paiement au comptant ou à crédit et n'effectuer directement ou indirectement avec les porteurs de cartes CIB toutes autres opérations en dehors de celles qui entrent normalement ou habituellement dans le cadre des activités commerciales.

6.11 - Remettre au porteur le ticket édité par le TPE comportant aux emplacements prévus à cet effet :

- Nom, raison sociale et adresse du commerçant ;
- Le numéro du code du commerçant ;
- Le nom du porteur ;
- Le numéro de la carte ;
- La date de validité de la carte ;
- Le numéro d'autorisation donné par la banque, s'il y a lieu ;

الملحق (07) :عقد اشتراك التجار في نظام الدفع الالكتروني



القرض الشعبي الجزائري
Crédit Populaire d'Algérie

CIB

CONTRAT D'ADHESION DU COMMERÇANT
AU SYSTEME DE PAIEMENT PAR CARTE BANCAIRE «CIB»

Groupe d'Eploitation : _____ Agence : _____ Code Agence : |_|_|_|

☐ Création

☐ Modifiication

N° de Contrat : |_|_|_|_|_|_|
A ANN NN

Raison Sociale : _____

Adresse : _____

_____

Commune : _____

Wilaya : _____

Code postal : |_|_|_|_|_|

Téléphone : |_|_|_|_|_|_|_|_|_| et |_|_|_|_|_|_|_|_|_| Mobile : |_|_|_|_|_|_|_|_|_|

Fax : |_|_|_|_|_|_|_|_|_| et |_|_|_|_|_|_|_|_|_|

Code activité : |_|_|_|_|_|_|_|_|_|_| Nbre d'années du commerce : |_|_|_|

Activité du commerçant
ou nature du commerce : _____

Contact principale : _____

Qualité : ☐ Propriétaire ☐ Gérant ☐ Employé

Titre du contact principal : _____

Nom et prénom du
deuxième contact principal : _____

N° de compte : |_|_|_|_|_|_|_|_|_|_|_|_|_|_|_|_|_|_|

N° du registre de commerce : |_|_|_|_|_|_|_|_|_|_|_|_|_|_|_|_|_|_|

N° immatriculation identifiant fiscal : |_|_|_|_|_|_|_|_|_|_|_|_|_|_|_|_|_|_|

E-mail : _____

Partie réservée à la monétique

Je soussigné _____
propriétaire ou représentant de l'établissement désigné ci-dessus adhère par le présent contrat au système CIB de paiement par cartes bancaires proposé par la banque Crédit Populaire d'Algérie, aux condition générales et particulières indiquées dans les pages 2 à 4 ci-après, dont je reconnais avoir pris connaissance.

Le Commerçant Ecrire les mentions manuscrites *«Lu et Approuvé»*	Date et Signature du Directeur d'Agence

الملحق(08) : خلفية عقد اشتراك التجار في نظام الدفع الالكتروني

I - CONDITIONS GENERALES

Définitions

1) « **carte bancaire** » désigne tout support physique doté d'une sérigraphie et d'une piste magnétique et d'un microprocesseur, indépendamment du fabricant, du personnalisation et de la banque émetteur.

2) « **CIB** » désigne le Réseau cartes interbancaires, constitué de Guichets Automatiques de Banque, de Distributeurs Automatiques de Billets et de Terminaux de Paiement Electronique pouvant être utilisés par les titulaires de la carte bancaire avec l'approbation de la banque.

3) "**équipement électronique**" désigne tout dispositif de paiement qui comporte un système permettant le contrôle du code confidentiel et qui est agréé par le RMI.

Actuellement, ce contrôle ne porte que sur les cartes à microcircuit (ci-après cartes CIB). Toute extension à d'autres cartes sera notifiée par la banque au commerçant, conformément à l'article 14 « modifications des conditions du contrat ».

L'agrément est une attestation de conformité avec des spécifications techniques et fonctionnelles définies par le RMI, qui dispose de la liste des équipements électroniques agréés et qui peut la communiquer au commerçant sur sa demande.

Dans le présent contrat le terme « **Terminal de Paiement Electronique** », par abréviation « **TPE** » peut être utilisé pour désigner un "**équipement électronique**".

4) "**commerçant**" désigne tout commerçant proprement dit et également tout prestataire de services, toute profession libérale susceptible d'utiliser le Réseau Monétique Interbancaire (RMI) et, d'une manière générale, tout professionnel vendant des biens ou des prestations de services.

5) « **porteur** » désigne toute personne physique ou morale ayant souscrit un contrat porteur avec une banque émettrice de cartes, débouchant sur l'attribution d'une carte bancaire de paiement et de retrait.

6) « **ticket** » désigne le ticket délivré automatiquement par l'équipement électronique, à l'issue de chaque opération de paiement par carte et comportant une série d'indications relatives à la transaction.

Article 1er : Objet

Le présent contrat a pour objet de fixer les droits et obligations de la banque et du commerçant en matière des paiements par carte bancaire réalisés dans le cadre du Réseau Monétique Interbancaire, désigné par abréviation « **RMI** ».

Article 2 : Durée du contrat

Le présent contrat est conclu pour une durée d'un an, renouvelable par tacite reconduction, sauf en cas de résiliation par l'une des parties notifiée par lettre recommandée avec accusé de réception, tel que prévu à l'article 16 ci-dessous, sous réserve du respect d'un délai de trois (3) mois, à compter de la date de notification de la résiliation.

Article 3 : Le système de paiement par carte

Le système de paiement par carte bancaire repose sur l'utilisation des cartes bancaires par leurs porteurs pour le paiement d'achats de biens ou de prestations de service auprès des commerçants affiliés au Réseau Monétique Interbancaire.

Article 4 : Dispositions relatives aux cartes

Seules les cartes interbancaires présentant le sigle « **CIB** » sont utilisables dans le cadre du Réseau Monétique Interbancaire.

Les cartes précitées sont désignées ci-après par le terme générique de « carte ».

Article 5 : Dispositions particulières

5.1 - Les conditions générales du présent contrat d'adhésion sont arrêtées par le Réseau Monétique Interbancaire, quant aux conditions particulières, celles-ci sont arrêtées par la banque.

5.2 - Pour des raisons techniques ou sécuritaires, la banque doit impérativement introduire auprès du Réseau Monétique Interbancaire toute demande ayant pour objet :

- la modification du seuil de demande d'autorisation,
- la suppression de l'acceptabilité de certaines cartes,
- la suspension de l'activité "paiement électronique" du commerçant,
- la suspension de l'adhésion au Réseau Monétique Interbancaire.

5.3 - La banque représente le Réseau Monétique Interbancaire uniquement en ce qui concerne l'ensemble des conditions techniques d'acceptation de la carte et de remise des transactions à la banque émettrice de cette carte, dans le cadre de l'interbancarité du réseau.

La représentation ne porte pas sur la mise en jeu de la garantie ou de la responsabilité, de façon solidaire entre les banques émettrices, en cas de litige.

5.4 - Les opérations de paiement sont garanties, sous réserve du respect de l'ensemble des mesures de sécurité à la charge du commerçant, conformément aux articles 8 « garantie de paiement » et 9 « mesures de sécurité » du présent contrat.

5.5 - Sous réserve des dispositions légales relatives au droit de communication des informations et du secret professionnel, il est précisé que :

- Les renseignements personnels demandés dans le cadre du présent contrat sont obligatoires pour permettre son établissement.
- Ces informations, destinées à la banque, ne seront utilisées et ne feront l'objet de diffusion auprès d'entités tierces que pour les seules nécessités de la gestion des opérations effectuées en exécution du présent contrat ou pour répondre aux obligations légales et réglementaires.

Article 6 : Obligations du commerçant

Le commerçant s'engage à :

6.1- Signaler au public l'acceptation des cartes par l'apposition de façon apparente à l'extérieur de son établissement des vitrophanies fournies par la banque.

6.2- Accepter les cartes pour le paiement d'achats de biens ou de prestations de services offerts à sa clientèle et réellement effectués, à l'exclusion de toutes délivrances d'espèces ou de tous titres convertibles en espèces pour leur valeur nominale.

6.3- Appliquer aux porteurs de cartes les mêmes prix et tarifs qu'à l'ensemble des clients. En tout état de cause, le commerçant ne doit leur faire supporter, directement ou indirectement, aucun frais supplémentaire.

6.4- Afficher visiblement le montant minimum à partir duquel la carte est acceptée. Ce montant est communiqué par la banque au commerçant.

6.5 – S'assurer que les conditions de remontée des transactions ont été réunies.

6.6 Transmettre les enregistrements des transactions à la banque, dans un délai compris entre 24 heures et 72 heures au maximum.

6.7- Régler, selon les conditions particulières convenues avec la banque, les commissions telles que fixées à l'article 10.2 du présent contrat, les frais et, d'une manière générale, toutes sommes dues au titre de l'adhésion et du fonctionnement du Réseau Monétique Interbancaire.

6.8- Faire son affaire personnelle des litiges commerciaux et de leurs conséquences financières pouvant survenir entre lui et les porteurs et concernant des biens et services ayant fait l'objet d'un règlement par carte.

6.9 - Afin d'éviter les réclamations infondées des porteurs, vérifier avec la banque la conformité des informations transmises pour identifier son point de vente lors de son adhésion au RMI, avec celles qui sont portées sur le ticket. Ces informations doivent indiquer une dénomination commerciale connue des porteurs.

6.10 - Ne proposer aux porteurs des cartes aucun autre mode de paiement au comptant ou à crédit et n'effectuer directement ou indirectement avec les porteurs de cartes CIB toutes autres opérations en dehors de celles qui entrent normalement ou habituellement dans le cadre des activités commerciales.

6.11 - Remettre au porteur le ticket édité par le TPE comportant aux emplacements prévus à cet effet :

- Nom, raison sociale et adresse du commerçant ;
- Le numéro du code du commerçant ;
- Le nom du porteur ;
- Le numéro de la carte ;
- La date de validité de la carte ;
- Le numéro d'autorisation donné par la banque, s'il y a lieu ;