جامعـــة يحي فارس بالمدية

كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير

قسم العلوم الاقتصادية

الموضوع:

التحول الرقمي للخدمات المصرفية وأثره في زيادة مستوى استخدام الدفع الإلكتروني في الجزائر –دراسة ميدانية–

مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر في العلوم الاقتصادية

تخصص: اقتصاد نقدي وبنكي

من إعداد الطالبتين:

– تشوكتش كوثر

– ترمول سارة

تحت إشراف الأستاذ:

–د.بن لكحل محمد أمين

أعضاء لجنة المناقشة:

د.باصور كمال	أستاذ محاضر –أ–جامعة يحي فارس بالمدية	رئيسا
د.بن لكحل محمد أمين	أستاذ محاضر –أ–جامعة يحي فارس بالمدية	مشرفا
د.كحلة عبد الغني	أستاذ محاضر –ب–جامعة يحي فارس بالمدية	ممتحنا

السنة الجامعية: 2022–2023

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَٰنِ الرَّحِيمِ





شكر وتقدير

الحمد لله الذي سخر لنا من خلقه ما لم يسخره لغيرنا، وجاد علينا من فضله بما لم يجد به على غيرنا لنتم عملنا هذا بمشيئته وإذنه

وعملا بقول رسول الله صلى الله عليه وسلم "من لم يشكر الناس لم يشكر الله"

كل الشكر والتقدير لأستاذ الدكتور بن لكحل محمد أمين الذي كان لنا المرجع في تتبع هذا العمل بنصائحه القيمة وبملاحظاته النيرة لإنجاز هذه المذكرة

كما نشكر السادة أعضاء لجنة المناقشة مسبقا على تفضلهم بقبول مناقشة وإثراء هذه المذكرة

الشكر الموصول لجميع أساتذتي الكرام بكلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير خاصة أستاذ بولصنام محمد على مساعدته النيرة وأرجو من الله أن يبلغهم الجنة وينزلهم مراتب الأنبياء من ساعد من بعيد أو من قريب



الإهداء

أشكر الله تعالى القدير الذي أنعم عليا بنعمة العقل والدين، والذي وفقني في إنجاز هذا العمل المتواضع الذي كان نجاحي بيديه، حيث أهدي ثمرة جهدي إلى:

من أفضلها على نفسي، ولم لا؛ فلقد ضحت من أجلي ولم تدخر جهدا في سبيل إسعادي على الدوام.....**أمي الغالية**

إلى صاحب الوجه الطيب إلى من سعى وشقي لأنعم بالراحة والهناء.....**أبي الغالي**

-حفظهما الله وأدامهما نورا لدربي-

إلى من لهم الفضل الكبير في تشجعي، بوجودهم أكتسب القوة والمحبة إخوتي

إحسان، خولة

إلى من جعلني أنظر للحياة بروح طفلة بريئة بنات اختي

إبتسام، رفيف

إلى كل من قدم لي يد العون أو كل من علمني حرفا أو نصحني يوما

إلى أستاذي **بن لكحل محمد أمين** الذي كان نعم المؤطر والموجه

لكم كل التقدير والاحترام

كوثر

الإهداء

أهدي ثمرة عملي إلى أمي الغالية الحبيبة مصدر العطف والحنان، سر وجودي وشعاع نور في درب حياتي ومنبع قوتي وإرادتي

إلى سندي طوال حياتي ممثلي في الصبر والشجاعة في تحمل مشاق الحياة الذي لم يبخل عليا بشيئ في سبيل النجاح والعيش بكرامة

أمي الغالية "حفظها الله وشفاها"

إلى أعز وأحن رجل في الكون أبي العزيز أطال الله في عمره

إلى إخوتي أيمن وعرفات ومعاذ وشهاب ويعقوب وعبد إله

إلى زميلتي وشريكتي في هذا العمل "تشوكتش كوثر" جزاها الله خيرا على تعاونها معي

إلى جميع صديقاتي الأوفياء والنبلاء في الدراسة إلى فاطمة وخولة خليفة وفتيحة رزطان وفرح عزة وجميلة عيسو ومريم طوبال حفظكم الله ووفقكم في مسيرتكم

إلى كل من وسعتهم ذاكرتي ولم تسعهم مذكرتي أهدي لكم جميعا جهدي المتواضع وعسى الله أن ينفعنا به ويرزقنا أجره

سارة

المستخلص:

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على التحول الرقمي للخدمات المصرفية وأثره على زيادة مستوى استخدام وسائل الدفع الإلكتروني في الجزائر، حيث تمت الدراسة الميدانية على عينة من موظفي بنك الفلاحة والتنمية الريفية *BADR*-وكالة المدية-، وموظفي البنك الوطني الجزائري *BNA*-وكالة المدية-، وموظفي مؤسسة البريد الجزائري بالمدية. اعتمدنا المنهج الوصفي التحليلي، وقد تم الاعتماد على أدوات التحليل الإحصائي وبرنامج *spss* وذلك لإبراز أثر التحول الرقمي على زيادة مستوى استخدام وسائل الدفع الإلكتروني. ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الطالبتين بعد اختبار فرضيات البحث المرتبطة بالعينة إلى وجود أثر ذو دلالة معنوية عند مستوى 0.05 أي أن هناك علاقة إيجابية بين التحول الرقمي للخدمات المصرفية ومستوى استخدام وسائل الدفع الإلكتروني إلا أنها لم تصل إلى مستوى الممارسات المعمول بها في هذا المجال.

الكلمات المفتاحية: التحول الرقمي، الصيرفة الإلكترونية، وسائل الدفع الالكترونية، البنوك التجارية الجزائرية.

فهرس المحتويات

المحتويات	الصفحة
شكر وتقدير	**I**
إهداء	**III**
مستخلص	**IV**
فهرس المحتويات	**VII**
فهرس الجداول	**IX**
فهرس الأشكال	**X**
مقدمة	**أ-خ**
الفصل الأول: التحول الرقمي للمصارف والصيرفة الإلكترونية	
تمهيد	2
المبحث الأول: ماهية التحول الرقمي	3
المطلب الأول: مفهوم التحول الرقمي وخصائصه	3
المطلب الثاني: أهمية وأهداف التحول الرقمي	6
المطلب الثالث: أبعاد وآليات التحول الرقمي في القطاع المصرفي	9
المطلب الرابع: نماذج ومراحل التحول الرقمي في قطاع المصرفي	12
المبحث الثاني: ماهية الصيرفة الإلكترونية	16
المطلب الأول: مفهوم الصيرفة الإلكترونية وخصائصها	16
المطلب الثاني: دوافع ومتطلبات نجاح الصيرفة الإلكترونية	19
المطلب الثالث: قنوات التوزيع الإلكتروني	22
المطلب الرابع: تقييم الصيرفة الإلكترونية	26
خلاصة	30
الفصل الثاني: الإطار النظري لوسائل الدفع الإلكترونية	
تمهيد	32

المبحث الأول: ماهية وسائل الدفع الإلكترونية	33
المطلب الأول: مفهوم وسائل الدفع الإلكترونية وخصائصها	33
المطلب الثاني: أنظمة وسائل الدفع الإلكترونية	36
المطلب الثالث: عوامل ومقومات نجاح وسائل الدفع الإلكترونية	37
المطلب الرابع: تقييم وسائل الدفع الإلكترونية	39
المبحث الثاني: أنواع وسائل الدفع الإلكترونية	42
المطلب الأول: البطاقات المصرفية والنقود الإلكترونية	42
المطلب الثاني: البطاقات الذكية والمحفظة الإلكترونية	54
المطلب الثالث: الأوراق التجارية الإلكترونية	58
المطلب الرابع: المقاصة الإلكترونية والتحويلات الإلكترونية للأموال	62
خلاصة	67
الفصل الثالث: دراسة ميدانية لأثر التحول الرقمي على مستوى استخدام الدفع الإلكتروني في المصارف الجزائرية	
تمهيد	69
المبحث الأول: منهجية الدراسة	70
المطلب الأول: منهج ومجتمع وعينة الدراسة	70
المطلب الثاني: أدوات الدراسة	70
المطلب الثالث: ثبات وصدق أداة الدراسة	73
المبحث الثاني: تحليل نتائج الدراسة	78
المطلب الأول: التحليل الوصفي لمتغيرات البيانات الشخصية	78
المطلب الثاني: التحليل الوصفي لمتغيرات الدراسة	84
المطلب الثالث: اختبار فرضيات الدراسة	87
المطلب الرابع: تحليل نتائج الدراسة	90
خلاصة	91

الخاتمة	93
قائمة المراجع	98
قائمة الملاحق	105

فهرس الجداول

الرقم	العنوان	الصفحة
1	تقنية الموزع الآلي للأوراق *DAB*	23
2	تقنية الشباك الأوتوماتيكي للأوراق *GAB*	24
3	الخيارات المكونة لمقياس ليكرت الخماسي	71
4	قيمة الوسط المرجح ودرجات الموافقة لعينة الدراسة	72
5	اختبار التوزيع الطبيعي	74
6	اختبار قيم معامل الثبات لمحاور الاستبيان	74
7	اختبار الاتساق الداخلي لعبارات محور التحول الرقمي والخدمات الرقمية	75
8	اختبار الاتساق الداخلي لعبارات محور مستوى استخدام الدفع الإلكتروني	76
9	توزيع أفراد العينة حسب متغير الفئات العمرية	78
10	توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى التعليمي	79
11	توزيع أفراد العينة حسب متغير الوظيفة.	81
12	توزيع الأفراد حسب متغير سنوات الخبرة	82
13	توزيع الأفراد حسب متغير دورات تدريبية	83
14	المؤشرات الإحصائية لوصف عبارات محور التحول الرقمي والخدمات الرقمية	84
15	المؤشرات الإحصائية لوصف عبارات محور مستوى استخدام وسائل الدفع الإلكتروني	85
16	اختبار الانحدار البسيط للتحول الرقمي للخدمات المصرفية على زيادة مستوى استخدام وسائل الدفع الالكتروني في الجزائر في بنك الفلاحة والتنمية الريفية *BADR*-*وكالة المدية*-، وبنك الوطني الجزائري *BNA* -وكالة المدية-والبريد الجزائري بالمدية	88

فهرس الأشكال

الرقم	العنوان	الصفحة
1	البطاقة المصرفية بحسب وجهها وظهرها	45
2	البطاقة الائتمانية	47
3	بطاقة الفيزا	48
4	بطاقة ماستر كارد	49
5	بطاقة أمريكان إكسبريس	50
6	تمثيل أفراد العينة حسب متغير السن	78
7	تمثيل أفراد العينة حسب متغير المستوى الدراسي	80
8	تمثيل أفراد العينة حسب متغير الوظيفة	81
9	تمثيل أفراد العينة حسب متغير سنوات الخبرة	82
10	تمثيل أفراد العينة حسب متغير دورات التكوين	83

مقدمة

يعتبر التحول الرقمي إطارا مهما لنجاح الأعمال المصرفية الحديثة المبنية على التقنيات المتاحة فهو يقود حاليا النمو في القطاع المصرفي؛ يتفق الجميع اليوم على ضرورة تطبيق التحول الرقمي للمصارف من أجل تقديم خدمات فعالة وسريعة توفر الكثير من الجهد والوقت.

تعتمد الصيرفة الإلكترونية على مجموعة من القنوات والوسائل المتنوعة والمتمايزة والتي تسمح بتقديم الخدمات المصرفية بطريقة إلكترونية وفق أنظمة مناسبة كأجهزة الصراف الآلي، الهاتف المصرفي والانترنت المصرفي، مع استخدام وسائل دفع حديثة تتوافق مع هذه القنوات، حيث تعتبر وسائل الدفع الإلكترونية أحد أهم الخدمات الحديثة التي تقدمها المصارف وهي من أهم الابتكارات التي أفرزها التقدم التكنولوجي لاسيما في مجال المعلومات والاتصالات، كالبطاقات المصرفية والنقود الإلكترونية والبطاقات الذكية والشيكات الإلكترونية ...، التي ساهمت وبشكل فعال في تقديم خدمات متنوعة، مختصرة الوقت وبأقل تكلفة؛ إذ أن الدفع الإلكتروني كل عملياته تسير إلكترونيا لا يوجد أي حوالات أو قطع نقدية ونظام الدفع الإلكتروني ذو أهمية في الواقع العملي إذ يتسم بالسهولة والسرعة في تسوية المعاملات.

تسعى الجزائر كغيرها من الدول إلى مواكبة التطورات التكنولوجية الحاصلة في العالم، فقد أصبح لازما عليها مواكبة التطور الحاصل في وسائل السداد والاهتمام باستعمال تقنية الدفع الإلكتروني، لكن رغم المزايا العديدة التي تتمتع بها هذه الوسائل إلا أنها تواجه العديد من المخاطر والجرائم التي ساهمت في انخفاض الثقة بها، بالنظر لما يترتب عليها من مشاكل كبيرة للمتعاملين بها.

-إشكالية الدراسة:

بناء على ما تقدم يمكن طرح الإشكالية الرئيسية كالتالي:

ما مدى تأثير التحول الرقمي للخدمات المصرفية على زيادة مستوى استخدام وسائل الدفع الإلكتروني في الجزائر؟

للتوصل إلى الإجابة عن الإشكالية الرئيسية نستعين بالأسئلة الفرعية التالية:

1- ما المقصود بالتحول الرقمي وكيف يتم استخدامه في القطاع المصرفي؟

2- ما هي وسائل الدفع الإلكترونية وما هي مختلف أنواعها؟

3- هل يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للتحول الرقمي المصرفي على زيادة مستوى استخدام وسائل الدفع الإلكتروني في المصارف الجزائرية؟

-فرضيات الدراسة:

للإجابة على السؤال الرئيسي وكذا الأسئلة الفرعية السابقة، قمنا بصياغة مجموعة من الفرضيات نعتبرها إجابات أولية غير يقينية، وهي كما يلي:

1-يقصد بالتحول الرقمي توفير فرص الكفاءة والنمو وذلك باستخدام التكنولوجيا على رأسها الأنترنت.

2-يقصد بوسائل الدفع الإلكترونية أنها عملية تحويل ثمن سلعة أو خدمة بطريقة رقمية باستخدام أجهزة الكمبيوتر، ومن أهم أنواعها البطاقة المصرفية.

3-يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للتحول الرقمي للخدمات المصرفية على مستوى استخدام وسائل الدفع الإلكترونية في الجزائر عند مستوى الدلالة 0.05.

-أهمية الدراسة:

تبرز أهمية البحث في معرفة الإطار النظري لكل من التحول الرقمي والصيرفة الإلكترونية بما فيها وسائل الدفع الإلكترونية، حيث يعتبر التحول الرقمي للخدمات المصرفية المؤثر الرئيسي في زيادة مستوى استخدام وسائل الدفع الإلكترونية ثم إسقاط كل ما سبق على تجربة الجزائر.

-أهداف الدراسة:

بناء على تحديد المشكلة موضوع البحث وفرضيات الدراسة، فإن الأهداف التي نسعى إلى تحقيقها من خلال هذه الدراسة، تكمن فيما يلي:

1-محاولة التعريف بالتحول الرقمي للخدمات المصرفية.

2-التعرف على وسائل الدفع الإلكترونية.

3-محاولة اختبار العلاقة القائمة بين التحول الرقمي للخدمات المصرفية ووسائل الدفع الإلكترونية في الجزائر.

-مبررات اختيار الدراسة:

هناك عدة مبررات ودوافع دعتني لاختيار هذا الموضوع والبحث فيه دون غيره من المواضيع، أهمها:

1-ارتباط هذا الموضوع بتخصصنا (الاقتصاد النقدي والبنكي)، وكذلك رغبتنا في دراسة هذا الموضوع.

2-فضولنا حول أسباب إقبال المصارف الجزائرية على مواكبة الحاصل في وسائل السداد والدفع الإلكتروني.

3-اعتقادنا بأن التحول الرقمي يعد من أهم أسباب تطور المصارف الجزائرية وزيادة مستوى استخدام وسائل الدفع الإلكترونية.

-منهج وأدوات الدراسة:

حتى نتمكن من الإجابة على الإشكالية الرئيسية والأسئلة الفرعية واختبار الفرضيات المطروحة، سوف يتم الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي في دراسة الجوانب النظرية للموضوع، بالإضافة إلى استخدام أسلوب دراسة الحالة، حيث تم اختيار بنك الفلاحة والتنمية الريفية *BADR*-وكالة المدية-، وموظفي بنك الوطني الجزائري *BNA*-وكالة المدية-وموظفي مؤسسة البريد الجزائري بالمدية، بغية التعرف على أثر التحول الرقمي للخدمات المصرفية على زيادة استخدام وسائل الدفع الإلكترونية، من خلال استخدام أداة الاستبيان للوصول إلى النتائج وتحليلها بهدف تعميمها على جميع المصارف، كما استخدمنا البرنامج الإحصائي للعلوم الاجتماعية (*spss*) لمعالجة البيانات وتحليلها واستخراج نتائج البحث.

-حدود الدراسة:

سوف تركز الدراسة على متغيرين هما التحول الرقمي للخدمات المصرفية ووسائل الدفع الإلكترونية في الجزائر، ومحاولة إيجاد علاقة تربط بين أثر التحول الرقمي للخدمات المصرفية على مستوى استخدام وسائل الدفع الإلكترونية في الجزائر.

تقتصر الدراسة في جانبها النظري على دراسة التحول الرقمي للخدمات المصرفية وكذا وسائل الدفع الإلكترونية، وجرت الدراسة التطبيقية في بيئة بنك الفلاحة والتنمية الريفية *BADR*-وكالة المدية-، وموظفي بنك الوطني الجزائري *BNA*-وكالة المدية-وموظفي مؤسسة البريد الجزائري بالمدية، من خلال توزيع الاستبيان على عينة ميسرة من موظفيهم، وقد امتد الجانب النظري والتطبيقي في حدود زمنية من شهر فيفري إلى شهر ماي 2023.

-الدراسات السابقة:

هناك العديد من الدراسات والأبحاث العلمية الأكاديمية النظرية والتطبيقية التي سبقت دراستنا هذه، والتي عالجت موضوع التحول الرقمي للخدمات المصرفية واستخدام وسائل الدفع الإلكترونية ومن جوانب عدة، ونذكر منها:

1-دراسة مفاتيح سليم بعنوان: أثر التحول الرقمي على كفاءة وأداء القطاع البنكي، مذكرة الماستر، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية والتسيير، جامعة محمد بوضياف -المسيلة-، 2021-2022.

هدفت هذه الدراسة إلى إبراز أثر التحول الرقمي على القطاع المصرفي، فقد درس الباحث عينة من مصارف ولاية المسيلة حيث توصل إلى أن التحول الرقمي من أهم أولويات المصارف بالولاية وله تأثير إيجابي يساعد على تحسين الخدمات التي تقدمها للموظفين.

2-دراسة ياسمينة مصباحي بعنوان: تحديث وعصرنة وسائل الدفع في المصارف العمومية الجزائرية – حالة البنك الخارجي الجزائري-، مذكرة ماستر أكاديمي، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة عبد الحميد بن باديس-مستغانم-، 2015-2016.

هدفت هذه الدراسة إلى إبراز أهمية وسائل الدفع الإلكترونية في المصارف الجزائرية حيث قامت الباحثة بدراسة ميدانية في البنك الخارجي الجزائري لمعرفة مدى تطبيق وسائل الدفع في هذا المصرف التي اتخذت أشكال عدة وتمكنت من الحد من بعض المشاكل التي أفرزتها وسائل الدفع التقليدية من طرف المصرف أومن طرف مؤسسة بريد الجزائر، وتوصلت الباحثة إلى أن الجزائر لا زالت تسجل تأخرا وبعيدة كل البعد عن التطور الحاصل في مجال القطاع المصرفي.

3-دراسة بوسكران مجيد وعزوش صفيان بعنوان: تطوير وسائل الدفع الإلكترونية في البنوك الجزائرية، مذكرة الماستر، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري -تيزي وزو-، 2018.

عالجت هذه الدراسة تطوير وسائل الدفع الإلكترونية في المصارف الجزائرية حيث قام الباحثان بدراسة المصارف الجزائرية التي جاءت وسائل الدفع الالكترونية كبديل لوسائل الدفع التقليدية التي لا توفر نفس المزايا نظرا لعدم تأقلمها مع التطور التكنولوجي، وتوصلوا إلى أن وسائل الدفع الإلكترونية في المصارف الجزائرية لا تزال بعيدة عن هذا التطور لأن هناك نقص في استخدامها لغياب الثقافة سواء لدى الفرد الجزائري أو المتعامل الاقتصادي.

4-دراسة بونفلة غلام وموالكية عيدة بعنوان: واقع وسائل الدفع الإلكتروني في الجزائر-دراسة حالة البنوك الجزائرية-، مذكرة الماستر، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة 8 ماي 1945 -قالمة-، 2020-2021.

عالجت هذه الدراسة إشكالية واقع وسائل الدفع الإلكتروني في الجزائر، هدفت إلى أن التطور التكنولوجي بخلق وسائل الدفع الإلكترونية غير مكلفة حيث تمكنت من الحد من بعض العراقيل والمشاكل التي أفرزتها وسائل الدفع التقليدية، توصلت الباحثتين إلى نتيجة أن الجزائر خطت خطوات لإدماج الرقمنة في مجال الدفع الإلكتروني والمعاملات المصرفية حيث أصبح لازما استخدام التقنيات الحديثة في الوقت الحالي.

5-دراسة بارش آسيا بعنوان: وسائل الدفع الإلكترونية ومدى تطبيقها في الجزائر، مذكرة الماستر، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة العربي بن مهيدي -أم بواقي-، 2012-2013.

هدفت هذه الدراسة إلى إبراز أهمية وسائل الدفع الإلكتروني في ظل عصر التكنولوجيا والمعلومات ومعرفة مدى تطبيقها في الجزائر، وقد توصلت الباحثة إلى نتيجة أن الجزائر ما زالت بعيدة على تعميم الدفع الإلكتروني على أرجاء الوطن والعجز عن إدخال ثقافة الدفع بالوسائل الإلكترونية في مجتمعها.

6-دراسة فواطمية حمزة بعنوان: مستقبل الدفع الإلكتروني في الجزائر، مذكرة ماستر، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة عبد الحميد بن باديس -مستغانم-،2017-2018.

هدفت هذه الدراسة إلى إبراز أهمية وسائل الدفع الإلكترونية في النظام المصرفي الجزائري الذي من شأنه أن يساهم في عصرنته؛ قام الباحث بدراسة مستقبل الدفع الإلكتروني في الجزائر حيث أدى التطور التكنولوجي الحاصل في مجال الإعلام والاتصال إلى ثورة حقيقية في العديد من القطاعات الحيوية في مختلف دول العالم لا سيما القطاع المصرفي حيث ساهمت تكنولوجيا في تغيير الأنظمة المصرفية ككل، وتوصل الباحث في الأخير أن لنظام الدفع الإلكتروني في الجزائر لا يزال عددها محدود وعدم توفر البيئة الملائمة لهذا النظام من تقنيات وقوانين وتشريعات التي تظم هذه الأنظمة أي أن النظام المصرفي الجزائري بعيدا نوعا ما عن واقع الدفع الإلكتروني في الدول المتقدمة وحتى بعض الدول العربية، بالرغم من الجهود المبذولة للنهوض بالقطاع.

-ما يميز الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة:

تهدف الدراسة الحالية إلى معرفة أثر التحول الرقمي للخدمات المصرفية على مستوى استخدام وسائل الدفع الّإلكترونية في الجزائر لبنك الفلاحة والتنمية الريفية *BADR*-وكالة المدية-، وبنك الوطني الجزائري *BNA*-وكالة المدية-و مؤسسة البريد الجزائري بالمدية، بحيث تكمن أهمية وميزة هذه الدراسة في أنها دراسة أثر التحول الرقمي في زيادة مستوى استخدام وسائل الدفع الإلكتروني، حيث وجدنا أن هناك أثر ضعيف للتحول الرقمي على زيادة مستوى استخدام الدفع الإلكتروني، ويمكن إبراز أهم النقاط التي تميز بحثنا عن باقي الدراسات السابقة فيما يلي:

-من ناحية متغيرات الدراسة: لقد تم اختيار في دراستنا التحول الرقمي للخدمات المصرفية كمتغير مستقل، ومستوى استخدام وسائل الدفع الإلكتروني كمتغير تابع، فيما أن باقي الدراسات اختلف مع دراستنا من حيث هذين المتغيرين، فبعض الدراسات السابقة اختارت متغيرات أخرى كأداء القطاع البنكي، العولمة المالية.

-من حيث البنك محل الدراسة: حيث تم اختيار بنك الفلاحة والتنمية الريفية *BADR*-وكالة المدية-، وبنك الوطني الجزائري *BNA*-وكالة المدية-، ومؤسسة البريد الجزائري بالمدية في دراستنا، فيما تم اختبار مصارف أخرى في الدراسات السابقة.

-من الناحية الزمنية: حيث تمت دراستنا خلال السنة الجامعة الحالية (2022-2023) تعد دراستنا حديثة مع باقي الدراسات السابقة التي تمت في سنوات سابقة.

-صعوبات الدراسة:

واجهتنا أثناء البحث عدة صعوبات معظمها في الجانب التطبيقي من أهمها صعوبة الحصول على المعلومات الكافية لمعالجة الموضوع والمرتبطة بالبنك محل الدراسة، حيث كنا قد اخترنا بنوك أخرى لكننا تراجعنا عنها بسبب بعض العراقيل للحصول على المعلومات والبيانات، فقمنا باختيار موظفي بنك الفلاحة والتنمية الريفية *BADR*-وكالة المدية-، وموظفي بنك الوطني الجزائري *BNA*-وكالة المدية-وموظفي مؤسسة البريد الجزائري بالمدية، رغم تحجج أغلب موظفيها بمصطلح السرية البنكية هو ما حال دون الحصول على ميزانيات البنوك وتحليلها، وبعض الوثائق المتعلقة بتطور الخدمات المصرفية فيها.

بالإضافة إلى صعوبة التعامل مع العملاء وخاصة وأنهم ذو مستويات علمية وفئات عمرية مختلفة الأمر الذي أوجب علينا بذل جهد ووقت إضافيين إتمام جمع واسترجاع الاستمارات الموزعة.

-هيكل الدراسة:

للإجابة على إشكالية البحث واختبار صحة الفرضيات المطروحة، سوف نقوم بتقسيم البحث إلى ثلاثة فصول:

الفصل الأول: التحول الرقمي للمصارف والصيرفة الإلكترونية

من خلال الفصل الأول سوف نتناول مفاهيم متعلقة بالتحول الرقمي، مفهومه، خصائصه، أهميته وأهدافه، بالإضافة إلى أبعاده وآليات تطبيقه، مراحله ونماذجه، كما سوف نعرض مفهوم الصيرفة الإلكترونية وخصائصها، دوفع ومتطلبات نجاحها، أهم قنوات التوزيع الإلكتروني، بالإضافة إلى تقييمها.

الفصل الثاني: الإطار النظري لوسائل الدفع الإلكترونية

حيث سوف نتطرق في هذا الفصل إلى مفهوم وسائل الدفع الإلكترونية وخصائصها وأهم أنظمة الدفع الإلكترونية، وذكر مختلف أنواع هذه الوسائل وتقييمها.

الفصل الثالث: دراسة ميدانية لأثر التحول الرقمي على مستوى استخدام الدفع الإلكتروني في المصارف الجزائرية.

في الفصل الأخير، سوف نقوم بعرض أثر التحول الرقمي للخدمات المصرفية في زيادة مستوى استخدام وسائل الدفع الإلكترونية في الجزائر، وبالخصوص موظفي بنك الفلاحة والتنمية الريفية*BADR*–وكالة المدية–، وموظفي البنك الوطني الجزائري *BNA*–وكالة المدية–وموظفي مؤسسة البريد الجزائري بالمدية، وهذا من خلال دراسة الاستبيان الموزع على موظفي الوكالتين والبريد الجزائري، ومحاولة إبراز أهمية التحول الرقمي في التأثير على زيادة استخدام وسائل الدفع الإلكترونية للوكالتين وبريد الجزائر من خلال تحليل نتائج دراسة الاستبيان (*spss*).

الفصل الأول:

التحول الرقمي للمصارف والصيرفة الإلكترونية

تمهيد:

تعتبر المصارف كغيرها من المؤسسات المالية عنصر حيوي بالنسبة للاقتصاد الوطني لمختلف الدول ونظرا للنمو المتسارع لتكنولوجيا الإعلام والاتصال جاءت المصارف الإلكترونية كبديل للمصارف التقليدية التي ساهمت بتقديم خدمات متنوعة وبأقل تكلفة؛ وشهدت السنوات الأخيرة تطورات تكنولوجية كبيرة أحدثت تغيرات في عدة قطاعات ومن أبرزها القطاع المصرفي حيث بادرت جميع الدول برقمنة وعصرنة جهازها المصرفي والاستفادة من أحدث التقنيات الحديثة لتكنولوجيا المعلومات والاتصال وأجهزة الكمبيوتر وشبكة الأنترنيت وتسعى الدول العربية كغيرها من الدول لرقمنة وسائل الدفع والمعاملات المصرفية والاتجاه نحو العولمة وتقديم خدمات الصيرفة عن طريق الإنترنيت لدعم نشاطها الاقتصادي واقتحام الأسواق المالية المتطورة لمواكبة الاقتصاد الرقمي العالمي.

يعتبر التحول إلى أسلوب الصيرفة الإلكترونية المشروع الأكثر أهمية في الجهاز المصرفي الجزائري، إلا أن نجاح تحقيقه مرهون بإدارة حقيقية لدى المسؤولين لتوفير متطلبات ميدانية، إلى جانب إعداد استراتيجية لمواجهة مختلف معيقات توسع الصيرفة الإلكترونية، التي تعد واقعا إداريا حتميا وبديلا عصريا يواكب تطور المطالب الإدارية لعملاء المصارف.

ويتم تقسيم هذا الفصل إلى:

-المبحث الأول: ماهية التحول الرقمي.

-المبحث الثاني: عموميات حول الصيرفة الإلكترونية.

المبحث الأول: ماهية التحول الرقمي

يشير التحول الرقمي إلى استخدام التكنولوجيا الحاسب آلي وأنترنيت في عملية إنشاء قيمة اقتصادية أكثر كفاءة وفعالية وبمعنى أوسع يشير إلى التغييرات التي تحدثها التكنولوجيا.

المطلب الأول: مفهوم التحول الرقمي وخصائصه

سنتطرق في هذا المطلب إلى مفهوم التحول الرقمي وأهم الخصائص التي يتميز بها.

أولا–مفهوم التحول الرقمي:

توجد عدة مفاهيم لتحول الرقمي نذكر من بينها:

–التعريف الأول: التحول الرقمي هو الانتقال من النظام التقليدي إلى النظام الرقمي قائم على تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في جميع مجالات العمل من خلال مجموعة من المتطلبات الاستراتيجية والثقافية والمادية والمالية والبشرية والأمنية والتشريعية.[1]

–التعريف الثاني: دمج التكنولوجيا في جميع تفاصيل الحياة، بالاستفادة من ثورة المعلومات والاتصالات ومن التطبيقات غير المحدودة للتكنولوجيا الحديثة، التي جعلت من العالم قرية صغيرة بفضل ما أتاحته من إمكانات هائلة، خصوصا فيما يتعلق بسرعة نقل وتبادل المعلومات والبيانات، محدثة تغييرا جذريا في أنماط الحياة، وفي طريقة العيش والعمل والتواصل، بما فيها تطبيقات الذكاء الاصطناعي وإنترنت الأشياء وغيرها.[2]

ويرمز للتحول الرقمي (*Dx (Digital Transformation* التحول في الأعمال أو الحكومات أي إجراء تغييرات جذرية تطال نموذج العمل والإجراءات والعمليات قد يطال التحول عملية تغيير المنتج أو طريقة تقديم

[1]-وليد كامل محمدين كامل علام، **التحول الرقمي وتأثيره على تعزيز الميزة التنافسية للخدمات المصرفية من وجهة نظر مسؤولي خدمة العملاء: دراسة ميدانية بالتطبيق على قطاع البنوك بجنوب الصعيد**، المجلة العلمية للاقتصاد والتجارة، المجلد 52، العدد 01، 2021، ص188.

[2]-ماهر نبيل خير الدين، **التحول الرقمي بالقطاع المصرفي**، 29-07-2020، https//www.febgate.com/31395، 03-06-2023.

الخدمة كليا قد يكون استراتيجيا بتدخل في وظائف المؤسسة كلها من المبيعات إلى التوريد، وتقنية المعلومات وكل سلسلة القيمة.[1]

مما سبق من تعريفات يتضح لنا من أن التحول الرقمي مرتبط بالتكنولوجيا الحديثة وابتكار نماذج وحلول ذكية ورقمية لتلبية احتياجات الأفراد وله أهمية كبيرة ولبنة أساسية في تحسين جودة الخدمات المؤسساتية المقدمة لهم في بيئة تتسم بالتنافسية والتغيرات المتسارعة؛ كما أن التحول الرقمي في بيئة تكنولوجيا المعلومات والاتصال يتكامل ويتفاعل مع الاقتصاد.

ثانيا–خصائص التحول الرقمي:

أدت التحولات الرقمية الحالية إلى تسهيل عمليات تبادل المعلومات والبيانات دون التعرض لحواجز مكانية أو زمانية ويعود هذا للخصائص التي يتميز بها التحول الرقمي ومن أهمها:[2]

–التفاعلية: حيث يتبادل القائم بالاتصال والمتلقي الأدوار، وتكون ممارسة باتصال ثنائية وتبادلية وليست في اتجاه أحادي بل يكون هناك حوار بين الطرفين.

–اللاتزامنية: وهي إمكانية التفاعل مع العملية الاتصالية في الوقت الذي يناسب الفرد سواء كان مستقبلا أو مرسلا.

–مشاركة: من خلال مشاركة العملاء والمستخدمين في خلق القيمة للبيانات حيث تستخدم المؤسسات المنصات الرقمية للتفاعل مع عملائها من خلال تحليل سلوك العملاء وزيادة عائداتها.[3]

–المرونة: تتسم الشبكة الرقمية بالمرونة حيث تخضع النظم الرقمية عادة للتحكم إلى جانب برامج *SOFTWARE* بالحاسوب مما يسمح بقدر عال من جودة الاستخدام.

---

[1]-مفاتيح سليم، **أثر التحول الرقمي على كفاءة وأداء القطاع البنكي**، مذكرة ماستر، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد بوضياف –المسيلة–، 2021-2022، ص ص8-9.

[2]-بلمهبول داود ومقران المهدي، **التحول الرقمي للعمليات المصرفية كأداة لتحسين الأداء المالي في البنوك –دراسة حالة القطاع المصرفي الجزائري (2016–2020)**، مذكرة ماستر، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، المركز الجامعي عبد الحفيظ بوالصوف –ميلة–، 2020-2021، ص ص 4-6.

[3]-ربيع زروالي ومهدي جابر، **التحول الرقمي كآلية لتفعيل عملية التغيير التنظيمي في البنوك التجارية**، مجلة الأصيل للبحوث الاقتصادية والإدارية، المجلد 06، العدد1، 2022، ص ص363-364.

-الذكاء: تتسم الشبكات الرقمية بقدر عال جدا من الذكاء، حيث يمكن أن يصمم النظام الرقمي لكي يراقب تغير أوضاع القنوات الاتصالية بصفة مستمرة ويصحح مسارها .

كما يختص التحول الرقمي بمجموعة من الخصائص الأخرى هي:

-التنوع: فمع تطور المستحدثات الرقمية في الاتصال وتعددها بالإضافة إلى ارتفاع القدرة على الإنتاج والتخزين والإتاحة للمحتوى الاتصالي أدى ذلك في تنوع عناصر العملية الاتصالية، التي وفرت للمتلقي خيارات أكثر لتوظيف عملية الاتصال بما يتفق مع حاجاته ودوافعه للاتصال.

-التكامل: تمثل شبكة الأنترنيت مظلة الاتصال تجمع بين نظم الاتصال وأشكالها والوسائل الرقمية المختلفة والمحتوى بأشكاله، في منظومة واحدة توفر للملتقى الخيارات المتعددة في إطار متكامل عن طريق توفير أساليب التعرض والإتاحة ووسائل التخزين بأسلوب متكامل خلال وقت التعرض على شبكة الانترنيت ومواقعها.

-تجاوز وحدتي المكان والزمان: فالتحول الرقمي يتيح إمكانية الاتصال عن بعد وبالتالي لا يفترض فيه وجود طرفي عملية الاتصال في مكان واحد كما هو في الاتصال المواجهي والذي كان شرطا لتوفر عنصري المرونة والتفاعلية.

-الاستغراق في عملية الاتصال: من الخصائص المميزة للتحول الرقمي انخفاض تكلفة الاتصال أو الاستخدام نظرا لتوفر البنية الأساسية للاتصال وانتشار الأجهزة الرقمية، وكذلك تطور برامج المعلومات ونظم الاتصال بكلفة زهيدة مما شجع المستخدمين لأجهزة الحاسوب وبرامجه على الاستغراق في هده البرامج بهدف التعلم لأوقات طويلة في إطار فردي، كما ساعد تطور برامج النصوص الفائقة والوسائل الفائقة على طول فترة التجول بين المعلومات و الأفكار التي تتضمنها لأغراض اكتساب المعلومات أو التسلية، ولذلك فإن فترة استخدام الحاسب الآلي وبرامجه وتفوق في كثير من الأحيان الوقت المستغرق في القراءة أو الاستماع أو المشاهدة ،خصوصا بعد أن أصبحت الشبكة العالمية مصدرا مضافا لعرض المواد الإعلامية التي تقدمها وسائل الإعلام على مواقعها في هذه الشبكة .

وعليه فإن لتكنولوجيات المعلومات و الاتصال والتحولات الرقمية دورا هاما في تعزيز التنمية البشرية و الاقتصادية و الاجتماعية و المالية، وذلك لما لها من خصائص متميزة وأكثر كفاءة من وسائل الاتصال التقليدية فتكنولوجيات المعلومات و الاتصال الواسعة الانتشار تتخطى بذلك الحدود الجغرافية والسياسية

للدول لتصل إلى أي نقطة من العالم عجزت أن تصل إليها وسائل الاتصال القديمة كما أنها تمتاز بكثرة وتنوع المعلومات والبرامج التثقيفية والتعليمية لمختلف الشرائح البشرية، متاحة في كل زمان ومكان، وبتكلف منخفضة فهي تعد مصدرا هاما للمعلومات سواء للأشخاص أو المنظمات بمختلف أنواعها أو للحكومات.[1]

المطلب الثاني: أهداف وأهمية التحول الرقمي

يرمي التحول الرقمي إلى تحقيق العديد من الأهداف، وله أهمية كبيرة في القطاع المصرفي وهذا ما سنتطرق له في هذا المطلب.

أولا–أهداف التحول الرقمي:

تتضمن عملية التحول الرقمي العديد من الأهداف التي تتمحور بشكل أساسي في قيام المؤسسات والشركات بتوليد القيمة عن طريق الفكر الرقمي والابتكارات وكيفية عرض المنتج والخدمات وإظهار نماذج العمل بنمط جديد عن طريق أسرع وأحدث التقنيات المبتكرة مع المتطلبات الجديدة وسلوكيات المجتمع، فتتغير هياكل المنتجات من الجمع بين الأجهزة الرقمية والخدمات والشبكات مما يؤدي ذلك الى سرعة نمو الشركة وهناك عدد من الأهداف الرقمية العامة وتتلخص فيما يأتي:[2]

–عملية التحول الرقمي تهدف إلى دفع المؤسسات إلى تبني نهج يتم عن طريقه وضع استراتيجية تحول واضحة وإعطاء تطلع واضح عن التزام جميع اصحاب المصلحة .

–الهدف الآخر للتحول الرقمي التطور الشامل وتنميق سرعة وكفاءة العمليات والخدمات المالية ومن ثم تقديم هذه الخدمات بأسعار معقولة للعملاء وبكل سهولة .

–ممارسة الأعمال بشكل أكثر شفافية وبساطة المعلومات وإظهارها إلى العملاء، المواطنين، الموردين.

–تسريع التحويلات الاجتماعية والإنسانية.

– التطور المتواصل وبناء المعرفة والخبرات العملاقة.

[1]- بلمهبول داود ومقران المهدي، **مرجع سبق ذكره**، صص4 –6.

[2]- ازمزد احمد كاظم بريس، **تكنولوجيا التحول الرقمي وتأثيرها في تحسين الأداء الاستراتيجي للمصرف**، المجلة العراقية للعلوم الإدارية، المجلد 16، العدد65، 2022، ص213.

كما يرمي التحول الرقمي الى تحقيق العديد من الأهداف منها:[1]

-أهداف تقترن بتدعيم مستوى الأداء: مثل إمكانية نقل المعلومات بالتفصيل وانسيابية بين الإدارات المختلفة، وإحالة دقة البيانات مما يقصد زيادة مستوى الثقة في صحة البيانات التبادلية وكذلك الأخطاء المترتبة على الإدخال اليدوي.

-اختصار الإجراءات الإدارية: مع توفر المعلومات بنسختها الرقمية تنقص الأعمال الورقية كما تختفي الحاجة لإيتاء نسخ من المستندات الورقية كانت متيسرة إلكترونيا.

-الاستخدام الأمثل للطاقات البشرية: إذا تم اختزان المعلومات بنسخة رقمية مع ايسار تحريكها وإعادة استخدامها إلكترونيا وتوجه الطاقات البشرية للعمل في أشغال أكثر إنتاجية.

-زيادة الإنتاجية وخفض التكلفة في الأداء: وذلك باستخدام التكنولوجيا المعولة على شبكات المعلومات وإيجاد سبل أحسن لمشاركة المواطنين في العملية التنفيذية.

كما صنف البعض أهداف التحول الرقمي إلى:

-أهداف مباشرة يمكن تفسيرها على أنها مكاسب مادية مثل: تحقيق سريع للأعمال وتقليص زمن التطبيق، والتخفيض من استخدام الأوراق في الأعمال الإدارية، واقتدار إتمام الأعمال عن بعد.

-أهداف عامة غير مباشرة يصعب تأويلها على أنها مكاسب مادية محسومة مثل: التقليص من الأخطاء المقترنة بالعامل الإنساني، والانسجام مع بقية دول العالم خاصة المتطورة وزيادة تدعيم القدرة التنافسية للمنظمات.

-ويكبر نطاق تطبيق التحول الرقمي ليشمل العديد من القطاعات سواء التي تقترن بالأعمال والأنشطة الحكومية، أم التي تتعلق بالمواطنين.

[1]- طلق عوض الله السواط وياسر ساير الحربي، **"أثر التحول الرقمي على كفاءة الأداء الأكاديمي"**، المجلة العربية للنشر العلمي، العدد 43، 2022، ص654.

ثانيا–أهمية التحول الرقمي:

للتحول الرقمي أهمية كبيرة، فهو العمل بمستوى سرعة واحد، ولفترة طويلة من الزمن لهذا قد أسهم التحول الرقمي بصورة إيجابية في تنظيم الوقت من خلال البرامج المعدة لها والموجودة من أجلها، قد عملت الكثير من الدول بتفعيل هذه الخدمة وفي كافة القطاعات، حيث خلقت تطورات وتأثيرات ايجابية وإبداعية للأعمال في التحول الرقمي وتعامل الناس بطريقة أكثر حذر مع الأموال حيث الزبائن هم المستفيدون من التطور للتحول الرقمي والموجة السريعة.[1]

بإضافة إلى:[2]

–تحسين الخدمة: يعد تحسين الخدمة أحد الأركان الأساسية للتحول الرقمي، لا يمكن أن تكون أي تحسينات داخلية في حد ذاتها، أي يجب أن يتمتع العملاء بخدمة أفضل ويجب تلبية احتياجاتهم بشكل أسرع وأكثر اكتمالاً، وسيكون لهذا تأثير إيجابي على الإدارة والأرباح.

–زيادة التعاون الداخلي: إذا كان مشروع التحول الرقمي كبيرا بما يكفي، فيمكنه لمس المؤسسة بأكملها وتعزيز التعاون الداخلي بشكل أفضل؛ والأمثلة النموذجية الأفضل لتحسين عمليات إدارة المستندات هي شبكات الشركة الداخلية المستخدمة إذ يمكنها فتح فرص للنقاش بين العاملين في الفرق الذين لم يكن لديهم أي اتصال.

–زيادة الكفاءة: الكفاءة هي النتيجة الطبيعية للعمليات المتطورة والجيدة، وباستخدام القوة التي لا مثيل لها للتكنولوجيا الحديثة يمكن أن تصبح تدفقات العمل أسرع وأكثر سلاسة وقابلية للتكرار، إذ يقضي الموظفون وقتا أقل في المهام العادية حتى يتمكنوا من التركيز على الأفكار والابتكارات، كما يستفيد العملاء أيضا من زيادة الكفاءة في تعاملاتهم مع المنظمات.

–الاستقلالية: في سوق سريع الحركة، تعد المرونة التنظيمية سمة مرغوبة، لقد ولت أيام المنظمات الجامدة وبطيئة الحركة التي تملي على العملاء كيفية التعامل معهم بل في الوقت الحاضر، حتى أكبر الشركات عليها التكيف مع الاتجاهات والاستماع إلى المستهلكين.

---

[1]–شروق هادي عبد علي واردان حاتم خضير، **التحول الرقمي للعمليات المصرفية كأداة لتطوير الأداء المالي الاستراتيجي لمصرف بغداد نموذجا**، مجلة الإدارة والاقتصاد، الجامعة المستنصرية، العدد126، 2020، ص3.

[2]–بالمهبول داود مقران المهدي، **مرجع سبق ذكره**، ص ص7–8.

إضافة إلى ذلك، تتيح التكنولوجيا للشركات أن تصبح متصلة ومرنة. يقل وقت اتخاذ القرار وتقصر دورات التعلم؛ إذن باستخدام التحول الرقمي، يمكن قياس كميات هائلة من نقاط البيانات وتحليلها بهدف التحسين وزيادة السرعة.

-إنشاء نماذج أعمال جديدة: قد فتحت الثورة الرقمية العديد من نماذج الأعمال الجديدة. فمثلا التحسينات في التكنولوجيا أصبحت تمكن من سرقة نماذج الأعمال القديمة والاستيلاء عليها في أي وقت من الأوقات.

-تقليل التكاليف: خفض التكلفة أمر مرغوب فيه للغاية في الأعمال التجارية، فمنذ **أيام الثورة الصناعية** التي قادت العمليات اليدوية، كان خفض التكلفة هو الفرق بين بقاء الأعمال وفشلها، أما اليوم يقوم الذكاء الاصطناعي القوي بأداء مهام عالية ومتكررة ويأخذ أعدادا كبيرة من الشركات لتوفير التكاليف.

المطلب الثالث: الأبعاد وآليات التحول الرقمي في القطاع المصرفي

سنتطرق في هذا المطلب إلى أهم الأبعاد وآليات التحول الرقمي في القطاع المصرفي.

أولا-الأبعاد الأساسية لتحول الرقمي:

يقوم التحول الرقمي على مجموعة من الأبعاد الأساسية، نبينها كالتالي:[1]

-البعد الأول: الأسس الرقمية

هي الأسس الأساسية لبناء البيئة الإيكولوجية للتحول الرقمي وتعتبر بمثابة أعمدة البناء (البيئة التحتية؛ التشريعات والسياسات المهارات الرقمية؛ توافر التمويل الضروري والحوكمة) ولكل من هذه الركائز أهميتها في تطوير النظام الرقمي على كل المستويات.

-البعد الثاني: الابتكار الرقمي

يتعامل البعد الثاني مع الابتكار كمحفز للتحول الرقمي، حيث تساهم التقنيات الحديثة مثل الطباعة ثلاثية الأبعاد والذكاء الصناعي والبيانات الضخمة ...الخ في خلق مصادر جديدة للقيمة المضافة في العديد من الصناعات.

[1]- تخربين وليد وبوخرص أحمد أمين، **واقع وأفاق التحول الرقمي لدى المصارف الإسلامية: دراسة حالة مصرف البلاد السعودي**، مجلة مالك بن نبي للبحوث والدراسات، المجلد 04، العدد01، 2022، ص ص155-154.

-البعد الثالث: الحوكمة الرقمية

سيوفر التعامل مع متطلبات المواطنين والمقيمين، من خلال تقديم الخدمات الحكومية بطريقة رقمية العديد من الفوائد والتحسينات في قدرة الحكومة، على توفير خدماتها على مدار الساعة بدون توقف طيلة الأسبوع كما تفيد الرقمنة في تحسين الكفاءة والشفافية داخل القطاع الحكومي وبالتالي الحد من مشكلات البيروقراطية وزيادة حجم الثقة الشعبية في أداء الحكومة.

-البعد الرابع: الأعمال الرقمية

سيوفر التحول الرقمي قدرا هائلا من الفوائد للأعمال التجارية، وتقديم قيمة مضافة للعملاء وتحسين كفاءة العمليات وترشيد التكاليف، والتمكن من إنشاء قاعدة أوسع من العملاء عن طريق دخول أسواق جديدة وينبغي توسيع نطاق الدعم ليشمل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ودمجهم في برامج التحول الرقمي، حيث أنهم يلعبون دورا أساسيا في الاقتصاد الرقمي.

-البعد الخامس: المواطن الرقمي

وهذا البعد هو الأهم على الإطلاق حيث يجب أن يكون النظام الإيكولوجي الرقمي مسخرا ومتمركزا حول المواطن، وتعزز التكنولوجيا الرقمية نوعية حياة المواطن والمجتمع المدني، بما في ذلك الفئات الأقل اقتدار، حيث أن اكتساب المهارات الرقمية الأساسية سيؤدي إلى تمكين الجميع من اغتنام القرص التي تقدمها التكنولوجيا من أجل حياة أكثر جودة وموثوقية.

ويمكن حصر الأبعاد الرئيسية للتحول الرقمي في النقاط التالية:[1]

-البعد الهيكلي والتنظيمي: إن المتطلبات الناتجة عن الرقمنة لها تأثير كبير على المؤسسة ككل فمجرد الحصول على المعدات التقنية وتعيين ممثل عن (IT)المسؤول عن الرقمنة لا تكفي لوحدها بل يجب على المؤسسة إجراء تغييرات عميقة ودراسة عدة قرارات استراتيجية مستدامة وذلك في سياق الثقافة التنظيمية المتعلقة بوسائط التحول الرقمي وتطوير مساحة التعلم.

[1]- ربيع زروالي ومهدي جابر، **مرجع سبق ذكره**، ص 364.

-البعد الوظيفي (الموارد البشرية): وفقا لهذا البعد يجب دائما على المؤسسة التفكير في التطوير التنظيمي من المنظور إنساني ذلك لأن التنفيذ المستدام للتقنيات الرقمية في المؤسسات يعتمد بشكل أساسي على تدريب وتأهيل ودعم الاحتياجات المعرفية لجميع المشاركين في عملية التحول الرقمي من موظفين ومديرين تنفيذيين ومديرين على مستوى الاستراتيجي.

-البعد التقني والإعلامي: يتطلب التحول الرقمي في المؤسسات تعزيز كفاءة الاتصال وترسيخها المستدام وتنفيذ الوسائط التكنولوجية في العمليات التنظيمية وبالتالي يجب استخدام الكفاءة الرقمية ذات الصلة بالعمل التي تعتمد على وسائط الرقمية كأدوات ويجب أن تنعكس أهميتها على مختلف العمليات والأنشطة داخل المؤسسة.

ثانيا-آليات تطبيق التحول الرقمي في القطاع المصرفي:

يتطلب التحول الرقمي الناجح مجموعة من الآليات تشمل على التقنيات، والبيانات والموارد البشرية، العمليات، ويمكن توضيح هذه الآليات تفصل على النحو التالي:[1]

-التقنيات: يتطلب التحول الرقمي استخدام منظومة من الأجهزة، وأنظمة التشغيل ووسائل التخزين والبرمجيات، التي تعمل ضمن بيئات تقنية ومراكز معلومات، تتيح استخدام الأصول بكفاءة، كما يتطلب ضمان مستوى خدمة مناسب للعاملين وكذلك والموردين، يتم تقديمها بواسطة فرق مهنية مسؤولة عن إدارة المنظومة التقنية والبنية التحتية للشبكة سواء كانت ملموسة أو سحابية .

-البيانات: ينبغي للمؤسسات أن تبذل جهداً لإدارة البيانات وتحليلها بانتظام وفعالية، من أجل توفير معلومات وإجراءات نوعية موثوقة وكاملة، مع تطوير أدوات مناسبة للبحث عن البيانات والتنبؤ بالمستقبل، كما ينبغي متابعة تدفق البيانات واستمرارها، واستفادة منها بما يتماشى مع أهداف المؤسسة ورؤيتها ورسالتها.

-الموارد البشرية: يرتكز التحول الرقمي على عنصر مهم هو الموارد البشرية لتطبيقه، لذا ينبغي توفير كوادر مؤهلة قادرة على استخدام البيانات وتحليلها، لاتخاذ قرارات فعالة، كذلك يتطلب بناء رؤية المؤسسة والتخطيط لها وتنفيذ مخططاتها وجود كفاءات بشرية مؤهلة علميا، وذات خبرة عملية تحقيق التغيير والتطوير.

[1]- أسماء مبارك وإبراهيم بكري، **دور تطبيق التحول الرقمي في ترشيد تكاليف الخدمات المصرفية في البنوك التجارية المصرية**، المجلة العلمية للدراسات والبحوث المالية والإدارية، المجلد 13، العدد02، 2022، ص481.

–العمليات: ينبغي للمؤسسات إرساء تقني فعال يسمح بتطوير العمليات، التي هي مجموعة من المهام التي تنتج خدمة وتقدمها للعملاء لضمان تطبيق أمثل للتحول الرقمي وتتضمن هذه المهام الملائمة مع البيئة الداخلية والخارجية في إنجاز تلك العمليات مع وجود نظام رقابة داخلية قوى.

ويتبين مما سبق أنه في حال تطبيق التحول الرقمي والعمل على أساسه فإن هذا التطبيق يستلزم السير على عدة خطوات جوهرية هي التقنيات والبيانات والموارد البشرية والعمليات، إذ أن لكل منها وجوبها فمن خلال التقنيات يتم بناء التحول الرقمي باستعمال منظومة من الأجهزة وأنظمة التشغيل، وبالنسبة للبيانات فيلزم على المؤسسة اعتماد نظام محدد قادر على تحليل البيانات بشكل منسق وفعال.[1]

المطلب الرابع: مراحل ونماذج التحول الرقمي في القطاع المصرفي

يمر التحول الرقمي في القطاع المصرفي بعدة مراحل ونماذج مطبقة عليه وهذا ما سنتطرق إليه في هذا المطلب.

أولا–مراحل التحول الرقمي:

لقد مر التحول الرقمي واستخدام التكنولوجيا من قبل المصارف بست مراحل تتمثل في:[2]

–مرحلة الدخول: تمثل مرحلة الدخول المرحلة التي دخلت فيها التكنولوجيا إلى أعمال المصارف بغرض إيجاد حلول للأعمال المكتبية الخلفية، حيث بدأ الأخصائيون في شؤون التكنولوجيا يدخلون إلى المصارف للعثور على الحلول التكنولوجية لمشاكل الأعمال المصارف الخلفية مثل مشكلات التأخير في إعداد التقارير المالية والمحاسبية ولم يكن هناك تدخل مباشر من قبل الإدارات الوسطى والعليا التنفيذية فكان المهم هو حل المشاكل المتعلقة بالعمل المصرفي.

–مرحلة تعميم الوعي بالتكنولوجيا: تتمثل مرحلة تعميم الوعي بالتكنولوجيا المرحلة التي بدأ فيها انتشار الوعي التكنولوجي بالنسبة للعاملين بالبنك من خلال برامج تدريب تغلب عليها التقنية على حساب المعرفة بالأعمال.

---

[1]- طلق عوض الله السواط و ياسر ساير الحربي، **مرجع سابق ذكره**، ص 656.

[2]- أديب قاسم شندي، **الصيرفة الالكترونية انماطها وخيارات القبول والرفض**، مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية الجامعة، العدد27، 2011، ص ص4-5.

–مرحلة دخول الاتصالات والتوفير الفوري لخدمات العملاء: تميزت مرحلة دخول الاتصالات والتوفير الفوري لخدمات العملاء بالتكاليف العالية، حيث بدأ اهتمام الإدارات العليا بالتكنولوجيا.

–مرحلة ضبط أو السيطرة على التكاليف: هي مرحلة ضبط الاستثمار في التكنولوجيا، وعملت هذه الإدارات إلى الاستعانة بأخصائيين واستشاريين في شؤون التكنولوجيا لمساعدتهم في ضبط التكاليف .

–مرحلة اعتبار التكنولوجيا أصل كباقي أصول المصرف: في هذه المرحلة تم الاعتراف بالتكنولوجيا كأصل من أصول المؤسسة وبالتالي يجب أن يجني هذا الأصل مردودا كباقي الأصول، وهنا بدأت مرحلة إدارة التكنولوجيا .

–مرحلة اعتبار التكنولوجيا عاملا ضمن أعمال المصرف–التحول الرقمي الكلي: تعتبر المرحلة التي بدأت فيها الإدارة الاستراتيجية للتكنولوجيا، والتي ارتكزت على تفعيل الإنتاجية على الصعيد الداخلي، تحسين الضبط على الصعيد العملي، وتسويق التكنولوجيا على الصعيد الخارجي.

ثانيا–نماذج التحول الرقمي:

أبرز النماذج المطبقة للتحول الرقمي للمنظمات، منها:[1]

–النموذج الفني *Technical Model* : ويتم عن طريقه تحويل المنظمات التقليدية الى منظمات رقمية باستخدام بحوث العمليات وعلوم الحاسب وعلم الإدارة دون التركيز على المناحي السلوكية للمنظمة وينجم عن ذلك ارتفاع معدلات المقاومة ورفض التطبيقات الإلكترونية في إصدار القرارات.

–النموذج السلوكي *the Behavioral Model*: وهذا يتم التركيز على المتغيرات السلوكية (الفردية، والجماعية، والتنظيمية، والبيئية) عند تحويل المنظمة التقليدية إلى منظمة رقمية.

–النموذج الفني الاجتماعي *Socio–Technical Model*: إذا يأخذ في اعتبار درجات التفاعل الفني والتنظيمي عند عمليات التحويل، والذي يركز على استراتيجية الأعمال والبرمجيات اللازمة لتفعيل الحاسبات وقاعدة البيانات والاتصالات.

[1]– مصطفى أحمد أمين، "**التحول الرقمي في الجامعات المصرية كمتطلب لتحقيق مجتمع المعرفة**"، مجلة الإدارة التربوية، العدد 19، 2018، ص ص58–60.

-نموذج الشراكة في المعلومات *Information Partnership*: ويرتكز في التحول الرقمي إلى الاشتراك في أحد شبكات المحلية أو الدولية لمدة معينة لحين إكمال التحول، أو الاعتماد على أحد شركات المعلومات في توفير الخدمة بالشراكة.

-نموذج تحليل القوى التنافسية: ويرتكز تصميم نظم معلومات لمساعدة التحليل الرباعي، الذي يهدف إلى تعظيم نقاط القوة التنظيمية وتخفيض نقاط الضعف وذلك للتحكم في الفرص البيئية ومقابلة الصعوبات العالمية والمحلية ويركن هذا النموذج الى التخطيط الاستراتيجي للمنظمة وتصميم نظم معلومات تامة ومؤازرة لذلك.

-نموذج إدارة الأصول الرقمية: ويركن العديد من شركات المعلومات والاتصالات بدلا من شركة واحدة في إدارة الملفات الرقمية (التخزين -الدخول للمعلومات -التصفح-تبادل المعلومات واسترجاعها).

-نموذج التحول التدريجي: ويستند على الإمكانات المالية للمؤسسات للتحول من النموذج الورقي إلى النموذج الرقمي، ومن ثم يتم التمويل على مراحل في ظل المركز المالي وحجم أعمال المنظمة ولا يعتمد على دراسات الجدوى التحليلية أو قياس الاحتياجات الرقمية مسبقا.

-نموذج التحويل الإستئجاري *The Rental Model For Transformation*: تقوم بعض المنظمات بالاعتماد على شركات الحاسبات والبرمجيات في إدارة منظومة المعلومات والاتصالات لها من منطلق أن خبرة الشركات المتخصصة في تكنولوجيا المعلومات وتحليل النظم أوسع بكثير من خبرة المستخدم لتلك التكنولوجيا.

-نموذج التحول الإستراتيجي *the Strategic Transformation Model*: يعتمد على التخطيط الاستراتيجي للمؤسسة، ومن ثم تحديد مركز المؤسسة في الصناعة المحلية والعالمية.

-نموذج التحول الديناميكي: ويركن هذا النموذج في التحول على درجات التفاعل السريع بين المنظمة والمتغيرات بينهم وكذلك على التقدم المتواصل في تكنولوجيا المعلومات والتفاعل والتكامل والتنظيم بين متطلبات المنظمة وتأثيرات البيئة والنمو في تكنولوجيا المعلومات هو مبدأ هذا النموذج.

-نموذج التطوير التنظيمي *the Organisationnel Development Model*: يعتمد على التحول العضوي *Organics* للمنظمات لاستقبال التحول للمنظمة الرقمية، من خلال التعلم والتدريب التحويلي بدلا من فرصة حلول جامدة، تقلل من فرص النجاح.

-النموذج المثالي *The Optimization Model* : يعتمد على البحث عن الحلول المثالية لتطبيقات المعلومات والاتصالات، لتحويل المنظمة الى منظمة رقمية، وعلى عمليات المحاكاة على الاختبار قبل التنفيذ الفعلي، مع محاولة ضغط التكاليف والبحث عن أعلى النتائج، والقضاء على الفاقد والإحلال الدوري، مع التطوير المستمر للبرمجيات.

-نموذج التكلفة والعائد*Cost-Benefit Analysis MODEL* :إذا تلجأ بعض المؤسسات إلى مقارنة تكاليف التحول لمؤسسة رقمية بالمكاسب المتوقعة من اقتناء أنظمة للمعلومات، ويتم الرفض أحيانا في حالة زيادة التكلفة.

-نموذج التحويل المتكامل*The Integrated Transformation Mode* : يقوم على فلسفة التحول المتكامل لجميع الإدارات والمستويات التنظيمية لبناء المنظمة الرقمية، أي الربط بين التغيير في المنظومة الاعمال والتحديث في منظومة الإدارة الرقمية.

-نموذج المشاركة في تكنولوجيا المعلومات والاتصالات*Information Partnership*: ويعتمد هذا النموذج على أهمية الربط الشبكي لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات لتوفير الفائدة من الانترنيت لدعم القرارات والسياسات ويقوم هذا النموذج على قياس المراكز التنافسية للشركات وإدخال التحسين المتواصل في المنظومة الاتصالات والمعلومات وفق اتجاهات المنافسين وحاجات متخذي القرارات ومن ثم يتم الاشتراك الكامل من خلال الشبكات في خدمات تكنلوجيا المعلومات والاتصالات التي تقدمها شركات متخصصة من خلال عقود طويلة الأجل وبصفة مستمرة.

يتبين مما سبق أن هناك العديد من النماذج للتحول الرقمي منها نموذج تحليل القوى التنافسية الذي يعتمد على تصميم نظم معلومات لمساندة التحليل الرباعي الذي يقصد إلى تكبير نقاط القوة التنظيمية وتخفيض نقاط الضعف وذلك للسيطرة على الفرص البيئية ومقابلة العقبات العالمية والمحلية يرتكز هذا النموذج الى التخطيط الاستراتيجي للمنظمة وبناء نظم معلومات مثالية وداعمة لذلك.[1]

[1]- طلق عوض الله السواط وياسر ساير الحربي، **مرجع سبق ذكره**، ص ص658-659.

المبحث الثاني: عموميات حول الصيرفة الإلكترونية

تتم الكثير من المعاملات القانونية على اختلاف أشكالها وبالأخص عملية الصيرفة الإلكترونية وظهرت المصارف غير التقليدية تتجاوز نمط الأداء الاعتيادي ولا تتقيد بمكان معين أو وقت محدد.[1]

المطلب الأول: مفهوم الصيرفة الإلكترونية وخصائصها

تتميز الصيرفة الإلكترونية بعدة خصائص، لهذا سنتطرق في هذا المطلب إلى مفهوم الصيرفة الإلكترونية وأهم الخصائص التي يتميز بها.

أولا–مفهوم الصيرفة الإلكترونية:

توجد عدة مفاهيم للصيرفة الإلكترونية من بينها:

–التعريف الأول: "هي كافة العمليات أو النشاطات التي يتم عقدها أو تنفيذها أو ترويج لها من قبل المصارف والمؤسسات المالية بواسطة الوسائل الإلكترونية أو الضوئية مثل: الهاتف، الحاسب، الصراف الآلي، الأنترنيت، الهاتف الرقمي وغيرها ".[2]

–التعريف الثاني: تعني إجراء عمليات مصرفية بطرق إلكترونية باستخدام "TTC"، ويتم تقديم الخدمات من خلال شبكات اتصال إلكترونية عبر منافذ تخضع لشروط العضوية يحددها المصرف، بغية تحقيق الأهداف التالية:[3]

- تمكين الزبون من الحصول على خدمات مصرفية (الاطلاع على حسابه، طلب قرض ....).
- عرض إعلامي حول نوعية خدمات المصرف.
- تمكين زبون من تنفيذ عمليات مصرفية (تمويل الأموال.....).

وفي ظل هذا النمط من المصارف، لا يكون الزبون مضطرا للتنقل لأي مصرف، بل يحقق هدفه من منزله أو مكتبه.

---

[1]- طيبي جلال، **الصيرفة الالكترونية في سياق القانون رقم 18–05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية**، مذكرة ماستر، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر –بسكرة–، 2020–2021، ص 12.

[2]- **نفس المرجع، نفس الصفحة.**

[3]- خليل عبد القادر، **الاقتصاد البنكي مدخل معاصر**، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر،2017، ص ص 65–66.

–التعريف الثالث: هي قيام البنوك تقديم الخدمات المصرفية أو المبتكرة أو بما يعرف من خلال شبكات اتصال الكترونية، وتقتصر صلاحية الدخول إليها على المشاركين فيها وفقا لشروط العضوية التي تحددها البنوك وذلك من خلال أحد المنافذ على الشبكة كوسيلة اتصال العملاء.[1]

ومما سبق يتضح لنا أن الصيرفة الإلكترونية تقوم على تقديم الخدمات المصرفية باستعمال تكنولوجيا المعلومات والاتصال، أي من خلال الانترنت والموزعات الآلية والشبكات الخاصة والهاتف النقال والثابت والحاسب الشخصي، فهي تتيح الخدمة المصرفية عن بعد وخلال 24ساعة وكل أيام الأسبوع وبسرعة فائقة وبتكلفة أقل دون التقاء مكاني بين العميل والمصرف.

ثانيا –خصائص الصيرفة الإلكترونية:

تتميز الصيرفة الإلكترونية عن الإدارة المصرفية التقليدية بمجموعة من الخصائص، والتي يمكن تلخيصها في العناصر التالية:[2]

–اعتماد الإدارة الإلكترونية: ويتحقق ذلك بأداء كل المعاملات المنجزة في الإدارة المصرفية من تخطيط وتنفيذ ومتابعة وتقييم وتحفيز بإحلال المكتب الإلكتروني محل المعاملات الورقية من خلال توظيف تكنولوجيا المعلومات واعتماد البنية التحتية للإدارة الإلكترونية التي تتشكل من أجهزة تكنولوجية حديثة وبرمجيات ونظم معلومات وكوادر متخصصة ووعي معلوماتي لدى الموظفين.

–إزالة القيد المكاني للخدمة المصرفية: لقد كانت سياسة التوزيع قبل العقدين الأخيرين من القرن الماضي ترتكز على شبكة الفروع ولكن مع التطبيق المتنامي للتكنولوجيات الحديثة في توزيع الخدمات المصرفية ظهرت للوجود طرق جديدة إلى جانب الفروع التقليدية، وتتمثل هذه القنوات في آلات الصرف الآلي ونقاط البيع الإلكترونية والصيرفة المنزلية والصيرفة المحمولة والصيرفة الهاتفية ومصارف الأنترنت، إذ تجنب هذه القنوات مشقة التنقل إلى مقر إدارة المصرف للحصول على الخدمة باعتبارها تتيح إمكانية الالتقاء إلكترونيا.

–إزالة القيد الزمني للخدمة المصرفية: حيث يسهل للعملاء من خلال الصيرفة الإلكترونية الحصول على الأموال أو تحويلها في أي لحظة زمنية، فعند ممارسة الصيرفة الإلكترونية فإن حصول العملاء على الخدمات

[1]– محمد الصيرفي، **إدارة العمليات المصرفية: العادية–غير العادية–الالكترونية**، دار الفجر للنشر والتوزيع، مصر، 2016، ص 213.

[2]– بن عمر خالد ورزامة جيلالي، **واقع الصيرفة الإلكترونية في الجزائر**، مجلة بحوث اقتصادية عربية، العدد 80، 2019، ص ص 98،97.

المصرفية متاح في أي لحظة زمنية ولا ينحصر في المجال الزمني المخصص لأداء موظفي المصرف لمهامهم الإدارية، باعتبار أن اعتماد الإدارة الإلكترونية في المصارف من خلال وصلات الشبكات الداخلية ووصلات شبكات الأنترنت تضمن استمرارية ودوام أداء الخدمة.

-الاستقلالية عن الهيكل التنظيمي: لا تقوم الإدارة الإلكترونية على الهياكل التنظيمية ولا تعرف التسلسل الوظيفي المعمول به في دوائر الإدارة الإلكترونية فهي إدارة لا تقوم على ممارسات الأفراد من موظفيهم وجهدهم اليدوي في إدارة معاملاتها بقدر ما تقوم على إدارة المعلومات التي تحتفظ بها دوائرها حسب برامج معينة.

-سهولة التعامل والتواصل: بمجرد اعتماد المصرف على الصيرفة الإلكترونية فإنه سيصبح قادرا على توفير المعلومات اللازمة بسرعة وبدقة متناهية هذا الأمر سيؤدي إلى تبسيط الإجراءات الإدارية واختصار وقت وجهد أداء الخدمات المصرفية وهو ما ينعكس إيجابيا على جودة تلك الخدمات وتسهيل إجراءات التعامل وعمليات التواصل مع مختلف العملاء وكذلك بين أقسام المصرف.

-المرونة الإدارية: 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 إمكاناتها الاستجابة السريعة للأحداث والتجاوب معها متعدية بذلك حدود الزمان والمكان وصعوبة الاتصال مما يعين الإدارة على تقديم كثير من الخدمات التي لم تكن متاحة أبدا بفعل تلك العوائق في ظل الإدارات التقليدية.

أهم الخصائص الصيرفة الالكترونية ما يلي:[1]

-التقليل من التكلفة: من أهم مزايا الصيرفة الالكترونية أنها توفر في النفقات فهي تعد بديلا عن تخفيض جزء كبير من رأس المال لإقامة علاقات مستمرة بين المصرف والعميل.

[1]- مخرمش حاج محمد، **بعنوان دور الصيرفة الالكترونية في تحقيق الميزة التنافسية للبنوك التجارية**، مذكرة ماستر، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة قاصدي مرباح –ورقلة–، 2017-2018، ص3.

–التلازم: ونعني به أن الخدمة تنتج وتستهلك في نفس الوقت، أي أن انعدام ظاهرة التخزين للخدمة سيعيق الطلبات المستقبلية فعند ابتكار خدمات جديدة سنلاحظ في هذه الحالة أن التكلفة والنوعية تظهران بشكل واضح.

–عدم إمكانية تحديد الهوية: حيث لا يرى طرف التعاملات الإلكترونية كل منهما الآخر وهو ما تعالجه التكنولوجيا بالعديد من وسائل التأمين للتعرف على الهوية إلكترونيا.

- تتسم الصيرفة الإلكترونية بطبيعة الدولية أي أن الخدمات المصرفية الإلكترونية مقبولة من جميع الدول، حيث يتم استخدامها لتسوية الحساب المعاملات التي تتم عبر فضاء إلكتروني بين المستخدمين في كل أنحاء العالم.
- إنها خدمة تقوم على تعاقد بدون مرتكزات أو مستندات مادية الأمر الذي يثير مسألة كيفية إثبات التزامات الأطراف المتعاقدين، لاسيما في ظل القوانين التي لا زالت ترتكز على أولوية الإثبات بالكتابة وبالوثائق الخطية.

المطلب الثاني: دوافع ومتطلبات نجاح الصيرفة الإلكترونية

لنجاح الصيرفة الإلكترونية لا بد من وجود دوافع لظهورها ومتطلبات لنجاحها وهذا ما سنتطرق إليه.

أولا –دوافع ظهور الصيرفة الإلكترونية:

إن ظهور الصيرفة الإلكترونية كان نتيجة تفاعل عدة عناصر منها:[1]

–ثورة الاتصالات والمعلومات التي أدت إلى ظهور تغيرات جوهرية في طبيعة عمل القطاع المصرفي والمالي ومنه التطلع إلى تقديم خدمات مصرفية ومالية متطورة ومتنوعة اعتمادا على ما أنتجه التكنولوجيا وثورة المعلومات.

–التجارة الإلكترونية التي تتم باستخدام الوسائل الإلكترونية وخاصة الأنترنت والتي أصبحت تتميز بخصائص عديدة تميزها عن التجارة التقليدية التي اعتادت هذه المؤسسات المالية التعامل في ظلها ومعها مما جعل التطوير الواعي لاستراتيجيات وأساليب عمل البنوك ضرورة خدمية وليس ترفا أو هدارا للأموال.

[1]- محمد الصيرفي، **مرجع سبق ذكره**، ص 214.

-وجود منافسة شديدة بين البنوك بعضها البعض ومع غيرها من المؤسسات المالية هذه المنافسة التي أصبحت لا تقتصر على الاقتصاديات الوطنية بل اكتسبت أبعادا دولية في ظل تحرير التجارة العالمية.

-تزايد دخول العديد من المؤسسات المالية غير المصرفية مثل شركات التأمين وشركات الأوراق المالية ومنافستها للبنوك حيث أصبح العديد من هذه المؤسسات يقدم مجموعة الخدمات وثيقة الصلة بعمل المصارف.

-وجوب تطوير الأداء بصفة مستمرة سواء للمصارف وغيرها من المؤسسات المالية لرفع مستوى الكفاءة التشغيلية لتقديم أفضل خدمة لعملائها، وخاصة أن الكثير من العملاء أصبحوا يطلبون خدمة رفيعة المستوى بتكلفة تنافسية، مستفيدين من المنافسة المتزايدة من المؤسسات.

ثانيا-متطلبات نجاح الصيرفة الالكترونية:

هنالك عدة متطلبات أساسية يجب توافرها للصيرفة الإلكترونية تتمثل فيما يلي:[1]

-البنية التحتية التقنية: يقف في مقدمة المتطلبات إنشاء المصارف الإلكترونية وبالعموم أية مشروع تقني آخر، والبنية التحتية التقنية للمصارف الإلكترونية ليست ولا يمكن أن تكون معزولة عن قطاع الاتصالات المعلومات للدول ومختلف القطاعات ذلك أن المصارف الالكترونية لا تعمل إلا في بيئة الأعمال الإلكترونية والتجارة الإلكترونية والمطلب 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 الانترنيت حتى يزداد نسبة المشتركين في الأنترنيت كما أن فعالية وسلامة بيئة الاتصالات تقوم على سلامة التنظيم الاستثماري ودقة المعايير وتلائمها الدولي وكفاءة وفعالية التنظيم القانوني لقطاع الاتصالات.

وبقدر ما تتحسسن معايير التعامل السليم مع هذه العناصر يتحقق توفير أهم دعامة للتجارة الالكترونية، بل لبناء قوى للتعامل مع عصر المعلومات، فضلا عن توفير وإيجاد الأجهزة والحلول والكفاءات البشرية المدربة والوظائف الاحترافية وهذه دعامة الوجود والاستمرارية.

أما عناصر الاستراتيجية البناء التحتي في حقل الاتصالات وتقنية المعلومات، فإنها تتمثل في تحديد أولويات وأغراض تطور سوق الاتصالات في الدولة وملائمة هدف الدخول للأسواق العالمية مع احتياجات التطوير التقنية للشركات الخاصة والسياسات التسويقية والخدمية والتنظيمية المتعين اعتمادها لضمان المنافسة في سوق

[1]-بالخضر محمد مشاش عبد الرزاق، **الصيرفة الإلكترونية والنظام المصرفي الجزائري الافاق والتحديات**، مذكرة ماستر، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة العقيد أكلي محند اولحاج-البويرة-، 2018-2019، ص ص 8-9.

الاتصالات، ولضمان جذب الاستثمارات في هذا القطاع، وتنظيم الالتزامات لمقدمي الخدمات لتحديد معايير ومواصفات الخدمة المصرفية الإلكترونية وفي مقدمتها معايير آمن وسلامة وتبادل المعلومات وسيرتها وخصوصية المشتركين وتوفير الإطار القانوني الواضح، وأخيرا تحديد نطاق التدخل الحكومي وتحديد أولويات الدعم وما يتعين أن يكون محلا للتشجيع الاستثماري من قبل الدولة.

وبالتالي يمكن حصر عناصر استراتيجية البناء التحتي في حقل الاتصالات وتقنية المعلومات فيما يلي:

-تحديد أولويات وأغراض تطوير سوق الاتصالات في الدولة.

-السياسات التسويقية والخدمية والتنظيمية المتعين اعتمادها لضمان المنافسة في سوق الاتصالات ولضمان جذب الاستثمارات في هذا القطاع.

-تنظيم الالتزامات لمقدمي الخدمات مع تحديد معايير ومواصفات الخدمة المميزة وفي مقدمتها أمن وسلامة وتبادل المعلومات وسيرتها وخصوصية المشتركين.

-توفير الإطار القانوني الواضح الذي ينظم الأعمال الإلكترونية.

-أخيرا تحديد نطاق التدخل الحكومي وتحديد أولويات الدعم ومايعتين أن يكون محلا للتشجيع الاستثماري من قبل الدولة.

-الكفاءة الأدائية المتفقة مع عنصر التقنية: هذه الكفاءة القائمة على فهم احتياجات الأداء والتواصل والتأهيل والتدريبي، والمقصود من ذلك توفير الموارد البشرية في مختلف المستويات المؤهلة والمدربة والأهم من ذلك أن تمتد كفاءة الأداء الوظائف الفنية والمالية والتسويقية والقانونية والاستثمارية والإدارية المتصلة بالنشاط المصرفي الإلكتروني.

-التطوير والاستمرارية والتفاعلية مع المستجدات: إن إنشاء المصرف الإلكتروني لابد أن يوافق هذا البناء عناصر التطوير والاستمرارية والتنوع، فلا يقف المصرف الإلكتروني في الجمود وينتظر إلى إيداع الآخرين فلا بد أن يبادر إلى التميز والانفراد خاصة في ظل المنافسة العالمية القوية.

-التفاعل مع المتغيرات والوسائل والاستراتيجيات الفنية والإدارية والمالية: والتفاعلية لا تكون مع الجديد فقط أو مع البنى التقنية فقط وإنما مع أفكار والنظريات الحديثة في حقول الأداء الفني والتسويقي والمالي والخدماتي، تلك الأفكار التي تأتي وليد تفكير إبداعي وليس وليد تفكير نمطي.

-الرقابة التقنية الحيادية: إن بقاء المصرف الإلكتروني وتطوره يرتكز على مدى تقييم الأداء، ومن هنا أقامت غالبية مواقع المصارف الإلكترونية جهات مشورة في تخصصات التقنية والتسويق والقانون والنشر الإلكتروني لتقييم فعالية أداء مواقعها، ويسود فهم أن كثير زيارات الموقع، ورغبة العملاء في ممارسة الصيرفة الإلكترونية عليه.

المطلب الثالث: قنوات الصيرفة الإلكترونية

تستعمل المصارف عدة قنوات إلكترونية في تعاملها مع زبائنها التي تمكنهم من استخدام مختلف العمليات وسنذكر مختلف هذه القنوات في هذا المطلب.

1-أجهزة الصراف الآلي:

وهو عبارة عن جهاز صغير يوجد في الغالب في الواجهات الأمامية لمبنى المصرف أو في الأماكن المحتمل أن يقصدها الزبائن كالجامعات والمراكز التجارية وغيرها، ونميز نوعين من الأجهزة:[1]

أ-الموزع الآلي للأوراق ***DAB***:

الموزعات الآلية للأوراق هي صورة بسيطة للمكننة في القطاع المصرفي، فهي آلات أوتوماتيكية تستخدم عن طريق بطاقة إلكترونية تسمح للزبون بسحب مبلغ من المال دون اللجوء إلى الفرع، وهكذا فالمهمة الرئيسية للموزع الآلي للأوراق هي تقديم الخدمة الضرورية للزبون.

[1]- نايلي إلهام، **تطوير المنتوج المصرفي -دراسة حالة القرض الشعبي الجزائري-**، مذكرة الماجستير، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة عبد الحميد مهري -قسنطينة-، 2007-2008، ص ص 141-143.

جدول رقم (1): تقنية الموزع الآلي للأوراق

	المبادئ العامة	التقنية	النتائج
الموزع الآلي للأوراق *DAB*	يسمح بالسحب لكل حائز على بطاقة السحب، يوجد في المصارف، الشوارع، المحطات، وأماكن أخرى، ويعمل دون انقطاع	جهاز موصول بوحدة مراقبة إلكترونية تقرأ المدارات المغناطيسية للبطاقة، هذه الأخيرة تسجل عليها المبالغ المالية الممكن سحبها أسبوعيا	تخفيض نشاط السحب في الفروع

المصدر: نايلي إلهام، **تطوير المنتوج المصرفي –دراسة حالة القرض الشعبي الجزائري–**، مذكرة الماجستير، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، 2007-2008، ص 142.

ب–الشباك الأوتوماتيكي للأوراق *GAB* :

الشبابيك الأوتوماتيكية للأوراق هي أيضا أجهزة أوتوماتيكية تقدم خدمات أكثر تعقيدا وأكثر تنوعا بالنسبة للموزع الآلي للأوراق، يتعلق الأمر بأجهزة أوتوماتيكية متصلة بشبكة تستخدم عن طريق بطاقات إلكترونية، والتي بالإضافة إلى مهمة سحب الأموال تسمح بالقيام بالعديد من العمليات، مثل قبول الودائع، طلب صك، عملات التحويل من حساب إلى حساب وغيرها.

فالشبابيك الأوتوماتيكية للأوراق متصلة مباشرة بالحاسوب الرئيسي للمصرف وهي تمثل في الوقت الحاضر أحد المنتجات المصرفية الإلكترونية الأساسية للنظام المصرفي، ولها دور مهم على مستوى التسويق لأنها أصبحت تمثل وسيلة للحوار مع الزبون.

جدول رقم (2): تقنية الشباك الأوتوماتيكي للأوراق

	المبادئ العامة	التقنية	النتائج
الشباك الأوتوماتيكي للأوراق*GAB*	يخول لكل حائز على البطاقة القيام بالعديد من العمليات منها: السحب، معرفة الرصيد، القيام بتحويلات، طلب شيكات ...	جهاز موصول بالكمبيوتر الرئيسي للمصرف يقرأ المدارات المغناطيسية للبطاقة التي تسمح بمعرفة الزبون بفضل رمز سري	يستعمل من طرف الزبائن: -في أوقات غلق المصارف -الزبون المستعجل

المصدر: نايلي إلهام، **تطوير المنتوج المصرفي –دراسة حالة القرض الشعبي الجزائري–**، مذكرة الماجستير، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، 2007-2008، ص .143

2–الصيرفة عبر الهاتف:

يستخدم الهاتف المصرفي سداد فواتير الخدمات، وفي تحويل الأرصدة النقدية من حساب العميل إلى حسابات أخرى، وذلك من خلال غرف المقاصة الآلية باستخدام الهاتف أو كابل التلفزيون، فعند الرغبة في التحويل يقوم العميل بالاتصال بالمصرف ثم إدخال رقم الحساب الخاص به واختيار الخدمة المطلوبة من قائمة الخدمات المعروض تقديمها من قبل مقدم الخدمة، وحجم المبلغ المطلوب تحويله، ورقم حساب المستفيد، وبالتالي يتم إدخال المعلومات المتعلقة بعملية الدفع وتأكيدها وتحويلها إلى شريط ممغنط متصل بغرف الآلية والتي ستقوم بعملية التحويل المناسبة والمطلوبة.[1]

3–الحاسوب الشخصي:

وهو الحاسوب الذي يخص شخص معين يكون موجود بمنزله أو في مكان عمله أو في مكان آخر، إذ يمكن لهذا الأخير من استخدامه للاتصال بحاسوب المصرف من خلال استخدام الرقم السري لإجراء عملية بنكية معينة. وهذه القناة تأخذ تسمية أخرى، الصيرفة المنزلية.[2]

[1]- مصطفى يوسف كافي، مصطفى يوسف كافي، **النقود والبنوك الإلكترونية**، دار مؤسسة رسلان للطباعة والنشر والتوزيع، سوريا، 2011، ص37.

[2]- فضيل فارس، **التقنيات البنكية –محاضرات وتطبيقات–**، الجزء الأول، مطبعة ألموساك رشيد، الطبعة الأولى، الجزائر، 2013، ص ص 256-257.

4-نقاط البيع الإلكترونية:

وهي الآلات التي تنتشر لدى المؤسسات التجارية والخدمية بمختلف أعمالها وأنشطتها، ويمكن للعميل استخدام بطاقات بلاستيكية أو بطاقات ذكية للقيام بأداء مدفوعات من خلال الخصم على حسابه إلكترونيا بتمرير البطاقة داخل الآلات المتصلة إلكترونيا بحاسب المصرف.[1]

5-التلفزيون الرقمي:

هي القناة التي تتبلور من خلال الربط بين أجهزة التلفزيون بالمنزل أو مقر العمل وبين حواسيب المصارف عبر الأقمار الصناعية، بحيث بمجرد قيام الزبون بالمنزل أو العمل بإدخال الرقم السري الخاص به، يمكنه الدخول إلى حاسوب المصرف ومن ثم تفاعله مع المصرف وإمكانية حصوله على مختلف المعلومات والاستفسارات.[2]

6-المقاصة المصرفية الإلكترونية:

حل هذا النظام مكان أوامر الدفع المصرفية وظهر نظام التسوية الإجمالية بالوقت الحقيقي التي تتم فيه خدمات مقاصة الدفع الالكترونية للتسوية الالكترونية في المدفوعات بين المصارف وذلك ضمن نظام المدفوعات الالكترونية للمقاصة وينطوي على عنصر اليقين حيث تتم المدفوعات في نفس اليوم وبدون إلغاء أو تأخر مع توفر عنصر دفع هذه المدفوعات بقيمة اليوم نفسها.[3]

7-الإنترنت المصرفي :

إن ظهور شبكة الأنترنت، ونمو استخدامها عالميا، وكذلك بروز التجارة الإلكترونية، هي بمثابة العوامل الأساسية التي سمحت ببروز مصارف الإنترنت كقناة من قنوات التوزيع الإلكترونية للخدمات المصرفية التي تقدمها المصارف إلكترونيا.[4]

---

[1]- سعيد محمد سعيد البردويل، **الخدمات المصرفية الإلكترونية المطبقة في البنوك الإسلامية وعلاقتها برضا العملاء –دراسة حالة البنوك الإسلامية في محافظات غزة–**، مذكرة الماجستير، كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية، جامعة الأزهر –غزة–، 2015، ص28.

[2]- فضيل فارس، **مرجع سبق ذكره**، ص 257.

[3]- جحودي بسمة، **الخدمات المصرفية الالكترونية ودورها في كسب ولاء الزبون دراسة ميدانية في بنك الخليج الجزائر –وكالة ڤالمة–**، مذكرة الماستر، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة 8 ماي 1945، 2021-2022، ص 35.

[4]- فضيل فارس، **مرجع سبق ذكره**، ص 258.

مصارف الإنترنت، وهي القناة الرئيسية والأهم لتوزيع الخدمات المصرفية، ولانتشار المصرف على المستوى العالمي ولجذب المزيد من الزبائن. ويوفر المصرف على الإنترنت خدمات مثل:

-شكل بسيط من أشكال النشرات الالكترونية الإعلانية عن مجمل الخدمات المصرفية.

-إمداد العملاء بطريقة التأكد من أرصدتهم لدى المصرف.

-تقديم طريقة دفع العملاء للكمبيالات المسحوبة عليهم إلكترونيا.

-كيفية إدارة المحافظ المالية للعملاء.

-طريقة تحويل الأموال بين حسابات العملاء المختلفة.

المطلب الرابع: تقييم الصيرفة الإلكترونية

تتميز الصيرفة الإلكترونية بعدة مزايا مما لا يعني أنها خالية من العيوب والمخاطر، وهذا ما سنتطرق إليه في هذا المطلب.

أولا-مزايا الصيرفة الإلكترونية:

أدت ثورة الاتصالات والمعلومات الى ظهور تغيرات جوهرية في طبيعة عمل القطاع المصرفي والمالي نظرا الى أن هذا القطاع سريع التأثر والاستجابة للمتغيرات الخارجية والتوجه نحو الصيرفة الإلكترونية لتميزها بعدة صفات من أهمها:[1]

-إنها خدمات تتم عن بعد وبدون اتصال مباشر بين أطراف الخدمة المصرفية.

-أنها تقوم على التعاقد بدون مستندات ورقية وهذا عدة المسائل القانونية المتعلقة بأداة الإثبات.

-أنها خدمات عبر الحدود ولا تعرف قيود جغرافية.

ويمكن للمصرف الذي يرغب في ممارسة الصيرفة الإلكترونية ان يحصل على ترخيص من السلطات المختصة بعد التأكد من الأمور التالية:

[1]- بوعكوش حنان وزايدي شادية، **حماية العلميات المصرفية في ظل تطور الصيرفة الالكترونية**، مذكرة الماستر، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير،2018-2019، ص12.

-السياسة العامة في تأدية الخدمات المصرفية والمالية والإلكترونية.

-الخيارات التقنية والسياسة الرقابية.

-المشاكل القانونية لتقديم هذه الخدمات.

ثانيا -عيوب الصيرفة الإلكترونية:

على الرغم من وجود الكثير من المزايا التي تحققها الصيرفة الإلكترونية للمصارف والعملاء على حد سواء لكن مع ذلك فإن هناك بعض العيوب التي تصاحب تقديم الخدمات الالكترونية للعملاء.[1]

1-بالنسبة بالعميل:

-عدم توفر الأمان والسرية على القنوات الإلكترونية.

-صعوبة الاستخدام مثل: صعوبة اللغة أو عدم توفر النشرات الإرشادية.

-قلة الثقة في استخدام الصيرفة الإلكترونية والقناعة بالتعامل مع الفروع مباشرة.

-عدم توفر المهارات اللازمة لاستخدام الخدمة مثل: عدم المعرفة باستخدام الانترنيت.

-استخدام الصيرفة الإلكترونية ينطوي على تلاعب من قبل المصارف مثل: فرض عمولات أو رسوم إضافة.

-زيادة الكلفة المترتبة على استخدام القنوات الإلكترونية بما فيها الأعباء المالية الإضافية مثل: الاشتراك في الأنترنيت، إجراء مكالمة هاتفية.

-وجود أعطال فنية تحويل دون استخدام الصيرفة الإلكترونية وقت الحاجة.

-ضعف تسويق الخدمات المصرفية الإلكترونية من قبل المصرف.

2-بالنسبة للمصرف:

-عدم قناعة الإدارة بالجدوى الاقتصادية لتطبيق التكنولوجيا وبالذات الصيرفة الإلكترونية.

-عدم وجود معرفة بالميزات والفوائد.

[1]- بلحسن خولة، **دور الصيرفة الإلكترونية في تحسين جودة الخدمات المصرفية**، مذكرة ماستر، كلية العلوم الاقتصادية، جامعة محمد خيضر -بسكرة-، 2019-2020، ص 25.

-عدم توافق والانسجام بينها وبين أنظمة العمل الموجودة بالمصرف.

-عدم امتلاك بنية تكنولوجية تحتية.

-ارتفاع تكاليف الاستثمار المالي مثل: ارتفاع شراء الأجهزة والصيانة والتدريب وغيرها.

-عدم وجود قوانين تشجع المصارف على الصيرفة الإلكترونية.

-انخفاض الوعي المصرفي لدى العملاء وقلة الثقة.

ثالثا-مخاطر الصيرفة الإلكترونية:

ينطوي العمل المصرفي الإلكتروني على مخاطر بإضافة إلى مخاطر العمليات التقليدية وتختلف درجة التعرض لهذه المخاطر طبقا لمستوى الخدمة المقدمة من طرف المصرف ويعرف الخطر على أنه احتمال حدوث نتيجة ما غير مرغوب فيها فيما يلي بعض أنواع المخاطر المصاحبة للصيرفة الإلكترونية.[1]

-المخاطر المالية: وهي المخاطر المتعلقة باداه العمليات التقليدية للمصرف والمتمثلة في خطر القرض حطر التسوق، خطر سعر الصرف، خطر عدم السيولة، ويظهر أثر هذه المخاطر أكثر عند إنجاز العمليات المصرفية الإلكترونية وتزداد شدتها عبر الانترنيت باعتبارها تعطي البنك فرصا أوسع لتقديم خدماته ومنتجاته فهو يقوم بتوظيف أمواله في مناطق جغرافية أبعد مما يزيد من عدد العملاء المتعامل معهم.

-المخاطر العملياتية: ينتج هذا النوع من المخاطر عن عدم وجود حماية كافية للنظم الإلكترونية وينشا عن هذا الخطر خرق لنظام الحماية الإلكترونية للمصرف ويكون مصدر الخرق إما من داخل المصرف (العاملون به) أو يكون من قبل العملاء وحتى تتفادى مثل هذه التجاوزات يمكنها الاتصال بمؤسسات متخصصة تقدم حلولا ومعلومات عن رسائل الحماية من عمليات القرصنة.

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

[1]- بن عائشة سامية، **الصيرفة الإلكترونية ودورها في تحسين الخدمة المصرفية**، مذكرة ماستر، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير،2019-2020، ص14.

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

-المخاطر القانونية: البنك الذي يؤدي خدماته عبر الأنترنيت قد يصطدم بعدم معرفته الدقيقة لقوانين وتشريعات حماية عملائه، كذلك هناك إمكانية الاستخدام غير مشروع أو سوء استخدام المعلومات المحصلة عبر الأنترنيت من قبل أطراف خارجين قد يهاجمون مستودع معلومات البنك ثم هنالك حقيقة أخرى وهي أن العقود الإلكترونية والتوقيعات الإلكترونية مازالت قيد النضج وهي تختلف من دولة إلى أخرى وان ممارسات "اعرف جيدا" أصبحت أكثر أهمية بالنسبة للمصارف في محاولاتهم لمنع الاحتيال.

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

خلاصة:

قد حاولنا من خلال ورقتنا البحثية هذه الى التعرف على ماهية التحول الرقمي باعتبارها جزء لا يتجزأ من المنظومة المالية المعاصرة حيث تطرقنا في الجانب النظري الى مجموعة من المفاهيم الأساسية المرتبطة بالتحول الرقمي، حيث تم قول إن التحول الرقمي مرتبط بالتكنولوجيا الحديثة وابتكار نماذج وحلول ذكية ورقمية تلبية لاحتياجات الأفراد، لما له من فائدة تعود على تنمية الأعمال وتسهيلها من منطق أنه وسيلة تسهل حفظ مصادر المعلومات الأصلية من التلف وتقلل تكلفة التواصل مع الجمهور الخارجي، والاتصال بين الجمهور الداخلي للمؤسسة دون التعرض لحواجز مكانية أو زمانية حيث أسهم بصورة إيجابية في تنظيم الوقت والعمل بمستوى سرعة واحدة، بما يسمح بخلق جسور تواصل تتميز بالثقة والمرونة لتربط بين أطراف العملية الاتصالية والقائم بالعلاقات العامة والمستفيد من وظائف العلاقات العامة على حد سواء.

يعتبر التحول إلى أسلوب الصيرفة الإلكترونية المشروع الأكثر أهمية في الجهاز البكني، إلا أن نجاح تحقيقه مرهون بإدارة حقيقة لدى المسؤولين لتوفير متطلبات ميدانية، حيث تتميز الصيرفة الإلكترونية بمجموعة من خصائص والمتمثلة في اعتمادها على أسلوب الإدارة الإلكترونية، إزالة القيد المكاني والزماني للخدمة المصرفية، الاستقلالية عن الهيكل التنظيمي، سهولة التعامل والتواصل، المرونة الإدارية، فضلا عن سهولة التعامل والتواصل بين البنك وعملائه.

ويقتضي الأمر من أجل نجاح الصيرفة الإلكترونية في الجهاز البنكي أن يتم توفير مجموعة من المتطلبات المتمثلة توفير البنية التحتية التقنية، الكفاءة الأدائية المتفقة مع عنصر التقنية، التطوير والاستمرارية والتفاعلية مع المستجدات، التفاعل مع المتغيرات والوسائل والاستراتيجيات الفنية والإدارية والمالية والرقابة التقنية الحيادية.

الفصل الثاني:

الإطار النظري لوسائل الدفع الإلكترونية

تمهيد:

يعد التقدم التكنولوجي من أهم المتغيرات التي ساهمت في تحول العمل المصرفي، حيت تعيش المصارف الآن عصر العولمة الرقمية التي أدى بهذه الأخيرة إلى عدم اقتصارها على تأدية الوظائف التقليدية واعتمادها على مختلف أنواع الوسائل الحديثة التي تسمح للناس التعامل بها في أداء معاملاتهم بكل سهولة وتحقق لهم السرعة وربح الوقت والمسافة.

لقت وسائل الدفع الإلكترونية تقبلا هائلا من طرف الأفراد والمؤسسات المتعاملين بها، كان لهذه الوسائل مميزات عدة منها خفض التكاليف وأعطت للوقت قيمته إلا أن لها عيوبها وجرائم تؤدي إلى الحد من استخدامها.

من خلال هذا الفصل سيتم تناول مفهوم وخصائص وسائل الدفع الإلكترونية وأهم الأنظمة والأنواع المستخدمة من طرف المصارف الإلكترونية وتقييم هذه الوسائل من حيث مزاياها وعيوبها ومختلف الجرائم المرتكبة وذلك في مبحثين متتابعين.

-المبحث الأول: ماهية وسائل الدفع الإلكترونية.

-المبحث الثاني: أنواع وسائل الدفع الإلكترونية.

المبحث الأول: ماهية وسائل الدفع الإلكترونية

انتشر كثيرا استعمال وسائل الدفع الإلكترونية في العصر الحالي، لذا سنحاول في هذا المبحث معرفة مفهوم وسائل الدفع الإلكترونية وخصائصها؛ والعوامل التي أدت إلى نجاحها والبحث في الجوانب الإيجابية التي تحث على استعمالها والسلبية التي تحد من التعامل بها.

المطلب الأول: وسائل الدفع الإلكترونية وخصائصها

سنتطرق في هذا المطلب إلى معرفة مفهوم وسائل الدفع الإلكترونية والخصائص التي يتميز به.

أولا–تعريف وسائل الدفع الإلكترونية:

1–تعريف نظام الدفع الإلكترونية: "النظم التي تمكن المتعاملين من التبادل المالي إلكترونيا بدلا من استخدام النقود المعدنية والورقية أو الشيكات الورقية".[1]

2–تعريف وسائل الدفع الإلكترونية:

–التعريف الأول: "هي النظام التي تمكن المتعاملين بتطبيقات التجارة الالكترونية من التبادل المالي الكترونيا بدلا من استخدام النقود المعدنية أو الشيكات الورقية حيث يقوم البائعون عن طريق الانترنت بتوفير طرق سهلة وسريعة وآمنة للحصول على أثمان منتجاتهم من الزبائن.[2]

–التعريف الثاني: "يعرف الدفع الالكتروني على أنه "عملية تحويل الأموال هي في الأساس ثمن لسلعة أو خدمة بطريقة رقمية أي باستخدام أجهزة الكمبيوتر، وإرسال البيانات عبر خط تلفوني أو شبكة ما أو أي طريقة لإرسال البيانات".[3]

---

[1]- فريدة قلقول، **أهمية أنظمة الدفع الإلكترونية في المصارف دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية BADR –أم البواقي–**، مذكرة الماستر، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة العربي بن مهيدي –أم البواقي–، 2012-2013، ص37.

[2]-ياسمينة مصباحي، **تحديث وعصرنة وسائل الدفع في المصارف العمومية الجزائرية –حالة البنك الخارجي الجزائري–**، مذكرة ماستر أكاديمي، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة عبد الحميد بن باديس–مستغانم–، 2015-2016، ص24.

[3]- لوصيف عمار، **استراتيجيات نظام المدفوعات للقرن الحادي والعشرين مع الإشارة إلى التجربة الجزائرية**، مذكرة الماجستير، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة منوري –قسنطينة–، 2008-2009، ص29.

–التعريف الثالث: "يقصد بالدفع الالكتروني على أنه مجموعة الأدوات والتحويلات الالكترونية التي تصدره المصارف والمؤسسات لوسيلة دفع، وتتمثل في البطاقات المصرفية، والنقود الالكترونية، والشبكات الالكترونية".[1]

–التعريف الرابع: "تعرف وسائل الدفع الإلكترونية على أنها عملية تحويل الأموال بطريقة رقمية مستخدما بذلك الحاسوب عن طريق إرسال بيانات عبر خط تلفوني أو شبكة ما".[2]

–التعريف الخامس: "تعرف على أنها وسيلة دفع تتم جميع عملياتها إلكترونيا، ولا وجود للحوالات ولا للقطع النقدي".[3]

–التعريف السادس: عرف الأمر 03-11 المتعلق بالنقد والقرض من خلال المادة 69 التي تضمن نصها "تعتبر وسائل الدفع كل الأدوات التي تمكن كل شخص من تحويل أموال مهما يكون السند أو الأسلوب التقني المستعمل". يتبين من خلال النص نية المشرع الجزائري الانتقال من وسائل دفع كلاسيكية إلى وسائل دفع حديثة إلكترونية.[4]

–التعريف السابع: "تعتبر وسائل الدفع الإلكترونية من أهم وسائل الدفع، تنفذ من خلالها المعاملات المالية والتجارية بواسطة وسائط إلكترونية، تستخدم تقنيات كهربائية ومغناطيسية أو ضوئية أو الكهرومغناطيسية في تبادل المعلومات وتخزينها".[5]

كما تتضمن عملية الدفع الإلكتروني أربعة أطراف:[6]

–المتعامل (الدافع أو المشتري)؛

–المصرف الذي أصدر وسيلة الدفع؛

–المصرف الذي يتحصل على المبلغ لحساب المستفيد من الدفع (البائع)؛

---

[1]- سلطاني خديجة، **إحلال وسائل الدفع التقليدية بالوسائل الالكترونية دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية (BADR)–بوكالة بسكرة–**، مذكرة الماستر، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد خيضر –بسكرة–، 2012-2013، ص18.

[2]-أبن مبارك يمينة وآخرون، **دراسة الأنظمة الدفع الحديثة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة أدرار**، مذكرة الماستر أكاديمي، جامعة أحمد دارية–الجزائر–، 2014-2015، ص28.

[3]- نعيمة مولفرعة، **إحلال وسائل الدفع التقليدية بالإلكترونية**، مجلة البحوث في الحقوق والعلوم السياسية، المجلد 05، العدد 13، 6 سبتمبر 2016، ص480.

[4]- غضبان لخضر، **الإطار القانوني لوسائل الدفع الإلكترونية**، مذكرة الماستر، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة العربي بن مهيدي –أم البواقي–، 2014/2013، ص 11.

[5]– رحيم حسين، **الاقتصاد المصرفي**، دار بهاء للنشر والتوزيع، الجزائر، 2009، ص150.

[6]– محمود الكيلاني، **الموسوعة التجارية: عمليات ما بين البنوك**، المجلد الرابع، دار الثقافة والتوزيع، الأردن، 2008، ص44.

-شبكة البطاقات.

من خلال التعاريف السابقة نستنتج أن وسائل الدفع الإلكترونية هي مجموعة من الأدوات تمكن من تحويلات الأموال إلكترونيا بواسطة تقنيات رقمية دون الحاجة للتعامل مع العملات النقدية والورقية.

ثانيا-خصائص وسائل الدفع الإلكترونية:

تتميز وسائل الدفع الإلكترونية بالخصائص التالية:[1]

1-الطابع الدولي لوسائل الدفع الإلكترونية: يقصد بالطابع الدولي لوسائل الدفع الإلكترونية أنها وسيلة مقبولة من جميع الدول، حيث يتم استخدامه لتسوية الحساب في المعاملات التي تتم عبر فضاء إلكتروني بين المستخدمين من كل أنحاء العالم.

2-الدفع بواسطة النقود الإلكترونية: وهي قيمة نقدية تتضمنها بطاقة بها ذاكرة رقمية أو الذاكرة الرئيسية للمؤسسة التي تهيمن على إدارة عملية التبادل، ومن خلال نقود مخصصة سلفا لهذا الغرض فإن الدفع لا يتم إلا بعد الخصم من هذه النقود، ولا يمكن تسوية المعاملات الأخرى عليها بغير هذه الطريقة، ويشبه ذلك العقود التي يكون فيها الثمن مدفوعا مقدما.

3-استخدام وسائل الدفع الإلكترونية عن بعد: حيث يتم إبرام العقد بين أطراف متباعدين في المكان، ويتم الدفع عبر شبكة الانترنت، أي من خلال المسافات بتبادل المعلومات الإلكترونية بفضل الوسائل اللاسلكية، يتم إعطاء أمر بالدفع وفقا لمعطيات إلكترونية تسمح بالاتصال المباشر بين طرفي العقد.

4-الدفع بواسطة البطاقات الذكية: هي عملية تتم من خلال البطاقات المصرفية العادية، حيث لا يوجد مبالغ مخصصة مسبقا لهذا الغرض، بل إن المبالغ التي يتم السحب عليها بهذه البطاقات قابلة للسحب عليها بوسائل أخرى كالشيك لتسوية أي معاملات مالية.

5-يلزم تواجد نظام مصرفي معد لإتمام ذلك: أي توافر أجهزة تتولى إدارة هذه العمليات التي تتم عن بعد لتسهيل تعامل الأطراف وتوفير الثقة فيما بينهم.

[1]- معزوز نشيدة وواكلي كلثوم، **الدفع الإلكتروني لدعم التحول الرقمي لإدارة الضرائب**، الدفع الإلكتروني في الجزائر: تحديات الحاضر ورهانات المستقبل، يوم 2021/05/22، جامعة يحي فارس بالمدية، ص2.

6-يتم الدفع الإلكتروني من خلال نوعين من الشبكات:

أ-شبكة خاصة يقتصر الاتصال بها على أطراف التعاقد ويفترض وجود معاملات وعلاقات تجارية ومالية مسبقة بينهم.

ب-شبكة عامة، حيث يتم التعامل بين العديد من الأفراد لا توجد بينهم قبل ذلك روابط.

المطلب الثاني: أنظمة وسائل الدفع الإلكترونية

سنتطرق في هذا المطلب إلى أهم الأنظمة التي تستخدمها المصارف الإلكترونية.

1-نظام المقاصة الإلكترونية:

حل هذا النظام مكان أو أمر الدفع المصرفية، وظهر نظام التسوية الإجمالية بالوقت الحقيقي، الذي يتم في خدمات مقاصة الدفع الإلكتروني للتسوية الإلكترونية في المدفوعات بين المصارف، وذلك ضمن نظام المدفوعات الإلكترونية للمقاصة، وهو نظام ينطوي على عنصر اليقين حيث تتم المدفوعات في نفس اليوم بدون إلغاء أو تأخير هذا النظام يختص بالمعالجة الآتية لوسائل الدفع العام صكوك أو تحويل أو اقتطاع عمليات السحب والدفع بالبطاقات المصرفية، وذلك باستعمال وسائل متطورة مثل الماسحات الضوئية والبرمجيات المختلفة، حيث يمثل هذا النظام القسم الثاني من أنظمة الدفع المتطورة الذي يهدف إلى تحسين النهائي للخدمات المصرفية المقدمة للزبائن.[1]

2-نظام التسوية الجماعية الفورية:

هو نظام لتسوية المبالغ الكبيرة في الوقت الحقيقي إذ تتم فيه التحويلات بصفة مستمرة وبصفة آلية وبمبالغ اجتماعية كما يعرف أيضا أنه نظام مركزي إلكتروني يعمل على أساس فوري إجمالي نهائي ومستمر، يقوم بتنفيذ أو أمر التحويل الذاتية ويوفر نقطة تسوية لأنظمة التصفية المعمول بها في بلد ما، من خلال الحسابات المركزية للمصارف.[2]

حيث يهدف هذا النظام إلى تحسين الخدمة المصرفية من حيث أنظمة الدفع رغبة في الوصول إلى المستوى الدولي كما يهدف أيضا إلى:

---

[1]- بوسكران مجيد وعزوش صفيان، **تطوير وسائل الدفع الإلكترونية في البنوك الجزائرية**، مذكرة الماستر، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري -تيزي وزو-، 2018، ص 32.

[2]- **نفس المرجع**، ص ص 32-33.

-تسوية عمليات البطاقة المصرفية في الوقت الحقيقي ووسائل الدفع الأخرى.

-تلبية مختلف احتياجات مستخدمي نظام الدفع الإلكتروني.

-تقليص آجال التسوية وتشجيع استعمال النقود الإلكترونية.

-تخفيض التكلفة الاجتماعية للمدفوعات... إلخ.

3-المعلومة المصرفية:

أتاح انتشار الأنترنيت للمصارف خدمات الصراف حيث اتجهت البنوك بدلا من التوسع في إنشاء المقاربات الجديدة لها إنشاء مواقع لها على هذه الشبكة يتم من خلالها توفير الخدمات المصرفية الحل لعملائها، مثل التحويل إلى حساب العميل والقدرة على تحويل الأموال ودفع الفواتير وإنزال معلومات شخصية حيث يمكن التأكد من أرصدته لدى المصارف ويسهل عليه طريقة دفع قيمة المحسوبة عليهم إلكترونيا ويرشدهم إلى استخدام الطرق والأساليب الفعالة والمؤكدة لإدارة محافظهم المالية، ويعد الانترنيت المعرفي أيضا ترويجه للمعرفة، حيث يتم من خلاله الترويج لخدمات المصرف والتعريف بهذه الخدمات، والتذكير بها، وإقناع العملاء بشرائها والتعامل بها.[1]

المطلب الثالث: عوامل ومقومات نجاح وسائل الدفع الإلكترونية

كان لنجاح وسائل الدفع الإلكترونية عدة عوامل ومقومات أدت إلى انتشار طرق الدفع بشكل أوسع سنذكر أهمها في هذا المطلب.

أولا-العوامل المساعدة على انتشار وسائل الدفع الإلكتروني:

لقد ساعد على تطور وسال الدفع الإلكتروني وانتشارها مجموعة من العوامل أهمها:[2]

[1]- بوسكران مجيد وعزوف صفيان، **مرجع سبق ذكره**، ص ص 33-34.

[2]- فواطمية حمزة، **مستقبل الدفع الإلكتروني في الجزائر**، مذكرة ماستر، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة عبد الحميد بن باديس –مستغانم-،2017-2018، ص ص 22-23.

-تراجع فعالية وسائل الدفع التقليدية: بالرغم من الامتيازات التي تتميز بها وسائل الدفع التقليدية من حيث تسهيل المعاملات إلا أن هذه الأخيرة تتضمن العديد من النقائص والتي من بينها (انعدام الملائمة، انعدام الأمان، ارتفاع تكلفة المدفوعات).

-تطورات تكنولوجيا المعلومات: نتيجة لتطورات في تكنولوجيا المعلومات وارتباطها بالمجالات والأنشطة الاقتصادية على تنوعها واستخدام المصارف لهذه التكنولوجيا زاد من انتشار وسائل الدفع الإلكتروني.

-ظهور شبكة الأنترنت: فهي تسمح بتمرير المعلومات بطريقة سهلة واقتصادية من وإلى أي مكان بالعالم الأمر الذي أدى بالمصارف إلى استخدامها في تقنيات الدفع مما زاد من انتشار وسائل الدفع الإلكتروني.

-ظهور مصارف إلكترونية وخدمات مصرفية جديدة: فالمصارف دائما تعمل على إيجاد آليات جديدة أكثر من مرونة لتقديم خدماتها في وقت قياسي وبأقل تكلفة وأقل جهد، وهنا بأي استخدام وسائل الدفع الحديثة.

-ظهور منظمات ومؤسسات عالمية في مجال المدفوعات: من بين العوامل المساعدة على انتشار وسائل الدفع الإلكتروني، ظهور مؤسسات عالمية رائدة في إنتاج وتسويق هذه الوسائل لمختلف بلدان العالم، والتي من بينها نذكر: فيزا العالمية، ماستركارد العالمية، أمريكان إكسبرس.

ثانيا-مقومات وسائل الدفع الإلكتروني:

لضمان نجاح لا بد من توفير بعض المقومات الأساسية من خلال توفير بنية تحتيه تقنية جيدة، وتطويرها بشكل مستمر ونشر الثقة التي تعتبر من أهم عوامل النجاح ووضع سياسات قانونية شاملة تتماشى مع خصوصيات كل مجتمع ورفع كفاءة موظفي المصرف:[1]

-ضرورة قيام المصرف بدور توعوي أكبر للتعريف بالخدمات المصرفية الإلكترونية.

-عمل دورات لتطوير مهارات وقدرات موظفي المصرف.

-العمل على تحسين وتطوير الموقع الإلكتروني للمصرف على شبكة الإنترنت.

-إعداد وسائل الدفع الإلكترونية من أي رسوم لتصبح مجانية.

-قيام الحكومة والمؤسسات المالية بتوفير بنية تحتيه مناسبة.

[1]- ياسمينة مصباحي، **مرجع سبق ذكره**، ص ص60-61.

-يعد التقدم التكنولوجي من العوامل المساعدة على تطوير تقنيات المعلومات والاتصال بما يكفل انسياب خدمات مصرفية بكفاءة عالية، والعمل على تطوير وسائل الدفع الإلكترونية ورفع كفاءتها بما يتماشى مع التكنولوجيا الحديثة، من أجل تفعيل دور هذه الوسائل وفتح آفاق أم انتشارها يتعين بتزويدها بالأمان والضمان والسرية والثقة لزبائنها، وهذا بالتقليل من مخاطرها من خلال وضع إطار تنظيمي يحكمها ذو شفافية في العمل المصرفي.

المطلب الرابع: تقييم وسائل الدفع الإلكترونية

تحتوي وسائل الدفع الإلكترونية على عدة جوانب إيجابية وسلبية، لذا سنتطرق في هذا المطلب إلى مزايا وعيوب وسائل الدفع الإلكترونية ومخاطرها ومعرفة مختلف الجرائم الإلكترونية التي سببتها هذه الوسائل.

أولا-مزايا وعيوب وسائل الدفع الإلكترونية:

1-مزايا وسائل الدفع الإلكترونية:[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 لفترة 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 عبء متابعة ديون الزبائن طالما أن العبء يقع على عاتق المصرف والشركات المصدرة.

-بالنسبة لمصدرها: تعتبر الفوائد والرسوم والغرامات من الأرباح التي تحققها المصارف والمؤسسات المالية، فقد حقق *CityBank* أرباحاً من حملة البطاقات الائتمانية عام 1991 بلغت 1مليون دولار.

2-عيوب وسائل الدفع الإلكتروني:[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 مما يترتب عنه وضع اسمه في القائمة السوداء.

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

---

[1]- خالد أحمد علي محمود، **الخدمات المصرفية في البنوك الإسلامية**، دار الفكر الجامعي، الطبعة الأولى، مصر، 2019، ص 404.

[2]-**نفس المرجع**، ص 405.

-بالنسبة لمصدرها: أهم خطر يواجه مصدريها هو مدى سداد حاملي البطاقات للديون المستحقة عليهم وكذلك تحمل المصرف المصدر نفقات ضياعها.

ثانيا-الجرائم الإلكترونية:

حيث كان ظهور وسائل الدفع الإلكترونية عاملا مساهما في ظهور هذا النوع من الجرائم والتي يمكن أن نلخصها كما يلي:[1]

1-الجرائم الإلكترونية:

-انتحال شخصية الأفراد.

-جرائم السطو على أرقام البطاقات.

-غسيل الأموال باستخدام البطاقات المصرفية.

-السلب بالقوة الإلكترونية.

2-جرائم البطاقات البنكية:

يمكن تقسيم الجرائم المرتكبة باستخدام هذه البطاقات إلى جرائم يرتكبها حامل البطاقة وجرائم يرتكبها الغير كما يلي:

2-1-جرائم يرتكبها حامل البطاقة:

-تجاوز الحامل لرصيده بالسحب خلال أجهزة الصراف الآلي.

-إساءة استعمال بطاقات الوفاء.

-استخدام بطاقة انتهت مدة صلاحيتها.

-استخدام البطاقة الملغاة.

-إساءة استخدام بطاقة ضمان الشيك.

2-2-الجرائم التي يرتكبها الغير:

-استعمال البطاقة المسروقة أو المفقودة من قبل الغير.

-السحب ببطاقات إلكترونية مزورة.

[1]- بالحبيب إلهام، **وسائل الدفع الإلكترونية ودورها في تحسين أداء البنوك "دراسة حلة البنك الخارجي BEA -ورقلة-**، شهادة الماستر أكاديمي، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة قاصدي مرباح -ورقلة-، 2015-2016، ص19.

ثالثا–مخاطر وسائل الدفع الإلكترونية:

لا تخلو الخدمات البنكية الإلكترونية المقدمة من خلال البنوك والمؤسسات المالية من العديد من المخاطر ونذكر منها:[1]

–المخاطر القانونية: قد يقوم البنك ببعض العمليات البنكية خارج حدود البنك مما يتطلب منه أن يكون على علم ودراية بقوانين ذلك البلو وما يضبط هذه العمليات من أمال رقابية مثال ذلك أن يحصل البنك على ترخيص وحماية المستهلك والاحتفاظ بالمستندات وما يرتبط بذلك من مخاطر قانونية.

–مخاطر السمعة: إذا ما واجه البنوك الإلكترونية مشاكل في خدماته الالكترونية فقد يؤدي ذلك إلى فقدان الثقة بالبنوك المقدمة لهذه الخدمة.

–مخاطر العمليات: إن طبيعة المعاملات المصرفية الإلكترونية يتيح عنها تهديدات أمنية تأتي سواء من داخل النظام أو خارجه وعلى البنوك تتبع ممارستها سليمة لضمان سرية البيانات والاعتماد على خبراء في ذلك.

–المخاطر التنظيمية: تتعلق بعلاقة البنوك الالكترونية بالبنك المركزي حيث أن النقود الالكترونية ستجعل من الصعب مراقبة تحديد الكتلة النقدية كذلك تداول عدة أشكال من النقود الصادرة عن مؤسسات مصرفية وغير مصرفية يحل الكثير من المبالغ خارج رقابة السلطة النقدية من الناحية التنظيمية.

[1]- مواردي سعيدة، **الصيرفة الإلكترونية في الجزائر بين الواقع والمأمول –دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة أدرار–**، مذكرة الماستر أكاديمي، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة أحمد دراية –أدرار–، 2018–2019، ص16.

المبحث الثاني: أنواع وسائل الدفع الإلكترونية

نتيجة التطورات التي حدثت في مجال التجارة الإلكترونية الذي تمحص عنها وسائل دفع حديثة يتم بواسطتها تسوية المدفوعات في التجارة الإلكترونية بشكل عام وتسوية المعاملات المصرفية بشكل خاص، والتي تتميز بطابعها الإلكتروني مسايرة بذلك التطور الاقتصادي في هذا العصر الرقمي، وتعددت هذه الوسائل الإلكترونية واتخذت أشكالا مختلفة تتلاءم مع طبيعة المعاملات وتسوية المدفوعات حيث كان أول ظهور في شكل بطاقات بنكية ومع التطور في مجال تكنولوجيا الاتصالات أخذت أشكالا جد متطورة ومتنوعة.[1]

المطلب الأول: البطاقات المصرفية والنقود الإلكترونية

تعتبر البطاقات المصرفية والنقود الإلكترونية من أهم وسائل الدفع الحديثة؛ لهذا سنتطرق في هذا المطلب إلى ماهية البطاقات المصرفية والنقود الإلكترونية.

أولا–البطاقات المصرفية:

1–تعريف البطاقات المصرفية *Carte bancaires*:

–التعريف الأول: تعتبر البطاقات المصرفية في وقتنا المعاصر من أكثر وسائل الدفع الإلكترونية تداولا وأكثرها استعمالا والبديل العصري للنقود، نظرا للإقبال الذي حظيت به هذه البطاقات خاصة مع تطوير عنصر الأمان فيها فضلا عن السهولة التي تتيحها في المعاملات المصرفية.[2]

–التعريف الثاني:" هي عبارة عن بطاقات مغناطيسية تصدرها المصارف والمؤسسات المالية والتي تسمح لحاملها بتسديد ثمن المشتريات أو سحب الأموال من الماكينات الإلكترونية".[3]

–التعريف الثالث:" هي أداة مصرفية للوفاء بالالتزامات تصدرها مؤسسة مالية أو بنك لشخص طبيعي تمكنه من إجراء سحب نقدي من المصارف أو شراء سلع وخدمات من التجار، مع التزامه بالسداد للبنك المصدر بالشروط والقواعد المحددة بالعقد المبرم بينهما.[4]

---

[1]- بونفلة غلام وموالكية عيدة، **واقع وسائل الدفع الإلكتروني في الجزائر–دراسة حالة البنوك الجزائرية–**، مذكرة الماستر، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة 8 ماي 1945 –قالمة–، 2020-2021، ص 22.

[2]- **نفس المرجع**، ص23.

[3]- لوصيف عمار، **مرجع سبق ذكره**، ص 23.

[4]- ثناء علي قباني ونادر شعبان السواح، **النقود البلاستيكية وأثر المعاملات الإلكترونية على المراجعة الداخلية في البنوك التجارية**، دار الجامعية، مصر، 2006، ص17.

-التعريف الرابع: عرفت المادة 543 مكرر 23 قانون التجاري الجزائري بطاقة الدفع بنصها:" تعتبر بطاقة الدفع كل بطاقة صادرة عن المصارف والهيئات المالية المؤهلة قانونا وتسمح لصاحبها بسحب أو تحويل الأموال".[1]

-التعريف الخامس: "هي بطاقة بخصوصيات قانونية تصدرها المصارف أو الجهات الأخرى المؤهلة قانونا كخدمة مميزة لزبائنها، بحيث يتمكن هؤلاء من تمريرها عبر أجهزة إلكترونية من أجل تحقيق جملة من الأهداف، في المقابل تتحصل الجهات التي أصدرتها عوائد تتضمن رسوم أو فوائد وعمولات".[2]

-التعريف السادس: البطاقة المصرفية هي عبارة عن بطاقة بلاستيكية مغناطيسية يصدرها المصرف لصالح عملائه بدلا من حمل النقود.[3]

من خلال التعاريف السابقة يمكن القول إن البطاقات المصرفية هي عبارة عن بطاقات مغناطيسية أو أداة مصرفية للوفاء أو بطاقة دفع، وهي الأكثر استعمالا تسمح لحاملها إجراء مختلف المعاملات.

2-خصائص البطاقات المصرفية:

تتميز البطاقات المصرفية بعدة خصائص نميزها عن غيرها من البطاقات والتي هي:[4]

-استقلال البطاقات من حيث الشكل: لا بد لحامل البطاقة أن يفتح اعتماد لدى البنك الذي يتعامل معه أو المؤسسة التي تصدر البطاقة ليستطيع بواسطتها الوفاء بأثمان المشتريات التي يحصل عليها ويكون اعتماد العميل بهذه الصورة اعتمادا دائرا بمعنى أنه يجدد بالتتابع مع التسويات التي ينفذها العميل كحامل للبطاقة؛

-استقلال البطاقات من حيث النظام القانوني: إن بطاقة الائتمان لا تشبه بحال من الأحوال ما هو مقنن لغايات القرض إذ أن عقد إصدارها تستقل أحكامه القانونية عن تلك التي تنظم القرض المصرفي خصوصا والتسهيلات المصرفية عموما، وعقد البطاقة لا ينطوي تحت أي من الأحكام القانونية التقليدية؛

-البطاقات ثلاثية الأطراف: يستوجب التعامل ببطاقات الائتمان ثلاثة أشخاص الأول مصدر البطاقة، والثاني حامل البطاقة، والثالث هو التاجر، على عكس وسائل الدفع التقليدية لا تحتاج إلا لطرفين؛

---

[1]- بونفلة غلام وموالكية عيدة، **مرجع سبق ذكره**، ص 23.

[2]- فضيل فارس، **مرجع سبق ذكره**، ص259.

[3]- فؤاد قاسم الشعبي، **المقاصة في المعاملات المصرفية**، منشورات الحلبي الحقوقية، لبنان، 2008، ص362.

[4]- بارش آسيا، **وسائل الدفع الإلكترونية ومدى تطبيقها في الجزائر**، مذكرة الماستر، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة العربي بن مهيدي -أم بواقي-، 2012-2013، ص 62-63.

-البطاقات مصدر التزامات أطرافها: إن دور مصدر البطاقة واضح والأكثر وضوحا من دور المصرف في وسائل الدفع التقليدية، ذلك أن كل طرف من أطراف البطاقة يرتبط بالآخرين بعقود مستقلة يترتب عليها التزامات تستقل عن تلك التي يرتبها عقد آخر معه.

فمصدر البطاقة يرتبط حاملها بعقد يلتزم بمقتضاه أن تكون البطاقة مقبولة كوسيلة للوفاء لدى عدد من المحلات التجارية، ويلتزم المصدر كذلك بفتح اعتماد مالي بمبلغ معين لحامل البطاقة لاستخدامه في الوفاء بكل مشترياته.

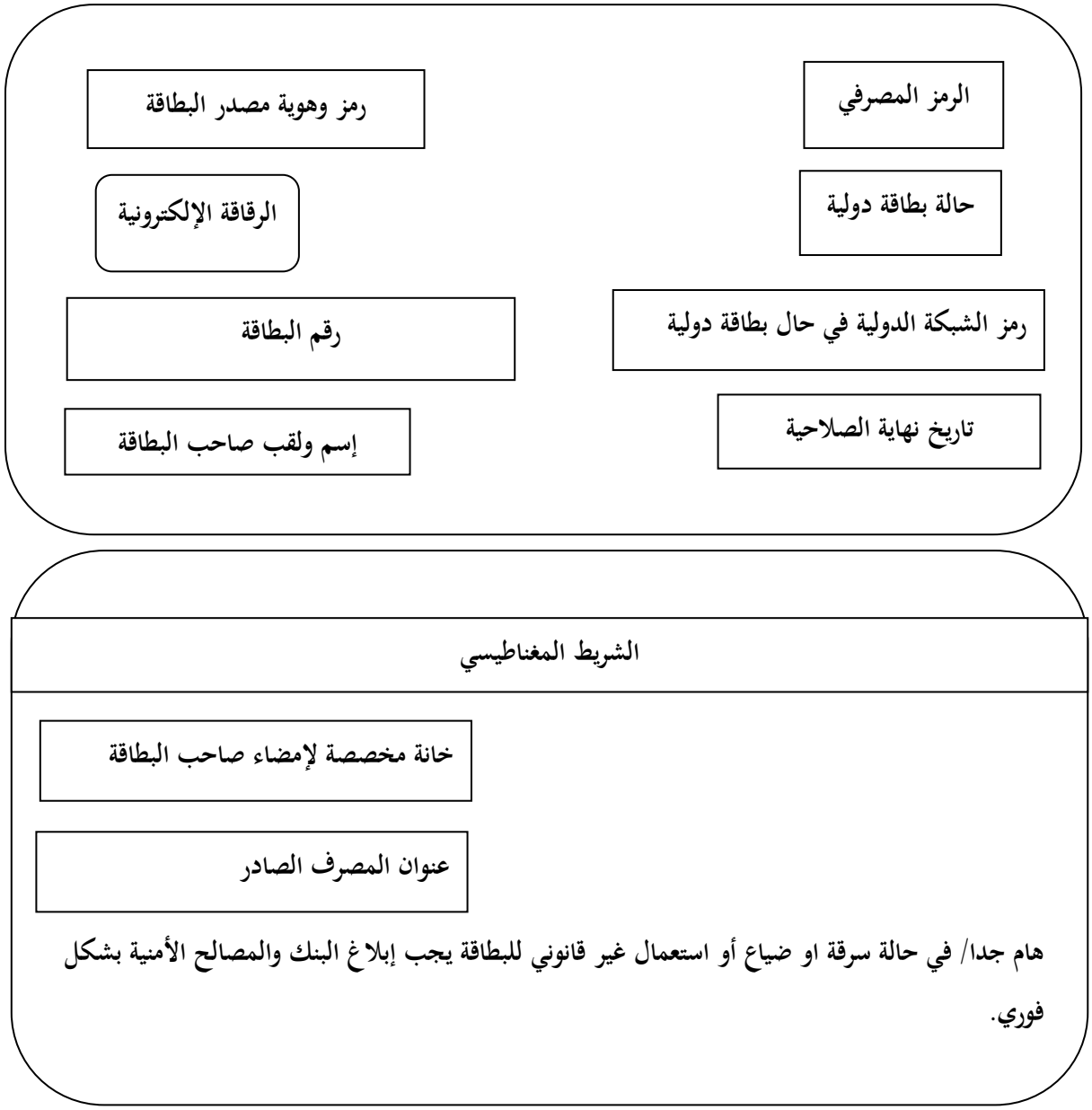
كما ويرتبط مصدر البطاقة بالتجار الذين يقبلون البطاقة في الوفاء بعقد يلتزم بموجبه تقديم الضمان لهم للوفاء بقيمة المشتريات التي نفذها حامل البطاقة في حدود المبلغ المحدد لها، بالإضافة إلى ضمان مصدرها السرعة وسهولة الوفاء، سواء كانت لحاملها حيث يضمن له المصدر السرعة في تلبية حاجاته، أن للتاجر حيث يضمن المصدر الوفاء بقيمة المشتريات التي نفذها حامل البطاقة.

3-مواصفاتها:

لقد تم وضع مواصفات معتمدة ومعترف بها دوليا وموحدة للبطاقات المصرفية، تتبلور في كونها بطاقة مستطيلة الشكل ذات مقاييس محددة وفق معيارISO 7810 وهي بالمقاييس التالية: طولها ب 85،6 ملم وعرضها 53،98 ملم وسمكها 0،76 ملم؛ مصنوعة من مادة بلاستيكية ناذرة يصعب إتلافها.[1]

[1]- فضيل فارس، **مرجع سبق ذكره**، ص261.

الشكل رقم (1): البطاقة المصرفية بحسب وجهها وظهرها



المصدر: فضيل فارس، **التقنيات البنكية –محاضرات وتطبيقات–**، الجزء الأول، مطبعة ألموساك رشيد، الطبعة الأولى، الجزائر، 2013، ص260.

وبالنظر إلى الشكل أعلاه، يتبين أن البطاقة المصرفية تتضمن العديد من المعلومات والأساسيات الضرورية ضمن وجهها وظهرها لاستعمالها من قبل صاحبها، هي بإيجاز:[1]

–على وجه البطاقة:

- الرمز التعريفي للجهة أو المصرف الذي أصدر البطاقة –شعار المصرف المصدر–.

[1]- فضيل فارس، **مرجع سبق ذكره**، ص ص 261-262.

- الرقاقة الإلكترونية: تشبه إلى حد بعيد الرقاقة الإلكترونية المستخدمة في الهاتف النقال، هي مساحة ذهبية تسمح بعد استخدام البطاقة عبر جهاز الدفع الإلكتروني من قراءة البيانات المخزنة (كالبنك الذي أصدرها، والمستوى الأعلى الذي يمكن سحبه أو دفعه والعمليات التي يسمح بإنجازها وغيرها) ضمن الرقاقة ومن ثم تسوية المعاملات التي يقم بها صاحبها لدى التاجر.
- رقم البطاقة: يتكون من 16 رقما يبدأ بالرقم الأول من اليسار طبعا المعبر عن نوع البطاقة وأرقام أخرى تعبر عن الشبكة أو المؤسسة التي أصدرت بتشخيص مدى صحة البطاقة ومعرفة صاحبها.
- إسم ولقب البطاقة.
- الرمز المصرفي: حيث يتضمن أرقام سبق وأن وضعت ضمن رقم البطاقة –بمعنى آخر شعار الشبكة التي ينتمي إليها المصرف الذي أصدر البطاقة–.
- إذا كانت البطاقة تحمل الصفة الدولية فالواجب وضع شعار يخص الشبكة الدولية التي رخصت بإصدارها واستعمالها في الخارج.
- مدة صلاحيتها: هي في العموم سنة قابلة للتجديد.

–على ظهر الورقة:

- شريط مغناطيسي: هي مساحة على شكل مستطيل تتضمن خيوط ذهبية اللون، تخزن فيه بيانات إلكترونية يتم قراءتها عند استخدام البطاقة لسحب النقود من جهاز توزيع الأوراق النقدية.
- إمضاء صاحب البطاقة.
- العنوان الكامل للمصرف الذي أصدرها.
- هناك تنظيم مقيد على ظهر البطاقة، يبرز كيفية تصرف صاحب البطاقة في حالات ضياعها أو سرقتها .... إلخ.

4-أنواع البطاقات المصرفية:

- **البطاقة الائتمانية *Carte de crédit*:**

-التعريف الأول: هي بطاقة تتيح لحاملها إمكانية تسديد سحوبات البطاقة على دفعات شهرية، مع استيفاء فوائد شهرية على المبالغ المسددة بعد الأخذ بعين الاعتبار فترة السماح والتي قد تصل إلى 51 يوم، ويتم تحديد حد الائتمان (السقف المحدد من المصرف) بقدر ما يتم تسديده من دفعات لحساب البطاقة ضمن حدود الائتمان.[1]

-التعريف الثاني: "بطاقة تؤدي وظيفتي الوفاء والائتمان تصدرها مؤسسة مالية لشخص طبيعي أو معنوي، فتتيح لحاملها إجراء سحب نقدي من المصارف أو الحصول على سلع وخدمات فور تقديمها، مع التزامه للمصرف المصدر بالشروط والقواعد المحددة بالعقد المبرم بينهما.[2]

-التعريف الثالث: تعرف على أنها تلك البطاقة التي تستعمل لتسديد قيمة المشتريات الفورية من السلع وقيمة الحصول على الخدمات، وهي أداة وفاء تصدر من قبل المصارف لصالح زبائنها بعدما تقوم المصارف بدراسة وضعيتهم والتحقق من قدرتهم على التسديد تجنبا لمخاطر عدم التسديد.[3]

الشكل رقم (2): البطاقة الائتمانية



المصدر: بن قيدة مروان وبن يحي نسيمة، **معوقات الدفع الإلكتروني في الجزائر في ظل جائحة كورونا**، الدفع الإلكتروني في الجزائر: تحديات الحاضر ورهانات المستقبل، 2021/05/22، جامعة يحي فارس بالمدية، ص5.

[1]- بن قيدة مروان وبن يحي نسيمة، **معوقات الدفع الإلكتروني في الجزائر في ظل جائحة كورونا**، الدفع الإلكتروني في الجزائر: تحديات الحاضر ورهانات المستقبل، 2021/05/22، جامعة يحي فارس بالمدية، ص4.

[2]- بوزار خليفة، **وسائل الدفع الإلكترونية: المفهوم، الخصائص والأهمية**، الدفع الإلكتروني في الجزائر: تحديات الحاضر ورهانات المستقبل، 2021/05/22، جامعة يحي فارس بالمدية، ص4.

[3]- فضيل فارس، **مرجع سبق ذكره**، ص267.

وهنا كعدة أنواع من البطاقات الائتمانية أهمها:[1]

-**بطاقة فيزا *carte visa***: هي بطاقة تصدر عن شركة فيزا العالمية، هذه البطاقة متجددة بإمكان صاحبها أن يسدد كل التزامات البطاقة خلال مدة السماح، أو أن يسدد جزءا من الالتزامات خلال هذه المدة، وتسديد البقية بعد ذلك، تعتبر هذه البطاقة من أكثر البطاقات انتشارا على الإطلاق حيث تتعامل مع ملايين المنشآت والمحلات التجارية وأجهزة الصراف الآلي.

وتصدر عن شركة الفيزا العالمية ثلاثة أنواع من البطاقات وهي:[2]

أ-بطاقة الفيزا الفضية: وهي ذات حدود ائتمانية منخفضة نسبيا، وتمنح لأغلب العملاء عند انطباق الحد الأدنى من المتطلبات عليهم، وتوفر هذه البطاقة جميع أنواع الخدمات المتوافرة من قبل منظمة الفيزا كالسحب النقدي من المصارف، أو أجهزة الصرف الآلي، أو الشراء من التجار ...الخ.

ب-بطاقة الفيزا الذهبية: وهي ذات حدود ائتمانية عالية، وتمنح للعملاء ذوي الكفاءة المالية العالية وهي تمنح العملاء إضافة إلى الخدمات المتوافرة للبطاقة السابقة: تأمينا على الحياة، وخدمات أخرى دولية فريدة، كأولوية الحجز في مكاتب السفر والفنادق، والتأمين الصحي، والخدمات القانونية.

ت-بطاقة فيزا إلكترون: وتستخدم في أجهزة الصرف الآلي الدولية، أو في الأجهزة الطائرة للشريط المغناطيسي.

الشكل رقم (3): شكل بطاقة الفيزا



المصدر: بن قيدة مروان وبن يحي نسيمة، **معوقات الدفع الإلكتروني في الجزائر في ظل جائحة كورونا**، الدفع الإلكتروني في الجزائر: تحديات الحاضر ورهانات المستقبل، 2021/05/22، جامعة يحي فارس بالمدية، ص5.

[1]- بن قيدة مروان وبن يحي نسيمة، **مرجع سبق ذكره**، ص 5.

[2]- بارش آسيا، **مرجع سبق ذكره**، ص ص 58-59.

-بطاقة ماستر كارد *Master Card*: تأتي هذه البطاقة في المرتبة الثانية بعد بطاقة فيزا من حيث درجة انتشارها، تتعامل أيضا مع عدة منشآت ومحلات تجارية، لها عدة أشكال أهمها: ماستر كارد الذهبية، ماستر كارد الفضية، ماستر كارد رجال الأعمال.

الشكل رقم (4): شكل بطاقة ماستر كارد



المصدر: بن قيدة مروان وبن يحي نسيمة، **معوقات الدفع الإلكتروني في الجزائر في ظل جائحة كورونا**، الدفع الإلكتروني في الجزائر: تحديات الحاضر ورهانات المستقبل، 2021/05/22، جامعة يحي فارس بالمدية، ص5.

-بطاقة أمريكان إكسبريس *American Express*: هي بطاقة لكنها غير متجددة، فهي ليست لها حد صرف، ويكون المبلغ الكلي المحمل على البطاقة مستحقها عند نهاية فترة السداد، أي ينبغي تسديد الالتزامات المادية لهذه البطاقة خلال مدة السماح، وبخلاف ذلك فإنه لن يجري تجديد هذه البطاقة لمدة جديدة، وهي أنواع: الخضراء، الذهبية، والماسية حيث يمنح كل نوع لقطاع معين من الزبائن المستفيدين.

يمكن التعريف بالأنواع الثلاثة كالتالي:[1]

أ-بطاقة الأمريكان اكسبرس الخضراء: وتمنح لصغار أو متوسطي الدخول.

ب-بطاقة الأمريكان اكسبرس الذهبية: وتمنح للعملاء الذين يتمتعون بكفاءة مالية عالية، وتتميز بكون تسهيلاتها الممنوحة غير محدودة بسقف ائتماني معين.

ت-بطاقة الأمريكان اكسبرس الماسية: وهي في الغالب لا يحملها إلا كبار التجار والأثرياء.

[1]- بارش آسيا، **مرجع سبق ذكره**، ص 59.

الشكل رقم (5): شكل بطاقة أمريكان إكسبريس



المصدر: بن قيدة مروان وبن يحي نسيمة، **معوقات الدفع الإلكتروني في الجزائر في ظل جائحة كورونا**، الدفع الإلكتروني في الجزائر: تحديات الحاضر ورهانات المستقبل، 2021/05/22، جامعة يحي فارس بالمدية، ص 6.

- **البطاقة غير الائتمانية *Non carte de crédit*:**

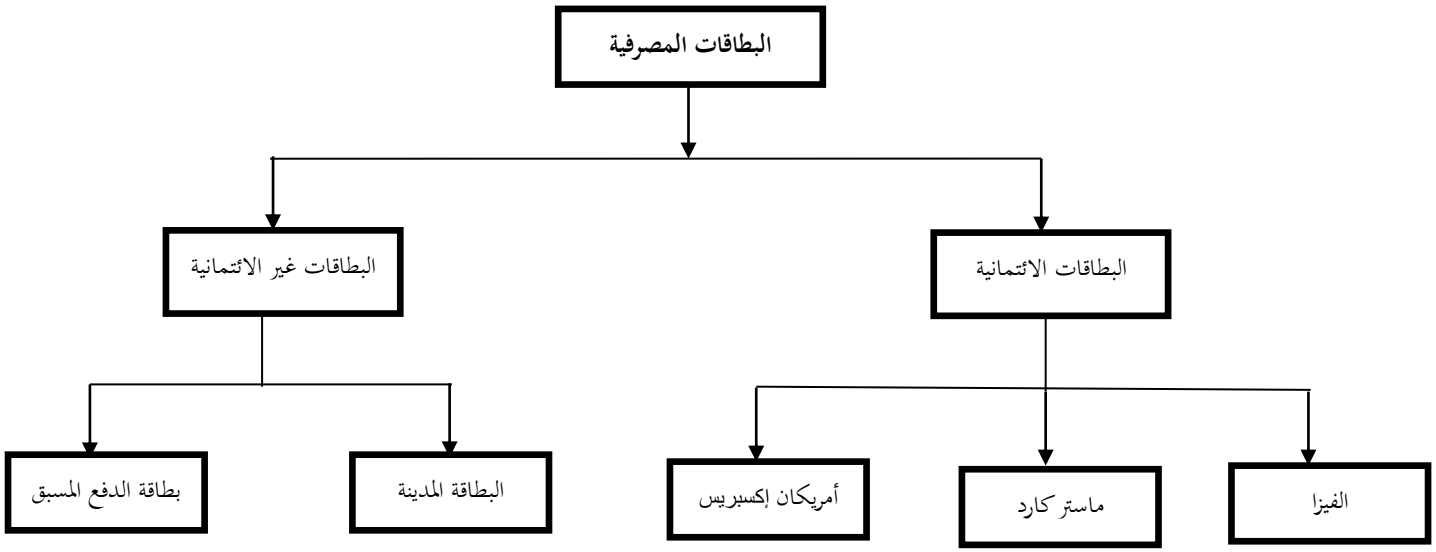
هي تلك البطاقات التي لا تتيح لحاملها فرصة الحصول على ائتمان (قرض)، وتنقسم بدورها إلى:[1]

-**البطاقة المدينة:** ويتطلب هذا النوع من البطاقات وجود حساب مصرفي جاري لصاحب البطاقة، حيث يتيح استخدام البطاقة عملية أو الدفع من خلال تمكين المستفيد من سحب الأموال من حساب صاحب البطاقة الذي يفترض فيه أن يكون حسابه مدينا.

-بطاقة الدفع المسبق: حيث يقوم صاحب البطاقة الإلكترونية بشحنها بمبلغ مالي وعند إتمام معاملة تجارية يتم سحب المقابل المالي من هذه البطاقة حتى ينتهي المبلغ المشحون او المعبأ في البطاقة، ولإعادة استخدامها يجب إعادة شحنها وهكذا.

[1]- بوزار خليفة، **مرجع سبق ذكره**، ص ص 4-5.

المخطط رقم (1): أنواع البطاقات المصرفية



المصدر: من إعداد الطالبتين مما سبق

ثانيا–النقود الإلكترونية:

1–تعريف النقود الإلكترونية *Monnaie électronique*:

–التعريف الأول: "هي قيمة نقدية مخزنة على وسيلة إلكترونية مدفوعة مقدما وغير مرتبطة بحساب مصرفي، وتشير النقود الإلكترونية إلى سلسلة أرقام إلكترونية التي تستخدم للتعبير عن قيم معينة.[1]

–التعريف الثاني: عرفها البنك المركزي الأوروبي بأنها: "مخزون إلكتروني يخص قيمة نقدية على وسيط تقني تستخدم بشكل شائع متأجل للقيام بمدفوعات لمتعهدين آخرين".[2]

–التعريف الثالث: تعرف شركة إيرنست آند يونغ النقود الإلكترونية بأنها: "مجموعة من البروتوكولات والتواقيع الرقمية التي تتيح للرسالة الإلكترونية أن تحل فعليا محل تبادل العملات التقليدية".[3]

–التعريف الرابع: عرفت أيضا المفوضية الأوروبية النقود الإلكترونية بأنها قيمة نقدية مخزنة على دعامة الكترونية مثل البطاقة ذات الذاكرة أو ذاكرة كمبيوتر، وتكون مقبولة كوسيلة دفع بواسطة متعهدين غير

[1]- بونفلة غلام وموالكية عيدة، **مرجع سبق ذكره**، ص28.

[2]- أم الخير قوق وحنان طهاري، **المسؤولية المدنية الناشئة عن استخدام وسائل الدفع الالكتروني**، مجلة العلوم القانونية والاجتماعية، المجلد 07، العدد 01، السنة مارس 2022، ص 919.

[3]- مصطفى يوسف كافي، **النقود والبنوك الإلكترونية**، دار مؤسسة رسلان للطباعة والنشر والتوزيع، سوريا، 2011، ص19.

المؤسسة التي أصدرتها، ويتم وضعها لكي تكون في متناول المستهلكين وتحل الكترونيا محل العملات النقدية الورقية التقليدية وذلك بهدف القيام بمدفوعات ذات قيمة محدودة.[1]

من خلال التعاريف السابقة نستنتج أن النقود الإلكترونية هي النقود المخزنة في أنظمة الحاسوب المصرفية ومن خلالها يمكن التداول إلكترونيا بسهولة.

2-خصائص النقود الإلكترونية:

من التعاريف السابقة نستخلص الخصائص التالية:[2]

-النقود الإلكترونية قيمة نقدية مخزنة إلكترونيا: فالنقود الإلكترونية وخلافا للنقود القانونية عبارة عن بيانات مشفرة يتم وضعها على وسائل إلكترونية في شكل بطاقات بلاستيكية أو على ذاكرة الكمبيوتر الشخصي.

-النقود الإلكترونية ثنائية الأبعاد: إذ يتم نقلها من المستهلك إلى التاجر دون الحاجة إلى وجود طرف ثالث بينهما كمصدر هذه النقود مثلا فالنقود الإلكترونية صالحة لإبرام الذمة وسيلة لدفع ائتمان السلع والخدمات دون أن يقتضي ذلك قيام البائع بالتأكد من حقيقة هذه النقود أو من كفاية الحساب البنكي للمشتري كما هو الحال بالنسبة لوسائل الدفع الإلكترونية، حيث يتأكد البائع من مدى كفاية الرصيد الموجود في حساب المشتري؛

-النقود الإلكترونية ليست متجانسة: حيث أن كل مصدر يقوم بخلق وإصدار نقود إلكترونية مختلفة، فقد تختلف هذه النقود من ناحية القيمة، وقد تختلف أيضا بحسب عدد السلع والخدمات التي يمكن أن يشتريها الشخص بواسطة هذه النقود، فهذه النقود ليست متماثلة أو متجانسة؛

-سهلة الحمل: تتميز النقود الإلكترونية بسهولة حملها نظرا لخفة وزنها وصغر حجمها، ولهذا فهي أكثر عملية بين النقود العادية، ويرجع ذلك إلى أنها تعفي الفرد من حمل نقدية كبيرة لشراء السلع والخدمات رخيصة الثمن كالصحيفة أو مشروب أو وجبة خفيفة؛

-وجود مخاطر لوقوع أخطاء بشرية وتكنولوجية: يلاحظ أن النقود الإلكترونية هي نتيجة طبيعية للتقدم التكنولوجي، وعلى الرغم مما تقدمه هذه التكنولوجية للبشرية من وسائل الراحة والرفاهية، فإنها تظل عرضة

---

[1]- زاهر إبراهيم عاطف، **إدارة العمليات النقدية والمالية**، دار الراية للنشر والتوزيع، الأردن، 2008، ص143.

[2]- مصطفى يوسف كافي، **مرجع سبق ذكره**، ص ص 69-70.

للأعطال مما يتسبب في وقوع مشكلات كثيرة خاصة في ظل عدم وجود كوادر مدربة وخبيرة تكون قادرة على إدارة المخاطر المترتبة على مثل هذه التقنيات الحديثة.

وهذا ينطبق على النقود الإلكترونية، وبصفة خاصة تلك التي يتم التعامل بها عبر الإنترنيت، وعلى النقيض من ذلك، فإن هذه النقود العادية تتميز بالوضوح وقلة الأخطاء الناتجة عن التعامل بها، ومع هذا فمن التوقع أن تقل المشكلات الناتجة عن التعامل بالنقود الإلكترونية في المستقبل مع اعتياد استخدامها والتعامل بها؛

-النقود الإلكترونية هي نقود خاصة: على عكس النقود الإلكترونية التي يتم إصدارها من قبل المصرف المركزي، فإن الإلكترونية يتم إصدارها في غالبية الدول عن طريق شركات أو مؤسسات ائتمانية خاصة، ولهذا فإنه يطلق على هذه النقود اسم النقود الخاصة *Private Money*.

3-أنواع النقود الإلكترونية:

يوجد نوعان من النقود الإلكترونية:[1]

- **النقود الإلكترونية الإسمية:**

حيث يحتوي وحدة النقد الإلكتروني على معلومات تتعلق بهوية كل الأشخاص الذين تداولوها وهي في هذا تتشابه مع بطاقة الائتمان حيث لا يستطيع المصرف أن يقتني أية وحدة النقد التي أصدرها أثناء تحولها.

- **النقود الإلكترونية غير الإسمية:**

حيث تتم تداول وحدة النقد دون الإفصاح عن حاملها إلا إذا حاول شخص ما إن ينفقها أكثر من مرة واحدة وهناك نوعان قامت عمليات تداول النقود الإلكترونية:

-عمليات تتدخل فيها المصارف حيث تتطلب عملية تداول وحدة النقد الإلكتروني بين طرفين أن تتدخل المصرف المصدر لاعتمادها أو تعزيز إصدارها ويعرف هذا النوع باسم: ***On-Line E-cash***.

-عمليات تعرف باسم ***Off E-cash*** : حيث يتم تداولها وحدات النقد الإلكتروني بين الأطراف المختلفة دون تدخل المصارف وهي تشبه في هذا عمليات تداول النقد العادي.

[1]- سلطاني خديجة، **مرجع سبق ذكره**، ص ص 43-44.

4-كيفية عمل النقد الإلكتروني:

للحصول على النقد الإلكتروني يذهب العميل شخصيا لفتح حساب في المصرف مع الإدلال بعض التعاريف لإثبات شخصيته، وعندما يريد العميل أن يسحب النقود الإلكترونية للقيام بعملية شراء، فإنه يدخل إلى المصرف من خلال شبكة الانترنت أو شبكة الاتصالات اللاسلكية ويقدم دليل شخصيته والتي تكون عادة شهادة رقمية التوقيع الإلكتروني تصدرها سلطة الاعتماد وبعد تحقق المصرف من شخصية العميل فإنه يصدر المبلغ الخاص للعميل من النقد الإلكتروني ويخصم نفس المبلغ من حسابه، كذلك قد يحمل المصرف العميل مبالغ عمولات ورسوم جهاز على ديسك جهاز الحاسوب الخاص به أو على جهاز البطاقة الإلكترونية الخاصة تسمى البطاقة الذكية.[1]

المطلب الثاني: البطاقات الذكية والمحفظة الإلكترونية

البطاقات الذكية والمحفظة الإلكترونية بطاقات بلاستيكية ولكل منهما خصائص وأنواع ومبدأ عمل، وهذا ما سنتطرق له في هذا المطلب.

أولا-البطاقات الذكية:

1-تعريف البطاقات الذكية *Carte à puce*:

-التعريف الأول: " هي بطاقة تحوي معالج دقيق يسمح بتخزين الأموال من خلال البرمجة تستطيع التعامل مع بقية الحواسيب، والتي تتطلب تفويض أو تأكيد لصلاحية البطاقة من أجل نقل الأموال من المشتري إلى البائع".[2]

[1]- بوعافية الرشيد، **دور النقود الإلكترونية في تطوير التجارة الإلكترونية**، المجلة الجزائرية للاقتصاد والمالية، المجلد 07، العدد 02، 2014، ص ص115-116.

[2]- عماد الدين بركات وطيبي حورية، **وسائل الدفع الإلكترونية ودورها في تفعيل التجارة الإلكترونية**، مجلة القانون والتنمية المحلية، مخبر القانون والتنمية المحلية، المجلد 01، العدد 02، 2019، ص128.

–التعريف الثاني: "عبارة عن بطاقة بلاستيكية ذات حجم قياسي تحتوي داخلها على شرائح للذاكرة تعمل بواسطة ميكرو كمبيوتر يزود بطاقة تخزينية للبيانات أكبر بكثير من تلك التي تستوعبها البطاقات ذات الشرائط الممغنطة ولكنها أعلى منها تكلفة.[1]

2–خصائص البطاقات الذكية:

تتميز البطاقة الذكية بالخصائص التالية:[2]

–تمثل قيمة نقدية وهي شبه النقود الورقية من حيث أنها لا تتطلب تسوية نهائية ومقاصة؛

–يمكن اعتبارها بطاقة شخصية أو بطاقة صحية أو يمكن استخدامها لتأمين إجراءات التحويلات المالية داخل شبكة الإنترنيت؛

–يمكن استخدامها بالمرة في العالم الحقيقي والعالم الافتراضي معا؛

–تجمع كل الأدوار التي تؤديها بطاقات الائتمان وبطاقات الصراف الآلية وكذلك البطاقات المدفوعة مقدما؛

–تلعب دور النقود من مختلف الفئات وهذا ما يصفي عمليها الكثير من المرونة؛

–سهولة التعامل بها والحصول عليها عمليا من منافذ الصراف الإلكتروني أو المراكز التجارية للبيع.

3–أنواع البطاقات الذكية:

نذكرهما في الآتي:[3]

–بطاقة الاتصال المباشر: ويحتوي هذا النوع من البطاقات على صحيفة معدنية ذهبية تقع في المقدمة، عندما تمر البطاقة على القارئ يحدث اتصال إلكتروني ويتم تمرير البيانات من خلال القرص.

---

[1]- أحلام ثابت وفضيلة بن عبيد، **دور العصرنة وسائل الدفع في تحسين فعالية البنوك الجزائرية**، مذكرة ماستر أكاديمي، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد البشير الإبراهيمي –برج بوعريريج–، 2020–2021، ص13.

[2]- شيماء بن محسن وعفاف هباز، **دور أنظمة الدفع الإلكترونية في تحسين أداء البنوك التجارية –دراسة حالة البنك الوطني الجزائري BNA وبنك الفلاحة والتنمية الريفية BADR وكالة ورڤلة للفترة 2015–2018**، مذكرة ماستر أكاديمي، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة قاصدي رابح –ورڤلة–، 2018–2019، ص25.

[3]- طاهير نادية، **الدفع الإلكتروني في ظل جائحة كورونا –الجزائر نموذجا–**، مجلة المنهل الاقتصادي، المجلد 04، العدد 02، 2021، ص212.

-بطاقة الاتصال غير المباشر: يستخدم هذا النوع من البطاقات في التطبيقات التي تحتاج إلى المعالجة السريعة مثل الدفع في محطات القطار وغيرها، ويوجد العديد من التطبيقات الذكية منها بطاقة الولاء التي يستخدمها تجار التجزئة لتمييز عملائهم ومكافأتهم.

4-كيفية استخدام البطاقات الذكية:[1]

-يمرر المستخدم البطاقات الذكية في جهاز قراءة البطاقات الذكية للتحقق من هويته؛

-يشتري المستخدم من أحد مواقع التجارة الإلكترونية؛

-يتم التحقق من هوية المستخدم لحظة إجراء كل عملية شراء؛

-يتم تصفية الحسابات بين شركات النقود الإلكترونية والمقاصة الإلكترونية بناء على توقيتات معروفة بينهما.

5-فوائد البطاقات الذكية:

للبطاقة الذكية فوائد كغيرها من البطاقات الإلكترونية ألا وهي:[2]

-المعلومات المخزنة في الشريحة يمكن معالجتها أيضا وحمايتها بوضع رقم سري.

-كل بطاقة قابلة للتشفير ولها رقم خاص بها يميزها عن غيره.

-الشريحة محكمة ضد العبث والتلاعب.

ثانيا-المحفظة الإلكترونية:

1-تعريف المحافظ الإلكترونية *Portefeuille életronique*:

قد تكون المحفظة الإلكترونية بطاقة ذكية بلاستيكية ممغنطة (مزودة بشريحة –رقاقة-حوسبة Chip)، يمكن تثبيتها على الكمبيوتر الشخصي أو تكون قرصا مرنا يمكن إدخاله في فتحة القرص المرن في الكمبيوتر

[1]- فواطمية حمزة، **مرجع سبق ذكره**، ص21.

[2]- بن برنو مصطفى، **دور وسائل الدفع الإلكترونية وانعكاساتها على البنوك**، مذكرة ماستر، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة عبد الحميد بن باديس -مستغانم-، 2017-2018، ص18.

الشخصي ليتم نقل القيمة المالية (منه وإليه) عبر الإنترنت ويمكن استخدام المحفظة الإلكترونية للدفع عبر الإنترنت وفي الأسواق التقليدية التي تستعمل أنظمة الدفع الإلكتروني.[1]

2-خصائص المحفظة الإلكترونية:

تتميز المحفظة الإلكترونية بعدة خصائص نذكر منها:[2]

-مزودة بذاكرة إلكترونية تسمح بالتخزين والاستدعاء.

-الوحدات التي يتم شحنها على المحفظة تسمى النقود الإلكترونية.

-تخزين المحفظة الإلكترونية بمعلومات الشحن والفواتير شاملة لأسماء المستهلكين، عنوان شارع المدينة، الولاية، الدولة، الكود الإلكتروني.

3-مبدأ عمل المحفظة الإلكترونية:

يتم استعمال المحفظة الإلكترونية وفقا للخطوات التالية:[3]

-يدخل المتسوق إلى موقع التعامل بالمحافظ الإلكترونية ويختار السلعة التي تلبي حاجياته؛

-عند توجه المتسوق إلى مكان الفحص الإلكتروني يطلب منه الموقع تحديد كيفية إدخال البيانات والمعلومات، سواء يقوم بطباعتها مباشرة أو يدخلها مباشرة أو يدخلها مباشرة من المحفظة التي تقوم بملء المعلومات الضرورية أوتوماتيكيا داخل الموقع؛

-إذا رأى المستهلك بأن ملء نماذج المعلومات يستغرق وقتا (Click) ويدخل كلمة السر، حينئذ تعرض قائمة بطاقات الائتمان التي في المحفظة فيختار المتسوق واحدة منها ويطبع كلمة السر؛

-تتكفل المحفظة وموقع البائع بمهمة إتمام الصفقة ولا يطبع المتسوق شيئا، حيث تقوم المحفظة بتتبع المشتريات والحصول على إيصالات عن هذه المشتريات.

---

[1]- مصطفى يوسف كافي، **مرجع سبق ذكره**، ص23.

[2]- بن برنو مصطفى، **مرجع سبق ذكره**، ص22.

[3]- السايس إبتسام ونيلي صفاء، **وسائل الدفع في التجارة الإلكترونية**، مذكرة ماستر أكاديمي، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة قاصدي مرباح -ورقلة-، 2019-2020، ص 26.

4-فوائد المحفظة الإلكترونية:

للمحفظة الإلكترونية فوائد نذكر منها:[1]

-توفير الوقت والجهد بحفظ المعلومات عن بطاقة ائتمان معينة، بحيث نقرة واحدة يتم إدراج كل هذه المعلومات بدون عناء طباعتها مرة أخرى.

-يمكن استخدامها عبر الإنترنت.

المطلب الثالث: الأوراق التجارية الإلكترونية

تنقسم الأوراق التجارية الإلكترونية إلى ثلاثة أنواع وهي الاعتماد المستندي، الشيك الإلكتروني، الكمبيالة الإلكترونية، وهذا ما سنتطرق إليه في هذا المطلب من خلال تعريف كل نوع منها.

أولا-الاعتماد المستندي:

سيتم ذكر مفهوم الاعتماد المستندي والقواعد الخاصة به:[2]

1-تعريف الاعتماد المستندي: يمكن تعريفه بأنه العملية التي يتم من خلالها تبادل الوثائق والمستندات إلكترونيا عن طريق البريد الإلكتروني *E-mail*، أي أن المستند الإلكتروني لن يكون ورقيا ولكن عبر الشاشات ويعرف بالسجل.

2-القواعد الخاصة بالاعتماد المستندي الإلكتروني: يمكن إيجار قواعد الاعتماد المستندي الإلكتروني كما يلي:

-يخضع الاعتماد المستندي الإلكتروني لنفس القواعد العامة (*UCP*) سواء بنظام السويفت *SWIFT* أو *E-MAIL*، غير أنه يجب الإشارة إلى أن مصطلح القواعد العامة الإلكترونية يرمز له بالمصطلح*USP-E* ، وبالتالي فإذا فتح الاعتماد المستندي على أساس أنه يخضع للقواعد العامة الإلكترونية فإنه أيضا يخضع للقواعد العامة، أما إذا فتح على أساس أنه يخضع لل*UCP*فإنه لن يخضع للقواعد العامة الإلكترونية إذا كان يقبل تقديم المستندات الإلكترونية.

---

[1]- بن برنو مصطفى، **مرجع سبق ذكره**، ص ص 22-23.

[2]- جحودي أسماء، **مرجع سبق ذكره**، ص ص30 -31.

-إن القواعد الإلكترونية تعمل بشكل منفصل عن القواعد الورقية وعندما يقال إن الاعتماد المستندي الإلكتروني يخضع للقواعد الإلكترونية يعني أنه يخضع للقواعد الإلكترونية العامة.

-إذا ورد في الاعتماد تقديم مستندات إلكترونية ورقية فعلى الاعتماد المذكور أن يشير في آن واحد إلى مكان التقديم الإلكتروني ومكان تقديم المستندات الورقية، وهذا ما تضمنته المادة (*E5N*) من القواعد الخاصة بالاعتماد المستندي الإلكتروني.

-استلام المستند الإلكتروني: فيما يخص استلام المستند الإلكتروني، يجب الإشارة إلى ما يلي:

- إن طبيعة المستند الإلكتروني تسمح بالتقديم المجزأ للمستندات الإلكترونية، بحيث تتجمع تباعا لدى المصرف المعين أو المعزز غير أنه حرصا على وقت التقديم النهائي فإن القواعد العامة في مادتها E5E تفرض على المستفيد بأن يعلم المصرف بأي وسيلة متوفرة بأن عدد نصاب المستندات قد اكتمل، وندها يبدأ عداد الزمن بالنسبة إلى المصرف في فحص المستندات والذي يبدأ من اليوم التالي لاستلام المصرف إشعار من المستفيد بأن عدد المستندات قد اكتمل.
- ينبغي على المستفيد في حالة تقديم مستندات إلكترونية التزاما غير قابل لإلغاء بإشعار المصرف باكتمال جميع المستندات وأي طريقة أخرى لتغير من هذا الالتزام، أي أن استلام المستند الإلكتروني لا يعني قبولا أو رفضا تلقائيا للمستفيد، وهذا ما تضمنته المادة *E3BU*من القانون.
- إذا كان المستند الوارد إلكترونيا عليه عبارة *HYPERLINK*يمكن الضغط عليها بالماوس، حيث يمكن للمصرف الوقوف على تاريخ المستند وما أضيف عليه في كل مرحلة، والترابط المنطقي يجب أن يكون مسموحا بالدخول عليه وإلا أعتبر مخالفة ...
- يعتبر المستند الإلكتروني أصل دون الحاجة إلى ذكر كلمة أصل وفقا للمادة *E8*.
- إن المستند الإلكتروني يمثل مستندا مضمون أكثر من المستند الورقي لأنه لا يمكن التأكد من أن المستندات الورقية المقدمة صحيحة وليست مزورة.

ثانيا–الشيك الإلكتروني:

1–تعريف الشيكات الإلكترونية *Electronic checks*:

يعرف الشيك الإلكتروني على أنه عبارة عن وثيقة إلكترونية ترسل عن طريق البريد الإلكتروني تكون موقعة وموثقة إلكترونيا، يتم تبادلها بين الساحب والمستفيد من خلال وسيط إلكتروني يتأكد من صحة الرصيد وبواسطة أحد المصارف الإلكترونية مباشرة.[1]

2–أنواع الشيكات الإلكترونية *Chéques électroniques*:

للشيك الإلكتروني ثلاث أنواع هي:[2]

–الشيك المسطر: يتميز بوضع خطين متوازيين على صدر الشيك، مما يعني امتناع المصرف عند الوفاء بمبلغ الشيك إلى بنك آخر يتولى استيفاء المبلغ لحساب هذا العميل، والتسطير قد يكون عاما إذا ترك الفراغ بين الخطين على بياض دون كتابة أي كلمة أو إذا كتب لفظ بنك من غير تعين اسم مصرف معين، وقد يكون التسطير خاصا متى ذكر اسم مصرف معين بين الخطين، عكس التسطير العام حيث يجوز تقديم الشيك لأي بنك لاستفاء المبلغ؛

–الشيك المعتمد: هو شيك محرر بشكل عادي، فضلا على أنه يحمل توقيع المصرف المحسوب عليه على صدر الشيك، بما يفيد اعتماده مع ذكر التاريخ، ويترتب على اعتماد الشيك تجميد مقابل الوفاء لصالح الحامل فيصبح الوفاء بالشيك مؤكدا؛

–الشيك المقيد في الحساب: إذا ورد في الشيك ما يفيد أن قيمته تفيد في الحساب أو في حكمه كان المصرف ملزما بوفائه عن طريق تسويته في حساب المستفيد، وامتنع عليه الوفاء بقيمته نقد فإن فعل تحمل مسؤولية ما قد يقع من ضرر للساحب.

3–إجراءات استخدام الشيك الإلكتروني:

تتضمن دورة إجراءات استخدام البنك الإلكتروني على الخطوات التالية:[3]

---

[1]- شريفة هنية، **الشيك الإلكتروني كوسيلة حديثة للوفاء**، مجلة الحقوق والعلوم الإنسانية، المجلد 01، العدد 20، 2014، ص117.

[2]- السايس إبتسام ونيلي صفاء، **مرجع سبق ذكره**، ص ص 30-31.

[3]- **نفس المرجع**، ص ص 31-32.

-الخطوة الأولى: اشتراك المشتري لدى جهة التخليص في الغالب تكون المصرف حيث يتم فتح حساب جاري الخاص بالمشتري أو يتم الاتفاق على صرف خصما من حساب المشتري بأي حساب جاري متفق عليه ويتم تحديد توقيع الإلكتروني للمشتري وتسجيله في قاعدة البيانات جهة التخليص؛

-الخطوة الثانية: اشتراك البائع لدى جهة التخليص نفسها حيث يتم أيضا فتح حساب جاري أو الربط مع أي حساب جاري للبائع ويتم تحديد التوقيع الإلكتروني للبائع وتسجيله على قاعدة البيانات جهة التخليص؛

-الخطوة الثالثة: فيها يقوم المشتري باختيار السلعة التي يرغب في شراءها من البائع المشترك لدى جهة التخليص ويتم تحديد السر الكلي والاتفاق على أسلوب الدفع؛

-الخطوة الرابعة: يقوم المشتري بتحرير شيك إلكتروني ويقوم بالتوقيع الإلكتروني المشفر، ثم يقوم بإرسال هذا الشيك بالبريد الإلكتروني المؤمن إلى البائع؛

-الخطوة الخامسة: يقوم البائع باستلام الشيك الإلكتروني الموقع من المشتري ويقوم بالتوقيع عليه كمستفيد بتوقيعه الإلكتروني المشفر ويقوم بإرساله إلى جهة التخليص؛

-الخطوة السادسة: تقوم جهة التخليص بمراجعة الشيك والتحقق من صحة الأرصدة والتوقيعات وبناء على ذلك تقوم بإخطار كل من المشتري والبائع بإتمام إجراء المعاملة المالية.

4-فوائد الشيكات الإلكترونية:

تتضمن الشيكات الإلكترونية فوائد عدة من بينها:[1]

-خفض تكاليف المصاريف الإدارية، وتقلل تكاليف المواد الورقية والطباعة.

-تسريع عملية الدفع والمحاسبة التي يقوم بها الزبون.

-الصرف الفوري للشيك والتخلص من الوقت الذي يستغرقه الشيك التقليدي.

-يتم تسوية المدفوعات من خلال الشيكات الإلكترونية في 48 ساعة فقط بالمقاربة بالشيكات العادية التي يتم تسويتها في وقت أطول من خلال غرفة المقاصة.

-تزويد الزبون بمعلومات وتفاصيل أكثر لكشف الحساب.

-ملائمة الشيكات الإلكترونية للأفراد الذين لا يملكون بطاقة الائتمان.

[1]- بن برنو مصطفى، **مرجع سبق ذكره**، ص22.

ثالثا–الكمبيالة الإلكترونية:

بداية يشار إلى أن الكمبيالة بصورتها الإلكترونية لا تختلف من حيث المحتوى عن الكمبيالة الورقية، وبالتالي فإن كافة البيانات التي يتطلب إدراجها في الكمبيالة الورقية لا يجوز إغفال أي منها عند إصدار الكمبيالة الإلكترونية، فيمكن الفرق بين النوعين من حيث طريقة إصدار كل منهما، بعبارة أخرى يقوم الساحب بتحرير الكمبيالة ثم يرسلها بعد ذلك إلى المصرف الذي يتعامل معه عبر جهاز الحاسوب وقبل موعد استحقاق الكمبيالة بوقت محدد، يقوم مصرف الساحب بإرسال هذه الكمبيالة إلى جهة المسحوب عليه والمحددة في الكمبيالة، وإذا كان هناك أكثر من كمبيالة فإنه يتم تقسيم الكمبيالات وفرزها بصورة إلكترونية بطبيعة الحال وذلك قبل إرسالها إلى المسحوب عليه، وعند هذا الأخير يتم تحديد الكمبيالات مستحقة الدفع من قبله وبعد أن يتأكد من توافر كافة المتطلبات اللازمة لسداد قيمة الكمبيالات، يقوم برد الكمبيالة إلكترونيا إلى المصرف الذي كان قد أرسلها له من قبل موقعا عليها بقبول تسديدها، ويتم السداد عن طريق التحويل الإلكتروني حيث تقيد قيمة الكمبيالة في الجانب الدائن لحساب المستفيد في المصرف الذي يحدده، تقيد في ذات الوقت نفس هذه القيمة في الجانب المدين لحساب الساحب.[1]

المطلب الرابع: المقاصة الإلكترونية والتحويلات الإلكترونية للأموال:

سنتطرق في هذا المطلب إلى معرفة كل من المقاصة الإلكترونية والتحويلات الإلكترونية للأموال.

أولا–المقاصة الإلكترونية:

تتيح إمكانية تسهيل عملية تحويل النقود من حساب عميل إلى حسابات عملاء أو منظمات أخرى في أي فرع لأي مصرف، كما يتيح هذا النظام تسوية المدفوعات ن طريق شبكة المدفوعات والنظام الالكتروني تداول الأسهم ومقاصة الشيكات، ويعدف هذا النظام إلى تسهيل وتعجيل المدفوعات والتسويات بين المصارف، وسيمكن هذا النظام المصارف المحلية من تقديم خدمات أفضل للملاء حيث يمكنها التسوية الفورية من دفع وتحصيل الأموال عبر حساباتها الجارية لدى المصارف المركزية وتوفير دفع فوري لعملائها.[2]

---

[1]- جحودي أسماء، **مرجع سبق ذكره**، ص ص32-33.

[2]- نسيمة خنافرة، **دور وسائل الدفع الإلكترونية في تحسين الخدمات المصرفية –دراسة حالة البنك الوطني الجزائري–**، مذكرة ماستر، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة العربي بن مهيدي –أم البواقي–، 2012-2013، ص ص 27-28.

وتتمثل إجراءات عملية المقاصة الإلكترونية بتوقيع العميل نموذجا معتمدا لصالح المستفيد، ويمكن هذا النموذج من اقتطاع القيمة المحددة من حساب العميل وفق ترتيب زمني معين (يوميا أو أسبوعيا أو شهريا)، ويختلف نموذج التحويل الإلكتروني عن الشيك في أن صلاحيته تسري لأكثر من عملية تحويل واحدة، وادة ما يتعامل البنك والعميل مع وسطاء وظيفتهم توفير البرمجيات اللازمة للتحويلات، ولإتمام ملية المقاصة الإلكترونية هناك حالتين:[1]

-الحالة الأولى: وجود وسيط

يقوم العميل بإرسال تحويل مالي عن طريق المودم إلى الوسيط الذي يقوم بإرساله إلى دار المقاصة المالية الآلية التي ترسل نموذج التحويل المالي الإلكتروني إلى بنك العميل، وفي حال عدم تغطية الرصيد لقيمة التحويل يتم إشعار الوسيط بذلك، الذي يقوم بدوره بإشعار العميل، أما في حالة تغطية الرصيد لقيمة التحول تتم عملية الاقتطاع وتحويلها إلى حساب المستفيد وقت السداد المحدد بالنموذج.

-الحالة الثانية: عدم وجود وسيط

في هذه الحالة يستلزم على التاجر أن يملك البرمجيات الخاصة التي تسمح بإجراء هذه العملية، حيث تكون هذه البرمجيات مؤمنة بكلمة مرور خاصة بالتاجر، وندما يقوم العميل باعتماد نموذج الدفع بشيك مصدق لصالح التاجر الذي يقوم بإرسال الاعتماد إلى دار المقاصة الآلية والتي بدورها ترسله إلى البنك لاقتطاع المبلغ من حساب العميل وتحويله إلى حساب التاجر، وعندما لا حاجة لتحقق كفاية رصيد العميل لأن الشيك المصدق يحقق ذلك.

ثانيا-التحويلات الإلكترونية للأموال:

1-تعريف التحويلات الإلكترونية للأموال *Transferts d'argent* :

تعرف نظام التحويلات الإلكترونية للأموال بأنه:" عملية منح الصلاحية لبنك ما للقيام بحركة التحويلات المالية الدائنة والمدينة من حساب مصرفي لآخر وتنفذ عمليات التحويل المالية عن طريق دار المقاصة الآلية *ACH*، وهي شبكة تعود ملكيتها وأحقية تشغيلها إلى المصارف المشتركة بنظام تحويل الأموال الإلكتروني".[2]

---

[1]- نسيمة خنافرة، **مرجع سبق ذكره**، ص28.

[2]- العاني إيمان، **البنوك التجارية وتحديات التجارة الإلكترونية**، مذكرة الماجستير، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة منتوري -قسنطينة-، 2006-2007، ص225.

يمكن تعريف التحويل الإلكتروني للأموال على أنه:" عملية نقل مبلغ نقدي من حساب الآمر إلى حساب آخر في نفس المصرف أو أي مصرف آخر، وسواء كان للآمر ذاته أو لمستفيد آخر، وذلك بقيد المبلغ إلكترونيا في الجانب المدين من حساب الآمر والجانب الدائن من حساب المستفيد".[1]

2-الكيفية التي يتم بها التحويل الإلكتروني للأموال:

لعملية التحويل الإلكتروني للأموال أسلوبين مختلفين يتم ذكرهما:[2]

يقوم العميل بتوقيع نموذج معتمد واحد لصالح الجهة المستفيدة، والذي يتيح اقتطاع القيمة المحددة من حساب العميل وفق ترتيب زمني معين، حيث تتم عملية التحويل الإلكتروني للأموال بأسلوبين، فإما أن يتعامل البنك والعميل مع وسيط يقوم بتوفير البرمجيات اللازمة لذلك ويمكن إيجاد العديد منهم على الإنترنيت، يقوم الوسيط هنا بتجميع التحويلات المالية الواردة إليه وإرسالها إلى دار المقاصة المالية الآلية، التي ترسل بدورها نموذج التحويل الإلكتروني للأموال إلى مصرف العميل ليقوم باقتطاع قيمة التحويل من رصيد العميل وتحويلها إلى حساب المستفيد.

أما إذا رغب المستفيد التاجر تنفيذ التحويلات المالية عبر دار المقاصة الآلية، دون المرور بوسيط، فإنه يقوم باقتناء برمجيات خاصة تسمح بإجراء هذه العملية، أما العميل فيقوم باعتماد نموذج الدفع مرفقا بشيك مصدق لصالح التاجر الذي يرسل الاعتماد إلى دار المقاصة، هذه الأخيرة تحوله بدورها إلى المصرف لاقتطاع المبلغ من حساب العميل في الوقت المحدد له وإضافته إلى حساب التاجر.

3-أنواع التحويلات الإلكترونية للأموال:

التحويل الإلكتروني للأموال له ثلاث أنواع ألا وهي:[3]

- **التحويل المالي الإلكتروني بواسطة مصرف واحد:** يطلق عليه البعض اسم التحويل البسيط، حيث تظهر هذه الصورة جليا من خلال قيام أحد المصارف بتنفيذ عملية التحويل ذاتيا وبدون تدخل خارجي، حيث تظهر في حالتين هما:

[1]- سعاد سفر طبي وحسينة شرون، **الإطار القانوني لأنظمة الدفع الإلكتروني**، مجلة صوت القانون، المجلد 07، العدد 02، 2020، ص298.

[2]- العاني إيمان، **مرجع سبق ذكره**، ص225.

[3]- عيسى لافي حسن الصمادي، **المسؤولية القانونية للعمل المصرفي الإلكتروني في التشريع الأردني –التحويل المالي الإلكتروني–**، أطروحة دكتوراه دولة في القانون الخاص، كلية الحقوق –بن عكنون–، جامعة الجزائر –1–، 2009-2010، ص 85،90.

-الحالة الأولى: أن يمثل العميل طرفي عملية التحويل (الآمر والمستفيد) أي أن يكون الحسابين للعميل نفسه، حيث الأمر من قبل العميل بالطلب من المصرف المصدر بتحويل النقود المعينة في الأمر الصادر من حسابه المدين وقيده في الجانب الدائن من حسابه الأول يمثل تجارته، في حين أن الحساب الآخر يمثل توفيره أو الحساب الخاص بأعماله الخاصة مثلا، وقد تتم هذه العملة بين حسابين في فرع واحد للمصرف أو بين حسابين في فرعين يتبعان ذات المصرف الرئيسي.

-الحالة الثانية: أن يكون الحسابين لشخصين مختلفين في المصرف نفسه أو في فرعين لذات المصرف، وتتمثل تلك الصورة بأن يكون لكل حساب كل من الآمر والمستفيد بأن يضيف إلى حساب أحدهما ما يفرغه من حساب الآخر بناءا على الأمر الصادر من العميل الآمر.

- **التحويل المالي الإلكتروني بواسطة مصرفين:** يطلق عليه البعض اسم التحويل المزدوج، حيث تتمثل هذه الصورة بوجود حسابين في مصرفين مختلفين بحيث يكون للآمر حساب في مصرف وللمستفيد حساب في مصرف آخر، وقد يكون المستفيد هو الآمر نفسه أو شخصا آخر، حيث تتم عملية التسوية بين المصرفين (مصرف الآمر ومصرف المستفيد) وذلك بقيام المصرف الآمر بقيد المبلغ المراد نقله في الجانب المدين من حساب الآمر وتسجيله في الجانب الدائن من حساب المستفيد من قبل مصرف المستفيد عن طريق إشعار يتم بوسيلة إلكترونية في لحظة زمنية واحدة بدون فارق زمني بين عملية القيد الأولى وعملية القيد الثانية، كما تسوى علاقة الدين بين المصرفين عن طريق غرف المقاصة حالة وجود حساب بينهما، حيث تقاص حقوق المصرفين دون أن يتم نقل النقود بينهما في كثير من الأحيان، وتوجد غرفة المقاصة في الدول التي بها نشاط مالي ومصرفي كبير، وتتم تسوية العلاقة الناتجة عن عملية التحويل المالي عن طريق البنك المركزي، كما يمكن أن تتم عملية التسوية عن طريق مصرف ثالث (المصرف الوسيط) يكون لكل من المصرفين حساب فيه حيث تصفى العلاقة الناشئة بينهما.

- **التحويل المالي الإلكتروني المتعدد:** يطلق عليه البعض اسم التحويل المركب، يمكن تصور هذه العملية بإيجاز وهو حساب للآمر في أحد المصارف وحساب للمستفيد في مصرف آخر، ويطلب الآمر من المصرف الذي يتعامل معه تحويل مبلغ من حسابه إلى حساب المستفيد لدى المصرف الذي يتعامل معه تحويل مبلغ من حسابه إلى حساب المستفيد لدى المصرف الذي يتعامل معه، غير أن كلا المصرفين سواء مصرف الآمر أو مصرف المستفيد ليس بينهما أية علاقات مصرفية، الأمر الذي يتوجب عليهما اللجوء إلى مصرف ثالث لهما

معه علاقات مصرفية، فيتوسط بدوره لإكمال عملية التحويل وتنفيذها على أساس أنه سيجري المقاصة فيما بين المصرفين أو عن طريق القيد الحسابي في السجلات.

في جميع المراحل التي نفذت فيها عملية التحويل المالي، ومن قبل جميع الأطراف يكون للوسيلة الإلكترونية بكافة أشكالها الركيزة التي تتكئ عليها المصارف التجارية، وسواء تمت هذه العملية بالهاتف أو الفاكس أو جهاز الحاسب أو الشبكة الإلكترونية.

4-فوائد نظام التحويل الإلكتروني للأموال:

يستفيد كل من العميل والتاجر من تطبيق نظام التحويل الإلكتروني للأموال، فهو يوفر لكليهما فضلا عن اليسر، السرعة في إنجاز الأعمال وتكبد عناء التنقل إلى المصرف فوائد أخرى أهمها:[1]

-تنظيم الدفعات: حيث يتم تنظيم عمليات الدفع من خلال الاتفاق على وقت اقتطاع وتسديد التحويلات المالية، وهو ما يقطع أي شك في عملية السداد؛

-السلامة والأمن: فقد أزالت المقاصة الآلية والتحويلات الإلكترونية الخوف من سرقة الشيكات الورقية أو ضياعها والحاجة إلى تناقل الأموال السائلة؛

-توفير المصاريف: حيث تقلل شبكة نظام المقاصة الآلية من تكاليف إدارة عمليات المقاصة.

[1]- العاني إيمان، **مرجع سبق ذكره**، ص226.

خلاصة:

تعددت وسائل الدفع الإلكترونية وتطورت عبر الزمن وكان لهذه الوسائل انتشارا واسعا، فهي مجموعة من الأدوات التي تمكن من تحويل الأموال إلكترونيا بواسطة تقنيات رقمية دون الحاجة للتعامل مع العملات النقدية والورقية، لهذه الوسائل عدة خصائص تتميز بها ولها مختلف الأنواع والأنظمة التي تستخدمها المصارف الإلكترونية.

ساهمت وسائل الدفع الإلكترونية في المصارف بتوفير عدة خدمات للأفراد سمحت لهم باختصار الوقت والتكلفة، حيث احتوت هذه الوسائل على عدة مزايا ولكن هذا لا يعني أنها تخلو من العيوب فبالرغم من المزايا التي تقدمها هذه الوسائل إلا أن هناك جملة من العوامل التي تعيق نجاحها وتؤدي إلى انعدام الثقة بها فهي الأخرى أفرزت عدة مشاكل وحملت في طياتها عدة مخاطر خاصة الجرائم الإلكترونية وقد كانت البطاقة المصرفية أفضل وسيلة تمارس بها هذه الجرائم فهي لا تعطي أمان شبه كامل مثلما أرادت المصارف أن تقنع به عملائها.

الفصل الثالث:

دراسة ميدانية لأثر التحول الرقمي على مستوى استخدام الدفع الإلكتروني في المصارف الجزائرية

تمهيد:

بعدما تطرقنا في الجانب النظري لمجمل المفاهيم النظرية المتعلقة بمتغيرات الدراسة، سنحاول في هذا الفصل دراسة دور التحول الرقمي في زيادة مستوى استخدام الدفع الإلكتروني في المصارف الجزائرية من خلال دراسة ميدانية على عينة تتكون من بنك الفلاحة والتنمية الريفية *BADR*-وكالة المدية-، وموظفي بنك الوطني الجزائري *BNA*-وكالة المدية-وموظفي مؤسسة بريد الجزائر بالمدية.

قمنا بتوزيع الاستبيانات على عينة من الموظفين للبنوك المدروسة، بعدها قمنا بالمعالجة الإحصائية للبيانات المستخرجة من الاستبيانات لمعرفة إن كان يوجد أثر للتحول الرقمي على وسائل الدفع الإلكتروني أو هي لم تأثر عليه.

حيث قمنا بتقسيم هذا الفصل المبحثين التاليين:

-المبحث الأول: منهجية الدراسة.

-المبحث الثاني: تحليل نتائج الدراسة.

المبحث الأول: منهجية الدراسة

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على آراء أفراد عينة الدراسة حول التحول الرقمي للخدمات المصرفية وأثرها في زيادة مستوى استخدام الدفع الإلكتروني في الجزائر، بداية سنحاول تحديد المنهج المعتمد في الدراسة بعدها نتعرف على مجتمع وعينة الدراسة ثم سنتطرق إلى محتوى الاستبيان والاختبارات المتعلقة به وفي الأخير الاختبارات الإحصائية المستخدمة لتحليله.

المطلب الأول: منهج ومجتمع وعينة الدراسة

أولا–منهج الدراسة:

اعتمدنا المنهج الوصفي التحليلي باعتباره المنهج المناسب لموضوع بحثنا والذي سنحاول من خلاله معرفة التحول الرقمي للخدمات المصرفية وأثرها في زيادة مستوى استخدام الدفع الإلكتروني في الجزائر.

ثانيا–مجتمع الدراسة:

يتكون مجتمع الدراسة من موظفي بنك الفلاحة والتنمية الريفية *BADR*–*وكالة المدية*–، وموظفي بنك الوطني الجزائري *BNA*–وكالة المدية–وموظفي مؤسسة البريد الجزائري بالمدية.

ثالثا–عينة الدراسة:

تتكون عينة الدراسة من موظفي بنك الفلاحة والتنمية الريفية *BADR*–*وكالة المدية*–، وموظفي بنك الوطني الجزائري *BNA*–وكالة المدية–وموظفي مؤسسة البريد الجزائري بالمدية، قد يكون عدد الأفراد المكون لعينة الموظفين صغيرا نوعا ما وذلك لكبر حجمه وصعوبة دراسته، حيث تم اختيار هذه العينة الميسرة، تم توزيع 40 استبيانا واسترجاع 36 استبيان.

المطلب الثاني: أدوات الدراسة

لجمع البيانات المتعلقة بالدراسة استخدمنا الاستبيان الذي يعد من أكثر أدوات البحث شيوعا في مجال الدراسات والبحوث المسحية، كما قمنا بتصميمه في ضوء الدراسات السابقة التي تناولت الموضوع.

بناءً على مشكلة الدراسة وأهدافها، وبناءً على ما استفدنا منه من أدبيات الدراسة (الإطار النظري واستبيانات الدراسات السابقة) قمنا بتصميم استبيان للدراسة طبقا للمحاور الأساسية المحددة في الدراسة، وقد قسمنا الاستبيان إلى جزئيين نعرضها كاللآتي:

الجزء الأول يتعلق بالبيانات الشخصية لعينة الدراسة، وباعتبارها فئة الموظفين، أسئلة الطالبتين بأخذ بعض المواصفات الضرورية.

كما قمنا بتخصيص الجزء الثاني لمحورين:

-المحور الأول متعلق بالتحول الرقمي والخدمات الرقمية (المتغير المستقل)، حيث اشتمل (9) عبارات.

-المحور الثاني متعلق بمستوى استخدام الدفع الإلكتروني (المتغير التابع)، حيث اشتمل (20) عبارات.

واشتملت الاستبيان ككل على (**29**) عبارة، تم صياغتها بالأسلوب الثابت الايجابي، وهذا حتى يمكن معالجتها وفقا الأساليب الإحصائية والسلم المستخدم.

ثانيا-المقياس المستخدم:

تم استخدام مقياس ليكرت الخماسي لقياس استجابة العينة على عبارات الاستبيان، ويعتبر هذا المقياس أكثر المقاييس استخداما، وهو يتكون من خمسة خيارات، كما يوضحه الجدول الآتي:

الجدول رقم (3): الخيارات المكونة لمقياس ليكرت الخماسي

العبارات	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
الدرجة	5	4	3	2	1

المصدر: مراد فليون، **القيادة التحويلية في تطوير مهارات الموظفين**، مركز الكتاب الأكاديمي، الأردن، 2018، ص142.

وحتى يمكن قياس اتجاهات أفراد العينة تم إعطاء نقاط لهذه الاختيارات، بحيث أعطيت الدرجة (5) للاستجابة موافق بشدة والدرجة (4) للاستجابة موافق والدرجة (3) للاستجابة محايد والدرجة (2) للاستجابة غير موافق والدرجة (1) للاستجابة غير موافق بشدة، وتم تقسيم السلم إلى خمسة مجالات لتحديد درجة الموافقة كما يوضحه الجدول الآتي:

الجدول رقم(4): قيمة الوسط المرجح ودرجات الموافقة لعينة الدراسة

المجال	الوسط المرجح	درجة الموافقة
المجال الأول	1 أقل 1.8	ضعيفة جدا
المجال الثاني	1.8 أقل 2.6	ضعيفة
المجال الثالث	2.6 أقل 3.4	متوسطة
المجال الرابع	3.4 أقل 4.2	عالية
المجال الخامس	4.2 أقل 5	عالية جدا

المصدر: مراد فليون، **القيادة التحويلية في تطوير مهارات الموظفين**، مركز الكتاب الأكاديمي، الأردن، 2018، ص142.

واعتبرنا المتوسطات في الجدول رقم (**4**) هي الحد الفاصل بين مستوى الاستجابات في أداة الدراسة وذلك لمتوسط الاستجابة للعبارات أو البعد أو المحور.

من خلال هذا الجدول يمكن أن نستنتج أن تحديد الاتجاه في هذه الدراسة يكون وفق الآلية التالية:

1-إذا كان المتوسط الحسابي المرجح للعبارة يتراوح بين (1 أقل 1.8) فهذا يعني أن اتجاه عينة الدراسة من موظفي بنك الفلاحة والتنمية الريفية *BADR*-وكالة المدية-، وموظفي بنك الوطني الجزائري *BNA*-وكالة المدية-وموظفي مؤسسة البريد الجزائري بالمدية ضعيف جدا على ما جاء في وكالة المدية العبارة.

2-إذا كان المتوسط الحسابي المرجح للعبارة يتراوح بين (1.8 اقل 2.6) فهذا يعني أن اتجاه عينة الدراسة من موظفي بنك الفلاحة والتنمية الريفية *BADR*-وكالة المدية-، وموظفي بنك الوطني الجزائري *BNA*-وكالة المدية-وموظفي مؤسسة البريد الجزائري بالمدية ضعيفة على ما جاء في العبارة.

3-إذا كان المتوسط الحسابي المرجح للعبارة يتراوح بين (2.6 اقل 3.4) فهذا يعني أن اتجاه عينة الدراسة من موظفي بنك الفلاحة والتنمية الريفية *BADR*-وكالة المدية-، وموظفي بنك الوطني الجزائري *BNA*-وكالة المدية-وموظفي مؤسسة البريد الجزائري بالمدية متوسطة على ما جاء في العبارة.

4-إذا كان المتوسط الحسابي المرجح للعبارة يتراوح بين (3.4 اقل 4.2) فهذا يعني أن اتجاه عينة الدراسة من موظفي بنك الفلاحة والتنمية الريفية *BADR*-وكالة المدية-، وموظفي بنك الوطني الجزائري *BNA*-وكالة المدية-وموظفي مؤسسة البريد الجزائري بالمدية عالية على ما جاء في العبارة.

5-إذا كان المتوسط الحسابي المرجح للعبارة يتراوح بين (4.2 أقل5) فهذا يعني أن اتجاه عينة الدراسة من موظفي بنك الفلاحة والتنمية الريفية *BADR*-وكالة المدية-، وموظفي بنك الوطني الجزائري *BNA*-وكالة المدية-وموظفي مؤسسة البريد الجزائري بالمدية عالية جدا على ما جاء في العبارة.

ثالثا-الأساليب الإحصائية المستخدمة في الدراسة:

استخدمنا برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية: (***s.p.s.s Siences*** الإصدار 21) للقيام بعملية التحليل الإحصائي للبيانات والتوصل إلى الأهداف الموضوعة في إطار هذه الدراسة، كما تم اعتماد مستوى دلالة (**0.05**) الذي يقابله مستوى ثقة (**0.95**) لتفسير نتائج كل الاختبارات التي تم إجراؤها.

واستخدمنا الاختبارات المعلمية لأنها اختبارات مناسبة في حالة وجود بيانات ترتيبية، حيث أن مقياس ليكرت المستخدم في الدراسة يعتبر مقياسا ترتيبيا، كما اعتمدنا على الأدوات الإحصائية التالية:

1-إختبار التوزيع الطبيعي.

2-قياس معامل الثبات.

3-قياس الاتساق الداخلي.

4-التحليل الوصفي للبيانات الشخصية.

5-التحليل الوصفي للمتغيرات المستقلة والتابعة.

6-تحليل معامل الانحدار الخطي البسيط.

المطلب الثالث: ثبات وصدق أداة الدراسة

استعنا لصدق أداة الاستبيان، باختبار التوزيع الطبيعي وقياس الثبات والاتساق الداخلي الاستبيان في عينة الدراسة الاستطلاعية البالغ حجمها 36 مفردة، وذلك باختبار التوزيع الطبيعي وبحساب معامل الثبات ومعاملات الارتباط.

أولا-اختبار التوزيع الطبيعي:

قبل أن نشرع في الدراسة قمنا باختبار التوزيع الطبيعي لعينة الدراسة كما يبينه الجدول الآتي:

الجدول رقم(5): إختبار التوزيع الطبيعي

اختبار كولمجروف *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test*		
محاور الاستبيان	القيمة الاحتمالية**Sig**	عدد مفردات العينة
التحول الرقمي	**0.799**	**36**
الدفع الإلكتروني	**0.182**	

المصدر: من إعداد الطالبتين بناء على نتائج برنامج (Spss25)

يتضح من الجدول رقم (**5**) أن اختبار التوزيع الطبيعي (*Kolmogorov-Smirnov*) لكل من محور التحول الرقمي والدفع الإلكتروني جاءباحتمالية معنوية **0.799** و**0.182** على التوالي وهما أكبر من **0.05** وعليه فعينة الدراسة تتبع التوزيع الطبيعي مما يسمح بإجراء باقي الاختبارات.

ثانيا–ثبات أداة الاستبيان:

من أشهر مقاييس الثبات الداخلي مقياس ألفا كرونباخ (*Cronbach's Alpha Coefficient*) الذي يستخدم في حالة وجود أكثر من بديلين للإجابة، وهذا لمعاجلة عبارات الاستبيان للتأكد من ثباتها وبعدها نحصل على معامل الثبات الكلي، كما يوضحه الجدول الآتي:

جدول رقم(6): إختبار قيم معامل الثبات لمحاور الاستبيان

ترتيب المحاور	عنوان المحاور	عدد العبارات	معامل الثبات
1	**محور التحول الرقمي**	9	0.781
2	**محور الدفع الإلكتروني**	20	0.824
الثبات العام للاستبيان		**29**	**0.809**

المصدر: من إعداد الطالبتين بناء على نتائج برنامج (Spss25)

يتضح من الجدول رقم (**6**) أن جميع عبارات المحاور جاءت بمعامل ثبات أكبر من **0.600** وهي درجة عالية من الثبات، كما جاء معامل الثبات للاستبيان ككل**0.809** وعليه فإن عبارات الاستبيان على درجة عالية من الثبات والاستقرار.

ثالثا–الاتساق الداخلي لمحور التحول الرقمي والخدمات الرقمية:

استعمالنا معامل بيرسون (*Pearson corrélation coefficient*) لحساب معاملات الارتباط بين كل عبارة من عبارات محور التحول الرقمي والخدمات الرقميةوالدرجة الكلية للبعد الذي تنتمي إليه هذه العبارات.

الجدول رقم (7): اختبار الاتساق الداخلي لعبارات محور التحول الرقمي والخدمات الرقمية

الرقم	العبارات	معامل الارتباط	القيمة الاحتمالية
1	التحول الرقمي أدى لتوفير وقت وجهد العملاء لإتمام المعاملات	**0.593**	**0.000**
2	التحول الرقمي ساهم في سرعة الاستجابة لشكاوى العملاء وسرعة حلها	**0.390**	**0.009**
3	التحول الرقمي أدى لزيادة قيمة وحجم تعاملات العملاء مع البنك	**0.594**	**0.000**
4	التحول الرقمي ساعد على زيادة المرونة الوقتية لإتمام العملاء معاملاتهم المصرفية	**0.812**	**0.000**
5	التقنيات الرقمية المستخدمة من البنك تحافظ على سرعة واستمرارية الاتصال مع العملاء	**0.838**	**0.000**
6	التقنيات المصرفية المستخدمة من البنك تحافظ على خصوصية وسلامة بيانات العملاء	**0.604**	**0.000**
7	التقنيات الرقمية المستخدمة من البنك توفر خدمات مصرفية إلكترونية كاملة	**0.634**	**0.000**
8	التقنيات الرقمية المستخدمة من البنك عززت من الموقف التنافسي للبنك	**0.683**	**0.000**
9	التقنيات الرقمية المستخدمة من البنك أدت إلى زيادة ربحية البنك	**0.660**	**0.000**

المصدر: من إعداد الطالبتين بناء على نتائج برنامج (Spss25)

يتضح من خلال الجدول رقم(7) أن قيمة معامل الارتباط محصورة بين (0.390**) و (0.838**) عند مستوى معنوية 0,000 وهي أقل من 0.01 الذي يعني وجود دلالة إحصائية قوية، تدل على ارتباط العبارات المتضمنة محورالتقنيات الرقمية والخدمات الرقمية.

رابعا–الاتساق الداخلي لعبارات محور مستوى استخدام الدفع الإلكتروني:

سنحاول إظهار مختلف النتائج المتعلقة بدرجة الارتباط ودرجة المعنوية بين العبارات ومحور مستوى استخدام وسائل الدفع الإلكتروني بالاعتماد على معامل بيرسون من خلال الجدول الآتي:

الجدول رقم (8): اختبار الاتساق الداخلي لعبارات محور مستوى استخدام الدفع الإلكتروني:

الرقم	العبارات	معامل الارتباط	القيمة الاحتمالية
1	الموقع الإلكتروني للبنك موقع معلوماتي (يقدم معلومات عامة عن البنك وخدماته)	0.157	0.361
2	البنك موقع إلكتروني على الأنترنيت يعمل على مدار 24 ساعة	0.735	0.000
3	الموقع الإلكتروني للبنك يتمتع بنظم حماية كافية، مما يشعر العميل بالأمان	0.531	0.001
4	سرعة استجابة البنك على استفسارات العملاء من خلال الأنترنيت	0.695	0.000
5	يمكن الترويج للخدمات المصرفية الإلكترونية من خلال الموقع الإلكتروني	0.628	0.000
6	تقديم تسهيلات ائتمانية من خلال البطاقات الإلكترونية ساعد البنك في جذب عملاء جدد	0.420	0.011
7	تعد البطاقات الائتمانية من بين الخدمات الإلكترونية الأكثر استعمالا للزبائن	0.184	0.283
8	البطاقات الإلكترونية تزيد من درجة الولاء بين العميل والبنك	0.550	0.001
9	البطاقات الإلكترونية تساهم في سهولة الاتصال بين الدائن والمدين	0.435	0.008
10	التنويع في البطاقات البنكية يساهم في جذب عملاء جدد والاحتفاظ بالعملاء الحاليين	0.345	0.040
11	أجهزة الصراف تقلل من طوابير الانتظار في البنك	0.258	0.129
12	يساهم الانتشار الجغرافي للصراف الآلي في زيادة العملاء وتسهيل الخدمة لهم	0.289	0.088
13	يعمل الصراف الآلي من خلال اختصار المسافات الجغرافية ورفع الحواجز التقليدية على زيادة ثقة العملاء في البنك	0.536	0.001
14	أجهزة الصراف الآلي تعمل باستمرار ولا تعاني من مشكل تكرر الأعطاب	0.538	0.001
15	يؤدي الصراف الآلي من خلال الخدمات المتنوعة إلى تحسين الخدمة البنكية	-0.070	0.685

16	يستعمل البنك الهاتف النقال كأداة للتعريف بالخدمات البنكية والتسويق لمنتجاته الجديدة	**0.588**	**0.000**
17	الرسائل النصية القصيرة *SMS* تتيح تعزيز التواصل مع العملاء	**0.693**	**0.000**
18	يمكن للزبون الحصول على خدمات بنكية عن طريق الهاتف	**0.773**	**0.000**
19	تمكن الصيرفة الهاتفية للزبائن التخلص من الانتظار والتعامل مع البنك بشكل مباشر	**0.527**	**0.001**
20	يتم إرسال قائمة الحسابات والكشوفات لحساب العملاء من خلال الهاتف النقال	**0.702**	**0.000**

المصدر: من إعداد الطالبتين بناء على نتائج برنامج (Spss25)

يتضح من خلال الجدول رقم(8) أن قيمة معامل الارتباط محصورة بين (**0.435) و (**0.773) عند مستوى دلالة احتمالية أقل من 0.05، حيث أن القيمة الاحتمالية عند مستوى معنوية 0,000 وهي أقل من 0.01 الذي يعني وجود دلالة إحصائية قوية جدا، والذي يعني إعادة تجريب الاستبيان 100 تجربة سيقدم نفس النتائج، مما يؤكد صلاحية النموذج للاستعمال في موضوع الدراسة.تدل على ارتباط العبارات المتضمنة محور مستوى استخدام وسائل الدفع الإلكتروني، ما عدا العبارات (1،6،7،10،11،12،15) التي جاءت بمعامل ارتباطها بمحور مستوى استخدام الدفع الإلكتروني ضعيفا.

المبحث الثاني: تحليل نتائج الدراسة

سيتم التطرق في هذا المبحث إلى التحليل الوصفي للبيانات الشخصية، وتحليل عبارات التحول الرقمي والخدمات الرقمية (المتغير المستقل) ومحور مستوى استخدام الدفع الإلكتروني (المتغير التابع)، بالإضافة إلى اختبار فرضيات الدراسة.

المطلب الأول: التحليل الوصفي لمتغيرات البيانات الشخصية

سنتناول من خلال هذا المطلب التحليل الوصفي للبيانات الشخصية الذي يشكل الجزء الأول من الاستبيان المتضمن السن والمستوى التعليمي والمستوى الوظيفي وسنوات الخبرة وعدد الدورات التدريبية.

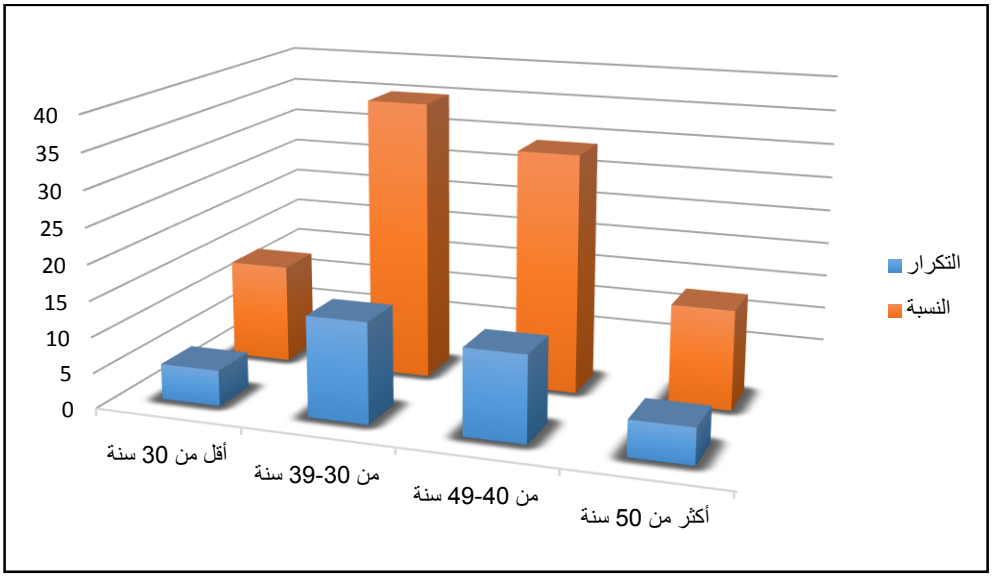
أولا–متغير السن:

الجدول رقم(9): توزيع أفراد العينة حسب متغير السن

الفئات العمرية	التكرار	النسبة
أقل من 30 سنة	5	%13.9
من 30–39 سنة	14	%38.9
من 40–49 سنة	12	%33.3
أكثر من 50 سنة	5	%13.9
المجموع	**36**	**%100**

المصدر: من إعداد الطالبتين بناء على نتائج برنامج (Spss25)

الشكل رقم(6): تمثيل أفراد العينة حسب متغير السن



المصدر: من إعداد الطالبتين بناء على نتائج برنامج (Spss25)

يتضح من الجدولرقم (**9**) والشكل رقم (**6**) أن ما نسبته**38.9%**من إجمالي أفراد عينة الدراسة أعمارهم **من 30 إلى 39 سنة** وهم الفئة الأغلب، و**12** منهم يمثلون ما نسبته **33.3%**من إجمالي أفراد عينة الدراسة أعمارهم **من 40 إلى 49 سنة**، و**5**منهم يمثلون ما نسبته **13.9%**من إجمالي أفراد عينة الدراسة أعمارهم **أقل من 30 سنة**، بينما يوجد **5** منهم يمثلون ما نسبته **13.9%** أيضا من إجمالي أفراد عينة الدراسة عمرهم **أكثر من 50 سنة**.

وعلى ضوء هذه النتيجة تتضح الشرائح العمرية المختلفة لأفراد عينة الدراسة، وإن كانت الغالبية تتراوح أعمارهم من 30 إلى 39 سنة، بمعنى فئة الشباب هي الغالبة وهذا ما يعني إمكانية الاستفادة من اختلافات الفئات العمرية في تحديد أثر التحول الرقمي للخدمات المصرفية على زيادة مستوى استخدام وسائل الدفع الإلكترونية، حيث يعكس اختلاف الشرائح العمرية تنوع في الاتجاهات والمعارف والقدرات والمستويات الوظيفية والخبرات، مما يعكس حقيقة الواقع وصدق نتائجه.

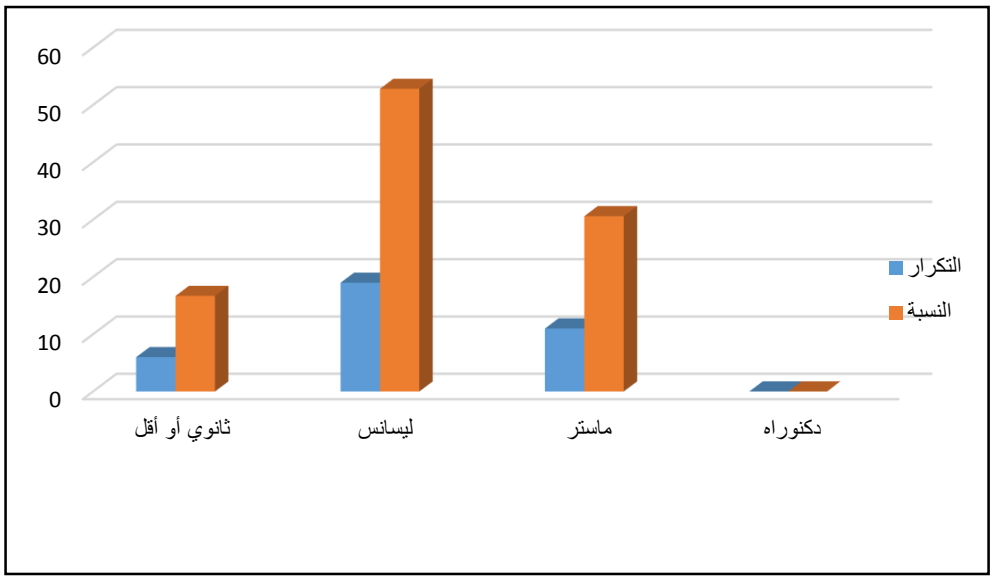
ثانيا–متغير المستوى التعليمي:

الجدول رقم(10): توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى التعليمي

المستوى التعليمي	التكرار	النسبة
ثانوي أو أقل	6	%16.7
ليسانس	19	%52.8
ماستر	11	%30.6
دكتوراه	0	%00
المجموع	**36**	**%100**

المصدر: من إعداد الطالبتين بناء على نتائج برنامج (Spss25)

الشكل رقم(7): تمثيل أفراد العينة حسب متغير المستوى الدراسي



المصدر: من إعداد الطالبتين بناء على نتائج برنامج (Spss25)

يتضح الجدول رقم (**10**) والشكل رقم (**7**) نلاحظ أن فئة مستوى ليسانس والماستر من الموظفين شكلوا الفئة الأكبر في عينة الدراسة، حيث حصلوا على **83.4%** من إجمالي أفراد عينة الدراسة.

وعلى ضوء هذه النتيجة يتضح المستوى الدراسي المختلفة لأفراد عينة الدراسة، وإن كانت الغالبية مستواهم الدراسي لسانس والماستر، بمعنى الفئة المثقفة هي الغالبة وهذا ما يعني إمكانية الاستفادة من اختلافات الفئات العمرية في تحديد أثر التحول الرقمي للخدمات المصرفية على زيادة مستوى استخدام الدفع الإلكتروني في

الجزائر، حيث يعكس اختلاف المستوى الدراسي تنوع في الاتجاهات والمعارف والقدرات والمستويات الوظيفية والخبرات، مما يعكس حقيقة الواقع وصدق نتائجه.

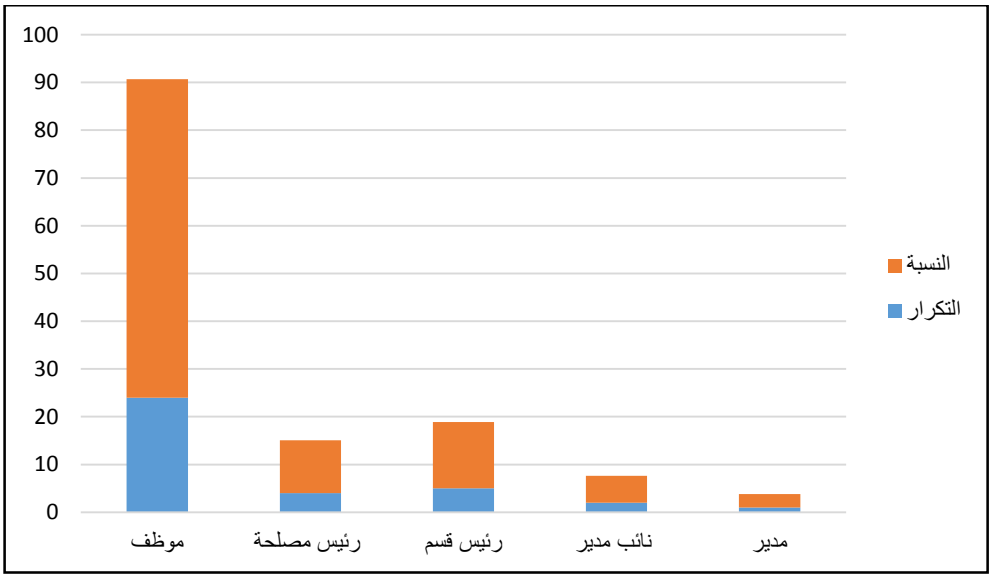
ثالثا–متغير المستوى الوظيفي:

الجدول رقم(11): توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى الوظيفي

الوظيفة	التكرار	النسبة
موظف	24	%66.7
رئيس مصلحة	4	%11.1
رئيس قسم	5	%13.9
نائب مدير	2	%5.6
مدير	1	%2.8
المجموع	**36**	**100%**

المصدر: من إعداد الطالبتين بناء على نتائج برنامج (Spss25)

الشكل رقم(8): تمثيل أفراد العينة حسب متغير المستوى الوظيفي



المصدر: من إعداد الطالبتين بناء على نتائج برنامج (Spss25)

من الجدول رقم (**11**) والشكل رقم (**8**) نلاحظ أن**24** من الموظفين يمثلون ما نسبته **66.7%** من إجمالي أفراد عينة الدراسة وهم الفئة الأغلب، ومنهم يمارسون رئيس قسم يمثلون ما نسبته **13.9%**، و4منهم

يمارسون رئيس مصلحة يمثلون ما نسبته **11.1%** و**2**منهم مدراء يمثلون ما نسبته **5.6%**، وشخص واحد يمثل مدير بنسبة **2.8%** من إجمالي أفراد عينة الدراسة وهي الفئة الضعيفة.

وعلى ضوء هذه النتيجة تتضح أن الوظيفة مختلفة لأفراد عينة الدراسة، وإن كانت الغالبية وظيفتهم تتمثل في موظف، وهذا دليل على وجود مختلف الوظائف، وهذا ما يعني إمكانية الاستفادة من اختلافات الوظيفةفي تحديد أثر التحول الرقمي للخدمات المصرفية وأثرها في مستوى استخدام وسائل الدفع الإلكترونية في الجزائر، حيث يعكس اختلاف الوظيفة تنوع في الاتجاهات والمعارف والقدرات والمستويات الوظيفية والخبرات، مما يعكس حقيقة الواقع وصدق نتائجه.

رابعا–متغير سنوات الخبرة:

الجدول رقم(12): توزيع أفراد العينة حسب متغير سنوات الخبرة

سنوات الخبرة	التكرار	النسبة
أقل من 5سنوات	7	%19.4
من 6 إلى 9 سنوات	10	%27.8
من 10 إلى 14سنة	10	%27.8
من 15 فأكثر	9	%25
المجموع	**36**	**100%**

المصدر: من إعداد الطالبتين بناء على نتائج برنامج (Spss25)

الشكل رقم(8): تمثيل أفراد العينة حسب متغير سنوات الخبرة



المصدر: من إعداد الطالبتين بناء على نتائج برنامج (Spss25)

من الجدول رقم (**12**) والشكل رقم (**8**) نلاحظ أن**20** من الموظفين لهم الخبرة من 6 إلى 14 سنة ما نسبته **55.6%** من إجمالي أفراد عينة الدراسة وهم الفئة الأغلب، ومنهم 9 موظفين لهم خبرة من 15 سنة فأكثر يمثلون ما نسبته 25%، و**7** أفراد لهم الخبرة أقل من 5سنوات يمثلون ما نسبته 19.4% وهم الفئة الضعيفة.

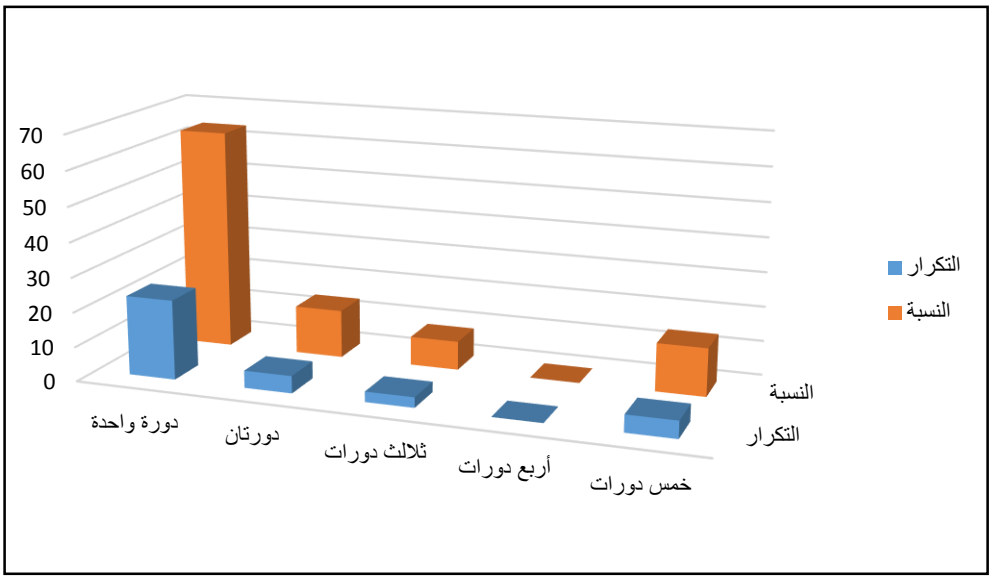
خامسا–متغير عدد الدورات التدريبية:

الجدول رقم(13): توزيع أفراد العينة حسب متغير عددالدورات التدريبية

الدورات التدريبية	التكرار	النسبة
دورة واحدة	23	%63.9
دورتان	5	%13.9
ثلاث دورات	3	%8.3
أربع دورات	0	0
خمس دورات	5	%13.9
المجموع	36	100%

المصدر: من إعداد الطالبتين بناء على نتائج برنامج (Spss25)

الشكل رقم(9): تمثيل أفراد العينة حسب متغير عدد الدورات التدريبية



المصدر: من إعداد الطالبتين بناء على نتائج برنامج (Spss25)

من الجدول رقم (**13**) والشكل رقم (**9**) نلاحظ أن**23** من الموظفين لهم دورة تكوينية واحدة فقد يمثلون ما نسبته **63.9%** من إجمالي أفراد عينة الدراسة وهم الفئة الأغلب، ومنهم 5 أفراد لهم دورتان يمثلون ما نسبته **13.9%**، و5 موظفين أيضا لهم خمس دورات تكوينية يمثلون ما نسبته **13.9%**، والفئة الأضعف

أو بالأحرى المعدومة هي الفئة التي تمتلك 4دورات حيث لم يكن هناك أي فرد من أفراد عينة الدراسة له أربع دورات.

المطلب الثاني: التحليل الوصفي لمتغيرات الدراسة

سنحاول من خلال هذا المطلب تحليل عبارات محور التحول الرقمي والخدمات الرقمية (المتغير المستقل) ومحور مستوى استخدام الدفع الإلكتروني (المتغير التابع) الذي يشكلان الجزء الثاني والثالث من الاستبيان من خلال المتوسط الحسابي والانحراف المعياري.

أولا–التحليل الوصفي لمحور التحول الرقمي والخدمات الرقمية:

سنحاول تحليل تقديرات الموظفين لعبارات محور التحول الرقمي والخدمات الرقمية من خلال الجدول الآتي:

الجدول رقم(14): المؤشرات الإحصائية لوصف عبارات محور التحول الرقمي والخدمات الرقمية

الرقم	العبارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الموافق
1	التحول الرقمي أدى لتوفير وقت وجهد العملاء لإتمام المعاملات	4.3056	0.62425	عالية جدا
2	التحول الرقمي ساهم في سرعة الاستجابة لشكاوى العملاء وسرعة حلها	4.1667	0.696933	عالية
3	التحول الرقمي أدى لزيادة قيمة وحجم تعاملات العملاء مع البنك	4.2500	0.60356	عالية جدا
4	التحول الرقمي ساعد على زيادة المرونة الوقتية لإتمام العملاء معاملاتهم المصرفية	4.3056	0.46718	عالية جدا
5	التقنيات الرقمية المستخدمة من البنك تحافظ على سرعة واستمرارية الاتصال مع العملاء	4.3611	0.68255	عالية جدا
6	التقنيات المصرفية المستخدمة من البنك تحافظ	4.1667	0.56061	عالية

	على خصوصية وسلامة بيانات العملاء			
7	التقنيات الرقمية المستخدمة من البنك توفر خدمات مصرفية إلكترونية كاملة	4.2500	0.43916	عالية جدا
8	التقنيات الرقمية المستخدمة من البنك عززت من الموقف التنافسي للبنك	4.2778	0.45426	عالية جدا
9	التقنيات الرقمية المستخدمة من البنك أدت إلى زيادة ربحية البنك	4.2778	0.45426	عالية جدا
-	**محور التحول الرقمي والخدمات الرقمية**	**4.1142**	**0.45191**	**عالية**

المصدر: من إعداد الطالبتين بناء على نتائج برنامج (Spss25)

يتضح من الجدول رقم (**14**) أن المتوسط الحسابي لمحور التحول الرقمي والخدمات الرقمية جاءا ب مقدار **4.1142** بدرجة عالية، كما جاءت كل من العبارات (1-3-4-5-7-8-9) بدرجات عالية جدا، وجاءت العبارات (2-6) بدرجة عالية، وهذا إشارة لتوفر عنصر التحول الرقمي والخدمات الرقمية في بنك الفلاحة والتنمية الريفية *BADR*-وكالة المدية-، والبنك الوطني الجزائري *BNA*-وكالة المدية-، والبريد الجزائري بالمدية بشكل عالي، كما جاء الانحراف المعياري للبعد **0.45191** وهذا ما يشير لعدم تشتت آراء الموظفين وقربها من المتوسط الحسابي.

ثانيا-التحليل الوصفي لمحور مستوى استخدام وسائل الدفع الإلكتروني:

سنحاول تحليل تقديرات الموظفين لعبارات محور مستوى استخدام وسائل الدفع الإلكتروني من خلال الجدول الآتي:

الجدول رقم(15): المؤشرات الإحصائية لوصف عبارات محور مستوى استخدام وسائل الدفع الإلكتروني

الرقم	العبارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الموافق
1	الموقع الإلكتروني للبنك موقع معلوماتي (يقدم معلومات عامة عن البنك وخدماته)	4.08	0.649	عالية جدا
2	البنك موقع إلكتروني على الأنترنيت يعمل على مدار 24 ساعة	3.31	1.064	متوسط
3	الموقع الإلكتروني للبنك يتمتع بنظم حماية كافية، مما يشعر العميل بالأمان	3.89	0.708	عالية
4	سرعة استجابة البنك على استفسارات العملاء من خلال الأنترنيت	3.11	0.950	متوسط
5	يمكن الترويج للخدمات المصرفية الإلكترونية من خلال الموقع الإلكتروني	3.50	0.655	عالية
6	تقديم تسهيلات ائتمانية من خلال البطاقات الإلكترونية ساعد البنك في جذب عملاء جدد	4.00	0.926	عالية
7	تعد البطاقات الائتمانية من بين الخدمات الإلكترونية الأكثر استعمالا للزبائن	3.67	1.042	عالية
8	البطاقات الإلكترونية تزيد من درجة الولاء بين العميل والبنك	3.94	0.630	عالية
9	البطاقات الإلكترونية تساهم في سهولة الاتصال بين الدائن والمدين	3.81	0.710	عالية
10	التنويع في البطاقات البنكية يساهم في جذب عملاء جدد والاحتفاظ بالعملاء الحاليين	4.17	0.811	عالية
11	أجهزة الصراف تقلل من طوابير الانتظار في البنك	4.42	0.906	عالية جدا
12	يساهم الانتشار الجغرافي للصراف الآلي في زيادة العملاء	4.31	0.920	عالية جدا

	وتسهيل الخدمة لهم			
13	يعمل الصراف الآلي من خلال اختصار المسافات الجغرافية ورفع الحواجز التقليدية على زيادة ثقة العملاء في البنك	4.28	0.513	عالية جدا
14	أجهزة الصراف الآلي تعمل باستمرار ولا تعاني من مشكل تكرر الأعطاب	3.19	1.142	متوسط
15	يؤدي الصراف الآلي من خلال الخدمات المتنوعة إلى تحسين الخدمة البنكية	4.14	0.543	عالية
16	يستعمل البنك الهاتف النقال كأداة للتعريف بالخدمات البنكية والتسويق لمنتجاته الجديدة	2.92	1.156	متوسطة
17	تتيح تعزيز التواصل مع العملاء *SMS* الرسائل النصية القصيرة	3.39	0.838	متوسطة
18	يمكن للزبون الحصول على خدمات بنكية عن طريق الهاتف	2.97	1.028	متوسطة
19	تمكن الصيرفة الهاتفية للزبائن التخلص من الانتظار والتعامل مع البنك بشكل مباشر	3.61	0.688	عالية
20	يتم إرسال قائمة الحسابات والكشوفات لحساب العملاء من خلال الهاتف النقال	3.11	0.979	متوسطة
–	**محور استخدام وسائل الدفع الإلكتروني**	**3.6903**	**0.41504**	**عالية**

المصدر: من إعداد الطالبتين بناء على نتائج برنامج (Spss25)

يتضح من الجدول رقم (15) أن المتوسط الحسابي لمحور مستوى استخدام وسائل الدفع الإلكتروني بمقدار **3.6903** بدرجة عالية كما جاءت العبارات (1، 11، 12،13) بدرجات عالية جدا، والعبارات (3، 5، 6، 7، 8، 9، 10، 15، 19) بدرجات عالية، وباقي العبارات (2، 4، 14، 16، 17، 18، 20) بدرجات متوسطة، وهذا إشارة لتوفر محور مستوى استخدام الدفع الإلكتروني في بنك الفلاحة والتنمية الريفية *BADR*-وكالة المدية-، والبنك الوطني الجزائري *BNA*-وكالة المدية-، ومؤسسة البريد الجزائري بالمدية بشكل عالي، كما جاء الانحراف المعياري **0.41504** لمحور مستوى استخدام الدفع الإلكتروني وهذا ما يشر لعدم تشتت آراء الموظفين وقربها من المتوسط الحسابي.

المطلب الثالث: اختبار فرضيات الدراسة

H0: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للتحول الرقمي للخدمات المصرفية على زيادة مستوى استخدام وسائل الدفع الالكتروني في بنك الفلاحة والتنمية الريفية *BADR*–*وكالة المدية*–، وبنك الوطني الجزائري *BNA*–وكالة المدية–، ومؤسسة البريد الجزائري بالمدية عند مستوى الدلالة 0.05.

H1: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للتحول الرقمي للخدمات المصرفية على زيادة مستوى استخدام وسائل الدفع الالكتروني في بنك الفلاحة والتنمية الريفية *BADR*–*وكالة المدية*–، وبنك الوطني الجزائري *BNA*–وكالة المدية–، ومؤسسة البريد الجزائري بالمدية عند مستوى الدلالة 0.05.

جدول رقم(16): اختبار الانحدار البسيط للتحول الرقمي للخدمات المصرفية على زيادة مستوى استخدام وسائل الدفع الالكتروني في الجزائر في بنك الفلاحة والتنمية الريفية *BADR*–*وكالة المدية*–، والبنك الوطني الجزائري *BNA*–وكالة المدية–، ومؤسسة البريد الجزائري بالمدية

البيان	التحول الرقمي للخدمات المصرفية				
	R معامل الارتباط	R^2 معامل التحديد	B معامل الانحدار	T المحسوبة	Sig مستوى المعنوية
استخدام الدفع الإلكتروني في بنك الفلاحة والتنمية الريفية *BADR*–*وكالة المدية*–، والبنك الوطني الجزائري *BNA*–وكالة المدية–، ومؤسسة البريد الجزائري بالمدية	0.069[a]	0.005	0.069	0.402	0.690

المصدر: إعداد الطالبتين اعتمادا على مخرجات البرنامج الإحصائي (Spss25)

يوضح الجدول أعلاه رقم(16) أثر ذو دلالة إحصائية للتحول الرقمي للخدمات المصرفية على زيادة مستوى استخدام وسائل الدفع الالكتروني في الجزائر في بنك الفلاحة والتنمية الريفية *BADR*-وكالة المدية-، والبنك الوطني الجزائري *BNA*-وكالة المدية-، ومؤسسة البريد الجزائري بالمدية، حيث أظهرت نتائج التحليل الإحصائي ما يلي:

-قيمة معامل الارتباط R= **0.069[a]** بين التحول الرقمي للخدمات المصرفية ومستوى استخدام وسائل الدفع الإلكتروني في بنك الفلاحة والتنمية الريفية *BADR-وكالة المدية-*، والبنك الوطني الجزائري *BNA*-وكالة المدية-، ومؤسسة البريد الجزائري بالمدية، ومنه يتضح أن العلاقة الطردية بين المتغيرين بالارتباط طردي قوي.

-وبلغ معامل التحديد R^2=**0.005** أي أن ما قيمة **0.5%** من التغيرات في مستوى استخدام وسائل الدفع الإلكتروني في بنك الفلاحة والتنمية الريفية *BADR-وكالة المدية-*، والبنك الوطني الجزائري *BNA*-وكالة المدية-، ومؤسسة البريد الجزائري بالمدية، ناتجة عن التحول الرقمي للخدمات المصرفية.

كما بلغت قيمة معامل الانحدار **B=0.069** وهذا يعني زيادة بدرجة واحدة في التحول الرقمي للخدمات المصرفية يؤدي إلى زيادة في مستوى استخدام وسائل الدفع الإلكتروني في بنك الفلاحة والتنمية الريفية *BADR-وكالة المدية-*، وبنك الوطني الجزائري *BNA*-وكالة المدية-، ومؤسسة البريد الجزائري بالمدية، بقيمة **0.069[a]**.

كما بلغت قيمة **T** المحسوبة **0.402** عند مستوى معنوية **0.690** وهي دالة أكبر من مستوى معنوية **0.05** ومنه نرفض الفرضية الصفرية ونقبل الفرضية البديلة التي تنصعلى أنه يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للتحول الرقمي للخدمات المصرفية على زيادة مستوى استخدام الدفع الإلكتروني في بنك الفلاحة والتنمية الريفية *BADR-وكالة المدية-*، وبنك الوطني الجزائري *BNA*-وكالة المدية-، ومؤسسة البريد الجزائري بالمدية، عند مستوى الدلالة 0.05.

معادلة خط الانحدار البسيط للدراسة:

$$Y = 3.431X + 0.063$$

حيث:

X: التحول الرقمي للخدمات المصرفية في بنك الفلاحة والتنمية الريفية *BADR* -*وكالة المدية*-، والبنك الوطني الجزائري *BNA*-وكالة المدية-، ومؤسسة البريد الجزائري بالمدية.

Y: مستوى استخدام الدفع الإلكتروني في مصرف الفلاحة والتنمية الريفية *BADR*-*وكالة المدية*-، ومصرف الوطني الجزائري *BNA*-وكالة المدية-، ومؤسسة البريد الجزائري بالمدية.

وبالتالي: نستنتج أنه كلما زاد التحول الرقمي للخدمات المصرفية ب 3.431 يزيد مستوى استخدام الدفع الإلكتروني بوحدة واحدة.

المطلب الرابع: تحليل نتائج الدراسة

من خلال دراستنا الإحصائية توصلنا إلى النتائج التالية:

أولا: تقديرات موظفي بنك الفلاحة والتنمية الريفية *BADR*-وكالة المدية-، والبنك الوطني الجزائري *BNA*-وكالة المدية-، ومؤسسة البريد الجزائري بالمدية لعبارات التحول الرقمي للخدمات المصرفية جاءت بدرجة عالية.

ثانيا: تقديرات موظفي بنك الفلاحة والتنمية الريفية *BADR*-وكالة المدية-، والبنك الوطني الجزائري *BNA*-وكالة المدية-، ومؤسسة البريد الجزائري بالمدية لعبارات مستوى استخدام الدفع الإلكتروني جاءت بدرجة عالية.

ثالثا: وجود أثر ذو دلالة إحصائية للتحول الرقمي للخدمات المصرفية على مستوى استخدام وسائل الدفع الإلكتروني في بنك الفلاحة والتنمية الريفية *BADR*-وكالة المدية-، والبنك الوطني الجزائري *BNA*-وكالة المدية-والبريد الجزائري بالمدية عند مستوى الدلالة 0.05.

خلاصة:

حاولنا من خلال هذا الفصل إجراء دراسة ميدانية في مصرف الفلاحة والتنمية الريفية $BADR$-وكالة المدية-، ومصرف الوطني الجزائري BNA-وكالة المدية-، ومؤسسة البريد الجزائري بالمدية، لاتجاهات آراء الموظفين حول التحول الرقمي للخدمات المصرفية وأثرها في زيادة مستوى استخدام الدفع الإلكتروني بالبنكين ومؤسسة البريد، واستعملنا الاستبيان كأداة للدراسة شاملا بذلك محوري التحول الرقمي ومستوى استخدام الدفع الإلكتروني، إذ قمنا بتوزيعه وبعد استعادته وعرض البيانات المستخرجة من استمارة البحث حيث تحليلها بالاعتماد على مجموعة من الأساليب الإحصائية واستخلاص النتائج استنادا في مقياس ليكر الخماسي للوقوف على صحة الفرضيات والإجابة عن إشكالية الدراسة تأكدنا من صلاحه لإجراء الدراسة الميدانية من خلال اختبار الاتساق الداخلي واستخدام معامل ألفا كرومباخ لقياس ثباته.

الخاتمة

اتضح للطالبيتين من خلال هذه الدراسة أن المصارف تلعب دورا رياديا في تطوير خدماتها، فقد أصبح العالم يعيش فترة من التحولات الجذرية وفي ظل وجود ما يعرف بالتحول الرقمي وبروز التكنولوجيا الحديثة، مما سهل انتشار وسائل الدفع الإلكترونية، حيث ظهر مفهوم الدفع الإلكتروني على أنه مجموعة من الأدوات تمكن من تحويلات الأموال إلكترونيا بواسطة تقنيات رقمية دون الحاجة للتعامل مع العملات النقدية والورقية حيث لها مميزات عدة؛ إلا أنها لم تكن وسائل الدفع الإلكترونية مثالية كما توقع المصرفيون أن تكون فهي الأخرى أفرزت مشاكل، هذا بالإضافة إلى الجرائم الإلكترونية فهي لا تعطي أمان شبه كامل مثلما أرادت المصارف أن تقنع به عملائها.

حرصت الجزائر على مواكبة التطورات التكنولوجية في العمل المصرفي وسعيها نحو الصيرفة الإلكترونية، وشرعت في تقديم بعض وسائل الدفع الإلكترونية التي عملت جاهدة منذ سنوات على تعميمها على كامل التراب الوطني، وهي تحاول أن تساير هذه المستجدات التكنولوجية، رغم الجهود المبذولة إلا أننا لا نلاحظ أن الجزائريين يستقرون على النقود السائلة لانعدام الثقة الكبيرة في وسائل الدفع الإلكترونية.

اعتمادا على الإطار النظري في الفصل الأول والثاني من هذه الدراسة، يمكن القول إن نجاح المصارف في تدعيم وزيادة مستوى استخدام وسائل الدفع الإلكترونية يعد مرتكزا هاما تسعى لبلوغه في ظل هذا التحول الرقمي.

فيما يخص الجزء التطبيقي من الدراسة فقد درست الطالبتين أثر التحول الرقمي للخدمات المصرفي على زيادة مستوى استخدام الدفع الإلكتروني في المصارف الجزائرية وخاصة في بنك الفلاحة والتنمية الريفية *BADR*–وكالة المدية–، والبنك الوطني الجزائري *BNA*–وكالة المدية–، ومؤسسة البريد الجزائري بالمدية، من وجهة نظر موظفيهم من خلال استخدام مختلف الخدمات المصرفية.

أولا–نتائج اختبار الفرضيات:

1–اختبار الفرضية الأولى: يقصد بالتحول الرقمي توفير فرص الكفاءة والنمو وذلك باستخدام التكنولوجيا على رأسها الأنترنت حيث تم إثبات صحة الفرضية أي أن التحول الرقمي هو الانتقال من النظام التقليدي إلى النظام الرقمي قائم على تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في جميع مجالات العمل.

كما تبين أن التحول الرقمي للخدمات المصرفية في المصارف الجزائرية عامة وبنك الفلاحة والتنمية الريفية *BADR* –وكالة المدية–، والبنك الوطني الجزائري *BNA*، ومؤسسة البريد الجزائري بالمدية خاصة تعتبر ضعيفة مقارنة بالتطورات العالمية الحاصلة في هذا المجال.

2–إختبار الفرضية الثانية: يقصد بوسائل الدفع الإلكترونية أنها عملية تحويل ثمن سلعة أو خدمة بطريقة رقمية باستخدام أجهزة الكمبيوتر ومن أهم أنوها البطاقة المصرفية حيث تم إثبات صحة الفرضية أي أن وسائل الدفع الإلكترونية يقصد بها مجموعة الأدوات التي تمكن من تحويلات الأموال إلكترونيا بواسطة تقنيات رقمية دون الحاجة للتعامل مع العملات النقدية والورقية.

كما تبين لنا أن وسائل الدفع الإلكتروني في المصارف الجزائرية عامة وبنك الفلاحة والتنمية الريفية *BADR* –وكالة المدية–، والبنك الوطني الجزائري *BNA* بالمدية، ومؤسسة البريد الجزائري بالمدية خاصة تعتبر ضعيفة مقارنة بالمصارف الأجنبية من ناحية استخدامها.

3–إختبار الفرضية الثالثة: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للتحول الرقمي للخدمات المصرفية وأثره على زيادة مستوى استخدام الدفع الإلكتروني في الجزائر عند مستوى الدلالة 0.05 حيث تم إثبات صحة الفرضية فحسب ما توصلت له الطالبتين أنه يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للتحول الرقمي للخدمات المصرفية على زيادة مستوى استخدام الدفع الإلكتروني في بنك الفلاحة والتنمية الريفية *BADR* –وكالة المدية–، والبنك الوطني الجزائري *BNA*–وكالة المدية–، ومؤسسة البريد الجزائري بالمدية عند مستوى الدلالة 0.05.

يعتبر الموظف أن التحول الرقمي للخدمات المصرفية أنها مدى قدرة المصرف على تقيد خدمات مصرفية إلكترونية، فتقديم هذه الخدمات يعني زيادة مستوى استخدام وسائل الدفع الإلكترونية وبالتالي تحقيق أهداف المصرف.

ثانيا–نتائج الدراسة:

1–إن هدف المصارف من خلال الاهتمام بالتحول الرقمي للخدمات المصرفية هو تحقيق مستوى أكبر من التطورات الحاصلة في المصارف الأجنبية وزيادة مستوى استخدام الدفع الإلكتروني.

2–تسعى المصارف لتلبية حاجات ورغبات زبائنها المتغيرة باستمرار، من خلال عرضها المستمر لخدمات تواكب التطور الحاصل في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات.

3-التحول الرقمي للخدمات المصرفية هو قدرة المصرف على تعميم استخدام وسائل الدفع الإلكتروني وانتشارها في الوطن.

4-تولي المصارف بولاية المدية في تحسين خدماتها المصرفية وزيادة استخدام الدفع الإلكتروني لما لها من أهمية في تسهيل الخدمة على موظفيها.

5-تبين من خلال نتائج دراسة الاستبيان بنك الفلاحة والتنمية الريفية *BADR* –وكالة المدية–، والبنك الوطني الجزائري BNA –وكالة المدية–، ومؤسسة البريد الجزائري بالمدية، يتوفر على خدمات جيدة ومواكبة التطور الحاصل في البلد، وقد نالت رضا الموظفين كخدمة الصراف الآلي مثلا.

6-توصلنا إلى أن بنك الفلاحة والتنمية الريفية *BADR* –وكالة المدية–، والبنك الوطني الجزائري *BNA* –وكالة المدية–، ومؤسسة البريد الجزائري بالمدية يتوفر على تقنيات حديثة تعمل على تقديم خدمات مصرفية إلكترونية.

7-توصلنا إلى أن الاهتمام بالتحول الرقمي لنشاط المصرفي في بنك الفلاحة والتنمية الريفية *BADR* –وكالة المدية–، والبنك الوطني الجزائري *BNA* –وكالة المدية–، ومؤسسة البريد الجزائري بالمدية قد ساهم في تطوير الخدمات المصرفية وبالتالي زيادة مستوى استخدام الدفع الإلكتروني.

8-يؤثر التحول الرقمي للخدمات المصرفية بشكل ضعيف في زيادة مستوى استخدام الدفع الإلكتروني لبنك الفلاحة والتنمية الريفية *BADR* –وكالة المدية–، والبنك الوطني الجزائري *BNA* –وكالة المدية–، ومؤسسة البريد الجزائري بالمدية، بحيث كلما كانت الخدمات المصرفية المقدمة ذات جودة كلما زاد استخدام وسائل الدفع وزاد رضا الموظفين عليها.

ثالثا–الاقتراحات:

بناءا على النتائج المتوصل إليها، يمكننا تقديم بعض الاقتراحات التي تخص تحسين الخدمات المصرفية وبالتالي زيادة مستوى استخدام الدفع الإلكتروني، نوجزها فيما يلي:

1-تركيز المصارف الجزائرية على هدف زيادة جودة الخدمات المصرفية بدلا من هدف توفير هذه الخدمات المصرفية وفقط.

2-تحديث المصارف من ناحية إقناع الزبائن لكسب ثقتهم، وبالتالي زيادة استخدام وسائل الدفع الحديثة.

3-وضع إعلانات تعرف بالمصارف ونوع الخدمات المقدمة من طرفها.

4-استعمال أكثر للوسائل التكنولوجية والمعلوماتية الحديثة في مجال العمل المصرفي.

5-القيام بدورات تدريبية للموظفين لرفع مستواهم وإكسابهم المعارف والمهارات المطلوبة لتقديم الخدمات.

6-تحسين طرق الاستقبال ووضع حد للعلاقات الجافة مع الزبائن عن طريق اختيار الموظفين ذوي الكفاءات، خاصة موظفي الخطوط الأمامية الذين يتعاملون مباشرة مع الزبائن والقادرين على كسب رضاهم.

7-ضرورة استقبال الباحثين في المجال البنكي ومساعدتهم بالمعلومات لإكمال بحثهم والوصول إلى نتائج وحلول قد تساعد البنك في تطوره واستمرار نشاطه.

8-الأخذ باقتراحات الموظفين ومعالجة مشاكلهم بشكل فوري.

رابعا-آفاق الدراسة:

نتناول فيها بعض النقاط التي نراها جديرة لتكون أفاق بحث جديدة:

1-أثر جودة الخدمة المصرفية في زيادة استخدام الفع الإلكتروني للمصارف والمقارنة بين بنكين منها أو أكثر.

2-أثر التحول الرقمي في القطاع المصرفي.

3-تقييم وسائل الدفع في المصارف الجزائرية من منظور شامل.

قائمة المراجع

أولا-المراجع باللغة العربية:

- **الكتب:**

1-ثناء علي قباني ونادر شعبان السواح، النقود البلاستيكية وأثر المعاملات الإلكترونية على المراجعة الداخلية في البنوك التجارية، دار الجامعية، مصر، 2006.

2-خالد أحمد علي محمود، الخدمات المصرفية في البنوك الإسلامية، دار الفكر الجامعي، الطبعة الأولى، مصر، 2019.

3-خليل عبد القادر، الاقتصاد البنكي مدخل معاصر، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر،2017.

4-رحيم حسين، الاقتصاد المصرفي، دار بهاء الدين للنشر والتوزيع، الجزائر، 2009.

5-زاهر إبراهيم عاطف، إدارة العمليات النقدية والمالية، دار الراية للنشر والتوزيع، الأردن، 2008.

6-فؤاد قاسم الشعبي، المقاصة في المعاملات المصرفية، منشورات الحلبي الحقوقية، لبنان، 2008.

7-محمد الصيرفي، إدارة العمليات المصرفية العادية -غير العادية -الإلكترونية، دار الفجر، الطبعة الأولى، مصر، 2016.

8-محمود الكيلاني، الموسوعة التجارية: عمليات ما بين البنوك، المجلد الرابع، دار الثقافة والتوزيع، الأردن، 2008.

9-مراد فليون، القيادة التحويلية في تطوير مهارات الموظفين، مركز الكتاب الأكاديمي، الأردن، 2018.

10-مصطفى يوسف كافي، النقود والبنوك الإلكترونية، دار مؤسسة رسلان للطباعة والنشر والتوزيع، سوريا، 2011.

- **الأطروحات والمذكرات:**

1-أبن مبارك يمينة ونبو يمينة وداده فتيحة، دراسة الأنظمة الدفع الحديثة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة أدرار، مذكرة الماستر أكاديمي، جامعة أحمد دارية -الجزائر-، 2014-2015.

2-أحلام ثابت وفضيلة بن عبيد، دور العصرنة وسائل الدفع في تحسين فعالية البنوك الجزائرية، مذكرة ماستر أكاديمي، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد البشير الإبراهيمي -برج بوعريريج-، 2020-2021.

3-العاني إيمان، البنوك التجارية وتحديات التجارة الإلكترونية، مذكرة الماجستير، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة منتوري-قسنطينة-، 2006-2007.

4-بارش آسيا، وسائل الدفع الإلكترونية ومدى تطبيقها في الجزائر، مذكرة الماستر، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة العربي بن مهيدي -أم بواقي-، 2012-2013.

5-بالحبيب إلهام، وسائل الدفع الإلكترونية ودورها في تحسين أداء البنوك "دراسة حلة البنك الخارجي BEA -ورقلة-، شهادة الماستر أكاديمي، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة قاصدي مرباح - ورقلة-، 2015-2016.

6-بالخضر محمد مشاش عبد الرزاق، الصيرفة الإلكترونية والنظام المصرفي الجزائري الافاق والتحديات، مذكرة ماستر، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة العقيد أكلي محند اولحاج-البويرة-، 2018-2019.

7-بلحسن خولة، دور الصيرفة الإلكترونية في تحسين جودة الخدمات المصرفية، مذكرة ماستر، كلية العلوم الاقتصادية، جامعة محمد خيضر -بسكرة-، 2019-2020.

8-بلمهبول داود ومقران المهدي، التحول الرقمي للعمليات المصرفية كأداة لتحسين الأداء المالي في البنوك - دراسة حالة القطاع المصرفي الجزائري (2016-2020)، مذكرة ماستر، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، المركز الجامعي عبد الحفيظ بوالصوف -ميلة-،2021-2020.

9-بن برنو مصطفى، دور وسائل الدفع الإلكترونية وانعكاساتها على البنوك، مذكرة ماستر، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة عبد الحميد بن باديس -مستغانم-، 2017-2018.

10-بن عائشة سامية، الصيرفة الإلكترونية ودورها في تحسين الخدمة المصرفية، مذكرة ماستر، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير،2019-2020.

11-بوسكران مجيد وعزوف صفيان، تطوير وسائل الدفع الإلكترونية في البنوك الجزائرية، مذكرة الماستر، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة مولود معمري -تيزي وزو-، 2018.

12-بوعكوش حنان وزايدي شادية، حماية العلميات المصرفية في ظل تطور الصيرفة الالكترونية، مذكرة الماستر، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير،2018-2019.

13-بونفلة غلام وموالكية عيدة، واقع وسائل الدفع الإلكتروني في الجزائر-دراسة حالة البنوك الجزائرية-، مذكرة الماستر، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة 8 ماي 1945 –ڤالمة-، 2020-2021.

14-جحودي بسمة، الخدمات المصرفية الالكترونية ودورها في كسب ولاء الزبون دراسة ميدانية في بنك الخليج الجزائر –وكالة ڤالمة-، مذكرة الماستر، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة 8 ماي 1945، 2021-2022.

15-سعيد محمد سعيد البردويل، الخدمات المصرفية الإلكترونية المطبقة في البنوك الإسلامية وعلاقتها برضا العملاء –دراسة حالة البنوك الإسلامية في محافظات غزة-، مذكرة الماجستير، كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية، جامعة الأزهر –غزة-، 2015.

16-سلطاني خديجة، إحلال وسائل الدفع التقليدية بالوسائل الالكترونية دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية (BADR)-بوكالة بسكرة-، مذكرة الماستر، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد خيضر –بسكرة-، 2012-2013.

17-شيماء بن محسن وعفاف هباز، دور أنظمة الدفع الإلكترونية في تحسين أداء البنوك التجارية –دراسة حالة البنك الوطني الجزائري BNA وبنك الفلاحة والتنمية الريفية BADR وكالة ورڤلة للفترة 2015-2018، مذكرة ماستر أكاديمي، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة قاصدي رابح -ورڤلة-، 2018-2019.

18-طيبي جلال، الصيرفة الالكترونية في سياق القانون رقم 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية، مذكرة ماستر، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر –بسكرة-، 2020-2021.

19-عيسى لافي حسن الصمادي، المسؤولية القانونية للعمل المصرفي الإلكتروني في التشريع الأردني –التحويل المالي الإلكتروني-، أطروحة دكتوراه دولة في القانون الخاص، كلية الحقوق -بن عكنون-، جامعة الجزائر-1-، 2009-2010.

20-غضبان لخضر، الإطار القانوني لوسائل الدفع الإلكترونية، مذكرة الماستر، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة العربي بن مهيدي -أم البواقي-، 2013/2014.

21-فريدة قلقول، أهمية أنظمة الدفع الإلكترونية في المصارف دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية BADR –أم البواقي-، مذكرة الماستر، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة العربي بن مهيدي –أم البواقي-، 2012-2013.

22-فواطمية حمزة، مستقبل الدفع الإلكتروني في الجزائر، مذكرة ماستر، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة عبد الحميد بن باديس –مستغانم-،2017-2018.

23-لوصيف عمار، استراتيجيات نظام المدفوعات للقرن الحادي والعشرين مع الإشارة إلى التجربة الجزائرية، مذكرة الماجستير، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة منوري –قسنطينة-، 2008-2009.

24-مخرمش حاج محمد، بعنوان دور الصيرفة الالكترونية في تحقيق الميزة التنافسية للبنوك التجارية، مذكرة ماستر، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة قاصدي مرباح –ورقلة-، 2017-2018.

25-مفاتيح سليم، أثر التحول الرقمي على كفاءة وأداء القطاع البنكي، مذكرة ماستر، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد بوضياف –المسيلة-، 2021-2022.

26-مواردي سعيدة، الصيرفة الإلكترونية في الجزائر بين الواقع والمأمول –دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة أدرار-، مذكرة الماستر أكاديمي، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة أحمد دراية –أدرار-، 2018-2019.

27-نايلي إلهام، تطوير المنتوج المصرفي -دراسة حالة القرض الشعبي الجزائري-، مذكرة الماجستير، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة عبد الحميد مهري –قسنطينة-، 2007-2008.

28-نسيمة خنافرة، دور وسائل الدفع الإلكترونية في تحسين الخدمات المصرفية –دراسة حالة البنك الوطني الجزائري-، مذكرة ماستر، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة العربي بن مهيدي –أم البواقي، 2012-2013.

29-ياسمينة مصباحي، تحديث وعصرنة وسائل الدفع في المصارف العمومية الجزائرية -حالة البنك الخارجي الجزائري-، مذكرة ماستر أكاديمي، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة عبد الحميد بن باديس-مستغانم-، 2015-2016.

- **المجلات والدوريات:**

1-أديب قاسم شندي، الصيرفة الالكترونية انماطها وخيارات القبول والرفض، مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية الجامعة، العدد27، 2011.

2-ازمزد احمد كاظم بريس، تكنولوجيا التحول الرقمي وتأثيرها في تحسين الأداء الاستراتيجي للمصرف، المجلة العراقية للعلوم الإدارية، المجلد 16، العدد65، 2022.

3-أسماء مبارك وإبراهيم بكري، دور تطبيق التحول الرقمي في ترشيد تكاليف الخدمات المصرفية في البنوك التجارية المصرية، المجلة العلمية للدراسات والبحوث المالية والإدارية، المجلد 13، العدد02، 2022.

4-أم الخير قوق وحنان طهاري، المسؤولية المدنية الناشئة عن استخدام وسائل الدفع الالكتروني، مجلة العلوم القانونية والاجتماعية، المجلد 07، العدد 01، السنة مارس 2022.

5-بن عمر خالد ورزامة جيلالي، واقع الصيرفة الإلكترونية في الجزائر، مجلة بحوث اقتصادية عربية، العدد 80، 2019.

6-بوعافية الرشيد، دور النقود الإلكترونية في تطوير التجارة الإلكترونية، المجلة الجزائرية للاقتصاد والمالية، المجلد 07، العدد 02، 2014.

7-تخربين وليد وبوخرص أحمد أمين، واقع وأفاق التحول الرقمي لدى المصارف الإسلامية: دراسة حالة مصرف البلاد السعودي، مجلة مالك بن نبي للبحوث والدراسات، المجلد 04، العدد01، 2022.

8-ربيع زروالي ومهدي جابر، التحول الرقمي كألية لتفعيل عملية التغيير التنظيمي في البنوك التجارية، مجلة الأصيل للبحوث الاقتصادية والإدارية، المجلد 06، العدد1، أفريل2022.

9-سعاد سفر طبي وحسينة شرون، الإطار القانوني لأنظمة الدفع الإلكتروني، مجلة صوت القانون، المجلد 07، العدد 02، 2020.

10-شروق هادي عبد علي واردان حاتم خضير، التحول الرقمي للعمليات المصرفية كأداة لتطوير الأداء المالي الاستراتيجي لمصرف بغداد نموذجا، مجلة الإدارة والاقتصاد، الجامعة المستنصرية، العدد126، 2020.

11-شريفة هنية، الشيك الإلكتروني كوسيلة حديثة للوفاء، مجلة الحقوق والعلوم الإنسانية، المجلد 01، العدد 20، 2014.

12-طلق عوض الله السواط وياسر ساير الحربي، "أثر التحول الرقمي على كفاءة الأداء الأكاديمي"، المجلة العربية للنشر العلمي، العدد 43، 2022.

13-عماد الدين بركات وطيبي حورية، وسائل الدفع الإلكترونية ودورها في تفعيل التجارة الإلكترونية، مجلة القانون والتنمية المحلية، مخبر القانون والتنمية المحلية، المجلد 01، العدد 02، 2019.

14-مصطفى أحمد أمين، "التحول الرقمي في الجامعات المصرية كمتطلب لتحقيق مجتمع المعرفة"، مجلة الإدارة التربوية، العدد 19، 2018.

15-نعيمة مولفرعة، إحلال وسائل الدفع التقليدية بالإلكترونية، مجلة البحوث في الحقوق والعلوم السياسية، المجلد 05، العدد 13، 6 سبتمبر 2016.

16-وليد كامل محمدين كامل علام، التحول الرقمي وتأثيره على تعزيز الميزة التنافسية للخدمات المصرفية من وجهة نظر مسؤولي خدمة العملاء: دراسة ميدانية بالتطبيق على قطاع البنوك بجنوب الصعيد، المجلة العلمية للاقتصاد والتجارة، المجلد 52، العدد 01، 2021.

- **الملتقيات والمؤتمرات:**

1-بن قيدة مروان وبن يحي نسيمة، معوقات الدفع الإلكتروني في الجزائر في ظل جائحة كورونا، الدفع الإلكتروني في الجزائر: تحديات الحاضر ورهانات المستقبل، 2021/05/22، جامعة يحي فارس بالمدية.

2-بوزار خليفة، وسائل الدفع الإلكترونية: المفهوم، الخصائص والأهمية، الدفع الإلكتروني في الجزائر: تحديات الحاضر ورهانات المستقبل، 2021/05/22، جامعة يحي فارس بالمدية.

3-طاهير نادية، الدفع الإلكتروني في ظل جائحة كورونا -الجزائر نموذجا-، مجلة المنهل الاقتصادي، المجلد 04، العدد 02، 2021.

4-معزوز نشيدة وواكلي كلثوم، الدفع الإلكتروني لدعم التحول الرقمي لإدارة الضرائب، الدفع الإلكتروني في الجزائر: تحديات الحاضر ورهانات المستقبل، يوم 2021/05/22، جامعة يحي فارس بالمدية.

- **المواقع الإلكترونية:**

1-ماهر نبيل خير الدين، التحول الرقمي بالقطاع المصرفي، 29-07-2020، https//www.febgate.com/31395، 03-06-2023.

ثانيا-المراجع الأجنبية:

1-Ladjici dihia et Mazari meriem,**La modernisation des moyens de paiment ca BNA (agence DBK584),**Envue de l'obtention du deplome mater, Faculté de sciences Economique, connerciales et de sciences de Gestion,2020-2021, page 44.

قائمة الملاحق

الملحق رقم (1): الاستبيان



جامعة يحي فارس بالمدية

كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير

قسم العلوم الاقتصادية

استمارة استبيان

سيدي المحترم/ سيدتي المحترمة، السلام عليكم ورحمة الله وبركاته:

يقوم الباحث بإنجاز مذكرة تخرج تحت عنوان "**التحول الرقمي للخدمات المصرفية وأثره في زيادة مستوى استخدام الدفع الالكتروني في الجزائر**"، وللوصول إلى نتائج دقيقة للبحث قامت الطالبتان بتصميم هذا الاستبيان، لذا نأمل في تعاونكم بتعبئة هذا الاستبيان فضلا وليس أمرا، بكل موضوعية وحيادية حتى يؤدي الغرض المعد من أجله، ويساعدنا على الوصول إلى أثر التحول الرقمي للخدمات المصرفية في زيادة مستوى استخدام وسائل الدفع الحديثة، كما نعلمكم بأن هذا الاستبيان لا يحوي معلومات شخصية، ضمانا للحيادية وإبداء الرأي بحرية.

في الأخير تقبلوا أسمى عبارات التقدير والاحترام.

ملاحظة: يرجى بوضع إشارة (X) في المربع الذي يتفق مع رأيكم.

من إعداد الطالبتين:

- تشوكتش كوثر
- ترمول سارة

تحت إشراف الأستاذ:

-د. بن لكحل محمد أمين

الجزء الأول: بيانات عامة

1-السن:

أ-أقل من 30 سنة ☐ ب-من 30-39سنة ☐ ت-من 40-49 سنة ☐

ث-من 50سنة فأكثر ☐

2-المستوى التعليمي:

أ-ثانوي أو أقل ☐ ب-ليسانس ☐ ت-ماستر ☐

ث-دكتوراه ☐

3-المستوى الوظيفي:

أ-موظف ☐ ب-رئيس مصلحة ☐ ت-رئيس قسم ☐

ث-نائب مدير ☐ ج-مدير ☐

4-سنوات الخبرة:

أ-أقل من 5سنوات ☐ ب-من 6-9 سنوات ☐ ت-من10-14سنة ☐

ث-من 15سنة فأكثر ☐

5-عدد دورات التدريبية التي قمت بها فيما يخص المعاملات الالكترونية:

أ-دورة واحدة ☐ ب-دورتان ☐ ت-ثلاث دورات ☐ ث-أربع دورات ☐

ج-خمس دورات ☐

الجزء الثاني: التحول الرقمي والخدمات الرقمية

	التقنيات الرقمية وأثرها على الخدمات الرقمية (المتغير المستقل)	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
1	التحول الرقمي أدى لتوفير وقت وجهد العملاء لإتمام المعاملات					
2	التحول الرقمي ساهم في سرعة الاستجابة لشكاوى العملاء وسرعة حلها					
3	التحول الرقمي أدى لزيادة قيمة وحجم تعاملات العملاء مع البنك					
4	التحول الرقمي ساعد على زيادة المرونة الوقتية لإتمام العملاء معاملاتهم المصرفية.					
5	التقنيات الرقمية المستخدمة من البنك تحافظ على سرعة واستمرارية الاتصال مع العملاء					
6	التقنيات المصرفية المستخدمة من البنك تحافظ على خصوصية وسلامة بيانات العملاء					
7	التقنيات الرقمية المستخدمة من البنك توفر خدمات مصرفية إلكترونية كاملة					
8	التقنيات الرقمية المستخدمة من البنك عززت من الموقف التنافسي للبنك					
9	التقنيات الرقمية المستخدمة من البنك أدت إلى زيادة ربحية البنك					

الجزء الثالث: مستوى استخدام وسائل الدفع الإلكتروني

	استخدام وسائل الدفع الإلكتروني (المتغير التابع)	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
1	الموقع الإلكتروني للبنك موقع معلوماتي (يقدم معلومات عامة عن البنك وخدمات)					
2	البنك موقع إلكتروني على الأنترنيت يعمل على مدار 24 ساعة					
3	الموقع الإلكتروني للبنك يتمتع بنظم حماية كافية، مما يشعر العميل بالأمان					
4	سرعة استجابة البنك على استفسارات العملاء من خلال الأنترنيت					
5	يمكن الترويج للخدمات المصرفية الإلكترونية من خلال الموقع الإلكتروني					
6	تقديم تسهيلات ائتمانية من خلال البطاقات الإلكترونية ساعد البنك في جذب عملاء جدد					
7	تعد البطاقات الائتمانية من بين الخدمات الإلكترونية الأكثر استعمالا للزبائن					
8	البطاقات الإلكترونية تزيد من درجة الولاء بين العميل والبنك.					
9	البطاقات الإلكترونية تساهم في سهولة الاتصال بين الدائن والمدين.					
10	التنويع في البطاقات البنكية يساهم في جذب عملاء جدد والاحتفاظ بالعملاء الحاليين.					

11	أجهزة الصراف تقلل من طوابير الانتظار في البنك					
12	يساهم الانتشار الجغرافي للصراف الآلي في زيادة العملاء وتسهيل الخدمة لهم.					
13	يعمل الصراف الآلي من خلال اختصار المسافات الجغرافية ورفع الحواجز التقليدية على زيادة ثقة العملاء في البنك					
14	أجهزة الصراف الآلي تعمل باستمرار ولا تعاني من مشكل تكرر الأعطاب.					
15	يؤدي الصراف الآلي من خلال الخدمات المتنوعة إلى تحسين الخدمة البنكية.					
16	يستعمل البنك الهاتف النقال كأداة للتعريف بالخدمات البنكية والتسويق لمنتجاته الجديدة.					
17	الرسائل النصية القصيرةSMS تتيح تعزيز التواصل مع العملاء.					
18	يمكن للزبون الحصول على خدمات بنكية عن طريق الهاتف.					
19	تمكن الصيرفة الهاتفية للزبائن التخلص من الانتظار والتعامل مع البنك بشكل مباشر.					
20	يتم إرسال قائمة الحسابات والكشوفات لحساب العملاء من خلال الهاتف النقال					

شكرا لكم على حسن تعاونكم

الملحق رقم (2): نتائج اختبارا التوزيع الطبيعي لعينة الدراسة

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		الدفع_الالكتروني	التحول_الرقمي
Normal Parameters[a,b]	N	36	36
	Mean	3.6903	4.1142
	Std. Deviation	.41504	.45191
Most Extreme Differences	Absolute	.182	.108
	Positive	.182	.108
	Negative	-.091	-.084
Kolmogorov-Smirnov Z		1.094	.646
Asymp. Sig. (2-tailed)		.182	.799

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

ملحق رقم (3): نتائج اختبار ثبات محاور الاستبيان

الجزء (1): نتائج ثبات لمحور التحول الرقمي والخدمات الرقمية

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,781	9

الجزء (2): نتائج ثبات لمحور مستوى استخدام الدفع الإلكتروني

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.824	20

الجزء (3): نتيجة ثبات الاستبيان ككل

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,809	29

ملحق رقم(4): نتائج اختبار الاتساق الداخلي بين العبارات ومحور التحول الرقمي والخدمات الرقمية

Corrélations

		التحول_الرقمي
التحول الرقمي أدى لتوفير وقت وجهد العملاء لإتمام المعاملات	Corrélation de Pearson	,593
	Sig. (unilatérale)	,000
	N	36
التحول الرقمي ساهم في سرعة الاستجابة لشكاوى العملاء وسرعة حلها	Corrélation de Pearson	,390
	Sig. (unilatérale)	,009
	N	36
التحول الرقمي أدى لزيادة قيمة وحجم تعاملات العملاء مع البنك	Corrélation de Pearson	,594*
	Sig. (unilatérale)	,000
	N	36
التحول الرقمي ساعد على زيادة المرونة الوقتية لإتمام العملاء معاملاتهم المصرفية	Corrélation de Pearson	,812**
	Sig. (unilatérale)	,000
	N	36
التقنيات الرقمية المستخدمة من البنك تحافظ على سرعة واستمرارية الاتصال مع العملاء	Corrélation de Pearson	,838**
	Sig. (unilatérale)	,000
	N	36
التقنيات المصرفية المستخدمة من البنك تحافظ على خصوصية وسلامة بيانات العملاء	Corrélation de Pearson	,604
	Sig. (unilatérale)	,000
	N	36
التقنيات الرقمية المستخدمة من البنك توفر خدمات مصرفية إلكترونية كاملة	Corrélation de Pearson	,634
	Sig. (unilatérale)	,000

	N	36
	Corrélation de Pearson	,688*
التقنيات الرقمية المستخدمة من البنك عززت من الموقف التنافسي للبنك	Sig. (unilatérale)	,000
	N	36
	Corrélation de Pearson	,660*
التقنيات الرقمية المستخدمة من البنك أدت إلى زيادة ربحية البنك	Sig. (unilatérale)	,000
	N	36
	Corrélation de Pearson	1**
التحول_الرقمي	Sig. (unilatérale)	
	N	36

ملحق رقم(5): نتائج اختبار الاتساق الداخلي بين العبارات ومحور مستوى استخدام الدفع الإلكتروني

Correlations

		الدفع_الال كتروني	يتم إرسال قائمة الحسابات والكشوفات لحساب العملاء من خلال الهاتف النقال	تمكن الصيرفة الهاتفية للزبائن التخلص من الانتظار والتعامل مع البنك بشكل مباشر.	الرسائل النصية القصيرة تتيح SMS تعزيز التواصل مع العملاء.	يستعمل البنك الهاتف النقال كأداة للتعريف بالخدمات البنكية والتسويق لمنتجاته الجديدة.	يمكن للزبون الحصول على خدمات بنكية عن طريق الهاتف.	يؤدي الصراف الآلي من خلال الخدمات المتنوعة إلى تحسين الخدمة البنكية.	أجهزة الصراف الآلي تعمل باستمرار ولا تعاني من مشكل تكرر الأعطاب.
الدفع_الالكتروني	Pearson Correlation	1	.702**	.527**	.693**	.588**	.773**	-.070	.538**
	Sig. (2-tailed)		.000	.001	.000	.000	.000	.685	.001
	N	36	36	36	36	36	36	36	36
يتم إرسال قائمة الحسابات والكشوفات لحساب العملاء من خلال الهاتف النقال	Pearson Correlation	.702**	1	.236	.259	.463**	.656**	-.137	.415*
	Sig. (2-tailed)	.000		.166	.127	.004	.000	.424	.012
	N	36	36	36	36	36	36	36	36
تمكن الصيرفة الهاتفية للزبائن التخلص من الانتظار والتعامل مع البنك بشكل مباشر.	Pearson Correlation	.527**	.236	1	.568**	.282	.388*	-.157	.208
	Sig. (2-tailed)	.001	.166		.000	.096	.019	.359	.223
	N	36	36	36	36	36	36	36	36
الرسائل النصية القصيرة تتيح SMS تعزيز التواصل مع العملاء.	Pearson Correlation	.693**	.259	.568**	1	.595**	.643**	-.122	.307
	Sig. (2-tailed)	.000	.127	.000		.000	.000	.478	.069
	N	36	36	36	36	36	36	36	36

يستعمل البنك الهاتف النقال كأداة للتعريف بالخدمات البنكية والتسويق لمنتجاته الجديدة.	Pearson Correlation	.588**	.463**	.282	.595**	1	.840**	-.118	.727**
	Sig. (2-tailed)	.000	.004	.096	.000		.000	.494	.000
	N	36	36	36	36	36	36	36	36
يمكن للزبون الحصول على خدمات بنكية عن طريق الهاتف.	Pearson Correlation	.773**	.656**	.388*	.643**	.840**	1	-.147	.565**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.019	.000	.000		.394	.000
	N	36	36	36	36	36	36	36	36
يؤدي الصراف الآلي من خلال الخدمات المتنوعة إلى تحسين الخدمة البنكية.	Pearson Correlation	-.070	-.137	-.157	-.122	-.118	-.147	1	.140
	Sig. (2-tailed)	.685	.424	.359	.478	.494	.394		.417
	N	36	36	36	36	36	36	36	36
أجهزة الصراف الآلي تعمل باستمرار ولا تعاني من مشكل تكرر الأعطاب.	Pearson Correlation	.538**	.415*	.208	.307	.727**	.565**	.140	1
	Sig. (2-tailed)	.001	.012	.223	.069	.000	.000	.417	
	N	36	36	36	36	36	36	36	36
يعمل الصراف الآلي من خلال اختصار المسافات الجغرافية ورفع الحواجز التقليدية على زيادة ثقة العملاء في البنك	Pearson Correlation	.536**	.164	.153	.207	.281	.340*	.268	.393*
	Sig. (2-tailed)	.001	.339	.373	.226	.097	.042	.114	.018
	N	36	36	36	36	36	36	36	36
يساهم الانتشار الجغرافي للصراف الآلي في زيادة العملاء وتسهيل الخدمة لهم.	Pearson Correlation	.289	-.229	.554**	.323	.105	.190	.199	-.031
	Sig. (2-tailed)	.088	.179	.000	.054	.541	.266	.245	.858
	N	36	36	36	36	36	36	36	36
التنويع في البطاقات البنكية يساهم في	Pearson Correlation	.345*	.264	.068	.281	-.290	.006	-.314	-.437**

جذب عملاء جدد والاحتفاظ بالعملاء الحاليين.	Sig. (2-tailed)	.040	.120	.692	.097	.087	.974	.062	.008
	N	36	36	36	36	36	36	36	36
أجهزة الصراف تقلل من طوابير الانتظار في البنك	Pearson Correlation	.258	.075	.451**	.044	-.321	-.018	-.005	-.439**
	Sig. (2-tailed)	.129	.663	.006	.799	.057	.918	.978	.007
	N	36	36	36	36	36	36	36	36
البطاقات الإلكترونية تزيد من درجة الولاء بين العميل والبنك.	Pearson Correlation	.550**	.196	.608**	.421*	-.124	.086	-.060	-.143
	Sig. (2-tailed)	.001	.253	.000	.011	.470	.619	.727	.404
	N	36	36	36	36	36	36	36	36
البطاقات الإلكترونية تساهم في سهولة الاتصال بين الدائن والمدين.	Pearson Correlation	.435**	-.132	.543**	.467**	-.160	-.047	-.002	-.093
	Sig. (2-tailed)	.008	.441	.001	.004	.352	.786	.990	.590
	N	36	36	36	36	36	36	36	36
تقديم تسهيلات ائتمانية من خلال البطاقات الإلكترونية ساعد البنك فى جذب عملاء جدد	Pearson Correlation	.420*	.473**	-.314	.037	.160	.270	-.114	.135
	Sig. (2-tailed)	.011	.004	.062	.831	.351	.111	.509	.432
	N	36	36	36	36	36	36	36	36
تعد البطاقات الائتمانية من بين الخدمات الإلكترونية الأكثر استعمالا للزبائن	Pearson Correlation	.184	.233	.053	-.076	-.190	-.249	-.219	.056
	Sig. (2-tailed)	.283	.171	.758	.658	.268	.143	.199	.746
	N	36	36	36	36	36	36	36	36
يمكن الترويج للخدمات المصرفية الإلكترونية من خلال الموقع الإلكتروني.	Pearson Correlation	.628**	.669**	.254	.261	.208	.446**	-.362*	.325
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.135	.125	.224	.006	.030	.053

	N	36	36	36	36	36	36	36	36
سرعة استجابة البنك على استفسارات العملاء من خلال الأنترنيت	Pearson Correlation	.695**	.632**	.156	.591**	.712**	.794**	-.086	.586**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.365	.000	.000	.000	.617	.000
	N	36	36	36	36	36	36	36	36
الموقع الإلكتروني للبنك يتمتع بنظم حماية كافية، مما يشعر العميل بالأمان.	Pearson Correlation	.531**	.554**	-.209	.123	.268	.427**	.116	.345*
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.222	.475	.115	.009	.502	.039
	N	36	36	36	36	36	36	36	36
الموقع الإلكتروني للبنك موقع معلوماتي (يقدم معلومات عامة عن البنك وخدماته).	Pearson Correlation	.157	-.195	.331*	.307	-.333*	-.125	-.034	-.292
	Sig. (2-tailed)	.361	.255	.049	.069	.047	.468	.845	.084
	N	36	36	36	36	36	36	36	36
البنك موقع إلكتروني على الأنترنيت يعمل على مدار 24 ساعة.	Pearson Correlation	.735**	.652**	.128	.376*	.649**	.739**	-.076	.702**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.457	.024	.000	.000	.661	.000
	N	36	36	36	36	36	36	36	36

ملحق رقم(6): نتائج التحليل الوصفي للمتغيرات الشخصية

السن

		Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	أقل من30 سنة	5	13,9	13,9	13,9
	من 30 إلى 39 سنة	14	38,9	38,9	52,8
	من40 إلى 49سنة	12	33,3	33,3	86,1
	سنة فأكثر 50	5	13,9	13,9	100,0
	Total	36	100,0	100,0	

مؤهل

		Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	ثانوي أو أقل	6	16,7	16,7	16,7
	ليسانس	19	52,8	52,8	69,4
	ماستر	11	30,6	30,6	100,0
	Total	36	100,0	100,0	

مستوى

		Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	موظف	24	66,7	66,7	66,7
	رئيس مصلحة	4	11,1	11,1	77,8
	رئيس قسم	5	13,9	13,9	91,7
	نائب مدير	2	5,6	5,6	97,2
	مدير	1	2,8	2,8	100,0
	Total	36	100,0	100,0	

خبرة

		Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	أقل من 5 سنوات	7	19,4	19,4	19,4
	من 6 الى 9سنوات	10	27,8	27,8	47,2
	من 10إلى 14 سنة	10	27,8	27,8	75,0
	من 15 سنة فأكثر	9	25,0	25,0	100,0
	Total	36	100,0	100,0	

دورات

		Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	دورة واحدة	23	63,9	63,9	63,9
	دورتان	5	13,9	13,9	77,8
	ثلاث دورات	3	8,3	8,3	86,1
	حمس دورات	5	13,9	13,9	100,0
	Total	36	100,0	100,0	

ملحق رقم(7): نتائج التحليل الوصفي لمحور التحول الرقمي والخدمات الرقمية ومحور مستوى استخدام الدفع الإلكتروني

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
التحول الرقمي أدى لتوفير وقت وجهد العملاء لإتمام المعاملات	36	3.00	5.00	4.3056	.62425
التحول الرقمي ساهم في سرعة الاستجابة لشكاوى العملاء وسرعة حلها	36	1.00	5.00	4.1667	.69693
التحول الرقمى أدى لزيادة قيمة وحجم تعاملات العملاء مع البنك	36	4.00	5.00	4.2500	.43916
التحول الرقمي ساعد على زيادة المرونة الوقتية لإتمام العملاء معاملاتهم المصرفية	36	3.00	5.00	4.2500	.60356
التقنيات الرقمية المستخدمة من البنك تحافظ على سرعة واستمرارية الاتصال مع العملاء	36	4.00	5.00	4.3056	.46718
التقنيات المصرفية المستخدمة من البنك تحافظ على خصوصية وسلامة بيانات العملاء	36	3.00	5.00	4.3611	.68255
التقنيات الرقمية المستخدمة من البنك توفر خدمات مصرفية إلكترونية كاملة	36	2.00	5.00	4.1667	.56061
التقنيات الرقمية المستخدمة من البنك عززت من الموقف التنافسي للبنك	36	4.00	5.00	4.2500	.43916
التقنيات الرقمية المستخدمة من البنك أدت إلى زيادة ربحية البنك	36	4.00	5.00	4.2778	.45426
الموقع الإلكتروني للبنك موقع معلوماتي (يقدم معلومات عامة عن البنك وخدماته).	36	2	5	4.08	.649
البنك موقع إلكتروني على الأنترنيت يعمل على مدار 24 ساعة.	36	2	5	3.31	1.064
الموقع الإلكتروني للبنك يتمتع بنظم حماية كافية، مما يشعر العميل بالأمان.	36	3	5	3.89	.708

سرعة استجابة البنك على استفسارات العملاء من خلال الأنترنيت	36	2	5	3.11	.950
يمكن الترويج للخدمات المصرفية الإلكترونية من خلال الموقع الإلكتروني.	36	2	5	3.50	.655
تقديم تسهيلات ائتمانية من خلال البطاقات الإلكترونية ساعد البنك في جذب عملاء جدد	36	2	5	4.00	.926
تعد البطاقات الائتمانية من بين الخدمات الإلكترونية الأكثر استعمالا للزبائن	36	2	5	3.67	1.042
البطاقات الإلكترونية تزيد من درجة الولاء بين العميل والبنك.	36	2	5	3.94	.630
البطاقات الإلكترونية تساهم في سهولة الاتصال بين الدائن والمدين.	36	2	5	3.81	.710
التنويع في البطاقات البنكية يساهم في جذب عملاء جدد والاحتفاظ بالعملاء الحاليين.	36	2	5	4.17	.811
أجهزة الصراف تقلل من طوابير الانتظار في البنك	36	2	5	4.42	.906
يساهم الانتشار الجغرافي للصراف الآلي في زيادة العملاء وتسهيل الخدمة لهم.	36	2	5	4.31	.920
يعمل الصراف الآلي من خلال اختصار المسافات الجغرافية ورفع الحواجز التقليدية على زيادة ثقة العملاء في البنك	36	3	5	4.28	.513
أجهزة الصراف الآلي تعمل باستمرار ولا تعاني من مشكل تكرر الأعطاب.	36	2	5	3.19	1.142
يؤدي الصراف الآلي من خلال الخدمات المتنوعة إلى تحسين الخدمة البنكية.	36	3	5	4.14	.543
يستعمل البنك الهاتف النقال كأداة للتعريف بالخدمات البنكية والتسويق لمنتجاته الجديدة.	36	1	5	2.92	1.156
تتيح SMS الرسائل النصية القصيرة تعزيز التواصل مع العملاء.	36	2	5	3.39	.838
يمكن للزبون الحصول على خدمات بنكية عن طريق الهاتف.	36	2	5	2.97	1.028

تمكن الصيرفة الهاتفية للزبائن التخلص من الانتظار والتعامل مع البنك بشكل مباشر.	36	2	5	3.61	.688
يتم إرسال قائمة الحسابات والكشوفات لحساب العملاء من خلال الهاتف النقال	36	2	5	3.11	.979
التحول_الرقمي	36	3.33	5.00	4.1142	.45191
الدفع_الالكتروني	36	2.70	4.85	3.6903	.41504
Valid N (listwise)	36				

ملحق رقم (8): نتائج تحليل اختبار الانحدار البسيط بين التحول الرقمي للخدمات المصرفية ومستوى استخدام الدفع الإلكتروني

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.069[a]	.005	-.025	.42011

a. Predictors: (Constant), التحول_الرقمي

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	.028	1	.028	.161	.690[b]
	Residual	6.001	34	.176		
	Total	6.029	35			

a. Dependent Variable: الدفع_الالكتروني

b. Predictors: (Constant), التحول_الرقمي

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.431	.650		5.276	.000
	التحول_الرقمي	.063	.157	.069	.402	.690

a. Dependent Variable: الدفع_الالكتروني

الملحق رقم (9): يوضح شكل الموزع الآلي



الملحق رقم (10): كيفية إدخال البطاقة في آلة الموزع الآلي للأوراق



الملحق رقم(11): يوضح الشباك الأوتوماتيكي للأوراق



Ladjici dihia et Mazari meriem, **La modernisation des moyens de paiment ca BNA (agence DBK584),** Envue de l'obtention du deplome mater, Faculté de sciences Economique, commerciales et de sciences de Gestion, 2020-2021, page 44.

الملحق رقم(12): شكل يوضح نقاط البيع الإلكترونية

