



جامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم
كلية العلوم الاقتصادية، التجارية وعلوم التسيير
قسم العلوم الاقتصادية



شعبة : علوم إقتصادية

التخصص: سنة ثانية ماستر إقتصاد نقدي وبنكي

مذكرة تخرج مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر أكاديمي

عنوان المذكرة

الصيرفة الإلكترونية ودورها في تحسين جودة الخدمات البنكية

بإشراف الاستاذ:

أ. رمضان محمد

من إعداد الطلبة :

- كراش مريم

- قايدي فضيلة

لجنة المناقشة

<u>الاسم واللقب</u>	<u>الرتبة</u>	<u>الجامعة</u>	<u>الصفة</u>
أ.وهراني مجدوب	أستاذ محاضر "ب"	مستغانم	رئيساً
د.رمضاني محمد	أستاذ محاضر	مستغانم	مشرفاً ومقرراً
أشهبدة عبد الله	أستاذ مساعد "أ"	مستغانم	مناقشاً

السنة الجامعية: 2022-2023

شكر و عرفان

بسم الله الرحمن الرحيم الصلاة والسلام على الحبيب المصطفى وخير سلام على أصحابه الشرفاء

اما بعد.....

أوصانا عزوجل بعدم التكبر والشكر على كل شيء فقال : " لئن شكرتم لأزيدنكم "

لهذا أتقدم بالشكر الجزيل أولاً لله الطي أتم علينا نعمة تاج على رؤوس الأصحاء ألا وهي الصحة

والقدرة لنصل إلى هذه الدرجة من الدراسة وزرع فينا حب العلم والتعلم.

لهذا نتوجه بعد الله بالشكر إلى أسرتنا الكريمة التي كانت لنا السند والقوة في مسيرتنا الدراسية .

ونتقدم بالشكر الجزيل إلى الأستاذ المشرف : " محمد رمضاني " على النصائح والتوجيهات التي قدمنا لنا

وإنتقاداته البناءة فكان لنا عون في إعداد هذه المذكرة.

كما نتقدم بالشكر الجزيل والعرفان لكل من ساعدنا إلى كل الذين ساهموا من قريب أو من بعد في

إنارة دربنا ومتوازن الدراسي

.قايدي فضيلة - كراش مريم

الإهداء

بسم الله الرحمن الرحيم وكفى والصلاة والسلام على النبي المصطفى الحمد لله الذي
بنعمته

تتمّ الصالحات وبعونه تتمّ الأعمال وبنوره تنور القلوب .

الحمد لله الذي أرشدنا وهدانا إلى طريق المعرفة وفقنا لإتمام هذا العمل فلك الحمد ولك
الشكر.

أهدي هذا العمل إلى من كانت معنى الحب والتفاني إلى التي كان دعائها سر نجاتي أمي

الغالية. "بورشية عائشة" أطال الله عمرها وألبسها ثوب الصحة والعافية.

إلى الذي غرسه في نفسي حب الطموح والإجتهاد ولم يبخل عليّ بجهدته وماله طوال سنوات

دراستي "كراش منصور" أطال الله في عمره ، إلى جميع إخوتي وأخواتي كلّ واحد

بإسمه أدامهم الله لي، إلى الأهل والأقارب الذي تتسع لهم ذاكرتي ولا تتسع لهم مذكرتي وإلى

زميلاتي في الدراسة وزملائي فلا أنسى أساتذتي الذين وقفوا عليا واجتهدوا معنا وعلى

رأسهم أستاذي العزيز المؤطر رمضان محمد

كراش مريم

الإهداء

الحمد لله الذي بنعمته تتم الصالحات

بعد مسيرة دراسية حملت في طياتها الكثير من الصعوبات والمشقة اليوم نقطف ثمارها
والحمد لله ، أهدي تخرجي إلى أملي في الحياة وقرّة عيني وسر نجاحي أهديه إلى تلك المرأة
العظيمة التي ربّت وعلمت لظالما نظرت لها لا تستمدّ منها قوتي لإكمال مسيرتي إلى " أمّي
الغالية" أطل الله في عمرها

أهدي تخرجي إلى من علمني أنّ النجاح لا يأتي إلا بالصبر والإصرار "أبي" وإلى من علّموني
كيف أمسك القلم وكيف أخطّ الكلمات بلا ندم إلى من قاسموني العقبات وأخذ وببيدي
لتخطي كل تلك العثرات إلى إخوتي "رشيد" و"ناصر"

وإليك يا من صنعتي في حياتي العزيمة والإصرار صديقتي وأختي في الله "زحاف خيرة" ولن
أنسى بذكري إختي آمال وإلى الغالية أختي سهيلة ووالدهما " بن يطو الحاج" الذي كان لي
بمثابة الأب والسند أطل الله في عمره.

وإلى من تخلو بالإخاء وتميزوا بالوفاء والعطاء إلى كل من مدّ ليا يد العون إلى صديقاتي
وزميلاتي في الدراسة إلى كل طالبة السنة الثانية ماستر إقتصاد نقدي وبنكي إلى الذين
أحببتهم واحترمتهم وحملت لهم في قلبي ذكرى جميلة لا تنسى

إلى كل الذين لم تسعهم ورقتي ووسعهم قلبي.

قايدي فضيلة

الموضوع	الصفحة
الشكر والعرفان	-
إهداء	-
إهداء	-

-	الفصل الثاني : جودة الخدمات البنكية وتوجهها نحو الحداثة
18.	تمهيد المحتويات
19	المبحث الأول: جودة الخدمات البنكية قائمة الأشكال
19	المطلب الأول: مفهوم جودة الخدمة البنكية
21	المقدمة المطلب الثاني: أبعاد جودة الخدمة البنكية
23	موضوع المذكرة: الصيرفة الإلكترونية و دورها في تحسين جودة الخدمات البنكية المطلب الأول: مسنويات جودة الخدمات الإلكترونية ومجالات تقديمها
24	المطلب الثاني أول: الأبعاد الأساسية لجودة الصيرفة الإلكترونية
24	المطلب الأول: مفهوم الخدمة
25	المطلب الثاني أول: مفهوم الخدمة البنكية الإلكترونية
26	المطلب الأول: مناهج أنواع الخدمة البنكية الإلكترونية المطلب الأول: مناهج تعريف الصيرفة الإلكترونية
31	المبحث الثالث : حدود الخدمة البنكية وأثرها على الأداء البنكي المطلب الثاني : دوافع ظهور الصيرفة الإلكترونية
31	المطلب الأول: العلاقة بين جودة الخدمة والأعمال البنكية الإلكترونية المطلب الثالث: مميزات وعيوب الصيرفة الإلكترونية
07	المبحث الثاني : خدمات الصيرفة الإلكترونية
08	المطلب الأول: خصائص الصيرفة الإلكترونية
09	المطلب الثاني : أشكال الصيرفة الإلكترونية
10	المطلب الثالث : أهداف الصيرفة الإلكترونية
10	المبحث الثالث : العوامل المؤثرة في العمل المصرفي ومعوقاته
10	المطلب الأول : تحديات ومعوقات الصيرفة الإلكترونية
13	المطلب الثاني : أساليب الصيرفة الإلكترونية
14	المطلب الثالث : عوامل نجاح الصيرفة الإلكترونية
15	خلاصة الفصل الأول

32	المطلب الثاني : أثر الصيرفة الإلكترونية على سلوك العملاء وأداء البنوك
35	المطلب الثالث : مختلف أدوات قياس جودة الخدمات على الإنترنت
37	خلاصة الفصل الثاني
-	الفصل الثالث : دراسة تطبيقية لعينة وكالة مستغانم
39	تمهيد
40	المبحث الأول : تقديم المؤسسة البنكية محل الدراسة
40	المطلب الأول : تعريف بنك الفلاحة والتنمية الريفية ونشأته
43	المطلب الثاني : الهيكل التنظيمي لبنك الفلاحة والتنمية الريفية ومهامه
48	المطلب الثالث : الخدمات الإلكترونية التي يقدمها بنك الفلاحة والتنمية الريفية
52	المبحث الثاني : عينة الدراسة التطبيقية وأدوات تحليل البيانات
52	المطلب الأول : تصميم الدراسة التطبيقية
53	المطلب الثاني : أدوات التحليل الإحصائي لبيانات الإستبيان
54	المطلب الثالث : إختبار صدق وثبات أداة الدراسة
54	المبحث الثالث : المعالجة الإحصائية لبيانات الإستبيان
54	المطلب الأول : عرض ومناقشة النتائج
59	المطلب الثاني : إختبار وتحليل نتائج فرضيات الدراسة
68	المطلب الثالث : إختبار وتحليل نتائج الفرضيات الدراسة
69	خلاصة الفصل الثالث
71	خاتمة عامة
76	المصادر والمراجع
81	الملاحق
83	قائمة الإستبيان
88	ملخص المذكرة

قائمة الأشكال

الصفحة	عنوان الشكل	رقم الشكل
12	نموذج الصيرفة الإلكترونية ومميزات توظيفها في البنوك	01-01
19	مفهوم جودة الخدمة	01-02
21	مفهوم جودة الخدمة البنكية	02-02
22	الابعاد الثلاثة المذكورة (التقنية-الوظيفية- صورة الذهنية للمصرف)	03-02
28	دورة حياة الخدمة / المنتج	04-02
32	المحددات السلوكية للعميل البنكي عبر الأنترنت	05-02
34	نمذجة الثقة على شبكة الأنترنت	06-02

43	الهيكل التنظيمي لبنك الفلاحة والتنمية الريفية ومهامه	01-03
50	نموذج بدرنات Badr.net	02-03
51	نموذج تعليمات بدر Visio	03-03
57	يمثل نوع جنس العمال	04-03
58	يمثل عمر العمال	05-03
58	يمثل المستوى التعليمي	06-03
58	يمثل عدد سنوات الخبرة	07-03
60	أسئلة متعلقة بمقومات وعناصر خدمات بنكية	08-03
62	أسئلة متعلقة بإنتاج المعرفة في البنك	09-03
63	أسئلة متعلقة بعناصر مخاطر الخدمات البنكية	10-03
64	أسئلة متعلقة بتطوير الخدمات المصرفية	11-03
65	تطوير الخدمات المصرفية	12-03
66	أسئلة متعلقة بعناصر تكنولوجيا الإعلام والإتصال	13-03
68	علاقة بين الصيرفة الإلكترونية وجودة الخدمات البنكية	14-03

قائمة الجداول

الصفحة	عنوان الجدول	رقم الجدول
03	تطور الصيرفة الإلكترونية لدى الجهاز البنكي الجزائري	01-01
55	نتائج معاملات إثبات والصدق الذاتي للإستبيان المستخدم	01-03
56	توزيع عينة الدراسة حسب معلومات الشخصية	02-03
59	حساب مقياس ليكارت	03-03
59	حساب درجة الموافقة	04-03
60	أسئلة متعلقة بمقومات وعناصر خدمات بنكية	05-03

61	أسئلة متعلقة بإنتاج المعرفة في البنك	06-03
62	أسئلة متعلقة بعناصر مخاطر الخدمات البنكية الإلكترونية	07-03
63	أسئلة متعلقة بعناصر مخاطر الخدمات البنكية الإلكترونية	08-03
64	يمثل تطوير الخدمات المصرفية	09-03
65	أسئلة متعلقة بعناصر تكنولوجيا الإعلام والاتصال	10-03
66	علاقة بين الصيرفة الإلكترونية وجودة الخدمات البنكية	11-03
68	تأثير الصيرفة الإلكترونية في تحسين جودة الخدمات البنكية	12-03

مقدمة عامة

شهد العالم في السنوات الأخيرة ثورة تكنولوجية أدت إلى تطور مذهل و سريع في مجال الاتصالات والمعلوماتية، هذا التطور جعل عمليات الاتصال و نقل المعلومات أكثر سهولة و أقل تكلفة و مجهود، وبنفس الوقت أكثر دقة ووضوح و نظرا لأهمية تبادل المعلومات في جميع النواحي العملية فقد شكلت تقنيات الاتصال السابقة همزة وصل مهمة بين جميع الأنشطة والمجالات الاقتصادية حيث كانت هذه التقنيات عنصرا مساعدا للتقدم والتطور لتلك الأنشطة.

وبما أن القطاع المالي سريع التأثير والاستجابة للمتغيرات الخارجية ونظرا لحساسية الوقت وأهمية و الدقة في عمليات نقل الاموال و إتمام الدفعات فقد أدت هذه الثورة إلى ظهور تغييرات جوهرية في طبيعة هذا القطاع أسهمت في تغيير كل المفاهيم و الأساليب و الهياكل التقليدية ، و أوجدت مناخا و أوضاعا اقتصادية و سياسية و تكنولوجية مختلفة تماما عما كان سائدا في العقود السابقة، أصبحت غير مقيدة مكانيا و زمانيا.

و كذلك من بين القطاعات التي شهدت أو مست هذا التطور هو " القطاع الخدماتي" بصورة عامة و " القطاع المصرفي" بصورة خاصة شهد تسارعا خلال السنوات الأخيرة في مجال تطبيق التكنولوجيا الحديثة، فأصبح هناك احتياج الكبير لنوعية جديدة من البنوك الغير التقليدية مع تزايد العمليات التجارية الإلكترونية، فجاءت البنوك الالكترونية التي ساهمت و بشكل فعال في تقديم خدمات متنوعة وبتكاليف منخفضة ومختصرة الوقت والمكان، فهي بمعناها الواسع ليست مجرد فرع لبنك قائم يقدم خدمات مالية فحسب بل موقع ماليا تجاريا

اداريا و استشاريا شاملا له وجود مستقل يتم التعاقد معه للقيام بخدمات أو تسوية المعاملات أو اتمام الصفقات على المواقع الالكترونية وابتكار تقنيات حديثة تساهم في تحسين وتطوير الخدمات، فالبنوك تسعى دائما لتلبية رغبات الأفراد و زبائنها في وقت واحد و بأقل تكلفة و دون المشقة الانتقال من مكان إلى آخر، وكذلك تقديم خدمات حرة وتعزيز العلاقات بين عملائها وهنا نكون أمام مصطلح الصيرفة الالكترونية التي هي بمثابة مصدر رئيسي في معرفة مستوى الخدمات التركيبية المقدمة وتحقيق مكانة مرموقة من المؤسسات

المنافسة لها وانطلاقاً مما سبق يمكننا صياغة الإشكالية التالية ما مدى تأثير ودور الصيرفة الإلكترونية في تحسين جودة الخدمات البنكية.

معرفة مستوى الخدمات البنكية المقدمة وتحقيق مكانة مرموقة بين المؤسسات المنافسة لها ، وإنطلاقاً مما سبق يمكننا صياغة الإشكالية التالية :

- ما مدى تأثير الصيرفة الإلكترونية في تحسين جودة الخدمات البنكية.

- ولكي يتسنى لنا الإجابة على هذه الإشكالية نستعين ببعض التساؤلات الفرعية :

الأسئلة الفرعية :

1 - ما المقصود بالصيرفة الإلكترونية ؟

2-كيف تساهم الصيرفة الإلكترونية في جودة البنكية؟

3-فيما تتمثل الخدمات البنكية الإلكترونية التي يقدمها بنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة مستغانم.

بناءً على السؤال الرئيسي والاسئلة الفرعية حاولنا طرح الفرضيات التالية :

- تبني الصيرفة الإلكترونية العمليات البنكية من أهم العناصر التي تهتم بها البنوك لما تقدمه من إضافات عديدة.

- تحسين جودة وحجم الخدمات البنكية مرتبطاً إرتباطاً وثيقاً بتطبيق الصيرفة الإلكترونية.

2 - أسباب إختيار الموضوع :

- معرفة الدور الذي تلعبه الصيرفة الإلكترونية في التأثير على جودة الخدمات.
- الكشف عن أهمية نظام الدفع الإلكتروني وتحسين الخدمات البنكية.
- معرفة مدى الجودة التي حققها الصيرفة الإلكترونية الخدمات البنكية.
- مع هذه المذكرة مدخل ضمن إهتماماتنا الشخصية عظيمة ونظراً لتمامها مع تخصص الذي ندرسه.

3 - أهداف الدراسة :

- 1 - إبراز كيفية مساهمة الصيرفة الإلكترونية في تحسين جودة الخدمات البنكية.
- 2 - معرفة كيفية تقييم وسائل الدفع الحديثة وكيفية التعامل بها
- 3 - تحديد درجة الأهمية لكل بعد من أبعاد جودة الخدمات المصرفية.
- 4 - الوقوف على أهم الوسائل التي تتم بها التعاملات في بنك الفلاحة وتنمية الريفية.

5 - التعرف على خدمات الصيرفة الإلكترونية لبنك الفلاحة والتنمية الريفية.

4. أهمية الموضوع :

- الأهمية العلمية : تكمل الأهمية العلمية في كونه موضوعاً يلقي الضوء على الخدمات البنكية الإلكترونية.

- الأهمية العملية : تكمن في أنّ هذا البحث سوف يمكن من التعرف على مدى مساهمة الخدمات البنكية الإلكترونية في تحسين جودة الخدمات البنكية.

تستمد الدراسة أهميتها من الدور الذي تلعبه الصيرفة الإلكترونية ووسائل الدفع الحديثة في البنوك وضرورة استخدام التطور التكنولوجي الذي يغيردعامة التطور الاقتصادي فأصبح من الأهم إختيار التقنيات والوسائل والأنظمة التي تحقق للبنوك عوائد وارباح من جهة وتقلل وأرباح من جهة وتقلل تكاليفها وأخطائها من جهة أخرى.

5- حدود الدراسة :

يمكن تقييم حدود الدراسة إلى جزئية :

- حدود مكانية : ويتمثل الإطار المكاني للدراسة في التطرق إلى بنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة مستغانم 866 ، حيث أنّ لم تشمل جميع أنشطة البنك بل إقتصرت على الخدمات الإلكترونية التي يقدمها

- أما الإطار الزمني للدراسة : فتناول الفترة الممتدة من بداية 2023/01/23 إلى 2023/02/06.

6. المناهج المتبعة :

المنهج الوصفي : استخدام هذا الأخير لعرض الأبعاد المراد الوصول إليها من خلال التطرق إلى السطح النظري للبنوك ووسائل الدفع الإلكترونية ووصف ماهية المصطلحات المرتبطة بالبحث مثل الصيرفة الإلكترونية والخدمة الإلكترونية...إلخ.

المنهج التحليلي : تمّ استخدامه في الجانب التطبيقي لأنه يمكننا من تجزئة الظاهرة ودراستها ويمكن للباحث بصفة خاصة التعمق والإندماج في صلب الموضوع الامر الذي يوصله إلى تحليل مختلف الإحصائيات

والجداول والأشكال والإجابة على الأسئلة والإستفسارات الغامضة.

7. صعوبات الدراسة :

واجهتنا أثناء إعداد هذا البحث العديد من الصعوبات منها :

- نقص الخبرة المكتسبة من المناهج الدراسية.
- قلة المراجع المتخصصة في الموضوع بمكتبات الولاية أو خارجها.
- إحتواء الموضوع على العديد من المصطلحات التقنية وهو ما يلزم جهداً إضافياً من أجل فهمها وتبسيط للقارئ .
- صعوبة جمع المعلومات في الفصل التطبيقي من خلال الإستبانة

8. دراسات السابقة :

سلام عايدة " دور الصيرفة الإلكترونية في تحسين جودة الخدمات البنكية دراسة BADR.BNA.BEA بأم

البواقي ، "مذكرة تخرج ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر في العلوم الاقتصادية ، تخصص : نقدي وبنكي ،

جامعة العربي ين مهدي ، الجزائر 2018.2019. وقد توصل الباحث في دراسة النتائج التالية :

1.الصيرفة الإلكترونية نمط جديد في المجال البنكي يشهد إقبالاً متزايداً من طرف الأفراد والمنشآت لها العديد

من المميزات والفوائد لم تكن متوقّرة في الصيرفة التقليدية.

2.تقديم خدمات ذات جودة متميّزة يعني تطابق مستوى الجودة العملي مع المستوى المتوقع لدى العملاء.

3.تعمل الوكالات البنكية محل الدراسة على تحقيق السرعة والدقة في تقديم مختلف خدماتها .

4.ساعدت البنوك المدروسة على الحفاظ على أمن وسريّة المعلومات العملاء وكسب ثقتهم.

5.إعتماد الوكالات البنكية محل الدراسة على الصيرفة الإلكترونية وسعيها لتطوير القطاع المصرفي بإدخال

التكنولوجيات الحديثة.

6.تتميّز الوكالات البنكية محل الدراسة بدقة في حساباتها والحفاظ عليها وتقديم الخدمة في الأوقات والمواعيد.

2/رشيد بوعافية : " الصيرفة الإلكترونية والنظام المصرفي الجزائري الآفاق والتحدّيات ، مذكرة ماجستير في

العلوم الإقتصادية ، تخصص نقود مالية وبنوك ، جامعة البليدة 2005.

والإحاطة بمختلف جوانبها إذ توصلت هذه الدراسة إلى نتائج أهمها :

- إلى أنّ النظام المصرفي الجزائري لا يزال في مرحلة التطور المحافظ على استخدام الوسائل الحديثة أي أنّ

إعتماد الصيرفة الإلكترونية سوف يساهم في تطوير وتحديث النظام البنكي الجزائري وتجعله قادراً

على مواجهة تحديات العولمة وزيادة القدرة التنافسية.

إعتماد الصيرفة الإلكترونية يتطلب وجود بيئة إلكترونية تركز على تكنولوجيا المعلومات والاتصال في حين

وجه الاختلاف يكمن في محاولة هذه الدراسة الوقوف على أهمية الاعتماد على الصيرفة الإلكترونية من قبل

البنوك الجزائرية ودراسة مختلف انعكاساتها على الخدمة المصرفية المقدمة .

3/ فضيلة شيروف " أثر التسويق الإلكتروني على جودة الخدمات المصرفية ، دراسة حالة بعض البنوك

الجزائرية ، رسالة الماجستير في التسويق ، جامعة المنتوري 2010/2009 ، إذ توصلت هذه الدراسة إلى نتائج

والتي تمثلت في : تزايد الاهتمام بجودة الخدمات المصرفية الإلكترونية سواء بالنسبة للعميل ويعتبر أداة

فعالة للتحسين المستمر فتشابه هذه الدراسة من حيث دراسة كافة الخدمة المصرفية من خلال الأساليب

الحديثة الإلكترونية والحصول على الخدمات بأقلّ جهد وفي أسرع وقت لتحقيق الجودة غير أنّ أوجه

الإختلاف تكمن في محاولة هذه الأخيرة إبراز التسويق الإلكتروني كوسيلة لتحقيق الجودة في الخدمات

المصرفية ، أما هذا البحث يهدف إلى دراسة مدى تأثير الصيرفة الإلكترونية في تحسين جودة الخدمات

المصرفية .

9. هيكل الدراسة (تقسيمات الدراسة)

تمّ تقسيم هذه الدراسة إلى ثلاثة فصول جاءت على النحو التالي :

- الفصل الأول : ويتناول أساسيات الصيرفة الإلكترونية حيث تطرقنا فيه إلى مدخل الصيرفة الإلكترونية تمّ خدماتها وفي آخر الفصل إلى العوامل المؤثرة في العمل الصيرفي ومعوقاته .
- الفصل الثاني : والذي يشمل جودة الخدمات البنكية وتوجهها نحو الحداثة وذلك بالتطرق إلى جودة الخدمات البنكية في المبحث الأول وإلى الخدمات البنكية ، وفي المبحث الثاني وفي الآخر ندرس جودة الخدمة البنكية وأثرها على الأداء البنكي.
- الفصل الثالث : وهو عبارة عن دراسة ميدانية قمنا بها في بنك الفلاحة والتنمية الريفية ، المبحث الأول تقديم المؤسسة البنكية BADR محل الدراسة أما الثاني عينة الدراسة التطبيقية وأدوات تحليل البيانات. والمبحث الأخير خصصناه في المعالجة الإحصائية لبيانات الإستبيان.

**الفصل الأول : أساسيات
ومفاهيم الصيرفة الإلكترونية**

تمهيد :

لقد عرف عالم الأعمال المصرفية تحولاً نوعياً من أبعاد وأهداف إستراتيجيات المصارف في العقود الأخيرة وكان ذلك نتيجة منطوية لثورة التكنولوجيا الجديدة في الإعلام والإتصال وعودة الأسواق المالية والمصرفية وربما كان قطاع المصارف من أبرز القطاعات التي تتأثر بثورة المعلوماتية والإتصالات والتي تشكلت عاملاً مساعداً لنتيجة العمل المصرفي منذ أوائل السبعينيات وحتى اليوم ، حيث أصبح إستخدام التكنولوجيا حديثاً عنصراً ملازماً له لما توقّره من فعالية في العمل وسرعة الإنجاز ووفرة في المعلومات عن العملاء والأسواق والقدرة على تطوير المنتجات الجديدة وإيصالها إلى العملاء في أي مكان كان أو أي وقت أرادوا. سيتمّ خلال هذا الفصل التطرق إلى الصيرفة الإلكترونية أساسيات ومفاهيم من خلال ثلاث مباحث قسمت كما يلي :

المبحث الأول : مدخل الصيرفة الإلكترونية .

المبحث الثاني : خدمات الصيرفة الإلكترونية.

المبحث الثالث : العوامل المؤثرة في العمل المصرفي ومعوقاته.

المبحث الأول : مدخل الصيرفة الإسلامية

إنّ تطور رقمنة الإقتصاد أدى إلى إستخدام تكنولوجيا المعلومات والإتصال في المصارف إلى أحداث تغييرات جوهرية في نمط عرض الخدمة المصرفية حيث تنقلت البنوك من تقديم خدمات تقليدية إلى تقديم خدمات حديثة أطلق عليها الصيرفة الإلكترونية وذلك يتعرض مواكبة التطورات التكنولوجية الحاصلة والتحسين من نوعية الخدمة المصرفية المقدّمة.

المطلب الأول : نشأة وتعريف الصيرفة الإلكترونية

الفرع الأول : نشأة الصيرفة الإلكترونية¹

ظهرت الصيرفة الإلكترونية بظهور النقد الإلكتروني مع بداية الثمانينات ، حيث برز مفهوم Manétique الذي يعني تزواج النقد بالإلكترونيك. غير أنّ إستخدام البطاقات يدل النقد الإنمائي يرجع في الواقع إلى بدايات القرن الماضي في فرنسا (بطاقة إلكترونية تستخدم في الهاتف العمومي). وفي الوم.أ (بطاقة معدنية تستعمل تعريف الزبون على مستوى البريد ومع ذلك كان لابد من الإنتظار حتّى الخمسينيات حتّى ساهد العالم تحوّلاً في هذه البطاقات ، وفي عام 1958 م إصدرت (American Express) أول بطاقة بلاستيكية لتنتشر على نطاق واسع ثمّ قامت بعدها ثمانية مصارف بإصدار بطاقة (Bank American) عام 1968 لتتحول إلى شبكة (Visa) العالمية كما تمّ إصدار في نفس العام البطاقة الزرقاء (Carte Bleue) من طرف 06 بنوك فرنسية.

وفي نهاية السبعينيات وبفضل ثورة الإلكترونيات تمّ تزويد البطاقات بمسارات مغناطيسية (Pistes Magnetiques) في عدد من البلدان الصناعية حيث أصبحت البطاقة تحوي ذاكرة ويمكن تجزئة القيمة المخزنة فيها لإجراء عمليات الدفع ومنذ 1986 شرعت إتصالات فرنسا (Pranse Telecane) لتزويد غرف الهاتف العمومي بأجهزة قارئة لبطاقة الذاكرة ومع بداية التسعينات 1962 أصبحت كل البطاقات المصرفية (دفع أو سحب) في فرنسا برغوئية فهي تسمح بالتعريف على سلامة وعلى هوسه صاحبها وهو ما يعدّ

¹ فطيمة الزهراء بوعبد الله (2019-2020) دور الصيرفة الإلكترونية في تحسين جودة الخدمات البنكية" مذكرة ماستر ، جامعة محمد خيضر - بسكرة.

دعم كبير من العمليات التي تجري بها.¹

شهد العالم تطورات تكنولوجية في مجالي الإعلام والاتصال فقد فتحت امام القطاع البنكي العديد من الدول المتقدمة أسواق كبيرة ومتعددة فقد حققت البنوك من خلالها عائدات مالية ضخمة جراء اعتمادها أسلوب الصيرفة الإلكترونية وظلّ التوجه وظلّ التوجه الإلكتروني الجديد للنشاط البنكي في مختلف دول العالم قد أصبحت البنوك الجزائرية ملزمة بعصرنة خدماتها من خلال اعتماد أسس الصيرفة الإلكترونية ، وعلى رغم من الجهود المبذولة لنشر ثقافة الصيرفة الإلكترونية في الجزائر إلا أن وقع البنوك الجزائرية أثبتت تأكيداً كبيراً وبعداً واضحاً عن المعايير البنكية الدولي وقد ظلّت خدماتها تقليدية لا تواكب حداثة الخدمات البنكية المقدمّة لدى البنوك الناشطة في الدول المتقدمة ومر مشروع الصيرفة الإلكترونية في الجهاز البنكي الجزائري بخطوات بطيئة وعرف تأخراً كبيراً في تنفيذ أولى خطواته بالمقارنة مع البنوك العالمية فلم يتم بعثه إلا في بداية سنوات التسعينيات 1990 وعموماً لم يعتمد الجهاز البنكي الجزائري أسلوب الصيرفة الإلكترونية بشكل وإنما تمّ النشاط الإلكتروني بشكل مرحلي كما هو موضح في الجدول الآتي :

جدول رقم(01-01) تطور الصيرفة الإلكترونية لدى الجهاز البنكي الجزائري

تطورات الصيرفة الإلكترونية لدى المصرف الجزائري	
1990	ظهور أول بطاقة بنكية CPA (بطاقة السحب CASH) ²
1991	إدراج أو نظام مساعد للعمليات البنكية الخارجية ³ SWIFT
1992	إدراج البرامج المعلوماتية لفحص وتحليل عمليات الإئتمان والتجارة الخارجية
1993	تعميم برامج الإعلام الآلي على جميع العمليات البنكية
1994	بداية العمل ببطاقات السحب والتسديد دون إنتشارها في جميع الوكالات البنكية
1995	إنشاء شركة تأدية المعاملات المصرفية والنقدية المشتركة SATIM
1996	مساهمة SATIM بإنشاء شبكة نقدية إلكترونية مشتركة بين البنوك RMI

¹ عبد الغني ريوح ، نور الدين غردة ، المؤتمر الدولي العلمي " إصلاح النظام المصرفي الجزائري في ظلّ التطورات العالمية الراهنة" مداخلة بعنوان تطبيق أنظمة الصيرفة الإلكترونية في البنوك الجزائرية بين الواقع والآفاق ، كلية الحقوق والعلوم الإنسانية ، جامعة قاصدي مرباح ورقلة .

² شيؤوف فضيلة أثر التسويق الإلكتروني على جودة الخدمات المصرفية، دراسة حالة بعض البنوك في الجزائر ، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير بجامعة قسنطينة ، 2010، ص140

³ سليمان ناصر وأدم حديدي ، تأهيل النظام المصرفي الجزائري في ظلّ التطورات العالمية الراهنة أي دور البنك الجزائر ، المجلة الجزائرية للتنمية الإقتصادية ، جامعة قاصدي مرباح ، ورقلة ، المجلد02 ، العدد 02 جوان ، 2015، ص17

1998	إنطلاق تشغيل نظام السحب للتسويات المالية بين مختلف البنوك التجارية.
2002	تكليف شركة تأدية المعاملات البنكية والنقدية المشتركة بإدارة نظام الدفع ما بين البنوك
2003	إبرام عقد بين شركة SATIM والشركة الفرنسية Ingenic Data System لتعميم النقد ¹
2004	إصدار أول بطاقة دفع دولية
2006	بداية العمل وفق نظامي المقاصة الإلكترونية والسوية الإجمالية الفورية RTGS ²
2008	إنتاج البطاقة الإلكترونية الذكية من الشركة الجزائرية HB technologie وبداية العمل ببطاقة الإلكترونية ما بين البنوك CIB ³
2010	بلوغ عدد بطاقات الإلكترونية المتداولة ما بين البنوك CIB المليون بطاقة.
2013	إدراج مشروع الصيرفة الإلكترونية ضمن برامج الحكومة الإلكترونية.
2014	توافر نظام التسوية الإجمالية الفورية RTGS بشكل شبه كلي في الجهاز البنكي الجزائري وتحقيق العمليات المنجزة ⁴ .

المصدر: تم إعداد الجدول من الطالبين بناءً على معطيات المحصل عليهما من مختلف المصادر.

هي قيام البنوك بتقديم الخدمات المصرفية أو المذكورة أو بما يعرف من خلال شبكات اتصال إلكترونية وتقتصد صلاحية الدخول إليها على المشاركين فيها وفقا لشروط العضوية التي تحددها البنوك وذلك من خلال أحد المنافذ على الشبكة كوسيلة اتصال العملاء.

الفرع 02: تعريف الصيرفة الإلكترونية⁵

قبل أن نذكر أهم التعاريف للصيرفة الإلكترونية يجب التمييز بين نوعين من المصارف التي تمارس الصيرفة الإلكترونية فهناك مصارف التي ليست لها بيانات تأوي هياكلها وتسمى بالمصارف الإلكترونية أو الافتراضية ، وهناك مصارف عادية أو مصارف الأرضية وهي تقدم خدمات تقليدية كالإضافة إلى ممارسة الصيرفة الإلكترونية اما المقصود بالصيرفة الإلكترونية فهناك عدة تعاريف نذكر منها :

- **التعريف الأول :** هو إجراء العمليات المصرفية بطرق إلكترونية أي استخدام تكنولوجيا الإعلام والإتصال الجديد سواء تعلق الأمر بالأعمال المصرفية التقليدية أو الجديدة وفي ظلّ هذا النمط لن

¹ بودي عبد القادر بودي عبد الصمد ، تكنولوجيا الأنترنت كأداة لتأهيل الخدمات المصرفية مع الإشارة لحالة البنوك الجزائرية ، الملتقى الدولي حول عصنة نظام الدفع في البنوك الجزائرية وإشكالية اعتماد التجارة الإلكترونية في الجزائر. عرض تجارب دولية ، المركز الجامعي لخميس مليانة ، 2011، ص17.

² منية خليفة الصيرفة الإلكترونية كمدخل لتأهيل وعصنة البنوك الجزائرية الملتقى الدولي حول عصنة نظام الدفع في البنوك الجزائرية وإشكالية اعتماد التجارة الإلكترونية في الجزائر ، عرض تجارب دولية ، المركز الجامعي لخميس مليانة ، 2011، ص13

³ بودي عبد عبد القادر بودي عبد الصمد ، مرجع سبق ذكره ص18.

⁴ التقرير السنوي للبنك المركزي الجزائري التطور الإقتصادي والنقدي في الجزائر ، 2015، ص88-89

⁵ .وسيم محمد الحداد، وآخرون "الخدمات المصرفية الإلكترونية دار المسيرة للتشريع والتوزيع عمان ، (م2012، 1433هـ) ص55

يكون العميل مضطراً للتنقل إلى البنك إذا أمكنه القيام بالأعمال التي يريدتها من بنكه من أي مكان وفي أي زمان وهذا هو التعريف الأول .

- **التعريف الثاني :** هو أنّ الصيرفة الإلكترونية أو بما يعرف العمليات المصرفية الإلكترونية.
- **التعريف الثالث :** يتضمن أنّ الصيرفة الإلكترونية تعني إتجاه البنوك نحو التوسع في إنشاء مقر لها عبر الأنترنت وذلك من إنشاء مقر ومباني جديدة.¹

المطلب الثاني : دوافع ظهور الصيرفة الإلكترونية

يرجع ظهور الصيرفة الإلكترونية :

- ثروة الإتصالات والمعلومات التي أدت إلى ظهور تغيرات جوهرية في طبيعة عمل القطاع المصرفي والمالي ومنه التطلع إلى تقديم خدمات مصرفية ومالية متطورة ومتنوعة إعتياداً على ما أنتجته التكنولوجيا وثورة المعلومات.
- التجارة الإلكترونية التي تتم بإستخدام الوسائل الإلكترونية وخاص الإنترنت والتي أصبحت تتميز بخصائص عديدة تميّزها عن التجارة التقليدية ، التي إعتادت هذه المؤسسات المالية التعامل في ظلّها ومعها مما جعل التطور الواعي لإستراتيجيات وأساليب عمل البنوك ضرورة خدمية وليس ترفاً أو هدر الأموال.
- وجود منافسة شديدة بين البنوك بعضها البعض ومع غيرها من المؤسسات المالية هذه المنافسة التي أصبحت لا تقتصر على الاقتصاديات الوطنية بل إكتسبت أبعاداً دولية في ظلّ تحرير التجارة العالمية.

¹.د.دوسيم محمد الحداد ،مرجع نفسه ص56

- تزايد دخول عدد من المؤسسات المالية غير المصرفية مثل شركة التأمين ومنافسة البنوك من خلال تقديمها نفس الخدمات التي تقدمها البنوك.

- وجوب تطوير الأداء بصفة مستمرة سواء للبنوك وغيرها من المؤسسات المالية لرفع مستوى الكفاءة التشغيلية لتقديم أفضل خدمة لعملائها وخاصة مستفيد بن من المنافسة المتزايدة بين المؤسسات.

- دخول العديد من المؤسسات التجارية الإقتصادية سوق الأعمال المصرفية أهمها ذلك قيام بعض المحلات الكبيرة بتقديم خدمة لعملائها ، في صورة كزبون يستخدم عند التسوق فيها وبالتالي نقل الحاجة للتعامل مع البنوك.¹

المطلب الثالث : مميزات وعيوب الصيرفة الإلكترونية

الفرع الأول : مميزات الصيرفة الإلكترونية

للبنوك الإلكترونية العديد من المميزات سواء للبنك أو العميل من بينها على سبيل المثال :

نققات التشغيل المنخفضة للبنك فمثلاً تكلفة إنشاء فرع جديد للبنك على الأرض بما يحتاجه من مباني ومنشآت ومعدات وكفاءة إدارية لا تقارن أبداً بتكاليف عمل موقع للبنك على الإنترنت لتقديم خدماته لعملائه عن بعد أي التخفيف من الأعمال الورقية بالإضافة إلى أنّ ذلك يضيف للبنك ميزة تنافسية وتؤهله إلى مستوى المعاملات التجارية العالمية أي التعامل المشفّر مع بياناتك مما يضمن ويعزز من السرية² ومن مميزات البنوك الإلكترونية للعميل السهولة وتوفير الجهد والوقت المعاملات المالية المختلفة بدون الحاجة للتوجّه بمقرّ البلد أو إنتظار وقت عمله المحدّد أي سحب وإيداع الأموال في أي وقت حتّى وإن كان البنك مغلق وللعلم سهولة المعاملات المالية تؤدي بالتالي لزيادة حجمها ، والسرعة في إنجازها وبالتالي زيادة السيولة النقدية كما أنّ المعاملات المالية الإلكترونية صارت أكثر أماناً فأصبح وجود احتمال التلاعب أو السرعة ضئيل للغاية.

¹.د.وسيم محمد الحداد ،مرجع نفسه ص56-57

².د.وسيم محمد الحداد،مرجع نفسه ص58

الفرع 02: عيوب الصيرفة الإلكترونية

البنوك الإلكترونية وإن كان لها العديد من المميزات التي ذكرناها سابقاً إلا أنّها لم تخلو من العيوب التي يمكن

توجه إليها أثناء قيامها بأعمالها وهي كالتالي :

- صعوبة تحديد حجم السيولة لبنك معين فهناك التعاملات الداخلية والخارجية ولا يمكن حصرها ومعرفة

حجمها وبالتالي لا يمكن تحديد حجم السيولة الناتجة وهذا سيعرض الدولة لمخاطرها.

ومن أبرز عيوب البنوك الإلكترونية التي لا يمكن أن تغفل احتمالية النصب والإحتيال فمثلاً يمكن تزوير

بعض البطاقات أو نسخ معلومات هامة أي إمكانية إختراق حسابك.

- خطأ في آلية عمل البنك الإلكتروني أي بعض الأماكن تمنع من تسجيل للدخول فيها وبالتالي سيؤدي

مشاكل أي عرقلة في عمله.

- مخاطر تشغيلية.

- مخاطر إستراتيجية.

ومن عيوبها كذلك صعوبة تطبيق المناسب مثل البنك التقليدي.

المبحث الثاني : خدمات الصيرفة الإلكترونية

عرفنا الصيرفة الإلكترونية على أنّها إجراء العمليات المصرفية بطريقة إلكترونية أي إستخدام تكنولوجيا

الإعلام والإتصال الجديدة وفي ظلّ هذا النمط لن يكون العميل مضطراً للتنقل إلى البنك إذا أمكنه القيام

بأعمال التي يريدها من بنكه من أي مكان وفي أي زمان ومن خلال التعريف سوف نتطرق إلى خصائص

الصيرفة الإلكترونية.¹

¹ ويكيبيديا ، موقع إنترنت . <https://www.wikipedia> تم الإطلاع على الموق بتاريخ 15 مارس 2023 على الساعة 15:30.

المطلب الأول : خصائص الصيرفة الإلكترونية

- 1- توجد عدة خصائص تميّز العمليات المصرفية المنفذة عبر الوسائط الإلكترونية وعبر شبكات النقل وتبادل المعلومات ومن بينهما الأنترنت ، عن سواها من العمليات المنفذة بالوسائل التقليدية الأخرى ، أهمّها ما يلي (الحاج 15، 2012)(محمد 3.2028).
- 2- التقليل من التكلفة : من أهم المزايا المصرفية الإلكترونية أنّها تتوفر في النفقات فهي تعدّ بديلاً عن تخفيض جزء.
- 3- التلازم: ونغني به أنّ الخدمة تنتج وتستهلك وفي الوقت ذاته.
- 4- عدم إمكانية تحديد الهوية : ويكون هذا راجع إلى كل ما تعالجه التكنولوجيا بالعديد من وسائل التأمين لتعرّف على الهوية الإلكترونية ، وكذلك تميّز الصيرفة الإلكترونية بالطبيعة الدولية أي أنّها مقبولة من جميع الدول بحيث يستخدمونها لتسوية حساباتهم في المعاملات التي تتم عبر فضاء إلكتروني بين المستخدمين في كلّ أنحاء العالم.
- 5- إختفاء الوثائق الورقية للمعاملات : وذلك يتمّ بدون استخدام ورق أو الوثائق الرسمية عند إجراءات الرسمية والمراسلات بين طرفي الخدمة العميل والخدمات المقدّمة إلكترونياً.
- 6- فتح المجالات أما البنوك الصغيرة : وذلك بتوسيع نشاطها عالمياً دون الحاجة إلى التفرع الخارجي أو زيادة الموارد البشرية أو زيادة فروع داخلية جديدة حيث يمكن إستهداف جميع العملاء من خلال الخدمات المصرفية الإلكترونية.
- 7- إمكانية تسليم الخدمات إلكترونياً : إذن يمكن للعميل مثلاً: طلب الكشوفات والأرصدة دون الحاجة للذهاب إلى بنك وبذلك وبذل الجهد والوقت إذ يمكن تسليمهم إلكترونياً.
- 8- سرعة تغيّر القواعد الحاكمة : وهنا يكون متاحاً للبنوك من خلال تقديم خدمات إلكترونية ومواكبة التطور السريع في قطاع الخدمات المصرفية وقيام بتعميم خدمات جديدة وبسرعة عالية جودة¹

¹ جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا (كلية الدراسات العليا) الخدمات المصرفية الإلكترونية وأثرها في جذب العملاء بالمصارف السودانية) دراسة ميدانية على عينة من المصارف بحث مقدّم لنيل شهادة دكتوراه الفلسفة في الدراسات المصرفية إعداد: الصادق خليفة آدم قوي ، إشراف أ.د محمد الفاتح محمود بشير المغربي.

- المطلب الثاني : أشكال الصيرفة الإلكترونية :

مع التطور التكنولوجي الحديث أدى إلى التطور في وسائل وأدوات العمل البنكي ، فظهرت عدة قنوات للعمل البنكي الإلكتروني من أهمها :

- **الصراف الآلي Automatic Teller Machine** : هي تلك الآلات التي تكون موزعة في نقاط مختلفة سواء بالجدار أو شكل مستقل ، وتكون متصلة بشبكة حاسوب المصرف ويقدم للزبون أو العميل بطاقات بلاستيكية من اجل الحصول على خدمات مختلفة كالسحب والإيداع. النقدي والإستفسار عن الحساب...إلخ ، وهي تعدّ من العمليات مصرفية الحديثة عند إقتناء هذه الأجهزة في تنفيذ المستلزمات اليومية.
- **نقاط البيع الإلكترونية Electronic Points Of Epos** : وهي الآلات التي تنشر لدى المؤسسات التجارية والخدمة بمختلف أنواعها وأنشطتها للقيام بأداء المدفوعات من خلال الخصم على حسابه إلكترونيًا لتمرير هذه البطاقة داخل الآلة المتصلة إلكترونيًا بحاسوب المصرف.
- **العمليات المصرفية عبر الهاتف (الصيرفة الهاتفية Phone Ban King)** : هي عبارة عن نظام تخاطب مباشر الزبائن يعمل يوميًا على تقديم معلومات وإجراءات تحويلات وإستقبال طلبات قروض ووحدات الأجوبة الصوتية وأنظمة معالجة المعطيات لخدمة الزبائن ، وتطورت حيث أصبحت هذه الخدمات تقدّم عبر الهاتف الخليوي ، التي تعبر جاذبة للناس الذين هم على تنقل وحركة دائمة ، وتكون هذه عن طريق شبكات عامة أو خاصة ويتم التعاقد معها¹
- **الصيرفة المنزلية أو المكتبية** : أتاحت تقنيات الحديثة للإتصال في المصارف بتوفير خدمات مبتكرة وحديثة لعملائها ، من بينها الصيرفة المنزلية عبر الإنترنت ، وهي ذلك الحساب الشخصي الموجود بالمنزل أو العمل أو أي مكان ، والذي يتصل بحاسب المصرف ليتمكن من خلال كلمة السر ، أو أي رقم سري أو كلاهما من إتمام العملية المصرفية المطلوبة.
- **التلفون الرقمي** : هو عبارة عن ربط الأقمار الصناعية بين جهاز التلفون بالمنزل وبين حاسب الصرف وبالتالي يمكن الدخول من خلال رقم سري إلى حاسب المصرف ، أو شبكة الأنترنت وتنفيذ العمليات المطلوبة.

¹ مسعودي عبد الهادي الأعمال المصرفية ، الإلكترونية الناشر ، Dar al yazuri ، Nahr wa. al Tawzi ، سنة 2016 ص 24.

- الصيرفة المحمولة : يتّجه العالم اليوم بخطى متسارعة نحو استخدام الهواتف الجوّالة بصورة يستخدمون هواتفهم الجوّالة للإطلاع على حساباتهم الشخصية عندما لا يستطيعون الإطلاع عليها عبر الأنترنت ، الأمر الذي يستلزم تطوير استخدام هذه الهواتف للعديد من الأغراض إذا أصبح من الممكن عن طريق الهواتف المحمولة الوصول إلى شبكة الأنترنت والإستعلام عن أرصدة الحسابات.¹

- المطلب الثالث : أهداف الصيرفة الإلكترونية :²

- تعزيز المصارف لمكانتها وحصّتها في السوق المصرفي

- خفض التكاليف

- وسيلة المصارف لتوسيع نشاطها داخل وخارج الحدود الوطنية.

- إتاحة المعلومات عن الخدمات التي تؤدّيها البنوك دون تقديم خدمات مصرفية على الشبكة المعتمدة.

- حصول العملاء على الخدمات المصرفية وغير المصرفية في أي وقت وفي أي مكان.

المبحث الثالث : العوامل المؤثرة في العمل المصرفي ومعوقاته

لازالت الصيرفة الإلكترونية تواجه تحديات تختصم على الدول التي تنتجها وضع أطر قانونية وتكنولوجيا

أمنية تضمن سلامة العمل البنكي حيث يعتبر العمل البنكي من الأمور التي أفرزها التطور التكنولوجي الهائل

في مجال الإتصال.

المطلب الأول " تحديات ومعوقات الصيرفة الإلكترونية

الفرع 01: تحديات الصيرفة الإلكترونية³

1. الأهمية المعلوماتية وضعف استخدام الحاسوب الشخصي والإنتشار النسبي في وسائل الإتصال.

2. صعوبة التنسيق بين المصارف وإيجاد آليات مناسبة للتعاون في مجال أساليب تفعيل عمليات الصيرفة

الإلكترونية .

¹ مطبوعة جامعة بعنوان الصيرفة الإلكترونية ، موجهة لطلبة السنة الثانية ماستر ، تخصص مالية وبنوك من إعداد الأستاذة عائشة بوتلجة ، السنة

الدراسية 2020.2021 ، جامعة حسينية بن بوعلی شلف ص 37

² المطبوعة بأستاذة عائشة بوتلجة ، مرجع سابق. ص 37

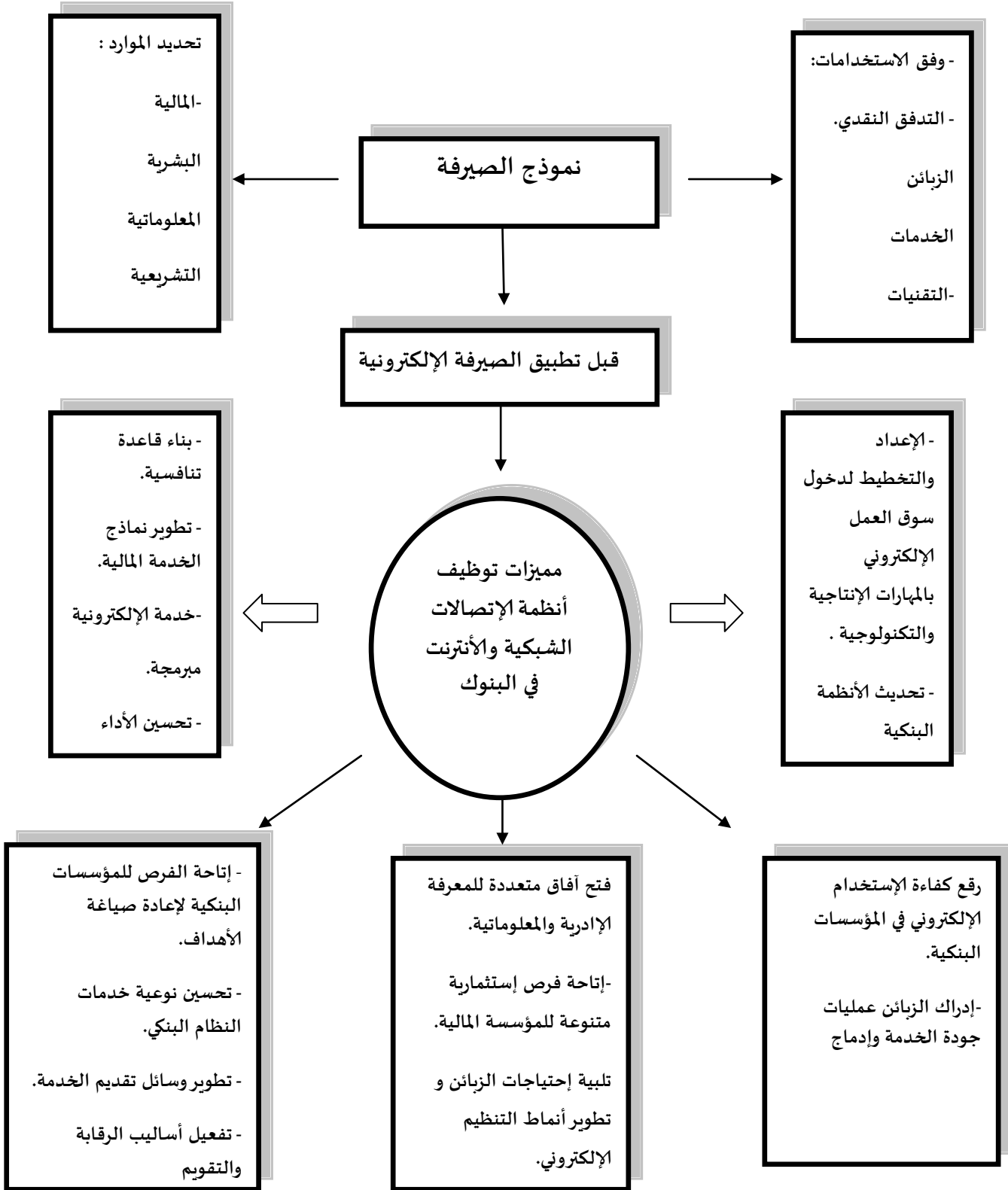
³ محمد تركي عبد العباس ، 2015، " دور الأنترنت في تدعيم الصيرفة الإلكترونية ، مجلّة الغربي للعلوم الإقتصادية والإدارية ، جامعة كربلاء

، العدد 67 ، ص 9.

3. ضرورة إعادة هندسة العمليات والوظائف البنكية والإدارية رفع نسبة مخاطرة أمن البيانات وبعدها هذا تحدياً للبنوك يؤدي إلى ارتفاع تكاليف إدارة البيانات.
 4. صعوبة إعادة النظر ببرامج ومقررات وإستراتيجيات المؤسسات البنكية وضعف تحديث برامج جودة خدماتها المالية ، فلا بد من إدخال أنظمة تقنية المعلومات ونظم الإتصالات وهندسة البرمجيات والإستعانة ببرامج الإدارة الإلكترونية.
 5. وفرة الأنترنت فرصة أكبر للتنافس من خلال خلف خدمة أوسع من الخدمات التي أصبح بالإمكان وتقديمها ، وهذا الوضع عرض البنوك المحلية تحدياً والعربية عموماً إلى مخاطر حتمية ، إذ تجدد هذه البنوك نفسها في مناقشة غير متكافئة مع البنوك العالمية التي تنوعها بشكل كبير.
 6. مكتب التكنولوجيا الأنترنت مؤسسات غير بنكية من الدخول لسوق تقديم الخدمات البنكية ، سبب عجز القطاع البنكي عن سدّ متطلبات السريعة الناشئة عن هذه التكنولوجيا.
- الفرع 02 : معوقات الصيرفة الإلكترونية :**
- الصيرفة الإلكترونية تواجه العديد من الصعوبات التي تؤثر في تطويرها وإنتشارها ويمكن سرد أهمّ المعلومات فيما يلي :
- 1- غياب الأطر القانونية والقواعد التنظيمية للعمليات الإلكترونية ومن ضمنها العمليات البنكية ، إضافة إلى مسائل الملكية الفكرية للعناصر الرقمية الإلكترونية وأصول التقاضي وإجراءاته.¹
 2. مخاطر الزمن والخصوصية وسريّة المعلومات .
 3. ضعف مستوى كفاءة الموظفين ومقاومة التغيير الذي تفرضه التكنولوجيا.
 4. عدم وجود خبراء في مجال تكنولوجيا المعلومات .
 5. ارتفاع التكاليف المالية للتجهيزات التكنولوجية.
 6. ارتفاع مخاطر الإستثمار نظراً للتطور المتسارع في المجال التكنولوجي.
 7. تخطيط إستراتيجي قصير النظر لا يراعي تطورات البيئة البنكية.

¹.فواز حمودي ،ومحمد إسماعيل (2017) "معوقات الصيرفة الإلكترونية في القطاع المصرفي السوري ،مجلة جامعة الفرات ،دمشق ص 143.144.

الشكل رقم 01-01: نموذج الصيرفة الإلكترونية ومميزات الصيرفة الإلكترونية



المصدر : محمد تركي عبد العباس ، 2015. " دور الأنترنت في تدعيم الصيرفة الإلكترونية ، مجلة الغربي للعلوم الإقتصادية والإدارية ، جامعة كربلاء ، العدد 67 ، ص 9

المطلب الثاني : أساليب الدفع الكترونية

الفرع الأول : تعريف وسائل الدفع الإلكترونية

تعرف وسائل الدفع الإلكتروني بمختلف أدوات الوفاء الإلكترونية ، بحيث يصبح الوفاء بهذه الأدوات وفاء الدين ، كلياً أو جزئياً وتمثّل وسائل الدفع الإلكترونية أهم مكونات نظام الدفع الإلكتروني تنفذ فيه المعاملات بواسطة وسائل دفع إلكترونية ومصطلح إلكتروني يعنى تقنية تستخدم فيه وسائل كهربائية أو مغناطسية أو ضوئية أو إلكترومغناطسية في تبادل المعلومات وتخزينها¹

الفرع الثاني : خصائص وسائل الدفع الإلكتروني وأهميته

تتميز وسائل الدفع بالخصائص الآتية :

* يسمّ الدفع الإلكتروني بالطبيعة الدولية، أي أنه وسيلة مقبولة من جميع الدول ، حيث يتم استخدامه لتسوية الحساب في المعاملات التي عبر فضاء إلكتروني بين المستخدمين في أنحاء العالم.

* يتم الدفع باستخدام النقود الإلكترونية وهي وحدات نقدية عادية كل ما هناك أنّها محفوظة بشكل إلكتروني ويتمّ الوفاء بها إلكترونياً²

ويتمّ من خلال نوعين من الشبكات شبكة خاصة يقتصر الإتصال بها على أطراف التعاقد ويفترض ذلك وجود معاملات وعلاقات تجارية مسبقة بينهم ، وشبكة عامة حيث يتمّ التعامل بين العديد من الأفراد لا توجد بينهم قبل ذلك روابط معيّنة ويتمّ الدفع الإلكتروني بأحد الأسلوبين أمّا من خلال نقود مخصّصة سلفاً لهذا الغرض ومن ثمّ لا يتمّ الدفع إلا بعد الخصم من هذه النقود او من خلال البطاقات البنكية العادية. أهمية وسائل الدفع الإلكتروني :

من الممكن تلخيص أهمية وسائل الدفع الإلكتروني في النقاط الآتية :

- تقديم خيارات دفع مختلفة: التي تشمل ماكينات الصرف الآلي وبطاقات الإئتمان والخدمات

المصرفية والتي تقدّم من خلال تطبيقات الهاتف المحمول ، ودفع الفواتير باستخدام الهاتف مما

¹.مورادي سعيدة 2019.2018، 'الصيرفة الإلكترونية في الجزائر بين الواقع والمأمول' مذكرة ماجستير، جامعة أحمد دراية ، أدرار.

².أحمد بوراس ، د السعيد بركة ، 2014-2014 هـ ، " أعمال الصيرفة الإلكترونية الأدوات والمخاطر " القاهرة . دار الكتاب الحديث ، ص205.

يساهم في تسهيل إجراءات المعاملات المالية في المؤسسات المالية والشركات.

- المساعدة على خفض التكاليف المالية : سواء كان هذا للشركات أو الأفراد وذلك من خلال التقليل

من نفقات التشغيل والنفقات الورقية وبالإضافة إلى ذلك فإن وسائل الدفع الإلكتروني تساهم في

توفير الوقت الذي سيقضيه الفرد في إجراء المعاملات المالية في حالة قيامه بذلك شخصياً.

- المصدقية والدقة في المواعيد : مما يتيح إنجاز المعاملات المالية شكل أسرع ودون الحاجة للانتظار

لوقت طويل لحين إنتهاء المعاملة.

- توفير الحماية الأمنية للمعلومات السرية الخاصة بالعميل : مما يحافظ على هذه المعلومات من

الوقوع في أيدي غير آمنة ، والتي قد تقوم بالتلاعب بها ، أو إساءة إستخدامها.¹

المطلب الثالث : عوامل نجاح الصيرفة الإلكترونية²

- إن إقامة الصيرفة الإلكترونية يقتضي الإلتزام بقواعد العمل الإلكتروني تتمثل في :

- وجود شبكة عريضة تضم كل الجهات ذات الصلة ، وترتبط بالإنترنت وفق الأسس القياسية مع مراعاة التأمين في تصميم هذه الشبكة .

- وضع خطط للبدأ في إدخال خدمات الصيرفة الإلكترونية ، بداية من وضع إستراتيجية على مستوى البنك المركزي أو أو البلد أو التحالفات الدولية.

- وضع تنظيمات قياسية تسمح بالربط بين مختلف الجهات والعالم ككل .

- إعداد خطة لتدريب الموارد البشرية.

- العمل على إنشاء تنظيم إداري يعمل على التنسيق بين الأطراف المتعاقدة.

¹ عمار لوصف إستراتيجيات نظام المدفوعات، القرن 21 مع الإشارة إلى تجربة الجزائر رسالة الماجستير قسنطينة 2005.2008، ص31.

² درمضان علي السيد معروف :هـ:2011/1425م "التجارة الإلكترونية في اليابان ومدى إستفادة مصر منها ، القاهرة ، مكتبة جزيرة الورد ط2، (2018) ص108.

خلاصة الفصل الأول

تنتج عن التّمو المتسارع للصيرفة الإلكترونية أي وسائل الدفع الحديثة وتكنولوجيا المعلومات والإتصالات آثار

كبيرة على البنوك ولذلك من ناحية كل الأشكال وعوامل هذه البنوك وتسويق خدماتها ويتطوّر الصيرفة

الإلكترونية أصبح هناك عدة مصارف تعمل عن بعد أو بما يسمّى البنوك الإلكترونية.

ويتطوّر الصيرفة الإلكترونية أصبح هناك عدة مصارف تعمل عن بعد أو بما يسمّى البنوك الإلكترونية مما

فتح فرص جديدة للمتعاملين حيث يعمل البنك الإلكتروني عبر شبكات الإتصال وبدون مقر ويختلف المصرف

العادي على الإلكتروني من حيث الخدمة فهناك خدمات مصرفية عن بعد أمّا المقر فهناك مقر على شبكات

الإتصال والتي أبرزها الأنترنت.

ومن كلّ هذه التطوّرات تعمل البنوك الإلكترونية في ظلّ بيئة تجارية إلكترونية وإقتصاد يعتمد على

تكنولوجيا الإتصالات والمعلومات وقد طرح موضوع الصيرفة الإلكترونية عدة عدّة قضايا منها الإطار القانوني

وأمن المعلومات المالية والمصرفية ورغم كل الجهود المبذولة في معالجة هذه القضايا لكن غير كافية وذلك

لحدثة هذه التقنيات وتطوّرها بسرعة لكنّ هذه القضايا مطروحة عالمياً وخصوصاً في الدول المتقدّمة .

وقد أتاحت الصيرفة الإلكترونية للمصارف خدمات متطوّرة إستطاعة من خلالها تخفيض التكلفة وزيادة

حجم السوق المستهدف ، وبالتالي سعت البنوك إلى التخلّي عن وسائل الدفع التقليدية وعصرنتها بوسائل

الدفع الإلكتروني من أجل تحقيق منافسة قويّة وتحسين نوعية الخدمات.

**الفصل الثاني : جودة الخدمات
البنكية وتوجهها نحو الحدّاة**

تمهيد :

يلعب قطاع الخدمات المصرفية دوراً مهماً مميّزاً في إقتصاديات الدول وتسعى المصارف لتحقيق رضا العملاء الذي يَمُننا من البقاء في السوق والوقوف في وجه المنافسة ، ونجد أنّ جودة أصبحت السمة المميّزة للقرن الواحد والعشرون والعنصر الأكثر أهمية في تحقيق أهداف المؤسسات الإنتاجية أو الخدمية ، وتعدّ جودة الخدمة من القضايا الحديثة في الفكر التسويقي فجودة الخدمة المصرفية ترتبط بالعنصر البشري مقدم الخدمة ومتطلّبات تقديمها بصورة مميّزة لذا يتمّ تدريبهم لإنجاز أعمالهم بكفاءة والحفاظ على العملاء الذين إزدادت معرفتهم وإطلاعهم بالخدمات التي تقدّمها المصارف.

إذن سيتمّ من خلال هذا الفصل التطرّق إلى جودة الخدمات البنكية وهذا من خلال 03 مباحث قسمت كما يلي :

المبحث الأول : جودة الخدمات البنكية.

المبحث الثاني : ماهية الخدمات البنكية

المبحث الثالث : جودة الخدمة البنكية وأثرها على أداء البنوك .

الفصل الثاني : جودة الخدمات البنكية وتوجهها نحو الحداثة.

المبحث الأول : جودة الخدمات البنكية

تعمل جميع المصارف باختلاف أنواعها على بناء وتطوير علاقات طويلة الأمد مع عملائها وذلك بتقديم حزمة من المنتجات والخدمات المتميزة وذات الجودة العالية التي تلي إحتياجاتهم وتقابل توقعاتهم وبالتالي تضمن لنفسها البقاء والإستمرار في تأدية نشاطاتها في ظلّ المحيط المنقلب الذي تهمل فيه.(خوالد 18.3.18)¹

المطلب الأول : مفهوم جودة الخدمة البنكية

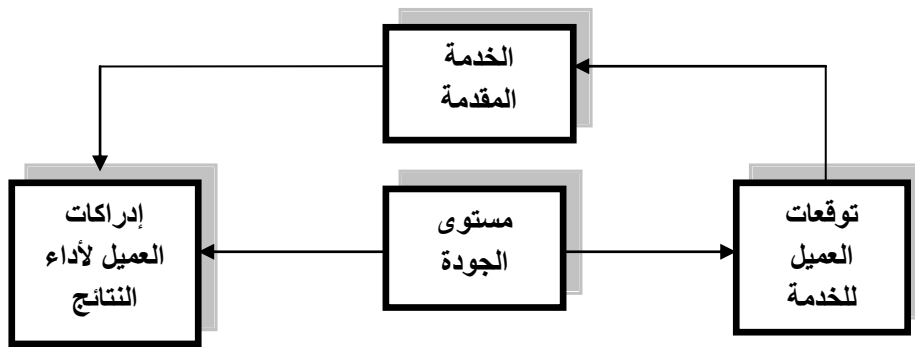
قبل التعرف على جودة الخدمات المصرفية سوف نسّط الضوء على تعريف الجودة.

• تعريف الجودة :

يعرفها الباحث : الجودة بأنها تلبية وإشباع توقعات المستفيد (الزبون) أو تقديم ما يفوق هذه التوقعات.

وكذلك عرفت الجودة بأنها : القدرة على تحقيق رغبات المستهلك بالشكل الذي يتطابق وتوقعاته ويحقق رضاه التّام عن السلعة أو الخدمة التي تقدّم له : أمّا جودة الخدمة المصرفية فهي قياس لمدى مستوى الجودة المقدّمة مع توقعات العميل فتقديم خدمة ذات جودة يعني في المحصلة النهائية أن تكون الخدمة متوافقة وتوقعات العملاء(الزامل وأخرون،2012).²

الشكل رقم (01-02) يوضح مفهوم جودة الخدمة.³



المصدر: من إعداد الطالبين بالإعتماد على المعلومات السابقة

¹ أبو بكر خالد ، قياس مدى توافر أبعاد جودة الخدمات في المصارف التجارية الجزائرية الحكومية ، المجلة العلمية للإقتصاد والأعمال ، المجلد رقم 03 ، 2017 ، جامعة باجي مختار ، عنابة ، الجزائر.

² العايش مريم ، أبعاد صفة جودة الخدمات البنكية وتأثيرها على المنافسة بين البنوك ، مذكرة تخرج كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير ، جامعة أدرار الجزائر ، سنة 2016-2017 ، ص15.

³ الحداد عوض ، إستراتيجيات التسويق المصرفي والخدمات المصرفية ، دار الكتاب الحديث ، القاهرة ، الجزائر ، 1430هـ.2009م ص.343

ومن التعريفات الحديثة لجودة الخدمة هي : أنّها معيار لدرجة تطابق الأداء الفعلي للخدمة مع توقعات العملاء لهذه الخدمة ، أو أنّها الفرق بين توقعات العملاء للخدمة وإدراكاتهم للأداء الفعلي وذلك كما النحو الذي يعرضه الشكل أعلاه.

فرع الثاني : مفهوم جودة الخدمات البنكية

يعدّ موضوع الجودة الخدمة المصرفية من الموضوعات التي صدرت إهتمامات الباحثين أكاديميين والممارسين على حد سواء وقد نتج عن ذلك العديد من الدراسات التي عالجت الموضوع ، فمنه الدراسات ما أنصب إهتمامها بالدرجة الأولى على وضع تعريف جودة الخدمات البنكية وإيضاح مفهومها.¹

1. مفهوم جودة الخدمات البنكية وتعريفها.

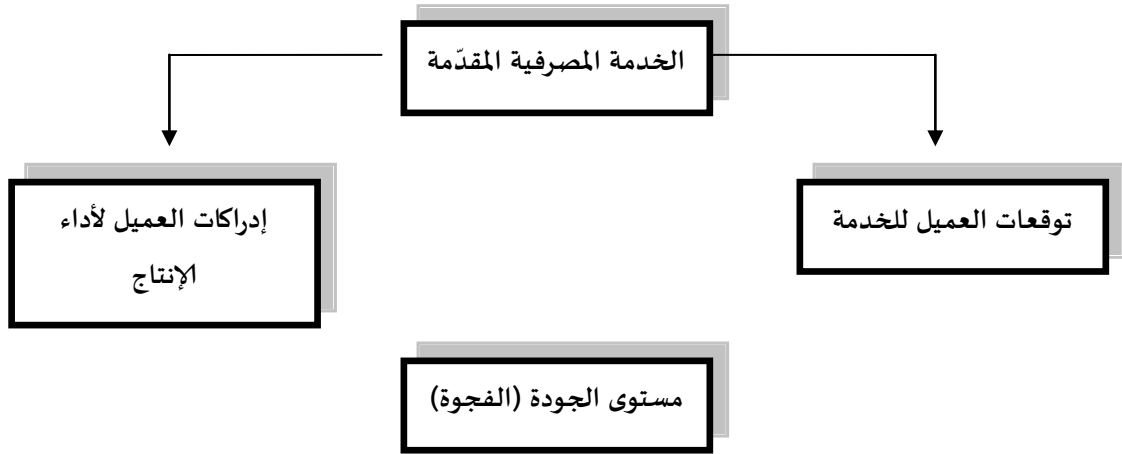
يعرّف أن Rayne جودة الخدمات المصرفية ينظر إليها من وجهة نظر داخلية وأخرى خارجية إذ تقوم وجهة النظر الأولى على أساس الإلتزام بالمواصفات التي تمّ تصميمها الخدمة المصرفية على أساسها وهي تعبّر عن وجهة نظر الإدارة فيما تركز جهة النظر الثانية على جودة الخدمة المصرفية المدركة من قبل الزبائن تعرّف الجودة الخدمة المصرفية على أنّها إرضاء المتطلبات الزبائن ودراسة قدرة المصرف على تحديد هذه المتطلبات والقدرة على إلتقائها فإذا تبنّى المصرف عملية تقديم خدمة ذات جودة عالية يجب أن تسعى من خلالها للتفوق على متطلبات الزبون²

تنتج من خلال التعاريف السابقة أنّ جودة الخدمة المصرفية هي تقديم المنتجات والخدمات المصرفية بالالتزام التّام بالمواصفات التي صمّمت على أساسها دون أية إنحرافات وبذلك يتمكن المصرف من تقديم خدمات فعلية نوعية عالية تلبّي حاجات ورغبات العملاء ويتوقف على توقعاتهم.

¹ جودة الخدمات المصرفية كمدخل لزيادة القدرة التنافسية للبنوك ، أ بربش عبد القادر جامعة شلف ص251

² إعداد طالبين (العياشي مريم)(أغماد صافية) إشراف الدكتورة ، أقاسم حسنة صفحة 15

الشكل رقم 02-02 مفهوم جودة الخدمة البنكية



المصدر: من إعداد الطالبين بالإعتماد على المعلومات السابقة

المطلب الثاني: أبعاد جودة الخدمة المصرفية

لجودة الخدمة البنكية مجموعة من الأبعاد ذات الصلة الوثيقة بإنتاج الخدمة فهي تمثيل وأساسا واقعيًا ينبغي على المصرف صياغة وتنفيذ الخطط الكفيلة بتحقيق كل بعد بدرجة عالية وقد اختلف الباحثون في تحديد تلك الأبعاد بدقة.

فقد أوضح البعض منهم في مجال الخدمات وخاصة الخدمات المصرفية تشتمل على ثلاثة أبعاد وهي :

أولاً: الجودة التقنية : وهذا البعد يخص الصورة النهائية للخدمة المقدّمة إلى الزبون والذي يمكن قياسه بشكل موضوعي عن طريق العميل نفسه ويمكن الوصول إليها عن طريق الإجابة على التساؤل المطروح أمام مسؤولي المصرف ما الذي يتم تقديمه للزبون؟¹

ثانياً: الجودة الوظيفية : وهي التي تجيب على السؤال كيف حصل عليها ؟ فالجودة الوظيفية تعني الكيفية التي قدّمت بها الخدمة للعميل وبالتالي فمن الصعب تقديرها بطريقة موضوعية كما هو الحال في الجودة الفنية

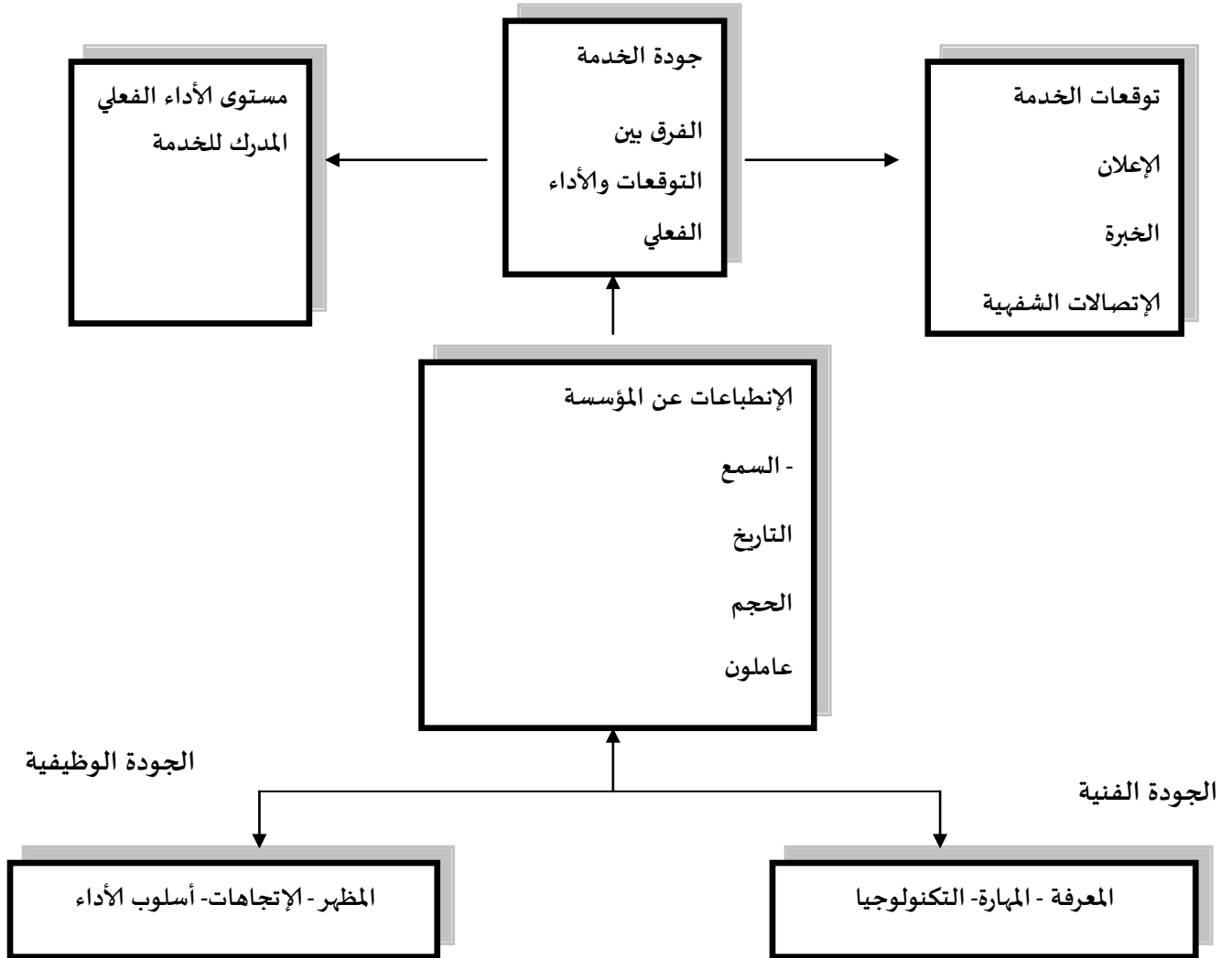
ثالثاً: الصورة الذهنية للمصرف : تعكس إنطباعات العملاء عن المنظمة والتي يتوقف بالدرجة الأولى على الجودة الفنية والجودة الوظيفية بالإضافة إلى عناصر أخرى أقل أهمية تتمثل في : عوامل خارجية تضم

¹ إيمان كنوش، سارة بوشعير، أثر أبعاد جودة الخدمات المصرفية على رضا الزبون ، مذكرة تخرج كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير ، جامعة محمد الصديق بن يحيى جيجل سنة 2018.2017 ص21.

الفصل الثاني : جودة الخدم-ات البنكية وتوج-هها نح-و الح-داشة

العادات والإيدولوجيات والكلمة المنقولة وعوامل داخلية تضمّ أنشطة التعريف التقليدية كالإشهار والتسعين والعلاقات العامة.¹

الشكل رقم (03-02) يوضح الأبعاد الثلاثة المذكورة²



¹رفاه لعلو ، رهام زين الدين ، أثر جودة الخدمات المصرفية على رضا العملاء في البنوك التجارية، مدينة نابلس مذكرة تخرج جامعة النجاح الوطنية كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية ، قسم إدارة الأعمال 2016، ص12.

²حداد عوض ،مرجع نفسه ،ص343

المطلب الثالث : مستويات جودة الخدمة البنكية ومزايا تقديمها

أولاً : مستويات جودة الخدمات البنكية

كما هو الحال في السلع فإن جودة الخدمة التي تقدم إلى العملاء مستويات ، وتباين الآراء في مستوى هذه الجودة ، وهناك إمكانية لتمييز خمسة مستويات لجودة الخدمة.

1. الجودة التي يتوقعها الزبائن : ومثل الجودة التي يرى الزبائن وجيوب توفرها.
2. الجودة المدركة من إدارة المصرف وترى أنها مناسبة.
3. الجودة القياسية : وهي تلك الجودة التي تحدّد بالمواصفات النوعية للخدمة.
4. الجودة الفعلية : وهي التي تؤدي به الخدمة فعلاً
5. الجودة المروجة للزبائن : وهي الجودة التي وعد بها الزبائن من خلال الحملات الترويجية وترى أنّ جودة الخدمة من خلال قياس الأداء ، وإنّ جودة الخدمة لها مكونان أساسيان :
6. الجودة الفنية (التقنية) هي نتائج العمليات للخدمة.
7. الجودة الوظيفية (المهنية) البعد الإجرائي في شروط تفاعل الزبون مع مقدّم الخدمة¹

ثانياً : مزايا تقديم خدمة متميزة للعملاء

أشارت خبرات المؤسسات الناجمة إلى أنّ تبني إستراتيجية محدّدة للجودة يؤدي إلى تحقيق مجموعة من المزايا أو تجنّب مجموعة من المشكلات ومن هذه المزايا.

1. تحقيق ميزة تنافسية فريدة من بقية البنوك وبالتالي الضغوط التنافسية.
2. تتحمّل تكاليف أقلّ سبب قلّة الأخطاء في العمليات المصرفية.
3. إن الخدمة المتميّزة تنتج الفرصة أمام البنك لتقاضي أسعار عمولات الجدد.
4. إنّ الخدمة المتميّزة تزيد قدرة البنط على الإحتفاظ بالعملاء الحاليين وجذب عملاء جدد.
5. إنّ الخدمة المتميّزة تجعل من العملاء بمثابة مندوبي بيع البنك في توجيه وإقناع عملاء جدد من الأصدقاء والزملاء.²

¹قواسمية سلعى، مصباح إيمان، جودة الخدمات المصرفية في المصارف التجارية التجارية الجزائرية ، مذكرة تخرج جامعة 8 ماي 1945 ،قالمة كلية العلوم العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير ،سنة 2014-2015 ،ص55.

²فاطمة الزهراء ،عبد الله دور الصيرفة الإلكترونية في تحسين جودة الخدمات البنكية ، مذكرة تخرج جامعة بسكرة كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير ،سنة 2019.2020

المبحث الثاني : الخدمات البنكية

لقد إنعكس التطور التكنولوجي على تطور الصناعة البنكية ما إنبثق عندها من خدمات يتطلب تسويقها باستخدام تكنولوجيا الاتصالات والمعلومات حيث تعد الخدمة الطريقة العلمية لخدمة الإنسان والنظام الاجتماعي الذي يساعد على حل مشكلاته وتنمية قدراته.

المطلب الأول : مفهوم الخدمة

إنّ اهتمام المتزايد بالخدمات أدى إلى إعطاء مفاهيم متعدّدة ومتنوعة نذكر منها :

عرف الأستاذ / كوتلر Kotler الخدمة أنّها : "نشاط أو منفعة غير ملموسة يستطيع ان يقدّمها طرف (منتجها) إلى طرف آخر (العميل).

أو أنّها النشاط غير الملموس الذي يهدف أساسا إلى إشباع رغبات ومتطلبات العملاء بحيث لا يرتبط هذا النشاط ببيع سلعة أو خدمة أخرى ، وفقاً لهذا التعريف تتضمن الخدمات كلاً من الخدمات المهنية مثل : الحمامة ، المحاسبة ، الخدمات الصحيّة وكذلك الخدمات المالية مثل: خدمات البنوك والنقل والإسكان ، والنظافة والخدمات التعليمية.. إلخ¹

من خلال ما تقدّم يمكن القول أنّ الخدمة هي نشاط أو مجموعة من الأنشطة التي يكون جوهرها غير ملموس والتي يكون الهدف منها تحقيق رضا العميل ، وهي خدمات غير قابلة للتخزين وتتصّف الخدمات بالعديد من الخصائص التي تميّزها عن السلع كما يلي :

- أ. اللاملموسية : بالأصل الخدمات غير الملموسة أي من الصعب تذوقها ، الإحساس بها ورؤيتها أو شمّها أو سماعها قبل شرائها وهذا أهمّ ما يميّز عن السلعة.
- ب. عدم نقل الملكية : لا يتوفر في بيع الخدمات عنصر نقل الملكية كما هو كالسيارة والأثاث مثلا ، فإنّه في هذه الحالة حرية المعاينة والمشاهدة لهذا المنتج ، ويتمّ ذلك في إطار مدة زمنية غير محدّدة وبالتالي يمكنهم شرائه أو بيعه عند إنقضاء الحاجة منه أو ظهور رغبة في التجديد.
- ت. عدم التجزئة (التلازمية) : إنّ الخدمات عادة تباع وتنتج وتستهلك في نفس الوقت وهذا التلازم يعني ضرورة طالب الخدمة أثناء العملية.
- ث. التباين (عدم التجانس) : تتميّر الخدمات بعدم تماثلها بإعتبار مرتبط بالأفراد الذين لا يكونون متسقين دائما في أدائها.

¹ د. زاهر عبد الرحيم ، "تسويق الخدمات" (2012) عمان ، دار الراية للنشر والتوزيع ص39.

ج. الهالك (الفنائية): تتصفّ الخدمة بعدم قابلية التخزين فهي ذات طبيعة هلامية وفنائية وتنتج عند الطلب فلا يمكن تخزينها للمستقبل بهدف الإستخدام اللاحق أو البيع¹.

المطلب الثاني : مفهوم الخدمة البنكية وعناصرها

الفرع الأول : مفهوم الخدمة البنكية

إنّ مفهوم الخدمة المصرفية لا يبتعد أو يختلف كثيراً عن مفهوم الخدمة بشكل عام حيث أنّها تمثل نشاط أو عمل يحصل عليه المستفيد من خلال الأفراد المنظمات والتي تقدّم من خلالها ، وإنّ مستوى الإشباع للمستفيد يرتبط بمستوى أداء الأفراد وذلك لعدم ملموسة هذا النشاط أو العمل وأنّ هذه الخدمات قد يرتبط تقديمها بمنتج أو قد لا يرتبط.

فمفهوم الخدمة البنكية بصفة عامة هي مجموعة من الأنشطة والعمليات ذات المضمون المنفعي الكامن في العناصر الملموسة وغير الملموسة والتي يدركها المستفيدون من خلال ملامحها وقيمها المنفعية.

ويشمل مفهوم الخدمة البنكية على بعدين أساسيين هما :

1. البعد المنفعي : يشتمل مجموعة المنافع التي يسعى العميل إلى تحقيقها من إستخدامه للخدمة.
2. البعد السماتي أو الخصائصي : ويتمثل في مجموعة الخصائص والسمات التي تتصفّ بالخدمة البنكية.

الفرع الثاني : عناصر الخدمة البنكية

العناصر المرتبطة بتقديم الخدمة البنكية تتمثل في :

1. التسليم : أي طريقة تقديم الخدمة إلى العميل ، وهي لا تقل أهمية عن جودة الخدمة من الناحية الفنيّة.
2. التدريب : يلزم تدريب جميع مقدّمي الخدمة على إستعمال الخدمة أو السلعة المرتبطة بالخدمة وكذلك التدريب على المعدات المطلوبة لتقديم الخدمة.
3. التركيب والإعداد : أي تركيب المعدات والملفات اللازمة لأداء الخدمة في مكان تقديمها للعميل.
4. الخدمات الإستشارية : تتضمن نظم المعلومات والنصائح التي يقدّمها البائع لعميل الخدمة عن كيفية تعظيم الإستفادة بها.

¹سلام عايده ،مذكرة ماستر "دور المصرفة الإلكترونية في تحسين جودة الخدمات البنكية" كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير ،جامعة العربي بن مهيدي ، أم البواقي '2018.2019

5. خدمات الإصلاح والصيانة : وهي خدمات تمنح بصفة ثانوية لمشتري بعض السلع التي تحتاج هذه الخدمات.¹

المطلب الثالث : مراحل وأنواع الخدمة البنكية مع تبيان دورة حياة المنتج .

الفرع الأول : مراحل الخدمة البنكية

تكمن مراحل الخدمة البنكية في مجموعة من الخطوات يطلق عليها خطوات تطوير الخدمات الجديدة والتي تتمثل في :

1. مرحلة توليد الأفكار : وتشمل البحث عن أفكار جديدة ذات مضامين خدمية عليه.
2. غربلة الأفكار : وتتضمن عملية فرز الأفكار وتخفيض عددها إلى أقل عدد ممكن.
3. تطوير : مفهوم الخدمة البنكية لغرض توضيح أهمية الخدمة ومدلولها للزبون.
4. إختيار مفهوم الزبون : لتحديد ردود فعل وإستجابات العملاء المرتقبين وإجراء التعديلات اللازمة للخدمة.
5. التحليل التجاري : ينطوي على مراجعة التقديرات الخاصة بحجم مبيعات الخدمة والتكاليف الخاصة بالإنتاج وتسويق الخدمة والأرباح المتوقعة منها للوقوف على مدى تربيتها للأهداف الأساسية للمصرف وإنساجمها معاً.
6. التطوير النهائي للخدمة : وهنا يتم إخراج مفهوم الخدمة إلى صورته بوصفه منتجاً فعلياً.
7. الإختيار التسويقي للخدمة : يهدف إختيار قدرة الخدمة على إيجاد مواطن قدم لها في السوق الحقيقية أي معرفة مدى قبولها من قبل المستخدمين ومن ثم معرفة ردود أفعال الزبائن نحو الخدمة الجديدة في السوق لا سيما فيما يتعلق بالتسعير والترويج.
8. طرح الخدمة البنكية الجديدة : في السوق إلى نطاق واسع والتي نشير إلى بدء دورة حياة الخدمة البنكية.²

الفرع الثاني : أنواع الخدمة البنكية

أولاً : خدمات مصرفية تقليدية : وهي حزمة من الخدمات المصرفية لتلبية إحتياجات العملاء من مختلف المستويات وتتمثل في : منح القروض بمختلف أنواعها.

- فتح الحسابات الجارية بكافة العملات

- تقديم الخدمات البنكية بالتجزئة.

¹.د. زاهر عبد الرحيم ، مرجع نفسه ص 41.42

².ردينة عثمان يوسف وآخرون ، "التسويق المصرفي" دار المناهج للنشر والتوزيع ، ط1 ، عمان 2001 ، ص273.274.

- تقديم الإستشارات الإستثمارية
- تداول الأسهم والسندات.
- بيع وشراء العملات والمعادن النفيسة.

ثانياً : خدمات بنكية غير تقليدية : وهي حزمة من الخدمات البنكية لتلبية إحتياجات العملاء أصحاب الثروات الخاصة وتقدّم من خلال وسائل تكنولوجيا المعلومات الحديثة وتمثل في : إدارة المحافظ المالية بشكل محترف يستطيع من خلالها القيام بتداول الأسهم إلكترونياً .

- التأمين على الحياة
- التعامل البنكي الإلكتروني¹

ثالثاً : الخدمات البنكية التقليدية المقدمة إلكترونياً

تأثرت العديد من الخدمات البنكية بالتطور الحاصل في ميدان الاتصالات واصبح تقديمها يتم بعيداً عن الإجراءات اليدوية وإستخدام الدعائم الورقية والتوقيع اليدوي المباشر ، لكن هذه الطريقة الحديثة لا تخلو بدورها من الإشكالات العملية والقانونية وقامت بإبتكار طرق جديدة لم تكن معروفة من قبل الشيء الذي أظهر بوضوح الدور الكبير الذي تقوم به البنوك في تطوير التجارة الإلكترونية.

رابعاً: الخدمات البنكية الحديثة المقدمة إلكترونياً

تتعدّد الخدمات التي تقدّمها البنوك الإلكترونية ، منها ما يتعلق بالتوجيه الصحيح للعملاء لميادين الإستثمار المختلفة ومساعدتهم في شراء الأسهم والتعامل بالبورصة إلا أنّ أهم تلك الخدمات ظهرت بظهور التجارة الإلكترونية وكان ظهورها نابعاً من ضرورة توفير وسائل الدفع الملائمة لطبيعة التجارة الإلكترونية حيث أنّ البنوك تلعب دوراً هاماً في تطوير هذه التجارة عن طريق ما توفّره من وسائل تداول النقود عبر شبكة الأنترنت إلا أنّ بعض الوسائل كالشيك والتحويل الإلكتروني يتطلّب وجود تعامل سابق بين العميل والبنك لهذا تمّ البحث عن وسيلة أخرى تسمح بالقيام بالعمليات الدفع بشكل أكثر بسرعة لغير عملاء البنوك ودون الحاجة إلى طلب إذن من البنك وإشراك الحساب وتسمح كذلك لغير العملاء بالتعامل عبر شبكة الأنترنت

(أبو فروة ، 2009، ص61)²

¹ عبد الله محمد نخيلان الشقيحي المطيري "إعادة هندسة الأعمال والتطوير التنظيمي ، دار الكتب الحديث ، القاهرة ، ص178، 189.

² محمود محمد أبو فروة ماجيستر في قانون تجاري "الخدمات البنكية الإلكترونية عبر الأنترنت" دار الثقافة للنشر والتوزيع ، عمان ، ط1،

الفرع الثالث : دورة حياة المنتج من منظور الخدمة المصرفية وتبيان الحالات الخاصة بها.

دورة حياة المنتج : وتعتبر مفهوم تسويقي ، يحاول وصف تطور حجم المبيعات أي (حجم التعامل مع عبر الزمن) والأرباح ، سلوك العملاء وظروف المنافسة ، وطبيعة السياسات التسويقية لكل منتج (خدمة مصرفية) منذ مرحلة حذفه من خط المنتجات (الخدمات) وتشكل دورة حياة المنتج أربعة مراحل هي :

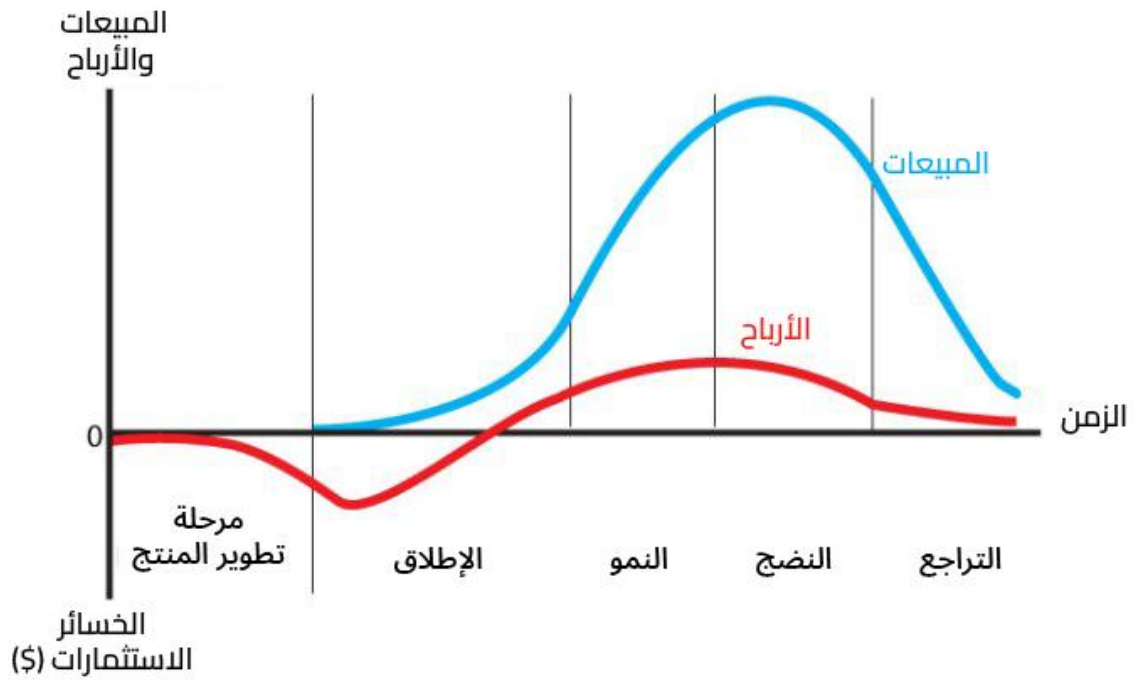
1 - مرحلة تقديم المنتج

3. مرحلة النضج والإزدهار

4. مرحلة الإنحدار والتدهور.¹

2 - مرحلة النمو

الشكل رقم (04-02) دورة حياة الخدمة المنتج



المصدر : من إعداد الطالبين بالإعتماد على المعلومات السابقة ولكل مرحلة من المراحل السابقة ذكرها لها طبيعتها وخصائصها ومقتضياتها.

¹ شيخي عثمان ، إدارة العلاقة مع الزبون ، دراسة حالة مؤسسة إتصالات الجزائر ، مدينة سعيدة ، تخرج لنيل شهادة الماجستير علوم تجارية 2008.2009، ص31.

وهذا يفرض على الإدارة المصرفية أن تتعامل مع كل مرحلة بإستراتيجيات مختلفة تتلاءم مع طبيعة كل مرحلة منها وهنا سنقوم ببيان كل مرحلة من مراحل دورة حياة المنتج على التوالي :

أ. مرحلة التقديم : يطلق على الخدمة أنها في مرحلة التقديم عندما تقدّم للمرة الأولى او عندما يتمّ تغيير شكل الخدمة الحالية حيث الكثير من الخدمات الجديدة لا تحصل على درجة القبول من طرف المستهلكين ومن هنا تظهر ميزة الخدمة على السلع بحيث أنّ الخدمات يمكن تقديمها على نطاق ضيق ويمكن توسيعها إذا لقيت القبول من المستهلكين وتتصف هذه المرحلة من حياة الخدمة المقدّمة بما يلي :

- يكون الطلب على الخدمة ، المنتج المقدّمة ضعيفاً لعدم معرفة الأفراد بها ، لكونها جديدة وتطرح لأول مرة.

- يتمّ في هذه المرحلة التركيز على الأنشطة الإعلانية بهدف تعريف الأفراد بالخدمة المقدّمة وفوائدها وفائق الإدراك بوجود الخدمة.

- يتميز حجم التعامل بالخدمة في هذه المرحلة بالإنخفاض النسبي وإنخفاض الأرباح كذلك ، وهذا بسبب بطء المبيعات وارتفاع النفقات وخاصة نفقات التوزيع والترويج وكذلك تكاليف البحث والتطوير للمنتج الجديد التي لا تزال عالية.

- في هذه المرحلة لا تظهر للمنافسين أية تأثير أنّ سبب حداثة الخدمة الجديدة.

ب. مرحلة النّمّو :

- يزداد نمو الخدمة في هذه المرحلة ، حيث تظهر تدفقات نقدية إيجابية يزداد الطلب على الخدمة وهذا راجع إلى النمو إتساع الخدمة ممّا يسمح للعديد من المؤسسات من رفع أسعارها ممّا يؤدي إلى هوامش وأرباح كبيرة ، هذا الشيء يؤدي إلى دخول مؤسسات جديدة لتقديم نفس الخدمة فتظهر قطاعات سوقية جديدة والمنافسة ، وتتميّز على العموم هذه المرحلة في حياة الخدمة ما يلي :

- إتجاه المبيعات والأرباح في هذه المرحلة ارتفاع مع ثبات حجم التكاليف (زيادة الطلب ونموه على هذه الخدمة).¹

يسعى كل مصرف أن تأخذ هذه المرحلة أطول فترة ممكنة لأنّ ذلك سينعكس على الزيادة في الأرباح.

الإعلان يتركز في إبرازه مميزات الخدمة الجديدة ، وما يمكن أن تحقّقه من منافع إضافية حيث أن الزبائن يدركون الخدمة ومميزاتها.

- في هذه المرحلة تكون زيادة تعامل العملاء مع هذه الخدمة.

¹ شفيق حداد ، نظام السويدي ، أساسيات التسويق الشامل والمتكامل 'جامعة الزيتونة ، 2002، ص262.259.

سيكون حجم التعامل الكبير في هذه المرحلة سيكون مقترناً بفرص ربحية.

يزداد في هذه المرحلة الإنفاق على التوزيع، وتطوير نظم توصيل الخدمة وتحسين جودتها وتكثيف الترويج لمواجهة حدة المنافسة.

ح. مرحلة النضج والإزدهار:

تزداد المنافسة وتبدأ مبيعات المؤسسة بالهبوط لذلك نعمل أغلبية المؤسسات على إبعاد المنافسين عن طريق زيادة حصتها السوقية أو زيادة أرباحها وكنتيجة لهذا التنافس تنخفض أرباح معظم المؤسسات الشيء الذي يدفع بالمؤسسات الضعيفة إلى الخروج من الصناعة وفي هذه المرحلة أيضاً لا يرى المستهلكون أية فروقات بين ما تقدّمه المؤسسات المختلفة من خدمات وشدة المنافسة.

تحقق الخدمة في هذه المرحلة أعلى كمية من الطالب عند نقطة الإزدهار.

تظهر في هذه المرحلة في الغالب ما يعرف بـ "إعادة الدورة" وذلك من خلال التغييرات التي تحدثها الخدمة في مضمونها، والتي قد تؤدي إلى زيادة في الطلب ثانياً على الخدمة بشكلها الجديد مثل التطور الحاصل في البطاقة المصرفية من استخدام محلي فقط مقابل مبلغ محدود إلى استخدام عالمي وبمبلغ أكبر.¹

خ. مرحلة الإنحدار والتدهور:

تنخفض مبيعات المؤسسات في هذه المرحلة، ويرجع هذا الانخفاض إلى التقنيات الجديدة المستخدمة مثلاً خدمات صيانة الآلة الطابعة قد إنخفضت لأن آلات الطابعة قد استبدلت بأجهزة الحاسوب والمبرمجون وسبب إنخفاض الطلب تضطر العديد من المؤسسات إلى إلغاء هذه الخدمة أو تلك وبصفة عامة تتلخص مميزات هذه المرحلة برأسمال قليل وأرباح قليلة أيضاً ولكي تنجح المؤسسات في هذه المرحلة عليها بإلغاء الخدمات المؤدية للخسائر والإحتفاظ فقط والإستمرار بتقديم الخدمات المبرمجة²

وفي هذه المرحلة مستوى أداء الخدمة يكون قد بدأ في الإنحدار من حيث حجم التعامل، ومعدلات متناقصة في الطلب والمبيعات، إلا أنّ ذلك الإنحدار قد يكون متسارع (إنخفاض حاد) كما قد يكون هذا الإنخفاض بطيئاً ويعتبر ذلك الوضع إلى كثير من الأسباب منها:

- محدودية تقبل البيئة لتلك الخدمة مثل (الإعتمادات المستندية قد تكون غير فعالة أمام أساليب أخرى متقدّمة من شبكات الإتصال)

¹. شفيق حداد، نظام السويدي، نفس المرجع.

². شفيق حداد، نظام السويدي، نفس المرجع ص 263.262.

ومنه يمكن القول أنّ عرض الخدمة يتشكّل من مجموعة الخدمات الفردية والمعرفة الجيّدة لهذه المكونات يسمح بالتحكّم فيها وتلبية رغبة الزبون كما تسمح دورة حياة الخدمة بمعرفة الطرق والوسائل اللازمة لتنفيذ القرارات المناسبة لكل مرحلة ، وفي الجزء الموالي تتناول العوامل المؤثرة في تقديم الخدمة.

المبحث الثالث : جودة الخدمة البنكية وأثرها على الأداء البنكي :

تبحث البنوك دائما عن توسيع نشاطها وزيادة دورها في الاقتصاد بشكل مستمر ، إضافة إلى أنّها تتصّف بتقنية دقيقة ومنتطورة بإستمرار لهذا فهي مدعوة إلى الإعتماد على آخر ما إبتكر العلم من وسائل إتصال حديثة والإبتعاد عن الإجراءات اليدوية مع ضرورة توفير وسائل الدفع الملائمة للتطوّر الإلكتروني .

المطلب الأول : العلاقة بين جودة الخدمة والأعمال البنكية الإلكترونية.

تدرس جودة الخدمة بشكل أساسي من خلال وجهتي نظر :

1. وجهة نظر جودة الخدمة للزبون التي تميّز بين الجودة المدركة والجودة المطلوبة .
 2. وجهة مقدّم الخدمة التي تميّز بين الجودة المستهدفة والمسلمة.
- **أولا : وجهة نظر الزبون :** إنّ هدف أي منظمة هو تحقيق رضا الزبون ، لذلك فالمنظمات وجدت أصلاً لأجل تلبية حاجات الزبون ¹ وهو العامل الأكثر أهمية في تصميم وتقديم وتنظيم مستوى جودة الطلب الصريح أو الضمني للزبائن الذي يتوقعه مقدمه الخدمة ، أي أنّها تشكّل توقعات الزبائن التي تنشأ بتأثير عوامل متعدّدة في حين تعطي الجودة المدركة الإنطباع الكلي للزبون ويعطي الإحتمال بين الجودة المدركة والجودة المطلوبة مقدم الخدمة فرصة هامة لقياس رضا الزبون بناءً على صياغة وتشكيل معيار دقيق وفعلي على أساس نتائج تقييم الزبائن للخدمة ولتعزيز جودة الخدمة البنكية عبر شبكة الأنترنت بشكل فعّال يجب على المصرفيين أن يفهموا أولاً الخصائص والمواصفات التي يستعملها الزبائن للحكم على جودة الخدمة ، لذا تمّ القيام بالعديد من الدراسات التي حددت الأبعاد الرئيسية للجودة في البيئة البنكية التقليدية وفي الوقت الحالي يمثل بحث جودة الخدمة في البيئات الإلكترونية جزءاً هاماً من أنشطة وبحوث علوم الإدارة والمعلومات ، كما أنّه لا يعطي شكلاً وصيغة موحّدة لتوقعات جودة خدمة الزبائن.
 - **ثانيا : وجهة نظر مقدم الخدمة :** إنّ التركيز على العملية البنكية أو عرض الخدمة قاد إلى تعريف الجودة داخليا على أنّها المطابقة للمتطلبات وهذا يؤكد على أهمية الإدارة والجودة من جانب عرض الخدمة أو هناك دوراً هاماً للعملية في تحديد جودة النتائج وتمثل جودة المطابقة إدراك الجودة من وجهة نظر مقدم الخدمة ، ويعدّ حاملو الأسهم (المساهمون) وإدارة البنك والعمال ، بمثابة مقدّمي

¹ د. زاهر عبد الرحيم ، مرجع نفسه ص65

الفصل الثاني : جودة الخدمات الإلكترونية وتوجهها نحو الحداثة

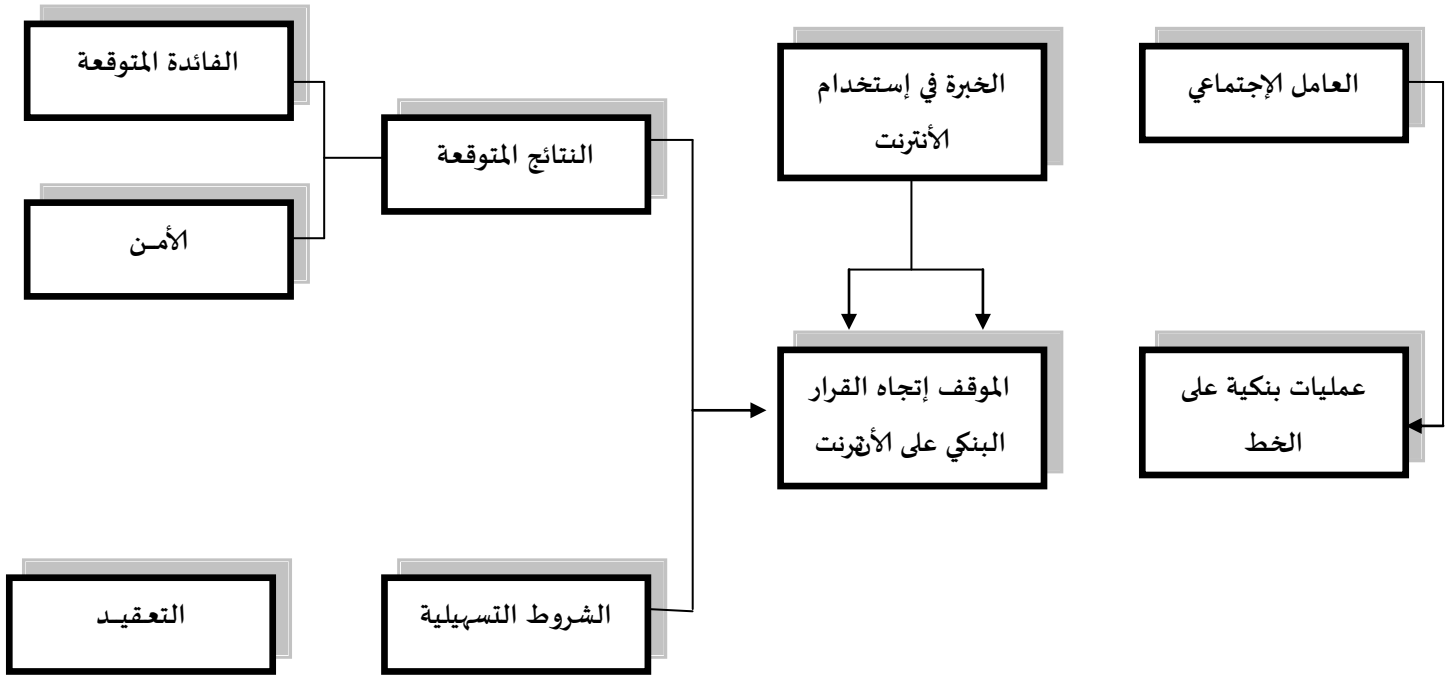
الخدمات، ويعتمد تحقيق الجودة المطابقة بين مستوى الجودة المخطط والجودة الحقيقية المسلمة للزبائن على نظام إدارة جودة الخدمة في البنك.

المطلب الثاني : أثر الصيرفة الإلكترونية على سلوك العملاء وأداء البنوك

للبنوك على الأنترنت أثر كبير على سلوك العملاء من خلال الفوائد المتوقعة والأمن والتكاليف والشروط التسهيلية التي يوفرها والتي تدفع العميل لبناء الثقة في البنك أو العكس كما أنّ أداء البنوك لا يتحقق إلا بتحسين جودة الخدمات وفتح أسواق جديدة مع تعزيز العلاقة مع العملاء ، وبصفة عامة البنوك الإلكترونية هي مجموعة قنوات إلكترونية فالمعاملات البنكية إلكترونياً لمدة 24/24 ساعة و7 أيام ، بأي وسيلة فعالة لنظام المعلومات كي يجري كل نوع من المعاملات المالية وفق للمستويات المختلفة بتطبيق تكنولوجيا المعلومات والاتصالات (شرف 2009، ص62.59).

الفرع الأول : المحددات السلوكية للعميل البنكي عبر الإنترنت إنَّ الشكل الموالي يوضح هذه المحددات.¹

الشكل رقم (02-05) محدّدات السلوكية للعميل البنكي عبر الإنترنت



المصدر: من إعداد الطالبين بالإعتماد على وثائق مستخرجة من بنك الفلاحة والتنمية الريفية BADR

¹ بن عائشة سامية ، الصيرفة الإلكترونية ، ودورها في تحسين الخدمة المصرفية ، مذكرة ماستر كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير ، جامعة يحي فارس ، المدينة 2020.2019 ، ص68

أ. النتائج المتوقعة :

-الفائدة المتوقعة : هي القيمة المتوقعة أي احتمال أنّ استخدام التكنولوجيا يزيد من أداء المستخدم في التنظيم.

-أمن المعاملات : هي من العقبات التي تواجهها البنوك ، لقد ثبت أنّ الأمن هو أحد العوامل التي تحدّد للمستخدم أن يبدأ أو يواصل معاملاته البنكية ، فعلى البنك أن يوقر موقع آمن يحافظ على خصوصية العميل ويحافظ على سرّية معاملاته الشخصية.

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

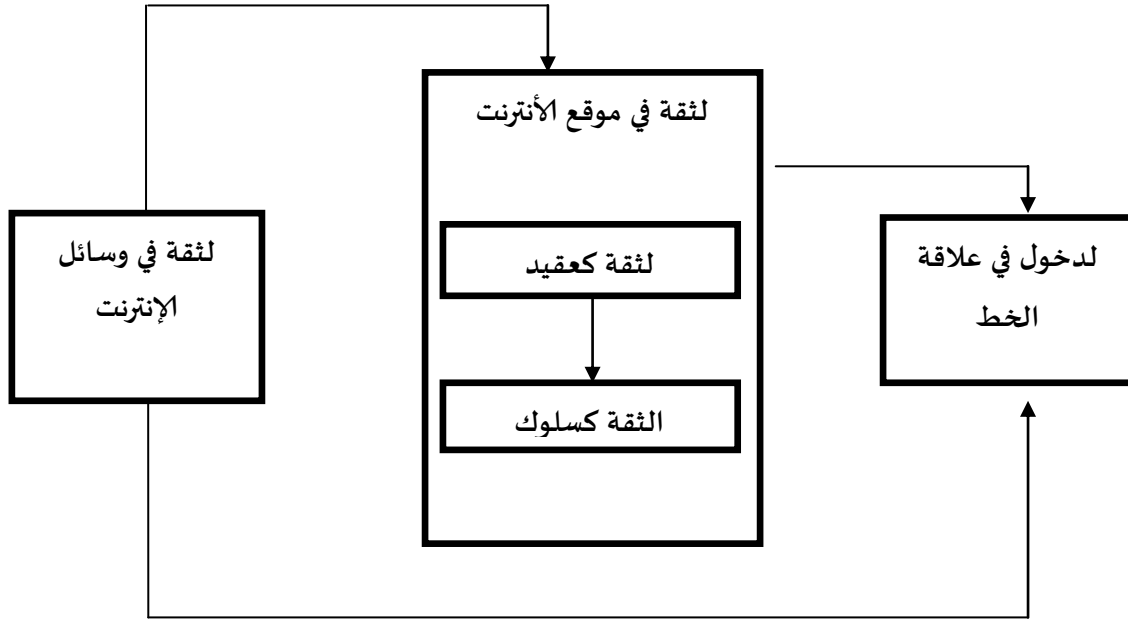
-التعقيد : يعكس مدى التجديد في البنك الذي يعتبر حاليا من الصعب فهمه أو استخدامه ، لأنّ سهولة الاستخدام يعكس درجة عدم التعقيد فالمعاملات البنكية الإلكترونية هي الطريقة الأكثر سهولة لأنّها خالية من أي جهد.

- الوصول : هو أحد سمات النظام نفسه ، يشير إلى سرعة وسهولة الإتصال والتصفّح والعكس صحيح لأنّه يمكن أن يتخذ الفرد موقفا سلبيا إتجاه المعاملات البنكية لصعوبة أو عدم القدرة على استخدام هذه التكنولوجيا.

-الثقة : تأخذ معناها الكامل إنّ إقتراضية الصفقات تدفع بالعملاء للإعتماد على ثقة في البنوك
entionattention مع محدودية القدرات البنكية للمستهلك سوق يسعى للحدّ من عدم اليقين وتعقيد المعاملات الإلكترونية فالثقة هي الكفاءة ، النزاهة وحسن الثقة.¹

¹ بن عائشة سامية ، مرجع نفيه ، ص69.

الشكل رقم (06-02) نمذجة الثقة على شبكة الأنترنت.



المصدر: من إعداد الطالبين بالإعتماد على كل المعلومات السابقة

ج. الخبرة في استخدام الأنترنت والمواقف إتجاه المعاملات البنكية عبر الأنترنت : هي تجربة من حيث

الإستخدام ووقت الإستخدام ، حيث يوقر للمستخدم المهارات والمعرفة التي تجعل من الصيرفة الإلكترونية

أكثر إنتاجية وقلّ تكلفة مما تنتج عنها سهولة في التعامل معه.

د.عوامل الاجتماعية : هي قابلية الفرد للإمتثال للمعايير المرجعية للجماعة في إستخدام تكنولوجيا المعلومات

والإتصال.

الفرع الثاني : تأثير الصيرفة الإلكترونية على أداء البنوك.

أ. تحسين جودة الخدمات وتخفيض التكاليف : ولتحسين جودة الخدمة ، نرى جودة خدماته بلجا

للتجديد أي إستخدام تكنولوجيا الإتصال والمعلومات لتحسين جودة خدماته، وتوسيع مجموعة

عروضه ، وإنّ اللامؤقتية للخدمة التي تسمح بها مختلف المعدات وأنظمة المعلومات واللامحلية

وكسب الوقت ، المرونة ، تسهيل عملية الحصول على الخدمة ، التفاعل في الوقت الحقيقي ،

الإستجابة السريعة تبادل المعلومات الموثوقة والأمانة وغير ذلك كلّها تساهم في تحسين جودة الخدمة

البنكية ، وبالتالي فالبنوك تعتمد قنوات التوزيع الإلكتروني من أجل زيادة ولاء العملاء ، فبري ملزمة

إذاً بتحسين الخدمات المقدمة فواضعي التسويق جميعاً متفقون على القول بأنّ إعتداد كفاءة

الشبكات يقود إلى تخفيض التكاليف بشكل كبير وتحقيق وفرات الحجم وتوفير فرصة لنقل المعلومات بتكلفة منخفضة جداً وبناءً قاعدة عملاء واسعة.

ب. فتح أسواق جديدة وتوسيع نطاق الخدمات : ترى أنّ البنك الذي يعتمد على قنوات التوزيع الإلكتروني والإتصالات سيكون قادراً على كسر الحواجز المكانية والزمنية ، وبالتالي سيكون قادراً على غزو الأسواق (الإنفتاح) وهذا للحفاظ على عملائه بل وإستهداف شرائح جديدة في الأسواق المحلية والأجنبية ، هذا يقودنا إلى القول بأنّ ارتفاع درجة إعتداد المعاملات البنكية الإلكترونية له أثر إيجابي على فتح أسواق جديدة للبنوك.¹

ج. تعزيز العلاقة مع العملاء :

لقد اثبتت الدراسات أنّ غالبية المؤسسات المشاركة في التجارة الإلكترونية فقد إستخدمت لتعزيز علاقاتها مع العملاء المحتملين أو زيادة رضا العملاء الحاليين لهذا ترى أنّ المعاملات البنكية عبر الأنترنت يسمح للمؤسسات المالية تعزيز علاقاتها مع عملائها من خلال إستخدام قنوات إتصال متعدّدة ومتكاملة ومتاحة في جميع الأوقات هذه العلاقة تميل إليه لهذا أن تصبح أكثر تخصيصاً لهذا فتشخيص العلاقة يمكن أن تكون أفضل ميزة تتجاوب لتلبية الإحتياجات المحدّدة لكلّ عميل في البنك والتي سوف تؤثر على مستوى الرضا العام.

المطلب الثالث : مختلف أدوات قياس جودة الخدمات على الأنترنت

لقد تطورت جودة الخدمات من التقليدية إلى الإلكترونية نتيجة توجّه العديد من المنظّمات إلى عرض خدماتهم على مواقع في الأنترنت ممّا دفع العديد من الباحثين إلى إيجاد أدوات قياس تتماشى مع هذا التطور.

أ. الجودة على الخط **Web qual** : عرفه Barnes etal بأنّه الإستبيان على الخطر الاستبيان الإلكتروني الذي يقدّم للعملاء تقييم جودة المواقع على شبكة الأنترنت وفقاً لتطوراته ، الاستبيان ينجز من قبل العملاء يجب على التساؤلات وتقييم العملاء النوعي يحوّل إلى مقاييس كمية تعتبر مفيدة لإدارة عملية صنع القرار . **Web qual** يسمح بإجراء مقارنات بين بيئة التجارة الإلكترونية في نفس الميدان ومع مرور الوقت ، وقدّم تمّ تطبيقه في العديد من المجالات منها مواقع الجامعة على الشبكة ، مواقع البيع بالمزاد العلني ، موقع بيع الكتب على الشبكة كما أنّها تعتبر تتابع جزئي لتقييم جودة المعلومات وإنتشارها في بيئة التجارة الإلكترونية ، إنّ وسيلة **Web qual** أصبحت سلوك متكرّر تنجز وتعّدّل حسب متغيّرات كل ميدان في التجارة الإلكترونية.

¹فاطمة الزهراء بو عبد الله مرجع نفسه ، ص33

ب. E.Serv qual: عرّفه parasurman andal بأنه نموذج مفاهيمي لجودة الخدمة في محيط الجدار الإلكتروني E.tailin genuiranmenment وهي قائمة على هيكل جودة الخدمات التقليدية خارج الخطّ المسماة Se ruqual وهي مشتقة من البحوث الإستكشافية حول مجموعات التعديل ومرحلتين من مجموعة المعلومة التجريبية ، والتحليلية هذا ما ينتج سبعة خصائص لجودة الخدمة : الكفاءة الإعتمادية ، الإنجاز السريّة ، الإستجابة ، التعويض ، الإتصال المباشر بكلّ هذه الخصائص تمثّل مقياس يستعملها العملاء لتقييم الخدمات على الخط على سبيل المثال : خاصية الإستجابة تقيس : قدرة الإجابة على أسئلة العملاء ، الأداء السريع تحديث نظام القوانين ويمكن إستعمال E.Serv qual كهيكل لمديري التسويق لتقييم جودة الخدمات في محيط الجدار الإلكتروني .

ج. E.Sequal: عرّفه (Daw San et al) بأنه هيكل لجودة الخدمة التي تعتبر أساس تجربة وإدماج علاقات العملاء الإلكترونية (E.CRM) وإستراتيجيات HCI للتصميم الفعّال وتطوير محيط الجدار الإلكتروني (E.Tailingenuiranments) .

E.Sequal: يمكن أن يوفّر توجيهات وإرشادات للتجارة الإلكترونية فيمت يتعلق بتكامل الواجهة وإنهاء الإجراءات التجارية back-end وعبر مختلف نقاط إلتماس العملاء مثل : الهاتف ، الفاكس ، البريد الإلكتروني...) ويمكن تطبيقه كوسيلة تقييمية لتوجيه مصممي web ومختصي التسويق لطريقة إستخدام تتماشى مع الشروط الأساسية لإدماج توقّعات العملاء لتحقيق جودة الخدمة ، وقابلية الإستعمال في تصميم محيط الجدار الإلكتروني.¹

د. E.Sequal: عرّفها كل من (Parosurman ;Zetaml, Mlhatra ;Valarie , aruind). أنّها جودة الخدمة المقدّمة على الخط /ومن المعلومات التجريبية المجمّعة إكتشفت وضعيتين مختلفتين وضرورتين لقياس جودة الخدمة الإلكترونية الوضعية الأولى E.S.Qual تضمّ أربعة أبعاد لها 22 صفة وهي : الكفاءة ، الوفاء ، توافر النظام والخصوصية والوضعية الثانية E.Recs.Qual تكون مع العملاء الذين ليس لهم لقاء روتيني مع الموقع ، وتضمّ ثلاثة أبعاد لهم 11 صفة وهي الإستجابة ، التعويض ، الإتصال.²

¹ جبلي هدى ، قياس جودة الخدمة المصرفية دراسة حالة بنك البركة الجزائري ، "رسالة لنيل شهادة الماجستير في العلوم التجارية ، كلية العلوم التجارية والاقتصادية وعلوم التسيير جامعة منتوري ، قسنطينة ، الجزائر 2006، 2007، ص74.72

² رعد حسن صرف ، دراسة العلاقة بين شبكة الأنترنت وجودة الخدمة المصرفية ، دراسة نظرية ، مجلة العلوم الإنسانية لعدد 8 فيفري 2005، بسكرة ، الجزائر

خلاصة الفصل الثاني :

لقد تعرفنا لجودة الخدمات البنكية وتوجّهها نحو الحداثة أي إرتقاءها من العمل التقليدي إلى العمل المصرفي الإلكتروني وأهمّ التكنولوجيات القائمة عليها بهدف جذب عملاء جدد وتقديم أنشطة متضمّنة منافع غير ملموسة موجّهة لإشباع حاجات الزبون المالية والإئتمانية الحالية والمستقبلية ، ممّا أتاحت لهم التعبير إلكترونياً عن إحتياجاتهم وأولوياتهم اليومية ممّا سمح للمصارف التجاوب معها وإستحداث خدمات مالية ومصرفية جديدة ، نرى أنّه يتعيّن على البنوك الراغبة في دخول عالم الصيرفة الإلكترونية أن تمتلك المعرفة والقدرة على وضع إستراتيجية شاملة ، وكذلك تطبيقها بصورة دقيقة وسليمة لضمان تحقيق الأهداف المرجوة من إعتقاد هذه الصيرفة من جهة ومن جهة أخرى التحكّم الأفضل للمصارف في نظام المعلومات وأساليب الاتصالات يحقّق الجودة في الخدمات والسرعة في أداء تقديمها وإنشاء علاقات مع العملاء ، وقد رأينا كذلك أنّ الخدمة البنكية لم تعدّ محصورة في فتح الحسابات ومنح القروض وإنّما ظهرت أنواع جديدة من الخدمات منها التعاملات بالمشتقات ، خدمات التأمين ، بالإضافة إلى الخدمات المصرفية الإلكترونية.

الفصل الثالث : دراسة تطبيقية

لعينة - وكالة مستغانم-

تمهيد :

يعتبر بنك الفلاحة والتنمية الريفية مؤسسة تنتهي إلى القطاع العمومي ، مهمة تطوير الفلاحة وترقية العامل الريفي في بداية المشوار يكون البنك من مئة وأربعين وكالة متنازل عنها من طرف البنك الوطني الجزائري وقد تمّ تصنيف بنك الفلاحة والتنمية الريفية في المركز الأول في ترتيب البنوك التجارية ، ولذلك سوف نحاول تقديم المؤسسة البنكية BADR نشأتها وتعريف بنك الفلاحة والتنمية الريفية والتطرق إلى الهيكل التنظيمي وأهداف البنك وايضا الخدمات التي يمنحها البنك BADR .

ومن أجل تحقيق أهداف الدراسة التطبيقية فقد تمّ تقسيم الفصل إلى المباحث التالية :

المبحث الأول : تقديم المؤسسة البنكية BADR محل الدراسة .

المبحث الثاني : عينة الدراسة التطبيقية وأدوات تحليل البيانات.

المبحث الثالث : المعالجة الإحصائية لبيانات الإستبيان.

المبحث الأول : تقديم المؤسسة البنكية BADR محل الدراسة

يعدّ بنك الفلاحة والتنمية الريفية من أهم البنوك النشطة في الأنشطة في الإقتصاد ، فهو يقوم بتقديم خدمات متنوعة للزبائن لكسبهم والمحافظة عليهم لكي يكون تحقيق الربح أكبر ، لذلك سوف نحاول تقديم تعريف ونشأة بنك الفلاحة والتنمية الريفية والتطرق إلى هيكله التنظيم ومهامه وأيضاً وسائل الدفع التي يمنحها مع ذكر أهم أنواع الخدمات التي يقدمها.

المطلب الأول : تعريف بنك تنمية الفلاحة والتنمية BADR ونشأته

الفرع الأول : تعريف بنك الفلاحة والتنمية الريفية ونشأته

إنّ إعادة الهيكلة بالنسبة للقطاع المصرفي أدت إلى ميلاد بنك جديد متخصص في الزراعة والتنمية الريفية إذ يشغل مكانة هامة داخل النظام المصرفي الجزائري ويندرج ضمن دائرة البنوك التجارية ، كونه بنك شامل وجواري ، يعتبر بنك الفلاحة والتنمية الريفية BADR منذ نحو أربعين سنة ، على تدعيم تنمية إقليمية ومشاريع زبائنه بشكل فعال ، بما في ذلك تمويل الفلاحة ، الصناعات الغذائية ، الصيد البحري وتربية المائيات ، من أجل تحقيق رضا الزبائن بأكبر قدر ممكن يجتدّ بنك " بدر " أكثر من 7000 موظف مع فريق يتكون من 1200 مكلف بالزبائن لإصغاء إلى انشغالاتهم برأسمال قدره 33.000.000.0000 دينار جزائري. ولقد جاء إنشاء بنك الفلاحة والتنمية الريفية على وقع إصلاحات المنظومة البنكية والبنوك التجارية التي تسعى إلى أكثر ربح ممكن بالفعل ونظراً لأهمية التي يتصدق بها البنك قد فرض نفسه بين مختلف البنوك التجارية في ظل التوجه الجديد نحو السوق الحرّ والدخول في المنافسة ، ويخضع كغيره من البنوك إلى القواعد العامة والمتعلقة بإدارة البنوك ونظام القروض¹

حيث أخذ هذا البنك بمبدأ اللامركزية وأعطى لفروعه ووكالاته منها وكالة (866 قيد دراسة التي تعتبر ممثل للمؤسسة المصرفية إلى أدنى مستوى وتقوم بالتعامل مع العملاء كما تقوم بكل العمليات المصرفية مثل

¹ المرسوم 106/8 المؤرخ في 1982/03/13 المنضم ، إنشاء BADR

السحب والدفع وتقديم القرار وجمع الموارد حيث أنشأت هذه الوكالة سنة 1982 بعدما إنبثقت من البنك الوطني الجزائري بعد التقسيم الجديد الذي حصل في إطار الإصلاحات التنظيمية والهيكلية التي عرفتها الجزائر أثناء تلك المرحلة في هذا القطاع حيث تمثلت هذه الإصلاحات الواسعة في منح القروض وخدمة سياسة إعادة الهيكلة للمؤسسات تسهيلاً لخدماته بعد ان أكد تقسيم البلاد إلى 48 ولاية على مستوى الوطن وبنك الفلاحة والتنمية الريفية هو بنك متخصص في تمويل القطاع الفلاحي والزراعي وكلّ الأنشطة المرتبطة بهذا القطاع.

الفرع الثاني : تطوّر بنك الفلاحة والتنمية الريفية¹

مرّ بنك الفلاحة والتنمية الريفية في تطوّر ه ثلاث مراحل رئيسية المتمثلة في :

1- مرحلة 1982-1990 : في هذه المرحلة تمّ تأسيس بنك الفلاحة والتنمية الريفية تبعاً لإعادة هيكلة البنك

الوطني الجزائري حيث ، أنصب إهتمام البنك على تحسين موقعه في السوق المصرفي والعمل على ترقية

العالم الريفي عن طريق فتح الوكالات المصرفية في المناطق ذات النشاط الفلاحي ، وطبق لمبدأ تخصص

البنوك حيث كان كل بنك عمومي يختص بإحدى القطاعات الحيوية العامة .

وفي إطار الإصلاحات الإقتصادية آنذاك تمّ تحويل بنك الفلاحة والتنمية الريفية إلى شركة مساهمة التي قدر

رأسمالها 2200.000.000 دج مقسماً إلى 2200 سهم بقيمة 1.000.000 للسهم الواحد.

2. مرحلة الثانية 1991-1999 : بعد صدور قانون النقد والقرض الذي ألغي من خلاله التخصص القطاعي

للبنوك فأصبح بنك الفلاحة كغيره من البنوك يباشر مهامه المختلفة المتمثلة في منح القروض وتشجيع

العمليات الإدخار بالفائدة وبدونها ، كما توسع نشاطها في مختلف قطاعات الإقتصاد الوطني خاصة قطاع

الصناعات الصغيرة والمتوسطة بدون الاستغناء عن القطاع الفلاحي الذي تربطه معه علاقات مميزة وتميزت

هذه المرحلة بما يلي²:

¹. مقابلة شخصية مع المكلف بالزبائن في بنك الفلاحة ، والتنمية الريفية وكالة مستغانم على الأسئلة 9:30 - 11:35 يوم 24-01-2023

². وثائق مستخرجة من بنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة مستغانم.

- 1991 : تمّ الإنخراط في نظام سويفت swift لتسهيل معالجة وتنفيذ عمليات التجارة الخارجية .
- 1992 : تمّ وضع نظام sybu يساعد على سرعة أداء العمليات المصرفية من خلال ما يسمّى Télétraitement إلى جانب تعميم إستخدام الإعلام الآلي في كلّ عمليات التجارة الخارجية.
- 1993 : الإنتهاء من إدخال الإعلام الآلي على جميع العمليات المصرفية .
- 1994 : بدء العمل بمنتج جديد يتمثل في بطاقة السحب بدر.
- 1996 : إدخال نظام المعالجة عن بعد لجميع العمليات المصرفية في وقت حقيقي.
- 1998 : بدء العمل ببطاقة السحب ما بين البنوك CIB.
3. المرحلة الثالثة : من 2000 إلى 2004 تميّزت هذه المرحلة بوجود التّدخل الفعلي للبنوك العمومية لبعث نفس جديدة في مجال تشجيع الإستثمارات المنتجة ودعم برنامج الإنعاش الإقتصادي والتوجّه نحو تطوير قطاع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة والمصّغرة في جميع الميادين وفي نفس الوقت طور مستوى أدائه مساهمة للتحويلات الإقتصادية والإجتماعية العميقة وإستجابة لتطلّعات العملاء والمستثمرين ، بالإضافة إلى تبنيه إستخدام التكنولوجيا الحديثة في مجال العمل المصرفي كل هذه أدت إلى نتائج هامة عبر السنوات نوردها :
- 2002 : التّدخل في تحويل الإقتصاد حيث رفع إلى حدّ كبير القروض لفائدة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة مع رفع إعانات القطاع الفلاحي ووضع مخطط جماعي وكذلك القيام بفحص دقيق لنقاط القوة ونقاط الضعف في سياسته مع إستراتيجية تسمح للبنك بإعتماد المعايير العالمية في مجال العمل البنكي¹
- 2001 : سعيا منه لإعادة تقييم موارده قام البنك بإجراء عملية تطهير محاسبية ومالية لجميع حقوقه المشكوك في تحصيلها بغية تحديد مركزه المالي والعمل على زيادة تقليص مدة من مختلف العمليات المصرفية إتجاه الزبائن إلى جانب ذلك قام البنك بتحقيق مفهوم البنك الجالس La Banque Assise مع خدمات مشخصّة.

¹. نفس المرجع سبق ذكره ، مقابلة شخصية مع المكلف بالزبائن في بنك الفلاحة ، والتنمية الريفية وكالة مستغانم على الأسئلة 9:30 - 11:35 يوم

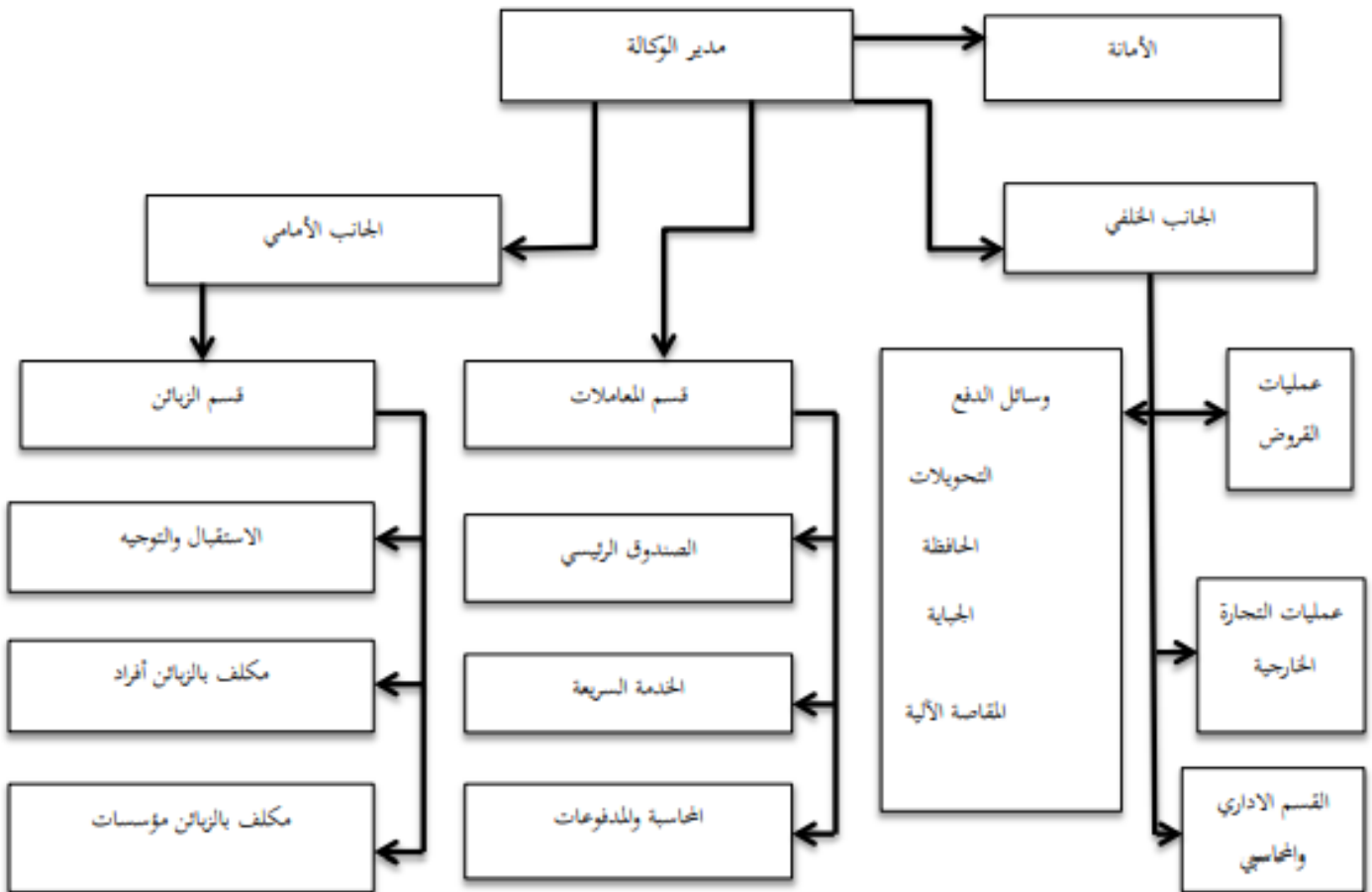
2002: تعميم تطبيق مفهوم البنك الجالس مع خدمات مشخصة على مستوى جميع وكالات البنك.

2004: هذه السنة كانت مميّزة بالنسبة للبنك الذي عرف إدخال تقنية جديدة تعمل على سرعة تنفيذ العمليات المصرفية ، فبعد أن كان يستغرق وقت تحصيل الشيك 15 يوما أصبح نقل الشيك عبر الصورة وبإمكان الزبائن تحصيل شيكات بنك بدر في وقت وجيز وهذا يعتبر إنجاز غير مسبوق في مجال العمل المصرفي في الجزائر ، كما عملو مسؤولو بنك بدر خلال عام 2004 على تعميم إستخدام الشبايبك الآلية للأوراق

النقدية المرتبطة ببطاقات الدفع¹

المطلب الثاني : الهيكل التنظيمي للبنك الفلاحة والتنمية الريفية ومهامه²

الشكل رقم (01-03) يمثل الهيكل التنظيمي لبنك الفلاحة والتنمية الريفية - مستغانم



المصدر: وثائق مستخرجة من بنك الفلاحة والتنمية الريفية BADR

¹ نفس المرجع

² مقابلة شخصية مع مكلف الزبائن في بنك الفلاحة والتنمية الريفية فأنتم مستغانم على الساعة 13:30-14:45 يوم 2023/01/25

الهيكل التنظيمي للبنك :

يعتبر النظام من السياسات المتبعة لتحقيق أهداف البنك وهذا لأنه يحدّد مسؤولية مل هيئة داخل هذا النظام وتنقسم وكالة مستغانم إلى المصالح التالية :

1- المدير الجهوي : هو قمة ورأس الهرم الإداري وهو أيضاً بمثابة العمود الفقري للوكالة وذلك من خلال

التعليمات والأوامر والتوجيهات المقدّمة من طرفه وله الحق في الإشراف على كل المصالح مثل :

- السكرتارية : تقوم بتسهيل مهمة القيام بكل الأعمال المكتبية الخاصة بالمدير.

2. رئيس الدائرة الإدارية والمحاسبية : هي فرع من فروع المديرية الجهوية لبنك الفلاحة والتنمية الريفية وهي

تسهر على السير الحسن للموارد البشرية والموارد المالية والمحاسبية وهي تضمن حماية الممتلكات والأفراد

العاملين بهذه المديرية والوكالات التابعة لها .

يتكون هذا الفرع من عدّة مصالح منها :

• مصلحة الدائرة الإدارية : وتتكون من :

- مصلحة الموارد البشرية.

- مصلحة الأمن والوسائل العامة .

- مصلحة الإعلام الآلي .

• مصلحة المحاسبة : وتتكون من :

- مصلحة المحاسبة والضرائب وتنقسم إلى قسم المحاسبة وقسم الضرائب.

- مصلحة التحليل .

- مصلحة الميزانية ومراقبة التسيير.

3. نائب المدير المكلف بمتابعة أخطار القروض ما قبل المنازعات : أنشأت هذخ المديرية مؤخراً وهي

تضطلع إلى تحسين الأداء البنكي وهي بذلك تعدّ أداة ربط بين مصلحتين القروض والتحصيلات وتتمثل مهمتها

في متابعة الزبائن والمتحصّلين على القروض في مدى إستجاباتهم لجدول إهلاك القروض ويدرس مدى

تنفيذهم للإلتزامات قبل متابعتهم قضائياً وخاصة تحصيل الضمانات وتتكون هذه النيابة من 03 مصالح¹ :

✓ مصلحة متابعة التجارة والتجارة الخارجية : هي تسيّر من طرف رئيس المصلحة وتكمن في :

- المتابعة الدقيقة للملفات التابعة لها .

- متابعة الحالة المالية لكل زبون معني بالقروض .

- متابعة التقارير الواردة من الواكالات فيما يخص الزبائن المعنيون بالقروض .

- إعلام المديرية المركزية فيما يخص تعليماتهم

- إعلام اللجنة المعنية بما يخص " أي تغيير في مخاطر القروض .

✓ مصلحة متابعة ما قبل المنازعات: وعي تسيير من رئيس المصلحة :

- المتابعة الدقيقة لملفات القروض التي هو مسؤول عنها

- متابعة لكل الظروف التي هي معنية بها قبل المنازعات وذلك حسب درجة الخطر.

✓ مصلحة متابعة الضمانات :

- وهي تسيير من طرف رئيس المصلحة التي له المهام التالية :

- تقديم دوري للضمانات المرهونة فيما يخص القيمة والمدة .

- تحصيل الضمانات وتثبيتها .

- يراقب الضمانات ويشرف على عملية المحاسبية .

- إعلام مسؤولية عن طريق تقرير فيما يخص أي تطورات جديدة .

¹ .مقابلة شخصية مع مكلف الزبائن في بنك الفلاحة والتنمية الريفية فأتّم مستغانم على الساعة 9:30-11:45 يوم 2023/02/02

4. نائب المدير المكلف بالإستغلال :

تتولى هذه النيابة كل المسائل المتعلقة بالقروض على مستوى المجمع لإستغلال وذلك بتلقي ملفات طلبات

القروض من وكالات ثم تدرس الملفات وتقرّر في لجنة خاصة تعرف بلجنة قروض الملفات المقبولة التي

ستمّول والملفات المرفوضة وذلك وفق المعايير الإقتصادية والمحاسبية الثابتة :

- مصلحة القروض والتجارة الخارجية .

- مصلحة الحركة التجارية .

- مصلحة النقد ووسائل الدفع .

5. خلية الشؤون القانونية : تعتبر هذه الخلية من أهمّ المصالح البنكية المتواجدة على مستوى المجمع الجهوي

بحيث تتضمّن 3 مصالح رئيسية وهي :

- مصلحة الشؤون القانونية والمنازعات .

- مصلحة التحصيلات .

- مصلحة الأرشيف .

الفرع 02 : مهام بنك الفلاحة والتنمية الريفية

إنّ بنك الفلاحة والتنمية الريفية يسعى إلى تحقيق أهدافه المتمثلة في التمويل الفلاحي وتحسين الخدمات

المقدّمة للعملاء ، وذلك في ظلّ المنافسة بين البنوك خاصة بعد الإنفتاح الذي عرفه الإقتصاد الجزائري ،

ويسعى كذلك بنك الفلاحة والتنمية الريفية إلى إيجاد سياسة تكوين أكثر فعالية مع جميع الموارد والحصول

على خدمات أفضل ، وهذا من خلال تحديد مختلف المهام التي تساعد على تدعيم هذا القطاع الحيوي ،

أي أنّه يمكن تلخيص أهمّ مهام بنك الفلاحة والتنمية الريفية ، وفقاً للقوانين والقواعد المعمول بها في المجال

المصرفي :

1- فتح حسابات لكل شخص طالب لها وإستقبال الودائع المحصّل عليها من طرف الزبائن.

2- معالجة جميع العمليات البنكية الخاصة بالقروض ، الصرف ، الصندوق (الخزينة).

3- المساهمة في تطوير القطاع الفلاحي ، الريّ ، الصيد ، والنشاطات الحرفية وهذا يوضع إمكانيات مالية ممنوحة من قبل الدولة الجزائرية.

5- العمل على خلق خدمات مصرفية جديدة مع تطوير المنتجات والخدمات المقدمة.

6- العمل على تطوير شبكته ومعاملاته النقدية والمشاركة في تجميع الإدخارات.

7- ترقية عملية الإدخار والإستثمار.

8- التقرب من ذوي المهن الحرة ، التجار ، والمؤسسات الصغيرة والمتوسطة.

9- تقسيم السوق المصرفية.

10- عمل بنك الفلاحة والتنمية الريفية في إطار سياسة القروض ذات المردودية ب :

- تطبيق معدلات فائدة وتكلفة الموارد مع تحديد ضمانات متصلة بحجم القروض.

- قدرات تحليل المخاطر .

- إعادة تنظيم إدارة القروض.

2/ كما نصّت المادة الرابعة من القانون الأساسي للبنك بأنه يقوم العمليات مصرفية متمثلة فيما يلي :

- منح القروض بكلّ أنواعها ومعالجتها أي قروض طويلة ومتوسطة الأجل .

تمويل مختلف العمليات المتعلقة بالتجارة الخارجية .

- الإلتزام بالقيام بالضمانات .

التعامل مع مؤسسات القرض العمومية الأخرى.

- الإستفادة من التطورات العالمية فيما يخص التقنيات المرتبطة بالنشاط المصرفي.

المطلب 03 : الخدمات الإلكترونية التي يقدمها بنك BADR

الفرع : البطاقات الإلكترونية التي يقدمها بنك BADR

1. بطاقة توفير :

تعتبر هذه البطاقات من أحدث مستويات بنك الفلاحة والتنمية الريفية تم إصدارها منذ سنة 2012 ، وهذا راجع لكثرة الزبائن وعدم القدرة على تلبية وكفاية متطلباتهم والمدة الطويلة وشكوى العملاء الذين يحملون دفتر التوفير فدعت الحاجة إلى القضاء على هذه المشكلة والمساهمة إلى تحديث الدفتر إلى بطاقة التوفير ، فهي بطاقة مزودة بشريحة مغناطيسية مطابقة للمعايير الدولية . فهي مرتبطة بدفتر التوفير تسمح بالسحب والدفع أي زمان ومكان داخل الجزائر تتميز بلونها الأخضر الفاتح ورقم سري خاص بالزبون ، تسلّم لصاحبها من طرف البنك بالإضافة إلى ذلك تمنح لصاحبها السحب كل 3 أيام بحدود 50.000 دج خارج الولاية أما داخلها بسحب المبلغ الذي يريده وهذه البطاقة صالحة لسنتين ويتم تجديدها آليا¹

تسمح بالأداء بأمان 24 ساعة في اليوم طيلة أيام الأسبوع (7/7).

- المدفوعات على TPE لدى التجار .

- المدفوعات عبر الأنترنت .

- عمليات السحب والدفع على DAB/GAB

- التحويلات من حسابك الحالي إلى حساب التوفير الخاص بك عبر أجهزة الصراف الآلي التابعة لشركة بدر .

* شروط إصدارها :

- الأشخاص الحاملين دفتر الحسابات الجاري مّدخرات LEB أو دفتر التوفير LEF.

¹ وثائق مستخرجة من بنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة مستغانم.

2- بطاقة Cib classique : في بطاقة وطنية للسحب الصحيح فقط في الجزائر على مستوى البنوك ، إضافة إلى الدفع تمتاز باللون الأزرق لديها رقم سري خاص.بالزبون ، تمنح لإجراء سواء في القطاع الخاص أو القطاع العام ، تكون حسب طلب الزبون حيث يستطيع سحب ثلث الأجر صالحة لمدة سنتين وتجدد تلقائيا قبل شهر من نهاية صلاحيتها .

3. بطاقة Gold : هي بطاقة إلكترونية تسمى Gold تتميز باللون الذهبي وعليها الرقم السري للزبون ، وهي بطاقة دفع تمنح لفئة خاصة وهم التجار وكذلك تمنح للمؤسسات التجارية ، بالنسبة للتجار تكون بإسمه وستعملها وقت ما يشاء في أيام عمل البنك أو العطل ، فهي أصدرت لتسهيل وتوفير الخدمة ، أما بالنسبة للمؤسسات التجارية تكون بالبطاقة باسم الميسر ويكون هو المسؤول عليه ويحمل كافة المسؤولية ، مدة صلاحيتها عامين وهي بطاقة وطنية مخصصة للزبائن ذو الدخل المرتفعة ، صالحة لمدة عامين وتجدد تلقائيا .

- شروط إصدارها :

- الأفراد الممارسين لمهنة معترف بها مع دخل ثابت مثل : النواب المقاولون.

- تجاوز الراتب 100.000 دج.

الفرع 02 : خدمات Gold عبر الأنترنت

أ. وهي خدمة البنك عبر الخط ، والتي تمكّنتنا من معرفة الرصيد وحركة حساب الزبون عن طريق الإتصال بالأنترنت ، ويتم ذلك بالتشاور من خلال بوابة الإلكترونية تدار من قبل مزود الخدمات البنكية الإلكترونية والمخصصة للبنك.¹

¹ معلومات مقدمة من طرف بنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة مستغانم

الشكل رقم (02-03) نموذج بدر نات. Badr.net



المصدر: وثائق مستخرجة من بنك الفلاحة والتنمية الريفية BADR

ب. مختلف خدمات Badr.net

يمكن توضيحها كما يلي :

- معرفة رقم الوكالات ورقم الهاتف .

- الإستعلام عن العمليات الجارية ب 45 يوم فقط .

إستخراج رقم الحساب البنكي .

الإستفسار عن أسعار العملاء.

- بإمكان الشركات تسديد فواتير عمالها عبر الأنترنت من مختلف البنوك .

4. خدمة badr.video

هي الخدمة التي يقدمها بنك Badr للشركات التي تزيد الإستفسار عن أي شيء أو معرفة معلومة ما تتمثل في

مكالمة شخصية مع مستشار البنك دون الحاجة للإنتقال إلى الوكالة ، بعد ملئ إستمارة وإعطاء عنوان

سكايب أو فايبر (معلومات مقدمة من طرف بنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة مستغانم) .

الشكل رقم (03-03) نموذج تعليمات بدر Visio

Formulaire BADR Visio Help

Entreprise

SARL

Dénomination*

Nom*

E-mail*

Tél*

Adresse électronique SKYPE ou VIBER*

Message

ENVOYER >

المصدر: وثائق مستخرجة من بنك الفلاحة والتنمية الريفية BADR

5. خدمة **E.paiment**: وهي الخدمات التي يقدمها بنك BADR بالإشتراك Ooredoo تسمح للزبائن من تسديد فاتورة هواتفهم عبر الأنترنت ، وهذا من خلال بطاقاتهم البنكية حيث توفر هذه الخدمة لمشتري Ooredoo من تسديد فواتيرهم بنقرة واحدة ، وفي أي وقت وبكل أمان دون اللجوء إلى التنقل والإنتظار وعلاوة عن الدفع وتعبئة الهاتف ، تمنح هذه الشراكة مجموعة من الخدمات الأخرى قابلة للولوج من خلال خطتهم.¹

¹ وثائق مستخرجة من بنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة - مستغانم

المبحث الثاني : عينة الدراسة التطبيقية وأدوات تحليل البيانات

المطلب الأول : تصميم الدراسة التطبيقية

بعد مراجعة الدراسات ذات العلاقة وجدنا أنّ أنسب وسيلة لجمع المعلومات هي الإستبيان وقد تمّ تصميم الإستبيان بما يتوافق مع أهداف الدراسة إعداد إستبيان من اجل إستخدامه في جمع البيانات والمعلومات عرض الإستبيان على مجموعة من المحكمين والذي قاموا بدورهم. توزيع الاستبيان على جميع أفراد العينة لجمع البيانات اللازمة للدراسة فاستعملنا في هذه الدراسة على أدوات مختلفة متناسقة فيما بينها :

* أدوات الدراسة

أ. المقابلات الشخصية : تهدف المقابلات إلى الحصول على معلومات دقيقة وذات مصداقية خاصة من مقدّم الخدمة ، وذلك من خلال طرح الأسئلة الشفوية والكتابية للموظفين المتعلقة بالموضوع ومن ثمّ تسجيل الأجوبة والملاحظات .

ب. الملاحظات : فمن خلال التريص سجلنا عدة ملاحظات تخصّ كيفية تعامل الموظفين مع بعضهم البعض وتعاملهم مع الزبائن من جهة أخرى .

ت. إستمارة الأسئلة : لقد إعتدنا على الجزء بشكل يحكم بالتحليل والتفسير وذلك من خلال المعلومات المتحصّل عليها حيث أخذنا هذا الجزء بشكل أكبر من الأدوات السابقة المكّملة .

وتتكون أداة الدراسة من قسمين كالتالي :

- القسم الأول : بيانات شخصية . وذلك لتوضيح خصائص عينة البحث وتشمل الجنس ، العمر ، المستوى التعليمي ، الوظيفة الخبرة .

القسم الثاني : ضمن عبارات تقيس متغيرات الدراسة .

* إجراءات تحضير الإستبيان :

لقد قمنا بتوزيع إستبيان على عينة حجمها 30 موظف في بنك الفلاحة والتنمية الريفية BADR محل الدراسة

إلى عدة أجزاء والتي تكمن في أسئلة شخصية ، أسئلة متعلقة بمقومات وعناصر خدمات البنكية ، أسئلة متعلقة بإنتاج المعرفة في البنك ، أسئلة تتعلق بعناصر مخاطر الخدمات البنكية الإلكترونية ، أسئلة تطوير الخدمات المصرفية ، أسئلة متعلقة بتكنولوجيا إعلام والإتصال وفي الأخير أسئلة مفتوحة وكانت الأسئلة تحوي النقاط التالية :

- لكل جملة معنى واحد لا متعدّد.

- كل مصطلحات سهلة ولا تحتاج للتفسير .

*مجتمع الدراسة :

يتكون مجتمع الدراسة من الموظفين بالبنك في ولاية مستغانم (بنك الفلاحة والتنمية الريفية) فإخترنا 30 شخصاً وبصفة عشوائية للإستبيان والإدلاء بإجاباتهم لمساعدتنا في إنجاز الإحصائيات الخاصة بالدراسة .

المطلب الثاني : أدوات التحليل الإحصائي لبيانات الإستبيان

يهدف القيام بالتحليل الإحصائي لبيانات الإستبيان تمّ الإعتماد على ادوات التحليل الإحصائي المناسبة لهذه الدراسة من أجل الحصول على نتائجها بعد تفرغ بيانات الإستبيان حيث تمّ إستخدام نوعين من الأساليب الإحصائية .

✓ أساليب الإحصاء الوصفي : ويتم إستخدام الإختيارات الإحصائية التالية :

○ التوزيع التكراري : يمكن التعرف من خلال هذا الأسلوب على تكرار إجابات أفراد العينة لكل عبارات

الإستبيان

○ النسب المئوية : لمعرفة نسب الأفراد الذين إختاروا كلّ بدل من بدائل الأجوبة عن عبارات الإستبيان تمّ الإستبيان تمّ إستخدام النسب المئوية.

○ المتوسط الحسابي : تمّ إستخدام المتوسط الحسابي لمعرفة إتجاه المستجوبين حول كلّ عبارة عن عبارات الإستبيان.

○ الإنحراف المعياري : لمعرفة مدى تشتت الإجابات لدى أفراد العينة عن متوسطها الحسابي تمّ إستخدام الإنحراف المعياري.

✓ أساليب الإحصاء الاستدلالي : ويتم استخدام الاختيارات الإحصائية التالية :

- معامل ألفا كرونياخ : وهو معامل يستعمل لقياس الاعتمادية وثبات فقرات الاستبيان.
- معامل ارتباط بيرسون : يستخدم هذا المعامل لقياس صدق الإتساق لمحاور وعبارات الاستبيان.
- مقياس ليكارت : وهو أسلوب يستعمل في الاستبيانات وبخاصة في مجال الإحصاءات ويعتمد على المقياس على ردود تدل على درجة الموافقة أو الاعتراض على صيغة ما.

المطلب الثالث : إختيار صدق وثبات أداة الدراسة

صدق أداة الدراسة : قمنا بالتأكد من صدق الأداة من خلال .

صدق المحكمين : تمّ عرض الإستبيان على الاستاذ المشرف بجامعة عبد الحميد بن باديس تخصص إقتصاد

نقدي وبنكي إستمارة بعد إعطائها لأستاذ وقد استجبنا لرأي الأستاذ وقمنا بإجراء التعديلات المقترحة وبذلك

خرج الإستبيان في صورته النهائية التالية (أنظر رقم الملحق 03 ص 83)

المبحث الثالث : المعالجة الإحصائية لبيانات الاستبيان

بعد إستعراضنا لأهم الخطوات والإجراءات المنهجية التي تمّ الإعتماد عليها في نموذج ومتغيّرات الدراسة ،

سوف نقوم الآن بتحليل النتائج بمختلف الأدوات الإحصائية من متوسط حسابي وانحراف معياري لتقييم

إجابات أفراد العينة ، واختيار الفرضيات لتحديد العلاقة والأثر بينهما.

المطلب الأول : عرض ومناقشة النتائج

شروط قياس الأداة العلمية:

الثبات: من أجل حساب معامل الثبات، قام الباحثان بتوزيع استمارات الاستبيان على عينة التجربة

الاستطلاعية البالغ قوامها 30 عامل والتي.....

الصدق: لمعرفة الصدق الذاتي للاستبيان المستخدم في دراستنا قمنا بحساب الجذر التربيعي لمعامل الثبات،

والجدول رقم (1) يبين نتائج معاملات الثبات والصدق الذاتي للاستبيان المطبق على عينة التجربة

الاستطلاعية.

جدول رقم (01-03): يبين نتائج معاملات الثبات والصدق الذاتي للاستبيان المستخدم

المطلب	معامل الثبات	معامل الصدق
المطلب الأول: أسئلة متعلقة بمقومات وناصر خدمات البنكية	0,63	0,793725393
المطلب الثاني: أسئلة متعلقة بإنتاج المعرفة في البنك	0,81	0,9
المطلب الأول: أسئلة تتعلق بعناصر مخاطر الخدمات البنكية الالكترونية	0,60	0,774596669
المطلب الثاني: أسئلة متعلقة بعناصر مخاطر الخدمات البنكية الالكترونية	0,71	0,842614977
المطلب الأول: تطوير الخدمات المصرفية	0,84	0,916515139
المطلب الثاني: أسئلة متعلقة بتكنولوجيا اعلام والاتصال	0,73	0,854400375
الاستبيان ككل	0,88	0,938083152

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على برنامج SpSS v 28

*تم حساب معامل الصدق بجذر معامل الثبات.

قيمة كرونباخ ألفا المرجعية بـ 0.60 (60%).

من أجل قياس الاتساق الداخلي بين عبارات الإستبيان تم استخدام معامل كرونباخ ألفا ، حيث قدرت قيمته في المطلب الأول بـ 0.63 (63%) والمطلب الثاني بـ 0.81(81%)، والمبحث الثاني المطلب الأول بـ 0.60 (60%)، والمبحث الثاني المطلب الثاني 0.71(71%)، والمبحث الثالث المطلب الأول بـ 0.84(84%)، والمبحث الثالث المطلب الثاني 0.73(73%)، والاستبيان ككل بـ 0.88(88%) وهي قيم عالية، وبذلك يمكن القول أن عبارات الإستبيان متناسقة داخليا بدرجة عالية ، كما قدر معامل صدقها كالتالي: بـ 0.79(79%) ، 0.9 (90%) و0.77(77%)، و 0.84(84%)، و0.91(91%)، و0.85(85%)، و 0.93 (93%) على التوالي ، وهذا ما يدل على قياس وملائمة العبارات للهدف المراد الوصول إليه من خلال الإستبيان.

المعلومات الشخصية:

الجدول رقم (02-03) توزيع العينة الدراسة حسب معلومات الشخصية

التعيين	الفئة	N العدد	النسبة %	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
الجنس	ذكر	9	30,00%	1,7	0,46609
	أنثى	21	70,00%		
	المجموع	30	100%		
العمر	أقل من 25 سنة	1	3,30%	2,8	0,80516
	من 25 الى 35 سنة	10	33,30%		
	من 36 الى 45 سنة	13	43,30%		
	أكثر من 45 سنة	6	20,00%		
	المجموع	30	100%		
المستوى التعليمي	أقل من ثانوي	2	6,70%	3,4	1,16264
	الثانوي	2	6,70%		
	ليسانس	16	53,30%		
	دراسات عليا متخصصة	2	6,70%		
	أخرى	8	26,70%		
	المجموع	30	100%		
عدد سنوات الخبرة	من سنة الى 5 سنوات	5	16,70%	2,7667	1,07265
	من 6 الى 10 سنوات	6	20,00%		
	من 11 الى 15 سنة	10	33,30%		
	أكثر من 15 سنة	9	30,00%		
	المجموع	30	100%		

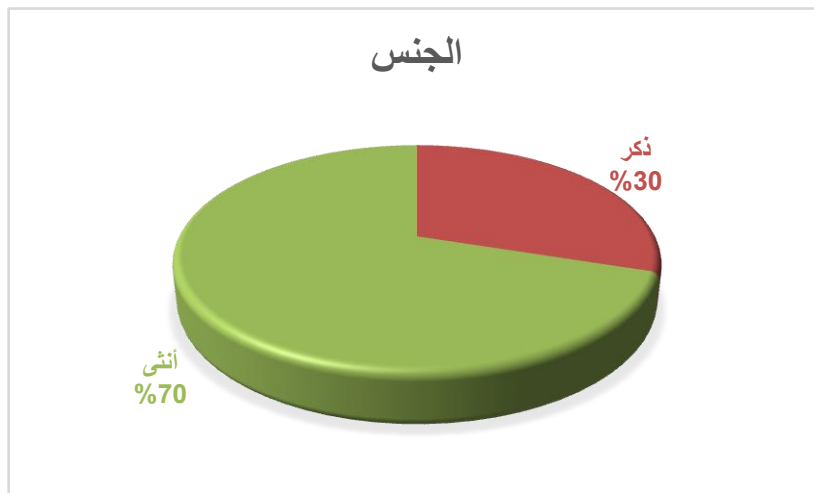
المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على برنامج SpSS v 28

نلاحظ من خلال الجدول رقم 02 ما يلي:

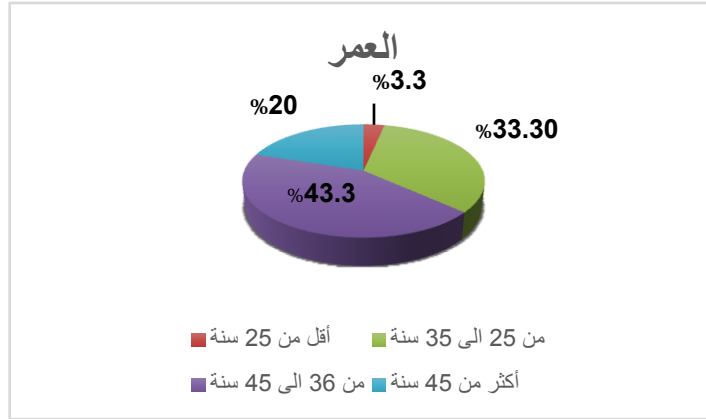
- يمثل الجدول جنس عمال المؤسسة حيث قدر عدد ذكور بـ 9 عمال بنسبة قدرت بـ 30,00%. وقدر عدد عمال الاناث 21 بنسبة قدرت بـ 70,00%.
- يمثل الجدول العمر العمال حيث أعمارهم أقل من 25 سنة قدر عددهم 1 عامل بنسبة قدرت بـ 3,30%، والعمال الذين أعمارهم تتراوح من 25 الى 35 قدر عددهم 10 عمال بنسبة قدرت بـ 33,30%، والعمال الذين تتراوح أعمارهم من 36 الى 45 سنة وقدر عددهم 13 عمال بنسبة قدرت بـ 43,30%، وفي الأخير العمال الذين أعمارهم أكثر من 45 سنة وقدر عددهم 6 عمال بنسبة قدرت بـ 20,00%.
- يمثل الجدول المستوى التعليمي حيث العمال الذين شهادتهم أقل من ثانوي قدر عددهم 2 عامل بنسبة قدرت بـ 6,70%، والذين يحملون شهادة الثانوي قدر عددهم 2 عمال بنسبة قدرت بـ 6,70%، والعمال الحاملين لشهادة ليسانس وقدر عددهم 16 عامل بنسبة قدرت بـ 53,30%، والذين يحملون شهادة دراسات عليا متخصصة قدر عددهم 2 عمال بنسبة قدرت بـ 6,70%. وأخيرا وليس اخرا العمال الحاملين لشهادات أخرى قدر عددهم 8 عمال بنسبة قدرت بـ 26,70%.
- يمثل الجدول عدد سنوات الخبرة لكل عامل حيث العاملين ذو خبرة من سنة الى 5 سنوات وقدر عددهم 5 عامل بنسبة قدرت بـ 16,70%، والعاملين ذو خبرة من 6 الى 10 سنوات عددهم 6 عمال بنسبة قدرت بـ 20,00%، وأصحاب الخبر من 11 الى 15 سنة قدر عددهم 10 عمال بنسبة قدرت بـ 33,30%، وفي الأخير أصحاب الخبرة أكثر من 15 سنة وقدر عددهم 9 عمال بنسبة قدرت بـ 30,00%.

• المحور الأول :

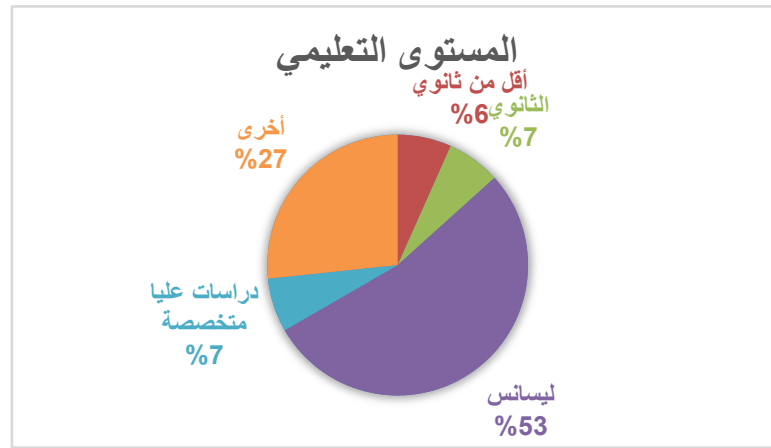
- الشكل رقم (03-04) يمثل نوع الجنس العمال



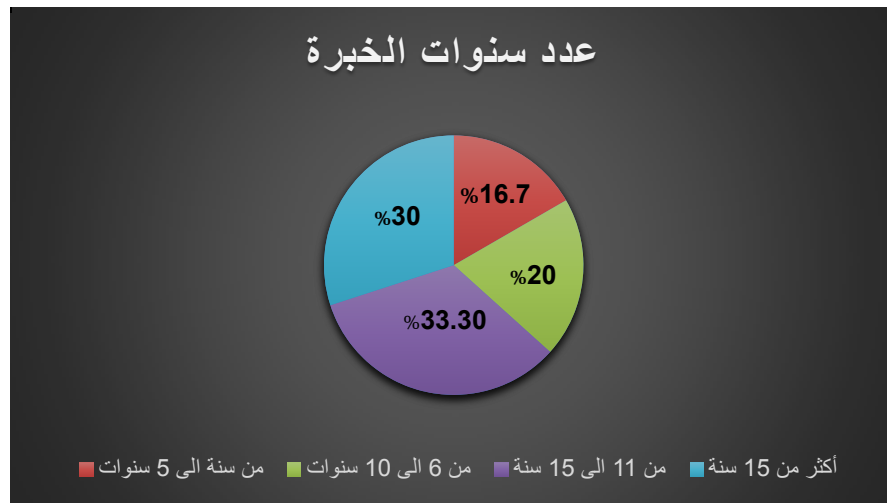
الشكل رقم (03-05) يمثل عمر العمال



الشكل رقم (03-06) يمثل المستوى التعليمي



الشكل رقم (03-07) يمثل عدد سنوات الخبرة



المطلب الثاني : إختبار وتحليل نتائج فرضيات الدراسة

الجدول رقم (03-03) حساب مقياس ليكارت :

المستوى	المتوسط المرجح
موافق بشدة	من 1 الى 1.7
موافق	من 1.71 الى 2.6
محايد	من 2.61 الى 3.4
غير موافق	من 3.41 الى 4.3
غير موافق بدة	من 4.31 الى 5

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على برنامج SpSS v 28

الجدول رقم (04-03) حساب درجة الموافقة:

الاجابة	عدد الاجوبة
موافق بشدة	296
موافق	571
محايد	122
غير موافق	142
غير موافق بشدة	9

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على برنامج SpSS v 28

من خلال الجدول رقم 04 نلاحظ ان الإجابة الأكبر عدد هي موافق بعدد قدر 571، ثم تليها موافق بشدة

بعدد قدر بـ 296، ويليها غير موافق بعدد قدر 142، ويليها مباشرة إجابة محايد بعدد 122 وفي الأخير غير

موافق بشدة بعدد 9 أجوبة.

• أولاً: أسئلة متعلقة بمقومات وعناصر خدمات البنكية

الجدول رقم (03-05) أسئلة متعلقة بمقومات وعناصر خدمات البنكية

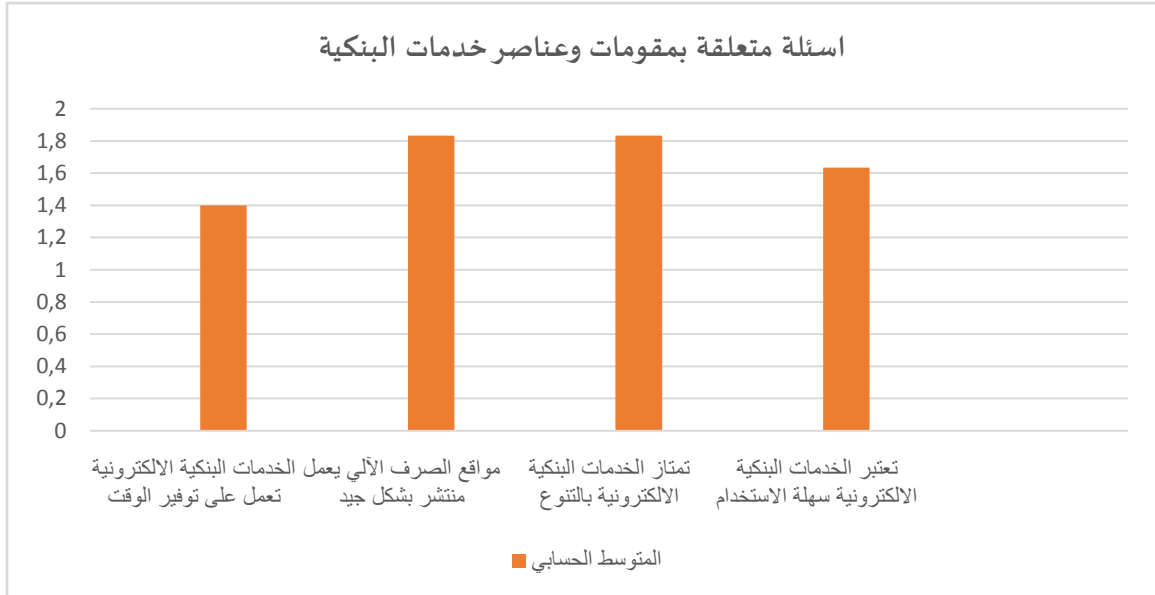
العبارة	الاتجاه	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
الخدمات البنكية الالكترونية تعمل على توفير الوقت	منخفضة	1,4	0,56324
مواقع الصرف الآلي يعمل منتشر بشكل جيد	منخفضة	1,8333	0,83391
تمتاز الخدمات البنكية الالكترونية بالتنوع	منخفضة	1,8333	0,87428
تعتبر الخدمات البنكية الالكترونية سهلة الاستخدام	منخفضة	1,6333	0,80872
		1,675	0,52173

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على برنامج SpSS v 28

نلاحظ من خلال الجدول رقم 05 المتوسط الحسابي أسئلة متعلقة بمقومات وعناصر خدمات البنكية

1,675، بانحراف معياري قدره 0,52173.

الشكل رقم (03-08) أسئلة متعلقة بمقومات وعناصر خدمات البنكية



المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على برنامج SpSS v 28

ثانيا : اسئلة متعلقة بإنتاج المعرفة في البنك

الجدول رقم (03-06) اسئلة متعلقة بإنتاج المعرفة في البنك

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الاتجاه	العبارة
0,81931	2,1333	متوسطة	يوجد تفاعل جماعي الأعضاء البنك لتوليد معارف جديدة
0,83391	2,1667	متوسطة	يقوم البنك باستشارة خبراء الاستفادة من معارفهم وخبراتهم لدعم تطوير الخدمات البنكية
0,7303	2,1333	متوسطة	توزيع المعرفة داخل البنك يعتمد على الانترنت (المعلومات المتعلقة بالبنك)
0,95953	2,1	متوسطة	توزيع المعرفة بين فروع البنك يعتمد على الانترنت والمجلات
0,7868	1,7857	منخفضة	توزيع المعرفة بين فروع القسم اعتمادا على الهاتف او الفاكس
1,09334	2,3333	متوسطة	تبادل المعلومات والخبرات عبر الانترنت
0,88474	1,9	منخفضة	يشجع البنك عملية البحث والتطوير لتحسين خدماته الحالية واستحداث خدمات جديدة
0,73968	1,9333	منخفضة	يسعى البنك لتطوير معارف العمال عن طريق تنظيم دورات تدريبية وملتقيات
0,71197	1,9	منخفضة	يتم خزن المعرفة عن طريق الخزن اليدوي (المستندات الورقية والالكتروني الأقراص المضغوطة
.0.5002	2.0426		

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على برنامج SpSS v 28

نلاحظ من خلال الجدول رقم 06 اسئلة متعلقة بإنتاج المعرفة في البنك المتوسط الحسابي 2.0426، بانحراف

معيارى قدره 0.5002.

الشكل رقم (09-03) أسئلة متعلقة بإنتاج المعرفة في البنك



المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على برنامج SpSS v 28

المحور الثاني : أسئلة تتعلق بعناصر مخاطر الخدمات البنكية الالكترونية

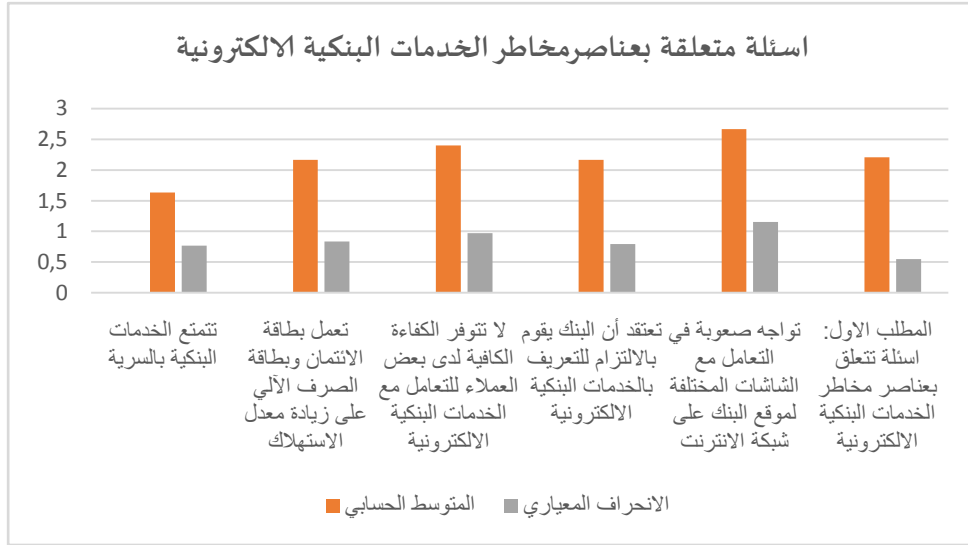
الجدول رقم (07-03) أسئلة تتعلق بعناصر مخاطر الخدمات البنكية الالكترونية

العبارة	الاتجاه	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
تتمتع الخدمات البنكية بالسرية	منخفضة	1,6333	0,76489
تعمل بطاقة الائتمان وبطاقة الصرف الآلي على زيادة معدل الاستهلاك	متوسطة	2,1667	0,83391
لا تتوفر الكفاءة الكافية لدى بعض العملاء للتعامل مع الخدمات البنكية الالكترونية	متوسطة	2,4	0,96847
تعتقد أن البنك يقوم بالالتزام للتعريف بالخدمات البنكية الالكترونية	متوسطة	2,1667	0,79148
تواجه صعوبة في التعامل مع الشاشات المختلفة لموقع البنك على شبكة الانترنت	متوسطة	2,6667	1,1547
		2.2067	0.54705

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على برنامج SpSS v 28

نلاحظ من خلال الجدول رقم 07 المتوسط الحسابي اسئلة تتعلق بعناصر مخاطر الخدمات البنكية الالكترونية 2.2067، بانحراف معياري قدره 0.54705.

الشكل رقم (10-03) يمثل أسئلة متعلقة بعناصر مخاطر الخدمات البنكية الإلكترونية



المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على برنامج SpSS v 28

ثانياً : أسئلة متعلقة بعناصر مخاطر الخدمات البنكية الإلكترونية

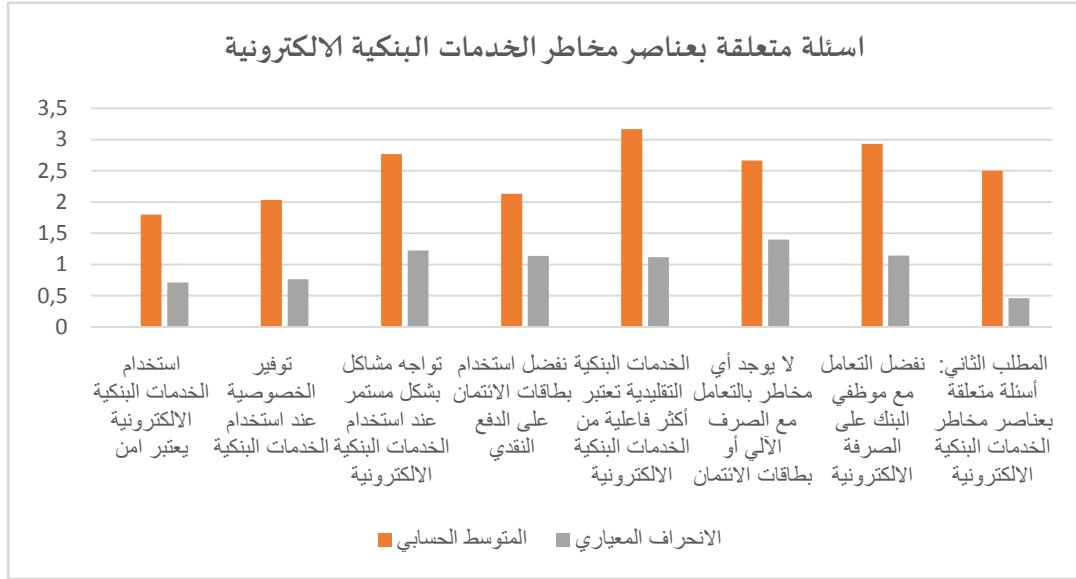
الجدول رقم (08-03) أسئلة تتعلق بعناصر مخاطر الخدمات البنكية الإلكترونية

العبرة	الاتجاه	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
استخدام الخدمات البنكية الإلكترونية يعتبر امن	منخفضة	1,8	0,71438
توفير الخصوصية عند استخدام الخدمات البنكية	متوسطة	2,0333	0,76489
تواجه مشاكل بشكل مستمر عند استخدام الخدمات البنكية الإلكترونية	متوسطة	2,7667	1,22287
نفضل استخدام بطاقات الائتمان على الدفع النقدي	متوسطة	2,1333	1,13664
الخدمات البنكية التقليدية تعتبر أكثر فاعلية من الخدمات البنكية الإلكترونية	مرتفعة	3,1667	1,11675
لا يوجد أي مخاطر بالتعامل مع الصرف الآلي أو بطاقات الائتمان	متوسطة	2,6667	1,39786
نفضل التعامل مع موظفي البنك على الصرفة الإلكترونية	متوسطة	2,9333	1,14269
المجموع		2,5	0,45909

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على برنامج SpSS v 28

نلاحظ من خلال الجدول رقم 08 المتوسط الحسابي أسئلة متعلقة بعناصر مخاطر الخدمات البنكية الإلكترونية 2.5، بانحراف معياري قدره 0.45.

الشكل رقم (03-11) يمثل اسئلة تتعلق بعناصر مخاطر الخدمات البنكية الالكترونية



المحور الثالث : أولاً : تطوير الخدمات المصرفية

الجدول رقم (03-09) تطوير الخدمات المصرفية

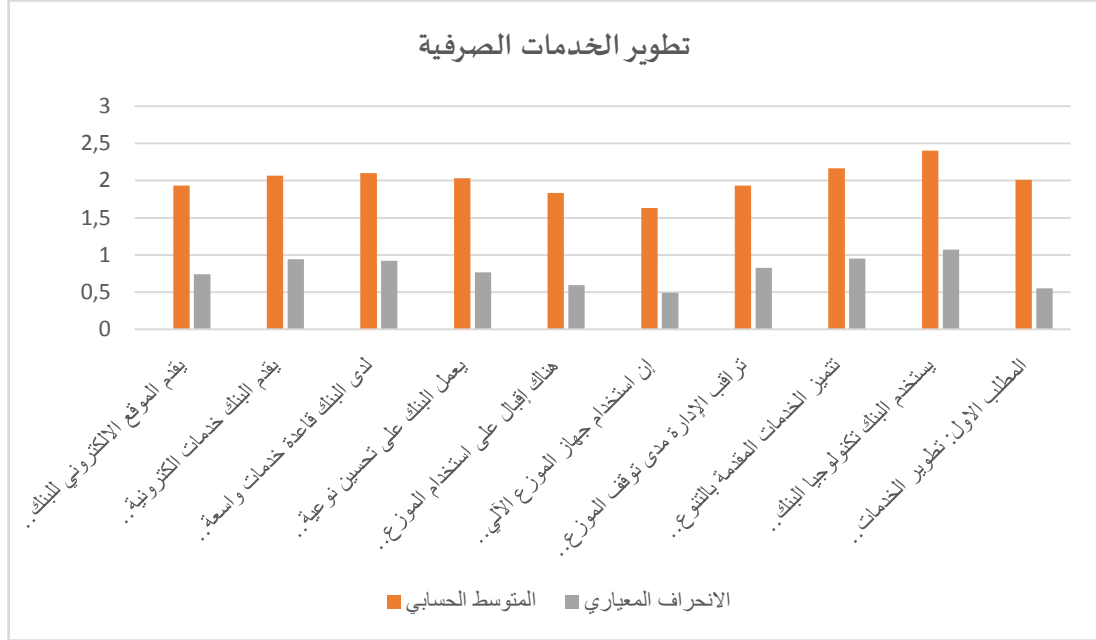
العبارة	الاتجاه	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
يقدم الموقع الالكتروني للبنك خدمات مصرفية للزبائن	منخفضة	1,9333	0,73968
يقدم البنك خدمات الكترونية متطورة متميزة تدعم التنافس وتتسم بجذب زبائن جدد	متوسطة	2,0667	0,94443
لدى البنك قاعدة خدمات واسعة حول الزبائن الذين يستفيدون من خدمات البنكية	متوسطة	2,1	0,92289
يعمل البنك على تحسين نوعية قاعدة البيانات بالاستخدام أحدث وسائل التكنولوجيا المتطورة	متوسطة	2,0333	0,76489
هناك إقبال على استخدام الموزع الآلي DAB خاص بالوكالة BADR	منخفضة	1,8333	0,59209
إن استخدام جهاز الموزع الآلي للتقويم يتم بكفاءة عالية	منخفضة	1,6333	0,49013
تراقب الإدارة مدى توقف الموزع الآلي وتصليحه في الوقت المناسب	منخفضة	1,9333	0,82768
تتميز الخدمات المقدمة بالتنوع والسرعة في الانجاز	متوسطة	2,1667	0,94989
يستخدم البنك تكنولوجيا البنك الناطق في تقديم خدمات للعملاء	متوسطة	2,4	1,06997
		2,0111	0,55005

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على برنامج SpSS v 28

الفصل الثالث : دراسة تطبيقية لعينة - وكالة مس-تغ-انم

نلاحظ من خلال الجدول رقم 09 المتوسط الحسابي لتطوير الخدمات المصرفية 2.0111، بانحراف معياري قدر بـ 0.55005.

الشكل رقم (12-03) يمثل تطوير الخدمات المصرفية



ثانيا: أسئلة متعلقة بتكنولوجيا اعلام والاتصال

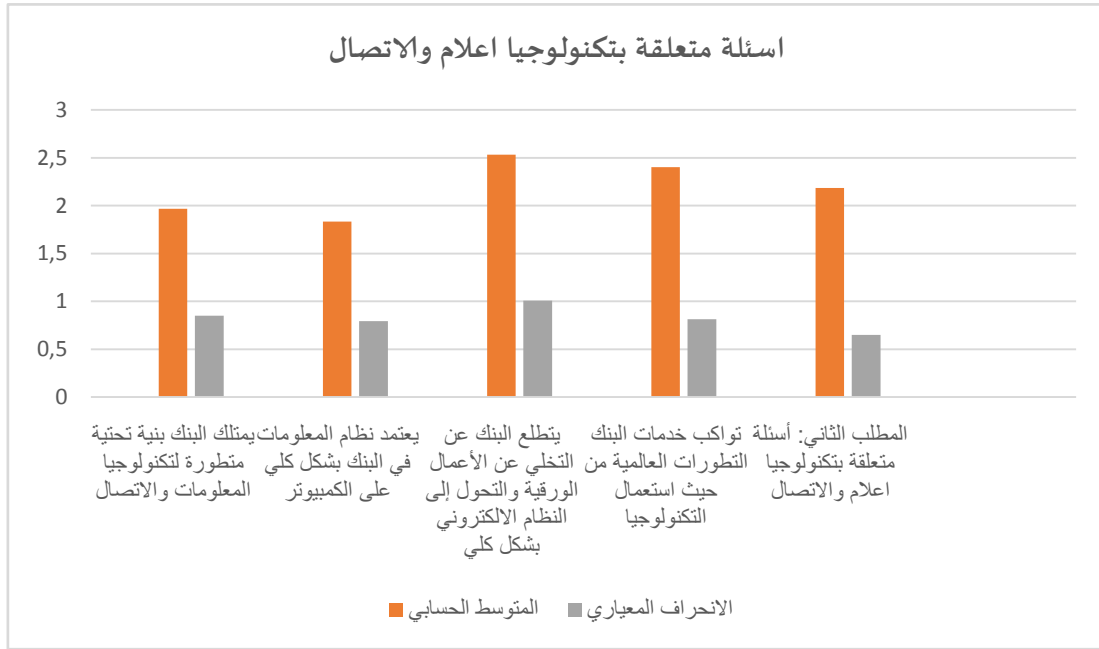
الجدول رقم (10-03) أسئلة تتعلق بتكنولوجيا اعلام والاتصال

العبارة	الاتجاه	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
يملك البنك بنية تحتية متطورة لتكنولوجيا المعلومات والاتصال	منخفضة	1,9667	0,85029
يعتمد نظام المعلومات في البنك بشكل كلي على الكمبيوتر	منخفضة	1,8333	0,79148
يتطلع البنك عن التخلي عن الأعمال الورقية والتحول إلى النظام الإلكتروني بشكل كلي	متوسطة	2,5333	1,00801
تواكب خدمات البنك التطورات العالمية من حيث استعمال التكنولوجيا	متوسطة	2,4	0,81368
		2,1833	0,64971

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على برنامج SpSS v 28

نلاحظ من خلال الجدول رقم 10 المتوسط الحسابي لأسئلة متعلقة بتكنولوجيا اعلام والاتصال 2.18، بانحراف معياري قدر بـ 0.64.

الشكل رقم (03-13) يمثل اسئلة متعلقة بتكنولوجيا الاعلام والاتصال



الفرضية الأولى: توجد علاقة بين الصيرفة الإلكترونية وجودة الخدمات البنكية

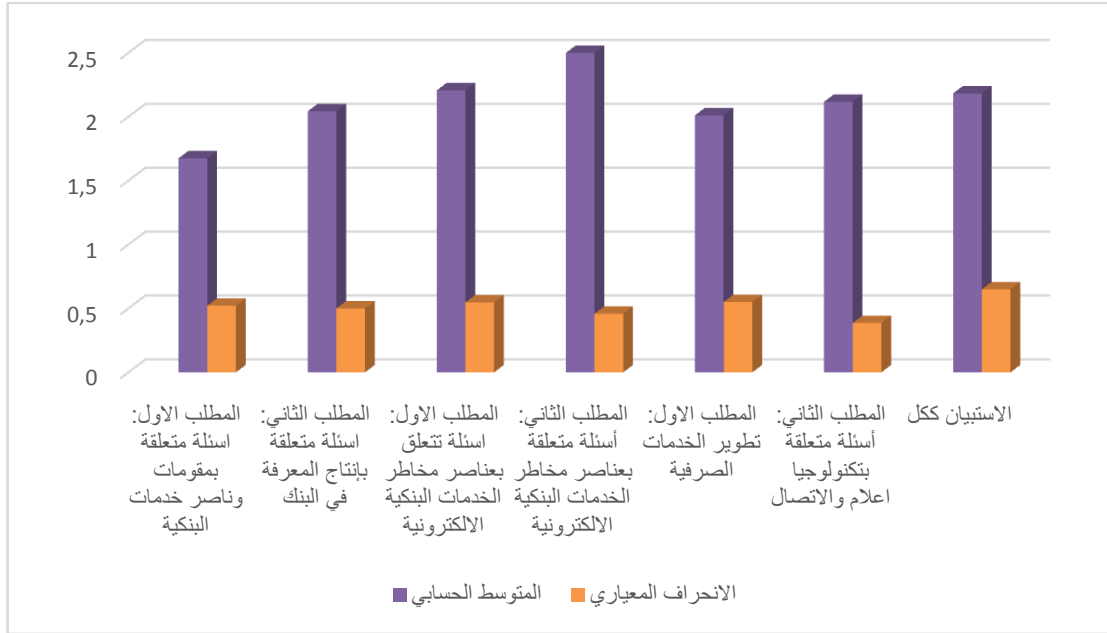
الجدول رقم (03-11) علاقة بين الصيرفة الإلكترونية وجودة الخدمات البنكية.

المطلب	العدد N	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	بيرسون
المطلب الأول: أسئلة متعلقة بمقومات وناصر خدمات البنكية	30	1,675	0,52173	0,765**
المطلب الثاني: أسئلة متعلقة بإنتاج المعرفة في البنك	30	2,0426	0,5002	0,774**
المطلب الأول: أسئلة تتعلق بعناصر مخاطر الخدمات البنكية الإلكترونية	30	2,2067	0,54705	0,639**
المطلب الثاني: أسئلة متعلقة بعناصر مخاطر الخدمات البنكية الإلكترونية	30	2,5	0,45909	0,473**
المطلب الأول: تطوير الخدمات المصرفية	30	2,0111	0,55005	0,847**
المطلب الثاني: أسئلة متعلقة بتكنولوجيا اعلام والاتصال	30	2,1174	0,38595	0,821**
الاستبيان ككل	30	2,1833	0,64971	

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على برنامج SpSS v 28

نلاحظ من خلال الجدول رقم 11 ان قيم بيرسون تتراوح بين 0.473 و0.847 وهي قيم عالية وأكبر من 0.05 وبالتالي نقول وجود علاقة ارتباطية طردية بين المطالب والاستبيان ككل وبالتالي توجد علاقة بين المصرفية الإلكترونية وجودة الخدمات البنكية ومنه الفرضية صحيحة.

الشكل رقم (03-14) يمثل علاقة بين المصرفية الإلكترونية وجودة الخدمات البنكية.



الفرضية الثانية: تأثير الصيرفة الإلكترونية في تحسين جودة الخدمات البنكية.

-الفرضية الصفرية: نموذج الانحدار غير معنوي اي الصيرفة الالكترونية لا تؤثر على جودة الخدمات البنكية.

-الفرضية البديلة: نموذج الانحدار معنوي اي الصيرفة الالكترونية تؤثر على جودة الخدمات البنكية.

لإثبات صحة هذه الفرضية قمنا بحساب ANOVA والجدول لتالي يوضح ذلك:

الجدول رقم (03-12) تأثير الصيرفة الإلكترونية في تحسين جودة الخدمات البنكية

درجة الدلالة	قيمة (F)	متوسط مربع التباين	درجات الحرية	مجموع مربع التباين	الانحدار
<0,001	7,431	0,369	9	3,325	

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على برنامج SPSS v 28

من خلال ما اسفرت اليه نتائج جدول رقم 03-11 نلاحظ ان مجموع مربع التباين قدر بـ 3.325 ودرجة حرية بقيمة 9 ومتوسط مربع التباين 0.369 وقيمة F تساوي 7.431.

في حين أن درجة الدلالة هي 0,001 وهي قيمة أقل من 0,05 وبالتالي الانحدار معنوي ومنه يوجد فروق في الصيرفة الإلكترونية وتحسين جودة الخدمات البنكية ، ومنه نفي الفرضية الصفرية ونقبل الفرضية البديلة وبالتالي الفرضية صحيحة.

المطلب الثالث : إختبار وتحليل نتائج الفرضيات الدراسة

سنتناول في هذا المطلب معالجة فرضيات الدراسة وذلك بإستخدام وسائل توضيحية (الجداول) من أجل إثبات أو نفي الفرضيات .

أولاً : قاعدة القرار بالنسبة لقبول ورفض فرضيات الدراسة

لقد تمّ إعتداد الصياغة العدمية والبديلة لفرضيات الدراسة ، وفيما يلي عرض موجز لذلك مع توضيح قاعدة القرار لكل صياغة .

- الفرضية الصفرية H_0 : هي فرضية حول عينة المجتمع التي نهدف إلى إختيارها ، بحيث تنطلق منها ، ونرفضها إذا توقّرت لنا دلائل قوية على عدم صحّتها ونقبلها عكس ذلك .
- الفرضية البديلة H_0 : هي الفرضية التي نضعها كبديل للفرضية العدمية ، ويتمّ قبولها عند رفض الفرضية العدمية والعكس صحيح.
- إختبار الفروض : هو تقدير احتمال مدى صحة إدعاء معيّن عند مجال معيّن من الثقة بإستخدام البيانات المحصّل عليها من عينة الدراسة .

خلاصة الفصل الثالث :

من خلال هذا الفصل حاولنا التعرف على أثر الصيرفة الإلكترونية في تحسين جودة الخدمات البنكية في الوكالة محل الدراسة ، وذلك من خلال تصميم إستبيان متكوّن من متغيّرات فرعية لمحاور نموذج الدراسة ، قدر المبحوثين 30 مبحوث وهو ما يمثّل حجم العينة ، وتمّ تحليل البيانات الإستبيان عن طريق برمجية spss ومن اجل القيام بالتحليل الإحصائي تمّ الإستعانة بالأساليب الإحصائية الوصفية لمعرفة إتجاه إجابات أفراد العينة نحو متغيرات الدراسة ، وتمّ إستعملنا الأساليب الإحصاء الإستدلالي وذلك من أجل تحديد المتغيّر.

من خلال دراستنا تحصلنا على بعض النتائج ومن أهمّها باختصار:

- بنك الفلاحة والتنمية الريفية يحاول تطبيق تكنولوجيا الحديثة وإبرازها وترسيخها لدى العملاء بإعتبارها توفّر لهم خدمة في أقرب وقت وأقل جهد تكلفة .
- الصيرفة الإلكترونية تساهم بدرجة كبيرة في تحسين جودة الخدمات البنكية للوكالات محل الدراسة .
- ساهمت الوكالة البنكية محل الدراسة على تطوير خدماتها والعمل على تسهيل إستخداماتها وإختصار الوقت مما يرفع من جودة ونوعية خدماتها وكذلك كيفية الحصول عليها عن طريق تصميم موقع إلكتروني وهذا ما تسعى إليه البنوك.

الخاتمة العامة

خاتمة عامة :

لقد غيرت تكنولوجيا المعلومات والاتصالات جوانب كثيرة من حياة المجتمعات بحيث أحدثت قفزة نوعية في شتى المجالات في العمل البنكي التي ساهمت بشكل واسع في الخدمة البنكية المقدمة للزبائن من خلال إدخال أنماط جديدة لتقديم هذه الخدمات البنكية.

وهو ما يعرف بالصرافة الإلكترونية التي تعمل على تجاوز الوظائف التقليدية وإظهار أنماط جديدة لتقديم الخدمة البنكية وإتاحة وتقديم مختلف الأدوات والتقنيات الأنظمة الحديثة في عرض الانترنت والصرافة عبر هاتف النقال وغيرها من قنوات التوزيع وأنظمتها المختلفة ، ويتجلى ذلك في تلبية رغبات زبائنها وتحقيق أهدافها المسطرة بالدقة والسرعة الكبيرة .

وزيادة قدرتها التنافسية وتعزيز أوضاعها في السوق فكل هذه الإهتمامات فتطوير الخدمة البنكية من حيث جودتها تعتبر من المواضيع المهمة التي جذبت إهتمام الباحثين في مجال القطاع البنكي خصوصا بعض المؤسسات وهذا راجع منطلق الجودة في خدماتها من اجل إبراز وإحتلال قوية في الأسواق المحلية والعالمية.

نتائج الدراسة :

الصرافة الإلكترونية نمط جديد في المجال يشهد إقبال متزايد من طرف الأفراد لما لها من فوائد ومميزات لم تكن متوفرة في الصيرفة التقليدية لهذا سعت البنوك على التخلي عن وسائل الدفع التقليدية وغيرها من وسائل الدفع الإلكترونية من أجل تحقيق منافسة قزية وتحسين نوعية الخدمات كإختصار مسافة وتخفيض الأسعار وتلبية الطلبات المحددة للزبائن فقد حققت النتائج فاقت كل التوقعات سواء بالنسبة للدول أولا المنشآت التي تبنتها وذلك بإتباعها للتطور الحاصل في مجال التكنولوجيا.

بالرغم من المزايا التي تقدمها وسائل الدفع الإلكترونية للزبائن إلا أنه لا يميل إلى التعامل بها وذلك لعدم ثقته بالنظم المعلوماتية وجهله للتطورات التكنولوجية في المجال البنكي إذا أنه يميل للوسائط التقليدية خاصة النقود الورقية أو المعدنية.

- إنَّ جودة الخدمات البنكية الإلكترونية المقدّمة في البنوك تتمّ من خلال تحسين وتطوير المواقع بالإضافة إلى العمل على زيادة درجة الأمان والثقة لدى المشركين بالعمل البنكي الإلكتروني. إهتمام البنك بأبعاد جودة الخدمة أمر ضروري من أجل ضمان إستمرارية بنك وإكتساب سمعة جيّدة وتحقيق أهدافه ومواكبة التطّورات الحديثة.

النتائج التطبيقية :

- وقد إستهدف الجزء التطبيقي من الدراسة على تقييم مدى تأثير وتطّور جودة الخدمات البنكية في بنك الفلاحة والتنمية الريفية.
- * يقوم بنك الفلاحة والتنمية الريفية بجهد كبير في عملية تطوير خدمات الإلكترونيّة ذلك عن طريق وكالاته وأيضاً بمساهمة الدول في تسهيل العملية.
- * نقص الثقافة التكنولوجية والوعي التكنولوجي للتعامل بوسائل حديثة من قبل زبائن البنك.
- * من بين أهداف البنك الوصول إلى توصيل الخدمة الإلكترونية للزبون بالطريقة السريعة وفي أي مكان وبتكاليف أقل.
- * تأكّيدها على إستخدام تكنولوجيا المعلومات مما يعطيها ميزة في ثبات الأداء والقدرة على تقديم الخدمة التي وعدت بها بالشكل الملائم لإعتماد عليها.
- * تميّز الوكالة البنكية محل الدراسة بدقّة حساباتها والحفاظ عليها ، وتقديم الخدمة في الأوقات والمواعيد.
- * أظهرت الدراسة أنّ أغلب الزبائن يشعرون بالأمان عند تعاملهم مع الوكالة البنكية محل الدراسة.
- * لا تزال الصيرفة الإلكترونية بمراحلها تحتاج تضامراً للجهود من كلّ الأطراف البنكية وعلى كلّ المستويات.
- * بعدّ التقدّم التكنولوجي من العوامل المساعدة في تطوير تقنيات الصيرفة الإلكترونية بما يكفل أنسب الخدمات البنكية بكفاءة عالية ، وإنّ استغلال التقنيات الصيرفة الإلكترونية هي من عوامل نجاح البنوك في ظلّ تحديّات العصر.

إختبار الفرضيات :

- تؤكد الفرضية الأولى : تبني الصيرفة الإلكترونية في العمليات البنكية من اهمّ العناصر التي تهتم بها البنوك لما تقدّمه من إضافات عديدة أي أنّ الصيرفة الإلكترونية أصبحت من اكثر المسائل الضرورية التي تبينها ، فتغيّر هذه الفرضية مقبولة فالبنك يسعى إلى تغطية واسعة الإنتشار حتى تصلّ الخدمة للزبائن في أي مكان للحصول على ما يرغب به دون الحاجة إلى التنقّل.

- تؤكد الفرضية الثانية : تحسين جودة وحجم الخدمات البنكية مرتبطاً ارتباطاً وثيقاً بتطبيق الصيرفة الإلكترونية في تقديمها لهذه الخدمات بسهولة وإختصار الوقت فتقبل الفرضية لأنّ اعتماد الصيرفة الإلكترونية سوق يساهم في تطوير وتحديث جودة الخدمات البنكية.

آفاق الدراسة :

حاولنا من خلال دراستنا ومعالجة هذا الموضوع في حدود الإشكالية المطروحة وحسب المعلومات والمعطيات المتوفرة والتي أمكن الحصول عليها وفي ضيق الوقت بحيث لا يمكننا إعتبار هذه الدراسة قد أحاطت بكلّ جوانب الموضوع وأبعاده بهذا ستبقى بعض النقاط التي تستدعي فتح أبواب وآفاق علمية جديدة وفي هذا الصدد نقترح عدداً من المواضيع التي يمكن أن تشكّل مواضيع مستقبلية :

- الصيرفة الإلكترونية ودورها في زيادة تنافسية للبنوك.

- دور الصيرفة الإلكترونية في تفعيل التجارة الخارجية .

- الصيرفة الإلكترونية كمدخل حديث في تطوير وتعزيز الأداء المتميّز للبنوك الجزائرية.

المقترحات :

- على ضوء النتائج المتوصل إليها من خلال دراستنا يمكن طرح جملة من الإقتراحات والمتمثلة في :
- إنَّ إعتقاد الصيرفة الإلكترونية سوف يساهم في تطوير وتحديث جودة الخدمات البنكية.
 - العمل على مواكبة التطورات التكنولوجية المصرفية وتحديث الخدمات البنكية المقدّمة للعملاء من خلال تطوير قنوات موجودة أصلاً وإضافة قنوات إلكترونية جديدة للمحافظة على الزبائن وجذب زبائن جدد.
 - خلق محيط إلكتروني منتظم ومتطور يشمل أكبر عدد من الأفراد والمؤسسات وتشجيع البحث العلمي حول وسائل الدفع الإلكتروني.
 - تحسين جودة الخدمات من خلال الإستفادة من التجارب الدولية الأخرى في هذا المجال.
 - ضرورة إدراج قسم خاص بالإبداع والإبتكار في مجال الصيرفة الإلكترونية.
 - الوقوف على مقترحات الزبائن والإهتمام بحلّ مشاكلهم ومعرفة الخدمات الإلكترونية التي يرغبون في الأخذ بها.
 - ضرورة تشجيع الموظّفين على تطوير الصيرفة الإلكترونية بالبنك كإنشاء نظام حوافز والمكافآت خاص بالإبداع والإبتكار في مجال الصيرفة الإلكترونية

المصادر والمراجع

المصادر والمراجع

* الكتب :

1. أحمد بوراس ، د السعيد بريكة ، 2014-1435 هـ ، " أعمال الصيرفة الإلكترونية الأدوات والمخاطر " القاهرة ، دار الكتاب الحديث .
2. الأعمال المصرفية الإلكترونية Electronic Banking ، بنوك إلكترونية ، نقود إلكترونية ، بطاقات إلكترونية ، تأليف دكتور عبد الهادي .
3. الحداد عوض ، إستراتيجيات التسويق المصرفي والخدمات المصرفية ، دار الكتاب الحديث ، القاهرة ، الجزائر ، 1430 هـ ، 2009 م
4. التقرير السنوي للبنك المركزي الجزائري التطور الإقتصادي والنقدي في الجزائر ، 2015 .
5. جودة الخدمات المصرفية كمدخل لزيادة القدرة التنافسية للبنوك ، أ بريس عبد القادر جامعة شلف ، إعداد طالبين (العايشي مريم) (أغماد صفية) إشراف الدكتور ، أقاسم حسنة .
6. ردينة عثمان يوسف وآخرون ، "التسويق المصرفي" دار المناهج للنشر والتوزيع ، ط 1 ، عمان 2001 .
7. د. رمضان علي السيد معروف :هـ 2011/1425 م "التجارة الإلكترونية في اليابان ومدى إستفادة مصر منها ، القاهرة ، مكتبة جزيرة الورد ط2، (2018) .
8. د. زاهر عبد الرحيم ، "تسويق الخدمات" (2012) عمان ، دار الراية للنشر والتوزيع .
9. شفيق حداد ، نظام السويدي ، أساسيات التسويق الشامل والمتكامل 'جامعة الزيتونة ، 2002 .
10. عبد الله محمد نخيلان الشقيحي المطيري "إعادة هندسة الأعمال والتطوير التنظيمي ، دار الكتب الحديث ، القاهرة .
11. محمود محمد أبو فروة ماجستير في قانون تجاري "الخدمات البنكية الإلكترونية عبر الأنترنت" دار الثقافة للنشر والتوزيع ، عمان ، ط1 ، 2009 ، ، ط2، 2012 .

12. وسيم محمد الحداد، وآخرون "الخدمات المصرفية الإلكترونية دار المسيرة للتشر والتوزيع عمان (م1433، 2012هـ).
- * الرسائل والمذكرات الجامعية :
13. العايش مريم ، أعماد صافية جودة الخدمات البنكية وتأثيرها على المنافسة بين البنوك ، مذكرة تخرج كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير ، جامعة أدرار الجزائر، سنة 2016-2017.
14. إيمان كنوش، سارة بوشعير، أثر أبعاد جودة الخدمات المصرفية على رضا الزبون ، مذكرة تخرج كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد الصديق بن يحي جيجل سنة 2017.2018.
15. بن عائشة سامية ، الصيرفة الإلكترونية ، ودورها في تحسين الخدمة المصرفية ، مذكرة ماستر كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير ، جامعة يحي فارس ، المدية 2019.2020 .
16. جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا (كلية الدراسات العليا) الخدمات المصرفية الإلكترونية وأثرها في جذب العملاء بالمصارف السودانية) دراسة ميدانية على عينة من المصارف بحث مقدّم لنيل شهادة دكتوراه الفلسفة في الدراسات المصرفية إعداد: الصادق خليفة آدم قوي ، إشراف أ.د محمد الفاتح محمود بشير المغربي.
17. جبلي هدى ، قياس جودة الخدمة المصرفية دراسة حالة بنك البركة الجزائري ، "رسالة لنيل شهادة الماجستير في العلوم التجارية ، كلية العلوم التجارية و الاقتصادية وعلوم التسيير جامعة منتوري ، قسنطينة ، الجزائر 2006، 2007.
18. رفاه لحلوح ، رهام زين الدين ، أثر جودة الخدمات المصرفية على رضا العملاء في البنوك التجارية، مدينة نابلس مذكرة تخرج جامعة النجاح الوطنية كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية ، قسم إدارة الأعمال 2016.
19. سلام عايده ، مذكرة ماستر " دور الصيرفة الإلكترونية في تحسين جودة الخدمات البنكية" كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير ، جامعة العربي بن مهيدي ، أم البواقي '2018.2019
20. شيخي عثمان ، إدارة العلاقة مع الزبون ، دراسة حالة مؤسسة إتصالات الجزائر، مدينة سعيدة ، تخرج لنيل شهادة الماجستير علوم تجارية ، 2008.2009.
21. شيروف فضيلة أثر التسويق الإلكتروني على جودة الخدمات المصرفية، دراسة حالة بعض البنوك في الجزائر ، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير بجامعة قسنطينة ، 2010.

22. عمار لوصف إستراتيجيات نظام المدفوعات، القرن 21 مع الإشارة إلى تجربة الجزائر رسالة الماجستير قسنطينة 2005.2008.
23. فطيمة الزهراء بوعبد الله (2019-2020) 'دور الصيرفة الإلكترونية في تحسين جودة الخدمات البنكية' مذكرة ماستر ، جامعة محمد خيضر- بسكرة.
24. فاطمة الزهراء ، عبد الله دور الصيرفة الإلكترونية في تحسين جودة الخدمات البنكية ، مذكرة تخرج جامعة بسكرة كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير ، سنة 2019.2020
25. قواسمية سلمي، مصباح إيمان، جودة الخدمات المصرفية في المصارف التجارية الجزائرية ، مذكرة تخرج جامعة 8 ماي 1945 ، قلمة كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير ، سنة 2014-2015 .
26. مطبوعة جامعة بعنوان الصيرفة الإلكترونية ، موجهة لطلبة السنة الثانية ماستر ، تخصص مالية وبنوك من إعداد الأستاذة عائشة بوتلجة ، السنة الدراسية 2020.2021 ، جامعة حسيبة بن بوعلي شلف
27. مورادي سعيدة 2018.2019، 'الصيرفة الإلكترونية في الجزائريين الواقع والمأمول' مذ لثة ماستر، جامعة أحمد دراية ، أدرار.
- * المجالات والمقتنيات والمدخلات :**
28. أبو بكر خالد ، قياس مدى توافر أبعاد جودة الخدمات في المصارف التجارية الجزائرية الحكومية ، المجلة العلمية للإقتصاد والأعمال ، المجلد رقم 03 ، 2017 ، جامعة باجي مختار ، عنابة ، الجزائر.
29. بودي عبد القادر يودي عبد الصمد ، تكنولوجيا الأنترنت كأداة لتأهيل الخدمات المصرفية مع الإشارة لحالة البنوك الجزائرية ، الملتقى الدولي حول عصرة نظام الدفع في البنوك الجزائرية وإشكالية اعتماد التجارة الإلكترونية في الجزائر. عرض تجارب دولية ، المركز الجامعي لخميس مليانة ، 2011.
30. رعد حسن صرف ، دراسة العلاقة بين شبكة الأنترنت وجودة الخدمة المصرفية ، دراسة نظرية ، مجلة العلوم الإنسانية لعدد 8 فيفري 2005. بسكرة ، الجزائر
31. سليمان ناصر وأدم حديدي ، تأهيل النظام المصرفي الجزائري في ظلّ التطورات العالمية الراهنة أي دور البنك الجزائر ، المجلة الجزائرية للتنمية الاقتصادية ، جامعة قاصدي مبراح ، ورقلة ، المجلد 02 ، العدد 02 جوان ، 2015.

- 32 عبد الغني ريوح ، نور الدين غردة ، المؤتمر الدولي العلمي " إصلاح النظام المصرفي الجزائري في ظلّ التطورات العالمية الراهنة" مداخلة بعنوان تطبيق أنظمة الصيرفة الإلكترونية في البنوك الجزائرية بين الواقع والآفاق ،كلية الحقوق والعلوم الإنسانية ، جامعة قاصدي مرباح ورقلة .
33. فواز حمودي ،ومحمد إسماعيل (2017) "معوقات الصيرفة الإلكترونية في القطاع المصرفي السوري ،مجلة جامعة الفرات ،دمشق ص 143.144.
34. منية خليفة الصيرفة الإلكترونية كمدخل لتأهيل وعصرنة البنوك الجزائرية الملتقى الدولي حول عصرنة نظام الدفع في البنوك الجزائرية وإشكالية اعتماد التجارة الإلكترونية في الجزائر ،عرض تجارب دولية ،المركز الجامعي لخميس مليانة ،2011.
- 35.محمد تركي عبد العباس ، 2015، " دور الأنترنت في تدعيم الصيرفة الإلكترونية ، مجلّة الغربي للعلوم الإقتصادية والإدارية ، جامعة كربلاء ،العدد67 .
- *المواقع الإلكترونية :
36. ويكيبيديا ، موقع إنترنت 15:30. <https://www.wikipedia>

الملاحق



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

Je soussigné :

PERSONNE PHYSIQUE COMMERÇANTE

M/Mme/Melle :

Né(e) le :/...../..... à.....

Fils (fille) de :

N° de l'acte de naissance :

Pièce d'identité présentée :N° délivré :/...../.....

par :

Profession :

Adresse :

N°tel : N°mobile : e-mail :

PERSONNE MORALE COMMERÇANTE

Nom ou raison sociale :

Représentée par M./Mme/Melle :.....

agissant en qualité de :

Né(e) le : / / à :

Fils (fille) de : et de :

N° de l'acte de naissance :

Pièce d'identité présentée : N° : délivré : / / par

Adresse personnelle :

Agrément/Autorisation N° : délivré le : / / par :

Siège sociale :


N.IS.N° : NIF N° :

N° tel : N° FAX : E-mail :

Certifie exacts les informations indiquée ci-dessus.

Ale...../...../.....

Signature du demandeur



BANQUE DE L'AGRICULTURE ET DU DEVELOPPEMENT RURAL

BADR

CONTRAT PORTEUR CARTE BADR « TAWFIR »

Groupe Régional d' Exploitation : Date

Agence Locale d'Exploitation :

Code mouvements : Création Modification

Informations sur le compte

N° de compte épargne adossée : ____ - ____ - ____ - ____ - ____ - ____ Date d'ouverture : ____ - ____ - ____
à la carte

N° de compte chèque à débiter : ____ - ____ - ____ - ____ - ____ - ____ Date d'ouverture : ____ - ____ - ____
lors d'un virement

Titulaire du compte épargne

Je soussigné Mr, Mme, Mlle :

solicite auprès de la Banque de l'Agriculture et du Développement Rural, l'octroi de la carte BADR « TAWFIR » .

A mon nom au nom du porteur ci-après

Bénéficiaire de la carte

Mr, Melle, Mme Nom et Prénom : _____

Date de naissance : ____ - ____ - ____ Profession : _____

Adresse : _____

Commune / Ville : _____

Wilaya : _____

Type client : P M D

Qualité porteur : Client Agent de la Banque

P : Particulier **M** : Titulaire du compte et de la carte identique **D** : Titulaire du compte et de la carte différent

Partie réservée à la monétique

N° du contrat : _____ N° de la carte : _____

Le demandeur titulaire du compte soussigné reconnaît avoir pris connaissance des conditions générales de fonctionnement de la carte BADR TAWFIR décrites au verso de la présente, déclare y adhérer sans réserve, demande l'octroi de la carte et autorise la banque à débiter ces comptes du montant des opérations effectuées et des coûts d'adhésion au système.

Date et signature du titulaire du compte à la remise de la carte et du mailer
(Faites précéder la mention lu et approuvée)

Signature du bénéficiaire à la remise de la carte et du Mailer

Date et signature du directeur d'agence



جامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم
كلية العلوم الاقتصادية، التجارية وعلوم التسيير
قسم علوم الإقتصادية



تخصص: سنة ثانية ماستر إقتصاد وبنكي

الإستبانة

الأخ ، الأخت الفاضل (ة):.....المحترم (ة)

السلام وعليكم ورحمة الله وبركاته

تقوم الباحثين بإعداد مذكرة تخرج ماستر بعنوان : الصيرفة الإلكترونية ودورها في تحسين جودة الخدمات البنكية ، دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية ، وكالة مستغانم، وتهدف هذه الدراسة إلى معرفة مدى مواكبة البنوك الجزائرية للتطورات في وسائل التكنولوجيا الحديثة والإستفادة منها في التعاملات المختلفة البنكية.

وفي سبيل هذا نتوقع منكم المساهمة الجادة في إنجاح هذه الدراسة وذلك بالإجابة بكلّ موضوعية على كافة الأسئلة وذلك بوضع علامة (X) التي تتفق في رأيكم علماً أنّ هذه المعلومات تستخدم لغرض البحث العلمي فقط.

شكراً لكم مقدّرين جهودكم وحسن تعاونكم

الطالبتين : كراش مريم

- قايدي فضيلة

المشرف : رمضان محمد

• المحور الأول : معلومات عامة عن عينة الدراسة (وضع إشارة (X) أمام الإجابة المناسبة

1.الجنس :- ذكر

2. العمر

- أقل من 25 سنة من 25 إلى أقل من 35 سنة

- من 36 إلى أقل من 50 سنة من 45 سنة فأكثر

3. المستوى التعليمي :

- الثانوي ليسانس

-ماجستير دراسات عليا متخصصة دراسات أخرى

4. سنوات الخبرة

من سنة إلى 05 سنوات من 06 إلى أقل من 10 سنوات

- من 11 إلى 15 سنة 15 سنة فأكثر

المركز الوظيفي :

✓ المحور الأول :

أولا : أسئلة متعلقة بمقومات وعناصر خدمات البنكية

الرقم	العبارات	موافق بشدة	موافق	محايدة	غير موافق	غير موافق بشدة
01	الخدمات البنكية الإلكترونية تعمل على توفير الوقت					
02	مواقع الصرف الآلي يعمل منتشر بشكل جيد					
03	تمتاز الخدمات البنكية الإلكترونية بالتنوع					
04	تعتبر الخدمات البنكية الإلكترونية سهلة الاستخدام					

ثانيا : أسئلة متعلقة بإنتاج المعرفة في البنك

الرقم	العبارات	موافق بشدة	موافق	محايدة	غير موافق	غير موافق بشدة
01	يوجد تفاعل جماعي الأعضاء البنك لتوليد معارف جديدة					
02	يقوم البنك بإستشارة خبراء الإستفادة من معارفهم وخبراتهم لدعم تطوير الخدمات البنكية					
03	توزيع المعرفة داخل البنك يعتمد على الإنترنت (المعلومات المتعلقة بالبنك)					
04	توزيع المعرفة بين فروع البنك يعتمد على الأنترنت والمجلات.					
05	توزيع المعرفة بين فروع القسم إعتقادا على الهاتف أو الفاكس					
06	تبادل المعلومات والخبرات عبر الأنترنت					
07	يشجع البنك عملية البحث والتطوير لتحسين خدماته الحالية وإستحداث خدمات جديدة					
08	يسعى البنك لتطوير معارف العمال عن طريق تنظيم دورات تدريبية وملتقيات					
09	يتم خزن المعرفة عن طريق الخزن اليدوي (المستندات الورقية) والإلكتروني الأقراص المضغوطة.					

✓ المحور الثاني :

اولا: أسئلة تتعلق بعناصر مخاطر الخدمات البنكية الإلكترونية

الرقم	العبارات	موافق بشدة	موافق	محايدة	غير موافق	غير موافق بشدة
01	تتمتع الخدمات البنكية بالسرية					
02	تعمل بطاقة الإئتمان وبطاقة الصرف الآلي على زيادة معدل الإستهلاك					
03	لا تتوفر الكفاءة الكافية لدى بعض العملاء للتعامل مع الخدمات البنكية الإلكترونية					
04	تعتقد أن البنك يقوم بالإلتزام للتعريف بالخدمات البنكية الإلكترونية					
05	تواجه صعوبة في التعامل مع الشاشات المختلفة لموقع البنك على شبكة الأنترنت					

ثانيا : أسئلة متعلقة بعناصر مخاطر الخدمات لبنكية الإلكترونية

الرقم	العبارات	موافق بشدة	موافق	محايدة	غير موافق	غير موافق بشدة
01	إستخدام الخدمات البنكية الإلكترونية يعتبر أمن					
02	توفير الخصوصية عند إستخدام الخدمات البنكية					
03	تواجه مشاكل بشكل مستمر عند إستخدام الخدمات البنكية الإلكترونية					
04	نفضّل إستخدام بطاقات الإئتمان على الدفع النقدي					
05	الخدمات البنكية التقليدية تعتبر أكثر فاعلية من الخدمات البنكية الإلكترونية					
06	لا يوجد اي مخاطر بالتعامل مع الصرف الآلي أو بطاقة الإئتمان					
07	نفضّل التعامل مع موظفي البنك على الصرفة الإلكترونية					

✓ المحور الثالث

أولاً:

الرقم	العبارات	موافق بشدة	موافق	محايدة	غير موافق	غير موافق بشدة
01	يقدم الموقع الإلكتروني للبنك خدمات مصرفية					
02	يقدم البنك خدمات إلكترونية متطورة متميزة تدعم التنافس وتتنسّم بجذب زبائن جدد					
03	لدى البنك قاعدة خدمات واسعة حول الزبائن الذين يستفيدون من خدمات البكية					
04	يعمل البنك على تحسين نوعية قاعدة البيانات بالإستخدام أحدث وسائل التكنولوجيا المتطورة					
05	هناك إقبال على إستخدام الموزع الآلي DAB خاص بالوكالة BADR					
06	إن إستخدام الموزع الآلي للتقويم يتم بكفاءة عالية.					
07	تراقب الإدارة مدى توقف الموزع الآلي وتصليحه في الوقت المناسب					
08	تتميز الخدمات المقدمة بالتنوع والسرعة في الإنجاز					
09	يستخدم البنك تكنولوجيا البنك الناطق في تقديم خدمات للعملاء					

ثانيا : أسئلة متعلقة بتكنولوجيا إعلام والإتصال

الرقم	العبارات	موافق بشدة	موافق	محايدة	غير موافق	غير موافق بشدة
01	يملك البنك بنية تحتية متطورة لتكنولوجيا المعلومات والإتصال.					
02	يعتمد نظام المعلومات في البنك بشكل كافي على الكمبيوتر					
03	يتطلع البنك عن التخلي عن الأعمال الورقية والتحول إلى النظام الإلكتروني بشكل كافي					
04	تواكب خدمات البنك التطورات العالمية من حيث إستعمال التكنولوجيا					

• ما رأيكم في دور الصرفة الإلكترونية في تحسين جودة الخدمات البنكية ؟

- ساهمت الصرفة الإلكترونية بشكل كبير في تحسين جودة الخدمات البنكية حيث توفر الوقت وتساعد العملاء بشكل كبير.

• ما تقييمكم في تطور الخدمات البنكية ؟

- لاحظنا في السنوات الأخيرة تطور كبير في الخدمات البنكية.

• تعتقد أنّ عملية التعلم من تجارب البنوك المنافسة بالعملية الناجحة أم الفاشلة ؟

- عملية التعلم من تجارب البنوك المنافسة تعتبر عملية فاشلة وذلك لعدم الإعتماد البنك على تجارب جديدة تسمح له في تطوير خبرات أحسن من الإعتماد على بنوك أخرى في التجارب.

الطالبين : قايدى فضيلة - كراش مريم

ملخص المذكرة :

شهد القطاع المصرفي بصورة خاصة شهد تسارعا خلال السنوات الأخيرة في مجال تطبيق التكنولوجيا الحديثة، فأصبح هناك احتياج كبير لنوعية جديدة من البنوك الغير التقليدية مع تزايد العمليات التجارية الإلكترونية، فجاءت البنوك الالكترونية التي ساهمت و بشكل فعال في تقديم خدمات متنوعة وبتكاليف منخفضة ومختصرة الوقت والمكان، فهي بمعناها الواسع ليست مجرد فرع لبنك قائم يقدم خدمات مالية فحسب بل موقع ماليا تجاريا اداريا و استشاريا شاملا له وجود مستقل يتم التعاقد معه للقيام بخدمات أو تسوية المعاملات أو اتمام الصفقات على المواقع الالكترونية وابتكار تقنيات حديثة تساهم في تحسين وتطوير الخدمات، فالبنوك تسعى دائما لتلبية رغبات الأفراد و زبائنها في وقت واحد و بأقل تكلفة و دون المشقة الانتقال من مكان إلى آخر، وكذلك تقديم خدمات حرة وتعزيز العلاقات بين عملائها وهنا نكون أمام مصطلح الصيرفة الالكترونية التي هي بمثابة مصدر رئيسي في معرفة مستوى الخدمات التركبية المقدمة وتحقيق مكانة مرموقة من المؤسسات المنافسة لها .

بحيث إستهدفت الدراسة على تقييم مدى تأثير وتطور جودة الخدمات البنكية في بنك الفلاحة والتنمية الريفية، بجهد كبير في عملية تطوير خدمات الإلكترونية ذلك عن طريق وكالاته وأيضاً بمساهمة الدول في تسهيل العملية. بحيث يقوم هذا البنك بتنبيي الصيرفة الإلكترونية ودورها في :

- زيادة تنافسية للبنوك.

- دور الصيرفة الإلكترونية في تفعيل التجارة الخارجية .

- الصيرفة الإلكترونية كمدخل حديث في تطوير وتعزيز الأداء المتميز للبنوك الجزائرية.

الكلمات المفتاحية: بنك الفلاحة والتنمية المحلية - الخدمات البنكية - الوكالات - الصيرفة الإلكترونية -

التجارة الإلكترونية .

The banking sector, in particular, has witnessed an acceleration in recent years in the field of applying modern technology. There is a great need for a new type of non-traditional banks with the increase in e-commerce operations, so banks came

Electronic services that have contributed effectively to the provision of various services at low costs and in short time and space. In its broad sense, it is not just a branch of an existing bank that provides financial services only, but a comprehensive financial, commercial, administrative and advisory site.

An independent presence contracted to carry out services, settle transactions, or complete deals on websites. And the creation of modern technologies that contribute to the improvement and development of services, as banks always strive to meet the desires of individuals and their customers at a time

One and the lowest cost and without the hardship of moving from one place to another, as well as providing free services and strengthening relations between its customers.

Here we are faced with the term electronic banking, which serves as a major source in knowing the level of Turkish services provided. Achieving a distinguished position from its competitors.

The study aimed to assess the impact and development of the quality of banking services in the Bank of Agriculture and Rural Development,

With great effort in the process of developing electronic services, this is done through its agencies, and also with the contribution of countries in facilitating

The process, so that this bank adopts electronic banking and its role in:

Increasing the competitiveness of banks.

The role of electronic banking in activating foreign trade.

Electronic banking as a modern approach to developing and enhancing the distinguished performance of Algerian banks.

Keywords: Bank of Agriculture and Local Development - banking services - agencies - electronic banking - E-Commerce .