



الموضوع

دور الصيرفة الالكترونية في تحسين جودة الخدمات البنكية

دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية BADR - وكالة بسكرة-

مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر في علوم الإقتصادية
تخصص: إقتصاد نقدي وبنكي

الأستاذ المشرف:

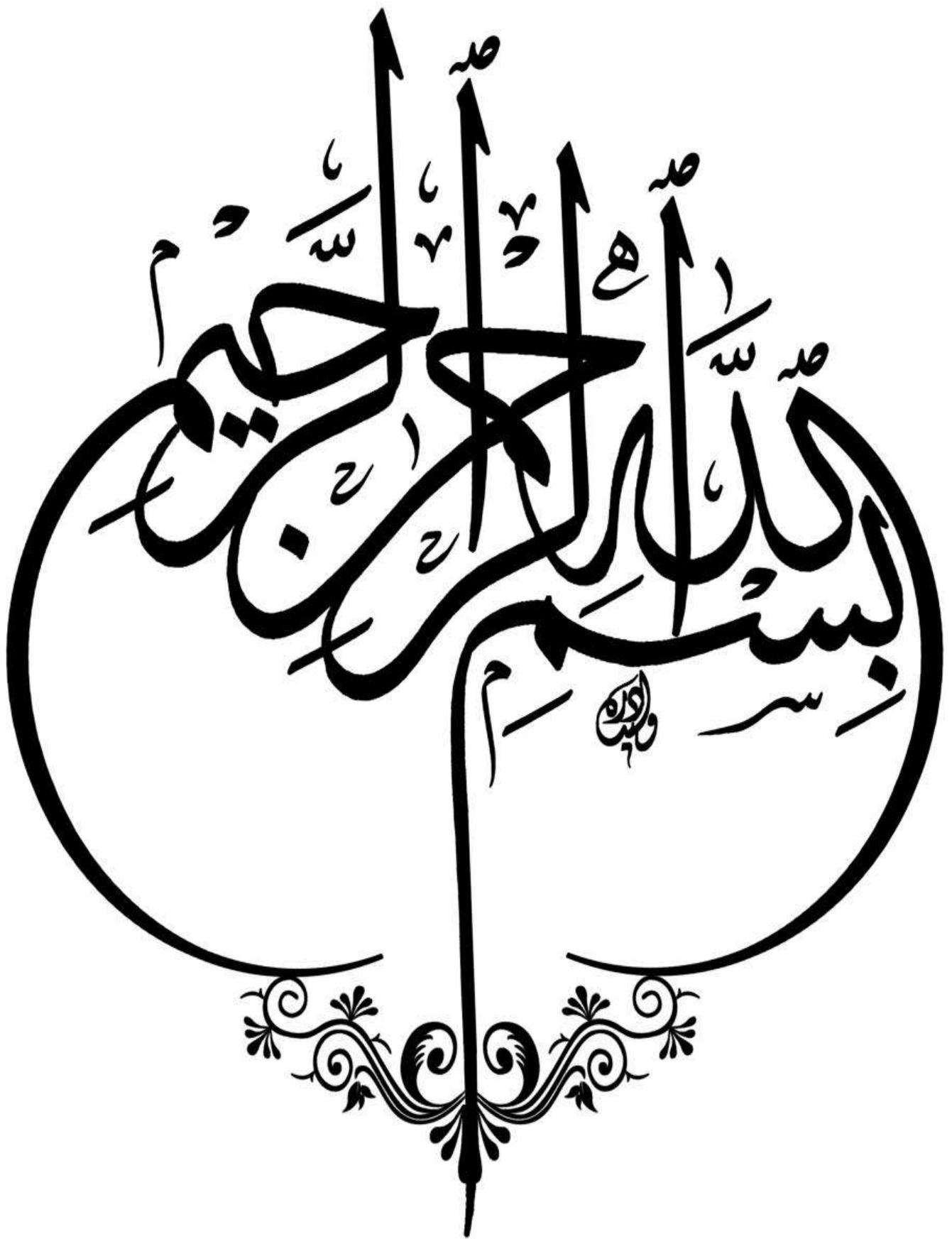
د. دلال نور الدين

إعداد الطالب(ة):

فطيمة الزهراء بوعبد الله

لجنة المناقشة

الرقم	أعضاء اللجنة	الرتبة	الصّفة	مؤسسة الانتماء
1	إيمان مودع	أستاذ محاضر	رئيسا	جامعة بسكرة
2	دلال نور الدين	أستاذ محاضر	مشرفا	جامعة بسكرة
3	فتيحة عقون	أستاذ محاضر	ممتحنا	جامعة بسكرة



الإهداء

بسم الله الرحمن الرحيم

الحمد لله و الشكر لله على عونهِ و توفيقهِ التّام لي لإتمام هذه المذكّرة، و الصّلاة و السّلام على خير الأنام سيّدنا محمّد و على آله و صحبه الطّيبين الطّاهرين أجمعين.

تحية طيبة و بعد :/

أهدي هذا العمل المتواضع :

إلي من حظاه الله بالهيبة والوقار .. من علّمني العطاء دون انتظار .. ذاك الذي أتجمل بحمل اسمه وكلي شرف و افتخار .. أرجو من الله تعالى أن يمدّ في عمرك لتري ثماراً قد أينعت و أن قطفها بعد طول انتظار، وستبقى كلماتك نجوماً أهتدي بها اليوم و الغد و إلى الأبد ..والذي العزيز " جمال "

إلي من قرن الله عزّو جلّ اسمه باسمها من فوق سبع طباق .. و أوصى ببرّها من سبع سماء .. و جعل أعزّ ما نرجوه و نسمو إليه (الجنّة) تحت قدميها .. إلى نبع العطاء الفيّاض دون حدود .. إلى رمز يجسد الكفاءة و الخلود .. إلى من علّمتني أبجديات الحروف .. و ربّنتني على الصّمود مهما تغيّرت الأحوال وكذا الظروف .. أمي الحبيبة " مريم "

إلي من بهم أعتزّ و عليهم أعتد .. إلى شموع متّفدة تنير ظلمة حياتي .. فبوجودهم أكتسب القوّة و المحبّة دون نفاذ .. إلى من عرفت معهم معنى الحياة أخواي : " علي ، صلاح الدّين "

إلى ملاكي الصغير وروح بيتنا المرحّة ، إلى مدلّة أسرتنا الصغيرة " أسماء "

إلى نبع الحنان الذي لا ينضب ..والقلب الطّاهر الحنون .. إلى ريحانة حياتي جدّتي و قرّة عيني " ميمي "

أطال الله في عمرها .

إلى كلّ الأعمام و العمّات و الأخوال و الخالات و أولادهم جميعا ، و أخصّ بالذّكر عمّتي و صديقتي " عائشة " و أولادها "رائد موسى و نور جيهان "

إلى من تتجمل حياتي بتواجده فيها .. و من اقترن اسمي باسمه .. رفيق الدّرب و شريك الحياة زوج المستقبل " شعيب "

إلى صديقتي الغاليّتين من تطيب الحياة برفقتهن " أمهاني و جيهان "

إلى كلّ من ساهم في مدّ يد العون لي دون كلل أو ملل أو تردّد و دعمي و أخصّ بالذّكر صديقتي " منال، العطرة ، كنزة ، مارية، خولة ، إكرام و دلّال و زوجها الكريم "

فطيمة الزهراء

شكر و عرفان

بسم الله الرَّحْمَن الرَّحِيم

{ وَقُلِ اعْمَلُوا فَسَيَرَى اللَّهُ عَمَلَكُمْ وَرَسُولُهُ وَالْمُؤْمِنُونَ }

صدق الله العظيم

إلى الذي لا يطيب الليل إلا بشكره .. و لا النهار إلا بطاعته .. و لا تطيب اللحظات إلا بذكره .. و لا الآخرة إلا بعفوه .. و لا تطيب الجنة إلا برويته " الله جل جلالك " .

إلى من بلغ الرسالة و أدى الأمانة .. و نصح الأمة .. إلى نبي الرحمة و نور العالمين .. سيدنا و حبيبنا " محمد صل الله عليه و سلم " .

إذا كان ولا بد من الشكر فإنني لا أبالغ حين أقول بأن الكلمات لا تكفي و لا تفيد بالغرض مهما ثقلت معانيها ، لما قدمه لي والدي الغالي " جمال " من عون ، جهد ، تعب و تحفيزات لإتمام هذا العمل المتواضع .

كما و أنني من منبري هذا أخص بالشكر و العرفان و كل التقدير إلى :

من وقف على المنابر و أعطى من حصيلة فكره لينير دربي الأستاذة الفاضلة :/ نور الدين دلال والتي تفضلت بالإشراف على هذا العمل ، التي بذلت الجهد و تحملت المشقة لإتمامه ، فجزاها الله كل خير و لها مني كل التقدير والاحترام .

زميلاتي ورفيقات الدرب ، من ساندوني و قدمن لي يد العون دون تردد " كنزة ، العطرة " .

كما أتقدم بجزيل الشكر و الامتنان إلى " عمال بنك الفلاحة و التنمية الريفيّة - وكالة بسكرة " .

فطيمة الزهراء

ملخص الدراسة

عالجت الدراسة الإشكالية المتمثلة في دور الصيرفة الإلكترونية في تحسين جودة الخدمات البنكية ، حيث هدفت إلى دراسة مختلف الخدمات البنكية التي تقدمها البنوك في منطقة بسكرة وإبراز أهم التقنيات التي يستعملها البنك لتحسين جودة خدماته ، وذلك من خلال دراسة حالة بنك البدر BADR ، وإعتمادا على المنهج التاريخي والوصفي والتحليلي توصلت هذه الدراسة إلى أن الخدمة البنكية هي العنصر الحاسم في العمليات البنكية وأن إعتقاد وسائل الدفع الإلكتروني تساهم في تحسين جودة الخدمات البنكية ، حيث يجعل العميل يستغنى عن الذهاب الى نقطة البيع أي بإستطاعته الإستفادة من الخدمات البنكية من مكان إقامته أو عمله أو أي مكان تتوفر فيه خدمة الأنترنت ، لذلك عملت الدولة على تشجيع هذه التقنيات من خلال وضع مجموعة من التسهيلات القانونية لذلك فهي تشكل أحد أهم إيرادات البنك.

الكلمات المفتاحية : البنك ، الخدمات البنكية ، الجودة ، الصيرفة الإلكترونية .

Résumé

L'étude a abordé le rôle problématique de la banque électronique dans l'amélioration de la qualité des services bancaires, car elle visait à étudier les différents services bancaires fournis par les banques de la région de Biskra et à mettre en évidence les techniques les plus importantes utilisées par la banque pour améliorer la qualité de ses services, en étudiant le cas d'Al-Badr Bank, BADR, En fonction de l'approche historique, descriptive et analytique, cette étude a conclu que le service bancaire est l'élément décisif des opérations bancaires et que l'adoption de moyens de paiement électronique contribue à améliorer la qualité des services bancaires, car elle évite au client de se rendre au point de vente, c'est-à-dire qu'il peut bénéficier de services bancaires depuis son lieu de résidence ou Son travail ou tout autre endroit où le service Internet est disponible, l'État a donc œuvré pour encourager ces technologies en mettant en place un ensemble de dispositifs juridiques, afin qu'ils constituent l'un des revenus les plus importants de la banque.

Mots clés: banque, services bancaires, qualité, banque électronique

فهرس المحتويات

الصفحة	الموضوع
...	الإهداء
...	شكر وعرهان
...	ملخص الدراسة
...	فهرس المحتويات
...	فهرس الجداول
...	فهرس الأشكال
أ - هـ	مقدمة
الفصل الأول: الإطار النظري للصيرفة الإلكترونية	
07	تمهيد
07	المبحث الأول: مدخل للصيرفة الإلكترونية
07	المطلب الأول: ماهية الصيرفة الإلكترونية
11	المطلب الثاني: متطلبات الصيرفة الإلكترونية
12	المطلب الثالث: عوامل نجاح الصيرفة الإلكترونية
13	المبحث الثاني: تحديات ومعوقات الصيرفة الإلكترونية
13	المطلب الأول: تحديات الصيرفة الإلكترونية
14	المطلب الثاني: معوقات الصيرفة الإلكترونية
16	المبحث الثالث: وسائل الدفع الإلكترونية
16	المطلب الأول: تعريف الدفع ووسائل الدفع الإلكترونية
16	المطلب الثاني: أنواع وسائل الدفع الإلكتروني
19	خلاصة الفصل
الفصل الثاني: الخدمة البنكية وتوجهها نحو الحدائة	
21	تمهيد
22	المبحث الأول: ماهية الخدمات البنكية

22	المطلب الأول: تعريف الخدمة وخصائصها
24	المطلب الثاني: تعريف الخدمة البنكية وخصائصها
25	المطلب الثالث: أنواع الخدمات البنكية
27	المبحث الثاني: جودة الخدمات البنكية
27	المطلب الأول: مفهوم جودة الخدمة البنكية
27	المطلب الثاني: أبعاد جودة الخدمات البنكية
28	المطلب الثالث: مستويات جودة الخدمات البنكية ومزايا تقديمها
30	المبحث الثالث: أنواع الخدمات البنكية الالكترونية وتأثير الصيرفة الالكترونية عليها
30	المطلب الأول: العلاقة بين جودة الخدمة والأعمال البنكية الالكترونية
31	المطلب الثاني: أثر الصيرفة الالكترونية على سلوك العملاء وأداء البنوك
34	خلاصة الفصل
الفصل الثالث: بطاقة تعريفية لبنك الفلاحة والتنمية الريفية الجزائر	
36	تمهيد
37	المبحث الأول: تقديم بنك الفلاحة والتنمية الريفية
37	المطلب الأول: نشأة بنك الفلاحة والتنمية
37	المطلب الثاني: أهداف البنك ووظائفه
39	المطلب الثالث: هياكل بنك الفلاحة والتنمية الريفية
47	المبحث الثاني: خدمات " BADR " الالكترونية
47	المطلب الأول: البطاقات الالكترونية التي يقدمها بنك الـ BADR
48	المطلب الثاني: خدمات BADR عبر الانترنت
51	المطلب الثالث: الصراف الآلي التابع لشبكة بنك BADR
52	المطلب الرابع: المقاصد الالكترونية
52	المطلب الخامس: تحليل أبعاد المقابلة في بنك الفلاحة والتنمية الريفية BADR ومناقشتها
53	خلاصة الفصل
55	خاتمة
59	قائمة المراجع

فهرس الجداول

الصفحة	عنوان الجدول	الرقم
23	الفروق الجوهرية بين السلع والخدمات	(01-2)
28	أبعاد الجودة البنكية	(02-2)
51	الشباك الآلي للأوراق (GAB)	(01-3)
51	الشباك الآلي للأوراق (DAB)	(02-3)

فهرس الأشكال

الصفحة	عنوان الشكل	الرقم
15	نموذج الصيرفة الالكترونية ومميزات توظيفها في البنوك	(01-1)
40	الهيكل التنظيمي السابق للمديرية العامة لبنك الفلاحة والتنمية الريفية	(01-3)
42	الهيكل التنظيمي الجديد للمديرية العامة	(02-3)
44	الهيكل التنظيمي للمديرية الفرعية	(03-3)
46	الهيكل التنظيمي لوكالة بسكرة - BADR -	(04-3)
49	نموذج Badr.net	(05-3)
50	نموذج تعليمات بدر Visio	(06-3)

مقدمة

مع تبني العولمة والانفتاح على العالم بدأت المنافسة في القطاعات السوقية ومنها القطاع المصرفي الذي امتد إليه التطور حيث تحولت العديد من الأجهزة المصرفية في العالم إلى نظم الصيرفة الالكترونية في التعامل مع الأطراف المختلفة كنتيجة لنمو المتسارع للتكنولوجيا الإعلام والاتصال ومواكبة التطورات التكنولوجية وتطوير الخدمات البنكية المقدمة والاهتمام بخلق وابتكار خدمات مصرفية جديدة محاولة بذلك كسب رضا الزبائن لغرض نيل ثقتهم وزيادة معاملتهم مع المصارف تحقيقاً لتمييز وزيادة وتطوير للقدرة التنافسية.

تعتبر الجودة المصرفية من أساسيات العمل المصرفي وحتى يحقق التطور أصبحت المصارف تركز بصفة أساسية على تحقيق الجودة في خدماتها باعتبارها السلاح التنافسي الأكثر تحقيقاً للتمييز وعليه سنحاول في هذي الدراسة التركيز على السلفية الإلكترونية وأهميتها في المصارف ومساهمتها في تحسين جودة الخدمات المصرفية خاصة الأعمال والخدمات الإلكترونية عبر الانترنت ودورها في تفعيل نشاط البنوك.

وانطلاقاً مما سبق يمكن صياغة الإشكالية التالية:

ما هو دور الصيرفة الالكترونية في تحسين جودة الخدمات البنكية ؟

الأسئلة الفرعية:

وللإلمام بجوامع الموضوع يتطلب إثارة بعض التساؤلات الفرعية والتي من أهمها:

- ما هي العوامل التي أدت إلى التبنى الصيرفة الالكترونية ؟
- هل يحقق تطوير الخدمات البنكية إضافة مادية للبنك؟
- بماذا تتمثل الخدمات البنكية الإلكترونية التي يقدمها بنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة بسكرة؟

الفرضيات:

كمحاولة مبدئية للإجابة على السؤال الرئيسي يكمن وضع الفرضية الرئيسية الموالية:

- يؤدي استخدام وسائل وأنظمة الدفع الالكترونية إلى تحسين جودة الخدمة في البنك من خلال تطوير العمل المصرفي داخل البنك.

والإجابة على الأسئلة الفرعية للبحث قمنا بصيغة الفرضيات الآتية لتكون منطلقاً لدراستنا:

- العوامل التي أدت إلى تبني الصيرفة الإلكترونية الرغبة في الانفتاح على اقتصاد السوق العالمي الذي يحتم تبني مظاهر العولمة والتي تعد الصيرفة الالكترونية من أبرزها.
- يعتبر تطوير الخدمات البنكية من أهم العناصر التي تهتم بها البنوك لما تقدمه من إضافات عديدة.
- تتمثل الخدمات الإلكترونية التي يقدمها بنك الفلاحة والتنمية الريفية بتطورها؟

دوافع اختيار الموضوع:

- إن مبررات اختيارنا في الموضوع تمكن في:
- الاهتمام بالخدمات البنكية الالكترونية لكونها جزء للخدمات البنكية.
- اتجاه البنوك نحو العصرية ومواكبة الأحداث التطورات التكنولوجية في العمل البنكي.
- الفضول العلمي في ما يخص التعرف على الصرفة الالكترونية خاصة في ظل المنافسة المتسارعة التي يشهدها القطاع البنكي الجزائري والميول الشخصي للبحث ولإطلاع في هذا الموضوع لكونه مرتبط بمجال الدراسي كطالبة من جهة أخرى.

أهمية الموضوع:

- الأهمية العلمية: تكمل الأهمية العلمية في كونه موضوعا يلقي الضوء على الخدمات البنكية الالكترونية.
- الأهمية العملية: تكمن في أن هذا البحث سوف يمكن من التعرف على مدى مساهمة الخدمات البنكية الالكترونية في تحسين جودة الخدمات البنكية.
- يتمثل الإطار المكاني للدراسة في التطرق إلى بنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة بسكرة، حيث أن لم تشمل جميع أنشطة البنك بل اقتصر على الخدمات الالكترونية التي يقدمها.
- أما الإطار الزمني للدراسة فتتناول الفترة الممتدة من بداية استخدام الأنشطة الالكترونية في البنك إلى يومنا هذا.

أهداف الدراسة :

- تهدف هذه الدراسة إلى المساهمة في النقاشات التي تدور في الوقت الحاضر في الدول النامية حول محاولة رصد مدى التطور الذي حققته البنوك الإلكترونية في الإقتصاد، بالإضافة إلى ضرورة تفعيل دور الصيرفة الإلكترونية في تحسين جودة الخدمات البنكية في التنمية الاقتصادية، من خلال دراسة مختلف الخدمات البنكية التي تقدمها البنوك في منطقة بسكرة .
- محاولة تقييم البنوك الإلكترونية لإمكانية مقارنتها بالبنوك التقليدية.
- محاولة إبراز أهم التقنيات التي يستعملها بنك البدر BADR في تحسين جودة خدماته .
- التأكد من صحة الدراسة النظرية وتطابقها مع الدراسة التطبيقية من خلال دراسة حالة في BADR البدر.

1. الدراسات السابقة :

مقال بعنوان الصيرفة الإلكترونية كمدخل لعصرنة وتطوير البنوك الجزائرية لزوبر عياش وسمية عباس، أم البواقي، الجزائر، 2017 .

هدفت هذه الدراسة إلى إبراز واقع الصيرفة الإلكترونية في الجزائر كاتجاه حديث لتطوير وعصرنة البنوك الجزائرية .

أهم النتائج التي توصلت إليها هذه الدراسة :

- تعتبر الصيرفة الإلكترونية وسيلة جديدة من وسائل المعاملات البنكية بين البنك وزبائنه كنتيجة حتمية للتطور التكنولوجي والاقتصاد الرقمي .
- إن تبني البنوك للصيرفة الإلكترونية يعني نقل كافة آليات الإدارة على الشبكة بما يحقق سرعة في الأداء وحسن إستغلال إمكانيات البنك وبما يوفق الوقت والجهد والنفقات على العملاء .
- يتطلب تبني الصيرفة الإلكترونية وجود بيئة الكترونية تركز على تكنولوجيا المعلومات والاتصالات مع ضرورة وجود معايير محاسبية وتشريعات قانونية تنظم الصيرفة الإلكترونية .
- لا تزال البنية التقنية التحتية للصيرفة الإلكترونية بالبنوك الجزائرية غير مهياًة كما ينبغي وتحتاج إلى بناء شبكة أنترنت وتأمين خدمة اتصالات تضمن خدمة الزبائن على أكمل وجه .
- فيما يخص وسائل الدفع الإلكترونية هنالك جهود من قبل السلطات الجزائرية تتمثل في إصدار بعض البطاقات البنكية الإلكترونية وتطوير تكنولوجيا المعلومات والاتصالات إلا أنها دون التطلعات.

تعقيب:

تتشترك هذه الدراسة مع موضوع بحثنا في كونها تعالج نفس الموضوع إلا وهو كيف تتدخل الصيرفة الإلكترونية في عصرنة و تحسين جودة الخدمات المصرفية ، و تختلف الدراستين من حيث المكان الذي تمت فيه الدراسة التطبيقية فدراستنا تمت على مستوى ولاية بسكرة فقط أما هذه الدراسة فتمت على مستوى دولة الجزائر .

1- مقال بعنوان دراسة واقع الخدمات المصرفية الإلكترونية المقدمة في المصارف الخاصة في محافظة

اللاذقية من وجهة نظر العاملين فيها غير منشور للحارث أسعد ، اللاذقية ، سوريا ، 2015 .

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على مستوى واقع الخدمات المصرفية الإلكترونية المقدمة في المصارف

الخاصة في محافظة اللاذقية، ومعرفة مستوى رضى العاملين في المصارف الخاصة على الخدمات المصرفية الإلكترونية المقدمة في المصارف الخاصة .

أهم النتائج التي توصلت إليها هذه الدراسة

- عدم وجود عمل مصرفي إلكتروني حقيقي في المصارف الخاصة موضوع الدراسة مما يؤثر على إمكانية تلبية هذه المصارف للخدمات الأساسية لزيائنها ويزيد من الهوة بينهما وبين المصارف العالمية.
- عدم وجود مراعاة لمبدأ جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية المقدمة في المصارف والبنوك الخاصة في محافظة اللاذقية ، مما يؤثر على إمكانية قيام خدمات مصرفية إلكترونية فعالة.
- انخفاض عدد الصارفات الموجودة و المنتشرة ضمن المحافظة بالنسبة للمصارف الخاصة و عدم ملائمة واقع البنية التحتية الضرورية لمعمل المصرفي الإلكتروني (شبكة انترنت ، كهرباء..الخ).
- محدودية الخدمات المصرفية الإلكترونية المقدمة في المصارف الخاصة و حدودية القوانين والأنظمة والتشريعات المتعمقة بالعمل المصرفي الإلكتروني .
- عدم توفر الكوادر البشرية اللازمة لإدارة العمل المصرفي الإلكتروني عدم رضا العاملين في المصارف الخاصة على واقع العمل الإلكتروني المصرفي .
- ارتفاع تكاليف الحصول على المعدات والتقنيات الإلكترونية اللازمة.

تعقيب :

تتشترك هذه الدراسة مع موضوع بحثنا أنهما يعالجان نفس زاوية المشكلة المطروحة من خلال معرفة مستوى رضا العاملين في المصارف على الخدمات المصرفية الإلكترونية المقدمة في المصارف ، و تختلف الدراساتين في كون دراستنا في جزئها التطبيقي تمت من خلال مقابلة مع عمال البنك أما هذه الدراسة تم تصميم وتوزيع استبانة على العاملين في المصارف الخاصة بغية قياس درجة جودة الخدمات و نوعها والصعوبات التي تواجه العمل المصرفي الإلكتروني، كما تم دراسة وتحليل البيانات باستخدام برنامج spss.

1. مقال بعنوان مزايا الخدمات المصرفية الإلكترونية في تقديم الخدمات المالية غير منشورة لبويان دانييلا وعبد المجيد عبد الله إبراهيم، كلوج نابوكا، رومانيا ، 2010 .

النتائج المتوصل إليها:

- أثبتت البنوك التي تبنت الخدمات المصرفية الإلكترونية أن نجاحها يعود إلى التركيز القوي على العملاء.
- البنوك التي تعتمد الصيرفة الإلكترونية قادرة على قياس جودة خدماتها و منتجاتها و أن تصبح مرنة بما يكفي للاستجابة بسرعة لطلب عملائها و تغيرات السوق .

تعقيب:

تتشرك هذه الدراسة مع موضوع بحثنا في كونها تعالج دور الصيرفة الالكترونية في تحسين جودة الخدمات المصرفية إلا أن هذه الدراسة تطبيقها كان على بنك خاص أما نحن فأجرينا مقابلتنا في بحث عمومي.

منهجية الدراسة:

من أجل الدراسة المعمقة والإطاحة بجميع جوانب الموضوع:

- **المنهج التاريخي:** يركز هذا الأخير على بناء معلومات دقيقة عن موضوع معين خلال فترة زمنية معلومة وترتيبها منطقياً وتقديمها بطريقة موضوعية، ثم استخدام المنهج التاريخي بكثرة عند دراسة نشأة الصيرفة الالكترونية وفي دراسة واقع بطاقات الدفع الالكترونية.
- **المنهج الوصفي:** استخدام هذا الأخير لعرض الأبعاد المراد الوصول لها من خلال وصف ماهية المصطلحات المرتبطة بالبحث مثل الصيرفة البنكية والخدمة الالكترونية.
- **المنهج التحليلي:** تم استخدامه في الجانب التطبيقي لأنه يمكننا تجزئة الظاهرة ودراستها بعمق ويمكن الباحث بصفة خاصة التعمق والاندماج في صلب الموضوع، الأمر الذي يوصله إلى الإجابة على الأسئلة والاستفسارات الغامضة.

هيكل الدراسة:

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

- **الفصل الأول:** ويتناول الإطار النظري للصيرفة الالكترونية حيث تتطرق فيه إلى ماهية الصيرفة الالكترونية ثم تحديات ومعوقات الصيرفة الالكترونية ليتم التطرق في آخر الفصل إلى وسائل الدفع الالكترونية.
- **الفصل الثاني:** والذي يشمل الخدمة البنكية وتوجهها نحو الحداثة وذلك بالتطرق إلى ماهية الخدمة البنكية في المبحث الأول وإلى جودة الخدمة البنكية في المبحث الثاني وفي الأخير ندرس تأثير الصيرفة الالكترونية على جودة الخدمات البنكية.
- **الفصل الثالث:** والذي يتضمن بطاقة تعريفية لبنك الفلاحة والتنمية الريفية الجزائر، ثم التطرق للهيكل التنظيمي لوكالة -BADR- بسكرة، وأهم الخدمات الالكترونية التي تقدمها الوكالة.

الفصل الأول:

الإطار النظري للصيرفة الإلكترونية

تمهيد:

يشهد العالم منذ سنوات توسعا وتطورا مذهلا في تقنيات المعلومات والاتصالات، وقد أخذت هذه التقنيات ترتبط بالأنشطة والمجالات الاقتصادية على تنوعها، وربما كان قطاع البنوك من أبرز القطاعات التي تتأثر بثورة المعلومات والاتصالات والتي شكلت عاملا مساعدا لتنمية العمل البنكي الذي أصبح استخدام التكنولوجيا الحديث عنصرا ملازما له لما توفره من فعالية في العمل، وسرعة في الانجاز ووفرة في المعلومات عن العملاء والأسواق والقدرة على تطوير المنتجات الجديدة وإيصالها إلى العملاء في أي مكان كانوا أو أي وقت أرادوا.

سيتم خلال هذا الفصل التطرق إلى الإطار النظري للصيرفة الإلكترونية من خلال ثلاث مباحث قسمت

كمايلي:

- **المبحث الأول:** مدخل للصيرفة الإلكترونية
- **المبحث الثاني:** تحديات ومعوقات الصيرفة الإلكترونية
- **المبحث الثالث:** وسائل الدفع الإلكترونية

المبحث الأول: مدخل للصيرفة الإلكترونية

إن تطور التجارة ورقمنة الاقتصاد أدى إلى دخول البنوك في مرحلة جديدة من خلال عصرنة الإدارة البنكية، وتطوير الخدمة البنكية التقليدية إلى خدمة بنكية إلكترونية، وبالتالي تحول النقود من شكلها العادي الملموس لتصبح تيارا غير مرئي.

المطلب الأول: ماهية الصيرفة الإلكترونية

أولاً: دوافع التحول نحو الصيرفة الإلكترونية:

وهناك مجموعة من دوافع التحول نحو الصيرفة الإلكترونية: (بركان، 2014/2013، صفحة 96)

1. تحقيق ميزة تنافسية: وهذا من خلال تمكينها من التعامل مع الأسواق المستهدفة وعناصر البيئة المحيطة بها بصورة أفضل حيث الهدف الأساسي هو كسب عدد أكبر من العملاء والحفاظ عليهم.
2. تحقيق الربحية في الأجل الطويل: يساهم استخدام المصارف للأنظمة الإلكترونية في تحقيق معدلات ربحية، وهذا من خلال انخفاض تكلفة الخدمات المصرفية الإلكترونية وارتفاع ربحية قطاع عملاء الصيرفة الإلكترونية بسبب انخفاض حساسيتهم السعرية إذا ما قورنت بعملاء الخدمة المصرفية التقليدية.
3. توفير فرص تسويقية جديدة: يتيح نظام توزيع الصيرفة الإلكترونية من خلال برامج البحث إمكانية أكبر للعملاء لإجراء عمليات التسويق الإلكتروني.
4. توزيع واسع الانتشار: تهدف الأنظمة الإلكترونية الحديثة إلى تغطية واسعة الانتشار، حتى تصل الخدمة للعميل في أي مكان، فيستطيع بذلك الحصول على ما يرغب من خدمات مصرفية، دون الحاجة إلى الانتقال إلى مبنى المصرف أو الوقوف المطول في طوابير الانتظار.
5. تحسين جودة الخدمة البنكية.

ثانياً: نشأة الصيرفة الإلكترونية:

ظهرت الصيرفة الإلكترونية بظهور النقد الإلكتروني مع بداية الثمانينيات، حيث برز مفهوم Manistique، الذي يعني تزواج النقد بالإلكترونيك. (العياطي و بن عزة، 2017، صفحة 2)

أما استخدام البطاقات كان مع بداية القرن الماضي في فرنسا على شكل بطاقات كرتونية تستخدم في الهاتف العمومي، وبطاقات معدنية تستعمل على مستوى البريد في الولايات المتحدة الأمريكية، وفي عام 1958 م أصدرت (American Express) أول بطاقة بلاستيكية لتنتشر على نطاق واسع، ثم قامت بعدها ثمانية مصارف بإصدار بطاقة (Bank Americard) عام 1968؛ لتتحول إلى شبكة (Visa) العالمية، كما تم إصدار في نفس العام البطاقة الزرقاء (Carte bleue) من طرف ستة بنوك فرنسية، زفي عام 1986 قامت اتصالات فرنسا

(France Telecom) بتزويد الهواتف العمومية بأجهزة قارئة لبطاقة الذاكرة، لتصبح عام 1992 كل البطاقات المصرفية بطاقات برغوثة (Cartes à puce) تحمل بيانات شخصية لحاملها، وخلال منتصف التسعينات ظهر أو مصرف الكتروني في الولايات المتحدة الأمريكية؛ يميز بين نوعين من المصارف كلاهما يستخدم الصيرفة الإلكترونية:

- المصارف الافتراضية (مصارف الانترنت): تحقق أرباحا تصل إلى ستة أضعاف الصيرفة الإلكترونية.

- المصارف الأرضية: ونقصد بها المصارف التي تقدم خدمات تقليدية وخدمات الصيرفة الإلكترونية.

وقد شهدت الصناعة البنكية تغيرات كثيرة، لكن في الوقت الحالي وبسبب التطور التكنولوجي وانتشار الانترنت فإن التغيرات أصبحت جوهرية وأكثر أهمية من التغيرات السابقة، إذ أن الانترنت ليست أداة تسويقية فقط بل أداة إعلانية وليست أداة لتسريع التعاملات بل يعتبر الأساس لشكل جديد من الصناعة البنكية. (حسين و معراج، 2010، صفحة 316)

ولقد مرت هذه التغيرات بثلاثة مراحل مهمة انطلقا من 1950 بإدخال المحترفين (Professional) إلى العمل البنكي أعقاب نهاية الحرب العالمية الأولى في عام 1914، ومن ثم دخول ثقافة التسويق والبيع (Marketing and Sales)، وأخيرا مرحلة تنامي دور التكنولوجيا المقدمة في العمل البنكي والتي مرت هي أيضا بستة مراحل وهي: (بلعياش، 2015/2014، الصفحات 17-18)

1. مرحلة الدخول: وهي المرحلة التي دخلت فيها التكنولوجيا إلى أعمال البنوك بغرض إيجاد حلول للأعمال المكتبية الخلفية.
2. مرحلة تعميم الوعي بالتكنولوجيا: وهي المرحلة التي بدأت بتعميم الوعي التكنولوجي على كافة العاملين بالبنك، من خلال برنامج تدريب.
3. مرحلة دخول الاتصالات والتوفير الفوري لخدمات العملاء: تميزت هذه المرحلة بالتكاليف العالية، حيث بدأ اهتمام الإدارات العليا بالتكنولوجيا.
4. مرحلة ضبط أو السيطرة على التكاليف: وهي مرحلة ضبط الاستثمار في التكنولوجيا وعمدت هذه الإدارات إلى الاستعانة بأخصائيين واستشاريين في شؤون التكنولوجيا لمساعدتهم في ضبط التكاليف.
5. مرحلة اعتبار التكنولوجيا أصل كباقي أصول البنك: وبالتالي يجب أن يجني هذا الأصل مردودا كباقي الأصول، وهنا بدأت مرحلة إدارة التكنولوجيا.
6. مرحلة اعتبار التكنولوجيا عملا ضمن أعمال المصرف: والتي ارتكزت على تفعيل الإنتاجية على الصعيد الداخلي، وتحسين الضبط على الصعيد العملي، وتسويق التكنولوجيا على الصعيد الخارجي.

ثالثاً: تعريف الصيرفة الإلكترونية:

اختلفت وتعددت المفاهيم المُقدمة للصيرفة الإلكترونية من بينها:

- الصيرفة الإلكترونية هو إجراء العمليات المصرفية بطرق إلكترونية، أي باستخدام تكنولوجيا المعلومات، سواء تعلق الأمر بالسحب أو بالدفع أو بالائتمان أو بالتحويل أو وبالتعامل بالأوراق المالية أو غير ذلك من أعمال المصارف، وهنا لا يكون العميل مضطراً للتنقل إلى البنك. (شناقر، 2018/2017، صفحة 62)
 - وقد عرفت أيضاً على أنها قيام البنوك بتقديم الخدمات البنكية التقليدية أو المبتكرة من خلال استخدام وسائل الاتصال الإلكترونية المفتوحة. (عطية، 2015، صفحة 42)
 - وهي أيضاً تعرف بأنها قناة لتقديم الخدمات البنكية عبر الانترنت لتوفري الفائدة بالنسبة للزبائن، وهذا ما ينتج عنه تحديات جديدة لسلطات البلد في التنظيم والإشراف على النظام المالي، وفي تصميم وتنفيذ سياسات الاقتصاد الكلي. (فائق و الزبيدي، 2016، صفحة 5)
- ومنه فالصيرفة الإلكترونية هي خدمة آلية الحركة بالكامل لمنتجات العملاء البنكية التقليدية القائمة على منصات تكنولوجيا المعلومات، توفر الخدمات البنكية الإلكترونية للعملاء إمكانية الوصول إلى الحسابات، والقدرة على نقل أموالهم بين الحسابات المختلفة أو إجراء المدفوعات عبر القنوات الإلكترونية. (Danue, Sumion, & Dragos, 2003, p. 672)

للصيرفة الإلكترونية عدة خصائص نذكر منها: (بلعياش، 2015/2014، الصفحات 25-26)

1. **التنوع:** تتميز الخدمات البنكية بتنوعها وعدم تجانسها مما يجعلها خدمات غير معيارية ومن الصعب إخضاعها للقياس مادامت تستند في أدائها على اعتبارات الخبرة.
2. **التقليل من التكلفة:** من أهم خصائص الصيرفة الإلكترونية أنها توفر في النفقات فهي تعد بديلاً عن تخفيض جزء كبير من رأس المال لإقامة علاقات مستمرة بين البنك والعميل.
3. اعتراف المؤسسات المالية بجميع الخدمات البنكية الإلكترونية.
4. تعد معرضة لأخطار وقوع أخطاء بشرية وتكنولوجية.
5. السرعة في إنجاز العمل.
6. **التلازم:** ونقصد بها أن الخدمة تنتج وتستهلك في نفس الوقت.

المطلب الثاني: متطلبات الصيرفة الإلكترونية

هناك عدّة متطلبات أساسية يجب توافرها لعمل الصيرفة الإلكترونية؛ تتمثل فيمايلي: (بالهادي و نزعي،

2016، الصفحات 446-447)

1- البنية التحتية التقنية:

يقف في مقدمة متطلبات قيام الصيرفة الإلكترونية في البنوك البنية التحتية التقنية التي لا يمكن أن تكون معزولة عن البنية التحتية للدولة في مجال الاتصالات، كون أن البنوك الإلكترونية تنشط في بيئة الأعمال الافتراضية والمتطلب الرئيسي لضمان أعمال الكترونية ناجحة، بل وضمان دخول آمن وسلس لعصر المعلومات يتمثل في كافة قطاع الاتصالات من خلال سلاسة البنية التحتية وملاتمة أسعار الربط بشبكة الانترنت، فلا يمكن قيام البنوك الإلكترونية في بيئة عدد المشاركين بشبكة الانترنت قليل.

2- الكوادر البشرية الكفوة:

إذ إن توافر الكوادر البشرية المؤهلة والقادرة على أداء الأنماط الجديدة من العمل القائم على التقنية الحديثة، يعد من المتطلبات الضرورية لضمان التحول نحو الصيرفة الإلكترونية، وذلك الأمر يتطلب التواصل التأهيلي والتدريبي للكوادر في مختلف الوظائف الفنية والمالية والتسويقية والاستشارية والإدارية.

3- الملائمة بين التطبيق العملي والمعايير الدولية:

ويتقدم عنصر التطوير والاستمرارية والتنوعية على العديد من عناصر متطلبات بناء البنوك الإلكترونية وتميزها، فالجمود وانتظار الآخرين لا يتفق مع التقاط فرص التميز.

4- وجود ثقافة المستخدمين للتقنية البنكية:

على رغم " الثورة " التي عرفها عالم الاتصالات والمعلومات في مختلف المجالات، وتطور أساليب التجارة الإلكترونية التي أدت إلى خلق تغيرات جوهرية في طبيعة عمل القطاع البنكي والمالي، لا يزال كثيرون يرفضون تمامًا فكرة الخدمات البنكية الإلكترونية، لاعتقادهم بإمكانية تعرض الحسابات للاختراق، فضلا عن المخاطر التشغيلية والإستراتيجية، وفي المقابل تعتقد شريحة كبيرة من الناس أننا بتنا في زمن يستحيل الاستغناء فيه عن الخدمات البنكية الإلكترونية التي تمكن العميل من سحب المال وإيداعه في أي وقت، حتى وإن كان البنك مغلقا، وذلك يضمن ويعزز مسألة السرية البنكية وأبضا يخفف من الأعمال والإجراءات المطلوبة ويختصر

الجهود والوقت. (بالهادي و نزعي، 2016، صفحة 447)

المطلب الثالث: عوامل نجاح الصيرفة الإلكترونية

إن إقامة نظام للصيرفة يقتضي الالتزام لجملة من العوامل والتي هي بمثابة قواعد العمل الإلكتروني والتي تتمثل في: (مفتاح و معارفي، 2015/2014)

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

المبحث الثاني: تحديات ومعوقات الصيرفة الإلكترونية

لا زالت الصيرفة الإلكترونية تواجه تحديات تختصم على الدول التي تنتهجها وضع أطر قانونية وتكنولوجيا أمنية تضمن سلامة العمل البنكي.

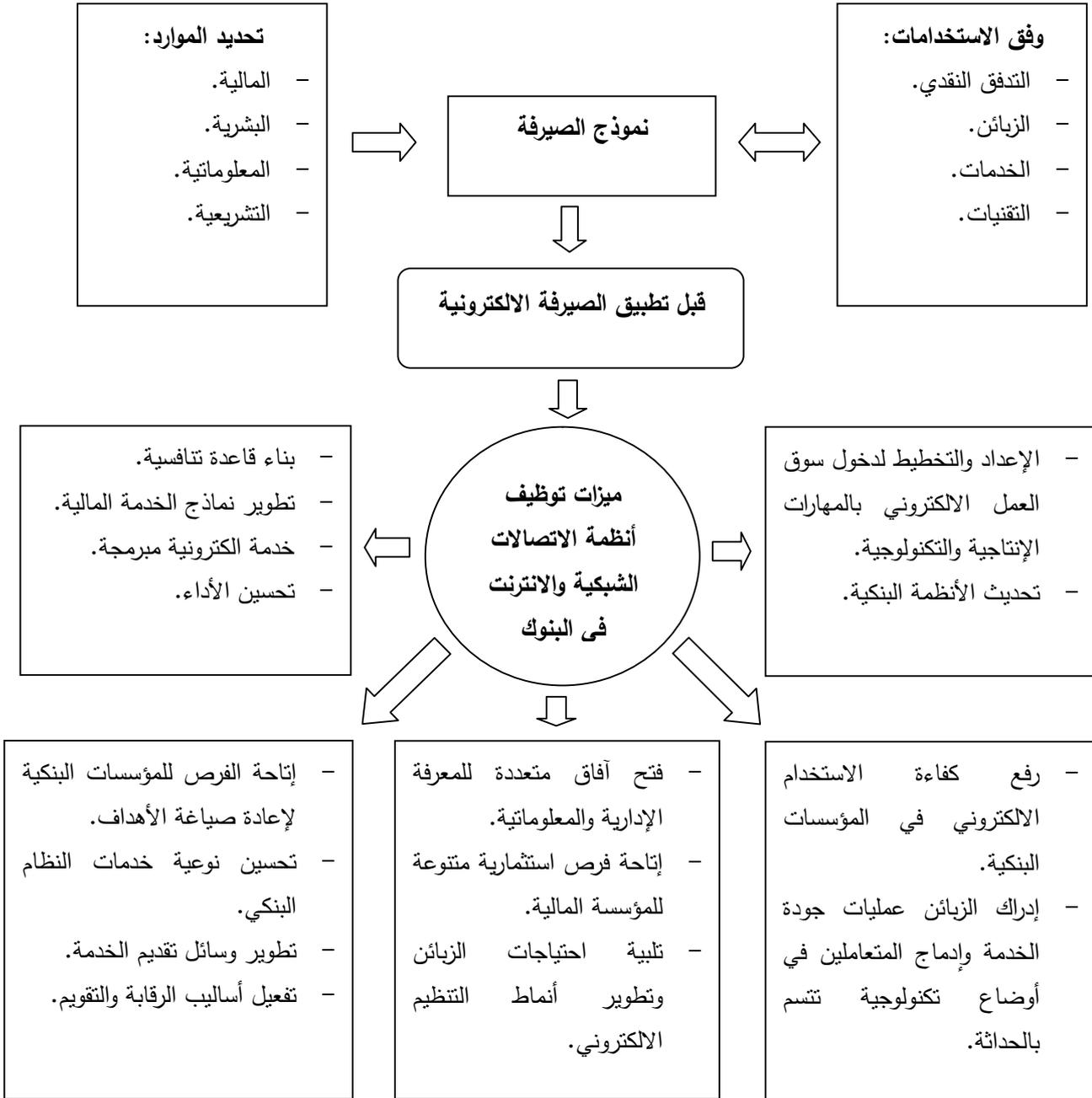
المطلب الأول: تحديات الصيرفة الإلكترونية

1. الأمية المعلوماتية وضعف استخدام الحاسوب الشخصي والانتشار النسبي في وسائل الاتصال.
2. صعوبة التنسيق بين المصارف وإيجاد آليات مناسبة للتعاون في مجال أساليب تفعيل عمليات الصيرفة الإلكترونية، والدعوة إلى عقد اجتماعات يناقش من خلالها وضع الخدمة الإلكترونية وأفاقه المستقبلية.
3. ضرورة إعادة هندسة العمليات والوظائف البنكية والإدارية بسبب رفع نسبة مخاطرة امن البيانات ويعد هذا تحديا للبنوك يؤدي إلى ارتفاع تكاليف إدارة البيانات، وبالتالي ستضطر لوضع سياسات وخطط جديدة للتعامل مع المخاطر الناجمة عن تقنيات الخدمة الإلكترونية.
4. صعوبة إعادة النظر ببرامج ومقررات واستراتيجيات المؤسسات البنكية وضعف تحديث برامج جودة خدماتها المالية، فلا بد من إدخال أنظمة تقنية المعلومات ونظم الاتصالات وهندسة البرمجيات والاستعانة ببرامج الإدارة الإلكترونية.
5. وفرة الانترنت فرصة اكبر للتنافس من خلال خلق خدمة أوسع من الخدمات التي أصبح بالإمكان تقديمها، وهذا الوضع عرض البنوك المحلية تحديا والعربية عموما إلى مخاطر حتمية، إذ ستجد هذه البنوك نفسها في مناقشة غير متكافئة مع البنوك العالمية التي تنوعها بشكل كبير.
6. مكتب تكنولوجيا الانترنت مؤسسات غير بنكية من الدخول لسوق تقديم الخدمات البنكية، بسبب عجز القطاع البنكي عن سد المتطلبات السريعة الناشئة عن هذه التكنولوجيا، إذ أوجدت هذه المؤسسات لنفسها وسائل دفع نقدية بتقنية، وتستطيع إنشاء قواعد بيانات خاصة بحساب عملائها وقد تمنحهم ضمن سياستها تسهيلات بالوفاء بالتزاماتهم نحوها، أي أنها مارست أعمال مصرفية دون أن تعلم مما شكل تحديا جديدا أمام البنك. (تركي، 2015، صفحة 67)

المطلب الثاني: معوقات الصيرفة الإلكترونية

- الصيرفة الإلكترونية تواجه العديد من الصعوبات التي تؤثر في تطويرها وانتشارها، ويمكن حصر أهم هذه المعوقات فيما يلي: (حموي و إسماعيل، 2017، الصفحات 143-144)
1. مخاطر الزمن والخصوصية وسرية المعلومات.
 2. غياب الأطر القانونية والقواعد التنظيمية للعمليات الإلكترونية، ومن ضمنها العمليات البنكية، إضافة إلى مسائل الملكية الفكرية للعناصر الرقمية الإلكترونية وأصول التقاضي وإجراءاته.
 3. ضعف مستوى كفاءة الموظفين ومقاومة التغيير الذي تفرضه التكنولوجيا، وعدم وجود خبراء في مجال تكنولوجيا المعلومات.
 4. ضعف البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات، وارتفاع التكاليف المالية للتجهيزات التكنولوجية، وتكاليف التدريب والتأهيل، وارتفاع مخاطر الاستثمار نظراً للتطور المتسارع في المجال التكنولوجي.
 5. تخطيط استراتيجي قصير النظر لا يراعي تطورات البيئة البنكية، وقلة دعم الإدارة ومساندتها لتبني الخدمات البنكية الإلكترونية.
 6. محدودية الدعم الحكومي في مجال تقديم استثمارات أكبر لتطوير البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات.
 7. ثقة العملاء بالاتصال والتعامل الشخصي، وضعف الثقافة البنكية الإلكترونية وصعوبة استخدام التكنولوجيا الحديثة، وعدم تلبية الخدمات الإلكترونية لحاجات ورغبات العملاء تقلل من الطلب عليها.
 8. انخفاض مستوى جودة الخدمات البنكية الإلكترونية.

الشكل رقم (1-01): نموذج الصيرفة الإلكترونية ومميزات توظيفها في البنوك



المصدر: محمد تركي عبد العباس، (2015)، دور الانترنت في تدعيم الصيرفة الإلكترونية، مجلة الغربي

للعلوم الاقتصادية والإدارية: جامعة كربلاء، العدد 67، ص 9.

المبحث الثالث: وسائل الدفع الإلكترونية

يعتبر العمل البنكي من الأمور التي أفرزها التطور التكنولوجي الهائل في مجال الاتصال، حيث تم استحداث منتجات وخدمات جديدة تكون ملائمة لطبيعة ومتطلبات التجارة الإلكترونية، بغية تطوير نظم ووسائل تقديم الخدمات البنكية ورفع كفاءتها ومستوى أدائها حتى يتم التعامل بدديناميكية مع الأنماط الجديدة للتكنولوجيا.

المطلب الأول: تعريف الدفع ووسائل الدفع الإلكترونية

1- تعريف الدفع الإلكتروني:

هو عبارة عن خدمة تمكن الأفراد أو الشركات والمؤسسات والهيئات العامة والخاصة... إلخ؛ أو أي كيان (من عملاء) بتسديد مستحقاتهم الكترونياً للجهات المشتركة في خدمات الدفع الإلكتروني. (الشمري و العبدلات، 2008، صفحة 73)

2- تعريف وسائل الدفع الإلكترونية:

بتطبيقات التجارة الإلكترونية من التبادل المالي الكترونياً بدلاً من استخدام النقود المعدنية والورقية أو الشيكات الورقية، حيث يقوم البائعون عن طريق الانترنت بتوفير طريقة سهلة وسريعة وآمنة للحصول على أثمان منتجاتهم من الزبائن. (الطائي، 2008، صفحة 178)

المطلب الثاني: أنواع وسائل الدفع الإلكتروني

1- الشيك الإلكتروني:

هو المكافئ الإلكتروني للصحوك الورقية التقليدية التي اعتدنا التعامل معها وهو رسالة الكترونية موثقة ومؤمنة يرسمها مصدر الصك إلى مستلم الصك (حامله) ليعتمده، ويقدمه للبنك الذي يعمل عبر الانترنت، بمعنى أنها تستخدم لإتمام عمليات السداد الإلكترونية بين الطرفين من خلال وسيط، والشيك الإلكتروني يحتوي على المعلومات التالية: رقم الشيك، اسم الدافع، رقم حساب الدافع، اسم البنك، اسم المستفيد، القيمة التي ستدفع، وحدة العملة المستخدمة، تاريخ الصلاحية والتوقيع الإلكتروني للدافع. (ميهوب، 2005/2004، صفحة 120)

2- البطاقات البنكية الإلكترونية:

هي عبارة عن بطاقة بلاستيكية تحتوي على معلومات رقمية وتستخدم هذه المعلومات في أغراض الدفع، كما يمكن استخدامها لأغراض أخرى مثل التعريف أو الدخول لمواقع خاصة لا يمكن الدخول فيها إلا للمرخص، بعض هذه البطاقات تسمى بالبطاقات الذكية لاحتوائها على معلومات يمكن التعامل معها بطريقة أخرى، وهناك عدة أنواع للبطاقات البنكية وهي كمايلي: (ناشف، 2018/2017، الصفحات 32-33)

أ. البطاقات الغير ائتمانية: يطلق على هذا بطاقة الخصم الفوري Débit Card حيث تستخدم كأداة وفاء فقط، حيث يحصل حامل البطاقة على احتياجاته من حيث السلع والخدمات والصرف النقدي فور تقديم البطاقة، ويتم الخصم مباشرة لقيمة هذه الاستخدامات من الحساب الجاري المفتوح لدى البنك المصدر دون الانتظار إلى إعداد كشف حساب البطاقة والذي يستخدم هنا كوسيلة لعرض البيانات فقط، وتشمل البطاقات الغير ائتمانية عدة أنواع نذكر منها: (ناشف، 2017/2018، صفحة 34)

- **بطاقة الدفع المسبق:** حيث يقوم صاحبها بشحنها بمبلغ مالي وعند إتمام أي معاملة تجارية يتم سحب المقابل المالي من هذه البطاقة حتى ينتهي المبلغ المشحون أو المعبأ في البطاقة.

- **البطاقة المدينة:** ويتطلب هذا النوع وجود حساب بنكي جاري لصاحب البطاقة، حيث يتيح استخدام البطاقة عملية التسوية أو الدفع من خلال تمكين المستفيد من سحب الأموال من حساب صاحب البطاقة الذي يفترض فيه أن يكون حسابه مدينا، وفي حالة العكس لا تتم عملية التسوية.

- **بطاقة الشيكات:** يتعهد بمقتضاها البنك المصدر لهذه البطاقة لعملية حامل البطاقة بأن يضمن سداد الشيكات التي يحررها العميل من هذا البنك بشروط معينة، وتحتوي هذه البطاقة عادة على اسم العميل، توقيعه، رقم حسابه، والحد الأقصى الذي يتعهد البنك الوفاء به في كل شيك يحرره العميل، وأن البنك المحسوب عليه ملزم بدفع قيمة الشيك للمستفيد بغض النظر عن وجود رصيد كاف لديه من عدمه وظهور هذه البطاقة جاء لعدم اكتمال الثقة في أشخاص يتعامل معهم البنك دون أن يعرفهم.

ب. **البطاقات الائتمانية:** هي بطاقات خاصة تصدرها البنوك أو المؤسسات المالية الأخرى لعملائها كخدمة إضافية، وهي عبارة عن بطاقات مغناطيسية يستطيع حاملها أن يستخدمها في شراء معظم احتياجاتهم أو أداء مقابل ما يحصل عليه من خدمات.

ج. **بطاقات الائتمانية المتجددة:** هذا النوع الأكثر شهرة واستخداما ومن أمثله بطاقتين شهريتين هما Visa و Master Card والأصل في بداية هذا النوع أن يصدر عن بنك تجاري يوجد به حساب نقدي لحامل البطاقة، ويقوم البنك المصدر للبطاقة بسداد فواتير المشتري في أي مكان يقبل بهذه البطاقة وتدفع للمحل كامل المبلغ، ويقوم البنك المصدر للبطاقة بإرسال فاتورة شاملة مصنفة للعميل حسب المشتريات ويطالبه بسداد جزء بسيط من المبلغ لا يتجاوز 5%، ويزيد البنك المصدر على حامل البطاقة على المبلغ الذي في ذمته (الرصيد دائن)، بنسبة معلومة شهريا تصل إلى 1.5% ولكن لو يسدد حامل البطاقة كامل المبلغ الدائن خلال فترة الاستفادة، لا يترتب على ذلك أي زيادة في التسديد. (أبو العز، 2008، صفحة 233)

وفي كلتا الحالتين السابقتين تجديد القرض الأول البطاقة لذلك سميت بالبطاقة الائتمانية المتجددة. د. **البطاقة الائتمانية الغير متجددة:** تسمى ببطاقة الصرف الشهري لأنه يتوجب على العميل أن يقوم بالسداد الكامل من قبل العميل خلال الشهر الذي يتم فيه السحب، أي الفترة الائتمانية في هذه الحالة لا تتجاوز شهر.

3- النقود الالكترونية:

عبارة عن نقود غير ملموسة تأخذ صورة وحدات الكترونية يتم انتقاؤها بطريقة معينة من حساب شخص إلى شخص آخر، وتخزن على القرص الصلب (الجهاز) لجهاز الكمبيوتر في مكان يسمى المحفظة الالكترونية، بحيث يمكن استخدام هذه الوحدات في إتمام التعاملات المالية والتجارية غير شبكة الانترنت بما في ذلك شراء المستلزمات اليومية ودفع ثمنها في كل شكل وحدات من النقود الالكترونية. (أبو العز، 2008، صفحة 234)

خلاصة الفصل:

تلعب العمليات البنكية الالكترونية دورًا كبيرًا في تحسين الخدمات التي تقدمها البنوك لعملائها وزبائنهم بمختلف فئاتهم وشرائحهم، لذا ازدادت أهمية تطوير وتحسين الخدمات البنكية من طرف البنوك قصد تلبية رغبات الزبائن، وبالتالي سعت البنوك إلى التخلي عن وسائل الدفع التقليدية وعصرنتها بوسائل الدفع الالكتروني من أجل تحقيق منافسة قوية وتحسين نوعية الخدمات.

الفصل الثاني:

الخدمات البنكية وتوجهها نحو الحداثة

تمهيد:

لقد انعكس التطور التكنولوجي على تطور الصناعة البنكية ما انبثق عنها من خدمات يتطلب تسويقها باستخدام تكنولوجيا الاتصالات والمعلومات، حيث أصبح تطور الخدمات المصرفية يعد واحدا من الاتجاهات المهمة والحديثة التي شهدت توسعا كبيرا في السنوات الأخيرة، في مختلف المجتمعات بسبب تزايد دورها الكبير في الحياة المعاصرة، سيتم خلال هذا الفصل التطرق إلى الخدمات البنكية وتوجهها نحو الحداثة من خلال ثلاث مباحث قسمت كمايلي:

- المبحث الأول: ماهية الخدمات البنكية
- المبحث الثاني: جودة الخدمات البنكية
- المبحث الثالث: تأثير الصيرفة الإلكترونية على الخدمات البنكية

المبحث الأول: ماهية الخدمات البنكية

تعتبر الخدمة البنكية العنصر الأول والاهم من عناصر المزيج التسويقي الخدمي البنكي إذ بدونها لا يوجد بنك أصلاً، وذلك على اعتبار أنها الشريان المحرك للبنك ومن أجلها توضع الاستراتيجيات لإشباع حاجات ورغبات العملاء، ليتم من خلالها تحقيق الأهداف والغايات المرسومة بالنسبة للمصرف.

المطلب الأول: تعريف الخدمة وخصائصها

أولاً: تعريف الخدمة:

إن الاهتمام المتزايد بالخدمات أدى إلى إعطاء مفاهيم متعددة ومتنوعة لها نذكر منها:

- عرف Kotie & Armstrong الخدمة بأنها " نشاط أو منفعة غير ملموسة يستطيع أن يقدمها طرف (منتجها) إلى طرف آخر (العميل)، لإشباع حاجة غير مشبعة دون أن يترتب على ذلك نقل للملكية من المنتج إلى العميل، وقد يرتبط إنتاج الخدمة أو قد لا يرتبط بمنتج مادي ملموس ". (الغرباوي، 2014، صفحة 26)

- في حين عرفت أيضاً بأنها " نشاط أو مجموعة من الأنشطة التي تتمتع بطبيعة غير ملموسة أو غير مادية سواء بقدر قليل أو كبير والتي من العادة يتم من خلالها تفاعل بين العميل وبين الموظف المسؤول عن تأدية الخدمة أو مجموعة من الأنظمة التابعة لمقدم الخدمة، والتي ينتج عنه حلول لمشاكل العميل أو تلبية لاحتياجاته ". (الحلوح و زين الدين، 2016، صفحة 8)

من خلال ما تقدم يمكن القول أن الخدمة هي نشاط أو مجموعة من الأنشطة التي يكون جوهرها غير ملموس والتي يكون الهدف منها تحقيق رضا العميل. (كافي، 2017، صفحة 91)

ثانياً: خصائص الخدمة:

1. غير ملموسة: تعتبر الخدمة غير ملموسة أي لا يمكن رؤيتها أو تذوقها أو لمسها أو سماعها وذلك قبل شرائها كالسلع المادية، وحتى يستطيع العملاء التعرف على مدى جودة الخدمة المقدمة، فهم يبحثون عن علامات ملموسة يستطيعون من خلالها تكوين تصور عن مدى جودة الخدمة، لذلك فإن من أهم مهام مقدمي الخدمة هو إبراز هذه العناصر الملموسة في الخدمة المقدمة، فمثلاً في الخدمة المصرفية تتمثل الجوانب الملموسة في العناصر الملموسة في الجوانب المادية المرئية للخدمة كالأجهزة المستخدمة والتصميم الداخلي، وغير ذلك من المرافق والتسهيلات الموجودة في البيئة المادية ولذلك فإن نجاح البنك في بيع الخدمات يجب أن يعتمد على تحويل اللاملموس إلى ملموس. (الحلوح و زين الدين، 2016، صفحة 8)

2. **التنوع وعدم التجانس:** بمعنى أنها ليست معيارية أي غير قابلة للقياس ومتغيرة بشكل عال لأن ظروف تقديم نفس الخدمة، يمكن أن تختلف مرة لأخرى تبعا لاختلاف الظروف المحيطة أو اختلاف الحالة المزاجية لكل من مقدم الخدمة أو طالبيها.
3. **التلازمية:** فالخدمة تنتج وتستهلك في آن واحد وبمشاركة طالب الخدمة بالعملية، كما يرى أن الخدمة لا يمكن أن تفصل عن الجهة الموردة لها كما أنها ملازمة للزبون الحاصل عليها.
4. **التلاشي:** بما أنها غير ملموسة وذات خاصية تلازمية فلا يمكن تخزينها وتلاشي بمجرد تقديمها.
5. **عدم قابليتها للتملك:** بما أنها غير ملموسة وتستهلك مباشرة فهي غير قابلة للتملك ولكن قد ينتج عنها نقل للملكية. (الغرباوي، 2014، صفحة 26)

وهنا لا بد من إيضاح التباين ما بين الخدمة اللاملموسة والسلعة الملموسة كمنتج نهائي لأي منظمة، كما يظهر في الجدول التالي: (الغرباوي، 2014، صفحة 26)

جدول رقم (2-01): الفروق الجوهرية بين السلع والخدمات

السلع	الخدمات
السلع أشياء ملموسة وقيمة السلع أو المنتجات تكمن في حقيقة أنه يمكن تملكها أي يحدث نوع من نقل الملكية	الخدمات تكون غالبا غير ملموسة، ذلك أنها عبارة عن أنشطة أو تصرفات أو جهود، كما لا يمكن تملك معظم الخدمات وتكمن قيمة الخدمة في (التجربة) التي يعيشها العميل، ولا تتضمن الخدمة عادة نقل أو تحويل الملكية.
السلع يمكن تخزينها، إذ يمكن أن يخزن الفائض مع السلع في وقت ما حتى يكون هناك ظل عليه في وقت آخر	الخدمات عادة غير قابلة للتخزين، فالطاقة غير المستغلة في مجال الخدمات لا يمكن تخزينها ولا يمكن بالتالي تحويلها من وقت إلى آخر.
السلع تخضع لمواصفات معينة وهناك انفصال بين المنتج والمستهلك ويتم الاتصال بينهما عن طريق الوسطاء، وبالتالي فإن هناك فاصل زمني بين إنتاج السلع واستهلاكها، يتم خلال هذا الفاصل نقل وتخزين السلع.	الخدمات لا يمكن فصلها عن الشخص مقدم الخدمة، فالشخص مقدم الخدمة ينتج ويوزع الخدمة في نفس الوقت، كما يتم إنتاج واستهلاك الخدمة في نفس الوقت.
يمكن إحداث قدر كبير من المنطقية في السلع وبالتالي يمكن إنتاج السلع على نطاق واسع واستخدام أساليب الرقابة على الجودة بسهولة.	الخدمات تختلف في الجودة بمرور الوقت ولذلك لا يمكن ضمان النمطية في جودة الخدمة.

المصدر: عوض بدير الحداد، (1999)، تسويق الخدمات المصرفية، مصر: البيان للطباعة والنشر، ص ص 49-50.

المطلب الثاني: تعريف الخدمة البنكية وخصائصها

أولاً: تعريف الخدمة البنكية:

تعرف الخدمات البنكية بأنها أحد الأنشطة التي يقوم بها البنك التجاري بقصد مساعدة عملائه في نشاطه المالي، واجتذاب عملاء جدد وزيادة موارده المالية ولا يتعرض عند أدائها للمخاطر، ويهدف البنك من هذه الخدمات إلى إرضاء عملائه. (المطيري، 2016، صفحة 178)

كما تمثل الخدمة البنكية مجموعة الخدمات التي يقوم البنك بتقديمها لعملائه حيث يمكن تعريفها على أنها نشاط أو مجموعة الأنشطة التي يكون جوهرها غير ملموس، يقوم بتقديمها البنك لعملية بغية إشباع حاجاته ورغباته، قد يكون إنتاجها مرتبط بمنتج مادي وقد لا يكون ولا يترتب عنها أي انتقال للملكية. (كافي، 2017، صفحة 98)

كما تعرف الخدمة البنكية بأنها مجموعة الأنشطة والعمليات ذات المضمون المنفعي الكامن في العناصر الملموسة وغير الملموسة والمقدمة من قبل البنك، والتي يدركها المستفيدون من خلال ملامحها وقيمتها والتي تشكل مصدرًا لأرباح البنك من خلال العلاقة التبادلية بين الطرفين.

ويشير هذا التعريف إلى أن مفهوم الخدمة البنكية يشتمل على بعدين أساسيين هما:

1. **البعد المنفعي:** المتمثل في مجموعة المنافع التي يحققها الزبون نتيجة استخدامه للخدمة البنكية، وهذا البعد يرتبط بالزبون.

2. **البعد السماتي (الخصائصي):** يتمثل في مجموعة الخصائص التي تتصف بها الخدمة البنكية أي أن هذا البعد يرتبط بالخدمة البنكية ذاتها. (المحمودي، 2014/2013، صفحة 18)

ثانياً: خصائص الخدمات البنكية:

هناك مجموعة من الخصائص التي تنفرد بها الخدمات البنكية وتتمثل أهم تلك الخصائص فيما يلي:

(الشنقيحي، د.ت، صفحة 179)

1. **سهولة التقليد:** يرجع نجاح العديد من البنوك إلى تقديم مجموعة متنوعة ومتميزة من الخدمات البنكية، وعند تقديم خدمة جديدة مبتكرة يشرع باقي المنافسين في تقليد تلك الخدمة وتقديمها للسوق، ويكون من الصعب منعهم من تقديم خدمات متشابهة لتلك الخدمة المذكورة.

2. **تفاعل العميل مع مقدم الخدمة:** وهو التفاعل بين مقدم الخدمة والعميل، ويتأثر التفاعل بين العميل ومقدم الخدمة بالحالة النفسية للعملاء، وصفاتهم الشخصية، وخبراتهم السابقة في التعامل مع منظومة الخدمات،

- ومستوى تعليمهم ودخلهم ومن ناحية أخرى أيضا بسلوك مقدم الخدمة نفسه ومهاراته وخبراته في التعامل مع العملاء، وكذلك مظهره وقدرته على الاستجابة الفورية لمطلب العملاء.
3. **تزايد الاعتماد على الجانب التكنولوجي:** تعتبر التكنولوجيا أحد العناصر المهمة المؤثرة في تسويق الخدمات البنكية، فقد أدى ظهور وانتشار التقنيات الحديثة لوسائل الاتصال، وابتكار العديد من الخدمات البنكية الالكترونية وقد اثر هذا على السوق وكيفية دخوله.
4. **التغير في طبيعة الطلب:** وذلك نتيجة للتغير في حجم وتركيبية الأسرة، وزيادة عدد المتقاعدين بسبب تنفيذ برامج الخصخصة، وتوسيع قاعدة الملكية الخاصة، وزيادة عدد المساهمين، بالإضافة إلى زيادة الوعي المصرفي والنمو المتزايد في اتجاه خدمة العملاء لأنفسهم عند حصولهم على الخدمات البنكية.
5. **القوانين والأعراف:** نظرا للدور المهم التي تمثله صناعة الخدمات البنكية بالنسبة للقطاعات المختلفة في الاقتصاد القومي، فإنه يجب مراعاة تأثير القوانين والأعراف وانعكاسها على تلك الصناعة، فالقرارات المتعلقة بتصميم خدمات جديدة، أو تعديل خدمات قائمة، تتحد بشكل كبير في ضوء القوانين والأعراف التي تحكم العمليات البنكية، ومن الضروري على المسؤولين عن التسويق أن يعملوا وفقا لتلك المتغيرات.
6. **تزايد توقعات العملاء نحو مسؤولية البنك تجاههم:** تشير إلى المسؤولية الضمنية لمنظمات الخدمات البنكية نحو إدارة أموال العملاء، وتقديم النصيحة والمشورة المالية لهم.
7. **التدفق المتبادل للمعلومات:** الخدمات البنكية الفردية لا تتعلق بالموقف الشرائي المنفرد، ولكنها تتضمن سلسلة من المعاملات الثنائية المنتظمة بين العميل ومنظمة الخدمة خلال فترة زمنية، ونتيجة للاستمرارية هذه المعاملات فإن قدرا كبيرا من المعلومات الخاصة والسرية عن العميل ونشاطه، يتم الحصول عليها ويقوم البنك في المقابل بإمداد العميل بالمعلومات التي تساعده في اتخاذ القرارات.
8. **الانطباع الذهني للعملاء عن الخدمة:** وهو مزيج بين توقعات العملاء عن الخدمة وما يصلهم من معلومات عنها عن طريق الاتصالات الخارجية.

المطلب الثالث: أنواع الخدمات البنكية

أولا: خدمات مصرفية تقليدية:

وهي حزمة من الخدمات المصرفية لتلبية احتياجات العملاء من مختلف المستويات وتتمثل في الآتي:

(الشنقيحي، د.ت، الصفحات 178-182)

- منح القروض بمختلف أنواعها.
- فتح الحسابات الجارية بكافة العملات.

- تقديم الخدمات البنكية بالتجزئة.
- تقديم الاستشارات الاستثمارية.
- التداول بالأسهم والسندات.
- بيع وشراء العملات والمعادن النفيسة.

ثانيا: خدمات بنكية غير تقليدية:

- وهي حزمة من الخدمات البنكية لتلبية احتياجات العملاء أصحاب الثروات الخاصة وتقدم من خلال وسائل تكنولوجيا المعلومات الحديثة وتتمثل في الآتي: (الشنقيحي، د.ت، صفحة 189)
- إدارة المحافظ المالية بشكل محترف يستطيع من خلالها القيام بتداول الأسهم إلكترونياً.
 - التأمين على الحياة.
 - خدمات وحدات التراسن (شراء أو بيع الأوراق المالية لحساب العميل).
- التعامل البنكي الإلكتروني.

ثالثا: الخدمات البنكية التقليدية المقدمة إلكترونياً:

تتعدد الخدمات التي تقدمها البنوك الإلكترونية؛ منها ما يتعلق بالتوجيه الصحيح للعملاء لميادين الاستثمار المختلفة، ومساعدتهم في شراء الأسهم والتعامل بالبورصة، بالإضافة إلى خدمات دفع وتحصيل الفواتير المختلفة، إلا أن أهم تلك الخدمات ظهر بظهور التجارة الإلكترونية وكان ظهورها نابعا من ضرورة توفير وسائل الدفع الملائمة لطبيعة التجارة الإلكترونية، لهذا قامت بعض الشركات المختصة بتطوير الوسائل التقليدية التي ترتكز على الدعائم الورقية ليصبح بالإمكان تداولها عبر أجهزة الحاسوب، وقامت بابتكار طرق جديدة لم تكن معروفة من قبل، الشيء الذي أظهر بوضوح الدور الكبير الذي تقوم به البنوك في تطوير التجارة الإلكترونية.

رابعا: الخدمات البنكية الحديثة المقدمة إلكترونياً:

إن البنوك تلعب دورا هاما في تطوير التجارة الإلكترونية عن طريق ما توفره من وسائل تداول النقود عبر شبكة الانترنت، إلا أن بعض الوسائل كالشيك والتحويل الإلكتروني يتطلب وجود تعامل سابق بين العميل والبنك وهي بطبيعة الحال عمليات تقع على حساب العميل لدى البنك، لهذا تم البحث عن وسيلة أخرى تسمح بالقيام بعمليات الدفع بشكل أكثر سرعة بالنسبة لعملاء البنوك ودون الحاجة إلى طلب إذن من البنك وإشراك الحسابات، وتسمح كذلك لغير عملاء البنوك بالتعامل عبر شبكة الانترنت. (أبو فروة، 2009، صفحة 61)

المبحث الثاني: جودة الخدمات البنكية

لقد أصبحت الخدمة المميزة هي الأساس في المفاصلة بين البنوك، حيث ازدادت أهمية الجودة في الخدمة البنكية المقدمة للزبائن، وذلك لتحقيق التميز ومواجهة المنافسين.

المطلب الأول: مفهوم جودة الخدمة البنكية

أولاً: تعريف الجودة:

يعرفها قاموس Webster (1985) على أنها مصطلح عام قابل للتطبيق على أية صفة أو خاصية منفردة أو شاملة، ويعرفها قاموس Oxford بأنها درجة التميز أو الأفضلية. (الوادي، نزال، و سمحان، 2010، صفحة 19)

ومن التعريفات المتعددة للجودة تلك التي نادى بها (باراسورمان جيمسون جرفين) يتفقون مع التعريفات التي محورها العملاء ومدركاتهم عن الجودة، فالعمل هو القاضي الوحيد على جودة المنتج وفي الوقت نفسه لا يمكن التغاضي عن تقييم المتخصصين للجودة، فالعمل قد يكون محدود التفكير أو غير مدرك لأهمية توافر خصائص معينة في المنتج فيسيء الحكم على جودته. (المديني، 2005، صفحة 63)

ومنه فإن الجودة مجموعة من المزايا والخصائص الخاصة بالمنتج والخدمة والتي تساهم في إشباع رغبات المستهلكين، وتتضمن السعر والأمان وتوفر والموثوقية والاعتمادية وقابلية الاستعمال. (الدرادكة، 2005، صفحة 16)

ثانياً: تعريف جودة الخدمات البنكية:

عرف عدد من الباحثين جودة الخدمات البنكية بأنها معيار لدرجة تطابق الأداء الفعلي للخدمات البنكية مع توقعات العملاء لهذه الخدمات. (المديني، 2005، صفحة 63)

المطلب الثاني: أبعاد جودة الخدمات البنكية

للجودة العديد من الأبعاد التي تأخذ بعين الاعتبار: (خنفر، 2015، الصفحات 158-159)

1. الملموسية: وهذا البعد يتعامل مع تطورات العملاء في البنك بأن مزود الخدمة سيقوم بتقديم الخدمة بموثوقية ويمكن الاعتماد عليها وبالوقت المحدد.
2. الاستجابة: وهذا البعد يتعامل مع تصورات العملاء حول رغبة مقدم الخدمة بمساعدة الزبائن وتحقيق حاجاتهم ورغباتهم المتغيرة ومحاولة مساعدتهم في الحصول على إشباعها.

3. **التأكيد:** هذا البعد يتعامل مع تصورات العملاء حول سلوك مقدم لخدمة لتغرس الثقة في نفوسهم من خلال إظهار المجاملة والقدرة على أداء الخدمة.
4. **التعاطف:** وهذا البعد يتعامل مع تصورات العملاء بأن مقدم الخدمة سوف يمنحهم الاهتمام الفردي ولديهم مصالح مشتركة ويقدم مصلحة الزبون على مصلحة المنظمة.
- ويضاف إلى ذلك البعد الاجتماعي والذي يشير إلى مدى ملائمة المنتج اجتماعيا ودينيا، أي أن الخدمة والمنظمة الخدمية تحظى بالقبول الاجتماعية من ناحية ومن ناحية ثانية الجوانب الاقتصادية. (خنفر، 2015، صفحة 159)

الجدول رقم (2-02): أبعاد الجودة البنكية

الوصف	البعد
يتعامل مع البيئة من خلال المرفقات والمعدات	الملموسية
تصورات العملاء عن مورد الخدمة	الموثوقية
تصورات العملاء عن رغبة مقدم الخدمة في مساعدتهم لإشباع حاجاتهم ورغباتهم	الاستجابة
تصورات العملاء حول سلوك مقدم البنكية	التأكيد
تصورات العملاء عن مقدم الخدمة هل سيمنحهم الاهتمام الفردي	التعاطف
ملائمة الخدمة البنكية اجتماعيا وبيئيا واقتصاديا	البعد الاجتماعي

المصدر: إياد عبد الإله حنفر، خالد توفيق العساف، عبد الفتاح العزام، التسويق المصرفي - مدخل معاصر، دار وائل، الأردن، 2015، ص 160.

المطلب الثالث: مستويات جودة الخدمات البنكية ومزايا تقديمها

أولاً: مستويات جودة الخدمات البنكية

يمكن التمييز بين خمسة مستويات لجودة الخدمة البنكية ألا وهي: (معلا، 2015، صفحة 99)

1. الجودة المتوقعة من قبل العملاء وتتمثل في الجودة التي يرى العملاء وجوب وجودها.
2. الجودة كما تدركها إدارة البنك وما تراه مناسباً بشأنها.
3. الجودة الفنية المحددة بموجب المواصفات النوعية للخدمة البنكية أوجدت.
4. الجودة الفعلية التي تؤدي بها الخدمة.

5. الجودة المروجة للعملاء.

ثانياً: مزايا تقديم خدمة متميزة للعملاء:

أشارت خبرات المؤسسات الناجحة إلى أن تبني إستراتيجية محددة للجودة يؤدي إلى تحقيق مجموعة من

المزايا أو تجنب مجموعة من المشكلات ومن هذه المزايا: (مراد، 2007، صفحة 232)

1. تحقيق ميزة تنافسية فريدة عن بقية البنوك وبالتالي الضغوط التنافسية.
2. تتحمل تكاليف اقل بسبب قلة الأخطاء في العمليات المصرفية.
3. إن الخدمة المتميزة تنتج الفرصة أمام البنك لتقاضي أسعار وعمولات اكبر.
4. إن الخدمة المتميزة تزيد قدرة البنك على الاحتفاظ بالعملاء الحاليين وجذب عملاء جدد.
5. إن الخدمة المتميزة تجعل من العملاء بمثابة مندوبي بيع للبنك في توجيه وإقناع عملاء جدد من الأصدقاء والزعماء.

المبحث الثالث: تأثير الصيرفة الإلكترونية على الخدمات البنكية

تأثرت العديد من الخدمات البنكية بالتطور الحاصل في ميدان الاتصالات وأصبح تقديمها يتم بعيداً عن الإجراءات اليدوية مع ضرورة توفير وسائل الدفع الملائمة للتطور الإلكتروني.

المطلب الأول: العلاقة بين جودة الخدمة والأعمال البنكية الإلكترونية

تدرس جودة الخدمة بشكل أساسي من خلال وجهتي نظر: (شرف، 2009، الصفحات 54-55)

1. وجهة نظر الزبون:

الزبون العامل الأكثر أهمية في تصميم تقديم وتقييم مستوى الجودة، خصوصاً في الصناعات الخدمية التي تكون أكثر حساسية عرضة للتقلبات. فالجودة المطلوبة هي مستوى جودة الطلب الصريح أو الضمني للزائن الذي يتوقعه مقدمو الخدمة، أي أنها تشكل توقعات الزائن التي تنشأ بتأثير عوامل متعددة، أهمها التجربة الشخصية السابقة للزبون مع الخدمة، وتوقعات المستعملين الآخرين للخدمة، وسمعة المصرف أيضاً. في حين تعني الجودة المدركة الانطباع الكلي للزبون، التجارب عن مستوى الجودة بعد التحقق من الخدمة، ويعطي الاحتمال بين الجودة المدركة الجودة المطلوبة مقدم الخدمة فرصة هامة لقياس رضا الزبون بناءً على صياغة وتشكيل معيار دقيق وفعلي على أساس نتائج تقييم الزائن للخدمة. ولتعزيز جودة الخدمة البنكية عبر شبكة الانترنت بشكل فعال، يجب على الصيرفيين أن يفهموا أولاً الخصائص والمواصفات التي يستعملها الزائن على جودة الخدمة. فالمفاهيم التقليدية لجودة الخدمة خُلفت للحصول على الطبيعة الشخصية المتبادلة للتصادمات الخدمية، لذا تم 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 أنه لا يعطي شكلاً وصيغة موحدة لتوقعات جودة خدمة الزائن.

2. وجهة نظر مقدم الخدمة:

إن التركيز على العملية البنكية أو عرض الخدمة قاد إلى تعريف الجودة داخلياً على أنها المطابقة للمتطلبات، وهذا يؤكد على أهمية الإدارة والجودة من جانب عرض الخدمة، أو أن هناك دوراً هاماً للعملية في تحديد جودة النتائج، وتمثل جودة المطابقة إدراك الجودة من وجهة نظر مقدم الخدمة، ويعد حاملو الأسهم (المساهمون) وإدارة البنك والعمال، بمثابة مقدمي خدمات، ويعتمد تحقيق جودة المطابقة بين مستوى الجودة المخطط والجودة الحقيقية المسلمة للزائن على نظام إدارة جودة الخدمة في البنك، ويعد نظام الجودة لأي مشروع كنظام فرعي من النظام التنظيمي العالمي الذي يراقب ويؤكد على جودة الخدمة البنكية، ومن الضروري أن يرتبط

هذا النظام الفرعي للجودة بالوظائف المناسبة للنظام العالمي، يتضمن نظام الجودة عناصر فرعية من طبيعة مختلفة مثل الأهداف الشخصية أو الأهداف الموضوعية للخدمة البنكية، والقواعد التشغيلية ومؤشرات الأداء وشبكة الاتصالات.

المطلب الثاني: أثر الصيرفة الالكترونية على سلوك العملاء وأداء البنوك

للبنوك الالكترونية أثر كبير على سلوك العملاء من خلال الفوائد المتوقعة منه والأمن والتكاليف والشروط التسهيلية التي يوفره والتي تدفع العميل لبناء الثقة في البنك أو العكس، كما أن أداء البنوك لا يتحقق إلا بتحسين جودة الخدمات وفتح أسواق جديدة مع تعزيز العلاقة مع العملاء. وهذا ما سنعرضه فيما يلي: (شرف، 2009، صفحة 55)

1- المحددات السلوكية للعميل البنكي:

أ. النتائج المتوقعة:

- الفائدة المتوقعة: هي القيمة المتوقعة أي احتمال أن استخدام التكنولوجيا يزيد من أداء المستخدم في التنظيم.
- أمن المعاملات: هي من العقبات التي تواجهها البنوك، لقد ثبت أن الأمن هو أحد العوامل التي تحدد للمستخدم أن يبدأ أو يواصل معاملاته البنكية.

ب. الظروف المواتية:

- التعقيد: يعكس مدى التجديد في البنك الذي تعتبر حالياً من الصعب فهمه أو استخدامه، لأن سهولة الاستخدام يعكس درجة عدم التعقيد، فالمعاملات البنكية الالكترونية هي الطريقة الأكثر سهولة لأنها خالية من أي جهد.
- الوصول: هو أحد سمات النظام نفسه، يشير إلى سرعة وسهولة الاتصال والتصفح والعكس صحيح لأنه يمكن أن يتخذ الفرد موقفاً سلبياً اتجاه المعاملات المصرفية عبر الانترنت لصعوبة أو عدم القدرة على استخدام هذه التكنولوجيا.
- الثقة: تأخذ معناها الكامل، إن افتراضية الصفقات تدفع بالعملاء للاعتماد على الثقة في البنك، مع محدودية القدرات البنكية، المستهلك سوف يسعى للحد من عدم اليقين وتعقيد المعاملات الالكترونية، فالثقة هي الكفاءة، النزاهة وحسن الثقة.

ج. الخبرة في استخدام التكنولوجيا:

هي التجربة من حيث الاستخدام ووقت الاستخدام، حيث يوفر للمستخدم المهارات والمعرفة التي تجعل من الصيرفة الالكترونية أكثر إنتاجية وأقل تكلفة، مما تنتج عنها سهولة في التعامل معه.

د. العوامل الاجتماعية:

هي قابلية الفرد للامتثال للمعايير المرجعية للجماعة في استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال.

2- تأثير الصيرفة الالكترونية على أداء البنوك:

بصفة عامة البنوك الالكترونية هي مجموعة قنوات الكترونية، فالمعاملات البنكية الالكترونية هي مفهوم يشمل العملية التي تمكن المستهلك من إدارة المعاملات البنكية الكترونياً لمدة 24 ساعة / 24 ساعة و 7 أيام، بأي وسيلة فعالة لنظام المعلومات كي يجري كل نوع من المعاملات المالية وفقاً للمستويات المختلفة بتطبيق تكنولوجيا المعلومات والاتصالات. (شرف، 2009، الصفحات 59-62)

أ. تحسين جودة الخدمات وتخفيض التكاليف:

ولتحسين جودة الخدمة، نرى أن القطاع البنكي يلجأ للتجديد أي استخدام تكنولوجيا الاتصال والمعلومات لتحسين جودة خدماته وتوسيع مجموعة عروضه، إن اللامؤقتية للخدمة التي تسمح بها مختلف المعدات وأنظمة المعلومات، واللامحلية وكسب الوقت، المرونة، تسهيل عملية الحصول على الخدمة، التفاعل في الوقت الحقيقي، الاستجابة السريعة، تبادل المعلومات الموثوقة والأمانة وغير ذلك، كلها تساهم في تحسين جودة الخدمة البنكية، وبالتالي فالبنوك تعتمد قنوات التوزيع الإلكتروني من أجل زيادة ولاء العملاء، فهي ملزمة إذا بتحسين الخدمات المقدمة، فواضعي التسويق جميعاً متفقون على القول بأن اعتماد كفاءة الشبكات يقود إلى تخفيض التكاليف بشكل كبير وتحقيق وفورات الحجم وتوفير فرصة لنقل المعلومات بتكلفة منخفضة وبناء قاعدة عملاء واسعة.

ب. فتح أسواق جديدة وتوسيع نطاق الخدمات:

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

إن التكنولوجيا تساعد المؤسسات على تقديم خدمة أفضل لعملائها وبالتالي تنفي المنافسة وتتغلب عليها، لأن المؤسسة في هذه الحالة تغير نظامها للعروض من أجل أن يعمل في مجموعة أكثر شمولاً، أكثر تماسكاً، أكثر ثراءً، وأكثر ابتكاراً لكل من المؤسسة والعميل نفسه، ونحن نعتقد في الواقع أن اعتماد البنوك على التكنولوجيا يتيح فرصاً جديدة لتوسيع نطاق المنتجات والخدمات المقدمة للعملاء لتلبية متطلباتهم واحتياجاتهم، والتي تختلف عن عروض المنافسين مما يسمح للبنك بالتهييز.

ج. تعزيز العلاقة مع العملاء:

لقد أثبتت الدراسات أن غالبية المؤسسات المشاركة في التجارة الإلكترونية قد استخدمت لتعزيز علاقاتها مع العملاء المحتملين أو لزيادة رضا العملاء الحاليين، لهذا نرى أن اعتماد المعاملات البنكية الإلكترونية يسمح للمؤسسات المالية تعزيز علاقتها مع عملائها من خلال استخدام قنوات اتصال متعددة ومتكاملة ومتاحة في جميع الأوقات. (شرف، 2009، صفحة 63)

خلاصة الفصل:

يتضح من خلال ما تم عرضه أن الخدمة ما هي إلا تعبير عن تفاعل بين المنتج والزيون؛ فهي ليست مجرد فكرة بل تتعدى ذلك، كما نجد أن المصارف تتشابه إلى حد كبير في خدماتها البنكية المقدمة، لكنها تختلف من حيث نوعية وكيفية تقديمها، فعلى البنوك الاهتمام بتطوير خدماتها ووضع الاستراتيجيات المناسبة لذلك لما لها من دور كبير في تلبية توقعات الزبائن وتوفير احتياجاتهم وبالجودة المتوقعة. ولتوفير احتياجات زبائنهم يجب أن تطور من نفسها وذلك بالاهتمام بأهم معايير جودة الخدمات المقدمة.

الفصل الثالث:

دور الصيرفة الإلكترونية في تحسين جودة الخدمات

البنكية في بنك الفلاحة والتنمية الريفية الجزائر

وكالة بسكرة

تمهيد:

إن توجه الجزائر نحو الدخول في الاقتصاد المعرفي، فرض على بنك الفلاحة والتنمية الريفية مواجهة هذه التغيرات المستجدة، حيث ما يميز العمل البنكي في عصر المعرفة هو تزايد دور التكنولوجيا البنكية، فانتقال بنك الفلاحة والتنمية الريفية إلى عصر المعلوماتية اوجب عليها ضرورة التكيف مع تغيرات وتطورات المحيط الجديد، وهذا بالسعي لابتكار منتجات وخدمات جديدة تتناسب مع تطلعات زبائنها الذين أصبحوا يطمحون لخدمات أرقى وأسرع، وقد كان بنك الفلاحة والتنمية الريفية من السباقين لتطوير خدماته ومواكبة الجديد في مجال التكنولوجيا البنكية، ينقسم هذا الفصل إلى مبحثين:

المبحث الأول: تقديم بنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة بسكرة

المبحث الثاني: الخدمات الإلكترونية المقدمة في بنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة بسكرة

المبحث الأول: تقديم بنك الفلاحة والتنمية الريفية

نظرا للأهمية الإستراتيجية للقطاع الفلاحي ضمن المسار التنموي، وكذا الظروف الاقتصادية الملحقة للنهوض بالقطاع الفلاحي، وكل الظروف التي ادن إلى إنشاء مؤسسة مختصة في القطاع الفلاحي تمثلت في بنك الفلاحة والتنمية الريفية -BADR- الذي يعد من أهم البنوك وأكثرها شيوعا في جميع الولايات على الإطلاق.

المطلب الأول: نشأة بنك الفلاحة والتنمية

بنك الفلاحة والتنمية الريفية هو مؤسسة مالية وطنية بقانون البنك التجاري أنشئ بموجب مرسوم 206/82، المؤرخ في 13 مارس 1982، وقد تولد في إعادة هيكلة البنك الوطني الجزائري BNA، حيث أسندت له مهمة المساهمة في تطوير القطاع الفلاحي وترقية النشاطات الفلاحية فقط، ثم أصبح يمول كافة القطاعات بما فيها الصناعات الصغيرة والمتوسطة، يمول قطاع الخدمات بكل أنواعها إضافة إلى قطاع السياحة، وفي أبريل 2005 عاد بنك الفلاحة والتنمية الريفية إلى الغرض الذي انشأ من أجله في بداياته أي تمويل القطاع الفلاحي، وشبه الفلاحي، ولقد تكون البنك في بداية مشواره من 140 وكالة، أما اليوم فقد أصبح يحتضن 256 وكالة و 31 مديرية جهوية، حيث يشغل ببنك الفلاحة والتنمية الريفية حوالي 7000 عامل ما بين إطار وموظفين. (معلومات من بنك الفلاحة والتنمية الريفية - وكالة بسكرة)

هي شركة مساهمة ذات رأس مال قدره 33 مليار دينار جزائري أواخر 1999 بـ 426 دينار جزائري، ونظر الأهمية هذه المؤسسة المالية، فقد صنف بنك الفلاحة والتنمية الريفية من طرف قاموس مجلة البنوك (Banker Almanach) طبعة 2001، في المركز الأول في ترتيب البنوك التجارية، كما يحتل المركز 668 في الترتيب العالمي ما بين 4100 بنك مصنف.

المطلب الثاني: أهداف البنك ووظائفه

أولا: أهداف البنك:

لجأ بنك الفلاحة والتنمية الريفية إلى القيام بأعمال ونشاطات عديدة للوصول إلى إستراتيجية اجعله مؤسسة بنكية كبيرة وهذا بهدف تدعيم مكانته ضمن الوسط البنكي وتتمثل الأهداف الرئيسية في: (معلومات من بنك الفلاحة والتنمية الريفية - وكالة بسكرة)

- توسيع وتنويع جودة الخدمات.

- الحصول على أكبر حصة في السوق.

- تحسين نوعية وجودة الخدمات.

- تطوير الجهود قصد تحقيق نتائج في تحصيل القروض وفي جذب موارد إضافية.
- جلب العملة الصعبة.
- المساهمة في تنمية الاقتصاد المحلي والوطني.
- الرفع من قيمة الدخل القومي.
- تقديم أحسن الخدمات من أجل جلب الزبائن.
- العمل على احتكار تمويل أغلب المشاريع الخاصة بالمؤسسات الفلاحية والمقاولات ذات الطابع الاقتصادي والمؤسسات الصغيرة في إطار تشغيل الشباب، وبالتالي على البنك أن يجعل خدماته تتلاءم من المتطلبات والضروريات التي يفرضها اقتصاد السوق حالياً، وعلى هذا الأساس وضع بنك الفلاحة والتنمية الريفية جملة من الأهداف الإستراتيجية والتي منها:
 - ✓ تحقيق أكبر مردودية.
 - ✓ بقاءه أكبر بنك على مستوى الترتيب الوطني.

ثانياً: وظائف البنك:

- يقوم بنك الفلاحة والتنمية الريفية حسب قانون تأسيسه بتنفيذ كل العمليات البنكية ومنح الائتمان بكل أنواعه، وهو يعطي امتياز للمهن الفلاحية والريفية، ويمنحها قروض بشروط أسهل وبضمانات أخف، ومن وظائفه الأساسية مايلي: (معلومات من بنك الفلاحة والتنمية الريفية - وكالة بسكرة)
- تمويل جميع المنشآت الزراعية (المزارع، التعاونيات، المؤسسات الفلاحية والصناعية).
 - تقديم المساعدات لجميع الأنشطة الأخرى التي تساهم في تطوير القطاع الزراعي مثل: البيطرة.
 - منح القروض بمختلف أنواعها مع قبول الودائع.
 - تمويل عمليات التجارة الخارجية.

المطلب الثالث: هياكل بنك الفلاحة والتنمية الريفية

لأجل الوقوف على حقيقة تكوين الهيكل التنظيمي لبنك الفلاحة والتنمية الريفية -BADR- سنقوم بتحليل مختلف مكوناته، وهذا على مستوى المديرية العامة ثم المديرية الفرعية وصولاً إلى الهيكل التنظيمي الخاص بالوكالة.

أولاً: الهيكل التنظيمي للمديرية العامة:

يشمل هذا الهيكل حسب ما يوضحه الشكل رقم (01) مايلي: (معلومات من بنك الفلاحة والتنمية الريفية - وكالة بسكرة)

1. مجلس إداري: يرأسه مدير عام، يساعده مديرين.

2. مديريات القروض: ويحتوي على:

✓ مديرية التمويل الفلاحي (D.F.A).

✓ مديرية تمويل النشاطات الخاصة (D.F.A.P).

✓ مديرية تمويل المؤسسات العمومية (D.F.E.P).

✓ مديرية الشؤون الدولية (D.F.I).

✓ مديرية تمويل الاستثمارات.

3. مديرية إدارية: وتضم مايلي:

✓ مديرية التفتيش العام والمراجعة (D.F.E.A).

✓ مديرية الخزينة والشؤون المالية (D.T.A.F).

✓ مديرية التنظيم والإعلام الآلي (D.O.I).

✓ مديرية التسويق والتنمية (D.M.D).

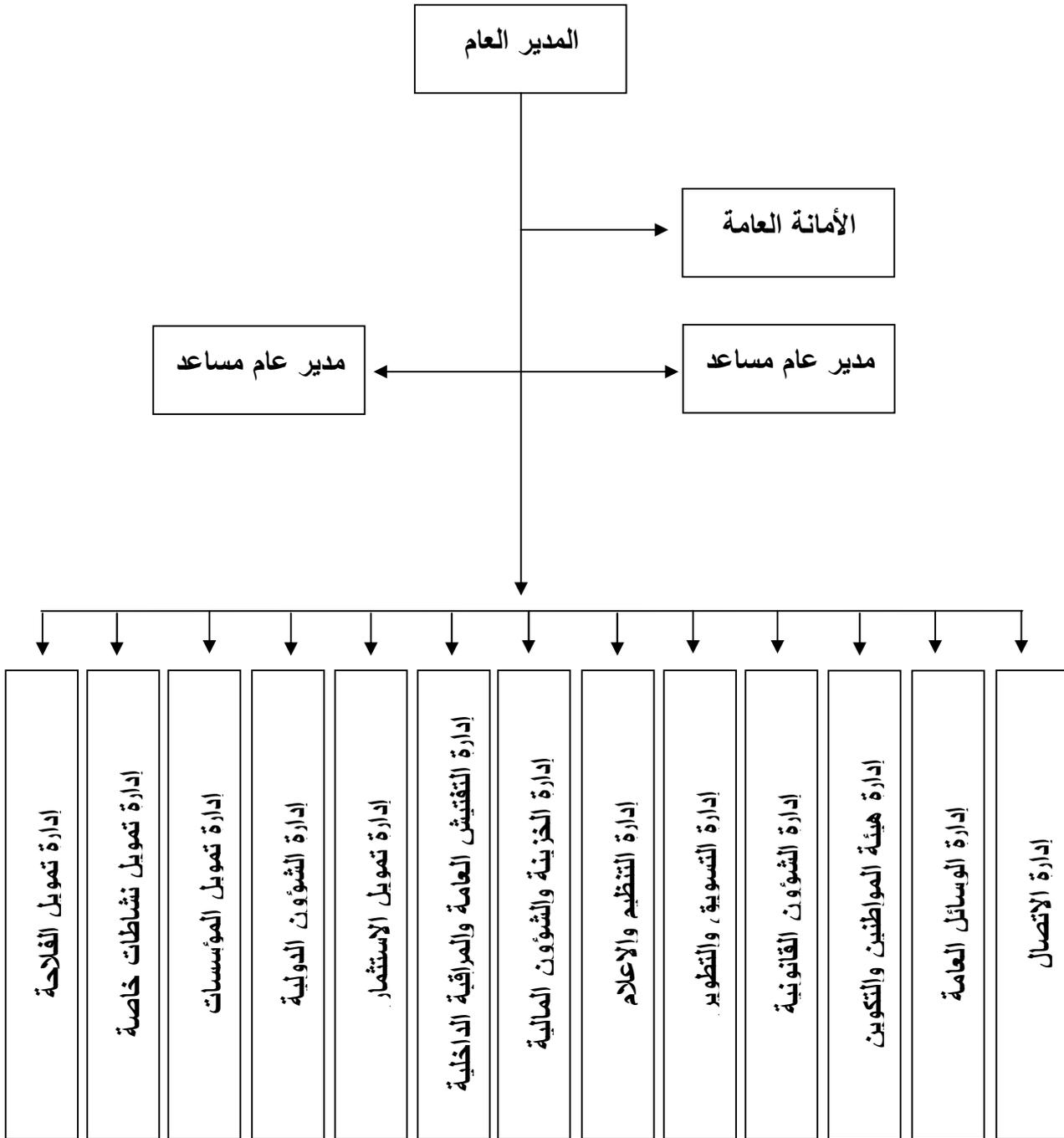
✓ مديرية الشؤون القانونية (D.A.J).

✓ مديرية المستخدمين والتكوين (D.P.F).

✓ مديرية الوسائل العامة (D.M.G).

✓ مديرية الاتصال (D.C).

الشكل رقم (3-01): الهيكل التنظيمي السابق للمديرية العامة لبنك الفلاحة والتنمية الريفية



المصدر: وثائق بنك الفلاحة والتنمية الريفية- وكالة بسكرة

وتماشياً مع الظروف التي تعرفها الجزائر بعد دخولها اقتصاد السوق وتحرير الخدمات البنكية تقرر تغيير إستراتيجية بنك الفلاحة والتنمية الريفية، وبالتالي هيكله، وهذا بصفة تدريجية ابتداءً من سنة 1999 ليصبح الهيكل التنظيمي الحالي -BADR- كما هو موضح في الشكل رقم (02): يضم مايلي: (معلومات من بنك الفلاحة والتنمية الريفية- وكالة بسكرة)

1- الإدارة العامة: يترأسها المدير العام؛ وتضم:

- إدارة التنسيق الداخلي (D.A.I).
- قسم العلاقات (D.E.P).
- المراقبة العامة.

❖ مدير عام مساعد مكلف بالموارد والقروض والتغطية؛ وتدرج تحته الإدارات التالية:

- إدارة تمويل المؤسسات الكبيرة (D.F.G.E).
- إدارة تمويل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة (D.E.M.P).
- إدارة تمويل النشاطات الفلاحية (D.F.A.A).
- إدارة الدراسات والأسواق والمنتجات (D.E.M.P).
- إدارة المتابعة والتغطية (D.S.R).

❖ مدير عام مساعد مكلف بالإعلام الآلي؛ المحاسبة الخزينة (D.G.A/I.C.T)؛ وهو المسؤول عن الإعلام

الآلي والمحاسبة والخزينة من خلال الإدارات التالية:

- إدارة الإعلام الآلي المركزي (D.I.C).
- إدارة الإعلام الآلي لشبكات الاستغلال (D.I.R.E).
- إدارة التحويل والصيانة الآلية (D.T.M.I).
- إدارة الخزينة (D.T).
- إدارة المحاسبة العامة (D.C.G).

❖ مدير عام مكلف بالإدارة والوسائل؛ وتدرج تحته الإدارة التالية:

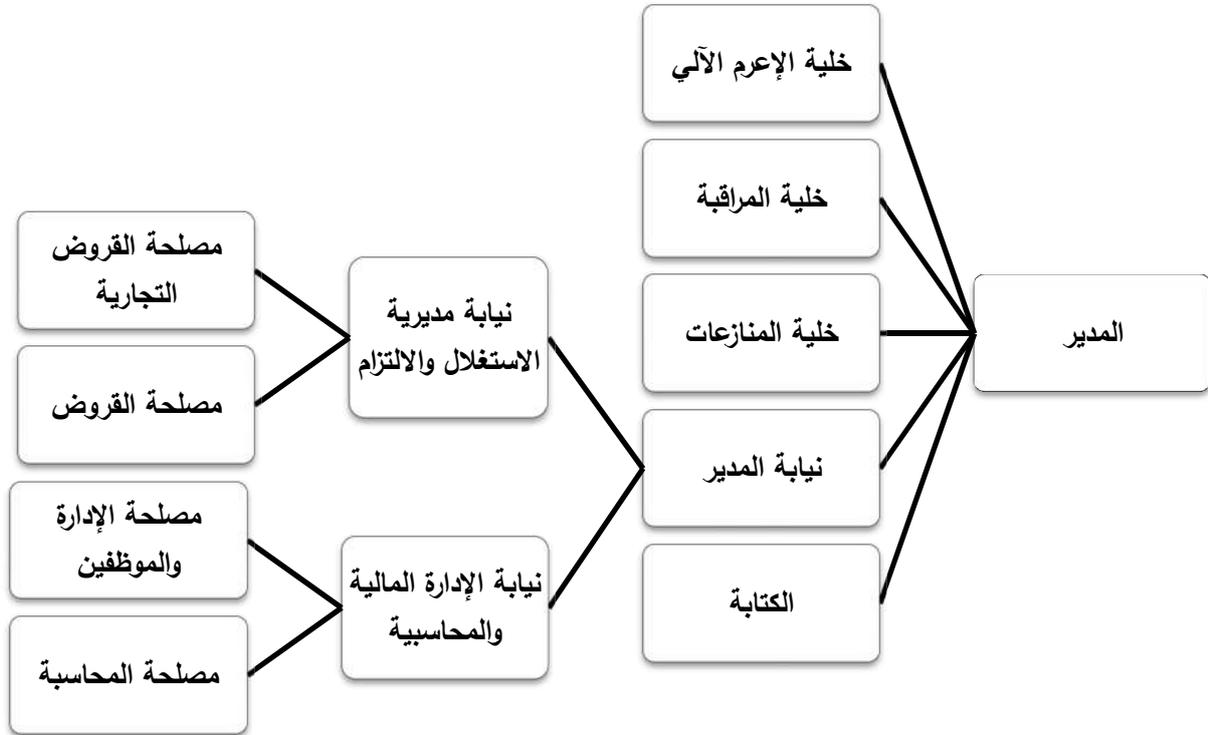
- إدارة الموظفين (D.P).
- إدارة تكوين الموارد البشرية (D.R.R.H).
- إدارة الوسائل العامة (D.M.G).
- إدارة التنظيم؛ الدراسات القانونية والمنازعات (D.R.E.G.C).
- إدارة التنبؤ ومراقبة التسيير (D.P.C.G).
- القسم الدولي؛ ويتضمن مايلي:

✓ إدارة العمليات التقنية مع الخارج (D.O.T.E).

✓ إدارة العلاقات الدولية (D.R.I).

✓ إدارة المراقبة والإحصائيات (D.C.S).

الشكل رقم (3-02): الهيكل التنظيمي الجديد للمديرية العامة



المصدر: وثائق بنك الفلاحة والتنمية الريفية- وكالة بسكرة

ثانيا: الهيكل التنظيمي للمديرية العامة (الهيكل الجديد):

يضم هذا الهيكل ما هو موضح في الشكل رقم (03) مايلي: (معلومات من بنك الفلاحة والتنمية

الريفية- وكالة بسكرة)

1. مديرية الفرع: وهي المحرك الأساسي والمنسق لكل عمليات الوكالة على مستوى ولاية، الفرع له من

الصلاحيات ما تسمح له بذلك ومن مهامه:

- يمثل بنك الفلاحة ويوقع ويبرم جميع العقود والمستندات والوثائق والاتفاقيات.
- يقوم بمراقبة المصالح التابعة للفرع الفلاحي.
- يقوم بتمثيل المديرية العامة مع السلطات المحلية وتقديم تقريرا دوريا إلى المديرية العامة عن انجاز الأعمال والبرامج المتعلقة بالبنك الفلاحي.

2. نيابة المدير: وتقوم بنباية المدير بالمراقبة الداخلية والخارجية للبنك وتضم فرعين هما: (معلومات من بنك الفلاحة والتنمية الريفية - وكالة بسكرة)

أ. نيابة الإدارة المالية والمحاسبية: وتشمل على مصلحتين وهما:

- مصلحة المحاسبة؛ وتختص بجميع العمليات المحاسبية الخاصة بالبنك من إعداد للميزانيات الافتتاحية والختامية للبنك، ومراجعة الحسابات الخاصة به، وكذا دفع الأجور للعمال.

- مصلحة الإدارة والموظفين؛ تتولى هذه المصلحة كافة الشؤون المتعلقة بموظفي البنك ولها فرعان وهما:

◀ فرح حسابات الأجور.

◀ فرع مراقبة المستخدمين.

ب. نيابة مدير الاستغلال والالتزامات: وتضم:

- مصلحة القروض التجارية؛ تقوم بمنح القروض الخاصة للتجارة، كما تعمل على مراقبة هذه القروض ومتابعة الإحصائيات المتعلقة بها.

- مصلحة القروض الفلاحية؛ تقوم بمنح ومراقبة القروض الخاصة بالفلاحين وكذا تتبع جميع الإحصائيات الخاصة بها.

3. خلية المراقبة: تقوم هذه الخلية بالمراقبة الداخلية من خلال عدد من الموظفين المعيّنين من طرف المدير،

مهمتهم الأساسية هي الرقابة حول كيفية تسيير ومدى تطبيق القوانين الداخلية للبنك إضافة إلى:

◀ مراقبة القروض الممنوحة.

◀ مراقبة الأخطاء وتصحيحها.

◀ مراقبة سير مهام العمال بأقسام البنك.

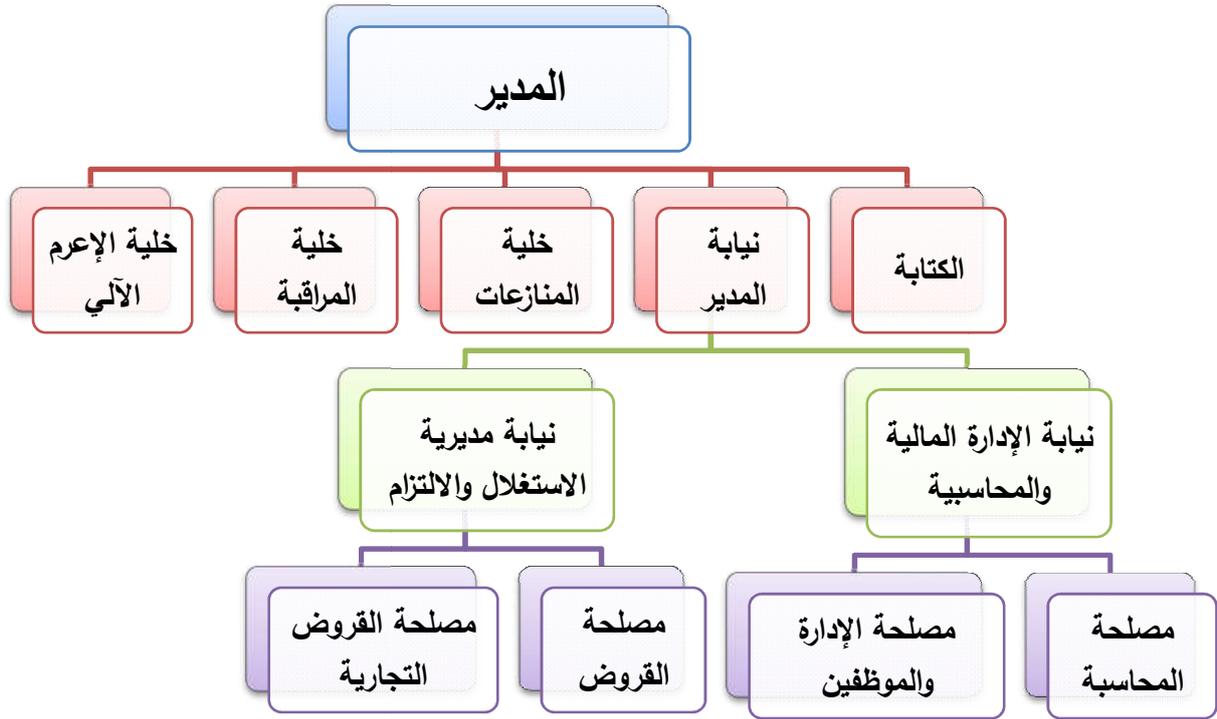
4. خلية المنازعات: تقوم بمتابعة الحالات المتنازع فيها لمصالح الفرع، وكذا دراسة الشكاوي وإعطاء وجهة

النظر فيها، ودراسة طلبات تحصيل الحقوق واقتراح إجراءات استردادها، والحرص على تسديد تكاليف المحامين ومتابعة كل أنواع المعلومات.

5. خلية الإعلام الآلي: تعمل هذه الخلية على إدماج المعلومات داخل جهاز الإعلام الآلي، واستغلال

التطبيقات الآلية طبقا للبرامج المعمول بها، مع اقتراح تحسين بهدف إلى زيادة فعالية التطبيقات ونسبة استغلال الأجهزة الآلية.

الشكل رقم (3-03): الهيكل التنظيمي للمديرية الفرعية



المصدر: وثائق بنك الفلاحة والتنمية الريفية- وكالة بسكرة

ثالثا: الهيكل التنظيمي لوكالة -BADR- بسكرة:

كما هو موضح في الشكل رقم (04) الهيكل التنظيمي لوكالة بسكرة ومصالحها وهي: (معلومات من بنك الفلاحة والتنمية الريفية- وكالة بسكرة)

1. مصلحة القروض: تختص هذه المصلحة بكل العمليات المتعلقة بمنح القروض بشتى أنواعها، كما تتولى دراسة ملفات طلبات القروض، وتقديمها حسب المبالغ إلى لجان القروض، وتتكون هذه المصلحة من ثلاث فروع:

- أ. فرع القروض الفلاحية؛ مختصة في منح القروض للفلاحين.
 - ب. فرع القروض التجارية؛ مكلف بمنح القروض للتجار.
 - ج. فرع الإحصائيات؛ يتولى القيام بالإحصائيات السنوية والشهرية المتعلقة بالقروض الممنوحة.
2. مصلحة الصندوق: تتولى هذه المصلحة القيام بالمهام التالية:

- ◀ فتح الحسابات للعملاء.
- ◀ قبول الودائع.
- ◀ إجراء عمليات السحب والدفع على الحسابات.

تضم مصلحة الصندوق كل من: (معلومات من بنك الفلاحة والتنمية الريفية- وكالة بسكرة)

أ. فرع الحافظة: يتم على مستوى هذا الفرع استقبال الشيكات (الكمبيالات) والسندات وخصمها وتحصيلها سواء من نفس البنك أو من بنوك أخرى، إضافة إلى إجراء عملية المقاصة على مستوى غرفة المقاصة ببنك الجزائر.

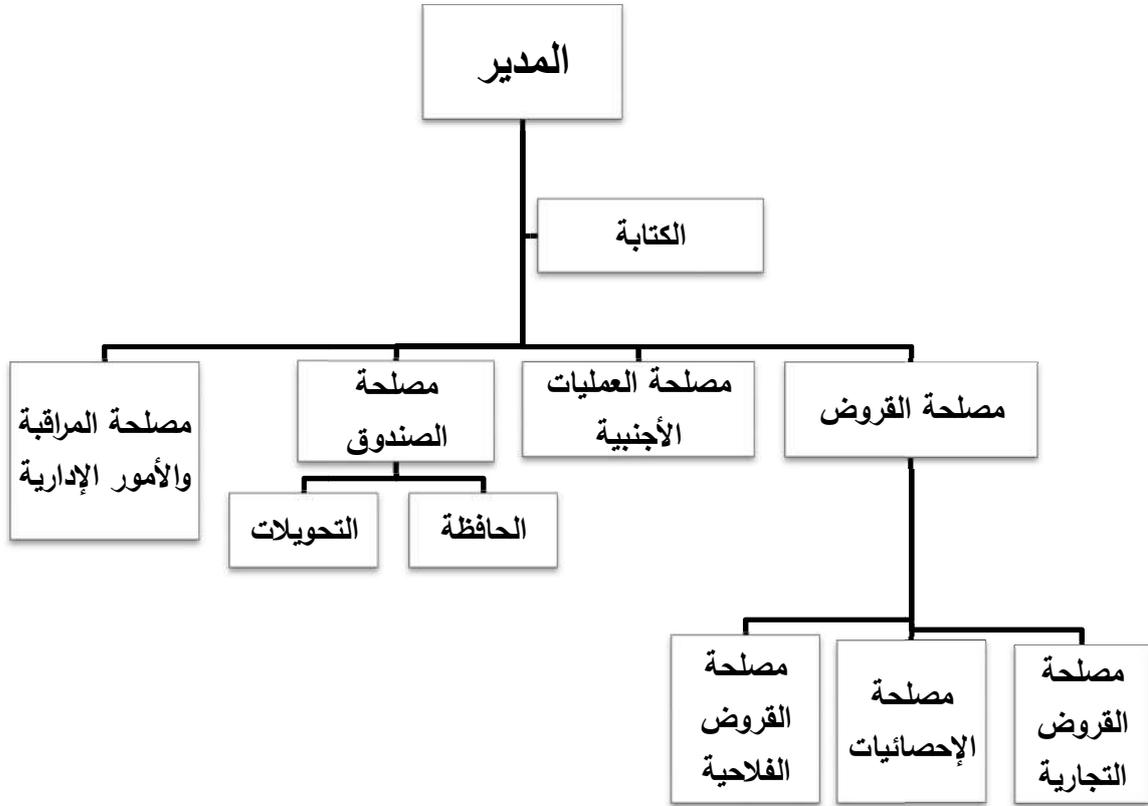
ب. فرع التحويلات: يتم في هذا الفرع تحويل المبالغ المالية للزبون من حساب إلى آخر، إذا كانت له عدة حسابات في نفس البنك، أو أن يتم التحويل لحساب شخص آخر، وذلك بناءً على أمر بالتحويل يسلمه الزبون للبنك، والقصد من التحويل من حساب زبون إلى آخر لنفس الزبون هو الاقتصاد في استعمال الصكوك طالما أن استعمال الأموال يتم داخل البنك نفسه، والتحويلات تأخذ عدّة أشكال منها:

- تحويلات عادية؛ أي تحويل مبالغ مادية من حساب الزبون إلى آخر في نفس البنك، على اعتبار أن كل زبون له توطين مصرفي في بنك البدر.
- تحويلات متعددة؛ أي تحويل مبالغ مالية من حساب زبون إلى عدة حسابات أخرى.
- تحويلات خاصة بالشبكة أي بين الوكالات؛ وهي عملية تحويل مبلغ مالي من زبون موطن في وكالة البدر - بسكرة، إلى حساب زبون آخر له توطين مصرفي في وكالة أخرى، وتحرر وثيقة بذلك تدعى " بين الوكالات ". إضافة إلى تحويلات خاصة بالخرينة العمومية وتحويلات خاصة بالحسابات الجارية...

ج. مصلحة العمليات الأجنبية: تقوم هذه المصلحة بالعمليات التالية:

- القيام بعمليات تمويل التجارة الخارجية من فتح الاعتمادات المستندية أو خطابات الضمان.
- التحويلات المختلفة للأموال من داخل الوطن إلى الخارج والعكس.
- د. مصلحة المراقبة والأمور الإداري: تهتم هذه المصلحة بالجوانب التالية:
 - الموارد البشرية وما يتعلق بالأجور والعطل وكذا الدورات التدريبية.
 - الأمن والأرشيف والمراقبة الداخلية.
 - الإعلانات الاحتياطية والدعاوى وغيرها من المهام الأخرى.

الشكل رقم (3-04): الهيكل التنظيمي لوكالة بسكرة - BADR -



المصدر: وثائق بنك الفلاحة والتنمية الريفية - وكالة بسكرة

المبحث الثاني: خدمات " BADR " الإلكترونية

يعد بنك الفلاحة والتنمية الريفية BADR من رواد المؤسسات البنكية في الجزائر فقد قطع شوطا كبيرا على مستوى نظام الاتصالات، فهو يمتلك شبكة اتصالات تعم جل مناطق الوطن، وهي مخصصة للتحويل المالي المباشر مع وكلائها، وتعتبر بطاقة السحب والدفع لـ BADR دعم للنشاطات للمؤسسة وزيادة لمواردها ووسيلة لتحسين خدماتها البنكية.

المطلب الأول: البطاقات الإلكترونية التي يقدمها بنك الـ BADR

1- بطاقة توفير:

تعتبر هذه البطاقات من أحدث مستويات بنك الفلاحة والتنمية الريفية تم إنتاجها في 2012، عند رؤية المسؤولين في البنك لكثرة الزبائن وعدم كفاية متطلباتهم والانتظار الطويل للسحب وشكوى العملاء الذين يحملون دفتر التوفير، دعت الحاجة إلى ضرورة القضاء على هذه المشكلة والمساهمة إلى تحديث الدفتر إلى بطاقة الكترونية تسمى بطاقة التوفير، إذا فهي بطاقة مزودة بشريحة مغناطيسية مطابقة للمعايير الدولية، فهي مرتبطة بدفتر التوفير تسمح بالسحب والدفع أي زمان ومكان داخل الجزائر تتميز بلونها الأخضر الفاتح كذلك تمتاز بالرقم السري الخاص بالزبون، تسلم لصاحبها من طرف البنك، بالإضافة إلى أنها تمنح لصاحبها السحب كل ثلاثة أيام بحدود 50.000 دج خارج الولاية، أما داخلها بسحب المبلغ الذي يريده وهذه البطاقة صالحة لمدة سنتين ويتم تجديدها آليا. (معلومات من بنك الفلاحة والتنمية الريفية - وكالة بسكرة)

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

- المدفوعات على TPE لدى التجار.
- المدفوعات عبر الانترنت.
- 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 مدخرات LEB أو دفتر التوفير LEF.

2- بطاقة Cib Classique :

هي بطاقة وطنية للسحب الصحيح فقط في الجزائر على مستوى البنوك، إضافة إلى الدفع تمتاز باللون الأزرق لديها رقم سري خاص بالزبون، تمنح للإجراء 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 الكترونية تسمى GOLD تتميز باللون الذهبي وعليها الرقم السري للزبون، وهي بطاقة دفع تمنح لفئة خاصة وهم التجار وكذلك تمنح للمؤسسات التجارية. بالنسبة للتجار تكون باسمه وستعملها وقت ما يشاء في أيام عمل البنك أو العطل، فهي استعملت خصيصا لتسهيل وتوفير الخدمة أمام العطل، أما بالنسبة للمؤسسات التجارية تكون بالبطاقة باسم الميسر ويكون هو المسؤول عليه ويحمل كافة المسؤولية، مدة صلاحيتها عامين وبهدا تسترجع للبنك ليتم تجديدها.

وتوجد بطاقة CIB GOLD وهي بطاقة وطنية مخصصة للزبائن ذو الدخل المرتفعة، صالحة لمدة

عامين وتجدد تلقائيا.

❖ شروط إصدارها:

- تجاوز الراتب 100.000 دج.

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

المطلب الثاني: خدمات BADR عبر الانترنت

أولاً: خدمة Badr.net :

أ. تعريف Badr.net :

هي خدمة البنك عبر الخط، والتي تمكن من معرفة الرصيد وحركة حساب الزبون عن طريق الاتصال بالانترنت، ويتم ذلك بالتشاور من خلال بوابة الكترونية تدار من قبل مزود الخدمات البنكية الالكترونية والمخصصة للبنك، ويمكن الوصول إليه بمساعدة الموقع الالكتروني التالي:

(معلومات مقدمة من بنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة بسكرة)

الشكل رقم (3-05): نموذج Badr.net



1. طلب الاشتراك: عند أول دخول لموقع البنك يمكن للعميل الاشتراك مجانا عليه، يقوم بملأ البيانات الشخصية، وإتباع الخطوات المطلوبة، وهذا لضمان أمن المعلومات وضمان عدم التلاعب بها.

2. إثبات الهوية: هذه الخدمة تسمح للمشارك بالدخول لحسابه وهذا عن طريق إدخال رقم الاشتراك في الخانة المخصصة لذلك.

3. تغيير كلمة المرور: تسمح هذه الخدمة بتغيير كلمة المرور وهذا لغرض السرية والأمان عند الدخول إلى الحساب، وعادة ما يتم الطلب من العميل القيام بتغيير لكلمة المرور من فترة لأخرى. (معلومات مقدمة من بنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة بسكرة)

ب. مختلف خدمات Badr.net:

يمكن توضيحها كمايلي:

- الاستعلام عن العمليات الجارية لـ 45 يوم فقط.
- استخراج رقم الحساب البنكي.
- الاستفسار عن أسعار العملاء.
- معرفة رقم الوكالات ورقم الهاتف.
- بإمكان الشركات تسديد فواتير عمالها عبر الانترنت من مختلف البنوك وهذه خدمة متوفرة للشركات فقط.
- تغيير رقم الحساب.

ثانيا: خدمة badr.vidio:

هي خدمة يقدمها بنك BADR للشركات التي تريد الاستفسار عن أي شيء أو معرفة معلومة ما، تتمثل في مكالمة شخصية مع مستشار البنك دون الحاجة للانتقال إلى الوكالة، بكل بساطة لكن بعد ملئ استمارة وإعطاء عنوان سكايب أو فايبر. (معلومات مقدمة من بنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة بسكرة)

الشكل رقم (3-06): نموذج تعليمات بدر Visio

Formulaire BADR Visio Help

Entreprise

SARL

Dénomination *

Nom *

E-mail *

Tél.*

Adresse électronique SKYPE ou VIBER*

Message

ENVOYER >

ثالثا: خدمة E-Paiment:

وهي خدمة يقدمها بنك BADR بالاشتراك مع Ooredoo تسمح للزبائن من تسديد فاتورة هواتفهم عبر الانترنت، وذلك من خلال بطاقتهم البنكية، حيث توفر هذه الخدمة لمشركي Ooredoo من تسديد فواتيرهم بنقرة واحدة وفي أي وقت وبكل أمان دون اللجوء إلى التنقل والانتظار، وعلاوة عن الدفع وتعبئة الهواتف، تمنح هذه الشراكة مجموعة من الخدمات الأخرى قابلة للولوج من خلال خطهم، مثل الاطلاع على أرصدة حساباتهم البنكية والقيام بتحويلات مالية واقتناء أرصدة للمكالمات عبر موقع شركة Ooredoo.

المطلب الثالث: الصراف الآلي التابع لشبكة بنك BADR

- الشباك الآلي للأوراق (Guichet Automatique de Banque) GAB: شباك تلقائي للبنك، هو شباك خارجي يسمح لحامل البطاقة البنكية بالدفع والتحويل دون تدخل موظفي البنك 24 سا/ 24 سا.
 - الموزع الآلي (Distributeur Automatique se Billet) DAB: هو آلة أوتوماتيكية تعمل على مدار 24 سا/ 24 سا تقدم الخدمات الأكثر ضرورة للزبون. (معلومات مقدمة من بنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة بسكرة)
- الجدولين التاليين يوضحان مجمل الخدمات التي يقدمها الصراف الآلي من جلال جهازين (GAB) و(DAB):

الجدول رقم (3-01): الشباك الآلي للأوراق (GAB)

النتائج	التقنية	الخدمات التي يقدمها	الشباك الآلي للأوراق (GAB)
يستعمل من طرف الزبائن حتى في أوقات غلق البنك وعلى مدار 24 سا.	جهاز موصول بكمبيوتر رئيسي للبنك يقرأ المدارات المغناطيسية للبطاقة	يخول لحائز البطاقة القيام بالعديد من العمليات منها: - سحب الأموال. - معرفة الرصيد. - معرفة التحويلات. - طلب دفتر الشروط.	

المصدر: معلومات مقدمة من بنك BADR- وكالة بسكرة.

الجدول رقم (3-02): الشباك الآلي للأوراق (DAB)

النتائج	التقنية	الخدمات التي يقدمها	الشباك الآلي للأوراق (DAB)
تخفيض نشاط السحب على الفروع	جهاز موصول بوحدة مراقبة الكترونية تقرأ المدارات المغناطيسية للبطاقات	يسمح لحامل بطاقة السحب بالقيام بعملية سحب الأموال	

المصدر: معلومات مقدمة من بنك BADR- وكالة بسكرة.

المطلب الرابع: المقاصد الإلكترونية

- نظام المقاصة عن بعد: هو عملية عصرنة نظام الدفع بالمعالجة الآلية لوسائل الدفع العام، صكوك، عمليات السحب والدفع بالبطاقات الإلكترونية، وذلك باستعمال الوسائل المتطورة مثل المساحات الضوئية والبرمجيات المختلفة، ويمثل هذا النظام القيم الثاني من أنظمة الدفع المتطورة ووفق المعايير الدولية، وبهذا الهدف التحسين النهائي للخدمات البنكية المقدمة للزبائن.

❖ أهدافه: تهدف إلى: (معلومات مقدمة من بنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة بسكرة)

- التسيير المحاسبي اليومي وإعطاء نظرة شاملة وحقيقية عن وضعية الخزينة في السوق المالية الوطنية.
- تقليص آجال المعالجة؛ يتم قبول أو رفض العملية في أجل أقصاه 05 أيام على أن يتم اختزال المدة من 03 أيام ثم 48 ساعة.
- تأمين أنظمة الدفع العام.
- إعادة الثقة للزبائن في وسائل الدفع الخاصة بالصكوك.
- مواجهة عملية تبييض الأموال.

المطلب الخامس: تحليل أبعاد المقابلة في بنك الفلاحة والتنمية الريفية BADR ومناقشتها

- نستنتج من خلال المقابلة أجريناها مع السيد قلاقة نجم الدين أن بنك الفلاحة والتنمية الريفية BADR- وكالة بسكرة، في السنوات الماضية أدخل برنامج جديد الهدف منه:
- تطوير المنظومة البنكية من خلال إدخال تكنولوجيا الإعلام والاتصال في النشاط المالي والبنكي.
 - ابتكار خدمات بنكية مستحدثة وتطوير أساليب تقديمها (الدفع، السحب، الائتمان، التحويلات المالية، الخدمات البنكية مثل: كشوف الحسابات).
 - لهذا يحرص بنك BADR على تقوية شبكة المعلومات الإلكترونية والعمل على تطوير الإعلام البنكي للمساهمة في نوعية العملاء واستعمال التكنولوجيا الحديثة لزيادة ثقتهم في البنك.

خلاصة الفصل:

من خلال ما تقدم في هذا الفصل نجد أن الصيرفة الإلكترونية أصبحت ضرورة حتمية أوجبتها التغيرات الحاصلة في السوق والتكنولوجيا المستمرة في هذا المجال، من أجل تلبية احتياجات العملاء وخدمتهم بالدرجة الأولى، وهذا ما يوضح أهمية ودور تبني الصيرفة الإلكترونية في تحسين جودة خدمات بنك الفلاحة والتنمية الريفية، مما يساهم في كسب رضا العميل وولائه وبالتالي تحقيق أهداف بنك الفلاحة والتنمية الريفية التي وجد من أجلها.

خاتمة

لقد غيرت تكنولوجيا المعلومات والاتصالات جوانب كثيرة من حياة المجتمعات وأوجدت عدة خدمات كالصيرفة الالكترونية التي حققت معدلات مرتفعة في نموها وانتشارها خلال فترة وجيزة، نظرا لما تمتع به من خصائص تجعلها ذات تأثير كبير على القدرات التنافسية ونظرا للطبيعة التنافسية التي آلت إليها السوق البنكية، أدت إلى جعل البنوك تدرك أن زيادة قدرتها التنافسية وتعزيز أوضاعها في السوق لا يكون إلا بتقديم خدمات متنوعة ومتطورة ذات جودة عالية، والتي لا تتح قالا بتوفير المعلومات عن مستويات الجودة ومدى تقييم العملاء لها مما استلزم ضرورة تطوير النظام البنكي وتطبيق نظم المعلومات والاتصال في البنوك، أو ما يطلق عليه البنوك الالكترونية التي استطاعت أن تقفز بالعمل البنكي إلى اتجاهات معاصرة تتماشى مع الوسائل التكنولوجية المتطورة.

أن دراسة هذا الموضوع وتحليل ومعالجة جوانبه الرئيسية مكنتنا من اختيار الفرضيات والتوصل إلى العديد من النتائج والتي على أساسها ندرج مجموعة من الاقتراحات.

أولاً: اختبار الفرضيات:

بعد التطرق لمختلف جوانب الموضوع أين تم اختبار صحة الفرضيات وذلك كمايلي:

- أما الفرضية الأولى والتي مفادها العوامل التي أدت إلى تبني الصيرفة الالكترونية الرغبة في الانفتاح على اقتصاد السوق العالمي الذي يحتم تبني مظاهر العولمة والتي تعد الصيرفة الالكترونية من أبرزها، حيث تعتبر هذه الفرضية مقبولة، فالبنك يسعى إلى تغطية واسعة الانتشار حتى تصل الخدمة للعميل في أي مكان للحصول على ما يرغب دون الحاجة للتنقل.
- بالنسبة للفرضية الثانية التي مفادها: يعتبر تطوير الخدمات البنكية من اهم العناصر التي تهتم بها البنوك لذلك لما تقدمه من إضافات عديدة، تعتبر هذه الفرضية مقبولة بما يعود به تطوير الخدمة البنكية من إضافات مادية وغيرها، كقدرتها على الإحتفاظ بزبائنها الحاليين وإمكانية جذبها لزبائن جدد، كما تساعد في تحقيق ميزة تنافسية فريدة عن بقية البنوك.
- بالنسبة للفرضية الثالثة التي مفادها: تتمثل في الخدمات الإلكترونية التي يقدمها بنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة بسكرة لتطورها، تقبل هذه الفرضية كون البنك يسعى لتقديم الأفضل لعملائه من خلال تطوير خدماته الإلكترونية.

ثانياً: نتائج البحث:

بعد دراسة الجانب النظري للموضوع والدراسة التطبيقية التي أجريت توصلنا إلى النتائج التالية:

1. إن تبني البنوك للصيرفة الالكترونية وسيلة جديدة من وسائل المعاملات البنكية بين البنك وزبائنه كنتيجة حتمية للتطور التكنولوجي والاقتصاد الرقمي.
2. الصيرفة الالكترونية نمط جديد في المجال البنكي يشهد إقبالا متزايدا من طرف الأفراد والمنشآت لما لها من فوائد ومميزات لم تكن متوفرة في الصيرفة التقليدية كاختصار الزمن والمسافة وتخفيض الأسعار وتلبية طلبات محددة للزبائن والتعرف على احتياجاتهم.
3. هناك محاولات جيدة لتطوير وسائل تكنولوجيا المعلومات والاتصال والتي تعتبر حاليا ضعيفة نوعا ما ومحدودة، وهذا لما لها من أثر بالغ في تطوير الخدمة البنكية.
4. يرتبط مفهوم جودة الخدمة البنكية من وجهة نظر العميل بمدى قدرة البنك على تقديم خدمة تقابل توقعاته أو تتجاوزها، فتقديم خدمات ذات جودة متميزة يعني تطابق مستوى الجودة الفعلي.
5. إن اعتماد وسائل الدفع الالكتروني تساهم في تحسين جودة الخدمات البنكية، حيث يجعل العميل يستغني عن الذهاب إلى نقطة البيع أي باستطاعته الاستفادة من الخدمات البنكية من مكان إقامته أو عمله أو أي مكان تتوفر فيه خدمة الانترنت.
6. إن الخدمة البنكية هي العنصر الحاسم في العمليات البنكية والطريقة الموضوعية في الانتقال إلى مجتمع المعلومات واقتصاديات المعرفة والارتقاء بالمستوى الذي يؤهل بنوكنا للمنافسة العربية والعالمية.
7. لا تزال الصيرفة الالكترونية بمراحلها تحتاج تضافر الجهود من كل الأطراف البنكية وعلى كل المستويات.
8. يفضل بعض الزبائن في البنك التعامل بالأساليب التقليدية على استخدام الصيرفة الالكترونية بسبب عدم الإلمام بالخدمات البنكية الالكترونية وبطء خدمة الانترنت من مرود الخدمة.
9. يعد التقدم التكنولوجي من العوامل المساعدة في تطوير تقنيات الصيرفة الالكترونية بما يكفل أنسب الخدمات البنكية بكفاءة عالية، وإن حسن استغلال تقنيات الصيرفة الالكترونية هي من عوامل نجاح البنوك في ظل تحديات العصر ومواجهة ضغط منافسة البنوك الأجنبية.

ثالثا: الاقتراحات:

1. العمل على التجديد الدائم للخدمات البنكية الالكترونية لمواكبة التطورات التكنولوجية في هذا المجال.
2. الحرص على فهم رغبات الزبون وتوفيرها حسب توقعاته.
3. العمل على تطوير الإعلام البنكي للمساهمة في توعية العملاء بالخدمات الالكترونية.
4. استعمال البنوك للتكنولوجيا الحديثة.
5. العمل على زيادة ثقة العملاء.

6. الاهتمام بالعنصر البشري في البنك وتدريبه على استخدام وسائل تكنولوجيا الاتصال والمعلومات.

رابعاً: آفاق الدراسة:

يعتبر هذا الموضوع تمهيدا لعدة مواضيع أخرى، حيث يمكن التعمق فيه ليشمل عدة جوانب أخرى، لذا

سيتم اقتراح عدة عناوين لبحوث مستقبلية:

1. دور الصيرفة الالكترونية في تطوير العمل المصرفي الجزائري.
2. أثر استخدام الصيرفة الالكترونية على تنافسية البنوك.
3. دراسة مقارنة بين البنوك الأجنبية الرائدة في تبني الصيرفة الالكترونية وبين البنوك الجزائرية لرصد الاختلاف في مستوى الجودة.

قائمة المصادر والمراجع

- 1- أحمد صبيح عطية، (2015)، الصيرفة الالكترونية في العراق، مجلة كوت الجامعية: جامعة واسط، العدد 05.
- 2- أمينة بركان، (2014/2013)، الصيرفة الالكترونية كحتمية لتفعيل أداء الجهاز المصرفي، الجزائر: أطروحة دكتوراه، جامعة الجزائر 3.
- 3- جهيدة العياطي، ومحمد بن عزة، (2017)، تطور الخدمات المصرفية الالكترونية بين وسائل الدفع الحديثة والنهضة، تلمسان: جامعة أبو بكر بلقايد.
- 4- حمزة فائق، ووهيب الزبيدي، (2016)، تطور الصيرفة الالكترونية وأثر الرقابة الداخلية على العمليات المصرفية الالكترونية، مجلة كلية التراث الجامعة: المعهد العالمي المحاسبية والمالية، جامعة بغداد، العدد 20.
- 5- رديم حسين، وهوارى معراج، (2010)، الصيرفة الالكترونية كمدخل لعصرنة المصارف الجزائرية، برج بوعريريج: ملتقى المنظومة المصرفية الجزائرية والتحوليات الاقتصادية: واقع وتحديات، المركز الجامعي، 14 و 15 أفريل.
- 6- رفاه لحوح، ورهام زين الدين، (2016)، أثر جودة الخدمات المصرفية على رضا العملاء في البنوك التجارية في مدينة نابلس، فلسطين: مذكرة ماجستير.
- 7- سامي أحمد مراد، (2007)، تفعيل التسويق المصرفي لمواجهة آثار اتفاقية تحرير الخدمات " الجاتس "، مصر: المكتب العربي للمعارف.
- 8- سماح ميهوب، (2005/2004)، الاتجاهات الحديثة للخدمة المصرفية، قسنطينة: مذكرة ماجستير، جامعة منتوري.
- 9- صالح مفتاح، وفريدة معارفي، (2015/2014)، البنوك الالكترونية، بسكرة: مذكرة ماجستير، جامعة محمد خيضر.
- 10- عبد القادر بالهادي، وعز الدين نزعي، (2016)، متطلبات الصيرفة الالكترونية في البنوك الجزائرية من وجهة نظر عمالها، مجلة الحقوق والعلوم الإنسانية: جامعة عاشور زيان، الجلفة، العدد 35.
- 11- عبد الله محمد نخيلان الشقيحي المطيري، (2016)، إعادة هندسة الأعمال والتطوير التنظيمي، القاهرة: دار الكتب الحديث.
- 12- فاطمة ناشف، (2018/2017)، وسائل الدفع الالكترونية في البنوك والمؤسسات المالية الجزائرية، مستغانم: مذكرة ماستر، جامعة عبد الحميد بن باديس.

- 12- فضل محمد إبراهيم المحمودي، (2014/2013)، التسويق المصرفي، صنعاء: جامعة العلوم والتكنولوجيا.
- 13- فضيلة شرف، (2009)، أثر التسويق الإلكتروني على جودة الخدمات المصرفية، قسنطينة: مذكرة ماجستير، جامعة منتوري.
- 14- فواز حموي، ومحمد إسماعيل، (2017)، معوقات الصيرفة الإلكترونية في القطاع المصرفي السوري، مجلة جامعة الفرات: دمشق.
- 15- محمد الطائي، (2008)، التجارة الإلكترونية، مصر: المكتبة العصرية للنشر والتوزيع.
- 16- محمد حسن محمود الغياوي، (2014)، دور الالتزام التنظيمي في تحسين جودة الخدمة، غزة- فلسطين: مذكرة ماجستير، الجامعة الإسلامية.
- 17- محمد عبد العباس تركي، (2015)، دور الانترنت في تدعيم الصيرفة الإلكترونية، مجلة الغري للعلوم الاقتصادية والإدارية: جامعة كربلا، العدد 67.
- 18- محمود حسين الوادي، عبد الله إبراهيم نزال، وحسين محمد سمحان، (2010)، إدارة الجودة الشاملة في الخدمات المصرفية، عمان: دار الصفاء للنشر والتوزيع.
- 19- محمود محمد أبو فروة، (2009)، الخدمات البنكية الإلكترونية عبر الانترنت، عمان: دار الثقافة للنشر والتوزيع.
- 20- مصطفى يوسف كافي، (2017)، التسويق المصرفي، الجزائر: Alpha Doc.
- 21- ميادة بلعياش، (2015/2014)، أثر الصيرفة الإلكترونية على السياسة النقدية، بسكرة: أطروحة دكتوراه، جامعة محمد خيضر.
- 22- ناظم محمد نوري الشمري، وعبد الفتاح زهير العبدلات، (2008)، الصيرفة الإلكترونية- الأدوات والتطبيقات ومعوقات التوسع، عمان: دار وائل للنشر.
- 23- هنية أبو بكر المديني، (2005)، التدريب وأثره على مستوى الخدمة المقدمة للعملاء بالمصارف التجارية بالزاوية، الجزائر: كنوز الحكمة، ط2.
- 24- وردة شناقر، (2018/2017)، دور تكنولوجيا المعلومات في تحقيق ميزة تنافسية للبنوك، بسكرة: أطروحة دكتوراه، جامعة محمد خيضر.
- 25- Bojan Danue, Muta Sumion, Poun Dragos, (2003), **Elecrtionic banking**, Unversity cluj Napoco.
- 26- www,badrbanque,dz.

- 27- إياد عبد الله وآخرون خنفر، (2015)، التسويق المصرفي: مدخل معاصر، الأردن: دار وائل.
- 28- علي محمد أبو العز، (2008)، التجارة الإلكترونية في الفقه الإسلامي، دار النفائس للنشر والتوزيع.
- 29- ماجي زيب معلا، (2015)، الأصول العلمية للتسويق المصرفي، عمان: دار المسيرة.
- 30- مأمون سليمان الدرادكة، (2005)، إدارة الجودة الشاملة وخدمة العملاء، عمان: دار صفاء، ط1.

الملاحق

الملحق رقم 01: بطاقات بدر الإلكترونية



الملحق رقم 02: بطاقة توفير



الملحق رقم 03

République Algérienne Démocratique et Populaire
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
Ministère de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche Scientifique

Université Mohamed Khider –Biskra
Faculté des Sciences Economiques
Commerciales et des Sciences de gestion



جامعة محمد خيضر – بسكرة
كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم والتسيير

LE DECANAT

عمادة الكلية

الرقم : 625 / ك.ق.ت.ت/2020

إلى السيد : بنك الفلاحة و التنمية الريفية

- وكالة بسكرة -

طلب المساعدة لاستكمال مذكرة التخرج

دعما منكم للبحث العلمي ، نرجو من سيادتكم تقديم التسهيلات اللازمة للطالبة :

1- بوعبد الله فطيمة الزهراء

تخصص : إقتصاد نقدي و بنكي

المسجلة بالسنة : الثانية ماستر

و ذلك لاستكمال الجانب الميداني للمذكرة المعنونة بـ : " دور الصيرفة الإلكترونية في تحسين جودة الخدمات

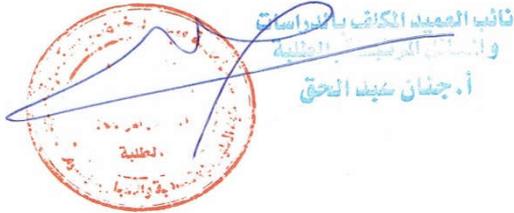
البنكية "

تحت إشراف : د/ دلال نور الدين

و في الأخير تقبلوا منا فائق الاحترام و التقدير

بسكرة في : 2020/09/22

ع/ عميد الكلية



تأشيرة المؤسسة المستقبلية

