



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة محمد خيضر بسكرة -
كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم
التسيير
قسم العلوم الاقتصادية



الموضوع:

دور الصيرفة الإلكترونية في تحسين جودة الخدمات المصرفية
دراسة حالة: بنك الخارجي الجزائري (BEA) - فرع بسكرة -
خلال الفترة 2020-2023

مذكرة مقدمة كجزء من متطلبات نيل شهادة الماستر في العلوم الاقتصادية

تخصص: اقتصاد نقدي ومالي

من إعداد الطالبة:

بن نور شهرزاد

لجنة المناقشة

الجامعة	الصفة	الرتبة	أعضاء اللجنة
جامعة محمد خير بسكرة	الاستاذ الرئيس	أستاذ د	د/إنصاف قصوري
جامعة محمد خير بسكرة	الأستاذ المشرف	أستاذ د	د/ محمد عدنان بن ضيف
جامعة محمد خير بسكرة	الاستاذ المناقش	أستاذ محاضر أ	د/رندة حرودي

السنة الجامعية: 2025/2024



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة محمد خيضر - بسكرة -
كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم
التسيير
قسم العلوم الاقتصادية



الموضوع:

دور الصيرفة الإلكترونية في تحسين جودة الخدمات المصرفية

دراسة حالة: بنك الخارجي الجزائري (BEA) - فرع بسكرة -

خلال الفترة 2020-2023

مذكرة مقدمة كجزء من متطلبات نيل شهادة الماستر في العلوم الاقتصادية

تخصص: اقتصاد نقدي ومالي

من إعداد الطالبة:

بن نور شهرزاد

لجنة المناقشة

الجامعة	الصفة	الرتبة	أعضاء اللجنة
جامعة محمد خير بسكرة	الاستاذ الرئيس	أستاذ د	د/إنصاف قصوري
جامعة محمد خير بسكرة	الأستاذ المشرف	أستاذ د	د/ محمد عدنان بن ضيف
جامعة محمد خير بسكرة	الاستاذ المناقش	أستاذ محاضر أ	د/رندة حرودي

السنة الجامعية: 2024/2025

شكر وتقدير

بسم الله الرحمن الرحيم

الحمد لله الذي بذعته تتم الصالحات

والصلاة والسلام على سيدنا محمد أشرف المرسلين وعلى آله وصحبه
أجمعين.

أتقدم بخالص الشكر والتقدير إلى أستاذي المشرف محمد عدنان
بن ضيفه الذي لم يبخل علي بتوجيهاته القيمة ونصائحه البناءة منذ
بداية العمل إلى غاية، فله مني كل الامتنان والعرفان.

كما لا يفوتني أن أتقدم بجزيل الشكر لإدارة وموظفي البنك

الخارجي الجزائري - فرع بسكرة - على تعاونهم وتوفيرهم

للمعلومات والبيانات التي ساعدتني في إنجاز الدراسة الميدانية.

واتوجه كذلك بالشكر إلى عائلتي التي كانت الداعم الأول لي وإلى

أصدقائي ودعمهم وتشجيعهم المستمر

فجزى الله الجميع خير الجزاء ووفقنا وإياهم لما فيه الخير والصلاح

إهداء

إلى نفسي

التي آمنك بالحلم وسعت إليه بخطى ثابتة كل لحظة تعب كانت تستحق وها
أنا أصد ثمار جهدي.

إلى والدي

إلى أمي وأبي نبض قلبي ودربي بفضل حبكما ودعمكما صار للحلم معني
وللنجاح طعم

إلى أختي

من كانوا دوما السند والضحكة في كل الأوقات
بقربكم كان الطريق أسهل وبجهدكم إزداد النجاح جمالا

إلى صديقاتي

أنتن نبض القلب حين يخفت ودفع الروح حين تبرد الحياة
بجركن تجاوزت المحن وبوجودكن ازدهرت أيامي وابتسمت أحلامي

إلى أساتذتي

من زرعوا في قلبي حب المعرفة وسقوه بالصبر والعطاء
لكم مني كل التقدير فكنتم النور الذي أضاء طريقي نحو هذا الإنجاز
أهدي لكم بحثي تخريجي تكريما لجهودكم التي لا تقدر بثمن
لقد كانت دروسكم لي منارة علم ودعمكم لي قوة لا مثيل لها في كل

مرحلة

ملخص:

تناولت هذه الدراسة دور الصيرفة الإلكترونية في تحسين جودة الخدمات المصرفية من خلال التركيز على تجربة البنك الخارجي الجزائري - فرع بسكرة - وتبرز أهمية الموضوع في ظل التطورات التكنولوجية المتسارعة التي فرضت على المصارف ضرورة التكيف مع الوسائل الرقمية لتلبية احتياجات الزبائن وتحسين مستوى الخدمات المقدمة.

أظهرت نتائج الدراسة أن اعتماد البنك على وسائل الدفع الإلكترونية والخدمات الرقمية ساهم في تحسين عدة جوانب من الجودة مثل السرعة وتوفير الجهد والوقت وزيادة رضا الزبائن وتلخص الدراسة أن الصيرفة الإلكترونية أصبحت عنصرا أساسيا في تطوير الأداء المصرفي وتوصى بضرورة تحسين واجهات الاستخدام وتكثيف حملات التوعية لضمان الاستخدام الفعال والأمن للخدمات الإلكترونية.

الكلمات المفتاحية في الملخص:

صيرفة إلكترونية - جودة الخدمات المصرفية - الخدمات الرقمية

Summary:

This study addressed the role of electronic banking in improving the quality of banking services through a case study of the foreign bank of Algeria in Biskra, it aimed to clarify the impact of modern technological developments that have affected the banking field and highlighted the importance of adopting modern electronic means to raise the level of offered services.

The results of the study showed that relying on electronic means and modern digital tools contributes in several aspects to improving the quality of service and increasing customer satisfaction with electronic banking services, the seventh chapter was dedicated to developing the theoretical framework and reviewing field study results to identify hindering the optimal use of electronic banking.

Keywords in the abstract:

Electronic banking - banking service quality - and digital services.

فهرس المحتويات

أ	مقدمة
1	الفصل الأول: موميات حول الصيرفة الإلكترونية وجودة الخدمات المصرفية
2	المبحث الأول: ماهية الصيرفة الإلكترونية
2	المطلب الأول: عموميات حول الصيرفة الإلكترونية
2	الفرع الأول: نشأة وتطور الصيرفة الإلكترونية
2	أولا: نشأة الصيرفة الإلكترونية
3	ثانيا: تطور الصيرفة الإلكترونية
4	ثالثا: مفهوم وخصائص الصيرفة الإلكترونية
4	رابعا: خصائص الصيرفة الإلكترونية
5	خامسا: أهمية الصيرفة الإلكترونية
6	المطلب الثاني: أساسيات الصيرفة الإلكترونية
6	أولا خدمات الصيرفة الإلكترونية
7	ثانيا : العناصر الرئيسية للصيرفة الإلكترونية
7	رابعا: أشكال وقنوات الصيرفة الإلكترونية
9	المطلب الثالث : مكانن القوة والضعف في الصيرفة الإلكترونية
10	الفرع الأول : مزايا وعيوب الصيرفة الإلكترونية
10	أولا : مزايا الصيرفة الإلكترونية :
11	ثانيا : عيوب الصيرفة الإلكترونية
11	الفرع الثاني: مخاطر وتحديات الصيرفة الإلكترونية
11	أولا : مخاطر الصيرفة الإلكترونية
12	ثانيا : تحديات الصيرفة الإلكترونية

13	المطلب الرابع: التطورات التكنولوجية المؤثرة على الصيرفة الإلكترونية
16	المبحث الثاني: ماهية جودة الخدمة المصرفية
16	المطلب الأول: عموميات حول جودة الخدمة المصرفية
16	الفرع الأول: تعريف الخدمة والخدمة المصرفية
17	أولا تعريف الخدمة:
17	ثانيا : تعريف الخدمة المصرفية
18	ثالثا : خصائص الخدمة المصرفية
18	الفرع الثاني ماهية جودة الخدمة المصرفية
18	أولا : مفهوم جودة الخدمة المصرفية
19	ثانيا : أهمية جودة الخدمة المصرفية
20	المطلب الثاني: أساسيات جودة الخدمة المصرفية
20	الفرع الأول : أبعاد ومستويات جودة الخدمة المصرفية
20	أولا : أبعاد جودة الخدمة المصرفية
21	ثانيا: مستويات جودة الخدمة المصرفية
22	الفرع الثاني محددات وعوامل المؤثرة في جودة الخدمات المصرفية
22	أولا : محددات جودة الخدمة المصرفية
	ثانيا: العوامل المؤثرة في جودة الخدمات المصرفية: تتأثر جودة الخدمات المصرفية بمجموعة من
23	المقاييس كالتالي:
23	المطلب الثالث: قياس جودة الخدمة المصرفية
23	الفرع الأول نماذج قياس جودة الخدمات المصرفية
24	أولا: مقياس الفجوة Servqual Measure
25	ثانيا-نموذج الاتجاه (servper)

25	ثالثا- نموذج كانو (KANOS MODEL)
26	رابعا- المدخل الإتجاهي :
26	الفرع الثاني : مقومات وأساليب تحسين جودة الخدمات المصرفية
26	أولا: مواكبة أحدث التطورات التكنولوجية في العمل المصرفي :
27	ثانيا: إضافة خدمات جديدة إلى نطاق المنتجات المصرفية (توسيع نطاق الخدمات)
27	ثالثا تحفيز وتدريب الموظفين :
28	المبحث الثالث: أساليب تحسين جودة الخدمة المصرفية
28	المطلب الأول: دور الصيرفة الإلكترونية في تحسين الكفاءة التشغيلية
28	أولا: مفهوم الكفاءة التشغيلية
29	ثانيا: مساهمة الصيرفة الإلكترونية في تحسين الكفاءة التشغيلية
31	المطلب الثاني: دور الصيرفة الإلكترونية في تعزيز الشمول المالي
31	أولا: مفهوم الشمول المالي
31	ثانيا: مساهمة الخدمة المصرفية في تحسين الشمول المالي
33	المطلب الثالث: دور الصيرفة الإلكترونية في تعزيز العلاقة مع العملاء
33	أولا: تعريف سلوك العميل
34	ثانيا: مساهمة الصيرفة الإلكترونية في تعزيز العلاقة مع العملاء
34	ثالثا: تحسين تجربة العملاء عبر الذكاء الاصطناعي:
36	خلاصة الفصل
37	الفصل الثاني: استخدام بنك خارجي جزائري للصيرفة الإلكترونية في تحسين الخدمة المصرفية .
38	تمهيد
39	المبحث الأول: تقديم البنك الخارجي فرع ولاية بسكرة
39	المطلب الأول: ماهية بنك خارجي فرع بسكرة

39	أولا : نشأة البنك الخارجي الجزائري
40	ثانيا: أهداف البنك
40	ثالثا: وظائف البنك
41	رابعا: الهيكل التنظيمي للبنك الخارجي فرع بسكرة
43	المطلب الثاني: الخدمات الإلكترونية المقدمة من طرف البنك
43	أولا: الخدمات المصرفية عبر الهاتف النقال:
45	ثانيا تطبيق WIMPAY BEA : الدفع بدون تلامس
46	ثالثا الخدمات المصرفية عبر الموقع الإلكتروني:
48	المبحث الثاني : وسائل الدفع الخاصة ببنك الخارجي فرع بسكرة
48	المطلب الأول : وسائل الدفع الإلكترونية المستعملة في بنك الجزائري فرع بسكرة
48	أولا بطاقات الدفع الإلكتروني بالعملة الوطنية:
51	ثانيا: تطور بطاقات الدفع الإلكتروني خلال خمس سنوات أخيرة
52	ثالثا: الخدمات التي يقدمها الموقع الخاص بالبنك
	المطلب الثاني: دور الصيرفة الإلكترونية المعتمدة لدى بنك دراسة الحالة في تحسين جودة الخدمات
53	المصرفية
53	أولا: دور الصيرفة الإلكترونية في استقطاب العملاء
54	ثانيا: دور الخدمات المصرفية الإلكترونية في تحقيق الأرباح:
	ثالثا: دور الصيرفة الإلكترونية في تحسين جودة الخدمات المصرفية في بنك الجزائر الخارجي
55	(Bea)
57	ملخص الفصل الثاني
58	الخاتمة
62	قائمة المراجع

قائمة الجداول

- جدول 1 : الخدمات المصرفية عبر الموقع الإلكتروني 47
- جدول 2: تطور بطاقات الدفع الإلكتروني خلال خمس سنوات الأخيرة 51
- جدول 3: الأرباح الصافية للبنك الخارجي الجزائري فرع بسكرة خلال أربع سنوات 54

قائمة الأشكال

- شكل رقم 1: محددات جودة الخدمات المصرفية 22
- شكل رقم 2: الهيكل التنظيمي للبنك الخارجي فرع بسكرة 41
- شكل رقم 3: تطبيق **BEA MOBILE** 44
- شكل رقم 4: تطبيق **WIMPAY BEA** 45
- شكل رقم 5: منحى بياني يمثل تطور البطاقات البنكية خلال خمس سنوات الأخيرة 51
- شكل رقم 6: منحى بياني يمثل الأرباح الصافية للبنك الخارجي الجزائري فرع بسكرة 55

مقدمة

يشهد العالم في الوقت الراهن موجة متسارعة من التغيرات والاكتشافات العلمية في مجال تكنولوجيا المعلومات، الأمر الذي أسهم في التحول من الأساليب الإدارية والهياكل التقليدية إلى أساليب جديدة تعتمد على الحوسبة الإلكترونية وشبكة الإنترنت. وقد أدى هذا التحول إلى نشوء مجتمع معلوماتي رقمي يعتمد على التكنولوجيا الحديثة مما انعكس بشكل واضح على مختلف الميادين السياسية، الاقتصادية والاجتماعية ولقد تأثرت المعاملات اليومية في مختلف القطاعات بهذا التطور، لاسيما في مجال الأعمال المصرفية الإلكترونية والتجارة الإلكترونية اللذان أصبحا يمثلان الإطار الجديد للتصميم البنكي في القرن الحادي والعشرين.

ومع التقدم التقني المتواصل، أصبحت المؤسسات المصرفية تسعى جاهدة لتقديم خدماتها بأفضل صورة ممكنة والعمل على كسب ولاء العملاء، الذين باتوا يشكلون عنصرا محوريا في استراتيجيات البنوك من هنا أصبح من الضروري على البنوك تبني أفضل الوسائل لجذب العملاء، من خلال تقديم خدمات مصرفية إلكترونية تتميز بالسرعة، السهولة.

ويتوجه العالم توجها متزايدا نحو تعزيز سبل تحسين قيمة الزبون، إذ أصبحت هذه القيمة تعد العامل الأساسي لتحقيق النجاح في القطاع المصرفي. ويعزى ذلك إلى الدور المحوري الذي تقدمه في دعم النمو الاقتصادي العالمي، مما ساهم في زيادة الوعي بأهمية جودة الخدمة المقدمة للعملاء. وفي هذا السياق، ساهمت الخدمات المصرفية عبر الإنترنت في رفع قدرة البنوك على الاحتفاظ بالعملاء وكسب رضاهم من خلال تلبية توقعاتهم المستقبلية والاستجابة لاحتياجاتهم وتحسين جودة الخدمات المصرفية المقدمة لهم.

ويتجلى دور الجودة المصرفية في كونها تساهم في تعزيز تفاعل البنوك مع الزبائن وتلبية احتياجاتهم المتغيرة بفعالية، كما أنها تعد أداة استراتيجية تساهم في تحسين العلاقة بين المصرف وزبائنه ويتمثل هذا الدور في تمكين الزبائن من استخدام الوسائل التكنولوجية في تقديم الطلبات وطرح الاستفسارات وتقديم الشكاوى، فضلا عن تقييم جودة الخدمات المصرفية.

وباستخدام هذه التكنولوجيا يصبح بإمكان إدارات وأقسام المصارف دعم عمليات البيع وإعداد الطلبات بشكل أكثر كفاءة ومرونة وبهذا تتحقق الاستجابة الفعالة لتوقعات الزبائن الأمر الذي يشجع البنوك على تبني مقاربات تنظيمية تهدف إلى تقديم خدمات ذات جودة عالية تستجيب للوظائف المرتبطة باحتياجات الزبون

طرح الإشكالية والأسئلة البحثية

وانطلاقا مما سبق يمكن صياغة الإشكالية التالية:

ما هو دور الصيرفة الإلكترونية في تحسين جودة الخدمات المصرفية في البنك الخارجي الجزائري فرع بسكرة؟

ومن أجل تسهيل الإجابة على الإشكالية قمنا بتجزئتها إلى الأسئلة الفرعية التالية:

- هل الصيرفة الإلكترونية لا تقلل الوقت والجهد والتكاليف على الزبائن؟

هل من أساليب تحسين جودة الخدمة المصرفية مواكبة أحدث التطورات التكنولوجية في العمل المصرفي؟

هل الصيرفة الإلكترونية في تطور ملحوظ في البنك الخارجي الجزائري وكالة بسكرة؟

2-الدراسات السابقة

الدراسة الأولى: بن بوريش نشاط الدين(2018/2017). أثر تكنولوجيا الإعلام والاتصال على جودة الخدمات البنكية - دراسة حالة لبعض البنوك الجزائرية (أطروحة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة دكتوراه الطور الثالث في العلوم الاقتصادية، تخصص بنوك مالية وتأمينات) قسم العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة فرحات عباس، سطيف 1.

هدفت الدراسة إلى اعتماد البنوك التجارية الجزائرية بشكل كبير على تكنولوجيا الإعلام والاتصال لمواجهة المنافسة لمواجهة المنافسة المتزايدة في السوق البنكي المحلي والعالمي، ما يعكس أهمية هذه التكنولوجيا في تحسين أدائها.

اختلفت هذه الدراسة عن دراستنا في أنها تمت على مستوى بعض البنوك التجارية الجزائرية عمومية وخاصة بينما دراستنا تمت على مستوى بنك الخارجي الجزائري فرع بسكرة

الدراسة الثانية: سفيان راخ وسعد قصري (جوان 2024). أثر وسائل الدفع في تحسين ورفع جودة الخدمات المصرفية. مجلة المقريزي للدراسات الاقتصادية والمالية 8(1) الصفحات 101-123

هدفت هذه الدراسة إلى تحليل أثر وسائل الدفع الإلكتروني على تحسين جودة الخدمات المصرفية وذلك من خلال دراسة مجموعة من الوكالات البنكية بولاية الجلفة. تم جمع البيانات عبر استبيان وجه أي عينة تضم 40 موظفا يعملون بهذه الوكالات توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها:

- استخدام وسائل الدفع الإلكترونية له تأثير إيجابي على جودة الخدمات المصرفية المقدمة في الوكالات البنكية
- زيادة الاعتماد على هذه الوسائل يساهم في تحسين جودة الخدمة من خلال عدة أبعاد منها الاعتمادية والملموسية والأمان والخصوصية والتعاطف.

اختلفت هذه الدراسة عن دراستنا أنها تمت على مستوى وكالات بنكية تجارية بالجلفة ودراستنا تمت على مستوى بنك خارجي فرع بسكرة.

الدراسة الثالثة: حمزة جيلالي تومي وسارة مولاي مصطفى (أفريل 2021). الصيرفة الإلكترونية كآلية لعصرنة المصارف الجزائرية وضمان جودة الخدمة المصرفية. مجلة مجاميع المعرفة 7 (1) ، الصفحات 624- 637

هدفت الدراسة إلى التعرف على مدى إسهام الصيرفة الإلكترونية في تحديث القطاع المصرفي الجزائري وضمان جودة الخدمات المصرفية لتحقيق هذا الهدف، تم استخدام أسلوب العينة العشوائية لاختيار 200 عميل من عملاء وكالات بنك الخليج (سوسيتي جنرال الجزائر) في مدينة المدية وتم الاعتماد على مقياس ليكارت لقياس آراء العملاء بالإضافة إلى استخدام برنامج SPSS لتحليل البيانات واختبار الفرضيات احصائيا.

وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج:

- المصارف تسعى جاهدة لمواكبة التطورات المتسارعة في مجال الصيرفة الإلكترونية من خلال تحسين الأنظمة المصرفية وتقليص تكاليف العمليات الخاصة بالزبائن.
- ساهمت هذه الجهود في تسهيل الربط والتنسيق بين الفروع المختلفة.
- تسيير إنجاز العمليات المصرفية للعملاء بطريقة توفر لهم الراحة والأمان.

اختلفت هذه الدراسة عن دراستنا في أنها أتمت على مستوى مدينة مدية أما دراستنا تمت على مستوى بنك

خارجي فرع بسكرة

3-فرضيات الدراسة

وللإجابة على الأسئلة الفرعية تم تحديد الفرضيات التالية:

- الصيرفة الإلكترونية تقلل الوقت والجهد والتكاليف على الزبائن
- من أساليب تحسين جودة الخدمة المصرفية مواكبة أحدث التطورات التكنولوجية في العمل المصرفي
- الصيرفة الإلكترونية في تطور ملحوظ في البنك الخارجي الجزائري وكالة بسكرة.

4- منهجية الدراسة

سيتم الاعتماد على المنهج الوصفي والتحليلي استخدم المنهج الوصفي من خلال التطرق إلى الإطار النظري للدراسة مثل وصف مصطلحات الصيرفة الإلكترونية وأهم خدماتها أما المنهج التحليلي استخدمناه في الربط ولإظهار العلاقة بين المتغيرين واعتمدنا في الجزء التطبيقي على منهج دراسة الحالة.

5- أهمية الدراسة

تتجلى أهمية هذه الدراسة في معرفة دور الصيرفة الإلكترونية في تحسين جودة الخدمات المصرفية في البنك الخارجي الجزائري فرع بسكرة ومعرفة أهم الخدمات الإلكترونية التي يقدمها بالإضافة إلى معرفة مدى تطور الصيرفة الإلكترونية في البنك.

6- أهداف الدراسة

- إبراز كيفية مساهمة الصيرفة الإلكترونية في تحسين جودة الخدمات المصرفية
- أهم الخدمات التي يقدمها البنك الخارجي الجزائري ولاية بسكرة
- معرفة مدى تطور الصيرفة الإلكترونية في البنوك الجزائرية
- إبراز أن جودة الخدمات المصرفية مهمة لرضا الزبون

7- صعوبات الدراسة

- تجلت صعوبات هذه الدراسة في عدة جوانب أهمها:
- صعوبة الحصول على المعلومات الدقيقة من داخل البنك الخارجي الجزائري - فرع بسكرة - بسبب الطابع السري للبيانات المصرفية.
 - ندرة المراجع والمصادر المحلية المتخصصة في موضوع الصيرفة الإلكترونية في السياق الجزائري.

8- هيكل الدراسة

جاءت المذكرة بالعناصر التالية وفق التالي:

مقدمة وتم طرح فيها إشكالية البحث ما هو دور الصيرفة الإلكترونية في تحسين جودة الخدمات المصرفية ؟

الفصل الأول والذي سيكون بالعنوان عموميات حول الصيرفة الإلكترونية وجودة الخدمات المصرفية ويضم ثلاث مباحث رئيسية.

في المبحث الأول تطرقنا عن تطور الصيرفة الإلكترونية وتطورها التاريخي كما قمنا باستعراض أهم خصائصها التي تميزها عن الصيرفة التقليدية مع تسليط الضوء على أهم المخاطر والتحديات التي قد تواجه المؤسسات المصرفية إضافة إلى رصد لأهم التطورات التكنولوجية الحديثة التي أثرت بشكل مباشر على طريقة تقديم الخدمات المصرفية. أما المبحث الثاني فقد ركز على مفاهيم خاصة لجودة الخدمة المصرفية باعتبارها أهم مؤشرات الأداء في البنوك حيث تطرقنا إلى مفهوم جودة الخدمة المصرفية ثم تطرقنا إلى الأبعاد المختلفة لجودة الخدمة مع عرض أدوات وأساليب قياس الجودة.

وفي المبحث الثالث تناولنا أساليب تحسين جودة الخدمات المصرفية وذلك من خلال دراسة مجموعة من الاستراتيجيات الحديثة التي تعتمد على البنوك لتطوير خدماتها.

أما الفصل الثاني فقد خصص للدراسة الميدانية بعنوان دور البنك الخارجي الجزائري فرع بسكرة في تحسين جودة الخدمات المصرفية حيث يتناول المبحث الأول للتعريف بالبنك الخارجي الجزائري مع التركيز على فرع بسكرة من حيث نشأته وهيكله التنظيمي وأهم الخدمات الإلكترونية التي يوفرها لزيائنه

بينما خصص المبحث الثاني لدراسة وسائل الدفع الإلكترونية المعتمدة من قبل البنك وأنواع البطاقات البنكية التي يوفرها مثل بطاقة CIB وتطورها عبر خمس سنوات أخيرة كما تطرقنا إلى تحليل شامل للخدمات التي يقدمها البنك عبر موقعه الإلكتروني الرسمي بهدف تقييم مدى مساهمة هذه الوسائل في تحسين جودة الخدمات المقدمة.

خاتمة والتي ستحتوي عرضاً لأهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة إلى جانب تقديم مجموعة من الاقتراحات التي تهدف إلى تحسين جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية كما تشمل آفاقاً لبحوث مستقبلية في نفس المجال.

الفصل الأول

عموميات حول الصيرفة الإلكترونية وجودة
الخدمات المصرفية

تمهيد:

أثمرت جهود العلماء والباحثين في مجال نظم المعلومات العالمية منذ بدايات القرن العشرين عن طفرة نوعية في ميدان الاتصالات، حيث أسهمت هذه التطورات في إنشاء قنوات اتصال تفاعلية بين المنتج والمستهلك بسهولة ويسر. وقد كان قطاع الصناعة المصرفية نصيب كبير من هذه الثورة التكنولوجية، إذ ساهمت في تطوير الخدمات المصرفية لتصبح أكثر مرونة لتلبية متطلبات العملاء ورضاهم.

ومن أبرز ملامح هذا التطور كان ظهور مفهوم "الصيرفة الإلكترونية"، كبديل عملي للنظم التقليدية، بما يحقق سرعة الاستجابة لاحتياجات الزبائن وسهولة التواصل مع المؤسسات المالية دون الحاجة إلى التنقل. كما حاولت هذه التقنية أن تقلل من التكاليف التشغيلية وزيادة كفاءة تقديم الخدمات المصرفية، لتتحول بذلك إلى منظومة مصرفية متكاملة قادرة على العمل بفعالية في عالم يتقلص فيه البعد الجغرافي بفعل تطور الشبكات والاتصالات.

وقد باتت التكنولوجيا الرقمية محط اهتمام كبير من قبل المؤسسات المالية التي تسعى لتعزيز ولاء العملاء الحاليين واستقطاب عملاء جدد، إضافة إلى الحفاظ على مكانة تنافسية قوية. كما أصبح من الضروري عدم تجاهل العلاقة المتنامية بين التجارة الإلكترونية والصيرفة الإلكترونية، خاصة مع تزايد الاعتماد على وسائل الدفع الإلكتروني. ينقسم هذا الفصل إلى ثلاث مباحث:

- **المبحث الأول: ماهية الصيرفة الإلكترونية** ينقسم هذا المبحث إلى أربعة مطالب، سيتناول المطلب الأول عموميات حول الصيرفة الإلكترونية من نشأة وتطور وتعريف وخصائص أما المطلب الثاني فسيخصص للأساسيات حيث يتناول خدمات، عناصر رئيسية، أشكال وأنماط الصيرفة الإلكترونية، المطلب الثالث سيتناول مكان القوة والضعف ومخاطر وتحديات الصيرفة الإلكترونية أما المطلب الرابع فخصص لأهم التطورات التكنولوجية المؤثرة على الصيرفة الإلكترونية من ذكاء اصطناعي وبلوك تشين وغيرها.
- **المبحث الثاني: ماهية جودة الخدمات المصرفية:** ينقسم هذا المبحث إلى ثلاث مطالب، سيتناول المطلب الأول عموميات حول جودة الخدمة المصرفية في حين سيتطرق المطلب الثاني لأبعاد جودة الخدمة المصرفية أما المطلب الثالث فسيخصص لقياس جودة الخدمة المصرفية.
- **المبحث الثالث: أساليب تحسين جودة الخدمات المصرفية:** ينقسم هذا المبحث إلى مطلبين اثنين، المطلب الأول سيتناول دور الصيرفة الإلكترونية في تحسين الكفاءة التشغيلية أما المطلب الثاني فسيخصص لدور الصيرفة الإلكترونية في تعزيز الشمول المالي.

المبحث الأول: ماهية الصيرفة الإلكترونية

تعد الصيرفة الإلكترونية من الوسائل المالية الحديثة التي تهدف إلى تسهيل العمليات المصرفية والمالية عبر الإنترنت والأجهزة الذكية

ويعتمد مدى إقبال واستمرار العملاء في التعامل مع المصرف في تلبية متطلباتهم واحتياجاتهم بشكل كامل وبأقل تكلفة وجهد ووقت ممكن، مراعين في ذلك التطورات الحاصلة في الساحة المصرفية، وتماشيا مع هذه التطورات حاولت المصارف مسايرة هذه الثورة المعلوماتية والاستفادة من الفرص المتاحة في تطوير خدماتها المصرفية وتعزيز قدراتها التنافسية، من خلال تبني خدمات الصيرفة الإلكترونية وذلك تماشيا مع تلبية التطورات الحاصلة في الساحة المصرفية المحلية والدولية.

المطلب الأول: عموميات حول الصيرفة الإلكترونية

الصيرفة الإلكترونية هي تقديم خدمة الإنتاج المصرفي عن بعد أو عبر الخط أو من خلال قنوات إلكترونية، سواء للمقيمين أو غير المقيمين ، داخل البلد أو خارجه وكذا الحصول على مختلف الخدمات المتطورة والحديثة من البنك.

الفرع الأول: نشأة وتطور الصيرفة الإلكترونية

مرت الصيرفة الإلكترونية على العديد من المحطات التاريخية بداية بيوادر النشأة مروراً بالتطورات وصولاً الى مراحل متقدمة من النضج.

أولاً: نشأة الصيرفة الإلكترونية

تعود نشأة الصيرفة الإلكترونية إلى بداية الثمانينات تزامناً مع ظهور النقد الإلكتروني، غير أن إصدار أول بطاقة بلاستيكية كان في 1958 من طرف American Express التي لاقت انتشاراً واسعاً ، امتد هذا الأخير ليمس بنوك أخرى قامت بإصدار بطاقة Bank Americard عام 1968. تحولت فيما بعد إلى شبكة VISA العالمية، تزامناً مع ذلك أصدرت ستة بنوك فرنسية البطاقة الزرقاء Carte Bleu مع مطلع القرن العشرين استخدمت الولايات المتحدة الأمريكية بطاقات معدنية بالبريد. بالمقابل، استخدمت فرنسا بطاقات كرتونية على مستوى الهاتف العمومي ، شرعت لاحقاً في عام 1986 France Télécom بتزويد غرف الهاتف العمومي بأجهزة قارئة لبطاقة الذاكرة، Carte à Mémoire مع حلول سنة 1992 ، أصبحت كل البطاقات المصرفية بطاقات برغوئية Carte à puce تحمل بيانات شخصية لحاملها. ليظهر خلال منتصف

التسعينات أول بنك الكتروني في الولايات المتحدة الأمريكية ميز بين نوعين من البنوك التي تستخدم الصيرفة الإلكترونية. تتمثل هذه البنوك في تلك الافتراضية (بنوك الانترنت) ونظيرتها التقليدية يحقق النوع الأول أرباحا تصل إلى ستة أضعاف النوع الثاني الذي يمارس الخدمات التقليدية بالتوازي مع خدمات الصيرفة الإلكترونية، كما ساهم الانتشار الواسع لشبكة الأنترنت إضافة إلى تزايد حركية التدفقات النقدية والمالية وتنامي دور الوساطة إلى انتشار البنوك الإلكترونية وتطورها، توسعت الصيرفة الإلكترونية بجانب الانترنت لكنها لم تحقق الأهداف المرجوة، لم تلق رواجاً كبيراً في بادئ الأمر من العملاء الذين كانوا مترددين في تسوية معاملاتهم عبر الانترنت. استمر هذا الوضع إلى حين ظهور التجارة الإلكترونية وانتشارها مما جعل فكرة الانترنت شائعة. (راضية, زهيوه كريمة ، ، 2024، الصفحات 255-256)

ثانياً: تطور الصيرفة الإلكترونية

تطورت الصيرفة الإلكترونية على مر السنين لتصبح جزءاً أساسياً من النظام المالي العالمي وقد شهدت مراحل تطور مهمة كما يلي:

- 1- الفترة التقليدية (قبل القرن العشرين) : كانت العمليات المالية تتم بشكل يدوي ومن خلال التواجد الشخصي في البنوك والمصارف
- 2- ظهور الصيرفة الإلكترونية (القرن العشرين) : بدأت الصيرفة الإلكترونية في الظهور من خلال استخدام الحواسيب والشبكات الإلكترونية لتبادل المعلومات وإدارة العمليات المالية (لعمرية، 2024، صفحة 189)
- 3- مرحلة ضبط أو السيطرة على التكاليف (cost control) : وهي مرحلة ضبط الاستثمار في التكنولوجيا ، وعمدت هذه الإدارات إلى الاستعانة بأخصائيين واستشاريين في شؤون التكنولوجيا لمساعدتهم في ضبط التكاليف (حسية، 2013، صفحة 304)
- 4- الابتكار في التقنيات المالية 2000-2010 : اعتماد التحليلات الضخمة والذكاء الاصطناعي : تزايدت الاعتمادية على التحليلات الضخمة والذكاء الاصطناعي في تحليل بيانات العملاء وتقديم خدمات مالية ومبتكرة
- تقنيات التعرف على الوجه والبيومترية : بدأت البنوك في استخدام تقنيات التعرف على الوجه والبيومترية لتأمين المعاملات المالية بشكل أفضل وتقديم تجارب مصرفية أكثر أماناً (لعمرية، 2024، صفحة 60)
- 5- المستقبل:

من المتوقع أن يشهد المستقبل المزيد من التطورات مع استخدام التكنولوجيا مثل تقنية بلوك تشين والتطبيقات الجديدة التي تعتمد على الذكاء الاصطناعي وتحليل البيانات الكبيرة.

يظهر هذا التطور كيف أصبحت الصيرفة الإلكترونية جزءاً لا يتجزأ من حياتنا المالية وكيف تسهل تبادل الأموال وإدارة العمليات المالية بشكل أكثر كفاءة وأماناً. (عمرية، 2024، صفحة 190)

ثالثاً: مفهوم وخصائص الصيرفة الإلكترونية

تعتمد الصيرفة الإلكترونية على أسس خاصة لها تميزها من حيث مفهومها ومن حيث خصائصها وخصائص عملها.

أولاً: تعريف الصيرفة الإلكترونية

للصيرفة عدة مفاهيم يمكن ذكرها أهمها:

التعريف الأول : تعرف الصيرفة على أنها : كافة العمليات أو النشاطات المصرفية التي يتم عقدها أو تنفيذها أو الترويج لها بواسطة الوسائل الإلكترونية والرقمية ، مثل : الهاتف ، الحاسب ، الصراف الآلي ، الانترنت ، التلفون الرقمي وغيرها ، وذلك من قبل المصارف أو المؤسسات المالية وكذلك العمليات التي يجريها مصدرو البطاقات الإلكترونية وأيضا المؤسسات التي تتعاطى تحويل النقديّة إلكترونياً . (موازي، 2020، صفحة 88)

التعريف الثاني : هو نظام يتيح للزبون الوصول إلى حسابه أو أية معلومات يريدتها والحصول على مختلف الخدمات والمنتجات المصرفية من خلال شبكة معلومات يرتبط بها جهاز الحاسوب الخاص به ، أو أية وسيلة أخرى (الويزة، 2018، صفحة 368)

التعريف الثالث : حسب البنك المركزي الإنجليزي (Bank of England) الصيرفة الإلكترونية تشمل استخدام التكنولوجيا الرقمية والشبكات الإلكترونية لتبسيط وتحسين الخدمات المالية ، بما في ذلك التحويلات الإلكترونية وإدارة الحسابات المالية عبر الانترنت (عمرية، 2024، صفحة 59)

نستنتج من هذه التعاريف أن الصيرفة الإلكترونية هي مجموع الخدمات الإلكترونية التي يستفاد منها الزبون بكل سهولة وأمان.

رابعاً: خصائص الصيرفة الإلكترونية

تتميز الصيرفة الإلكترونية بمجموعة من الخصائص نذكر منها ما يلي:

- أنما نظام قائم ومعمول به في معظم الدول المتقدمة والمتطورة تكنولوجيا
- اختفاء الوثائق الورقية للمعاملات.
- عدم إمكانية تحديد الهوية بين أطراف العملية.
- خدمة الكترونية فورية، على مدار 24 ساعة وطيلة أيام الأسبوع.
- تشفير المعلومات فور استخدام الرقم السري الخاص بالخدمة.
- سرعة ودقة تقديم الخدمات (مسعودي، 2016، صفحة 27)
- القدرة على إدارة العمليات المصرفية عبر شبكة الانترنت بكفاءة من أي موقع جغرافي، وبالتالي يستطيع المصرف اختيار أفضل الأماكن على مستوى العالم من حيث النظم الاقتصادية المشجعة، أو الأوضاع السياسية المستقرة، أو المعاملة الضريبية الأفضل، ليمارس أعماله في بيئة مناسبة وينشرها في جميع أنحاء العالم.
- إمكانية تسليم بعض المنتجات إلكترونياً مثل المنتجات الرقمية ككشوف الحسابات والرصيد وغيرها.
- سرعة تغيير القواعد الحاكمة وذلك لمواكبة التطور السريع في مجالات المعاملات الإلكترونية . (طرشي، عبو، و بوفليح، 2019، صفحة 256)

خامساً: أهمية الصيرفة الإلكترونية

يقصد بعمليات الصيرفة الإلكترونية تقديم البنوك للخدمات المصرفية التقليدية او المبتكرة من خلال شبكات اتصال الكترونية. تقتصر صلاحية الدخول اليها على المشاركين فيها وفقاً لشروط العضوية التي تحددها البنوك. وذلك من خلال أحد المنافذ على الشبكة كوسيلة لاتصال العملاء بها بهدف:

- 1- إتاحة معلومات عن كل الخدمات التي يؤديها البنك دون تقديم خدمات مصرفية على الشبكة.
- 2- حصول العملاء على خدمات محدودة. كالتعرف على معاملاتهم وارصدة حساباتهم وتحديث بياناتهم وطلب الحصول على قرض.
- 3- طلب العملاء تنفيذ عمليات مصرفية مثل تحويل الأموال (بوراس و بريكة، 2014، الصفحات 90-91)
- 4- تقليل السجلات الرقمية الأعمال الورقية وجعل العملية أسهل في التعامل معها.
- 5- الحد من الاحتيال حيث تقدم الخدمات المصرفية الإلكترونية الرقمية البصمة لجميع الموظفين الذين لديهم الحق في تعديل الأنشطة المصرفية.

6- تحقيق الميزة التنافسية: 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.

7- توفير فرص تسويقية جديدة: يتيح نظام توزيع الصيرفة الإلكترونية من خلال برامج البحث إمكانية أكبر للعملاء إجراء عمليات التسويق الإلكتروني

8- 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. (أسماء و دومي، 2022، صفحة 467)

المطلب الثاني: أساسيات الصيرفة الإلكترونية

تشير الخدمات المصرفية الإلكترونية أو خدمات الصيرفة عبر الانترنت الى الأنظمة التي تتيح للعملاء الوصول الى حساباتهم البنكية والمعلومات العامة حول المنتجات والخدمات المصرفية من خلال جهاز حاسوب شخصي (الكمبيوتر) أو أي جهاز ذكي آخر يعد قناة للتوزيع الإلكتروني.

أولا خدمات الصيرفة الإلكترونية

يمكن للأعمال المصرفية الإلكترونية أن تشمل المنتجات والخدمات الموجهة للشركات وكذلك منتجات التجزئة للمستهلكين الأفراد، حيث الحصول على المنتجات والخدمات المصرفية الإلكترونية يماثل تماما المنتجات والخدمات من خلال قنوات التوزيع التقليدية الأخرى للبنك كأمثلة على هذه المنتجات والخدمات نذكر:

✓ إدارة النقدية.

✓ الاستفسار عن الرصيد، ونقل الأموال.

✓ النشاط الاستثماري، تقديم السندات والدفع وغيرها من الخدمات.

ولقد تمكن العملاء من استخدام هذه التكنولوجيا في كل وقت وفي أي مكان في العالم للوصول الى شبكة البنك بفضل نمو الانترنت على نطاق واسع. اذ أصبح الانترنت هو التكنولوجيا التي تسمح بجعل المنتجات والخدمات المصرفية متاحة للمزيد من العملاء، وألغى الحيز الجغرافي ونظم الحواجز المختلفة، مما أتاح فرصا لاتساع السوق المصرفية وتغيير المنتجات والخدمات التي تقدمها المصارف، مثل عوامل السوق التي تدفع استراتيجية البنك لتقديم الخدمات المصرفية الإلكترونية وتشمل:

✓ المنافسة وطلبات الزبون والتكاليف. (بوراس و بريكة، 2014، الصفحات 108-109)

- ✓ خدمات أجهزة الصرافات لآلية
- ✓ بطاقة الخصم المستخدمة في موقع البيع
- ✓ خدمة الفواتير بالهاتف (Bay-By-PHONE)
- ✓ خطوط المعلومات الخاصة بالحسابات
- ✓ البطاقة البلاستيكية (جلید و برکان، 2011، صفحة 260)

ثانيا : العناصر الرئيسية للصيرفة الالكترونية

حتى يؤدي نظام الصيرفة عبر الانترنت خدماته الى العملاء بصورة جيدة يستلزم توافر مجموعة من العناصر الأساسية لتشغيل هذا النظام، والتي نذكر ما يلي: (الصفحات 109-110-111)

- الأجهزة: كالموفر وأجهزة التخزين وقنوات الاتصال والروابط وأجهزة التسديد عن بعد.
- البرامج: أنظمة التشغيل ونظم إدارة قواعد البيانات وتطبيقات الأعمال المصرفية الالكترونية وتطبيق برامج الأمن.
- البيانات: تتضمن قواعد البيانات التي تحتوي على معلومات العملاء وحساباتهم.
- الموظفين: الموظفين الكتاب وموظفي الإدارة وموظفي عمليات الكمبيوتر.

رابعاً: أشكال وقنوات الصيرفة الإلكترونية

تستخدم المصارف الإلكترونية عددا كبيرا من الأدوات التي تمكنها من تأدية هذه الخدمة بشكل يتناسب مع متطلبات العملاء، على اختلافها واختلاف ثقافتهم وقدرتهم على التعامل مع التكنولوجيا والاستفادة منها، ونوجز هذه الأدوات فيما يلي:

1-جهاز الصراف الآلي : هي أجهزة اتصال محسوبة تمكن عملاء المؤسسات المالية من الوصول للخدمات المقدمة من قبل تلك المؤسسات ، بحيث يتم التعرف على العميل بمجرد إدخال البطاقة البلاستيكية ذات الشريط المغنط (تومي و مولاي مصطفى، 2021، صفحة 627)

2-البطاقات البنكية : هي عبارة عن بطاقة بلاستيكية مغناطسية يستطيع حاملها استخدامها في شراء معظم احتياجاته أو أداء مقابل ما يحصل عليه من خدمات دون الحاجة لحمل مبالغ كبيرة ، قد تتعرض لمخاطر السرقة أو الضياع أو الإتلاف ، وتنقسم البطاقات البنكية إلى ثلاث أنواع بطاقات الدفع ، بطاقات الائتمان ، بطاقات الصرف الشهرية (براهيمي و هبال، 2020، صفحة 8)

3-المحفظة الإلكترونية : قد تأخذ المحفظة الإلكترونية شكل بطاقة بلاستيكية ممغنطة (مزودة بشريحة - رقاقة -

حاسوبية Chip)، حيث يمكن تثبيتها على الكمبيوتر الشخصي كما يمكن أن تكون قرصا مرنا يمكن إدخاله في فتحة القرص المرن في الحاسوب الشخصي ، ليتم نقل القيمة المالية (منه أو إليه) عبر الانترنت باستخدام برامج معينة ، ويمكن استخدام المحفظة الالكترونية للدفع عبر الانترنت وفي الأسواق التقليدية التي تستعمل أنظمة الدفع الإلكتروني (الجليل و بن عبد الفتاح، 2019، صفحة 258)

4-المقاصة الالكترونية : (التحويل المالي الإلكتروني) : يتم من خلالها تحويل النقود من حسابات العملاء إلى

حسابات الأشخاص أو هيئات أخرى في أي فرع ولأي بنك في دولة أخرى كدفع المرتبات الشهرية أو التزامات دورية ، ويتيح هذا النظام نقل وتحويل مبالغ مالية من حساب بنكي إلى آخر بسهولة وأمان حيث تتم المدفوعات في نفس اليوم وبنفس القيمة دون إلغاء أو تأخير . (أسماء و دومي، 2022، صفحة 469)

5-الصكوك الإلكترونية : يعتبر الشيك الإلكتروني ، أو الصك الإلكتروني ، واحدا من وسائل الدفع الإلكترونية

المهمة في العالم المالي الحديث ، حيث يستخدم في الدفعات التجارية عبر الإنترنت . يمثل الشيك الالكتروني الشيك الورقي أو التقليدي ، لكن بشكل إلكتروني ، مما يتيح للأفراد والشركات استخدامه في عمليات الدفع الإلكتروني بدلا من الشيكات الورقية التقليدية . (عمرية، 2024، صفحة 66)

6-السفتجة الإلكترونية : مثلها مثل السفتجة التقليدية تفترض السفتجة الإلكترونية وجود ثلاثة أطراف هم

الساحب ، المسحوب عليه والمستفيد ، الاختلاف بينهما فقط في أن التعامل بها يتم عن طريق وسيط وهي البنوك . لذلك يتعين أن يتعامل كل طرف من هؤلاء مع بنك (من خلال فتح حساب بنكي).يوجد نوعين من السفتجة الالكترونية ، السفتجة الإلكترونية الممغنطة والسفتجة الإلكترونية الورقية . (حفيظة، 2022، صفحة 259)

السفتجة الالكترونية الممغنطة : هي سفتجة يتم تحريرها مباشرة على دعامة ممغنطة . يقوم الساحب بالدخول إلى

قنوات اتصال خاصة يفتحها له البنك ويقوم بتعبئة السفتجة عن طريق نموذج خاص موجود لديه على جهاز الكمبيوتر ويقوم بإرسالها إلى البنك . هذا النوع من السفاتج الإلكترونية قليل التعامل به على مستوى العالم (حفيظة، 2022، صفحة 259)

السفتجة الإلكترونية الورقية : بصفة عامة ، لا يختلف تعريف السفتجة الإلكترونية الورقية عن نظيره المقدم

للسفتجة التقليدية في كونها سند يتضمن أمرا من الساحب إلى المسحوب عليه بدفع مبلغ معين في تاريخ محدد أو بمجرد الاطلاع لأمر شخص ثالث هو المستفيد.

إلا أن هناك مجموعة من الخصوصيات في السفتجة الإلكترونية الورقية نذكرها فيما يلي : أن التعامل بالسفتجة الورقية يتم من خلال البنوك . وأن معالجة السفتجة الإلكترونية الورقية يتم إلكترونياً . (حفيظة، 2022، الصفحات 259-260)

7-الصيرفة المنزلية أو المكتبية (Home and office banking) : حيث أتاحت تقنيات الاتصال الحديثة للمصارف فرصة توفير خدمات مبتكرة ، وحديثة لعملائها ومن بينها الصيرفة المنزلية عبر الانترنت وهي : ذلك الحساب الشخصي الموجود بالمنزل أو العمل أو أي مكان ، والذي يتصل بحساب المصرف ليتمكن من خلال كلمة السر Password أو أي رقم سري Number pin أو كلاهما من إتمام العملية المصرفية المطلوب (فاطمة، 2020، الصفحات 138-139)

8-الصيرفة المحمولة : (Mobile Banking) : وهي تلك الخدمات المصرفية التي تتاح من خلال التليفون المحمول ، من خلال استخدام العميل رقم سري يتيح له الدخول إلى حسابه للإستعلام عن أرصده ، وكذلك للخصم منه تنفيذاً لأي من الخدمات المصرفية المطلوبة . (الشمري و العبدالات، 2008، صفحة 31)

ثالثاً: أنماط البنوك الإلكترونية : هناك ثلاثة صور أساسية للبنوك الإلكترونية على الانترنت وهي :

-الموقع المعلوماتي : وهو المستوى الأساسي للبنوك الإلكترونية أو ما يسمى بالحد الأدنى من النشاط المصرفي الإلكتروني ، ويقوم البنك بعرض وتسويق الخدمات والمنتجات المصرفية على الانترنت (احمد و بوعكاز، 2019، صفحة 124)

-الموقع التبادلي : وهذا المستوى يمكن القول أن البنك فيه يمارس خدماته وأنشطته في بيئة إلكترونية ، حيث تشمل هذه الصورة السماح للزبون بالوصول إلى حساباته وإدارتها . (خضر، 2023، صفحة 151)

الموقع التفاعلي أو الاتصالي : يسمح هذا الموقع بنوع ما من التبادل الاتصالي بين البنك وعملائه ، ويتم هذا التبادل عن طريق البريد الإلكتروني . (عبدلي، 2017، صفحة 388)

المطلب الثالث : مكان القوة والضعف في الصيرفة الإلكترونية

تعد الصيرفة الإلكترونية ثورة في عالم المال لما توفره من سهولة وسرعة ، لكنها لا تخلو من تحديات تتعلق بالأمان والخصوصية.

الفرع الأول : مزايا وعيوب الصيرفة الإلكترونية

تعد الصيرفة الإلكترونية نقلة نوعية في عالم المال إذ توفر العديد من المزايا إلا أنها لا تخلو من عيوب قد تؤثر على ثقة المستخدمين بها

أولاً : مزايا الصيرفة الإلكترونية :

تتميز الصيرفة الإلكترونية بمجموعة من المزايا أهمها :

- انخفاض التكلفة : تتصف الوسائل الإلكترونية بدرجة أعلى من الكفاءة في توزيع وتوصيل الخدمة مما يقلل من تكلفة إجراء العملية الواحدة. (ميلي، 2021، صفحة 128)

- تقديم خدمات مصرفية كاملة وجديدة : تقدم الصيرفة الإلكترونية عمليات مصرفية جديدة من حيث الدقة والسرعة والفورية ، هذا وتستطيع تقديم جميع الخدمات التي تقوم بها البنوك التقليدية وبكفاءة عالية دون تأخير وبخصوصية وسرية تامة للعميل ودون التقيد بوقت العمل ودون الحضور الشخصي (جدو و ديقش، 2020، صفحة 89)

- الأمان والسرية : توفر الصيرفة الإلكترونية تقنيات حديثة للحماية والتشفير تجعل عمليات التحويل والمعاملات المصرفية آمنة وسرية . (عمرية، 2024، صفحة 190)

- تحقيق الميزة التنافسية : توفر عملية تسويق المصرف لخدماته من موقعه على الانترنت فرص امتلاك تنافسية تعزز من مكانته التنافسية وتؤهله إلى مستوى المعاملات التجارية العالمية كما تساهم في تعزيز رأس المال الفكري وتطوير تكنولوجيا المعلومات والاستفادة من الابتكارات الجديدة التي يمكن توظيفها في تعزيز العمليات المصرفية ، كما أن توجه المصارف العالمية نحو شبكة الانترنت وما تتميز به قدرات تنافسية تحفز المصارف الصغيرة نحو ضرورة الارتقاء إلى مستوى هذه التحديات ، ووفقاً لذلك فسيقوم المتعاملون بالمقارنة بين خدمات المصارف لاختيار الأنسب ، وبذلك تكون الانترنت عامل منافسة قويا في جذب المتعاملين (موازي، 2020، صفحة 95)

- الوظائف المقترحة من خلال التطبيقات المحمولة التي يوفرها البنك على موقعه للزبائن: تتيح للزبون عدة خيارات للحصول على خدمات البنك حسب تطلعاته وأذواقه كما أن هذه التطبيقات تطورت كثيرا لارتباطها بالتكنولوجيا الحديثة، ما يجعل الزبون أمام خدمات مصرفية عديدة ومتنوعة مقترحة على موقع البنك (سليمة، بجيقي، و بن حركات، 2017، صفحة 120)

ثانيا : عيوب الصيرفة الالكترونية

كما أن الصيرفة الالكترونية العديد من المزايا ، إلا أنها تكتسبها بعض العيوب ، ويمكن حصر سلبيات هذه الأخيرة فيما يلي : تغير

-تغير البرامج أو تغير البنك يتطلب جهد لإعادة إدخال معلومات جديدة ، ولكن هذا لا يعني زبائن المصارف التي تعتمد على أنظمة الانترنت . (الجليل و بن عبد الفتاح، 2019، صفحة 259)

-ضعف ونقص الخبرة في استخدام التكنولوجيا (ميلي، اهمية وسائل الدفع الحديثة في تحسين جودة الخدمات البنكية ، 2021، صفحة 132)

-زيادة الديون : يمكن أن تؤدي وسائل الدفع الإلكترونية إلى زيادة الديون ، حيث تسمح لحاملي البطاقات الائتمانية بالاقتراض بما يتجاوز قدرتهم المالية (راخ و قصري، 2024، صفحة 105)

الفرع الثاني: مخاطر وتحديات الصيرفة الإلكترونية

في عصر الرقمنة المتسارع أصبحت الصيرفة الإلكترونية عرضة لمخاطر وتحديات متزايدة تهدد أمن المعلومات وسلامة المعلومات.

اولا : مخاطر الصيرفة الإلكترونية

الصيرفة الإلكترونية رغم ما يمكن أن توفره من مزايا للنشاط الاقتصادي ، إلا أنها تظل محاطة من المخاطر لا يمكن مواجهتها دون وضع إطار قانوني وتقني وتطويره مع كل المستجدات ، وأهم هذه المخاطر ما يلي :

1-**مخاطر التشغيل** : تنشأ مخاطر التشغيل من عدم التأمين الكافي للنظم أو عدم ملائمة تصميم النظم والبرمجيات التي يتعامل بها المصرف أو إنجاز العمل أو أعمال الصيانة وكذا نتيجة إساءة الاستخدام من قبل العملاء (موازي، 2020، صفحة 96)

2-**مخاطر السمعة** : تنشأ مخاطر السمعة في حالة توافر رأي عام سلبي اتجاه البنك ، الأمر الذي قد يمتد إلى التأثير على بنوك أخرى ، نتيجة عدم مقدرة البنك على إدارة نظمه بكفاءة أو حدوث إختراق مؤثر لها .

وإن مخاطر السمعة تتعلق بالتطورات غير الذاتية التي يمكن أن تعترض تقديم المصرف لخدماته ومنتجاته من خلال قنوات المصارف الإلكترونية .

من هنا تكمن أهمية امتلاك المصرف لشبكة موثوق بها لدعم أنشطته في حقل المصارف الإلكترونية . كما يمكن أن تتعرض سمعة المصرف لأضرار فادحة في حال عدم توفير الخدمات المصرفية عبر الانترنت و معايير الأمان والسرية والدقة والتوقيت والاستمرارية والاستجابة الفورية لحاجات ومتطلبات عملائه (ميادة، 2015، صفحة 96)

3-المخاطر الاستراتيجية : وهي المخاطر التي تنتج عن سوء تخطيط قرارات الاستثمار في الصيرفة الإلكترونية وهي

مخاطر حديثة نسبيا وأيضا تنتج عن سوء فهم الإدارة العليا لانعكاسات استخدام التكنولوجيا الحديثة

وتختلف المخاطر الاستراتيجية عن المخاطر الأخرى كونها أكثر اتساعا وعمومية

كما أنها أكثر تأثير على كافة الأنواع الأخرى.

فالأخطاء أو الخلل في العمليات المصرفية قد تحدث نتيجة تبني استراتيجيات وخطط تقديم هذه العمليات وتنفيذها قد تقع الإدارة العليا في مثل هكذا أخطاء ، في ظل الحاجة الإدارة الملحة لتقديم الخدمات وزيادة الطلب واشتداد المنافسة بين البنوك في تقديم الخدمات من جهة أخرى ، والمخاطر الاستراتيجية كذلك ترتبط بالوقت حيث كلما تباطأت إدارة البنك في الاعتماد على التقنيات الحديثة كلما كان هناك إمكانية للوقوع في المخاطر الاستراتيجية المتزايدة على الخدمات الإلكترونية تجعل أغلب البنوك بحاجة إلى تطوير استراتيجيات لاستخدام قنوات التوزيع الإلكترونية لتلبية احتياجات العملاء مما يزيد من احتمال وقوع المصارف في المخاطر الاستراتيجية .

وعلى البنوك التجاوب مع هذه المخاطر عن طريق وضع استراتيجيات واضحة من قبل الإدارة العليا والتأكد من أن هذه الاستراتيجية تأخذ في الحسبان التأثير على الصيرفة الإلكترونية وتدعم خطة العمل من خلال أدواتها الفعالة (الدين، 2015، الصفحات 139-140)

4-المخاطر القانونية : تنشأ هذه المخاطر في حالة انتهاك القوانين أو القواعد أو الضوابط المقررة ، وبالخصوص فيما يتعلق بمكافحة تبييض الأموال ، كما أنها تقع من عدم التحديد الواضح للحقوق والالتزامات القانونية الناجمة عن عمليات الصيرفة الإلكترونية ، ومن ذلك غموض مدى توافر قواعد حماية المستهلك في بعض الدول أو لعدم الإلمام بالمعرفة القانونية لبعض الاتفاقيات المبرمة باستخدام وسائل الوسائط الإلكترونية . (الجليل و بن عبد الفتاح، 2019، صفحة 260)

ثانيا : تحديات الصيرفة الإلكترونية

من أهم العراقيل ، والصعوبات التي تواجه تطبيق الصيرفة الإلكترونية وتكنولوجيا المعلومات والاتصال ، وتعرق عمل المصارف الإلكترونية ما يلي :

1-معوقات البنية التحتية : وتشمل :

- ضعف تأهيل موظفي المصارف المشرفين على تقنية الانترنت المصرفي.

- ضعف الاستعداد التقني للمصارف عند تطبيق الانترنت المصرفي .

- تكرار تعطل نظام الانترنت المصرفي .

- صعوبة الحصول على خدمة الانترنت .

- انخفاض دور شركات الاتصالات عند تقديم خدمات الانترنت للمصارف (فاطمة، 2020، صفحة 147)

2-تسارع الإبداع والاختراعات التكنولوجية الداعمة لعمليات الصيرفة الإلكترونية مما أدى إلى حدوث تغيرات جوهرية في حجم وطبيعة المخاطر التي يتعرض لها العمل المصرفي مما زاد في التحديات التي تواجه السلطات والجهات الإدارية والرقابية للتحكم في حجم المخاطر وإدارتها ، مما يزيد من الحاجة إلى وجود إدارة كفؤة وفعالة لمراقبة المخاطر وتقييم الإجراءات التي تحد منها وبناء أسلوب متوازن بهدف تصميم أدوات وضوابط رقابية تتلاءم مع طبيعة العمل المصرفي الإلكتروني والتحديات التي تفرضها الخدمات وتكنولوجيا الإعلام والاتصال في المجال المصرفي . (الدين، 2015، صفحة 136)

المطلب الرابع: التطورات التكنولوجية المؤثرة على الصيرفة الإلكترونية

لقد أدى انتشار التكنولوجيا المالية في كل مكان إلى إحداث ثورة في التمويل وخلق تحديات تنظيمية جديدة، ومن هذه التحديات ما يلي:

1- الذكاء الاصطناعي (AI) والتعلم الآلي (ML)

صارت البنوك تطبق نظم برمجيات chatbots بنجاح لجعل عملائها ملمين بالخدمات التي تقدمها البنوك إلى جانب تداول التصرفات المالية التي لا تتطلب تدخلا بشريا مباشرا ويمكن الاستفادة من الذكاء الاصطناعي والتعلم الآلي من خلال:

روبوتات المحادثة chatbots مع عصر السرعة يتوقع العملاء اليوم ردود أفعال سريعة ، والإنسان وحده لا يستطيع مواجهة هذه المتطلبات ، مع تطورات الذكاء الاصطناعي فان تطبيقاته تسمح للشركات عبر الانترنت بدمج آلية عمل الروبوتات من أجل محاكاة الحوارات والإجابة على استفسارات العملاء وطلباتهم ، وتحقيق رضا أكبر للعميل مع تقليل الجهود والتكاليف (سفيان، 2022، صفحة 480)

كشف الاحتيال : تعتمد الأنظمة على تحليل البيانات المميزة للكشف عن المعاملات الغير العادية مثل التغيرات في الرصيد أو السحب أو الرسوم عند اكتشاف أي نمط مشبوه ، يتم تنبيه العميل لاتخاذ قرار بقبول المخاطرة أو رفضها كما يتم استخدام الذكاء الاصطناعي لتسريع مراجعة طلبات القروض والائتمان ، والتي كانت تستغرق أياما سابقا (موساوي و رباح، 2022، صفحة 18)

2-بلوكتشين (blockchain)

عندما نقول الكلمتين (block) و (chian) فإننا نتحدث عن المعلومات الرقمية (block-سجل) المخزنة بثقة في قاعدة بيانات عامة (chain-السلسلة) ، وان كانت بعض الدراسات تستخدم سلسلة الكتل فإن الثقة هي التي تمثل الدور الأول والأخير للسلسلة ولقاعدة البيانات (بوزانة و حمدوش، 2022، صفحة 110)

3-العقود الذكية (smart contracts) هي برامج حاسوبية تعمل بشكل ذاتي التنفيذ ضمن تقنية سلسلة الكتل (blockchain) وتستخدم لنقل الأصول أو العملات الرقمية بين الأطراف وفق شروط محددة . كما توفر إرشادات قابلة للتنفيذ حاسوبيا لتنظيم العقود وأيضا تقلل الحاجة إلى الوسطاء من خلال تنفيذ العقد تلقائيا وتعزز مشاركة المؤسسات والشركات في الاقتصاد الرقمي (عبير و مشراوي ، 2023، صفحة 1288)

معاملات عبر الحدود : تعد المدفوعات العابرة للحدود باهظة الثمن وبطيئة في المعاملات بسبب الحاجة إلى إشراك العديد من البنوك والعملات . هذا ما يؤدي إلى رسوم تحويل تبلغ حوالي 5 بالمئة من إجمالي المبلغ ، والتي يمكن تخفيضها باستخدام blockchain إلى 1 بالمئة مع توفير المعاملات في الوقت الفعلي (بوزانة و حمدوش، 2022، صفحة 115)

4-تواصل مالي مفتوح (open banking) : هي مشاركة البيانات المصرفية للزبون بعد أخذ إذنه أو تصريح منه مع أطراف ثالثة من شركات ومطورين بغرض بناء تطبيقات وخدمات (رشيدة، 2023، صفحة 344)

الفرص التي يتيحها التواصل المالي المفتوح

إقامة تحالفات ذات قيمة مضافة مع شركات التكنولوجيا المالية : تسعى شركات التكنولوجيا المالية للحصول على شركاء من البنوك لتوفير البنية التحتية المالية الأساسية للمنتجات والخدمات الجديدة مما يساعد البنوك في توليد مصادر دخل جديدة (رشيدة، 2023، صفحة 353)

شفافية أعلى للبيانات المالية : إن استخدام الحسابات المتصلة في الخدمات المصرفية المفتوحة ، يساعد المقرضين في الحصول على صورة أكثر دقة عن الوضع المالي للعميل ، ومستوى المخاطر ، مما يساعد في تقديم قروض أكثر ربحية (رشيدة، 2023، صفحة 351)

5-التكنولوجيا السحابية (cloud computing) :

يمكن تعريف التكنولوجيا السحابية كما يلي :

تمثل الحوسبة السحابية نموذجاً حديثاً يهدف إلى توفير موارد قابلة للتطوير ، حيث تقدم الخدمات عبر الانترنت بطريقة ديناميكية ومرنة . وقد أصبحت الحوسبة السحابية اتجاهها تقنيا محوريا ، حيث يتوقع الخبراء أن تلعب دورا رئيسيا في تشكيل عمليات تكنولوجيا الإعلام والاتصال ، فضلا عن التأثير على سوق التكنولوجيا وتعتمد تقنية الحوسبة السحابية على مجموعة متنوعة من الأجهزة ، بما في ذلك الحواسيب المكتبية والمحمولة ، والهواتف الذكية والأجهزة الرقمية المساعدة مما يتيح للمستخدمين الوصول إلى البرامج ومساحات التخزين ومنصات تطوير التطبيقات عبر الانترنت ، وذلك من خلال يقدمها مزودو الحوسبة السحابية (خرخاش و عريوة، 2017، الصفحات 3-4)

يوفر اعتماد الحوسبة السحابية العديد من الفوائد أبرزها :

أ- توفير التكاليف وتقليل النفقات : يمكن للمؤسسات خفض تكاليفها التشغيلية والرأسمالية عبر استخدام الخدمات السحابية ، حيث تدفع فقط مقابل ما تستخدمه دون الحاجة إلى استثمارات ضخمة في البنية التحتية . كما يمكنها الاستفادة من خبرات الموظفين المتخصصين في المجال دون الحاجة إلى تعيين موظفين جدد وتدريبهم وتحمل نفقات رواتبهم ، وفقا لدراسة أجرتها شركة "Gartner" فإن الأفراد العاملين في قطاع تكنولوجيا المعلومات يعدون الأكثر تكلفة ، حيث يستهلكون 41 بالمئة من ميزانية التكنولوجيا في المؤسسات . (عيسى و براق، 2022، صفحة 61)

ب-تحسين خفة الحركة : من قدرة المستخدم على إعادة تمويل موارد البنية التحتية بسرعة وبصورة غير مكلفة .

6-الدفع عبر الهاتف المحمول والمحافظ الإلكترونية

هي قناة يتفاعل معها عميل البنك عبر جهاز محمول مثل الهاتف الذكي أو المساعد الرقمي الشخصي (حسان، 2023، صفحة 203)

المحافظ الإلكترونية: أما المحفظة الإلكترونية أو الرقمية هي نظام مبني على أساس رقمي للقيام بالتبادلات والمعاملات التجارية الرقمية، وباستخدامها يمكن بسهولة القيام بعمليات الشراء من خلال الحواسيب أو الهواتف الذكية أو أجهزة التابلت، وبشكل عام يتم ربط حسابات الأفراد في البنوك مع محفظتهم الرقمية، والتي يتم فيها توثيق وحماية أموال المستهلك ومعاملاته التجارية من شراء وتبادل (الرحمن، ودان، و قيراط، 2021، صفحة 405)

7- إنترنت الأشياء (IoT) إنترنت الأشياء أو : internet of things

ويطلق عليها اختصاراً IoT وهي عبارة عن هندسة معلومات عالمية ناشئة قائمة على الإنترنت غرضها توفير بنية تحتية لتكنولوجيا المعلومات لتسهيل تبادل السلع والخدمات بطريقة آمنة وموثوقة أي أن وظيفتها هي التغلب على الفجوة بين الأشياء في العالم المادي وتمثيلها في نظام المعلومات . (مهدي و فرنان، 2021، صفحة 275)

8- التكنولوجيا الخضراء "Green Technology"

لازال هناك غموض في مفهوم التكنولوجيا الخضراء حيث استخدمت العديد من المصطلحات لوصفه أهمها التكنولوجيا النظيفة والتي تشمل أربع قطاعات أساسية هي الطاقة ، النقل ، المياه والموارد ، ويمكن تعريف التكنولوجيا الخضراء على أنها أي منتج أو عملية تساهم في التقليل من الآثار السلبية على البيئة وهي التقنيات التي تهدف إلى التخفيف من آثار تغيرات المناخ ومحاولة التكيف معها، الاستخدام الأمثل للطاقة الموارد المتاحة ، الإدارة المستدامة للنفايات ، وتشمل التكنولوجيا الخضراء مختلف العمليات والمنتجات الابتكارية التي تستخدم بأسلوب يحافظ على الموارد الطبيعية والبيئة ، والتي تسمح بالتقليل من كمية النفايات والتلوث الناجم عن عمليات الإنتاج والاستهلاك (حسينة، 2020، صفحة 9)

المبحث الثاني: ماهية جودة الخدمة المصرفية

تزداد الحاجة يوماً بعد يوم للخدمات التي تقدمها المؤسسة المالية وغير المالية فقد نذهب يوماً لأحد البنوك أو الإدارات الخدمية للحصول على خدمة معينة ونخرج بانطباع رائع عن تلك الخدمات التي يقدمها البنك أو الإدارة، وقد يحدث العكس تماماً إن هذا الانطباع الذي نخرج به يعكس مدى ما توليه الإدارة لمعايير الجودة الحديثة وجودة الخدمات المقدمة للزبائن.

المطلب الأول: عموميات حول جودة الخدمة المصرفية

تعد جودة الخدمات المصرفية من الركائز الأساسية لرضا العملاء واستمرار ولائهم في بيئة مالية تتسم بالتنافس والتطور المستمر.

الفرع الأول: تعريف الخدمة والخدمة المصرفية

تعد الخدمة عنصراً حيويًا في مختلف القطاعات حيث تقدم حلولاً مخصصة لتلبية احتياجات العملاء بشكل مباشر ودون انتقال للملكية المادية.

أولا تعريف الخدمة:

التعريف الأول: يرجع أصل كلمة "خدمة" أو "service" إلى اللغة اللاتينية *servicium* التي تعني العبودية، أي كثرة خدمة الأسياد "الملوك" ، أما في النشاط الاقتصادي فإن السيد هو المستهلك أو الزبون (العربي، 2015، صفحة 362)

التعريف الثاني : عرفها قاموس أكسفورد 1995 على انها "التصور الفعلي لمجموعة أو فئة الأهداف الموضوعية عن طريق توحيد مجموعة من المظاهر المختلفة واعتبر أن هذا التصور الفعلي يقدم من قبل الزبائن والعمال والمساهمين في المنظمة ، أو من خلال الخدمة المحفوظة في أذهانهم (فائزة و بوقرة، 2014، صفحة 19)

التعريف الثالث : هي كل عمل او انجاز يمكن لطرف أن يقدمه لطرف آخر ، يكون أساسا غير ملموس لا ينتج عنه تملك لأي شئ ، وقد يرتبط تقديمه بمنتج مادي (الزهران و معين السيد، 2021، صفحة 78)

نستنتج من هذه التعاريف أن الخدمة هي نشاط يقدم من طرف إلى طرف آخر يهدف إلى تلبية احتياجات أو تحقيق أهداف مجموعة معينة من خلال مجموعة من المظاهر غير الملموسة ، التي تقدم من قبل الأفراد أو المنظمات، ولا ترتبط بإنتاج شئ مادي ملموس ، بل تقاس من خلال الأثر أو القيمة المحققة للمستهلك أو الزبون

ثانيا : تعريف الخدمة المصرفية

ثم نتطرق لتعريف الخدمة المصرفية

الخدمة المصرفية لها عدة تعاريف نذكر منها ما يلي:

التعريف الأول : هي مجموعة من الأنشطة والعمليات ذات المضمون المنفعي الكامن في العناصر الملموسة وغير الملموسة المقدمة من المصرف ، والتي يدركها المستفيد من خلال ملاحظها وقيمتها النفعية والتي تشكل مصدرا لإشباع حاجاتهم ورغباتهم المالية والائتمانية الحالية والمستقبلية وفي نفس الوقت تشكل مصدرا لأرباح المصرف من خلال العلاقة التبادلية بين الطرفين (مختارية، 2022، صفحة 182)

التعريف الثاني : عبارة عن مجموعة أنشطة تتعلق بتحقيق منافع معينة للزبون في مجال العمليات البنكية ، سواء كان ذلك بمقابل مادي أو دونه ، فقد يقوم البنك أحيانا بتقديم خدماته مجانا للزبون (حساني و بوكثير ، 2018، صفحة 584)

التعريف الثالث : هي مختلف الأنشطة التي تمارسها البنوك سواء كانت ملموسة أو غير ملموسة بهدف اشباع حاجات ورغبات الزبائن ، وتحقيق أرباح للمصرف (هاجر و حريري، 2021، صفحة 104)

ونستنتج من هذه التعاريف أن الخدمة المصرفية هي مجموعة من الأنشطة والخدمات الملموسة وغير الملموسة التي يقدمها المصرف لتلبية احتياجات العملاء المالية والائتمانية الحالية والمستقبلية ، سواء كانت هذه الخدمات مجانية أو بمقابل مادي .

ثالثا : خصائص الخدمة المصرفية

تمتاز الخدمات المصرفية بعدة خصائص تميزها عن غيرها منها :

-الخدمات المصرفية غير ملموسة ، حيث لا يمكن للشخص أن يلمس الخصائص النفعية لهذه الخدمة كما هو الحال بالنسبة للسلعة المادية (بوراس و بريكّة، 2014، صفحة 118)

-التلازم : لأن الإنتاج والاستهلاك (التوزيع) للخدمة المصرفية متزامنان ، إذ أن الاهتمام الرئيسي لرجل التسويق هو في العادة خلق المنفعة الزمانية والمكانية ، وهذا يعني أن الخدمة ملائمة في المكان والزمان الصحيحين ، كما تتطلب الخدمات المصرفية حدوث تفاعل بين العميل والبنك مقدم الخدمة ، حيث يعد العميل نفسه عاملا مشاركا في عملية تقديم الخدمة (فائزة و بوقرة، 2014، صفحة 21)

-الفناء: تتميز الخدمات بخاصية تعرضها للزوال أو الهلاك عند استخدامها إلى جانب عدم إمكانية خزنها ، ولاتشكل هذه الخاصية أية مشكلة إذا كان الطلب مستمر إلا أن التقلب في الطلبات وعدم استمراريتهما بوتيرة واحدة يجعل شركات الخدمة تواجه بعض الصعوبات (المحمودي، 2014، صفحة 20)

-لا يمكن للموظف المصرفي إنتاج عينات من الخدمة وارسالها للعميل للحصول على موافقته عن جودتها قبل الشراء (الحاج و مديوني ، 2011، صفحة 6)

-المسؤولية الائتمانية : ان من أولى أولويات أي مصرف سواء كان تجاريا أو غير تجاري و حماية ودائع زبائنه والحفاظة على السرية المصرفية للزبائن وعدم افشاء أسرارهم ، مما يزيد من ثقة الزبائن في المصارف التي يتعاملون معها (الزهراء و معين السيد، 2021، صفحة 79)

الفرع الثاني ماهية جودة الخدمة المصرفية

أولا : مفهوم جودة الخدمة المصرفية

تعرف جودة الخدمة بعدة من التعاريف منها :

التعريف الأول : هي مقياس للدرجة التي يرقى إليها مستوى الخدمة المقدمة للعملاء ليقابل توقعاتهم وبالتالي فإن تقديم خدمة مصرفية ذات جودة متميزة يعني تطابق مستوى الجودة الفعلي مع توقعات العملاء لأبعاد جودة الخدمة المقدمة (محبوب و داودي، 2013، صفحة 154)

التعريف الثاني : هي التفوق على توقعات الزبون أي أن البنك يتفوق في خدماته التي يؤديها فعليا على مستوى

التوقعات التي يحملها الزبون اتجاه هذه الخدمات (الزهران و معين السيد، 2021، صفحة 80)

التعريف الثالث : هي قدرة البنك على توفير خدمات تحقق اشباع الزبون ، تقاس الجودة من خلال ما يقدمه

البنك من خدمات تلقى قبولا لدى الزبائن (محلوس، بقاط، و دوه، 2021، صفحة 117)

ونستنتج من هذه التعاريف أن جودة الخدمة المصرفية هي قدرة البنك على تقديم خدمات تلبي أو تفوق توقعات

العملاء من خلال تحقيق التوافق بين الخدمة المقدمة والتوقعات المرجوة ، بما يضمن رضا وولاء العملاء ويعكس تميز

البنك في مستوى أدائه وجودته.

ثانيا : أهمية جودة الخدمة المصرفية

تبرز أهمية جودة الخدمة البنكية فيما يلي :

-**تخفيض التكاليف التسويقية :** تعمل الخدمات ذات الجودة العالية على تخفيض التكاليف التسويقية ، حيث

تعتبر تكلفة الحصول على زبون جديد أعلى بخمسة أضعاف من الحفاظ على الزبون الحالي أن البنك ينفذ

نشاطات إعلانية أقل للحفاظ على الزبون الحالي مقارنة مع ما ينفقه للحصول على الزبائن الجدد ، وبالتالي فإن

الزبائن الذين يستلمون خدمات بنكية ذات جودة عالية يعملون كمسوقين للبنك عن طريق إخبار تجاربهم للبيئة

المحيطة بهم كما أنهم يستمرون بطلب الخدمات من البنك نفسه . (حساني و بوكثير، 2018، صفحة 587)

-**سمعة المصرف :** يستمد المصرف سمعته من مستوى جودة سلعه وخدماته ويكتسب منافع عديدة من حصوله

على السمعة الجيدة ، مثل جذب الموظفين ذوي الخبرة ، وزيادة مبيعات السلع والخدمات ، وسهولة الحصول على

القروض من المؤسسات المالية .

وفي الوقت الحالي هناك الكثير من المصارف التي حققت سمعة جيدة وشهيرة واسعة بسبب المستوى المرتفع

لجودة منتجاتها مثل شركة Mercedes لصناعة السيارات وهذا يعني أن مستوى الجودة المرتفع يضفي صفة

السمعة ذات الانتشار الواسع لعلامة المنظمة . (مراد، 2014، صفحة 22)

-**تحقيق الميزة التنافسية :** تحقيق ميزة تنافسية فريدة عن بقية البنوك وبالتالي مواجهة الضغوط التنافسية ، وتخفيض

التكاليف بسبب انخفاض الأخطاء في العمليات المصرفية ، وإتاحة الفرصة للحصول على أسعار وعملات أكبر ،

وزيادة قدرة البنك على الاحتفاظ بالزبائن الحاليين وجذب زبائن جدد وبيع خدمات مصرفية إضافية جديدة ،

إضافة إلى جعل الزبائن بمثابة مندوبي مبيعات للبنك من خلال توجيه وإقناع زبائن جدد من الأصدقاء والزملاء .

كما تتحقق الميزة التنافسية من خلال امتلاك البنوك لتكنولوجيا متطورة وتحكم أفضل في نظام المعلومات وأساليب

الاتصال من جهة والتميز في نوعية وجودة الخدمة ، والسرعة في تقديمها والاتصال مع الزبائن لتلبية احتياجاتهم

ومتطلباتهم من جهة أخرى . فجودة الخدمة المصرفية تعد سلاحا تنافسيا فاعلا تأخذ به البنوك كوسيلة لتمييز خدماتها عن منافسيها لتعظيم أرباحها (الهام، 2016، صفحة 40)

المطلب الثاني: أساسيات جودة الخدمة المصرفية

تعتبر جودة الخدمة المصرفية من العوامل الحيوية التي تحدد نجاح المؤسسات المالية حيث تعتمد على تلبية احتياجات العملاء بكفاءة وشفافية مع تقديم خدمات متميزة

الفرع الأول : أبعاد ومستويات جودة الخدمة المصرفية

تعتبر أبعاد جودة الخدمات المصرفية من العوامل الجوهرية التي تحدد مستوى رضا العملاء.

أولا : أبعاد جودة الخدمة المصرفية

تتمثل أبعاد جودة الخدمة المصرفية في:

الثقة : وتعني القدرة على إنجاز الخدمة كل بشكل مستقل ودقيق (قايدي و بن خزناجي ، 2016، صفحة 143)

الملموسية : وتعرف الملموسية بوصفه مظهرا خارجيا للتسهيلات المادية والمستلزمات المادية والأشخاص وموارد الإتصال ، كل هذه تزودنا بإيضاح مادي وتصور للزبون عن الخدمة ، وخاصة الزبون الجديد الذي سيستخدمها في تقييم الجودة ، وصناعات الخدمة التي تركز على الملموسية في استراتيجياتها تتضمن خدمات المطاعم والفنادق والمصارف وغيرها ، وغالبا ما تستخدم المصارف الملموسية لتحسين صورتها وتؤمن التواصل ومؤشرا للجودة للزبون . (خيرة و ضبيان، 2021، صفحة 54)

الاستجابة : وهي القدرة على التعامل الفعال مع كل متطلبات الزبائن ، والاستجابة لشكاوهم والعمل على حلها بسرعة وكفاءة بما يقنعهم بأنهم محل تقدير واحترام من قبل المصرف الذي يتعاملون معه (الزهران و معين السيد، 2021، صفحة 80)

الاعتمادية : القدرة على إنجاز الخدمة المطلوبة باعتمادية ودقة وثبات (الهام، 2016، صفحة 38)

الأمان : ويعني الاطمئنان النفسي والمادي بأن الخدمة المقدمة تخلو من الخطأ أو الخطر وأن العميل لن يتعرض للابتزاز أو الاعتداء على حقوقه وكرامته . (مراد، 2014، صفحة 79)

اللباقة : وتعني أن يكون موظفي البنك وخاصة من لهم اتصال مع العملاء على قدر من الاحترام وحسن المظهر ، والتمتع بروح الصداقة والود والاحترام للعملاء ، وتقدير ظروفهم والتعاطف معهم . (ليلي، 2013، صفحة 72)

سرعة الاستجابة من قبل العاملين : وتشير الى رغبة واستعداد العاملين بالبنك في تقديم الخدمة ومساعدة العملاء والرد على استفساراتهم والسرعة في أداء الخدمة والاستجابة الفورية لطلب العميل . (فائزة و بوقرة، 2014، صفحة 23)

الكفاءة : امتلاك المهارات والمعارف اللازمة لتقديم الخدمة ، تمتع موظفي الاتصال المباشر بالزبائن بالقدرة على الاتصال ، القدرات البحثية للبنك (حساني و بوكثير، 2018، صفحة 589)

ثانيا: مستويات جودة الخدمة المصرفية

باعتبار أن جودة الخدمات المصرفية تتعلق بمدى توافق توقعات الزبون مع ما تم أدائه وإدراكه فعلا من طرفه ، فإنه يمكن تحليل جودة الخدمات المصرفية إلى المستويات التالية :

1- جودة الخدمة المتوقعة

عادة ما تبني توقعات الزبائن للجودة من خلال عمليات تقديم الخدمات أساسا ، التي بدورها قد تتأثر بعمليات الإشهار أو اتصالات الكلمة المنطوقة أو التجارب السابقة بالإضافة إلى عوامل أخرى كالديكور الداخلي للبنك ، سلوك العمال وتعاملهم مع الزبائن ، كل هذا من شأنه أن يؤثر على درجة جودة الخدمة المتوقعة لدى الزبائن (سعاد و شبيبة ، 2022، صفحة 453)

2-الجودة المدركة : وهي ما تدركه إدارة المصرف في نوعية الخدمة التي تقدمها لعملائها ، والتي تعتقد أنها تشبع حاجاتهم ورغباتهم بمستوى عال (خيرة و ضبيان، 2021، صفحة 55)

3-الجودة الفعلية : وهي تلك الجودة التي تؤدي بها الخدمة البنكية فعلا ، أي تقديم الخدمة طبقا للمواصفات التي حددها الزبائن (عمر و سكر، 2020، صفحة 227)

4-جودة المواصفات والمقاييس : وهي الجودة التي تصدر عن هيئات الواصفات والمقاييس المالية والمصرفية (احمد ، 2019، صفحة 434)

5-الجودة المروجة للزبائن : وتعني المعلومات الخاصة بالخدمة وخصائصها وما تعهد المصرف تقديمه ، والتي يتم نقلها إلى العملاء مت خلال المزيح الترويجي من إعلان وترويج شخصي ومطبوعات (مصطفى، 2019، صفحة 167)

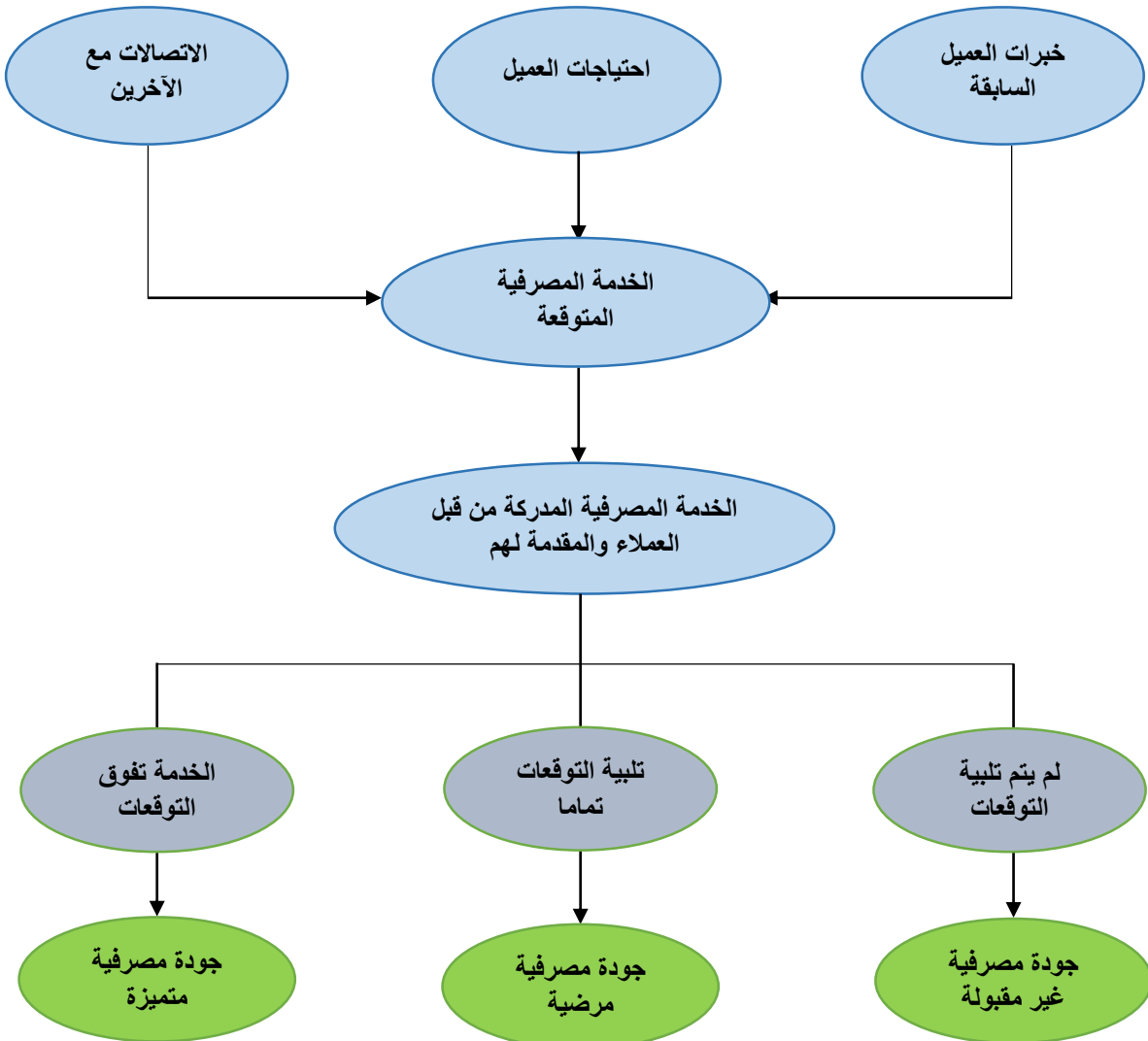
الفرع الثاني محددات وعوامل المؤثرة في جودة الخدمات المصرفية

تتمثل جودة الخدمات المصرفية أحد الركائز الأساسية لنجاح القطاع المصرفي إذ تتأثر بعدة محددات وعوامل تساهم في تحسين تجربة العملاء وتعزيز قدرتها التنافسية

أولاً : محددات جودة الخدمة المصرفية

كما تعرف جودة الخدمة المصرفية مقياس لدرجة رقي الخدمة المقدمة للزبون ليقابل توقعاتهم بالتالي فان تقديم خدمة مصرفية ممتازة يعني تطابق مستوى الجودة الفعلي مع توقعات الزبائن لأبعاد جودة الخدمة المقدمة وتقديم خدمات تفوق تلك التوقعات في حين أن عدم تحقيق تلك التوقعات يعني جودة غير مقبولة، ويمكن توضيح ذلك من خلال الشكل التالي (محبوب و داودي، 2013، صفحة 154)

شكل رقم 1: محددات جودة الخدمات المصرفية



المصدر: (محبوب و داودي، 2013، صفحة 155)

ثانيا: العوامل المؤثرة في جودة الخدمات المصرفية:

تتأثر جودة الخدمات المصرفية بمجموعة من المقاييس كالتالي:

1-**المنافسة** : تعتبر المنافسة من أهم السمات الظاهرة في النظام المصرفي وذلك نتيجة لمرونة التعامل فيه والسرعة في التغيير والتنوع مع ضرورة الاستعداد التام للتعامل مع أية ظواهر قد تصدر عن البنوك المنافسة ، كما يعد عامل المنافسة من أقوى العوامل التي تدفع البنوك للتقدم اسرع لاستعمال الانترنت ووسائل الاتصال الحديثة لتقديم الخدمات (راشدي، 2019، صفحة 21)

2-**التغير في سلوك العملاء** : ان أكثر ما يغير في سلوك العملاء هو ما يتطلب في اكتساب المعرفة في كيفية استعمال الأجهزة الحديثة والبطاقات المصرفية عند الانتهاء من إجراءات التعامل ، مما يؤدي الى نشر ثقافة التعامل الصحيحة والمضبوطة في كيفية استخدام هذه التقنيات والتعامل معها مع الادراك أن سلوك العملاء يتأثر بما يحدث في المحيط البيئي (مصطفى، 2019، صفحة 168)

3-**تعميق الولاء**: تحرص البنوك بصفة دائمة على تعميق العلاقة بينها وبين العملاء لخلق نوع من الولاء للبنك، وبما ان الانترنت تعمل على زيادة فرص اتصال العميل بمصرفه للحصول على خدماته في أي مكان وفي أي زمان، ذلك يؤدي الى توطيد العلاقة بينهما وخلق نوع من الولاء المتجدد (راشدي، 2019، صفحة 21)

4-**علاقات العميل والجودة**: المهمة الرئيسية للتسويق تكمن في جذب العميل مع الحفاظ على استمرارية العلاقة معه والحرص على ارضائه كليا عن الخدمات التي يقدمها، على اعتبار ان العميل يضع الجودة في مقدمة أولوياته (مصطفى، 2019، صفحة 168)

المطلب الثالث: قياس جودة الخدمة المصرفية

إن قياس ومعرفة مستوى الجودة الخدمات التي يقدمها البنك لعملائه تعتمد على نماذج وقياس والتي على أساسها يتم معرفة مستواها، ومن خلال هذا المطلب سيتم تحديد أهم طرق ونماذج قياس جودة الخدمات المصرفية

الفرع الأول نماذج قياس جودة الخدمات المصرفية

تتعدد نماذج وأساليب قياس جودة الخدمات المصرفية وذلك لتعدد الدراسات التي تناولت هذا الموضوع فمنهم من ركز على مفهومين لقياس جودة الخدمة فقط ومنهم من تعداها لأكثر من ذلك، فإن من بين اهم نماذج ومداخل قياس جودة الخدمة نذكر ما يلي:

أولاً: مقياس الفجوة Servqual Measure

حيث يستخدم هذا الأسلوب للوصول على فهم أفضل التوقعات وإدراكات العملاء، ويحتوي هذا الأسلوب على استبيان يحتوي على اثنتا وعشرون عبارة وهو مصمم ليغطي خمسة أبعاد للجودة الخدمة (العناصر الملموسة، الاعتمادية، الاستجابة، التأكيد، التعاطف)

وباستخدام هذا الأسلوب يمكن ان يعرف البنك المجالات التي تتميز بها أو ذات مستوى أقل من التوقعات الزبائن ويمكن استعمال الأسلوب لتوجيه الجودة مع الزمن أو مقارنة الأداء مع المنافسين، كما يستخدم لتحسين الأداء، ويؤكد هذا المقياس على ضرورة تقديم جودة عالية من الخدمات للعملاء، ويحدد خمس فجوات بين التوقعات من مستوى الخدمة وإدراكات العميل عن التقديم الفعلي للخدمة، وتمثل هذه الفجوات في: (راشدي، 2019، صفحة 24)

الفجوة الأولى : وهي الفجوة بين توقعات العميل وادراك الإدارة ، تحدث حين لايتفهم المدير في البنك التي تدل على الجودة العالية للخدمة التي يرغب فيها العملاء (راشدي، 2019، صفحة 24)

الفجوة الثانية : الفرق الناشئ عند ترجمة الإدارة لتوقعات الزبون كما تدركها إلى مواصفات ، حيث تبين من مقابلات مع المسيرين استحالة ترجمة كل توقعات العملاء إلى مواصفات لأسباب مثل تذبذب الطلب أو عدم انتظامه أو عدم توفر اليد العاملة المدربة أوحى نقص التزام المسيرين . (صالح، 2014، صفحة 56)

الفجوة الثالثة : تمثل الفرق بين مواصفات جودة الخدمة والخدمة المقدمة بالفعل (فجوة أداء الخدمة) (عابد و نور الدين، 2022، صفحة 82)

الفجوة الرابعة : تتأثر توقعات الزبائن بالتصريحات والإعلانات والإشهارات التي تخص البنك محل الخدمة ، فإذا ظهر للعميل ما يخالف توقعاته من حيث عدم المطابقة أو المبالغة في شكل وقيمة الخدمة فإن العميل سيستغني كليا أو جزئيا عن إقتناؤه للخدمة (الدين ع.، 2021، صفحة 61)

الفجوة الخامسة: وتعني أن الخدمة المدركة لا تتطابق مع الخدمة المتوقعة ، وهذا ناتج عن اختلاف ادراك الزبون لجودة الخدمة التي تحصل عليها فعلا عن الجودة المتوقعة ، وتقع هذه الفجوة بسبب كل أو بعض الفجوات السابقة (راوية، 2014، صفحة 69)

ثانيا- نموذج الاتجاه (servper)

نتيجة للنقد الموجه إلى مقياس SERVPERF ، لجأت بعض الدراسات الأخرى إلى استخدام مقياس الأداء الفعلي SERVPERF ، والذي يركز على الأداء الفعلي للخدمة المقدمة ، مع الأخذ في الاعتبار أنه يمكن الحكم على جودة الخدمة مباشرة من خلال اتجاهات العملاء ويمكن التعبير عن ذلك بالمعادلة التالية :

جودة الخدمة = الأداء المتميز

يتميز هذا المقياس ببساطته وسهولة استخدامه ، فضلا عن زيادة درجة المصدقية والواقعية ولكنه غير قادر على مساعدة الإدارة في الكشف عن جوانب القوة والضعف في الخدمة المقدمة والتي تتعلق بالجوانب المتعدد الخدمة (جاسم، 2022، صفحة 196)

ثالثا- نموذج كانو (KANOS MODEL)

لقد وضع العالم الياباني (Noriaki kano) وفريق عمل مكون من ثلاثة علماء هم (N.Seraku,F.takahah,S.Tsuji) مخطط للنموذج يوضح متطلبات الزبون لجودة المنتجات على وفق دراسة "Attractive quality and must-be quality" والمنشورة في مجلة المجتمع الياباني للرقابة على الجودة عام 1992 وعلى وفق هذه الدراسة التي ميزت ست مجاميع لخواص او صفات الجودة المرتبطة برضا الزبون تم تطوير نموذج كانوا من قبل (Sourewein et ai. 1996) لتصنيف متطلبات جودة المنتج إلى ثلاث فئات :

1-متطلبات ضرورية : وهي تلك الخصائص الأساسية المفترض توافرها بالخدمة وهي التي تعطي قيمة له وتتصف بكونها (ضمنية ، بديهية ، ليست خاصة ، واضحة)

2-متطلبات أحادية البعد: وهي متطلبات خاصة تطلب عادة من قبل الزبون وتتصف بكونها (ناطقة بالجودة، محددة، قابلة للقياس فنية)

3-متطلبات جذب وهي متطلبات مميزة للمنتج او الخدمة والتي يكون لها تأثير كبير جدا على رضا الزبون وتتصف بكونها (متميزة، تشد انتباه الزبون، تسبب الابتهاج للزبون)

يساعد نموذج كانوا في فهم توقعات الزبائن وتطوير المنتجات بشكل ديناميكي لتلبية رضاهم، كما يشير Sommerville and Craig إلى أن هذا التصنيف مفيد لتحسين جودة المنتج وزيادة القدرة التنافسية من خلال معرفة تأثير المتطلبات المختلفة على رضا المستخدمين (سفيان ب.، 2023)

رابعاً- المدخل الإتجاهي :

يرتكز هذا المدخل على أساس أن جودة الخدمة تمثل مفهوماً اتجاهياً يتصل بالرضا ولكنه ليس مرادفاً له، كما أنه يرتبط بإدراك العميل للأداء الفعلي للخدمة المقدمة، فالبرغم من أن الباحثين يعترفون بأهمية إدراك العملاء لجودة الخدمة، إلا أنهم يرون أن لكل من جودة الخدمة ورضا العميل مفهوماً يختلف عن الآخر.

والنفسير الشائع لهذا الاختلاف يتمثل في أن الجودة الخدمة كما يقيّمها ويدركها العملاء هي شكل من أشكال الاتجاه الذي يعتمد على عملية تقييم تراكمية بعيدة المدى.

أما الرضا فإنه يمثل حالة نفسية عابرة وسريعة الزوال. ويرى باحثون آخرون أن العملاء يشكلون اتجاهاتهم إتجاه الخدمة على أساس خبراتهم السابقة، ولهذا فإن هذا الاتجاه يتكيف طبقاً لمستوى الرضا الذي حققه من خلال تعامله مع المؤسسة الخدمية وقد أكدت نتائج عدد من الدراسات كفاءة استعمال الأداء الفعلي للخدمة المدركة من قبل العملاء كمقياس لجودة الخدمة (ليلي، 2013، صفحة 74)

الفرع الثاني : مقومات وأساليب تحسين جودة الخدمات المصرفية

أضحى الزاماً على المصارف أن تسعى بخطوات متسارعة نحو تطوير جودة الخدمات المصرفية المقدمة ، حتى تستطيع أن ترتقي إلى مستويات التحدي التي تواجه النظام المصرفي خلال القرن الحادي والعشرين ، ويمكن في هذا الخصوص تحديد عدد من الأساليب لتحسين جودة الخدمات المصرفية ، والتي تتمثل فيما يلي :

أولاً: مواكبة أحدث التطورات التكنولوجية في العمل المصرفي :

لا شك أن أهم ما يميز العمل المصرفي في الوقت الحالي هو تعاظم دور التكنولوجيا المصرفية والعمل على تحقيق الاستفادة القصوى من ثمار التكنولوجيا المعلومات والاتصالات ، من أجل تطوير نظم ووسائل تقديم الخدمات المصرفية وابتكار تطبيقات جديدة للخدمة المصرفية تتسم بالكفاءة والسرعة في الأداء ، بما يتلائم مع الإيقاع المتسارع للصناعة المصرفية في القرن الحادي والعشرين .

كما اهتمت الدول المتقدمة بشكل خاص بتكثيف الاستخدام الأحدث تقنيات المعلومات والاتصالات في المجال المصرفي ، لتحقيق هدف انخفاض العمليات المصرفية التي تتم داخل فرع المصرف ، حيث أصبحت معظم العمليات تتم بواسطة قنوات إلكترونية مثل : أجهزة الصراف الآلي ونقاط البيع الإلكترونية (مصطفى، 2019،

ثانياً: إضافة خدمات جديدة إلى نطاق المنتجات المصرفية (توسيع نطاق الخدمات)

في ظل تميز الخدمة الجديدة بحيث تجذب انتباه واهتمام العملاء ، وتخلق عندهم الرغبة في الشراء ، فإن توسيع نطاق الخدمات المعروضة هي إستراتيجية موجهة في الغالب نحو هذا النوع من العملاء، أما الذين لا يحتفظون بحسابات مع المصرف فلا بد من بذل جهود ترويجية لإبلاغهم بتشكيلة الخدمات المقدمة (محبوب و داودي، 2013، صفحة 104)

ثالثاً تحفيز وتدريب الموظفين :

يهدف دفع الموظفين لتقديم أفضل المهارات والأفكار في مجال الإبداع في تقديم الخدمات المصرفية للزبائن ، على الإدارة أن تقوم بتحفيز الموظفين وتدريبهم على حسن معاملة الزبون والتعاطف معه بما ينعكس على تحسين جودة رابعا: تطوير التسويق المصرفي :

يعد تبني مفهوم التسويق المصرفي الحديث أمراً ملحا في ظل التطورات المتلاحقة التي تشهدها الساحة المصرفية ، والتي تبلور أهم ملامحها في احتدام المنافسة ، حيث يساهم هذا المفهوم في زيادة موارد البنك ومن ثم تحقيق التوازن في هيكل موارد البنك واستخداماته وهو ما يساعد على تحسين الجودة في الخدمات ومن أهم ركائز وخصائص التسويق المصرفي الحديث التي يجب التركيز عليها :

- المساهمة في اكتشاف الفرص الاقتصادية ودراساتها وتحديد المشروعات الجيدة بما يكفل إيجاد عميل جيد.
- تصميم مزيج الخدمات المصرفية بما يكفل هذا التنوع أشباع رغبات واحتياجات العملاء بشكل مستمر يحقق رضا العميل ، وذلك بعد القيام بدراسة وافية لاحتياجات العملاء.
- صناعة العميل بالسعي نحو العميل المرتقب . (عامر، 2020، صفحة 134)

المبحث الثالث: أساليب تحسين جودة الخدمة المصرفية

إن نمو وتطور القطاع المصرفي يعد نتيجة حتمية للتطورات الاقتصادية ، وفي ظل اشتداد حدة المنافسة الناتجة عن التقدم التكنولوجي في مختلف القطاعات ، يسعى القطاع المصرفي لاسيما إدارات البنوك إلى تقديم خدمات ذات جودة عالية تلبى احتياجات العملاء وتحقق رضاهم وبعد تحقيق هذا الرضا هدفا استراتيجيا تسعى إليه المؤسسات المصرفية لتعزيز ولاء العملاء وضمان استمرارية تعاملهم

المطلب الأول: دور الصيرفة الإلكترونية في تحسين الكفاءة التشغيلية

تلعب الصيرفة الإلكترونية دورا محوريا في تحسين الكفاءة التشغيلية من خلال تسريع العمليات وتقليل التكاليف وتحسين جودة الخدمات المصرفية

أولا: مفهوم الكفاءة التشغيلية

التعريف الأول: تعرف الكفاءة التشغيلية بأنها العلاقة بين كمية الموارد المستخدمة والنتائج المحققة ، حيث يتم تحسين المخرجات أو تقليل المدخلات اللازمة للوصول إلى مستوى معين من الإنتاج . ويتم قياسها من خلال نسبة المخرجات الفعلية إلى أقصى إنتاج ممكن باستخدام الموارد المتاحة (شريفة و سليمان، 2013، صفحة 160)

التعريف الثاني: هي مجموعة من الاستراتيجيات والتقنيات التي تستخدم لتحقيق الهدف الأساسي ، وهو تقديم منتجات عالية الجودة للعملاء بأفضل طريقة ممكنة من حيث التكلفة والوقت المناسب . (زغبة و نعيجة ، 2020، صفحة 291)

التعريف الثالث: تعرف الكفاءة التشغيلية في المصارف على أنها القدرة على تحقيق أعلى مستوى من الإنتاج بأقل تكلفة ممكنة، وتختلف المصارف عن المؤسسات الأخرى في استخدام عوامل الإنتاج، حيث تعتمد بشكل أساسي على رأس المال والودائع لتمويل القروض وتقديم الخدمات المصرفية. وبالتالي، فإن كفاءة المصرف الإنتاجية لا تختلف كثيرا عن نظيراتها في المؤسسات الاقتصادية الأخرى. (شنة و احمد، 2022، الصفحات 978-979)

ونستنتج من هذه التعاريف ما يلي:

ان الكفاءة التشغيلية هي القدرة على تحقيق أقصى مستوى من الإنتاج باستخدام الموارد المتاحة بأفضل طريقة ممكنة، وذلك من خلال تعظيم المخرجات أو تقليل المدخلات مع الحفاظ على جودة المنتجات أو الخدمات المقدمة.

ثانيا: مساهمة الصيرفة الإلكترونية في تحسين الكفاءة التشغيلية

يؤدي توظيف تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في القطاع المصرفي دورا مهما في تحسين الكفاءة التشغيلية فيما يلي:

1- السرعة: تعد السرعة من العوامل الأساسية في تحسين الخدمات المصرفية، حيث تساهم بشكل كبير في راحة العملاء والحفاظ على وقتهم.

فبفضل التكنولوجيا، يمكن إجراء مختلف العمليات المالية بسرعة وكفاءة ، مثل الاطلاع على الرصيد أو تنفيذ التحويلات الإلكترونية خلال لحظات ، مما يجعل المعاملات أكثر سهولة وسلاسة

2-تقليل وقت الانتظار : يتيح استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات تنفيذ العمليات المصرفية بشكل فوري ، مما يساعد على تلبية طلبات العملاء بسرعة ويقلل من الحاجة إلى الانتقال بين الفروع المختلفة. هذا يقلل من هدر الوقت ويحسن من تجربة العملاء ، حيث يتمكنون من إنجاز معاملاتهم في أي وقت ومن أي مكان دون الحاجة إلى انتظار طويل (هاجرة و حريري، 2021، صفحة 107).

3-تحسين الأداء : يعد الأداء مفهوما إداريا يعكس قدرة المؤسسة على تحقيق أهدافها بكفاءة وفعالية ، وذلك من خلال الاستغلال الأمثل للموارد المتاحة . كما يعكس الأداء قدرة المصرف على التكيف والاستمرار في بيئة متغيرة ، حيث يعتبر النمو انعكاسا مباشرا للطريقة التي تدار به الموارد البشرية والمادية ومدى استغلالها بفعالية لتحقيق الأهداف طويلة الأمد .

تعد البنوك مؤسسات تسعى إلى تحسين أدائها المالي من خلال تعزيز دورها في تقديم الخدمات المالية. ومن الوسائل التي تعتمد عليها في ذلك، إصدار أدوات ومنتجات إلكترونية تتضمن رسوما متعددة، مثل رسوم الإصدار ورسوم الاشتراك وتبادل البيانات والمعلومات المصرفية. كما تساهم هذه التكنولوجيا في تطوير المنتجات التمويلية الحديثة مثل بطاقات الائتمان. (بنعمر، 2023، صفحة 27)

4-تخفيض التكاليف: يعد استخدام تكنولوجيا الاتصال والمعلومات عاملا رئيسيا في تحسين جودة الخدمات

المصرفية وتوسيع نطاقها، مما يعزز استفادة العملاء من هذه الخدمات بمرونة وسهولة أكبر. إذ تتيح الرقمنة للمصارف تطوير خدماتها وإضافة خدمات استثنائية جديدة، مما يمنح العملاء تجربة مصرفية أكثر كفاءة.

تساهم هذه التقنيات في تسهيل الوصول إلى المعلومات وتعزيز الاستجابة الفورية لاحتياجات العملاء، وذلك من خلال توفير بيانات دقيقة وموثوقة في الوقت المناسب.

كما أن اعتماد نماذج توزيع إلكترونية للخدمات المصرفية يرفع من مستوى ولاء العملاء ورضاهم، نظرا لسرعة الأداء وانخفاض التكاليف.

يرى خبراء التسويق أن تحسين كفاءة الشبكات يسهم في تقليل النفقات التشغيلية، وبتيح فرصة نقل البيانات بكفاءة عالية وتكلفة منخفضة، مما يساعد المصارف على بناء قاعدة عملاء أوسع.

وفقا لدراسة اجراها الباحثان Elissar Toufaily و NaoufelDaghfou ، فإن اعتماد المتزايد على تكنولوجيا المعلومات والاتصالات يزيد من احتياجات العملاء إلى خدمات مخصصة ، مما يعزز دور المصارف في توفير تجربة أكثر تكيفا مع متطلبات السوق (مصطفى، 2019، الصفحات 196-197)

5-فتح أسواق جديدة وتوسيع نطاق الخدمات:

يشير بعض الباحثين في مجال التسويق إلى أن الابتكار داخل المؤسسات يساهم في دخول أسواق جديدة ، سواء كانت محلية أو دولية . إضافة إلى ذلك ، فإن توسيع قنوات التوزيع يساهم في زيادة الحصة السوقية ، مما يتيح الوصول إلى شرائح استهلاكية جديدة عبر مناطق جغرافية أوسع ، وبالتالي تحقيق انتشار جغرافي أكبر .

من هذا المنطلق ، يمكن للمصرف الذي يعتمد على قنوات التوزيع الإلكترونية والاتصالات أن يتجاوز العوائق الجغرافية والزمنية ، مما يمكنه من التوسع في الأسواق الجديدة ، وهذا لا يساعد فقط في الحفاظ على العملاء الحاليين ، بل يساهم أيضا في استقطاب فئات مستهلكين جدد في الأسواق المحلية والعالمية . كما أن زيادة الاعتماد على المعاملات المصرفية عبر الانترنت تؤثر بشكل إيجابي في فتح آفاق سوقية جديدة للمصرف .

إلى جانب ذلك ، تلعب التكنولوجيا دورا محوريا في تعزيز مستوى الخدمات التي تقدمها المؤسسات لعملائها ، مما يمنحها ميزة تنافسية تمكنها من التفوق على منافسيها .وتساعد التقنيات الحديثة في تنظيم بيئة العمل بشكل متكامل وأكثر إنتاجية وإبداعا . وبالنسبة للقطاع المصرفي ، فإن الاعتماد على الانترنت يتيح فرصا واسعة لتوسيع نطاق المنتجات المقدمة ، مما يساعد في تقديم عروض مميزة تتماشى مع احتياجات العملاء ،

وبالتالي تعزيز مكانة المصرف في السوق مقارنة بالمنافسين الرئيسيين (تومي و مولاي مصطفى، 2021، صفحة 630)

المطلب الثاني: دور الصيرفة الإلكترونية في تعزيز الشمول المالي

أصبحت الصيرفة الإلكترونية أداة فعالة في تعزيز الشمول المالي من خلال توسيع الوصول إلى الخدمات المصرفية لفئات أوسع من المجتمع.

أولاً: مفهوم الشمول المالي

تعددت التعريفات التي تناولت موضوع الشمول المالي من منظمتي (OECD)

والشبكة الدولية للتثقيف المالي (INFE) بأنها: العملية التي يتم من خلالها تعزيز الوصول إلى مجموعة واسعة من الخدمات والمنتجات المالية الرسمية والخاضعة للرقابة بالسعر المعقول، والشكل الكافي وتوسيع نطاق استخدام هذه المنتجات من قبل شرائح المجتمع المختلفة من خلال تطبيق مناهج مبتكرة تضم التوعية والتثقيف المالي وذلك بتعزيز الرفاهية المالية والاندماج الاجتماعي والاقتصادي (مليكاوي و طويل، 2022، صفحة 13) يتطور مفهوم الشمول المالي ليشمل ما يلي:

1- الوصول إلى الخدمات المالية: يعني مدى قدرة الأفراد على استخدام الخدمات المالية التي توفرها المؤسسات الرسمية. ويستلزم ذلك تحليل مستويات الوصول إلى هذه الخدمات، بما في ذلك فتح حسابات المصرفية واستخدامها، إضافة إلى التكاليف المصحبة لها، مثل رسوم الحسابات ومدى انتشار نقاط الخدمات المصرفية وأجهزة الصراف الآلي. كما يتطلب هذا البعد توفير بيانات توضح إمكانية الوصول إلى الخدمات المالية والمعلومات التي تقدمها المؤسسات المالية.

2- استخدام الخدمات المالية: يعد وضع مؤشرات لقياس جودة الخدمات المالية أمراً ضرورياً لضمان تحسين إمكانية الوصول إلى هذه الخدمات. فقد شهدت السنوات الخمس عشرة الماضية تطوراً كبيراً في مفهوم الشمول المالي، حيث أصبح التركيز منصبا على جودة وتنوع الخدمات المالية بما يشمل تسهيل الوصول إليها وضمان توفر العوامل الضرورية لاستخدامها، مثل البنية التحتية للخدمات المالية وحماية المستهلك والاستقرار المالي. (مليكاوي و طويل، 2022، صفحة 14)

ثانياً: مساهمة الخدمة المصرفية في تحسين الشمول المالي

تؤدي الخدمات المصرفية دورًا محوريًا في تعزيز الشمول المالي أي إتاحة الوصول إلى الخدمات المالية بأسعار معقولة لجميع فئات المجتمع، خاصة الفئات المهمشة أو غير المتعاملين مع البنوك وتتمثل المساهمة في:

1. التوسع في الخدمات المصرفية الرقمية

• الحسابات الرقمية: توفير حسابات بنكية عبر الهاتف المحمول

• المحافظ الإلكترونية: تمكين غير المتعاملين مع البنوك من إجراء المعاملات عبر.

• الدفع الإلكتروني: تقليل الاعتماد على النقد، مما يسهل شمول أصحاب الدخل المنخفضة.

2. تبسيط متطلبات فتح الحسابات

• إلغاء الشروط المعقدة: بعض البنوك تتيح فتح حسابات بدون حد أدنى للرصيد أو بمستندات بسيطة (مثل بطاقة التعريف الوطني).

• الحسابات البريدية: الاستفادة من شبكة مكاتب البريد لتوسيع نطاق الوصول، خاصة في المناطق الريفية.

3. الخدمات المصرفية للفئات المهمشة

• المرأة: تخصيص منتجات مالية للنساء (مثل قروض المشروعات الصغيرة) لتمكينهن اقتصاديًا.

• اللاجئين والمهاجرون: بعض البنوك تسمح بفتح حسابات بوثائق بديلة (مثل جواز سفر اللجوء).

• أصحاب الدخل غير المنتظمة: تقديم حسابات وقروض مرنة للعاملين في القطاع غير الرسمي.

4. التمويل الأصغر والقروض الصغيرة

• قروض المشروعات المتناهية الصغر: تمويل الأفراد الذين لا يستطيعون تقديم ضمانات تقليدية، عبر برامج مثل "مشروعك" في مصر أو "بنك الأمل" في الأردن.

• الشراكات مع الجمعيات الأهلية: الوصول إلى المجتمعات المحلية عبر منظمات غير ربحية.

5. التوعية المالية

• برامج تعليمية: ورش عمل حول الادخار، الائتمان، والاستثمار الأساسي لغير المتعاملين مع البنوك.

• الشمول الرقمي: تدريب كبار السن أو الأميين على استخدام الخدمات الإلكترونية.

6. الشمول المالي الجغرافي

• فروع متنقلة: وحدات بنكية متنقلة تصل إلى القرى النائية.

7. الشراكات مع القطاع الخاص والتكنولوجيا المالية (FinTech)

• التحالفات مع شركات FinTech: مثل شراكات البنوك مع منصات الدفع الإلكتروني أو التأجير التمويلي.

• البيانات البديلة: استخدام تاريخ المعاملات غير التقليدية (مثل فواتير الهاتف) لتقييم الجدارة الائتمانية.

جميع هذه العوامل تلعب دورا مهما في تحسين معدلات الشمول المالي، من خلال تعزيز الاستخدام الفعلي للخدمات المالية الإلكترونية وتوسيع نطاق الاستفادة منها (مليكاوي و طويل، 2022، صفحة 15) تساهم المعاملات المصرفية الإلكترونية في تعزيز الشمول المالي من خلال عدة مؤشرات منها:

- نسبة البالغين الذين يمتلكون على الأقل نوعا واحدا كحساب وديعة ويديرونه بانتظام
- نسبة البالغين الذين لديهم نوع واحد على الأقل كحساب ائتمان منتظم
- عدد حاملي بطاقات التأمين لكل 1000 شخص بالغ
- عدد معاملات الدفع التي تتم عبر الهواتف المحمولة
- نسبة البالغين الذين يجرون تحويلات مالية محلية أو دولية.

جميع هذه العوامل تلعب دورا مهما في تحسين معدلات الشمول المالي، من خلال تعزيز الاستخدام الفعلي للخدمات المالية الإلكترونية وتوسيع نطاق الاستفادة منها (مليكاوي و طويل، 2022، صفحة 15).

المطلب الثالث: دور الصيرفة الإلكترونية في تعزيز العلاقة مع العملاء

تساهم الصيرفة الإلكترونية في تعزيز العلاقة مع العملاء من خلال توفير خدمات مصرفية سهلة وسريعة تلبي احتياجاتهم على مدار الساعة.

أولا: تعريف سلوك العميل

هناك عدة تعاريف على سلوك العميل نذكر منها ما يلي

التعريف الأول سلوك العميل يشمل الأفعال والتصرفات التي يقوم بها تجاه الخدمة المصرفية، ويعبر عن تفاعله مع هذه الخدمة. يعد هذا السلوك نشاطا خارجيا يتأثر بعوامل خارجية ونفسية متعددة مثل الدوافع، ومستوى التعليم، والإدراك، والتصورات الذهنية، تهدف هذه العوامل مجتمعة إلى تحقيق الإشباع وتلبية توقعات العملاء، مما يساهم في تعزيز رضاهم عن الخدمة المقدمة. (احمد ا.، 2019، صفحة 436)

التعريف الثاني يعرف kotler رضا العملاء على أنه الشعور بالسعادة والارتياح للعملاء نتيجة تأدية وإنجاز معاملاتهم، ويتحقق ذلك بالتوافق بين توقعات العميل ومقدار ما يحصل عليه من الجهة المقدمة للخدمة (مختار، 2022، صفحة 185)

يقدم الذكاء الاصطناعي حلولاً متعددة في المجال المصرفي ، حيث يستخدم في معالجة العديد من التحديات التي تواجه البنوك ومن أبرز هذه الاستخدامات :

1- كشف الاحتيال: تعتبر تطبيقات الكشف عن الاحتيال في القطاع المصرفي من أهم مكونات نظام إدارة الاحتيال، حيث يقوم البرنامج على مجموعة من البيانات المميزة من المعاملات أو تطبيقات القروض، فعندما ينحرف أي حدث مصرفي مثل الرصيد أو السحب أو الرسوم عن الأنماط المحفوظة في البرنامج سيكون للتعامل خيار قبول هذا الإخطار أو رفضه. (موساوي و رباح، 2022، صفحة 18)

2- المشورة الآلية والمساعدة الافتراضية : المساعدة الافتراضية أو كما تسمى روبوتات المحادثة تعتبر شكل جديد من أشكال وكيل خدمة الخطوط الأمامية تتضاعف بشكل ملفت للانتباه في خدمات البيع بالتجزئة ومن المتوقع بحلول عام 2025 أن 95 بالمائة من تفاعلات العملاء عبر الانترنت ستكون مدعومة بروبوتات المحادثة. مما قد يساهم في 112 مليار في مبيعات التجزئة ، يمكن لروبوتات المحادثة الذكية الإجابة عن 80 بالمائة على الأقل من استفسارات العملاء وهي متاحة على مدار الساعة طوال أيام الأسبوع (علاق و دريد، 2022، صفحة 716)

خلاصة الفصل

استعرض هذا الفصل الدور الحيوي الذي تلعبه الصيرفة الإلكترونية في تحسين جودة الخدمات المصرفية حيث أبرز كيف أن اعتماد التقنيات الرقمية قد أسهم في تحويل أساليب تقديم الخدمات من الطرق التقليدية إلى نماذج أكثر كفاءة ومرونة وجودة مميزة وتناول الفصل مزايا الصيرفة الإلكترونية مثل تقليل الزمن اللازم لإتمام المعاملات وتوفير خدمات مصرفية آمنة وسريعة على مدار الساعة ، فضلا عن تنوع قنوات الوصول كالمواقع الإلكترونية وتطبيقات الهواتف الذكية ، كما أشار إلى أثر هذه التطورات في تعزيز رضا العملاء وزيادة ولائهم مما يدعم الكفاءة التشغيلية ويرفع من مستوى التنافسية في القطاع المصرفي.

الفصل الثاني

استخدام بنك خارجي جزائري للصيرفة
الالكترونية في تحسين الخدمة المصرفية

بعد دراسة الجانب النظري لموضوع دور الصيرفة الإلكترونية في تحسين جودة الخدمات المصرفية ، سيتم من خلال هذا الفصل التطبيقي إسقاط ما تم الوصول إليه نظريا على ما هو موجود في الواقع ، لذلك قمنا بدراسة ميدانية للبنك الخارجي فرع بسكرة من أجل التعرف على أهم المنتجات والخدمات الإلكترونية المتوفرة لدى البنك الخارجي وتناسبها مع الزبائن والتطلع إلى تحسين جودتها لكسب رضا الزبون وقد كان البنك الخارجي فرع بسكرة من السباقين لتطوير خدماته ومواكبة الجديد في مجال التكنولوجيا المصرفية ، ينقسم هذا الفصل إلى مبحثين :

-المبحث الأول تقديم البنك الخارجي الجزائري فرع ولاية بسكرة وينقسم هذا المبحث إلى مطلبين (2) سيخصص المطلب الأول لتقديم ماهية البنك الخارجي الجزائري فرع بسكرة أما المطلب الثاني سيتناول الخدمات الإلكترونية المقدمة من طرف البنك.

-المبحث الثاني: وسائل الدفع الخاصة ببنك الخارجي فرع بسكرة ينقسم هذا المبحث إلى مطلبين (2)، سيتناول المطلب الأول وسائل الدفع الإلكترونية المستعملة في بنك الخارجي الجزائري فرع بسكرة من أنواع البطاقات وتطورها في السنوات الأخيرة والخدمات التي يقدمها الموقع الإلكتروني الخاص بالبنك أما المطلب الثاني سيتناول دور الصيرفة الإلكترونية المعتمدة لدى بنك دراسة الحالة في تحسين جودة الخدمات المصرفية

المبحث الأول: تقديم البنك الخارجي فرع ولاية بسكرة

يعتبر البنك الخارجي الجزائري (BEA) أحد أهم البنوك العمومية في الجزائر ، حيث ساهم منذ تأسيسه في دعم المبادلات التجارية وتمويل الاقتصاد الوطني ، ومن بين فروع المنتشرة عبر الوطن نجد فرع بسكرة الذي يكتسي أهمية خاصة بحكم موقعه الجغرافي للولاية كما يعمل على تقديم خدمات متنوعة تستجيب لاحتياجات الزبائن مع سعي دائم لتحسين جودة الخدمات وتبني الوسائل الحديثة على غرار الصيرفة الإلكترونية .

المطلب الأول: ماهية بنك خارجي فرع بسكرة

البنك الخارجي بسكرة هو مؤسسة مالية تقدم خدمات مصرفية متنوعة للأفراد والشركات في ولاية بسكرة .

أولا : نشأة البنك الخارجي الجزائري

تم إنشاء البنك الجزائري الخارجي بتاريخ 1 أكتوبر 1967 (بموجب الأمر رقم 67-204) ، في شكل شركة وطنية.

في سنة 1970، تم تكليف بنك الجزائر بجميع العمليات المصرفية مع الدول الأجنبية التي تقوم بها أهم الشركات الوطنية في الجزائر.

في عام 1989، تغير وضع البنك ليصبح شركة مساهمة مع الاحتفاظ بنفس الغرض الأولي.

في عام 2008، احتل البنك الجزائري الخارجي المرتبة الأولى بين البنوك المغاربية واحتل المرتبة السادسة ضمن أفضل 200 بنك أفريقي حسب مجلة Jeune Afrique.

في عام 2011، افتتحت BEA أول وكالة خدمة ذاتية في الجزائر وكان رأس مالها 76 مليار دينار.

في عام 2019، قامت BEA بزيادة رأس مالها من 150 مليار دينار جزائري إلى 230 مليار دينار جزائري. وتعتبر هذه الزيادة في رأس المال جزءًا من استراتيجية التنمية الدولية.

يملك بنك الجزائر الخارجي 117 وكالة موزعة عبر التراب الوطني. بالإضافة إلى المديرية العامة (1)، المديريات الملحقة (6)، ومختلف المديريات الإقليمية والجهوية (11). (معلومات من البنك)

أما فيما يخص الاستراتيجية التوسعية لبنك BEA فإن أبرز ما يوحى للإستراتيجية التوسعية للبنك هو رفع رأس ماله الاجتماعي من قيمة 150 مليار دج إلى ما قيمته 230 مليار دج بعد الجلسة المؤرخة في 9 جويلية 2018 وهذا التطور سيسمح للبنك بتوسيع نطاق نشاطاته في الخارج ودعم موارده الموجهة للتمويل والإقراض منها

الفصل الثاني استخدام بنك خارجي جزائري للصيرفة الالكترونية في تحسين الخدمة المصرفية

الاستثمارية حيث يهدف البنك إلى إعادة الانتشار الخارجي وهو ما يتطلب سقفا معتبرا من الأموال ، ويعد إجراء رفع رأس المال خطوة نهائية لتفعيل مسار فتح وكالات البنك في الخارج إلى جانب تمويل القروض الموجهة للاقتصاد كما سيسمح بدعم موقع المؤسسة المصرفية على المستوى العربي الافريقي إذ يرتقي البنك من المرتبة العاشرة إلى السابعة في ترتيب أهم البنوك في القارة الإفريقية ولولوج السوق الدولية قام البنك بفتح أول وكالة وهي في باريس - فرنسا (يوسف، علام، و خليفي، 2018، الصفحات 24-25)

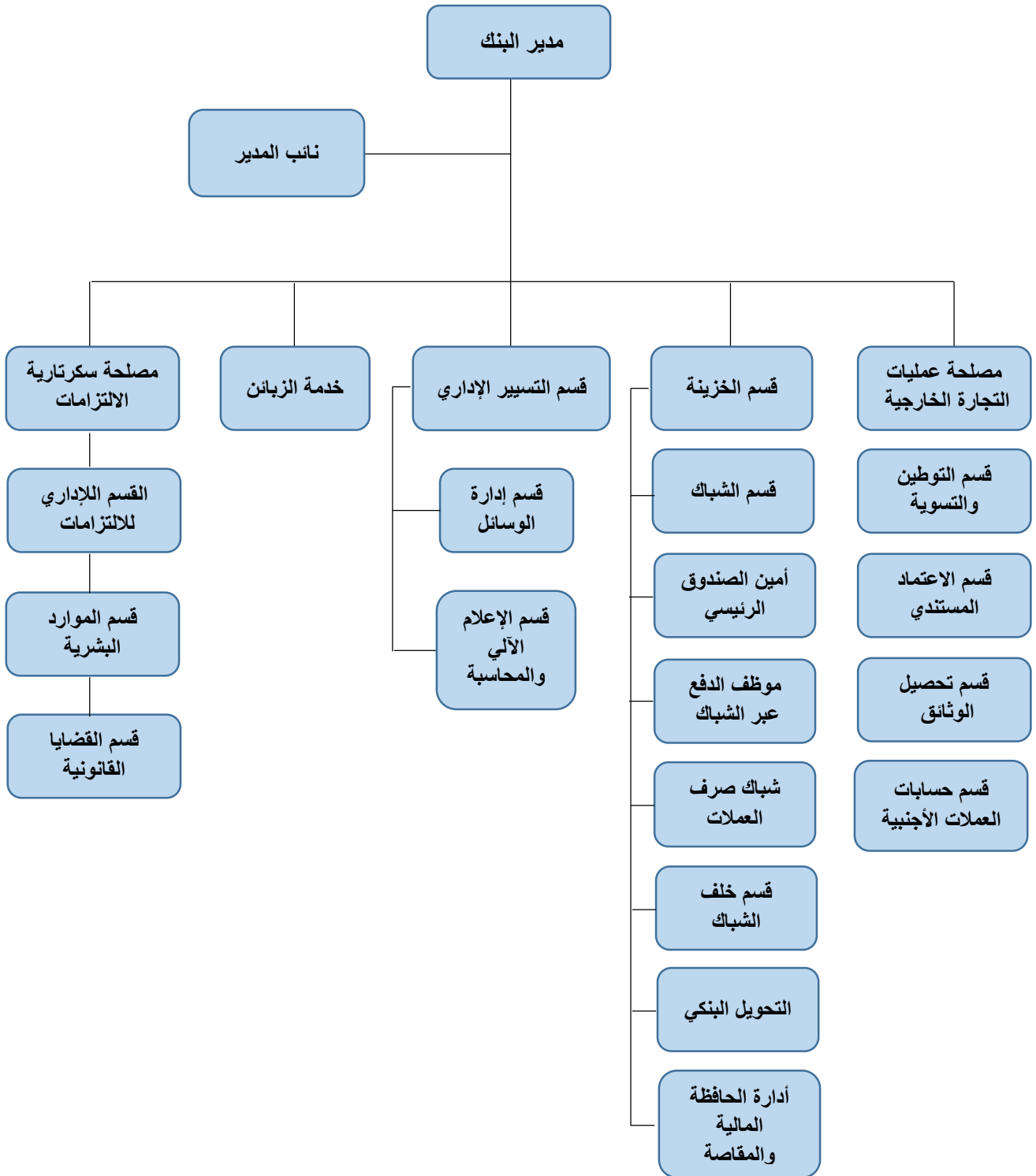
ثانيا: أهداف البنك

- الاستقرار المالي: ضمان حماية الودائع وحسن سير النظام المصرفي.
- تحقيق الربحية والنمو: زيادة الأرباح مع الحفاظ على نمو مستدام.
- دعم الاقتصاد: تمويل المشاريع الاقتصادية وتنشيط حركة الاستثمار.
- الابتكار والرقمنة: تطوير الخدمات المصرفية لتواكب التحولات التكنولوجية.
- الامتثال للقوانين: الالتزام بالقوانين المصرفية لتفادي المخاطر النظامية.
- تعزيز الشمول المالي: توفير الخدمات المصرفية لجميع فئات المجتمع.(معلومات من البنك)

ثالثا: وظائف البنك

1. جمع الودائع: توفر البنوك مكاناً آمناً لتخزين الأموال للأفراد والشركات.
2. منح القروض: تمويل الشركات والأفراد لتحقيق مشاريعهم أو لتلبية احتياجاتهم المالية.
3. إدارة المدفوعات: تسهيل عمليات الدفع عبر التحويلات البنكية، الشيكات، البطاقات المصرفية، والمدفوعات الإلكترونية.
4. الوساطة المالية: ربط المدخرين بالمستثمرين الباحثين عن التمويل.
5. تداول العملات: إدارة عمليات تحويل العملات الأجنبية وتسهيل التجارة الدولية.
6. إدارة المخاطر المالية: توفير أدوات التأمين والحماية ضد تقلبات أسعار الفائدة أو الصرف.
7. خلق النقد: تساهم البنوك في عملية خلق النقد من خلال منح القروض.
8. تقديم الاستشارات المالية: دعم العملاء في اتخاذ القرارات الاستثمارية وإدارة أموالهم. (معلومات من البنك)

شكل رقم 2: الهيكل التنظيمي للبنك الخارجي فرع بسكرة



المصدر (معلومات من البنك)

مهام مدير الوكالة:

- 1- تسيير الوكالة وتطبيق استراتيجية البنك
- 2- المصادقة على مختلف المعاملات والوثائق البنكية
- 3- يتأسس لجنة دراسة طلبات التمويل والقروض
- 4- مراقبة مختلف مؤشرات الأداء
- 5- توسيع قاعدة العملاء وتحقيق الأهداف السنوية

مهام نائب المدير:

- 1- المساعدة في الإدارة العامة: دعم المدير في اتخاذ القرارات والإشراف على تنفيذ السياسات المصرفية
- 2- الإشراف على العمليات اليومية: متابعة أداء الموظفين وضمان تحقيق الأهداف التشغيلية
- 3- إدارة العلاقات مع العملاء: معالجة المشكلات المعقدة وتقديم حلول لضمان رضا العملاء
- 4- التنسيق بين الأقسام: ضمان التواصل الفعال بين مختلف الإدارات داخل البنك
- 5- متابعة الامتثال والرقابة: التأكد من الالتزام بالقوانين المصرفية والسياسات الداخلية.

قسم الإدارة:

- 1- تسيير الموارد البشرية على مستوى الوكالة
- 2- تسيير ميزانية تجهيزات الوكالة
- 3- عملية الجرد السنوية للتجهيزات
- 4- الإعلام وتوزيع مختلف اللوائح

قسم الصندوق:

- 1- عمليات السحب والتحويل
- 2- المقاصة الإلكترونية
- 3- معاملات الخزينة العمومية.
- 4- المعاملات النقدية مع بنك الجزائر
- 5- طلب وتسليم دفاتر الشيكات

قسم التجارة الخارجية:

- 1- الإشراف على عمليات سحب وتحويل العملة الأجنبية
- 2- الإشراف على حسابات العملة الأجنبية
- 3- التوطين البنكي
- 4- تنظيم وتحويل المستندات المتعلقة بالتجارة الخارجية
- 5- معاملات العملة الأجنبية مع بنك الجزائر

قسم العلاقات مع العملاء:

- 1- الاستقبال اليومي وتوجيه العملاء نحو مختلف العروض والخدمات البنكية
- 2- فتح وتسيير الحسابات
- 3- تقديم وتسيير خدمات الصيرفة الإلكترونية.

مصلحة الالتزامات:

دراسة وتسيير وتنظيم مختلف الملفات:

- 1- قروض المؤسسات الناشئة المصغرة ودعم تشغيل الشباب
- 2- قروض طويلة ومتوسطة الأجل للمؤسسات
- 3- القروض الاستهلاكية وقروض السكن
- 4- النزاعات

- متابعة شروط وكيفية فتح وتسيير حسابات الزبائن (معلومات من البنك عن طرق المقابلة)

المطلب الثاني: الخدمات الإلكترونية المقدمة من طرف البنك

تعد الخدمات الإلكترونية المصرفية من أبرز التحولات الرقمية التي انتهجها البنك الجزائري حيث تهدف إلى تسهيل العمليات البنكية وتوفير الوقت والجهد للزبائن.

أولاً: الخدمات المصرفية عبر الهاتف النقال:

الخدمات المصرفية عبر الهاتف النقال هي وسيلة حديثة تمكن العملاء من إدارة حساباتهم البنكية وإجراء المعاملات المالية بسهولة وأمان باستخدام هواتفهم الذكية.

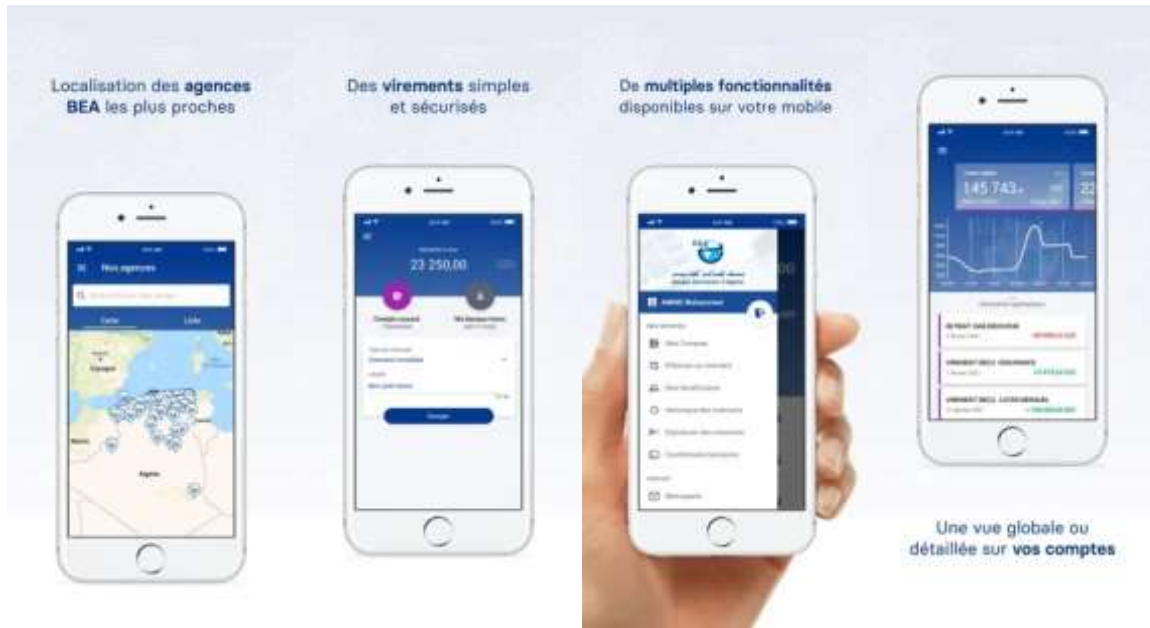
1-1- تطبيق BEA MOBILE:

من خلاله يقوم الزبون بالعمليات التالية:

- عرض أرصدة الحسابات والمعاملات الأخيرة.
- تنزيل وتحرير كشف الحساب البنكي بصيغة PDF
- التحويلات إلى مختلف الأرصدة البنكية الأخرى عبر الإنترنت ببضع نقرات.
- التواصل مع البنك عبر الرسائل.
- طلب البطاقة المصرفية. ودفتر الشيكات.
- عرض ومشاركة رقم التعريف البنكي RIB.
- اتباع سعر الصرف.

إيجاد جميع فروع البنك عبر التراب الوطني في خريطة

شكل رقم 3: تطبيق BEA MOBILE



المصدر معلومات من البنك

شكل رقم 4: تطبيق WIMPAY BEA



المصدر معلومات من البنك

هي خدمة بنكية للدفع بدون تلامس تعتمد على تصوير (مسح) رمز الإستجابة السريعة، يمكن تحميلها مجاناً من [Play Store](#) و [App Store](#). يعرضها حصرياً بنك الجزائر الخارجي على زبائنه من فئة الأفراد، المهنيين والمؤسسات.

وظائف تطبيق الدفع بدون تلامس: WIMPAY BEA:

- إجراء عمليات الدفع عن طريق رموز الاستجابة السريعة (QR-code).
- إجراء عمليات التحويل لمستخدمي. "WIMPAY-BEA"
- طلب الأموال من مستخدم آخر لخدمة. "WIMPAY-BEA"
- تسيير الميزانية.
- الاطلاع على الرصيد.
- الاطلاع على كشف العمليات المنجزة.
- القيام بمعاملات دفع مشترياتكم وفواتيركم (سونلغاز، الوكالة الوطنية لتحسين وتطوير السكن "عدل"، اتصالات الجزائر، موبيليس، جيزي، شركة الجزائرية للحياة).



ثالثا الخدمات المصرفية عبر الموقع الإلكتروني:

عبر خدمة BEA-NET والتي تتيح خدمات بنكية للعملاء الفرديين، أصحاب المهن والمؤسسات

جدول 1 : الخدمات المصرفية عبر الموقع الإلكتروني

<p>الاشتراك الذهبي: 600 دج</p> <p>بالإضافة إلى الخدمات الفضية:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● مراقبة معاملات الدفع الإلكتروني (البطاقات المستحقة) ● طلب دفاتر الشيكات ● طلب بطاقات الائتمان ● معارضة الشيكات والبطاقات المصرفية ● التحويلات بين الحسابات (داخلية لنفس العميل) ● التحويل إلى المستفيدين (داخل البنوك وبين البنوك) 	<p>الاشتراك الفضي: 400 دج</p> <ul style="list-style-type: none"> ● استشارة الأرصدة والتاريخ ● وحركات الحسابات ● تنزيل وتحرير كشوف ● الحساب (تنسيق PDF) ● تحرير التفاصيل المصرفية ● المراسلة (البريد الإلكتروني) ● قائمة الوكالات 	<p>خاص</p> 
<p>الاشتراك الذهبي: 700 دج</p> <p>بالإضافة إلى الخدمات الفضية:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● الدمج الإحصائي للحسابات ● مراقبة معاملات الدفع الإلكتروني (البطاقات المستحقة) ● طلب دفاتر الشيكات ● طلب بطاقات الائتمان ● معارضة الشيكات والبطاقات المصرفية ● التحويلات بين الحسابات (داخلية لنفس العميل) ● التحويل إلى المستفيدين (داخل البنوك وبين البنوك) 	<p>الاشتراك الفضي: 450 دج</p> <ul style="list-style-type: none"> ● استشارة الأرصدة والتاريخ ● وحركات الحسابات ● تنزيل وتحرير كشوف ● الحساب (تنسيق PDF) ● تحرير التفاصيل المصرفية ● المراسلة (البريد الإلكتروني) ● قائمة الوكالات 	<p>المهنيين والتجار</p> 
<p>الاشتراك الفضي: 1200 دج</p> <p>بالإضافة إلى الخدمات الفضية:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● الدمج الإحصائي للحسابات ● ترتيب دفاتر شيكات ● معارضة الشيكات والبطاقات المصرفية ● التحويلات بين الحسابات (داخل البنوك) ● التحويل إلى المستفيدين (داخل البنوك وبين البنوك) ● الدفع الإلكتروني للضرائب (تحويل DGI محدد) ● التحويلات المتعددة (EDI) 	<p>الاشتراك الفضي: 1000 دج</p> <ul style="list-style-type: none"> ● استشارة الأرصدة والتاريخ ● وحركات الحسابات ● تنزيل وتحرير كشوف ● الحساب (تنسيق PDF) ● تحرير التفاصيل المصرفية ● المراسلة (البريد الإلكتروني) ● قائمة الوكالات 	<p>المؤسسات</p> 
<ul style="list-style-type: none"> ● إرسال ملفات نموذجية متعددة (تحميل الملفات) ● تنزيلات الملفات (رسائل Swift، وملفات رد المبالغ المدفوعة، وإشعارات المعاملات) 		

المصدر معلومات من البنك

ملاحظة: تخضع جميع العمولات على العمليات البنكية لضريبة القيمة المضافة بالسعر الحالي (TVA 19%). (معلومات من البنك)

المبحث الثاني : وسائل الدفع الخاصة ببنك الخارجي فرع بسكرة

يقدم فرع بنك الجزائر الخارجي في بسكرة مجموعة من وسائل الدفع المصرفية التي تهدف إلى تسهيل المعاملات المالية للعملاء ، تشمل هذه الوسائل البطاقات البنكية المتوفرة على مدار الساعة

المطلب الأول : وسائل الدفع الإلكترونية المستعملة في بنك الجزائري فرع بسكرة

من خلال الزيارة الميدانية لبنك الخارجي فرع بسكرة تبين ما يلي :

أولا بطاقات الدفع الإلكتروني بالعملة الوطنية:

يقدم البنك الخارجي بسكرة مجموعة من البطاقات نذكر منها ما يلي:

1-البطاقة الكلاسيكية:

تعد بطاقة Cip Classique الخيار المثالي للعمليات المصرفية اليومية حيث يتم إصدارها مجاناً بصلاحيّة تمتد لسنتين مما يجعلها في متناول الجميع تتميز هذه البطاقة بسقف استعمال قابلة للتخصيص حيث يصل سقف الدفع إلى 49000 دج لتناسب احتياجات كل زبون كما توفر تسعيرة موحدة ومناسبة وتتيح لحاملها تسديد الفواتير وإجراء المدفوعات الإلكترونية بسهولة وأمان .

2-البطاقة الذهبية :

تقدم بطاقة CIB GOLD من البنك الخارجي الجزائري تجربة مصرفية راقية ومزايا متعددة يتم إصدارها مجاناً بصلاحيّة تمتد لسنتين مع إمكانية تحديد سقف استخدام مخصصة حسب احتياجات الزبون حيث يصل سقف الدفع إلى 200000 دج كما تتيح لحاملها تسديد الفواتير والقيام بالمدفوعات الإلكترونية بكل امان وسهولة.

- بطاقات الدفع الإلكتروني الدولية بالعملة الصعبة ماستر كارد:

1- بطاقة بلاتينيوم (Platinum)

تعد بطاقة بلاتينيوم الدولية من بنك الجزائر الخارجي وسيلة دفع عصرية ومرنة ، تتيح لحاملها إمكانية الدفع عن بعد وعلى الانترنت عبر مختلف أنحاء العالم وخدمة الاعتراض مجانية (opposition) مجانية في حال الضياع أو السرقة وسقف انفاق يصل إلى 5.000 يورو .

2- البطاقة الكلاسيكية (Carte Classique)

تعد بطاقة كلاسيك وسيلة دفع بنكية تتماشى مع مختلف الإحتياجات اليومية وتسهل المعاملات المالية سواء داخل الوطن أو خارجه تتميز بالدفع عن قرب والدفع الالكتروني عبر الانترنت في جميع أنحاء العالم كما أن خدمة الاعتراض مجانية في حال الضياع أو الاستعمال الغير المشروع وسقف انفاقها الشهري يصل إلى 2.000 يورو

3- بطاقة الدفع المسبق (Cartes Prépayée)

تعد هذه البطاقة من الحلول الحديثة التي يقدمها بنك الجزائر الخارجي لتمكين الزبائن من إجراء معاملاتهم المالية بكل سهولة وأمان ، سواء داخل الوطن أو خارجه يتم شحن البطاقة مسبقا بمبلغ محدد من طرف الزبون ويتراوح سقف الاستخدام الشهري ما بين 200 يورو كحد أدنى و2000 يورو كحد أقصى ، تتيح البطاقة إمكانية الدفع عبر الانترنت وفي نقاط البيع المنتشرة عبر العالم كما توفر خدمة الاعتراض مجاني في حالة الضياع أو السرقة مما يعزز من مستوى الأمان في استخدامها .

4- بطاقة الورد اليت (World Elite)

تسمح هذه البطاقة بإجراء عمليات دفع محلية ودولية بكل سهولة ، سواء عبر الانترنت أو عبر أجهزة الدفع الإلكترونية وهو ما يعكس توجه البنك نحو تسيير التجارة الإلكترونية والمعاملات العابرة للحدود ومن مزاياها سقف شهري مرتفع يصل إلى 10000 يورو وخدمة اعتراض مجانية وتأمين سفر شامل وولوج غير محدود لصالات VIP ما يعزز من ثقة المؤسسات في التعامل مع البنك ويعطي صورة احترافية عن خدماته .

5- بطاقة الاعمال العالمية (Cartes World Business)

تتميز هذه الباقة بسقف شهري للمعاملات يصل إلى 8000 يورو بالإضافة إلى تأمين سفر شامل وولوج غير محدود إلى صالات كبار الشخصيات VIP مما يمنح تجربة بنكية مرنة .

6- بطاقة الأعمال (cartes business)

في إطار تطوير أدوات الدفع الموجهة للمؤسسات يقدم البنك الخارجي الجزائري بطاقة الاعمال المصممة خصيصا لتلبية حاجات المؤسسات الصغيرة والمتوسطة من حيث التحكم في المصاريف وسهولة تتبع المالي ، تتيح هذه البطاقة إمكانية القيام بعمليات الدفع سواء محليا أو عبر الانترنت على المستوى الدولي بسقف شهري يبلغ 7000 يورو من بين مزاياها سحب المصاريف مباشرة من حساب المؤسسة وإرسال تلقائي لكشوفات الإنفاق لتسهيل المحاسبة وخدمة الاعتراض مجاني في حالة الضياع أو السرقة .

بطاقة امريكان اكسبريس

7- البطاقة البلاطينية (Caretes Platinum)

بطاقة بلاتينيوم الصادرة حصريا عن البنك الخارجي الجزائري ليست مجرد وسيلة دفع بل تمثل أسلوب حياة راق ومتميز تتيح لحاملها إجراء المعاملات محليا ودوليا بكل أريحية مع استفادته من خدمة زبائن متوفرة على مدار الساعة، كما تمنحه امتيازات سفر فاخرة على غرار الدخول المجاني إلى صالات المطارات الإقليمية بالإضافة إلى تغطية تأمينية شاملة لحوادث السفر تصل إلى مليون دولار مما يجعلها الخيار الأمثل للباحثين عن التميز والثقة أثناء تنقلاتهم.

8- البطاقة الذهبية (Cartes Gold)

البطاقة الذهبية تمنح أسلوب حياة مميز مليء بالمزايا والراحة إذ تتيح لك القيام بالمدفوعات محليا وعالميا سواء في المتاجر أو عبر الانترنت كما توفر خدمة زبائن متاحة على مدار الساعة لتلبية احتياجات في أي وقت، يستفيد حاملها من دخول مجاني إلى صالات كبار الزوار في مطارات الشرق الأوسط مع ضمان الحماية ضد الاحتيال عند الشراء الإلكتروني وتأتي البطاقة أيضا بتأمين على حوادث السفر تصل قيمته إلى 100000 دولار مما يجعلها مثالية للمسافرين الباحثين عن الأمان والرفاهية .

9- البطاقة الخضراء (Carte Green)

البطاقة الخضراء تمنح حرية التحكم في معاملاتك المالية بكل أمان ومرونة سواء عبر الدفع القريب أو الإلكتروني على مستوى العالم كما توفر هذه خدمة زبائن متوفرة على مدار الساعة لضمان استجابتك الفورية لأي استفسار أو حاجة كما تتيح الاستفادة من برنامج المكافآت Membership Rewards مما يزيد قيمة استخدامك اليومي

الفصل الثاني استخدام بنك خارجي جزائري للصيرفة الالكترونية في تحسين الخدمة المصرفية

وأیضا تتميز بحماية من الاحتيال عند التسوق الإلكتروني وتأمين خاص بحوادث السفر بقيمة تصل إلى 100000 دولار. (معلومات من البنك)

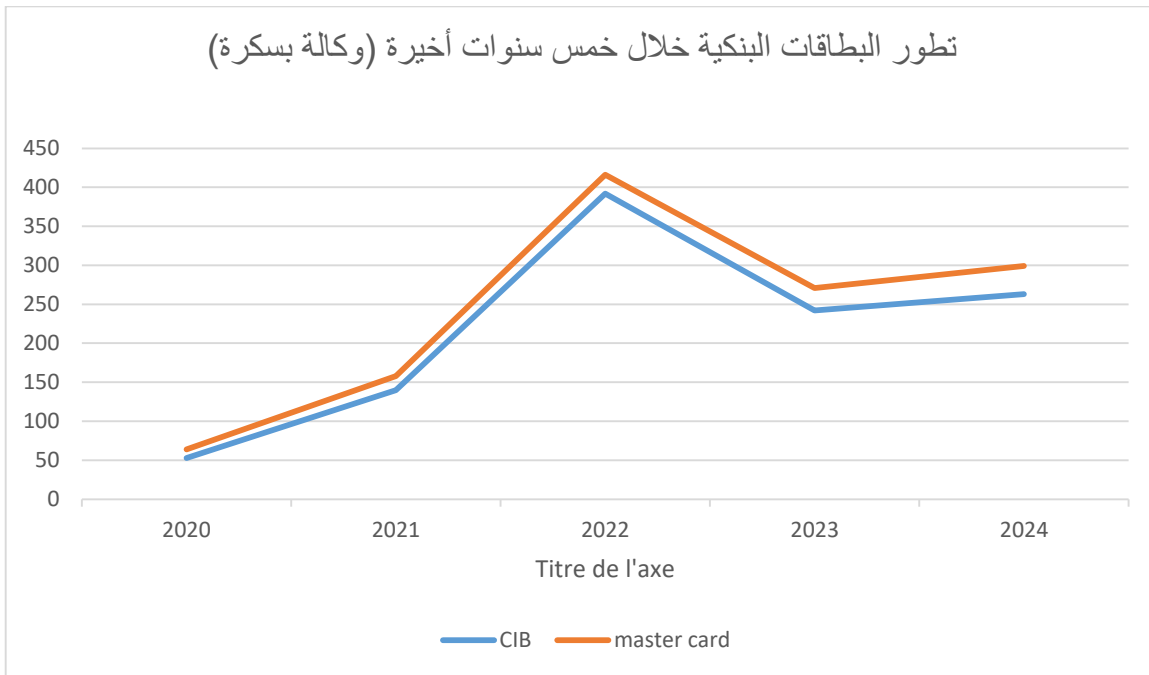
ثانيا: تطور بطاقات الدفع الإلكتروني خلال خمس سنوات أخيرة

جدول 2: تطور بطاقات الدفع الإلكتروني خلال خمس سنوات الأخيرة

السنة	2020	2021	2022	2023	2024
بطاقة الدفع الإلكتروني CIB	53	140	392	242	263
بطاقة الماستر كارد (العملة الأجنبية)	11	18	24	29	36

المصدر معلومات من البنك

شكل رقم 5: منحى بياني يمثل تطور البطاقات البنكية خلال خمس سنوات الأخيرة



المصدر (معلومات من بنك الخارجي فرع بسكرة)

نلاحظ من هذا التحليل البياني أن عدد البطاقات البنكية (cib و master card) الصادرة من وكالة بسكرة للبنك الخارجي الجزائري قد شهد تطورا ملحوظا خلال الفترة الممتدة من سنة 2020 إلى 2024. حيث سجلت زيادة تدريجية في عدد البطاقات بداية من سنة 2020 التي عرفت انطلاقة ضعيفة نسبيا، لتتسارع وتيرة الإصدار بشكل واضح في سنتي 2021 و 2022 حيث بلغت الذروة سنة 2022 ما يعكس اهتماما متزايدا

الفصل الثاني استخدام بنك خارجي جزائري للصيرفة الإلكترونية في تحسين الخدمة المصرفية

من الزبائن بالخدمات المصرفية الإلكترونية بعد ذلك لوحظ انخفاض في عدد البطاقات خلال سنة 2023 مما قد يشير إلى مرحلة من الاستقرار أو التشبع في السوق إلا أن سنة 2024 شهدت ارتفاعا طفيفا من جديد ، مما يدل على استرجاع ثقة الزبائن أو ظهور طلبات جديدة على هذا النوع من الخدمات خاصة مع استمرار رقمنة المعاملات البنكية وتوسيع عروض البنك في هذا المجال.

انطلاقا من التحليل البياني يمكننا استنتاج أن وكالة بسكرة للبنك الخارجي الجزائري تشهد تطورا إيجابيا في مجال إصدار البطاقات البنكية مما يعكس نجاح استراتيجيتها في ترسيخ ثقافة الصيرفة الإلكترونية لدى الزبائن كما يشير هذا النمو إلى زيادة وعي العملاء بأهمية استخدام الوسائل الحديثة في المعاملات المالية وهو ما يبرز الدور المتزايد للصيرفة الرقمية في تحسين جودة الخدمات البنكية وتعزيز رضا الزبائن.

ثالثا: الخدمات التي يقدمها الموقع الخاص بالبنك

يقدم الموقع الخاص بالبنك الخارجي مجموعة من الخدمات أهمها:

1-الخدمات المصرفية للأفراد :

1-1 فتح الحسابات : يتيح البنك فتح حسابات جارية وحسابات توفير بعملات مختلفة بما في ذلك الدينار الجزائري والعملات الأجنبية

1-2 البطاقات البنكية : يقدم البنك بطاقات بنكية متعددة الاستخدامات مثل بطاقات الدفع والسحب والتي تتيح للعملاء إجراء المعاملات المالية بكل سهولة وأمان

1-3 القروض : يوفر البنك قروضا متنوعة بما في ذلك القروض العقارية وقروض الاستهلاك لتلبية احتياجات العملاء المختلفة

2-الخدمات المصرفية للشركات والمؤسسات:

2-1 تمويل المشاريع: يقدم البنك حلول تمويلية للشركات والمؤسسات بما في ذلك تمويل المشاريع الاستثمارية والقروض التشغيلية

2-2 الخدمات التجارية: يوفر البنك خدمات مثل فتح الاعتمادات المستندية وخطابات الضمان لتسهيل العمليات التجارية الدولية.

4- الخدمات الدولية :

4-1-التحويلات المالية : يسهل البنك عمليات التحويل المالي بين الجزائر والخارج مما يخدم بشكل خاص الجالية الجزائرية المقيمة في الخارج.

4-2-التوسع الدولي: حصل البنك على اعتماد رسمي للعمل في فرنسا مما يتيح له تقديم خدماته المصرفية للجالية الجزائرية هناك بما في ذلك فتح الحسابات وإجراء التحويلات المالية.

5-الخدمات المصرفية الإسلامية: يقدم البنك منتجات تمويلية متوافقة مع الشريعة الإسلامية مثل تمويل المراجعة لشراء السلع الاستهلاكية (www.bea.dz)

المطلب الثاني: دور الصيرفة الإلكترونية المعتمدة لدى بنك دراسة الحالة في تحسين جودة الخدمات المصرفية

تلعب الصيرفة الإلكترونية دورا محوريا في تحسين جودة الخدمات المصرفية من خلال تسهيل الوصول إلى الخدمات وتسريع المعاملات وتقليل التكاليف وزيادة كفاءة الأداء فقد ساهمت التقنيات الرقمية في تعزيز رضا العملاء.

أولا: دور الصيرفة الإلكترونية في استقطاب العملاء

تلعب الصيرفة الإلكترونية دورا مهما في جذب العملاء وتعزيز رضاهم، حيث توفر وسائل أكثر سرعة وسهولة لإجراء المعاملات المالية، من بين أبرز الأدوار التي تقوم بها:

1-توفير الراحة وسهولة الوصول: يمكن للعملاء تنفيذ العمليات المصرفية من أي مكان عبر الإنترنت، دون الحاجة إلى زيارة الفروع التقليدية.

2-تقليل التكاليف: تقلل الصيرفة الإلكترونية من تكاليف تشغيل البنوك، مما يسمح لها بتقديم خدمات بأسعار أقل أو مجانية للعملاء.

3-تحسين سرعة المعاملات: تنفيذ عمليات الدفع والتحويلات بشكل فوري مقارنة بالإجراءات التقليدية التي قد تستغرق وقتا أطول.

4-توسيع قاعدة العملاء: من خلال توفير الخدمات الرقمية، تستطيع البنوك الوصول إلى شرائح جديدة من العملاء، مثل الشباب ورواد الأعمال.

الفصل الثاني استخدام بنك خارجي جزائري للصيرفة الالكترونية في تحسين الخدمة المصرفية

5- تعزيز الأمان والشفافية: توفر تقنيات مثل التشفير والمصادقة الثنائية مستويات أعلى من الأمان، مما يزيد من ثقة العملاء في الخدمات المصرفية.

6- إدخال خدمات مبتكرة: مثل الحفاظ الإلكتروني، البطاقات الافتراضية، والخدمات المصرفية عبر تطبيقات الهواتف الذكية التي تلي احتياجات العملاء الحديثة. (معلومات من البنك)

ثانيا: دور الخدمات المصرفية الإلكترونية في تحقيق الأرباح:

تلعب الخدمات المصرفية الإلكترونية دورًا حيويًا في تعزيز الأرباح وتحسين الأداء المالي للبنوك من خلال عدة آليات، منها:

1. توسيع قاعدة العملاء: توفر الخدمات الإلكترونية وصولًا أسهل للعملاء، مما يزيد من عدد المستخدمين ويعزز الإيرادات.

2. تقليل التكاليف التشغيلية: يقلل الاعتماد على الفروع التقليدية من تكاليف التشغيل، مثل الإيجارات والموظفين، مما يحسن الربحية.

3. تسريع العمليات المالية: تتيح الخدمات الإلكترونية تنفيذ المعاملات بسرعة وكفاءة، مما يعزز رضا العملاء ويزيد من حجم العمليات المصرفية.

4. تنويع مصادر الدخل: تقدم البنوك خدمات رقمية مثل المدفوعات الإلكترونية، التحويلات، والاستثمارات عبر الإنترنت، مما يفتح مجالات جديدة للإيرادات.

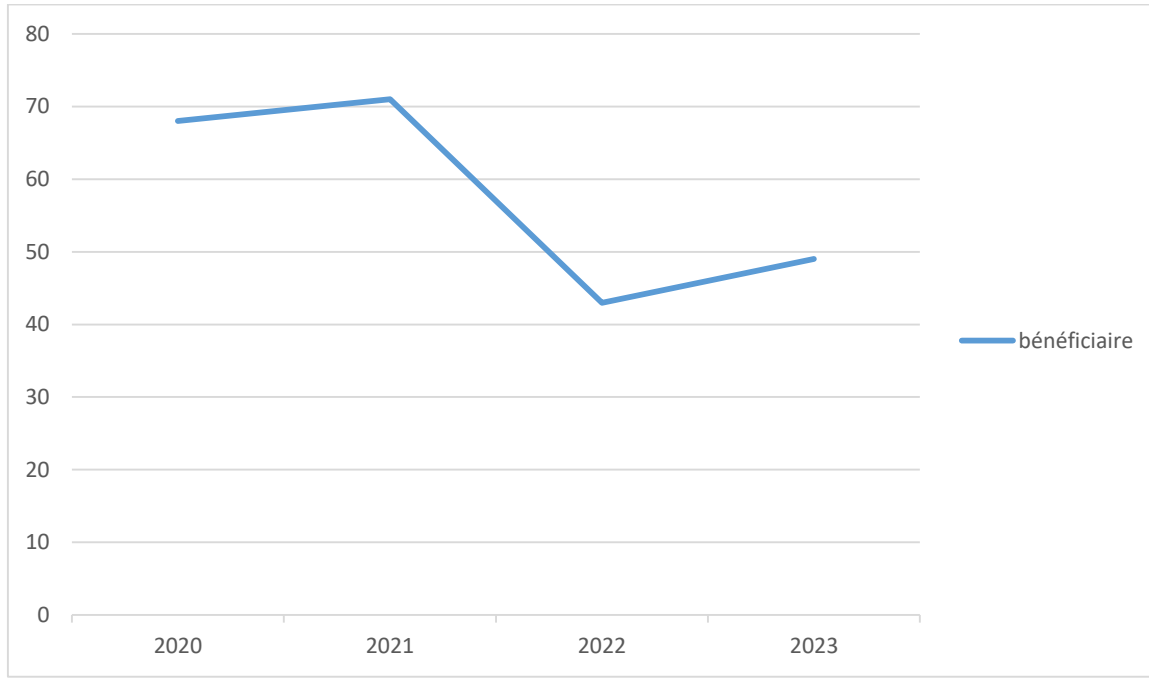
5. تحسين إدارة المخاطر: توفر الأنظمة الإلكترونية أدوات تحليلية متقدمة تساعد في تقليل المخاطر المالية والاحتيال، مما يحمي الأرباح. (معلومات من البنك)

جدول 3: الأرباح الصافية للبنك الخارجي الجزائري فرع بسكرة خلال أربع سنوات

السنة	2020	2021	2022	2023
الأرباح الصافية للبنك	68.620.094.978 دج	71.812.906.716 دج	43.646.123.728 دج	49.746.502.622 دج

المصدر: معلومات من البنك

شكل رقم 6: منحى بياني يمثل الأرباح الصافية للبنك الخارجي الجزائري فرع بسكرة



المصدر معلومات من البنك

تحليل للرسم البياني

شهد البنك الخارجي الجزائري أرباحا صافية خلال الفترة من 2020 إلى 2023 تقلبات واضحة حيث ارتفعت من حوالي 68.6 مليار في عام 2020 إلى 71.8 مليار في 2021 مما يدل على تحسين ملحوظ في الأداء المالي إلا أن الأرباح تراجعت بشكل حاد في عام 2022 لتصل إلى 43.6 مليار وهو ما يشير إلى صعوبات أو تحديات أثرت سلبا على النتائج وفي عام 2023 بدأت الأرباح بالتحسن من جديد وبلغت 49.7 مليار مما يعكس بوادر تعافي جزئي.

يتضح من تحليل الأرباح الصافية للبنك الخارجي الجزائري خلال الفترة 2020 إلى 2023 أن البنك عرف أداء متقلبا بلغ ذروته في عام 2021 قبل أن يشهد تراجعا حادا في 2022 ثم تعافي نسبيا في 2023 هذا يشير أن البنك يتمتع بقدرة على تحقيق نتائج قوية.

ثالثا: دور الصيرفة الإلكترونية في تحسين جودة الخدمات المصرفية في بنك الجزائر الخارجي (Bea)

تعد الصيرفة الالكترونية في بنك الخارجي فرع بسكرة وسيلة حديثة لتعزيز جودة الخدمات المصرفية من خلال تسريع العمليات وتسهيل الوصول إلى العملاء

1-تسيير العمليات المصرفية تمكن الصيرفة الإلكترونية العملاء من تنفيذ عمليات مثل التحويلات، دفع الفواتير ومتابعة الحسابات بشكل فوري دون الحاجة إلى زيارة الفروع

الفصل الثاني استخدام بنك خارجي جزائري للصيرفة الالكترونية في تحسين الخدمة المصرفية

- 2- تقليل زمن المعاملات توفر الخدمات الرقمية سرعة إنجاز المعاملات مقارنة بالإجراءات التقليدية مما يحسن من تجربة العملاء ويقلل من فترات الانتظار
- 3- تعزيز الأمان والشفافية تعتمد على تقنيات حديثة مثل التشفير والمصادقة الثنائية مما يحد من أخطار الاحتيال ويوفر بيئة آمنة للمعاملات المالية
- 4- توسيع نطاق الخدمات يتيح بنك الجزائر الخارجي إمكانية تقديم خدمات جديدة عبر الصيرفة الإلكترونية مثل القروض الرقمية وتمويل عبر الانترنت والاستشارات المصرفية عن بعد
- 5- دعم التحول الرقمي للبنك يساهم تبني الصيرفة الإلكترونية في تعزيز موقع البنك التنافسي من خلال تحسين بنيته التحتية الرقمية ومواكبة التطورات التكنولوجية العالمية
- 6- استقطاب شرائح جديدة من العملاء توفر الصيرفة الإلكترونية حلولاً مبتكرة تساهم في جذب الشباب وأصحاب المشاريع الذين يبحثون عن خدمات مصرفية سريعة ومرنة (معلومات من البنك).

ملخص الفصل الثاني

من خلال هذه الدراسة تم التعرف على البنك خارجي فرع بسكرة من حيث نشأته، هيكله التنظيمي وطبيعة الخدمات التي يقدمها لعملائه كما ركزنا على أبرز وسائل الدفع الإلكتروني عبر تطبيق الهاتف، بطاقات السحب والدفع الآلي والتحويلات البنكية وتظهر هذه الوسائل مدى حرص البنك على مواكبة التطور التكنولوجي وتلبية احتياجات الزبائن بكفاءة وسرعة مما يعكس التزامه بتحسين جودة الخدمات المصرفية واستقطاب العملاء.

الخاتمة

إن التطورات التكنولوجية قد أحدثت تحولا جوهريا في أساليب تقديم الخدمات المصرفية حيث أصبحت الصيرفة الإلكترونية أحد المحاور الأساسية لتحقيق الكفاءة والتميز في الأداء البنكي، فاعتماد القنوات الرقمية في العمليات المصرفية لم يعد مجرد خيار حديث بل أصبح ضرورة فرضها الواقع المعاصر واستجابة طبيعية لمتطلبات الزبائن الذين أصبحوا أكثر وعيا وتطلبا فيما يخص جودة الخدمة وسهولة الوصول إليها.

وقد برزت الصيرفة الإلكترونية كوسيلة فعالة لتحسين جودة الخدمات من خلال تقليل الوقت والجهد المبذول وتوفير خدمات أكثر مرونة وتنوعا سواء عبر التطبيقات الذكية أو المواقع الإلكترونية أو أجهزة الصراف الآلي المتطورة ومع ذلك فإن هذا التحول الرقمي يظل مرتبطا بعدة عوامل تؤثر في فعاليته من بينها البنية التحتية التكنولوجية، درجة التأهيل المهني للموارد البشرية وكفاءة نظام الحماية والأمن السيبراني.

وعند إسقاط هذه المفاهيم على الواقع العملي يتجلى أن بعض المؤسسات المصرفية بدأت بالفعل في إدماج تقنيات لصيرفة الإلكترونية ضمن نماذجها التشغيلية وهو ما يعكس إدراكا متزايدا بأهمية الابتكار المصرفي كوسيلة لتعزيز القدرة التنافسية وتحقيق رضا الزبائن.

تلعب الصيرفة الإلكترونية دورا محوريا في تحسين جودة الخدمات المصرفية في البنك الخارجي الجزائري فرع بسكرة حيث ساهمت بشكل ملحوظ في تسريع وتسهيل المعاملات المالية مما وفر الوقت والجهد للعملاء من خلال الخدمات الرقمية مثل التحويلات الإلكترونية والدفع عن بعد أيضا تطبيقات الهواتف الذكية.

أصبح بإمكان الزبائن تنفيذ معظم العمليات دون الحاجة إلى التنقل إلى مقر البنك وهو ما قلل من الازدحام وساهم في تحسين بيئة العمل داخل الفرع، كما أتاح هذا التحول الرقمي للفرع إمكانية تقديم خدمات مصرفية أكثر مرونة وكفاءة مدعومة بأنظمة أمان متطورة تعزز ثقة العملاء وتحمي بياناتهم.

اختبار الفرضيات

بناء على ما تقدم:

- تم اثبات صحة الفرضية الأولى القائلة أن الصيرفة الإلكترونية لها دور في تحسين جودة الخدمات المصرفية في البنك الخارجي الجزائري فرع بسكرة حيث أن البنك يوفر وسائل دفع حديثة التي تسعى إلى تحسين جودة الخدمات المصرفية ورضا العملاء.

- لم تثبت صحة الفرضية الثانية القائلة أن الصيرفة الإلكترونية لا تقلل الوقت والجهد والتكاليف على الزبائن، حيث أن الصيرفة الإلكترونية توفر سهولة إجراء المعاملات في أي وقت وأي مكان عبر الانترنت وتوفر أيضا الوقت الذي كان يستثمر في الانتظار في الطوابير المصارف وتقلل تكاليف السفر إلى المصرف.
- تم اثبات صحة الفرضية الثالثة القائلة أن من أساليب تحسين جودة الخدمة المصرفية مواكبة أحدث التطورات التكنولوجية في العمل المصرفي وذلك بسبب تسريع العمليات المصرفية ورفع مستوى الأمان.
- تم اثبات صحة الفرضية الرابعة القائلة أن الصيرفة الإلكترونية في تطور ملحوظ في البنك الخارجي الجزائري وكالة بسكرة إذ يشهد البنك الخارجي الجزائري فرع بسكرة تطورا ملحوظا ضمن استراتيجية البنك العامة لتعزيز الخدمات الإلكترونية وتحسين تجربة الزبائن.

نتائج الدراسة

من خلال هذا البحث تم التوصل إلى جملة من النتائج أهمها:

- الصيرفة الإلكترونية تعد أداة استراتيجية لتحسين جودة الخدمات المصرفية حيث أنها تساهم بفعالية في تطوير أداء المصارف من خلال تسهيل الوصول إلى الخدمات تقليص الوقت والجهد وتقليل الأخطاء في معالجة العمليات المالية
- الزبائن يفضلون المعاملات الإلكترونية كلما توفرت الشروط المناسبة من حيث سهولة الاستعمال والأمان والاستجابة للحاجات اليومية.
- الصيرفة الإلكترونية تعزز أبعاد الجودة الأساسية (الاعتمادية، التعاطف، الضمان المحسوسة)
- التطورات التكنولوجية كانت عاملا حاسما في تحسين الصيرفة الإلكترونية (الذكاء الاصطناعي، روبوتات الدردشة، التكنولوجيا الخضراء)
- أظهرت الدراسة أن البنك الخارجي الجزائري فرع بسكرة يعمل على تحديث خدماته الإلكترونية تدريجيا.
- لا تزال هناك بعض التحديات التقنية والتنظيمية للبنك الخارجي الجزائري فرع بسكرة فيما يخص الترويج للخدمات الصيرفة الإلكترونية وأحيانا بطيء في التحديثات التقنية.
- الصيرفة الإسلامية لم تدمج بالكامل في النظام الرقمي مقارنة بالخدمات التقليدية
- ضعف البنية التحتية التكنولوجية أحيانا مما يؤثر على استمرارية الجودة
- الاعتماد على الأنظمة الإلكترونية قلل من نسبة الأخطاء في معالجة المعاملات الورقية
- نقص الدعم الفني المستمر مثل غياب خدمات متقدمة مثل QR code و NFC

الاقتراحات

- تعزيز التكوين والتوعية الرقمية يجب على البنك تنظيم حملات توعوية وتكوينية للزبائن حول كيفية استخدام الصيرفة الإلكترونية بطريقة فعالة وآمنة.
- تحسين البنية التحتية الرقمية ضرورة الاستثمار في تحديث البرمجيات لضمان استمرارية وسرعة الخدمات الإلكترونية دون انقطاعات
- تطوير تطبيقات الهاتف والموقع الإلكتروني تحسين تجربة المستخدم من خلال إضافة اللغة العربية والإنجليزية من اجل رضا الزبون
- ضمان الأمن السيبراني تعزيز أنظمة الحماية وتطبيق معايير دولية في مجال أمن المعلومات لضمان الخصوصية وموثوقية المعاملات الإلكترونية
- توسيع الخدمات الإلكترونية مثل ادخال خدمات جديدة ومتطورة وسهلة الاستخدام
- تبني تقنيات حديثة مثل الذكاء الاصطناعي والبلوك تشين لتحسين كفاءة الخدمات وابتكار حلول رقمية متطورة

آفاق البحث

من أجل ترك المجال مفتوح أمام البحث العلمي، نقترح المواضيع التالية:

- كيفية تعزيز الأمن السيبراني في القطاع البنكي
- تحليل دور الذكاء الاصطناعي في تطوير الخدمات المصرفية الرقمية
- ما هو تأثير التحول الرقمي الشامل على أداء البنوك الجزائرية
- دراسة سلوك الزبون الجزائري تجاه الخدمات المصرفية الإلكترونية
- تقييم أداء الموظفين في ظل التحول الرقمي.

قائمة المراجع

1. احمد بوراس، و السعيد بريكة. (2014). اعمال الصيرفة الالكترونية الادوات والمخاطر.
2. احمد خضير احمد. (2019). جودة الخدمات المصرفية ودرها في تحقيق رضا العملاء في المصارف الخاصة دراسة استطلاعية على عملاء المصارف في مدينة بغداد. مجلة الاقتصاد والمال.
3. آسيا بن عمر، و فاطمة ازهراء سكر. (2020). جودة الخدمات البنكية كمدخل لتحقيق الميزة التنافسية دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة الوادي لسنة 2019. مجلة المؤسسة .
4. اعطيات بنعمر. (2023). دور التكنولوجيا المالية في تحقيق الميزة التنافسية في المصارف السعودية دراسة حالة مصرف الراجحي . مجلة رؤى الاقتصادية .
5. امينة بن جدو، و سمية ديقش. (2020). ممارسات خدمات الصيرفة الالكترونية في البنوك الجزائرية دراسة حالة البنك الوطني الجزائري . مجلة العلوم الادارية والمالية .
6. اوجنتي رشيدة. (2023). الصيرفة المفتوحة ثورة في القطاع المالي التحديات والفرص . مجلة الاقتصادية .
7. اوصغير الويزة. (2018). خدمات الصيرفة الالكترونية في البنوك الجزائرية دراسة حالة القرض الشعبي الجزائري.
8. ايمن بوزانة، و وفاء حمدوش. (2022). تبني تكنولوجيا البلوكتشين كآلية لضبط قطاعات الصناعة المالية والمصرفية الاساسية . الباحث الاقتصادي المجلد 09 العدد 1.
9. بالعبيدي عايدة عبير، و حدة مشراوي . (2023). تبني تقنيات التكنولوجيا المالية في مجال التقنية كآلية لرقمنة الشمول المالي دراسة تجارب بعض الدول العربية . مجلة البحوث والدراسات العلمية .
10. براق عيسى، و سيد وائل براق. (2022). رهانات وتحديات اعتماد المؤسسات الجزائرية للحوسبة السحابية. اتاتلاتلاتلا.
11. بريس عبد القادر. (بلا تاريخ). جودة الخدمات المصرفية كمدخل لزيادة القدرة التنافسية للبنوك. مجلة اقتصاديات شمال افريقيا.
12. بلعاش ميادة. (2015). اطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية جامعة محمد خيضر بسكرة. اثر الصيرفة الالكترونية على السياسة النقدية دراسة مقارنة الجزائر -فرنسا.

13. بلمهدي يوسف، عادل علام، و امينة خليفي. (2018). الخدمات المصرفية الالكترونية في البنوك الجزائرية دراسة تقييمية للخدمات المصرفية الالكترونية البنك الوطني الجزائري . المجلة الجزائرية للاداء الاقتصادي .
14. بن بردي حنان، و اسماء عزيزي. (2023). الذكاء الاصطناعي كمدخل لتدعيم التسويق الرقمي دراسة حالة شركتي امازون وعلي بابا. مجلة الاقتصاد والتنمية المستدامة.
15. بن قدور عابد، و شارف نور الدين. (2022). تقييم استخدام نماذج قياس جودة الخدمة في البحوث المنشورة في المجالات العلمية الجزائرية. مجلة القيمة المضافة لإقتصاديا الأعمال .
16. بملول خيرة، و كريمة ضبيان. (2021). تأثير جودة الخدمات المصرفية على الصورة المدركة للعميل دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية تيارت. مجلة شعاع الدراسات الاقتصادية .
17. بو عبد الله صالح. (2014). نماذج وطرق قياس جودة الخدمة دراسة تطبيقية على خدمات مؤسسة بريد الجزائر . رسالة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه .
18. بوحاي حيات، و غنية مجاني. (2023). اتجاهات تطوير الصيرفة الالكترونية في الجزائر . مجلة اقتصاد المال والاعمال المجلد 8 العدد 1.
19. بوخاري فاطنة. (2020). واقع تطبيق الصيرفة الإلكترونية وآليات تفعيلها في البنوك الجزائرية دراسة حالة الجزائر (2002-2017). مجلة العلوم الإدارية والمالية .
20. بوزيد سفيان. (2022). توظيف تطبيقات الذكاء الاصطناعي في التسويق الالكتروني . مجلة اقتصاد الصناعي المجلد 12 العدد 1.
21. بوصالح سفيان. (2023). ادارة جودة الخدمات المصرفية مدخل استراتيجي . دفاتر mecas، 338.
22. بوعكاز عامر. (2020). تطبيق الادارة الالكترونية كالية لتحسين جودة الخدمات المصرفية . اطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه .
23. بوعوينة سليمة، علي بخيتي، و مولود بن حركات. (2017). دور الصيرفة الالكترونية في زيادة كفاءة واداء الخدمة المصرفية . محلة التساؤلات الاقتصادية.

24. تيقاوي العربي. (2015). قياس جودة الخدمات المصرفية في البنوك التجارية الجزائرية من منظور العملاء دراسة ميدانية تحليلية . مجلة الحقيقة العدد 36.
25. جعدي شريفة، و ناصر سليمان. (2013). قياس الكفاءة التشغيلية لبعض البنوك العاملة بالجزائر دراسة تطبيقية خلال الفترة 2006-2010. مجلة الباحث عدد12.
26. جلايلية عبد الجليل، و دحمان بن عبد الفتاح. (2019). الصيرفة الالكترونية خدماتها ومخاطرها.
27. حجلية مليكاوي، و اسماعيل طويل. (2022). مساهمة التعاملات المصرفية الالكترونية في تعزيز الشمول المالي في الجزائر . المجلة الجزائرية للاقتصاد والمالية .
28. حمزة جيلالي تومي، و سارة مولاي مصطفى. (2021). الصيرفة الالكترونية كآلية لعصرنة المصارف الجزائرية وضمان جودة الخدمة المصرفية . مجلة مجاميع المعرفة.
29. خميسي قايدي، و امينة بن خزناجي . (2016). تحسين جودة الخدمات البنكية باستخدام نماذج صفوف الانتظار دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية البدر وكالة برج بوغريريج.
30. ديدوش هاجر، و عبد الغني حريري. (2021). دور الصيرفة الالكترونية في تحسين الخدمة المصرفية دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية المديرية الجهوية اشلف . مجلة اقتصاديات شمال افريقيا.
31. راخ س &، قصري س. (2024). اثر وسائل الدفع الالكترونية في تحسين ورفع جودة الخدمات المصرفية دراسة على عينة من الوكالات البنكية التجارية بالجلفة .مجلة المقريزي للدراسات الاقتصادية والمالية.
32. راضية ز. ك. (2024). واقع تطبيق الصيرفة الالكترونية للبنوك التجارية في الجزائر في ظل التطورات الراهنة .شعاع للدراسات الاقتصادية.
33. زايد حسيبة. (2013). واقع الصيرفة الإلكترونية في الدول المتقدمة - التجربة الفرنسية كنموذج لتجارب البلدان الرائدة في استخدام وسائل الدفع الحديثة . مجلة الباحث الاقتصادي .
34. زكية محلوس، حنان بقاط، و محمد يزيد دوه. (2021). مساهمة الخدمات المصرفية الالكترونية في تحسين جودة الخدمة المصرفية دراسة حالة الصندوق الوطني للتوفير والاحتياط بنك وكالة الوادي. مجلة التنمية الاقتصادية المجلد 6 العدد1، 117.

35. سارة مولاي مصطفى. (2019). دور راس المال الفكري في تطوير الصيرفة الالكترونية وانعكاس ذلك على جودة الخدمات المصرفية دراسة مقارنة بين وكالات المصارف العمومية والمصارف الخاصة بمدينة مديّة. اطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في العلوم التجارية .
36. سامية خرخاش، و محاد عريوة. (12-13 نوفمبر، 2017). اهمية استخدام الحوسبة السحابية في المؤسسات .
37. سعاد موساوي، و سارة رباح. (2022). التوجه نحو أنظمة الذكاء الاصطناعي والعملات المشفرة في الصناعة المصرفية . مجلة الاستثمار والتنمية المستدامة.
38. سلام حسين جاسم. (2022). دور عمليات ادارة المعرفة في تعزيز جودة الخدمات المصرفية دراسة استطلاعية للآراء عينة من موظفي المصارف الاهلية في تكريت. مجلة آراء للدراسات الاقتصادية والادارية .
39. سمية احمد ميلي. (2021). اهمية وسائل الدفع الحديثة في تحسين جودة الخدمات البنكية. مجلة التنمية والاقتصاد التطبيقي.
40. صيفي حسينة. (2020). آليات التكنولوجيا الخضراء ودورها في تحقيق التنمية البيئية المستدامة . مجلة الحوكمة المسؤولة الاجتماعية والتنمية المستدامة .
41. ضيف احمد، و عامر بوعكاز. (2019). نحو بناء اقتصاد رقمي من خلال تفعيل الصيرفة الالكترونية بالجزائر. مجلة الاستراتيجية والتنمية، 124.
42. طلال زغبة، و نعيجة رزقية احلام نعيجة . (2020). قياس الكفاءة التشغيلية في البنوك التجارية الجزائرية دراسة تطبيقية خلال الفترة 2012-2017. مجلة بحاث اقتصادية وادارية .
43. عائشة موازي. (2020). الصيرفة الالكترونية بين التنظيم والتقييم .
44. عبد الحفيظ حسام الدين. (2021). جودة الخدمات المصرفية كمدخل لزيادة القدرة التنافسية للبنوك التجارية الجزائرية دراسة حالة مجموعة من البنوك التجارية الجزائرية. اطروحة مكملّة لنيل شهادة الدكتوراه في العلوم التجارية.
45. عبد الرحيم ليلي. (2013). اثر جودة الخدمات المصرفية في اكتساب الميزة التنافسية للبنوك دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية . مجلة العلوم الاقتصادية والتسيير والعلوم التجارية .

46. عبد الرزاق براهيمى، و عبد المالك منصف شرقي هبال. (2020). اهمية استخدام وسائط الصيرفة الالكترونية في تطوير الخدمات المصرفية . مجلة دراسات اقتصادية.
47. عبد الكريم حساني، و جبار بوكثير . (2018). تقييم ابعاد جودة الخدمة البنكية واثرها على رضا الزبائن دراسة حالة وكالة بنك بدر ام بواقي 324. مجلة البحوث الاقتصادية والمالية .
48. عبد الهادي مسعودي. (2016). الاعمال المصرفية الالكترونية .
49. عبير حسان. (2023). الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول ومدى مساهمتها في تعزيز الشمول المالي . مجلة البحوث الاقتصاد والمناجنت المجلد 4 العدد 1.
50. عتماني مختارية. (2022). جودة الخدمات المصرفية وأثرها على رضا العملاء دراسة حالة الصندوق الويني للتوفير والاحتياط بنك لولاية عين تيموشنت فرع حمام بوحجر. مجلة دفاتر بوادكس.
51. فاطمة بن شنة، و زياد احمد. (2022). محددات الكفاءة التشغيلية في المؤسسات المصرفية دراسة تطبيقية لعينة من للبنوك التجارية العاملة في الجزائر خلال فترة 2014-2018. مجلة الواحات للبحوث والدراسات المجلد 15 العدد 2.
52. فتيحة راشدي. (2019). اهمية الابتكار المالي ودوره في تحسين جودة الخدمات المصرفية حالة البنوك الجزائرية. اطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه شعبة علوم اقتصادية .
53. فضل محمد ابراهيم الحمودي. (2014). التسويق المصرفي.
54. قمرابي حفيظة. (2022). الجاهزية القانونية لتطبيق نظام الصيرفة الالكترونية في البنوك الجزائرية . مجلة الحقوق والعلوم الانسانية.
55. كمال مهدي، و فاروق فرنان. (2021). انترنت الاشياء : بين متطلبات التنمية المستدامة والتحديات القانونية . مجلة الدراسات القانونية والاقتصادية المجلد 4 العدد 1.
56. لخلف فاطمة الزهراء، و امين معين السيد. (2021). فعالية وكفاءة نظام المعلومات البنكي في الرفع من جودة الخدمات المصرفية . مجلة دراسات وابحث .

57. لعجال لعمرية. (2024). واقع الصيرفة الالكترونية في الجزائر دراسة حالة البنك الوطني الجزائري bna. مجلة البحوث في العلوم المالية والمحاسبة .
58. لعراف فائزة، و رابح بوقرة. (2014). تقييم جودة الخدمة البنكية المقدمة من منظور الزبائن دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة المسيلة . مجلة العلوم الاقتصادية والتسيير والعلوم التجارية.
59. محبوب مراد. (2014). استخدام استراتيجية اعادة الهندسة الادارية في تحسين جودة الخدمات المصرفية دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة بسكرة. اطروحة مقدمة لنيا شهادة دكتوراه في العلوم الاقتصادية .
60. محرز نور الدين. (2015). تأهيل وتفعيل الجهاز المصرفي بالتعاملات النقدية الالكترونية حالة الجهاز المصرفي الجزائري. اطروحة دكتوراه جامعة ام بواقي.
61. محمد طرشي، عمر عبو، و نبيل بوفليح. (2019). متطلبات اعتماد الصيرفة الالكترونية في الجزائر . مجلة البحوث الادارية والاقتصادية 2571-9750.
62. محمود حسين الوادي، عبد الله ابراهيم نزال، و حسين محمد سمحان. (بلا تاريخ). ادارة الجودة الشاملة في الخدمات المصرفية. 2010.
63. مداح عرايبي الحاج، و جميلة مديوني . (2011). قياس جودة الخدمات المصرفية الاسلامية باستخدام نموذج servqual. ملتقى دولي بعنوان الاقتصاد الاسامي الواقع ورهانات المستقبل .
64. مزبود أسماء، و سمرة دومي. (2022). مدى تجاوب العملاء مع الخدمات المصرفية الالكترونية : دراسة حالة عملاء بنك سوسيتي جينيرال. مجلة الدراسات الاقتصادية المعاصرة.
65. مسعودي راوية. (2014). التسويق الالكتروني واثره على جودة الخدمات المصرفية دراسة حالة القرض الشعبي الجزائري. ماجستير.
66. مفيدة بن سعاد، و محي الدين شبيرة . (2022). جودة الخدمات المصرفية كمدخل لتحقيق رضا الزبون دراسة حالة البنك وكالة قالمة . مجلة التكامل الاقتصادي.
67. ناظم محمد النوري الشمري، و عبد الفتاح زهير العبدالات. (2008). الصيرفة الالكترونية الادوات والتطبيقات ومعوقات التوسع.

68. نايلي الهام. (2016). اثر جودة الخدمات المصرفية على تحقيق الميزة التنافسية للبنوك التجارية الجزائرية دراسة حالة بنوك ولاية قسنطينة. اطروحة مكملة لنيل شهادة دكتوراه في العلو الاقتصادية .
69. نور الدين جليد، و امينة بركان. (2011). الصيرفة الالكترونية والمصارف الالكترونية.
70. هالة عبدلي. (2017). الصيرفة الالكترونية الية لضمان جودة الخدمات المصرفية . مجلة الاصيل للبحوث الاقتصادية والادارية .
71. هشام علاق، و حنان دريد. (2022). تطبيقات الذكاء الاصطناعي في المؤسسات المالية مدخل لتفعيل الشمول المالي . مجلة الاقتصاد والتنمية المستدامة.
72. وسيم محمد الحداد، موسى شقيري نوري، نور محمود ابراهيم، و صالح طاهر الزرقان. (2012). الخدمات المصرفية الالكترونية .
73. يجاوي لخضر. (2023). ادوات الصيرفة الالكترونية واثرها على رضا الزبائن دراسة تحليلية لاراء عينة من الزبائن البريد الجزائر .
74. يسعد عبد الرحمن، بو عبد الله ودان، و فريال قيراط. (2021). دور المحفظة الالكترونية في تعزيز الشمول المالي تجارب دولية . مجلة المنتدى للدراسات والأبحاث الاقتصادية .

الملاحق

الملحق رقم 1
البطاقة الكلاسيكية



الملحق رقم 2
البطاقة الذهبية



الملحق رقم 03
البطاقة البلاطينية



الملحق رقم 04
البطاقة الكلاسيكية



الملحق رقم 05
بطاقة الدفع المسبق



الملحق رقم 06
بطاقة الورد إيليت



الملحق رقم 07
بطاقة الأعمال العالمية



الملحق رقم 08
بطاقة الأعمال



الملحق رقم 09
البطاقة البلاتينية



الملحق رقم 10
البطاقة الذهبية



البطاقة رقم 11
البطاقة الخضراء



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

جامعة محمد خيضر - بسكرة
كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم والتسيير
عمادة الكلية

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

الرقم : 409 / ك.ع.ا.ت.ع ت / 2025

إلى السيد مدير: البنك الخارجي الجزائري
بسكرة

طلب مساعدة لاستكمال مذكرة التخرج

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

- 1- بن نور شهرزاد
- 2- //
- 3- //

المسجلون بـ قسم العلوم الاقتصادية
بالسنة: ثانية ماستر اقتصاد نقدي ومالي
وذلك لاستكمال الجانب الميداني لمذكرة التخرج المعنونة بـ
"دور الصيرفة الالكترونية في تحسين جودة الخدمات المصرفية"

وفي الأخير تقبلوا منا فائق الاحترام والتقدير

بسكرة في: 2025/04/20

ع/ عميد الكلية

تأشيرة المؤسسة المستقبلة

BANQUE INTERNATIONALE D'ALGERIE
ABBAS Rafiq
Directeur Agence PA Biskra 06