الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة عباس لغرور خنشلة

كلية العلوم الاقتصادية و علوم التسيير

قسم علوم التسير

شعبة: تسير عمومي

تخصص: تسير عمومي

أثر وسائل الدفع الإلكتروني في تحسين جودة الخدمات
دراسة حالة مؤسسة بريد الجزائر

بحث مقدم لقسم لاستكمال شهادة

إعداد الطالب:

يملولي عمار

إشراف الأستاذة:

مانع سبرينة

لجنة المناقشة:

الاسم واللقب	الرتبة العلمية	الجامعة الأصلية	الصفة
بن حركو غنية	أستاذ محاضر أ	جامعة عباس لغرور خنشلة	رئيس
مانع سبرينة	أستاذ التعليم العالي	جامعة عباس لغرور خنشلة	مشرف
العايب احسن	أستاذ محاضر أ	جامعة عباس لغرور خنشلة	مناقش

السنة الجامعية 2022/2021

شكر

وعرفان

نتقدم بالشكر الجزيل إلى الأستاذ المشرف
مانع سبرينة
التي ساعدتناوقدّمت لنا يد العون ولم تبخل عليّنا بنصائحها
خلال فترة بحثنا

ولا ننسى كل من ساهم من قريب أو من بعيد في إنجاز هذا
العمل المتواضع
كما لا ننسى كل من شجّعنا بالكلمة الطيبة
والابتـسامة وبالدعـــاء

إلى كـــل هؤلاء نقـول
شـكـــــــــــــرا

الإهـداء

بسم الله الرحمن الرحيم

الحمد لله رب العالمين والصلاة والسلام على خاتم الأنبياء والمرسلين
نشكر الله عز وجل الذي أعاننا على التوفيق في دراستنا وإنهاء هذا العمل الذي يعد بمثابة
ثمرة جهد سنوات الدراسة.

أهدي عملي هذا:

إلى من ربتني وأنارت دربي وأعانتني بالصلوات والدعوات، إلى أغلى إنسان في هذا الوجود أمي الحبيبة
حفظها الله-

إلى من عمل بكد في سبيلي وعلمني معنى الكفاح وأوصلني إلى ما أنا عليه أبي الرائع عبد الوهاب -أدامه الله لي-

إلى من هم أعز على قلبي و الشموع التي أنارت دربي إخوتي امين، اسامة، علي

إلى من عمل معي بكد بغية إتمام هذا العمل أصدقائي نذير، علاء، حسين ، محمد ،عمار ،وليد، اسماعيل، بدرالدين

إلى زملاء الدراسة دفعتي الماستر 2021 و 2022 تخصص تسير عمومي

و إلى من سكن قلبي ولم يكتبه قلمي والى كل من وسعته ذاكرتي ولم تسعه مذكرتي والى كل من صاحبني من المرحلة الابتدائية إلى المرحلة الجامعية من أساتذة و زملاء.

وفي الأخير أرجوا من الله تعالى أن يجعل عملنا هذا نفعا يستفيد منه الجميع

عمار يملولي

الفصل الأول

المقدمة

يشهد العالم فترة هامة من التحولات والتغيرات الجذرية، والتي تساهم بشكل ملحوظ في إيجاد مناخ و أوضاع اقتصادية مختلفة تماما عما كان موجود من قبل، ولعل هذا التغير أبرز درجة التسارع الهائل في الإبداع التكنولوجي ومدى دقة التطورات والابتكار.

وتبعا للتغيرات الحديثة على الصعيد الدولي ولعل ثورة تكنولوجيا المعلومات والاتصال التي تعتبر من أهم سمات العصر الحديث، التي تأثر بها الناس و بدأ التعامل على أساسها نظرا لمزاياها من ناحية السرعة والتكلفة، حيث أثرت على مختلف الجوانب الاقتصادية الاجتماعية ، الثقافية والبنوك واحدة من القطاعات التي امتد إليها هذا التطور و تبنت إستراتيجية مآلها وجوب تطوير بنيتها،حيث مع تزايد عمليات التجارة الإلكترونية أصبح الاحتياج كبير لنوعية جديدة من البنوك غير التقليدية تتجاوز نمط الأداء الاعتيادي ولا تتقيد بمكان معين أو وقت محدد وكنتيجة للنمو المتسارع لتكنولوجيا المعلومات والاتصال جاءت البنوك الإلكترونية التي ساهمت وبشكل فعال في تقديم خدمات متنوعة وبتكاليف منخفضة مختصرة الوقت والمكان، وما زاد الأمر تطورًا وحداثة، اندماج هذا الاقتصاد بموجة رقمية، تعد وسائل الدفع الإلكتروني أبرز صورها التي من شأنها توسيع مفهوم الاقتصاد الرقمي إلى أبعد الحدود.

فقد ظهرت فكرة المصارف الالكترونية وهي الفكرة الأمثل التي تستطيع التعامل مع هذا النوع الجديد من الظواهر التي أفرزها التقدم التكنولوجي والتي تهدف إلى تحقيق السرعة في تنفيذ العمليات المصرفية (المالية)، كالتحويل الالكتروني للأموال ووسائل الدفع الالكترونية وغيرها، ومع ظهور العولمة واتساع نطاقها أصبحت تكنولوجيا المعلومات تمثل سلاحا تنافسيا قويا لأي مصرف، وأصبحت التطورات التكنولوجية تفرض نفسها بقوة في كل المجتمعات وعلى جميع الأصعدة فقد أصبحت لسرعة نقل المعلومات أهمية بالغة في الحياة الاقتصادية لذلك سعت المصارف للتكيف مع هذه المستجدات المصرفية الالكترونية بكل فعالية وانفتاح وكفاءة.

فظل ذلك أدركت الجزائر ضرورة الارتقاء بنظامها المصرفي إلى مستوى تلك التطورات و بالتالي ضرورة تحديث نظام الدفع الذي لا يعاني فقط من تأخر في تطبيق وإدخال وسائل الدفع

الالكترونية بل و أيضا يعاني من مجتمع يرفض التعامل بالوسائل التقليدية إلا قليلا معطيا الأولوية للسيولة النقدية في تعاملاته، وخلص هذا الإدراك بتبني عدة مشاريع دخل بعضها حيز التطبيق انطلاقا من سنة 2005 في إطار تحديث وسائل الدفع و عصرنتها، متضمنة بذلك الخطوات الأولى نحو تطبيق وسائل الدفع الإلكترونية. وهذا التطور في وسائل الدفع، دفع بعض الاقتصاديين إلى التنبؤ بعالم دون ورق مستقبلا، حيث ستحل وسائل الدفع الالكترونية محل الوسائل التقليدية.

السؤال الرئيسي للدراسة

بنا على الطرح اعلاه يمكن طرح السؤال الرئيسي التالي مااثر وسائل الدفع الالكتروني في تحسين جودة الخدمات المصرفية.

فرضيات الدراسة

الفرضية الرئيسية 1

هناك اثر ايجابية ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوي بين استعمال وسائل الدفع الالكتروني في وجود الخدمات المصرفية.

الفرضية الرئيسية 2

هناك اختلاف في تقييم افراد العينة في وجود الخدمات المصرفية ترجع الى البيانات الشخصية.

أهمية الدراسة

الإحاطة بمفهوم الجودة في قطاع الخدمات وأبعادها ومدى تأثير تبني أنظمة الدفع الالكتروني

وتنبع أهمية هذه الدراسة من أنها تقوم على إستقراء و تشخيص الواقع الحالي لوسائل الدفع الإلكتروني و أثرها في تحسين جودة الخدمات للبنوك لذلك فإن هذه الدراسة تكتسب أهميتها من خلال النظر إلى الإعتبارات التالية:

التعرف على مختلف وسائل الدفع الالكتروني المعتمدة في البنوك إمكانية الوصول إلى نتائج ذات دلالات إحصائية حول موضوع وسائل الدفع الإلكتروني وأثرها على جودة الخدمات للبنوك و إمكانية تعميمها على البنوك ووسائل الدفع الالكتروني كل بعد.

أهداف الدراسة

تسعى هذه الدراسة إلى تحقيق الأهداف التالية:

- محاولة معرفة وسائل الدفع الالكترونية و أهم تحدياتها.
- محاولة تقييم وسائل الدفع الالكترونية و واقعها في بنك التنمية المحلية الجزائر (فرع خنشلة).
- التعرف على وسائل الدفع الالكتروني وعلى جودة الخدمة المصرفية بالوكالة البنكية محل الدراسة عن طريق معالجة بيانات الاستبيان المتحصل عليها باستخدام برمجية الحزمة الإحصائية.
- الوصول إلى نتائج ذات دلالات إحصائية حول أثر وسائل الدفع الإلكتروني على على تحسين جودة الخدمة المصرفية. مع تقديم التوصيات المناسبة التي تحقق الغرض والهدف من إجراء الدراسة.

حدود الدراسة:

المجال المكاني: لقد تم اختيار بنك التنمية المحلية بلدية قايس ولاية خنشلة من أجل إعداد دراسة ميدانية.

المجال الزماني: اختصرت الدراسة الميدانية على الفترة الممتدة في اسبوعين من شهر جوان

أسباب اختيار موضوع الدراسة

- ميول و رغبة الطالب في البحث في هذا النوع من المواضيع.
- إن اختيار وسائل الدفع و كل ما يتعلق بها حول أثرها على اجودة الخدمات في البنوك إضافة جديدة للمكتبة الجامعية و لتكوين الباحث.

- التعرف على البنوك الإلكترونية و معرفة المعاملات الخاصة بها.
- الكشف عن أهمية نظام الدفع الإلكتروني في تحسين الخدمات المصرفية.
- التوجه الجديد للمصارف لاستخدام أنظمة الدفع الإلكترونية لتسريع وتيرة الدفع وتخفيض التكلفة.
- الكشف عن أهمية أنظمة الدفع الالكترونية بالنسبة للجمهور في ظل انتشار وسائل الدفع الالكترونية

محتوى الدراسة:

لقد تطرقنا في هذا البحث إلى ثلاث فصول حيث تعرضنا في الفصل الأول إلى وسائل الدفع الإلكترونية وخدماتها بالإضافة الأدوات الدفع الإلكتروني، أما الفصل الثاني فتناولنا فيه الخدمات المصرفية وجودتها، وتأثير وسائل الدفع الإلكترونية على جودة الخدمات المصرفية، وفي الأخير تعرضنا إلى دراسة حالة لبريد الجزائر باستعمال بيانات spss الإحصائي.

منهجية وأدوات الدراسة:

نظرا لنقص المراجع المتخصصة لوسائل الدفع قد اعتمدنا على المجلات والملتقيات كما اعتمدنا بكثرة على المواقع الالكترونية التي وجدناها غنية في تناولها لمواضيع وسائل الدفع الالكتروني و الخدمات الالكترونية وطرق الدفع فيها.

أما منهج الدراسة فوفقا لإشكالية المطرحة سابقا والفرضيات الموضوعة وفي ضوء طبيعة الدراسة.

والأهداف التي نسعى إلى تحقيقها سوف يتم الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي لأنه الأنسب لمثل هذه الدراسات وذلك من خلال وصف كل متغيرات الدراسة والمتمثلة في وسائل الدفع الإلكتروني وأبعاد الجودة وصفا دقيقا كيفيا وكميا، وصف العلاقة السببية بين متغيرات الدراسة، كما سوف يتم الاعتماد على أداة الاستبيان باعتبارها أداة من أدوات جمع المعلومات والبيانات من أجل معرفة درجة تأثير وقوة العلاقة بين متغيرات الدراسة، كما سوف يتم استخدام

أساليب الإحصاء الوصفي والاستدلالي لأنها الأنسب لمعالجة بيانات spssالإحصائي وإجراء الاختبارات .

الفصل الأول:
ماهية وسائل الدفع الإلكتروني وجودة

المبحث الأول: نشأة وسائل الدفع.

المطلب الأول: تعريف وسائل الدفع.

المطلب الثاني: التطور التاريخي لوسائل الدفع.

المبحث الثاني: التحول إلى وسائل الدفع الإلكتروني.

المطلب الأول: تعريف وسائل الدفع الإلكتروني.

المطلب الثاني: أنواع وسائل الدفع الإلكتروني.

المبحث الثالث: تقييم وسائل الدفع الإلكتروني.

المطلب الأول: إيجابيات وسائل الدفع الإلكتروني.

المطلب الثاني: سلبيات وسائل الدفع الإلكتروني.

المطلب الثالث: تحديات وسائل لدفع الإلكتروني.

في ظل التطورات التي شهدها العالم في تكنولوجيا المعلومات، والتي جلبت لنا عصرا جديدا ينفرد بأساليب تسويقية لم تعرف من قبل، وكان من نتائج هذه التغيرات أن قامت المؤسسات البنكية بتطوير تشكيلة خدماتها بما يتماشى والإيقاع المتسارع الذي تشهده الساحة البنكية، معتمدة في ذلك على أحدث الأجهزة التي توصلت إلى إنتاجها أكبر المؤسسات الرائدةفي مجالِ الاتصالات، فنتج عن ذلك ما يعرف بوسائل الدفعِ الاكترونية.

يعد تطور الخدمات البنكية من أهم مؤشرات التنمية لأيِ اقتصاد، ومفتاح جودة هذه الخدمة هي الحزمة الواسعة من تشكيلات وسائل الدفع المعاصرة.

المبحث الأول: نشأة وسائل الدفع:

لقد مرت وسائل الدفع بعدة مراحل لتصل إلى الأشكال التي نراها في وقتنا الحاضر، حيث أن المعاملات التقليدية ببساطتها لم تكن تتطلب وسائل معقدة وإنما كانت تعتمد على التبادل أو المقايضة ,لكن مع التطور من تلك الصورة القديمة إلى مراحل أكثر تعقدا في التعاملات مع تعدد الأطراف أصبحت المبادلات تتطلب تدخلا أوسع للأفراد، وبالتالي وجوب تطوير وسائل بديلة لتسهيل هذه العملية، مما أدى إلى التفكير في خلق وسائل قانونية وعملية وهي ما يعرف بـ "وسائل الدفع" بشتى أنواعها.

المطلب الأول: تعريف وسائل الدفع:

تمثل وسائل الدفع أهم مكونات نظام الدفع، وتعد من أبرز مؤشرات قياس كفاءته سواء من حيث حجمها ومدى تنوعها، أو من ناحية طبيعتها وعلى هذا الأساس سنتطرق إلى تعريف وسائل الدفع.

وقد عرفها المشرع الجزائري في نص المادة 113 من قانون النقد والقرض كمايلي" :تعتبر وسائل الدفع جميع الوسائل التي تمكن من تحويل أموال مهما كان الشكل أو الأسلوب التقني المستعمل".[1]

وأيضا هي كل الوسائل و الأدوات التي تسمح للأشخاص بتحويل الأموال بغض النظر عن الوسيلة المستخدمة سواء كانت الدعامة المستعملة ورقية كالشيك والسند لأمر و غيرها أو قيدية كالتحويل أو الإلكترونية كالبطاقات البنكية.[2]

ويمكن تعريفها كذلك أيضا على أنها" :الأداة التي تحظى بالقبول العام، وتلعب دورا هاما في تسهيل تبادل السلع والخدمات، وكذلك تسديد الديون والالتزامات، وقد كانت هذه الوسيلة تتمثل في النقود القانونية لكن مع تطور الزمن وجدت وسائل أخرى مثل الأوراق التجارية، وبعض أنواع السندات".[3]

ويتضح من هذه التعاريف المختلفة لوسائل الدفع أنها تعني كل الوسائل التي تسمح للأشخاص بتحويل الأموال بغض النظر عن شكل السند المستخدم أو التقنية المستعملة، وكذا مهما كانت الدعامة المستعملة سواء كانت ورقية كالشيكات والسندات التجارية، السندات البنكية للدفع، أو قيدية كالتحويلات أو بلاستيكية كالبطاقات البنكية أو إلكترونية كالمحافظ الإلكترونية والإفتراضية.

المطلب الثاني: التطور التاريخي لوسائل الدفع:

إن أول وسيلة للدفع ظهرت في الألف الرابع قبل الميلاد (حوالي 3600 ق م) على شكل وسيلة تبادلية لتعويض المقايضة التي كانت غير فعالة كمقياس للقيمة في تبادلات السلع

---

[1]– عبد الرحيم وهيبة، احال وساءل الدفع المصرفية التقليدية بالإلكترونية (دراسة حالة الجزائر)، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجيستير في علوم التسيير، فرع نقود ومالية، جامعة الجزائر، 2006–2005، ص: 20

[2]– Dhoir loupretre Catherine,»DROIT DU CREDIT » édition ell PSES .Lyon 1999.p 11.

[3]– سليمان ناصر، التقنيات البنكية وعمليات الائتمان، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2012، ص 18.

والخدمات، النقود البدائية التي كانت تعتبر كأساس للقيمة، تمثلت في سنبلة الشعير أو رأس الماشية .

المرحلة الأولى:

من خلال تاريخ النقود نجد أنه استعملت في البداية بعض السلع التجارية التي تمثل قيما أساسية كنقود فعالة للتبادل، حيث أنها استعملت كمقياس للقيمة لبعض السلع الأخرى والخدمات القابلة للقياس والتقييم على أساسها ، وتمثلت في بادئ الأمر في السلع ذات الاستهلاك الواسع كالشاي والملح ... الخ، ثم بعد ذلك تلتها السلع التزيينية أو الزخرفية (الحلي، اللآلئ، الأحجار الكريمة)، وأخيرا تم اللجوء إلى رؤوس الماشية .أما باقي الوحدات التقييمية لم تكن مستعملة بشكل واسع مثل الوحدات التي تمت الإشارة لها لأنها لم تكن ملائمة للإستعمال اليومي والمتكرر، وهذا ما أدى تدريجيا للبحث عن طريقة بديلة، ومن هنا استبدلت تدريجيا بالنقود المعدنية (غالبا معادن ثمينة).[1]

المرحلة الثانية:

النقود السلعية استبدلت سريعا بالنقود المعدنية والتي تعرف على أنها النقود التي تحقق أكبر فعالية، حيث أن استعمالها كان في حوالي العام 556 قبل الميلاد .إن أولى القطع النقدية تمثلت في قطع من معدن الإلكتروم (خليط بين الذهب والفضة)، والتي كانت تستخرج من نهر الباكتول (Fleuve du Pactol)في ليديا (آسيا الصغرى)، وفي القرن السابع قبل الميلاد قام الليديون بتحويل هذه القطع في شكل حبات فاصولياء ذات وزن وشكل معين، وتم تأشيرها برمز رسمي، والقطع التي وجدت في هذه الحقبة سميت بالنقود الإغريقية.

منذ أن إستطاع العمال أو الحرفيين في المعادن من إيجاد وسيلة للفصل بين المعدنين (الذهب والفضة)، أقام الملك Cresus* أول نظام ثنائي المعدن Bimetalliste **، حيث قام

[1]– بورزق إبراهيم فوزي، دراسة تحليلية حول التجربة الجزائرية في مجال النقد الآلي البنكي، مكرة مكملية لنيل شهادة الماجيستير، شعبة العلوم الإقتصادية، تخصص تحليل اقتصادي، جامعة الجزائر، 2008/2007، ص 04.

بسك قطع فضية تزن 10,89 غ، حيث كل عشر قطع منها تعادل قطعة ذهبية تزن 8,17غ، كما تم جعل الهيئة الحاكمة هي الوحيدة المخول لها إصدار وسك هذه النقود وتحديد قيمتها.

وفي العام 550 قبل الميلاد، تم تعميم استعمال هذه النقود في المدن الكبرى التجارية وكانت النقود الإغريقية مزخرفة بصور الآلهة.

أما في الفترة الممتدة من القرن الأول قبل الميلاد إلى غاية القرن الخامس ميلادي أسس الرومان أول ورشة لسك القطع النقدية في الكابيتول Capitole*** بالقرب من معبد الإلهة Junon والتي تدعى أيضا Junon Moneta**** وهو ما يعني الإلهة المحذرة، وكلمة Moneta تمثل إنتاج الورشة الذي كان يتم تحت رعاية وحماية الإلهة Junon ، ومن هنا جاء اللفظ Monnaie أي نقود.

وتحدد قيمة هذه النقود من خلال وزنها، وبعد ذلك وبسبب إضاعة الوقت في عمليات التبادل بهذه الصيغة، تم التوجه إلى النقود الورقية أو على شكل آخر هو أسطوانات معدنية صغيرة تصنع من معادن غير ثمينة لتجنب التزوير بحيث يتم سكها تحت ضمان النظام الحاكم.

المرحلة الثالثة:

في هذه المرحلة تم التوجه من وسائل الدفع المادية إلى وسائل الدفع العينية حيث تم التحول من القطع النقدية المعدنية إلى الأوراق المالية ثم الحسابات البنكية.

لقد تمثل الشكل البدائي للنقود الورقية في : " الأوراق التمثيلية " للقطع النقدية المعدنية (Certificat de Métal) ، هذه الورقة تمثل تماما القطع المودعة لزمن معين، وعدد الأوراق يمثل عدد القطع المعدنية ويساويها، ومن بعد ذلك وجد مصدروا الأوراق أن المودعين أو الأفراد

* Crésus: كرويسيوس هو ملك ليديا من الأسرة الميرمنادية، وحكم بين عامي 560 – 546 ق م

** Bimetalliste : (نظام المعدنين)هو المعيار النقدي حيث قيمة الوحدة النقدية يتم تعريفه على أنه مكافئ لكميات معينة من معدنين ، بشكل نموذجي ذهب و فضة، وخلق سعر صرف ثابت بينهم.

*** Capitole: (هضبة كابيتولين)واحدة من أشهر وأعلى هضبات روما السبع يوجد فيها معبد كابيتوليوم

**** Junon Monéta: جونو مونيتا، وهو الاسم الثاني الذي يربط الإلهة الرومانية جونو مع الإلهة مونيتا التي كانت تُعبد في بعض الأماكن خارج روما ، كانت تعتبر حامية أموال المدينة. تم صك النقود في معبدها لأكثر من أربعة قرون

المتعاملين معهم بهذه الطريقة يثقون بهم بصفة متزايدة مما يعني باللاتينية Fiducia ومنه اشتقت الكلمة Fiduciaire وبالتالي سميت Monnaie Fiduciaire أي النقود الإئتمانية، وأصبح هؤلاء الأفراد لا يطلبون أموالهم المعدنية مما دفع بالمصدرين إلى القيام بإصدار المزيد من الأوراق أو النقود الورقية مما جعلها تتجاوز قيمة المسكوكات المودعة.

إن إصدار النقود الإئتمانية بدأ عن طريق الخواص ثم بعد ذلك أصبح يتم عن طريق البنوك، وبسرعة بعد ذلك أصبح يتداول حتى خارج حدود الدولة مما جعل الدول تكلف البنوك المركزية بالقيام بهذه العملية.

وفي الأخير أصبحت هذه الأوراق قابلة للتحويل إلى قطع نقدية معدنية ومقبولة لدى الجميع.[1]

المرحلة الرابعة:

التطور من الأوراق المالية إلى الحسابات البنكية تم بنفس الطريقة التي تم بها التطور من النقود المعدنية إلى النقود الورقية. فعملية إيداع النقود الورقية أدت إلى ظهور الحسابات من خلال هذه الإيداعات والتي استعملت لتسديد الزبائن أو العملاء عن طريق كتابات محاسبية، وبازدياد الثقة أصبحت عمليات السحب للأوراق المالية لا تتم بصفة متكررة من قبل كل المودعين أو أصحاب الحسابات، ومن هنا قامت البنوك بخلق ما يعرف بالنقود القيدية، هذه الحسابات يتم تموينها من خلال القروض الممنوحة، ومن هنا جاءت المقولة المشهورة " Les crédits font les dépôts".

وقد كانت السفتجة أقدم هذه الوسائل على الإطلاق حيث تطورت من سند قابل للتحويل لا يصلح إلا لتسوية واحدة من المعاملات فقط، إلى سند قابل للتظهير، نظرا الإحتياجات التجار في تسوية أكثر من معاملة بسند واحد، ثم ظهر في البيئة التجارية الشيك الذي يعتبر وبحق بداية حقيقية لتطوير وسائل الوفاء الدفع في تلك الفترة.

[1]– بورزق إبراهيم فوزي، دراسة تحليلية حول التجربة الجزائرية في مجال النقد الآلي البنكي، مرجع سبق ذكره، ص 05.

كما انتشرت في الأوساط المصرفية والمالية السندات التجارية أو السندات لأمر لتأخذ مكانة لا بأس بها بين وسائل الدفع، فالبنوك بدورها لعبت دورا أساسيا بأساليب الفن المصرفي المتطور إلى خلق وسيلة للدفع أكثر تقدما من الأوراق التجارية، حيث بإمكان البنك القيام بدور الوسيط في الوفاء عن طريق النقل المصرفي بين البنوك، وذلك بمجرد قيود في الحسابات المصرفية.[1]

المرحلة الخامسة:

في العصر الحديث ظهرت وسائل دفع بآلية جديدة، وهي وسائل الدفع الإلكترونية، والتي تولدت عن التطور التكنولوجي في مجال المعلوماتية، وكذا تطور شبكة الأنترنيت وبروز التجارة الإلكترونية، وهذا ما ساهم في تبخر الأموال وتحولها إلى إلكترونيات، حيث نتج عن الإستخدام الموسع للكمبيوتر والشبكات الرقمية، فتح باب واسع أمام تحول الأموال إلى أرقام ووقائع افتراضية.

ومن أهم هذه الوسائل الجديدة نجد البطاقات البنكية، التي عوضت الشيك في الكثير من المدفوعات صغيرة القيمة، وأول ظهور لها كان في الولايات المتحدة الأمريكية لتنتشر بعد ذلك إلى أوروبا ثم باقي دول العالم، وتظهر بعدها ما يعرف بالمحافظ الإلكترونية التي تقوم بتحويل النقد إلى سلاسل رقمية ويتم حفظها وتخزينها في شكل معلومات على فرص ثابت في موقع العمل، حيث لا يتم اللجوء إلى التعامل بالنقود عبر شبكة الإنترنيت.[2]

---

[1]– رضوان فايز نعيم، بطاقات الوفاء، مكتبة الجزء الجديدة، مصر، 1990، ص 04

[2]– حجازي بيومي عبد الفتاح، النظام القانوني لحماية الحكومة الإلكترونية، ج 1، دار الفكر الجامعي، مصر، 2002، ص 296.

المبحث الثاني: التحول إلى وسائل الدفع الإلكتروني:

تشهد دول العالم المتقدم ثورة متتابعة في مجال العمل المصرفي، حيث يتم الإنتقال من المصارف التقليدية ذات الوجود المادي في شكل فروع ومعاملات تتبادل فيها المستندات والنقود المعدنية والورقية إلى المصارف الإفتراضية التي تعتمد على الركائز أو الوسائط الإلكترونية،وظهور ما يعرف بالنقود الإلكترونية، والبنوك الإلكترونية والخدمات المصرفية الإلكترونية.

لقد أتاحت هذه التطورات التقنية للإدارة المصرفية الاضطلاع بمسؤوليات جديدة و إحداث تغيرات جوهرية في شكل إستراتيجيات عملها وسياساتها في شتى المجالات، وفي المقابل يتمكن العملاء من الدخول على شبكة المعلومات والإطلاع على ما يتعلق بالبنك وأنشطته المختلفة وأنواع الخدمة المصرفية التي يقدمها، فضلاً عن الخدمات الجديدة والمبتكرة التي يعرضها ضمن مزيجه المصرفي، بالإضافة إلى عمليات السحب والتحويل وطلب كشوف الحساب، إلى جانب غيرها من الخدمات المصرفية الأخرى والتي أصبح يطلق عليها بمواقع خدمات الإنترنت.

المطلب الأول: تعريف وسائل الدفع الإلكتروني:

يوجد العديد من التعاريف الوسائل الدفع الالكترونية نلخص اهمها كما يلي " :هي مجموعة الأدوات والتحويلات الالكترونية التي تصدرها المصارف والمؤسسات كوسيلة دفع، وتتمثل في البطاقات البنكية، النقود الالكترونية الشيكات الالكترونية والبطاقات الذكية".[1]

وتعرف على أنها وسيلة الكترونية بها قيمة نقدية مخزونة بطريقة الكترونية كبطاقة أو ذاكرة كمبيوتر، مقبولة كوسيلة للدفع بواسطة متعهدين غير المؤسسة التي أصدرتها، يتم وضعها في

[1]– منصوري الزين، وسائل و أنظمة الدفع و السداد الإلكتروني (عوامل الانتشار و شروط النجاح)، مداخلة مقدمة إلى الملتقى العلمي الدولي الرابع حول عصرنة نظام الدفع في البنوك الجزائرية و إشكالية اعتماد التجارة الإلكترونية في الجزائر (عرض التجارب الدولية)، المركز الجامعي خميس مليانة، الجزائر، يومي: 27/26 أفريل 2011، ص 02.

متناول المستخدمين كبديل عن العملات النقدية والورقية وذلك بهدف إحداث تحويلات الكترونية المدفوعات ذات قيمة محددة.[1]

تعرف أيضا وسائل الدفع الإلكترونية على أنها: الصورة أو الوسيلة الإلكترونية والتي نستعملها في حياتنا اليومية، الفرق بينها وبين الوسائل التقليدية، هي أن الدفع الإلكتروني تتم عملياته وتسيير إلكترونيا، و لا وجود للحوالات ولا للقطع النقدية.[2]

وهذا يعني أن وسائل الدفع الالكترونية هي عبارة عن تحويل معاملات، من خلال نقل معطيات من طرف إلى آخر ومن نظام إلى آخر وهذه المعطيات تتم معالجتها من طرف وسيط (نظام المعالجة). وتتم هذه العملية عن طريق مجموعة الأدوات الإلكترونية التي تصدرها المصارف و مؤسسات الائتمان.

المطلب الثاني: أنواع وسائل الدفع الإلكتروني:

نتيجة للتطورات التي عرفتها التجارة الالكترونية حولت البنوك أغلب وسائل الدفع إلى وسائل دفع الكترونية، و تعددت هذه الأخيرة و أخذت أشكالا تتلاءم مع طبيعة المعاملات عبر شبكة الانترنت، و كانت أولها البطاقات البنكية والتي تطورت من البطاقات ذات الشكل المغناطيسي إلى البطاقات ذات الخلية الالكترونية، كما ظهرت وسائل دفع الكترونية أخرى.

أولا: البطاقات البنكية و أنواعها:

تعد البطاقات البنكية في وقتنا المعاصر من أهم وسائل الدفع وأكثرها استعمالا والبديل العصري للنقود، حيث يشيع استعمالها على نطاق واسع من العالم، حيث أنها لم تنشأ نشأة مصرفية كما قد يتصور البعض، فقد نشأت في الولايات المتحدة الأمريكية في عام 1914 على يد شركات البترول، التي أصدرت هذه البطاقات لعملائها لشراء ما يحتاجون له من منافذ التوزيع

---

[1]– سايحي الخامسة طويل حدة، أثر وسائل الدفع الإلكتروني على جودة الخدمات المصرفية، مجلة أبحاث إقتصادية و إدارية، المجلد13، العدد 2، بسكرة، الجزائر، 2019، ص 73.

[2]– محمود محمد أبو فرة، الخدمات الإلكترونية عبر الانترنت، دار أسامة للنشر، الطبعة الأولى، عمان، 2009، ص 13.

التابعة لها، وتسوية الحساب في نهاية كل مدة زمنية، ثم طورت هذه البطاقات واستخدمتها المحلات التجارية والفنادق.[1]

تعاريف البطاقات البنكية:

تعددت تعاريف البطاقات البنكية فيما يلي نذكر البعض منها:

تعرف البطاقة البنكية على أنها: "عبارة عن بطاقة بلاستكية تحتوي على معلومات رقمية وتستخدم هذه المعلومات في أغراض الدفع. كما يمكن استخدامها لأغراض أخرى مثل التعريف أو الدخول لمواقع خاصة لا يمكن الدخول فيها إلا للمرخص له، بعض هذه البطاقات الالكترونية تسمى البطاقات الذكية لاحتوائها على معلومات يمكن التعامل معها بطريقة أخرى"[2].

تعرف أيضا على أنها:"عبارة عن بطاقة مغناطيسية تسمح لحاملها باستخدامها في شراء معظم حاجاته أو أداء مقابل ما يحصل عليه من خدمات دون الحاجة لحمل مبالغ كبيرة من الأموال التي قد تتعرض لمخاطر السرقة والضياع أو التلف، حيث تمكن حاملها سحب النقود من الآلات المخصصة لذلك"[3].

كما عرفت المادة 543 مكرر 23 تجاري جزائري بطاقة الدفع بنصها: "تعتبر بطاقة الدفع كل بطاقة صادرة عن البنوك والهيئات المالية المؤهلة قانونا وتسمح لصاحبها بسحب أو تحويل الأموال"[4].

1-بطاقة الدفع: هي البطاقة التي تعتمد على وجود أرصدة فعلية للعميل لدى البنك في صورة حسابات جارية لمقابلة المسحوبات المتوقعة للعميل حامل البطاقة وتتميز هذه البطاقات بأنها توفر الوقت والجهد للعملاء وكذلك زيادة إيرادات البنك المصدر لها.[5]

---

[1]- مصطفى كمال طه، وائل أنور بندق، الأوراق التجارية و وسائل الدفع الإلكترونية الحديثة، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2005، ص 303.

[2]- سماح شعبور، مصباح مرابطي، وسائل الدفع الالكتروني في الجزائر- واقع و تحديات، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات ماستر أكاديمي ،شعبة علوم تجارية، تخصص تمويل مصرفي، جامعة تبسة، دفعة ،2016، ص 21.

[3]- سلطاني خديجة، إحلال وسائل الدفع التقليدية بالوسائل الالكترونية، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر في العلوم الاقتصادية، تخصص مالية و نقود ،جامعة بسكرة ، 2013/2012، ص 53.

[4]- المادة 543 مكرر 23 من أمر رقم 75-59 مؤرخ في 20 رمضان عام 1395 الموافق 26 سبتمبر سنة 1975 يتضمن القانون التجاري المعدل والمتمم.

[5]- أمير فرج يوسف، عالمية التجارة الإلكترونية وعقودها، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، 2009، ص 101.

2-**بطاقة الصرف البنكي:** تتيح هذه البطاقة لحاملها الشراء على الحساب في الحال، على أن يتم التسديد بصورة لاحقة، فهي لا تتضمن أي معنى للائتمان بل على حاملها أن يسدد قيمة مشترياته مباشرة بمجرد إرسال الفاتورة له و لا يتحمل جراء ذلك أي فوائد، في الفترة ما بين الشراء و السداد و هنا ليس هناك أي ائتمان، بمعنى أن فترة الائتمان التي تمنحها هذه البطاقة لا تتجاوز الشهر الواحد.[1]

3-**بطاقة الانترنت:** أصدرت شركة الماستر كارد والفيزا كارد بطاقة خاصة بالتسويق عبر الانترنت، وتتميز بما يلي:[2]

- أنها لا تستخدم في عملية الشراء المباشر، وإنما يقتصر استخدامها على الشراء أو التسوق عبر الانترنت.
- هذا النوع من البطاقات المحدد بمبلغ صغير نسبيا، مما يقلل المخاطر التي يتحملها صاحبها في حال تم التعرف على رقم البطاقة واستخدامها دون إذنه.
- ويلاحظ أن هناك بعض المواقع على شبكة الانترنت تقدم خدمة مشابهة للخدمة التي تقوم بها هذه البطاقة، ويسمى ذلك النظام (الحسابات الشخصية مسبوقة الدفع)، وفيها يقوم العميل بفتح حساب خاص له على أحد هذه المواقع بمبلغ صغير جدا لا يتعدى الخمسة دولارات، وبعد أن يتم قبول العميل ويتم تسجيله ضمن عملاء الموقع، يحدد العميل لنفسه اسم للاستخدام وكلمة السر ويمنح رقم حساب خاص به من ماستر كارد وتاريخ انهاء العمل به، وباستخدام كل منهما يستطيع شراء أي سلعة أو خدمة يريدها من أي موقع على شبكة الانترنت، يقبل التعامل ببطاقات ماستر كارد وقد تم تطوير هذه الخدمة خصيصا للعملاء الذين

[1]- عبد الرحيم وهيبة، إحلال وسائل الدفع المصرفية التقليدية بالإلكترونية دراسة حالة الجزائر، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجيستير، قسم علوم التسيير، فرع نقود و مالية، كلية العلوم الاقتصادية و علوم التسيير، جامعة الجزائر، 2006 ، ص 03.

[2]- عبد الرحيم وهيبة، إحلال وسائل الدفع المصرفية التقليدية بالإلكترونية، مرجع سابق، ص 44-45.

لا يرغبون في التعامل الذين لا يرغبون في التعامل ببطاقات الائتمان الخاصة بهم.

4-**بطاقة السحب الآلي:** يمكن للعميل بمقتضاها سحب مبالغ نقدية من حسابه بحد أقصى متفق عليه، وهي بطاقات وظيفتها الوحيدة السحب النقدي من الموزعات الآلية للنقود و الشبابيك الأوتوماتيكية التابعة للبنك المصدر لها و يمكن أن تتضمن خدمات أخرى : الإطلاع على الرصيد، إجراء تحويلات، طلب كشف الحساب، طلب دفتر الشيكات واستلامه، ...الخ.[1]

5-**بطاقة الشيكات:** يتعهد بمقتضاها البنك المصدر لهذه البطاقة العميلة حامل البطاقة بان يضمن سداد الشيكات التي يحررها العميل من هذا البنك بشروط معينة، وتحتوي هذه البطاقة عادة على اسم العميل، توقيعه، رقم حسابه والحد الأقصى الذي يتعهد البنك الوفاء به في كل شيك يحرره العميل، و أن البنك المسحوب عليه ملزم بدفع قيمة الشيك للمستفيد بغض النظر عن وجود رصيد كاف لديه من عدمه، و ظهور هذه البطاقة جاء لعدم اكتمال الثقة في أشخاص يتعامل معهم البنك دون أن يعرفهم.[2]

6-**بطاقة الإئتمان:** هي بطاقات بلاستيكية تمنحها البنوك لعملائها ويتم إستخدامها من قبل عملاء البنك لأغراض الشراء ثم التسديد لاحقا، مع السماح له بتأجيل سداد رصيد المدين لفترة معينة مقابل فائدة، وقد كان لظهور هذه البطاقة إستجابة طبيعية لطلبات المستهلكين المتنامية للاستفادة من نظم المدفوعات المتقدمة التي تؤمن لهم السرعة وسهولة الإستعمال والحماية لأموالهم،بالإضافة إلى تمكينهم من الدخول إلى نظم المعلومات المالية اللازمة لهم، حيث يتم إنجاز الخدمات المذكورة عبر عدة وسائل أهمها شبكات عامة ذات أقفال switched networkأو شبكات هيكلية، backbone

---

[1]- محمد شكرين، بطاقة الائتمان في الجزائرمذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجيستير، قسم العلوم الاقتصادية، فرع النقود و المالية، كلية العلومالاقتصادية و علوم التسيير، جامعة الجزائر، 2006، ص 63.

[2]- ناشف فاطمة، وسائل الدفع الإلكتروني في البنوك و المؤسسات المالية الجزائرية، مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماستر أكاديمي، شعبة: العلوم الاقتصادية، تخصص اقتصاد نقدي و بنكي، جامعة عبد الحميد بن باديس، مستغانم،2018/2017، ص 33.

network والهواتف المستندة للشاشات BasedTelephone Screenيتضح ذلك أن الفكرة الأساسية التي تقوم عليها بطاقات الائتمان والتي تعني اقتصاديا القدرة على الإقراض ذلك لأن الجهة المصدرة للبطاقة تجعل الوفاء بالقيمة للتاجر على دفعات مؤجلة مما يحقق معنى الائتمان[1].

أنواع بطاقات الائتمان:

تنقسم بطاقات الائتمان بصفة رئيسية إلى ثلاث أنواع هي:[2]

أ. **بطاقة الخصم أو بطاقة الدفع الفوري:**هي البطاقة التي تعتمد على وجود أرصدة فعلية في صورة حسابات جارية للعميل لدى البنوك لمواجهة السحوبات المتوقعة، فعندما يقوم حامل البطاقة بشراء أي خدمة من التجار يقوم التاجر بإرسال مستندات الشراء إلى البنك الذي يقوم بدوره بالخصم من حساب العميل مباشرة بالقيمة المستحقة عليه كما يمكن الخصم أيضا بقيمة المسحوبات النقدية من آلات سحب النقود.

ب. **بطاقة الخصم الشهري أو الدفع الشهري:** هذا النوع من البطاقات لا يتطلب إصدارها قيام حاملها بالدفع المسبق للبنك المصدر في صورة حساب جاري وانما تتم المحاسبة معه شهريا عن طريق إرسال البنك المصدر كشف حساب يتضمن تفاصيل المبالغ المستحقة على حامل البطاقة نتيجة مشترياته من السلع والخدمات من التجار وكذا سحوباته النقدية من الات السحب النقدي أو البنوك على أن يكون ذلك في حد البطاقة الأقصى.

ج. **بطاقة الإئتمان المتجدد:** هي بطاقة تصدرها المصارف في حدود مبالغ معينة وتتيح لحاملها فرصة الحصول على السلع والخدمات مع الدفع الآجل لقيمتها ولا يستلزم ذلك بالضرورة وجود مبالغ مالية بحساب العميل حال استخدامه للبطاقة المصدرة. ومن أشهر

---

[1]– باطلي غنية، محاضرة حول وسائل الدفع ا–الاكتروني السنة أولى ماستر، جامعة محمد لمين دباغين، سطيف،2014، ص 22.

[2]– علي عبد الله شاهين، نظم الدفع الإلكترونية ومخاطرها ووسائل الرقابة عليها دراسة تطبيقية على بنك فلسطين، مجلة جامعة ا زهر بغزة، المجلد 12، العدد الأول، 2010.

أنواع بطاقات الائتمان المتجدد بطاقة الفيزا وبطاقة ماستر كارت وهذه البطاقات لها ثلاث أنواع:

- ✓ **بطاقة فضية أو عادية:** وهي لا تتجاوز فيها القرض الممنوح لحاملها حدا أعلى عشرة الاف دينار مثلا؛
- ✓ **بطاقة ذهبية أو ممتازة:** وهي لا يتجاوز فيها القرض الممنوح لحاملها الحد السابق وقد لا يحدد فيها مبلغ معين مثل بطاقة أمريكان أكسبريس والتي تمنح عادة للأثرياء مقابل دفع رسوم باهظة؛
- ✓ **البطاقة البلاتينة:** وهي ذات مواصفات ومزايا إضافية بحسب كفاءة العميل المالية ومدى ثقة المصرف به.

مزايا بطاقات الإئتمان:

و تتمثل فيما يلي:[1]

- تعتبر أداةً حقيقية للحصول على القَرض؛
- لا يشترط لحصولها وجود رصيد دائن بالبن؛
- يمكن معها طلب البطاقات الإضافية لأفراد الأُسرة؛
- يمكن لحاملها شراء الحاجيات والخْدمات بالبطاقة، أو برقم الحساب؛
- معترف بها على المستوى العالمي.

عيوب بطاقات الإئتمان:

و نذكر منها ما يلي:[2]

- خدمة البطاقات تفرض على التجار رسوما عن كل صفقة ورسوما شهرية للمعالجة، والتجار بالطبع ينظرون إليها على أنها تكلفة القيام بأنشطة الأعمال؛

---

[1]– بشرى مذكور، **آثار وسائل الدفع الإلكتروني على الأداء المالي للبنوك**، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر، شعبة علوم إقتصادية، تخصص مالية و بنوك، جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي، 2017/2016، ص 13.

[2]– فريد النجار وآخرون، التجارة والأعمال الإلكترونية المتكاملة في مجتمع المعرفة، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2006، ص 120.

- المخاطرة بالنسبة حيث يحتمل أن تفقد مبيعات هامة بسببها، ولا يدفع المستهلك رسوما مباشرة لاستخدام بطاقات السداد"؛
- نفس المشكلة بالنسبة للمشترين حيث أنه قد يخسر المشتري قيمة مشتريات يشتريها عبر الانترنت بسبب عملية نصب على موقع الكتروني التاجر أو مقدم خدمة وهمي؛
- وقد يحدث أن يستطيع محترف لصب على الإنترنت باستخدام بطاقاتك الشخصية واستخدامها في الشراء باسمك عبر الإنترنت.

مصدرو البطاقات البنكية:

هي مجموعة من المنظمات العالمية والمؤسسات المالية والتجارية وهي كالآتي:

1. **المنظمات العالمية:** وتمثل البطاقات الصادرة عن مصارف مرخصة من المنظمة العالمية الراعية للبطاقة وهذه المنظمات لا تعتبر مؤسسات مالية تقوم بإصدار البطاقات، وهي عبارة عن ناد يمنح التراخيص لإصدار البطاقة للمصارف ويساعدهم على إدارة خدماتها (الفيزا العالمية والماستر الكارد العالمية).[1]

- **الفيزا العالمية:** تعد أكبر شركة دولية في إصدار البطاقات الائتمانية، ويعود تاريخ إنشائها إلى عام 1958 عندما أصدر بنك أمريكا البطاقة الزرقاء والبيضاء الذهبية، وتصدر هذه البطاقة من جميع البنوك العالمية المشاركة في عضويتها، فتصدر برعاية هذه المنظمات.[2]
- **الماستر كارد العالمية:** هي ثاني أكبر شركة دولية في إصدار البطاقات الائتمانية، مقرها الرئيسي الولايات المتحدة الأمريكية وتعتبر مقبولة لدى أكثر من 200 مليون محل تجاري، استخدمت لتسوية معاملات بلغت أكثر من 200 مليون دولار وهي بطاقات تصدر لزبائن

---

[1]– نوال بن عمارة، وسائل الدفع الإلكترونية (الآفاق والتحديات)، محاضرات ألقيت بقسم العلوم الاقتصادية، كلية الحقوق والعلوم الاقتصادية، جامعة ورقلة، ص 05.

[2]– ليلة بوقلال، دور الصيرفة الالكترونية في تحسين الخدمة المصرفية (دراسة حالة بنك خليج الجزائر) وكالة بسكرة، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر في العلوم الاقتصادية، تخصص تقود ومالية، جامعة محمد خيضر بسكرة، 2013–2014، ص.28.

ضمن شروط معينة وبسقف محدد، تخول لحاملها القيام بعمليات شراء السلع والخدمات لدى التجار الذين يملكون أجهزة (POS)، إضافة إلى ذلك عمليات السحب النقدي من خلال أجهزة الصراف الآلي.

2. **المؤسسات المالية الكبيرة:** يقوم هذا النوع من المؤسسات بإصدار بطاقات ائتمانية مباشرة بدون أن تمنح تراخيص إصدارها لأي مصرف أو مؤسسة مالية أخرى، كما تتولى بنفسها الحصول على حقوقها من حملة بطاقاتها .

وأهم البطاقات الصادرة عن المؤسسات المالية العالمية هي:

- **أمريكان اكسبريس:** هي من مؤسسات المالية الكبرى التي تصدر البطاقات الائتمانية مباشرة دون ترخيص لأي بنك، بمعنى أنها تصدر من مؤسسة مالية واحدة تقوم بالإشراف على عملية إصدارها كما تعمل على تسوية عملياتها مع التجار، ولهذه المؤسسة فروعها ولكن يمكن تفويض البنك لسداد قيمتها مباشرة من حساب العميل، ومن أهم البطاقات الصادرة عنها هي: اكسبريس الخضراء والذهبية والماسية وكذلك ناشيونال اكسبريس.
- **الدينرز كلوب:** هي من شركات البطاقات الائتمانية الرائدة رغم قلة عدد حملة بطاقاتها إلا أنها حققت أرباح وصلت إلى 16 مليون دولار وتصدر بطاقات متنوعة مثل: بطاقة الصرف البنكي لكافة الزبائن، بطاقة الأعمال التجارية لرجال الأعمال، بطاقات التعاون مع الشركات الكبرى مثل شركات الطيران.
- **المؤسسات التجارية الكبرى:** وبهدف المحافظة على العملاء وتسهيل معاملاتهم، قامت المؤسسات والمحلات التجارية كالفنادق والمطاعم بإصدار بطاقات خاصة لعملائها المتميزين، والدوافع الخاصة لإصدارها هي الأرباح التي حققها مصدرو البطاقات البنكية، كما سعت إلى تطوير البطاقات، حتى أصبحت تصدر اليوم بصيغ مماثلة للبطاقات الائتمانية وتحت تسميات مختلفة أشهرها (بطاقة الشراء من المحل التجاري)، وتعرف على

أنها بطاقات يصدرها المحل التجاري لعملائه ويتيح لهم شراء ما يحتاجونه على الحساب من السلع والخدمات التي يقدمها وذلك في حدود سقف ائتماني معين.[1]

ثانيا: النقود الإلكترونية:

عرفت بأنها: " قيمة نقدية مخزنة على وسيلة الكترونية مدفوعة مقدما و غير مرتبطة بحساب بنكي، وتحظى بقبول واسع من غير من قام بها بإصدارها، و تستعمل كأداة للدفع لتحقيق أغراض مختلفة".

أيضا هي: "معالجة رقمية للمدفوعات عبر الأنترنيت حيث تحل قيمة النقد محل السيولة النقدية وتتم باستخدام الحوسبة والرقمية بأشكالها المختلفة، من حواسيب وهواتف نقالة وبطاقات ذكية أو أية وسيلة أخرى تحتوي على ذاكرة حاسوبية وقدرات تشفيرية"[2].

والنقود الالكترونية عبارة عن نقود غير ملموسة تأخذ صورة وحدات الكترونية يتم انتقالها بطريقة معينة من حساب شخص إلى شخص آخر، و تخزن على القرص الصلب لجهاز الكمبيوتر في مكان يسمى المحفظة الالكترونية، بحيث يمكن استخدام هذه الوحدات في إتمام التعاملات المالية و التجارية عبر شبكة الانترنت بما في ذلك شراء المستلزمات اليومية ودفع ثمنها في شكل وحدات من النقود الالكترونية[3].

صور النقود الإلكترونية:

1-الصورة الأولى: هي البطاقة المدفوعة مسبقا التي يمكن استخدامها لأغراض متعددة، و يطلق عليها اسم البطاقة المختزنة القيمة أو محفظة النقود الإلكترونية.

---

[1]- محمد عدنان بن الضيف وآخرون، نظم الدفع الالكتروني، مذكرة مقدمة كجزء ضمن متطلبات نيل شهادة الليسانس في العلوم الاقتصادية، تخصص تقود مالية وبنوك، غير منشورة، جامعة محمد خيضر بسكرة، 2004-2005، ص.90.

[2]- بسام أحمد الزلمي، دور النقود الإكترونية في غسيل الأموال، مجلة جامعة دمشق للعلوم الإقتصادية والقانونية، المجلد الأول، العدد 26، 2010، ص 39.

[3]- ناشف فاطمة، وسائل الدفع الإلكتروني في البنوك و المؤسسات المالية الجزائرية، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر، تخصص: اقتصاد نقدي و بنكي، جامعة عبد الحميد بن باديس، مستغانم، 2018/2017، ص 35.

2-الصورة الثانية : هي آليات الدفع مختزنة القيمة أو سابقة الدفع التي تسمح بالدفع من خلال شبكة الحاسوب الآلية الانترنت)، المتعارف عليها باسم نقود الشبكة Net Money أو النقود السائلة الرقمية Digital Cash.

وعليه يمكن القول أن النقود الرقمية تعبير يستخدم في الأساس لوصف مجموعة متنوعة من اليات الدفع محدودة القيمة، و أهم ما يميزها هو أن قيمتها مسددة مسبقا Prepaid أو أن قيمتها مختزنة في داخلها Value stored.

عناصر النقود الالكترونية:

- **القيمة النقدية:** حيث تشمل النقود الالكترونية على وحدات نقدية لها قيمة مالية.
- **التخزين على وسيلة الكترونية:** حيث يتم شحن القيمة النقدية بطريقة الكترونية على بطاقة بلاستكية أو على القرص الصلب الكمبيوتر الشخص المستهلك.
- **أنها لا تشترط اخذ عمولة مقابل الخدمات التي تقدمها:** و هذا ما يميزها عن بطاقات الدفع الالكتروني كبطاقات الائتمان التي تشترط للمتعامل بها أن يفتح حسابا لدى المصرف الذي يقوم بإصدارها، و التي تمكنهم من القيام بدفع أثمان السلع و الخدمات التي يشترونها مقابل عمولة يتم دفعها للمصرف مقدم هذه الخدمة، فالنقود الالكترونية هي عبارة عن استحقاق حر أو عائم على مصرف خاص أو مؤسسة مالية أخرى و غير مرتبط بأي حساب آخر.

مزايا النقود الإلكترونية:[1] تتمثل أهم هذه المزايا فيما يلي :

- ✓ تكلفة تداولها زهيدة : إن تحويل النقود الإلكترونية عبر الانترنت أو الشبكات الأخر أرخص كثيرا من استخدام الأنظمة البنكية التقليدية.

[1]- حورية جنان، دور الصيرفة الإلكترونية في تحسين جودة الخدمات المصرفية، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر، تخصص: مالية و بنوك، جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي، 2013/2012، ص 43.

- ✓ لا تخضع للحدود: يمكن تحويل النقود الإلكترونية من أي مكان إلى آخر في العالم و في أي وقت كان، و ذلك لاعتمادها على الانترنت أو الشبكات الأخرى التي لا تعترف بالحدود الجغرافية و لا بالحدود السياسية.
- ✓ بسيطة و سهلة الاستخدام : تسهل النقود الالكترونية التعاملات البنكية إلى حد كبير فهي تغني عن ملء الاستمارات البنكية عبر الهاتف.
- ✓ تسرع عمليات الدفع: تجري حركة التعاملات المالية و يتم تبادل معلومات التنسيق الخاصة بها فورا في الزمن الحقيقي، دون الحاجة إلى أي وساطة مما يعني تسريع هذه العمليات على عكس الطرق التقليدية.
- ✓ تشجع عمليات الدفع الآمنة: تستخدم البنوك التي تتعامل بالنقود الإلكترونية أجهزة خادمة تدعم برتوكول الحركات المالية الأمنة Secure Electronic Transaction كما تستخدم مستعرضات لشبكة الويب تدعم برتوكول الطبقات الأمنية LayersSecure)(SocketSSL مما يجعل عمليات دفع النقود الالكترونية أكثر أمانا.

ثالثا: المحافظ الإلكترونية:

هي عبارة عن" :قيمة مخزنة الكترونيا على جهاز مثل البطاقة، ويكون فيها شريط ممغنط والذي يتم تخزين معلومات الحساب عليه وتتيح هذه المحافظ لحاملها التعامل معها كأنه يحمل نقودا لكنها في شكل مختلف وتسمح بتحويل القيمة من بطاقة الأخرى بشكل مباشر أو إلى شخص آخر أو محل تجاري بدون الحاجة إلى أن تمر هذه العملية من خلال حساب لدى وسيط"، بحيث أن الأموال مسجلة على المحفظة الالكترونية، فلا حاجة لعمل اتصال مباشر أو التعرف على الشخص حامل المحفظة حيث أن الغرض من هذا النوع من وسائل الدفع أن تعمل كبديل للنقود في المعاملات اليومية ويتم استخدامها في المدفوعات اليومية الصغيرة مثل: التنقلات العامة أو ماكينات البيع الآلي.[1]

[1]– مجموعة العمل المالي لمنطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا، تقرير حول "طرق الدفع عبر الحدود (الحالية والناشئة) وامكانية استغلالها في عمليات غسلالأموال وتمويل الارهاب، ص 13-14.

خصائص المحافظ الإلكترونية:[1]

- أنه يمكن استعمالها لأجل وظائف غير مالية كحفظ المعلومات الطبية مثلا.
- أنها توفر جملة من الخيارات الأمنية، إذ تسمح باستعمال أو عدم استعمال رقم سري مثلا.
- أنه يمكن شحنها بعملة واحدة أو بعدة عملات.
- أنه يمكن شحنها بسهولة نسبية من خلال الهاتف مثلا.
- أنه يمكن إقفالها بحيث يمنع استعمالها من قبل أشخاص آخرين.
- أنه يمكن الاطلاع دوريا على القيمة التي تختزنها خلال وسائل عدة.

إيجابيات المحافظ الإلكترونية:

- ✓ سهولة الإستعمال.
- ✓ تقليص خطر السرقة.
- ✓ إمكانية إجراء مدفوعات دون ضرورة إمتلاك حساب بنكي.
- ✓ سهولة الدفع من خلال عدة عملات دون القيام بعملية الصرف

سلبيات المحافظ الإلكترونية:

- ✓ التكلفة الوحدوية للتشغيل.
- ✓ التكلفة الوحدوية للمستعمل.
- ✓ الوقت الازم للتعود على إستعمالها.
- ✓ المراقبة من طرف البنك المركزي.

رابعا: الشيك الإلكتروني:

هو رسالة الكترونية موثقة ومؤمنة يرسلها مصدر الشيك إلى حامل الشيك، ويقوم بوظيفته كوثيقة تعهد بالدفع يحمل توقيعا رقميا يمكن التأكد من صحته الكترونيا، ويتضمن ملفا الكترونيا

[1]– جورج نهاد أبو جريش وخشان يوسف رشوان، مدخل إلى مصارف الانترنت، اتحاد المصارف العربية، بيروت، 2004، ص 193.

آمنا يحتوي على معلومات خاصة بمحرر الشيك ووجهة صرف هذا الشيك، وكذا تاريخ صرف الشيك قيمته المستفيد منه، رقم الحساب المحول إليه، التوقيع والرقم، وهو يشبه الشيك التقليدي غير أنه يختلف عنه في أنه يرسل الكترونيا.[1]

إجراءات استخدام الشيك الالكتروني:

الخطوة الأولى: اشتراك المشتري لدى جهة التخليص في الغالب تكون البنك حيث تم فتح حساب جاري بالرصيد الخاص بالمشتري أو يتم الإتفاق على الصرف خصما من حساب المشتري بأي حساب جاري متفق عليه ويتم تحديد توقيع الكتروني للمشتري وتسجيله في قاعدة بيانات جهة التخليص.

الخطوة الثانية: اشتراك البائع لدى جهة التخليص نفسها حيث يتم أيضا فتح الحساب الجاري أو الربط مع أي حساب جاري للبائع و يتم تحديد التوقيع الالكتروني للبائع وتسجيله في قاعدة البيانات جهة التخليص

الخطوة الثالثة: فيها يقوم المشتري باختيار السلعة أو السلع التي يرغب في شراءها من البائع المشترك لدى شركة التخليص و يتم تحديد السعر الكلي و الاتفاق على أسلوب الدفع.

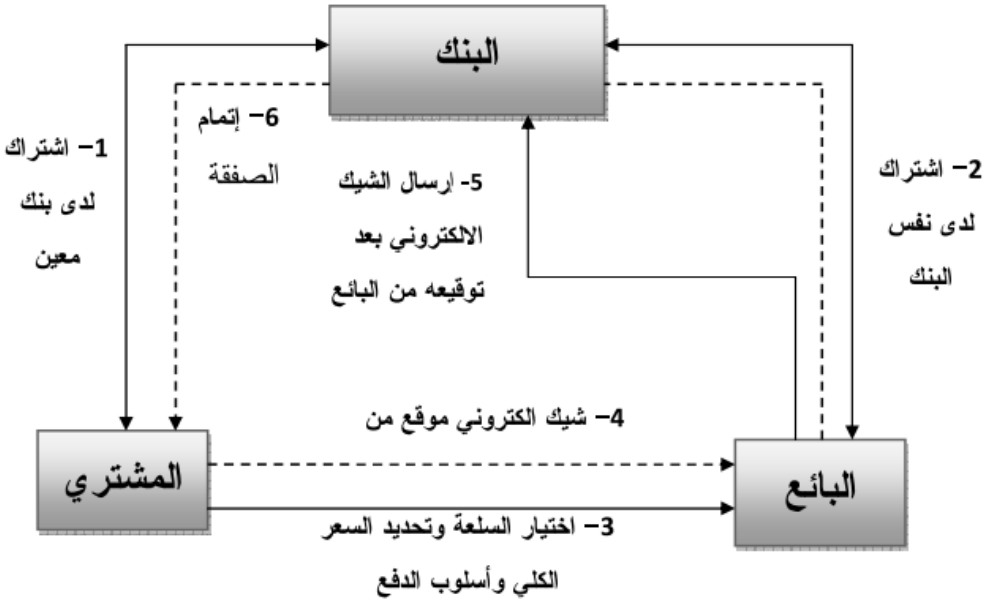
الخطوة الرابعة: يقوم المشترك بتحرير شيك الكتروني و يقوم بتوقيعه بالتوقيع الالكتروني المشفر، ثم يقوم بإرسال هذا الشيك بالبريد الالكتروني المؤمن إلى البائع.

الخطوة الخامسة: يقوم البائع باستلام الشيك الالكتروني الموقع من المشتري و يقوم بالتوقيع عليه كمستفيد بتوقيعه الالكتروني المشفر و يقوم بإرساله إلى جهة التخليص

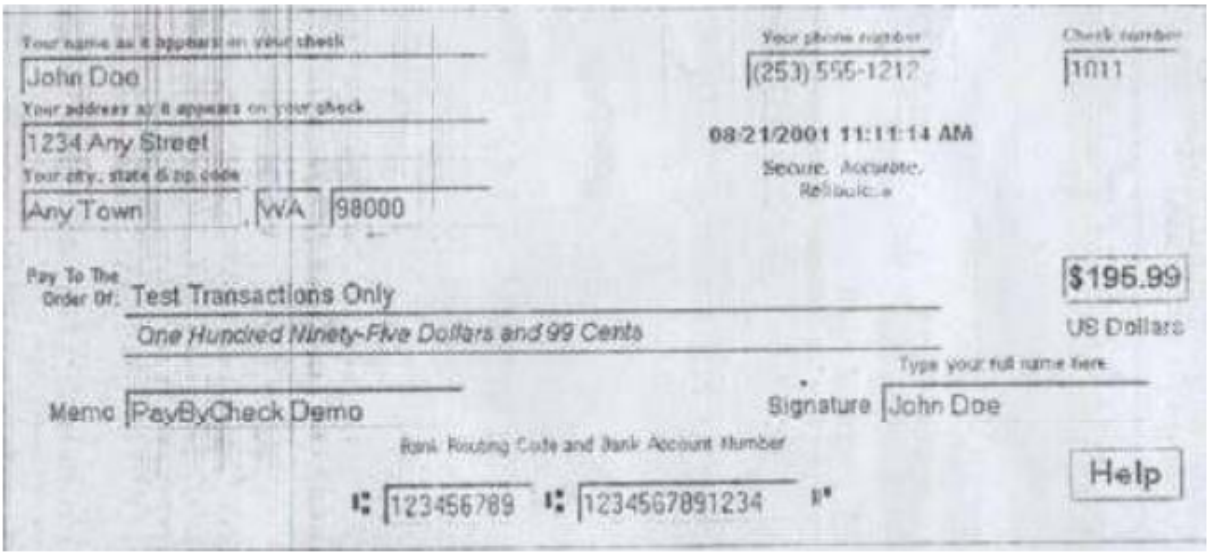
الخطوة السادسة: تقوم الجهة التخليص بمراجعة الشيك والتحقق من صحة الأرصدة والتوقيعات وبناء على ذلك تقوم بإخطار كل من المشتري و البائع بتمام إجراء المعاملة المالية.

ويمكن تلخيص دورة إجراءات استخدام الشيك الالكتروني في الشكل الآتي:

[1]– سايحي الخامسة طويل حدة، أثر وسائل الدفع الإلكتروني على جودة الخدمات المصرفية، مرجع سابق، ص 74.



الشكل رقم (01): دورة استخدام الشيك الإلكتروني في عمليات الدفع



الشكل رقم (02): نموذج عن شكل الشيك الإلكتروني

أ- **خصائص الشيكات الالكترونية:** تتميز الشيكات الالكترونية بمايلي:

- ✓ تخضع الشيكات الالكترونية الى الاطار القانوني نفسه المقرر في الشيكات الورقية؛
- ✓ دفتر الشيكات الالكتروني يحقق الوظائف نفسها التي يقوم بها الشيك العادي، بل ويعتبر افضل لأنه يوفر السرية ويعتبر اكثر امانا؛
- ✓ تقلص الشيكات الالكترونية من تكلفة الادارة والدفع وتحل مشكلة التزويد والنقل والطبع والسرعة.

ب-فوائد الشيكات اللكترونية: تتمثل فوائد الشيكات الالكترونية في التالي:

- ✓ زيادة كفاءة إنجار عمليات الحسابات والودائع للتجار والمؤسسات المالية؛
- ✓ تسريع عملية الدفع والمحاسبة التي يقوم بها الزبون؛
- ✓ تزويد الزبون بمعلومات عن كشف الحساب؛
- ✓ الصرف الفوري للشيك؛
- ✓ تخفيض تكاليف المصاريف الادارية.

خصائص وسائل الدفع الالكترونية:

ما زاد من أهمية وسائل الدفع الالكترونية الخصائص التي تميزها عن وسائل الدفع التقليدية والتي يمكن تلخيصها فيما يلي:[1]

- ➢ **يتسم الدفع الالكتروني بالطبيعة الدولية:** أي أنه وسيلة مقبولة من جميع الدول، حيث يتماستخدامه لتسوية الحساب في المعاملات التي تتم عبر فضاء الكتروني بين المستخدمين في كل أنحاء العالم.
- ➢ **يتم الدفع من خلال استخدام النقود الالكترونية:** و هي قيمة نقدية تتضمنها بطاقة بها ذاكرةرقمية أو الذاكرة الرئيسية للمؤسسة التي تهيمن على إدارة عملية التبادل.
- ➢ **يستخدم هذا الأسلوب التسوية المعاملات الالكترونية عن بعد:** حيث يتم إبرام العقد بينأطراف متباعدين في المكان، و يتم الدفع عبر شبكة الانترنيت، أي من خلال المسافات بتبادل المعلومات الالكترونية بفضل وسائل الاتصال اللاسلكية.

يتم إعطاء أمر الدفع وفقا لمعطيات الكترونية تسمح بالاتصال المباشر بين طرفي العقد.

- ➢ **يتم الدفع الالكتروني بأحد الأسلوبين:**

[1]– زهير زواش،دور نظام الدفع الالكتروني في تحسين المعاملات المصرفية، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجيستر في العلومالاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية و علوم التسيير ، جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي، الجزائر، 2010، ص 17.

- ✓ **الأسلوب الأول:** من خلال نقود مخصصة سلفا لهذا الغرض (الدفع عبر شبكة الانترنيت، و ذلك بتبادل المعلومات الالكترونية بفضل وسائل الاتصال اللاسلكية)، و من ثم فإن الدفع لا يتم إلا بعد الخصم من هذه النقود، ولا يمكن تسوية المعاملات الأخرى عليها بغير هذه الطريقة. و يشبه ذلك العقود التي يكون الثمن فيها مدفوعا مقدما.
- ✓ **الأسلوب الثاني:** من خلال البطاقات البنكية العادية، حيث لا يوجد مبالغ مخصصة مسبقا لهذا الغرض، بل إن المبالغ التي يتم السحب عليها بهذه البطاقات قابلة للسحب عليها بوسائل أخرى كالشيك التسوية أي معاملات مالية.

- ➢ **يلزم تواجد نظام مصرفي معد لإتمام ذلك** : أي توافر أجهزة تتولى إدارة هذه العمليات التي تتم عن بعد لتسهيل تعامل الأطراف و توفير الثقة فيما بينهم، تتولى البنوك بصفة أساسية عبءالقيام بهذه المهمة بالإضافة إلى منشآت أخرى يتم إنشاءها خصيصا لهذا الغرض.
- ➢ يتم الدفع من خلال نوعين من الشبكات:

- ✓ **النوع الأول:** شبكة خاصة يقتصر الإتصال بها على أطراف التعاقد، و يفترض ذلك وجود معاملات وعلاقات تجارية و مالية مسبقة بينهم.
- ✓ **النوع الثاني:** شبكة عامة حيث يتم التعامل بين العديد من الأفراد لا توجد بينهم قبل ذلك روابط معينة.

المبحث الثالث: تقييم وسائل الدفع الإلكتروني:

لقد ظهرت وسائل الدفع الالكترونية كنتيجة للتطور التكنولوجي، و كحل للمشاكل و العراقيل التي أفرزتها وسائل الدفع التقليدية، وبالفعل تمكنت الوسائل الحديثة من الانتشار بسرعة، وقد ساعد في ذلك المجهودات الكبيرة المبذولة من طرف البنوك لجذب أكبر عدد ممكن من العملاء و جعلهم يختبرون فعالية و مزايا هذه الوسائل حديثة النشأة.

وبعد ظهور هذه الوسائل بدأت الآراء تتضارب حول إمكانية إحلالها محل الوسائل التقليدية، بحيث تجرد الوسائل من طابعها المادي أو الورقي و الاعتماد على الالكترونيات، فبدأت التوقعات باختفاء الشيك لتحل محله البطاقات و الشيكات الالكترونية و تعوض السفتجة بمثيلتها الالكترونية و نفس الأمر للسنا الأمر، أما التحويلات فيكفي إرسال أوامرها عبر أجهزة الكمبيوتر و شبكة الانترنت، دون ضرورة كتابة الأوامر على الأوراق

وبالمقابل كانت هناك آراء أخرى ترجح عدم اختفاء وسائل الدفع التقليدية في ظل ظهور تلك الحديثة، التي لم تكتسب بعد الثقة الكاملة نظرا لحداثتها بالإضافة إلى تميز تلك التقليدية يتعود العملاء على نظام كامل يطلع العملاء على كافة خبايا من خلال النظام القانوني الذي ينضم أحكامه.

لكن في ظل تلك الأراء هناك حقيقة، وهي أن وسائل الدفع الالكترونية حققت مزايا لم تتمكن التقليدية من تحقيقها، حيث خفضت التكاليف و قللت من معاناة العملاء و أعطت للوقت قيمته، بل إنها شجعت البنوك على تقديم خدمات تصب كلها في المصلحة العامة سواء للبنوك أو العملاء.

المطلب الأول: إيجابيات وسائل الدفع الإلكتروني:

أولا: العوامل المساعدة على نجاح وسائل الدفع الإلكتروني:

رغم حداثة وسائل الدفع الالكترونية، إلاّ أنها وصلت إلى مرحلة يمكن فيها تقييم هذه الوسائل و استنتاج العوامل المساهمة في نجاحها و المعرقلة لها، كما تبين أن هذه الوسائل قدمت العديد

من المزايا التي حرم منها العملاء عند استعمالهم للوسائل التقليدية، إلاّ أن هي الأخرى أفرزت مشاكل و عيوب من نوع آخر عرقلت مسار نجاحها الذي كان مسطر لها.

أ. **نمو الانترنت:** إن نمو شبكة الانترنت يعد، عاملا أساسيا لتطور ونجاح وسائل الدفع الالكترونية باعتبارها البيئة الملائمة لتداول هذه الوسائل، خاصة التجارة الالكترونية التي تتم على هذه الشبكة و التي يجري الدفع فيها بالطرق الالكترونية و عيه فنمو شبكة الانترنت و انتشارها يساعد، في انتشار الوسائل الالكترونية و بالتالي تطورها و نجاحها.[1]

ب. ظهور البنوك الإلكترونية:

في ظل وجود شبكة الانترنت و شيوعها و ازدياد مستخدميها، و استغلال هذه الشبكة في ميدان النشاط التجاري الالكتروني، لم تكتف البنوك بدور المتفرج بل شهدت ثورة في المعاملات المصرفية أمدت هذا القطاع بأحدث الأليات، جعلته أكثر مرونة و سرعة في تقديم خدماته، و قد ظهر إلى الوجود ما يسمى بالبنوك الالكترونية.

والبنك الالكتروني هو بنك له وجود كامل على الشبكة (شبكة الانترنت) و يحتوي موقعه على كافة البرمجيات اللازمة للأعمال المصرفية، حيث يتيح هذا البنك للزبون بالقيام بكافة أعماله الخاصة بالبنك عن طريق أي مكان موجود به، و ذلك بواسطة خط يوفره له البنك يسمح له بانجاز كافة معاملاته دون أن يضطر إلى الذهاب بنفسه إلى مقر البنك.

وبما أن البنوك الالكترونية و المعاملات المصرفية الالكترونية تتم عن طريق شبكة الانترنت، فمن الطبيعي أن يتم التعامل بوسائل الدفع الالكترونية مما يشجع على استعمال هذه الوسائل بالإضافة إلى الخدمات المصرفية الجديدة التي تستوجب التعامل بتلك الوسائل، و أهم هذه الخدمات ما يلي:[2]

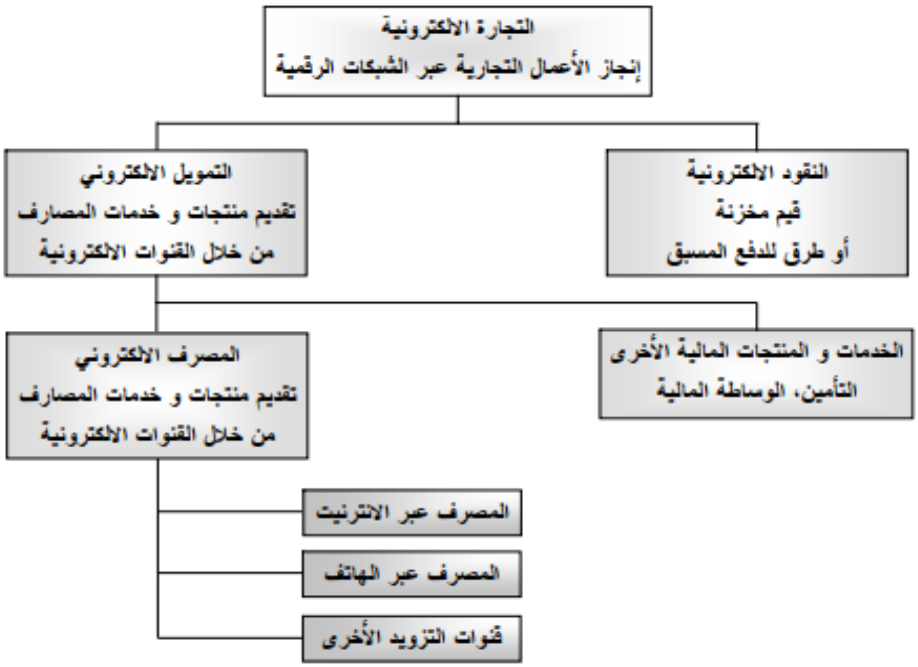
- ✓ الخدمات المصرفية عبر الصرفات الآلية ATM.

---

[1]– عبد الرحيم وهيبة، تقييم وسائل الدفع الالكترونية ومستقبل وسائل الدفع التقليدية في ظل وجودها، مجلة الإقتصاد الجديد، العدد02، الجزائر، جانفي 2010، ص 188.

[2]– نفس المرجع، ص 189.

✓ الصيرفة عبر الهاتف الجوال.



شكل رقم (03): المكونات الأساسية للمصرف الإلكتروني

المصدر: لوصيف عمار، استراتيجيات نظام المدفوعات للقرن الحادي و العشرين مع الإشارة إلى التجربة الجزائرية، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجيستير في العلوم الإقتصادية ، تخصص: التحليل و الاستشراف الاقتصادي، جامعة منتوري، قسنطينة، 2009/2008، ص 84.

ج. الاستفادة من وسائل الأمان عبر شبكة الانترنات:

تتميز وسائل الدفع الالكترونية عن الوسائل التقليدية، بالاستفادة من وسائل الأمان المبتكرة حديثا الاستعمالها عبر شبكة الانترنت، و خاصة لإضفاء الثقة على المعاملات البنكية و التجارية التي تتم عبر هذه الشبكة و التي تكون وسائل الدفع الالكترونية طرفا فيها.[1]

وقد كان انتشار التجارة الالكترونية سببا لابتكار مثل هذه الوسائل:

- التوقيع الإلكتروني
- التشفير

[1]– الجنبيهي منير و الجنبيهي ممدوح، البنوك الإلكترونية، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2005، ص 74.

- التأمين (استخدام تكنولوجيا الجدران النارية، البطاقات، شهادات التوثيق، الخادم المفوض، البروتوكلات الآمنة للسداد)

د. ظهور منظمات و مؤسسات مالية عالمية في مجال المدفوعات: إن من بين العوامل المساهمة في انتشار وسائل الدفع الالكترونية، ظهور منظمات و مؤسسات عالمية أصبحت رائدة في إنتاج و تسويق هذه الوسائل لمختلف بلدان العالم، و الجهات المصدرة للبطاقات البنكية و التي تعال أشهر وسائل الدفع الالكترونية.[1]

ثانيا: إيجابيات وسائل الدفع الإلكتروني:

يمكن تلخيص أهم المزايا التي تتمتع بها وسائل الدفع الإلكترونية كما يلي:

1-مزايا البطاقات البنكية:

إن البطاقات المصرفية تمنح عدة فوائد ومزايا سواء لحامله أو للمصرف المصدر لها أو حتى للتاجر وذلك كما يلي:

أ. المميزات التي تقدمها البطاقات البنكية لحاملها:[2]

تعطي البطاقات البنكية لحاملها العديد من المميزات والخدمات التي سينتفع بها أثناء تعاملاته ، وأهم هذه المزايا ما يلي:

- **الأمان** :فهي توفر الأمن للمستهلك، فالمستهلك محمي أوتوماتيكيا لفترة 30 يوم حيث يستطيع أن يقوم بشراء الفوري online ببطاقته، كما أن البطاقة تجنب العميل حمل النقود وما ينتج عن ذلك من مخاطر السرقة أو الضياع؛
- **المرونة:** تكسب حاملها في الحصول على احتياجاته من سيولة نقدية وسلع وخدمات من مصادر متنوعة في أي مكان من العالم وفي أي وقت وبأي عملة؛

---

[1]- رحيم حسين و هواري معراج، الصيرفة الالكترونية، ملتقى المنظومة المصرفية الجزائرية و التحولات الاقتصادية كالعلوم الاقتصادية و العلوم الاجتماعية، جامعة حسيبة بن بوعلي، الشلف، 2004، ص 62

[2]- طارق عبد العالي حماد، التجارة الإلكترونية، دار الجامعية، الإسكندرية، 2003، ص 128-129.

- **مكانة مميزة في المجتمع:** فالبطاقات تمثل مظهرا من مظاهر التقدم لذلك تعطي لحاملها وضع مميز ومكانة اجتماعية ورضاء نفسي وثقة كبيرة في معاملاته التي تتم باستخدامها

ب. المميزات التي تقدمها البطاقات المصرف المصدر لها:[1]

ويتمثل هذا الظرف في المصارف أو الشركات المصدرة للبطاقات الائتمانية التي تحصل على دخل من وراء إصدارات تلك البطاقات، هذا الدخل حصيلة عدة مصادر تتمثل في:

- **الرسوم التي يحصل عليها المصرف:** وهي عبارة عن رسوم انتساب يدفعها العميل مرة واحدة وهي رسوم سنوية متفاوتة حسب العمولة يدفعها التاجر للمصرف ومتفق عليها مسبقا؛
- **العائد الذي يحققه المصرف:** نتيجة أسعار الصرف عندما يتم تحويل قيمة الإشعار الصادر بالعملة الأجنبية إلى العملة التي يتم بها محاسبة العميل؛
- **مدفوعات الفائدة:** التي يدفعها حاملوا البطاقة إذا ما استفادوا من تسهيلات الائتمان الممنوحة؛

ج. المميزات التي تقدمها البطاقات للتاجر:[2]

التاجر هو الآخر يستفيد من جراء استعمال الغير للبطاقات من أجل شراء سلعة أو الاستفادة من خدمات وذلك كما يلي:

- **زيادة المبيعات:** يساعد استعمال البطاقات التجار على زيادة مبيعاتهم من مختلف السلع والخدمات وبالتالي إلى زيادة أرباحهم، فالبطاقة تشجع حاملها على الزيادة في الاستهلاك لعدم التزامه بالسداد الفوري؛
- **تقليل المخاطر:** بالنسبة للتجار فإن بطاقات السداد توفر الحماية من الغش؛ فعندما يقبل تاجر بطاقات السداد عن المدفوعات online لأن موقع التاجر وموضع المشتري مختلفان

---

[1]– فريدة قلقول، أهمية أنظمة الدفع الإلكترونية في المصارف، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في العلوم الاقتصادية، تخصص: مالية و بنوك، جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي، 2013/2012، ص 71.

[2]– طارق عبد العالي حماد، التجارة الإلكترونية، مرجع سابق، ص 130.

فإنه يمكنه من توثيق وترخيص بالشراء باستخدام معالجة بطاقة الدفع payement card، كما توفر البطاقات أمنا ذاتيا بالنسبة للتجار لأن لديهم تأكيدات أعلى بأنهم سوف يحصلون على قيمة المبيعات من الشركات المصدرة لبطاقات وذلك بالمقارنة بالعمليات التي تتم من خلال الفواتير المباشرة.

ه. **بالنسبة للاقتصاد الوطني:**

تتلخص أهم المزايا التي تلحق بالمجتمع من جراء استخدام البطاقة فيما يلي:[1]

- خفض نفقات البنك المركزي في طباعة النقود الورقية وحمايتها وصياغتها ومراقبتها من التزوير على أساس أن جانبا من نفقات مراقبة التزوير انتقل إلى الشركات المصدرة لهذه البطاقات.
- يقلل من التسرب النقدي خارج النظام البنكي مما يعني قدرة السلطات النقدية على التحكم بسهولة في المتغيرات النقدية، وقدرة البنوك التجارية على تقديم قروض أكبر وهو ما يعني كفاءة السياسات النقدية التوسعية حيث يحصل الأفراد على السيولة التي يريدونها، ويزداد النشاط الاقتصادي بالتالي .

2-مزايا النقود الإلكترونية: يمكن تلخيصها فيما يلي:[2]

- **بسيطة وسهلة الاستخدام:** تسهل النقود الإلكترونية التعاملات المصرفية إلى حد كبير ، فهي تغني عن ملئ الاستثمارات وإجراء الاستعمالات المصرفية عبر الهاتف
- **تسرع عملية الدفع:** تجري حركة التعاملات المالية ويتم تبادل معلومات التنسيق الخاصة بها فورا في الزمن الحقيق دون الحاجة إلى أي وساطة مما يعني تسريع هذه العملية؛
- **لا تخضع للحدود:** يمكن تحويل النقود الإلكترونية من أي مكان، وفي أي وقت، كونها تعتمد على شبكة الإنترنت التي لا تعترف بالحدود الجغرافية والسياسية؛

---

[1]- عبد الهادي النجار، بطاقات الائتمان والعمليات المصرفية الالكترونية : الجديد في أعمال المصارف من الوجهتين القانونية والاقتصادية – الجديد في التقنيات المصرفية"، الجزء الأول، لبنان، 2002، ص 51-52.

[2]- منير محمد الجنبيهي، ممدوح الجنبيهي، التطبيق القانوني للعقد الإلكتروني، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2003، ص 159-160.

- **تشجيع عمليات الدفع الآمنة:** تستخدم المصارف التي تتعامل بالنقود الإلكترونية أجهزة خادمة تدعم بروتوكول الحركات المالية الآمنة كما تستخدم مستعرضات لشبكة الويب تدعم بروتوكول الطبقات الأمنة مما يجعل عمليات دفع النقود الإلكترونية أكثر أمانا

3-مزايا الشيك الإلكتروني:يمتاز الشيك الالكتروني بالعديد من المزايا، يمكن تلخيصها فيما يلي:[1]

- يوفر التعامل بالشيكات الالكترونية حوالي 50 % من رسوم التشغيل بالمقارنة مع بطاقات الائتمان مما يساهم في تخفيض النفقات التي يتحملها المتعاملون بهذه الشيكات، كما أن عملية الدفع بالشيكات الالكترونية منخفضة التكاليف بالمقارنة مع الشيك العادي، حيث أوضحت إحدى الدراسات في الولايات المتحدة الأمريكية أن البنوك تستخدم سنويا أكثر من 500 مليون شيك ورقي وتكلف إجراءات تشغيلها حوالي 79 سنتا للشيك وتتزايد أعداد الشيكات بنسبة 3 %سنويا وأكدت الدراسة أن استخدام الشيكات الالكترونية يمكن أن يخفض التكلفة إلى 25 سنتا.
- لا يتم تحميل الشيكات الالكترونية التي تتم عن طريق الانترنيت بالرسوم التي يتم تحميلها للشيكات الورقية.
- يتم تسوية المدفوعات من خلال الشيكات الالكترونية في 48 ساعة فقط بالمقارنة بالشيكات العادية التي تتم تسويتها في وقت أطول من خلال غرفة المقاصة، والبنوك تعمل جاهدة على تقليص هذه المدة.
- يتيح التعامل بالشيكات الالكترونية القضاء على المشاكل التي تواجهها الشيكات العادية التي يتم إرسالها بالبريد مثل الضياع، التأخر... الخ.

[1]- سماح ميهوب، الاتجاهات الحديثة في مجال الخدمات المصرفية، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجيستير، قسم العلوم الاقتصادية، تخصص:فرع بنوك و تأمينات، جامعة منتوري، قسنطينة، 2005، ص 114.

4-مزايا المحافظ الإلكترونية:[1]

تمتاز المحافظ الإلكترونية بمجموعة من الخصائص التي تميزها كوسيلة دفع إلكترونية متطورة كالآتي:

- **رخيصة الثمن:** تعد المحافظ الإلكترونية من أرخص الوسائل المستخدمة في المعاملات الإلكترونية، فهي على خلاف البنوك لا تقوم بفرض رسوم مالية باهظة، ولا تثقل كاهل المستخدم بالفوائد والديون. فالمستخدم تاجر كان أو عميل، يستطيع استخدامها في أي وقت دون خوف من أي أعباء مالية إضافية مختلفة.
- **عالمية:** ظهرت المحافظ الإلكترونية كبديل لوسائل الدفع التقليدية التي لم تتناسب مع عالمية التجارة الإلكترونية وتجاوزها للحدود، لذلك ظهرت المحافظ الرقمية كوسيلة يمكن استخدامها في أي مكان وفي أي وقت. فالمستخدم أيًا كان مكانه أو الوقت يستطيع تحويل الأموال من حسابه الشخصي إلى حساب آخر بضغطة زر واحدة لا أكثر وبرسوم مالية منخفضة.
- **سريعة:** تتسم المعاملات المالية التي تتم عبر المحافظ الإلكترونية بالسرعة والمرونة، فهي لا تأخذ نفس المدة التي تحتاجها الإجراءات البنكية المعقدة، ولا تحتاج إلى إهدار الوقت كعمليات تسليم المبالغ الورقية التقليدية. فمحفظة إلكترونية مثل سداد تقدم لمستخدميها خدمات التحويل والإيداع البنكي ودفع الفواتير وغيرها من الخدمات المالية خلال 5 ثوان فحسب. لكن في الأساليب التقليدية قد تحتاج إلى ساعات وأحيانًا أيام.
- **آمنة:** تتسم المحافظ الإلكترونية بكونها تعمل بنظام حماية مرتفع المستوى، يسمح للعملاء بالثقة فيه، والاعتماد عليه كبديل رسمي لاستخدام النقود الورقية أو بطاقات الائتمان. لذلك تعمل المحافظ على بوابات دفع إلكترونية آمنة، شديدة الحماية. هذه البوابات لا تعمل فقط على تشفير عملية الاتصال بين المشتري والبائع والعكس، بل أيضًا تعمل على حماية بيانات الطرفين وكذلك حماية عملية الاتصال نفسها من التعرض للانتهاك أو السرقة. فعلى عكس

[1]-https://sadad.qa/money-electronic-wallet-what-you-should-know-about-it-and-why-its-important/17/05/2021, 21 :30.

استخدام بطاقات الائتمان التي تزداد فيها عمليات الاحتيال والسرقة الإلكترونية، تتسم المعاملات التي تتم عبر المحافظ الرقمية بكونها أكثر أمنًا وحماية.

- **تعدد مجالات استخدامها:** كما ذكرنا سابقًا فإن المحافظ الإلكترونية لا يقتصر استخدامها على إجراء المعاملات الشرائية عبر الإنترنت فقط، بل تتوسع استخداماتها لتدخل في العديد من المجالات المختلفة. فمحفظة إلكترونية كسداد لحلول الدفع تمنح عملائها الخدمات الآتية:
  - ✓ **خدمة إدارة الفواتير** :وفيها يتيح سداد لعملائه حرية سداد الفواتير بمختلف أنواعها عبر خدمة إدارة الفواتير التابعة له. فيمكن للمستخدم معرفة الفواتير المستحقة، والمتأخرة، والمدفوعة وغير المدفوعة كذلك بضغطة زر.
  - ✓ **خدمة الإيداع البنكي** :وفيها يتاح للمستخدمين حرية نقل أموالهم من محفظة سداد الإلكترونية إلى حسابهم البنكي خلال 5 ثواني فقط.
  - ✓ **خدمة تتبع المعاملات المالية** :وفيها يتمكن المستخدم من متابعة خط سير أمواله خطوة بخطوة، فيعرف في أي جهة يتم إنفاقه، وكيف يتم إنفاقه؟ وفي أي وقت؟
  - ✓ **خدمة إنشاء المتجر الإلكتروني** :وفيها يتمكن المستخدم من إنشاء متجر إلكتروني لمنتجاته، وإضافة التفاصيل الخاصة بكل منتج، وإرفاق صوره، وكذلك نشره على منصات التواصل المختلفة.
  - ✓ **خدمة تتبع الطلبات الشرائية** :وفيها يمتلك المستخدم خاصية تتبع للطلبات التي يقوم بشرائها، حيث يكون على دراية بأي الطلبات هي قيد التنفيذ، وأيهم قيد الانتظار.

كل هذه الخدمات تقدمها المحافظ الإلكترونية لأصحابها وخاصة محفظة سداد لحلول الدفع. فهي لا تعد مجرد وسيلة دفع أخرى مثلها مثل باقي تطبيقات الدفع المختلفة، بل هي الأولى عالميًا من حيث رخص التكلفة المالية، والأولى في الشرق الأوساط لخدمات حلول الدفع، والأولى في دولة قطر كمحفظة نقود إلكترونية.

المطلب الثاني: سلبيات وسائل الدفع الإلكتروني:

رغم حداثة وسائل الدفع الالكتروني إلا أنها وصلت إلى مرحلة يمكن تقديم هذه الوسائل واستنتاج الإيجابيات المساهمة في نجاحها و السلبيات المعرقلة لها كما تبين أن هذه الوسائل قدمت العديد من المزايا التي حرم منها العملاء عند استعمالهم للوسائل التقليدية إلا أن هي الأخرى أفرزت مشاكل من نوع اخر عرقلت مسار نجاحها الذي كان مسطر لها.

أولا: العوامل المعرقلة لنجاح وسائل الدفع الإلكتروني:

هناك جملة من العوامل التي تعرقل نجاحوسائل الدفع الالكترونية و تؤدي إلى انعدام الثقة بهذه الوسائل الحديثة، فرغم النجاح و الراحة و المزايا التي حققتها هذه الوسائل إلا أن هناك عوامل جعلت من هذا النجاح ناقصا، حيث ظهر نوع من الجرائم التي ترتكب في حق البطاقات البنكية و الإعلام الآلي مما أفرز مخاطر تنجم عن التعامل بوسائل الدفع الحديثة.

1- **الجرائم الالكترونية و مخاطر المعاملات الإلكترونية:** تعتبر الجرائم الالكترونية (جرائم الانترنت) هي النوع الشائع الآن من الجرائم، إذ أنها تتمتع بالكثير من المميزات للمجرمين تدفعهم إلى ارتكابها و يمكن تعريف تلك الجرائم بأنها "الجرائم التي لا تعرف الحدود الجغرافية و التي يتم ارتكابها بأداة هي الحاسب الآلي عن طريق شبكة الانترنت و بواسطة شخص على دراية فائقة بهما"[1]

وعلى سبيل المثال، شهد عام 2004 تجاوز عدد الفيروسات المعروفة 100 ألف فيروس بحيث ارتفع عدد الفيروسات الجديدة بنسبة 50% ، و سجل زيادة قدرها 500% في عدد رسائل البريد الالكتروني الخادعة، كما سجلت محاولات النصب في الانترنت والتي يحاول من خلالها بعض المحتالين خداع الناس لمعرفة معلومات سرية زيادة بنسبة أكثر من 30%، والتي يحاول خلالها القراصنة إقامة مواقع بنوك مزورة، وإقناع المودعين بتسليم أرقامهم البنكية السرية،من يقعون في فخ هذه العمليات أن حساباتهم البنكية قد تم إفراغها من محتواها أو أن سمعتهم قد، تم

[1]- الجنبيهي محمد، و الجنبيهي ممدوح، جرائم الانترنت و الحاسب الآلي و وسائل مكافحتها، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، مصر :2004، ص 13.

تدميرها من خلال انتحال آخرين لها . وقد كان لظهور وسائل الدفع الالكترونية عاملا مساهما في ظهور هذا النوع من الجرائم كما يلي:

أ- **انتحال شخصية الفرد:** تتم عندما يستغل اللصوص بيانات (كالعنوان و تاريخ الميلاد و رقم الضمان الاجتماعي). لشخص ما على الشبكة الالكترونية أسوأ استغلال من أجل الحصول على بطاقات بنكية ائتمانية، حيث أن تلك البيانات تمكنهم من التقدم بطلبات لاستخراج البطاقات البنكية عبر الانترنت غالبا من خلال الهيئات التي لا تتخذ إجراءات أمنية صارمة عبر الشبكة.[1]

ب- **جرائم السطو على أرقام البطاقات:** أصيح السطو على أرقام البطاقات عبر شبكة الانترنت عملية سهلة، لذلك تزايدت هذه الحوادث التي أعقبتها عمليات الابتزاز لإرجاع تلك الأرقام أو لعدم نشرها أو العام استخدامها.

ج- **غسيل الأموال باستخدام البطاقات البنكية:** غسيل الأموال هي عملية تحويل المصادر غير المشروع للأموال المخدرات إلى أموال مصا رها مشروع التجارة بالسيارات، و أبسط الطرق لهذه العملية هي القيام يسحب مبالغ كبيرة على دفعات من الصراف الآلي في بلا أجنبي من ثم يقوم فرع المصرف الذي سحب المبلغ من ماكينته يطلب تحويل المبلغ من الفرع الذي أصدر البطاقة ، فتتم عملية التحويل بخصم المبلغ من رصيد، العميل الذي يكون قد، تهرب من دفع رسوم التحويل و استطاع أن يغسل أمواله.

كذلك تعتبر الأنترنت من أحدث طرق غسيل الأموال المشبوهة خاصة أنها أسهل استخداما و أيسر في التعامل مع البنوك، و ضغطة مفتاح تفتح له أفاق الدخول في حسابات و أنشطة مالية و مصرفية من أي جهة في العالم ، فيقوم المجرمون بالاعتماد

[1]– الجنبيهي محمد، و الجنبيهي ممدوح، جرائم الانترنت و الحاسب الآلي و وسائل مكافحتها، مرجع سابق، ص 42.

على عملية التحويل الالكتروني للأموال من خلال البنوك بإيداع الأموال المسروقة في حسابات متعددة بالبنوك، ثم تحولها إلى عدة فروع في بلدان مختلفة.[1]

د- **السلب بالقوة الالكترونية:** بحيث يتم استخدام الحاسب في التلاعب بالمعلومات و ذلك بإدخال بيانات زائفة من جانب المتحايل باختلاق دائنين أجور يجب دفعها أو فواتير يجب تسديدها، و ذلك عن طريق اختلاق ما بنين غير حقيقيين يجب عليهم سداد فواتير صادرة عن الحاسب، أما المدين المعتدي عليه فلن يتمكن من إثبات كونه غيرها من الوجود فواتير معلوماتية، وهكذا يستغل المتحايل طرق الدفعالآليةللحصول على أموال غير شرعية.

كذلك من العوامل المعرقلة لتطور وسائل الدفع الالكترونية، و تتمثل هذه المخاطر في:[2]

- **المخاطر التنظيمية:** تتعلق بعلاقة البنوك الالكترونية بالبنك المركزي، حيث أن النقود الالكترونية ستجعل من الصعب مراقبة و تحديد الكتلة النقابية، كذلك تتناول عادة أشكال من النقود صادرة عن مؤسسات مصرفية و غير مصرفية بجعل الكثير من المبالغ خارج رقابة السلطة النقابية من الناحية التنظيمية، كما أن ذلك يؤدي إلى صعوبة في تحصيل الضرائب بالإضافة إلى مشكلة التهرب الضريبي التي أصبحت يسيرة لسهولة تحويل الأموال عبر الحدود.
- **المخاطر القانونية:** نظرا لسرية المعاملات المصرفية الالكترونية فان هذا يتيح درجة عالية من المخاطر القانونية بالنسبة للبنوك عمليات غسيل الأموال، لذلك أصبحت البنوك تقوم بالتحقق احينا من هوية العميل و عنوانه قبل فتح الحساب.

[1]– بداوي مصطفى، غسيل الأموال الالكتروني، مجلة آفاق، العدد 05، الجمعية العلمية الثقافية ، كلية العلوم الاقتصادية و علوم التسيير، جامعة البليدة، سبتمبر 2005، ص 61–62.

[2]– بن عمارة نوال، وسائل الدفع الإلكترونية، الملتقى الدولي حول التجارة الإلكترونية، جامعة ورقة، ص 15–16.

- **مخاطر العمليات:** إن طبيعة المعاملات المصرفية الالكترونية ينتج عنها تهديدات أمنية تأتي سواء من داخل النظام أو خارجه، و على البنوك تتبع ممارسات سليمة لضمان سرية البيانات و الاعتماد على الخبراء.
- **مخاطر السمعة:** إذا ما واجه أحد البنوك الالكترونية مشاكل في خاماته الالكترونية فقد، يؤدي ذلك إلى فقدان الثقة بالبنوك المقدمة لهذه الخدمات. و قال بأأت البنوك الالكترونية تطرح مخاطر ناجمة عن اتساع الهوة في علاقته مع العملاء مما جعلها تتعرض لعمليات نصب مختلفة، ذلك أن الخال مهمة البنكية عبر الانترنت يكون من الصعب مراقبتها بصورة دقيقة، وهو ما يؤثر على حجم السيولة النقدية سواء بالزيادة أو بالنقصان لصعوبة مراقبتها من طرف البنك المركزي.

ثانيا: سلبيات وسائل الدفع الإلكتروني:

تتمثل أهم مساوئ وسائل الدفع الإلكتروني سواء بالنسبة لحاملها أو التاجر القابل لها أو البنك المصدر لها، فيما يلي:

1-بالنسبة لحامل البطاقة:

تتمثل في النقاط التالية:[1]

- دفع رسوم مقابل عمليات السحب.
- إمكانية معرفة كل العمليات التي تمت حيث لا يمكن إجراء عمليات بسرية (ما عدا في حالة البطاقات مسبقة الدفع والمحافظ الإلكترونية).
- وجوب تتبع الحسابات البنكية بصفة دائمة لتدارك الأخطاء التي قد تحدث في بعض الأحيان مثلا لخصم المزدوج لقيم التعاملات، كون آجال الاحتجاج عن الأخطاء في حالة حدوثها محددة.

[1]- بورزق إبراهيم فوزي، دراسة تحليلية حول التجربة الجزائرية في مجال النقد الآلي البيبنكي، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجيستير في شعبة العلوم الاقتصادية، تخصص: تحليل إقتصادي، جامعة الجزائر، 2008/2007، ص 85-86.

- في حالة السرقة أو ضياعها مع الرمز السري يمكن للسارق أن يستخدمها بكل حرية في حالة عدم إلغاءها بسرعة من قبل حاملها.
- صعوبة الاتصال بالموزع الصوتي للبنك لتوقيف التعامل في حالة الضياع أوالسرقة خاصة خارج أوقات العمل للبنوك مما يؤدي إلى عواقب وخيمة يتحملها صاحبها لعدم التصريح بالضياع أو السرقة.

2-بالنسبة للتاجر:

أما بالنسبة للتاجر فأهم ما يعيقه في التعامل بالبطاقة البنكية وقبولها هو:[1]

- كون قبول التعامل بالبطاقة يعتبر استثمارا مكلفا نوعا ما فيما يخص التجهيزات اللازم توفرها لديه للقيام بالعملية (نهائي الدفع الإلكتروني،TPEخط هاتفي، خيوط التوصيل...إلخ).
- دفع التاجر لرسوم مقابل كل عملية تسديد بالبطاقة تتم على مستوى نهائي الدفع الإلكتروني الخاص به.
- دفع التاجر مبلغ كراء نهائي الدفع الإلكتروني (في حالة كرائه من البنك).
- إمكانية حدوث أعطال في الخطوط الهاتفية أو الربط مع البنك مما يوقف عمليات الدفع على مستوى جهاز الـ TPE.
- وجوب تتبع الحسابات البنكية بصفة دائمة و متكررة لتدارك الأخطاء التي قد تحدثفي بعض الأحيان مثل الدفع المزدوج لقيم التعاملات أو طول مدة تموين الحسابات بمبالغ العمليات التي تمإجراؤها عند التاجر لاختلاف البنوك وبالتالي تجنب فوات آجال الاحتجاج.
- ارتباط القيام بالتعاملات بأطراف أخرى ماعدا البنك مثل مصالح الاتصالات الهاتفية والشبكة البنكية، مما قد يعرقل سرعة التدخل في حالة التعطلات لكون التاجر لا يمكنهم

[1]- بورزق إبراهيم فوزي، دراسة تحليلية حول التجربة الجزائرية في مجال النقد الآلي البيبنكي، مرجع سابق، ص 86.

عرفة نوع العطب وبالتالي فهو مجبر على انتظار تدخل أحد هده الأطراف مما قد يطيل مدة الانتظار مما يعني خسارة البعض من الزبائن حاملي البطاقات.

3-بالنسبة للبنك المصدر لها:

أما أهم نقاط الضعف لهذه العملية والتي تواجه البنك فهي:[1]

- كونه إستثمار مكلف جدا للبنك حيث يتطلب تجهيزات ضخمة ومكلفة مثل نهائي الدفع الإلكتروني، الموزع الآلي للأوراق النقدية، شبكات الإعلام الآلي الخاصة بالعملية،وبالتالي لا يمكن إسترجاعها إلا على المدى الطويل.
- خسائر القرصنة والتزوير، حيث يكون البنك مجبرا على تعويض العمليات التي تتم ببطاقات مزورة، ولا يمكنه استرجاع الأموال الضائعة.
- بنكية التعاملات قد تكون عائقا في حالة عدم قيام أحد البنوك المشاركة في الشبكة بدوره في إرسال المعلومات الخاصة بالتعاملات في أوقاتها.
- إلزامية حل المشاكل الخاصة بالتعاملات التي تتم بالبطاقات البنكية في أوقات قياسية والرد بسرعة عن احتجاجات و تساؤلات حاملي البطاقات يتطلب وضع إمكانيات ضخمة ومكلفة سواء مادية أو بشرية مثل إنشاء الموزعات الصوتية ، تكوين المكلفين بالرد على الزبائن مع إعطائهم إمكانية القيام بعمليات التدخل لحل الإشكالات أو إلغاء البطاقات المسروقة أو الضائعة مع العمل 24/24 سا.
- استعمال خطوط الاتصال الهاتفية المؤمنة والخاصة بنقل المعلومات البنكية في تسيير الموزعات الآلية للأوراق النقدية رغم أنها كثيرة التعطلات ومرتفعة التكاليف يعيق العملية مما يحتم على البنوك التوجه إلى خطوط الاتصال الخاصة ذات الربط عبر الساتل والتي هي منخفضة التكاليف وقليلة الأعطاب لكنها تتطلب تجهيزات مكلفة.

[1]- نفس المرجع، ص 87.

- صعوبة الاتصال بالزبائن سواء حاملي البطاقات أو التجار بالنظر إلى كبر حجم شبكة حاملي البطاقات أو القابلين لها مما يخلق بعض المشاكل خاصة عند تسليم البطاقات التيتم ابتلاعها من طرف الموزعات الآلية للأوراق النقدية لبنوك أخرى غير البنك المصدر للبطاقة حيث تطول مدة إعادتها لبنك حامل البطاقة الذي بدوره لا يمكنه إصدار بطاقة أخرى للزبون إلا عند استلام البطاقة الأولى أو التأكد من قيام البنك الذي تم ابتلاع البطاقة في موزعه بتأكيد حيازته لها و تقطيعها لاستبعاد كل احتمال للاستعمال الغير قانوني ، وهي عملية تطول في بعض الأحيان.
- اختلاف الأنظمة و التكنولوجيا المستعملة من طرف البنوك و الشبكات البنكية مما يصعب تبادل المعلومات و قراءة الملفات الالكترونية الخاصة بالتعاملات بالبطاقات البنكية والتي يتم تبادلها مابين البنوك.
- عدم قدرة كل البنوك على القيام بتشخيص البطاقات البنكية الخاصة بزبائنها على مستواها أو تسيير التعاملات التي يقوم بها حاملوا بطاقاتها ما يجبرها على الاندماج في شبكات بنكية و بالتالي تصبح مجبرة على احترام القواعد التي تفرضها هده الشبكة بغض النظر عن ملاءمتها أو عدم ملاءمتها لسياسة هذا البنك.

المطلب الثالث: تحديات وسائل لدفع الإلكتروني:

لا يمكن لأي بنك في العالم أن يدير فعاليته ويحول عمله كاملا عن طريق الأنترنيت، فالبنوك الإلكترونية ما هي إلا الانتقال من تقديم بعض الخدمات العامة والمعاملات من شكلها الروتيني إلى الشكل الإلكتروني عبر الأنترنيت وتجسيد فكرتها على أرض الواقع يحقق فوائد كبيرة على المستوى الإقتصادي والإجتماعي ففضلا عن إدارة وسائل الدفع الإلكتروني بطريقة فعالة من قبل المؤسسات المصرفية والتي تسعى إلى تسهيل عملية تبادل المعلومات الترقية هذه البنوك

يستدعي تحديات من شأنها أن تولد التنافسية بين البنوك وهذا ما سيتم التطرق إليه في هذا المطلب:

1-تحديات التعاقدات المصرفية الإلكترونية ومشكلات الإثبات :

تقوم العقود بوجه عام من حيث أركانها على ضرورة توفر ركن الرضا وتوافق إرادتي المتعاقدين والسبب المشروع والمحل المشروع ، وقد أثارت وسائل الاتصال الحديثة التساؤل حول مدى صحة انعقاد العقد بواسطتها كما في التلكس والفاكس وتثار في الوقت الحاضر مسألة انعقاد العقد بواسطة نظم الكمبيوتر وشبكات المعلومات وما يتصل بها من حيث موثوقية وحجية الرسائل الإلكترونية والبريد الالكتروني المتعلق بالعلاقات محل التعاقد ، والحقيقة أن وسائل الاتصال التقنية تثير عددا من المسائل أهمها مسألة إثبات الانعقاد ومسائل التعاقد وقد اتجهت المواقف القانونية إلى قبول الوسائل التعاقدية التي توفر من حيث طبيعتها موثوقية في إثبات الواقعة وصلاحية الدليل محل الاحتجاج وتحقق فوق ذلك وظيفتين : إمكان حفظ المعلومات الغايات المراجعة عند التنازع والتوسط في الإثبات عن طريق جهات الموثوقية الوسيطة أوسلطات الشهادات التعاقدية.[1]

2-أمن المعاملات والمعلومات المصرفية الإلكترونية:

- الوعي بمسائل الأمن لكافة مستويات الأداء الوظيفي؛
- الحماية المادية للتجهيزات التقنية؛
- الحماية الأدائية استراتيجيات رقابة العمل والموظفين؛
- الحماية التقنية الداخلية و الحماية التقنية من المخاطر الخارجية.

وإذا أردنا الوقوف في حدود مساحة العرض المتاحة على ملخص الاتجاهات الأمنية في حقل حماية البيانات في البيئة المصرفية، والتي تتخذ أهمية بالغة بالنسبة للمصارف التي تتمثل بياناتها في الحقيقة أموالا رقمية وتمثل حقوقا مالية وعناصر رئيسة للإئتمان.

[1]- راتول محمد، الحكومة الإلكترونية الآفاق والتحديات، الملتقى الدولي حول:عصرنة نظام الدفع في البنوك الجزائرية وإشكالية إعتماد التجارة الإلكترونية في الجزائر، جامعة حسيبة بن بوعلي، الشلف، ص 16.

نجد أن المطلوب هو وضع إستراتيجية شاملة لأمن المعلومات تتناول نظام المصارف وموقعها لافتراضي وتتناول نظم الحماية الداخلية من أنشطة إساءة الإستخدام التي قد يمارسها الموظفون المعني ونداخل البنك وتحديد الجهات المعنية بالوصول إلى نظم الحكم و المعالجة والمبرمجين.[1]

3-تحديات الأعمال المرتبطة والمعايير والإشرافية:

تثير مسائل الإشراف المصرفي تحديات قانونية جديدة أهمها تحدي المعايير التي تضع البنك ضمن بيئة تتلاءم مع تشريعات وتعليمات جهات الإشراف وفي الواقع تعليمات جهات الإشراف في حقل البنوك الالكترونية إما أنها غائبة في هذا الوقت أو غير واضحة المعالم كما أن الكثير من البنوك غير مهيئة في الوقت الحالي للتعامل بالمعايير التي تحددها الجهات المكلفة بالإشراف ومراقبة عمل هذه البنوك.

4-تحديات وسائل الدفع:

تتسارع وسائل الخدمة الالكترونية منذ سنوات دون أن يواكبها في العديد من النظم القانونية تنظيم قانوني يناسب تحدياتها ، فإذا كانت بطاقات الائتمان قد حققت رواجا ومقبولية عالية فإنها للآن تثير العديد من المسائل القانونية في حقلي الحماية المدنية والجزائية ومسؤوليات أطراف العلاقة فيها ، وإذا كان مقبولا فيما سبق الارتكان للعقود المبرمة بين أطراف علاقات البطاقات الائتمانية لتنظيم مسائلها فإنه ليس مقبولا التعامل بذات الوسيلة مع تحديات المفهوم الجديد للمال ولوسائل الوفاء به بعد أن بدا الاتجاه نحو المال الرقمي أو الالكتروني كبديل عن المال الورقي ، فالمعايير والقواعد والنظريات تختلف وتتغير شيئا فشيئا، وهنا تظهر أهمية البنوك كمؤسسات ذات اثر في توجيه المؤسسة التشريعية إلى تبني تشريعات متوائمة مع مفاهيم المال الالكتروني ووسائله وقواعد وأحكام التعامل مع مشكلاته القانونية ، كما تظهر الأهمية إلى تهيئة بناء قانوني

[1]- بوفليح نبيل، البنوك الإلكترونية كمدخل لزيادة تنافسية البنوك العربية، الملتقى الدولي حول: المعرفة في ظل الاقتصاد الرقمي و مساهمتها في تكوين المزايا التنافسية للبلدان العربية،جامعة حسيبة بن بوعلي،الشلف، ص 35.

الإدارات البنوك القانونية يتيح لها التعامل مع تحديات البنوك الالكترونية إن اختارت دخول هذا الميدان.[1]

5-التحديات الضريبية:

إن السؤال الذي يطرح نفسه هل يتعين فرض ضرائب على النشاطين المالي والتجاري الالكتروني غير الضرائب القائمة؟ إن الأعمال الالكترونية تلغي فكرة الموقع أو المكان بالنسبة للنشاط التجاري وهذا يعني احتمال عدم الكشف على مصدر النشاط إضافة لما تثيره من مشاكل تحديد النظام القانوني المختص كما أن الأعمال الالكترونية من حيث الجهات المنشئة لها قد تنتقل نحو الدول ذات النظم الضريبية الأسهل والأكثر تشجيعا ، إن فرض الضرائب على هذا النمط الجديد يتطلب استراتيجيات ضريبية مختلفة في المتابعة والكشف والجمع والأهم تعاونا وتنسيقا إقليميا ودوليا . إن اتجاه منظمة التجارة العالمية في هذا الحقل عبر عنه التصريح الوزاري الصادر في أفريل 1998 عن مجلس منظمة التجارة العالمية الذي طلب من المجلس العام للمنظمة إجراء دراسة شاملة وبناء برنامج بحثي لمعالجة هذه المسألة وكانت نتيجة توجهات المجلس العام ونشاطه الاتفاق على أن لا تفرض رسوم جمركية على التبادل الإلكتروني.[2]

---

[1]- العايب إيمان، البنوك التجارية وتحديات التجارة الإلكترونية، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير ،علوم إقتصادية،كلية العلوما لاقتصادية والتسيير ،جامعة منتوري، قسنطينة، 2007/2006، ص 100.

[2]- بوفليح نبيل، البنوك الإلكترونية كمدخل لزيادة تنافسية البنوك العربية، مرجع سابق، ص 36.

الفصل الثاني

الفصل الثاني:
الإطار المفاهيمي لجودة الخدمة

المبحث الأول: مدخل إلى الخدمات المصرفية.

المطلب الأول: ماهية الخدمات المصرفية.

المطلب الثاني: أنواع و مكونات الخدمات المصرفية.

المطلب الثالث: خصائص الخدمات المصرفية.

المبحث الثاني: جودة الخدمات المصرفية.

المطلب الأول: مفهوم جودة الخدمات المصرفية.

المطلب الثاني: مستويات جودة الخدمة المصرفية.

المطلب الثالث: تقييم جودة الخدمات المصرفية.

المبحث الثالث: تأثير الصيرفة الإلكترونية على جودة الخدمات المصرفية.

المطلب الأول: العلاقة بين جودة الخدمة المصرفية و وسائل الدفع الإلكتروني.

المطلب الثاني: إسهام وسائل الدفع الالكترونية في تحسين جودة الخدمة المصرفية.

يعتبر الاهتمام بالجودة من أهم الاستراتيجيات المتبعة لضمان التميز والتفوق في هذا المجال، ونظرا لأهمية الخدمات التي تقدمها هذه المصارف، فإن إداراتها مطالبة بتحسين جودة الخدمات المقدمة بما يفي بالتزاماتها ويجعلها قادرة على تلبية توقعات العملاء، كما أدى ازدياد حدة المنافسة بين المصارف سواء على المستوى المحلي أو على المستوى العالمي إلى قيام الإدارة بالبحث عن وسائل لتحسين مزاياها التنافسية وخاصة في مجال المنافسة غير السعرية، حيث لجأت هذه المصارف إلى الارتقاء بجودة الخدمات التي تقدمها لعملائها بهدف المحافظة على هؤلاء العملاء.

المبحث الأول: مدخل إلى الخدمات المصرفية:

تعمل المنظمات باختلاف أنواعها على تطوير الخدمة المصرفية وذلك من خلال تقديم خدمات متميزة في تأدية نشاطها لتلبيت احتياجات زبائنها في ظل المنافسة داخل المحيط الذي تنشط فيه، وبالتالي تضمن لنفسها البقاء والاستمرار.

المطلب الأول: ماهية الخدمات المصرفية:

تعتبر قضية جودة الخدمة من القضايا الحديثة في الفكر التسويقي و التي أثارت اهتمام الباحثين ،حيث أصبحت عنصرا حاسما في تحديد الموقف التنافسي و ما سيتبع ذلك من تحديد النصيب السوقي والأرباح، و هناك عدة متغيرات دفعت بقضية الجودة لتحتل موقع الصدارة من بين اهتمامات المنظمات الخدمية بما فيها البنوك والأمر الذي أدى بهذه الأخيرة إلى القيام بدراسات سوقية تطبيقية للحصول على توقعات العملاء بالابتعاد على أبعاد أو مؤشرات الجودة.

أولا: تعريف الخدمة:

لقد تعددت تعاريف ومفاهيم الخدمة، وبالتالي سنوجز بعضا منها كالآتي:

"الخدمة عبارة عن أعمال أو أفعال وعمليات وإنجازات، أو أي نشاط أو انجاز منفعة يقدمها طرف مالطرف آخر، وهي نشاط أدائي ينفذ للزبون، أو نشاط استهلاكي مع مشاركة الزبون ولكن ليس بقصد تملك التسهيلات أو سلع المنظمة والخدمة أيضا منتج غير ملموس يقدم المنافع للمستفيد نتيجة استخدام جهد بشريأ و آلي وال ينتج عن تلك المنافع حيازة شيء مادي ملموس".[1]

كذلك تم تعريف الخدمة بأنها " منتوج غير ملموس يقدم فوائد و منافع للعميل نتيجة تطبيق أو استخدام جهد أو طاقة بشرية أو آلية على أشخاص أو أشياء معينة و محددة الخدمة لا يمكن حيازتها أو استهلاكها ماديا".[2]

أيضا Stantanعرفها بأنها أوجه نشاطات غير ملموسة تهدف إلى إشباع الرغبات و الإحتياجات عندما يتم تسويقها إلى المستهلك النهائي أو المستعمل الصناعي مقابل سداد مبلغ من المال، بحيث لاتقترن هذه الخدمات ببيع منتوج مادي ملموس.

أما Zeitaml Bitherفقد عرفها بأنها الخدمات التي تتضمن كل الأنشطة الاقتصادية التي مخرجاتها ليست منتجات مادية، و هي بشكل عام تستهلك عند وقت إنتاجها، و تقديم قيمة مضافة و هي بشكل أساسي غير ملموسة.[3]

ثانيا: مفهوم الخدمة المصرفية:

تعرف على أنها:مجموعة من العمليات ذات المضمون النفعي الذي يتصف بتغلب العناصر غير الملموسة على العناصر الملموسة، التي تدرك من قبل الأفراد أو المؤسسات من خلال دلالاتها، و قيمها النفعية التي تشكل مصدرا لإشباع حاجاتهم المالية و الائتمانية الحالية و

[1]– أحمد نافع المدادحة ومحمد عزت الحالمة، تسويق الخدمات المعلوماتية في المكتبات، دار المعتز، عمان، ط1، 2010، ص 47.

[2]– أسعد حامد أورمان، أبي سعد الديوهجي، التسويق السياحي والفندقي، دار الحامد للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2000، ص 183.

[3]– هاني حامد الضمور "تسويق الخدما، دار وائل، الأردن، 2004، ص 17.

المستقبلية، و تشكل في الوقت نفسه مصدرا لربحية المصرف، وذلك من خلال علاقة تبادلية بين الطرفين.[1]

كذلك يحمل تعبير الخدمة المصرفية مفهومين الأول: تسويقي كونه مصدرا لإشباع احتياجات ورغبات الزبائن.

والثاني : منفعي يتمثل في مجموعة المنافع التي يسعى الزبون لتحقيقها من جراء استخدامه للخدمة المصرفية. ويشترك هذان المفهومان لإظهار بعد هام في الخدمة المصرفية، ألا وهو جودة الخدمة، وتظهر أهمية هذا البعد باعتبار أن الزبون هو النقطة المركزية في الجهود المصرفية، وإن الخدمات المصرفية تقدم دف إشباع احتياجاته ورغباته، وتحقيق المطابقة بين الخدمات المصرفية المقدمة وهذه الرغبات والاحتياجات.[2]

المطلب الثاني: أنواع و مكونات الخدمات المصرفية:

إنه لمن الصعب حصر جميع الخدمات المصرفية التي أصبحت تقدمها البنوك نظرة و كما أشرنا سلفا أن الخدمات المصرفية متعددة و متنوعة، و أصبحت خاضعة لتطورات مستمرة نتيجة استخدام الوسائل التكنولوجية في تقديم الخدمات المصرفية.

أولا: أنواع الخدمات المصرفية:

أنواع الخدمة المصرفية :إنه لمن الصعب حصر جميع الخدمات المصرفية التي أصبحت تقدمها البنوك نظراً و كما أشرنا سلفاً أن الخدمات المصرفية متعددة و متنوعة، و أصبحت

[1]– عوض بدير الحداد، تسويق الخدمات المصرفية، دار البيان للنشر، مصر، 1999، ص 36-37.

[2]– رعد حسن الصرن، عولمة جودة الخدمة المصرفية، دار التواصل العربي، 2007، ص 272.

خاضعة لتطورات مستمرة نتيجة استخدام الوسائل التكنولوجية في تقديم الخدمات المصرفية، و عموماً يمكن تقسيم أنواع الخدمات المصرفية على النحو التالي:[1]

1-قبول الودائع:

و تتمثل في مختلف الحسابات و الودائع التي تترك لدى البنوك و هي:

- الودائع الجارية: الحسابات الجارية أو حسابات تحت الطلب)
- الودائع الادخارية: و هي الودائع لأجل محدد، ودائع التوفير، و شهادات الإيداع.

2-تقديم التسهيلات الائتمانية:و تتمثل في القروض بمختلف أنواعها قصيرة و متوسطة و طويلة الأجل، بالإضافة إلى خطاباتالضمان و فتح الإعتمادات المستندية.

3-الخدمات البنكية التقليدية: و هي كل الخدمات التي تقدمها البنوك التجارية يومياً لزبائنها مقابل حصولها على عمولات مثل:

- صرف الشيكات المسحوبة على البنك بالعملة المحلية و الأجنبية.
- تحصيل الشيكات لصالح زبائن البنك.
- إجراء جميع عمليات التحويلات وفقاً لأوامر الزبائن بالداخل و الخارج.
- إصدار الشيكات للزبائن.
- فتح الحسابات بالعملة المحلية و الأجنبية
- إصدار الشهادات التي تثبت القيام بالعمليات المالية مع الزبائن.

4-الخدمات المتعلقة بالاستثمار في الأوراق المالية:و تتمثل في الاستثمار في الأوراق المالية، إدارة محافظ الأوراق المالية لصالح الزبائن، المساهمة في رؤوس أموال المشاريع الاستثمارية، خدمات الهندسة المالية، خدمات أمناء الاستثمار لصالح الزبائن، تقديم الاستشارات المالية، دراسة الجدوى الاقتصادية للمشاريع لصالح العملاء.

---

[1]- محمد حمد عبد الهادي الرويس، نموذج مقترح لقياس جودة الخدمات المصرفية بدولة قطر، رسالة دكتورا، كلية التجارة، جامعة عين شمس، مصر، 2002، ص 55.

وتجدر الإشارة إلى أن هذه الخدمات جد محدودة في البنوك الجزائرية نظرا لضعف التعامل بالأدواتالمالية الاستثمارية وضعف السوق المالي أي البورصة.

5-الخدمات المصرفية الحديثة:لقد حدث تطور هام في أسلوب ومجال نشاط البنوك خلال السنوات الأخيرة، فقد تعددت و تنوعتالخدمات التي أصبحت تقدمها البنوك، و بالتالي أسلوب تقديمها للعملاء، و يرجع ذلك لعدة أسباب أهمها:

- الاستفادة من التطورات الهائلة في مجال المعلومات والحاسبات الآلية.
- التزايد المستمر في احتياجات و رغبات الزبائن.
- التحول في فلسفة العمل المصرفي والتسويق المصرفي حيث أصبحت البنوك تستهدف شريحة واسعة من الزبائن و لا تقتصر على شريحة أو فئة محدودة منهم، وتحول الاهتمام من التركيز على أداء الخدمات المصرفية إلى التركيز على الزبائن و إشباع احتياجاتهم.

و لقد تعددت أشكال تقييم الخدمات المصرفية الحديثة و ذلك بالاعتماد على وسائل الدفع الإلكترونية كبطاقات الائتمان وآلات الصراف الآلي ATMونظم التحويل الالكتروني للأموال و الخدمات المصرفية عن بعد و الخدمات المصرفية عن طريق الإنترنت.

ثانيا: مكونات الخدمة المصرفية:

وهي التي تؤثر على إدراك العملاء لجودة الخدمة المقدمة لهم أهمها: العمليات، العنصر البشري، المكونات المادية للخدمة، وفيما يلي توضيح لكل عنصر من العناصر الثلاثة:

1-العمليات: ويشتمل هذا العنصر على الأساليب التي يتم بها الوصول إلى المواصفات أو الخصائص التي يرغبها الزبون في الخدمة وتعكس العمليات في أداء الخدمة العناصر التالية:

- تدفق وتتابع العمليات التي تؤدي بها الخدمة.
- خطوات أداء كل عملية من العمليات.

- تفاعل العنصر البشري الذي يقدم الخدمة للعملاء مع التكنولوجيا المستخدمة في أداء الخدمة.

2-**العنصر البشري:** ويشمل هذا العنصر على:

- العاملين الموظفين" مقدمي الخدمة.
- العميل الذي يقيم الخدمة المقدمة له.
- العملاء الآخرون.

3-**المكونات المادية الملموسة للخدمة:** يشمل هذا العنصر على:

- الأجهزة والتسهيلات المادية.
- المظهر الداخلي والخارجي للبنك.
- توافر احتياجات الأمن.

ويعكس هذا العنصر مدى ملائمة المكونات المادية للخدمة مع توقعات العملاء.

4-**تفاعل العميل مع مقدمي الخدمة:** إن هذا العنصر يرتبط بالتفاعل بين مقدمي الخدمة والعميل حيث أن مساهمة مقدم الخدمة في تحقيق رغبات العميل يؤثر على إدراك العميل لمستوى جودة الخدمة المقدمة له، ذلك أن جودة الخدمة تعبر عن سلسلة من العلاقات بين مقدمي الخدمة والعملاء، وهو ما يعظم الاستفادة من الخدمة المتميزة التي يقدمها البنك.

5-**الصورة الذهنية للعملاء عن الخدمة المقدمة:** وهو يمثل مزيج من توقعات العملاء عن الخدمة المقدمة وما يتلقونه من معلومات من خلال التفاعل بينهم وبين مقدمي الخدمة، أو عن طريق الاتصالات الخارجية وكذلك تقييم هؤلاء العملاء للجوانب المادية الملموسة في الخدمة والخبرة الشخصية التي تتم تكوينها من خلال تعاملهم السابق مع البنك، فكل ما سبق يؤثر على انطباع العميل وإدراكه لجودة الخدمة المقدمة له.

6-**السعر:** يمثل السعر الذي يقدم به الخدمة أحد عناصر قرار تعامل الزبون مع البنك، لذا يجب أن يحدد البنك السعر الذي يتناسب مع قيمة الخدمة التي يحصل عليها العميل من

الخدمة المقدمة له، حيث أن عنصر السعر يؤثر إلى حد كبير على إدراك العميل للخدمة المقدمة له.

المطلب الثالث: خصائص الخدمات المصرفية:

الخدمات المصرفية كغيرها من الخدمات الأخرى تميزها خصائص عن غيرها نلخصها كالآتي:

1-اللاملموسية: إن الخدمة المصرفية وباستثناء حالات معينة، تلبي حاجة عامة وليس حاجة محددة بعينها فالمنافع المحددة المتأتية من الخدمات المصرفية لا تظهر للعيان بوضوح، وعليه فإن البنك يبذل جهود ضمنية لإيصال رسالته إلى عملائه القائمين والمحتملين، معتمدا بذلك على أساليب الاتصال الفاعلة التي تضمن أعلى درجات الإقناع المستند أصلا على رسم صورة طيبة عن البنك في أذهان العملاء، وعلى تقديم خدمات متميزة وجذابة.[1]

ونعني باللا ملموسية أن الخدمة المصرفية لا يمكن رؤيتها، أو تذوقها، أو الإحساس بها أو سماعها قبل شراؤها لذلك فإن مهمة مقدم الخدمة (البائع) هي جعلها ملموسة بطريقة أو بأخرى، إن عدم ملموسية الخدمة المصرفية، تجعل منها غير قابلة لعملية الجرد، أو التخزين بغرض مواجهة فترات ارتفاع الطلب وبالتالي طالب الخدمة عليه الانتظار للحصول على خدمته محل الطلب، لذا فمن الجهة العملية، إن إشباع واستهلاك الخدمة تحدث في نفس الآونة، لذلك يصعب علينا معاينتها، ومن أبرز الانعكاسات والمضامين كون الخدمة المصرفية غير ملموسة، إن المصارف غير معنية بنشاطات التخزين والنقل والرقابة على التخزين وغيرها من النشاطات المرتبطة أصلا بالسلع الملموسة.[2]

2-عدم إمكانية فصل الخدمة (التلازمية): وتسمى كذلك بخاصية التكاملية، إذ لا يمكن فصل الخدمة عن مقدمها، سواء كان المقدم شخصا أو آلة، ولأن الخدمة المصرفية تنتج وتوزع في

---

[1]- أحمد محمود أحمد، تسويق الخدمات المصرفية(مدخل نظري تطبيقي، دار البروة، الأردن، ط1،2001، ص 43.

[2] – Monique Zollinger, Marketing Et Strategie De La Banque, Edition :Dunod, 4eme edition, Paris, 2004, P 10.

نفس الوقت، فإن اهتمام البنك ينصب عادة في خلق وتكوين المنفعة المكانية والزمانية بمعني توفير الخدمات المصرفية في المكان والزمان المناسبين.[1]

3-**تباين الخدمة:** إن نوعية الخدمة تعتمد على مهارة وأسلوب وكفاءة مقدمها، وزمان ومكان تقديمها، كما أن مقدم الخدمة يقدم خدماته بطرق مختلفة اعتمادا على ظروف تقديمها، فموظف المصرف يختلف أسلوب تعامله مع المستفيدين وفقا لظروفه النفسية والاجتماعية.... الخ، كما أن وجود عشرة أفراد داخل البنك باختلاف أمزجتهم ومواقفهم وحاجاتهم ورغباتهم الشخصية تؤثر على تقديم الخدمة ومستوى الإشباع المتحقق منها.

4-**سرعة التلف (الهلاك):** يعني عدم امكانية تخزينها أو بيعها أو استخدامها في وقت لاحق.[2]

5-**تعدد وتنوع الخدمات المصرفية:** يتعين على المصرف تقديم مجموعة واسعة من الخدمات والمنتجات المصرفية التي تلبي تنوع احتياجات الزبائن من الاحتياجات التمويلية والائتمانية باختلاف أنواعها وكذا تواجدهم الجغرافي.

6-**الانتشار الجغرافي:** من بين خصائص الخدمة المصرفية سرعة الانتشار من خلال فتح اكبر عدد من الفروع المصرفية، بمعنى أن يكون البنك قادر على الوصول لعملائه الحاليين والمحتملين في أماكن تواجدهم أو حيث يحتاجون إلى الخدمات المصرفية.[3]

7- **التوازن بين النمو والمخاطر:** عندما يقدم المصرف قروضا، فإنه في الحقيقة يشتري مخاطرا، وعليه فإن الضرورة والمنطق يقتضيان إيجاد نوع من التوازن بين التوسع في النشاط البنكي وبين الحيطة والحذر أي أن أي عمل مصرفي موضوعي يتضمن بالضرورة إيجاد توازن بين توسع النشاط ودرجة المخاطر التي يتحملها المصرف.

---

(1)- ثامر بوري وأحمد الرحومي، تسويق الخدمات المالية، إثراء للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2008 ، ص 78.

(2)- محمود جاسم الصميدعي وردينة عثمان يوسف، التسويق المصرفي (مدخل استراتيجي كمي تحليلي)، دار المناهج، عمان، ط1، 2005، ص 28.

(3)- نادية عبد الرحيم، تطور الخدمات المصرفية ودورها في تفعيل النشاط الاقتصادي، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستيرفي العلوم الاقتصادية، تخصص، نقود وبنوك، جامعة الجزائر، 2010-2011، 11.

وهناك خصائص أخرى للخدمة المصرفية نذكرها كما يلي:[1]

- غالبا ما تكون مشروطة بقوانين بنكية أو جبائية.
- تطرح مباشرة للعميل ولا يدخل في دائرة توزيعها أي وسيط.
- يتم مشاركة العميل في إنتاج الخدمات المصرفية.
- تعتبر منتجا بالنسبة للبنك أما بالنسبة للعميل فهي خدمة.

[1]– ربحي كريمة، تسويق الخدمات المصرفية، مداخلة مقدمة لملتقى المنظومة المصرفية الجزائرية التحولات الاقتصادية (الواقع والتحديات)، جامعة البليدة،بدون تاريخ، ص 397.

المبحث الثاني: جودة الخدمات المصرفية:

تعتبر قضية جودة الخدمة من القضايا الهامة في الفكر التسويقي و التي أثارت اهتمام الباحثين و الممارسين، حيث أصبحت عنصرا حاسما في تحديد الموقف التنافسي و ما سيتبع ذلك من تحديد النصيب السوقي و الأرباح، و هناك عدة متغيرات دفعت بقضية الجودة لتحتل موقع الصدارة من بين اهتمامات المنظمات الخدمية بما فيها البنوك, الأمر الذي أدى بهذه الأخيرة إلى القيام بدراسات سوقية تطبيقية للحصول على توقعات العملاء بالابتعاد على أبعاد أو مؤشرات الجودة

المطلب الأول: مفهوم جودة الخدمات المصرفية:

في عالم يتعاقب فيه تحسين الخدمة المصرفية، فان الجودة هي ثمن الدخول والنجاح في السوق المعاصر، الذي يتطلب المزيد من الخدمات التي تقدم للعملاء بمستوى متميز، حيث أنه لا يوجد أدنى شك في أن عملية تقديم الخدمة المصرفية بدرجة عالية ومتسقة من الجودة أمر بالغ الأهمية للمصارف بشكل خاص و للمنظمات الخدمية بشكل عام، حيث تمكنها جودة الخدمة من تحقيق الربح و اكتساب ميزة تنافسية و استمرارها قيدنيا الأعمال.

أولا: مفهوم الجودة:

الجودة هي: "القوة الأساسية التي تكمن وراء التفوق في المنافسة، وتشير الجودة إلى القيمة التي يجدها المستخدم النهائي في المنتج أو الخدمة، وبالتالي فإن المنتج أو الخدمة تقدم الجودة إذا ما كانت خصائصها ترضي احتياجات وتوقعات العميل.[1]

[1]– رامي جمال اندراوس وعادل سالم معايعة، الإدارة بالثقة والتمكين، عالم الكتب الحديث، الأردن، ط1، 2008، ص 71.

وتعرفها الجمعية الأمريكية للجودة: "أنها الهيئة أو الخصائص الكلية للسلعة أو الخدمة التي تعكس قدرتها على تلبية حاجات صريحة وضمنية".[1]

كما تعرفها المنظمة الدولية للمعايير(iso) : "أنها الخصائص الكلية لكيان (نشاط، أو عملية، أو السلعة، أو خدمة، أو منظمة، أو نظام أو فرد، أو مزيج منها) التي تنعكس في قدرته على إشباع حاجات صريحة أو ضمنية".[2]

ثانيا: مفهوم جودة الخدمة:

هي: "قياس لمدى تطابق مستوى الجودة المقدمة مع توقعات المستفيد. فتقديم خدمة ذات جودة يعني في المحصلة النهائية أن تكون الخدمة متوافقة مع توقعات المستفيدين".[3]

وتعرف وذلك على أنها: "نوعية الخدمات المقدمة والمتوقعة والمدركة التي تمثل المحدد الرئيسي لرضا المنتفع أو عدم رضاه".[4]

كما تعرف أيضا بأنها: "الفجوة أو الانحراف ما بين توقعات الزبون للخدمة وإدراك الجودة بعد استهلاك الخدمة".[5]

---

[1]– رعد عبدالله الطائي، عيسى قدادة،إدارة الجودة الشاملة، دار اليازوري للنشر، عمان، 2008، الطبعة العربية، ص 29.

[2]– المرجع نفسه، ص 29.

[3]– العلاق، حميد عبد النبي الطائي، تسويق الخدمات،دار زهران للنشر و التوزيع، عمان، 2007، ص 257.

[4]– محمود جاسم الصميدعي وبشير عباس العاق، أساسيات التسويق الشامل والمتكامل، دار المناهج، دون بلد نشر، 2000، ص 410.

[5]– علي السلمي، إدارة الجودة الشاملة و متطلبات التأهيل للإيزو 9000، دار غريب للنشر و التوزيع، 1995، ص 19.

ثالثا: مفهوم جودة الخدمة المصرفية:

تعرف جودة الخدمة المصرفية على أنها: " سلسة من العلاقات بين العملاء و العاملين بالمصرف و يجب العمل على تحسين تلك العلاقة باختيار أفراد قادرين على تقديم خدمة أفضل".[1]

و كذلك تعرف على أنها " إرضاء لمتطلبات العملاء و دراسة قدرة المصرف على تحديد هذه المتطلبات و القدرة على التقائها، فإذا تبنى المصرف عملية تقديم خدمات ذات جودة عالية يجب أن يسعى من خلالها التفوق على متطلبات العملاء".[2]

أيضا هي: "خلو الخدمة المصرفية من أي عيب أثناء إنجازها نتيجة الحكم المتعلق بتوقعات الزبون أو العميل المدركة عن الخدمة البنكية و الأداء الفعلي لها".[3]

و تعرف أيضا: "جودة الخدمة المصرفية هي الفرق بين توقعات العملاء للخدمة المستهدفة و إدراكاتهم للأداء الفعلي لها".[4]

المطلب الثاني: مستويات جودة الخدمة المصرفية:

إن جودة الخدمات تصلف ضمن عدة مستويات أو أنواع والتي يمكن إدراجها في خمسة مستويات هي وما يلي:

---

[1]– محمد سمير احمد، الجودة الشاملة و تحقيق الرقابة في البنوك التجارية، ط1، دار المسيرة للنشر و التوزيع، عمان، الأردن، 2009. ص 83.

[2]– الصرن، رعد حسن، عولمة جودة الخدمة المصرفية، ط1، دار التواصل العربي للطباعة والنشر والتوزيع، دمشق، مؤسسة الوارق للنشر والتوزيع، عمان، 2008، ص 72.

[3]– رعد عبد الله الصائي، عيسى قدادة، إدارة الجودة الشاملة، دار اليازوري للنشر، عمان، 2008، الطبعة العربية، ص 29.

[4]– عوض بدير الحداد، تسويق الخدمات المصرفية، دار البيان للنشر، مصر، 2009، ص 36-37.

1-**الجودة المتوقعة:** وتمثل توقعات العميل لمستوى جودة الخدمة وتعتمد على ما يحتاجه العميل وخبرته وكذا تجربته السابقة وبالإضافة إلى ذلك ثقافته واتصالاته مع الآخرين، أي أنها الجودة الواجب توفرها عند أداء الخدمة.[1]

2-**الجودة المدركة من قبل الإدارة:** وتمثل مدى إدراك البنك احتياجات وتوقعات عملائه وتقديم الخدمة المصرفية بالمواصفات التي أدركها لتكون في المستوى الذي يرضي العميل، والتي تبلى غالبا على تجارب سابقة مع زبائن آخرين وبلاءا على شكاوى واقتراحاتهم أيضا إن وجدت إضافة إلى الأخذ بعين الاعتبار ما يتوفر في السوق المنافسة من خدمات.[2]

3-**الجودة المروجة:**و نقصد بها المعلومات التي تخص الخدمة وكذا خصائصها وتعهد البنك بتقديمها والتي يتملقنها للعملاء من خال المزيج الترويجي من إعلان وترويج شخصي وكذا مطبوعات.

4-**الجودة الفعلية المقدمة للعميل:** ولقصد هلا الجودة التي تؤدى بها الخدمة، وتعلي أداء العاملين بالبنك للخدمة وتقديمها طبقا للمواصفات التي حددها البنك وهي بلا شك تتوقف على مهارات العاملين وحسن تكوينهم وتدريبهم وقد تختلف بالنسبة للعامل الواحد، وذلك حسب حالته ونفسيته ومدى إرهاقه في العمل.[3]

5-**الجودة المدركة من طرف العميل:** وهي تقدير أداء الخدمة الفعلي (الخدمة الفعلية المقدمة له) والتي تعتمد إلى حد كبير على مدى توقع العميل، فمثلا إذا وان يتوقع الحصول على خدمة في مدة (10 دقائق)، ويتم تقديمها فعليا له في مدة تزيد عن (15 دقيقة مثلا) فإن العميل هنا قد يحكم بانخفاض جودة الخدمة، ويعد هذا النوع من أنواع الجودة الأكثر

---

[1]- ناجي معلا، الأصول العلمية للتسويق المصرفي، المكتبة الوطنية، ط3، 2007، ص 42.

[2]- حلوز وفاء، تدعيم جودة الخدمة البنكية وتقسيماتها من خلال رضا العميل (دراسة حالة البنوك العمومية الجزائرية بولاية تلمسان)، مذكرة مكملة لنيل شهادة الدكتوراه في العلوم الاقتصادية، تخصص بنوك، جامعة أبو بكر بلقايد، تلمسان، 2014-2013، ص 18.

[3]- بريش عبد القادر، جودة الخدمات المصرفية كمدخل لزيادة القدرة التنافسية للبنوك، مجلة اقتصاديات شمال إفريقيا، العدد 03، بدون تاريخ، ص 25.

استحواذا على اهتمام الباحثين وذلك باعتباره معيار أساسي لاكتساب الميزة التنافسية، من خلال استخدام حاجات الزبائن وتوقعاتهم كأساس لتصميم الخدمات وكافة نظم البنك.[1]

المطلب الثالث: تقييم جودة الخدمات المصرفية:

تلجأ المنظمات التي تحرص على تقديم خدمة تتلائم مع توقعات الزبائن وتلبيت حاجاتهم، إلى معرفة المعايير التي يعتمدون عليها في الحكم على جودة الخدمة المقدمة إليهم. وفي هذا الإطار، اهتم كثير من الباحثين في مجال الخدمات بتحديد أهم المؤشرات المعتمدة في الحكم على جودة الخدمة المقدمة، وإبراز أهميتها النسبية من وجهة نظر الزبون.

كما توصلت العديد من الدراسات إلى تحديد نماذج لقياس جودة الخدمة في مجال الخدمات، تمكّن إدارة المؤسسة من التعرف على درجة رضى الزبون على ما يقدم إليه من الخدمات، والوقوف على جوانب القصور فيها، وبالتالي العمل على تحسين وتطوير جودة ما تقدمه من خدمات لزبائنها.

أولا: أبعاد تقييم جودة الخدمة المصرفية:

وتعد الدراسة الشهيرة التي قدمها كل من Zeithamal و Parasuraman و Berry حول قياس جودة الخدمات و تحديد الأبعاد الرئيسية لجودة الخدمات المصرفية من أهم الإسهامات في الفكر التسويقي، حيث توصل هؤلاء إلى تقديم نموذج الفجوات الشهير، و الذي عرف أيضا بنموذج اختصارا لأسماء الباحثين الثلاث الذين طوروا هذا النموذج وأصبح يعرف بنموذج(PZB)وأبرز هؤلاء الباحثين أن المظاهر الرئيسية لجودة الخدمة التي يبني عليها العملاء، SERVQUAL توقعاتهم و إدراكاتهم، ومن ثم الحكم على جودتها تتمثل في عشرة أبعاد رئيسية كما هي مبينة أدناه:

[1]– حلوز وفاء، تدعيم جودة الخدمة البنكية وتقسيماتها من خلال رضا العميل، مرجع سابق، ص 24.

- **الأعتمادية:** وتعني قدرة المصرف على انجاز أو أداء الخدمة المصرفية المقدمة على نحو دقيق وبأقل الأخطاء.[1]
- **الاستجابة:** وتعني درجة استعداد العاملين على تقديم الخدمة بالنحو الذي يحقق رغبات الزبائن.[2]
- **سهولة الوصول والحصول على الخدمة:** وتعني إمكانية حصول الزبون على الخدمة بسهولة ويسر في المكان والزمان المناسبين من خلال الاتصال المباشر.[3]
- **الجدارة والأهلية:** وتعني مقدار امتلاك العاملين في المصرف للمهارات والمعارف اللازمة لأداء الخدمات المصرفية.
- **المصداقية:** وتعني الأمانة والصدق والثقة المتبادلة في أداء الخدمة دون إلحاق أي ضرر مادي أو معنوي بالزبائن.[4]
- **الكياسة والمجاملة:**وتعني مقدار الشفافية لدى العاملين في تعاملهم مع الزبائن.
- **معرفة الزبون وفهمه:**وتعني إمكانية الحصول على الخدمة بسهولة مما يتطلب مزيداً من الجهد لفهم حاجات ورغبات الزبائن عبر الاتصال المباشر.
- **الأمان:** ويعني مقدار توافر أجهزة السلامة والأمان والإجراءات المرتبطة بها حفاظاً على ممتلكات الزبائن.[5]

---

(1)– Haizer, Jay & Rader, Barvy Principle of Operation Management, 3rd ed. Prentice – Hall. Inc – New Jersy. 1999, P 98.

(2) – Russel, S. &Roberta S. &Taylor Bernard w., Operation Management: Focusing on Quality, Prentice, Hell Inc N.J 1998, P 54.

(3)– أحمد، أحمد محمود، تسويق الخدمات المصرفية (مدخل نظري تطبيقي)، ط 1، دار البركة للنشر والتوزيع، عمان – الاردن، 2001، ص 108.

(4)– العلاق بشير عباس والطائي حميد عبد النبي، تسويق الخدمات (مدخل ستراتيجيوظيفي تطبيقي)، ط1، دار العقل، عمان – الاردن، 1999م، ص 258.

(5)– Invancevich &Peter steven & Skiner & Grosby, Quality Management: 1997, P 257.

- **الملموسات:** وتتمثل بالتسهيلات المادية ذات العلاقة المباشرة بتقديم الخدمة (المعدات/ الأشخاص/ وسائل الاتصال) وغالباً ما تستخدم المصارف جانب الملموسات لتحسين صورتها أمام الزبائن.[1]

ثانيا: طرق قياس جودة الخدمة المصرفية:

تختلف طرق قياس جودة الخدمة المصرفية باختلاف الجهة المنظور منها و يمكن إجمالها في:

1-قياس جودة الخدمات من منظور العملاء : ونجد فيه عدة الطرق:[2]

أ- **مقياس عدد الشكاوي:** يتمثل في حصر عدد الشكاوي خلال فترة زمنية وتصنيفها حسب نوعها.

ب-**مقياس الرضا:** من أكثر الطرق استخداما لقياس اتجاهات العملاء نحو جودة الخدمة المقدمة غالبا ما يتم توجيه أسئلة تقيس الأهمية النسبية المكتسبة بعد حصول العملاء على الخدمة.

ج- **مقياس الفجوة** : لقياس جودة الخدمة يقوم على افتراض إمكانية قياس جودة الخدمة من خلال الفجوة بين الخدمة التي يتوقعها العملاء والخدمة المقدمة فعلا ويتم قياسها من خلال خمسة فجوات هي:

- الفجوة الأولى: تمثل الاختلاف بين توقعات العملاء واد ارك المصرف لهذه التوقعات.
- الفجوة الثانية: تمثل الفجوة بين إدراك المصرف لتوقعات العملاء ومواصفات الخدمة المصممة.
- الفجوة الثالثة: تمثل الفجوة بين مواصفات الخدمة والخدمة المقدمة فعلا.

---

[1]- رمضان زياد سليم، ومحفوظ أحمد جودة، الاتجاهات المعاصرة في إدارة البنوك، داروائل، عمان – الأردن، 2003، ص 258.

[2]- بريش عبد القادر، جودة الخدمة المصرفية كمدخل لزيادة القدرة التنافسي للبنوك، مجلة اقتصاديات شمال إفريقيا، العدد الثالث، 2005، ص 250.

- الفجوة الرابعة: عبارة عن الفجوة بين الخدمة المقدمة وبين وعود المصرف.
- الفجوة الخامسة: عبارة عن الاختلاف أو الانحراف في جودة الخدمة المقدمة العميل الخدمة المتوقعة.

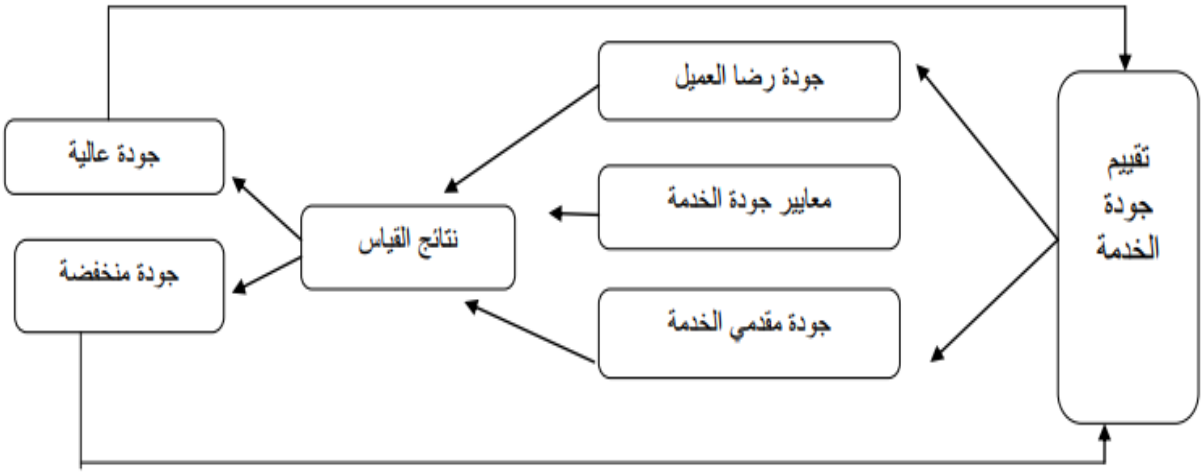
د- **مقياس الأداء** الفعلي للخدمة : يركز على الأداء الفعلي للخدمة المقدمة باعتبار جودة الخدمة يمكن الحكم عليها من خلال اتجاهات العملاء ويمكن التعبير عنها بجودة الخدمة تساوي الأداء الفعلي.

ه- **مقياس القيمة:** أساس هذا المقياس هو العلاقة بين السعر والمنفعة المتحصل عليها.

2-**قياس جودة الخدمات من منظور مقدمي الخدمة**(مقاييس الجودة المهنية): تتناول قدرة المؤسسة على الوفاء بخدماتها المتنوعة من خلال الاستخدام الأمثل لمواردها ويكون بقياس الجودة بدلالة المدخلات وقياس الجودة بدلالة العمليات ، أيضا قياس الجودة بدلالة المخرجات.[1]

3-**قياس الجودة بالمنظور الشامل:** لأن المقاييس السابقة ذات طابع جزئي يمكن وضع نموذج شامل يمكن تمثيله بالشكل الموالي:

[1]- حسن رعد الصرن، عولمة الجودة المصرفية، دار التواصل العربي للطباعة و النشر و التوزيع، عمان، الأردن، ص 253.



شكل رقم (04): قياس الجودة من المنظور الشامل[1]

[1]– ثامر فارس، عبد الله الجنابي، دور الوسيط لجودة الخدمة المدركة في تحديد أثر الاتصال اتالتسويقية في الميزة التنافسية، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في إدارة الأعمال، جامعة النيلين، الخرطوم،السودان، 2017، ص 99.

المبحث الثالث: تأثير الصيرفة الإلكترونية على جودة الخدمات المصرفية:

إن ظهور عصر الخدمة الالكترونية كان نتيجة التوسع الهائل و السريع في اقتصاد المعلومات والشبكات الالكترونية، التي أعطت دفعا لمنظمات الأعمال عامة و البنوك على وجه الخصوص للتمركز أكثر في السوق، كما وفرت لها فرصا وقدرات تمكنهم من الوصول إلى العملاء و تقديمها لهم خدمات شخصية مفصلة على مقاساتهم و بمستويات من الجودة تتناسب و إدراكاتهم وتفوق توقعاتهم أحيانا.

المطلب الأول: العلاقة بين جودة الخدمة المصرفية و وسائل الدفع الإلكتروني:

إن المصارف تسعى دائما إلى تحسين خدماتها وذلك لإرضاء عملائها بالدرجة الأولى، لذا يتوجب عليها دائما مواكبة التطورات الحاصلة في مجال التكنولوجيا، للارتقاء بخدماتها نحو الجودة المتوقعة من عملائها.

إن العلاقة القائمة بين جودة الخدمة المصرفية ووسائل الدفع الالكترونية تتجلى في مزايا المعاملات المصرفية الإلكترونية، بحيث أن هذه الأخيرة أدت إلى توسيع قاعدة الأفراد المتعاملين مع المصارف بفضل ما توفره من جودة في الخدمات المصرفية، كالتحويل بين الحسابات، إيقاف صرف الشيكات سداد الكمبيالات الكترونيا، وذلك من خلال بيئة تفاعلية أكثر سهولة، وعليه هذه المزايا كالآتي:[1]

أ- تحقيق ميزة تنافسية، إن المعاملات المصرفية الالكترونية تحقق ميزة تنافسية، تمكن المصرف من التعامل مع أسواقه المستهدفة وعناصر البيئة المحيطة به بصورة أفضل من منافسيه في الأجل الطويل.

[1]- نوال بن عمارة، وسائل الدفع الإلكتروني، مرجع سبق ذكره، ص 14.

ب- تحقيق الربحية في الأجل الطويل: يساهم استخدام المصارف للأنظمة الالكترونية في تحقيق معدلات ربحية قطاع عملاء الخدمة المصرفية الالكترونية.

ج- توفير فرص تسويقية جديدة: نظام توزيع الخدمات المصرفية الالكترونية يتيح من خلال برامج البحث إمكانية أكبر للعملاء لإجراء عمليات التسويق الالكترونية، وبمقارنة الخدمات المختلفة المقدمة عبر مواقع المصارف المختلفة في العالم، يجعل العملاء يتحولون للمصارف المنافسة المقدمة للخدمات بالانترنت أي أن في الوقت ذاته يمثل تهديدات للمصارف غير المستخدمة لأنظمة الدفع الالكترونية.

د- توزيع واسع الانتشار: تتيح الأنظمة الالكترونية تغطية واسعة الانتشار، بحيث تصل الخدمة للعميل في أي مكان، فيستطيع الحصول على ما يرغب من خدمات مصرفية، دون الحاجة إلى الانتقال إلى المصرف، أو الوقوف المطول في الصفوف.

ه- تحسين جودة الخدمة المصرفية: إن جميع المعاملات المصرفية الالكترونية بين البنك والعميل تتم بصورة مبرمجة وسريعة، تنخفض فيها احتمالات خطا الأداء إلى حدوده الدنيا، كما أنها تفتح قناة تسويق مصرفي ذات كفاءة تعاملية عالية، وكذا نقل التفاعل مع العميل وموظفي المصرف إلى الانترنت.

المطلب الثاني: إسهام وسائل الدفع الالكترونية في تحسين جودة الخدمة المصرفية:

إن قيام المصارف بتقديم أنشطتها و خدماتها المالية عبر مواقعها الالكترونية ووسائل دفع الكترونية حديثة واعتمادها كذلك على معاملات الكترونية أخرى، مكن هذه المصارف من تحقيق أهدافها الخاصة والمتمثلة في التطوير من خدماتها المقدمة وكذا التحسين من جودتها، ويتضح ذلك من خلال النقاط التالية:[1]

[1]– عباس بويش، دور الخدمات الإلكترونية المصرفية في تعزيز الميزة التنافسية في القطاع البنكي، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر، تخصص: إدارة و إقتصاد المؤسسات، جامعة عبد الحميد بن باديس، مستغانم، 2016–2017، ص 17–18.

- إتمام كافة الإجراءات والمعاملات بين أطراف الخدمة البنكية تتم إلكترونيا؛
- تخفيض النفقات التي يتحملها البنك يجعل تكلفة إنشاء موقع عبر الانترنت لا تقارن بتكلفة إنشاء فرع جديد للبنك، وما يتطلب من مباني وأجهزة وكفاءة إدارية؛
- إسهام الانترنت في التعريف بالبنوك وترويجه للخدمات المصرفية بشكل إعلامي وهو ما يساهم في تحسين جودة الخدمات المصرفية المقدمة؛
- تحسين طرق إدارة العلاقات مع العملاء وذلك لكون المعاملات الالكترونية تمتاز بالدقة في الأداء والأمن وفي أي وقت وأي مكان؛
- استخدام المعاملات الالكترونية يساهم في تعزيز رأسمال الفكري وتطوير تكنولوجيا المعلومات والاستفادة من الابتكارات التي يكون لها انعكاسات على أعمال البنوك؛
- إن توجه البنوك العالمية نحو شبكة الانترنت وما يمتاز بقدرة تنافسية يلزم البنوك الصغيرة للضرورة الارتقاء إلى مستوى هذه التحديات، وفقا لذلك سيقوم العملاء بالمقارنة بين خدمات البنوك لاختيار الأنسب، وبذلك تكون الانترنت عامل منافسة قوي لجذب العملاء؛
- إن تسويق الخدمات المصرفية الالكترونية يمكن المؤسسات المالية من الحفاظ على حصتها السوقية والقيام أيضا بزيادتها وذلك من خلال الأساليب المختلفة التسويقية التي تساعد في مواكبة تطور الخدمات المصرفية الالكترونية المختلفة عن طريق تكنولوجيا المعلومات؛
- تساهم المعاملات الالكترونية في زيادة ارتباط العملاء بالبنك، وذلك عن طريق الخدمات الالكترونية التي تساعدهم على امتلاك ميزة تنافسية و تدعيه علاقاته مع عملائه مما يؤدي إلى زيادة ارتباطهم بهذا البنك والولاء له دون غيره؛
- إمكانية الوصول إلى قاعدة أوسع من العملاء عبر العالم دون التقييد بمكان أو زمان معين؛

- إن توفر تكنولوجيا المعلومات والاتصالات داخل المصارف ساهم بصورة جيدة في نقل المعلومات بين مختلف أقسام المصرف وباقي الفروع، وكذا بينه وبين المتعاملين؛
- أتاحت تكنولوجيا المعلومات والاتصالات للمصارف العديد من القنوات التي استخدمتها في عرض خدمتها كالصيرفة عبر التلفزة الرقمية، الانترنت وغيرها...،
- وكل هذه القنوات وفرت للعميل إمكانية التعرف على عروض وأسعار كل الخدمات في العديد من المصارف بكل يسر وسهولة؛
- إن اعتماد المصارف على الانترنت ساعدها على جذب العملاء وكذا التأثير فيهم، وهذا يدعم قدرة المصرف في الوصول إلى أهدافه وذلك بالاعتماد على أدوات وأساليب ترويجية جديدة ساعدتها على توسيع مجالات الإعلان والترويج لمختلف خدماتها كالبريد الالكتروني، موقع المصرف عبر الانترنت، الهاتف النقال، استخدام الموزع الآلي لنقود،...الخ؛
- ساهم دمج المصارف لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات في عرض وتقديم خدمات لم تكن من قبل كخدمة الدفع الالكتروني بالبطاقات المصرفية، النقود الالكترونية و الشيكات الالكترونية، بالإضافة إلى تبنيها لمختلف القنوات المصرفية عن بعد، وكذا عملها المستمر على إدخال مختلف التقنيات والأنظمة الحديثة التي تأتي بها تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات، وبالتالي هذا الدمج نته عنه تحقيق لإستراتيجية الابتكار والتجديد التي تعتبر من بين أهم العناصر المسيطرة على مكانة المصرف في السوق؛
- في الأخير يمكن القول أنه من الرغم من الإسهامات والايجابيات التي قدمتها المعاملات الالكترونية داخل المصارف، إلا أن هذا لا يمنع وجود بعض السلبيات و المخاطر، مثل مخاطر القرصنة، البنية التحتية، أمن وسرية التعاملات المصرفية.[1]

[1]– دغنوش الطاهرة، استخدام شبكة الأنترنات كأداة لتقديم الخدمات البنكية و أثرها على الاداء البنكي، رسالة دكتوراه ، تخصص: نقود و مالية، كلية العلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2016–2017، ص 131.

الفصل الثالث:
الجزء التطبيقي

بعدما تطرقنا في الفصول السابقة لاثر وسائل الدفع الالكتروني في تحسين جودة الخدمات المصرفية، انطلاقا من الادبيات الاقتصادية التي توصل اليها الباحثون ومن اجل استكمال الدراسة خاصة في الجانب المتعلق باختبار الفرضيات اخترنا بنك التنمية المحلية قايس ميدان الدراسة للاجابة على الاشكالية المطروحة وانطلاقا مما سبق نقدم :

أولاً: تعريف عام لبنك التنمية المحلية :

بنك التنمية المحلية هو بنك تجاري جزائري تاسس سنة 1895بنك التنمية المحلية باختصار **(ب.ت.م)** **(BDL)** هو أحد البنوك العامة برأس مال قدره 36800 مليون دينار جزائري.

يحسب له شبكة متكونة من 149 وكالة منتشرة بإحكام على مستوى التراب الوطني ، بما في ذلك 143 وكالة مكلفة بتسيير العمليات البنكية التي وضعت تحت مسؤوليتها و 06 وكالات مختصة في منح قروض على الرهن، وهو نشاط الذي ينفرد به بنك التنمية المحلية و يميزه عن باقي البنوك.

يعتبر بنك التنمية المحلية من احد البنوك التجارية الجزائرية التي تعمل على تدعيم اقتصاد الوطني والمساهمة في عمليات التنمية داخل التراب الوطني وخارجه.

ثانيًا: لمحة تاريخية عن نشأة وتطور بنك التنمية المحلية :

كانت نشأة بنك التنمية المحلية غير عادية ، حيث انبثق عن القرض الشعبي الجزائر، وتم تأسيسه بالمرسوم الرئاسي رقم 86/85 وبدا نشاطه برأسمال قدره 6 مليار دينار ، وفي سنة 1995 وبعد مرور 10 سنوات من تأسيسه أصبح رأسماله يقدر بـ 70 مليار دينار . ويوجد مقره الرئيسي خارج العاصمة بسطوالي بواية تيبازة. ويضم المقر الرئيسي لبنك التنمية المحلية 9 مديريات متخصصة أما وكلاته فانتشرت خال سنة ونصف من تأسيس البنك على مجمل التراب الوطني حيث عند انطلاق نشاطه ان يشرف على39 وكالة موزعة عبر التراب الوطني وفرع واحد فقط ، وبعد مرور 10سنوات أصبح يشرف على 150 وكالة و15 فرع . وفيما يخص موارد التي يتلقاها من عملائه فقدرت عند انطاق نشاطه ب 2 مليار دينار . وبعد 10سنوات اصبحت 45 مليار دينار أما الحسابات التي قام بفتحها المتعاملين معه فارتفعت من 100000 حساب إلى 650000 حساب خال 10 سنوات. أما عدد عماله فارتفع خال نفس الفترة من 750 عامل إلى 3035 عامل . وفيما يلي عرض خصوصيات بنك التنمية المحلية من خال الجدول أدناه[1] :

[1] عبد الرزاق حميدي، جودة الخدمات البنكية كمدخل لتحقيق رضا العملاء وزيادة القدرة التنافسية للبنوك)دراسة حالة بنك التنمية المحلية ،(ملخص مذكرة هديل درجة المجستار في العلوم اقتصادية وعلوم التسير، فرع ادارة تسويقية،جامعة محمد بوقرة، 2007/2008بومرداس، ص 145.

المصدر: عبد الرزاق حميدي، جودة خدمات البنكية مدخل رضا االعملاء وزيادة القدرة التنافسية لبنوك، مذكرة ماجستير)غير منشورة(، جامعة محمد بوقرة، بومرداس ص153

السنوات / الخصوصية	1985	2000	2003
عدد المديريات الجهوية			15
عدد الفروع	39		153
عدد العاملين	550	2869	2962

جدول رقم (3-1)

ثالثًا: نشأة بنك التنمية المحلية وكالة قايس

نشأ بنك التنمية المحلية وكالة قايس في /2جانفي/1988 وهي وكالة بنكية رائدة و ياتي تصنيف الوكالات البنكية التابعة لبنك التنمية المحلية تبعا لحجم نشاطها و رقم اعمالها المحقق، وتعمل وكالة قايس تحت ادارة اشراف المديرية الجهوية لولاية خنشلة.

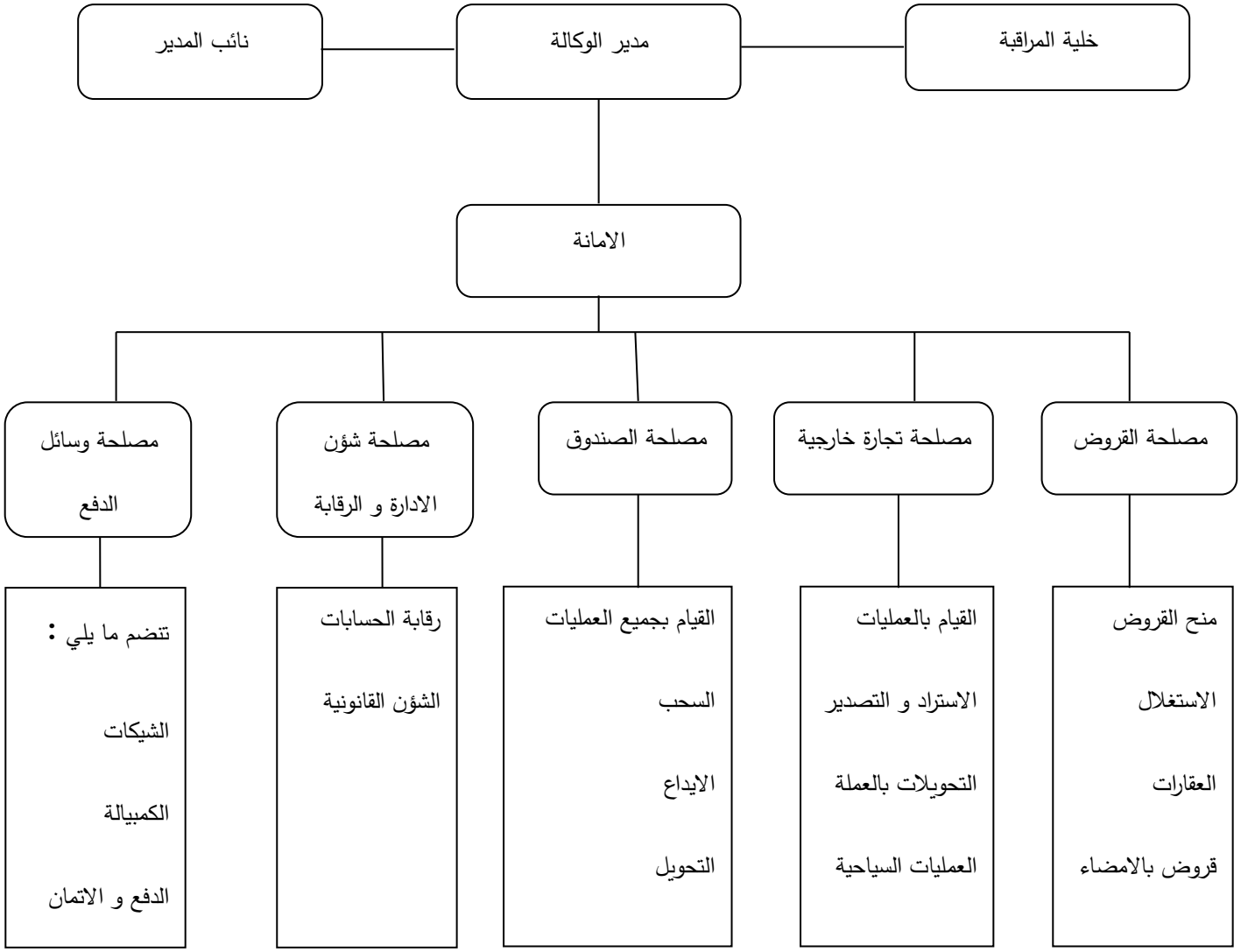
تقوم وكالة قايس بجمع العمليات البنكية من ايداع سحب بالعملة الوطنية و العملة الصعبة، قبول الودائع من العماء فتح الحسابات تحت الطلب او الاجل ، منح القروض بمختلف انواعها ، القيام بعمليات التجارة الخارجية استراد و تصدير من خلال فتح الاعتمادات المستندة و القيام بعمليات التحصيل المستندي و التحويلات المصرفية الخارجية .

تقوم وكالة قايس بالمهام التالية :

- تسيير المعامات التجارية بصفة مرنة مع الزبائن.
- تسهر على دراسة وتحليل وكذا تسير الملفات المتعلقة بالقروض التي تمنحها لخواص والمؤسسات والصناعات المتوسطة والكبيرة.

- تقوم بالمحاسبة والمعالجة الادارية لعمليات مع الزبائن سواء بالعملة الاجنبية أو المحلية.

رابعًا: الهيكل التنظيمي لبنك التنمية المحلية و مهامه[1] :



شكل رقم (3-2)

[1] من اعداد الطالب بناءًا على الوثائق المقدمة من طرف بنك التنمية المحلية –وكالة قايس.

وعليه تكون الهيكل التنظيمي لبنك التنميه المحلية - وكالة قايس من:

مدير الوكالة: هو المنسق المحرك لكل عمليات الوكالة ومن بين مهامه ما يلي:

- يقوم ويبرم جميع العقود المستندات والوثائق.
- السهر على اعطاء افضل مردود لجميع الموارد المالية للوكالة.
- تقديم تقارير الدورية عن نشاطات الوكالة المديرية العامة.
- العمل على تطبيق جميع الاجراءات الادارية والمحاسبية السارية المفعول بها.
- الحرص على التكوين الجيد لعمال وموظفي الوكالة.

نائب المدير :يقوم بمساعدة المدير واستخلافه في حالة غيابه ومن بين مهامه ما يلي:

- تنسيق النشاطات الادارية بين مختلف مصالح الوكالة.
- معالجة الشكاوي المقدمة من طرف العملاء.
- المحافظة على الموارد المالية والمادية للوكالة.
- تنسيق الجهود ومتابعة نشاطات الوكالة.

خلية المراقبة: تختص خلية المراقبة فيما يلي:

- مراقبة العمليات المصرفية ومدى مطابقتها للقانون.
- تحرير تقارير عن المهام وارسالها الى الهيئة المعنية.
- القيام بمهام المراقبة والمراجعة البرنامج في شكل مخطط وفقا للقواعد التنظيمية المحددة لمهام المراقبة.

- إن تهيئة المراقبة تحت مسؤولية المدير او المدير المساعد الهاتف الى المراقبة الذاتية للبنك سواء المراقبة الداخلية او الخارجية.

الامانة: من الوظائف التي تقوم بها المصلحة ما يلي

- متابعة شروط وكيفية فتح و تسيير حسابات العملاء.
- اعلام العملاء في كل جديد يطرح على ملفاتهم الخاصة بالقروض.
- اقامة علاقات مع العملاء حفظ و ادارة الملفات القانونية للوكالة مع جميع المتعاملين معها.
- القيام بتنسيق العلاقات بين مختلف المصالح الموجودة في الوكالة مع المدير.

مصلحة الوكالة البنكية : تتكون وكالة قايس من أربعة مصالح رئيسة، وهي:

مصلحة القروض : وتخص هذه المصلحة في القيام بمنح جميع انواع القروض ومنها قروض الاستغلال والاستثمار، القروض العقارية بالاضافة الى قروض بالامضاء.

مصلحة التجاره الخارجية : تقوم هذه المصلحة بكل العمليات المتعلقة بالتجارة الخارجية استيرادا وتصديرا. وتتولى القيام بالمهام التالية:

- القيام بعملية التوطين المصرفي.
- فتح و ادارة ملفات الاعتماد المستندي.
- منح القروض اللازمة لعملية الاستيراد والتصدير.
- القيام بعملية التحويل للعملات المختلفة.
- طلب الضمانات القانونية والنظامية على القروض الممنوعة لقطاع التجارة الخارجية.

مصلحة الصندوق : تتمثل وظيفتها في قيام جميع العمليات الخاصة بقبول الودائع من طرف العملاء وعمليات السحب بالاضافة الى العمليات الخاصة بالتحويلات وفتح الحسابات وتسليم بطاقات الدفع والائتمان.

مصلحة وسائل الدفع: وتسمى ايضا بمصلحة المحفظة وهي مكلفة بمعالجة السندات الشكايات والكمبيالة بين وقت تسليمها للبنك من طرف الزبون من اجل خصمها او تحصيلها وقت تقديمها للمدين من اجل تحصيلها.

خامسًا: مهام بنك التنمية المحلية لوكالة قايس:

يقوم بنك التنمية المحلية وكالة قايس بعدة وظائف تتمثل فيما يلي:

- **جمع الاموال واستثمارها في اوجه الانشطة الاقتصادية المختلفة :** في كثير من الاحيان لا يكون لمن معه أموال المقدرة على استثمارها في مختلف اوجه النشاط الاقتصادي ونظر لافتقاد رؤوس الاموال القدرة على المبادرة و المخاطرة في استثمار اموالهم, تتدخل البنوك في هذا الشأن حيث تجمع المدخرات وتوجهها الى المشروعات الصناعية و التجارية و الزراعية وبذلك يمكن إعتبارها تعمل على تحقيق توازن بين موارد الادخار و اوجه الاستثمار.
- **تسهيل اداء الديون ونقل الاموال :** بظهور البنوك اصبح من السهل اداء الديون ونقل الاموال من مكان الى اخر وذلك باستعمال الاوراق التجارية مثل الكمبيالة الشيك يسحبها المدين بعد ان يوقع اليها من الحساب الجاري لدى البنك وذلك لتبرئهة ذمته المالية مع

الغير كما يمكن ان يسحب الموضع الشيكات وتقوم البنوك بدفعها في مكان الذي يرغب فيه الدائن.

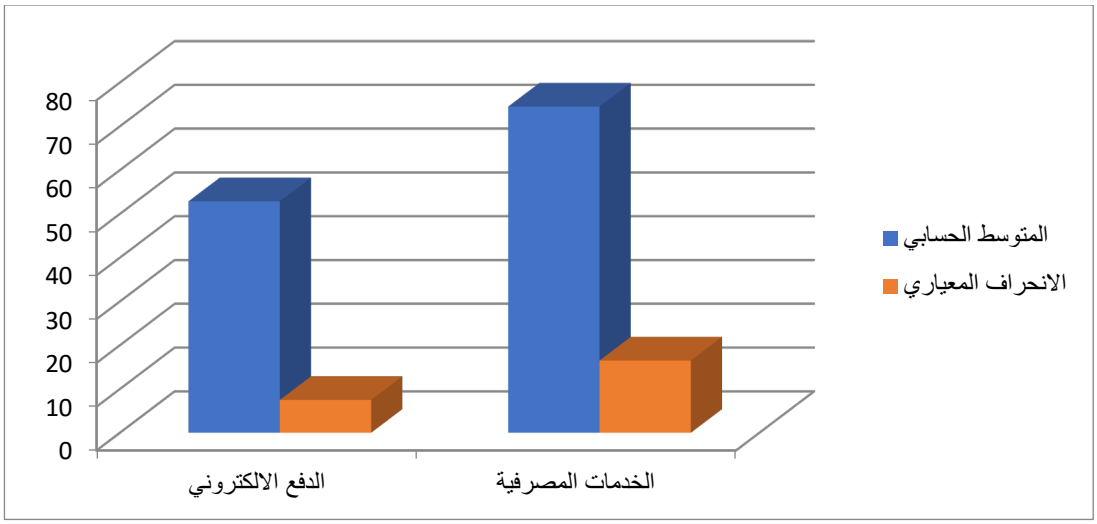
- **إصدار النقود المصرفية :** تقوم البنوك في قرار الاموال للمؤسسة الانتاجية وتقدم لها الخدمات التي تحتاجها والمتعلقة بالتجارة الخارجية كما تقوم باصدار الاوراق المالية للمؤسسات الجديده وكذلك القديمة لزيادة راس مالها كل هذه الاعمال التي يقوم بها البنك في المشروعات من القيام بالاعمال التي تستغرق جزء كبير من المجهودات لكي يتسنى لها التفرغ لشؤون انتاج اخرى.
- مساعدة الاعلام و توجيه الزبائن.
- تمويل المؤسسات الاقتصادية.
- تمويل عمليات الاستيراد والتصدير والتبادل التجاري مع الدول الاخرى.

1. **التحقق من الفرضية الأولى:** هناك علاقة إيجابية ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوي 0.05 بين استعمال وسائل الدفع الالكتروني في وجود جودة الخدمات المصرفية.

لتحديد طبيعة العلاقة بين جودة الخدمات المصرفية والدفع الالكتروني لدى عينة البحث تم استخدام معامل الارتباط البسيط لبيرسون والجداول التالية توضح ذلك:

	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة بيرسون المحتسبة	قيمة احتمالية اختبار بيرسون (sig)	نسبة الخطأ	القرار الإحصائي
الدفع الالكتروني	52.85	7.49	0.05-	0.66	0.05	دال
الخدمات المصرفية	74.49	16.49				

جدول رقم01: يبين العلاقة بين جودة الخدمات المصرفية والدفع الالكتروني لدى عينة البحث



شكل رقم 05: يبين مستوى عينة البحث في جودة الخدمات المصرفية والدفع الالكتروني

من خلال **الجدول رقم 01** نلاحظ أن قيمة احتمالية بيرسون والبالغة 0.66 أكبر من نسبة الخطأ 0.05 وهذا ما يدل على عدم وجود علاقة ارتباطية بين جودة الخدمات المصرفية والدفع الالكتروني لدى عينة البحث.

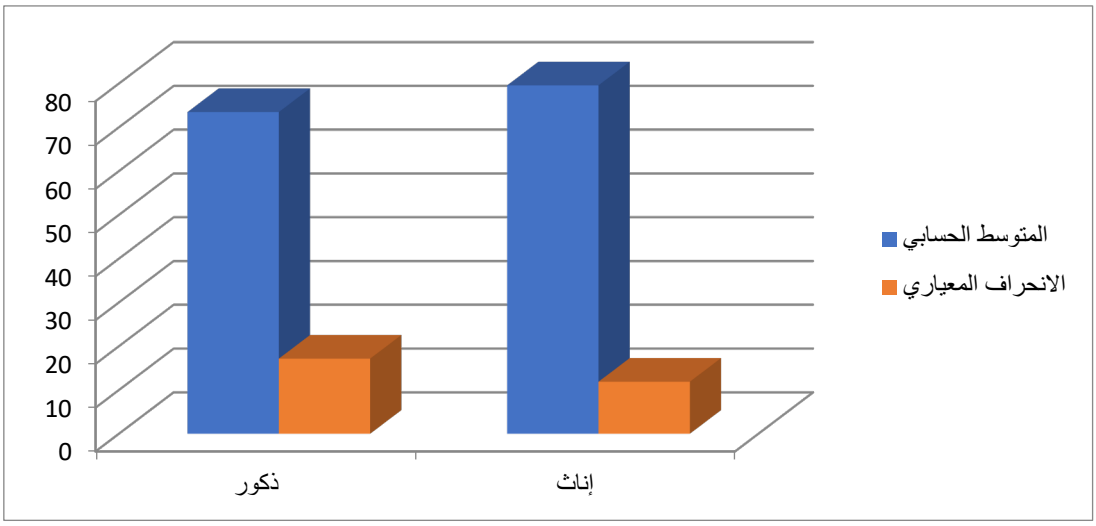
2. **التحقق من الفرضية الثانية:** هناك اختلاف في تقييم أفراد العينة في جودة الخدمات المصرفية ترجع إلى البيانات الشخصية.

1.2 تحديد طبيعة الفروق في مستوى الخدمات المصرفية وفق متغير الجنس:

لتحديد طبيعة الفروق في مستوى الخدمات المصرفية وفق متغير الجنس تم استخدام اختبار ت والجدول التالي يوضح ذلك:

	ذكور		إناث		احتمالية اختبار فيشر	قيمة احتمالية اختبار ت (sig)	نسبة الخطأ	دلالة اختبار الفرق
	م.ت	ا.م	م.ت	ا.م				
الخدمات المصرفية	73.47	17.15	79.57	11.88	0.09	0.21	0.05	غير دال

جدول رقم (3-3) : يبين طبيعة الفروق في مستوى الخدمات المصرفية وفقا لمتغير الجنس



شكل رقم 06: يبين مستوى عينة البحث في الخدمات المصرفية وفق متغير الجنس

من خلال **الجدول رقم 02**نلاحظ أن قيمة احتمالية اختبار فيشر والبالغة 0.09 أكبر من نسبة الخطأ 0.05 وهذا ما يدل على أن نتائج مجموعتي الذكور والإناث متجانستين في التباين، كما نلاحظ أن احتمالية اختبار ت والتي قدرت بـ 0.21 أكبر من نسبة الخطأ 0.05 وهذا ما يدل على عدم وجود فروق ذات دلالة معنوية في مستوى الخدمات المصرفية لدى عينة البحث وفقا لمتغير الجنس.

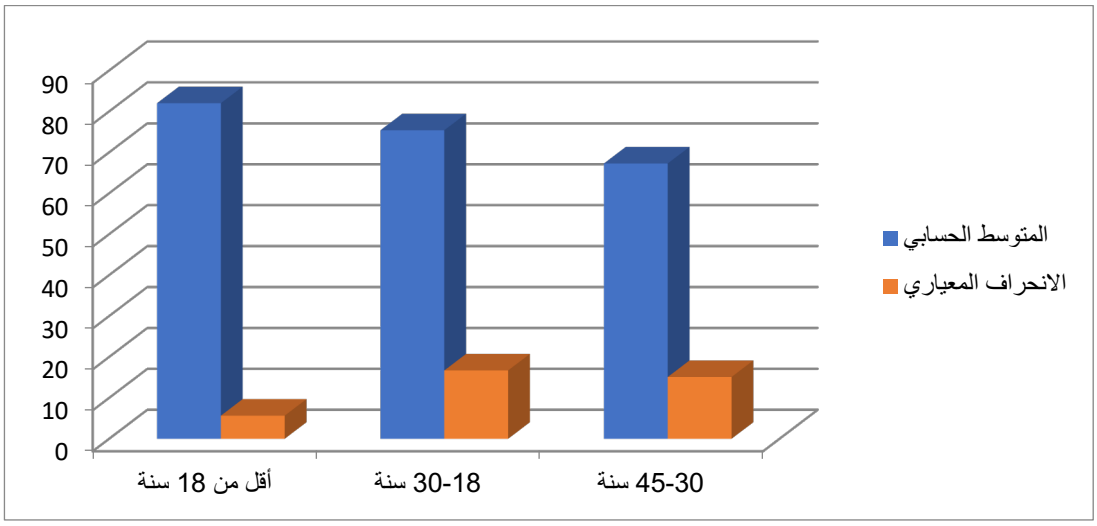
2.2تحديد طبيعة الفروق في مستوى الخدمات المصرفية وفق متغير العمر:

لتحديد طبيعة الفروق في مستوى الخدمات المصرفية وفق متغير العمر تم استخدام اختبار أنوفا والجدول التالي يوضح ذلك:

المعاملات الإحصائية الفئة العمرية			احتمالية اختبار ليفين	احتمالية اختبار أنوفا	نسبة الخطأ	الدلالة الإحصائية
أقل من 18 سنة	المتوسط الحسابي	82	0.38	0.26	0.05	غير دال
	الانحراف المعياري	5.65				
18-30 سنة	المتوسط الحسابي	75.39				
	الانحراف المعياري	16.70				

45-30 سنة	المتوسط الحسابي	67.27				
	الانحراف المعياري	15.10				

جدول رقم 03: يبين طبيعة الفروق في مستوى الخدمات المصرفية وفقا لمتغير العمر



شكل رقم 07: يبين مستوى عينة البحث في الخدمات المصرفية وفق متغير العمر

من خلال **الجدول رقم 03**نلاحظ أن قيمة احتمالية اختبار ليفين والبالغة 0.38 أكبر من نسبة الخطأ 0.05 وهذا ما يدل على أن نتائج المجموعات الثلاث متجانسة في التباين، كما نلاحظ أن احتمالية أنوفا والتي قدرت بـ 0.26 أكبر من نسبة الخطأ 0.05 وهذا ما يدل على عدم وجود فروق ذات دلالة معنوية في مستوى الخدمات المصرفية لدى عينة البحث وفقا لمتغير العمر.

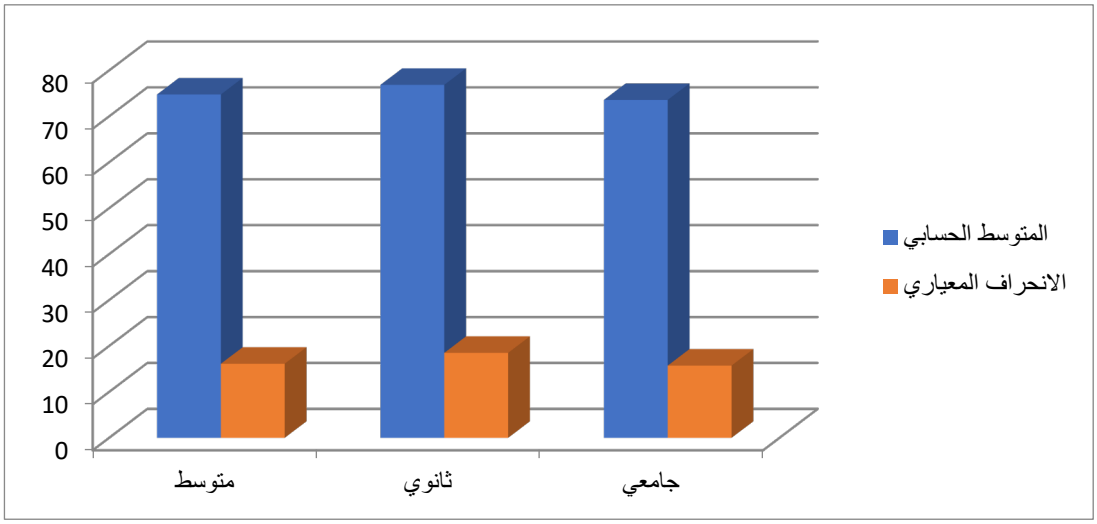
2.3تحديد طبيعة الفروق في مستوى الخدمات المصرفية وفق متغير المستوى الدراسي:

لتحديد طبيعة الفروق في مستوى الخدمات المصرفية وفق متغير المستوى الدراسي تم استخدام اختبار أنوفا والجدول التالي يوضح ذلك:

المعاملات الإحصائية الفئة العمرية	احتمالية اختبار ليفين	احتمالية اختبار أنوفا	نسبة الخطأ	الدلالة الإحصائية

متوسط	المتوسط الحسابي	74.75	0.88	0.71	0.05	غير دال
	الانحراف المعياري	16.13				
ثانوي	المتوسط الحسابي	76.85				
	الانحراف المعياري	18.50				
جامعي	المتوسط الحسابي	73.57				
	الانحراف المعياري	15.73				

جدول رقم 04: يبين طبيعة الفروق في مستوى الخدمات المصرفية وفقا لمتغير المستوى الدراسي



شكل رقم 08: يبين مستوى عينة البحث في الخدمات المصرفية وفق متغير المستوى الدراسي

من خلال **الجدول رقم 04** نلاحظ أن قيمة احتمالية اختبار ليفين والبالغة 0.88 أكبر من نسبة الخطأ 0.05 وهذا ما يدل على أن نتائج المجموعات الثلاث متجانسة في التباين، كما نلاحظ أن احتمالية أنوفا والتي قدرت بـ 0.71 أكبر من نسبة الخطأ 0.05 وهذا ما يدل على عدم وجود فروق ذات دلالة معنوية في مستوى الخدمات المصرفية لدى عينة البحث وفقا لمتغير المستوى الدراسي.

دراسة حالة وسائل الدفع الإلكتروني

استبيان:

الرقم	العبارة	غيرموافقبشدة	غيرموافق	محايد	موافق	موافقبشدة
	المحور الأول :وسائل الدفع الالكتروني					
01	خدمات وسائل الدفع الإلكتروني أكثر ملاءمة لاحتياجاتي					
02	تساهم وسائل الدفع الالكتروني في التقليل من زمن الحصول على الخدمة					
03	استخدامي لوسائل الدفع الالكتروني يمكنني من الحصول على الخدمة في أي مكان					
04	تمتاز قنوات تقديم الخدمة لوسائل الدفع الإلكتروني بالنظام و سهولة الإستخدام					
05	أدى تعامل بخدمات وسائل الدفع الإلكتروني بشعوري بالأمان					
06	أدى تعاملي وسائل الدفع الإلكتروني في التقليل من مخاطر الضياع (الشيك، الحوالة ...إلخ)					
07	تقلل وسائل الدفع الإلكتروني من طوابير الإنتظار					
08	تحسن وسائل الدفع الإلكتروني سير الإجراءات الإدارية					
09	تسهل لي وسائل الدفع الإلكتروني عملية تحويل الأموال					
10	توفر لي وسائل الدفع الإلكتروني عملية الشراء عبر الأنترنات					
11	تسمح وسائل الدفع الإلكتروني بخفض التكاليف و المصاريف الإدارية و كتابات الشيكات					
12	تسمح وسائل الدفع الإلكتروني بتسريع عملية الدفع					
13	تقلل لي وسائل الدفع الإلكتروني مخاطر استعمال معلوماتي الشخصية					
14	حققت لي وسائل الدفع الإلكتروني راحة في تعاملي مع البريد					

	المحور الثاني: الجودة المدركة للخدمة المصرفية					
15	وجود تجهيزات ومعدات تقنية متطورة					
16	المرافق والصالات ملائمة وحديثة و جذابة					
17	مظهر الموظفين أنيق و جذاب					
18	المواد المرتبطة بالخدمات تتمتع بجودة عالية					
19	تقديم الخدمة في الأوقات المحددة					
20	اهتمام الموظفين الدائم بحل مشاكل الزبائن					
21	تقديم الخدمة بالشكل الصحيح من أول مرة					
22	ملائمة ساعات العمل لكل الزبائن					
23	أنظمة التوثيق والوصولات خالية من الأخطاء					
24	إعلام الزبائن بدقة عن وقت تنفيذ الخدمة					
25	أداء الخدمات بشكل فوري					
26	الاستعداد الدائم للاستجابة لطلبات الزبائن					
27	انشغال الموظفين بالأعمال الداخلية لا يمنعهم من تأدية الخدمة					
28	سلوك الموظفين يعطي الانطباع بالثقة					
29	الشعور بالأمان أثناء التعامل مع المؤسسة					
30	المعرفة الازمة لدى الموظفين للإجابة عن أسئلة الزبائن					
31	لباقة وحسن سلوك الموظفين					
32	الاهتمام الشخصي بالزبائن					
33	حسن معاملة الموظفين للزبائن واحترامهم وتقدير ظروفهم					
34	ملائمة ساعات العمل لكل الزبائن					
35	تفهم الموظفين للاحتياجات المحددة للزبائن					
36	وضع مؤسسة موبيليس مصلحة زبائنه ضمن أولوياته					

المحور الثالث :البيانات الشخصية

الجنس ذكر ☐ انثى ☐

السن من 18 سنة أقل من 30 سنة ☐ من 30 سنة أقل من 45 سنة ☐ 45سنة و أكبر ☐

الدخل أقل من 18000 دج ☐ من 18000 دج وأقل من 45000 دج ☐ 45000دج وأكثر ☐

المستوى التعليمي إبتدائي ☐ متوسط ☐ ثانوي ☐ جامعي ☐

أبعاد جودة الخدمة

البعد	معايير التقييم
الاعتمادية	• **توفير الخدمة بشكل معتمد** • **الدقة في تنفيذ العمليات بالوقت المحدد**
الاستجابة	• **توفير خدمات ثابتة وفورية** • **التعامل مع طلبات الزبائن بسرعة** • **تقديم الخدمة في أوقات عمل ملائمة للزبائن** • **الرد السريع على استفسارات الزبائن**
الأمان	• **الثقة في كل من المؤسسة ومقدم الخدمة** • **مهارات العاملين ومعارفهم**
التعاطف	• **الإصغاء لحاجات الزبائن** • **توفير خدمة شخصية للزبائن** • **الاهتمام بملاحظات الزبائن واهتماماتهم**
الملموسية	• **مظهر التسهيلات المادية** • **مظهر الأفراد مقدمي الخدمة** • **توفر أماكن الانتظار بالنسبة للزبائن** • **الأدوات والمعدات المستخدمة في تقديم الخدمة**

الخاتمة

خاتمة:

حاولنا من خلال هذا البحث الاجابة على الاشكالية المطروحة و المتمثلة في اثر وسائل الدفع الالكتروني في تحسين جودة الخدمات المصرفية و تمت الاجابة عليها بناءا على ثلاث فصول الاول و الثاني نظريين تحدثنا فيها على المفاهيم النظرية المتعلقة بمتغيرات الدراسة استخلصنا من خلالهما ان وسائل الدفع الالكتروني لها اهمية بالغة في التحسين من جودة الخدمات المصرفية اما الفصل الثالث المتعلق بالجانب التطبيقي هدفنا من خلاله الي اثر وسائل الدفع الالكتروني في تحسين جودة الخدمات المصرفية ببنك التنمية المحلية –قايس.

قائمة المصادر والمراجع

قائمة المصادر والمراجع:

- عبد الرحيم وهيبة، احال وساءل الدفع المصرفية التقليدية بالإلكترونية (دراسة حالة الجزائر)، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجيستير في علوم التسيير، فرع نقود ومالية، جامعة الجزائر، 2005-2006.

- Dhoir loupretre Catherine,»DROIT DU CREDIT » édition ell PSES .Lyon 1999.

- سليمان ناصر، التقنيات البنكية وعمليات الائتمان، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2012.

- بورزق إبراهيم فوزي، دراسة تحليلية حول التجربة الجزائرية في مجال النقد الآلي البنكي، مكرة مكملية لنيل شهادة الماجيستير، شعبة العلوم الإقتصادية، تخصص تحليل اقتصادي، جامعة الجزائر، 2008/2007.

- رضوان فايز نعيم، بطاقات الوفاء، مكتبة الجزء الجديدة، مصر، 1990.

- حجازي بيومي عبد الفتاح، النظام القانوني لحماية الحكومة الإلكترونية، ج 1، دار الفكر الجامعي، مصر، 2002.

- منصوري الزين، وسائل و أنظمة الدفع و السداد الإلكتروني (عوامل الانتشار و شروط النجاح)، مداخلة مقدمة إلى الملتقى العلمي الدولي الرابع حول عصرنة نظام الدفع في البنوك

الجزائرية و إشكالية اعتماد التجارة الإلكترونية في الجزائر (عرض التجارب الدولية)، المركز الجامعي خميس مليانة، الجزائر، يومي: 27/26 أفريل 2011.

– سايحي الخامسة طويل حدة، أثر وسائل الدفع الإلكتروني على جودة الخدمات المصرفية، مجلة أبحاث إقتصادية و إدارية، المجلد13، العدد 2، بسكرة، الجزائر، 2019.

– محمود محمد أبو فرة، الخدمات الإلكترونية عبر الانترنت، دار أسامة للنشر، الطبعة الأولى، عمان، 2009.

– مصطفى كمال طه، وائل أنور بندق، الأوراق التجارية و وسائل الدفع الإلكترونية الحديثة، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2005.

– سماح شعبور، مصباح مرابطي، وسائل الدفع الالكتروني في الجزائر– واقع و تحديات ، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات ماستر أكاديمي ،شعبة علوم تجارية، تخصص تمويل مصرفي، جامعة تبسة، دفعة ،2016.

– سلطاني خديجة، إحلال وسائل الدفع التقليدية بالوسائل الالكترونية، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر في العلوم الاقتصادية، تخصص مالية و نقود ،جامعة بسكرة ، 2013/2012.

– المادة 543 مكرر 23 من أمر رقم 75–59 مؤرخ في 20 رمضان عام 1395 الموافق 26 سبتمبر سنة 1975 يتضمن القانون التجاري المعدل والمتمم.

– أمير فرج يوسف، عالمية التجارة الإلكترونية وعقودها، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، 2009.

– عبد الرحيم وهيبة، إحلال وسائل الدفع المصرفية التقليدية بالإلكترونية دراسة حالة الجزائر، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجيستير، قسم علوم.

التسيير، فرع نقود و مالية، كلية العلوم الاقتصادية و علوم التسيير، جامعة الجزائر، 2006.

– محمد شكرين، بطاقة الائتمان في الجزائر مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجيستير، قسم العلوم الاقتصادية، فرع النقود و المالية، كلية العلوم الاقتصادية و علوم التسيير، جامعة الجزائر، 2006.

– ناشف فاطمة، وسائل الدفع الإلكتروني في البنوك و المؤسسات المالية الجزائرية، مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماستر أكاديمي، شعبة: العلوم الاقتصادية، تخصص اقتصاد نقدي و بنكي، جامعة عبد الحميد بن باديس، مستغانم،2018/2017.

– باطلي غنية، محاضرة حول وسائل الدفع الالكتروني السنة أولى ماستر، جامعة محمد لمين دباغين، سطيف،2014.

– علي عبد الله شاهين، نظم الدفع الإلكترونية ومخاطرها ووسائل الرقابة عليها دراسة تطبيقية على بنك فلسطين، مجلة جامعة الأزهر بغزة، المجلد 12، العدد الأول، 2010.

– بشرى مذكور، آثار وسائل الدفع الإلكتروني على الأداء المالي للبنوك، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر، شعبة علوم إقتصادية، تخصص مالية و بنوك، جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي، 2017/2016.

– فريد النجار وآخرون، التجارة والأعمال الإلكترونية المتكاملة في مجتمع المعرفة، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2006.

– نوال بن عمارة، وسائل الدفع الإلكترونية (الآفاق والتحديات)، محاضرات ألقيت بقسم العلوم الاقتصادية، كلية الحقوق والعلوم الاقتصادية، جامعة ورقلة.

– ليلة بوقلال، دور الصيرفة الالكترونية في تحسين الخدمة المصرفية (دراسة حالة بنك خليج الجزائر) وكالة بسكرة، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر في العلوم الاقتصادية، تخصص تقود ومالية، جامعة محمد خيضر بسكرة، 2013–2014.

– محمد عدنان بن الضيف وآخرون، نظم الدفع الالكتروني، مذكرة مقدمة كجزء ضمن متطلبات نيل شهادة الليسانس في العلوم الاقتصادية، تخصص تقود مالية وبنوك، غير منشورة، جامعة محمد خيضر بسكرة، 2004–2005.

– بسام أحمد الزلمي، دور النقود الإكترونية في غسيل الأموال، مجلة جامعة دمشق للعلوم الإقتصادية والقانونية، المجلد الأول، العدد 26، 2010.

– ناشف فاطمة، وسائل الدفع الإلكتروني في البنوك و المؤسسات المالية الجزائرية، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر، تخصص: اقتصاد نقدي و بنكي، جامعة عبد الحميد بن باديس، مستغانم، 2018/2017.

– حورية جنان، دور الصيرفة الإلكترونية في تحسين جودة الخدمات المصرفية، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر، تخصص: مالية و بنوك، جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي، 2013/2012.

– مجموعة العمل المالي لمنطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا، تقرير حول "طرق الدفع عبر الحدود (الحالية والناشئة) وامكانية استغلالها في عمليات غسل الأموال وتمويل الإرهاب.

– جورج نهاد أبو جريش وخشان يوسف رشوان، مدخل إلى مصارف الانترنت، اتحاد المصارف العربية، بيروت، 2004.

– زهير زواش، دور نظام الدفع الالكتروني في تحسين المعاملات المصرفية، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجيستر في العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية و علوم التسيير ، جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي، الجزائر، 2010.

– عبد الرحيم وهيبة، تقييم وسائل الدفع الالكترونية ومستقبل وسائل الدفع التقليدية في ظل وجودها، مجلة الإقتصاد الجديد، العدد02، الجزائر، جانفي 2010.

– الجنبيهي منير و الجنبيهي ممدوح، البنوك الإلكترونية، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2005.

– رحيم حسين و هواري معراج، الصيرفة الالكترونية، ملتقى المنظومة المصرفية الجزائرية و التحولات الاقتصادية كالعلوم الاقتصادية و العلوم الاجتماعية، جامعة حسيبة بن بوعلي، الشلف، 2004.

– طارق عبد العالي حماد، التجارة الإلكترونية، دار الجامعية، الإسكندرية، 2003.

– فريدة قلقول، أهمية أنظمة الدفع الإلكترونية في المصارف، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في العلوم الاقتصادية، تخصص: مالية و بنوك، جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي، 2013/2012.

– عبد الهادي النجار، بطاقات الائتمان والعمليات المصرفية الالكترونية : الجديد في أعمال المصارف من الوجهتين القانونية والاقتصادية – الجديد في التقنيات المصرفية"، الجزء الأول، لبنان، 2002.

– منير محمد الجنبيهي، ممدوح الجنبيهي، التطبيق القانوني للعقد الإلكتروني، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2003.

- سماح ميهوب، الاتجاهات الحديثة في مجال الخدمات المصرفية، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجيستير، قسم العلوم الاقتصادية، تخصص: فرع بنوك و تأمينات، جامعة منتوري، قسنطينة، 2005.

- https://sadad.qa/money-electronic-wallet-what-you-should-know-about-it-and-why-its-important/17/05/2021, 21 :30.

- الجنبيهي محمد، و الجنبيهي ممدوح، جرائم الانترنت و الحاسب الآلي و وسائل مكافحتها، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، مصر :2004.

- بداوي مصطفى، غسيل الأموال الالكتروني، مجلة آفاق، العدد 05، الجمعية العلمية الثقافية ، كلية العلوم الاقتصادية و علوم التسيير، جامعة البليدة، سبتمبر 2005.

- بن عمارة نوال، وسائل الدفع الإلكترونية، الملتقى الدولي حول التجارة الإلكترونية، جامعة ورقلة.

- بورزق إبراهيم فوزي، دراسة تحليلية حول التجربة الجزائرية في مجال النقد الآلي البيبنكي، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجيستير في شعبة العلوم الاقتصادية، تخصص: تحليل إقتصادي، جامعة الجزائر، 2008/2007.

– راتول محمد، الحكومة الإلكترونية الآفاق والتحديات، الملتقى الدولي حول:عصرنة نظام الدفع في البنوك الجزائرية وإشكالية إعتماد التجارة الإلكترونية في الجزائر، جامعة حسيبة بن بوعلي، الشلف.

– بوفليح نبيل، البنوك الإلكترونية كمدخل لزيادة تنافسية البنوك العربية، الملتقى الدولي حول: المعرفة في ظل الاقتصاد الرقمي و مساهمتها في تكوين المزايا التنافسية للبلدان العربية،جامعة حسيبة بن بوعلي،الشلف.

– العايب إيمان، البنوك التجارية وتحديات التجارة الإلكترونية، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير،علوم إقتصادية،كلية العلوم الاقتصادية والتسيير،جامعة منتوري، قسنطينة، 2007/2006.

– أحمد نافع المدادحة ومحمد عزت الحالمة، تسويق الخدمات المعلوماتية في المكتبات، دار المعتز، عمان، ط1، 2010.

– أسعد حامد أورمان، أبي سعد الديوهجي، التسويق السياحي والفندقي، دار الحامد للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2000.

– هاني حامد الضمور," تسويق الخدمات، دار وائل، الأردن، 2004.

– عوض بدير الحداد، تسويق الخدمات المصرفية، دار البيان للنشر، مصر، 1999.

– رعد حسن الصرن، عولمة جودة الخدمة المصرفية، دار التواصل العربي، 2007.

- محمد حمد عبد الهادي الرويس، نموذج مقترح لقياس جودة الخدمات المصرفية بدولة قطر، رسالة دكتورا، كلية التجارة، جامعة عين شمس، مصر، 2002.

- أحمد محمود أحمد، تسويق الخدمات المصرفية(مدخل نظري تطبيقي، دار البروة، الأردن، ط1،2001.

- Monique Zollinger, Marketing Et Strategie De La Banque, Edition :Dunod, 4eme edition, Paris, 2004.

- ثامر بوري وأحمد الرحومي، تسويق الخدمات المالية، إثراء للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2008.

- محمود جاسم الصميدعي وردينة عثمان يوسف، التسويق المصرفي (مدخل استراتيجي كمي تحليلي)، دار المناهج، عمان، ط1، 2005.

- نادية عبد الرحيم، تطور الخدمات المصرفية ودورها في تفعيل النشاط الاقتصادي، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في العلوم اقتصادية، تخصص، نقود وبنوك، جامعة الجزائر، 2010-2011.

- ربحي كريمة، تسويق الخدمات المصرفية، مداخلة مقدمة لملتقى المنظومة المصرفية الجزائرية التحولات الاقتصادية (الواقع والتحديات)، جامعة البليدة، بدون تاريخ.

- رامي جمال اندراوس وعادل سالم معايعة، الإدارة بالثقة والتمكين، عالم الكتب الحديث، الأردن، ط1، 2008.

- رعد عبد الله الطائي، عيسى قدادة، إدارة الجودة الشاملة، دار اليازوري للنشر، عمان، 2008، الطبعة العربية.

- العلاق، حميد عبد النبي الطائي، تسويق الخدمات، دار زهران للنشر و التوزيع، عمان، 2007.

- محمود جاسم الصميدعي وبشير عباس العاق، أساسيات التسويق الشامل والمتكامل، دار المناهج، دون بلد نشر، 2000.

- علي السلمي، إدارة الجودة الشاملة و متطلبات التأهيل للإيزو 9000، دار غريب للنشر و التوزيع، 1995.

- محمد سمير احمد، الجودة الشاملة و تحقيق الرقابة في البنوك التجارية، ط1، دار المسيرة للنشر و التوزيع، عمان، الأردن، 2009.

- الصرن، رعد حسن، عولمة جودة الخدمة المصرفية، ط1، دار التواصل العربي للطباعة والنشر والتوزيع، دمشق، مؤسسة الوارق للنشر والتوزيع، عمان، 2008.

- رعد عبد الله الصائي، عيسى قدادة، إدارة الجودة الشاملة، دار اليازوري للنشر، عمان، 2008، الطبعة العربية.

- عوض بدير الحداد، تسويق الخدمات المصرفية، دار البيان للنشر، مصر، 2009.

- ناجي معلا، الأصول العلمية للتسويق المصرفي، المكتبة الوطنية، ط3، 2007.

- حلوز وفاء، تدعيم جودة الخدمة البنكية وتقسيماتها من خلال رضا العميل (دراسة حالة البنوك العمومية الجزائرية بولاية تلمسان)، مذكرة مكملة لنيل شهادة الدكتوراه في العلوم الاقتصادية، تخصص بنوك، جامعة أبو بكر بلقايد، تلمسان، 2014-2013.

- بريش عبد القادر، جودة الخدمات المصرفية كمدخل لزيادة القدرة التنافسية للبنوك، مجلة اقتصاديات شمال إفريقيا، العدد 03، بدون تاريخ.

(1)عبد الرزاق حميدي، جودة الخدمات البنكية كمدخل لتحقيق رضا العملاء وزيادة القدرة التنافسية للبنوك)دراسة حالة بنك التنمية المحلية ،(ملخص مذكرة هديل درجة المجستار في العلوم االقتصادية وعلوم التسير، فرع ادارة تسويقية،جامعة محمد بوقرة، 2008/2007بومرداس، ص 145.

المصدر: عبد الرزاق حميدي، جودة خدمات البنكية مدخل رضا االعملاء وزيادة القدرة التنافسية لبنوك، مذكرة ماجستير)غير منشورة(، جامعة محمد بوقرة، بومرداس ص153

- Haizer, Jay & Rader, Barvy Principle of Operation Management, 3rd ed. Prentice – Hall. Inc – New Jersy. 1999.

- Russel, S. &Roberta S. &Taylor Bernard w., Operation Management: Focusing on Quality, Prentice, Hell Inc N.J 1998.

- أحمد، أحمد محمود، تسويق الخدمات المصرفية (مدخل نظري تطبيقي)، ط 1، دار البركة للنشر والتوزيع، عمان – الاردن، 2001.

- العلاق بشير عباس والطائي حميد عبد النبي، تسويق الخدمات (مدخل ستراتيجي وظيفي تطبيقي)، ط1، دار العقل، عمان – الاردن، 1999م.

- Invancevich &Peter steven & Skiner & Grosby, Quality Management: 1997.

- رمضان زياد سليم، ومحفوظ أحمد جودة، الاتجاهات المعاصرة في إدارة البنوك، دار وائل، عمان – الأردن، 2003.

- بريش عبد القادر، جودة الخدمة المصرفية كمدخل لزيادة القدرة التنافسي للبنوك، مجلة اقتصاديات شمال إفريقيا، العدد الثالث، 2005.

- حسن رعد الصرن، عولمة الجودة المصرفية، دار التواصل العربي للطباعة و النشر و التوزيع، عمان، الأردن.

– ثامر فارس، عبد الله الجنابي، دور الوسيط لجودة الخدمة المدركة في تحديد أثر الاتصالات التسويقية في الميزة التنافسية، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في إدارة الأعمال، جامعة النيلين، الخرطوم، السودان، 2017.

– عباس بويش، دور الخدمات الإلكترونية المصرفية في تعزيز الميزة التنافسية في القطاع البنكي، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر، تخصص: إدارة و إقتصاد المؤسسات، جامعة عبد الحميد بن باديس، مستغانم، 2016–2017.

– دغنوش الطاهرة، استخدام شبكة الأنترنات كأداة لتقديم الخدمات البنكية و أثرها على الاداء البنكي، رسالة دكتوراه ، تخصص: نقود و مالية، كلية العلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2016–2017.

الملحق

ملحق 01: التحقق من الفرضية 01

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
VAR00001	84	14,00	63,00	52,8452	7,49376
VAR00002	84	21,00	97,00	74,4881	16,49205
Valid N (listwise)	84				

Correlations

		VAR00001	VAR00002
VAR00001	Pearson Correlation	1	-,049
	Sig. (2-tailed)		,661
	N	84	84
VAR00002	Pearson Correlation	-,049	1
	Sig. (2-tailed)	,661	
	N	84	84

ملحق 02: دراسة الفروق وفق متغير الجنس

Group Statistics

	VAR00002	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
VAR00001	1	70	73,4714	17,15464	2,05037
	2	14	79,5714	11,88221	3,17565

Independent Samples Test

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
									95% Confidence Interval of the Difference	
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	Lower	Upper
VAR00001	Equal variances assumed	2,863	,094	-1,268	82	,208	-6,10000	4,81080	-15,67021	3,47021
	Equal variances not assumed			-1,614	25,270	,119	-6,10000	3,78005	-13,88094	1,68094

ملحق 02: دراسة الفروق وفق متغير العمر

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
VAR00004	2	78,00	86,00	82,0000	5,65685
VAR00005	71	21,00	97,00	75,3944	16,69857
VAR00006	11	41,00	89,00	67,2727	15,10027
Valid N (listwise)	2				

Test of Homogeneity of Variances

VAR00001

Levene Statistic	df1	df2	Sig.
,981	2	81	,379

ANOVA

VAR00001

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	743,849	2	371,924	1,380	,257
Within Groups	21831,140	81	269,520		
Total	22574,988	83			

ملحق 03: دراسة الفروق وفق متغير المستوى الدراسي

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
VAR00004	4	61,00	97,00	74,7500	16,13227
VAR00005	26	21,00	97,00	76,8462	18,49906
VAR00006	53	22,00	89,00	73,5660	15,73031
Valid N (listwise)	4				

Test of Homogeneity of Variances

VAR00001

Levene Statistic	df1	df2	Sig.
,124	2	80	,883

ANOVA

VAR00001

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	187,714	2	93,857	,338	,714
Within Groups	22203,153	80	277,539		
Total	22390,867	82			

فهرس المحتويات

مقدمة ..... أ

الفصل الأول: ماهية وسائل الدفع الإلكتروني **4**

المبحث الأول: نشأة وسائل الدفع 5

المطلب الأول: تعريف وسائل الدفع 5

المطلب الثاني: التطور التاريخي لوسائل الدفع 8

المرحلة الأولى 10

المرحلة الثانية 10

المرحلة الثالثة 11

المرحلة الرابعة 13

المرحلة الخامسة 14

المبحث الثاني: التحول إلى وسائل الدفع الإلكتروني 15

المطلب الأول: تعريف وسائل الدفع الإلكتروني 16

المطلب الثاني: أنواع وسائل الدفع الإلكتروني 18

أولا: البطاقات البنكية و أنواعها 19

ثانيا: النقود الإلكترونية 19

ثالثا: المحافظ الإلكترونية 20

رابعا: الشيك الإلكتروني 20

المبحث الثالث: تقييم وسائل الدفع الإلكتروني 21

المطلب الأول: إيجابيات وسائل الدفع الإلكتروني 21

أولا: العوامل المساعدة على نجاح وسائل الدفع الإلكتروني 21

ثانيا: إيجابيات وسائل الدفع الإلكتروني 22

المطلب الثاني: سلبيات وسائل الدفع الإلكتروني 25
أولا: العوامل المعرقلة لنجاح وسائل الدفع الإلكتروني 26
ثانيا: سلبيات وسائل الدفع الإلكتروني.....27
المطلب الثالث: تحديات وسائل لدفع الإلكتروني 32
الفصل الثاني: الإطار المفاهيمي لجودة الخدمة..... 49
المبحث الأول: مدخل إلى الخدمات المصرفية.....50
المطلب الأول: ماهية الخدمات المصرفية 50
أولا: تعريف الخدمة 50
ثانيا: مفهوم الخدمة المصرفية 51
المطلب الثاني: أنواع و مكونات الخدمات المصرفية 52
أولا: أنواع الخدمات المصرفية 52
ثانيا: مكونات الخدمة المصرفية 54
المطلب الثالث: خصائص الخدمات المصرفية.....56
المبحث الثاني: جودة الخدمات المصرفية.....59
المطلب الأول: مفهوم جودة الخدمات المصرفية 59
أولا: مفهوم الجودة 59
ثانيا: مفهوم جودة الخدمة 59
ثالثا: مفهوم جودة الخدمة المصرفية.....59
المطلب الثاني: مستويات جودة الخدمة المصرفية.....61
المطلب الثالث: تقييم جودة الخدمات المصرفية 63
أولا: أبعاد تقييم جودة الخدمة المصرفية 63
ثانيا: طرق قياس جودة الخدمة المصرفية 65

المبحث الثالث: تأثير الصيرفة الإلكترونية على جودة الخدمات المصرفية.....68

المطلب الأول: العلاقة بين جودة الخدمة المصرفية و وسائل الدفع الإلكتروني 68

المطلب الثاني: إسهام وسائل الدفع الالكترونية في تحسين جودة الخدمة المصرفية 69

الفصل الثالث: الجزء التطبيقي 73

أولاً: تعريف عام لبنك التنمية المحلية 73

ثانيًا: لمحة تاريخية عن نشأة وتطور بنك التنمية المحلية.....74

ثالثًا: نشأة بنك التنمية المحلية وكالة قايس 75

رابعًا: الهيكل التنظيمي لبنك التنمية المحلية و مهامه 76

خامسًا: مهام بنك التنمية المحلية لوكالة قايس 79

التحقق من الفرضية الأولى 81

التحقق من الفرضية الثانية..... 82

تحديد طبيعة الفروق في مستوى الخدمات المصرفية وفق متغير الجنس..... 82

تحديد طبيعة الفروق في مستوى الخدمات المصرفية وفق متغير العمر 83

تحديد طبيعة الفروق في مستوى الخدمات المصرفية وفق متغير المستوى الدراسي 84

دراسة حالة وسائل الدفع الإلكتروني 86

خاتمة 90

قائمة المصادر والمراجع 92

الملحق.....106

فهرس المحتويات.....111

الملخص.....115

الملخص

الملخص:

تهدف هذه الدراسة إلى معرفة أثر وسائل الدفع الالكتروني على جودة الخدمة المصرفية من وجهة نظر عملاء بنك التنمية المحلية- وكالة قايس - من خلال استخدام استبيان وجه لعينة من العملاء في الوكالة المبحوثة، وقد تم التوصل إلى عدد من النتائج أهمها وجود تأثير لوسائل الدفع الالكتروني على جودة الخدمة المصرفية وهذا حسب مختلف أبعاد الجودة، لتحقيق رضا الزبائن.

الكلمات المفتاحية: جودة الخدمة المصرفية، وسائل الدفع الالكتروني، البنك بنك التنمية المحلية.

Résumé :

Cette étude vise à connaître l'impact des moyens de paiement électronique sur la qualité de service bancaire du point de vue des clients de la Banque Locale de Développement - Agence Qais - à travers l'utilisation d'un questionnaire facial auprès d'un échantillon de clients du l'agence à l'étude, et un certain nombre de résultats ont été atteints, dont le plus important est la présence de l'effet des moyens de paiement Le service de banque électronique dépend de la qualité du service bancaire, et ceci selon les différentes dimensions de la qualité , pour atteindre la satisfaction du client.

Mots-clés: qualité de service bancaire, moyens de paiement électroniques, banque de développement local