

Ministry of Higher Education and Scientific
Research
Abbas Laghrou University of khenchela
Faculty of Economics , Commercial and
Management Sciences



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة عباس لغرور خنشلة
كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير
قسم العلوم الاقتصادية تخصص: إقتصاد
نقدي ومالي

Department of Economics
Specialization: Banking and Monetary
Economy

مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر الأكاديمي بعنوان :

دور الصيرفة الالكترونية في تحسين جودة الخدمات المصرفية دراسة حالة القرض الشعبي الجزائري CPA

إشراف الأستاذ(ة):

نزاري رفيق

إعداد الطالب(ة):

- قاشة محي الدين
- انسيغاوي شمس الدين

أعضاء لجنة المناقشة

الصفة	الجامعة الأصلية	الرتبة	الأستاذ
رئيسا	جامعة عباس لغرور خنشلة	أستاذ مساعد ب	ليليا بوروية
مشرفا	جامعة عباس لغرور خنشلة	أستاذ تعليم عالي	نزاري رفيق
مناقشا	جامعة عباس لغرور خنشلة	أستاذ تعليم عالي	بلعدي

السنة الجامعية: 2024-2025

اهداء الطالب قاشة محى الدين:

قال الله تعالى «هل يستوي الذين يعلمون والذين لا يعلمون انما يتذكر الا الالواب".
اهدي عملي المتواضع الى من علمني ان الحياة كفاح وان العلم سلاح والذي ابتهج من
غزارة النجاحات الى استاذي وقودتي درعي في وجه الزمان اسد الاسرى الوالد العزيز
اللهم اطل في عمره بصحة والعافية.

اهديه أيضا وبكل مشاعر الاحترام والصدق والحب الى امي الغالية لو كتبت مجلد وصف
امتناني لوجودك في حياتي اللهم اطل في عمرها بصحة والعافية.

الى اخي كل ما اطل أنسي حزني وزعل ابتهج أرى الامل في عيون اخي، اخي يا خير
الاصحاب في الذهاب والإياب عوني في وجه الصعاب دمتي لي يا اخي: ربيع _ يوسف _
عبد الغاني. دون ان أنسي جاري واعز أصدقائي جهاد. والى واصدقائي ورفقاء دربي هيثم
الياس وشمس الدين

اهديه للذين ساعدوني في طريقي الى هذا الإنجاز: الأستاذ شيبان والمشراف الأستاذ نزار
وأیضا الى رفيق حفيظي وعمار منصورى قدموا لي الشيء الكثير

اهديه الى كليتنا كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير -جامعة عباس لغرور
خنشلة _

وفي الأخير أتمنى ان ينال هذا العمل اعجاب كل من ساعدوني في إنجازہ وان يستفيد منه
كل قارئ له ويدعو لصاحبه بالخير والتوفيق والنجاح.

اهداء الطالب سيغاوي شمس الدين:

اهدي الى العزيز الذي حملت اسمه فخرا، والى من كلله الله بالهيبة والوقار، الى من
حصد الاشواك عن دربي، وزرع لي الراحة بدل منها الى ابي.
لم يحن ظهر ابي ما كان يحمله لكن ليحملني من أجلى احببا، وكنت احج عن نفسي
مطالبها فكان يكشف عما اشتهي الحجاب، وشكرا لكونك ابي.

والى من علمتني الاخلاق قبل ان اتعلمها، الى جسر الصاعد به الى الجنة، الى اليد الخفية التي ازلت عن طريقي العقبات، ومن ظلت دعواتها تحلم اسمي ليلا ونهار، امي محبوبتي وملهمتي.

الى من وهبني الله بنعمة وجودهم، الى مصدر قوتي وارضي الصلابة، وجدار قلبي المتين، اخواتي.

والى من ضاقت بجا الدنيا ووسعت بخطاهم، وانا سقطت كانوا اول من رفعوني بكلماتهم، الى من رافقتي بالقلب قبل الدرب اصحابي واحبتي.

ها انا اليوم طويت صفحة من التعب وسجلت في تاريخي فخرا لا ينسى، لم اعد أتساءل عن ملامح الوصول فقد رايتها في عيوني، تلاوات غيوم التعب وابتسم الأفق بعد عتمت الانتظار، هواهي الخطى التي كانت تتعثر أحيانا قد وجدت مسترقها في قمة الإنجاز، وبين طيات الطريق تنفس سلاما وفرحا وامتنانا واخر دعوانا الحمد لله رب العالمين.

الشكر والعرفان:

أتقدم في الأول والأخير الى رب العالمين الذي وفقني الى هذا الإنجاز وانارة دربي في الحياة ورعاني بلطفه وجود كرمه.

الأستاذ المشرف نزار رفيق على توجيهاته ونصائحه على كل مساعدة مقدمة وعلى كرم فضله وعظيم جهده.

أستاذ شيبان على توجيهاته ونصائحه على كل مساعدة مقدمة وعلى كرم فضله وعظيم جهده.

اساتذتي اللذين ساهموا في تكويني وسهروا على تعليمي.

الى كل من ساهموا من قريب او بعيد في اخراج هذا العمل بهذا الشكل الجميل

ملخص:

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على الصيرفة الإلكترونية ودورها في تحسين جودة الخدمات المصرفية في ولاية خنشلة، من خلال رصد التطور الذي تحققه البنوك الإلكترونية في إرضاء العميل من أجل توفير الوقت والجهد وتحليل أهم المخاطر والمزايا ومقومات نجاحها، وأن تأثيرها يقتصر على العملاء الذين يجيدون التعامل مع الأنترنت. وأن المزايا التي تعود على البنك في حالة تقديم الخدمات عبر الأنترنت هي تقليل التكاليف، وزيادة حجم التعاملات التجارية، وسهولة الدخول إلى الأسواق المحلية والعالمية، وتحسين خدمات العملاء، وإمكانية تقديم الخدمات على مدار الساعة، وجمع المعلومات عن المنافسين من خلال صفحات الأنترنت، ولذلك يعتبر الزبائن مركز اهتمام المصارف.

وقد خلصت هذه الدراسة إلى وجود علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين أبعاد الصيرفة الإلكترونية وجودة الخدمة المصرفية، كما أن خدمات الصراف الآلي هي أكثر الخدمات ميولا واستخداما من قبل عملاء البنك. ولهذا تتسابق المصارف إلى الظفر بأكبر عدد من الزبائن مع بذل الجهد في الحفاظ على الزبائن الحاليين.

الكلمات المفتاحية: الصيرفة الإلكترونية، جودة الخدمات المصرفية، البنوك، العملاء.

ABSTRACT

This study aims to identify electronic banking and its role in improving the quality of banking services in Khenchela province, by monitoring the development achieved by electronic banks. In customer satisfaction, this study aims to save time and effort, analyze the most important risks, advantages, and elements of its success, and that its impact is limited to customers who are proficient in dealing with the Internet. The advantages that accrue to the bank in the event of providing services via the Internet are reducing costs, increasing the volume of commercial transactions, facilitating access to local and global markets, improving customer services, the possibility of providing services around the clock, and collecting information about competitors through Internet pages. Therefore, customers are the focus of attention of banks.

This study concluded that there is a significant correlation between the dimensions of electronic banking and the quality of banking services. ATM services are also the most preferred and used services by bank customers. Therefore, banks are competing to win the largest number of customers while making an effort to retain existing customers.

Keywords: Electronic banking, quality of banking services, banks, customers..

قائمة المحتويات:

1.....	الاهداء.....
3.....	الشكر.....
4.....	الملخص.....
6.....	قائمة المحتويات.....
8.....	مقدمة.....
12.....	الفصل الأول: في ادبيات النظرية والتطبيقية الصيرفة الاليكترونية وجودة الخدمات المصرفية.....
13.....	تمهيد.....
14.....	المطلب الأول: نشأة ومفهوم الصيرفة الاليكترونية.....
15.....	الفرع الأول: نشأ الصيرفة الاليكترونية.....
16.....	الفرع الثاني: مفهوم الصيرفة الاليكترونية.....
18.....	المطلب الثاني: خصائص الصيرفة الاليكترونية.....
19.....	المطلب الثالث: دوافع ظهور الصيرفة الاليكترونية ومتطلبات نجاحها.....
19.....	الفرع الأول: دوافع ظهوره الصيرفة الاليكترونية.....
20.....	الفرع الثاني: متطلبات نجاح الصيرفة الاليكترونية.....
21.....	المبحث الثاني: جودة الخدمة المصرفية في تحسين جودة الخدمة المصرفية.....
21.....	المطلب الأول: مفهوم عام للخدمات المصرفية الاليكترونية.....
21.....	الفرع الأول: تعريف الخدمة.....
22.....	الفرع الثاني: تعريف الخدمة المصرفية الاليكترونية.....
22.....	المطلب الثاني: مزايا وعيوب الصيرفة الاليكترونية.....
23.....	الفرع الأول: مزايا الصيرفة الاليكترونية.....
24.....	الفرع الثاني: عيوب الصيرفة الاليكترونية.....
25.....	المطلب الثالث: العلاقة بين إدارة الجودة والخدمة والصرف.....
25.....	الفرع الأول: مفهوم جودة الخدمة.....
26.....	الفرع الثاني: مفهوم جودة الخدمة المصرفية.....
27.....	الفرع الثالث: الخصائص الرئيسية لجودة الخدمة المصرفية.....
27.....	الفرع الرابع: ابعاد جودة الخدمة المصرفية.....
28.....	الفرع الخامس: إدارة الجودة وخدمة المصرف والعلاقة بينهم.....
29.....	المبحث الثالث: جودة الخدمات المصرفية في ظل لصيرفة الاليكترونية.....
29.....	المطلب الأول: الليات تحسين جودة الخدمات المصرفية.....
29.....	الفرع الأول: مراحل دورة حياة الخدمة المصرفية.....
30.....	الفرع الثاني: العوامل المؤثرة في دورة حياة الخدمة المصرفية.....
31.....	المطلب الثاني: العوامل التي تؤثر على توقعات العملاء وسلوكياتهم.....
32.....	الفرع الأول: العوامل التي تؤثر على توقعات العملاء.....
32.....	الفرع الثاني: المحددات السلوكية للعميل المصرفي عبر الأنترنت.....
33.....	الفرع الثالث: مبادئ الخدمة المتميزة للعملاء في البنك.....
34.....	المطلب الثالث: أدوات قياس الجودة الخدمات المصرفية على الانترنت.....
35.....	خلاصة الفصل:.....
35.....	الفصل الثاني: الأدبيات النظرية والتطبيقية حول البنوك الالكترونية، خدماتها وأدوات الدفع الالكتروني.....
37.....	تمهيد:.....

38.....	المبحث الأول: عموميات حول البنك الالكتروني.
38.....	المطلب الأول: نشأة البنوك الالكترونية
38.....	الفرع الأول: مفهوم البنوك الالكترونية
39.....	الفرع الثاني: نشأة البنوك الالكترونية
40.....	المطلب الثاني: أهمية البنوك الالكترونية
41.....	المطلب الثالث: خصائص البنوك الالكترونية
42.....	الفرع الأول: خصائص البنوك الالكترونية
43.....	الفرع الثاني: أنواع البنوك الالكترونية
44.....	المبحث الثاني: خدمات البنوك الالكترونية
45.....	المطلب الأول: مفهوم وسائل الدفع الالكتروني.
46.....	المطلب الثاني خصائص وسائل الدفع الالكتروني
46.....	المطلب الثالث مخاطر وسائل الدفع الالكتروني.
47.....	المبحث الثالث: أدوات الدفع الالكتروني.
47.....	المطلب الأول: تعريف أدوات الدفع الالكتروني.
50.....	المطلب الثاني: آلية الدفع الالكتروني.
52.....	المطلب الثالث: أنواع أدوات الدفع الالكتروني.
54.....	خلاصة الفصل:
55.....	الفصل الثالث: الصيرفة الالكترونية ودورها في تحسين جودة الخدمات ال مصرفية cpa
56.....	تمهيد:
57.....	المبحث الأول: تقديم عام حول بنك القرض الشعبي الجزائري.
57.....	المطلب الأول: نشأة القرض الشعبي الجزائري
60.....	المطلب الثاني: سمعة البنك الدولية
62.....	المطلب الثالث: الهيكل التنظيمي
63.....	المبحث الثاني: الوسائل الالكترونية التي يتبعها البنك
63.....	المطلب الأول: المواقع الالكترونية البنكي "e-Banting"
68.....	المطلب الثاني: التطبيقات البنكية الالكترونية " cpa mobile "
70.....	المطلب الثالث: البطاقات البنكية
73.....	الفرع الأول: بطاقات البنكية المحلية.
75.....	الفرع الثاني الخدمات المرفقة مع البطاقات البنكية.
78.....	الفرع الثالث البطاقات البنكية الدولية
80.....	المبحث الثالث عرض وتحليل الاستبيان
80.....	المطلب الأول: عرض الاستبيان
84.....	الفرع الأول: طبيعة العينة المختارة (مجتمع الدراسة)
88.....	الفرع الثاني: تصميم الاستبيان
92.....	المطلب الثاني: تحليل أجوبة الاستبيان الخاص بالزبانن.
94.....	الفرع الأول تحليل معطيات الاستبيان
95.....	الفرع الثاني: تحليل معطيات أسئلة الاستبيان
97.....	المطلب الثالث تحليل أجوبة الاستبيان الموجهة للموظفين
100.....	خلاصة الفصل:
101.....	خاتمة
102.....	تحليل نتائج الدراسة التطبيقية
102.....	نتائج اختبار الفرضيات
103.....	آفاق الدراسة وتوصيات مستقبلية
104.....	عناوين مقترحة لدراسة
105.....	قائمة المراجع
106.....	المرفق



مقدمة عامة

مقدمة عامة:

يشهد العالم طفرة غير مسبوقة من حيث تغييرات و تحولات واسعة احدثتها التكنولوجيا الحديثة في قطاعات الاقتصادية ، وسائل الاتصال في البنوك ، السوق المعلوماتي و الانترنت و في تقنيات هذا السوق في حد ذاته ، و قد شهدت هذه الأخيرة التي هيا تقنيات السوق في السنوات الأخيرة و نعني بهذا ادخال تكنولوجيا الإعلام و الاتصال المعلوماتية و الاتصالات لكي ترتبط بالأنشطة و المجالات الاقتصادية ، و أخذت هذه التقنيات عنصرا مساعدا للتقدم و التطور في تلك الأنشطة ، و ربما يعتبر القطاع المصرفي من أبرز القطاعات التي تتأثر بثورة المعلوماتية و الاتصالات و التي كانت العامل الأساسي و المساعد لتنمية العمل المصرفي منذ أوائل السبعينات و اتجاهاتها المتطورة للغاية خلال الثمانينات و التسعينات و حتى وقتنا الحالي.

يعد التطور التكنولوجي من أهم المميزات التي ساهمت في تغيير كل في أنماط العمل المصرفي في عصر العولمة المالية ، و لعل أبرز ما يميز هذه الأعمال في هذا العصر هو الدور الكبير و الفعال لتكنولوجيا المصرف ، والسعي الحديث نحو تحقيق الاستفادة القصوى من فوائد تكنولوجيا الاتصال و المعلومات من أجل تطوير وسائل تقديم الخدمة المصرفية ، بما يتوافق مع الايقاع المتسارع للعمل المصرفي في القرن الواحد و العشرين ، كذلك حيث نلاحظ اهتمام كبير للبنوك بتكثيف الاستفادة القصوى من أحدث التقنيات المعلومات و الاتصال ، و تطويرها بكفاءة عالية من أجل ابتكار خدمات المصرفية حديثة و تطوير أساليب تقديمها أو عرضها ، سعت البنوك على عصرنة أو تجديد قطاعها المالي و المصرفي ، و هو موضوع كثر الحديث عنه و زاد الاهتمام به بكثرة.

من هذا المنطلق تعد جودة الخدمات المصرفية عنصرا فعالا للنجاح في الأعمال المصرفية إلى جانب فكرة بروز البنوك الإلكترونية، والتي أدت إلى زيادة المنافسة بين المصارف التقليدية التي تبحث عن دور لها وبين المصارف الإلكترونية التي نمت في إطار التراكم المعرفي و التطور التكنولوجي و ما تبعه من تطور في تكنولوجيا المعلومات و الاتصال سمح بربط عدة شبكات محلية دولية.

أ_ إشكالية الدراسة:

من خلال ما تم ذكره سابقا يمكن طرح الإشكالية الرئيسية التالية:
ما هو الدور الذي تلعبه الصيرفة الإلكترونية في تحسين جودة الخدمات المصرفية في القرض الشعبي الجزائري cap؟

ولكي نستطيع الإجابة عن هذه الإشكالية سوف نستعين بالتساؤلات الفرعية:

_ ما دور الصيرفة الالكترونية ؟
_ هل تعتبر وسائل الدفع الالكتروني من أهم مكونات نظام الدفع الالكتروني؟
_ فيما تتمثل أنظمة الدفع الالكتروني؟

ب_ : فرضيات الدراسة

وللإجابة على الإشكالية الرئيسية والتساؤلات الفرعية تم وضع بعض الفرضيات وهي كما يلي:

- تفضي جودة الخدمات المصرفية الى ولاء العميل وثقته في المصرف
- وسائل الدفع الالكتروني من أهم مكونات نظام الدفع الالكتروني والتي تنفذ فيها المعاملات بواسطة وسائل الدفع

- تعتبر أنظمة الدفع الالكترونية وسيلة تريح الموظف مع المؤسسات المصرفية

ت_ : أسباب اختيار الموضوع

- التعرف على البنوك الالكترونية ومعرفة طرق معاملاتها الخاصة؛
- كونه موضوع جديد ومتجدد ويخدم مجال التخصص؛
- إعطاء نظرة شاملة على كيفية التي يتم خلالها تحسين الخدمة المصرفية عن طريق الوسائل الحديثة.

ث: أهمية الموضوع

- تشكل الصيرفة الالكترونية عاملا أساسيا في التطور الاقتصادي بفعل التطور العلمي والتقني وانتشار تكنولوجيا المعلومات؛
- عرض مختلف وسائل التعاملات الالكترونية في البنوك عامة وبنك القرض الشعبي الجزائري (CPA)؛
- العلم بمفهوم الجودة في قطاع الخدمات المصرفية ومدى تأثيرها على الصيرفة الالكترونية على جميع الأبعاد.

ج_ : أهداف الدراسة

- محاولة معرفة مدى تطور الذي حققته البنوك الالكترونية في الاقتصاد؛
- إعطاء خلفية نظرية عن الصيرفة الإلكترونية كذا التعرف على مفهوم جودة الخدمة المصرفية وتحديد أهم أبعادها؛
- التعرف على خدمات الصيرفة الالكترونية ببنك القرض الشعبي الجزائري (CPA) .

ح: منهج الدراسة

ان منهج الدراسة المتبع هو المنهج الوصفي التحليلي والمنهج التاريخي في دراسة الجانب النظري لإبراز مختلف المفاهيم المتعلقة بمتغيرات الدراسة، وذلك لوصف الموضوع المراد بحثه.

خ: هيكل الدراسة:

للإجابة على إشكالية الدراسة تم تقسيم البحث الى مقدمة رئيسية وفصلين حيث تم تطرق في:

- الفصل الأول في الأدبيات النظرية والتطبيقية للصيرفة الإلكترونية وجودة الخدمات المصرفية، وتم التعرض الى ثلاث مباحث تتمثل في: المبحث الأول في الصيرفة

الالكترونية – المفاهيم ودوافعها _ ، المبحث الثاني جودة الصيرفة الالكترونية في تحسين الخدمات المصرفية، المبحث الثالث جودة الخدمات المصرفية في ظل الصيرفة الالكترونية.

● **الفصل الثاني الأدبيات النظرية والتطبيقية حول البنوك الالكترونية، خدماتها وأدوات الدفع الالكتروني،** وتم التعرض الى ثلاث مباحث تتمثل في: المبحث الأول عموميات حول البنوك الالكترونية، المبحث الثاني في خدمات البنوك الالكترونية، المبحث الثالث أدوات الدفع الالكتروني

● **الفصل الثالث الصيرفة الالكترونية ودورها في تحسين جودة الخدمات المصرفية في القرض الشعبي الجزائري CPA ولاية خنشلة،** تم التعرض الى ثلاث مباحث تتمثل في: في المبحث الأول لمحة حول البنك، في المبحث الثاني الهيكل التنظيمي لبنك CPA خنشلة، المبحث الثالث دراسة بنك القرض الشعبي الجزائري CPA خنشلة مع خاتمه عامة تتضمن نتائج الدراسة.

الفصل الأول

في الأدبيات النظرية والتطبيقية الصيرفة الإلكترونية وجودة الخدمات المصرفية

تمهيد:

تعتبر الصيرفة الإلكترونية أحد الظواهر التجارية النقدية المتطورة بالنظر إلى ما أدت إليه من تعديل عميق في الأسواق و التبادل الإلكتروني ، أدى هذا التطور السريع لنمو الأعمال إلى ابتكار الخدمات المصرفية الإلكترونية من أجل مواكبة التطور السريع للاقتصاد العالمي ، في المجال المصرفي ، حيث تقدم إمكانيات وآفاق جديدة للاتصال والتفاعل مع الزبائن والبنوك على حد سواء، أدى ذلك بالظهور ما يسمى بالمصارف الإلكترونية نتيجة لاستخدام وسائل الدفع الإلكتروني ، و كان من أهمها التطورات التكنولوجية التي كانت كبيرة في عالم الخدمات المصرفية و تتمثل هذه الأخيرة جزءا أكبر من نشاط المصارف بصفة عامة و المصارف التجارية بصفة خاصة ، وعلى اعتبار أن تطبيقات الصيرفة الإلكترونية تزداد يوما بعد يوم دقة وتعقيدا في مكوناتها واستعمالاتها، وتتوسع في غير اتجاه لتأدية أكبر عدد من الخدمات في ظل سوق مفتوحة على تنافس حاد على كل المستويات الأمر الذي أدى إلى رواج خدمات الصيرفة الإلكترونية وسط تعاظم الاعتماد على الشبكات المفتوحة والتقنيات المتطورة على نحو واسع.

ويتناول في هذا الفصل ثلاث مباحث أساسية وهي:

- المبحث الأول: الصيرفة الإلكترونية – المفاهيم ودوافعها –؛
- المبحث الثاني: جودة الصيرفة الإلكترونية في تحسين الخدمات المصرفية؛
- المبحث الثالث: جودة الخدمات المصرفية في ظل الصيرفة الإلكترونية.

المبحث الأول: الصيرفة الإلكترونية – المفاهيم ودوافعها

بسبب التطور الحاصل في مجال التكنولوجيا ووسائل الاعلام والاتصال والدخول في عصر العولمة، فقد شهد العالم تطورا في مجال البنوك وتحول نوعيا من حيث الابعاد والاهداف والسوق المصرفية سهولة الاتصال والانتقال بين الدول ومع ازدياد عمليات التجارة الإلكترونية أصبح من الضروري وجود بنوك غير التقليدية للتعامل مع هذا النوع من التجارة وعليه نشأت فكرة البنوك الإلكترونية.

المطلب الأول: نشأة ومفهوم الصيرفة الإلكترونية

يتم في هذا المطلب دراسة نشأة ومفهوم الصيرفة الإلكترونية.

الفرع الأول: نشأة الصيرفة الإلكترونية

يتم التطرق في هذا الفرع إلى للتطور التاريخي للصيرفة الإلكترونية كما يلي:
لقد ارتبط العمل المصرفي بظهور النقود، كما ان تطور أشكال النقود اثر على طبيعة ونوعية الخدمات المصرفية وطريقة تقديمها. ونشير هنا الى انه مع بداية الثمانينيات ظهر ما يعرف بالنقد الإلكتروني، الذي نتج من خلال تزاوج النقد بالإلكتروني، ومعه ظهر مصطلح الصيرفة الإلكترونية.

غير أن استخدام البطاقات بدل النقد الائتماني، يعود إلى بدايات القرن الماضي، حيث تم استخدام بطاقات كرتونية في الهاتف العمومي بفرنسا، والبطاقات معدنية على مستوى البريد بالولايات المتحدة الأمريكية. ومع نهاية الخمسينيات عرفت هذه البطاقات عدة تحولات، حيث أصدر عام 1958 (American express) بطاقات بلاستيكية، والتي انتشرت على نطاق دولي في الستينيات. وفي سنة 1968 أصدرت مجموعة من ثمانية بنوك بطاقة BankAmericard، والتي حولت فيما بعد إلى فيزا Visa العالمية. كما تم في نفس العام إصدار البطاقة الزرقاء bleu carte من قبل ستة بنوك فرنسية.

وفي نهاية السبعينات وبفضل ثورة الإلكترونيك تم تزويد البطاقات بمسارات مغناطيسية (Pistes magnétiques) في عدد من البلدان الصناعية حيث أصبحت البطاقة تحوي ذاكرة ويمكن تجزئة القيمة المخزنة فيها للإجراء عمليات الدفع¹.

ومنذ 1986 شرعت اتصالات فرنسا في تزويد غرف الهاتف العمومي بأجهزة قارئة لبطاقات الذاكرة. ومع بداية التسعينيات (1992) أصبحت كل البطاقات المصرفية (بطاقات دفع أو سحب) في فرنسا برغوثية، وبالتالي فهي تسمح بالتعرف على سلامة البطاقة وعلى هوية صاحبها، وهو ما يعد دعم كبير لأمن العمليات التي تجرى بها.

إن الانفجار الذي حدث في التسعينيات، بفعل التطور الهائل في مجال تكنولوجيا الإعلام والاتصال، وخاصة منها ثورة الإنترنت، أدى إلى تحولات عميقة في مجال الصيرفة. فلقد ظهر في منتصف التسعينيات أول بنك افتراضي في الولايات المتحدة الأمريكية، لتظهر بعده بنوك أخرى في مناطق عدة من العالم، خاصة وأن تسيير الزبون الافتراضي أقل تكلفة من تسيير الزبون التقليدي، كما بينت ذلك الدراسات المتخصصة.

أما فيما يخص المصطلحات المرتبطة بالصيرفة الالكترونية، فهي متعددة منها ما يشمل كافة الاعمال المصرفية التي تنفذ بطريقة الكترونية، ومنها ما يعبر عن جزء فقط من هذه الأخيرة. كما نشير كذلك ان المصادر العربية اختلفت في ترجمة المصطلح الانجليزي "Electronic Banking" الى المصطلح العربي "الصيرفة الالكترونية" او "البنوك الالكترونية"، والراجح والاشمل هو ان نستخدم مصطلح الصيرفة الالكترونية، كمفهوم اشمل واوسع من مصطلح البنوك الالكترونية خاصة مع اقتحام ممارسة العمل المصرفي مؤسسات غير مصرفية.

في صياغ هذا الكلام، من بين اهم المصطلحات الشائعة نذكر منها البنوك الالكترونية " Electronic Banking" أو بنوك الانترنت " Banking Internet" أو البنوك الالكترونية عن بعد " Remote Electronic Banking" أو البنك المنزلي " Banking Home" أو البنك على الخط " Online Banking" أو البنوك الخدمية الذاتية " Banking Service Self" أو بنوك الويب " Banking Web"، وعلى اختلاف هذه المسميات الشائعة، فجميعها تشير إلى قيام الزبون بإدارة حساباته و أعماله المرتبطة بالبنك عبر شبكة الانترنت، سواء كان في المنزل أو المكتب وفي أي مكان او وقت يرغبه ويعبر عنها هذه العملية "بالخدمات المالية عن بعد". وهنا يمكن للزبون أن يتصل بالبنك عبر الأنترنت وإجرائه لمختلف العمليات، على أن يزود البنك جهاز الكمبيوتر الشخصي للزبون بحزمة البرمجيات الشخصية، والتي قد تكون مجانية او لقاء رسوم، ومن امثلة هذه البرمجيات ((Money s' Microsoft)) و ((Ntuits Quiken)) وبرمجية money ((Managing your s' Meca))

الفرع الثاني: مفهوم الصيرفة الالكترونية

ما نلاحظه في الآونة الأخيرة أن توجه المؤسسات الاقتصادية نحو الاعتماد على التجارة الإلكترونية أصبح متسارعا بهدف الاستفادة أكثر من مزاياها؛ وما نتج عن ذلك أن

¹مورادي سعيدة، الصيرفة الالكترونية في الجزائر بين الواقع و المأمول، مذكرة الماستر، غير منشورة ، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة أدرار، الجزائر، 2018 / 2019 ، ص 7.

معظم التعاملات التي تتم عبر شبكة الإنترنت تعتمد النسبة العالية منها على التحويلات المصرفية التي تتم بين حسابات المشترين وحسابات البائعين على مستوى المصارف¹. يعد هذا التوجه من أهم العوامل التي ساهمت في إحداث تحول جذري في أنماط العمل المصرفي نحو الاستفادة أكثر من إرث تقنيات المعلومات والاتصال و تطويعها بكفاءة و فعالية بما يكفل انسياب الخدمات المصرفية إلى العميل بدقة و سهولة. يعتبر الاهتمام بظاهرة الصيرفة الإلكترونية في أدبيات الفكر الإداري عموماً؛ و في الفكر الإداري المصرفي خصوصاً حديث العهد؛ إلا أن الباحثين لم ييخولوا في إزالة الغموض في تحديد مفهومها و مزاياها.

يقصد بمصطلح خدمات مصرفية إلكترونية- E-Banking -جميع الخدمات المعروضة والمقدمة اعتماداً على وسائط إلكترونية؛ مثل: خدمات مقدمة على موقع الواب , خدمات مقدمة عبر الهاتف , استخدام بطاقة الائتمان , تبادل المعلومات بين المصرف و عملاءه عبر الفاكس أو البريد الإلكتروني...

يعرف بنك التسوية الدولية بأن الصيرفة الإلكترونية هي تقديم خدمات عن بعد أو عبر الخط أو من خلال قنوات إلكترونية سواءاً للمقيمين أو لغير المقيمين ؛ داخل و خارج البلد. كما يعرف الصيرفة الإلكترونية بأنها استخدام الحواسيب الشخصية والإشتراك في الإنترنت للتعامل والتبادل الفوري للمعلومات التي تربط في شكل شبكة تظم المؤسسات المالية و الأسواق المالية و الشركات والمستثمرين المتعاملين . يؤخذ ذلك شكل برنامج ابتكاري للتواصل بين المشتركين عن طريق البريد الإلكتروني².

إن الصيرفة الإلكترونية هي توظيف قدرات الانترنت في تقديم خدمات مصرفية متنوعة داخل المنازل أو المكاتب فالعميل يستطيع :³

- الاستفسار عن حالة الحساب على مدار 24/24 ساعة و من اي مكان به هاتف أو حاسوب .
- تنفيذ عمليات مصرفية مثل : تحويل الأموال ؛ طلب القروض.
- دفع الفواتير عن طريق تحويل الأموال من حساب العميل في المصرف إلى حساب المستفيد المطلوب سداد الفواتير ؛ سواءاً في نفس المصرف أو في مصرف اخر.
- الحصول على استشارات مصرفية على الخط فيما يخص طرق التمويل.
- الحصول على استشارات مالية فيما يخص توظيف للاوراق المالية.
- مراقبة حركة حسابه المصرفي .

إذا أشرنا إلى أن الصيرفة الإلكترونية من وجهة نظر تسويقية ؛ أي فلسفة تهتم بالعميل كهدف يتم التركيز عليه في ضمان تلبية حاجاته ؛ إذن نقول أن : باعتبار أن الاستفادة من الخدمات المصرفية يكون في مختلف الأماكن العمومية ما يجعل العميل يستغني عن الذهاب إلى نقطة البيع ؛ باستطاعته الاستفادة من الخدمات المصرفية من مكان إقامته أو

¹كمال مولوج، محمد طلحة، الصيرفة الإلكترونية تأثيرها على جودة الخدمات المصرفية، مداخلة ضمن فعاليات الملتقى العلمي الدولي الرابع حول : عصرة نظام الدفع في البنوك الجزائرية و إشكالية اعتماد التجارة الإلكترونية في الجزائر - عرض تجارب دولية، معهد العلوم الاقتصادية، المركز الجامعي بخميس مليانة، الجزائر ، 2011، ص 2.

²فريد النجار، الاقتصاد الرقمي ؛ الانترنت و إعادة هيكلة الاستثمار و البنوك الإلكترونية، الدار الجامعية ، الإسكندرية ، مصر، 2007 ، ص478.

³طرق طه ، إدارة البنوك في بيئة العولمة والإنترنت، دار المكر الجامعي، الإسكندرية، مصر، 2007، ص 210.

عمله أو أي مكان تتوفر فيه خدمة الانترنت ؛ كما أن الاستفادة من الخدمات المصرفية يكون طوال ساعات اليوم و طوال أيام السنة. العميل غير مقيد بمواقيت دوام نقطة البيع و له كل الحرية في اختيار الوقت الذي سيستفيد فيه من الخدمة المصرفية ؛ فالصيرفة الإلكترونية توفر للعميل منافع إضافية.¹ⁱ

على اختلاف المسميات الصيرفة الإلكترونية أو المصارف الإلكترونية، بنوك على الخط، بنوك عن بعد، بنوك الإنترنت، كلها مصطلحات قد تؤدي نفس المعنى، مع فرق في درجة الإلكترونيك المستخدمة في أداء الخدمات والعمليات المصرفية. إذ تعمل بعض البنوك بشكل كلي على الخط، فنقول بنوك افتراضية ليست لديها كيانات تأويها، كما تقدم بنوك أخرى خدماتها التقليدية الى جانب تقديمها لخدمات بالطرق الإلكترونية

يستخدم مصطلح الصيرفة الإلكترونية (E- Banking) كتعبير حديث وشامل للمفاهيم التي تبلورت مع بداية التسعينات، كالخدمات المصرفية عن بعد، البنوك الإلكترونية عن بعد، البنك المنزلي، البنك على الخط أو الخدمات المصرفية الذاتية (self – Service Banking) (وجميعها تتعلق بقيام الزبون بإدارة حساباته وانجاز أعماله المتصلة بالبنك عن طريق المنزل أو المكتب أو أي مكان آخر وفي الوقت الذي يريده .

وبحسب بنك التسويات الدولية تعرف الصيرفة الإلكترونية تتمثل في تقديم الخدمات المصرفية عن بعد او عبر الخط او من خلال قنوات الكترونية للمقيمين او لغير المقيمين داخل الوطن وخارجه .

الصيرفة الإلكترونية: وهي تقديم الخدمة البنكية عبر الخط للزبائن، حيث يستطيع الزبون انطالقا من حاسوبه الشخصي يتم ربطه بحواسيب البنك عبر الخطوط الهاتفية و القيام بمختلف العمليات البنكية وهذا ما يزيد كثيرا في راحة الزبائن حيث لا توفر الصيرفة الإلكترونية عليهم التنقل فقط بل تجعل استخدام الموزع الآلي للنقود، الصيرفة الصيرفة الهاتفية، الصيرفة بالمراسلة في اغلب الحالات عمليات غير ضرورية، وتمكن أيضا إجراء العمليات ليس فقط على مستوى محلي بل مستوى عالمي دون انقطاع².

الصيرفة الإلكترونية أو بما يعرف بالعمليات المصرفية الإلكترونية هي قيام البنوك بتقديم الخدمات المصرفية او المبتكرة من خلال شبكات اتصال الكترونية، وتقتصر صلاحية الدخول اليها على المشاركين فيها وفقا لشروط العضوية التي تحدها البنوك، وذلك من خلال أحد المنافذ على الشبكة كوسيلة اتصال العملاء.

الصيرفة الإلكترونية تشير الى تقديم الخدمات المالية والمصرفية، من خلال التكنولوجيا الحديثة والمبتكرة او ما يصطلح عليها بالتكنولوجيا المالية، في القطاع المالي والمصرفي لعصرنته، وتحديث نظم ووسائل الدفع، والائتمانيات، والمقاصة والتسوية، التحويلات المالية...³

الصيرفة الإلكترونية هي إجراء العمليات المصرفية بطرق إلكترونية، أي باستخدام تكنولوجيايات الإعلام والاتصال الحديثة، سواء تعلق الأمر بالسحب أو بالدفع أو بالائتمان أو بالتحويل أو بالتعامل في الأوراق المالية أو غير ذلك من أعمال البنوك. وفي ظل هذا النمط

كمال مولوج، محمد طلحة، مرجع سبق ذكره، ص 1113¹

²مورادي سعيدة، مرجع سبق ذكره؛ ص 7.

³بن قيدة مروان، محاضرات في الصيرفة الإلكترونية، جامعة يحي فارس بالمدينة، الجزائر، 2023، ص ص 22- 24.

من الصيرفة لا يكون العميل مضطرا للتنقل إلى البنك، إذ يمكنه القيام ببعض العمليات مع بنكه من أي مكان ووقت ما شاء، متجاوزا بذلك البعد المكاني والزمني.
من خلال التعريف السابقة الذكر يمكن أن نعرف الصيرفة الإلكترونية على أنها عبارة منافذ توزيع خدمات مصرفية مبتكرة تعتمد على تكنولوجيا المعلومات و الاتصال ؛ موجهة أساسا لإضافة منافع جديدة للعملاء الحاليين و المحتملين."
ويقوم أي نظام مصرفي إلكتروني على خمسة عناصر أساسية وهي ضرورية لقيامه:

- ✓ الافراد: ويتمثلون في أي عنصر بشري يساعد في انجاز نظم الصيرفة الالكترونية، من موظفين واداريين ومحاسبين وزبائن، المهندسين والمبرمجين.
- ✓ الأجهزة: وتشمل كافة الوسائط المادية المستخدمة في الصيرفة الالكترونية، من حواسيب، أجهزة اتصال وتخزين، ومعالجات وغيرها من الملحقات الالكترونية الأخرى.
- ✓ البرامج: وتشمل برامج أنظمة التشغيل، وهي برامج النظام التي تقوم بتشغيل الحواسيب الالية، وبرامج التطبيقات التي يتم تنفيذها من قبل المستخدم النهائي للبرامج.
- ✓ البيانات: وهي مدخلات نظم المعلومات وهي المواد الأولية، وتعتبر ذات قيمة عالية في النظام لذلك فحسن استخدامها بكفاءة وعالية يحقق الفائدة.
- ✓ الشبكات: وتشمل على تكنولوجيا الاتصالات وكذلك بعيدة المدى ومختلف الشبكات من الانترنت والشبكات الداخلية والخارجية.

المطلب الثاني: خصائص الصيرفة الإلكترونية :

- تتميز الصيرفة الإلكترونية بعدة خصائص نذكر أهمها:
 - ✓ اعتماد الإدارة الإلكترونية: وتتم ذلك بأداء كل المعاملات المنجزة من قبل المصرف وكل العملاء بطريقة إلكترونية لتسهيل العميل إمكانية إطلاع والسحب وتحويل كل أمواله إلكترونية دون تنقل إلى المصرف لذا تسعى البنوك إلى توظيف تكنولوجيا المعلومات واعتماد على البيئة التحتية للإدارة الإلكترونية التي تشكل من أجهزة تكنولوجية حديثة ونظم معلومات وكوادر متخصصة وتوعية الموظفين لديها من خلال تكونهم في الإدارة الإلكترونية.

✓ التقليل من التكلفة: تتميز الصيرفة الإلكترونية بخفض التكاليف والنفقات المتعلقة بالعمليات المصرفية مقارنة بالخدمة التقليدية، وهو ما يقلل من تكلفة الخدمة المصرفية، ويعزز من العلاقة بين البنك وزبائنه.

✓ الاعتماد على الوسائط الإلكترونية: وهذه الوسائط مثل الحواسيب الشخصية، الهاتف النقال، وهي مربوطة بشبكة المعلومات والانترنت، بحيث تقرب الزبون من البنك، بغض النظر عن مكان الزبون وكذا وقت حاجته للخدمة.

✓ تنطوي الصيرفة الإلكترونية على عدد من المخاطر التقنية والبشرية الحديثة، كما تطرح مشاكل تنظيمية ورقابية.

✓ السرعة والسهولة في انجاز العمليات المصرفية.

✓ التلازم: ونقصد به ان الخدمة تنتج وتستهلك في ذات الوقت، أي لا يوجد تخزين للخدمة².

¹طبيبي جلال ، الصيرفة الإلكترونية في سياق القانون رقم 18 - 05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية ، مذكرة ماستر ، غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد خيضر بسكرة، الجزائر، 2021-2022 ، ص 14.
²بين قيدة مروان، مرجع سبق ذكره،ص25.

✓ الطابع الدولي: تحظى الصيرفة الالكترونية بقبول دولي، خاصة بالبلدان المتقدمة التي قطعت اشواطاً في الاقتصاد الرقمي والتجارة الإلكترونية.

✓ الانتشار الجغرافي: الصيرفة الالكترونية تزيد من سرعة انتشار الخدمات المصرفية، من خلال توسيع شبكات فروع البنوك دون الحاجة الى هياكل كبيرة، وهو ما يزيد من تلبية الحاجات والمتطلبات محلياً ودولياً.

✓ الصيرفة الالكترونية تدعم الشمول المالي: ويتجسد هذا من خلال ابتكار خدمات ومنتجات جديدة تلبي الطلب بحسب المقدرة المالية، وهو ما يزيد من اشراك الشرائح المهمشة في النظام المالي والمصرفي .

✓ التمايز: ونشير هنا الى تقديم حزمة واسعة من الخدمات والمنتجات المالية والمصرفية، لتلبية المتطلبات المتنوعة والمختلفة، وذلك بحسب طبيعة الزبون.

المطلب الثالث : دوافع ظهور الصيرفة الالكترونية و متطلبات نجاحها

أولاً: دوافع ظهور الصيرفة الالكترونية: من أهمها نذكر ما يلي :

● ثورة الاتصالات والمعلومات التي أدت إلى ظهور تغيرات جوهرية في طبيعة عمل القطاع المصرفي والمالي.

● التجارة الالكترونية التي تتم باستخدام الوسائل الالكترونية وخاصة الانترنت .

● وجود منافسة شديدة بين البنوك بعضها البعض ومع غيرها من المؤسسات المالية.

● تزايد دخول العديد من المؤسسات المالية غير المصرفية.

● دخول العديد من المؤسسات التجارية والاقتصاديات سوق الأعمال المصرفية. ومن أهم الأمثلة في ذلك قيام بعض المحلات الكبيرة بتقديم خدمة لعملائها في صورة كوبون يستخدم عند التسوق فيها وبالتالي تقل الحاجة للتعامل مع البنوك.

ثانياً:متطلبات نجاح الصيرفة الالكترونية:

الصيرفة الالكترونية لنجاحها والاستفادة من مزاياها هناك مجموعة من مقومات النجاح نذكر منها:

✓ البنية التحتية: اذ تعتبر من بين اهم المقومات الضرورية للصيرفة الالكترونية، والتي ترتبط بالدرجة الأولى بتكنولوجيا المعلومات والاتصال الحديثة، الشبكات الداخلية والبيئية للبنوك والمؤسسات المالية، شبكة الانترنت، وهذه العناصر ينبغي ان تتميز بما يلي :

● وجود شبكة عريضة وقوية تضم كل الجهات ذات الصلة بالصيرفة الالكترونية، وترتبط بالانترنت، وان يكون تدفقها قويا ووفقا للأسس القياسية، مع مراعاة جانب الامان في تصميم هذه الشبكة.

● تبني التكنولوجيا المالية الحديثة، والتي تحتاج الى التطوير والتحديث المستمر.

✓ راس المال البشري المؤهل: للمورد البشري المؤهل دورا مهما في النجاح والتحول الى الصيرفة الالكترونية، حيث تتنافس الشركات الناشئة في مجال التكنولوجيا الحديثة في استقطاب احسن العمالة الماهرة في مجال التقنيات الحديثة في الميدان المالي والمصرفي.

إضافة الى ثقافة ريادة الاعمال، والخبراء في مجال الخدمات المالية.

✓ التطوير والمواكبة المستمرة للمستجدات التقنية والمالية: مع الثورة الرقمية وما افرزته من اثار على مختلف جوانب الحياة، ينبغي على البنوك والمؤسسات المالية ان تواكب كل

المستجدات في الميدان المالي والمصرفي حوال العالم، لكي تحافظ على زبائنها وتحقق التميز.

✓ التشريعات والقوانين : التشريعات والقوانين من المقومات الهامة لتبني الصيرفة الالكترونية، و هي المؤطر والمنظم للمؤسسات والهيئات المعنية بالصيرفة الالكترونية، كذلك الرقابة من قبل الجهات المنظمة للعمل المصرفي والمالي، الالتزام بمعايير الأداء، والقوانين الداعمة لتوطين الشركات الناشئة المطورة للتكنولوجيا المالية، اضافة الى الجهاز القضائي والذي ينبغي ان يكون فاصلا ومتطورا.

✓ الرقابة و التقييم المستمر : نظرا لان الصيرفة الالكترونية تمتاز بالتجديد المستمر والمواكبة، فهي بحاجة الى التقييم المستمر لخدماتها ومنتجاتها وقنوات توزيعها والقوانين التي تنظمها، والتحديات التي تواجهها، وهذا من قبل الجهات المختصة، والتي تعنى بإيجاد الحلول المناسبة.

✓ مناخ الأعمال: عموما مناخ الاعمال يساعد في التحول الى الصيرفة الالكترونية. حيث كلما كان ترتيب البلد جيدا في مؤشرات بيئة الاعمال، ساعد ذلك في التحول السلس الى الصيرفة الالكترونية، والعكس صحيح، فعادة البلدان التي يكون مناخ الاعمال خاص بها ضعيف، يصعب فيها تبني الصيرفة الالكترونية والتكنولوجيا الحديثة¹.

✓ سلامة ومصداقية البيانات :تعد سلامة البيانات جزء مهم من المكونات الأمنية للمعاملات المصرفية الإلكترونية ويتعين على المصارف إرساء إجراءاتتحكم فعالة بالشكل الذي يضمن دقة وسلامة البيانات المستلمة والمرسلة، بالإضافة لتحكم في الدخول إلى الشبكات و الأنظمة وتأكد من هوية المستخدمين و الاحتفاظ بسجلات المعاملات².

المبحث الثاني :جودة الصيرفة الالكترونية في تحسين الخدمات المصرفية

من خلال هذا المبحث قمنا بتقسيمه إلى ثلاث مطالب ؛ المطلب الاول خصص للمفهوم العام للخدمات المصرفية الإلكترونية ؛ أما المطلب الثاني يتناول مزايا و عيوب الصيرفة الإلكترونية ؛ و في المطلب الثالث تطرقنا للعلاقة بين إدارة الجودة و الخدمة و المصرف.

المطلب الأول : مفهوم العام للخدمة المصرفية الالكترونية

الخدمة هيا عبارة عن مجموعة منافع المشتركة الموجودة في عقول المشترين المحتملين و من المنتظر شراؤهم للخدمة. و في سياق آخر للخدمة أصبح التميز و الإرتقاء أساس تبرز فيه البنوك و المؤسسات المالية عن المنافسة ؛ تزداد أهمية جودة الخدمة التي يتم تقديمها للعملاء ؛ و الذي يتم من خلاله مقارنة بنك ببنك آخر لأن جميع البنوك تقريبا تقدم جميع الجوانب من الخدمات المصرفية المقدمة من قبل العملاء متشابهة و أصبح مستوى جودة الأداء في ظل هذه التنافسية لضمان تطور و الاستمرارية المؤسسات بشكل عام و البنوك بشكل خاص تتسم بالكفاءة و السرعة في الأداء.

الفرع الأول: تعريف الخدمة :

بن قيدة مروان، مرجع سبق ذكره، ص ص 26¹ - 27
²بجيرة سامية ، الصيرفة الالكترونية و دورها في تحقيق التنافسية البنكية ، مذكرة ماستر ، غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير ، جامعة قاصدي مرباح ورقلة ، الجزائر، 2021-2022، ص 6.

التعريف الذي أعطته جمعية التسويق الأمريكية (AMA) للخدمات على أنها الأنشطة و المنافع التي يحققها البائع إلى المشتري من خلال الأشياء المقدمة له أو مرتبطة مع البضاعة المباعة و بما يحقق رضاه.

أما كوتلر و كيلر فقد عرفا الخدمة على أنها: " أي فعل أو أداء يمكن أن يقدمه طرف ما إلى آخر يكون جوهره غير ملموس ؛ ولا يسفر عن ملكية أي شئ ؛ و إنتاجه قد يكون و قد يكون مرتبطا بمنتج."

الفرع الثاني: تعريف الخدمة المصرفية :

الخدمة المصرفية " هي أي نشاط او منفعة يستطيع المصرف تقديمها لطرف اخر ؛ و يجب ان تكون بالضرورة ملموسة ولا تؤدي الى ملكية أي شيء مثل إيداع النقود "

كما أنها " العمليات التي لا ترتب على المصرف أي التزام ؛ بل هي خدمات يقدمها المصرف الى زبائنه لقاء اجر يتقاضاه ، او ودائع يقبلها من المدخرين و يعيد توظيفها بفائدة تفوق الفائدة التي يدفعها لاصحاب الودائع²¹.

تمثل الخدمة المصرفية مجموعة الخدمات التي يقوم البنك بتقديمها لعملائه ؛ حيث يمكن تعريفها على أنها نشاط أو مجموعة الأنشطة التي يكون جوهرها غير ملموس ؛ يقوم البنك بتقديمها لعميله بغية إشباع حاجاته و رغباته ؛ وقد يكون إنتاجها مرتبطا بمنتج مادي و قد لا يكون ؛ ولا يترتب عنها أي انتقال للملكية.

من خلال التعاريف السابقة الذكر يمكن نعرف الخدمة المصرفية على أنها المحتوى الخدمي الذي تقدمه المصارف لعملائها متمثلا بمجموعة المنافع التي يسعى العميل إلى تحقيقها ؛ والتي تتمثل في عملية السحب والإيداع والتحويلات للمبالغ المالية و دفع قيمة المشتريات.

المطلب الثاني: مزايا و عيوب الصيرفة الالكترونية:

الفرع الأول : مزايا الصيرفة الالكترونية

تتميز الصيرفة الالكترونية بمجموعة المزايا نذكر منها:

✓ الوصول إلى قاعدة أوسع من الزبائن: من بين أهم مزايا منتجات وخدمات الصيرفة الالكترونية، قدرتها على الوصول إلى قاعدة عريضة من العملاء دون التقيد بمكان أو زمان معين، كما تتيح لهم إمكانية طلب الخدمة في أي وقت وعلى طول أيام الأسبوع وهو ما يوفر الراحة للزبون، إضافة إلى أن سرية وامن المعاملات التي تتميز هذه البنوك والمؤسسات المالية تزيد من ثقة العملاء فيها.

✓ تقديم خدمات ذات جودة عالية متنوعة ومبتكرة: مع التحول الى الصيرفة الالكترونية أصبحت الخدمات أكثر تطورا تعتمد على الشبكات والانترنت حيث تتميز عن الخدمات التقليدية بما يلي :

- خدمات تتميز بجودة عالية.
- تتميز بالسرعة وخفض التكاليف.

¹بن قيدة مروان، مرجع سبق ذكره، ص 27.

• خدمات متنوعة وتلبي عدد كبير من المتطلبات، وهو ما يجعلها تصل الى اكبر قدر من الفئات المجتمعية.

• سهولة إدارة الحسابات والاستفادة من الخدمات عن بعد

✓ خفض تكاليف الخدمات وزيادة أرباح البنوك: لعل اهم ما يميز خدمات الصيرفة الالكترونية، انها منخفضة التكاليف مقارنة بالخدمات التقليدية، فهنا يوفر الزبون التكاليف المتعلقة بالذهاب الى الفرع البنكي، كما يربح الوقت، كذلك يتم خفض تكاليف التشغيل بالبنوك والاعباء المتعلقة بإنشاء فروع بنكية جديدة، وهذه العوامل تزيد من جاذبية الزبائن كما تزيد من أرباح البنوك عموما.

✓ زيادة كفاءة البنوك وتعزيز المنافسة: في اطار الصيرفة الالكترونية تقدم الخدمات عبر الشبكات من خلال الانترنت، وهو ما زاد من سرعة أداء الخدمة ، فمثلا عمليات تحويل الأموال دوليا سابقا كانت العملية تستغرق من يومين الى أسبوع، في المقابل مع تطور التكنولوجيا المالية لا تتعدى الخدمة عشرون ثانية فقط، وهو ما يزيد من الكفاءة في تقديم الخدمات وتحسين أداء البنك. كما امتلاك التقنيات الحديثة من قبل البنوك والمؤسسات المالية يعزز من المنافسة في السوق المصرفية، ويضمن قاعدة أوسع من الزبائن والحصص السوقية محليا ودوليا.

✓ عصرنة نظم ووسائل الدفع وقطاع المدفوعات: تساهم الصيرفة الالكترونية في عصرنة نظم ووسائل الدفع وقطاع المدفوعات كما تسهل المعاملات، وهذا من خلال ادخال التكنولوجيا المالية المتطورة عليها، والتحول الى أنظمة ووسائل الدفع الالكترونية، والنقود الالكترونية فيما يخص قطاع المدفوعات¹.

✓ تقليل الروتين الإداري وكثرة المستندات الورقية: تتجه الصيرفة الالكترونية الى تقليل الروتين الإداري وكثرة المستندات، وخفض ضغوط العمل على الموظفين ما يزيد من تحسين أدائهم واستغلال قدراتهم.
المزايا المحققة للبنك:

• تخفيف أعباء البنك: كتخفيف أعباء فتح فروع في أماكن مختلفة داخل وخارج الدولة.

• حرية الاختيار: حيث تزود البنوك الزبائن بالمعلومات الكاملة عن المنتجات والخدمات التي تقدمها، وكذلك بالأسعار والخيارات².

الشكل رقم (01) : أهمية ومميزات تطبيق نموذج الصيرفة الالكترونية في البنوك.



المصدر: محمد تركي عبد العباس، دور الانترنت في تدعيم الصيرفة الالكترونية " مدخل تحليلي لاستخدام الانترنت في الخدمة المالية "، مجلة الغري للعلوم الاقتصادية والادارية، المجلد 02، العدد 14، جامعة كربلاء، بغداد، العراق، 2009، ص 75.

الفرع الثاني : عيوب الصيرفة الالكترونية

✓ مشاكل استخدامية: بعض العيوب قد تطرح مع التحول الى الصيرفة الالكترونية، وتتعلق أساسا بصعوبات الاستخدام، مثل عامل اللغة، او الارشادات غير كافية، او لاعتبارات أخرى كضعف التثقيف المالي، فالبلدان ذات المستويات المرتفعة بالتثقيف المالي تكون قدرا في التحول الى الصيرفة الالكترونية والتقنيات الحديثة افضل من غيرها.

✓ عيوب تتعلق بالأمان والسرية: مع التحول الى الصيرفة الالكترونية وتبني التكنولوجيا المالية الحديثة، تواجه العمليات المصرفية الالكترونية مشاكل تتعلق بالأمان والقرصنة والاحتيال، وهو ما ينعكس على عنصر الثقة في بعض هذه المعاملات.

✓ مشاكل تتعلق بغسيل الأموال و تمويل الإرهاب: زادت التكنولوجيا المالية الحديثة من ظاهرة غسيل الأموال، باستغلال طرق ملتوية مقصودة او غير مقصودة واتباع قواعد الكتمان والسر المهني، إضافة الى ضعف الأطر الرقابية، وهو ما أدى الى التوسع في صيرفة الظل، او تمويل الإرهاب على المستوى الدولي¹.

✓ عيوب رقابية و اشرافية: أدت التكنولوجيا المالية الحديثة، الى زيادة حجم العمليات المصرفية غير الخاضعة لأي جهات اشرافية ورقابية، مثل العملات الرقمية المشفرة، وهو يطرح مشاكل رقابية بالنسبة للبنوك المركزية خاصة ما يتعلق بالرقابة على السيولة والتحويلات المالية، وبالتالي تضعف رقابة البنوك المركزية والجهات الاشرافية على العمليات المالية والمصرفية، ما يجعل السياسات الإجرائية اقل محدودية في تحقيق أهدافها.

✓ عيوب أخرى تتعلق بمخاطر تقنية: تتطوي العمليات المصرفية الالكترونية رغم مزاياها، على مخاطر تقنية كالأعطال في الشبكات او ضعفها، إضافة الى الاخطاء البشرية.

✓ مشاكل ضريبية: تمارس العمليات المصرفية الالكترونية عبر الشبكات، وهو ما يلغي فكرة تواجد الفرع البنكي والزمان أيضا، ومثل هذه القضية يمكن ان تطرح مشاكل ضريبية، خاصة اذا تعلق الامر بالأعمال المصرفية التي لا تخضع لرقابة السلطات الاشرافية، والتي تمارس ضمن أنشطة "صيرفة الظل"، او بسبب قصور في القوانين التي توّطرها، او لا

¹نادية عبد الرحيم، تطرو الخدمات المصرفية ودورها في تفعيل النشاط الاقتصادي، مذكرة ماجستير، غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، 2011، ص 79.

يوجد قانون خاص بها. ضف الى ذلك عادة ما تزدهر هذه الأنشطة بالبلدان الاكثر تساهلا من حيث النظم الضريبية¹.

✓ الفاعلين في مجال الصيرفة الالكترونية : تجسد الصيرفة الالكترونية بتفاعل جهود مجموعة من الفاعلين في هذا المجال .

✓ الزبائن وهم مستهلكي الخدمات المالية و المصرفية: اذ يعتبر الزبائن من اهم الأطراف الفاعلة في مجال الصيرفة الالكترونية، وهذا من خلال الخدمات التي يتلقوا من البنوك والمؤسسات المالية، وذلك من عدة قنوات خاصة بها. ويتوقف مدى اقبال الزبائن على المعاملات المصرفية الالكترونية، بالدرجة الأولى على وعيهم المصرفي والثقة في هذا النوع من الخدمات والمنتجات ودرجة النضج في النظام المالي، وكذا نوعية الخدمات المقدمة، والليات المستخدمة في اقناعهم بضرورة التعامل بالصيرفة الالكترونية، سواء كان ذلك عن طريق الأصدقاء او موقع البنك على الانترنت، التسويق من قبل موظفين مدربين لهذا الغرض في أماكن محددة ومدروسة، او من خلال الفروع البنكية².

✓ البنوك التجارية: وهي الطرف المسؤول عن توفير وابتكار الخدمات وتقديمها من خلال قنوات الكترونية، كما توفر مجموعة من الأدوات مخصصة لهذا الغرض. وتساهم البنوك والمؤسسات المالية في زيادة فرص توسع الصيرفة الالكترونية من خلال النقاط التالية:

- نشر ثقافة الصيرفة الالكترونية لدى ادراتها العليا والموظفين ذوي الاختصاص.
- توفير احدث الأجهزة والبرمجيات والتقنيات المتقدمة.
- عقد دورات تدريبية داخلية وخارجية بشكل دوري لكافة الموظفين ذوي العلاقة، لتساير التطورات الحاصلة في تكنولوجيا الاعلام والاتصال.
- قيام البنوك بتقديم الحوافز المادية والمعنوية للموظفين، وذلك لتشجيعهم على تسويق القنوات والخدمات والمنتجات الالكترونية، عن طريق تبني سياسة تسويقية للقنوات الالكترونية هذه.

✓ البنوك المركزية والجهات الاشرافية الحكومية الأخرى: تعتبر البنوك المركزية مسؤولة عن وضع التشريعات والقوانين المصرفية والجهة المشرفة على البنوك والمؤسسات المالية التي تعمل في نطاقها، وهي المعنية بوضع التشريعات المنظمة لعمليات الصيرفة الالكترونية. وهنا يمكن ان تزيد منفرص التحول الى الصيرفة الالكترونية من خلال النقاط التالية³:

- قيام البنوك المركزية بوضع ومراجعة التشريعات والقوانين الداعمة للتحول الى الصيرفة الالكترونية.
- تفعيل دور البنوك المركزية الرقابي والاشرفي على الأنشطة المصرفية الالكترونية، من خلال التكنولوجيا المالية محكمة التنظيم.
- الدور القيادي الداعم للبنوك والمؤسسات المالية، على تبني التكنولوجيا المالية الحديثة، والتحول الى الصيرفة الالكترونية.

¹ احسن يوسف يوسف، البنوك الالكترونية، المركز القومي للإصدارات القانونية، القاهرة، مصر، 2012، ص 84.

بن قيدة مروان، مرجع سبق ذكره، صص 29-30.

اديب قاسم شندي، الصيرفة الالكترونية انماطها وخيارات القبول والرفض، مجلة الكويت للعلوم الاقتصادية، الكويت، 2011، ص 3

- تشجيع الشركات الناشئة في مجال التكنولوجيا المالية، وإيجاد المناخ الملائم لعملها ولاختبار منتجاتها، وتشجيع شراكاتها التعاونية الناجحة مع البنوك.
- تشجيع التحول الى وسائل الدفع الالكتروني وجعلها أكثر امانا وسهولة، خاصة مع المؤسسات الحكومية (الإدارة الضريبية، الضمان الاجتماعي، مؤسسات الكهرباء والغاز، شركات الاتصالات...)¹.

المطلب الثالث: العلاقة بين إدارة الجودة والخدمة والمصرف

يتم في هذا المطلب دراسة العلاقة بين كل من إدارة والخدمة والمصرف
الفرع الأول: مفهوم جودة الخدمات المصرفية

إن مفهوم جودة الخدمة المصرفية لا يختلف عن مفهوم جودة الخدمة، ولهذا فهي تهدف إلى تقديم خدمات للزبائن ذات جودة عالية لإرضائهم وتلبية حاجاتهم ورغباتهم بصفة مستمرة ودائمة، فهي تكمن في إداركات العملاء والتعبير عنها.
إذن فجودة الخدمة المصرفية هي مقياس الدرجة التي يرقى إليها مستوى الخدمة المقدمة للعملاء ليقابل توقعاتهم، وبالتالي فإن تقديم خدمة ذات جودة متميزة يعني تطابق مستوى الجودة الفعلي مع توقعات العملاء أو التفوق عليها في بعض الأحيان، ولذلك فإن مفهوم الجودة المصرفية يكمن في المقارنة بين توقعات العملاء لأبعاد الخدمة ومستوى الأداء الفعلي الذي يعكس مدى توافر تلك الأبعاد بالفعل في الجودة التي تتضمنها الخدمات المصرفية المقدمة لهم.

في سياق آخر تتعدد التعريفات بالنسبة لجودة الخدمة وذلك لاختلاف حاجات وتوقعات الزبائن عند البحث عن جودة الخدمة المطلوبة، وكذلك الاختلاف في الحكم على جودة الخدمة، فجودة الخدمة تختلف من زبون إلى آخر هنا كزبائن قد تكون هي الجودة المتوقعة أو المدركة، وهنا كزبائن قد لا تكون جودة الخدمة هي المطلوبة.

الفرع الثاني: مفهوم جودة الخدمة

لجودة الخدمة عدة تعريفات ومن بينها كالتالي:

جودة الخدمة: هي جودة الخدمات المقدمة سواء كانت متوقعة أو مدركة، أي التي يتوقعها الزبائن أو يدركونها في الواقع الفعلي، وهي المحدد الرئيسي لرضا العملاء وعدم رضاه، حيث يعتبر في نفس الوقت من الأولويات الرئيسية التي تزيد تعزيز مستوى الجودة في خدمتها.

تعرف جودة الخدمة: على أنها التفوق على توقعات العميل، أي يقصد بجودة الخدمة في هذا التعريف بأن المؤسسة تتفوق في خدماتها التي تؤديها فعليا على مستوى التوقعات التي يحملها العميل تجاه هذه الخدمات.

كذلك فإن جودة الخدمة المصرفية تعد شرطا أساسيا لإشباع رغبة العميل وللاحتفاظ به، واعتمادا على المفهوم أعلاه يمكن تحديد عدة ابعاد مختلفة لقياس جودة الخدمة المصرفية.

الفرع الثالث: الخصائص الرئيسية لجودة الخدمة المصرفية

تنقسم الخصائص الرئيسية لجودة الخدمة المصرفية إلى النوعين التاليين:

1 بن قيدة مروان، مرجع سبق ذكره، ص31. نادبة عبد الرحيم، تطرو الخدمات المصرفية ودورها في تفعيل النشاط الاقتصادي، مذكرة ماجستير، غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، 2011، ص79.

حسن يوسف يوسف، البنوك الالكترونية، المركز القومي للإصدارات القانونية، القاهرة، مصر، 2012، ص84.

● الجودة الفنية: يتطلب هذا النوع من الجودة الاعتماد على موظفي المصرف ذوي الخبرات والمعارف المتميزة بالخدمات المصرفية وإجراءاتها المتنوعة ويلاءم هذا النوع الخدمات المصرفية المعقدة مثل: خطط التقاعد والمعاشات حيث تعد المعرفة الفنية مطلباً رئيسياً واضحاً¹.

● الجودة الوظيفية: يركز هذا النوع على المصادفة الخدمية والكيفية التي تقدم بها الخدمة وهي تتطلب التفاعل النفسي بين المصرف وزبائنه، ويجب أن تسعى إدارة المصرف لتعزيز جودة خدماتها المصرفية من خلال تحديد الهدف الاستراتيجي لجودة الخدمة المصرفية ومتابعة احتياجات وتوقعات الزبائن، وقياس الجودة ورضا الزبون، ومن ثم القيام بإعادة تنظيم المصرف حول الزبون، وتحديد الأدوار الجديدة لمديري ومشرفي المصرف وتحقيق فوائد الإنتاجية المصرفية، وقياس وتخفيض تكاليف الخدمة المصرفية، وبناء قاعدة متينة لكسب ولاء الزبون.

الفرع الرابع: ابعاد جودة الخدمة المصرفية

تتمثل هذه الابعاد في مجموعة من المعايير التي يمكن على أساسها تقييم جودة الخدمة المصرفية الإسلامية، وهيا كالاتي:

● الاعتمادية: وهي القدرة على إنجاز الخدمة المطلوبة باعتمادية ودقة وثبات، أي تشير إلى قدرة المصرف² على إنجاز الخدمة المصرفية الموعودة بشكل دقيق يعتمد عليه. وبما أن العميل يريد أن يجري معاملاته مع المصارف التي تحافظ على وعودها خصوصاً تلك المرتبطة بالميزات الجوهرية للخدمة، ولذا يجب على المصارف أن تكون على دراية بتوقعات الزبون وذلك بالبحث عنها.

● الاستجابة: هي قدرة المصرف على تقديم الخدمة بسرعة ومساعدة العملاء باستمرار. ويركز هذا البعد على المجاملة واللفظ أي التعامل مع طلبات العملاء من استفسارات وشكاوى ومشاكل بسرعة.

● الأمان: ضمان السرية في المعاملات مع المصرف والخلو من الخطورة والشك.
● الاهتمام والتعاطف: يعني توافر صفات اللياقة والتأدب في شخص مقدم الخدمة وكذلك المودة والصدقة مع العملاء، حتى يبني علاقات جيدة معهم يسودها الاحترام مما يؤدي إلى سهولة الاتصال وتفهم العملاء والعناية بهم.

● العناصر الملموسة: هي مظهر التسهيلات المادية المتاحة لدى البنك وهي الأجهزة والمعدات ووسائل الاتصال التابعة للبنك) الصراف الآلي، معدات لتدقيق وحساب النقد) ومستلزمات الراحة للعملاء.

هناك أيضا ابعاد أخرى تتمثل في:

¹ أرياح دنيا، دور الصيرفة الإلكترونية في تحسين جودة الخدمات المصرفية، مذكرة تخرج ضمن متطلبات لنيل شهادة الماستر في العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية التجارية وعلوم التسيير، الجزائر، جامعة عين تيموشنت - بلحاج شعيب - سنة الجامعية 2020 / 2021، ص 35

² سعيد محمد سعيد البردويل، الخدمات المصرفية الإلكترونية المطبقة في البنوك الإسلامية و علاقتها برضا العملاء، مذكرة الماجستير، غير منشورة، كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية، جامعة الأزهر، غزة، فلسطين، 2015، صص 12 - 11.

1. الفهم والادراك: يتمثل في استعداد مقدم الخدمة في الوقت الكافي للزبون للتحدث وإبداء وجهة نظره دون ملل منه، أي معرفة العميل وبذل الجهود لفهم حاجاته¹.
2. الثقة في الأداء: هذه الثقة تتأثر من خلال السمعة التي يتمتع بها مقدم الخدمة.
3. الاستمرارية: تعني المقدرة على أداء الخدمة بنفس الكفاءة والفاعلية طوال الوقت.
4. المضمون الذاتي للخدمة: يتمثل في المهارات التي يجب أن يتمتع بها مقدم الخدمة، وذلك فيما يتعلق بطريقة عرض الخدمة وإقناع الزبائن بها.
5. المطابقة: تعني تحقيق التجانس بين تطلعات الزبائن والخدمة المقدمة، أي تحقيق الخدمة.
6. الأمان: هو اطمئنان الزبائن بأن الخدمة المقدمة لهم تخلو من الخطر أو الشك، أي الاطمئنان النفسي والمادي.
7. الملموسة: قد يتطلب تقديم بعض الخدمات استعمال بعض الأدوات المادية لذلك، مثل الأدوات التي يستخدمها الطبيب، وهنا يتوقع العميل بأن تكون الأدوات متوفرة وعلى درجة عالية من الكفاءة، وهذا لتعميق الشعور المادي للزبون بالحصول على الخدمة.
8. التوقيت: يتمثل في محاولة تحقيق رغبة العميل في تقديم الخدمة له في الوقت الذي يريده، أي كم ينتظر العميل من وقت لتقديم الخدمة.
9. الاتصالات: تعني إطلاع الزبائن على كل ما يخصهم والاستماع لهم، أي على المؤسسة أن تعدل لغتها لمختلف الزبائن.

الفرع الخامس: إدارة الجودة والخدمة والمصرف والعلاقة بينهم

إن العمليات الخدمية المصرفية تنشأ في كل أنحاء العالم ولنجاح العلاقة بين هذه الجوانب المختلفة للنموذج المقترح يجب ولا بد من وضع إجراءات تأسيس العمليات الخدمية المصرفية العالمية والتي تتمثل في:

- تحديد ما إذا كانت التسهيلات المصرفية كافية لدعم جودة الخدمات المصرفية على المستوى العام وبشكل خاص تطبيقات تقنية للمعلومات والانترنت والاتصالات إضافة إلى التقنيات الرقمية والصوتية والتأكد من تزويد أفراد المصرف باللغات الأجنبية المناسبة لدعم ذلك.
 - تحديد الأسواق المالية الخارجية المفتوحة إذ يمكن للمصارف أن تمارس أعمالها المصرفية العالمية فيها وتقدم كافة أنواع خدماتها، لأن هذه الأسواق متحررة نسبياً من القيود المالية كونها تمارس أعمالها في ظل اتفاقية تحرير تجارة الخدمات المالية.
 - تحديد ما تقدمه الخدمات المصرفية من فوائد للزبائن الخارجيين لذلك لا بد من الاهتمام بعملية التطوير والتحسين المستمر بجودة الخدمات المصرفية على المستوى العالمي.
 - تحديد كيفية الوصول إلى الزبائن العالميين، وتتضمن المداخل الرئيسية لهذا الأسلوب استغلال الانترنت ووضع قوائم للزبائن والحصول على المعلومات اللازمة عن السوق المصرفي الأجنبي لمعرفة درجة جودة الخدمات التي يمكن منحها له².
- من خلال ما سبق ذكره فإن الجودة المتميزة للخدمات المصرفية تعزز سمعة المصرف وتخفف تكاليفه، وتعزز ولاء الزبون مما يؤدي إلى زيادة الحصة السوقية والربحية والدقة في الأعمال المصرفية.

¹ أرياح دنيا، مرجع سبق ذكره، ص 35 - 36.
² أرياح دنيا، مرجع سبق ذكره، ص 37.

المبحث الثالث: جودة الخدمات المصرفية في ظل الصيرفة الإلكترونية

في هذا المبحث يتم التطرق الى ثلاث مطالب، المطلب اول نتناول فيه اليات تحسين جودة الخدمات المصرفية اما المطلب الثاني نبرز العوامل التي تؤثر على توقعات العملاء وسلوكياته، المطلب الثالث أدوات قياس الجودة الخدمات المصرفية عبر الانترنت.

المطلب الأول: اليات تحسين جودة الخدمات المصرفية

الفرع الأول: مراحل دورة حياة الخدمة المصرفية

تمر دورة الحياة الخدمة بثلاث مراحل (مرحلة التقدم، مرحلة النمو مرحلة النضج، مرحلة التدهور والانحدار) ترتبط هذه المراحل بحجم مبيعات الخدمة او الأرباح المحققة الناتجة عنها:

1. **مرحلة التقدم** : تختلف الأهمية النسبة للأدوات الترويجية باختلاف المرحلة التي تمر بها الخدمة المصرفية ، حيث أن الخدمة المصرفية في مرحلة التقدم تحتاج إلى إعلان بشكل كبير ، ثم يأتي البيع الشخصي ، لتنشيط التعامل¹.الطلب على الخدمات المصرفية في هذه المرحلة الضعيفة لأنها جديدة ، أول مرة يتم طرحها في السوق ، لا يفهمها الأفراد ، و عادة ما تستغرق وقتا طويلا ، و الاختبار الصحيح في هذه المرحلة هو بعد استراتيجي في نجاح و استمرارية الخدمات المصرفية ، لذلك فإن الهدف التسويقي هو بشكل أساسي حث المستهلكين المحتملين على تجربة خدمات جديدة ، إضافة إلى الجهود الترويجية المتمثلة في الاعلان و حوافز المبيعات و الاتصالات الشخصية و المنشورات ، تؤثر الإدارة على المستهلكين من خلال عناصر أخرى من المزيج التسويقي ، و ربما أيضا يحفز عامل السعر المستهلكين على شراء الخدمات ، و كل هذه القرارات مصممة لدفع المنتج بسرعة إلى مرحلة النمو.

2. **مرحلة النمو**: من اهم مراحل دورة الحياة الخدمة المصرفية إذ يطلق عليها مرحلة جني الأرباح من مميزاتها زيادة حجم التعامل بها ومقدار الأرباح المحققة مما يؤدي بالبنوك لزيادة درجة التنوع في تشكيلة الخدمات لتستمر هذه المرحلة مدام حجم التعامل لم يصل لأعلى مستوياته الموضوعية من طرف إدارة البنك وكذا عائد الخدمة لم يصل للمستوى المرغوب فيه ما يؤكد أنها لا تزال في مرحلة النمو.

3. **مرحلة النضج**: تتميز هذه المرحلة بارتفاع حجم الأعمال والأرباح الناتجة عنها، وزيادة المنافسة بين البنوك، يكون نتيجة التنافس انخفاض ارباح معظم المصارف الضعيفة وفي هذه المرحلة لا يرى العملاء أية فروقات بين ما تعرض المصارف المختلفة للخدمة فيصبح المجال مفتوحا لتحسين الخدمة وتطويرها.

4. **مرحلة التدهور والانحدار**: تعتبر المرحلة الأخيرة فيقل الطلب على الخدمة وذلك لعدة أسباب فقد تكون الخدمة أصبحت لا تلبي حاجيات رغبات الأفراد أو ظهور خدمات مصرفية جديدة ذات منافع أكثر انسجاما مع طلبات وحاجات ورغبات الأفراد مما يدفع البنك لتعديل الخدمة أو حذفها.

الفرع الثاني: العوامل المؤثرة في دورة الحياة الخدمة المصرفية

¹أجناتي فاطمة ، نوار وداد ، دور الصيرفة الإلكترونية في تحسين جودة الخدمات المصرفية ؛ مذكرة الماستر، غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة قاصدي مرباح ، ورقلة - الجزائر ، 2022 / 2023 ، ص 34.

توجد مجموعة من العوامل المؤثرة على سلوك الخدمات المصرفية وعلى دورة حياتها يمكن تصنيفه كالتالي:

1. عوامل تتعلق بالخدمة المصرفية: وتتمثل في:

- درجة التحديث في الخدمة المصرفية.
- توافق الخدمة المصرفية المقدمة مع قيم وعادات وتقاليد المجتمع.
- مدى إمكانية التعرف والافتتاح على مزايا وتكاليف الخدمة المصرفية قبل التعامل.
- مستوى جودة الخدمة المقدمة للسوق ونوعيتها التي يقررها المصرف.

2. عوامل تتعلق بالبنك: وتتمثل بما يلي:

- طبيعة المنافسة في السوق المصرفي.
- مستوى الفن التكنولوجي المستخدم.
- الظروف الاقتصادية المحلية والدولية.
- طبيعة هياكل السوق المصرفي، ان تحليل دورة الخدمة المصرفية يسعى المصرف على اتخاذ قرارات تعزز من فرص وجود الخدمة وإقناع الزبائن بها رغم التحديات والصعوبات التي تواجهها؛ رغم ذلك فهي تنطلق ثم تتطور ثم تنتهي¹.

المطلب الثاني: العوامل التي تؤثر على توقعات العملاء وسلوكياتهم

ان المصارف لها أثر كبير على سلوك العملاء أي ان العملاء يقومون بخلق تصور ضمنى عن الخدمة او من خلال الفوائد المتوقعة منه والأمن والتكاليف والشروط التسهيلية التي يوفرها التي تدفع العميل لبناء الثقة في البنك أو العكس. كما أن أداء المصارف لا يتحقق إلا بتحسين جودة الخدمات وفتح أسواق جديدة مع تعزيز العلاقة مع العملاء.

الفرع الأول: العوامل التي تؤثر على توقعات العملاء

أولاً: الاتصال بالأشخاص المحيطين: أي أن العملاء يقومون بخلق تصور ضمنى عن الخدمة المتوقع أن يحصلوا عليها من المؤسسة التي ينون التعامل مرعاها، ويبنى هذا التصور من خلال نقل انطباعات الآخرين عن هذه المؤسسة حيث أن الجماعات المرجعية مثل الأسرة والأصدقاء وزملاء العمل يعتبروا مصدراً أساسياً للمعلومات التي يحتاجها العميل لاتخاذ القرار بالشراء والحصول على الخدمة².

ثانياً: الاحتياجات الشخصية: تختلف الاحتياجات الشخصية عن شخص لآخر، ويرجع السبب في ذلك لاختلاف الأشخاص في أعمارهم، أدواقهم، ثقافتهم، دخلهم، أعمالهم، وأجناسهم ... إلخ، لذا نجد أن الاختلاف يؤدي إلى التفاوت في توقعات العملاء نحو خدمة معينة، أو نحو المؤسسة التي يتعاملون معها بشكل عام.

ثالثاً: الخبرة السابقة: أي أن التعامل مع مؤسسة معينة بشكل متواصل يؤثر على توقعات العملاء، فكلما أثر ذلك على تكوين توقعاته حول الخدمة المتوقع الحصول عليها، فمثلاً إذا كان العميل يتعامل مع مصرف منذ فترة وقام المصرف بطرح خدمة جديدة، فإن توقعات هذا العميل نحو جودة الخدمة الجديدة ستكون مختلفة عن عميل جديد يتعامل مع المصرف لأول مرة من خلا لهذه الخدمة الجديدة.

¹جناتي فاطمة ، نوار وداد ، مرجع سبق ذكره، ص 35.

²سعيد محمد سعيد البردويل ، مرجع سبق ذكره، ص 13.

رابعاً: الاتصال الخارجي: يقصد بالاتصال الخارجي تلك الرسائل التي تقوم المؤسسة بإرسالها إلى جمهور العملاء بواسطة وسائل الاتصال المختلفة كالإعلانات أو الدعاية أو العلاقات العامة، والتي من خلالها يكون العملاء قد كونوا توقعاً معيناً عن مستوى جودة الخدمة المقدمة من تلك المؤسسة.

خامساً: السعر: يعتبر السعر من أهم العوامل التي تؤثر على توقعات العملاء نحو جودة الخدمة المقدمة، فكلما ارتفع سعر الخدمة المقدمة كلما ارتفعت توقعات العملاء نحو جودة الخدمة، فبعض العملاء يفضل أن يشتري سلعة بسعر أعلى من السعر الطبيعي وذلك أتوقعه بأن هذه السلعة هي الأفضل أو مقابل الحصول على الدعم ما بعد الخدمة، وهذا ما نلاحظه مثلاً في أسعار تذاكر الدرجة الأولى في الرحلات الجوية، فالمسافر هنا يتوقع الحصول على خدمة مختلفة ومميزة عن الدرجة السياحية.

وكذلك يرى الباحث أن أهم العوامل التي تؤثر على توقعات العملاء هي الاتصال بالأشخاص المحيطين، حيث إن البيئة المحيطة يكون لها تأثير كبير على العملاء، بالإضافة إلى الخبرات السابقة، أي أن العميل الذي سبق له التعامل مع تلك المؤسسة فإنه يبني توقعاته على ما عهده من تلك المؤسسة.

الفرع الثاني: المحددات السلوكية للعميل المصرفي عبر الانترنت أولاً: الفائدة المتوقعة:

القيمة المتوقعة هو احتمال أن استخدام التكنولوجيا يزيد من أداء المستخدم في التنظيم. يمكن أن ينظر الأفراد للفوائد المنتظرة من استخدام شبكة الانترنت في المعاملات المصرفية بأن توفير الوقت والمال أو أي منفعة أخرى، فهي تؤثر إيجاباً على الموقف من العمل المصرفي على شبكة الأنترنت.

أمن المعاملات: هي من العقبات التي يواجهها البنوك، لقد ثبت أن الأمن هو أحد العوامل التي تحدد للمستخدم أن يبدأ أو يواصل معاملاته المصرفية عبر الانترنت أو العكس. فعلى البنك أن يوفر موقع أمن يحافظ على خصوصية العميل ويحافظ على سرية معاملاته الشخصية¹.

ثانياً: الظروف المواتية:

هي الظروف البيئية التي تسهل أو تمنع سلوك العميل.

● التعقيد: يعكس مدى التجديد في البنك الذي يعتبر حالياً من الصعب فهمه أو استخدامه، لأن سهولة لاستخدام يعكس درجة عدم التعقيد، فالمعاملات المصرفية عبر الانترنت هي الطريقة الأكثر سهولة لأنها خالية من أي جهد.

● الوصول: هو أحد سمات النظام نفسه، يشير إلى سرعة وسهولة الاتصال والتصفح والعكس صحيح لأنه يمكن أن يتخذ الفرد موقفاً سلبياً اتجاه المعاملات المصرفية عبر الانترنت لصعوبة أو عدم القدرة على استخدام هذه التكنولوجيا.

¹أرياح دنيا، مرجع سبق ذكره، ص 39.

● الثقة: الثقة تأخذ معناها الكامل، إن افتراضية الصفقات تدفع بالعملاء للاعتماد على الثقة في المصرف.

ثالثاً: الخبرة في استخدام الانترنت والمواقف اتجاه المعاملات المصرفية عبر الانترنت:

هي التجربة من حيث الاستخدام ووقت الاستخدام، حيث يوفر للمستخدم المهارات والمعرفة التي تجعل من الأنترنت أكثر إنتاجية وأقل تكلفة من غيرها من وسائل توزيع الخدمات المصرفية مما تنتج عنها سهولة في التعامل معه. والتجارب السابقة هي أهم مصدر لتكوين موقف اتجاه المعاملات المصرفية عبر الانترنت إيجابي أو سلبي. والذي ينتج عنه النية في إجراء هذه المعاملات¹.

رابعاً: العوامل الاجتماعية:

هي قابلية الفرد للامتثال للمعايير المرجعية للجماعة في استخدام الإنترنت للمعاملات المصرفية.

الفرع الثالث: مبادئ الخدمة المتميزة للعملاء في البنك

كي يرتقي البنك لي تقديم الخدمة المتميزة التي ترضي توقعات عملائه وتصوراتهم المبنية على أساس الخبرة السابقة والاتصال بالأشخاص المحيطين والاحتياجات الشخصية، على البنك أن يتبع عدة معايير هامة، منها:

1. الاصغاء والفهم والاستجابة للعملاء.
2. تحديد الخدمة المتميزة واستراتيجيتها.
3. وضع معايير الخدمة وقياس الأداء.
4. اختيار وتدريب وتمكين الموظفين.
5. الاعتراف بالإنجازات ومكافأتها.
6. تصميم استبيانات للتعرف على اتجاهات العملاء وموظفي الخدمة.

7. تحليل وتقييم أنماط المشاركين في التعامل مع العملاء وخدمتهم، ومن هنا تتضح أهمية تفعيل دور العميل من خلال استقصاء رأيه وأخذ اقتراحاته وصولاً إلى المستوى الذي يلبي حاجاته ورغباته والمؤسسة المالية التي يتعامل معها.

من خلال ما سبق ذكره نستنتج أن من أهم ما يميز الخدمة المقدمة للعملاء هي عملية التغذية الراجعة، وتتم من خلال قيام البنك أو المؤسسة الخدمية باستطلاع آراء العملاء بشكل مستمر وسؤالهم عن جودة الخدمة المقدمة ومعرفة توقعاتهم التي يطمحون لها من الخدمة، ومن ثم تحديد الفجوة بين جودة الخدمة الحقيقية والجودة المتوقعة.

المطلب الثالث: أدوات قياس الجودة الخدمات المصرفية على الانترنت

بما ان البيئة المصرفية قد شهدت توسعا هائلا وقد تطورت جودة الخدمات من التقليدية إلى الالكترونية نتيجة توجه العديد من المنظمات إلى عرض خدماتهم على مواقع في الإنترنت، مما دفع العديد من الباحثين إلى إيجاد أدوات قياس تتماشى وهذا التطور.

¹سعيد محمد سعيد البردويل ، مرجع سبق ذكره، ص 14.

● **الجودة على الخط " WEBCAM** : يمكن تعريفه على أنه: " الاستبيان على الخط (الاستبيان الإلكتروني) الذي يقدم للعملاء لتقييم جودة المواقع على شبكة الإنترنت وفقا لتطوراته. الاستبيان ينجز من قبل العملاء (يجب على التساؤلات في الاستبيان) و تقييم العملاء النوعي يحول إلى مقاييس كمية تعتبر مفيدة لإدارة عملية صنع القرار. " webcam " "يسمح بإجراء مقارنات بين بيئة التجارة الإلكترونية في نفس الميدان و مع مرور الوقت، وقد تم تطبيقه في العديد من المجالات منها مواقع الجامعة على الشبكة؛ مواقع البيع بالمزاد العلني؛ موقع بيع الكتب على الشبكة. كما أنها تعتبر تتابع جزئي لتقييم جودة المعلومة و انتشارها في بيئة التجارة الإلكترونية. إن وسيلة " webcam " أصبحت سلوك متكرر تنجز و تعدل حسب متغيرات كل ميدان في التجارة الإلكترونية.

● **جودة الخدمة E.SERVQUAL**: يمكن تعريفه على أنه : " نموذج مفاهيمي لجودة الخدمة في محيط الجدار الإلكتروني و هي قائمة على هيكل جودة الخدمات التقليدية خارج الخط المسماة " servqual " و هي مشتقة من البحوث الاستكشافية حول مجموعات التعديل و مرحلتين من مجموعة المعلومة التجريبية و التحليلية. هذا ينتج سبعة خصائص لجودة الخدمة: الكفاءة؛ الاعتمادية، الإنجاز السري، الاستجابة، التعويض، الاتصال المباشر كل هذه الخصائص تمثل مقاييس يستعملها العملاء لتقييم الخدمات على الخط."

● **جودة الخدمة E-SQUALE**: يمكن تعريفها بأنها: "هيكل لجودة الخدمة التي تعتبر أساس تجربة وإدماج علاقات العملاء الإلكترونية، الجدار الإلكتروني، واستراتيجيات للتصميم الفعال وتطوير محيط الجدار الإلكتروني."

E-Squale يمكن أن يوفر توجيهات و إرشادات للتجارة الإلكترونية فيما يتعلق بتكامل الواجهة وإنهاء الإجراءات التجارية. وعبر مختلف نقاط التماس للعملاء مثل: الهاتف، الفاكس البريد الإلكتروني، ويمكن تطبيقه كوسيلة تقييمية لتوجيه مصممي ومختصي التسويق لطريقة استخدام تتماشى مع الشروط الأساسية لإدماج توقعات العملاء لتحقيق جودة الخدمة، وقابلية الاستعمال في تصميم محيط الجدار الإلكتروني.

● **جودة ال خدمة E-S-QUA**: يمكن تعريفها على أنها: "مشتقة لقياس جودة الخدمة المقدمة على الخط. ومن المعلومات التجريبية المجمع اكتشفت وضعيتين مختلفتين و ضروريتين لقياس جودة الخدمة الإلكترونية. الوضعية الأولى " E-S-Qua "تضم أربعة أبعاد لها 22 صفة وهي: الكفاءة، الوفاء، توافر النظام والخصوصية. والوضعية الثانية "- Qua E-Recès "تكون مع العملاء الذين ليس لهم لقاء روتيني مع الموقع وتضم ثلاثة أبعاد لهم 11 صفة وهي الاستجابة، التعويض، الاتصال."

خلاصة الفصل:

من خلال هذه الدراسة النظرية لهذا الفصل ملاحظ ان البيئة المصرفية شهدت تغيير كبير و ذلك بظهور نوع جديد من البنوك و هي الخدمات المصرفية الالكترونية و ارتقائها من العمل التقليدي الى العمل المصرفي الالكتروني و اهم التكنولوجيات بهدف جذب العملاء جدد , حيث أتاحت لهم التعبير الكترونيا عن احتياجاتهم و اولوياتهم اليومية مما سمح للمصارف التجاوب معها واستحداث خدمات مالية ومصرفية جديدة، و منه تناولنا في هذا الفصل ثلاث مباحث بحيث تطرقنا في المبحث الأول و الذي كان بعنوان الصيرفة الالكترونية - المفاهيم و دوافعها - الذي يمثل عدة دراسات منها نشأة و مفهوم الصيرفة الالكترونية و خصائصها و دوافع ظهورها و متطلبات نجاحها ; اما المبحث الثاني تكلمنا عن جودة الصيرفة الالكترونية في تحسين الخدمات المصرفية وتطرقنا في هذا المبحث الى مفهوم عام للخدمات المصرفية الالكترونية بالإضافة الى أنظمة الدفع و قنوات توزيع الصيرفة الالكترونية وتم التعرف على العلاقة بين إدارة الجودة و الخدمة و المصرف ; و في المبحث الثالث كان يتناول موضوع جودة الخدمات المصرفية في ظل الصيرفة الالكترونية و الذي تكلمنا فيه عن اليات تحسين جودة الخدمات المصرفية و العوامل التي تؤثر على توقعات العملاء و سلوكياتهم و في الأخير تعرفنا على أدوات قياس جودة الخدمات المصرفية على الانترنت .

الفصل الثاني

الأدبيات النظرية والتطبيقية حول البنوك الالكترونية، خدماتها وأدوات الدفع الالكتروني

تمهيد:

الصيرفة الإلكترونية أو ما يعرف بالعمليات المصرفية الإلكترونية هي قيام البنوك بتقديم الخدمات المصرفية أو المبتكرة أو بما يعرف من خلال شبكات اتصال إلكترونية ، و تقتصر صلاحية الدخول إليها على المشاركين فيها وفقا لشروط العضوية التي تحددها البنوك و ذلك من خلال أحد المنافذ على الشبكة كوسيلة اتصال العملاء ، كما اتاحت الصيرفة الإلكترونية للمصارف خدمات متطورة استطاعة من خلالها تخفيض التكلفة و زيادة حجم السوق المستهدف من خلال الخدمة المصرفية عن بعد بمختلف أنواعها ، كما أثر ذلك على عملاء المصارف من خلال تخفيض تكلفة الخدمة المصرفية و السرعة و الفعالية ، و بدون

الانتقال الى المصرف ؛ كما أثر ذلك على جميع القطاعات خاصة القطاع التجاري ؛ و في سياق آخر تمثل الخدمة المصرفية الإلكترونية ظاهرة تجارية نقدية متطورة لأنها تحدث تغييرات عميقة و يتيح إمكانيات وآفاق جديدة للتواصل و التفاعل مع العملاء في مجال التسويق و التوزيع و المعاملات الإلكترونية و ينطبق الشيء نفسه على البنوك ، نظرا لأن التطبيقات المصرفية الإلكترونية أصبحت أكثر دقة و تطورا على نحو متزايد مكوناتها و استخداماتها ، و أنه يمكن التوسع فيها في أي اتجاه لأداء أكبر عدد من الخدمات في سوق تنافسية مفتوحة ادت الحداثة على كافة المستويات إلى انتشار الخدمات المصرفية الإلكترونية وسط الاعتماد على الشبكات المفتوحة و التقنيات المتقدمة. وهكذا تطور ميدان العمل المصرفي الإلكتروني.

تناول هذا الفصل الصيرفة الإلكترونية في البنوك في ثلاث مباحث:

- المبحث الأول: عموميات حول البنوك الإلكترونية
- المبحث الثاني: خدمات البنوك الإلكترونية
- المبحث الثالث: أدوات الدفع الإلكتروني

المبحث الأول: عموميات حول البنوك الإلكترونية

نظرا لتطور التكنولوجيا والإعلام، ومجالات الاتصال ودخول عصر العولمة ولقد أصبح التواصل والتنقل بين الدول أكثر سهولة، ومع زيادة أعمال التجارة الإلكترونية، أصبح من الضروري وجودها وتم استخدام البنوك غير التقليدية للتعامل مع مثل هذه المعاملات وظهرت فكرة الخدمات المصرفية الإلكترونية إلى حيز الوجود.

يتم التطرق في هذا المحور لنشأة ومفهوم البنوك الإلكترونية، خصائص وأهدافها وأهميتها، كما نتطرق لأنواعها والمخاطر المرتبطة بها، وفي الأخير نتكلم عن مقارنة بين البنك الإلكترونية والبنوك التقليدية.

المطلب الأول: نشأة ومفهوم البنوك الإلكترونية

الفرع الأول: مفهوم البنوك الإلكترونية

مع ظهور النقد الإلكتروني وبطاقات استبدال النقد التقليدية في بداية الثمانينات وتطورها مع مرور الزمن وفي التسعينيات، ومع تطور التكنولوجيا المصرفية، ظهرت الخدمات المصرفية الإلكترونية ومع هذا التحول، بدأت الخدمات المصرفية الإلكترونية في

الظهور كبديل أو مكمل للخدمات المصرفية التقليدية كمؤسسة، يتم تقديم الخدمات المصرفية عبر الإنترنت، وهي خدمة فريدة من نوعها مقارنة بالخدمات المصرفية التقليدية.

أولاً: مفهوم البنوك الإلكترونية:

هناك عدة تعريفات للبنوك الإلكترونية نذكر منها:

يمكن تعريفها بأنها منافذ إلكترونية تقدم خدمات مصرفية متنوعة دون توقف ودون عمالة بشرية. وأيضاً يمكن تعريفها بأنها بنوك تعمل بالكامل على الإنترنت وهذا البنك الافتراضي هو الذي تقوم العلاقات والتعاملات والصفقات فيه ليس من خلال اللقاء المباشر وجهاً لوجه إنما هو من خلال الوسائل الإلكترونية¹.

ويعرفها بعضهم بأنها منافذ إلكترونية تقدم خدمات مصرفية متنوعة دون توقف ودون عمالة بشرية.

من خلال التعاريف السابقة يمكن تعريف البنوك الإلكترونية على أنها البنوك الافتراضية التي تنشئ لها مواقع الكترونية على الإنترنت على النحو الذي تسهل إنجاز مختلف العمليات المصرفية التي تنجزها البنوك التقليدية بشكل إلكتروني.

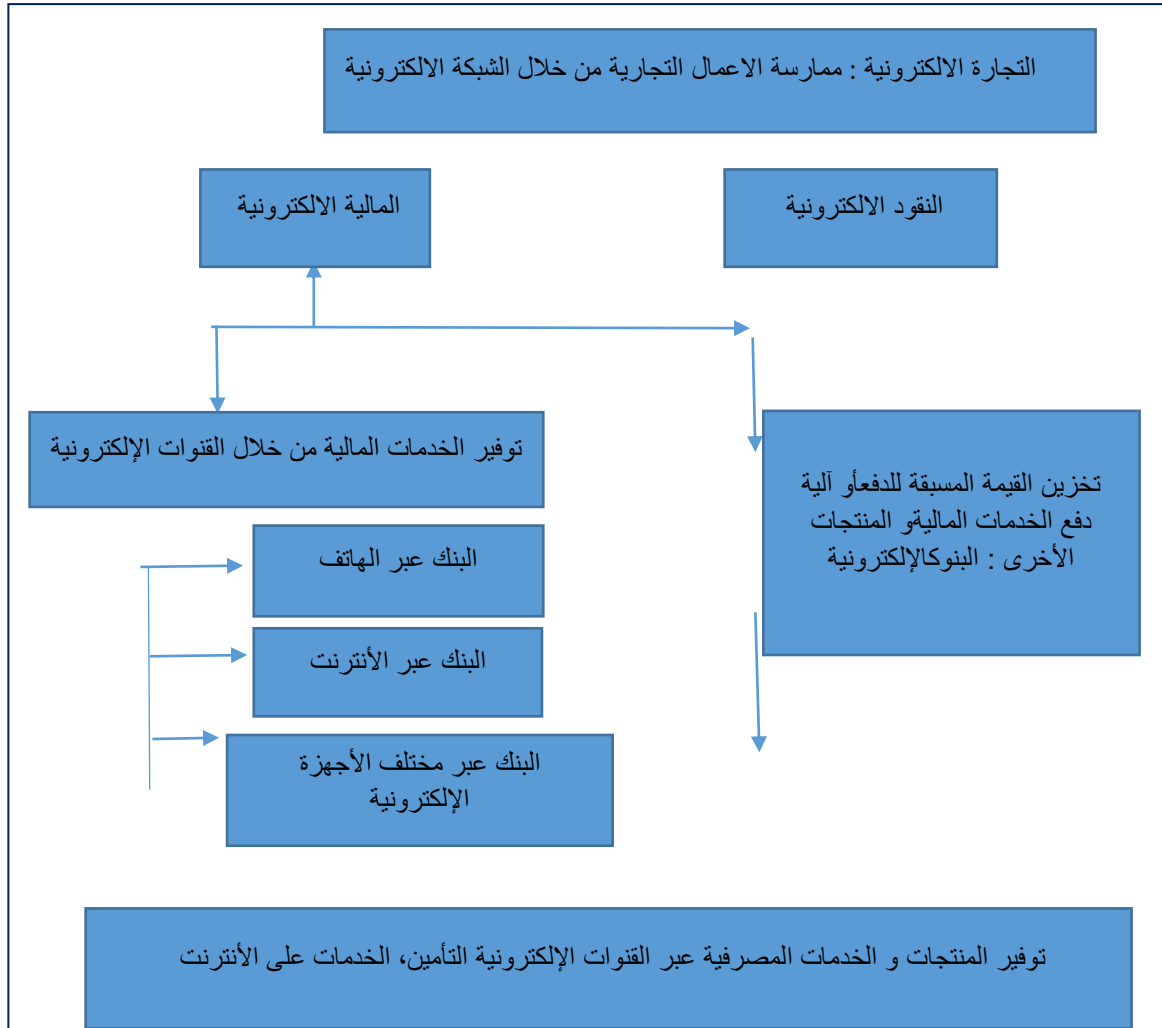
كذلك يطلق على هذه البنوك عدة مصطلحا تمثل البنوك الإلكترونية "BankingElectronic" أو بنوك الإنترنت "BankingInternet" و البنوك الإلكترونية عن بعد " BankingElectronicRemote " أو البنك المنزل " BankingHome " أو البنك على الخط " BankingOnline " أو البنوك الخدمية الذاتية " BankingServiceSelf " أو بنوك الويب " BankingWeb " .

وكما ذكرنا سابقاً المصادر العربية تختلف في ترجمة المصطلح الانجليزي "ElectronicBanking" الى البنوك الإلكترونية او الى الصيرفة الإلكترونية، لكن نشير هنا الى ان مصطلح الصيرفة الإلكترونية اشمل واوسع من البنوك الإلكترونية حالياً².

كما ذكرنا سابقاً فيما يخص ترجمة مصطلح "البنوك الإلكترونية" الى الإنجليزية مصطلح أو مصارف الإنترنت كتعبير متطور وشامل للمفاهيم في مطلع التسعينات كمفهوم للخدمات المالية عن بعد وقد تطور هذا المفهوم مع ظهور وتطور الإنترنت إذ أمكن إنشاء المصارف الإلكترونية عبر هذه الشبكة، وفي ظل كل ذلك تطور مفهوم الخدمات المالية على الخط.

¹ابن قيدة مروان، مرجع سبق ذكره، ص 33
²رياح دنيا، مرجع سبق ذكره، ص3.

الشكل رقم(01): ماهية البنك الالكتروني



المصدر: نصيرة شبوب، الإدارة البنكية الإلكترونية في الجزائر-دراسة حالة-، مذكرة الماجستير، غير منشورة، كلية علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 2013/2012، ص4.

الفرع الثاني: نشأة والتطور التاريخي للبنوك الإلكترونية

تعود نشأة المصارف الإلكترونية إلى بداية الثمانينات مع ظهور النقد الإلكتروني، أما استخدام البطاقات كان مع بداية القرن الماضي في فرنسا على شكل بطاقات كرتونية تستخدم في الهاتف العمومي، وبطاقات معدنية تستعمل على مستوى البريد في الولايات المتحدة الأمريكية. وفي عام 1958 أصدرت أول بطاقة بلاستيكية لتنتشر على نطاق واسع، ثم قامت بعدها ثمانية مصارف بإصدار بطاقة "Americardbank" عام 1968 لتتحول إلى شبكة Visa العالمية، كما تم إصدار في نفس العام البطاقة الزرقاء من طرف ستة مصارف فرنسية¹.

¹ابن قيدة مروان، مرجع سبق ذكره، ص 34.

وفي عام 1986 قامت اتصالات فرنسا، بتزويد الهواتف العمومية بأجهزة قارئة للبطاقات الذاكرة لتصبح عام 1992 كل البطاقات المصرفية بطاقات برعوثية تحمل بيانات شخصية لحامله.

لقد ظهرت الصيرفة الإلكترونية بظهور النقد الإلكتروني حيث تزوج النقد الإلكتروني بتقنيات المعلومات غير أن استخدام البطاقات في الواقع ظهر بفرنسا، حيث تم استخدام بطاقة كرتونية في الهاتف و في الوم.أ تم استخدام بطاقة معدنية تستعمل في تعريف العميل على مستوى البريد ومع ذلك كان لابد من الانتظار حتى الخمسينات من القرن الماضي حيث يشهد العامل تحولا في هذه البطاقات حيث طرحت شركة " American express" في عام 1955 بطاقة بلاستيكية والتي انتشرت على نطاق دولي في الستينات من القرن الماضي، وفي سنة 1968 أصدرت مجموعة شركات تتكون من 8 بنوك كبيرة بطاقة " cardamericanbank " والتي تحولت فيما بعد إلى شركة visa المشهورة عالميا، بالإضافة إلى إصدار بطاقة زرقاء في فرنسا من قبل 6بنوك فرنسية و بفضل الثورة الإلكترونية تم تزويد البطاقات بمسارات مغناطيسية في البلدان المتقدمة حيث أصبحت البطاقات تحتوي على ذاكرة ويمكن تجزئة القيمة المخزنة فيها لإجراء عمليات الدفع. ظهر أول بنك الكتروني في منتصف التسعينيات 1995 بالولايات المتحدة الأمريكية، وهو " نات بنك" (NET BANK)، ومنذ ذلك بدأت تنشأ البنوك الإلكترونية في باقي بلدان العالم خاصة المتقدمة، حيث تعمل ككيانات منفصلة مرخص لها أو كمؤسسة تابعة أو كفروع لبنوك اجنبية¹.

ومنذ فترة منتصف التسعينيات اصبح يميز بين نوعين من البنوك كلاهما يستخدم تقنية الصيرفة الإلكترونية:

*البنوك الافتراضية : (بنوك الانترنت) : تحقق أرباح تصل الى ستة اضعاف البنك العادي.
*البنوك الأرضية : وهي البنوك التي تقدم خدمات تقليدية الى جانب خدمات الصيرفة الإلكترونية.

نشير هنا الى انه ينبغي التمييز بين البنوك الإلكترونية والفروع الإلكترونية، فالأولى يراد بها البنوك المتواجدة على الانترنت فقط، اما الثانية فهي الفروع المستحدثة من قبل البنوك التقليدية وهذا لتوفر خدمات الكترونية على الخط.
*البنوك الإلكترونية:

تعرف بأنها النظام الذي يتيح للزبون الوصول الى حساباته، أو أية معلومة يريد، والحصول على مختلف الخدمات والمنتجات البنكية من خلال شبكة معلومات يربط بها جهاز الحاسوب الخاص به أو أية وسيلة أخرى.

هي قيام البنوك بتقديم الخدمات المصرفية التقليدية او المبتكرة من خلال شبكات اتصال الكترونية، وتقتصر صلاحية الدخول اليها على المشاركين فيها وفقا لشروط العضوية التي تحددها وذلك من خلال أحد المنافذ على الشبكة كوسيلة لاتصال الزبائن.

¹صالح نصولي، اندرياشاختر، تحديات المعاملات المصرفية الإلكترونية، مجلة التمويل والتنمية، المجلد 39، العدد الثالث، عمان 2002، ص 49 .

العمل الذي تكون فيه الانترنت وسيلة الاتصال بين البنك والزبون، وبمساعدة نظم أخرى يمكن للزبون الاستفادة من الخدمات، والحصول على المنتجات المصرفية المختلفة، دون الحاجة للاتصال المباشر بموظفي البنك.

ما يتاح للزبون من معاملات عن طريق الخط يوفره البنك، لإنجاز كافة المعاملات مع البنك دون ان يضطر للذهاب الى مقر العمل.

هي البنوك التي تعتمد على الركائز او الوسائط الالكترونية، والعمل على مدار الساعة 24 ساعة يوميا، وكل أيام الأسبوع دون توقف، وتوظف كافة المستجدات في مجال التكنولوجيا الحديثة، في المجال المالي، لتقديم كافة الخدمات.

بالمفهوم الحديث ليست مجرد فرع لبنك قائم يقدم خدمات مالية وحسب، بل موقعا ماليا تجاريا إداريا استثماريا شاملا، له وجود مستقل على الخط. كما تعتبر الوسيلة المناسبة لتحقيق معدلات أكبر للمنافسة، والبقاء في السوق في ظل المنافسة القوية في السوق المصرفية والمالية، والذي يقوم على مفهوم الخدمة الشاملة الأسرع والأقل تكلفة وأكثر تنوعا وتلبية لمتطلبات الزبائن¹.

المطلب الثاني: أهمية البنوك الالكترونية

تظهر أهمية هذه البنوك في العصر الحديث بأدائها أرصدة ضخمة من الودائع الصغيرة على مستوى الوقورات المحققة من الحجم الكبير وذلك لما يلي:

• بدون هذه الوساطة يتعين على صاحب المال أن يجد المستثمر المطلوب والعكس بالشروط والمدة الملائمة للآثنين.

• يساهم الأنترنترنت في التعريف بالبنوك والترويج للخدمات المصرفية بشكل إعلامي.

• يمكن للمصارف نظرا لكبير حجم الأرصدة أن تدخل في مشاريع طويلة الأجل.

• إن توجه البنوك العالمية نحو شبكة الإنترنت وما تتميز به من قدرات تنافسية يلزم البنوك الصغيرة ضرورة الارتقاء إلى مستوى هذه التحديات.

إن البنوك غير الالكترونية، تقدم جزءا من الحلول لمشكلات الزبون لكنها لا تقدم حولا شاملة أو تقدم حولا جزئية بكلف عالية، فإذا علمنا أن التنافس على أشده في سوق العمل المصرفي، وعنوانه الخدمة الشاملة والأسرع بالكلفة الأقل، فإن البنوك الالكترونية فرصة لتحقيق معدلات أفضل للمنافسة والبقاء في السوق، وببساطة، فإن الظن أن البنك الالكتروني مجرد إدارة لعمليات مصرفية وحسابات مالية ظن خاطئ، لان التقنية تتيح للزبون بذاته أن يدير مثل هذه الأعمال².

إن وجود البنك الالكتروني مرهون بقدرته على التحول إلى موقع للمعلومة ومكان للحل المبني على المعلومة الصحيحة، انه مؤسسة للمشورة، ولفتح آفاق العمل، انه مكان لفرص الاستثمار وإدارتها، مكان للخدمة المالية السريعة بأقل الكلف، مكان للإدارة المتميزة لاحتياجات الزبون مهما اختلفت.

كما أن الاتجاه نحو الدفع النقدي الالكتروني المصاحب لمواقع التجارة والأعمال الالكترونية يقدم مبررا لبناء البنوك الالكترونية، فشركات التامين النفط، الطيران، الفنادق،... الخ تتجه

¹ ارياح دنيا، مرجع سبق ذكره، ص 5.

² مداح عرابي الحاج، أهمية البنوك الالكترونية في تفعيل وسائل الدفع الإلكترونية لي الوطن العربي الواقع و الآفاق، مجلة الاقتصاد الجديد، العدد 02، جامعة الشلف، الجزائر 2010، ص ص 64 - 65.

بخطى واثقة نحو عمليات الدفع عبر الخط أو الدفع الإلكتروني، وهي عمليات تستلزم إن لم يكن موقع الشركة يوفر وسائل الدفع النقدي، وجود حسابات بنكية أو حسابات تحويل أو نحوها، وترك الساحة دون تواجد يعني دفع القطاعات المشار إليها إلى ممارسة أعمال مالية على الخط لسد احتياجاتها التي لا توفرها جهات العمل المصرفي المتخصصة.

يعتبر اللجوء إلى البنوك الإلكترونية لجوء لأحد وسائل المنافسة وهو أيضا لجوء إلى تقديم خدمات شاملة بوقت قصير من عدد محدود من الموظفين ولقاء تكلفة أقل، باعتبار أن البنك الإلكتروني يوفر في كلفة موجودات الوجود الفعلي للبنك (المقر والموظفين والمصروفات والفروع وغيرها) إلا أن الوفرة في تكلفة تقديم الخدمة لا يتعين أن تعود للبنك نفسه، فهذا لا يقيم فرقا بينها وبين الخدمات غير الإلكترونية، لهذا تقوم البنوك الإلكترونية على قاعدة رئيسية أخرى وهي أن الوفرة في كلفة الخدمة عائد تشاركي بين البنك والعميل.

المطلب الثالث: خصائص وأنواع البنوك الإلكترونية

الفرع الأول: خصائص البنوك الإلكترونية

تمتاز البنوك الإلكترونية بميزات عن البنوك التقليدية، ويمكن الوقوف على ست خصائص أو ميزات أساسية، وهي:

1. اختفاء الوثائق الورقية للمعاملات، حيث أن كافة الإجراءات والمراسلات بين طرفي الخدمة المصرفية تتم إلكترونيا دون استخدام أي أوراق.
2. فتح المجال أمام البنوك صغيرة الحجم لتوسيع نشاطها عالميا باستخدام شبكة الإنترنت دون الحاجة إلى التفرع خارجيا وزيادة الاستثمار والموارد البشرية وغيرها.
3. القدرة على إدارة العمليات المصرفية للبنوك عبر شبكة الإنترنت بكفاءة من أي مواقع جغرافي، بالتالي يستطيع البنك أن يختار أفضل الأماكن على مستوى العالم من حيث النظم الاقتصادية المشجعة أو الأوضاع السياسية المستقرة أو المعاملة الضريبية الأفضل ليمارس أعماله في بيئة مناسبة وينشرها في جميع أنحاء العالم.
4. عدم إمكانية تحديد الهوية، حيث لا يرى طرفا التعاملات الإلكترونية كل منهما الآخر، وهو ما تعالجه التكنولوجيا بالعديد من وسائل التأمين للتعرف على الهوية إلكترونيا.
5. إمكانية تسليم بعض الخدمات إلكترونيا، مثل الخدمات الرقمية ككشف الحساب والرصيد وغيرها.
6. سرعة تغيير القواعد الحاكمة، وذلك لمواكبة التطور السريع في مجال المعاملات الإلكترونية مما يحتاج إلى سرعة في صياغة التشريعات اللازمة لمواكبة هذا التطور السريع.

تتمثل كذلك خصائص البنوك الإلكترونية فيما يلي:¹

- إمكانية الوصول إلى قاعدة أوسع من المتعاملين: يساهم الانترنت في التعريف بالبنوك والترويج للخدمات المصرفية بشكل إعلامي على النحو الذي يوفر لها القدرة على الوصول إلى قاعدة عريضة من العملاء دون التقيد بمكان أو زمان معين كما تتيح لها إمكانية طلب الخدمة في أي وقت وعلى طول أيام الأسبوع وهو ما يوفر الراحة للعميل.

- تقديم خدمات مصرفية كاملة وجديدة: تتيح البنوك الإلكترونية خيارات أوسع للمتعاملين بها وحرية أكثر في اختيار الخدمات نوعيتها، إذ تقدم البنوك الإلكترونية كافة الخدمات

¹أرياح دنيا، مرجع سبق ذكره، ص7.

المصرفية التقليدية إلى جانب الخدمات الأخرى التي تتيحها صيغ التعامل مع الانترنت والتي تميزها عن الأداء التقليدي.

-تخفيض التكاليف: من أهم ما يميز البنوك الإلكترونية مساهمتها في تقليص تكاليف تقديم الخدمة من خلال تخفيض النفقات التي يتحملها البنك، فتكلفة إنشاء موقع للبنك عبر الانترنت ال تقارن بتكلفة إنشاء فرع جديد للبنك وماي تطلبه من مباني وأجهزة ومستلزمات إدارية، وما يترتب على ذلك من توفير فرص تعزيز جودة الخدمات إلى جانب استقطاب وجذب المتعاملين.

-زيادة كفاءة البنوك الإلكترونية: نظرا لاتساع الانترنت وسرعة إنجاز الأعمال بالمقارنة مع البنوك التقليدية، فقد أصبح من السهولة على المتعامل الاتصال بالبنك عبر الانترنت الذي يقوم بتنفيذ الإجراءات التي تنتهي في أجزاء صغيرة من الدقيقة الواحدة بأداء صحيح وبكفاءة عالية بدلا من انتقال المتعامل إلى مقر البنك شخصيا، إلى جانب الوقت الذي يتطلب الانتظار في حالة وجود متعاملين آخرين يتزاحمون على الحصول على نفس الخدمة أو خدمات يقدم من قبل ذات الموظف لمجموعة من المتعاملين في صف الانتظار.

-خدمات البطاقات: توفر البنوك الإلكترونية خدمات متميزة لشريحة محدودة من المتعاملين مثل رجال الأعمال و المتعاملين VIP، وتشتمل هذه الخدمات على خدمات بطاقات الماسية والذهبية المقدمة لفئة محدودة من المتعاملين على شكل بطاقات ائتمانية و بخصم خاص، و من هذه البطاقات بطاقة سوني التي تمكن العميل من استخدامها في أكثر من 18 مليون من أكبر الأماكن، و تشتمل على خدمات مجانية على مدار الساعة برقم خاص، خدمة مراكز الأعمال، الإعفاء من رسوم و عمولات الخدمات البنكية، بالإضافة إلى كثير من الخدمات الخاصة.

-تحقيق الميزة التنافسية: توفر عملية تسويق البنك لخدماته من موقعه على الانترنت للبنك فرصة امتلاك ميزة تنافسية تعزز من مكانته التنافسية وتؤهله إلى مستوى المعاملات التجارية العالمية فضلا عن أن استخدام الإنترنت يسهم في تعزيز رأس المال الفكري و تطوير تكنولوجيا المعلومات و الاستفادة من الابتكارات الجديدة التي يمكن توظيفها في تعزيز العمليات المصرفية كما أن توجه البنوك العالمية نحو شبكة الانترنت وما تتميز به من قدرات تنافسية تحفز البنوك الصغيرة على ضرورة الارتقاء إلى مستوى هذه التحديات و وفقا لذلك سيقوم المتعاملون بالمقارنة بين خدمات البنوك لاختيار الأنسب، وبذلك تكون الأنترنت عامل منافسة قوي في جذب المتعاملين.

-بالإضافة إلى هذه الخصائص يتميز البنك الإلكتروني بعدة مزايا أهمها ما يلي:
أ-السرية: إن المعاملات بين البنك تقوم على الثقة فيه وفي العاملين لديه فإن التزام البنك بالسرية في معاملاته، إنما هو التزام عام تفتضيه أصول المهنة، وظروف معاملاته التي تنسم بحساسية فائقة.

ب-حسن المعاملة: إن المعاملة الحسنة التي يتلقاها عميل البنك من العاملين فيه هي الأساس في تحويل العميل إلى عميل دائم، واعتباره أداة اجتذاب العملاء للتعامل مع بنك دون غيره مادامت الخدمات المصرفية التي تقدمها كافة البنوك واحدة.

ج-الراحة والسرعة: إن إحساس العميل بالراحة عند وجوده في البنك يغريه على كثرة التردد عليه، لهذا تسعى البنوك إلى توفير أكبر قدر من الراحة للعملاء من إعداد أماكن

مناسبة لاستقبالهم لقضاء وقت الانتظار فضلا عن استخدام أجهزة تكييف الهواء ويجب إنجاز الأعمال في أسرع وقت.

سرعة تغير القواعد الحاكمة وذلك لمواكبة التطور السريع في مجال المعاملات الإلكترونية، مما يحتاج السرعة في صياغة التشريعات اللازمة لمواكبة هذا التطور السريع.

د- كثرة الفروع: كثرة الفروع وانتشارها في مناطق جغرافية مختلفة تعود على البنك بفوائد كثيرة مثل:¹

-التيسير على عملاء البنك إجراء معاملاتهم.

-التمتع بمزايا المشروعات فيمكن من تقسيم العمل على نطاق واسع، و يقل عنده الاحتياطي النقدي اعتمادا على تبادل المساعدات بين الفروع.

-السهولة و السرعة وقلة التكاليف التي ستحملها البنك عند تحويل النقود من جهة لأخرى.

-توزيع المخاطر التي يواجهها البنك على جهات مختلفة فإذا كسدت صناعة ما في منطقة جغرافية فإن هذا الكساد لن يؤثر إلا على الفرع الموجود بهذه المنطقة وحده، و يمكن

تعويض خسارة هذا الفرع بالأرباح الناتجة عن عمليات فروع أخرى.

الفرع الثاني: أنواع البنوك الإلكترونية

إن إدخال شبكة الانترنت على النشاط المصرفي أعطى البنوك الإلكترونية ثلاث صور أساسية حسب نوعية الخدمة المقدمة كما يلي:²

الموقع المعلوماتي: يمثل المستوى الأساسي والحد الأدنى للنشاط الإلكتروني المصرفي، ويسمح هذا الموقع للبنك بتقديم معلومات حول برامجه ومختلف منتجاته وخدماته المصرفية.

الموقع الاتصالية: يتيح هذا الموقع عملية التبادل الاتصالية بين البنك والعملاء مثل البريد الإلكتروني، القيام بتعبئة طلبات ونماذج على الخط، وتقديم معلومات عن الحساب والإجابة عن الاستفسارات وكذلك تعديل القيود.

الموقع التبادلي: يسمح هذا الموقع للبنك بممارسة نشاطاته في بيئة إلكترونية، كما يسمح للعمل أن يقوم بمختلف معاملاته الكترونيا من الوصول الى الحساب و سداد الفواتير، الى إدارة التدفقات النقدية إلى إجراء كافة الخدمات الاستعلامية سواء داخل البنك أو مع جهات خارجية.

المبحث الثاني: خدمات البنوك الإلكترونية

ظهور الإنترنت أصبحت طرق الدفع التقليدية لا تتماشى مع طبيعة هذه التعاملات الافتراضية مع ظهور كذلك التجارة الإلكترونية. من حيث هذا لم تستطع مجاورات عصر السرعة، لذا كان لزاما استحداث طرق ووسائل دفع تتلاءم مع هذه الطبيعة الافتراضية المرنة.

المطلب الأول: مفهوم وسائل الدفع الإلكترونية

أولاً: مفهوم الدفع الإلكتروني

يعتبر الدفع الإلكتروني من بين اهم المقومات الأساسية التي يعتمد عليها في عصرنة الانظمة المصرفية والمالية، وكذا التجارة الإلكترونية، هو حديث الساعة في الأونة الاخيرة فهو يتطور بشكل كبير وملحوظ، وقد اجتاحت هذا المجال السوق بشكل كبير بسبب الامتيازات

¹رياح دنيا، مرجع سبق ذكره، ص 8.

²رياح دنيا، مرجع سبق ذكره، ص9.

المبهرة التي تقدمها التجارة الإلكترونية من سهولة وأمان وغيرها من الامتيازات الأخرى، فخلال الـ 15 سنة الماضية تغير التسوق عبر الإنترنت و الدفع الإلكتروني من مجرد كونه قيمة مضافة إلى قيمة أساسية، و قد ساعد نمو متاجر التجزئة الكبرى والمتاجر المتخصصة في هذا التحول، و أصبحت التجارة الإلكترونية متوفرة للجميع من خلال الدفع الإلكتروني.

ثانياً: مفهوم وسائل الدفع الإلكتروني

هي وسيلة إلكترونية تتضمن قيمة نقدية مخزونة بطريقة إلكترونية كبطاقة أو ذاكرة كمبيوتر، مقبولة كوسيلة دفع بواسطة متعهدين غير المؤسسة التي أصدرتها، متاحة في متناول المستخدمين كبديل لل عملات النقدية والورقية وهذا من اجل القيام بتحويلات إلكترونية ذات قيمة محددة.

وسائل الدفع الإلكترونية عبارة عن الصورة المقابلة أو البديلة أو المكملة لوسائل الدفع التقليدية، ويكمن الفرق الأساسي بينهما في أن وسائل الدفع الإلكترونية تسيرها وعملياتها تتم إلكترونياً.

كما تعرف وسائل الدفع الإلكترونية على انها عملية يتم من خلالها استبدال القيمة المالية بالبضاعة، أو بالخدمات أو بالمعلومات، فهي تستخدم وسيطاً لتسهيل عملية التبادل مثل البنك أو أي مؤسسة مالية.

هو احدى طرق سداد ودفع كل التزاماتك اليومية أو الاسبوعية أو الشهرية إلكترونياً وهو ايضا عبارة عن نظام تقدمه المؤسسات المالية، والمصرفية لجعل عملية الدفع الإلكتروني آمنة وسهلة، وتمتاز هذه المنظومة بخضوعها للقوانين، التي تجعل كافة الحركات المالية تتم في سرية تامة، لضمان الحماية والأمان للمستخدم حيث ان نظام الدفع الإلكتروني قد ظهر بالتزامن مع ظهور التجارة الإلكترونية، لذلك تعتبر ذات علاقة وثيقة بتكنولوجيا المعلومات والاتصالات، والتي تكمل إجراءاتها الإلكترونية من بيع وشراء¹.

يعرف الدفع الإلكتروني على أنه " عملية تحويل الأموال هي في الأساس ثمن لسلعة أو خدمة بطريقة رقمية اي باستخدام أجهزة الكمبيوتر، وإرسال البيانات عبر خط تلفوني أو شبكة ما أو أي طريقة لإرسال البيانات."

تعريف قانون المعاملات الإلكترونية السعودي لوسائل الدفع الإلكترونية: " يعتبر تحويل الأموال الإلكترونية وسيلة مقبولة لإجراء الدفع. ولا يؤثر هذا القانون بأية صورة كانت على حقوق الأشخاص المقررة بمقتضى التشريعات ذات العلاقة نافذة المعقول." من جهة أخرى، يعرفها البنك المركزي الأوربي بأنها كل عملية دفع صدرت وعولجت بطريقة إلكترونية.

وهذا يعني أن وسائل الدفع الإلكترونية 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 ومؤسسات الائتمان.

¹ ابن قيدة مروان، مرجع سبق ذكره، ص 47.

هي وسيلة لتحويل الأموال وفق تقنية إلكترونية مما يسهل عملية التبادل بطريقة آمنة وسريعة وبأقل التكاليف الممكنة.

تعرف على أنها "الوسائل التي يتم بواسطتها نقل المعلومات التي تتعلق بحسابات للأطراف المعنية بصفقات تجارية إلكترونية"

كما تعرف على أنها عمليات دفع صادرة ومعالجة بطريقة إلكترونية من جهة وعلى مجموعة الأدوات والتحويلات التي تصدرها البنوك والمؤسسات المالية.

المطلب الثاني: خصائص وسائل الدفع الإلكترونية

للدفع الإلكتروني مجموعة من الخصائص نذكر منها¹:

✓ يتسم الدفع الإلكتروني بالطبيعة الدولية: أي أنه وسيلة مقبولة من جميع الدول، حيث يتم استخدامه لتسوية الحساب في المعاملات التي تتم عبر فضاء إلكتروني بين المستخدمين في كل أنحاء العالم خاصة بما أن عمليات التجارة تتوسع إقليمياً ودولياً، وبذلك تساعد وسائل الدفع الإلكترونية على تحسين السيطرة على عمليات التوزيع والنقل².

✓ يتم الدفع باستخدام النقود الإلكترونية: وهي قيمة نقدية تتضمنها بطاقة بها ذاكرة رقمية أو الذاكرة الرئيسية للمؤسسة التي تهيمن على إدارة عملية التبادل.

✓ يستخدم هذا الأسلوب لتسوية المعاملات الإلكترونية عن بعد: حيث يتم إبرام العقد بين أطراف متباعدة في المكان، ويتم الدفع عبر شبكة الإنترنت، أي من خلال المسافات بتبادل المعلومات الإلكترونية بفضل وسائل الاتصال اللاسلكية، يتم إعطاء أمر الدفع وفقاً لمعطيات إلكترونية تسمح بالاتصال المباشر بين طرفي العقد.

✓ يتم الدفع الإلكتروني بأحد الأسلوبين:

- الأسلوب الأول: من خلال نقود مخصصة سلفاً لهذا الغرض، و من ثم الدفع لا يتم إلا بعد الخصم من هذه النقود، و لا يمكن تسوية المعاملات الأخرى عليها بغير هذه الطريقة، و يشبه ذلك العقود التي يكون الثمن فيها مدفوع مقدماً.

- الأسلوب الثاني: من خلال البطاقات البنكية العادية، حيث لا توجد مبالغ مخصصة مسبقاً لهذا الغرض، بل إن المبالغ التي يتم السحب عليها بهذه البطاقات قابلة للسحب عليها بوسائل أخرى كالشيك لتسوية أي معاملة مالية.

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

يتم الدفع الإلكتروني من خلال نوعين من الشبكات:

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

- شبكة عامة، حيث يتم التعامل بين العديد من الأفراد لا توجد بينهم قبل ذلك روابط معينة. وهذه الخصائص بالتأكيد تسمح بتقليل وتخفيض تكاليف العمليات التجارية، إضافة إلى أنها تنظم الوقت، علاوة على تحسين إدارة النقد والشراكة التجارية بين الممولين والعملاء.

لزهير زاوش، دور نظام الدفع الإلكتروني في تحسين المعاملات المصرفية - دراسة حالة الجزائر، مذكرة ماجستير، غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي، الجزائر، 2011، ص18.

المطلب الثالث: مخاطر الخدمات المصرفية الإلكترونية

بالرغم من حداثة ومميزات الخدمات المصرفية الإلكترونية إلى أن تعرضها للخطر كبير سواء على مستوى الحفاظ على تلك النوعية من الأموال البنوك أو الاقتصاد القومي ككل .
وتتمثل هذه المخاطر فيما يلي:

أولاً: مخاطر التشغيل: وينشأ هذا النوع من المخاطر نتيجة ما يلي:

- **عدم التأمين الكافي للنظم:** يتمثل هذا الخطر في إمكانية الاختراق غير المسموح به بالدخول إلى نظم حسابات البنك بهدف التعرف على المعلومات الخاصة بالزبائن واستغلالها أو سرقة أرقام البطاقات الائتمانية سواء تم ذلك من خارج البنك أو العاملين به.
- **عدم ملاءمة تصميم النظم أو التنفيذ أو أعمال الصيانة:** ينشأ هذا الخطر نتيجة إخفاق النظم أو عدم كفاءتها لمواجهة متطلبات المستخدمين وعدم السرعة في حل هذه المشاكل المتعلقة بالنظم وصيانتها وعدم توفر نظم الحماية الفعالة لقواعد البيانات من حسابات الزبائن الذين يتوقعون منه السرعة الفائقة في تقديم ما يريدون من خدمات مصرفية.
- **إساءة الاستخدام من قبل العملاء:** ينشأ هذا النوع من المخاطر نتيجة عدم إحاطة العملاء بإجراءات التأمين الوقائية أو بسماحهم لعناصر إجرامية بالدخول إلى حسابات عملاء آخرين أو القيام بعمليات غسل الأموال باستخدام معلوماتهم الشخصية أو قيامهم بعدم إتباع إجراءات التأمين اللازمة.

● **سلامة البيانات:** وهي من أهم مكونات أمن النظام ويجب على إدارات البنوك أن تعمل على تحسين قابلية الأنظمة للعمل والارتباط مع أنظمة أخرى داخل المنظمة نفسها ومع المؤسسات الأخرى ولكون الخدمة البنكية متوفرة على مدار الساعة زاد ذلك في الضغوط التنافسية لكسب رضا العملاء وقلل من استعداداتهم لتحمل وقوع أخطاء.

● **ضبط التدقيق الداخلي:** إن تحقيق الكفاءة في العمل المصرفي وقدرة البنك على خفض النفقات يعتمد على قدرته على معالجة كافة نواحي ومراحل العمل الإلكتروني، وكذلك القدرة على الفصل السليم بين المهام والمسؤوليات لتحقيق الضبط الداخلي بفعالية، وتزداد الضغوط على البنك في حالة وجود نقص في الخبرات أو نقص الكفاءات ذات المهارة في أداء العمليات البنكية الإلكترونية وقدرة البنك على معالجة هذه الظروف الطارئة.

ثانياً: مخاطر السمعة: إن أي إضرار في الخدمات التي تقدمها البنوك قد يمس سمعتها، إذ تزيد احتمالات مخاطر السمعة بازدياد اعتماد البنك على القنوات الإلكترونية في تقديم خدماته وذلك بسبب تكرار المشاكل التقنية مما يساهم في فقدان الثقة في هذه القنوات، أما من جانب الزبائن فقد تنشأ هذه المخاطر نتيجة سوء استخدام الزبائن لاحتياطات الأمان أو نتيجة الجهل بالخدمة الإلكترونية، وحل هذه المعضلة يكون من خلال الدور الاعلامي للبنك حول الخدمة الإلكترونية وذلك بتقديم مساعدات تقنية واستشارية لزيائنه، حتى لا يتضاعف هذا الخطر سواء بسبب عدم الانتظام في تقديم الخدمات أو انتهاك خصوصية الزبائن أو عدم كفاءة البنك في تقديم الخدمة¹.

ثالثاً: مخاطر قانونية: تحدث المخاطر القانونية عندما لا يحترم البنك القواعد القانونية والتشريعات المنصوص عليها أو عندما لا تكون هناك نظم قانونية واضحة ودقيقة بخصوص عمليات مصرفية جديدة، وتبرز أهم التحديات القانونية متمثلة في تحدي قبول

¹أرياح دنيا، مرجع سبق ذكره، ص16.

القانون للتعاقدات الإلكترونية، حجيتها في الإثبات أمن المعلومات، وسائل الدفع التحديات الضريبية. إثبات الشخصية، التوافق الإلكترونية، أنظمة الدفع النقدي، المال الرقمي أو الإلكتروني سرية المعلومات، أمن المعلومات من مخاطر إجرام التقنية العالية خصوصية العميل.

رابعا: مخاطر أخرى: يرتبط أداء العمليات البنكية الإلكترونية بالمخاطر الخاصة بالعمليات البنكية التقليدية ومن ذلك مخاطر الائتمان والسيولة وسعر العائد ومخاطر السوق مع احتمال زيادة حدتها، فعلى سبيل المثال فإن استخدام قنوات غير تقليدية للاتصال بالعملاء وامتداد نشاط منح الائتمان إلى عملاء عبر الحدود قد يزيد من احتمالات إخفاق بعض العملاء في سداد التزاماتهم.

كذلك هناك بعض المخاطر الأخرى نذكر منها:

_ ارتفاع تكاليف جذب عملاء جدد للمعاملات البنكية من خلال الانترنت مما أدى إلى تراجع بعض البنوك عن تقديم خدمات مجانية للعملاء.

_ عدم وجود فهم واضح لمتطلبات عملاء البنوك الإلكترونية وكيفية تلبية هذه المتطلبات على مواقع البنك بالشكل الأمثل.

_ صعوبة الاعتماد على الانترنت فقط كوسيلة لتقديم الخدمات البنكية، فقد أثبتت الدراسات أهمية الوجود المادي للبنوك التقليدية بالإضافة للبنوك الإلكترونية، حيث أن العديد من العملاء يفضلون التواجد المادي للبنك بالإضافة إلى عامل الأمان.

_ إن عملية الإيداع النقدي تعد مشكلة بالنسبة لعملاء بنوك الانترنت حيث يضطر العميل لإرسال المبالغ التي يريد إيداعها بالبريد وهذه مشكلة كبيرة بالنسبة له.

المبحث الثالث: أدوات الدفع الإلكتروني

المطلب الأول: تعريف أدوات الدفع الإلكتروني

يعرف على أنه عملية تحويل الأموال، هي في الأساس ثمن لسلعة أو خدمة بطريقة رقمية أو باستخدام أجهزة الكمبيوتر، وإرسال البيانات عبر خط تلفوني أو شبكة ما أو أي طريقة إرسال البيانات، أما التشريع الجزائري فقد عرفها من خلال قانون النقد والقرض في المادة 69 من الأمر رقم 30-11 ال مؤرخ 26 أوت سنة 2003 على أنها " تعتبر وسائل الدفع كل الأدوات التي تمكن كل شخص من تحويل الأموال مهما يكن السن أو الأسلوب التقني المستعمل."

المطلب الثاني: آلية الدفع الإلكتروني

تجدر الإشارة إلى أن هذه القنوات الإلكترونية تقدم من خلالها الخدمة المصرفية بشكل كامل؛ من بداية اختيار الخدمة من قبل العميل مروراً بإجراءات إتمامها وانتهاء بأدائها بشكل إلكتروني كامل، مثل: القيام بدفع فاتورة الهاتف عن طريق الصراف الآلي أو العملية النصف إلكترونية، مثل قيام العميل بالسحب من حسابه المدين أو الدائن نقداً، فيتم التأثير على هذا الحساب إلكترونياً بالخصم بقيمة المبلغ المحسوب، بينما يستلم النقود الورقية فعلياً.

أولاً: الصراف الآلي: وهي تلك الآلات التي يمكن نشرها بالأماكن المختلفة سواء بالجدار أو بشكل مستقل، وتكون متصلة بشبكة حاسب المصرف، ويقوم العميل باستخدام بطاقة بلاستيكية أو بطاقة ذكية للحصول على الخدمات المختلفة، وللاستفادة من خدمات الصراف الآلي يتطلب الحصول على بطاقة الفيزا الكرتون أو الماستر كارد. أهم الخدمات التي يقدمها الصراف الآلي:

- أ. السحب النقدي.
- ب. الإيداع النقدي.
- ت. إيداع الشيكات.
- ث. دفع الفواتير.
- ج. الحصول على البطاقات المدفوعة مسبقاً، مثل البطاقة التي تسمح بالدخول على الإنترنت.
- ح. الاستفسار عن الأرصدة (طلب كشف حساب).
- خ. التحويل من الحسابات.
- د. تغيير الرقم السري.
- ذ. طلب دفتر شيكات.
- ر. الاستفسار عن أسعار العملات.

ثانياً: نقاط البيع الإلكترونية: وهي الآلات التي تنتشر لدى المؤسسات التجارية والخدمية بمختلف أنواعها وأنشطتها، ويمكن للعميل استخدام بطاقات بلاستيكية أو بطاقات ذكية للقيام بأداء مدفوعات من خلال الخصم على حسابه إلكترونياً بتمرير البطاقة داخل الآلات المتصلة إلكترونياً بحساب المصرف.

ثالثاً: الصيرفة المنزلية: وهو ذلك الحساب الشخصي الموجود بالمنزل أو بالعمل أو أي مكان متصل بحاسب المصرف ليتمكن العميل من خلال كلمة سر (Passoir) أو رقم سري (Pin Nimber) أو كليهما من إتمام العمليات المصرفية المطلوبة.

رابعاً: الصيرفة المحمولة: وهي تلك الخدمات المصرفية التي تتاح من خلال الهاتف المحمول، بواسطة تطبيق معد عن طريق البنك، يتم استخدام العميل رقماً سرياً يتيح له الدخول إلى حسابه للاستعلام عن أرصده، وكذلك للخصم منه تنفيذاً لأي من الخدمات المصرفية المطلوبة.

خامساً: الصيرفة الهاتفية: أو تسمى مركز خدمة العملاء، إذ تقوم البنوك بتشغيل مراكز للاتصالات وخدمة العملاء بحيث تتيح أداء الخدمة المصرفية هاتفياً باستخدام رقم سري، وتعمل هذه المراكز على مدار الساعة.

المطلب الثالث: أنواع أدوات الدفع الإلكتروني

تطورت أنظمة الدفع الإلكتروني مع انتشار عمليات التجارة الإلكترونية، ويقصد بالدفع الإلكتروني على أنه مجموعة الأدوات والتحويلات الإلكترونية التي تصدرها المصارف والمؤسسات كوسيلة دفع، وتتمثل في البطاقات البنكية، والنقود الإلكترونية؛ والشيكات الإلكترونية، والبطاقات الذكية.

أولاً: البطاقات البنكية: أو البطاقات البلاستيكية، وهي عبارة عن بطاقة مغناطيسية يستطيع حاملها استخدامها في شراء معظم احتياجاته أو أداء مقابل ما يحصل عليه من خدمات دون الحاجة لحمل مبالغ كبيرة قد تتعرض لمخاطر السرقة أو الضياع أو الإتلاف. وتنقسم البطاقات الإلكترونية إلى ثلاثة أنواع هي:

1- **بطاقات الدفع:** تصدرها البنوك أو شركات التمويل الدولية بناء على وجود أرصدة فعلية للعميل في صورة حسابات جارية تقابل المسحوبات المتوقعة له.

ب- **البطاقات الائتمانية:** هي البطاقات التي تصدرها المصارف في حدود مبالغ معينة، تمكن حاملها من الشراء الفوري لاحتياجاته مع دفع أجل لقيمتها، مع احتساب فائدة مدينة على كشف الحساب بالقيمة التي تجاوزها العميل نهاية كل شهر.

ت- **بطاقات الصرف الشهري:** تختلف هذه البطاقات عن البطاقات الائتمانية كونها تسدد بالكامل من قبل العميل للبنك خلال الشهر الذي تم فيه السحب (أي أن الائتمان في هذه البطاقة لا يتجاوز شهر).

تصدر البطاقات البنكية من طرف مجموعة من المنظمات العالمية والمؤسسات المالية والتجارية، نذكر منها:

فيزا Visa internationale: تعد أكبر شركة دولية في إصدار البطاقات الائتمانية ، يعود تاريخ إنشائها إلى عام 1958 عندما أصدر بنك أمريكا البطاقات الزرقاء و البيضاء و الذهبية.

ماستر كارد Master carde internationale: هي ثاني أكبر شركة دولية في إصدار البطاقات الائتمانية، مقرها في الولايات المتحدة الأمريكية ، بطاقتها مقبولة لدى أكثر من (9,4) مليون محل تجاري ، استخدمت لتسوية معاملات بلغت أكثر من (200) مليون دولار¹.

أمريكا إكسبرس American Express: هي من المؤسسات المالية الكبرى التي تصدر بطاقات ائتمانية مباشرة دون ترخيص إصدارها لأي مصرف ، و أهم البطاقات الصادرة عنها:

- إكسبرس الخضراء: تمنح للعملاء ذوي الملاءة المالية العالية.
- إكسبرس الذهبية: تمتاز بتسهيلات غير محددة السقف الائتماني، تمنح للعملاء ذوي الملاءة المالية العالية
- إكسبرس الماسية: تصدر لحاملها بعد التأكد من الملاءة المالية، وليس بالضرورة أن يفتح حاملها حساب لديها.

ديرت كلوب Dictor club: من مؤسسات البطاقات الائتمانية الرائدة عالميا ، رغم صغر عدد حملة بطاقتها إلا أنها حققت أرباحا وصلت إلى (16) ، مليون دولار ، تصدر بطاقات متنوعة مثل:

- ✓ بطاقات الصرف البنكي لكافة العملاء.
- ✓ بطاقات الأعمال التجارية لرجال الأعمال.
- ✓ بطاقات التعاون مع الشركات الكبرى، مثل شركات الطيران.

ثانيا: النقود الإلكترونية: بعد ظهور البطاقات البنكية ظهرت " النقود الإلكترونية " أو " النقود الرقمية «، هي عبارة عن نقود غير ملموسة تأخذ صورة وحدات إلكترونية تخزن في مكان آمن على الهارد ديسك لجهاز الكمبيوتر الخاص بالعميل يعرف باسم المحفظة الإلكترونية، ويمكن للعميل استخدام هذه المحفظة في القيام بعمليات البيع أو الشراء أو التحويل.

و على ذلك يمكن تجسيد النقد الالكتروني في صورتين:
أ. حامل النقد الالكتروني: يحتوي على احتياطي نقدي مخزن في البطاقة يسمح بإجراء الدفع للمشتريات الصغيرة.

ب. النقد الافتراضي: عبارة عن برنامج يسمح بإجراء الدفع عبر شبكات الإنترنت.
ثالثا: الشيكات الالكترونية: وهو مثل الشيك التقليدي؛ تعتمد فكرة الشيك الالكتروني على وجود وسيط لإتمام عملية التخليص والمتمثل في جهة التخليص (البنك) الذي يشترك لديه البائع والمشتري من خلال فتح حساب جاري بالرصيد الخاص بهما مع تحديد التوقيع الالكتروني لكل منهما وتسجيله في قاعدة البيانات لدى البنك الالكتروني. من البنوك التي تتبنى فكرة الشيكات الالكترونية بنك بوسطن، سيتي بنك.

رابعا: البطاقات الذكية: تماشيا مع التطورات التكنولوجية ظهرت البطاقات الذكية Smart ; cars هي عبارة عن بطاقة بلاستيكية تحتوي على خلية إلكترونية يتم عليها تخزين جميع البيانات الخاصة بحاملها مثل (الاسم، العنوان، المصرف المصدر، أسلوب الصرف، المبلغ المنصرف وتاريخه، وتاريخ حياة العميل المصرفية) .

إن هذا النوع من البطاقات الجديدة يسمح للعميل باختيار طريقة التعامل سواء كان انتمانيا أو دفعا فوريا، وهو ما يجعلها بطاقة عالمية تستخدم على نطاق واسع في معظم الدول الأوروبية والأمريكية، ومن الأمثلة للبطاقات الذكية بطاقة MondexCard التي تم طرحها لعملاء المصارف وتوفر لهم العديد من المزايا بحسب ما أورد نذكر منها:

أ. يمكن استخدامها كبطاقة انتمانية أو بطاقة خصم فوري طبقا لرغبة العميل.
ب. سهولة إدارتها مصرفيا بحيث لا يمكن للعميل أن يستخدمها بقيمة أكثر من الرصيد المدون على الشريحة الالكترونية للبطاقة.
ت. أمان الاستخدام لوجود ضوابط أمنية محكمة في هذا النوع من البطاقات ذات الذاكرة الالكترونية.

ث. إمكانية التحويل من رصيد بطاقة إلى رصيد بطاقة أخرى من خلال آلات الصرف الذاتي أو أجهزة التليفون العادي أو المحمول¹.
ج. يمكن للعميل السحب من رصيد حسابه الجاري بالبنك وإضافة القيمة إلى رصيد البطاقة من خلال آلات الصرف الذاتي أو أجهزة الهاتف العادي أو المحمول.

سعيد محمد سعيد البردويل ، مرجع سبق ذكره، ص 10¹

خلاصة الفصل:

أثر تطور تكنولوجيا المعلومات والاتصالات الحديثة على جميع قطاعات الحياة، بما في ذلك القطاع المصرفي، الذي يُعدّ الأكثر تطورًا من حيث الأداء والسياسات. ونتيجةً لذلك، تطلّب الأمر وضع استراتيجيات لمواجهة الصعوبات المرتبطة بالثورة التكنولوجية. ولعلّ أبرزها اعتماد الخدمات المصرفية الإلكترونية كوسيلة لتحديث البيئة المصرفية. تسعى البنوك اليوم إلى تحقيق نجاح ملحوظ في تحويل عملياتها المصرفية التقليدية إلى فضاءات إلكترونية مخصصة للخدمات المصرفية. وهذا يعني أن البنوك تُقدّم خدماتها التقليدية والمبتكرة على مدار الساعة، من أي مكان، دون أي انقطاع، عبر أجهزة الصراف الآلي، أو الهاتف، أو الإنترنت، أو غيرها من الوسائل. يقتصر الوصول إلى هذه الخدمات على المشاركين الذين يستوفون شروطًا محددة. سيؤدي ذلك إلى توفير التكاليف، وزيادة حجم السوق، وضمان الأمان في ظلّ المنافسة الشديدة.

يُعدّ النظام المصرفي الإلكتروني منصةً لإطلاق مبادرات رقمية قادرة على تحويل الاقتصاد الوطني إلى اقتصاد رقمي. ويتحقق ذلك من خلال وسائل الدفع الإلكترونية الحديثة، والتي تتميز بنطاق تطبيق واسع يشمل مختلف المجالات. ومن أهم وسائل الدفع الحديثة البطاقات المصرفية، والنقود الإلكترونية، والبطاقات الذكية، التي تُقدم فوائد متعددة للمالك، والمُصدر، والتاجر. إلا أن لهذه الأخيرة عيوبها.

الفصل الثالث:

الصيرفة الالكترونية ودورها في تحسين

جودة الخدمات المصرفية

في القرض الشعبي الجزائري CPA

ولاية خنشلة

تمهيد الفصل:

شهد العالم تحولات جذرية مدفوعة بالثورة الرقمية، ولم يكن القطاع المصرفي بمنأى عن هذه التغيرات. فمع التطور التكنولوجي المتسارع، برزت الصيرفة الإلكترونية كركيزة أساسية في تقديم الخدمات المصرفية، مغيرةً بذلك مفهوم التعاملات المالية التقليدية. في الجزائر، يسعى القطاع المصرفي إلى مواكبة هذه التطورات، مستفيداً من الإمكانيات الهائلة

التي توفرها الرقمة لتحسين تجربة العملاء وتعزيز الكفاءة التشغيلية. ضمن هذا السياق، كأحد المؤسسات المصرفية الرائدة التي تتبنى (CPA) يبرز بنك القرض الشعبي الجزائري استراتيجية التحول الرقمي، ساعياً لتقديم خدمات مصرفية إلكترونية متطورة.

سيتناول الفصل بالتفصيل تجربة بنك القرض الشعبي الجزائري في مجال الصيرفة الإلكترونية، مستعرضاً المنتجات والخدمات الرقمية التي أطلقها البنك، مثل منصات البنك الإلكتروني، تطبيقات الهاتف المحمول، وبطاقات الدفع الإلكتروني، وكيف ساهمت هذه الخدمات في تسهيل المعاملات المصرفية للعملاء وزيادة إمكانية الوصول للخدمات المالية.

كما سيبحث الفصل في الفوائد والتحديات التي تواجه بنك القرض الشعبي الجزائري في مسيرته نحو التحول الرقمي الكامل. فبينما توفر الصيرفة الإلكترونية مزايا عديدة مثل الكفاءة، السرعة، وتقليل التكاليف، البنية التحتية، وقبول العملاء لهذه التقنيات الجديدة. سيتطرق الفصل أيضاً إلى الإجراءات والاستراتيجيات التي يتبناها البنك لمواجهة هذه التحديات وضمان بيئة مصرفية إلكترونية آمنة وفعالة.

إن دراسة دور بنك القرض الشعبي الجزائري في مجال الصيرفة الإلكترونية تقدم نموذجاً حياً لكيفية تكيف المؤسسات المصرفية مع التغيرات التكنولوجية، وتوضح أهمية الابتكار والرقمة في الحفاظ على التنافسية وتقديم خدمات مصرفية تلبي تطلعات العملاء في عالم يزداد رقمية.

المبحث الأول: تقديم عام حول القرض الشعبي الجزائري CPA ولاية خنشلة

المطلب الأول: نشأة القرض الشعبي الجزائري CPA

بصفته مؤسسة مالية عالمية مرموقة، يركز بنك القرض الشعبي الجزائري على سجله الحافل بالإنجازات في دعم المشاريع الضخمة، الأمر الذي يعزز مكانته كفاعل اقتصادي محوري لا يمكن تجاهله.

وسعيًا لتلبية متطلبات عملائه بكفاءة عالية، يولي البنك اهتماماً بالغاً لتنويع باقاته المصرفية الشاملة، لتغطي بذلك احتياجات مختلف الشرائح من الأفراد والشركات والمؤسسات والمهنيين.

يستمد بنك القرض الشعبي الجزائري صلابته من كفاءة موارده البشرية وعراقته الممتدة منذ تأسيسه عام 1966. وبذلك، يُعد البنك أحد الركائز الأساسية للقطاع المصرفي في الجزائر، حيث يبلغ رأسماله الاجتماعي حالياً 200 مليار دينار جزائري، وتملك الدولة حصة الأغلبية فيه.

يملك بنك القرض الشعبي الجزائري شبكة واسعة تغطي أرجاء البلاد، قوامها حوالي 165 وكالة منتشرة في كل مكان، بالإضافة إلى 108 نافذة مخصصة للمعاملات المصرفية الإسلامية.

وسعيًا ليكون قريباً من زبائنه، يوفر بنك القرض الشعبي الجزائري خدماته ومنتجاته عبر الإنترنت من خلال تطبيقات مثل Mobile CPA و E-banking و e-cp@ ، كما يملك مركزي اتصال يعملان باستمرار لضمان تقديم الدعم اللازم فيما يتعلق بالمنتجات النقدية. ولتحقيق أهدافه الطموحة، يعتمد البنك حالياً على فريق عمل متكامل يزيد عن 4451 موظفا يظل بنك القرض الشعبي الجزائري الخيار الأمثل لمختلف المؤسسات، سواء كانت ناشئة أو ذات خبرة ومهنية عالية، بغض النظر عن حجمها، وباعتباره مؤسسة وطنية ملتزمة، يولي بنك القرض الشعبي الجزائري اهتماماً بالغاً بمسؤولياته الاجتماعية، فهو لا يدخر جهداً في دعم وتمويل المبادرات والأنشطة التي تسهم في تقدم وازدهار بلدنا.

المطلب الثاني: سمعة البنك الدولية

يلعب بنك القرض الشعبي الجزائري دوراً فاعلاً في دعم التجارة الخارجية وتمويلها. يقدم البنك دعمه الكامل للمستوردين من خلال مساعدتهم في إدارة مخاطر عدم الدفع المتعلقة بصادراتهم، كما يضمن للموردين تحصيل مستحقاتهم المالية مقابل السلع التي يقدمونها. يوفر البنك القرض الشعبي الجزائري لعملائه ثلاث طرق رئيسية للدفع على الصعيد الدولي: الاعتماد المستندي، ودفع قيمة الاعتماد المستندي، والتحويل الحر. وتعزيزاً لقدراته في هذا المجال، يملك البنك شبكة واسعة تضم 20 بنكاً مراسلاً دولياً مرموقاً يتمتع بسمعة طيبة على مستوى العالم.¹

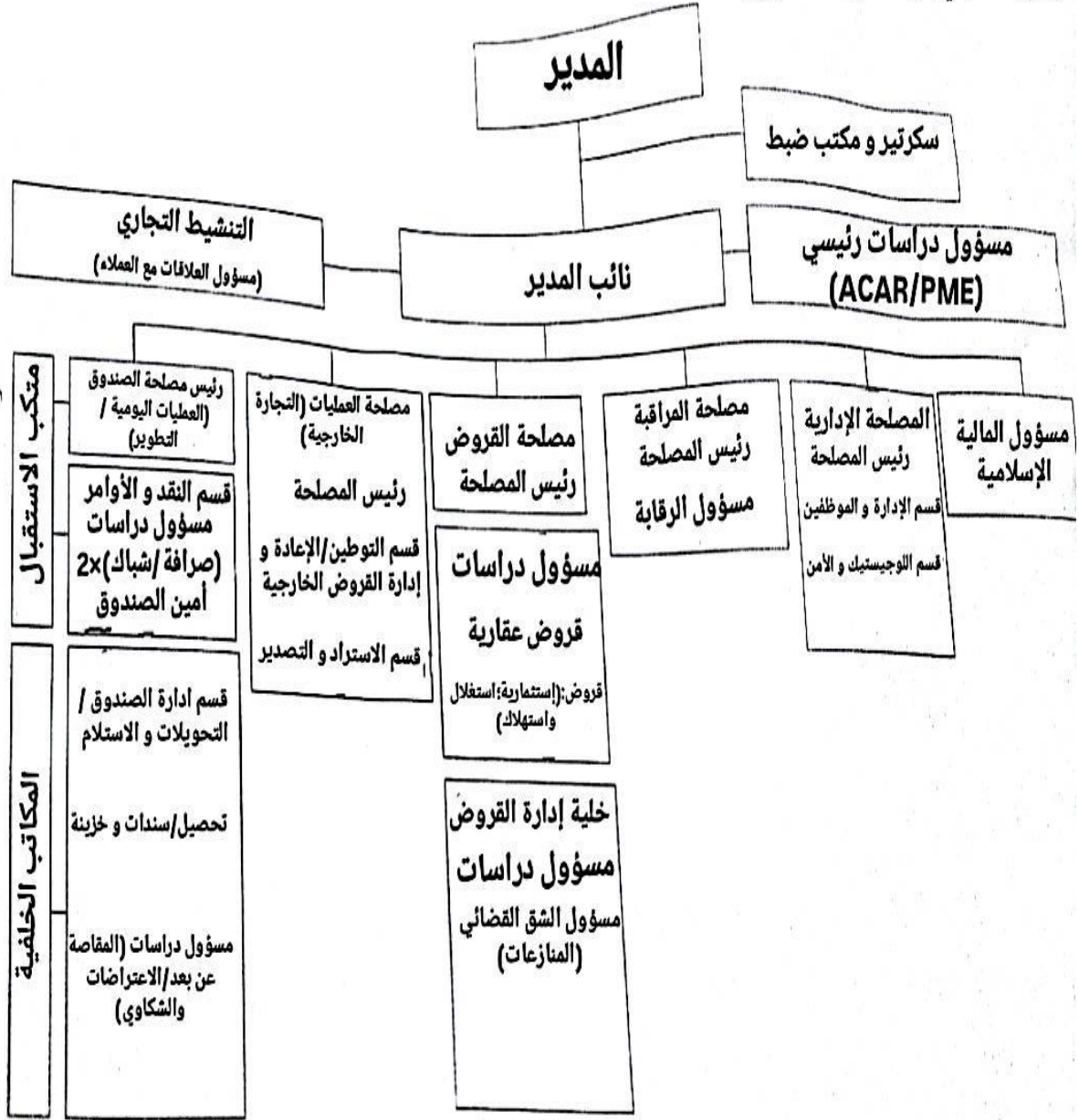
وفيما يتعلق بالتعاملات باليورو، يتعاون البنك مع مؤسسات مالية رائدة مثل: BNP ،Fortis Bank ،Deutsche Bank ،Natixis ،Société Générale ،Paribas ،Crédit Agricole ،ABC Bank ،Commerzbank ،Byblos Bank ،UniCredit ،UBAE Bank².

المطلب الثالث: الهيكل التنظيمي

¹ https://www.cpa-bank.dz/index.php/fr/Section_admin_et_persnel_Animation

² [https://www.cpa-bank.dz/index.php/fr/Section_admin_et_persnel_Animation commerciale](https://www.cpa-bank.dz/index.php/fr/Section_admin_et_persnel_Animation_commerciale), consulter le 27_02_2025 à 15 :33.

الهيكل التنظيمي للوكالة من الفئة الاولى



المبحث الثاني: الوسائل الإلكترونية التي يتبعها البنك
المطلب الأول: المواقع الإلكترونية البنكية

وضع القرض الشعبي الجزائري تحت تصرف زبائنه تطبيق الخدمات الإلكترونية الذي يتيح لهم الاطلاع على حساباتهم بطريقة آمنة ومتابعة العمليات البنكية فور إجرائها. مع خدماتنا المصرفية الإلكترونية، يصبح بنكك في متناول يدك على مدار الساعة، طوال أيام الأسبوع. يمكنك الآن الاستمتاع بمجموعة واسعة من المزايا وأنت في مكانك:
- وصول دائم لحساباتك : تفقد أرصديك وراجع معاملاتك في أي وقت يناسبك
- طلب سهل لدقتر الشيكات : لم يعد هناك داعٍ لزيارة الفرع، يمكنك طلب دقتر شيكاتك ببضع نقرات إدارة

-تحويلاتك عن بعد : سواء كنت ترغب في تحويل مبلغ لشخص واحد أو لعدة مستفيدين، يمكنك إدخال البيانات وتوقيع الأوامر وإرسالها إلكترونياً عبر منصة e-Banking المتطورة، في أي وقت ومن أي مكان

-تتبع مباشر لحوالاتك : كن على اطلاع دائم بحالة أوامر التحويل التي أرسلتها، وتابع مراحل تنفيذها بسهولة

_الحصول على كشف حسابك المصرفي (RIB) وإرساله : قم بتنزيل نسخة من كشف حسابك المصرفي وأرسلها عبر البريد الإلكتروني مباشرة من المنصة

_تنفيذ عمليات تحويل العملات : يمكنك الآن إجراء تحويلات بين العملات المختلفة بكل سهولة ويسر عبر خدماتنا الإلكترونية.

لتفعيل المزايا الكاملة للخدمات المصرفية الإلكترونية، إليك الخطوات الأساسية:¹

✓ امتلاك حساب بنكي: يجب أن يكون لديك حساب واحد أو أكثر نشطاً لدى بنكنا؛

✓ تفعيل الاشتراك في الخدمات الإلكترونية: يلزم الاشتراك في خدمة e-Banking للاستفادة من جميع الميزات المتاحة؛

✓ تفعيل خدمة التحويلات عن بعد: إذا كنت ترغب في إجراء تحويلات مالية إلكترونياً، سواء لمستفيد واحد أو عدة مستفيدين، يجب تفعيل هذه الخدمة تحديداً؛

✓ معلومة هامة حول الأمان: عند استخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية، يحرص البنك على توفير أعلى مستويات الحماية. وتسجيل الدخول الآمن إلى حسابك، ستحتاج إلى إدخال اسم المستخدم الخاص بك وكلمة المرور التي تم تزويدك بها عند الاشتراك في الخدمة. ولتعزيز الأمان بشكل إضافي، يتم استخدام لوحة مفاتيح افتراضية تظهر على الشاشة، مما يوفر حماية أكبر مقارنة باستخدام لوحة المفاتيح التقليدية.

ملخص مفصل لاتفاقية خدمة التحويلات المالية عن بعد: (E-Banking)²

¹ Charge d'études principal ACAR/PME

² Directeur adjoint

عقد خاص بأوامر التحويلات الأحادية والمتعددة
عن بعد عن طريق الخدمات البنكية الإلكترونية « e-Banking »

الزبون الممضي أسفله(1).....

ممثّل من طرف: السيدة الأئمة السيد

اللقب..... الاسم.....

الصفة:.....

تاريخ و مكان الايداد.....

العنوان الشخصي.....

بطاقة التعريف رقم : مسلمة بتاريخ من طرف

العنوان المهني.....

عنوان المقر الاجتماعي:.....

الشكل القانوني :.....

السجل التجاري رقم:.....سلم بتاريخ من طرف.....

رقم الاستدلال الجبائي:.....

رقم الهاتف..... رقم الفاكس.....

البريد الإلكتروني.....

يصرح أنه يشترك في خدمة أوامر التحويلات عن بعد عن طريق الخدمات البنكية الإلكترونية على الحساب أو الحسابات المذكورة أسفله تبعاً للشروط العلمة الواردة على ظهر هذا العقد.

طبيعة الخدمة	القناة	أرقام الحسابات المسموحة للخصم
أمر التحويل الأحادي عن بعد		رقم:
عن طريق الخدمات البنكية الإلكترونية		رقم:
أمر التحويل متعدد عن بعد (*)		رقم:
عن طريق الخدمات البنكية الإلكترونية	انترنت	رقم:
		رقم:

حرر في.....
الإمضاء مسبقاً بعبارة بخط اليد
"قرأ و صودق عليه"
ختم الزبون

إمضاء و ختم الوكالة

(1) الاسم و اللقب أو التسمية الاجتماعية

(*)أمر التحويل متعدد عن بعد لا يخص الخواص

نطاق الاتفاقية:

- تحدد هذه الشروط والأحكام كيفية استخدام خدمة التحويلات المالية عن بعد عبر موقع البنك الإلكتروني (Banking-) والتي تتيح للعملاء تبادل بيانات أوامر التحويل مع البنك عبر الإنترنت؛

- الخدمة المقدمة: يوفر البنك للعملاء واجهة إلكترونية لإدخال، توقيع، وإرسال أوامر تحويل الأموال الفردية أو المتعددة عن بعد، مما يغنيهم عن زيارة فروع البنك. تخضع هذه التبادلات لعقد محدد يتضمن استمارة الاشتراك والشروط العامة وملحقاتها.
شروط الاستخدام الأساسية:

* يجب أن يكون لدى العميل حساب مفتوح لدى البنك.
* يتطلب الاشتراك في خدمة E-Banking وتفعيل خدمة أوامر التحويل عن بعد.
* لتسجيل الدخول، يجب إدخال اسم المستخدم وكلمة المرور المقدمة من البنك، مع استخدام لوحة مفاتيح افتراضية كإجراء أمان إضافي.

تعريف الخدمة وأنواع التحويلات: تتيح خدمة التحويلات عن بعد للعملاء إصدار أوامر تحويل محلية آمنة بمبلغ أقل من مليون دينار جزائري لمستفيد واحد أو أكثر دون الحاجة للتنقل للفرع. تشمل الخدمة التحويلات الفردية (من حساب إلى مستفيد واحد) والتحويلات المتعددة (من حساب إلى عدة مستفيدين)، بما في ذلك التحويلات بين حسابات العميل نفسه. يمكن أن تكون التحويلات فورية أو مؤجلة.

شروط التنفيذ والمسؤوليات:
* يقر العميل بأن عمليات التحويل تخضع للوائح والقواعد المصرفية بالإضافة إلى شروط هذه الاتفاقية.

* يحتفظ البنك بالحق في رفض أي عملية لا تتوافق مع شروط العقد.
* يتعهد الطرفان (البنك والعميل) بتوفير إجراءات حماية لتأمين التبادلات الإلكترونية وإبلاغ الطرف الآخر بأي صعوبات في التنفيذ.
* التزامات البنك : ضمان أفضل تنفيذ ممكن للعمليات الصحيحة والمقدمة في الوقت المحدد، إعلام العميل بتنفيذ العمليات، وإبلاغه في حال انقطاع الخدمة بأن إمكانية إجراء التحويلات في الفرع تبقى متاحة.

* التزامات العميل : احترام شروط تنفيذ العمليات والتسعيرات، التأكد من دقة البيانات المرسلة، تحمل مسؤولية البيانات حتى تأكيد استلامها من نظام البنك، التحقق من تفاصيل المستفيدين (RIB/RIP) ، الاسم، العنوان، مبلغ التحويل (، وضمان سلامة الأجهزة والأنظمة المستخدمة¹.

تحديد المسؤولية:

* يخضع البنك لالتزام ببذل العناية لتوفير الوسائل اللازمة للخدمة.
* يعترف العميل بتحملة مخاطر استخدام الإنترنت وتبادل البيانات الإلكترونية، ويعفى البنك من المسؤولية عن أي ضرر ناتج عن نقل البيانات عبر الإنترنت.
* يقر العميل بقبول أي تعديلات مستقبلية على الخدمة تفرضها التطورات التكنولوجية والقانونية.

¹ Animation commerciale Charge clientèle

* * لا يتحمل البنك مسؤولية الأضرار الناتجة عن عدم احترام العميل لالتزاماته، أو عن توقف الخدمة مؤقتاً لأسباب أمنية، أو عن عدم تنفيذ العمليات بسبب عدم كفاية الرصيد أو تجميد الحساب.

* في حال تعذر إرسال أوامر التحويل عبر الإنترنت لأسباب تقنية، يقبل البنك الأوامر الورقية في الفرع.

الإثبات والحفظ والأرشيف:

* يقبل العميل بصحة العمليات التي تتم عبر حسابه الإلكتروني.
* تعتبر أوامر التحويل المرسلة بكلمة المرور والتوقيع الإلكتروني بمثابة كتابة إلكترونية لها نفس قيمة الكتابة الورقية.

* تعتبر سجلات البنك الإلكترونية دليلاً على الأوامر المرسلة.
* لا يقبل البنك أي اعتراض على العمليات بعد مرور 30 يوماً من تاريخ تنفيذها.
* يلتزم الطرفان بحفظ البيانات والرسائل المتعلقة بالعمليات لمدة 3 سنوات.

شروط التسعيرة: يتم تحديد رسوم الخدمة في الشروط العامة للبنك ويتم إبلاغ العميل بها قبل توقيع العقد. يخطر البنك العميل بأي تعديلات على الأسعار قبل شهرين من دخولها حيز التنفيذ، ويعتبر عدم اعتراض العميل خلال 8 أيام موافقة ضمنية على التعديلات.
السر المهني: يلتزم البنك بالسر المهني تجاه معلومات العميل وعملياته، ولا يتم الكشف عن أي معلومات للغير إلا بموافقة صريحة من العميل، باستثناء الحالات التي يفرضها القانون (السلطات النقدية، القضائية، الجبائية، والأمنية).

المخاطر والأمن: نظراً للتطور المستمر في تكنولوجيا المعلومات والتشفير، لا يمكن ضمان أمن مطلق. يعتبر جهاز كمبيوتر العميل جزءاً من نظام الخدمة وهو خارج عن سيطرة البنك، مما قد يشكل نقاط ضعف. يجب على العميل اتخاذ تدابير وقائية ضد الفيروسات. لا يضمن البنك التشغيل الكامل للإنترنت وقد تحدث أعطال خارجة عن إرادته. يتحمل العميل مسؤولية تجهيز وصيانة أنظمتها لضمان التوافق والأمان¹.

مدة العقد والفسخ: العقد غير محدد المدة ويسري مفعوله من تاريخ التوقيع، ويمكن فسخه في أي وقت من قبل أي من الطرفين. يحق للبنك تعليق أو فسخ العقد فوراً في حالات محددة مثل وفاة العميل، إفلاسه، عدم احترام إجراءات الأمان، الاستخدام التعسفي للخدمة، أو وجود مشاكل في حسابات العميل.

القانون المطبق وحل النزاعات: تخضع العلاقة بين العميل والبنك للقانون الجزائري، وفي حال عدم التوصل إلى حل ودي لأي نزاع، تختص المحاكم الجزائرية بالفصل فيه.

تطور وتعديل العقد: يمكن للبنك تعديل شروط العقد لمواكبة التطورات التقنية والقانونية، ويتم إبلاغ العميل بهذه التعديلات قبل شهرين من سريانها. يحق للعميل فسخ العقد في حال عدم قبوله للتعديلات.

حماية البيانات الشخصية: يقدم النص نصائح للعملاء حول كيفية حماية بياناتهم الشخصية وكلمات المرور عند استخدام الخدمات الإلكترونية.

¹ Animation commerciale Charge clientèle

حالة ضياع كلمة المرور أو سرقة الجهاز: يوضح الإجراءات التي يجب على العميل اتخاذها في حال فقدان كلمة المرور أو سرقة الجهاز، بما في ذلك تغيير كلمة المرور والاتصال بالبنك لحظر الاشتراك مؤقتاً إذا لزم الأمر.

المطلب الثاني: Mobile CPA

يصبح الوصول إلى حساباتك وإدارتها عملية سهلة وآمنة للغاية، متاحة على مدار الساعة وطوال أيام الأسبوع، أينما كنت. هاتفك الذكي هو بوابتك إلى عالم من الخدمات المصرفية المريحة.

- حساباتك في قبضتك مع! «Mobile CPA»
- استمتع بكامل إمكانيات تطبيق «Mobile CPA» الذي يمنحك حرية التصرف والتحكم الكامل بحساباتك وأنت في مكانك.
- يوفر لك تطبيق «Mobile CPA» (الخدمات المصرفية عبر الإنترنت على هاتفك المحمول أو جهازك اللوحي)
- متابعة أرصدة حساباتك: اطلع على رصيدك الحالي في مختلف حساباتك (بالدينار الجزائري، العملات الأجنبية، وحسابات الادخار) واستعرض جميع العمليات المصرفية السابقة بكل سهولة.
- إجراء تحويلات محلية آمنة عن بعد: قم بتحويل الأموال داخل الجزائر (بمبلغ أقل من مليون دينار جزائري) لمستفيد واحد أو أكثر، سواء كانوا عملاء في بنك القرض الشعبي الجزائري أو في بنوك أخرى، دون الحاجة لزيارة أي فرع. العملية تتم بسرعة وأمان تام.
- طلب دفتر الشيكات بسهولة: اطلب دفتر شيكات جديد مباشرة من التطبيق.
- الحصول على كشف حسابك المصرفي (RIB) ومشاركته: قم بتنزيل كشف حسابك المصرفي وارسله عبر رسالة نصية أو البريد الإلكتروني.¹
- ولم تنته المزايا هنا! مع «Mobile CPA» يمكنك أيضا
- تحديد مواقع فروعنا وتتبع مسار الوصول: اعثر بسهولة على أقرب فرع وحدد أفضل طريق للوصول إليه.
- مراقبة تطور رصيدك بيانياً: تابع نمو رصيدك مع مرور الوقت من خلال رسوم بيانية واضحة.
- تحويل العملات بكل يسر: قم بتحويل العملات الأجنبية وأنت في مكانك.
- تحليل شامل لحساباتك: احصل على نظرة عامة مفصلة حول نشاط حساباتك.
- كيف تبدأ باستخدام «Mobile CPA»؟ الأمر بسيط! ما عليك سوى الاشتراك في خدمة "الخدمات البنكية الإلكترونية e-Banking" لدى الفرع الذي تتعامل معه وتوقيع عقد الاشتراك الخاص بخدمة «Mobile CPA»
- فترة الاشتراك: الاشتراك سنوي ويصبح فعالاً فور تفعيله. إذا كنت ترغب في إلغاء الاشتراك قبل نهاية مدته، يرجى إبلاغ البنك كتابياً.
- يمكنك تنزيل وتثبيت تطبيق «Mobile CPA» بسهولة من خلال متجر التطبيقات «App Store» أو «Google Play».

¹ Animation commerciale Charge clientèle

عقد انتساب الخدمة المصرفية عبر الهاتف المحمول

« MOBILE CPA »

الزبون الممضي أسفله

(1).....

ممثل من طرف: السيدة الأنسة السيد

اللقب..... الاسم.....

الصفة:.....

تاريخ و مكان الازدياد.....

العنوان الشخصي.....

العنوان المهني.....

عنوان المقر الاجتماعي:.....

الشكل القانوني:.....

السجل التجاري رقم:..... مسلم بتاريخ..... من طرف.....

رقم الاستدلال الجبائي:.....

رقم الهاتف..... رقم الفاكس.....

البريد الالكتروني.....

بصرح أنه يريد الاشتراك في الخدمة المصرفية عبر الهاتف المحمول على الحساب أو الحسابات المذكورة أسفله تبعا للشروط العامة الواردة على ظهر هذا العقد.

أرقام الحسابات المسموحة للخصم	القناة	طبيعة الخدمة
رقم:.....	Mobile CPA	- خدمة الاطلاع
رقم:.....		- خدمة أوامر التحويلات الأحادية
رقم:.....		عن بعد بواسطة الخدمات البنكية
رقم:.....		Mobile CPA
رقم:.....		الالكترونية

حزرقسي.....
امضاء الممثل المؤهل مع عبارة بخط اليد
"قرأ و صودق عليه" مع وضع ختم الزبون

امضاء و ختم الوكالة

(1)
(2) الإسم واللقب أو التسمية الاجتماعية

Mobile cpa¹

¹ Animation commerciale Charge clientèle

ملخص تفصيلي لاتفاقية استخدام تطبيق Mobile CPA للخدمات المصرفية عبر الهاتف النقال

- **الموضوع ونطاق الاتفاقية:** تحدد هذه الأحكام والشروط وملحقاتها الإطار القانوني لاستخدام تطبيق «Mobile CPA»، وهو خدمة مصرفية عبر الهاتف النقال يقدمها بنك القرض الشعبي الجزائري. تنظم هذه الوثيقة العلاقة التعاقدية بين البنك والعميل المشترك في هذه الخدمة. يعتبر تطبيق «Mobile CPA» امتدادًا للخدمات المصرفية الإلكترونية عبر الإنترنت، ويخضع الاشتراك فيه لموافقة مسبقة من العميل وفقًا لتنظيمات الصرف الإلكتروني.

- **الأطراف والتعريفات الأساسية:**

* **الزبون المشترك:** فرد أو كيان قانوني يمتلك حسابات لدى بنك القرض الشعبي الجزائري ويستخدم تطبيق «Mobile CPA»، ويشمل أيضًا الوكلاء المعيّنين للحسابات.

* **المستعمل:** فرد بالغ وكامل الأهلية يمتلك حسابًا أو يشترك في حساب و/أو لديه توكيل بالتصرف في حساب واحد أو أكثر لدى البنك ويستخدم جزءًا أو كل هذه الخدمة.

الهاتف النقال: جهاز ذكي (هاتف ذكي أو لوحة إلكترونية) متصل بشبكة Wi-Fi أو شبكات الجيل الثالث/الرابع، ويتم عليه تحميل تطبيق «Mobile CPA».

* **تطبيق:** «Mobile CPA» التطبيق النقال الخاص بالبنك، متاح للتنزيل والتثبيت عبر متاجر التطبيقات (Google Play) لنظام Android و App Store لنظام iOS.

* **تعريف الزبون المشترك (المعرف):** رمز يسلمه البنك للعميل المشترك (الذي سبق له الاشتراك في الخدمات المصرفية الإلكترونية) للتحقق من هويته على التطبيق.

* **كلمة الدخول (السر):** رمز رقمي شخصي يسلمه البنك للعميل للتحقق من هويته والوصول إلى الخدمات المشتركة فيها عبر التطبيق. تُستخدم أيضًا لتوقيع أوامر التحويل، ويجب تغييرها عند أول تسجيل دخول.

* **الخدمات:** تشمل الخدمات الحالية والمستقبلية التي يوفرها البنك للمستعمل عبر تطبيق «Mobile CPA» والمفصلة في المادة 3.

الخدمات المتاحة عبر تطبيق «Mobile CPA»:

* **الإطلاع على الأرصدة والعمليات:** يمكن للمستعمل عرض أرصدة الحسابات الجارية وحسابات التوفير وتاريخ العمليات المصرفية. كما يتيح التطبيق البحث عن العمليات وتصنيفها حسب معايير مختلفة (المحرم، التاريخ، المبلغ).

* **إرسال كشف الحساب المصرفي:** (RIB) تتيح الخدمة إرسال تفاصيل الحساب المصرفي (RIB) عبر الرسائل القصيرة أو البريد الإلكتروني.

* **تنفيذ التحويلات الأحادية عن بعد:** يمكن للمستعمل إنشاء وتوقيع وإرسال أوامر تحويل فردية للأموال عن بعد، سواء بين حساباته الخاصة أو إلى مستفيدين آخرين (عملاء في بنك القرض الشعبي الجزائري أو بنوك أخرى) بمبلغ أقل من مليون دينار جزائري.

* **متابعة حالة أوامر التحويل:** يتيح التطبيق تتبع وضعية أوامر التحويل المرسلة.

* معلومات الفروع وتحديد المواقع: يمكن للمستعمل الاطلاع على قائمة بجميع فروع البنك وتفاصيلها (العناوين، أرقام الهواتف، إلخ) وتحديد مواقعها على الخريطة مع توجيهات دقيقة للوصول إليها.

*التواصل الآمن مع الوكالة : يوفر التطبيق قنوات اتصال آمنة مع وكالة العميل عبر البريد الإلكتروني أو الهاتف، باستخدام شهادة الأمان SSL لتشفير البيانات المتبادلة.
*تحويل العملات : تتيح الخدمة إجراء عمليات تحويل بين العملات المختلفة.
*تغيير لغة التطبيق : يمكن للمستعمل تغيير لغة استخدام التطبيق بين العربية والفرنسية والإنجليزية.

تحديد خدمة التحويل الأحادي (تفصيل إضافي): تعتبر خدمة مصرفية عن بعد تسمح للعميل بإجراء تحويلات محلية موحدة تقل عن مليون دينار جزائري بين البنوك بشكل آمن دون الحاجة لزيارة الفرع. كما تسمح بتغذية الحسابات بعمليات دفع من حساب إلى نفس الحساب أو إلى مستفيدين آخرين (في نفس الفرع أو فروع أخرى أو بنوك أخرى) بنفس الحد الأقصى للمبلغ. تدعم الخدمة أوامر التحويل الدقيقة والمنتظمة، سواء كانت فورية أو مؤجلة.
شروط التنفيذ والاتحاق بالخدمة:

*تخضع العمليات المنفذة عبر تطبيق « Mobile CPA » للأحكام التنظيمية والقواعد التعاقدية التي تحكم الحسابات المعنية.
يحق للبنك اتخاذ أي إجراء مناسب منصوص عليه في اتفاقية الحساب ورفض معالجة أي عملية لا تتوافق مع شروط العقد.

*شروط الاتحاق : يجب على العميل الاشتراك في الخدمة المصرفية الإلكترونية عبر الإنترنت والخدمة المصرفية عبر الهاتف النقال وتوقيع هذا العقد. العملاء المشتركين بالفعل في الخدمة المصرفية الإلكترونية يمكنهم استخدام نفس اسم المستخدم وكلمة المرور لتطبيق «Mobile CPA».

*يقر العميل بالممامه بالجوانب التقنية لاستخدام التطبيق.
*يحتفظ البنك بالحق في رفض تسجيل مستخدم لأسباب مشروعة) مثل حظر الشيكات، الحجز على الحساب، عدم اكتمال أو صلاحية معلومات اعرف عميلك KYC ، ارتفاع مخاطر غسل الأموال).

تسجيل الدخول والأمان (تفاصيل مهمة):

يتطلب الدخول إلى تطبيق «Mobile CPA» إثبات الهوية بإدخال رقم التعريف وكلمة الدخول الشخصية عبر لوحة المفاتيح الافتراضية للتطبيق.

تعتبر خدمة «Mobile CPA» محتوى رقمياً غير متوفر على وسيلة مادية.
الخدمات متاحة على مدار الساعة، ويضمن البنك استمرارية تشغيل التطبيق. ومع ذلك، يحتفظ البنك بالحق في إيقاف الخدمة مؤقتاً للصيانة أو التحديث دون إشعار مسبق أو تعويض¹.

يتم إصدار تحديثات منتظمة للتطبيق، ويتم إبلاغ المستخدمين بميزاتها الجديدة عبر متاجر التطبيقات. يعتبر تنزيل التحديثات موافقة على التعديلات الناتجة في الشروط العامة. يلتزم المستخدم بتنزيل التحديثات بانتظام.

¹ Section admin et perseneel_ Animation commerciale Charge clientèle

الأمن: تقع مسؤولية الحفاظ على سرية بيانات التعريف وكلمة المرور على المستعمل. يجب اتخاذ تدابير لحمايتها وعدم إفشائها للغير أو كتابتها في أماكن مكشوفة. يجب اختيار كلمة مرور قوية وتجنب الكلمات الواضحة وعدم حفظها على الجهاز. يوصى بحماية الهاتف أو الجهاز اللوحي بكلمة مرور أو بصمة وعدم تفعيل الاتصال بالإنترنت أو الأشعة تحت الحمراء أو البلوتوث إلا عند الحاجة. يتم تجميد الحساب بعد ثلاث محاولات تسجيل دخول فاشلة، ويتطلب رفعه الاتصال بخدمة العملاء.

-التوافق والأجهزة: يجب على المستخدم التأكد من أن هاتفه الذكي أو جهازه اللوحي متوافق مع متطلبات تطبيق «Mobile CPA». تتوفر معلومات حول التوافق وتدابير الحماية التقنية على موقع البنك الإلكتروني. لا يضمن البنك عمل التطبيق بشكل صحيح في حال عدم توافق الجهاز مع أنظمة البنك.

الملكية الفكرية: يحتفظ البنك أو الجهات المرخصة له بالملكية الكاملة لتطبيق «Mobile CPA» ومحتواه. يُمنح المستخدم حق استخدام محدود وغير حصري للتطبيق خلال مدة الخدمة. يُحظر نسخ أو تعديل أو تفكيك التطبيق دون موافقة خطية من البنك. جميع النصوص والصور والمعلومات والعلامات التجارية الظاهرة في التطبيق محمية بحقوق الملكية الفكرية الخاصة بالبنك.

البيانات الشخصية وملفات تعريف الارتباط: تخضع معالجة البيانات الشخصية في إطار تطبيق «Mobile CPA» لاتفاقية الحساب والشروط العامة للبنك. يستخدم البنك ملفات تعريف الارتباط (cookies) لتحسين تجربة المستخدم، وهي ملفات مؤقتة يتم حذفها عند إغلاق التطبيق. يمكن للمستخدم تعطيل ملفات تعريف الارتباط، ولكن قد يؤثر ذلك على أداء التطبيق. تتوفر مزيد من المعلومات حول ملفات تعريف الارتباط على موقع البنك.

التواصل مع البنك والشكاوى: يمكن للمستخدم إرسال استفسارات وملاحظات حول التطبيق عبر البريد الإلكتروني. للحصول على معلومات عملية، يمكن الاتصال بالبنك عبر الهاتف. لا يمكن استخدام هذه القنوات لتقديم شكاوى رسمية أو تعديل/إلغاء الأوامر، ولا يعتبر البنك مسؤولاً عن أي ردود على هذه الطلبات عبر هذه القنوات.

الإثبات القانوني للمعاملات: يعتبر تحديد هوية المستخدم عبر بيانات التسجيل وكلمة المرور الشخصية بمثابة دليل قاطع على هويته، خاصة إذا تم التعرف على طريقة التعريف من قبل أنظمة البنك. يحتفظ البنك بسجل إلكتروني لجميع العمليات المسجلة عبر التطبيق، ولهذا السجل نفس القوة الإثباتية للوثيقة الأصلية. يحق للمستخدم طلب نسخة طبق الأصل من السجل كوسيلة إثبات وفقاً للقوانين المعمول بها غير محدد المدة.

مدة العقد وإقفال التطبيق: العقد الخاص بتطبيق «Mobile CPA» تنتهي الخدمة تلقائياً في حال استحالة تنفيذ المستخدم لالتزاماته (مثل الوفاة). لا يؤثر إنهاء العقد على معالجة الأوامر التي تم إرسالها بشكل صحيح قبل الإلغاء. سيتم إلغاء الخدمة من قبل البنك إذا لم يتم استخدامها لمدة ثلاثة أشهر. يمكن للمستخدم إلغاء الاشتراك في أي وقت دون تكلفة بإشعار كتابي مدته شهر واحد. يحق للبنك إلغاء الخدمة فوراً في حالات محددة (مثل عدم السداد، الإفلاس، إساءة الاستخدام، عدم احترام التزامات العميل).

التزامات الطرفين وتحديد المسؤولية: يتحمل الطرفان مسؤولية متبادلة في تنفيذ التزاماتهما وفقاً للقانون العام يتعهدان بإبلاغ بعضهما البعض بأي خلل أو خطأ في تنفيذ العمليات. يلتزم البنك بتوفير وسائل أمن معقولة لحماية التبادلات الإلكترونية وضمن أفضل تنفيذ ممكن

للعمليات الصحيحة المقدمة في الوقت المحدد، وإبلاغ العميل في حال انقطاع الخدمة. يلتزم العميل باحترام شروط العقد، والتأكد من سلامة أجهزته، وفحص المعلومات المقدمة، وتحمل مسؤولية البيانات المرسله حتى تأكيد استلامها من البنك، والإبلاغ عن فقدان أو سرقة الجهاز وتغيير كلمة المرور فوراً. يخضع البنك لالتزام ببذل العناية، ولا يتحمل مسؤولية الأضرار الناتجة عن استخدام الإنترنت أو عدم التزام العميل بالتزاماته أو عن توقف الخدمة مؤقتاً لأسباب أمنية أو عن عدم تنفيذ العمليات بسبب نقص الرصيد أو تجميد الحساب. في حال تعذر إرسال الأوامر عبر الإنترنت لأسباب فنية، يقبل البنك الأوامر الورقية.

الإثبات والحفظ والأرشفة (تفاصيل إضافية): يقر العميل بصحة العمليات المنفذة عبر التطبيق. تعتبر أوامر التحويل المرسله بكلمة المرور بمثابة مستند إلكتروني له نفس القيمة القانونية للمستند الورقي. تعتبر سجلات البنك الإلكترونية دليلاً على أوامر العميل. لا يقبل البنك أي اعتراض على العمليات بعد مرور 30 يوماً من تاريخ التنفيذ. يلتزم الطرفان بأرشفة البيانات والرسائل المتعلقة بالعمليات لمدة ثلاث سنوات.

شروط التسعيرة والعمولات: يتم تحديد رسوم خدمة «Mobile CPA» في الشروط والأحكام العامة للبنك ويتم إبلاغ العميل بها قبل توقيع العقد. يتم إخطار العميل بأي تغييرات في الرسوم قبل 15 يوماً من سريانها، ويعتبر عدم الاعتراض خلال هذه الفترة موافقة ضمنية.

المطلب الثالث: البطاقات البنكية

تنقسم البطاقات البنكية إلى نوعين وهما بطاقات بنكية محلية وبطاقات بنكية دولية

الفرع الأول: البطاقات البنكية المحلية

أولاً: بطاقة الدفع البنكية الكلاسيكية من بنك القرض الشعبي الجزائري:

- بطاقة شخصية وأمنة بخصم فوري: بطاقتك البنكية الكلاسيكية تحمل اسمك وتوفر لك أمناً عالياً عند الدفع، حيث يتم خصم قيمة مشترياتك مباشرة من حسابك.
- سهولة الدفع والسحب: تتيح لك هذه البطاقة تسديد مشترياتك بكل سهولة عبر أجهزة الدفع الإلكتروني TPE المتوفرة لدى التجار، بالإضافة إلى سحب النقود من جميع أجهزة الصراف الآلي DAB التابعة لشبكة الدفع الإلكتروني المشتركة بين البنوك.
- الدفع عبر أجهزة الدفع الإلكتروني (TPE): يمكنك إجراء ما يصل إلى 10 عمليات دفع بقيمة إجمالية تصل إلى 100.000 دينار جزائري أسبوعياً
- الدفع عبر الإنترنت: يمكنك إجراء ما يصل إلى 10 عمليات دفع بقيمة إجمالية تصل إلى 200.000 دينار جزائري أسبوعياً
- معلومات هامة لحاملي البطاقة: إعادة إصدار الرقم السري (PIN) إذا نسيت رقمك السري أو فقدته، يمكنك طلب إعادة إصداره من وكالتك المصرفية. في حالة فقدان أو سرقة البطاقة: يجب عليك الإبلاغ عن الحادث فوراً عبر الهاتف إلى مركز الاتصال "ساتيم" على الرقمين 3366 أو 3020، ثم تأكيد البلاغ لدى وكالتك المصرفية. في حالة فقدان أو نسيان الرقم السري، توقف البطاقة أو تلفها: يرجى الاتصال بوكالتك المصرفية للحصول على

المساعدة.¹ في حالة حجز البطاقة بواسطة الصراف الآلي: اتصل بمسؤول الصراف الآلي أو بمركز الاتصال "ساتيم" على الرقمين 3020 أو 3366، ثم قم بتأكيد الحادث لدى وكالتك



المصرفية.

ثانيا: بطاقة الدفع ما بين البنوك الذهبية

- بطاقة القرض الشعبي الجزائري البنكية "الذهبية": امتيازات ومرونة مالية في متناول يدك!
- ارتق بتجربتك المصرفية مع بطاقة القرض الشعبي الجزائري البنكية "الذهبية" التي تمنحك مجموعة واسعة من المزايا وراحة استخدام فائقة، بالإضافة إلى حدود سحب ودفع مرتفعة تلبى احتياجاتك.
- دفع سلس وآمن عبر الإنترنت وأجهزة الدفع الإلكتروني: استمتع بالدفع السهل والآمن لمشترياتك عبر أجهزة الدفع الإلكتروني (TPE) وعبر الإنترنت من خلال خدمة (e-CP@) الموثوقة.
- ميزة الدفع المجاني عبر أجهزة الدفع الإلكتروني: يسرنا أن نعلن أن جميع حاملي البطاقة البنكية "الذهبية" يستفيدون من خدمة الدفع المجاني عبر أجهزة الدفع الإلكتروني (TPE) داخل وخارج بنك القرض الشعبي الجزائري
- صلاحية طويلة الأمد وتجديد مريح: بطاقتك البنكية "الذهبية" صالحة لمدة ثلاث سنوات كاملة.
- و لضمان استمرارية خدماتنا، يتم تجديد البطاقة تلقائيًا عند انتهاء صلاحيتها. (يرجى العلم أنه يجب تقديم أي طلب لإلغاء التجديد قبل شهرين من تاريخ انتهاء الصلاحية).

¹ Section admin et perseneel_ Animation commerciale Charge clientèle

- حدود سحب ودفع سخية لتلبية احتياجاتك: سحب مرّن من الصراف الآلي: يمكنك سحب مبالغ تصل إلى 150.000 دينار جزائري أسبوعيًا، مع إمكانية إجراء حتى 10 عمليات سحب خلال نفس الفترة.
- قوة شرائية عالية عبر أجهزة الدفع الإلكتروني: يمكنك إجراء ما يصل إلى 20 عملية دفع بقيمة إجمالية تصل إلى 200.000 دينار جزائري أسبوعيًا عبر أجهزة الدفع الإلكتروني. (TPE)
- تسوق آمن ومريح عبر الإنترنت: يمكنك إجراء ما يصل إلى 20 عملية دفع عبر الإنترنت بقيمة إجمالية تصل إلى 300.000 دينار جزائري أسبوعيًا.
- معلومات أساسية لحاملي البطاقة "الذهبية": إعادة إصدار الرقم السري (PIN) بكل سهولة: في حال نسيان أو فقدان الرقم السري الخاص ببطاقتك، يمكنك طلب إعادة إصداره من وكالتك المصرفية.
- إجراءات فورية في حالة فقدان أو سرقة البطاقة: إذا تعرضت بطاقتك للفقدان أو السرقة، يرجى الاتصال فورًا بمركز الاتصال "ساتيم" على الرقمين 3366 أو 3020، ثم تأكيد البلاغ لدى وكالتك المصرفية.
- مساعدتك في حالات فقدان الرقم السري، توقف البطاقة أو تلفها: لا تتردد في الاتصال بوكالتك المصرفية للحصول على الدعم اللازم.
- ماذا تفعل إذا تم حجز البطاقة بواسطة الصراف الآلي؟: اتصل بمسؤول الصراف الآلي أو بمركز الاتصال "ساتيم" على الرقمين 3320 أو 3366، ثم قم بتأكيد الحادث لدى وكالتك المصرفية.¹



ثالثًا: بطاقة المؤسسات "كوروبورايت"

¹ Section admin et persene_l_ Animation commerciale Charge clientèle

- بطاقة "كوروبورايت" من بنك القرض الشعبي الجزائري: شريكك الذكي لإدارة النفقات المهنية! على مر السنين، أثبتت البطاقة البنكية المهنية أهميتها كأداة أساسية تسهل على حاملها إدارة نفقاتهم العملية بكفاءة عالية. وبإدراكه لهذه الضرورة، يقدم لكم بنك القرض الشعبي الجزائري بطاقة الدفع البنكية "كوروبورايت" المصممة خصيصاً لتلبية احتياجات المؤسسات والمهنيين في تغطية مختلف مصاريفهم داخل الجزائر ربط مباشر بحسابات أعمالك¹

- ترتبط بطاقة "Corporate" مباشرة بحساباتكم المهنية، وحسابات المؤسسات الكبرى، والهيئات العمومية، مما يوفر لكم سهولة التحكم والشفافية في إدارة الأموال.

- من هو حامل بطاقة "Corporate"؟ حامل البطاقة هو شخص طبيعي مؤهل أو مفوض رسمياً من قبل الشركة صاحبة الحساب.

مزايا وخصائص بطاقة "Corporate"

- بطاقة دفع بينكية متكاملة: مزودة برمز سري (للسحب والدفع) وكلمة مرور (للدفع عبر الإنترنت).

- مرونة في عدد البطاقات: يمكن للمؤسسة تحديد عدد بطاقات "كوروبورايت" التي تحتاجها لتلبية متطلباتها المختلفة.

- خدمات دفع وسحب متنوعة: تتيح الدفع لدى التجار المجهزين بأجهزة الدفع الإلكتروني والسحب النقدي من أجهزة الصراف الآلي (اختياري)، بالإضافة إلى الدفع الإلكتروني عبر الإنترنت لدى المتاجر التابعة لشبكة الدفع ما بين البنوك.

- خدمات غير متاحة في بطاقة "Corporate" يرجى ملاحظة أن بطاقة: "Corporate" لا تدعم الخدمات التالية: (الإطلاع على أرصدة الحسابات المرتبطة، التحويلات بين الحسابات، طباعة إيصال مصغر للعمليات، طباعة كشف التعريف البنكي.(RIB) ، طلب دفتر الشيكات)

- مدة الصلاحية والتجديد التلقائي: تتمتع بطاقة "Corporate" بفترة صلاحية تمتد لثلاث سنوات، ويتم تجديدها تلقائياً عند انتهائها لضمان استمرارية خدماتكم.

- الحدود القصوى للسحب والدفع: الحد الأقصى للسحب: 50.000 دينار جزائري. الحد الأقصى للدفع الإلكتروني: 300.000 دينار جزائري.

- رسوم الدفع والسحب: عمولة الدفع مجانية لحامل البطاقة سواء داخل أو بين البنوك. وعمولة السحب: . 25 دينار جزائري عند السحب من أجهزة الصراف الآلي التابعة لبنك القرض الشعبي الجزائري. . 40 دينار جزائري عند السحب من أجهزة الصراف الآلي التابعة للبنوك الأخرى.

¹ Section admin et perseneel_ Animation commerciale Charge clientèle



رابعا: بطاقة المؤسسات «كوروبورايت»

- بطاقة "كوروبورايت+" من بنك القرض الشعبي الجزائري: حلول دفع متقدمة ومرونة مالية غير مسبوقة لأعمالك
- من هو حامل بطاقة "كوروبورايت+"؟ هو فرد مؤهل أو مفوض رسميًا من قبل الشركة صاحبة الحساب، يتمتع بصلاحيات استخدام البطاقة لإدارة النفقات المؤسسية.
- بطاقة "كوروبورايت+": قوة دفع بينكية متطورة وبطاقة دفع بينكية آمنة وموثوقة، مزودة برمز سري (لعمليات السحب والدفع) وكلمة مرور خاصة (للدفع عبر الإنترنت).
- يتم تحديد عدد بطاقات "كوروبورايت+" المصدرة لكل حساب مؤسسي بشكل فردي، بما يتناسب مع الاحتياجات التشغيلية الخاصة بكل شركة.
- الخدمات المتاحة مع بطاقة "كوروبورايت+": دفع سلس ومتعدد القنوات: إمكانية الدفع لدى جميع التجار المجهزين بأجهزة الدفع الإلكتروني TPE والسحب النقدي من أجهزة الصراف الآلي DAB (اختياري)، بالإضافة إلى إجراء مدفوعات إلكترونية آمنة عبر الإنترنت لدى المتاجر المنضمة لشبكة الدفع ما بين البنوك.
- خدمات غير مفعلة في بطاقة "كوروبورايت+":
- يرجى العلم أن بطاقة "كوروبورايت+" لا تتيح حاليًا الخدمات التالية: الاطلاع على أرصدة الحسابات المرتبطة، إجراء تحويلات مالية بين الحسابات. طباعة إيصالات مصغرة للعمليات. طباعة كشف التعريف البنكي (RIB)، طلب إصدار دفتر الشيكات. الاستفادة من خدمات الرسائل

النصية القصيرة.(SMS) ، الوصول إلى الخدمات البنكية الإلكترونية. (ebanking) بشكل مباشر عبر البطاقة.

- مدة الصلاحية والتجديد التلقائي: تتمتع بطاقة "كوروبورايت+" بفترة صلاحية تمتد لثلاث سنوات، ويتم تجديدها تلقائيًا عند انتهاء هذه المدة لضمان استمرار سلاسة معاملتكم المالية: حدود السحب والدفع المصممة خصيصًا لأعمالكم: الحد الأقصى للسحب: يتراوح بين 50.000 و80.000 دينار جزائري، ويتم تحديده وفقًا لتقدير البنك واحتياجات المؤسسة. الحد الأقصى للدفع الإلكتروني: يصل إلى 20.000.000 دينار جزائري. الحد الأقصى لقيمة عملية الدفع الواحدة: يخضع لسياسات البنك المصدر للبطاقة.

- رسوم معاملات الدفع: الدفع مجاني: لا توجد أي رسوم على عمليات الدفع التي تتم باستخدام بطاقة "كوروبورايت+" سواء داخل أو بين البنوك.

- رسوم عمليات السحب: سحب من صرافات القرض الشعبي الجزائري: 25 دينار جزائري لكل عملية، سحب من صرافات البنوك الأخرى: 40 دينار جزائري لكل عملية.

- الوصول المجاني إلى الخدمات البنكية الإلكترونية: يسر بنك القرض الشعبي الجزائري أن يوفر لحاملي بطاقات "كوروبورايت+" إمكانية الوصول المجاني إلى مجموعة شاملة من الخدمات البنكية الإلكترونية..(ebanking)

- خدمات غير مفعلة في بطاقة "كوروبورايت+": يرجى العلم أن بطاقة "كوروبورايت+" لا تتيح حاليًا الخدمات التالية: الاطلاع على أرصدة الحسابات المرتبطة، إجراء تحويلات مالية بين الحسابات، طباعة إيصالات مصغرة للعمليات، طباعة كشف التعريف البنكي(RIB) ، طلب إصدار دفتر الشيكات، الاستفادة من خدمات الرسائل النصية القصيرة(SMS) ، الوصول إلى الخدمات البنكية الإلكترونية. (ebanking) بشكل مباشر عبر البطاقة.

- مدة الصلاحية والتجديد التلقائي: تتمتع بطاقة "كوروبورايت+" بفترة صلاحية تمتد لثلاث سنوات، ويتم تجديدها تلقائيًا عند انتهاء هذه المدة لضمان استمرار سلاسة معاملتكم المالية.

- حدود السحب والدفع المصممة خصيصًا لأعمالكم: الحد الأقصى للسحب: يتراوح بين 50.000 و80.000 دينار جزائري، ويتم تحديده وفقًا لتقدير البنك واحتياجات المؤسسة. الحد الأقصى للدفع الإلكتروني: يصل إلى 20.000.000 دينار جزائري . الحد الأقصى لقيمة عملية الدفع الواحدة: يخضع لسياسات البنك المصدر للبطاقة.

- رسوم معاملات الدفع: الدفع مجاني: لا توجد أي رسوم على عمليات الدفع التي تتم باستخدام بطاقة "كوروبورايت+" سواء داخل أو بين البنوك.

- رسوم عمليات السحب: سحب من صرافات القرض الشعبي الجزائري: 25 دينار جزائري لكل عملية، سحب من صرافات البنوك الأخرى: 40 دينار جزائري لكل عملية.

- الوصول المجاني إلى الخدمات البنكية الإلكترونية: يسر بنك القرض الشعبي الجزائري أن يوفر لحاملي بطاقات "كوروبورايت+" إمكانية الوصول المجاني إلى مجموعة شاملة من الخدمات البنكية الإلكترونية.(ebanking)

ملاحظة هامة: يتم تحديد الحدود القصوى للسحب والدفع النهائية من قبل العميل نفسه، وذلك ضمن الإطار العام للحدود الشهرية التي يقررها مجمع النقد ما بين البنوك.



الفرع الثاني: الخدمات المرفقة مع البطاقات المحلية:

أولاً: خدمة CP@-e

CP@-e هي خدمة دفع إلكتروني مبتكرة مرتبطة ببطاقة الدفع CPA CIB الخاصة بك. تتيح لك هذه الخدمة إمكانية إجراء عمليات شراء آمنة وموثوقة للسلع والخدمات عبر الإنترنت من مواقع التجارة الإلكترونية الجزائرية التي تقبل الدفع عن طريق بطاقات الدفع البنكية¹. CIB.

كيف تنضم إلى عالم الدفع الإلكتروني CP@-e من بنك القرض الشعبي الجزائري؟ إذا كنت عميلاً جديداً لدى بنك القرض الشعبي الجزائري: تفضل بزيارة أقرب وكالة لبنك القرض الشعبي الجزائري وقم بفتح حسابك الآن.

إذا كنت بالفعل من عملائنا الكرام: توجه إلى وكالة البنك التي تدير حسابك. قدم طلباً للحصول على بطاقة دفع بنكية. CIB كلاسيكية ذهبية، كوربورايت، أو كوربورايت بلاس، قم بتوقيع عقد الاشتراك في خدمة CP@-e في الوكالة التي يوجد بها حسابك سيتم تفعيل خدمة. e-cp@ تلقائياً بمجرد توقيع العقد يتم حماية معاملتك ببروتوكول OTP:

نحن نولي أمان معاملتك عبر الإنترنت أقصى درجات الأهمية. لذا، نستخدم بروتوكول OTP (كلمة المرور لمرة واحدة) لتأمين مشترياتك الإلكترونية. هذه الكلمة السرية الديناميكية صالحة لعملية دفع واحدة فقط، مما يضمن حماية معلوماتك المالية.

ستتلقى كلمة مرور جديدة عبر رسالة نصية قصيرة. (SMS) في كل مرة تقوم فيها بعملية دفع إلكتروني جديدة

معلومات ضرورية لحماية حسابك:

تحديث رقم هاتفك: في حال تغيير رقم هاتفك المحمول، يرجى التوجه فوراً إلى وكالتك المصرفية لتحديث بياناتك.

¹ Section admin et perseneel_ Animation commerciale Charge clientèle

تنبيه بشأن إدخال كلمة المرور: إذا قمت بإدخال كلمة مرور OTP غير صحيحة ثلاث مرات متتالية، سيتم إلغاء العملية وتعليق خدمة الدفع عبر الإنترنت لبطاقة CIB الخاصة بك لمدة ساعة واحدة كإجراء احترازي.

الفرع الثالث: البطاقات الدولية:

أولاً: بطاقة فيزا الكلاسيكية:

مع بطاقة CPA VISA Classique تتمتع بقوة بطاقة آمنة تمنحك حرية الوصول إلى أموالك على مدار الساعة، طوال أيام الأسبوع. سواء كنت ترغب في تسديد مشترياتك وخدماتك عبر الإنترنت أو في المتاجر باستخدام أجهزة الدفع الإلكتروني، أو سحب النقود من أي جهاز صراف آلي يحمل علامة VISA حول العالم، فإن هذه البطاقة هي خيارك الأمثل.

أ- ما هي بطاقة CPA VISA Classique؟

بطاقة CPA VISA Classic هي بطاقة اسمية تتميز بأمانها العالي وإمكانية الخصم الفوري، بالإضافة إلى قبولها الواسع على المستوى الدولي. مزودة بتقنية الاتصال الغير تلامسي المتطورة، تعتبر بطاقة CPA VISA Classique وسيلة دفع وسحب ممتازة تمنحك راحة ومرونة لا تضاهي.

ب- شروط الحصول على بطاقة CPA VISA Classique: للانضمام إلى عالم حاملي بطاقة VISA Classique يجب على العملاء استيفاء الشروط التالية: أن يكونوا حائزين على حساب بالعملة الأجنبية وحساب بالدينار الجزائري لدى البنك، توقيع عقد الاشتراك في الخدمة، تسوق آمن عبر الإنترنت: قم بإجراء مدفعاتك عبر الإنترنت بكل ثقة وأمان بفضل نظام الحماية والمصادقة القوي. OTP (كلمة المرور لمرة واحدة). استمتع بشراء السلع والخدمات من أي مكان في العالم وأنت مطمئن، سحب ودفع على مدار الساعة: تتمتع بإمكانية الوصول إلى أموالك وإجراء عمليات الدفع في أي وقت وأي مكان، 24 ساعة في اليوم و 7 أيام في الأسبوع، متابعة رصيدك بسهولة: اطلع على رصيد حسابك ببساطة عبر أجهزة الصراف الآلي.

إشعارات فورية عبر الرسائل القصيرة: ابق على اطلاع دائم بجميع معاملات بطاقتك ورصيد حسابك من خلال رسائل SMS تصلك مباشرة بعد كل عملية، أمان متقدم لمعاملاتك: استفد من طبقة حماية إضافية تضمن سلامة أموالك ومعلوماتك¹.

الدفع الآمن عبر الإنترنت مع نظام OTP: مع بطاقة CPA VISA Classique أصبح التسوق عبر الإنترنت أكثر أماناً من أي وقت مضى. فبفضل نظام التحقق OTP (كلمة المرور لمرة واحدة)، يمكنك إتمام عمليات شراء السلع والخدمات عبر الإنترنت بثقة تامة وراحة بال.

ج- ما هي كلمة المرور OTP وكيف تحمي معاملاتك؟ تضمن عملية التحقق بكلمة المرور ذات الاستخدام الواحد أقصى درجات الأمان لكل عملية دفع عبر الإنترنت. عند قيامك بعملية شراء عبر الإنترنت، ستتلقى تلقائياً كلمة مرور مؤقتة عبر رسالة نصية قصيرة (SMS) أو عبر البريد الإلكتروني المرتبط ببطاقتك. هذه الكلمة السرية صالحة لعملية واحدة فقط، مما يعزز بشكل كبير حماية معلوماتك الشخصية ويقلل من مخاطر الاحتيال.

¹ Même référence

لسهولة الاستخدام: وداعًا لمتاعب تذكر كلمات المرور المعقدة! تمتع بتجربة دفع سلسلة وسهلة.

أمان فائق: عزز حماية معاملتك عبر الإنترنت بفضل نظام التحقق المتقدم الذي يقلل من فرص الوصول غير المصرح به.

د-مواصفات البطاقة:

التكلفة السنوية: 6000 دينار جزائري (سنويًا).

مدة استلام البطاقة: حوالي أسبوعين في المتوسط.

مدة الصلاحية: 3 سنوات قابلة للتجديد.

مدة استبدال البطاقة المفقودة/المسروقة/التالفة: حوالي أسبوعين في المتوسط.

كيفية استلام البطاقة: يرجى الاتصال بوكالتك المصرفية لاستلام بطاقتك.

في حالة فقدان البطاقة أو نسيان رمز التحقق: سيتم إصدار بطاقة جديدة ورمز تحقق جديد على نفقتك الخاصة.

و-الخصم من الحساب: يتم خصم جميع المعاملات التي تتم ببطاقة CPA Visa

Classique من حسابك بالعملة الصعبة، عمولة الاستخدام: يتم خصم عمولات استخدام

البطاقة من حسابك بالدينار الجزائري.

الحدود القصوى للدفع والسحب: تخضع الحدود القصوى للدفع والسحب للشروط العامة للبنك

والتعريفات المعمول بها على بطاقة VISA Classique

الرسوم السنوية: 6000 دج (بدون ضريبة) تُخصم تلقائيًا من حساب الدينار سنويًا.

العمليات المجانية: تفعيل البطاقة، الاستعلام عن الرصيد، إعادة تعيين رمز التحقق.¹

¹ Même référence



ثانيا: بطاقة فيزا "الذهبية":

مع بطاقة CPA/VISA الذهبية، يصبح التسوق في الخارج متعة حقيقية لدى جميع التجار المعتمدين من VISA. تتيح لك هذه البطاقة أيضاً إجراء مشتريات آمنة عبر الإنترنت، وحجز ودفع إقامتك الفندقية وتذاكر الطيران بكل سهولة. كما يمكنك سحب النقود من أي جهاز صراف آلي يحمل شعار VISA حول العالم. استمتع بحدود إنفاق مميزة تلبي طموحاتك، بالإضافة إلى كخدمة مساعدة مجانية متاحة على مدار الساعة عبر الهاتف، أينما كنت.

أ: ما هي بطاقة CPA/VISA:

بطاقة CPA/VISA الذهبية هي بطاقة متعددة الاستخدامات، معترف بها دولياً، ومزودة بتقنية الاتصال اللائقاسي المتطورة. إنها بطاقة آمنة وشخصية تعتمد على نظام الخصم الفوري، مما يجعلها وسيلة دفع وسحب مثالية تمنحك أقصى درجات الراحة والمرونة. مع بطاقة CPA/VISA الذهبية، يمكنك إجراء عمليات الدفع عبر الإنترنت بكل أمان وثقة، وذلك بفضل نظام الدفع الإلكتروني الآمن الذي يعتمد على الرمز السري لمرة واحدة.

(OTP)

شروط الحصول على بطاقة CPA VISA الذهبية
للانضمام إلى عالم حاملي بطاقة VISA الذهبية الحصرية، يجب على العملاء استيفاء الشروط التالية

أن يكونوا حائزين على حساب بالعملة الأجنبية وحساب بالدينار الجزائري لدى البنك.
توقيع عقد الاشتراك في الخدمة.

ب- مزايا بطاقة CPA VISA: تسوق آمن وموثوق عبر الإنترنت: قم بإجراء مدفعاتك عبر الإنترنت بأمان تام بفضل نظام الحماية والمصادقة القوي. OTP (كلمة المرور لمرة واحدة). تسوق بثقة وراحة بال من أي مكان في العالم، سحب ودفع عالمي على مدار الساعة: تمتع بحرية الوصول إلى أموالك وإجراء عمليات الدفع أينما كنت حول العالم، 24 ساعة في اليوم و7 أيام في الأسبوع، متابعة سهلة لرصيد حسابك: اطلع على رصيد حسابك ببساطة عبر أجهزة الصراف الآلي. إشعارات فورية عبر الرسائل القصيرة: ابق على اطلاع دائم بجميع معاملات بطاقتك ورصيد حسابك من خلال رسائل: SMS تصلك مباشرة بعد كل عملية.

ت- **أمان فائق لمعاملاتك:** استفد من طبقة حماية إضافية تضمن سلامة أموالك ومعلوماتك في كل عملية

«؟» OTP وما هو "وكيف يحمي معاملاتك عبر الإنترنت

يضمن نظام التحقق بواسطة رمز OTP أقصى درجات الأمان لكل عملية دفع عبر الإنترنت. في كل مرة تقوم بعملية شراء عبر الإنترنت، ستتلقى تلقائيًا كلمة مرور مؤقتة عبر رسالة نصية قصيرة (SMS) أو عبر البريد الإلكتروني المرتبط ببطاقتك. هذه الكلمة السرية صالحة لعملية واحدة فقط، مما يعزز بشكل كبير حماية معلوماتك الشخصية ويقلل من مخاطر الاحتيال.

سهولة الاستخدام: لا داعي لتذكر كلمات مرور معقدة! تمتع بتجربة دفع سلسلة ومريحة أمان معزز: عزز حماية معاملاتك عبر الإنترنت بفضل نظام التحقق المتقدم الذي يمنع أي وصول غير مصرح به.¹

ج- **مواصفات البطاقة:** بطاقات VISA الصادرة عن CPA مقبولة في جميع أنحاء العالم. التكلفة السنوية: 9000 دينار جزائري.

مدة الحصول على البطاقة: حوالي أسبوعين في المتوسط.
مدة الصلاحية: عامين قابلة للتجديد تلقائيًا.

مدة استبدال البطاقة المفقودة/المسروقة/التالفة: حوالي أسبوعين في المتوسط.
كيفية استلام البطاقة: يرجى الاتصال بوكالتك المصرفية لاستلام بطاقتك الذهبية.
في حالة فقدان رمز الأمان أو البطاقة: سيتم إعادة إصدار بطاقة جديدة ورمز أمان جديد على نفقتك.

الخصم من الحساب: يتم خصم مبالغ المعاملات التي تتم ببطاقة CPA Visa الذهبية من حسابك بالعملة الأجنبية.

عمولة الاستخدام: يتم خصم رسوم استخدام بطاقة CPA Visa الذهبية من حسابك بالدينار الجزائري.

الشروط التعريفية: تخضع الرسوم والعمولات للشروط العامة للبنك والتعريفات الخاصة ببطاقة VISA الذهبية.

العمليات المجانية

تفعيل البطاقة.

الاستعلام عن الرصيد.

¹ Section admin et perseneel_ Animation commerciale Charge clientèle¹

إعادة تعيين رمز PIN.
الرسوم: السحب من الصراف الآلي: 1000 دينار جزائري لكل عملية.
الدفع على نقاط البيع / عبر الإنترنت / السداد: 500 دينار جزائري لكل عملية.
حدود بطاقة: Visa الذهبية
الدفع: يومياً: 1500 يورو / 10 عمليات.
السحب: يومياً: 550 يورو / 7 عمليات.
الدفع بدون تلامس: يومياً: 36 يورو / 3 عمليات. شهرياً: 180 يورو / 18 عملية
الدفع عبر الإنترنت: يومياً: 1500 يورو / 6 عمليات.
تفعيل البطاقة: الاستعلام عن الرصيد. إعادة تعيين رمز PIN.
الرسوم: السحب من الصراف الآلي: 1000 دينار جزائري لكل عملية.
الدفع على نقاط البيع / عبر الإنترنت / السداد: 500 دينار جزائري لكل عملية.
حدود بطاقة: Visa الذهبية:
الدفع: يومياً: 1500 يورو / 10 عمليات.
السحب: يومياً: 550 يورو / 7 عمليات.
الدفع بدون تلامس: يومياً: 36 يورو / 3 عمليات.
شهرياً: 180 يورو / 18 عملية.
الدفع عبر الإنترنت¹



ثالثاً: بطاقة الدفع الفاخرة التي تليق بأسلوب حياتك الرفيع
انغمس في عالم من الامتيازات الحصرية وتجربة دفع لا مثيل لها.

¹Même référence

مع بطاقة CPA MASTERCARD PLATINUM استمتع بمزيج فريد من الفخامة، الرفاهية، والأمان المعزز، كل ذلك في بطاقة واحدة مصممة خصيصًا لتلبية تطلعاتك الاستثنائية.

بطاقة القرض الشعبي الجزائري ماستر كارد بلاتينوم: بوابتك إلى عالم من المزايا الراقية. هذه البطاقة عالية الجودة مخصصة حصريًا للأفراد المميزين الذين يحتفظون برصيد لا يقل عن 8000 يورو في حساباتهم بالعملة الصعبة لدى بنك القرض الشعبي الجزائري. تمنحك بطاقة ماستر كارد بلاتينوم حرية إجراء عمليات الدفع والسحب على المستوى الدولي، وهي مجهزة بأحدث تقنيات الدفع اللاتلامسي لراحة وأمان أكبر.

أما هي بطاقة ماستر كارد بلاتينوم؟ بطاقة ماستر كارد بلاتينوم من بنك القرض الشعبي الجزائري هي وسيلة دفع وسحب دولية تجمع بين العملية والموثوقية والأمان، وهي مصممة خصيصًا للاستخدام الحصري لحاملها خارج الجزائر.

ما الذي يمكنك فعله ببطاقة ماستر كارد بلاتينوم؟ تتيح لك بطاقة ماستر كارد بلاتينوم إمكانية سحب النقود بسهولة من أجهزة الصراف الآلي: (DAB/GAB) التي تحمل شعار "ماستر كارد" حول العالم، تسديد قيمة مشترياتك وخدماتك عبر الإنترنت بكل أمان على مواقع التجارة الإلكترونية التي تقبل بطاقة ماستر كارد بلاتينوم كطريقة للدفع. الدفع لدى التجار ومقدمي الخدمات المجهزين بأجهزة الدفع الإلكترونية (TPE) التي تعرض علامة أو شعار "ماستر كارد".

ب-كيف تعمل بطاقة ماستر كارد بلاتينوم؟ تعتبر بطاقة ماستر كارد بلاتينوم من بنك القرض الشعبي الجزائري أداة دفع دولية تمنحك حدودًا عالية للسحب والدفع، مما يوفر لك مرونة مالية استثنائية أثناء سفرك أو تسوقك عبر الإنترنت. يتم إصدار بطاقة ماستر كارد بلاتينوم من قبل بنك القرض الشعبي الجزائري للأفراد الذين لديهم حساب خاص بالعملة الصعبة.

حسابات بالعملة الصعبة للمصدر.

سافر بثقة وراحة مع بطاقة ماستر كارد بلاتينوم:

باستخدام بطاقة ماستر كارد بلاتينوم الخاصة بك، يمكنك الاستفادة والتمتع بمجموعة من المزايا الحصرية المصممة خصيصًا لك

ج-مزايا حصرية لحاملي بطاقة بلاتينوم: ترافل باس (TRAVEL PASS) تمتع بالدخول

المجاني إلى صالات VIP المطارات حول العالم عبر تطبيق Mastercard "TravelPass" للهاتف المحمول، المتاح للتحميل على متجر Google Play و App

Store، برايسليس (Priceless) انضم إلى برنامج "Priceless" الحصري الذي يقدم لك تجارب فريدة ومزايا خاصة في مختلف المجالات. قم بزيارة الموقع الإلكتروني:

priceless.com لاستكشاف وتسجيل الدخول للاستفادة من تخفيضات مميزة على تذاكر الطيران مع مختلف شركات الطيران وحجوزات الفنادق. أسعار تفضيلية وخصومات على خدمات تأجير السيارات. عروض وخصومات حصرية على تأجير سيارات الفان والسيارات الفاخرة. عروض حصرية وخصومات على خدمات السيارات مع سائق. إمكانية حجز سيارات فاخرة مع سائق لتقلاتك المريحة. حماية وأمان مشترياتك مع ميزة التأمين على المشتريات من ماستر كارد في حالة الضياع أو التلف.

د-شروط التسعير الخاصة ببطاقة بلاتينوم: تُحدد شروط التسعير المطبقة على بطاقة ماستر كارد بلاتينوم وفقاً للشروط العامة للبنك.
عمولة الاشتراك السنوية:

للمعملاء: 17000 دينار جزائري (دون احتساب الرسوم).

لموظفي القرض الشعبي الجزائري: 7000 دينار جزائري (دون احتساب الرسوم).
تُخصم هذه الرسوم من حسابك بالدينار الجزائري.

ه-رسوم استخدام البطاقة: تفعيل البطاقة: مجاني. الاطلاع على الرصيد مجاني. إعادة إصدار الرمز السري: مجاني. رسوم السحب من أجهزة الصراف الآلي / (DAB) أجهزة الدفع الإلكترونية (TPE) السلفة النقدية)

أقل من 100 يورو: 1000 دينار جزائري. أكثر من 100 يورو: 2000 دينار جزائري.
رسوم الدفع والتسديد عبر أجهزة الدفع الإلكترونية / (TPE) اللاتلامسية / عبر الإنترنت للمعملاء:

أقل من 50 يورو: 100 دينار جزائري.

من 50 إلى 1500 يورو: 500 دينار جزائري. أكثر من 1500 يورو: 1000 دينار جزائري.

و-رسوم استخدام البطاقة: تفعيل البطاقة: مجاني. الاطلاع على الرصيد: مجاني. إعادة إصدار الرمز السري: مجاني. رسوم السحب من أجهزة الصراف الآلي: / (DAB) أجهزة الدفع الإلكترونية (TPE) السلفة النقدية)

أقل من 100 يورو: 1000 دينار جزائري. أكثر من 100 يورو: 2000 دينار جزائري.
رسوم الدفع والتسديد عبر أجهزة الدفع الإلكترونية: / (TPE) اللاتلامسية / عبر الإنترنت للمعملاء: أقل من 50 يورو: 100 دينار جزائري. من 50 إلى 1500 يورو: 500 دينار

جزائري. أكثر من 1500 يورو: 1000 دينار جزائري. إجراء رد المبالغ المدفوعة: شكوى غير مؤسسية: 1000 دينار جزائري. شكوى مؤسسية مجاني. الاعتراض/الإيقاف مجاني. الدخول إلى الخدمات البنكية عبر الإنترنت: مجاني.

ز-شروط الحصول على البطاقة: تُصدر بطاقة ماستر كارد بلاتينوم من بنك القرض الشعبي الجزائري للأفراد الذين يمتلكون: حساباً خاصاً بالعملة الصعبة. حسابات بالعملات الصعبة للمصدرين. حساب عملة صعبة برصيد لا يقل عن 8000 يورو. حساب بالدينار الجزائري برصيد لا يقل عن 200,000.00 دينار جزائري.

عند الحصول خدمات الطوارئ لحاملي بطاقة بلاتينوم.

في حالة سرقة أو ضياع بطاقة ماستر كارد الخاصة بك: قم فوراً بتقديم اعتراض عن طريق الاتصال بشريك ماستر كارد على الرقم 0016367227111 المتاح على مدار الساعة طوال أيام الأسبوع. كما يضع بنك القرض الشعبي الجزائري تحت تصرفك الرقم التالي: +213213570770 المتاح خلال أيام العمل من الساعة 08:30 صباحاً حتى 10:00 مساءً، لتقديم اعتراض أو طلب أي مساعدة تتعلق ببطاقتك.

في حالة نسيان أو ضياع كلمة المرور: يرجى الاتصال بوكالتك لتقديم طلب إعادة إصدار الرمز السري (PIN).

في حالة سرقة بطاقة ماستر كارد الخاصة بك: يُفضل تقديم اعتراض كإجراء احترازي. في حالة توقف بطاقتك أو تلفها: تواصل مع وكالتك لتقديم طلب استبدال البطاقة.

في حالة وجود شكوك بشأن استخدام احتيالي لمعلومات بطاقتك الشخصية (الرقم المكون من 16 رقمًا ورمز التحقق CVV): نوصيك بإبلاغ وكالتك بأي معاملات لم تقم بها. ولا على البطاقة، يتم تزويدك برمز سري (PIN) يجب إدخاله في كل مرة تستخدم فيها البطاقة. ي-معلومات هامة لحاملي بطاقة بلاتينوم: قد تترتب على بعض عمليات السحب في الخارج رسوم إضافية: رسوم استخدام أجهزة الصراف الآلي: يتم إخطارك بهذه الرسوم من خلال شاشة جهاز الصراف الآلي وتخضع لموافقتك قبل إتمام العملية. رسوم استخدام خدمة "تحويل العملات الديناميكي": هي رسوم مقابل تحويل العملة المحلية للبلد الأجنبي إلى العملة التي تختارها. قبل السفر إلى الخارج: للتحضير الأمثل لرحلتك ومعرفة المزيد عن أجهزة الصراف الآلي وعمليات السحب من شبابيك البنوك، يرجى زيارة الموقع الإلكتروني mastercard.com حيث ستجد معلومات مفيدة عن البلد الذي تنوي زيارته قبل إجراء عملية الدفع عبر الإنترنت: تأكد من أنك في بيئة آمنة، وأن يظهر رمز القفل في شريط عنوان المتصفح وأن عنوان URL يبدأ ب "https://". ابق على اطلاع دائم بحساباتك مع خدمة CPA SmsCards هل تريد متابعة معاملاتك المصرفية بسهولة وراحة؟ خدمة CPA SmsCards هي الحل الأمثل! ستتلقى رسائل نصية قصيرة على هاتفك تُعلمك بكل العمليات التي تتم باستخدام بطاقتك البنكية لحظة وقوعها. تغطية شاملة لجميع معاملات بطاقات: CIB و Visa ستبقيك هذه الخدمة على علم بجميع حركات بطاقتك البنكية CIB وبطاقة Visa. ستتضمن الرسائل تفاصيل مهمة مثل تاريخ ووقت ونوع وقيمة كل معاملة، سواء كانت سحبًا نقديًا من الصراف الآلي، عملية دفع عبر جهاز الدفع الإلكتروني، أو حتى دفعة إلكترونية عبر الإنترنت. معرفة رصيدك المتبقي بعد كل عملية: ولمزيد من الاطمئنان، ستزودك رسائل CPA SmsCards بمعلومات عن رصيدك الحالي بعد إتمام كل عملية مصرفية تكلف الخدمة الشهرية:

لخدمة. 50 SmsCIB دينار جزائري (سعر ثابت)

لخدمة. 2 SmsVisa دولار أمريكي (سعر ثابت)

لخدمة. 2 SmsVisa دولار أمريكي (سعر ثابت)

تفعيل سريع وسهل: سيتم تفعيل خدمة CPA SmsCards تلقائيًا بمجرد استلامك رسالة الترحيب على هاتفك.

ملاحظة هامة: إذا لم تتلق هذه الرسالة بعد الاشتراك، يرجى التواصل مع وكالتك المصرفية¹.

راحة فائقة: تابع جميع معاملاتك المصرفية اليومية بسهولة ويسر، سواء كانت ببطاقة

CPA/CIB أو Visa دون الحاجة إلى زيارة الفرع.

معلومات فورية: تصلك تنبيهات المعاملات على الفور، مما يمنحك رؤية واضحة لحساباتك في أي وقت ومكان.

أمان معزز: راقب استخدام بطاقتك عن كثب وتلقى إشعارًا فوريًا بأي عملية (سحب أو دفع)، مما يساعدك على اكتشاف أي نشاط غير مصرح به بسرعة. قيمة ممتازة: استمتع بخدمة

¹ Section admin et persene1_ Animation commerciale

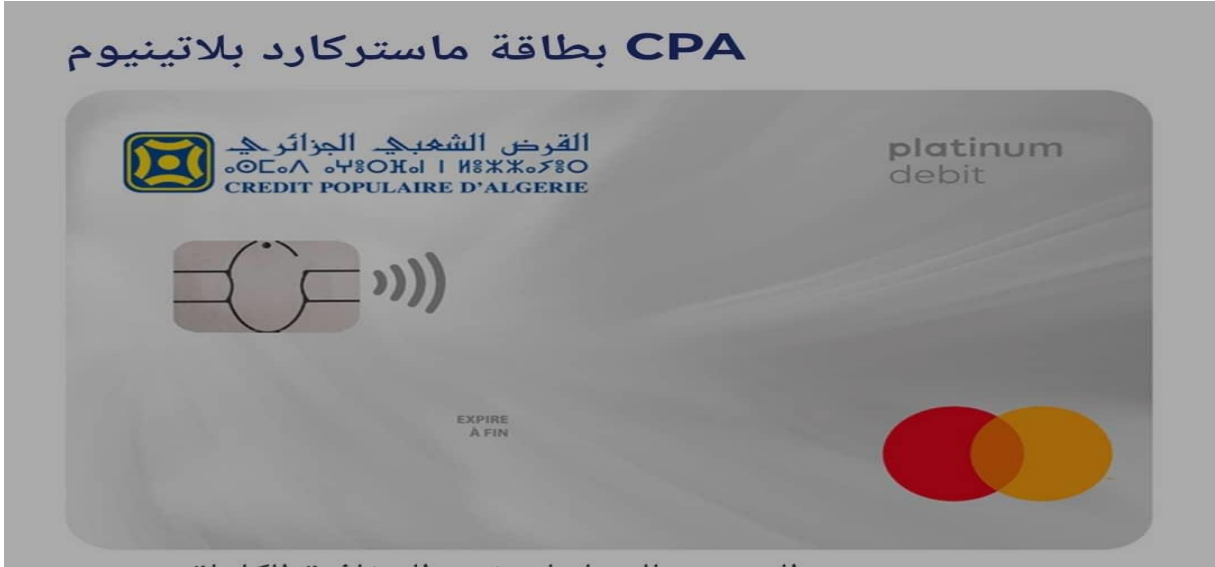
معقولة.

بأسعار

ومريحة

الجودة

عالية



بصفته مؤسسة مالية عالمية مرموقة، يرتكز بنك القرض الشعبي الجزائري على سجله الحافل بالإنجازات في دعم المشاريع الضخمة، الأمر الذي يعزز مكانته كفاعل اقتصادي محوري لا يمكن تجاهله.

وسعيًا لتلبية متطلبات عملائه بكفاءة عالية، يولي البنك اهتماماً بالغاً لتنويع باقاته المصرفية الشاملة، لتغطي بذلك احتياجات مختلف الشرائح من الأفراد والشركات والمؤسسات والمهنيين.

يستمد بنك القرض الشعبي الجزائري صلابته من كفاءة موارده البشرية وعراقته الممتدة منذ تأسيسه عام 1966. وبذلك، يُعد البنك أحد الركائز الأساسية للقطاع المصرفي في الجزائر، حيث يبلغ رأسماله الاجتماعي حاليًا 200 مليار دينار جزائري، وتملك الدولة حصة الأغلبية فيه.

يمتلك بنك القرض الشعبي الجزائري شبكة واسعة تغطي أرجاء البلاد، قوامها حوالي 165 وكالة منتشرة في كل مكان، بالإضافة إلى 108 نافذة مخصصة للمعاملات المصرفية الإسلامية.

وسعيًا ليكون قريباً من زبائنه، يوفر البنك القرض الشعبي الجزائري خدماته ومنتجاته عبر الإنترنت من خلال تطبيقات مثل

e-cpa و E-banking و Mobile CPA .

كما يمتلك مركزي اتصال يعملان باستمرار لضمان تقديم الدعم اللازم. ولتحقيق أهدافه الطموحة، يعتمد البنك حالياً على فريق عمل متكامل يزيد عن 4451 موظفًا. يظل البنك القرض الشعبي الجزائري الخيار الأمثل لمختلف المؤسسات، سواء كانت ناشئة أو ذات خبرة ومهنية عالية، بغض النظر عن حجمها.

وباعتباره مؤسسة وطنية ملتزمة، يولي البنك القرض الشعبي الجزائري اهتماماً بالغاً بمسؤولياته الاجتماعية، فهو لا يدخر جهداً في دعم وتمويل المبادرات والأنشطة التي تسهم في تقدمنا وازدهار بلدنا.

يلعب البنك القرض الشعبي الجزائري دوراً فاعلاً في دعم التجارة الخارجية وتمويلها.

يقدم البنك دعمه الكامل للمستوردين من خلال مساعدتهم في إدارة مخاطر عدم الدفع المتعلقة بصادراتهم، كما يضمن للموردين تحصيل مستحقاتهم المالية مقابل السلع التي يقدمونها. يوفر البنك القرض الشعبي الجزائري لعملائه ثلاث طرق رئيسية للدفع على الصعيد الدولي: الاعتماد المستندي، ودفع قيمة الاعتماد المستندي، والتحويل الحر. وتعزيزاً لقدراته في هذا المجال، يمتلك البنك شبكة واسعة تضم 20 بنكاً مراسلاً دولياً مرموقاً يتمتع بسمعة طيبة على مستوى العالم. وفيما يتعلق بالتعاملات باليورو، يتعاون البنك مع مؤسسات مالية رائدة مثل: BNP، Fortis Bank، Deutsche Bank، Natixis، Société Générale، Paribas، UniCredit، Byblos Bank، Commerzbank، ABC Bank، Crédit Agricole، - UBAE Bank.

المبحث الثالث: عرض وتحليل الاستبيان

المطلب الأول: عرض الاستبيان

ان معالجتنا هنا لقضية دور الصيرفة الإلكترونية في تحسين جودة الخدمات المصرفية ليس عن مدى تجهيز هذه الأخيرة فهي التكنولوجية فحسب، ولكن مشكلتنا هي الأساس عن مدى ودرجة تأثير هذه التكنولوجية على تحسين الخدمة سواء من داخل المؤسسة أو مع الزبائن، لذا ومن أجل هذا قمنا بتحضير استبيان وتوزيعه على عينة من الموظفين بمؤسسة بريد الجزائر التي قمنا فيها بإجراء دراستنا وعلى عينة من زبائن مؤسسة بريد الجزائر.

الفرع الأول: طبيعة العينة المختارة (مجتمع الدراسة):

ترتكز الدراسة أساساً على فئتين من المستجوبين: الموظفين الأكثر استعمالاً لهذه التكنولوجية داخل المؤسسة، والزبائن لمعرفة مدى استعمالهم لهذه التكنولوجية. كما تم اختيار كل من الموظفين والأفراد بصفة عشوائية منتظمة، عشوائية لأننا اكتفينا بالذين يستعملون هذه التكنولوجية فقط، ومنتظمة تشمل فئتين: الموظفين والزبائن. حيث قمنا بتوزيع 100 استبياناً للزبائن و30 استبياناً للموظفين واسترجعناها كاملة.

الفرع الثاني: تصميم الاستبيان:

يحتوي هذا الاستبيان على مجموعة من الأسئلة حول الموضوع، ويتكون من 10 أسئلة بالنسبة للاستبيان المتعلق موظفين، و18 سؤالاً بالنسبة للاستبيان المتعلق بالزبائن، منها ما هو مفتوح ومنها ما هو مغلق أو يحتمل اجابة واحدة وهذا لسببين أساسيين هما:
أ- لتفادي ضجر واملل المستجوبين الناتج عن قراءة الأسئلة المطولة وكذلك في الرد عليها.
ب- تسهيل عملية الاجابة وتفادي غموض في فهم الأسئلة والهروب عن محتوى الدراسة.

الجدول رقم(01): الاستبيان الخاص بالزبائن الاستبيان الخاص بالموظفين

الاستبيان الخاص بالموظفين		الاستبيان الخاص بالزبائن	
عدد الاستبيانات المسترجعة	عدد الاستبيانات الموزعة	عدد الاستبيانات المسترجعة	عدد الاستبيانات الموزعة

30	30	100	100
----	----	-----	-----

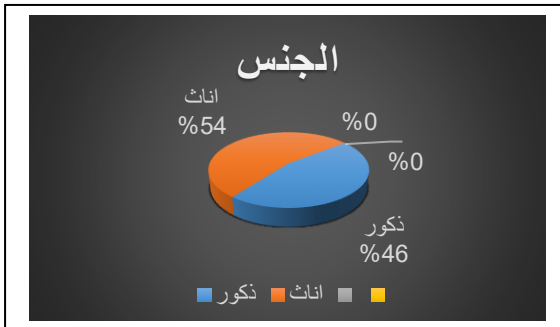
المصدر: من إعداد الطالب استنادا لنتائج الاستبيانات المسترجعة

المطلب الثاني: تحليل أجوبة الاستبيان الموجه الى الزبائن
يتم في هذا المطلب باستعراض نتائج المعالجة الإحصائية للاستبيان الخاص بالزبائن وتحليلها كما توصلنا إليها، مركزين على:
. التوزيعات التكرارية : لإظهار إجابات مفردات عينة الدراسة .
. النسب المئوية: لإظهار نسب إجابات عينة الدراسة.
معتمدين على نفس الترتيب الوارد في قائمة أسئلة الاستبيان:
الفرع الأول: تحليل معطيات الباب الأول: والتي يتم من خلالها التعرف على خصائص ومميزات العينة التي تم استقصائها وذلك بالتطرق إلى العناصر التالية: الجنس، السن، المستوى التعليمي، الوظيفة.

1-الجنس :

الشكل رقم (1): توزيع العينة حسب

الجدول رقم (2): توزيع العينة حسب الجنس



الجنس	التكرارات	النسب المئوية
ذكور	46	46%
إناث	54	54%
المجموع	100	100%

المصدر: من إعداد الطالب استنادا لنتائج إلى المعالجة الإحصائية حسب الجدول والشكل أعلاه يتبين أن نسبة 46 % من الزبائن المستجوبين كانوا ذكور، في حين بلغت نسبة الإناث 54%، وبالتالي نجد أن العينة شملت الجنسين معا بنسبة متقاربة.

2- السن:

الجدول رقم(3): توزيع العينة حسب السن

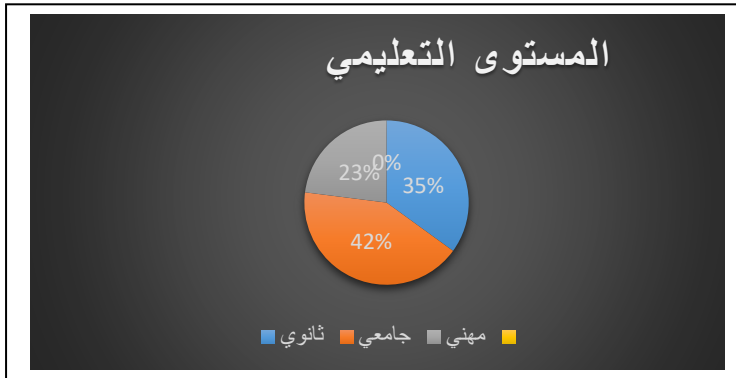
النسب المؤدية	التكرارات	
52%	52	اقل من 30 سنة
19%	19	من 30 ال 39 سنة
24%	24	من 40 الى 49 سنة
05%	05	من 50 فأكثر

100%	100	المجموع
------	-----	---------

المصدر: من إعداد الطالب استنادا نتائج إلى المعالجة الإحصائية أظهرت النتائج المدونة في الجدول، أن 52% من أفراد العينة المستجوبة كانت أعمارهم (اقل من 30 سنة) و نسبة و 24 19% شملت كل من الفئات من 30 إلى 39 سنة ومن 40 إلى 49 سنة على الترتيب في حين بلغت نسبة الفئة من 50 سنة فأكثر 5% ومنه نستخلص أن عينة الزبائن المستجوبين شملت كل فئات المجتمع.

3-المستوى التعليمي:

الجدول رقم(4): توزيع العينة حسب المستوى التعليمي الشكل رقم(2): توزيع العينة حسب المستوى التعليمي

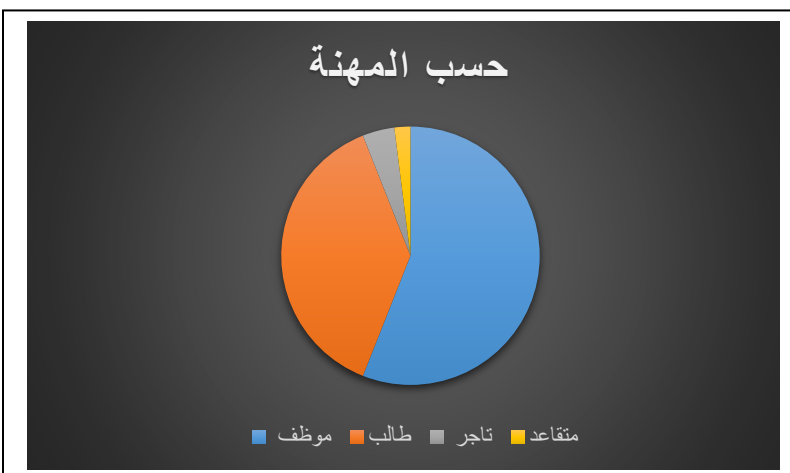


التكرارات	النسب المئوية	
35	35%	ثانوي
42	42%	جامعي
23	23%	مهني
100	100%	المجموع

المصدر: من إعداد الطالب استنادا نتائج إلى المعالجة الإحصائية نلاحظ من الجدول والشكل أعلاه أن المستوى التعليمي الغالب على أفراد العينة المستجوبة هو المستوى التعليمي الجامعي وذلك بنسبة 42% ويليهما المستوى الثانوي 35%، أما المستوى المهني فبلغت نسبته 23%.

4- حسب المهنة:

الجدول رقم(5): توزيع العينة حسب المهنة الشكل رقم(3): توزيع العينة حسب المهنة



التكرارات	النسب المئوية	
56	42%	موظف
38	38%	طالب
04	4%	تاجر
02	2%	متقاعد
100	100%	المجموع

المصدر: من إعداد الطالب استنادا نتائج إلى المعالجة الإحصائية

الفرع الثاني: تحليل معطيات أسئلة الاستبيان:

السؤال الأول: حول امتلاك البطاقة الالكترونية

الجدول رقم(6): استجابة الزبائن للسؤال رقم 1

المصدر: من إعداد الطالب استنادا نتائج إلى المعالجة الإحصائية

لا		نعم		البيطاقة الالكترونية
النسب المئوية	تكرار	النسب المئوية	تكرار	
55%	55	45%	45	الاجابة

من خلال النتائج نلاحظ أن نسبة الزبائن الذين لا يملكون البطاقة أكثر من الذين يملكونها وهذا السبب يعود لعدم تمكن الفئة الغير مالكة للبطاقة من الحصول عليها لأن المؤسسة لم تقم بتوزيع منتجها على كافة زبائنها.

سؤال الثاني: حول استعمال البطاقة الالكترونية

الجدول رقم(7): استجابة الزبائن للسؤال رقم 2

لا		نعم		استعمال البطاقة الالكترونية
النسب المئوية	تكرار	النسب المئوية	تكرار	
22%	10	77%	35	الاجابة

المصدر: من إعداد الطالب استنادا نتائج إلى المعالجة الإحصائية

من الجدول أن أعلى نسبة لإجابات المستجوبين من الزبائن كانت بنعم هذا يعني أن أغلبية الزبائن الذين يملكون البطاقة يستعملونها.

السؤال الثالث: عن سبب عدم استعمال البطاقة الالكترونية

الجدول رقم(8): استجابة الزبائن للسؤال رقم 3

النسبة المئوية	تكرار	
30%	03	عدم معرفة استعمالها
20%	02	ارتفاع عمولة السحب بها
00%	00	لا أثق في خدماتها
50%	05	مشكل الشبكة

المصدر: من إعداد الطالب استنادا نتائج إلى المعالجة الإحصائية

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن عدم استعمال البطاقة الالكترونية من الزبائن يرجع بنسبة كبيرة إلى مشكل الشبكة والتي أدليا 50% من آراء الزبائن. في حين نجد أن نسبة و20

30% من الزبائن أجابوا على عدم معرفتهم كيفية استعمال البطاقة وارتفاع عمولة السحبان على التوالي. وبالتالي نجد أن بنك القرض الشعبي الجزائري.

السؤال الرابع: عن الخدمات الأكثر اعتمادا عليها من خلال البطاقة
الجدول رقم(9): إجابات الزبائن حول السؤال رقم 4

النسبة المئوية	تكرار	
60%	21	سحب الأموال
42%	15	تعبئة رصيد الهاتف من الحساب البنكي
2,8%	01	الاطلاع على الرصيد
5,7	02	طلب دفتر الصكوك

المصدر: من إعداد الطالب استنادا نتائج إلى المعالجة الإحصائية
نلاحظ من خلال الجدول نسبة 60% من الزبائن أجابوا بان استعمالهم للبطاقة يتركز في سحب الأموال بينما 42% منهم أجابوا بأن استخدامهم للبطاقة يكمن في تعبئة الهاتف من الحساب البنكي هذا يعني أن أغلب الزبائن لا يدرون بخدمات المرافقة للبطاقة. وبالتالي نجد أن البنك لم تعرف بمنتجات والخدمات المرافقة لها.

السؤال الخامس: حول تقييم استعمال البطاقة من ناحية عنصر الضمان.
الجدول رقم (10): استجابة الزبائن للسؤال رقم 05

أبدا		أحيانا		غالبا		الإجابة
النسبة المئوية	تكرار	النسبة المئوية	تكرار	النسبة المئوية	تكرار	
37%	37	42%	42	21%	21	

المصدر: من إعداد الطالب استنادا نتائج إلى المعالجة الإحصائية
يتبين لنا من خلال الجدول أن نسبة 42% أجابوا بان استعمال البطاقة الالكترونية أحيانا يقلل من وجود أخطاء في الحصول على الخدمة.

السؤال السادس: تقييم استعمال البطاقة من ناحية توفير الوقت والجهد
الجدول رقم (11): استجابة الزبائن للسؤال رقم 06

أبدا		أحيانا		غالبا		الإجابة
النسبة المئوية	تكرار	النسبة المئوية	تكرار	النسبة المئوية	تكرار	
17%	37	62%	62	21%	21	

المصدر: من إعداد الطالب استنادا نتائج إلى المعالجة الإحصائية
أجاب نسبة 62% من الزبائن أنه بعد استخدام البطاقة وفرت لهم الوقت والجهد.
السؤال السابع: عن معرفة درجة الأمان عند استخدام البطاقة.

الجدول رقم (12): استجابة الزبائن للسؤال رقم 07

لا		نعم		الاجابة
النسبة المئوية	تكرار	النسبة المئوية	تكرار	
52%	52	48%	48	

المصدر: من إعداد الطالب استنادا نتائج إلى المعالجة الإحصائية
أجاب نسبة 52% من الزبائن بأنهم لا يشعرون بالأمان لدى استخدامهم البطاقة، هذا
يعني أن بنك القرص الشعبي الجزائري مازالت تعاني من مشكل الثقة مع زبائنهم.
السؤال الثامن: حول تقييم استعمال تطبيق CPA MOBILE لاختصار الوقت.

الجدول رقم (13): استجابة الزبائن للسؤال رقم 08

لا استخدمه		سيء		جيد		الاجابة
النسبة المئوية	تكرار	النسبة المئوية	تكرار	النسبة المئوية	تكرار	
50%	50	00%	00	50%	50	

المصدر: من إعداد الطالب استنادا نتائج إلى المعالجة الإحصائية
نلاحظ ان زبائن البنك المستخدمين لتطبيق راضين كل الرضى بالخدمات التي
يطيحها هذا الأخير. بينما هناك من لا يستخدمه أبدا بل يكتفي بالبطاقة البنكية الإلكترونية.

السؤال التاسع: كيف يرى الزبائن موقع e-Banting

الجدول (14): استجابة الزبائن للسؤال رقم 09

لا استخدمه		سيء		جيد		الاجابة
النسبة المئوية	تكرار	النسبة المئوية	تكرار	النسبة المئوية	تكرار	
60%	60	10%	10	30%	30	

المصدر: من إعداد الطالب استنادا نتائج إلى المعالجة الإحصائية
نلاحظ أن 90 بالمئة من مستخدمي هذا تطبيق راضين عن خدماته لكن البنك يعاني
من عدم انتشار ثقافة استخدام الإنترنت بين زبائنه.

السؤال العاشر: الخدمات الأكثر طلبا عليها من خلال استخدام الزبائن للموقع e-

Banting/CPA MOBILE

الجدول (15): استجابة الزبائن للسؤال رقم 10

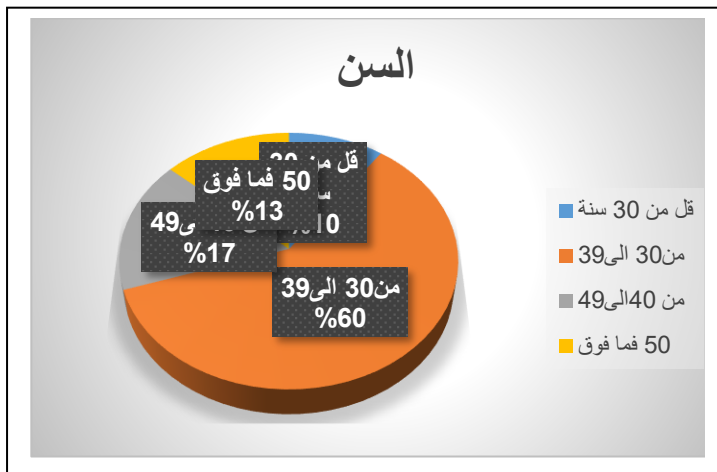
النسبة المئوية	تكرار	
74%	20	الاطلاع على الرصيد
18,5%	50	تغيير الرقم السري
11%	30	طلب بطاقة بنكية
7,4%	20	طلب بيان العمليات على الحساب

المصدر: من إعداد الطالب استنادا نتائج إلى المعالجة الإحصائية
نلاحظ أغلبية الزبائن أجابوا بعدم معرفتهم بوجود موقع للمؤسسة ويكتفون بالخدمات المقدمة مباشرة
من موظفي البنك. أما الزبائن الذين يستخدمون الموقع فنجد أن معظمهم يركزون على خدمة الاطلاع على الرصيد بشكل كبير، ومنه نستنتج أن موقع البنك التطبيق يحتوي على صفحات لعرض خدمات والتعامل مع زبائنها بشكل أفضل الا أن زبائنها يفضلون الخدمات التقليدية أكثر من الانترنت وهذا راجع لعدم استغلال البنك لعنصر الترويج للتعريف بخدمات بشكل أفضل.

المطلب الثالث: تحليل أجوبة الاستبيان الموجه الى الموظفين
نقوم فيما يلي باستعراض نتائج المعالجة الإحصائية للاستبيان الخاص بالموظفين ومعتمدين على نفس الترتيب للأسئلة الوارد في الاستبيان.

1- السن:

الجدول رقم (16): توزيع العينة حسب السن
الشكل رقم (4): توزيع العينة حسب السن



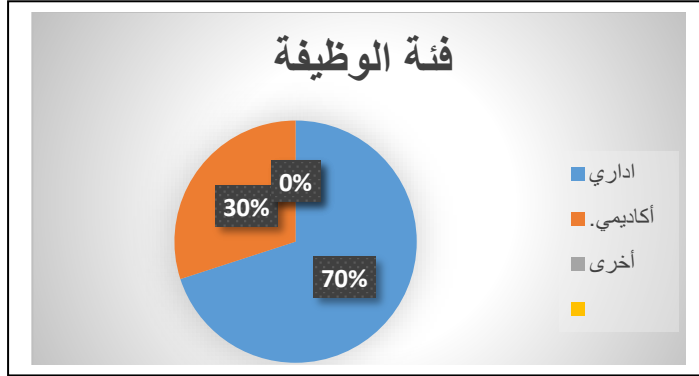
النسب المئوية	التكرارات	
10%	03	قل من 30 سنة
60%	18	من 30 الى 39
16,66	05	من 40 الى 49
13,44	04	50 فما فوق
100%	30	المجموع

المصدر: من إعداد الطالب استنادا نتائج إلى المعالجة الإحصائية
أظهرت النتائج المدونة في الجدول والشكل أعلاه، أن 60% من الموظفين كانت أعمارهم من بين (30 السنة)، في حين وصلت النسبة 17% الذين كانت اعمارهم ما بين (40 الى 49 سنة)، و10% للفئة أقل من 39 سنة في حين بلغت النسبة 13% للفئة من

50 فأكثر، كما يتضح من البيانات أعلاه أن معظم أفراد العينة هم 30 من مختلف أعمار فئات المجتمع وذلك حتى تكون العينة ممثلة أكثر لمجتمع الدراسة.
2_ فئة الوظيفة:

الشكل رقم (5): توزيع العينة

الجدول رقم (17): توزيع العينة حسب الجنس



التكرارات	النسب المئوية	
21	70%	اداري
09	30%	أكاديمي
00	00%	أخرى
30	100%	المجموع

المصدر: من إعداد الطالب استنادا نتائج إلى المعالجة الإحصائية

السؤال الأول: هل بنك القرض الشعبي الجزائري يمتلك أجهزة حديثة.
 الجدول رقم(18): الإجابة على السؤال الأول الخاص بالموظفين.

لا		نعم		الاجابة
النسب المئوية	التكرار	النسب المئوية	التكرار	
20%	60	80%	24	

المصدر: من إعداد الطالب استنادا نتائج إلى المعالجة الإحصائية

يتضح من خلال الجدول أن نسبة 80% من الموظفين أجابوا على أن البنك يملك أجهزة حديثة في حين

وجد أن نسبة 20% منهم أجابوا ب لا، وهذا راجع لأن بعض وكالات البنك القرض الشعبي الجزائري تركز على الأجهزة المكتبية تعتبر تقليدية لبعض الموظفين.

السؤال الثاني: كيف تعتبر مستوى استخدام الصيرفة الاليكترونية في البنك
 الجدول رقم(19): الإجابة على السؤال الثاني الخاص بالموظفين.

ضعيف		متوسط		متطور		الاجابة
النسب المئوية	التكرار	النسب المئوية	التكرار	النسب المئوية	التكرار	
00%	00	20%	60	80%	24	

المصدر: من إعداد الطالبين استنادا نتائج إلى المعالجة الإحصائية

نلاحظ من خلال الجدول والشكل أعلاه أن نسبة 80% من الموظفين يعتبرون أن مستوى استخدام الصيرفة الإلكترونية في البنك متطور في حين أن 20% من الموظفين يعتبرون أن مستوى استخدام الصيرفة الإلكترونية في البنك متوسط.

السؤال الثالث: هل البنك يقوم بعمليات تكوينية لموظفيه من أجل استفادتهم من برامج تأهلهم للاستعمال الجيد لهذه التكنولوجيا

الجدول رقم(20): الإجابة على السؤال الثالث الخاص بالموظفين.

لا		نعم		
النسب المئوية	التكرار	النسب المئوية	التكرار	
30	09	70%	21	الإجابة

المصدر: من إعداد الطالب استنادا نتائج إلى المعالجة الإحصائية

نلاحظ من خلال الجدول والشكل أعلاه أن نسبة 70% من الموظفين أجابوا بأن البنك يقوم بعمليات تكوينية لموظفيه من أجل استفادتهم من برامج تأهلهم للاستعمال الجيد لهذه التكنولوجيا في حين أجاب نسبة 30% منهم بعدم استفادتهم من هذه البرامج التكوينية للبنك. وهذا راجع الى أن المؤسسة تختار من موظفيها الأفراد المؤهلين لاستعمال هذه التكنولوجيا.

السؤال الرابع: أدى اعتماد الصيرفة الإلكترونية في البنك الى احداث تغيير في المسارات الوظيفية للعاملين بشكل

الجدول رقم(21): الإيجاب على السؤال الرابع الخاص بالموظفين.

لم يتغير		حسن		جيد		
النسب المئوية	التكرار	النسب المئوية	التكرار	النسب المئوية	التكرار	
6.67%	02	73.33%	22	20%	06	الإجابة

المصدر: من إعداد الطالبين استنادا نتائج إلى المعالجة الإحصائية

يرى اغلبية الموظفين ان الصيرفة الإلكترونية غيرت مسار الموظفين بشكل حسن الى جيد بينما ترى فئة قليلة بنسبة 6.67% بالمئة انها لم تغير شيء. وهذا لتفاوت الاعمار بين الموظفين.

السؤال الخامس:

الجدول رقم(22): الإيجاب على السؤال الخامس الخاص بالموظفين

لم يتغير		حسن		جيد		دور الصيرفة الإلكترونية في تحسين جودة الخدمة البنكية
النسب المئوية	التكرار	النسب المئوية	التكرار	النسب المئوية	التكرار	
16.67%	05	50%	15	33.33%	10	الإجابة

المصدر: من إعداد الطالب استنادا نتائج إلى المعالجة الإحصائية

من خلال نتائج الجدول أن معظم أفراد العينة أجابوا بأن الصيرفة الإلكترونية ساهمت في تحسين نوعية الخدمة التي يقدموها بشكل حسن حيث بلغت نسبتهم 50% في حين نجد أن نسبة 16.77% أجابوا بأن الوضع لم يتغير بعد ادخالها الصيرفة الإلكترونية، والنسبة 33,33% بالمئة من الموظفين الذين أجابوا بأن هذه الأخيرة ساهمت في تحسين الخدمة، وهذا يعني أن بنك القرض الشعبي الجزائري مازال يرتقي الى المستوى أمثل لاستغلال الصيرفة الإلكترونية.

السؤال السادس: تجاوب الزبائن مع الخدمات البنكية الإلكترونية بشكل:
الجدول رقم(23): الإيجاب على السؤال السادس الخاص بالموظفين.

لم يتغير		حسن		جيد		الإجابة
النسب المئوية	التكرار	النسب المئوية	التكرار	النسب المئوية	التكرار	
26.67%	08	50%	15	23.33%	07	الإجابة

المصدر: من إعداد الطالبين استنادا نتائج إلى المعالجة الإحصائية
نلاحظ ان الأكثرية من الموظفين في البنك يرون ان الزبائن تجاوب بشكل متوسط مع الخدمات البنكية الإلكترونية في حين أن نسبة 26.67% بالمية أكدوا بإجابتهم على ان التجاوب ضعيف مع هذه الخدمات اما 23.33% بالمئة وهم أقلية من الموظفين يرون ان الزبائن يتجاوبون بشكل جيد راجع هذا التجاوب الغير محفز الى الهندسة الاجتماعية المختلفة لسكان ولاية خنشلة.

السؤال السابع:
الجدول رقم(24): الإجابة على السؤال السابع الخاص بالموظفين.

لا		نعم		مساهمة توفير وسائل التكنولوجيا في زيادة كفاءة الموظف	الإجابة
النسب المئوية	التكرار	النسب المئوية	التكرار		
10%	03	90%	27		الإجابة

المصدر: من إعداد الطالبين استنادا نتائج إلى المعالجة الإحصائية
نلاحظ أن نسبة 90% من الموظفين أقرروا على أن وسائل التكنولوجيا تساهم في زيادة كفاءتهم في تأدية الخدمات.

السؤال الثامن:
الجدول رقم(25): الإجابة على السؤال الثامن الخاص بالموظفين.

أبدا		أحيانا		غالبا		مساهمة التكنولوجيا في حماية الموظفين	الإجابة
النسب المئوية	التكرار	النسب المئوية	التكرار	النسب المئوية	التكرار		
23.33%	07	40%	12	36.67%	11		الإجابة

المصدر: من إعداد الطالبين استنادا نتائج إلى المعالجة الإحصائية يرى الموظفين ان التكنولوجيا تساهم في حماية الموظفين من أحيانا الى غالبا بينما يرى 23.33 بالمئة من الموظفين ان التكنولوجيا لاهمهم: وهذا راجع الى عدم علم الموظفين بالسلبيات هذه التكنولوجيا.

السؤال التاسع: مزايا الخدمات المصرفية الاليكترونية الجديدة مقارنة بالخدمات المصرفية التقليدية.

الجدول رقم(26): الإجابة على السؤال التاسع الخاص بالموظفين

النسب المئوية	التكرار	
40%	12	سهولة الاستعمال والدقة
10%	30	الاتصال المباشر
13.33%	40	الأمن
20%	60	الجودة
16.67%	50	السرعة
100%	30	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبين استنادا نتائج إلى المعالجة الإحصائية من خلال الجدول نجد أن الخدمات المصرفية الإليكترونية ساهمت بشكل كبير في توفير عدة مزايا للموظفين في تأدية مهامهم من بينها: الدقة، سهولة الاستعمال، السرعة، الأمن، الاتصال المباشر. في حين أن هذه الاتصالات مازالت لم ترقى للمستوى المطلوب والتمثل في الاتصال المباشر مع الزبائن.

السؤال العاشر: لجات المؤسسة الى تنصيب الموقع الاليكتروني بغرض.

النسب المئوية	التكرار	
40%	12	قديم الخدمات على مدار اليوم
23.34	07	التعرف على حاجات ورغبات الزبائن
3.33%	01	لتحاور مع الزبائن عبر الانترنت
33.33%	01	لإعطاء صورة جيدة للبنك
100%	30	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبين استنادا نتائج إلى المعالجة الإحصائية نلاحظ من الجدول أعلاه أن هدف البنك من تنصيب موقع الكتروني يتمثل أساسا في تقديم الخدمات على مدار اليوم وبالتالي اعطاء صورة جيدة لها.

خلاصة الفصل:

من خلال هذا الفصل تطرقنا إلى التعريف ببنك القرض الشعبي الجزائري، وكذلك إنشاؤه وهيكله كما تطرقنا إلى أهم الخدمات المصرفية الإلكترونية التي يقدمها وبغرض التعريف بدور الصيرفة الإلكترونية في تحسين جودة الخدمات المصرفية المقدمة من طرف بنك القرض الشعبي الجزائري وذلك في وكالة خنشة، أجرينا استقصاء والذي أردنا من خلاله التعرف على رأي الزبائن بالبنك وخدماته، من خلال تعاملهم مع البنك وفي الأخير تم عرض مختلف النتائج. التي تم تحليلها والخروج بنتائج قيمة تساعد على فهم تطور الصيرفة الإلكترونية ودورها في تحسين جودة الخدمات المصرفية وتحدياتها الاجتماعية والتكنولوجية....

الخاتمة:

في الختام، يمكن القول إن الصيرفة الإلكترونية ليست مجرد خيار ترفي، بل هي ضرورة استراتيجية لتحقيق التنمية المستدامة للقطاع المصرفي في الجزائر، وضمان تقديم خدمات مصرفية عالية الجودة تلبي تطلعات الأفراد والمؤسسات وتساهم في تحقيق الشمول المالي. وعلى الرغم من التحديات التي لا تزال تواجه التوسع الكامل للصيرفة الإلكترونية في

الجزائر، مثل الحاجة إلى تعزيز البنية التحتية الرقمية، وتثقيف العملاء حول استخدام هذه التقنيات، وتطوير الأطر القانونية والتنظيمية المواكبة، إلا أن المستقبل يبدو واعدًا. فالدفع نحو رقمته الخدمات المصرفية يعد خطوة أساسية نحو تحديث القطاع المصرفي الجزائري، وجعله أكثر قدرة على المنافسة إقليميًا ودوليًا.

وبعد دراسة لبنك القرض الشعبي الجزائري ومن خلال تحليل نتائج الاستقصاء توصلنا على جملة من النتائج تتمثل في:

✓ معظم زبائن بنك القرض الشعبي الجزائري cap يمتلكون بطاقات بنكية حسب نشاط عملهم او مكان إقامتهم؛

✓ السبب الأول لعدم امتلاك باقي الزبائن للبطاقة هو عدم وصولها إليهم، وهذا راجع إلى عدم وجود ثقافة البطاقات البنكية الإلكترونية؛

✓ أغلب مستعملي بطاقات البنكية المحلية يستعملونها للقيام بعملية سحب الأموال فقط ولا يعرفون الخدمات المرافقة لها؛

✓ السبب الأول لعدم استعمال البطاقة من طرف مالكيها هو الخوف من التعرض للسرقة بعد سحب الأموال وهذا راجع إلى نقص رجال الأمن عند نوافذ الصرافات الآلية، أو سرقة البطاقة أو الرقم السري؛

✓ لا يفضل زبائن بنك القرض الشعبي الجزائري كثيرا استعمال البطاقة في الموزع الآلي للأوراق النقدية الذي يوجد خارج البنك نظرا لعدم ثقتهم وهذا راجع لمشكل الشبكة الذي مازالت تعاني منه الصيرفة الإلكترونية في الجزائر مما يدفع بالزبائن لكثرة الاحتجاجات؛

✓ ومن خلال تقييم استخدام الصيرفة الإلكترونية في بنك القرض الشعبي الجزائري سواء من طرف الموظفين أو من طرف الزبون توصلنا لبعض المزايا والعيوب لهذه التكنولوجيا في المؤسسة منها: السرعة: حيث نجد أن نسبة 20% من الموظفين يرون ان التكنولوجيا سمحت لهم بتأدية مهامهم بسرعة عالية، الدقة في الأداء: حيث أدى استعمال هذه التكنولوجيا الى تقليل نسبة الأخطاء في تأدية الخدمات والكفاءة حيث أجاب نسبة 40% من الموظفين أن الصيرفة الإلكترونية لها درجة عالية من الكفاءة في تأدية المهام؛

✓ وموقع المؤسسة يحتوي على صفحات لعرض خدمات والتعامل مع زبائننا بشكل أفضل وهذا يعني أن البنك يريد اعطاء صورة جيدة لها؛ مازال الزبائن يشهدون اختلالات مستمرة في الخدمات مثل الانقطاع المتكرر لشبكة الحساب البنك، وتعطل الموزعات الآلية للنقود، وعدم توفر السيولة الكافية؛

✓ إن مستوى اعتماد المؤسسات الاقتصادية الجزائرية وخاصة بنك القرض الشعبي الجزائري على الصيرفة الإلكترونية لم إلى يرق المستوى المطلوب؛

✓ أرى أن أحد الأسباب الرئيسية التي تعيق تقدم الصيرفة الإلكترونية في الجزائر هو جهل الزبائن بالخدمات المتنوعة واكتفائهم بسحب الأموال فقط كما أن بعض الزبائن لا تستخدم هواتف ذكية وهذا يشكل تحديا كبيرا في انتشار الصيرفة الإلكترونية، وهنا يجب على البنك تسويق خدماته عبر إشهارا عبر مواقع التواصل الاجتماعي واستهداف الفئات المعنية.

كما وضعنا الفرضيات تحت الاختبار فكانت الإجابة عنها كالآتي:

• نقضي جودة الخدمات المصرفية الى ولاء العميل و ثقته في المصرف توصلنا الى ان العملاء و الزبائن المستخدمين للخدمات المصرفية الإلكترونية راضين كل الرضى على هذه الخدمات وثقتهم في المصرف كبيرة وبالتالي الفرضية صحيحة.

• وسائل الدفع الإلكتروني من أهم مكونات نظام الدفع الإلكتروني و التي تنفذ فيها المعاملات بواسطة وسائل الدفع, نرى ان هذه الفرضية صحيحة الا ان وسائل الدفع الإلكتروني في الجزائر ليست بتلك الصورة المتطورة و المنتشرة وهذا راجع الى عدم تعريف البنوك و المؤسسات بهذه الخدمات و كذلك الهندسة الاجتماعية الغير مطلعة.

• تعتبر أنظمة الدفع الإلكترونية وسيلة تريح الموظف مع المؤسسات المصرفية بعد دراسة لموظفي بنك القرض الشعبي الجزائري توصلنا الى ان الموظفين ممتنون لوجود أنظمة الدفع الإلكتروني لأنها سهلة الاستعمال و تقدم خدمات على مدار اليوم وكذلك سرعة وجودة و امان هذه الأخيرة.

آفاق الدراسة والتوصيات المستقبلية:

تُشكل الصيرفة الإلكترونية ركيزة أساسية لتطوير الخدمات المصرفية وتحسين جودتها، ومع التطور المتسارع للتكنولوجيا، تظهر آفاق جديدة تستدعي المزيد من البحث والتحليل لضمان استمرارية هذا التحسن وتلبية تطلعات العملاء. بناءً على ما تقدمه الدراسة، يمكن اقتراح الآفاق والتوصيات المستقبلية التالية:

1. التوسع في تبني التقنيات الناشئة:

الذكاء الاصطناعي وتعلم الآلة: دراسة كيفية توظيف الذكاء الاصطناعي وتعلم الآلة في تحليل سلوك العملاء، وتقديم خدمات مصرفية شخصية ومخصصة، وتحسين أنظمة الكشف عن الاحتيال، وتعزيز خدمة العملاء عبر الروبوتات الدردشة (Chabots).

سلسلة الكتل (Block Chain): استكشاف إمكانية استخدام تقنية البلوك تشين في تعزيز أمان المعاملات المصرفية، وتبسيط عمليات التسوية، وتحسين شفافية السجلات المالية، خاصة في مجالات مثل التحويلات الدولية والتمويل التجاري.

الواقع الافتراضي والمعزز: بحث كيفية استخدام الواقع الافتراضي والمعزز لتقديم تجارب مصرفية غامرة للعملاء، مثل جولات افتراضية للفروع أو محاكاة لعمليات الاستثمار المعقدة.

2. التركيز على تجربة العميل الشاملة (Customer Experience – CX)

التصميم المرتكز على المستخدم (User-Centre Design): دراسة أفضل الممارسات في تصميم واجهات وتطبيقات الصيرفة الإلكترونية لتكون سهلة الاستخدام، بديهية، وتلبي احتياجات مختلف شرائح العملاء (كبار السن، ذوي الاحتياجات الخاصة، إلخ).

التخصيص الفائق: تحليل البيانات الضخمة (Big Data) لتقديم عروض وخدمات مالية مخصصة لكل عميل بناءً على تاريخه المصرفي وأنماط إنفاقه وتفضيلاته.

لقنوات المتعددة المتكاملة (Omni Channel): البحث في كيفية تحقيق تكامل سلس بين مختلف قنوات الصيرفة (تطبيقات الهاتف، مواقع الويب، الفروع، أجهزة الصراف الآلي) لضمان تجربة عملاء متسقة ومريحة.

3. تعزيز الأمن الشيباني والخصوصية:

مواجهة التهديدات المتزايدة: دراسة أحدث التحديات الأمنية في مجال الصيرفة الإلكترونية (مثل هجمات الفدية، التصدي الاحتيالي) والبحث في آليات الدفاع المتقدمة لحماية بيانات العملاء ومعاملاتهم.

التوعية الأمنية للعملاء: تحليل فعالية برامج التوعية الأمنية للعملاء ودورها في تعزيز الاستخدام الآمن للخدمات المصرفية الإلكترونية.

4. دراسات مقارنة وتحليلية:

مقارنات دولية: إجراء دراسات مقارنة بين البنوك في دول مختلفة لتقييم مدى تبنيتها للصيرفة الإلكترونية وتأثير ذلك على جودة الخدمات المصرفية.

الصيرفة المفتوحة (Open Banting): بحث الفرص والتحديات المرتبطة بالصيرفة المفتوحة وكيف يمكن أن تُحدث ثورة في نماذج الأعمال المصرفية وتُحسن من تجربة العملاء من خلال مشاركة البيانات بشكل آمن.

إدارة التغيير: دراسة استراتيجيات إدارة التغيير الفعالة لضمان تبني الموظفين والعملاء للتحويلات الرقمية في الخدمات المصرفية.

عناوين مقترحة لدراسة:

تأثير تطبيقات الذكاء الاصطناعي في تعزيز جودة خدمة العملاء بالبنوك الجزائرية. (يركز على الذكاء الاصطناعي وتجربة العملاء).

دور تقنية البلوك تشين في تحسين أمان وشفافية المعاملات المصرفية عبر الإنترنت في الجزائر. (يركز على البلوك تشين والأمن).

الواقع الافتراضي والمعزز في الصيرفة: آفاق تطوير تجربة العملاء في البنوك الجزائرية. (يركز على التقنيات الناشئة وتجربة العملاء).

قائمة المراجع:

مواردي سعيدة، الصيرفة الإلكترونية في الجزائر بين الواقع والمأمول، مذكرة الماستر، غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة أدرار، الجزائر، 2018 / 2019، ص 7.

كمال مولوج، محمد طلحة، الصيرفة الإلكترونية تأثيرها على جودة الخدمات المصرفية، مداخلة ضمن فعاليات الملتقى العلمي الدولي الرابع حول: عصرنة نظام الدفع في البنوك الجزائرية وإشكالية اعتماد التجارة الإلكترونية في الجزائر - عرض تجارب دولية معهد العلوم الاقتصادية، المركز الجامعي بخميس ملاينة، الجزائر، 2011، ص 2.

فريد النجار، الاقتصاد الرقمي؛ الانترنت وإعادة هيكلة الاستثمار والبنوك الإلكترونية، الدار الجامعية، الإسكندرية، مصر، 2007، ص 478

طرق طه، إدارة البنوك في بيئة العولمة والانترنت، دار المكر الجامعي، الإسكندرية، مصر، 2007، ص 210 - موارد سعيدة، مرجع سبق ذكره؛ ص 7.

بن قبيده مروان، محاضرات في الصيرفة الإلكترونية، جامعة يحي فارس بالمدينة، الجزائر، 2023، ص 22-24.

طبيبي جلال، الصيرفة الإلكترونية في سياق القانون رقم 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية، مذكرة ماستر، غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير،

جامعة محمد خيضر بسكرة، الجزائر، 2021-2022، ص 14

بن قبيده مروان، مرجع سبق ذكره، ص 25.

بن قبيده مروان، مرجع سبق ذكره، ص 27 - 26

- _ بجرة سامية، الصيرفة الالكترونية ودورها في تحقيق التنافسية البنكية، مذكرة ماستر، غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، الجزائر، 2021-2022، ص 6.
- _ عائشة بوتلجة، (الصيرفة الالكترونية)، محاضرات موجهة لطلبة السنة الثانية ماستر تخصص مالية وبنوك، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة شلف - حسيبة بن بوعلي، الجزائر، 2020-2021 ص 21 – 22.
- _ نادية عبد الرحيم تطرو الخدمات المصرفية ودورها في تفعيل النشاط الاقتصادي، مذكرة ماجستير، غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، 2011، ص79
- _ حسن يوسف البنوك الالكترونية، المركز القومي للإصدارات القانونية، القاهرة، مصر، 2012، ص84.
- _ رباح دنيا، دور الصيرفة الإلكترونية في تحسين جودة الخدمات المصرفية، مذكرة تخرج ضمن متطلبات لنيل شهادة الماستر في العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية التجارية وعلوم التسيير، الجزائر، جامعة عين تيموشنت – بلحاج شعيب -سنة الجامعية 2021 / 2020، ص 35
- _ سعيد محمد سعيد البردويل، الخدمات المصرفية الإلكترونية المطبقة في البنوك الإسلامية وعلاقتها برضا العملاء، مذكرة الماجستير، غير منشورة، كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية، جامعة الأزهر، غزة، فلسطين، 2015، ص 11 12.
- _ جناتي فاطمة، نوار وداد، دور الصيرفة الإلكترونية في تحسين جودة الخدمات المصرفية؛ مذكرة الماستر، غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة -الجزائر، 2022 / 2023، ص 34.
- _ صالح نصولي، اندرياشايختر، تحديات المعاملات المصرفية الالكترونية، مجلة التمويل والتنمية، المجلد 39، العدد الثالث، عمان 2002، ص49
- _ مداح عرايبي الحاج، أهمية البنوك الالكترونية في تفعيل وسائل الدفع الإلكترونية لي الوطن العربي الواقع والآفاق، مجلة الاقتصاد الجديد، العدد 02، جامعة الشلف، الجزائر، 2010، ص 64 – 65.
- _ زهير زاوش، دور نظام الدفع الالكتروني في تحسين المعاملات المصرفية -دراسة حالة الجزائر مذكرة ماجستير، غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة العربي بن مهدي ام البواقي، الجزائر، 2011، ص18.

<https://www.cpa-bank.dz/index.php/fr/Section>

admin et persenel Animation

_Animation commerciale

_ Animation commerciale Charge clientèle

_Section admin et persenel

الملاحق:



وزارة التعليم
قسم الشؤون الأكاديمية
كلية العلوم الاقتصادية والتجارية والعلوم الإدارية
قسم المحاسبة
الرقم: ك/ا/ا/ ١ هـ ع ا ت ع / ٢٠٢٥ / ٢٠٢٥

مختلة في : 2025/02/09
إلى السيد: مدير بنك القرض الشعبي الجزائري

تسهيل مهتم

سعيًا لاستكمال البرنامج الدراسي المقرر للحصول على شهادة الماستر تخصص اقتصاد نقدي ومالي، ومن أجل تحسين المفاهيم النظرية المطلوبة، يشرفنا أن نطلب من سيادتكم مساعدة وتسهيل المهمة للطلابين :

معلومات الطالب الثاني	معلومات الطالب الأول	الاسم واللقب
شمس الدين نسيفاري	محي الدين قاشية	تاريخ ومكان الأزيداد
مختلة 2001/05/02	٢٠٠٣/٠٦/٢٧ بنية	رقم التسجيل
202034049013	202034049331	

عنوان التقرير : دور الصيرفة الإلكترونية في تحسين جودة الخدمات المصرفية دراسة حالة CPA

هو ذلك من أجل إجراء تريض تطبيقي لدى مؤسستكم.

رئيس القسم
رئيس قسم العلوم الاقتصادية
رئيس قسم العلوم الاقتصادية والتجارية والعلوم الإدارية

رئيس القسم
رئيس قسم العلوم الاقتصادية والتجارية والعلوم الإدارية

2025/02/02
2025/02/02
2025/02/02



ختمة في : 10/03/2025

الرقم: 144/ك ع ات ع ت/ ق ع اق / 2025

الاسم و اللقب : شمس الدين نسيفلوي

تاريخ المبرور: 02/05/2001

- مكان المبرور: ختمة
- موضوع تقرير التبرص: دور الصيرفة الالكترونية في تحسين جودة الخدمة المصرفية - دراسة حالة بنك CPA
- مكان التبرص: بنك CPA
 - إلى: فترة التبرص من:

ملاحظة	العلامة	عناصر المراقبة
	04/...04...	المواظبة
	04/...03...	المبادرة
	04/...03...	المعرف التطبيقية
	04/...03...	قدرة العمل
	04/...04...	العلاقة مع العميل
	20/...04...	العلامة النهائية

ملاحظات أخرى:

.....

رئيس القسم

ممثل المؤسسة
CHARGE DE CLIENTELE
HAFID KATIK
Chargé de Clientèle
Niveau - II
10 MARS 2025



تاريخ: 10/03/2025

الرقم: ك 14/ ك إ ت ع ت / ق ع ا ق / 2025

مكان الميلاد: بالتية

تاريخ الميلاد: 2003/06/27

إلى: فترة التبرص من:

مكان التبرص: بنك CPA

عنوان تقرير التبرص: دور الصيرفة الالكترونية في تحسين جودة الخدمة المصرفية - دراسة حالة بنك CPA

ملاحظة	العلامة	عناصر المراقبة
	04/...04	المراقبة
	04/...03	المباراة
	04/...03	المعارف التطبيقية
	04/...03	فترة العمل
	04/...04	العلاقة مع العميل
	20/...04	العلاقة النهائية

ملاحظات أخرى:
مكتب المؤسسة
رئيس القسم

Chargé De Clientèle
HATDIRIYEH
Chargé de Clientèle
Niveau - 10 Mars 2025