

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة محمد بوضياف المسيلة

كلية: العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

ميدان: العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

قسم: العلوم التجارية

فرع: العلوم التجارية

تخصص: تسويق الخدمات



رقم:

مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة ماستر أكاديمي

تحت عنوان:

دور وسائل الدفع الإلكترونية في تحسين جودة الخدمة المصرفية

- دراسة حالة عينة من مستخدمي البنوك التجارية -

تحت إشراف الدكتورة:

من إعداد الطالب:

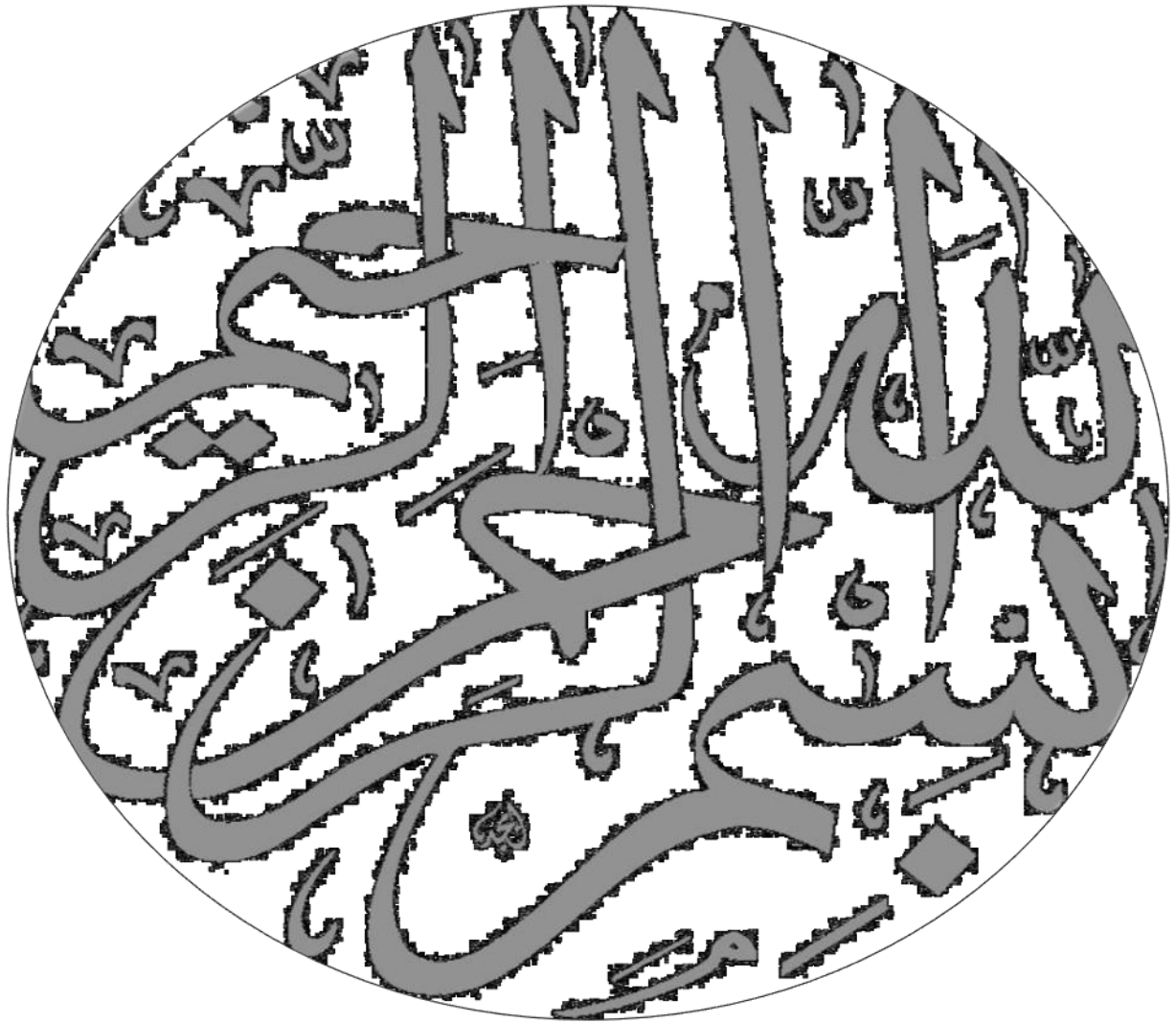
- مخوخ رزيقة

- قاصري موسى

لجنة المناقشة:

رئيسا	جامعة محمد بوضياف بالمسيلة	أستاذ التعليم العالي	بوعباية حسان
مشرفا ومقررا	جامعة محمد بوضياف بالمسيلة	أستاذ محاضر أ-	مخوخ رزيقة
مناقشا	جامعة محمد بوضياف بالمسيلة	أستاذ محاضر أ-	حجاب موسى

السنة الجامعية: 2021/ 2020



إهداء



- إلى كل من علمني حرفا في هذه الدنيا الفانية.
- إلى أغلى وأعز ما أملك أُمِّي الغالية وزوج أُمِّي (أبي الثاني)
- إلى روح أبي الزكية الطاهرة وجدتي رحمها الله وكل من فارقونا ممن نحب
- إلى أختي شهرة وابنها لؤي وأختي سارة وأخي العزيز عبد الصمد
- إلى عائلتي الكبيرة عائلة قاصري
- إلى كل من عرفت في هذه الحياة
- إلى كل هؤلاء أهدي هذا العمل المتواضع
- ونسأل الله أن يجعله نبراسا لكل طالب علم.
- أمين يا رب العالمين.

شكر وتقدير

الحمد لله رب العالمين والصلاة والسلام على أشرف المرسلين نبينا محمد
وعلى آله وصحبه أجمعين.

أما بعد:

فإنني أشكر الله وافر الشكر أن وفقني وأعانني على إتمام هذه الرسالة، ثم
أوجه آيات الشكر والعرفان بالجميل إلى الأستاذة الدكتورة " **مخوخ رزيقة** "
المشرفة على الرسالة التي منحتني الكثير من وقتها، وكان لرحابة صدرها وسمو
خلقها وأسلوبها المميز في متابعة الرسالة أكبر الأثر في المساعدة على إتمام هذا
العمل، وأسأل الله أن يجازيها خير الجزاء وأن يكتب صنيعها في موازين حسناتها.
كما يدعوني واجب الوفاء والعرفان بالجميل أن أشكر كل من أختي "
قاصري سارة" والدكتور " **عزوز منير** " على تقديمهم لنا يد العون والمساعدة.
وبعدها فالشكر موصول لكل أساتذتي الذين تتلمذت على أيديهم في كل
مراحل دراستي.

وآخر دعوانا أن الحمد لله رب العالمين.

ملخص:

هدفت الدراسة الى محاولة تقييم وسائل الدفع الإلكترونية واقعها في البنوك التي تتعامل معها العينة المدروسة، بالإضافة الى محاولة معرفة مدى تحسين خدمة البنوك التي تتعامل معها عينة الدراسة في ظل وجود وسائل دفع حديثة وكذا أهم المشاكل التي تواجهها لإيجاد الحلول المناسبة.

توصلت نتائج الدراسة الى أن البنوك الجزائرية تواجه صعوبة استخدام وسائل الدفع الإلكترونية وذلك بسبب نقص الوعي الثقافي والاجتماعية والمصرفي لدى الجمهور الجزائري وتعلقه بالوسائل التقليدية.

الكلمات المفتاحية: وسائل الدفع التقليدية، وسائل الدفع الإلكترونية، جودة الخدمة المصرفية، وسائل الحماية الإلكترونية.

Abstract

The aim of the study was to try to assess the electronic means of payment in the banks with which the sample is handled, as well as to find out to what extent the service of the banks with which the sample is handled has improved in the light of the existence of modern means of payment and the main problems they face in finding appropriate solutions.

The results of the study found that Algerian banks faced difficulty in using electronic means of payment owing to the lack of cultural, social and banking awareness of the Algerian public and its attachment to traditional means.

Key words: traditional means of payment, electronic means of payment, quality of banking service, electronic means of protection.

الفهرس

الفهرس

II.....	إهداء
IV.....	شكر وتقدير
V.....	ملخص
VI.....	الفهرس
XII.....	قائمة الأشكال
XIII.....	قائمة الجداول
أ.....	مقدمة

الفصل الأول: وسائل الدفع الالكترونية

2.....	تمهيد
3.....	المبحث الأول: مدخل لوسائل الدفع التقليدية
3.....	المطلب الأول: مفهوم والتطور التاريخي لوسائل الدفع
3.....	أولاً: مفهوم وسائل الدفع
4.....	ثانياً: التطور التاريخي لوسائل الدفع
5.....	المطلب الثاني: مكونات وسائل الدفع الالكترونية
6.....	أولاً: النقود
8.....	ثانياً: السفتجة (الكمبيالة)
8.....	ثالثاً: الشيك
10.....	رابعاً: السند أمر
11.....	خامساً: سند الرهن
11.....	سادساً: سند الصندوق
11.....	سابعاً: السندات العمومية قصيرة الأجل

11	ثامنا: التحويلات البنكية.....
12	تاسعا: الحساب.....
12	المطلب الثالث: العوامل المؤدية لتطور وسائل الدفع التقليدية.....
12	أولا: تراجع فعالية وسائل الدفع التقليدية.....
13	ثانيا: استخدام شبكة الانترنت في المجال المصرفي.....
14	ثالثا: التوجه نحو التجارة الالكترونية.....
15	المبحث الثاني: وسائل الدفع الالكترونية.....
16	المطلب الأول: مفهوم وسائل الدفع الالكترونية.....
16	المطلب الثاني: أهمية وخصائص وسائل الدفع الالكترونية.....
16	أولا: أهمية وسائل الدفع الالكترونية.....
17	ثانيا: خصائص وسائل الدفع الالكترونية.....
18	المطلب الثالث: مزايا وعيوب وسائل الدفع الالكترونية.....
18	أولا: مزايا وسائل الدفع الالكترونية.....
19	ثانيا: عيوب وسائل الدفع الالكترونية.....
20	المطلب الرابع: طرق حماية وسائل الدفع الالكترونية.....
21	أولا: التوقيع الالكتروني.....
24	ثانيا: التشفير.....
27	ثالثا: البصمة الالكترونية.....
27	رابعا: جدران الحماية (الجدار الناري):.....
28	خامسا: نظام الدفع الافتراضي:.....
28	المبحث الثالث: أنواع وسائل الدفع الإلكترونية.....
30	المطلب الأول: البطاقات البنكية وأنواعها.....
30	أولا: تعريف البطاقات البنكية.....
30	ثانيا: أنواع البطاقات البنكية.....
36	ثالثا: مزايا وعيوب البطاقات البنكية.....
36	رابعا: مصدر والبطاقات البنكية.....
38	المطلب الثاني: البطاقات الذكية والنقود الالكترونية.....

38	أولاً: البطاقة الذكية.....
41	ثانياً: النقود الإلكترونية.....
44	المطلب الثالث: المحفظة الإلكترونية.....
44	أولاً: المحفظة الإلكترونية.....
45	ثانياً: الشيك الإلكتروني.....
47	المطلب الرابع: التحويلات المالية الإلكترونية والفاتورة الإلكترونية.....
47	أولاً: التحويلات المالية الإلكترونية.....
49	ثانياً: الفاتورة الإلكترونية.....
51	المبحث الرابع: تقييم وسائل الدفع الإلكترونية.....
51	المطلب الأول: العوامل المساعدة على نجاح وسائل الدفع الإلكترونية.....
51	أولاً: ظهور البنوك الإلكترونية وخدمات مصرفية جديدة:.....
52	ثانياً: الاستفادة من وسائل الأمان عبر شبكة الانترنت.....
53	ثالثاً: ظهور منظمات ومؤسسات مالية عالمية في مجال المدفوعات.....
53	المطلب الثاني: العوامل المعرقة لنجاح وسائل الدفع الإلكتروني.....
53	أولاً: الجرائم الإلكترونية.....
55	ثانياً: جرائم البطاقات البنكية.....
56	المطلب الثالث: التحديات التي تفرزها وسائل الدفع الإلكترونية.....
56	أولاً: مخاطر النقود الإلكترونية.....
57	ثانياً: مخاطر البطاقات البنكية.....
57	ثالثاً: التحديات القانونية والرقابية للبطاقات الذكية.....

الفصل الثاني: جودة الخدمات المصرفية

61	تمهيد:.....
62	المبحث الأول: الخدمات المصرفية.....
62	المطلب الأول: ماهية الخدمات.....
62	أولاً: مفهوم الخدمات.....
63	ثانياً: خصائص الخدمات.....

64	المطلب الثاني: الخدمات المصرفية وأنواعها.....
64	أولاً: مفهوم الخدمة المصرفية.....
66	ثانياً: أنواع الخدمة المصرفية.....
67	3. المطلب الثالث: خصائص الخدمة المصرفية.....
69	المطلب الرابع: دورة حياة الخدمة المصرفية.....
70	المبحث الثاني: جودة الخدمات.....
71	المطلب الأول: مفهوم جودة الخدمات.....
71	أولاً: مفهوم الجودة.....
72	ثانياً: مفهوم جودة الخدمات.....
73	ثالثاً: أهمية الجودة.....
74	المطلب الثاني: مستويات جودة الخدمة.....
75	المطلب الثالث: أبعاد ومعايير جودة الخدمات.....
75	أولاً: أبعاد جودة الخدمات.....
77	ثانياً: معايير جودة الخدمات.....
77	المبحث الثالث: جودة الخدمات المصرفية.....
77	المطلب الأول: مفهوم جودة الخدمات.....
77	أولاً: تعريف جودة الخدمة المصرفية.....
78	ثانياً: عناصر جودة الخدمة المصرفية.....
78	ثالثاً: مزايا جودة الخدمة المصرفية.....
79	المطلب الثاني: رضا العميل وعلاقته بجودة الخدمات المصرفية.....
79	أولاً: مفاهيم عامة حول رضا العميل.....
81	ثانياً: رضا العميل وعلاقته بجودة الخدمات المصرفية.....
81	المطلب الثالث: علاقة جودة الخدمات المصرفية بوسائل الدفع الإلكترونية.....
83	خلاصة الفصل:.....

الفصل الثالث: دراسة عينة من مستخدمي البنوك الجزائرية

95	المبحث الأول: منهجية وأدوات الدراسة الميدانية.....
96	المطلب الأول: المنهج والجراءات.....

96.....	أولاً: المنهج المستخدم.....
96.....	ثانياً: المجتمع والعينة.....
97.....	ثالثاً: أداة الدراسة.....
99	المطلب الثاني: التحقق من ملائمة الأداة للدراسة.....
99	أولاً: الصدق الظاهري (صدق المحكمين).....
	ثانياً: اختبار
100.....	الثبات.....
	ثالثاً: الاتساق الداخلي لفقرات
101.....	الاستبيان.....
104.....	المبحث الثاني: تحليل بيانات المحاور واختبار فرضيات الدراسة.....
104.....	المطلب الأول: تحليل وتفسير بيانات محاور الاستبيان.....
104.....	أولاً: عرض وتحليل البيانات الشخصية.....
107.....	ثانياً: عرض وتحليل محور وسائل الدفع الإلكترونية.....
108.....	ثالثاً: عرض وتحليل أبعاد محور جودة الخدمات المصرفية.....
111.....	المطلب الثاني: اختبار فرضيات الدراسة.....
111.....	أولاً: اختبار صحة الفرضية الأولى.....
112.....	ثانياً: اختبار صحة الفرضية الثانية.....
113.....	ثالثاً: اختبار صحة الفرضية الثالثة.....
115.....	رابعاً: اختبار صحة الفرضية الرابعة.....
116.....	خامساً: اختبار صحة الفرضية الخامسة.....
117.....	خاتمة.....
122.....	قائمة المراجع.....
131.....	الملاحق.....

قائمة الأشكال

- الشكل رقم(01): أنواع وسائل الدفع التقليدية.....13
- الشكل رقم(02): طرق حماية وسائل الدفع الالكترونية.....33
- الشكل رقم(03): مصادر البطاقات البنكية.....43
- الشكل رقم(04): أنواع وسائل الدفع الالكترونية.....56
- الشكل رقم(05): الخدمة المصرفية ببعديها المنفعي والسماطي.....73
- الشكل رقم(06): دورة حياة الخدمة المصرفية.....77
- الشكل رقم(07): علاقة جودة الخدمة بالأداء الفعلي.....80

قائمة الجداول

- الجدول رقم (01): خصائص الخدمة بالمقارنة مع السلع الملموسة.....71
- الجدول رقم (01): استثمارات الاستبيان الموزعة والمسترجعة.....93
- الجدول رقم (02): درجات مقياس الدراسة.....94
- الجدول رقم (03): محاور الاستبيان.....95
- الجدول رقم (04): اختبار الثبات لمحاور الاستبيان.....98
- الجدول رقم (05): الاتساق الداخلي لمحور وسائل الدفع الإلكترونية.....99
- الجدول رقم (06): الاتساق الداخلي لأبعاد محور جودة الخدمات المصرفية.....100
- الجدول رقم (07): اختبار شابيرو-ويلك (Shapiro-Wilk) للبقايا.....101
- الجدول رقم (08): تحليل بيانات محور البيانات الشخصية وفق الجنس.....102
- الجدول رقم (09): تحليل بيانات محور البيانات الشخصية وفق العمر.....103

- الجدول رقم (10): تحليل بيانات محور البيانات الشخصية وفق المستوى الدراسي.....104
- الجدول رقم (11): تحليل معطيات محور وسائل الدفع الإلكترونية.....105
- الجدول رقم (12): تحليل معطيات أبعاد محور جودة الخدمات المصرفية.....107
- الجدول رقم (13): نتائج اختبار نموذج الانحدار للفرضية الأولى.....110
- الجدول رقم (14): نتائج اختبار نموذج الانحدار للفرضية الثانية.....111
- الجدول رقم (15): نتائج اختبار نموذج الانحدار للفرضية الثالثة.....112
- الجدول رقم (16): نتائج اختبار نموذج الانحدار للفرضية الرابعة.....113
- الجدول رقم (17): نتائج اختبار نموذج الانحدار للفرضية الخامسة.....114

مقدمة

تعد البنوك الدعامات والركيزة الأساسية لأي اقتصاد، لذلك تسعى كل دولة من دول العالم إلى تطويرها من خلال تحسين خدماتها وكذا عصرنه وسائل الدفع المتاحة لديها وذلك لمواكبة التطور التكنولوجي الحاصل حاليا الذي يشهده العالم في العقود الأخيرة.

وفي وقت سابق كانت البنوك تعتمد في خدماتها بالدرجة الأولى على وسائل الدفع التقليدية وقد كانت أهم تلك الوسائل النقود والأوراق التجارية كالسفتجة ، السند لأمر والشيكات نظرا لاستعمالها الواسع، لكن مع التطور الاقتصادي الراهن والوتيرة السريعة التي تعتمد عليها المبادلات التجارية كشفت عدة عيوب ونقائص لهذه الوسائل، ولعل أهمها وأبرزها بطء حركة دورانها واعتبارها هدفا يسهل تحويله إلى أداة غش واحتيال كالشيكات بدون رصيد، وبالتالي أصبحت هذه الوسائل عبئا ثقيلا على البنوك لما تسببه لها من خسائر بدل أن تكون عاملا مرا للريح.

من جهة أخرى، فالتطور السريع لعالم الإلكترونيات أدى إلى ظهور شبكة الانترنت كوسيلة لنقل وتبادل المعلومات والاتصال، وقد كانت البنوك سباقة لاستغلال هذه التطورات من أجل تحديث نظام الدفع الذي كان في حاجة ماسة إلى ذلك، وكذا تحسين خدماتها المقدمة لعملائها، ونتج عن هذه العملية خلق وسائل دفع بآلية جديدة ألا وهي وسائل الدفع الإلكترونية، فاقترحت البنوك على عملائها وسيلة دفع بالبطاقات وأدخلت وسائل وأجهزة آلية تسمح باختصار الوقت والتكاليف، لتكتمل الحلقة بظهور بنوك وخدمات إلكترونية التي تعتمد على شبكة الانترنت مما أدى إلى حتمية خلق وسائل دفع إلكترونية أخرى مجردة من الطابع المادي لتتلاءم مع هذا النوع والبنوك والخدمات.

في ظل ذلك أدركت البنوك الجزائرية ضرورة تحسين والارتقاء بخدماتها إلى مستوى تلك التطورات، وبالتالي تحديث نظام الدفع الذي يعاني من تأخر في تطبيق وإدخال وسائل الدفع الإلكترونية ومن مجتمع يرفض التعامل بالوسائل التقليدية بسبب التكنولوجيا، وعليه وفي ظل هذا التطور الحاصل تقوم البنوك الجزائرية بطرح وتقديم خدماتها إلكترونية رغبة منها في تحسين خدماتها باستخدام وسائل الدفع الإلكترونية التي تسهل للزبون التعامل مع البنوك دون عناء التنقل إليها.

مقدمة

الإشكالية:

ضمن هذا الإطار العلمي والفكري المتداخل وأمام العرض السابق تبرز ملامح إشكالية الدراسة والتي يمكن صياغتها على النحو التالي:

ما دور وسائل الدفع الإلكتروني في تحسين جودة الخدمات المصرفية ؟

الأسئلة الفرعية:

تدرج تحت هذه الإشكالية الرئيسية الأسئلة الفرعية التالية:

1. ما دور وسائل الدفع الإلكترونية في تحسين بعد ملموسية الخدمة المصرفية؟
2. ما دور وسائل الدفع الإلكترونية في تحسين بعد اعتمادية الخدمة المصرفية ؟
3. ما دور وسائل الدفع الإلكترونية في تحسين الاستجابة للخدمة المصرفية ؟
4. ما دور وسائل الدفع الإلكترونية في تحسين بعد الاهتمام والتعاطف الخدمة المصرفية ؟
5. ما دور وسائل الدفع الإلكترونية في تحسين بعد السرية والأمان الخدمة المصرفية ؟

فرضيات الدراسة:

قصد تسهيل الإجابة على الإشكالية المطروحة والأسئلة الفرعية سوف نضع بعض الفرضيات التي ستكون منطلق دراستنا ويمكن حصرها فيما يلي:

- أ. تساهم وسائل الدفع الإلكترونية في تحسين بعد ملموسية الخدمة المصرفية؟
- ب. تساهم وسائل الدفع الإلكترونية في تحسين بعد اعتمادية الخدمة المصرفية ؟
- ج. تساهم وسائل الدفع الإلكترونية في تحسين الاستجابة للخدمة المصرفية ؟
- د. تساهم وسائل الدفع الإلكترونية في تحسين بعد الاهتمام والتعاطف الخدمة المصرفية ؟
- هـ. تساهم وسائل الدفع الإلكترونية في تحسين بعد السرية والأمان الخدمة المصرفية ؟

أهمية الدراسة:

تستمد أهمية الدراسة من أهمية الدور الذي تلعبه البنوك في الاقتصاد فهي تعتبر الدعامة الأساسية له وضرورة مسايرة البنوك للتطور المصرفي، فأصبح من المهم اختيار الوسائل التي تحقق لبنوك عوائد وأرباح من جهة وكذا تسمح لها بتقديم خدمات متطورة من جهة أخرى، وذلك لتحقيق رضا عملائها والأهم من ذلك أن تساهم في تطور اقتصاد الدولة وذلك لمواكبة التطورات الحاصلة في بنوك الدول المتقدمة.

أهداف الدراسة:

يرمي هذا الدراسة إلى تحقيق جملة من الأهداف من بينها:

1. محاولة معرفة وسائل الدفع الإلكترونية وكذا أهم تحدياتها.
2. محاولة تقييم وسائل الدفع الإلكترونية واقعها في البنوك التي تتعامل معها العينة المدروسة.
3. محاولة معرفة مدى تحسين البنوك التي تتعامل معها العينة قيد الدراسة لخدماتها في ظل وجود وسائل دفع حديثة وكذا أهم المشاكل التي تواجهها لإيجاد الحلول المناسبة.

حدود الدراسة:

تقتضي منهجية البحث العلمي ويهدف الاقتراب أكثر من الموضوعية العلمية ضرورة التحكم في إطار التحليل الخاص بالدراسة، من خلال وضع الحدود الزمانية والمكانية والبحثية، ولتحقيق هذا قمنا بإنجاز هذه الدراسة ضمن الحدود التالية:

- أجريت الدراسة الميدانية في الفترة الممتدة من شهر جوان إلى شهر أوت من سنة 2021؛
- تمت الدراسة الميدانية على عينة من زبائن بنوك جزائرية عن طريق توزيع استبيان الكتروني.

أسباب اختيار الموضوع:

إن أهم الأسباب التي دفعتنا إلى اختيار الموضوع محل الدراسة هي:

- أ. محاولة فهم المصطلحات البنكية حديثة النشأة والتي بدأ ذكرها يتكرر في الآونة الأخيرة كالبطاقات الذكية والمحفظة الإلكترونية وكذلك التوقيع الإلكتروني... إلخ.

مقدمة

ب. استمرارية البنوك في تحسين خدماتها ومواصلة جهودها في مواكبة التطور التكنولوجي الحاصل.
ج. متابعة آخر التطورات والوضعية التي آلت إليها وسائل الدفع الإلكترونية في البنوك الجزائرية وبالخصوص التي تتعامل معها العينة قيد الدراسة.

منهج وأدوات الدراسة:

تبعاً للمتطلبات التي أملتها دراسة هذا الدراسة وطبيعة المعلومات التي يتناولها، كان من الواجب اللجوء إلى مناهج مختلفة في معالجة هذه الإشكالية حيث اعتمدنا في ذلك على المنهج الوصفي كأسلوب مناسب لوصف الإطار النظري، كما استخدمنا منهج دراسة حالة حتى لا تبقى الدراسة مجرد وصف نظري، وإسقاط التطورات الحاصلة في مجال الصيرفة على أحد البنوك الجزائرية.

الدراسات السابقة:

عنت أغلب الدراسات السابقة في هذا التخصص بالبحث في مواضيع وسائل الدفع الإلكترونية من ناحية دورها في تحسين ورفع القدرة التنافسية للبنوك، وكذا مقارنتها بوسائل الدفع التقليدية، بالإضافة إلى دورها المميز في تطور التجارة الإلكترونية، وكذا تناولت بعض المواضيع التحدث عن العولمة وتأثيرها على الجهاز المصرفي الجزائري، ورغم تناول بعض هذه الدراسات للتطورات الحاصلة في الصناعة المصرفية فإن تركيزها لم يكن إلا في بعض النواحي.

وتعد المواضيع الأقرب للدراسة التي يقدمها هذا البحث هي الدراسات التي تتناول الصيرفة الإلكترونية والعولمة المصرفية ودورها في تحسين الخدمة المصرفية، ولعل أهم دراسة أمكننا الاطلاع عليها في هذا الشأن هي مذكرة مقدمة كجزء من متطلبات لنيل شهادة الماستر في العلوم الاقتصادية بعنوان: دور الصيرفة الإلكترونية في تحسين الخدمة المصرفية، دراسة حالة بنك خليج الجزائر (فرع بسكرة)، جامعة محمد خيضر بسكرة، للطالبة ليلي بوقلال.

لذا فإن وجه الاختلاف الذي نتقدم به من خلال هذا البحث يتمثل في سعينا لدراسة وتقديم بشكل مفصل وموسع عن أهم وسائل الدفع الإلكترونية وتوضيح دورها في تحسين جودة الخدمة المصرفية بالإضافة إلى دراسة حالة عينة من مستخدمي المصارف الجزائرية وكذا التحديات الواقفة في وجهها وأهم الحلول المناسبة.

تقسيمات الدراسة:

يهدف الإحاطة بجوانب الموضوع والإجابة على التساؤلات واختبار مدى صحة الفرضيات، تضمن البحث ما يلي:

المقدمة العامة: ونطرح فيها الإشكالية الرئيسية ونستعرض مختلف جوانب الموضوع.

الجزء النظري: ويتضمن فصلين:

الفصل الأول: جاء بعنوان وسائل الدفع الالكترونية وتضمن أربعة مباحث، ففي المبحث الأول تطرقنا إلى وسائل الدفع التقليدية من خلال تعريفها وتطورها التاريخي وكذا مكوناتها والعوامل المؤدية إلى تطور وسائل الدفع، أما المبحث الثاني فأدرجنا فيه وسائل الدفع الالكترونية من مفهوم وأهمية، خصائص، مزايا وعيوب وسائل الدفع الالكترونية وكذا طرق حمايتها. أما المبحث الثالث فتضمن جميع أنواع وسائل الدفع الالكترونية كل واحدة على حدى. وبخصوص المبحث الرابع فقد تضمن العوامل المساعدة والمعقدة لوسائل الدفع الالكترونية، وكذا التحديات التي تفرزها.

الفصل الثاني: صيغ بعنوان جودة الخدمات المصرفية، وتضمن هو الآخر ثلاث مباحث، ففي المبحث الأول تطرقنا إلى ماهية الخدمات المصرفية بصفة عامة، والمبحث الثاني تحدثنا فيه عن جودة الخدمات أما المبحث الأخير فتضمن جودة الخدمات المصرفية.

الفصل الثالث تطبيقي: دور وسائل الدفع الالكترونية في تحسين جودة خدمات البنوك التي تتعامل معها العينة قيد الدراسة.

الخاتمة العامة: وتشتمل على الخلاصة العامة ونتائج اختبار فرضية البحث، التوصيات المقترحة، آفاق البحث.

الفصل الأول

وسائل الدفع الإلكترونية

تمهيد

على مر السنين والتعاملات المالية في المعاملات البنكية وحتى اليومية تستحوذ فيها النقود على حصة الأسد من مجمل المعاملات، فول الأشياء والتعاملات التي تتم بين البنوك والأفراد يعبر عنها ويتم تسويتها بواسطة النقود.

فيوميا يتم إجراء ملايين المعاملات والخدمات والصفقات وكذا تقديم القروض باستخدام النقود مما أدى إلى ظهور عدة مشاكل أهمها: حوادث السرقة والضياع وكذا ثقل حمل النقود عند إجراء صفقات ضخمة....الخ ولذا تم اتخاذ أشغال معيلة أخرى تتصف بالقبول العام وتحل محل النقود والشيك والسفتجة والسند أمروغيرها، ويطلق عليها اسم وسائل الدفع.

ومع التطور الاقتصادي لم تعد وسائل الدفع تقف عند شكل معين بل فرض التطور التكنولوجي استخدام وسائل دفع أخرى تختلف عن تلك التقليدية يتم تطبيقها في جميع ملاحى الحياة ولعل أهمها العمل المصرفي تعرف بوسائل الدفع الالكترونية، ووسائل الدفع الالكترونية هي الأخرى تأخذ عدة أشكال تتلاءم وطبيعة المعاملات والخدمات المصرفية الالكترونية وأهمها: الشيك الالكتروني، البطاقات البنكية، المحفظة الالكترونية، النقود الالكترونية والسفتجة الالكترونية.....الخ.

المبحث الأول: مدخل لوسائل الدفع التقليدية

إن النقود بمختلف أنواعها من أهم الأدوات التي يتعامل بها الأفراد في المجتمع كافة، وانتشارها الواسع أدى إلى ظهور عدة مشاكل، مما أجبر الاقتصاديين إلى ابتكار وسائل قانونية أخرى تتماشى مع متطلبات الحياة الاقتصادية، من سرعة في الانجاز وتتمثل هذه الوسائل القانونية في وسائل الدفع التي خففت من الاستعمال الواسع للنقود بأنواعها.

المطلب الأول: مفهوم والتطور التاريخي لوسائل الدفع

إن نظام الدفع أي دولة من دول العالم يكون ناتج عن ثقافة الأفراد وكذا مميزاتهم الاجتماعية والتاريخية وكذا الاقتصادية والتطورات التكنولوجية، وعليه هذه المميزات هي التي تحدد شكل وطريقة استعمال وسائل الدفع في بلد ما.

أولاً: مفهوم وسائل الدفع

لوسائل الدفع العديد من التعاريف يمكن أن نوجز أهمها وما يلي:¹

"وسيلة الدفع تطلق على كل شيء يمكن قبوله اجتماعياً من خال ملح الثقة في هذه الأدوات من طرف أفراد المجتمع."

وتعرف على أنها: "تلك الأداة التي تحظى بالقبول العام، وتلعب دورها في تسهيل تبادل السلع والخدمات

وكذلك تسديد الديون والالتزامات."

وقد عرفها المشرع الجزائري في نص المادة 113 من قانون النقد والقرض كما يلي: "تعتبر وسائل الدفع جميع

الوسائل التي تمكن من تحويل أموال مهما وان الشكل أو الأسلوب التقني المستعمل"²:

¹ . سالم مريم، أساليب تسويق وسائل الدفع الحديثة لرفع القدرة التنافسية للبنوك في الجزائر، مذكرة ماستر في العلوم الاقتصادية، تخصص نقود ومالية، غير منشورة، جامعة محمد خيضر بسكرة، 2013_2014، ص 3.

² عيد الرحيم وهبية، إحلال وسائل الدفع المصرفية التقليدية بالإلكترونية (دراسة حالة الجزائر)، مذكرة الماجستير في علوم التسيير، فرع نقود ومالية، غير منشورة، جامعة الجزائر، 2005_2006، ص 20.

ويمكن النظر إلى وسائل الدفع من ثلاث زوايا أساسية: فهي أداة وساطة مهمتها تسهيل التداول وتموين إجراء الصفقات بسهولة، وهذا ينطبق بالأساس على النقود في شكلها العصري، وبصفة أقل على الأوراق التجارية عندما تكون محل تداول بين فئة التجار، ومن جهة أخرى تمثل أدوات للدفع العاجل وهذا الأمر ينطبق خاصة على النقود والشيكات بدرجة أقل وأخي ر ه ي أ و ات تمكّن من نقل الاتفاق في الزمن حيث امتلاكها يسمح لأفراد إما بإنفاقها حالياً أو انتظار فرص أفضل في المستقبل وانطلاقاً من هذا المبدأ فإن وسيلة الدفع إنما تمثل وسيلة قرض حيث تسمح بتحويل قوة شرائية حالياً وإعادة استرجاعها في المستقبل.¹

وتعرف وذلك على ألسان وسائل تسمح بتحويل أموال أي شخص مهما والت طبيعة السند المستخدم (سند بنكي والشيكات خاصة، بطاقات الدفع، سند أمر، تحويلات بنكية)، ودور البنك هو الإشراف خاصة في إصدار الشيكات وأيضاً بإصدار وتحويل الأوراق التجارية الأخرى باسم والى حساب العميل.²

ويمكن تعريفها وذلك أيضاً على أنها: "الأداة التي تحظى بالقبول العام، وتلعب دوراً هاماً في تسهيل تبادل السلع والخدمات، وكذلك تسديد الديون والالتزامات، وقد كانت هذه الوسيلة تتمثل في النقود القانونية لونها مع تطور الزمن وجدت وسائل أخرى مثل الأوراق التجارية، وبعض أنواع السندات".³

مما سبق يمكن تعريف وسائل الدفع بأنها: أداة تحل محل النقود من حيث أداء الوظائف بشرط أن تحظى بالقبول العام من طرف الأفراد وتسهل هذه الأداة تبادل السلع والخدمات وكذا تسديد الديون والالتزامات.

ثانياً: التطور التاريخي لوسائل الدفع.

نتيجة الفائض المتحصل عليه من عملية الإنتاج بفضل تقسيم العمل وزيادة الإنتاجية في المنتجات البدائية برزت مرحلة يتم التبادل من خلالها بين المجتمعات بسلعها المختلفة أي سلعة مقابل سلعة، وهو ما يعرف بالمقايضة، غير أن هذه الوسيلة لم تدم طويلاً بسبب محدودية هذه النظام بعد النقائص التي تميزت بها مرحلة المقايضة كان من الضروري الاستعانة بوسيلة أخرى أكثر فعالية، وتم بذلك اللجوء إلى

¹ الطاهر لطرش، تقنيات البنوك، الطبعة الثانية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2003، ص ص 32-33.

² D'hoir Laupretre Catherine, **Droit Du Credit**, Edition Ellipses, Lyon, 1999, P.11.

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

استخدام المعادن كالنقود، واحتلت المعادن الثمينة (الذهب والفضة) مكان الصدارة بين مختلف المعادن النقدية، ثم تاها في الترتيب المعادن الأخرى مثل: الحديد والنحاس والقصدير وغيرها.¹

ولقد تم اختيار المعادن الثمينة للقيام بدور النقود انطلاقا مما تتمتع به من خصائص جعلتها أوثر صاحبة للقيام بدور النقود، فالمعادن النفيسة تمتاز بالخصائص الآتية:

- بأنها غير قابلة للتلف، وقابلة للتجزئة إلى قطع متماثلة يلاءم حجمها مختلف حاجات التداول.
- نظرا لكونها نادرة نسبيا فهي مرتفعة الثمن.
- الثبات النسبي في قيمتها بالمقارنة مع غيرها من السلع.

وتعد النقود المصرفية أهم أنواع النقود وهي كتطور في أشكال النقود المتداولة، فكما كان إيداع الذهب لدى البنوك سبب في وجود النقود الورقية فإن إيداع النقود الورقية أدى إلى وجود النقود الائتمانية، فعوضا أن يقوم المودع بتسديد بعض معاملاته بإخراج مبلغ من البنك فيستطيع أن يحرر شيك بقيمة المعاملة وفي حدود ما لديه في البنك دون إخراج النقود.

أما في العصر الحديث فقد ظهرت وسائل الدفع الإلكترونية، والتي تولدت عن تطور شبكة الانترنت وبروز التجارة الإلكترونية، وهذا ما ساهم في تبخر الأموال وتحويلها إلى الكترونيات حيث نتج عن الاستخدام الموسع للكمبيوتر والشبكات الرقمية، فتح باب واسع أمام تحول الأموال إلى أرقام ووقائع افتراضية، ومن أهم هذه الوسائل الجديدة هي البطاقات البنكية، التي عوضت الشيك في الكثير من المدفوعات صغيرة القيمة وأول ظهور لها كان في الولايات المتحدة الأمريكية لتنتشر بعد ذلك إلى أوروبا، ثم باقي دول العالم، لتظهر فيما بعد باقي وسائل الدفع الإلكترونية.²

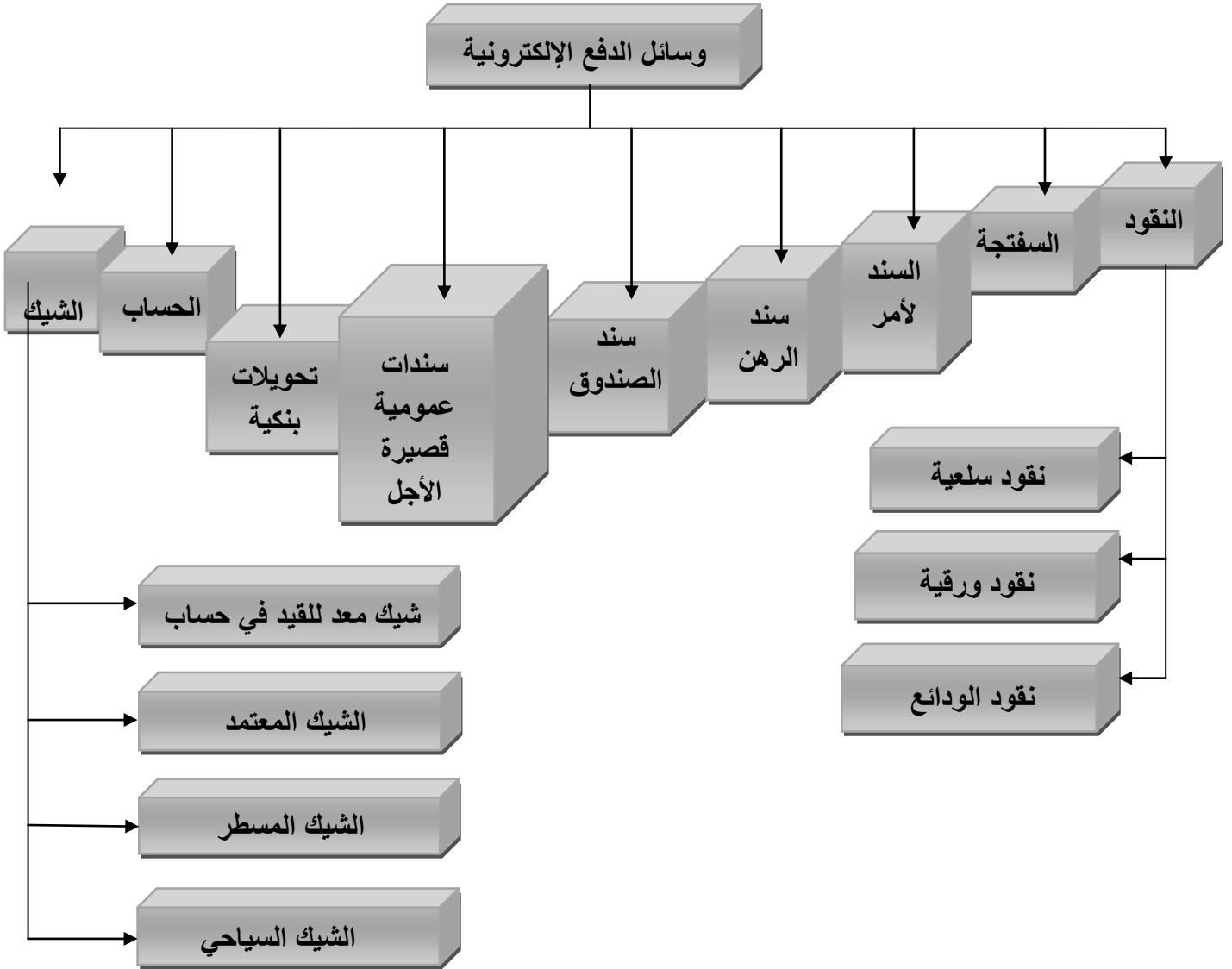
المطلب الثاني: مكونات وسائل الدفع الإلكترونية

كما ذكرنا في السابق فإن أهم وسائل الدفع الكلاسيكية والتي ظهرت منذ القدم هي: النقود السفتجة، الشيك، السند أمر، سند الرهن، الحساب، سند الصندوق، السندات العمومية قصيرة الأجل التحويلات البنكية، والتي سنذكرها كما يلي:

¹ . لوصيف عمار، استراتيجيات نظام المدفوعات للقرن الحادي والعشرون مع الإشارة إلى التجربة الجزائرية، مذكرة ماجستير في العلوم الاقتصادية، تخصص التحليل والاستشراف الاقتصادي، غير منشورة، جامعة منتوري قسنطينة، 2008-2009، ص ص 06-07.

² . المرجع نفسه، ص 08

الشكل رقم(01): أنواع وسائل الدفع التقليدي



المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على الدراسات السابقة.

أولاً: النقود

يمكن تعريفها كما يلي:

"هي أي شيء يحضأ بالقبول العام في التداول وله قوة شرائية عامة، ويستخدم وسيطا في التبادل ومقياسا للقيم¹."

ومن التعريف يمكن استنتاج الخصائص العديدة للنقود وهي وما يلي:²

- تتمتع النقود بالقبول العام من قبل كافة أفراد المجتمع وينصب هذا القبول في اعتبار النقود وسيلة مناسبة وملزمة للحصول على السلع والخدمات، وتسوية جميع المعاملات الاقتصادية بين الأفراد.
 - تكون وحدات النقود متجانسة ومتماثلة تماما، تحل الواحدة محل الأخرى إحتلالا تاما.
 - صعوبة تلفها وعدم قابليتها للإهلاك السريع نتيجة لتداولها.
 - تكون وحدات النقود قابلة للتجزئة والانقسام إلى وحدات صغيرة، تتأثر قيمتها بعد التجزئة ولا تختلف كذلك قيمة الوحدات الأساسية للنقود التي تمت تجزئتها، ويكون الهدف من عملية الانقسام والتجزئة تسهيل الحساب وإتمام المعاملات الاقتصادية صغيرة الحجم والقيمة، إضافة إلى ذلك المعاملات كبيرة الحجم والقيمة.
 - تكون خفيفة الوزن وصغيرة الحجم، يسهل حملها، وذات فئات نقدية مختلفة تساعد في انتقالها، لتساهم في إتمام المعاملات الاقتصادية بيسر وسهولة ودون مشقة.
 - تتمتع بثبات نسبي في قيمتها، أي ألا تتغير قيمتها من وقت إلى آخر قصير وبشكل كبير.
- تقسم النقود حسب تطورها التاريخي إلى ثلاث أنواع رئيسية هي:

- **نقود سلعية:** وهي عبارة عن سلع معينة يتم تبادل السلع والخدمات بواسطتها³.
- **نقود ورقية:** هي عبارة عن وثائق متداولة تصدر لحاملها وتمثل دينا في ذمة السلطات النقدية التي أصدرتها، وعادة تصدرها البنوك المركزية أو أي سلطة نقدية أخرى مسؤولة في البلد الذي تتداول فيه⁴.
- **نقود وودائع:** هذه النقود تصدر عن المصارف التجارية وهي تستخدم في التداول بصورة واسعة في البلدان الرأسمالية المتقدمة التي تطورت فيها التقاليد المصرفية بدرجة كبيرة ونقود الودائع

¹ أحمد زهير شامية، **النقود والمصارف**، الطبعة الأولى، دار زهران، الأردن، 2013، ص 18.

² المرجع نفسه، ص 19.

³ خالد علي الدليمي، **النقود والمصارف والنظرية النقدية**، الطبعة الأولى، دار الأنيس، مصراتة، 1998، ص 14.

⁴ صبحي تادرس قريصة، **النقود والبنوك**، دار النهضة العربية، بيروت، 1984، ص 28.

تصل في لسبتها في بعض الدول المتقدمة إلى حوالي 90 بالمائة من إجمالي الكتلة النقدية وفي الدول النامية ما بين 30 بالمائة إلى 40 بالمائة.¹

ثانياً: السفتجة (الكمبيالة)

تعرف السفتجة أو الكمبيالة على أنها: ورقة تجارية تتضمن أمراً صادراً من شخص يسمى الساحب (الدائن) إلى شخص آخر يسمى المسحوب عليه (المدين)، بأن يدفع لأمر شخص ثالث هو المستفيد مبلغاً معيناً في ميعاد معين.²

وعليه تفترض السفتجة وجود ثلاث أشخاص هم:³

- الساحب: هو من يحرر الورقة ويصدر الأمر الذي تتضمنه.
- المسحوب عليه: وهو من يصدر إليه هذا الأمر.
- المستفيد: وهو من يصدر الأمر لصالحه.

لكي تكون السفتجة (الكمبيالة) أو سند السحب صحيحة يجب توفر المعلومات والبيانات التالية:⁴

- أمر مفيد بشرط الدفع لمبلغ معين عند تاريخ الاستحقاق.
- تاريخ إنشاء السفتجة.
- تاريخ استحقاقها.
- اسم الساحب (الدائن) يجب أن يكون معروفاً.
- اسم المسحوب عليه (المدين).
- مكان الدفع وذكر كلمة السفتجة على الورقة.
- التظهير للدائن والمدين.

ثالثاً: الشيك

¹ خالد علي الدليمي، مرجع سبق ذكره، ص 21

² لوصيف عمار، مرجع سبق ذكره، ص 15

³ عيد الرحيم وهيب، مرجع سبق ذكره، ص 22 .

⁴ عليان الشريف وآخرون، القانون التجاري (مبادئ ومفاهيم)، دار المسيرة، عمان، الأردن، 2000، ص ص 46-47.

لقد تناول المشرع الجزائري الأحكام المنظمة للشيك من خلال المواد 465 إلى غاية 471 من القانون التجاري الجزائري، غير أنه لم يتطرق إلى تعريف الشيك.

الشيك هو: "صك يتضمن أمرا من شخص يدعى الساحب إلى شخص آخر هو المسحوب عليه بأن يدفع بإذن شخص ثالث هو المستفيد مبلغا نقديا، وذلك بمجرد الاطلاع وعادة ما يكون المسحوب عليه في الشيك أحد البنوك والتي تقوم بطبع نماذج للشيك يبرز فيه اسم البنك المسحوب عليه بشكل ظاهر¹".

يعتبر الشيك من أكثر أنواع الأوراق التجارية شيوعا في العمل نظرا لأهميته البالغة في المعاملات كما يتميز بأنه قليل الحاجة إلى استعمال النقود فيحد من كمية تداولها كما أنه لا يجبر الساحب على الاحتفاظ بالنقود في حوزته للوفاء بها ويؤدي ذلك إلى التقليل من مخاطر الضياع أو سرقة النقود، هذا بالإضافة إلى أنه وسيلة فعالة لإثبات الوفاء، إذ يقيد البنك في دفاتره أن الشيك المخصص للوفاء بمبلغ معين، مما جعل استخدام الشيكات كأداة للدفع يحتل المرتبة الأولى بين الأوراق التجارية رغم حداثة إنشائه مقارنة بالسفتجة والسند لأمر.

من الشروط الشكلية للشيك: وهي كالاتي:²

- ذكر كلمة شيك.
- التوكيل بدفع مبلغ معين.
- تعيين المحل الذي يجب أن يتم فيه الدفع.
- تعيين التاريخ والسبب الذين أنشئ فيهما الشيك.
- توقيع الساحب.

للشيك عدة أشكال نذكر أهمها:

أ- **الشيك المسطر**: هو شيك عادي يقبل التداول بالطرق التجارية، لكونه يورد قيда على الوفاء به بالنسبة للبنك المقدم إليه هذا الشيك، فالتسطير لا يجوز الوفاء إلا لأشخاص معينين هم البنك أو عميل البنك المسحوب عليه هذا الشيك، وينقسم التسطير إلى نوعين هما:

¹ محمد بن بوبتر و عبد اللطيف بن زبيدي، معالجة المعاملات المصرفية في ظل نظام الدفع الآلي، مذكرة ليسانس في العلوم التجارية والمالية، تخصص مالية، غير منشورة، المدرسة العليا للتجارة، 2007-2008، ص 44.

² انطوان النايف و خليل الهندي، العمليات المصرفية والسوق المالية، المؤسسة الحديثة للكتاب، لبنان، ج 1، ص 142.

- التسطير العام: يتمثل في وجود خطين متوازيين بينهما فراغ يوضعان على صدر الشيك من دون كتابة أية بيان أو يكتب بينهما لفظ بنك ومن دون تخصيص.
- التسطير الخاص: يتمثل في كتابة اسم بنك معين بين السطرين¹.

ب - الشيك المعد لل قيد في الحساب: إن عبارة (ال قيد في الحساب) أو ما يماثلها في المعنى تعد بيانا اختياريا يمكن أن يضعه الساحب أو الحامل على الشيك بكل أنواعه ويفيد بأن البنك ملزم بعدم صرفه نقدا، وإنما يتم الوفاء به بالقيد حسابيا من خلال سجلاته وبالتالي لا يعتبر الوفاء حاصلا بمجرد تسلّم البنك هذا الشيك وإنما يعد الوفاء حاصلا عند قيده في سجلات البنك، يجب درج البيان على ظهر الشيك، ولا يمكن تعليل هذا النص فالمفروض أن يوضع في أي مكان على الشيك ظهرا أو صدرا وكل تشطيب له يعد لغوا، ولو قام البنك بعدم مراعاة كل ما تقدم من أحكام فإنه يتحمل المسؤولية عن الضرر².

ج - الشيك المعتمد: ويسمى أيضا بالشيك المصدق أو الموثق، وهو الشيك المتضمن توقيع وختم البنك المسحوب عليه، ولا يعد هذا قبولا منه، إذ لا قبول في الشيك ويمكن أن يطلبه الساحب أو الحامل، ويحقق فائدة للحامل الشرعي وذلك عند تسلمه له وقبل أن يطلب البنك بصرفه، يعلم أن مئونه موجودة في البنك وسوف لا يكون شيكا مرتجعا بالنسبة إليه، فالبنك يلتزم بتجميد رصيده لفائدته وجرت العادة لدى أرباب العمل طلب هذا الشيك عند تقديم العطاءات، لكن التجميد ينحل بانقضاء مدة التقديم³.

د - الشيك السياحي: ويسمى أيضا بشيك المسافرين، وهو شيك - أمر بالدفع - بمبلغ معين بعملة قابلة للتحويل يصدره بنك معروف أو منشأة مالية معروفة، والمستفيد منه هو حامله المعرف بتوقيعه، ويسمى الشيك سياحيا لأن القصد من إصداره هو أن يصرف المستفيد قيمته خارج البلاد⁴.

رابعاً: السند أمر

"وهو وثيقة يتعهد فيها المدين بأن يدفع مبلغا معيناً لدائنه في تاريخ معين أو لأمره، وما دام المدين يتعهد بالدفع اتجاه الدائن أو لأمره فإن المدين ملتزم بدفع المبلغ المذكور في السند إما إلى الدائن الأصلي أو لأي شخص آخر يحمل السند، وهذا الأخير ينتقل إليه السند من خلال عملية التظهير، التي

¹ طالب حسن موسى، الأوراق التجارية والعمليات المصرفية، دار الثقافة، عمان، الأردن، 2011، ص. 169.

² المرجع نفسه، ص 170

³ المرجع نفسه، ص 172

⁴ شاور القزوي، محاضرات في اقتصاد النقود والبنوك، الطبعة الثانية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1992، ص 92.

تجعل من السند أداة لتسديد الذمم و ذلك بقيام الدائن بكتابة عبارة على ظهر السند تفيد انتقال حقه في السند إلى دائن آخر"، وفي حالة إعسار المدين عن دفع قيمة هذا السند عند وصول تاريخ استحقاقه أو برفضه للدفع فإن لهذا الدائن الحق في الرجوع إلى كل الموقعين السابقين على السند أي الدائنين الآخرين وبطالبتهم بسداد مبلغ السند، ومنه تعد هذه الأداة وسيلة اتمان تكون كأداة دفع متداولة لتسديد الالتزامات انطلاقا من تظهيرها.¹

خامسا: سند الرهن

"هو أيضا ورقة تجارية يمكن استعماله في التداول إذا أراد مجتمع التجار ذلك، وهو سند لأمر مضمون بكمية من السلع محفوظة في مخزن عمومي² ."

سادسا: سند الصندوق

"هو كذلك سند لأمر خاص بالقروض التي يمنحها شخص لبنك أو منشأة فسند الصندوق يلزم البنك والمنشأة دفع المبلغ المذكور في السند في أجل معين أو لأمره أو لحامله، يكون سند الصندوق وسيلة تسمح للبنك أو المنشأة بالحصول على أموال ذات أجل قصير أقل من 60 أشهر مقابل حجز هذه الأموال لمدة ما يدفع البنك فائدة لصاحب السند³ ."

سابعا: السندات العمومية قصيرة الأجل.

تشبه إلى حد كبير سند الصندوق والاختلاف الأساسي الموجود بينهما هو في الجهات التي تصدرها وكذلك في كون السندات العمومية مضمونة من طرف الدولة، ويتم تداول هذه السندات من يد إلى يد واستعمالها في التبادل وضمان القروض عندما تكون محررة لحاملها، أي سندات غير اسمية.⁴

ثامنا: التحويلات البنكية

تتمثل في قيام البنك وبناء على طلب العميل بتحويل مبلغ من حساب إلى حساب آخر في نفس البنك أو في بنك آخر داخل حدود الدولة الواحدة وإلى بنوك أخرى في دول العالم وتشكل خدمة الحوالات التي

¹ مروان عطون، الأسواق النقدية والمالية والبورصات ومشكلاتها في عالم النقد والمال، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، الطبعة الأولى 2003، ص 28.

² الطاهر لطرش، مرجع سبق ذكره، ص 34

³ سالم مريم، مرجع سبق ذكره، ص 07

⁴ الطاهر لطرش، مرجع سبق ذكره، ص 36

يقدمها البنك للجمهور المتعاملين معه مورد هام وغير مكلف، يتمثل في بدل الحوالات التي يتم إرسالها أو استقبالها من قبل البنك وعادة ما تكون هذه البدلات تصاعدية أي تتزايد بتزايد عدد معين.¹

تاسعا: الحساب

هو عقد بمقتضاه يلتزم شخصان بتحويل الحقوق والديون الناشئة عن العمليات الأصلية التي تتم بينهما إلى قيود في الحساب تتقاص فيما بينها بحيث يكون الرصيد النهائي عند اقفال الحساب وحده دينا مستحقا للأداء وللحساب مزايا عديدة: فهو يسمح للاقتصاد باستعمال النقود، إذ لا محل فيه للوفاء قبل اقفال الحساب، وهو كذلك أداة للائتمان والضمان بفضل المقاصة الإجمالية عند قفل الحساب وما تؤدي إليه من إعفاء كل طرف من الوفاء بديونه في الحدود التي يكون دائما فيها، فيدرا بذلك خطر إفلاس الطرف الآخر.

فالحساب هو أداة دفع سريعة ومكلفة نوعا ما ولا يمنح في المقابل أي ضمان في حالة عدم الدفع أنه لا يستند إلى أي وثيقة أو مستند.²

المطلب الثالث: العوامل المؤدية لتطور وسائل الدفع التقليدية

توجد العديد من العوامل التي أدت إلى تطور وسائل الدفع من شكلها التقليدي إلى شكلها الحديث، ورغم تطورها حافظت على نفس الدور والوظيفة التي تقوم بها سابقا لكن بطرق حديثة ومتطورة ومختلفة، ونذكرها كما يلي:

أولا: تراجع فعالية وسائل الدفع التقليدية.

أصبح الإحساس بالأمان الذي ولدته وسائل الدفع التقليدية بمرور الوقت مرتفعا جدا، إلا أن لهذه الوسائل مشاكل كثيرة منها:³

¹ سالم مريم، مرجع سبق ذكره، ص 07

² لوصيف عمار، مرجع سبق ذكره، ص 17

³ لوصيف عمار، مرجع سبق ذكره، ص ص 25. 26.

أ - انعدام الملائمة: فالحاجة إلى الوجود الشخصي، سواء شخصيا أو عبر التليفون لكلا الطرفين يقيد الحرية المعاملاتية وبالنسبة للعملاء يترجم هذا إلى تأخير في اقتناء المنتج عنه تكلفة أعلى، وبالنسبة للبائع يعني ذلك خسارة في الإيرادات نتيجة انخفاض المبيعات أو فقدها.

ب - عدم إجراء المدفوعات في الوقت الحقيقي: لا تتم المدفوعات التقليدية في الوقت الحقيقي، ويتوقف التأخير في التحقق الفعلي على نوعية السداد فالمدفوعات بالشيكات تستغرق ما يصل إلى أسبوعين وتستغرق مدفوعات بطاقات الائتمان أسبوع.

ج - انعدام الأمن: فالتوقيعات يمكن أن تزور وأرقام بطاقات الائتمان يمكن أن تسرق أو التجار يمكن أن يرتكبوا الغش والاحتيال.

د - ارتفاع تكلفة المدفوعات: إن كل معاملة تكلف مبلغا ثابتا من المال وبالنسبة للمدفوعات الصغيرة تغطي بالكاد تكاليف المصروفات، وأكبر مشكل يواجه المجتمع فيما يخص وسائل الدفع التقليدية هو مشكل الشيكات بدون رصيد حيث أصبحت مشكلة اجتماعية بسبب الانتشار الواسع لها.

ثانيا: استخدام شبكة الانترنت في المجال المصرفي.

كان للتطور التكنولوجي في مجال الاتصالات الفضل في حدوث ثورة في المعاملات المصرفية، من خلال شبكة الانترنت خاصة بظهور شبكة الويب العالمية، وظهرت في هذه الفترة شركات توفر خدمة الانترنت حيث تزود الأشخاص بالاشتراك بخدمة الانترنت عبر شبكة الاتصال الهاتفي وهو ما ساعد البنوك لعرض خدماتها مما سمح للعملاء بقضاء أشغالهم دون حاجة للتعامل مع الموظفين، أو الانتظار ساعات طويلة في طوابير أجل قضاء مصلحة مصرفية، وتوفر هذه الخدمات بصفة ايجابية منها الملائمة والكفاءة والسرعة والوفر الاقتصادي.¹

والعميل من خلال الشبكة يمكن له أن يراجع حساباته ويفحصها ويسدد الفواتير الخاصة به في أي وقت ودون التقيد بمواعيد العمل الرسمي لموظفي البنوك، فأصبحت هناك ضرورة ملحة لتطبيق التقنيات الحديثة في البنوك من أجل:²

- التعامل بكفاءة مع النمو الهائل والمتسارع لعدد حسابات العملاء بالبنوك.

¹ عيد الرحيم وهيبة، مرجع سبق ذكره، ص . 27

² المرجع نفسه، ص 28

- تخفيض التكلفة الحقيقية لعمليات المدفوعات، فقد ازداد حجم استخدام الشيكات وأداة للدفع زيادة ضخمة عقب الحرب العالمية الثانية، وتقلص استخدام النقود إلى حد ما وقد شكلت الكثير من المصرفيين في مدى قدرة البنوك على التعامل مع الكم الهائل من الشيكات وما يصاحبها من كم هائل أيضا من المعاملات الورقية.
- ضرورة تحرير العملاء من قيود المكان والزمان، إذ كان في الماضي يتعامل مع بنوكهم داخل مقرها وخلال مواعيد العمل الرسمية بها، في حين أصبح الآن في وسعهم التعامل مع بنوكهم في أي وقت ودون الحاجة إلى الانتقال إلى مقر هذه البنوك.

ساهمت هذه الشبكة في تطور مفهوم التجارة ليظهر مصطلح التجارة الإلكترونية والتي يكون الدفع فيها الكترونيا، مما ساهم واستوجب ضرورة استحداث طرق الدفع التقليدية، لتظهر بذلك وسائل الدفع الإلكترونية الأكثر ملائمة للمعاملات المصرفية الإلكترونية.

ثالثا: التوجه نحو التجارة الإلكترونية

يجمع المنتبعون للنشاط التجاري والراصدون لتغير الاتجاه العام بين مختلف الوسائل المستخدمة لإدارة التجارة بين بلدان منظمة التعاون والتنمية في الميدان الاقتصادي، وفي مقدمتها الولايات المتحدة الأمريكية على أن المشهد التجاري الحالي يتجه نحو ابتكار برامج وبروتوكولات جديدة، واعتماد اجراءات أمنية وتشريعات قانونية من أجل بناء صرح جديد للتجارة يعرف بالتجارة الإلكترونية، والتي يمكن تعريفها بمعناها الشامل بأنها: "عمليات شراء وبيع السلع والخدمات عبر الانترنت¹".

إن كانت العلاقات التجارية التقليدية قامت منذ فجر النشاط التجاري على أساس الإيجاب والقبول بخصوص أي تعاقد، وهي أساس التزام البائع مثلا بتسليم المبيع بشكل مادي، وأن يقوم المشتري بالوفاء بالثمن إما نقدا أو باستخدام أدوات الدفع البديل وهي وسائل الدفع التقليدية².

فإن التجارة الإلكترونية كونها تعبر عن تبادل السلع والخدمات ومعلومات بين أطراف متباعدة مكانيا عبر شبكة الانترنت، استوجبت تطوير طرق وسائل الدفع وقد كان ظهور وسائل الدفع الإلكترونية من العوامل المباشرة المساعدة في نمو التجارة الإلكترونية، فالتجارة الإلكترونية تقوم على أربعة عناصر:

¹ لوصيف عمار، مرجع سبق ذكره، ص 27
² المرجع نفسه، ص 28

بائعون مشتركون، شبكة الانترنت، وسائل الدفع الإلكترونية، بالإضافة إلى ما سبق هناك كثرة المشاكل الناجمة عن استخدام وسائل الدفع التقليدية التي تعاني من التماطل المفرط في معالجتها وضعف كبير في التألية لعمليات المعالجة، وهذا بالإضافة إلى المشاكل التي تقع عليها ويمكن ذكرها كالاتي:¹

1. استخدام الطرق اليدوية على مستوى الوكالات مما يؤدي إلى طوابير انتظار طويلة رغم توفر الوسائل التقنية ووسائل الإعلام الآلي.
2. مشاكل ذات طابع إداري (تسليم البريد، دفاتر الشيكات، طلبات الاستعلام ووثائق الإثبات) ترغم العميل على التنقل إلى الوكالة التي تدير حسابه.
3. ندرة إرسال مستخلصات الحسابات والكشوف الدورية إلى مقر سكن الزبائن.
4. قد يستغرق الحصول على دفتر الشيكات في المتوسط 14 يوما ويمكن أن تصل هذه المدة إلى أكثر من ثلاثة أسابيع، أما فيما يخص التحويلات المالية فقد تنتظر المؤسسات في المتوسط 17 يوما.
5. يعتمد الكثير من الأشخاص عدم الإمضاء بصورة صحيحة على الشيك حتى لا يتمكن حامله من الحصول على المبلغ، هذا وبالإضافة لخطر الشيك بدون رصيد، خاصة مع ثقل الإجراءات القانونية والقضائية يجعل الأفراد يتهاونون في تقديم هذه الشيكات للعدالة، مما يشجع على إصدار العديد من الشيكات بدون رصيد.

رغم قلة استعمال وسائل الدفع إلا أنها تسجل الكثير من حالات عدم الدفع وأكثرها الشيكات بسبب انعدام الرصيد أو عدم كفايته أو حتى أسباب أخرى².

المبحث الثاني: وسائل الدفع الإلكترونية

إن وسائل الدفع التقليدية بأنواعها من أهم الأدوات التي يتعامل بها الأفراد في المجتمع، وبانتشارها الواسع أدى إلى ظهور العديد من المشاكل والتزوير مثلا، ولكن مع التطور التكنولوجي الحاصل أجبر الاقتصاديين إلى خلق وسائل جديدة تتلاءم والتطور التكنولوجي وتقوم بنفس الدور والوظائف للوسائل التقليدية وتدعى وسائل الدفع الإلكترونية.

¹ عبد الرحيم وهيب، وسائل الدفع التقليدية في الجزائر (الوضعية والآفاق)، مجلة الباحث، العدد 09، 2011، تمرست، الجزائر، ص 39 .
² المرجع نفسه، ص 39 .

المطلب الأول: مفهوم وسائل الدفع الإلكترونية

يوجد العديد من التعاريف لوسائل الدفع الإلكترونية نلخص أهمها كما يلي:

"هي مجموعة الأدوات والتحويلات الإلكترونية التي تصدرها المصارف والمؤسسات كوسيلة دفع، وتتمثل في البطاقات البنكية، النقود الإلكترونية الشيكات الإلكترونية والبطاقات الذكية¹."

وتعرف على أنها: "وسائل الدفع المتطورة في الانترنت وهي عبارة عن الصورة أو الوسيلة الإلكترونية التقليدية للدفع والتي نستعملها في حياتنا اليومية، والفرق الأساسي بينهما هي أن وسائل الدفع الإلكترونية تتم كل عملياتها وتسير إلكترونياً، ولا وجود للحالات ولا للقطع النقدية²."

وتعرفها المادة الثانية من قانون التجارة الإلكترونية التونسي بأنها: "الوسيلة التي تمكن صاحبها من القيام بعمليات الدفع المباشر عن بعد عبر الشبكات العمومية للاتصالات³."

المطلب الثاني: أهمية وخصائص وسائل الدفع الإلكترونية.

إن وسائل الدفع الإلكترونية أهمية كبيرة وفعالة في عالم التكنولوجيا مما يجعلها تتسم بالعديد من الخصائص وهو ما سنتطرق إليه في هذا المطلب.

أولاً: أهمية وسائل الدفع الإلكترونية.

إن اتساع نطاق التجارة الإلكترونية سمح بتضاؤل دور النقود الورقية والدفع التقليدي أمام ازدهار الدفع الإلكتروني، حيث كانت النقود الوسيلة الرئيسية لتسوية المعاملات المالية، وكان الدفع يتم بصورة سائلة أو بواسطة وسيلة بديلة كالشيك، وغيرها من الوسائل التقليدية الأخرى، لكن تلك الوسائل لا تصلح في تسهيل التعامل يتم عن بعد في بيئة غير مادية كالنقود الإلكترونية التي تتم عبر شبكة الانترنت حيث تتوارى المعاملات الورقية، من هنا تظهر أهمية ابتكار وسائل سداد تتفق مع طبيعة التجارة الإلكترونية، لهذا يتم الدفع إلكترونياً، ويمكن للعميل الوفاء بمقابل السلعة أو الخدمة بنفس الطرق التقليدية المتبعة في

1 منصورى الزين، عوامل الانتشار وشروط النجاح، مداخلة مقدمة إلى الملتقى العلمي الدولي الرابع حول عصرنة وسائل وأنظمة الدفع والسداد الإلكتروني نظام الدفع في البنوك الجزائرية وإشكالية اعتماد التجارة الإلكترونية في الجزائر (عرض تجارب دولية)، المركز الجامعي خميس مليانة، الجزائر، يومي: 26-27 أبريل 2011، ص 02.

2 صلاح إلياس، مستقبل وسائل الدفع الإلكترونية في ظل وجود الوسائل الحديثة، مداخلة مقدمة إلى الملتقى العلمي الدولي الرابع حول عصرنة نظام الدفع في البنوك الجزائرية وإشكالية اعتماد التجارة الإلكترونية في الجزائر (عرض تجارب دولية)، المركز الجامعي خميس مليانة، الجزائر، يومي: 26-27 أبريل 2011، ص 09.

³ المرجع نفسه، ص 09.

التعاقد بين غائبين، مثل إرسال شيك عن طريق البريد أو من خلال الفاكس، أو إرسال البيانات الخاصة بحسابه البنكي لكن هذه الوسائل لا تصلح مع خصوصية التجارة الإلكترونية ومقتضيات السرعة فيها، لذا كانت أهمية اللجوء إلى الدفع الإلكتروني من خلال شبكة اتصال لاسلكية موحدة عبر الحاسب¹.

ثانياً: خصائص وسائل الدفع الإلكترونية

ما زاد من أهمية وسائل الدفع الإلكترونية الخصائص التي تميزها عن تلك الوسائل التقليدية والتي يمكن تلخيصها فيما يلي:²

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

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

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

يتم الدفع الإلكتروني بأحد الأسلوبين: وهما وما يلي:³

– الأسلوب الأول: من خلال نقود مخصصة سلفاً لهذا الغرض (الدفع عبر شبكة الانترنت، وذلك بتبادل المعلومات الإلكترونية بفضل وسائل الاتصال اللاسلكية)، ومن ثم فإن الدفع لا يتم إلا بعد الخصم من هذه النقود، ولا يمكن تسوية المعاملات الأخرى عليها بغير هذه الطريقة، وبشبه ذلك العقود التي يكون الثمن فيها مدفوعاً مقدماً.

¹ عيد الرحيم وهيبية، مرجع سبق ذكره، ص 31-30.

² المرجع نفسه، ص 31.

³ لوصيف عمار، مرجع سبق ذكره، ص 31.

– الأسلوب الثاني: من خلال البطاقات البنكية العادية، حيث لا يوجد مبالغ مخصصة مسبقا لهذا الغرض بل إن المبالغ التي يتم السحب عليها بهذه البطاقات قابلة للسحب عليها بوسائل أخرى والشيك لتسوية أي معاملات مالية.

4. يلزم تواجد نظام مصرفي معد إتمام ذلك: أي توافر أجهزة تتولى إدارة هذه العمليات التي تتم عن بعد لتسهيل تعامل الأطراف وتوفير الثقة فيما بينهم.

يتم الدفع الإلكتروني من خلال نوعين من الشبكات: وهي والآتي:¹

– النوع الأول: شبكة خاصة يقتصر الاتصال بها على الأطراف المتعاقدة، ويفترض ذلك وجود معاملات وعلاقات تجارية ومالية مسبقة بينهم.

– النوع الثاني: شبكة عامة، حيث يتم التعامل بين العديد من الأفراد لا توجد بينهم قبل ذلك روابط معينة.

المطلب الثالث: مزايا وعيوب وسائل الدفع الإلكترونية.

إن وسائل الدفع الإلكترونية تتميز بالحدثة وتواكب كل التطورات التكنولوجية الحاصلة، لكن هذا لا يشفع لها بأن تكون دون عيوب، فهي وغيرها من الوسائل لها مزايا وكذلك عيوب وهي وما يلي:

أولاً: مزايا وسائل الدفع الإلكترونية.

هناك العديد من المزايا لوسائل الدفع الإلكترونية لذكر أهمها والآتي:²

1. بالنسبة لحاملها:

- سهولة الاستخدام من خلال إجراء استعلامات بنكية عبر الهاتف والاستغناء عن ملء الاستمارات.
- توفير الأمان وتقادي السرقة والضياع من خلال الاستغناء عن حمل النقود الورقية.
- تمنح لحاملها فرصة الحصول على الائتمان المجاني لفترة محددة.
- تمكن حاملها من إتمام صفقاته فوراً بمجرد ذكر رقم البطاقة.

¹ المرجع نفسه، ص 32

² ليلية بوقلال، دور الصيرفة الإلكترونية في تحسين الخدمة المصرفية (دراسة حالة بنك خليج الجزائر) وكالة بسكرة، مذكرة مقمنة كجزء من متطلبات لنيل شهادة الماستر في العلوم الاقتصادية، تخصص نقود ومالية، غير منشورة، جامعة محمد خيضر بسكرة، 2013-2014، ص 28.

- تكلفة تداولها زهيدة، حيث أن تحويل النقود الإلكترونية عبر الانترنت أو الشبكات الأخرى أرخص بكثير من استخدام الأنظمة البنكية التقليدية.

2. بالنسبة لمصدرها:¹

- تحقيق أرباح للبنوك والمؤسسات المالية من خلال الفوائد والرسوم والغرامات.
- سهولة إدارتها مصرفياً، بحيث لا يمكن للعميل أن يستخدمها بقيمة أكثر من الرصيد المدون على الشريحة الإلكترونية للبطاقة.

3. بالنسبة للتاجر:

- تضمن حقوق البائع.
- تساهم في زيادة المبيعات.
- تمكن من متابعة الزبائن طالما أن العبء يبقى على عاتق البنك والشركات المصدرة.

ثانياً: عيوب وسائل الدفع الإلكترونية.

يمكن تلخيصها كما يلي:²

1. بالنسبة لحاملها: من المخاطر الناجمة عن استخدام هذه الوسائل زيادة الاقتراض والإنفاق بما يتجاوز القدرة المالية وعدم سداد حامل البطاقة لقيمتها في الوقت المحدد يترتب عنه وضع اسمه في القائمة السوداء.

2. بالنسبة لمصدرها:³ أهم خطر يواجه مصدريها هو مدى سداد حاملي البطاقات للديون المستحقة عليه وكذلك تحمل البنك المصدر نفقات ضياعها.

3. بالنسبة للتاجر: إن مجرد حدوث بعض المخالفات من جانبه أو عدم التزامه بالشروط يجعل البنك يلغي معه ويضع اسمه في القائمة السوداء، وهو ما يعني تكبد التاجر صعوبات جمة في نشاطه التجاري.

¹ المرجع نفسه، ص 28

² www.Startimes.com, 03/10/2014, 15:30 PM.

³ المرجع نفسه.

المطلب الرابع: طرق حماية وسائل الدفع الإلكترونية

إن وسائل الدفع الإلكترونية وغيرها من الوسائل تتعرض للعديد من المخاطر لذا يجب على مصدرها إنشاء وسائل تحميها: والتوقيع الإلكتروني والتشفير، الحوائط النارية.....الخ، وهو ما سنتطرق إليه في هذه المطلب.

الشكل رقم 02 : طرق حماية وسائل الدفع الإلكترونية



المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على الدراسات السابقة.

أولاً: التوقيع الإلكتروني

تعددت تعاريف التوقيع الإلكتروني ويمكن أن نلخص أهم هذه التعاريف وما يلي:

"التوقيع الإلكتروني عبارة عن ملف رقمي صغير مكون من بعض الحروف والأرقام و الرموز الإلكترونية تصدر عن إحدى الجهات المتخصصة والمُعترف بها حكومياً ودولياً ويطلق عليها اسم الشهادة الرقمية، وتُخزن في هذا الملف جميع معلومات الشخص وتاريخ ورقم الشهادة ومصدرها وعادة يسلم مع هذه الشهادة مفتاحان أحدهما عام والآخر خاص، أما المفتاح العام فهو الذي ينشر في الدليل لكل الناس والخاص هو توقيعك الإلكتروني وتقوم الهيئات بإصدار تلك الشهادات الرقمية والتي تكون مقابل رسوم معينة¹."

ويمكن تعريفه وذلك بأنه: "مجموعة المعلومات المرتبطة بالتبادل الإلكتروني، المعمولة من خلال محتواها وهوية القائم به أو مستقبله من خلال جعله غير طليق²."

لقد عرفه قانون المعاملات الإلكتروني الأردني في مادته الثانية منه بأنه: "مجموعة البيانات التي تتخذ هيئة حروف أو أرقام أو رموز أو إشارات أو غيرها وتكون مدرجة بشكل الكتروني أو رقمي أو ضوئي أو أي وسيلة أخرى مماثلة في رسالة معلومات أو مضافة عليها أو مرتبطة بها ولها طابع يسمح بتحديد هوية الشخص الذي وقعها، ويميزه عن غيره من التوقيعات الأخرى³."

تتلخص أنواع التوقيع الإلكتروني فيما يلي:

– **التوقيع المفتاحي:** حيث تزود المستخدم بتوقيع مشفر مميز، فيحدد هذا التوقيع الشخص صاحب التوقيع ومعلومات عن صاحب التوقيع إضافة إلى وقت التوقيع، وتوجد جهات محايدة تعرف باسم سلطات التصديق مهمتها الأساسية تصديق التوقيع الإلكتروني إضافة إلى تقديم خدمات أخرى متعلقة بالتوقيع الإلكتروني، حيث المهمة الأساسية لهذه السلطة التي من الممكن وصفها بأنها طريق محايد بالنسبة لأطراف المعاملات الإلكترونية هو التأكد من صحة ملكية التوقيع

¹ واقد يوسف، النظام القانوني للدفع الإلكتروني، مذكرة ماجستير في القانون العام، تخصص قانون التعاون الدولي، غير منشورة، جامعة مولود معمري تيزي وزو، 2010-2011، ص 154.

² Michel Vivant, *Les Contrats Du Commerce Electronique*, Edition Litec, Paris, 1999, P.183.

³ حازم نعيم الصمادي، المسؤولية في العمليات المصرفية الإلكترونية، دار وائل، الأردن، الطبعة الأولى، 2003، ص 189.

المفتاحي لأشخاص الذين يقومون بتوقيع الوثائق الإلكترونية، وقبل تسجيل التوقيع المفتاحي تقوم هذه الجهة بأخذ جملة معلومات من حامل التوقيع الإلكتروني المراد تسجيله بعد ذلك تصدر سلطات التصديق لهذا الشخص شهادة ويصدر هذه الشهادة يتمكن حاملها من توقيع الوثائق الإلكترونية بعد تزويده بكلمة سر خاصة وتمكنه من استخدام التوقيع الإلكتروني¹.

– **التوقيع بالقلم الإلكتروني:** توفر هذه الطريقة من طرق التوقيع الإلكتروني مزايا لا يمكن إنكارها لمرونتها وسهولة استعمالها حيث يتم من خلالها تحويل التوقيع التقليدي إلى الشكل الإلكتروني عبر أنظمة معالجة المعلومات ومع ذلك فإن هذه الصورة للتوقيع تتسبب في عدة مشكلات وهي مسألة إثبات الصلة بين التوقيع ورسالة المعلومات أو المحرر².

– **التوقيع الرقمي:** وتعني منظومة بيانات في صورة شفرة بحيث يكون في إمكان المرسل إليه التأكد من مصدرها ومضمونها ولكن أكثرها شيوعا التوقيعات الرقمية القائمة على ترميز المفاتيح (المفاتيح العامة والمفاتيح الخاصة)، المفاتيح العامة هي التي تسمح لكل من يهتم بقراءة الرسالة أن يقرأها دون أن يستطيع إدخال أي تعديل عليها فإذا ما وافق على مضمونها وأراد إبداء قبول بشأنها وضع توقيعه عليها من خلال مفتاحه الخاص وعليه تعود تلك الرسالة إلى مرسلها مزيلة بالتوقيع³.

– **التوقيع البيومتري:** والذي يعتمد على تحديد نمط خاص تتحرك به يد الشخص الموقع أثناء التوقيع، إذ يتم توصيل قلم الكتروني بجهاز الكمبيوتر ويقوم الشخص بالتوقيع باستخدام هذا القلم الذي يسجل حركات يد الشخص أثناء التوقيع كسمة مميزة لهذا الشخص، حيث أنه كما هو معروف لكل شخص سلوكا معيناً أثناء التوقيع، وكما يدخل في التوقيع البيومتري البصمة الإلكترونية أيضاً، ويتم التأكد في هذا النوع من التوقيعات من خلال الهيئة التي أصدرت التوقيع⁴.

– **التوقيع باستخدام الخواص الذاتية:** وهذا النوع من التوقيع يعتمد على الخواص الكيميائية والطبيعية لأفراد وتشمل تلك الطرق الآتية: البصمة الشخصية، مسح العين البشرية، التحقق من مستوى ونبرة الصوت، خواص اليد البشرية، التعرف على الوجه البشري، وكذا التوقيع الشخصي،

¹ ناهد فتحي الحموري، الأوراق التجارية الإلكترونية، الطبعة الأولى، دار الثقافة، عمان، الأردن، 2009، ص 85.

² عبد الله أحمد عبد الله غرابية، حجية التوقيع الإلكتروني في التشريع المعاصر، الطبعة الأولى، دار الراية، عمان، الأردن، 2008، ص 49.

³ منير الجنيبي وممدوح الجنيبي، البنوك الإلكترونية، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، مصر، 2005، ص 76.

⁴ ابراهيم عباس الحلبي، احترف التسويق الإلكتروني الدولي، دار الفكر العربي، القاهرة، الطبعة الأولى، 2013، ص 194.

وهو ما يعني أنه يتم تعيين الخواص الذاتية للعين مثلا عن طريق أخذ صورة دقيقة لها وتخزينها في الحاسب الآلي لمنع أي استخدام من أي شخص آخر بخلاف الشخص المخزنه الخواص الذاتية لعينه وهكذا الحال بالنسبة لبصمة الأصابع أو خواص اليد البشرية أو نبيرة الصوت أو التوقيع الشخصي ففي كل حالة يتم أخذ صورة دقيقة ومحددة وتخزينها في الحاسب الآلي، بحيث لا يجوز لأي شخص عادي بالدخول لهذا الحاسب واستخدام ما به من معلومات وبيانات وخلافه إلا لهؤلاء الذين يتم التحقق من مطابقتهم لما تم تخزينه على الحاسب الآلي من تلك الخواص، أما إذا تبين أنه يوجد أي اختلاف مهما كان بسيطا فلا يتم السماح لهم بالدخول على هذا الحساب، وتلك الطريقة تعد من أهم الطرق التي تحقق الأمان للحسابات لأنها لا تسمح بالدخول لمن هم غير مسموح لهم بالدخول¹.

4. طريقة عمل التوقيع الإلكتروني:

يتم التوقيع الإلكتروني وفقا للخطوات التالية:²

- يتم التقدم إلى الهيئة المتخصصة بإصدار الشهادات.
- يتم إصدار الشهادة ومعها المفتاح العام والخاص للمستخدم الجديد.
- عندما ترسل الرسالة الإلكترونية تقوم أنت بتشفير الرسالة باستخدام المفتاح العام التابع للمستقل أو المفتاح الخاص بك وفي كلتا الحالتين يتم إرفاق توقيعك الإلكتروني داخل الرسالة.
- يقدم البرنامج الخاص بالمستقبل الذي استقبل الرسالة نسخة من التوقيع الإلكتروني إلى الهيئة التي أصدرت الشهادة للتأكد من صحة التوقيع.
- تقوم أجهزة الكمبيوتر المتخصصة في الهيئة بمراجعة قاعدة البيانات الخاص بها، ويتم التعرف على صحة التوقيع وتعاد النتيجة والمعلومات الخاصة بالشهادة إلى الأجهزة الخاصة بالهيئة مرة أخرى.
- يتم إرسال المعلومات والنتيجة إلى المستقبل مرة أخرى ليتأكد من صحة وسلامة الرسالة.
- يقوم المستقبل بقراءة الرسالة وذلك باستخدام مفتاحه الخاص إذا كان التشفير قد تم على أساس رقمه العام أو بواسطة الرقم العام للمرسل، إذ تم التشفير بواسطة الرقم الخاص للمرسل ومن ثم يجيب على المرسل باستخدام نفس الطريقة وهكذا تتكرر العملية.

¹ منير الجنيهي وممدوح الجنيهي، مرجع سبق ذكره، ص 76

² فريد النجار وآخرون، التجارة والأعمال الإلكترونية المتكاملة في مجتمع المعرفة، الدار الجامعية، الإسكندرية، مصر، 2006، ص 137.

ثانياً: التشفير

يعرف التشفير على أنه: عملية تحويل المعلومات إلى شفرات غير مفهومة (تبدو ليست لها معنى)، لمنع الأشخاص غير المرخص لهم من الإطلاع على المعلومات أو فهمها، ولهذا تتطوي عملية التشفير على تحويل النصوص العادية إلى نصوص مشفرة، ومن المعلوم أن الانترنت تشكل في هذه الأيام الوسط الأضخم لنقل المعلومات، ولا بد من نقل المعلومات الحساسة (مثل الحركات المالية) بصيغة مشفرة إن أريد الحفاظ على سلامتها وتأمينها من عبث المخربين والنصوص، وتستخدم المفاتيح في تشفير الرسالة وفك تشفيرها وتستند هذه المفاتيح إلى صيغة رياضية معقدة (خوارزميات) وتعتمد قوة وفعالية التشفير على عاملين أساسيين هما: الخوارزميات وطول المفتاح مقدر بالبيت¹.

للتشفير نوعين أساسيين هما:

– التشفير المتماثل: ويسمى أيضا "المفتاح الخصوصي"، يقوم على أساس استخدام ذات المفتاح الخاص أو الرمز في تشفير الرسائل وفي فك تشفيرها، مما يعني وجود مفتاح واحد يمتلكه كل من المرسل والمرسل إليه تتطوي هذه الطريقة من التشفير على مساوئ عديدة، واضطرار متلقي الرسالة المشفرة من ناحية أولى إلى اقتناء عدد كبير من المفاتيح الخصوصية، وكذا توازي عدد الرسائل المتلقاة، ومن ناحية ثانية خطر تسرب المفتاح الخصوصي إلى الغير جراء خرق الرمز السري أو غير ذلك، ما يؤدي إلى صعوبة تحديد المسؤول عن مصدر التسرب كون المفتاح يستعمل من المرسل إلى المرسل إليه، وأشهر هذه الأنظمة التي تتعامل مع التشفير المتماثل هو نظام (داس)².

– التشفير غير المتماثل: هو الأكثر انتشارا في المصارف عبر الانترنت أنه يؤمن قدرا عاليا جدا من الموثوقية، ويسمى أيضا بالمفتاح العام الذي يركز على استعمال مفتاحين أو رمزين مختلفين هما:³

• الأول: خصوصي يعرفه مستخدم معين لشبكة الانترنت ويبقيه سرا وخاصة به على أن يحفظه في مكان آمن.

¹ محمد عدنان بن الصيف وآخرون، نظم الدفع الإلكتروني، مذكرة ليسانس في العلوم الاقتصادية، تخصص نفود مالية وبنوك، غير منشورة، جامعة محمد خيضر بسكرة، 2004-2005، ص 90.

² جورج نهاد أبو جريش، مرجع سبق ذكره، ص 105

³ المرجع نفسه، ص 106

- الثاني: عمومي يجري توزيعه وإبلاغه إلى جميع الأشخاص الذين يرغبون به، حائز على المفتاح الخصوصي تلقي وإرسال ملفات مشفرة منهم واليه.

بإمكان جميع الحائزين على المفتاح العمومي استخدامه في تشفير الرسائل وإرسالها إلى المستخدم الحائز على المفتاح الخصوصي، بالمقابل يقوم الحائز على المفتاح الخصوصي بتشفير رسائله لحاملي المفاتيح العمومية الذين يملكون المفاتيح المطابقة والتي يستعملونها لفك التشفير وقراءة الرسائل، إذ أن فك الرسالة لا يتم إلا باستخدام المفتاح العمومي إذا كانت مشفرة بالمفتاح السري الخاص، وبالعكس لا يمكن فك التشفير للرسالة إلا بواسطة المفتاح الخصوصي إذا كانت مشفرة بالمفتاح العمومي.

1. أهمية التشفير:

بواسطة هذه التقنية يمكننا التغلب وتجاوز الكثير من المخاطر فبواسطتها نتجنب:¹

- الاطلاع على المعلومات المحظورة (السرية) والشخصية.
- محاولة تعديل البيانات المنقولة إلى الشبكة.
- إعادة توجيه البيانات إلى وجهة أخرى.
- تغيير محتويات الرسائل المتبادلة.
- تغيير كلمات السر الخاصة بالمستفيدين.
- انتحال شخصية المستخدم الحقيقي.
- تعديل الحسابات المخزنة على الحسابات نفسها.

2. مراحل التشفير:

يمر التشفير بثلاث مراحل هي كالاتي:²

*مرحلة كتابة المعلومات المراد تشفيرها وإبقاؤها طي الكتمان والسرية.

*مرحلة الاستعانة بخوارزمية حسابية أي مفتاح سري لتحويل هذه المعلومات المقروءة والمفهومة إلى

معلومات غير مفهومة وغير مقروءة.

¹ واقد يوسف، مرجع سبق ذكره، ص ص 164-165.

² جورج نهاد أبو جريش، مرجع سبق ذكره، ص ص 104-105.

*مرحلة الاستعانة بالخوارزمية المطابقة للخوارزمية المستعملة قبلا بغية فك التشفير وإعادة المعلومات لحالتها المقروءة.

ونظام التشفير كي يكون موثوقا به وأمنا، يجب أن يكون بروتوكولات التشفير المستخدمة فعالة بشكل كاف أي أن تكون مصممة بشكل يستحيل معها فك تشفير الرسالة أو المستند المعلوماتي دون حيازة المفتاح أو الرمز السري.

3. ضوابط التشفير:

للتشفير ثلاث ضوابط أساسية هي:

1. مشروعية تشفير البيانات والمعلومات: لم يتم إيجاد عملية التشفير من عبث وإنما تم التوصل إليها جراء دراسات وأبحاث عدة مما دعا أغلب التشريعات إلى وضع قواعد ونصوص قانونية تعالج فصدت قوانين خاصة بالتجارة الإلكترونية لتعالج التشفير إلا أنها اختلفت في أسلوب معالجتها له¹.
2. الحق في خصوصية البيانات المشفرة المرسله عبر الانترنت: اعتبر ووضع مشروع قانون التجارة الإلكترونية أن الاعتداء على البيانات المرسله بين طرفي العقد من خلال الانترنت اعتداء على خصوصية طرفي العلاقة لأن البيانات التي يتم تبادلها بين الطرفين تمتاز بالخصوصية وتعتبر عن إرادتهم بالقيام بتصريف قانوني، وإطلاع الغير على هذه البيانات من الممكن أن يؤدي إلى إلحاق الضرر بطرفي العلاقة والاعتداء على خصوصيتهم بمعرفة البيانات التي يتم كشفها بعد فك التشفير، وأكد على احترام سرية البيانات المشفرة وعقاب كل من يقوم أو يحاول القيام بالاعتداء عليها سواء أكان من خلال محاولة فك الشفرة أم الإطلاع على محتوى البيانات بالشكل الحقيقي دون أخذ الإذن من طرفي العلاقة الذين أجرو عملية التشفير.²
3. اعتبار التشفير محررا الكترونيا: نتيجة إقرار المشرع للنص المشفر وحجيته في إثبات التصرفات فإنه يعتبر من المحررات الإلكترونية التي تنتج عن الأجهزة الإلكترونية بالرغم من أنها غير مفهومة للعامة، أنه من السهل أن يتم تحويل الرموز والإشارات إلى نصوص مقروءة تكون حجة على من قام بمخالفة أحكام الاتفاق الذي أبرم.³

¹ لورنس محمد عبيدات، مرجع سبق ذكره، ص 133.

² المرجع نفسه، ص 133.

³ المرجع نفسه، ص 133.

ثالثا: البصمة الالكترونية

رغم أن التشفير يمنع المتلصصين من الاطلاع على محتويات الرسالة إلا أنه لا يمنع المخربين من العبث بها، أي أن التشفير لا يضمن سلامة الرسالة، ومن هذا ظهرت الحاجة إلى البصمة الالكترونية للرسالة وهي بصمة رقمية يتم اشتقاقها وفقا لخوارزميات معينة تدعى بدوال الترميز إذ تطبق هذه الخوارزميات حسابات رياضية على الرسالة لتوليد بصمة (سلسلة صغيرة) تمثل ملفا كاملا أو رسالة وتدعى البيانات الناتجة بالبصمة الالكترونية للرسالة.¹

وتتكون البصمة الالكترونية لرسالة من بيانات لها طول ثابت (يتراوح عادة بين 128 و 160 بيت) تؤخذ من الرسالة المحولة ذات الطول المتغير وتستطيع هذه البصمة تمييز الرسالة الأصلية والتعرف عليها بدقة حتى إن أي تغير في الرسالة ولو كان في بيت واحد سيفضي إلى بصمة مختلفة تماما، ومن غير الممكن اشتقاق البصمة الالكترونية ذاتها من رسالتين مختلفتين وتتميز البصمات الالكترونية للرسائل عن بعضها بحسب المفاتيح الخاصة التي أنشأتها ولا يمكن فك شفرتها إلا باستخدام المفتاح العام العائد إليها ولهذا يطلق على اقتران الترميز المستخدم في إنشاء البصمة الالكترونية اسم آخر هو اقتران الترميز الأحادي الاتجاه ومن الجدير بالذكر أن استخدام خوارزمية البصمة الالكترونية أسرع من القيام بعملية التشفير اللامتناهية (تشفير نص باستخدام المفتاح العام) ولهذا تستخدم خوارزمية البصمة الالكترونية كثيرا في إنشاء توقيعات رقمية.

رابعا: جدران الحماية (الجدار الناري):

بالإضافة إلى التقنيات التي استحدثتها العديد من الشركات العاملة في تكنولوجيا المعلومات والاتصال وتأمين الشبكات ما يسمى ب:"الحوائط النارية"².

فهي عبارة عن:" مجموعة من الأنظمة توفر وسيلة أمنية بين الانترنت وشبكة المؤسسة الداخلية حيث تجبر جميع عمليات الدخول إلى الشبكة الداخلية والخروج منها للمرور عبر هذا الجدار الذي يتصدى

¹ ابراهيم بختي، التجارة الالكترونية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2005، ص 78.

² ابراهيم عباس الحلابي، مرجع سبق ذكره، ص 220

لجميع محاولات الدخول للشبكة بدون صفة، وبشكل عام فإن جدران الحماية تمنع دخول الأخطار القادمة من شبكة الانترنت إلى الشبكة الداخلية الخاصة بالمؤسسة البنكية¹.

خامسا: نظام الدفع الافتراضي:

وهو أول نظام يقدم الربط بين المصارف وشركات بطاقات الائتمان والشركات التي تقوم بأعمالها عبر الانترنت وزبائن الانترنت، يتحقق النظام من صحة التحويلات ويتضمن أنظمة مراقبة لتقصي المشاكل ضمن:²

1. نات كاش: طوره معهد علوم المعلومات التابع لجامعة كاليفورنيا الجنوبية، وهو نظام يعتمد على القسائم التي تجرى للتعامل بها عبر البريد الالكتروني ويصدر نات بنك المرتبط بنات كاش القسائم ويحولها مقابل عمولة 02 بالمائة، ويركز على الدفعات الالكترونية الصغيرة والتحويلات الصغيرة تتم للوصول إلى معلومات أو خدمات وهي عادة أقل من 100.³
2. نات شيك: وهو نظام دفع الكتروني يحاكي الشبكات العادية، وتتم الترتيبات ومسبقا للاشتراك في هذا النظام، يمكن تحويل الشيكات باستعمال البريد الالكتروني أو البروتوكولات الأخرى للشبكات، ويقوم نات شيك بإجازة تحويل المال من الشاري إلى البائع وما في الشيكات العادية تماما ويتحقق من التوقيع على الشيكات
3. نات بيل: هو نظام آخر يسمح بإجراء الدفعات الالكترونية عبر الانترنت، ويقدم كوسيلة لكسب المال عن طريق "دفعات صغيرة كل مرة" باعتماد أعداد كبيرة من التحويلات⁴.
4. ديجي كاش: هو نقد الكتروني صورته ديفيد شوم، ويجمع بين تحويل النقد المؤمن والخصوصية والأمن ويعتمد على نظام التشفير للتعرف على الشاري.

المبحث الثالث: أنواع وسائل الدفع الإلكترونية

إن ظهور التجارة الإلكترونية وكذا تطور الصناعة المصرفية أدى إلى ظهور شكل جديد من وسائل الدفع الإلكترونية فسهولة حملها وسرعة عملها جعلها تتميز عن غيرها من الوسائل التقليدية، فبدلا من

¹ محمود محمد أبو فروة، الخدمات البنكية الإلكترونية عبر الانترنت، دار الثقافة، عمان، الأردن، الطبعة الأولى، 2009، ص 93-94.

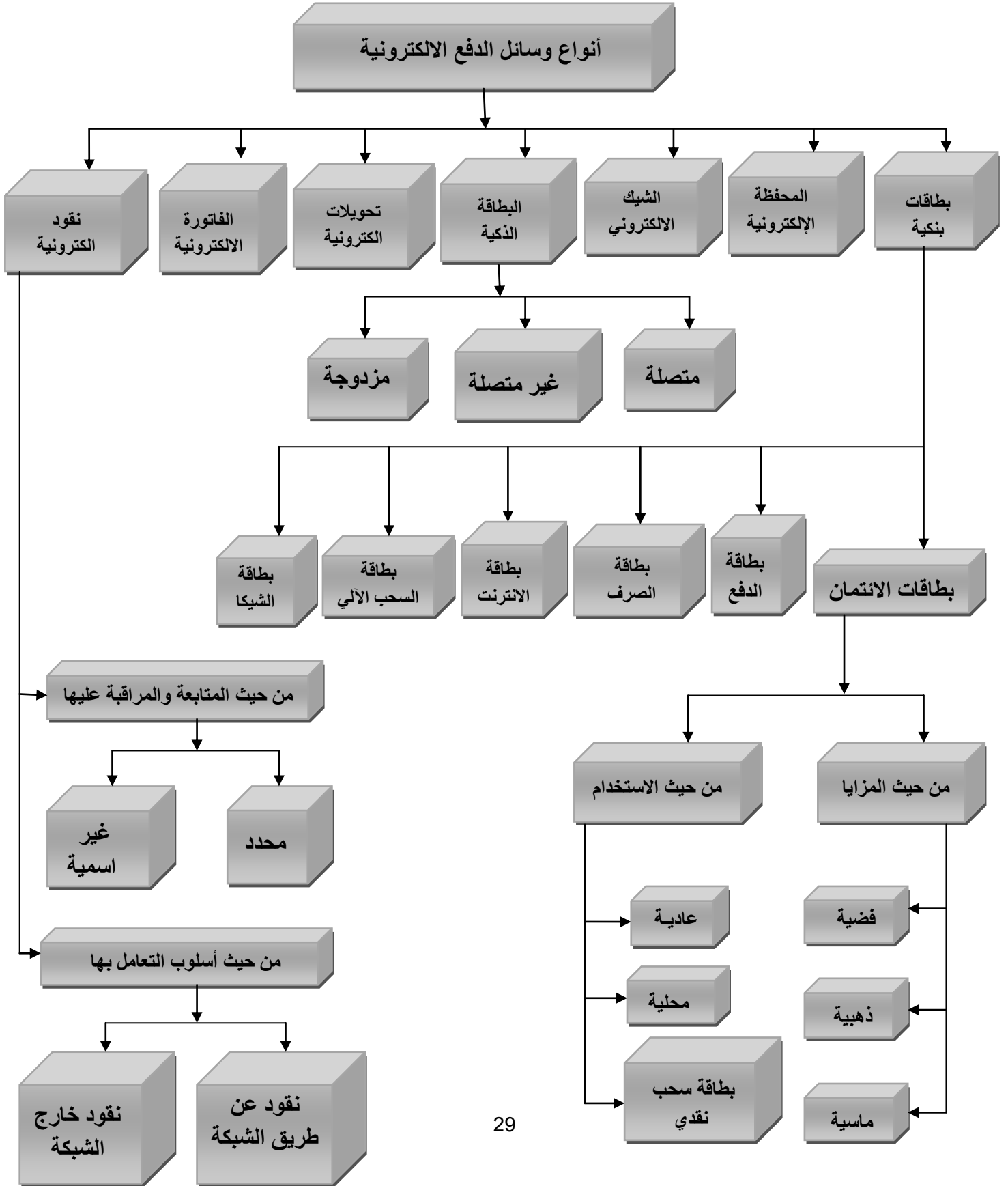
² شيروف فضيلة، أثر التسويق الالكتروني على جودة الخدمات المصرفية (حالة بعض البنوك الجزائري)، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في العلوم التجارية، تخصص تسويق، غير منشورة، جامعة منتوري قسنطينة، 2009-2010، ص 112.

³ المرجع نفسه، ص 113

⁴ المرجع نفسه، ص 113

حملا لنقود بحجم كبير مثلا يحمل صاحب النقود بطاقة مخزن فيها النقود، وهذه البطاقة هي من أحد أنواع وسائل الدفع الإلكترونية التي سنتطرق إليها في هذا المبحث.

الشكل رقم (03): أنواع وسائل الدفع الإلكترونية



المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على الدراسات السابقة.

المطلب الأول: البطاقات البنكية وأنواعها.

إن البطاقات البنكية من أكثر الوسائل الإلكترونية استعمالاً من طرف الأشخاص لذا سنتطرق لها بالتفصيل مع ذكر أهم أنواعها.

أولاً: تعريف البطاقات البنكية.

تعد البطاقات البنكية مظهراً حديثاً من مظاهر تطور شكل ونوعية النقود وتعرف أيضاً باسم النقود البلاستيكية، فهي عبارة عن بطاقات بلاستيكية ومغناطيسية كالكارت الشخصي أو الفيزا أو الماستر كارد وتمكن هذه البطاقات حاملها من الحصول على النقود عن طريق آلات الصرف الذاتي، وما تمكنه أيضاً من شراء معظم احتياجاته أو أداء مقابل ما يريده من خدمات وذلك دون أن يكون لديه مبالغ كبيرة قد تتعرض للسرقة أو الضياع¹.

ثانياً: أنواع البطاقات البنكية.

توجد العديد من أنواع البطاقات البنكية نذكر أهمها كما يلي:

1. بطاقة الدفع: هي البطاقة التي تعتمد على وجود أرصدة فعلية للعميل لدى البنك في صورة حسابات جارية لمقابلة المسحوبات المتوقعة للعميل حامل البطاقة وتتميز هذه البطاقات بأنها توفر الوقت والجهد للعملاء وكذلك زيادة إيرادات البنك المصدر لها².
2. بطاقة الصرف البنكي: تختلف هذه البطاقات عن البطاقات الائتمانية في أن السداد يجب أن يتم بالكامل من قبل العميل للبنك خلال الشهر الذي تم فيه السحب (أي أن فترة الائتمان في هذه

¹ شيروف فضيلة، مرجع سبق ذكره، ص 108

² أمير فرج يوسف، عالمية التجارة الإلكترونية و عقودها، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، 2009، ص 101.

البطاقة لا تتجاوز شهر)، ورغم المزايا التي تتيحها البطاقات البلاستيكية لحاملها إلا أنها لا تزال غير منتشرة بالقدر الوافي في الوطن العربي ويمكن إرجاع ذلك لعدة أسباب منها: انخفاض المستوى الثقافي حول هذا النوع من البطاقات.

3. بطاقة الانترنت: أصدرت شركة الماستر كارد والفيزا كارد بطاقة خاصة بالتسويق عبر الانترنت، وتتميز بما يلي:¹

– أنها لا تستخدم في عملية الشراء المباشر، وإنما يقتصر استخدامها على الشراء أو التسوق عبر الانترنت.

– هذا النوع من البطاقات المحدد بمبلغ صغير نسبياً، مما يقلل المخاطر التي يتحملها صاحبها في حال تم التعرف على رقم البطاقة واستخدامها دون إذنه.

– ويلاحظ أن هناك بعض المواقع على شبكة الانترنت تقدم خدمة مشابهة للخدمة التي تقوم بها هذه البطاقة، ويسمى ذلك النظام (الحسابات الشخصية مسبقة الدفع)، وفيها يقوم العميل بفتح حساب خاص له على أحد هذه المواقع بمبلغ صغير جداً لا يتعدى الخمسة دولارات، وبعد أن يتم قبول العميل ويتم تسجيله ضمن عملاء الموقع، يحدد العميل لنفسه اسم للاستخدام وكلمة السر ويمنح رقم حساب خاص به من ماستر كارد وتاريخ إنهاء العمل به، وباستخدام كل منهما يستطيع شراء أي سلعة أو خدمة يريدتها من أي موقع على شبكة الانترنت، يقبل التعامل ببطاقات ماستر كارد وقد تم تطوير هذه الخدمة خصيصاً للعملاء الذين لا يرغبون في التعامل الذين لا يرغبون في التعامل ببطاقات الائتمان الخاصة بهم.

4. بطاقة السحب الآلي: هي بطاقة تمكن للعميل بمقتضاها سحب مبالغ نقدية من حسابه بحد أقصى متفق عليه، ويتم إصدارها من جانب البنك رغبة في عدم وجود زحام على شبك الصراف، وكذلك لتمكين العميل من صرف المبلغ الذي يحتاجه خلال الفترة التي يكون فيها البنك مغلقاً، وعن طريق إدخال هذه البطاقة في الصراف الآلي الخاص بالبنك وإدخال الرقم السري وهو يتكون من 04 أرقام عن طريق الضغط على لوحة المفاتيح الموجودة بجهاز الصراف الآلي يظهر على شاشة الجهاز عدة اختيارات للعميل، مما يتيح للعميل تحديد المبالغ المراد سحبها ويحرر الصراف

¹ عيد الرحيم وهيبية، مرجع سبق ذكره، ص ص 45.44.

الآلي فاتورة أو كشف بالأموال المسحوبة من قبل العميل مبينا فيها مكان وتاريخ الائتمان وذلك أن العميل يسحب نقود من رصيد لدى البنك¹.

5. بطاقة الشيكات: يتعهد فيها البنك بسداد الشيكات التي يحررها العميل بشروط معينة، وتحتوي هذه

البطاقة عادة اسم العميل وتوقيعه ورقم حسابه والحد الأقصى الذي يتعهد البنك الوفاء به في كل شيك يحرره العميل، ويقوم العميل بإبراز البطاقة للمستفيد والتوقيع على الشيك إضافة إلى التأكد من مدة صلاحية البطاقة للاستعمال، وإذا تحققت هذه الشروط وبخاصة تحرير الشيك وفقا للحد الأقصى المسموح به، وكتابة رقم البطاقة على ظهر الشيك وصحة توقيع الساحب، فإن البنك المسحوب عليه ملزم بدفع قيمة الشيك للمستفيد بغض النظر عن وجود رصيد كان لديه من عدمه وظهور هذه البطاقة جاء نتيجة سوء ظن وعدم ثقة التجار بالشيكات التي يصدرها أشخاص لا يعرفونهم².

6. بطاقة الائتمان:

6-1. تعريفها: هي بطاقة بلاستيكية صغيرة الحجم شخصية تصدرها البنوك أو منشآت التمويل الدولية تمنح لأشخاص لهم حسابات مصرفية مستمرة، وهي من أشهر الخدمات المصرفية الحديثة وبموجب هذه البطاقة يستطيع المتعامل أن يتمتع بخدمات عديدة من محلات متفق عليها مع البنك على منح هؤلاء المتعاملين الحاملين لهذه البطاقة ائتمانا مجانا يقومون بسداده في 25 يوم من استلام الفاتورة بمختلف المشتريات التي قام بها خلال الشهر المنصرم، حيث يرسل البنك هذه الفواتير في نهاية كل شهر لكل زبون ولا يدفع المتعامل أي فوائد على هذا الائتمان إذا قام بالتسديد خلال الآجال المحددة، إلا أنه يدفع فوائد في الشهر قدرها 1.5% عن الرصيد المتبقي دون سداد بعد فوات الآجال المحددة للسداد كما يتقاضى البنك التجاري عمولة من المحلات التجارية المتعاقد معها من 03 إلى 05 من قيمة المبيعات التي تمت بهذه البطاقة³.

6-3. أنواع بطاقة الائتمان:

يوجد العديد من أنواع بطاقة الائتمان وهذا ما جعلها الأكثر استخداما من طرف الأشخاص في العالم

¹ محمد بن بوبيرة وعبد اللطيف بن زيدي، معالجة المعاملات المصرفية في ظل نظام الدفع الآلي، مرجع سبق ذكره، ص 47.

² المرجع نفسه، ص 47

³ عبد الكريم قندوز وبومدين نورين، الصيرفة الإلكترونية في المؤسسات المصرفية كمدخل لبناء الاقتصاد الرقمي في الجزائر، بحث مقدم للملتقى العلمي الدولي الثاني حول المعرفة في ظل الاقتصاد الرقمي، جامعة حسيبية بن بوعلي، الشلف، بدون تاريخ، ص 06.

ككل، وهو ما يميزها عن غيرها من البطاقات الأخرى ولذا أنواعها كالآتي:

3-6. 1. بطاقات الائتمان من حيث المزايا التي تمنح لحاملها: وهي ثلاثة أنواع:¹

أ -البطاقة الفضية: هذا النوع يعطي لحامله حدا من الائتمان منخفضا نسبيا فيمنح هذا النوع لمعظم العملاء عندما يتوافر الحد الأدنى من المتطلبات المطلوبة، وما يوفر لحاملها القدرة على الشراء من التجار والسحب النقدي من البنوك وأجهزة الصراف الآلي.

ب - البطاقة الذهبية: هذا النوع من البطاقات يصدر للعملاء أصحاب الأموال، فحامل هذه البطاقة تضاف

إليه بعض المزايا الأخرى الممنوحة له مجانا مثل: التأمين ضد الحوادث ويحصل على استشارات قانونية مجانا....الخ، وتزيد رسوم الاشتراك على حامل هذه البطاقة عن حامل البطاقة الفضية، وعادة يكون الائتمان المالي والتاريخ المالي لصاحب البطاقة معيارا لهما ومحددا في نوع البطاقة التي تصدر له.

ت - البطاقة الماسية: وهي بطاقة تصدر لكبار العملاء وتتميز بعدم وجود ائتمانية وتعطي لحاملها نفس المزايا للبطاقة الذهبية، وتصدر هذه البطاقة عن طريق بعض المؤسسات المالية مثل: أمريكيان اكسبرس².

3-6. 2. بطاقات الائتمان من حيث الاستخدام: وهي ثلاث أنواع³.

أ -بطاقة الائتمان العادية: هذا النوع هو الأكثر استخداما، فهي تستخدم في الشراء والحصول على خدمات، وإمكانيتها في السحب النقدي من الصراف الآلي، أو من البنوك التي تكون مشتركة في عضوية هذه البطاقة.

ب - بطاقة السحب النقدي الإلكتروني: تستخدم في عملية سحب النقود، سواء أكانت من أجهزة الصراف

¹ المرجع نفسه، ص 32

² نادر شعبان ابراهيم السواح، النقود الباستيكية، الدار الجامعية، الاسكندرية، 2005، ص 23.

³ جلال عابد الشورى، مرجع سبق ذكره، ص 32.33.

الآلي المحلي أو الدولي، أو الأجهزة التي تقرأ الأشرطة الممغنطة التي تحصل عليها البنوك من مصدر هذه البطاقة وتكون تلك البنوك مشتركة في عضوية هذه البطاقة.

ت - البطاقة المحلية: هي بطاقة لا تستخدم إلا في حدود إقليم البنك المصدر للبطاقة وفي نفس عملة هذا الإقليم، فإن مجال استخدام هذا النوع قليل جدا وفي حدود ضيقة، أنه لا يعطي ميزات لحاملها مثل: الأنواع الأخرى التي تستخدم بنسبة كبيرة وفي جميع أنحاء العالم وبجميع العملات.

3-6. 3. بطاقات الائتمان من حيث الجهة المصدرة لها: وهي أربعة أنواع هي:¹

أ - بطاقات الفيزا: هي بطاقة تخول لحاملها إجراء عمليات الشراء والسحب النقدي ضمن سقف البطاقة المحدد لكل عميل، ويوجد نوعين من بطاقة الفيزا وهما: بطاقات الفيزا الوفائية وبطاقات الفيزا الائتمانية.

ب - بطاقات الماستر كارد الائتمانية: هي بطاقات ائتمان تصدر لعملاء البنك ضمن شروط معينة ويسقف محدد تخول حاملها القيام بعمليات شراء السلع والخدمات لدى التجار الذين يمتلكون أجهزة (POS) إضافة إلى عمليات السحب النقدي من خلال أجهزة الصراف الآلي، كما تملح حاملها ميزات ميسرة لسداد المبالغ المسحوبة على أقساط شهرية بحيث يتم رفع سقف البطاقة بالمبالغ المسددة مما يتيح للعميل استغلال المبالغ المسددة مرة أخرى.

ت - بطاقات أمريكان اكسبرس: هذا النوع من البطاقات يصدر فقط من هذه المؤسسة المالية، وهي التي تشرف على عملية إصدارها وتعمل على تسوية عملياتها مع التجار، كما أنها لا تمنح تراخيص للبنوك والمؤسسات المالية الأخرى إصدار هذه البطاقات فتستخدم هذه البطاقة من خلال فروعها ولكن يمكن تفويض البنك لسداد قيمتها مباشرة من حساب العميل.

ث - بطاقات تصدر عن المؤسسات التجارية: تستخدم هذه البطاقات من قبل زبائن هذه المؤسسات في الشراء من فروعها ومؤسساتها فيتحقق ذلك عندما تملك تلك المؤسسات عدة مشاريع كبرى مثل: محطات البنزين، الفنادق، المطاعم.... الخ، فتقوم تلك المؤسسات بطرح البطاقات لتمكن زبائنهم من الشراء أو طلب خدمات من أي نوع من الأنواع المستخدمة في فروعها، وذلك للحفاظ على زبائنهم وكذا تنظيم عمليات

¹ ناظم محمد نوري الشمري وعبد الفتاح زهير عبد اللات، الصيرفة الإلكترونية، دار وائل، عمان، الطبعة الأولى، 2008، ص ص 80.79.

البيع، فيدفع الزبون إلى المؤسسة مباشرة أو بعد فترة من الزمن، ويحصل حاملها على ميزات وتخفيض في الأسعار، والأولوية في تقديم الخدمات....الخ¹.

4-6. خصائص بطاقات الائتمان:

يمكن تلخيص خصائص بطاقات الائتمان كالآتي:²

- مقبولة على نطاق واسع محليا وعالميا، لدى الأفراد والشركات والتجار والبنوك حيث تعتبر العامة المسجلة للمنظمة الدولية مصدر قوة وقبول للبطاقة.
- تصدرها مؤسسات مالية مصرح لها منظمات عالمية مثل: الفيزا، الماستر كارد، أميركان اكسبريس، وفقا لقواعد وضوابط محددة في العقود المبرمة بينهما .
- بطاقة الائتمان هي بطاقة وفاء وائتمان .
- تصدر بموجب عقد يلتزم فيه طالب البطاقة بسداد استخداماته لها في مواعيد معينة وبشروط وقواعد محددة .
- تستخدم في شراء السلع والخدمات من التجار وتستخدم أيضا في السحب النقدي من أجهزة الصراف الآلي أو من فروع البنوك التي تقبل التعامل بتلك البطاقات³ .

5-6. وظائف بطاقة الائتمان:

وتكمن هذه الوظائف فيما يلي:⁴

- تعد وسيلة من وسائل الدفع أو السداد، يعني استخدامها مثل استخدام النقود الورقية والشيكات كونها سهلة الحمل وسريعة التعامل بها .
- توفر للتجار ضمان الوفاء بقيمة مشترياته فورا، إضافة إلى أنه تجنبه الديون المتعثرة .
- تعتبر أداة ائتمان حيث تقوم جهة الإصدار بالوفاء للتجار بسعر مستحقته ومن ثم تسترد القيمة التي دفعها التاجر من حامل البطاقة.

¹ جلال عايد الشورى، مرجع سبق ذكره، ص 34.

² نادر شعبان ابراهيم السواح، مرجع سبق ذكره، ص 18

³ المرجع نفسه، ص 18.

⁴ عيد الله أحمد عبد الله غرابيية، مرجع سبق ذكره، ص 53.

ثالثاً: مزايا وعيوب البطاقات البنكية.

1-مزايا البطاقات البنكية: وهي وما يلي:¹

- قبولها عالمياً فيمكن حاملها من أن يدفع مقابل البضائع ببطاقات السداد في أي مكان في العالم وتحويل العملة بواسطة مصدر البطاقة.
- توفير الوقت والجهد والتكاليف بالنسبة للمشتري والبائع .
- بالنسبة للشراء عبر الانترنت فإن بطاقة السداد لها مزايا بصفة خاصة، فعندها يصل المستخدم إلى الفحص الإلكتروني فإنه يدخل رقم بطاقة السداد ومعلومات الشحن والفواتير في المجالات المناسبة لإكمال الصفقة، ولا يحتاج إلى أي عناصر مادية أو برنامج لإكمال الصفقة.

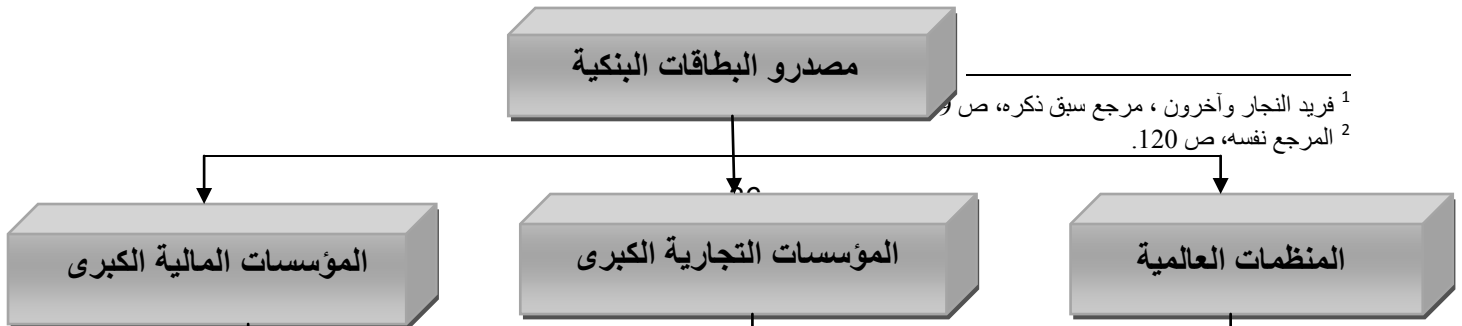
2-عيوب البطاقات البنكية: وهي وما يلي:²

- خدمة البطاقات تفرض على التجار رسوماً عن كل صفقة ورسوماً شهرية للمعالجة، والتجار بالطبع ينظرون إليها على أنها تكلفة القيام بأنشطة الأعمال.
- المخاطرة بالنسبة حيث يحتمل أن تفقد مبيعات هامة بسببها، ولا يدفع المستهلك رسوماً مباشرة لاستخدام " بطاقات السداد."
- نفس المشكلة بالنسبة للمشتري حيث أنه قد يخسر المشتري قيمة مشتريات يشتريها عبر الانترنت بسبب عملية نصب على موقع الكتروني لتاجر أو مقدم خدمة وهمي.
- وقد يحدث أن يستطيع محترف نصب على الانترنت باستخدام بطاقتك الشخصية واستخدامها في الشراء باسمك عبر الانترنت .

رابعاً: مصادر البطاقات البنكية

هي مجموعة من المنظمات العالمية والمؤسسات المالية والتجارية وهي كالاتي:

الشكل رقم (04): مصادر البطاقات البنكية



¹ فريد النجار وآخرون ، مرجع سبق ذكره، ص 120.
² المرجع نفسه، ص 120.

المصدر: محمد عدنان بن الضيف وآخرون، نظم الدفع الإلكتروني، مذكرة ليسانس، غير منشورة، جامعة محمد خيضر بسكرة، 2004-2005، ص 12 .

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

2- المؤسسات المالية الكبيرة: يقوم هذا النوع من المؤسسات بإصدار بطاقات ائتمانية مباشرة بدون أن تمنح تراخيص إصدارها أي مصرف أو مؤسسة مالية أخرى، كما تتولى بنفسها الحصول على حقوقها من حملة بطاقتها² .

وأهم البطاقات الصادرة عن المؤسسات المالية العالمية هي:³

¹ نوال بن عمارة، وسائل الدفع الإلكترونية (الآفاق والتحديات)، محاضرات أقيمت بقسم العلوم الاقتصادية، كلية الحقوق والعلوم الاقتصادية، جامعة ورقلة، ص . 05 على الموقع الإلكتروني: <http://www.douis.free.fr>

² نوال بن عمارة، مرجع سبق ذكره، ص 05.

³ ليلية بوقلال، مرجع سبق ذكره، ص 23.

2-1. أمريكيان اكسبريس: هي من مؤسسات المالية الكبرى التي تصدر البطاقات الائتمانية مباشرة دون ترخيص أي بنك، بمعنى أنها تصدر من مؤسسة مالية واحدة تقوم بالإشراف على عملية إصدارها كما تعمل على تسوية عملياتها مع التجار، وهذه المؤسسة فروعها ولكن يمكن تفويض البنك لسداد قيمتها مباشرة من حساب العميل، ومن أهم البطاقات الصادرة عنها هي: اكسبريس الخضراء والذهبية والماسية وكذلك ناشيونال اكسبريس.

2-2. الدينرز كلوب: هي من شركات البطاقات الائتمانية الرائدة رغم قلة عدد حملة بطاقتها إلا أنها حققت أرباح وصلت إلى 16 مليون دولار وتصدر بطاقات متنوعة مثل: بطاقة الصرف البنكي لكافة الزبائن، بطاقة الأعمال التجارية لرجال الأعمال، بطاقات التعاون مع الشركات الكبرى مثل شركات الطيران.

3- المؤسسات التجارية الكبرى: وبهدف المحافظة على العملاء وتسهيل معاملاتهم، قامت المؤسسات والمحلات التجارية والفنادق والمطاعم بإصدار بطاقات خاصة لعملائها المتميزين، والدوافع الخاصة لإصدارها هي الأرباح التي حققها مصدر البطاقات البنكية، كما سعت إلى تطوير البطاقات، حتى أصبحت تصدر اليوم بصيغ مماثلة للبطاقات الائتمانية وتحت تسميات مختلفة أشهرها (بطاقة الشراء من المحل التجاري)، وتعرف على أنها بطاقات يصدرها المحل التجاري لعملائه ويتيح لهم شراء ما يحتاجونه على الحساب من السلع والخدمات التي يقدمها وذلك في حدود سقف ائتماني معين¹.

المطلب الثاني: البطاقات الذكية والنقود الإلكترونية.

إن من أهم الابتكارات الحديثة في قطاع الدفع بالبطاقات هو تطوير البطاقات الذكية، وكذلك من وسائل الدفع الإلكترونية التي بدأ صيتها ينتشر عبر أنحاء العالم مثل النقود الإلكترونية.

أولاً: البطاقة الذكية.

¹ محمد عدنان بن الضيف وآخرون، مرجع سبق ذكره، ص 12.

1-تعريفها: "هي عبارة عن بطاقات بلاستيكية ممغنطة ومزودة بشرائح الكترونية دقيقة ذات ذاكرة وقدرات تفاعلية، تسمح بتعامل تلك البطاقات مع الوحدات المصرفية عند نقاط البيع أو مع آلات الصرف الذاتي، أو مع أي حسابات آلية شخصية أخرى، وتتيح تلك البطاقات للعميل شراء ما يحتاجه أو سحب مبلغ معين خصما من رصيد المبلغ المخزن بالبطاقة، وذلك حتى نفاذ إجمالي الرصيد الذي تحمله البطاقة والتي يمكن إعادة شحنها من جديد¹."

2- أنواعها: وهي ثلاث أنواع أساسية:²

1-2. بطاقات متصلة: وهي التي عند استخدامها يجب أن يتم اتصالها مع قارئ للبطاقات الذكية حتى تتم عملية تحديث المعلومات وقراءتها من قبل شريحة الكمبيوتر الموجودة على البطاقة الذكية.

2-2. بطاقات غير متصلة: وهي تعتبر مفيدة جدا بحيث أنها تعتبر ملائمة وسريعة، وهي تتطلب من

المستخدم إدخال كلمة مرور واسم مستخدم صحيحين حيث يعطيها المزيد من الأمن والحماية من السرقة والاحتيال، والمعلومات المخزنة فيها مصممة بحيث تكون للقراءة فقط أو لعدم الوصول إليها وذلك لإضافة المزيد من الأمن على المعلومات المخزنة فيها وتخزن المعلومات أيضا بطريقة مشفرة وأيضا من الممكن أن تحوي البطاقة الذكية على صورة لحاملها في أحد أوجهها، كل ذلك يعطيها المزيد من الأمن والتوافق على بطاقات الاعتماد لمنع السرقات والاحتيال من قبل كلا الطرفين البائع والمشتري³.

2-3. البطاقات المزدوجة: هي بطاقات مزودة بذاكرة واحدة مع إمكانية الاتصال المادي بالقارئ وعدم الاتصال أيضا ويعتبر هذا النوع من البطاقات الأكثر استخداما بالنسبة للتجار أو المستهلكين لما توفره من درجة عالية من الأمان، وبعد النقل أكثر المجالات التي تستخدم فيها هذه البطاقات حيث يكون المسافرين في عجلة من أمرهم وليس لديهم الوقت الوافي إدخال بطاقاتهم في القارئ كما أنهم يرغبون في الاستفادة من درجة الأمان والسرية العالمية التي يوفرها هذا النوع من البطاقات⁴.

¹ طارق طه، إدارة البنوك في بيئة العولمة والانترنت، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2007، ص 283.

² وسيم محمد الحداد وآخرون، الخدمات المصرفية الإلكترونية، دار المسيرة، عمان، الطبعة الأولى، 2012، ص 180.

³ نفس المرجع، ص 181.

⁴ شريف محمد غلام، محفظة النقود الإلكترونية، الدار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2007، ص 21.

وان الاستخدام الأكثر شيوعاً للبطاقة الذكية لدى المصارف هو القيمة المخزونة مثل بطاقة الموندكس إلا أن تكنولوجيا الشرائح المصغرة الحديثة التي وفرت قدرات استثنائية لتخزين البيانات ومعالجتها أتاحت استخدامات جديدة يمكن أن تقدمها نفس البطاقة¹.

3- مزايى البطاقة الذكية:

3-1. القدرة العالية على تخزين المعلومات: يسمح الكمبيوتر الصغير المثبت على البطاقة بتخزين معلومات وبيانات شخصية ومالية وطبية خاصة بالمستهلك، ويمكن استدعاء هذه المعلومات بطريقة منظمة، فالبطاقة والحال كذلك رقيقة إلكترونية فائقة قدرة على تخزين جميع البيانات فهو كمبيوتر متنقل وبهذا تختلف البطاقة الذكية عن البطاقة ذات الشريط الممغنط الذي تقوم عليه فكرة الائتمان، فلا يسمح الشريط الممغنط لهذه البطاقة إلا بتخزين كمية من المعلومات التي تتعلق في الغالب بالحساب والبطاقة ذاتها، دون أن تتضمن بيانات شخصية أو عائلية.... الخ لصاحب البطاقة، وقد تصل قدرة البطاقة الذكية على التخزين إلى 80 أو 100 مرة أكثر من قدرة البطاقة ذات الشريط الممغنط حيث يمكن تخزين من 03 كيلوبايت إلى 32 كيلو بايت من المعلومات على ذاكرة هذا القارئ².

3-2. تعدد مجالات الاستخدام: تقدم البطاقات الذكية خدمات متعددة للمستهلكين، فالمستخدم يستطيع أن يحصل على أكثر من خدمة عن طريق استخدام بطاقة واحدة، فالبطاقة الذكية والحال وذلك يحل محل العديد من البطاقات بفضل التكنولوجيا المتقدمة.

3-3. السرية والأمان: أهم ما تقدمه البطاقات الذكية للمستهلك هو السرية في المعاملات والأمان القانوني الذي طالما تشده المستهلك خاصة بالنسبة للمعاملات التي عبر شبكة الانترنت، ويرجع الفضل إلى السرية والأمان الذين توفرهما تكنولوجيا البطاقات الذكية للكمبيوتر الصغير المثبت على بطاقة المستهلك حيث يسمح بإجراء حوار سري وآمن مع الكمبيوتر المثبت على البطاقة الخاصة بالتاجر وتتم هذه الحوارات بشكل مباشر بين الكمبيوترات دون الحاجة إلى أية جهة خارجية لاستكشاف المعلومات المخزنة على البطاقة، وبفضل هذه الحوارات المباشرة والمشفرة بشكل معقد فقد اطمأن المستهلكون إلى هذا النوع من البطاقات واطمنوا وذلك على البيانات الخاصة بهم وعلى أموالهم وحساباتهم في البنوك،

¹ بلعبيدي عابدة عبيد، أثر البنوك الأجنبية في تمويل الاقتصاد الوطني (حالة الجزائر)، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية، تخصص نقود وتمويل، غير منشورة، جامعة محمد خيضر بسكرة، 2005-2006، ص 63.
² شريف محمد غلام، مرجع سبق ذكره، ص ص 22.21.

ويعكس الحال في ظل البطاقات ذات الشريط الممغنط، وقد نتج عن هذا الأمان أن زادت المعاملات على شبكة الانترنت وتطورت التجارة الإلكترونية¹.

ثانياً: النقود الإلكترونية

1- تعريفها:

تعرف النقود الإلكترونية بأنها: "مجموعة البروتوكولات، والتوقيعات الرقمية التي تتيح للرسالة الإلكترونية أن تحل فعلياً محل تبادل العملات التقليدية"، وبعبارة أخرى فالنقود الإلكترونية أو الرقمية هي المكافئ الإلكتروني للنقود التقليدية التي اعتدنا تداولها².

وتعرف أيضاً على أنها: "سلسلة الأرقام التي تعبر عن قيم معينة تصدرها البنوك التقليدية أو البنوك الافتراضية لمودعيها، ويحصل هؤلاء عليها في صورة نبضات كهرومغناطيسية على بطاقة ذكية، ويستخدمها هؤلاء لتسوية معاملاتهم التي تتم عن طريقه، ويعبر عنها أحياناً بالنقود الرقمية أو الرمزية أو النقود القيمة إذ أنها عبارة عن مجموعة من الأرقام بمجرد الضغط عليها بالفأرة لتتحول إلى نقود تقوم بتسوية المعاملات التي تتم عن طريق الانترنت، وهذا النوع من النقود يشكل المفهوم الحقيقي للعملة الإلكترونية³".

ومصطلح النقود الإلكترونية يشمل الصور التالية:⁴

الصورة الأولى: هي بطاقة مدفوعة مسبقاً، والتي يمكن استخدامها لأغراض متعددة، ويطلق عليها اسم البطاقة المختزلة القيمة.

الصورة الثانية: هي آليات الدفع مختزلة القيمة أو سابقة الدفع التي تسمح بالدفع من خلال شبكة الحاسوب الآلية (الانترنت)، المتعارف عليها باسم نقود الشبكة أو النقود السائلة الرقمية⁵.

2- أنواعها:

¹ المرجع نفسه، ص ص 23.24.

² نوال بن عمارة، مرجع سبق ذكره، ص 09.

³ أمير فرج يوسف، مرجع سبق ذكره، ص 99.

⁴ جلال عابد الشورى، مرجع سبق ذكره، ص ص 58.59.

⁵ المرجع نفسه، ص 59.

2-1. من حيث متابعتها والرقابة عليها: وهي نوعان:¹

2-1.1. نقود الكترونية محددة: ويميز هذا النوع من النقود إمكانية التعرف على الشخص الذي قام بسحب النقود من البنك شأنها في ذلك شأن بطاقة الائتمان في عملية السحب وحركة السحب من خلال النظام الإلكتروني من البداية حتى النهاية.

2-2.1. نقود الكترونية غير اسمية: وهذا النوع يتم التعامل به دون معرفة هوية المتعامل فهي كالأوراق النقدية في التعامل وليس لها علاقة بمن يتعامل بها ولا يمكن التعرف على هوية مستخدميها سواء انتقلت منهم أو إليهم.

2-2. من حيث أسلوب التعامل بها: وهي نوعان:²

2-2.1. نقود الكترونية عن طريق الشبكة: ويتم سحب هذا النوع من النقود الإلكترونية من البنك أو المؤسسة المالية وتوضع على أداة معيولة داخلية في جهاز الحاسب الشخصي، وفي مجال إرسال هذه النقود عبر الانترنت ليس على المستخدم إلا الضغط على الفأرة لهذا الجهاز إلى الشخص المستفيد من هذه النقود وتتم هذه العملية في ظل إجراءات تضمن للمتعاملين بهذه الطريقة حد كبير من الأمان والسرية وهي نقود حقيقية إلا أنها رقمية وتتطلب معظم الأنظمة المستخدمة لمثل هذه الطريقة لإتمام الاتصال بين طرفي التعامل والمصدر الكترونيا من أجل التحقق من سلامة هذه النقود للتقليل من احتمالية وجود الغش والتزوير.

2-2.2. نقود الكترونية خارج الشبكة: هذا النوع يتم التعامل به دون أن يطلب من المتعاملين الاتصال مع المصدر مباشرة، فهي عبارة عن بطاقة تحتوي على القيمة المخزنة بداخلها، وتخصم كل قيمة تخرج من حوزتها بعد الانتهاء من عملية السحب النقدي، واستخدام هذا النوع من البطاقات يولد قدرا كبيرا من المشاكل المتعلقة بالأمان وما قد تنتج عنها مخاطر الصرف المزدوج.

3-مزايا وعيوب النقود الإلكترونية:

3-1. المزايا: وهي وما يلي:³

¹ المرجع نفسه، ص 60 .

² ابراهيم بختي، مرجع سبق ذكره، ص 75.

³ منير الجنيبي وممدوح الجنيبي، مرجع سبق ذكره، ص 55.

- تكلفة تداولها زهيدة: تحويل النقود الإلكترونية (أي الرقمية) عبر الانترنت أو الشيكات الأخرى أرخص بكثير من استخدام الأنظمة البنكية التقليدية.
- لا تخضع للحدود: يمكن تحويل النقود الإلكترونية من مكان إلى آخر في العالم وفي أي وقت كان وذلك لاعتمادها على الانترنت أو على الشيكات التي لا تعرف بالحدود الجغرافية ولا السياسية .
- بسيطة وسهلة الاستخدام: تسهل التعاملات البنكية إلى حد كبير، فهي تغني عن ملء الاستمارات وإجراء الاستعلامات البنكية عبر الهاتف .
- تسرع عمليات الدفع: تجرى حركة التعاملات المالية ويتم تبادل معلومات التنسيق الخاصة بها فوراً في الزمن الحقيقي دون الحاجة إلى أي وساطة مما يعني تسريع هذه العملية على العكس مما لو كانت تتم قبال ذلك بالطرق التقليدية.
- تعجيل عمليات الدفع الآمنة: حيث تستخدم البنوك التي تتعامل بالنقود الإلكترونية أجهزة خادمة تدعم بروتوكول التعاملات المالية الآمنة، كما تستخدم مستعرضات الشبكة الويب تدعم بروتوكول الطبقات الآمنة، مما يجعل عمليات دفع النقود الإلكترونية أكثر أماناً¹ .

3-2. العيوب: وهي وما يلي:²

- الخصوصية والأمان هي أكثر المشاكل أهمية والتي يجب التصدي لهما في المستقبل وإلا ستتوقف هذه التكنولوجيا للأبد.
- النقود الإلكترونية تتطلب نوعاً خاصاً من البرمجيات أو العناصر المادية أو خبرة دقيقة، حينئذ فإنه لن يكون ملائماً لاستخدام الكثيرين.
- من المشاكل الهامة التي تواجه النقود الإلكترونية وهي مشكلة ازدواجية للصرف .
- كل المشاكل الخاصة بالعملة التقليدية الورقية مثل: التزيف، فقدان وغيرها من المشاكل .

4- طريقة استخدام النقود الإلكترونية:

تستخدم النقود الإلكترونية من خلال الخطوات التالية:³

¹ نهلة أحمد قنديل، التجارة الإلكترونية، جامعة قناة السويس، القاهرة، 2004، ص 86.

² فريد النجار وآخرون، مرجع سبق ذكره، ص 131.

³ بشرين بدري البارودي، دور اقتصاد المعرفة في تطوير الخدمات الإلكترونية (دراسة تحليلية عن البنوك الإلكترونية)، بحث مقدم إلى المؤتمر العلمي الخامس حول اقتصاد المعرفة والتنمية الاقتصادية، كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية، جامعة الزيتونة الأردنية، 25-27، 2005، ص ص 08.07.

- يقوم الفرد بشراء النقود الإلكترونية من أحد البنوك المصدرة لها وبالقدر الذي يحتاجه .
- يحصل الفرد المشتري على برنامج مجالي خاص بإدارة النقد الإلكتروني ويعمل هذا البرنامج على حساب الوحدات المشتراة والمصروفة من النقد الإلكتروني والرصيد المتبقي منها.
- عند قيام الفرد بالتسوق الإلكتروني من مراكز السوق الإلكتروني وتسديد أثمانها نقودا إلكترونية فإن برنامج إدارة النقد الإلكتروني بحسب الرصيد المتبقي من النقد الإلكتروني ومدى كفايته للسداد مقابل المنتجات المشتراة ثم يقوم بإرسال الوحدات اللازمة للوفاء بثمن المشتريات إلى البائع عن طريق البنك المصدر لها.
- عندما يتلق البنك المبلغ المدفوع بالنقود الإلكترونية ويتأكد من صحة هذا يقوم بإشعار البائع بذلك ويضيفه إلى حسابه البنكي.
- يتلقى البائع إشعار الاستلام من البنك الإلكتروني عن طريق برنامج إدارة النقد الإلكتروني الذي لديه وتضاف وحدات النقد المقبولة وسداد الائتمان البضائع المباعة إلى حساب البائع في البرنامج الخاص به.
- يقوم البائع بإشعار المشتري إلكترونيا باستلامه قيمة البضائع المباعة بوحدات نقدية إلكترونية وبدوره يقوم برنامج إدارة النقد الإلكتروني لدى المشتري بمسح هذه الوحدات النقدية من محفظة المشتري ويتم تنفيذ الصفقة.

المطلب الثالث: المحفظة الإلكترونية.

كذلك نجد من وسائل الدفع الإلكترونية التي بدأ صيتها ينتشر هي المحفظة الإلكترونية وكذلك الشيك الإلكتروني الذي أصبح مكافئا للشيك التقليدي.

أولاً: المحفظة الإلكترونية

1-تعريفها: هي عبارة عن: "قيمة مخزنة إلكترونيا على جهاز مثل البطاقة، ويكون فيها شريط ممغنط والذي يتم تخزين معلومات الحساب عليه وتتيح هذه المحافظ لحاملها التعامل معها وأنه يحمل نقودا لكنها في شكل مختلف وتسمح بتحويل القيمة من بطاقة أخرى بشكل مباشر أو إلى شخص آخر أو محل تجاري بدون

الحاجة إلى أن تمر هذه العملية من خلال حساب لدى وسيط"، بحيث أن الأموال مسجلة على المحفظة الإلكترونية، فلا حاجة لعمل اتصال مباشر أو التعرف على الشخص حامل المحفظة حيث أن الغرض من هذا النوع من وسائل الدفع أن تعمل وبديل للنقود في المعاملات اليومية ويتم استخدامها في المدفوعات اليومية الصغيرة مثل: التنقلات العامة أو ماكينات البيع الآلي¹.

2- خصائصها:

إن من أبرز خصائصها ما يلي:²

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

ثانيا: الشيك الإلكتروني.

1- تعريفه:

هو المكافئ الإلكتروني للشيكات الورقية التي تتعامل بها، فالشيك الإلكتروني هو رسالة إلكترونية يرسلها موقع الشيك إلى حامل الشيك ليقدمه للبنك عبر الإنترنت، ثم يحول البنك قيمة الشيك إلى حساب حامل الشيك، وبعد ذلك يقوم بإلغاء الشيك وإعادته إلكترونيا إلى حامل الشيك ليكون دليلا على صرف الشيك³. لا يوجد فرق بين الشيك الإلكتروني والشيك العادي فكل منهما يعتبر أمر بدفع مبلغ معين إلى شخص يسمى المستفيد، إلا أن الشيك الإلكتروني يرسل إلكترونيا عبر الإنترنت⁴.

2- البيانات الواجب توافرها في الشيك الإلكتروني:

¹ مجموعة العمل المالي لمنطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا، تقرير حول " طرق الدفع عبر الحدود (الحالية والناشئة) وإمكانية استغلالها في عملية غسل الأموال و تمويل الارهاب، ص ص، 13، 14.

² جورج نهاد أبو جريش، مرجع سبق ذكره، ص 193.

³ نهلة أحمد قنديل، مرجع سبق ذكره، ص 84.

⁴ رحال فؤاد، تأثير تحرير تجارة الخدمات المصرفية على تنافسية البنوك وأثرها على القطاع المصرفي الجزائري، ماجستير في العلوم الاقتصادية، تخصص نقود وتمويل، غير منشورة، جامعة محمد خيضر بسكرة، 2005-2006، ص 89.

لصحة الشيك الإلكتروني يجب توفره على البيانات التالية:¹

- رقم الشيك: وهذا البيان الذي لا بد أن يستوفيه الشيك الإلكتروني ويكون مطبوعاً أصلاً على نموذج الشيك التقليدي المسلم من البنك لعملائه.
- اسم الدافع، ورقم حسابه، واسم البنك .
- القيمة التي ستدفع .
- وحدة العملة المستعملة .
- تاريخ الصلاحية .
- التوقيع الإلكتروني للدافع .
- التطهير الإلكتروني للشيك للمستفيد .

لا بد للشيك الإلكتروني أن يستوفي كافة البيانات والشروط اللازمة لصحة الشيك الإلكتروني ومن ثم يكون للشيك الإلكتروني نفس حجية الشيك الورقي للدول التي تعترف بصحة التوقيع الإلكتروني والذي هو أساس الثقة في التعامل في الأوراق التجارية الإلكترونية.

3- طريقة عمل الشيك الإلكتروني: وتتمثل فيما يلي:²

- إذا كنت تمتلك موقعا في فضاء ويب يمكنك إضافة زر ربط إلى نموذج الدفع أو الفاتورة التي يتضمنها موقعك، بنموذج الشيكات الإلكترونية في موقع الوسيط الآمن
- إذا لم تمتلك موقع ويب يمكنك إضافة عنوان الربط إلى رسالتك البريدية التي تحتوي على الفاتورة وبذلك لا تحتاج لوجود موقع، كي تستفيد من هذه الخدمة .
- يقوم المشتري بتعبئة نموذج الشراء أو الفاتورة، حيث تعود إلى البائع مباشرة عبر البريد الإلكتروني بعد تعبئتها في الوقت الذي يحرر شيكا الكترونيا لصالح الوسيط الذي يتحقق من صحة المعلومات البنكية، من خلال الاستفسار عبر شبكة في قاعدة معلومات بنك العميل، فيرسل مباشرة إشعاراً رسمياً للبائع والمشتري بصلاحية العملية.
- يحرر موقع وسيط الدفع بالشيكات الشيك الكترونيا نيابة عن المشتري ويودعه في حساب البائع مباشرة .

¹ ناهد فتحي الحموري، مرجع سبق ذكره، ص 205.
² فريد النجار وآخرون، مرجع سبق ذكره، ص ص 134.135.

- يرسل الوسيط إلى البائع كل نهاية شهر كشف بقيمة العملات المستحقة، ويقبل الدفع بالشيكات الإلكترونية، ولا تحتسب هذه العملات كسب على قيمة العملية مهما كان حجمها، بل كقيمة ثابتة وليس هناك وقت محدد على معالجة هذه العمليات حتى وان تمت خلال نهاية الأسبوع، أو العطلة الرسمية أو خلال الليل.

- يتوفر نوعان من الخدمة التي يقدمها الوسيط عند تأكيد العمليات الخدمة العادية التي يتم فيها إصدار الشيك الإلكتروني بدون التأكيد من حساب العميل، والخدمة الممتازة التي يفحص فيها الكثير من المعلومات المهمة مثل: تاريخ العميل وسمعته في إطار الشيكات لدى البنك، وعدم وجود شيكات مسروقة، كما يتأكد من عدم وجود حساب المشتري في حالة تجميد لحظة العملية، ولكل نوع من هذه الخدمات تسعيرتها الخاصة، التي تعتمد على عدد العمليات التي يمكن لها أن تبلغ المئات من الآلاف بدون تحديد قيمتها، وتجد هذه الخدمة مجالات عدة للتطبيق قد يكون أبسطها، حالة أقسام الاشتراكات في مجلة معينة، بحيث يصدر موقع الوسيط إشعارات بانتهاء صلاحية الاشتراك أو فواتير تجديد الاشتراك نيابة عن قسم الاشتراكات في المجلة، أو التطبيقات العديدة مثل: دفع الفاتورة الخاصة بالهاتف أو الكهرباء بدون الحاجة إلى برامج خاصة.

المطلب الرابع: التحويلات المالية الإلكترونية و الفاتورة الإلكترونية.

من بين وسائل الدفع الحديثة أيضا هذان النوعان الشائعان خاصة في الدول المتقدمة التحويلات المالية الإلكترونية والفاتورة الإلكترونية.

أولاً: التحويلات المالية الإلكترونية

1- تعريفها:

التحويل المالي الإلكتروني هو عملية يتم بموجبها نقل مبلغ معين من حساب إلى آخر عن طريق تقييده في الجانب المدين للأمر والجانب الدائن للمستفيد، سواء أنهم هذا التحويل بين حسابين مختلفين في نفس البنك أم في بنكين مختلفين¹.

¹ محمود محمد أبو فروة، مرجع سبق ذكره، ص 56.

فهذه الطريقة تتم بعمل تحويل مبلغ معين من حساب إلى حساب آخر فالمشتري هذا ليس لديه وسيلة (بطاقة) يتم من خلالها بطريقة مباشرة إلى الشبكة الالكترونية التي يتم من خلالها الدفع الالكتروني¹.

ولإتمام عملية التحويل المالي الالكتروني نميز حالتين:²

أ- حالة وجود وسيط: يقوم العميل بإرسال تحويل مالي عن طريق المودم إلى الوسيط الذي يقوم بإرساله إلى دار المقاصة المالية الآلية التي ترسل نموذج التحويل المالي الالكتروني إلى بنك العميل، وفي حالة عدم تغطية الرصيد لقيمة التحويل يتم إشعار الوسيط بذلك، الذي يقوم بدوره بإشعار العميل أما في حالة تغطية الرصيد لقيمة التحويل تتم عملية الاقتطاع وتحويلها إلى حساب المستفيد وقت السداد المحدد بالنموذج.

ب- حالة عدم وجود وسيط: في هذه الحالة يستلزم على التاجر أن يمتلك البرمجيات الخاصة التي تسمح بإجراء هذه العملية، حيث تكون هذه البرمجيات مؤمنة بكلمة مرور خاصة بالتاجر، وعندها يقوم العميل باعتماد نموذج للدفع بشيك مصدق لصالح التاجر الذي يقوم بإرسال الاعتماد إلى دار المقاصة الآلية والتي بدورها ترسله إلى البنك لاقتطاع المبلغ من حساب العميل وتحويله إلى حساب التاجر، وعندها لا حاجة لتحقق كفاية رصيد العميل أن الشيك المصدق يحقق ذلك.

2- منافع نظام التحويلات المالية الالكترونية:

يقدم نظام التحويلات المالية الالكترونية منافع نوجزها فيما يلي:³

1-2. تخفيض تكاليف الخدمات المصرفية: قللت شبكة نظام المقاصة الآلية من تكاليف الخدمات المصرفية من خلال:

- تقليل أو إلغاء الخدمات التي تقدمها الصناديق المتعلقة بتجميع الشيكات .
- تخفيض خسائر منح الائتمان .
- تقليل مصاريف معالجة الشيكات إلى الحد الأدنى نتيجة عدم استخدام الشيكات الورقية .

¹ أمير فرج يوسف، مرجع سبق ذكره، ص 98.

² عبد الرحيم وهبية، إحلال وسائل الدفع المصرفية التقليدية بالالكترونية، مرجع سبق ذكره، ص 55.

³ نوال بن عمارة، مرجع سبق ذكره، ص ص 14.13.

- تقليل الخدمات التي تقدمها البنوك لتسوية الحسابات الجارية مع الشركات والأفراد، بما أن إدخال النظام الإلكتروني يحل محل استخدام الشيكات الورقية من عمليات الدفع التي تتم من شركة لشركة أخرى أو من الشركة إلى العملاء، وتقل طبعاً لذلك الحاجة لأعداد كشوف تسوية الحسابات بمقدار استخدام النظم الآلية.

2-2. توفير النقدية بصورة فورية: يؤدي نظام التحويلات المالية الإلكترونية إلى تحسين التدفق النقدي، ومن خلال ما توفره التحويلات من موثوقية التدفق وكذا تسريع دورة النقد.

2-3. تيسير العمل: ألغت عملية المقاصة الآلية حاجة العميل والتاجر إلى زيادة البنك إيداع قيمة التحويلات المالية، مما يؤدي إلى رفع فعالية نظام العمل.

ثانياً: الفاتورة الإلكترونية

1- تعريفها:

"هي النظام الذي يسمح بإرسال الفواتير الكترونياً إلى العميل عبر الانترنت، والمعلومات المطلوبة تكون مطبوعة على الفاتورة، ويتم تسديد قيمتها من خلال حساب العميل الجاري الكترونياً"، ففي دراسة أجريت في النرويج سنة 2008 تبين أن الفرد النرويجي وعن طريق حسابه على الخط يقوم بتسديد 61 فاتورة في السنة عبر الانترنت، وإن هذه الطريقة في دفع الفواتير قد سجلت ارتفاعاً محسوساً قدر بـ 12% مقارنة بالسنوات الماضية¹.

ويتم دفع الفاتورة الإلكترونية بطرق متعددة منها طريقتان شائعتان هما:²

أ- من خلال دفع الفاتورة الفردية من موقع الشركة: يقوم المستهلك بتعبئة نموذج وتوقيعه لكي يتم استلامه للفواتير ودفعها عبر الانترنت من خلال موقع الويب الخاص حيث يتم حفظ المعلومات الخاصة بالمستهلك من أجل استخدامها لإصدار الفواتير الكترونياً حيث يقوم المستهلك باستعراضها من قبل برنامج المستعرض لدفع قيمتها الكترونياً، حيث يقوم النظام بشبه عملية تحويل للنقود الكترونياً من حساب المستهلك إلى الشركة الصادرة منها الفاتورة.

¹ نادية عبد الرحيم، تطور الخدمات المصرفية ودورها في تفعيل النشاط الاقتصادي (دراسة حالة الجزائر)، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية، تخصص نقود وبنوك، جامعة الجزائر 03، 2010-2011، ص 65.

² وسيم محمد الحداد وآخرون، مرجع سبق ذكره، ص 183.

ب- من خلال دفع أكثر من فاتورة من نفس الموقع: يقوم المستهلك بإرسال معلوماته إلى كل مؤسسة يرغب بتسديد فواتيره عبر الانترنت لكل مؤسسة ومن ثم دفعها عبر بطاقات الاعتماد من خلال شبكة الانترنت.

2- فوائد دفع الفواتير الكترونيا:

إن نظام دفع الفواتير الكترونيا يجلب الفوائد للمستهلك والمؤسسة الصادرة منها الفاتورة¹.

2-1. من ناحية المؤسسة:

- تخفيض تكلفة إعداد معاملات الفواتير من ورق ووقت وموظفين .
- توفر الفاتورة الالكترونية خدمة أفضل للزبائن وتؤدي إلى زيادة الرضا مما يؤدي إلى ولائهم وزيادة المبيعات، كما أنها تعتبر من وسائل الترويج والدعاية والإعلان، حيث يمكن أن تتضمن أيضا الإعلانات عن منتجات أو خدمات أو أسماء شركات أو غيرها.

2-2. من ناحية المستهلك:

- تخفيض المصاريف وذلك بعملية حذف بدلات التدقيق والبريد والطابع والمغلف وغيرها .
- تعمل على تنظيم حفظ السجلات للمستهلك، ويستطيع المستهلك دفع الفواتير في أي وقت ومن أي مكان بدون جهد أو تعب أو مصاريف مواصلات أو غيرها .
- والدفع الالكتروني للفواتير يعتمد على عدة عوامل مثل:²
- الجهة المصدرة للفاتورة (شركة التليفون أو شركة الكهرباء.... الخ) ومدى تطبيقها لمفاهيم الأعمال الالكترونية ومدى توافر البنية الأساسية التكنولوجية لتنفيذ مثل هذا التحدي.
- الجمهور نفسه ومدى اقتناعه بالفكرة وأن هذه الفكرة لا تكلفه سوى فتح الموقع الالكتروني للشركة المصدرة للفاتورة وسيجد كل شيء سهل وبسيط وبدون تكاليف، وبصفة شخصية يقوم المستهلك بدفع ثمن الفواتير الخاصة به المستحقة للشركة المصدرة للفاتورة عن طريق الموقع الالكتروني للشركة بدلا من الذهاب إليها والوقوف في طابور وضياح الوقت والجهد وبدون تكاليف إضافية.

¹ المرجع نفسه، ص 183.

² فريد النجار وآخرون، مرجع سبق ذكره، ص 135.

- توافر البنية الأساسية التكنولوجية بالدولة بالكامل مثل: مكيئة الشركات ثم تحويلها للعمل على الانترنت وتوافر وسائل الأمن في وسائل الدفع الإلكتروني .

المبحث الرابع: تقييم وسائل الدفع الإلكترونية.

رغم حداثة وسائل الدفع الإلكترونية إلا أنها وصلت إلى مرحلة يمكن فيها تقييم هذه الوسائل واستنتاج أهم العوامل المساعدة والمعرقله لنجاحها، وكذا يمكن ملاحظة أهم التحديات التي تفرزها هذه الوسائل.

المطلب الأول: العوامل المساعدة على نجاح وسائل الدفع الإلكترونية.

بالرغم من أن وسائل الدفع الإلكترونية حديثة النشأة إلا أنها انتشرت بسرعة وذلك بفضل عدة عوامل مساعدة نذكرها في هذا المطلب.

أولاً: ظهور البنوك الإلكترونية وخدمات مصرفية جديدة:

في ظل وجود شبكة الانترنت وشيوعها وازدياد مستخدميها، واستغلال هذه الشبكة في ميدان النشاط التجاري الإلكتروني، لم تكتف البنوك بدور المتفرج بل شهدت ثورة في المعاملات المصرفية أمدت هذا القطاع بأحدث الآليات، جعلته أكثر مرونة وسرعة في تقديم خدماته، وقد ظهر إلى الوجود ما يسمى بالبنوك الإلكترونية¹.

والبنك الإلكتروني هو بنك له وجود كامل على الشبكة (شبكة الانترنت) ويحتوي موقعه على كافة البرمجيات اللازمة لأعمال المصرفية، حيث يتيح هذا البنك للزبون القيام بكافة أعماله الخاصة بالبنك عن طريق أي مكان موجود به، وذلك بواسطة خط يوفره له البنك ويسمح له بإنجاز كافة معاملاته دون أن يضطر إلى الذهاب إلى مقر البنك، وقد قدمت هذه البنوك عدة مزايا ومنافع نذكرها كما يلي:

- تنظيم الدفعات .
- تسيير العمل .
- السلامة والأمن .
- زيادة رضا العملاء .
- توفير المصاريف .

¹ عيد الرحيم وهيبه، إحلال وسائل الدفع المصرفية التقليدية بالإلكترونية، مرجع سبق ذكره، ص 60.

بما أن البنوك الإلكترونية والمعاملات المصرفية الإلكترونية تتم عن طريق الشبكة (شبكة الانترنت)، فمن الطبيعي أن يتم التعامل بوسائل الدفع الإلكترونية، مما يشجع على استعمال هذه الوسائل بالإضافة إلى الخدمات المصرفية الجديدة التي تستوجب التعامل بتلك الوسائل، وأهم هذه الخدمات ما يلي:¹

1. الخدمات المصرفية الإلكترونية عبر الصرافات الآلية: تعتبر الصرافات الآلية أولى آلية لتطوير العمل المصرفي حيث تعتمد على وجود شبكة من الاتصالات تربط فرع البنك الواحد أو فروع كل البنوك في حالة قيامها بخدمة أي عميل من أي بنك، وقد تطور عمل هذه الأجهزة حيث أصبحت تقوم بالوصول إلى بيانات حسابات العملاء فوراً، والتي تقدم خدمات متقدمة في صرف المبالغ النقدية، وبظهور البطاقات الذكية أصبح العميل بإمكانه شحن تلك البطاقات واستخدامها في دفع التزامات في نطاق دفع متعددة، ولكن هذه الأجهزة لم تعد تقتصر على مجرد وسيلة للحصول على النقود، بل حالياً تقوم بعدة وظائف جد متقدمة والتعرف على الرصيد، إجراء تحويلات نقدية بين الحسابات، طلب دفتر الشيكات، إجراء إيداع نقدي وسداد الفواتير.

2. الصيرفة عبر الهاتف الجوال: إن انتشار الهواتف النقالة أدى إلى تطور الخدمات التي يمكن أن تقدمها بسرعة فائقة خاصة منها المصرفية، فقد ظهر ما يسمى بالبنوك الخلوية التي تقوم على فورة تزويد الخدمات المصرفية للزبائن في أي وقت وفي أي مكان، وتشمل هذه الخدمات الاستعلام عن الأرصدة والإطلاع على عروض المصارف وأسعار العملات وغيرها من الخدمات الاستعلامية وما تشمل الخدمات المالية كتحويل النقود من حساب إلى آخر وخدمات الدفع النقدي وفتح الحسابات وغلقها.....الخ.

ثانياً: الاستفادة من وسائل الأمان عبر شبكة الانترنت.

تتميز وسائل الدفع الإلكترونية عن الوسائل التقليدية بالاستفادة من وسائل الأمان المبتكرة حديثاً لاستعمالها عبر شبكة الانترنت، وخاصة إضفاء الثقة على المعاملات البنكية والتجارية التي تتم عبر هذه الشبكة والتي تكون وسائل الدفع الإلكترونية طرفاً فيها.

¹ المرجع نفسه، ص 62

وقد كان انتشار التجارة الإلكترونية سببا كافيا لابتكار مثل هذه الوسائل، وكما ذكرنا سابقا التوقيع الإلكتروني بأنواعه وكذلك التشفير الإلكتروني، البصمة الإلكترونية، الجدار الناري ونظام الدفع الافتراضي كلها وسائل تحمي وسائل الدفع الإلكترونية عبر شبكة الانترنت.

ثالثا: ظهور منظمات ومؤسسات مالية عالمية في مجال المدفوعات.

إن من بين العوامل المساهمة في انتشار وسائل الدفع الإلكترونية ظهور منظمات ومؤسسات عالمية أصبحت رائدة في إنتاج وتسويق هذه الوسائل لمختلف بلدان العالم، والجهات المصدرة للبطاقات البنكية والتي تعد أشهر وسائل الدفع الإلكترونية، والتي كما ذكرناها في المبحث السابق المنظمات العالمية المصدرة للبطاقات وتشمل: الفيزا العالمية والماستر كارد العالمية¹.

وكذلك المؤسسات المالية العالمية وتشمل: "أمريكان اكسبريس والدينرز كلوب"، بالإضافة إلى المؤسسات التجارية الكبرى.

المطلب الثاني: العوامل المعرّقة لنجاح وسائل الدفع الإلكتروني.

رغم النجاح النسبي لوسائل الدفع الإلكترونية إلا أن هناك عوامل جعلت من هذا النجاح منقوصا نذكر أهمها كالاتي:

أولا: الجرائم الإلكترونية.

وتعرف على أنها: "الجريمة التي ارتكابها إذا قام شخص ما باستخدام معرفته للحاسب الآلي بعمل غير قانوني." وتكمن هذه الجرائم فيما يلي:²

1- قرصنة البيانات: وذلك عن طريق الحصول على بيانات شخص بطريقة غير شرعية ومن دون علمه ليتم استعمالها للحصول على بطاقات بنكية عبر الانترنت، خاصة إذا لم تتخذ الهيئات إجراءات أمنية كافية للتصدي لهذا المشكل، وما قد يقدم الموظفون في البنوك الإلكترونية على جرائم الاحتيال من خلال

¹ المرجع نفسه، ص 66.

² قصاب سعديّة وبودريالة فايزة، تقييم وسائل الدفع الإلكترونية (المزايا والمخاطر)، مداخلة مقدمة للملتقى العلمي الدولي الرابع حول عصرنّة نظام الدفع في البنوك الجزائرية وإشكالية اعتماد التجارة الإلكترونية في الجزائر عرض تجارب دولية، المركز الجامعي خميس مليانة، الجزائر، يومي: 26-27 أفريل، 2011، ص 06.

تمكنهم من الحصول على الشفقات والأرقام السرية وكل المعلومات الخاصة بزيائن ثم القيام بسحب الحسابات أو التلاعب بها.

2- غسيل الأموال في ظل وسائل الدفع الإلكترونية: إن ظهور وسائل التجارة الإلكترونية واستعمال وسائل الدفع الحديثة في الدول، فسح المجال لإيجاد سبل جديدة أصبحت من خلالها تتم عمليات تبيض الأموال إلكترونياً بسهولة وارتياح كبيرين، بحيث يمكن لحامل البطاقة البنكية أن يسحب مبالغ مالية كبيرة من الصراف الآلي ببلد أجنبي، ثم يقوم البنك الذي سحب منه الأموال بطلب تحويلها من البنك مصدر البطاقة، ليتم تحويل المبالغ وبذلك يكون الزبون قد تهرب من دفع رسوم التحويل بالإضافة إلى تمكنه من غسل أمواله، كما تمكن عملية التحويل الإلكتروني من تبيض الأموال بطريقة حديثة وسهلة بإيداعها في حسابات متعددة بالبنوك ثم تحويلها إلكترونياً إلى عدة فروع في دول مختلفة¹.

3- مخاطر تنظيمية: تخص مدى انتشار النقود الإلكترونية وإمكانية أن تحل محل النقود التقليدية، وتأثير كل هذا على دور البنوك المركزية من ناحية إدارتها للسياسة النقدية، فاستهدفت نمو الكتلة النقدية كهدف وسيطي للسياسة النقدية لن يكون له ذات التأثير في ظل انتشار تداول عدة أشكال من النقود الإلكترونية الصادرة عن مؤسسات بنكية وغير بنكية، وهذا ما يثير مخاوف مشروعة واحتمالات بتقليل أو قد تصل إلى زوال احتكار البنوك المركزية لوظيفة الإصدار النقدي.

4- مخاطر بطاقات الائتمان: ويمكن التعرض لهذه المخاطر في العناصر الآتية:

- وقد يستعملها صاحبها لأجل ارتكاب مخالفات للحصول على أموال بأية وسيلة وان كانت مخالفة للعقد المبرم بينه وبين البنك الخاص به، وأن يستعملها بعد انتهاء مدتها أو قيام البنك وبالغائها، أو تجاوز حد السحب المحدد لها بالتواطؤ مع الموظف بالبنك أو مع التاجر، كما قد يقوم باستغلال خدمات نقاط البيع الإلكترونية في إيداع شيكات بدون رصيد حيث تضاف قيمة هذا الشيك إلى الحساب الأصلي للزبون، ثم يسارع هذا الأخير لتحصيل قيم هذه الشيكات من نقطة البيع الإلكترونية قبل تمام المقاصة بين البنوك .

¹ المرجع نفسه، ص 06.

- وما قد يقدم الزبون صاحب البطاقة بالتواطؤ مع الغير وتركها له لاستعمالها في السحب وتزوير توقيعه، ثم يقوم بالاعتراض على عمليات السحب والطنن والتزوير في توقيعه حتى لا يتم اقتطاع المبلغ المسحوب من حسابه.
- خطر السيولة لدى البنوك بالنظر إلى الإفراط في حجم التعامل بالبطاقات من طرف زبائنها، وكذا تنامي حجم الديون المعدومة بسبب عدم قدرة حاملي البطاقات على الوفاء بمستحققاتها فكبر حجم القروض المجانية لحملة البطاقات يستوجب على البنك الاحتفاظ بسيولة أكبر أجل مواجهتها بالحجم والوقت المناسبين، وهذا ما قد يؤدي إلى تراجع في رحية البنك.
- التسبب في مخاطر ارتفاع الأسعار، فاستخدامها يؤدي إلى زيادة عرض النقود في الاقتصاد مما ينتج عنه سوء تخصيص الموارد وخاصة القروض الاستهلاكية الممثلة في البطاقات الائتمانية فمستخدموها غالبا ما يتوسعون في عمليات الاستهلاك، ليقعوا في وطأة ديونهم لاسيما المترتبة عنها والتي تعد مرتفعة النسبة.
- الاستعمال السيئ للبطاقات من قبل الغير، وذلك في حالة سرقة أو ضياع البطاقة أو الرقم السري الخاص بها، أو يقدم الغير على استبدال البيانات لبطاقات مسروقة... الخ¹.

ثانيا: جرائم البطاقات البنكية.

تتمثل هذه الجرائم فيما يلي:²

- 1- جرائم يرتكبها العميل بسبب استعمال البطاقات البنكية: فالعميل نفسه مالك البطاقة قد يستعملها لارتكاب جرائم مخالفة للعقد المبرم بينه وبين البنك، وذلك بطبيعة الحال للحصول على أموال بأي طريقة كانت ومعظم هذه الجرائم أو المخالفات نذكرها وما يلي:
 - تجاوز حامل البطاقة لرصيده بالسحب من خلال أجهزة الصراف الآلي .
 - إساءة استخدام بطاقات الوفاء .
 - استخدام بطاقة انتهت مدة صلاحيتها .
 - استخدام البطاقة الملعغة .
 - إساءة استخدام بطاقة ضمان الشيك .

¹ نفس المرجع، ص ص 08.07.
² عيد الرحيم وهيبية، مرجع سبق ذكره، ص 72.

2- الجرائم التي يرتكبها الغير بسبب إساءة استعمال البطاقات الالكترونية: قد يتم أيضا ارتكاب جرائم باستخدام البطاقات من قبل الغير وذلك على النحو التالي:¹

- استخدام البطاقة المسروقة أو المفقودة من قبل الغير .
- السحب ببطاقة الكترونية مزورة .

المطلب الثالث: التحديات التي تفرزها وسائل الدفع الالكترونية.

إن وسائل الدفع الالكترونية ليست مثالية فكما لها مميزات فهي أيضا تعاني من عيوب ومخاطر مما يؤثر على سمعتها بين الجمهور، ويؤدي ذلك إلى أخذ الحيطة والحذر عند استعمالها، ويمكن ذكر أهم مخاطر هذه الوسائل وما يلي:²

أولاً: مخاطر النقود الالكترونية.

للقود الالكترونية مخاطر أمنية وأخرى قانونية وهي كالاتي:

1- المخاطر الأمنية للقود الالكترونية: فقد يحدث الخرق الأمني للقود الالكترونية إما كنتيجة لعمل إجرامي عمدي مثل: التزوير التزييف وإما كنتيجة لعمل غير عمدي مثل: محو أو تخريب موقع من مواقع الانترنت وإما الإخلال بتصميمات الأنظمة الالكترونية والقرصنة الالكترونية فمن شأن كل هذه التصرفات والتهديدات السابقة أن تؤدي إلى آثار قانونية وأمنية ومالية خطيرة، فإنه من المهم أن تتأكد الجهة المصدرة للقود الالكترونية من توافر كافة الضمانات الأمنية سواء بالنسبة للمستهلك أو التاجر، وسواء أكان ذلك متعلقا بالقود الالكترونية التي تأخذ شكل البطاقات البلاستيكية أو تلك التي يتم التعامل بها عبر الانترنت (النقود الشبكية).

2- المخاطر القانونية للقود الالكترونية: تتبع هذه المخاطر أساسا من خلال انتهاك القوانين واللوائح مثل: جرائم غسيل الأموال، إفشاء أسرار العميل وانتهاك السرية، من ناحية أخرى، فإن المخاطر القانونية قد تتولد أيضا عندما تقلن حقوق والتزامات الأطراف المختلفة المتعاملة بالقود الالكترونية بطريقة غير

¹ المرجع نفسه، ص 73.

² لوصيف عمار، مرجع سبق ذكره، ص 118.

دقيقة، وذلك فإن موضوع حماية المستهلك يعد من أهم المخاطر القانونية التي يمكن أن تفرزها النقود الإلكترونية ومن المتوقع أيضا أن يصاحب انتشار النقود الإلكترونية تزايد في جرائم التهرب الضريبي حيث سيكون من الصعب على الجهات الحكومية المكلفة بتحصيل الضرائب القيام بربط الضريبة على تلك الصفقات التي تتم بواسطة النقود الإلكترونية نظرا أن تلك الصفقات تتم خفية عبر شبكة الانترنت¹.

ثانيا: مخاطر البطاقات البنكية.

بالإضافة إلى الجرائم التي ترتكب في حق البطاقات البنكية، فهي تفرز جملة من العيوب والمشاكل سواء لحاملها أو للمصارف المصدرة لها وأهم هذه المشاكل هي:²

- محدودية أثر البطاقات البنكية في رفع الاستهلاك على المدى الطويل، إذ أن رفع القدرة الاستهلاكية لا يتوقف على وسائل الدفع بقدر ما يعتمد على نمو وانحصر الدخل الحقيقي للفرد.
- الخطر على سيولة المصرف نظرا لكبر حجم التعامل، كما أن كبر حجم القروض المجانية من حملة البطاقات يدعو المصرف إلى تخفيض استثماراته في المجالات الأخرى.
- المنافسة التي تواجهها المصارف من المؤسسات المصدرة للبطاقات الخاصة بها ومحطات البنزين مما قد يقلل من حجم المتعاملين مع المصرف.
- بالنسبة للدول الإسلامية فإن البطاقات الائتمانية تكلفها بعض المحظورات الشرعية، والفائدة التي يأخذها البنك عند تأخر العميل عن السداد، وكذلك العمولة التي يتقاضاها البنك من التجار فهناك من الفقهاء من يعتبرها فائدة محرمة.

ثالثا: التحديات القانونية والرقابية للبطاقات الذكية.

لعل أهمها ما يلي:³

- قد تقوم المؤسسات غير المصرفية بإصدار بطاقات ذكية، لكن لا تفرض عليها رقابة كالمؤسسات المصرفية التي تدفع تكاليف الرقابة عند عرضها لبرامج البطاقة ذات القيمة المخزنة مما يثير قلق المراقبين بشأن المحافظ الإلكترونية التي تضم مؤسسات إصدار غير مصرفية لا تخضع لمراقبتهم.

¹ المرجع نفسه، ص 119.

² الرحيم وهيبية، مرجع سبق ذكره، ص 75.

³ المرجع نفسه، ص 76.

- يسجل باستمرار قلق المستهلك حول سرية المعلومات الشخصية المخزونة في البطاقة الذكية والذي يمثل عقبة أمام انتشار استخدام هذه البطاقات.
- من الناحية القانونية فإن البطاقات الذكية لا تخضع للقوانين التجارية التي تنظم الشيكات والحوالات وغيرها، أن المستخدم فيها لا يستعمل أداة مكتوبة مما يثير مشاكل الإثبات.
- تثير هذه البطاقات قضايا تتعلق بمراعاة إجراءات براءات الاختراع من طرف مؤسسات إصدار هذه البطاقات بالإضافة إلى شؤون الملكية الفورية وترخيص التكنولوجيا.

خلاصة الفصل:

إن وسائل الدفع هي تلك الوسيلة التي تحضاً بالقبول العام من طرف أفراد المجتمع، وذلك من أجل تسهيل المعاملات التي تخص تبادل السلع والخدمات وكذلك تسديد الديون، وكان السبب في ظهورها ما هو إلا مرحلة أفرزتها المشاكل التي تعرضت لها النقود بمختلف أنواعها وأشكالها، حيث جاءت وسائل الدفع وبدل عنها.

وتطور النشاط البنكي ساهم هو الآخر في تعدد وسائل الدفع التقليدية حيث ظهر الشيك، الكمبيالة (السفتجة)، السند لأمر.... الخ، في مرحلة ما حققت هذه الوسائل قبولا عاما لدى الجمهور، لكن هذا النجاح سرعان ما عرقل بسبب حوادث الغش وعدم قدرة البنوك والمؤسسات المالية وكذا القوانين التشريعية من مواجهتها.

لذا ومع التطور التكنولوجي الحاصل وظهور الشبكة العنكبوتية جاءت بالحل البديل حيث أفرزت وسائل دفع الكترونية والبنوك الالكترونية وقد تعددت أنواعها مثلها مثل تلك التقليدية فمنها: البطاقات البنكية الشيكات الالكترونية، المحافظ الالكترونية.... الخ، فحدثتها ومواكبتها للتطور التكنولوجي لم يشفع لها بذلك فقد أفرزت عدة مشاكل وعيوب من نوع آخر عرقلت نجاحها، فقد كان أكبر مشكل هو غياب نظام قانوني يوحد أحكامها وإشكالية الإثبات وحجيته والتوقيع الالكتروني، بالإضافة إلى الجرائم الالكترونية التي استقطبت المجرمين والقراصنة لاعتمادها على الاتصال عن بعد وبالرغم من هذه العيوب والمشاكل إلا أنها قدمت العديد من المزايا التي حرم منها العملاء باستعمالهم الوسائل التقليدية.

الفصل الثاني:

جودة الخدمات المصرفية

تمهيد:

عرفت الدراسات الحديثة اهتماما متزايدا بقطاع الخدمات بدأ منذ منتصف السبعينيات، أين تجلّى الاهتمام بتسويق الخدمات من أبرز الاتجاهات الحديثة والمهمة التي تواجه المؤسسات والمنظمات نتيجة تزايد المنافسة وكذا التطور التكنولوجي الحاصل.

وقد عرفت البنوك كغيرها من المؤسسات بتقديم خدمات مصرفية متنوعة متشابهة من حيث الشكلية والغرض والتقديم ولكن الجوهر الحقيقي للخدمة يكمن في الجودة، التي تحقق له ميزة تنافسية ينفرد بها عن بقية البنوك الأخرى حيث تكسبه حصة سوقية تعزز من مكانته في السوق المصرفية، وعلى هذا الأساس ركزت البنوك على تطوير وسائل الدفع لتحسين خدماتها والدفع بها نحو الجودة وذلك في ظل تحرير تجارة الخدمات المصرفية.

المبحث الأول: الخدمات المصرفية

إن الخدمات المصرفية هي العمود الأساسي لنشاط أي بنك، فهي تمثل الوسيلة المثلى لخلق وتوزيع النقود، ومع التطور الزمني والتكنولوجي تطورت وتعددت وتتنوعت تحت ما يسمى بالعولمة المصرفية وذلك لتلبية الحاجات المتنوعة والمتزايدة للعملاء.

المطلب الأول: ماهية الخدمات

سننتظر في هذا المطلب إلى مفهوم الخدمات وخصائصها وغير ذلك... إلخ

أولاً: مفهوم الخدمات

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

"الخدمة عبارة عن أعمال أو أفعال وعمليات و إنجازات، أو أي نشاط أو انجاز منفعة يقدمها طرف ما لطرف آخر، وهي نشاط أدائي ينفذ للزبون، أو نشاط استهلاكي مع مشاركة الزبون لكن ليس بمقصد تملك التسهيلات أو سلع المنظمة والخدمة أيضاً منتج غير ملموس يقدم المنافع للمستفيد نتيجة لاستخدام جهد بشري أو آلي ولا ينتج عن تلك المنافع حيازة شيء مادي ملموس".¹

وعرفت جمعية التسويق الأمريكية بأنها: "منتجات غير ملموسة، يتم تبادلها مباشرة من المنتج إلى المستعمل، ولا يتم نقلها أو تخزينها، وهي تقريبا تقنى بسرعة، وهي في الغالب يصعب تحديدها أو معرفتها لأنها تظهر للوجود بنفس الوقت التي يتم شراؤها وانتهائها، فهي تتكون من عناصر غير ملموسة متلازمة، وغالبا ما تتضمن مشاركة الزبون بطريقة هامة، حيث لا يتم نقل ملكيتها وليس لها لقب أو صفة".²

وقد عرفت على أنها: "فعل أو أداء أو جهد يقدم من طرف إلى طرف آخر وقد يرتبط ذلك الفعل أو الأداء غير الملموس بتقديم منتج غير عادي، ولا يمكن تملكه".³

ثانياً: خصائص الخدمات

¹ أحمد نافع المدادحة ومحمد عزت الحلامة، الطبعة الأولى، تسويق الخدمات المعلوماتية في المكتبات، دار المعترز، عمان، الأردن، 2010، ص 47.

² نظام موسى سويدان وشفيق ابراهيم الحداد، التسويق (مفاهيم معاصرة)، الطبعة الأولى، دار حامد، عمان، الأردن، 2003، ص 23.

³ ثامر البوري وأحمد الرحومي، تسويق الخدمات المالية، الطبعة الأولى، دار إثراء، عمان، الأردن، 2008، ص 77.

للخدمة العديد من الخصائص نذكر أهمها كالاتي:

الجدول رقم (01): خصائص الخدمة بالمقارنة مع السلع الملموسة

السلعة	الخدمة
السلعة ملموسة، والحيازة عليها هو سند الملكية.	الخدمة غير ملموسة، ليس له بيان يمكن تملكه، تتوقف قيمتها على الخبرة.
يمكن تخزينها لاستخدامها في وقت آخر عند الحاجة.	تتميز بالفناء، ولا يمكن تخزينها أو تحويلها للاستخدام في وقت لاحق.
يمكن تصنيفها إلى مستويات حسب جودتها، ويمكن الحكم على جودتها من خلال الحواس.	تتلازم مع مقدمها ولا يمكن الفصل بين جودة الخدمة ومن يقدمها.
يمكن تنميطها، ونتاجها وفقا لنظام الانتاج الكبير يمكن تطبيق أنظمة دقيقة لرقابة الجودة.	تتعدد مستويات جودة الخدمة باختلاف مقدمها وباختلاف وقت تقديمها ومن الصعب تنميطها أو انتاجها انتاجا كبيرا.

المصدر: طاهر مرسي عطية، أساسيات التسويق الحديث، دار النسر الذهبي، مصر، 2004، ص.29.

1. **اللاملموسية:** يعني الخدمة ليست مادية، فالزبون لا يستطيع الحكم على الخدمة دون أن يجربها بنفسه ولا تكفي المشاهدة أو رأي الغير في الاقتناع بتلك الخدمة أو بأخرى، إلا عبد تقديمها أو استعمالها من طرف الزبون.
2. **تقلب الجودة:** هي خاصية أخرى من خصائص الخدمات لارتباطها بصعوبة تنميط الخدمة وللعوامل الأخرى السابقة.¹
3. **التلازمية:** وتعني درجة الترابط بين الخدمة ذاتها وبين الشخص الذي يتولى تقديمها فهي تتميز بعدم الانفصال عن مقدمها سواء شخص كان أو آلة، وينتج عن هذا الترابط في كثير من الخدمات ضرورة حضور طالب الخدمة إلى أماكن تقديمها، مثل الخدمات

¹ نظام موسى سويدان وشفيق ابراهيم، مرجع سبق ذكره، ص ص 229-230.

- الطبية والتجميل... إلخ، وهناك أيضا خدمات لا تتطلب بالضرورة حضور المستفيد شخصيا مثل: تلك التي توجه لممتلكات المستفيد، كتصليح السيارات.¹
4. **عدم التجانس أو عدم التماثل:** وتعني عدم القدرة على تمييز الخدمات وخاصة تلك التي يعتمد تقديمها للأفراد بشكل كبير، وهذا يعني أنه يصعب على مقدم الخدمة أن يتعهد بأن تكون خدماته متماثلة أو متجانسة دائما، وبالتالي فهو لا يستطيع ضمان مستوى جودة الخدمة مثلما يفعل منتج السلع.²
5. **غياب المخزون (الفناء):** تتميز الخدمة بالفقدان بعد الإنتاج، إذ يتعذر تخزينها، بسبب عدم ملموسيتها وبترتب على عدم التخزين اعتبارات تسويقية مهمة، فالخدمة التي تقدم في مدة معينة تعد خسارة وفرصة ضائعة لا تعوض، وعليه فإن القعد الخالي من الطائرة مثلا: يعد خسارة لأنه لا يمكن بيعه أو تخزينه لاحقا.³
6. **عدم الحصول على ملكية الخدمة:** إن عدم انتقال الملكية تمثل خاصية تميز بين السلعة والخدمة، وذلك لأن المستهلك له فقط الحق باستعمال خدمة معينة دون أن يمتلكها مثال: غرفة في فندق تكون بهدف الاستعمال أو الاستئجار للشيء، بينما في حالة شراء السلعة، فالمستهلك له حق التصرف بها.⁴

المطلب الثاني: الخدمات المصرفية وأنواعها.

لقد تغيرت الخدمات المصرفية وتطورت بفضل التكنولوجيات الحديثة التي تبنتها البنوك والتي أضافت لها العديد من الميزات.

أولا: مفهوم الخدمة المصرفية.

يمكن تعريف الخدمة المصرفية على أنها: مجموعة من الأنشطة التي تتعلق بتحقيق منافع معينة للعميل سواء كان بمقابل مادي أو بدون، فقد يقدم البنك خدمات مجانية لعملائه.⁵

¹ هاني حامد الضمور، تسويق الخدمات، الطبعة الرابعة، دار وائل، عمان، الأردن، 2008، ص 24.

² بشير عباس العلق، تسويق الخدمات، دار زهران، عمان، الأردن، 2007، ص 27.

³ المرجع نفسه، ص 29.

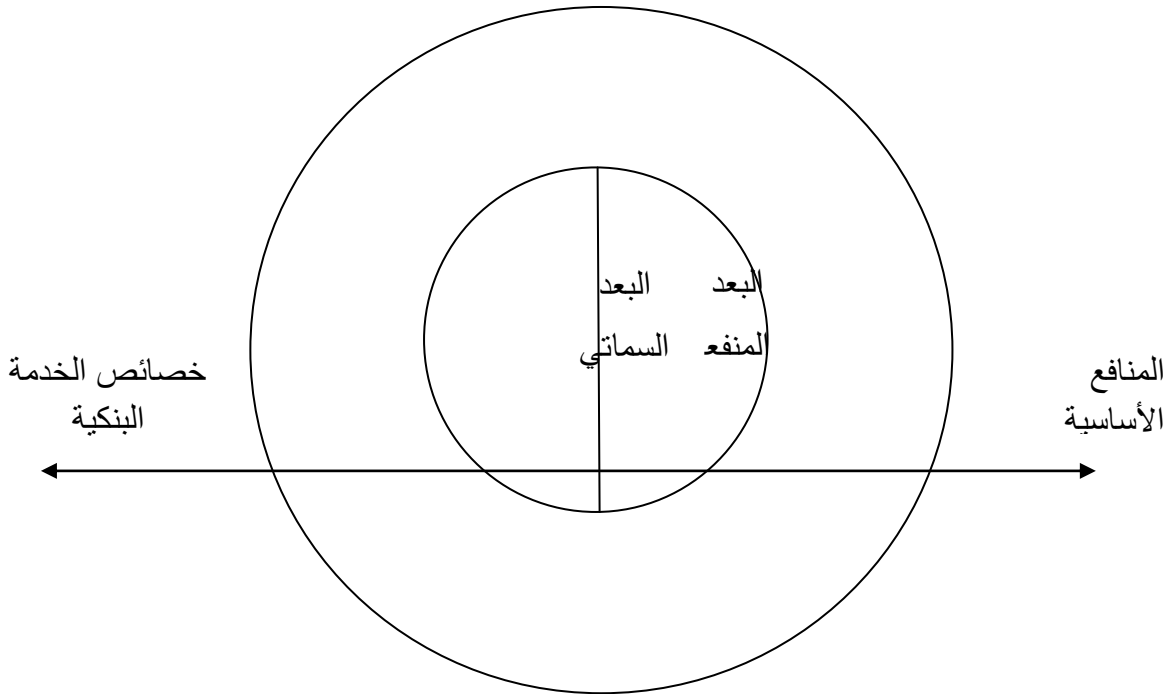
⁴ هاني حامد الضمور، مرجع سبق ذكره، ص 27.

⁵ زياد رمضان ومحفوظ جودة، الاتجاهات المعاصرة في إدارة البنوك، دار وائل، عمان، الأردن، 2000، ص 307.

هي مجموعة من العمليات ذات المضمون المنفعي الذي يتصف بتغلب العناصر غير الملموسة على العناصر الملموسة ويتجسد المضمون المنفعي للخدمة المصرفية في بعدين أساسيين هما:¹

- البعد المنفعي: يشمل مجموعة المنافع التي يسعى الزبون لتحقيقها من خلال استخدامه للخدمة.
- البعد السماتي: ويشمل مجموعة الخصائص التي تتصف بيها تلك الخدمة البنكية.

الشكل رقم 05 : الخدمة المصرفية ببعديها المنفعي والسماتي



المصدر: ناجي معلا، الاصول العلمية للتسويق المصرفي، الطبعة الثالثة، المكتبة الوطنية، عمان، الأردن، 2007، ص 43.

كما تعرفها منظمة الإيزو على أنها: " عبارة عن النتائج المتولدة من خلال النشاطات المتعلقة بالتفاعل بين المورد والزبون أو عن طريق النشاطات الداخلية للمورد بهدف التقاء احتياجات الزبون ".¹

¹ ناجي معلا، الاصول العلمية للتسويق المصرفي، الطبعة الثالثة، المكتبة الوطنية، عمان، الأردن، 2007، ص 42.

ثانياً: أنواع الخدمة المصرفية.

إن تشكيلة الخدمات المصرفية تتضمن عدة أوجه لتقديمها:

1. **الخدمات المصرفية:** ويحصل عليها عن طريق عمل خدمني يؤديه موظفو البنك ومثال ذلك خدمات الاستشارة، والهندسة المالية... إلخ.
2. **الخدمات المختلطة:** وهي الخدمات التي تجمع بين أداء عمل خدمني ومنتج للتجهيز في نفس الوقت، إذ ومع التطور الحاصل في مجال الإعلام الآلي في المصارف، فهذه الخدمات تطورت بشكل كبير على حساب الخدمات المصرفية، ونجد أن خدمات الاستشارة أصبحت تعتمد بشكل متزايد على وسائل أخرى كالأنظمة الخبيرة وأنظمة الإعلام الآلي للمساعدة على اتخاذ القرارات وفي وقتنا الحالي فإن معظم الخدمات المصرفية تحمل في طياتها قدراً كبيراً من التكنولوجيا.
3. **الخدمات الرأسمالية:** هذا الرأسمال يكون في شكل قروض وودائع، وهذه الخدمات تتبع من وظيفة الوساطة المالية للمصرف، وتعتبر من المميزات التي تتسم بها النشاطات التجارية والمالية في المصرف بم أن منحها ينعكس على حالة الذمة المالية للمؤسسة المصرفية.²

وبصفة عامة هناك نوعان من الخدمات المقدمة من طرف المصارف:

1. خدمات مصرفية شاملة محددة مسبقاً: ومن الخدمات المصرفية الشاملة المحددة مسبقاً ما يلي:

- الحق في إصدار عدد غير محدد من الشيكات.
- صندوق لحفظ الأمانات.
- حماية ضد السحب غير المكشوف.
- شيكات من أمين الصندوق.
- تحويلات نقدية.
- معدلات فائدة خاصة على دفعات القروض.

¹ رعد حسن الصرن، عولمة جودة الخدمة المصرفية، دار التواصل العربي، عمان، الأردن، 2007، ص 27.

² نادية عبد الرحيم، مرجع سبق ذكره، ص 13.

• برامج ادخار وتوفير خاصة.

2. خدمات مصرفية مصممة حسب رغبة العميل: ويقصد بها تسويق خدمات مصرفية معدة حسب ذوق ورغبة كل عميل، عن طريق برنامج الصيرفي الشخصي الذي يقوم بخدمة هؤلاء العملاء، باعتباره نقطة اتصال معهم بخصوص كافة المعاملات المصرفية باستثناء المعاملات التجارية الروتينية مثل: صرف الشيك أو استلام الإيداع.¹

المطلب الثالث: خصائص الخدمة المصرفية.

الخدمات المصرفية كغيرها من الخدمات الأخرى تميزها خصائص عن غيرها

نلخصها كالآتي:

1. اللاملموسية: إن الخدمة المصرفية وباستثناء حالات معينة، تلبى حاجة عامة وليس حاجة محددة بعينها فالمنافع المحددة المتأتية من الخدمات المصرفية لا تظهر للعيان بوضوح، وعليه فإن البنك يبذل جهود ضمنية لإيصال رسالته إلى عملائه القائمين والمحتملين، معتمداً بذلك على أساليب الاتصال الفاعلة التي تضمن أعلى درجات الإقناع المستند أصلاً على رسم صورة طيبة عن البنك ف أذهان العملاء، وعلى تقديم خدمات متميزة وجذابة.²
2. عدم إمكانية فصل الخدمة (التلازمية): وتسمى كذلك بخاصية التكاملية، إذ لا يمكن فصل الخدمة عن مقدمها، سواء كان المقدم شخصاً أو آلة، ولأن الخدمة المصرفية تنتج وتوزع في نفس الوقت، فإن اهتمام البنك ينصب عادة في خلق وتكوين المنفعة المكانية والزمانية بمعنى توفير الخدمات المصرفية في المكان والزمان المناسبين.³
3. تباين الخدمة: إن نوعية الخدمة تعتمد على مهارة وأسلوب وكفاءة مقدمها، وزمان ومكان تقديمها، كما أن مقدم الخدمة يقدم خدماته بطرق مختلفة اعتماداً على ظروف تقديمها، فموظف المصرف يختلف أسلوب تعامله مع المستفيدين وفقاً لظروفه النفسية والاجتماعية... إلخ، كما أن وجود عشرة أفراد داخل البنك باختلاف مزاجياتهم ومواقفهم وحاجاتهم ورغباتهم الشخصية تؤثر على تقديم الخدمة ومستوى الإشباع المتحقق منها.

¹ المرجع نفسه، ص 14.

² أحمد محمود أحمد، تسويق الخدمات المصرفية (مدخل نظري تطبيقي)، الطبعة الأولى، دار البروة، الأردن، 2001، ص 43.

³ ثامر يوري وأحمد الرحومي، تسويق الخدمات المالية، الطبعة الأولى، اثناء للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2008، ص 78.

4. سرعة التلف (الهلاك): يعني عدم إمكانية تخزينها أو بيعها أو استخدامها في وقت لاحق.¹

بالإضافة إلى هذه الخصائص الأربعة السابقة الذكر هناك خصائص أخرى للخدمة المصرفية نوردتها كالآتي:²

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

6. الانتشار الجغرافي: من بين خصائص الخدمة المصرفية سرعة الانتشار من خلال فتح أكبر عدد من الفروع المصرفية، بمعنى أن يكون البنك قادرا على الوصول لعملائه الحاليين والمحتملين في أماكن تواجههم أو حيث يحتاجون إلى الخدمات المصرفية.

7. التوازن بين النمو والمخاطر: عندما يقدم المصرف قروضا , فإنه في الحقيقة يشتري مخاطرا وعليه فإن الضرورة والمنطق يقتضيان إيجاد نوع من التوازن بين التوسع في النشاط البنكي وبين الحيطة والحذر أي أن أي عمل مصرفي موضوعي يتضمن بالضرورة إيجاد توازن بين توسع النشاط ودرجة المخاطر التي يتحملها المصرف.³

8. وهناك خصائص أخرى للخدمة المصرفية نذكرها كما يلي:⁴

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

¹ محمود جاسم الصميدعي وريينة عثمان يوسف، التسويق المصرفي (مدخل استراتيجي كمي تحليلي)، دار المناهج، عمان، الطبعة الأولى، 2005، ص 28.

² نادية عبد الرحيم، مرجع سبق ذكره، ص 11.

³ المرجع نفسه، ص 11.

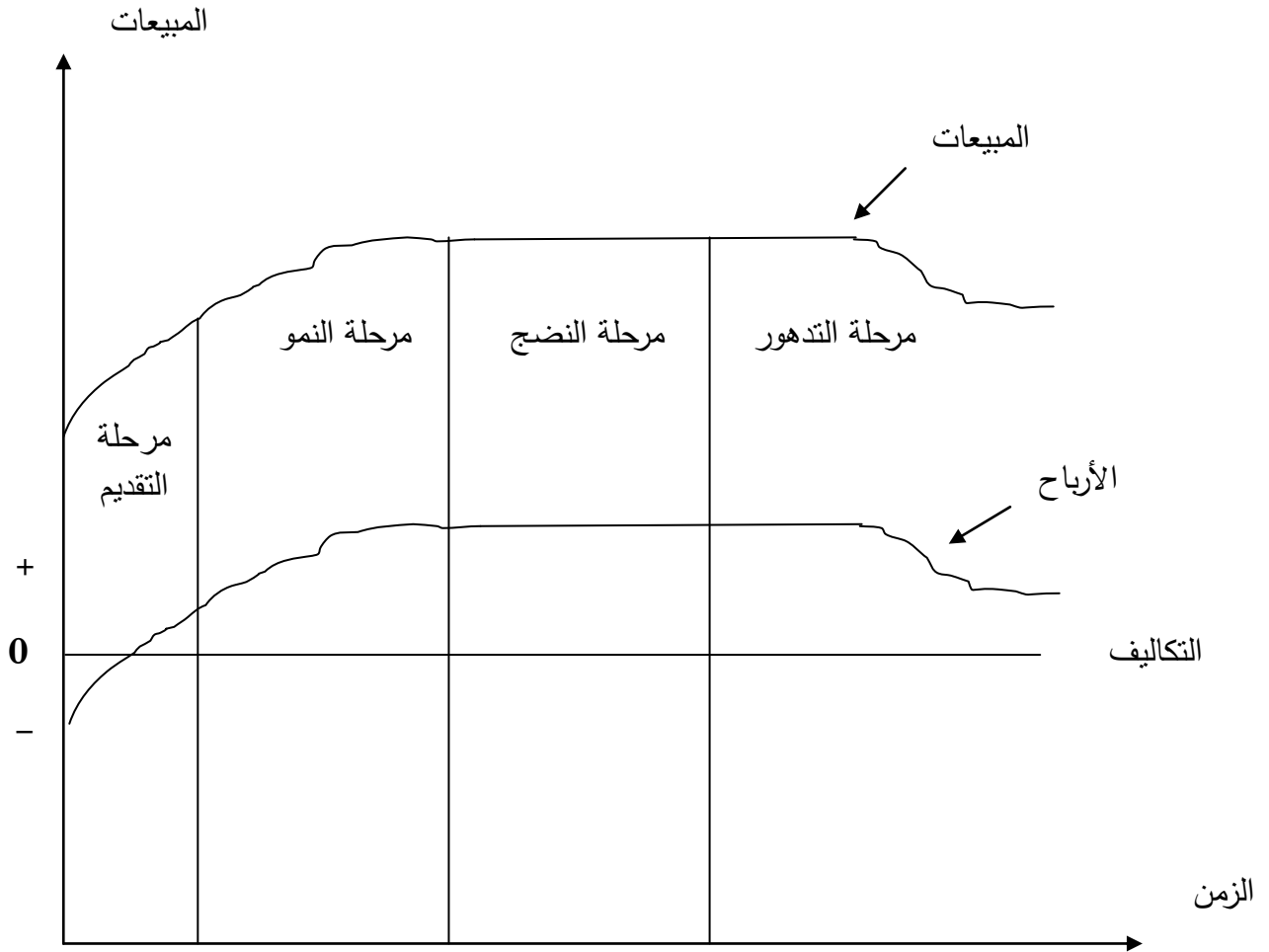
⁴ ربيح كريمة، تسويق الخدمات المصرفية، مداخلة مقدمة لملتقى المنظومة المصرفية الجزائرية التحولات الاقتصادية (الواقع والتحديات)، جامعة البلديّة، بدون تاريخ، ص 397 .

المطلب الرابع: دورة حياة الخدمة المصرفية.

بطبيعة الحال الخدمة المصرفية كغيرها من الخدمات الأخرى تمر عبر عدة مراحل قبل إيصالها للعميل.

ويقصد بدورة حياة الخدمة المصرفية المراحل التي يمر بها منذ لحظة تقديمه للسوق إلى غاية لحظة الانحدار والتدهور، وعليه الشكل الموالي يوضح مراحل هذه الدورة.

الشكل رقم (06): دورة حياة الخدمة المصرفية



المصدر: ناجي معلا، الاصول العلمية للتسويق المصرفي، الطبعة الثالثة، المكتبة الوطنية، عمان، الأردن، 2007، ص 70.

ويمكن تفسير هذه المراحل كالآتي:

1. مرحلة التقديم: وهذه مرحلة ولادة المنتج ودخوله السوق أين يتم تعريف العملاء بالخدمة المصرفية بوصف ميزاتها وخصائصها وفوائد استعمالها وتمتاز هذه المرحلة بانخفاض نسبة المبيعات وارتفاع التكاليف خاصة الترويجية لعدم تمكن العديد من الزبائن التعرف على الخدمة المصرفية من جهة وعم اقتناعه التام بها في مرحلتها الأولى، وأيضا تلك التكاليف المتعلقة بتهيئة نظام توزيع الخدمة الذي يؤمن إيصال الخدمة للعملاء وتطوير الأنظمة الحاسوبية المطلوبة لتقديم الخدمة البنكية.¹
2. مرحلة النمو: تتميز هذه المرحلة بتسارع مبيعات الخدمة المصرفية، حيث يزداد أدراك الجمهور بوجودها الأمر الذي يحفز قرارات الإقدام على شرائها مما يزيد من إيرادات المصرف، وهو ما يحفز المصارف الأخرى على تقديم الخدمة وتتميز هذه المرحلة بارتفاع الأرباح وسعي المصرف للمحافظة وزيادة حصة السوق بشكل مستمر عن طري تحسين جودة الخدمة أو نماذج جديدة له وتحرص المصارف على جعل هذه المرحلة هي الأطول نظرا لانعكاساتها الإيجابية على أرباح المصرف.
3. مرحلة النضج: في هذه المرحلة وعند نمو المنتجات المصرفية يؤدي ذلك إلى دخول منافسين جدد إلى السوق المصرفية وتقديمهم لمنتجات متطورة، أين تكون هناك منافسة أقوى، فيحث المصرف أرباحا عالية عند أقصى مرحلة نضج ثم تتخفف حجم مبيعاته تدريجيا نتيجة تحول العملاء نحو شراء خدمات أخرى بديلة، وهو ما يتطلب منه تعديل أسعاره أو خفضها للاحتفاظ بعملائه الحاليين، أو إتباع إستراتيجية أخرى.²
4. مرحلة التدهور: وهي المرحلة الحرجة وهي تتميز بانخفاض المبيعات وتتحقق الخسائر، ويكون المنتج المصرفي قد وصل إلى مرحلة الانحدار في دورة حياته، ومثال ذلك الشيكات الورقية صارت في مرحلة التدهور وذلك بسبب ظهور البطاقات الالكترونية، وتصل الخدمات إلى هذه المرحلة عموما نتيجة عدد من القوى والمؤثرات وهنا يبدأ المصرف إما بإلغاء الخدمة أو تطويرها أو استبدالها بخدمات أخرى.

المبحث الثاني: جودة الخدمات

¹ حلوز وفاء، تدعيم جودة الخدمة البنكية وتقسيماتها من خلال رضا العميل (دراسة حالة البنوك العمومية الجزائرية بولاية تلمسان)، أطروحة مقدمة ضمن متطلبات الحصول على شهادة الدكتوراه في العلوم الاقتصادية، تخصص بنوك، غير منشورة، جامعة أبو بكر بلقايد، تلمسان، 2013-2014، ص 18.

² المرجع نفسه، ص 19.

اهتمت المؤسسات الاقتصادية بالجودة لأنها الأساس الذي تقوم عليه جل الخدمات ، كما أنه من المستحسن تقديم أفضل أشكال الخدمات وأنسبها للعميل وذلك بهدف توطيد علاقاتها مهم ، وقدرتها على الاستمرار في نشاطها.

المطلب الأول: مفهوم جودة الخدمات.

قبل التطرق إلى مفهوم جودة الخدمات سنتطرق إلى مفهوم الجودة أولاً وقبل أي شيء:

أولاً: مفهوم الجودة

عرفتها المنظمة الدولية للتقييس (ايزو) بأنها: " الدرجة التي تشبع فيها الحاجات والتوقعات الظاهرية والضمنية من خلال جملة الخصائص الرئيسية وتؤكد المواصفة على ضرورة تحديد تلك الحاجات والتوقعات وكيفية اشباعها".¹

" هي درجة التطابق التي تحقق الرغبات وتلبي الاحتياجات للوصول إلى رضا العميل وتحقيق توقعاته ".²

ويعرفها معهد الجودة الفدرالي الأمريكي بأنها: " أداء العمل الصحيح بشكل صحيح من المرة الأولى مع الاعتماد على تقييم المستفيد في معرفة مدى تحسين الأداء ".³

وهي كذلك المطابقة مع المتطلبات فكما كانت مواصفات المنتج متطابقة لمتطلبات العميل كلما كان هذا المنتج ذا نوعية جيدة.

الجودة هي: " القوة الأساسية التي تكمن وراء التفوق في المنافسة، وتشير الجودة إلى القيمة التي يجدها المستخدم النهائي في المنتج أو الخدمة، وبالتالي فإن المنتج أو الخدمة

تقدم الجودة إذا ما كانت خصائصها ترضي احتياجات وتوقعات العميل ".¹

¹ محمد عبد الوهاب العزاوي، أنظمة ادارة الجودة والبيئة، دار وائل، عمان، الأردن، الطبعة الأولى، 2002، ص 07.

² خالد بن سامي محمد حسين، إدارة الجودة الشاملة، جامعة الملك عبد العزيز، على الموقع الإلكتروني: www.Kau.edu.sa ، تاريخ الاطلاع: 2015-03-01.

³ عبد العزيز عبد العال زكي عبد العال، إدارة الجودة ودورها في بناء الشركات، أطروحة مقدمة للحصول على درجة الدكتوراه في إدارة الأعمال، قسم التعلم عن بعد، المركز الاستشاري البريطاني، الجامعة الافتراضية الدولية بالمملكة المتحدة، 2010 ، ص 07 ، على الموقع الإلكتروني: www.abahe.co.uk ، تاريخ الاطلاع: 2015-03-01.

ثانيا: مفهوم جودة الخدمات

لقد تعددت تعاريف جودة الخدمة ويمكن أن نجمل بعضا كآتي:

عرفتها باديرو بأنها: " مستوى متعادل لصفات تتميز بها الخدمة مبنية على قدرة المنظمة الخدمية واحتياجات العملاء، وبضيف أن مجموعة الصفات التي تحدد قدرة وجوده الخدمة على إشباع حاجات العملاء هي مسؤولية كل مستخدم أو عامل في المنظمة ".²

وتعرف كذلك على أنها: " نوعية الخدمات المقدمة والمتوقعة والمدركة التي تمثل المحدد الرئيسي لرضا المنتفع أو عدم رضاه ".³

ومن خلال هذين التعريفين نستخلص بأن جودة الخدمة تعني معيار درجة تطابق الأداء الفعلي مع توقعات العملاء لتلك الخدمة والشكل الموالي يوضح ذلك.

الشكل رقم (07): علاقة جودة الخدمة بالأداء الفعلي



المصدر: عوض بدر الحداد، تسويق الخدمات المصرفية، الطبعة الأولى البيان للطباعة والنشر، الأردن، 1990، ص 337.

ويمكن التعبير عن ذلك رياضيا كالتالي:⁴

$$\text{جودة الخدمة} = \text{إدراك العميل للأداء الفعلي} - \text{توقعات العميل لمستوى الأداء}$$

¹ رامي جمال اند راوس وعادل سالم معاينة، الإدارة بالثقة والتمكين، الطبعة الأولى، عالم الكتب الحديث، الأردن، 2008، ص 71.
² قاسم نايف علوان المحياوي، إدارة الجودة في الخدمات، دار الشورى، الأردن، 2006، ص 52.
³ محمود جاسم الصميدعي وبشير عباس العاق، أساسيات التسويق الشامل والمتكامل، دار المناهج، دون بلد نشر، 2002، ص 410.
⁴ فليسي ليندة، واقع جودة الخدمات في المنظمات ودورها في تحقيق الأداء المتميز (دراسة حالة كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة امحمد بوقرة بومرداس)، مذكرة ماجستير في العلوم الاقتصادية، تخصص تسيير المنظمات، غير منشورة، جامعة امحمد بوقرة، بومرداس، 2011، ص 04.

في ضوء هذه المعادلة يمكن تصور ثلاث مستويات للخدمة هي:

- أ. الخدمة العادية: وهي تلك الخدمة التي تتحقق عندما يتساوى ادراك العميل لأداء الخدمة مع التوقعات المسبقة عنها.
- ب. الخدمة الرديئة: وهي تلك الخدمة التي تتحقق عندما يتدنى الأداء الفعلي للخدمة عن المستويات المتوقعة عنها.
- ج. الخدمة المتميزة: وهي تلك الخدمة التي تتحقق عندما يفوق أو يتجاوز الأداء الفعلي لها توقعات العميل.

ثالثاً: أهمية الجودة

تحقيق جودة الخدمة لا يعج أمراً لازماً في حد ذاته فحسب بل تعتبر أيضاً من انجح الطرائق لتحسين الإنتاجية وخفض التكاليف ومحددا استراتيجيا لبقاء المؤسسة واستمرارها، وعليه تكمن أهمية جودة الخدمة فيما يلي:

1. تحقيق الربح: إن توفير خدمات ترضي العملاء من شأنها أن تزيد من ربحية مؤسسة الخدمة وذلك من خلال تخفيض تكاليف الخطأ، وكذا معالجة الانحرافات عن العمل، ومعالجة وإدارة الشكاوي، كما أن الربح يتحقق من خلال الاحتفاظ بالعميل الذي يساعد على جذب عملاء جدد، الأمر الذي يقلل من تكاليف استخدام الوسائل الترويجية، وكذلك ترسيخ صورة المؤسسة لدى العملاء من شأنه أن يحقق زيادة في الأرباح.¹
2. الاحتفاظ بالعاملين: إن تحسين أداء العاملين ومهاراتهم وكفاءاتهم واستخدام طاقاتهم الخلاقة ومعاملتهم باحترام وتقدير، يساعد على تقليل معدل دورانهم، وتقليل تكاليف تدريبهم، وتعتبر مؤسسات الخدمة هي أكثر المؤسسات التي تهتم بتوجيه عمل موظفيها نحو العملاء وإرضائهم.

¹ سعديّة محبوب، علاقة جودة الخدمة برضا العملاء في المؤسسات الصحية (دراسة مقارنة: عيادة الرازي ومستشفى البشير بن ناصر بسكرة)، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في علوم التسيير، تخصص تسيير مؤسسات، غير منشورة، جامعة محمد خيضر بسكرة، 2008-2009، ص 20.

3. الاحتفاظ بالعملاء: لقد أدركت مؤسسات الخدمات أهمية التركيز على العميل باعتباره المحور الرئيسي لنشاطها، كما أدركت أهمية الاحتفاظ به للمنافع التي يمكن أن تجنيها المؤسسة من ذلك، فجودة الخدمة تسعى لإبقاء العميل واستمراره في التعامل.¹
4. الوصول إلى ولاء العملاء: وذلك من خلال اصراره على التعامل مع نفس المؤسسة.
5. خلق صورة ايجابية واضحة للمؤسسة في أذهان العملاء: ويعني ترك صورة حسنة لدى العملاء.
6. تحسين التكنولوجيا المستخدمة والعمل على تطويرها باستمرار: يعني تقديم الخدمات بوسائل عالية الجودة.
7. الإسهام فيما يعود بالنفع على المجتمع: ويعني ذلك رضا العميل برضا المجتمع ككل.

المطلب الثاني: مستويات جودة الخدمة.

إن جودة الخدمات تصنف ضمن عدة مستويات أو أنواع والتي يمكن إدراجها ضمن تصنيف (parasuraman 1985) في خمسة مستويات، وهي كما يلي:

1. الجودة المتوقعة: وتمثل توقعات العميل لمستوى جودة الخدمة وتعتمد على ما يحتاجه العميل وخبرته وكذا تجربته السابقة وبالإضافة إلى ذلك ثقافته مع الآخرين، أي أنها الجودة الواجب توفرها عند أداء الخدمة.²
2. الجودة المدركة من قبل الإدارة: وتمثل مدى إدراك البنك لاحتياجات وتوقعات عملائه وتقديم الخدمة المصرفية بالموصفات التي أدركها لتكون في المستوى الذي يرضي العميل، والتي تبني غالباً على تجارب سابقة مع زبائن آخرين وبناءً على شكاوى واقتراحاتهم أيضاً إن وجدت إضافة إلى الأخذ بعين الاعتبار ما يتوفر في السوق المنافسة من خدمات.³
3. الجودة المروجة: ونقصد بها المعلومات التي تخص الخدمة وكذا خصائصها وتعهد البنك بتقديمها والتي يتم نقلها للعملاء من خلال المزيج الترويجي من إعلان وترويج شخصي وكذا مطبوعات.

¹ المرجع نفسه، ص 21.

² ناجي معلا، مرجع سبق ذكره، ص 82.

³ حلوز وفاء، مرجع سبق ذكره، ص 24.

4. الجودة الفعلية المقدمة للعميل: ونقصد هنا الجودة التي تؤدي بها الخدمة، وتعني أداء العاملين بالبنك للخدمة وتقديمها طبقا للمواصفات التي حددها البنك وهي بلا شك تتوقف على مهارات العاملين وحسن تكوينهم وتدريبهم وقد تختلف بالنسبة للعامل الواحد، وذلك حسب حالته ونفسيته ومدى إرهاقه في العمل.¹

5. الجودة المدركة من طرف العميل: وهي تقدير لأداء الخدمة الفعلي (الخدمة الفعلية المقدمة له) والتي تعتمد إلى حد كبير على مدى توقع العميل، فمثلا إذا كان يتوقع الحصول على خدمة في (10 دقائق)، ويتم تقديمها فعليا له في مدة تزيد عن (15 دقيقة مثلا) فإن العميل هنا قد يحكم بانخفاض جودة الخدمة، وبعد هذا النوع من أنواع الجودة الأكثر استحواذا على اهتمام الباحثين وذلك باعتباره معيار أساسي لاكتساب الميزة التنافسية، من خلال استخدام حاجات الزبائن وتوقعاتهم كأساس لتصميم الخدمات وكافة نظم البنك.²

المطلب الثالث: أبعاد ومعايير جودة الخدمات.

الخدمات كغيرها من المنتجات لها أبعاد ومعايير تقاس بها جودة الخدمة ويمكن أن نذكر هذه الأبعاد والمعايير كآتي:

أولا: أبعاد جودة الخدمات

هناك عدة أبعاد رئيسية تقاس بها جودة الخدمات نذكرها كآتي:³

1. الأشياء الملموسة: وهي تشمل كل العناصر المادية للخدمة (المقاعد، الأضواء، الكراسي، المعدات والمكائن والآلات... إلخ).
2. الاعتمادية: بمعنى درجة الاعتماد على مورد الخدمة ودقة انجازه للخدمة المطلوبة.
3. الاستجابة: سرعة الانجاز ومستوى المساعدة المقدمة للعميل من قبل مورد الخدمة.
4. العهد: معلومات حول القائمين على تقديم الخدمة وقدرتهم على استلهاام الثقة والأمان للعملاء.

¹ بريش عبد القادر، جودة الخدمات المصرفية كمدخل لزيادة القدرة التنافسية للبنوك، مجلة اقتصاديات شمال إفريقيا، العدد 03، بدون تاريخ، ص 258.

² حلوز وفاء، مرجع سبق ذكره، ص 24.

³ أحمد محمود أحمد، تسويق الخدمات المصرفية (مدخل نظري تطبيقي)، مرجع سبق ذكره، ص 110.

وهناك أيضا من الأبعاد ما يلي:¹

5. الأمانة: وتعني إحساس العميل اتجاه المنظمة والخدمة بالاطمئنان النفسي والجسدي.
6. التعاطف: ويعني الحرص على إحساس العميل بقيمته ومحاولة مساعدته لتحقيق ذاته من خلال إبداء روح الصداقة وإشعاره بأهميته والرغبة في تقديم الخدمة وفقا لحاجاته ومتطلباته .

وتعرف جودة الخدمات كذلك أبعاد تتعلق برضا العميل وهي كما يلي:²

7. الأداء: ويعني هذا البعد الخصائص الأساسية في المنتج أو الخدمة مثل: التشطيب النهائي، التنافسية... إلخ.
8. الصلاحية (الفترة الزمنية): وتعني مدة إبقاء المنتج أو الخدمة.
9. الخصائص الخاصة: ويشير هذا البعد إلى خصائص إضافية للمنتج أو الخدمة، مثل: الأمان أو سهولة الاستخدام أو تكنولوجيا عالية.
10. التوافق: وتعني المدى الذي تستجيب فيه، أو كيف يتوافق المنتج أو الخدمة مع توقعات المستهلك والأداء الصحيح من أول مرة وماله من أثر على تحسين وفاعلية العملية التسويقية.
11. خدمات ما بعد البيع: ويشير هذا البعد إلى بعض أنواع خدمات ما بعد البيع، مثل: معالجة شكاوى المستهلكين أو التأكد من رضا المستهلك.

عادة ما تستخدم أبعاد الأداء والاعتمادية والتوافق والخصائص الخاصة في الحكم على ملائمة المنتج للاستخدام بواسطة المستهلك، ويلاحظ أيضا أن البعد الخاص بالثقة والاعتمادية في الحكم على جودة السلعة أو الخدمة له أهمية خاصة في مفهوم الجودة الحديثة خصوصا في مجال جودة الخدمات خاصة تلك التي تتعلق بحياة المستهلك أو المال... إلخ، فغالبا ما يهتم

¹ غيشي عبد العالي وشمام عبد الوهاب، قياس جودة الخدمات المصرفية، مجلة العلوم الانسانية، العدد 01 ، جوان 2007 ، جامعة محمد خيضر بسكرة، ص 109.

² سونيا محمد البوري، إدارة الجودة الكلية، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2002 ، ص ص 15-16.

المستهلك بقدرة المنظمة على أداء الخدمة بالشكل الذي دعت به درجة عالية من الصحة والدقة وخلوها من الأخطاء.¹

ثانياً: معايير جودة الخدمات

تقاس جودة الخدمة بالاعتماد على مجموعة من المعايير التي تميزها ونذكر أهمها كما يلي:²

- الدقة: أن تتم الخدمة بدقة وبدون أخطاء لتقدم متوافقة مع رغبة العميل.
- السرعة: أي تقديم الخدمة في الوقت الذي يحتاجها العميل وفي أقصر وقت ممكن.
- الأمان: أي ثقة العملاء في عدم تعرضهم لمخاطر أثناء تعاملهم مع مقدم الخدمة.
- الإشباع: أي تقديم الخدمة التي تتوافق ورغبات وتطلعات العميل بل تفوقها.
- الاتصال: أي اهتمام الموظفين بالعملاء، ومحاولة فهم جميع رغباتهم ومتطلباتهم والعمل على تلبيتها.
- الاستمرارية: أي الاستمرار بتقديم الخدمة بنفس الكفاءة والفاعلية طوال الوقت.

المبحث الثالث: جودة الخدمات المصرفية

أصبحت الجودة في الخدمات المصرفية من أهم التحديات التي تواجه الصناعة المصرفية، لذا أصبح التميز والتنافس في السوق المصرفية مرهون بكفاءة ومستوى الخدمات المقدمة.

المطلب الأول: مفهوم جودة الخدمات

سننظر في هذا المطلب إلى تعريف جودة الخدمة المصرفية وكذا إلى عناصرها ومزاياها.

أولاً: تعريف جودة الخدمة المصرفية

لقد تعددت تعريفات جودة الخدمة المصرفية وذلك بسبب تعدد آراء الباحثين ونظراً لما تملكه من أهمية في الصناعة المصرفية. ويمكن تعريفها على أنها:

¹ المرجع نفسه، ص 16.

² لمى فيصل اسبر، مدخل مقترح لرفع الكفاءة والفعالية المصرفية من منظور إدارة الجودة الشاملة (دراسة بنوك سوريا)، مذكرة ماجستير في إدارة الأعمال، جامعة تشرين، اللاذقية، سوريا، 2009، ص 03، على الموقع الإلكتروني: www.9alam.com، تاريخ الإطلاع: 2021-03-01.

"هي درجة تطابق الأداء الفعلي للخدمة المقدمة مع توقعات العميل لها".¹

"جودة الخدمة المصرفية هي الفرق بين توقعات العملاء للخدمة المستهدفة وإدراكاتهم للأداء الفعلي لها".²

ويمكن تعريفها على أنها: "هي خلو الخدمة المصرفية من أي عيب أثناء إنجازها، نتيجة للحكم المتعلق بتوقعات الزبون أو العميل المدركة من الخدمة البنكية والأداء الفعلي لها".³

ويعرفها بيار وايريك بأنها: "القيمة التي يتحصل عليها الزبون، والتي ترضيه وتشبع حاجياته كما كان يتوقع".⁴

ثانيا: عناصر جودة الخدمة المصرفية

تتمثل عناصر جودة الخدمة المصرفية في النقاط التالية:⁵

- اتجاهات ايجابية نحو خدمة العملاء.
- الاستجابة للعملاء بسرعة ولباقة وبأسلوب مهني متميز.
- بناء علاقة قائمة على المنفعة والاهتمام المشترك مع العميل.
- إنهاء معاملة العميل بشكل يبعث السرور والبهجة.
- المتابعة مع العميل لتحديد ما إذا كانت مشكلته قد تم تحويلها.

ثالثا: مزايا جودة الخدمة المصرفية

تركز البنوك بالخصوص على جودة الخدمات المصرفية لما لها من مزايا وفوائد نذكر أهمها ما يلي:⁶

- تحقيق ميزة تنافسية فريدة من نوعها عن بقية البنوك وبالتالي مواجهة الضغوط التنافسية.

¹ عوض بدير الحداد، مرجع سبق ذكره، ص 336.

² أحمد طرطار وسارة حلبي، جودة الخدمات المصرفية كآلية لتفعيل الميزة التنافسية للبنك، مداخلة مقدمة للملتقى الدولي حول إدارة الجودة الشاملة في قطاع الخدمات، جامعة منتوري، قسنطينة، 2010، ص 08.

³ نعيمة سلمان، دور جودة الخدمات المصرفية في كسب رضا الزبون (دراسة حالة القرض الشعبي الجزائري وبنك البركة وكالتي الأغواط)، مذكرة ماستر، تخصص مالية وبنوك، غير منشورة، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، 2012-2013، ص 04.

⁴ Pierre Eiglier, Eric Langeard, *Le Marketing Des Services*, Edition International, 5eme edition, Paris, 1994, P.26.

⁵ أحمد طرطار وسارة حلبي، مرجع سبق ذكره، ص 09.

⁶ المرجع نفسه، ص 11.

- تحمل تكاليف أقل بسبب قلة الأخطاء في العمليات المصرفية.
- الخدمة المصرفية المتميزة تتيح الفرصة لبيع خدمات مصرفية إضافية.
- تمكن جودة الخدمة المصرفية من جعل العملاء بمثابة مندوبي بيع للبنك في توجيه وإقناع عملاء جدد من الأصدقاء والزملاء.
- تؤثر جودة الخدمة المصرفية بشكل مباشر على ربحية البنك وذلك من خلال بناء صورة ذهنية مدركة وتحقيق رضا العميل.

المطلب الثاني: رضا العميل وعلاقته بجودة الخدمات المصرفية

تحرص البنوك بصفة عامة على عملائها وذلك من خلال تقديم أفضل وأحسن الخدمات لهم، لأن جودة الخدمات المقدمة ترتبط ارتباطاً وثيقاً برضا العملاء، لأن الجودة تتأثر بشكل كبير بأراء العملاء.

أولاً: مفاهيم عامة حول رضا العميل

يعتبر العميل القلب النابض للمؤسسات وبالخصوص الخدمية منها لذا يمكن تعريف رضا العميل كما يلي:

يعرف **كولتر (kotler)** رضا العميل بأنه: ذلك الانطباع الايجابي أو السلبي الذي يشعر به عمل ما اتجاه تجربة شراء و/أو استهلاك، وهو ناتج عن مقارنة بين توقعاته العميل اتجاه منتج ما وأدائه المدرك عموماً فإنه فيما يخص رضا العميل فإنه يوجد مدخلين في تعريفه هما: رضا العميل المبني على تبادل تجاري محدد، ورضا العميل التراكمي، فالأول يشير إلى تقييم العميل لتجربته ومدى استجابته لتفاعله خدمة محددة، أما الرضا التراكمي فهو يشير إلى تقييم العميل العام لتجربة الاستهلاك عبر فترة زمنية.¹

¹ جبلي هدى، قياس جودة الخدمات المصرفية (دراسة حالة بنك البركة الجزائر)، مذكرة ماجستير، تخصص تسويق، غير منشورة، جامعة منتوري، قسنطينة، 2009-2010، ص 79.

ويعرف رضا العميل أيضا بأنه: المدى الذي يتفق معه الأداء المدرك للمنتج مع توقعات العميل أي أن الرضا هو دالة للأداء المدرك والتوقعات، فإن اتفق الأداء الفعلي مع التوقعات يكون العميل راضيا، وإذا ازداد الأداء عن التوقعات يزداد رضا العميل أو يبتهج.¹

أما خصائص الرضا فتتمثل في: الرضا الذاتي (إدراك الزبون) ، الرضا النسبي (متعلق بالتوقعات) ، الرضا التطوري (يتغير مع تغير الزمن) ، ومحدداته هي: التوقعات ، المطابقة ، الأداء الفعلي.²

إن رضا العميل عن الخدمة المصرفية أهمية بالغة تتمثل في:³

- رسم برنامج وخطط العمل بالمنظمة.
- تطوير جودة الخدمة وتحقيق ميزة تنافسية للبنك في السوق.
- نجاح البنك في تحقيق الأرباح من خلال إشباع حاجات العميل ومتطلباته.
- خلق ولاء من قبل العميل للبنك.
- زيادة تكرار تعاملات العميل مع البنك.

هناك بعدين أساسيين هما:

أ. البعد المعرفي للرضا: يعتبر البعد المعرفي لرضا العميل اتجاه منتج أو خدمة أو علامة تجارية كنتاج عن متغيرين هما: التوقعات وعدم المطابقة (عدم التأكيد) التوقعات، أما في الخدمة البنكية فرضا العميل ينتج عن تقديم خدمات مصرفية تلبية وتؤكد توقعاته واحتياجاته وكلما اقترب الأداء الفعلي من مستوى التوقعات ارتفعت نسبة التأكيد وتحقق عنصر الرضا بشكل أكبر.⁴

ب. البعد العاطفي (الشعوري) للرضا: يشكل البعد العاطفي لدى العميل بعد إجراء التجربة الاستهلاكية، وجاء هذا البعد لتغطية البعد المعرفي ، وتعد العواطف الايجابية أو السلبية كأحسن المتغيرات المستهلكة لرضا العميل ، وبالتالي فإن الرضا العاطفي للعميل هو

¹ سعدية محبوب، علاقة جودة الخدمة برضا العملاء في المؤسسات الصحية، مرجع سبق ذكره، ص 45.

² نعيمة سلمان، دور جودة الخدمة المصرفية في كسب رضا الزبون، مرجع سبق ذكره، ص 07.

³ عبيدات سليمة، تسويق الخدمات البنكية و أثره على رضا الزبون(دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة البويرة)، مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماستر، تخصص تسويق، غير منشورة، المركز الجامعي العقيد ألكي محند أولحاج البويرة، 2011-2012، ص 58.

⁴ حلوز وفاء، تدعيم جودة الخدمات البنكية وتقييمها من خلال رضا العميل، مرجع سبق ذكره، ص 55.

بعد داخلي بالنسبة لهذا الأخير ويضيف إلى ذلك فإن الرضا الشعوري هو: " المنفعة المتحصل عليها من الخدمة المقدمة، وهي ذات طبيعة شعورية وسلطة عاطفية".¹

ثانيا: رضا العميل وعلاقته بجودة الخدمات المصرفية

إن العلاقة (الرضا: يؤدي إلى الجودة) خاطئة، والصحيح أن (جودة الخدمة تؤدي إلى الرضا) أي أن الرضا يمثل دالة مكونة من مجموعة من التوقعات، فليس في كل الحالات الجودة المدركة تعتبر مبررا لحالة الرضا، إذ نجد أن هناك الكثير من حالات عدم الرضا رغم انخفاض مستوى الجودة، في حين وبالرغم من مستوى الجودة العالية يكون العميل غير راض، ورغم أن هذه العلاقة تقع ما بين مؤيد ومعارض إلا أن ما يتفق عليه هو أن الجودة العالية تعتبر من مقدمات الرضا في أغلب الوضعيات وتقود بالضرورة إلى الرضا، وهذا ما يدفع بالمؤسسات إلى التركيز على جودة خدماتها من أجل تحقيق الرضا.²

المطلب الثالث: علاقة جودة الخدمات المصرفية بوسائل الدفع الالكترونية

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

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

1- تحقيق ميزة تنافسية: إن المعاملات المصرفية الالكترونية تحقق ميزة تنافسية ، تمكن المصرف من التعامل مع أسواقه المستهدفة وعناصر البيئة المحيطة به بصورة أفضل من منافسيه في الأجل الطويل.³

¹ المرجع نفسه، ص 56.

² نعيمة سلمان، دور جودة الخدمة المصرفية في كسب رضا الزبون، مرجع سبق ذكره، ص 14.

³ نوال بن عمارة، وسائل الدفع الالكترونية (آفاق وتحديات)، مرجع سبق ذكره، ص 14.

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

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

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

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

وعليه من خلال هذه المزايا المقدمة نستطيع القول أن وسائل الدفع الالكترونية تحسن من جودة الخدمة المصرفية وبشكل كبير، لأنه وفي ظل العولمة المالية وتطور الصناعة المصرفية والنقد التكنولوجي الحاصل أجبر المصارف على تطوير أنظمة دفعها لكسب رضا العملاء وإشباع حاجاتهم وعليه كلما تحسنت وتطورت وسائل الدفع الالكترونية تحسن معها أداء المصارف وبالتالي تحسين جودة الخدمة المصرفية.¹

¹ المرجع نفسه، ص 14.

خلاصة الفصل:

تعتبر الجودة في الخدمة المصرفية أهم وأبرز التحديات التي تواجه الصناعة المصرفية، بحيث أصبح الدخول إلى السوق المصرفية والتميز فيها مرهون ومرتبب ارتباطا وثيقا بالخدمات المقدمة، حيث تعتبر هذه الأخيرة تحدي يواجه البنوك ويدعو إلى ضرورة المواكبة والتطور، وبالتالي فإن تقييم جودة الخدمات المصرفية يعتمد بالدرجة الأولى على حكم العميل الذي يعتمد على معايير مختلفة للحكم على جودة الخدمة، لذا فإنه يتوجب على كل مؤسسة خدمية وبالخصوص البنوك على معرفة هذه المعايير وعلى تقديم خدمات تلبي حاجات عملائها وتوقعاتهم، حتى تتمكن من تحقيق رضاهم وكسب ولائهم.

الفصل الثالث:

دراسة عينة من مستخدمي البنوك الجزائرية

تمهيد:

بعد استعراضنا في الجانب النظري لأهم المفاهيم المتعلقة بجودة الخدمات المصرفية ووسائل الدفع الإلكترونية سوف نحاول في هذا الفصل إيجاد التأكيد من وجود أثر وسائل الدفع الإلكترونية على تحسين جودة الخدمات المصرفية في مجموعة البنوك محل الدراسة؛ وقد تم تقسيم هذا الفصل إلى:

- المبحث الأول: منهجية وأداة الدراسة.
- المبحث الثاني: تحليل البيانات
- المبحث الثالث: اختبار الفرضيات.

المبحث الأول: منهجية وأدوات الدراسة الميدانية

يتناول هذا المبحث المنهجية المستخدمة في الدراسة متضمنة كلا من إجراءات الدراسة الميدانية المتعلقة بالمنهج وتصميم الأداة والاختبارات اللازمة للتأكد من صلاحية الأداة وطبيعة بياناتها.

المطلب الأول: المنهج والإجراءات

بعد تحديد كل ما يتعلق بالظاهرة موضوع الدراسة ومختلف أبعادها من خلال الاطلاع على الدراسات السابقة المتعلقة بموضوع البحث، ولتحديد دور وسائل الدفع الإلكترونية في تحسين جودة الخدمات المصرفية فقد اتبع المنهج الوصفي والتحليلي، الذي يهدف إلى توفير البيانات والحقائق عن المشكلة موضوع البحث لتفسيرها والوقوف على دلالاتها، والوصول إلى المعرفة الدقيقة والتفصيلية لها وتحقيق تصور أفضل وأدق للظاهرة موضوع الدراسة.

أولاً: المنهج المستخدم

تم استخدام مصدرين أساسيين للبيانات هما:

- المصادر الأولية: لتحليل مختلف البيانات ذات الطبيعة التحليلية ميدانياً تم اللجوء إلى جمع البيانات الأولية ممثلة في الاستبيان كأداة رئيسية للبحث
- المصادر الثانوية: وهي المصادر اللازمة لمعالجة الإطار النظري للبحث كما يستند عليها كذلك في اتخاذ القرارات وتفسير النتائج الميدانية، والمتمثلة أساساً في مختل المراجع كالكتب، المقالات، رسائل الماجستير وأطروحات الدكتوراه.

ثانياً: المجتمع والعينة

يضم المجتمع المدروس من متلقي الخدمات المصرفية، أم العينة فقد تم اعداد وتوزيع استبيان إلكتروني عشوائياً (عينة عشوائية) حسب ما يوضحه الجدول التالي:

الجدول رقم (01): استمارات الاستبيان الموزعة والمسترجعة

النسبة من الاجمالي	العدد	الاستبيانات
%100	31	استمارات مسترجعة
%96.77	30	استمارات صالحة للتحليل

المصدر: إعداد الطالب.

يتضح من خلال الجدول أنه وبعد توزيع الاستبيان عشوائيا على فقد تم الحصول على (31) رد في حين أن الاستمارات المستخدمة فعليا للتحليل هو (30) استمارة بنسبة (96.77%) من اجمالي الاستمارات التي تم الحصول عليها.

ثالثا: أداة الدراسة

1- تصميم الاستبيان:

صُممت الأداة بالاستناد إلى الدراسات السابقة والجانب النظري للبحث، ولتحديد درجات الاجابة لكل فقرة من فقرات تم الاعتماد على سلم ليكرت خماسي الأبعاد كمقياس للإجابة على هذه الفقرات المندرجة تحت ثلاثة (03) محاور أساسية، حسب الجدول التالي:

الجدول رقم (02): مقياس ليكرت الخماسي

الاختيار	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة
المجال	[1.79-1.00]	[2.59-1.80]	[3.39-2.60]	[4.19-3.40]	[5.00-4.20]
الدرجة	1	2	3	4	5

المصدر: إعداد الطالب بالاعتماد على الدراسات السابقة.

لتحديد طول كل بعد من أبعاد مقياس ليكرت الخماسي (الحدود الدنيا والعليا) المستخدم في محاور الدراسة، ثم حساب المدى (4=1-5) ثم تقسيمه على أبعاد المقياس الخمسة للحصول على

الفصل الثالث تطبيقي: دراسة عينة من مستخدمي البنوك الجزائرية

طول البعد أي (0.80 = 5/4)، وبعد ذلك تم إضافة هذه القيمة إلى أقل قيمة في المقياس وهي الواحد الصحيح إلى غاية الوصول إلى القيمة العظمى للمقياس (القيمة 5) مع طرح القيمة (0.01) ثم من كل مجال لتفادي مشكل ازدواجية القيم، كما تم تجزئة عبارات الاستبيان الى محاور حسب الجدول الموالي:

الجدول رقم (03): محاور الاستبيان

المحور	البعد	الفقرات
البيانات الشخصية	1.الجنس، 2.العمر، 3.المستوى الدراسي.	
وسائل الدفع الإلكترونية		من 1 إلى 13
جودة الخدمات المصرفية	الملموسية	من 14 إلى 17
	الاستجابة	من 18 إلى 20
	الاعتمادية	من 21 إلى 26
	الاهتمام والتعاطف	من 27 إلى 31
	الثقة والامان	من 32 إلى 35
	المحور ككل	

المصدر: إعداد الطالب.

يبين الجدول أعلاه ان محاور وأبعاد الاستبيان تم تقسيمها كالتالي:¹

- المحور الأول: وهو محور المعلومات الشخصية الخاصة بمفردات العينة محل الدراسة
مشملة على: الجنس، العمر، المستوى الدراسي.

¹ أنظر الملحق رقم 02 (ملحق الاستبيان).

الفصل الثالث تطبيقي: دراسة عينة من مستخدمي البنوك الجزائرية

- المحور الثاني: يشتمل على المحور على المتغير المستقل للدراسة ممثلا في وسائل الدفع الإلكترونية.

- المحور الثالث: يدرس هذا المحور المتغير التابع ممثلا في جودة الخدمات المصرفية. بمختلف أبعاده (الملموسية، الاستجابية، الاعتمادية، الاهتمام والتعاطف، الثقة والأمان).

2- الاختبارات المستخدمة في التحليل:

بهدف اختبار صدق وثبات أداة الدراسة ومعالجة مختلف محاورها واختبار فرضياتها يتم استخدام مجموعة من الأدوات والاختبارات الإحصائية بالاستعانة ببرنامج التحليل الإحصائي (SPSS) النسخة (26) كالتالي:

- اختبارات الصدق والثبات: للتأكد من صلاحية وملائمة أداة الدراسة للغرض الذي صممت من أجله.

- اختبار التوزيع الطبيعي: لتحديد مدى اتباع البيانات المعالجة للتوزيع الطبيعي.

- معامل الارتباط: لمعرفة قيمة واتجاه ومعنوية العلاقة بين متغيرات الدراسة.

- الاختبارات الوصفية: كالتكرارات والمتوسطات للوقوف على التوجه العام لإجابات وآراء أفراد العينة.

- معامل الانحدار: لقياس أثر المتغير المستقل على المتغير التابع وتحديد قيمته واتجاهه ومدى معنويته مع الاستعانة بكل من معامل التحديد (R^2)، اختبار فيشر (Fisher)، اختبار ستودنت (T-test).

المطلب الثاني: التحقق من ملائمة الأداة للدراسة.

يشتمل التحقق من ملائمة الأداة للدراسة على دراسة واختبار صدق وثبات الاستبيان، اختبار الاتساق الداخلي للفقرات بالإضافة إلى تحديد شكل البيانات (طبيعة التوزيع).

أولا: الصدق الظاهري (صدق المحكمين)

الفصل الثالث تطبيقي: دراسة عينة من مستخدمي البنوك الجزائرية

تم عرض أداة الدراسة في صورتها الأولية لتحكيمها من قبل مجموعة من الأساتذة بهدف التأكد من سلامة بناء الأداة من مختلف الجوانب، خاصة من حيث:¹

- دقة وصحة صياغة الفقرات ومدى مناسبة كل عبارة للمحور الذي تنتمي إليه؛
 - مدى قابلية الاستمارة لمعالجة مشكل الدراسة؛
 - اقتراح ما يروونه ضروري من تعديل أو ادراج أو حذفه.
- بناء على الملاحظات والتوصيات الواردة من لجنة التحكيم، تم إجراء ما يلزم من حذف وتعديل للوصول إلى الشكل النهائي للاستمارة.

ثانيا: اختبار الثبات

يقصد بثبات الأداة أنها تعطي نفس النتيجة لو تم إعادة توزيعها أكثر من مرة تحت نفس الظروف والشروط، أي مدى الاستقرار في النتائج استمارة عند إعادة التوزيع، وفيما يلي نتائج اختبار الثبات:

الجدول رقم (04): اختبار الثبات لمحاور الاستبيان

المحور	البعد	Cronbach's Alpha
وسائل الدفع الإلكترونية		
جودة الخدمات المصرفية	الملموسية	0.875
	الاستجابة	0.754
	الاعتمادية	0.829
	الاهتمام والتعاطف	0.735
	الثقة والامان	0.741

¹ أنظر الملحق رقم 2 (ملحق قائمة المحكمين).

الفصل الثالث تطبيقي: دراسة عينة من مستخدمي البنوك الجزائرية

0.833	المحور ككل	
-------	------------	--

المصدر: إعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات برنامج (SPSS.V26).

يوضح الجدول أعلاه أن قيمة معامل الثبات ألفا كرومباخ (Cronbach's Alpha) للمتغير المستقل (وسائل الدفع الإلكترونية) قد بلغ (0.846) بالنسبة للدرجة الكلية للمحور، حين بلغ مستوى الثبات بالنسبة للمتغير التابع (جودة الخدمات المصرفية) تراوح بين (0.735) و(0.875) للأبعاد و(0.833) بالنسبة للدرجة الكلية للمحور، في وهي قم تفوق القيمة المعيارية (0.65) وعليه فان الأداة تتسم بخاصية الثبات.

ثالثا: الاتساق الداخلي لفقرات الاستبيان

يوضح الاتساق الداخلي مدى ارتباط كل فقرة من فقرات الاستبيان مع المحور الذي تنتمي له، وفيما يلي عرض لمستويات الاتساق المحسوبة لكل محور:

1- محور وسائل الدفع الإلكترونية: يوضح الجدول التالي قيم الاتساق الداخلي لفقرات محور وسائل الدفع الإلكترونية.

الجدول رقم (05): الاتساق الداخلي لمحور وسائل الدفع الإلكترونية

رقم الفقرة	Pearson	Sig	رقم الفقرة	Pearson	Sig
01	0.734	0.000	08	0.884	0.000
02	0.492	0.006	09	0.901	0.000
03	0.510	0.004	10	0.594	0.000
04	0.831	0.000	11	0.847	0.000
05	0.769	0.000	12	0.574	0.001
06	0.699	0.000	13	0.829	0.000
07	0.854	0.000	-	-	-

المصدر: إعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات برنامج (SPSS.V26).

الفصل الثالث تطبيقي: دراسة عينة من مستخدمي البنوك الجزائرية

تشير بيانات الجدول أن قيمة الارتباط (معامل بيرسون) بين فقرات محور وسائل الدفع الإلكترونية والفقرات التي تنتمي إليها تراوحت بين نسبة (49.2%) ونسبة (90.1%) وهي ارتباطات طردية تميل من المتوسط إلى القوي وبدلالة إحصائية أقل من القيمة المعيارية (0.05) أي بهامش خطأ أقل من (5%) لكل فقرات الاستبيان، وعليه فإن الاستبيان يتميز باتساق داخلي بين الفقرات والأبعاد التي تنتمي إليها بالنسبة لمتغير وسائل الدفع الإلكترونية.

2- محور جودة الخدمات المصرفية: يوضح الجدول التالي قيم الاتساق الداخلي لكل بعد من أبعاد هذا المحور.

الجدول رقم (06): الاتساق الداخلي لأبعاد محور جودة الخدمات المصرفية

البعد	رقم الفقرة	Pearson	Sig	البعد	رقم الفقرة	Pearson	Sig
الملموسية	14	0.870	0.000	الاستجابة	18	0.910	0.000
	15	0.804	0.000		19	0.505	0.004
	16	0.750	0.000		20	0.893	0.000
	17	0.857	0.000		-	-	-
الاعتمادية	21	0.838	0.000	الاهتمام والتعاطف	27	0.849	0.000
	22	0.520	0.003		28	0.559	0.001
	23	0.605	0.000		29	0.808	0.000
	24	0.627	0.000		30	0.818	0.000
	25	0.475	0.008		31	0.856	0.000
	26	0.829	0.000		-	-	-
الثقة والأمان	32	0.895	0.000	I			
	33	0.488	0.006				
	34	0.490	0.006				
	35	0.826	0.000				

الفصل الثالث تطبيقي: دراسة عينة من مستخدمي البنوك الجزائرية

المصدر: إعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات برنامج (SPSS.V26).

تشير بيانات الجدول أن قيمة الارتباط (معامل بيرسون) بين فقرات محور جودة الخدمات المصرفية والأبعاد التي تنتمي إليها تراوحت بين نسبة (75%) ونسبة (87%) بالنسبة لبعد الملموسية، وبين (50.5%) و(91%) بالنسبة لبعد الاستجابة، وبين (47.5%) و(83.8%) بالنسبة لبعد الاعتمادية، وبين (55.9%) و(85.6%) بالنسبة لبعد الاهتمام والتعاطف، وبين (48.8%) و(89.5%) بالنسبة لبعد الثقة والأمان، وهي ارتباطات طردية تميل من المتوسط إلى القوي وبدلالة إحصائية أقل من القيمة المعيارية (0.05) أي بهامش خطأ أقل من (5%) لكل فقرات الاستبيان، وعليه فإن الاستبيان يتميز باتساق داخلي بين الفقرات والأبعاد التي تنتمي إليها بالنسبة لمتغير جودة الخدمات المصرفية.

3- اختبار طبيعية البيانات

لاختبار طبيعية البيانات البواقي كل متغير تابع مع المتغير المستقل يتم الاعتماد على اختبار شابيرو-ويلك (Shapiro-Wilk) الذي يستخدم للعينات ذات المفردات الأقل من (50) مفردة، حيث ان قاعدة اتخاذ القرار هنا تكون عكس باقي الاختبارات الإحصائية، أي البيانات تتبع التوزيع الطبيعي ما عدا في حالة ان الدلالة الإحصائية لاختبار شابيرو-ويلك (Shapiro-Wilk) أكبر من القيمة المعيارية (0.05) وليس أقل، والجدول التالي يوضح نتائج هذا الاختبار:

الجدول رقم (07): اختبار شابيرو-ويلك (Shapiro-Wilk) للبواقي

المتغير التابع	جودة الخدمات المصرفية مع:	Sig Shapiro-Wilk	طبيعة التوزيع
وسائل الدفع	الملموسية	0.384	طبيعي
	الاستجابة	0.288	

الفصل الثالث تطبيقي: دراسة عينة من مستخدمي البنوك الجزائرية

	0.254	الاعتمادية	الإلكترونية
	0.259	الاهتمام والتعاطف	
	0.288	الثقة والأمان	

المصدر: اعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات برنامج (SPSS.V26).

يوضح الجدول أعلاه أن الدلالة الإحصائية شابيرو-ويلك (Shapiro-Wilk) أكبر من القيمة المعيارية (0.05) وعليه فإن البواقي المحصل عليها باستخدام الانحدار البسيط بين أبعاد المتغير المستقل (وسائل الدفع الإلكترونية) والمتغير المستقل (جودة الخدمات المصرفية) تأخذ شكل التوزيع الطبيعي وهو شرط مهم ينبغي توفره لقياس أثر متغير على متغير آخر باستخدام نماذج الانحدار.

المبحث الثاني: تحليل بيانات المحاور واختبار فرضيات الدراسة

يتضمن المبحث الثاني تحليل وتفسير بيانات محاور الاستبيان (البيانات الشخصية والمحاور) بالإضافة إلى تحليل النتائج المتعلقة باختبار الفرضيات.

المطلب الأول: تحليل وتفسير بيانات محاور الاستبيان

من خلال هذا المطلب يتم عرض وتحليل محور البيانات العامة (البيانات الشخصية) المتعلقة بمحوري الدراسة.

أولاً: عرض وتحليل البيانات الشخصية

الفصل الثالث تطبيقي: دراسة عينة من مستخدمي البنوك الجزائرية

أ- الجنس: لدراسة وتحليل توزيع مفردات العينة محل الدراسة حسب متغير الجنس نستعرض الجدول التالي:

الجدول رقم (08): تحليل بيانات محور البيانات الشخصية وفق الجنس

النسبة (%)	التكرار	الجنس
53.3	16	ذكر
46.7	14	أنثى
100	30	المجموع

المصدر: إعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات برنامج (SPSS.V26) وبرنامج (Excel 2013).

يشكل الطلبة الذكور أغلبية مفردات العينة محل الدراسة بنسبة (53.3%) بالمقارنة مع نسبة الاناث التي شكلت نسبة (46.7%) فقط من إجمالي مفردات العينة المدروسة، إلا ان هذه الأغلبية ليست مطلقة وانما نسبية.

ب- العمر: لدراسة وتحليل توزيع مفردات العينة محل الدراسة حسب متغير العمر الجدول التالي:

الجدول رقم (09): تحليل بيانات محور البيانات الشخصية وفق العمر

النسبة (%)	التكرار	العمر
63.3	19	30 - 18 سنة
16.7	5	40 - 31 سنة

الفصل الثالث تطبيقي: دراسة عينة من مستخدمي البنوك الجزائرية

10	3	41 - 50 سنة
10	3	أكبر من 50 سنة
100	30	المجموع

المصدر: إعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات برنامج (SPSS.V26) وبرنامج (Excel 2013).

تشكل الفئة العمرية (18-30 سنة) ما نسبته (63.3%) ثم تليها فئة (31-40 سنة) بنسبة (16.7%) وأخيرا الفئتين (41 - 50 سنة) والأكبر من (50 سنة) بنسبة: (10%) لكل منهما، والملاحظ هنا أنه كلما زاد العمر قل معها نسبة عدد المفردات أي أن أغلبية زبائن المصارف والذي يُقبلون على استخدام وسائل الدفع الالكترونية ينتمون إلى فئات عمرية صغيرة ومتوسطة نسبيا.

ج- المستوى الدراسي: لدراسة توزيع مفردات العينة محل الدراسة حسب المستوى الدراسي نستعرض الجدول التالي:

الجدول رقم (10): تحليل بيانات محور البيانات الشخصية وفق المستوى الدراسي

النسبة (%)	التكرار	المستوى الدراسي
3.3	1	متوسط
13.3	4	ثانوي
63.4	19	جامعي
20	6	دراسات عليا
100	30	المجموع

المصدر: إعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات برنامج (SPSS.V26) وبرنامج (Excel 2013).

نلاحظ أن أفراد عينة البحث حسب متغير المستوى الدراسي تنتوزع إلى (63.4%) حاملي شهادات الجامعية (ليسانس وماستر)، وبنسبة أقل (20%) لفئة حاملي الدراسات العليا، والنسب الباقية لمستوى الثانوي والمتوسط، وهذا راجع بالأساس لكون استخدام الدفع الالكترونية تتطلب مستوى علمي لاستخدامها بالطريقة الصحيحة.

الفصل الثالث تطبيقي: دراسة عينة من مستخدمي البنوك الجزائرية

ثانيا: عرض وتحليل محور وسائل الدفع الإلكترونية

من أجل دراسة وتحليل المتغير المستقل للدراسة (وسائل الدفع الإلكترونية) نستعرض الجدول الموالي:

الجدول رقم (11): تحليل معطيات محور وسائل الدفع الإلكترونية

المحور	الفقرة	المتوسط.ح	الانحراف.م	اتجاه المتوسط	
وسائل الدفع الإلكترونية	01	استخدام البطاقات الإلكترونية يعوضك على استخدام النقود والشيكات	33,4	0,99	موافق بشدة
	02	يمكنك السحب بالبطاقة الإلكترونية من أي فرع من فروع البنك	4,43	0,68	موافق بشدة
	03	رسوم وتكاليف استخدام البطاقات الإلكترونية مناسبة	3,47	1,14	موافق
	04	تستطيع استخدام البطاقات الإلكترونية داخل وخارج الوطن	3,53	1,28	موافق
	05	إجراءات الحصول على البطاقات الإلكترونية بسيطة	3,33	1,37	محايد
	06	توفر لك البطاقات الإلكترونية الحماية الكافية لأموالك	3,57	1,19	موافق
	07	يمكنك استعادة البطاقات الإلكترونية في حالة الضياع أو التلف بسهولة	3,43	1,30	موافق
	08	تستطيع استخدام الصراف الآلي في أي وقت	3,80	1,03	موافق
	09	تشعر بالأمان عند استخدام الصراف الآلي	3,90	1,12	موافق
	10	السحب من الصراف الآلي يمكنك من الحصول على المبلغ الذي تريده	3,20	1,32	محايد
	11	أجهزة الصراف الآلي متاحة في كل فروع البنك	3,60	1,00	موافق

الفصل الثالث تطبيقي: دراسة عينة من مستخدمي البنوك الجزائرية

محايد	1,03	3,33	تعتقد أن البنك يعمل على استحداث وسائل دفع جديدة	12
محايد	1,21	3,30	ترى أن البنك يقوم بتطوير تعامله بوسائل الدفع الإلكتروني	13
موافق	0.87	3.64	الاتجاه العام	

المصدر: إعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات برنامج (SPSS.V26).

من خلال الجدول المبين أعلاه يتضح أن المتوسط العام لهذا المحور قد بلغ (3.64) عند درجة الموافق بالمقابل فإن اتجاه الفقرات تراوح بين (3.20) و(4.33) عند درجات: المحايد، الموافق والموافق بشدة، مع تسجيل انحرافات معيارية متفاوتة والتي لم تتجاوز (1.32) في أقصى حالاتها وهذا يدل على ان البيانات متشعبة نسبيا عن متوسطها الحسابي بسبب عدم وجود تجانس وتوافق نسبي في إجابات افراد العينة فيما يخص هذا المحور.

ثالثا: عرض وتحليل أبعاد محور جودة الخدمات المصرفية

من أجل دراسة وتحليل المتغير التابع للدراسة (جودة الخدمات المصرفية) نستعرض الجدول الموالي:

الجدول رقم (12): تحليل معطيات أبعاد محور جودة الخدمات المصرفية

البعد	الفقرة	المتوسط.ح	الانحراف.م	اتجاه المتوسط
الملموسية	14	3.26	1.25	محايد
	15	3.06	1.14	محايد
	16	3.26	1.11	محايد
	17	2.93	1.20	محايد
	الاتجاه العام		3.12	1.06
أداة الاستب	18	3.46	1.22	موافق

الفصل الثالث تطبيقي: دراسة عينة من مستخدمي البنوك الجزائرية

				الخدمة دون انتظار	
محايد	1.31	3.06	يقوم البنك بالاستجابة السريعة لشكاويك وحل مشاكلك العالقة	19	
موافق	1.12	3.63	ساهمت وسائل الدفع الإلكتروني في التقليل من زمن الحصول على الخدمة	20	
محايد	1.06	3.38	الاتجاه العام		
موافق	1.08	3.70	التعامل بواسطة وسائل الدفع الإلكتروني متاح في كل وقت	21	الاعتمادية
موافق	1.04	3.86	وسائل الدفع الإلكتروني سهلة الاستخدام	22	
موافق	1.19	3.46	استخدام وسائل الدفع الإلكتروني يتميز بالدقة وقلة الأخطاء في المعاملات	23	
موافق	1.28	3.73	ساهمت وسائل الدفع الإلكتروني في عدم التقيد بالمواعيد الرسمية لعمل البنك	24	
موافق	1.1	3.60	تتيح لك وسائل الدفع الإلكتروني في البنك الاستفادة من خدمات متنوعة	25	
محايد	1.06	3.33	يمكنك أن تعتمد على موظفي البنك في تقديم خدمات ذات جودة عالية	26	
موافق	0.89	3.61	الاتجاه العام		
موافق	1.27	3.53	تنوع وسائل الدفع الإلكتروني بالبنك يتلاءم واحتياجاتك	27	الاهتمام والتعاطف
موافق	1.12	4.03	يشعرك التعامل بوسائل الدفع الإلكتروني بنوع من التميز	28	
موافق	1.10	3.56	يذكرك البنك من حين لآخر بوسائل الدفع الإلكتروني التي يمكنك استخدامها	29	

الفصل الثالث تطبيقي: دراسة عينة من مستخدمي البنوك الجزائرية

موافق	1.22	3.56	يرسل البنك كشف الحساب لك عبر بريدك الإلكتروني	30	
موافق	1.30	3.57	يقوم البنك وموظفوه بشكرك وتقديرك على تعاملك معهم	31	
موافق	1.10	3.55	الاتجاه العام		
موافق	0.95	4.10	عند استخدامك لوسائل الدفع الإلكتروني تشعر بالأمان والارتياح	32	الثقة والأمان
موافق	0.69	4.16	يحافظ البنك على سرية كل المعلومات التي تخص تعاملاتك المصرفية	33	
موافق	0.94	4.00	تشعر بالحماية الأمنية أثناء تواجدك بالبنك	34	
موافق	0.75	3.90	تعاملك بوسائل الدفع الإلكتروني لا يشعرك بالشك والغموض	35	
موافق	0.74	4.04	الاتجاه العام		
موافق	0.78	3.56	المحور ككل		

المصدر: إعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات برنامج (SPSS.V26).

من خلال الجدول المبين أعلاه يتضح أن:

1- بالنسبة لأبعاد محور جودة خدمات المصرفية: بلغ المتوسط العام لهذا لبعد الملموسية (3.12) عند درجة المحايد، و(3.38) لبعد الاستجابة عند درجة المحايد، و(3.61) لبعد الاعتمادية عند درجة الموافق، و(3.55) لبعد الاهتمام والتعاطف عند درجة الموافق، و(4.04) لبعد الثقة والأمان عند درجة الموافق، مع تسجيل انحرافات معيارية متفاوتة والتي لم تتجاوز (0.31) في أقصى حالاتها وهذا يدل على ان البيانات متشنتة عن متوسطها الحسابي بسبب عدم وجود تجانس وتوافق في إجابات افراد العينة فيما يخص هذا المحور.

الفصل الثالث تطبيقي: دراسة عينة من مستخدمي البنوك الجزائرية

4- بالنسبة لمحور جودة الخدمات المصرفية ككل: تقترب المتوسطات الحسابية الخاصة بفقرات أبعاد محور وسائل الدفع الإلكترونية عند القيمة (3.56) عند درجة الموافق، مع ملاحظة عدم تسجيل انحرافات معيارية كبيرة والتي لم تتجاوز (0.78) للمحور ككل.

المطلب الثاني: اختبار فرضيات الدراسة

يتضمن هذا المطلب اختبار فرضيات الدراسة بالاعتماد على نموذج الانحدار البسيط المحسوب باستخدام برنامج (SPSS).

أولاً: اختبار صحة الفرضية الأولى

لدراسة دور وسائل الدفع الإلكترونية (X) في تحسين جودة الخدمات المصرفية من خلال بعد الملموسية (Y₁)، نستعين بنتائج تحليل الانحدار الموضحة بالجدول الموالي:

الجدول رقم (13): نتائج اختبار نموذج الانحدار للفرضية الأولى

المؤشر	الارتباط Pearson	المقدرة التفسيرية المعدلة	قيمة اختبار F	دلالة F
	0.841	0.697	64.673	0.000
النموذج المقدر	المعامل		قيمة اختبار T	دلالة T
الثابت	0.125		0.287	0.776
X	0.919		8.226	0.000

المصدر: إعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات برنامج (SPSS.V26).

تم تسجيل ارتباط إيجابي طردي قوي بنسبة (84.1%) بين وسائل الدفع الإلكترونية وبعد الملموسية كأحد أبعاد متغير الخدمات المصرفية بحيث كلما تحسن مستوى وسائل الدفع الإلكترونية تحسن معها بعد الملموسية بمقدرة تفسيرية تقدر بـ: (0.697) أي أن وسائل الدفع الإلكترونية تفسر ما نسبته (69.7%) من التغيرات التي تطرأ على بعد الملموسية، أما صيغة

الفصل الثالث تطبيقي: دراسة عينة من مستخدمي البنوك الجزائرية

تأثير المتغير المستقل على المتغير التابع فقد أخذت معادلة الانحدار البسيط الصيغة الرياضية التالية:

$$Y_1 = 0.125 + 0.919 X$$

بالاعتماد على جدول ومعادلة الانحدار فقد كانت الدلالة الإحصائية لاختبار فيشر (Fisher) أقل من القيمة المعيارية (0.05) أي أن نموذج الانحدار ذو دلالة إحصائية بالإضافة إلى توفر نفس الشرط (دلالة إحصائية أقل من 0.05) فيما يخص اختبار ستودنت (T-Test) أي أن معاملات النموذج كذلك ذات دلالة إحصائية بهامش ثقة (95%) عدا الثابت، كما يلاحظ أن المتغير المستقل يؤثر إيجابيا بدرجة (0.919) على المتغير التابع هذا ما يؤكد صحة قبول الفرضية الأولى التي تنص على: "لوسائل الدفع الإلكترونية دور إيجابي في تحسين بعد ملموسية الخدمات المصرفية"، أي أن زيادة (تحسن) في مستوى وسائل الدفع الإلكترونية بوحدة واحدة ستؤدي إلى تسجيل تحسن في مستوى بعد الملموسية بـ: (0.919) وحدة.

ثانيا: اختبار صحة الفرضية الثانية

لدراسة دور وسائل الدفع الإلكترونية (X) في تحسين جودة الخدمات المصرفية من خلال بعد الاستجابة (Y₁)، نستعين بنتائج تحليل الانحدار الموضحة بالجدول الموالي:

الجدول رقم (14): نتائج اختبار نموذج الانحدار للفرضية الثانية

المؤشر	الارتباط Pearson	المقدرة التفسيرية المعدلة	قيمة اختبار F	دلالة F
	0.678	0.440	23.803	0.000
النموذج المقدر	المعامل		قيمة اختبار T	دلالة T
الثابت	0.516		0.819	0.419

الفصل الثالث تطبيقي: دراسة عينة من مستخدمي البنوك الجزائرية

0.000	4.879	0.786	X
-------	-------	-------	---

المصدر: إعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات برنامج (SPSS.V26).

تم تسجيل ارتباط إيجابي طردي قوي بنسبة (67.8%) بين وسائل الدفع الإلكترونية وبعد الاستجابة كأحد أبعاد متغير الخدمات المصرفية بحيث كلما تحسن مستوى وسائل الدفع الإلكترونية تحسن معها بعد الاستجابة بمقدرة تفسيرية تقدر بـ: (0.440) أي أن وسائل الدفع الإلكترونية تفسر ما نسبته (44%) من التغيرات التي تطرأ على بعد الاستجابة، أما صيغة تأثير المتغير المستقل على المتغير التابع فقد أخذت معادلة الانحدار البسيط الصيغة الرياضية التالية:

$$Y_2 = 0.516 + 0.786 X$$

بالاعتماد على جدول ومعادلة الانحدار فقد كانت الدلالة الإحصائية لاختبار فيشر (Fisher) أقل من القيمة المعيارية (0.05) أي أن نموذج الانحدار ذو دلالة إحصائية بالإضافة إلى توفر نفس الشرط (دلالة إحصائية أقل من 0.05) فيما يخص اختبار ستودنت (T-Test) أي أن معاملات النموذج كذلك ذات دلالة إحصائية بهامش ثقة (95%) عدا الثابت، كما يلاحظ أن المتغير المستقل يؤثر إيجابيا بدرجة (0.786) على المتغير التابع هذا ما يؤكد صحة قبول الفرضية الثانية التي تنص على: "وسائل الدفع الإلكترونية دور إيجابي في تحسين بعد استجابة الخدمات المصرفية"، أي أن زيادة (تحسن) في مستوى وسائل الدفع الإلكترونية بوحدة واحدة ستؤدي إلى تسجيل تحسن في مستوى بعد الاستجابة بـ: (0.786) وحدة.

ثالثا: اختبار صحة الفرضية الثالثة

لدراسة دور وسائل الدفع الإلكترونية (X) في تحسين جودة الخدمات المصرفية من خلال بعد الاعتمادية (Y₁)، نستعين بنتائج تحليل الانحدار الموضحة بالجدول الموالي:

الجدول رقم (15): نتائج اختبار نموذج الانحدار للفرضية الثالثة

الفصل الثالث تطبيقي: دراسة عينة من مستخدمي البنوك الجزائرية

المؤشر	الارتباط Pearson	المقدرة التفسيرية المعدلة	قيمة اختبار F	دلالة F
	0.777	0.589	42.636	0.000
النموذج المقدر	المعامل		قيمة اختبار T	دلالة T
الثابت		0.741	1.614	0.118
X		0.767	6.530	0.000

المصدر: إعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات برنامج (SPSS.V26).

تم تسجيل ارتباط إيجابي طردي قوي بنسبة (77.7%) بين وسائل الدفع الإلكترونية وبعد الاعتمادية كأحد أبعاد متغير الخدمات المصرفية بحيث كلما تحسن مستوى وسائل الدفع الإلكترونية تحسن معها بعد الاعتمادية بمقدرة تفسيرية تقدر بـ: (0.589) أي أن وسائل الدفع الإلكترونية تفسر ما نسبته (58.9%) من التغيرات التي تطرأ على بعد الاعتمادية، أما صيغة تأثير المتغير المستقل على المتغير التابع فقد أخذت معادلة الانحدار البسيط الصيغة الرياضية التالية:

$$Y_3 = 0.741 + 0.767 X$$

بالاعتماد على جدول ومعادلة الانحدار فقد كانت الدلالة الإحصائية لاختبار فيشر (Fisher) أقل من القيمة المعيارية (0.05) أي أن نموذج الانحدار ذو دلالة إحصائية بالإضافة إلى توفر نفس الشرط (دلالة إحصائية أقل من 0.05) فيما يخص اختبار ستودنت (T-Test) أي أن معاملات النموذج كذلك ذات دلالة إحصائية بهامش ثقة (95%) عدا الثابت، كما يلاحظ أن المتغير المستقل يؤثر إيجابيا بدرجة (0.767) على المتغير التابع هذا ما يؤكد صحة قبول الفرضية الثالثة التي تنص على: "لوسائل الدفع الإلكترونية دور إيجابي في تحسين بعد اعتمادية الخدمات المصرفية"، أي أن زيادة (تحسن) في مستوى وسائل الدفع الإلكترونية بوحدة واحدة ستؤدي إلى تسجيل تحسن في مستوى بعد الاعتمادية بـ: (0.767) وحدة.

الفصل الثالث تطبيقي: دراسة عينة من مستخدمي البنوك الجزائرية

رابعاً: اختبار صحة الفرضية الرابعة

لدراسة دور وسائل الدفع الإلكترونية (X) في تحسين جودة الخدمات المصرفية من خلال بعد الاهتمام والتعاطف (Y₁)، نستعين بنتائج تحليل الانحدار الموضحة بالجدول الموالي:

الجدول رقم (16): نتائج اختبار نموذج الانحدار للفرضية الرابعة

المؤشر	الارتباط Pearson	المقدرة التفسيرية المعدلة	قيمة اختبار F	دلالة F
	0.714	0.483	29.154	0.000
النموذج المقدر	المعامل		قيمة اختبار T	دلالة T
الثابت	0.522		0.870	0.392
X	0.828		5.399	0.000

المصدر: إعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات برنامج (SPSS.V26).

تم تسجيل ارتباط إيجابي طردي قوي بنسبة (71.4%) بين وسائل الدفع الإلكترونية وبعد الاهتمام والتعاطف كأحد أبعاد متغير الخدمات المصرفية بحيث كلما تحسن مستوى وسائل الدفع الإلكترونية تحسن معها بعد الاهتمام والتعاطف بمقدرة تفسيرية تقدر بـ: (0.483) أي أن وسائل الدفع الإلكترونية تفسر ما نسبته (48.3%) من التغيرات التي تطرأ على بعد الملموسية في حالة ثبات باقي العوامل، أما صيغة تأثير المتغير المستقل على المتغير التابع فقد أخذت معادلة الانحدار البسيط الصيغة الرياضية التالية:

$$Y_4 = 0.522 + 0.828 X$$

بالاعتماد على جدول ومعادلة الانحدار فقد كانت الدلالة الإحصائية لاختبار فيشر (Fisher) أقل من القيمة المعيارية (0.05) أي أن نموذج الانحدار ذو دلالة إحصائية بالإضافة إلى توفر نفس الشرط (دلالة إحصائية أقل من 0.05) فيما يخص اختبار ستودنت

الفصل الثالث تطبيقي: دراسة عينة من مستخدمي البنوك الجزائرية

(T-Test) أي أن معلمات النموذج كذلك ذات دلالة إحصائية بهامش ثقة (95%) عدا الثابت، كما يلاحظ أن المتغير المستقل يؤثر إيجابيا بدرجة (0.828) على المتغير التابع هذا ما يؤكد صحة قبول الفرضية الرابعة التي تنص على: "وسائل الدفع الإلكترونية دور إيجابي في تحسين بعد الاهتمام والتعاطف للخدمات المصرفية"، أي أن زيادة (تحسن) في مستوى وسائل الدفع الإلكترونية بوحدة واحدة ستؤدي إلى تسجيل تحسن في مستوى بعد الاهتمام والتعاطف بـ: (0.828) وحدة.

خامسا: اختبار صحة الفرضية الخامسة

لدراسة دور وسائل الدفع الإلكترونية (X) في تحسين جودة الخدمات المصرفية من خلال بعد الثقة والأمان (Y₁)، نستعين بنتائج تحليل الانحدار الموضحة بالجدول الموالي:

الجدول رقم (17): نتائج اختبار نموذج الانحدار للفرضية الخامسة

المؤشر	الارتباط Pearson	المقدرة التفسيرية المعدلة	قيمة اختبار F	دلالة F
	0.815	0.652	55.374	0.000
النموذج المقدر	المعامل		قيمة اختبار T	دلالة T
الثابت	0.750		1.719	0.097
X	0.830		7.441	0.000

المصدر: إعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات برنامج (SPSS.V26).

تم تسجيل ارتباط إيجابي طردي قوي بنسبة (81.5%) بين وسائل الدفع الإلكترونية وبعد الثقة والأمان كأحد أبعاد متغير الخدمات المصرفية بحيث كلما تحسن مستوى وسائل الدفع الإلكترونية تحسن معها بعد الثقة والأمان بمقدرة تفسيرية تقدر بـ: (0.652) أي أن وسائل الدفع الإلكترونية تفسر ما نسبته (65.2%) من التغيرات التي تطرأ على بعد الثقة والأمان، أما صيغة

الفصل الثالث تطبيقي: دراسة عينة من مستخدمي البنوك الجزائرية

تأثير المتغير المستقل على المتغير التابع فقد أخذت معادلة الانحدار البسيط الصيغة الرياضية التالية:

$$Y_5 = 0.750 + 0.830 X$$

بالاعتماد على جدول ومعادلة الانحدار فقد كانت الدلالة الإحصائية لاختبار فيشر (Fisher) أقل من القيمة المعيارية (0.05) أي أن نموذج الانحدار ذو دلالة إحصائية بالإضافة إلى توفر نفس الشرط (دلالة إحصائية أقل من 0.05) فيما يخص اختبار ستودنت (T-Test) أي أن معاملات النموذج كذلك ذات دلالة إحصائية بهامش ثقة (95%) عدا الثابت، كما يلاحظ أن المتغير المستقل يؤثر إيجابيا بدرجة (0.830) على المتغير التابع هذا ما يؤكد صحة قبول الفرضية الخامسة التي تنص على: "لوسائل الدفع الالكترونية دور إيجابي في تحسين بعد الثقة والأمان للخدمات المصرفية"، أي أن زيادة (تحسن) في مستوى وسائل الدفع الالكترونية بوحدة واحدة ستؤدي إلى تسجيل تحسن في مستوى بعد الثقة والأمان بـ: (0.830) وحدة.

خلاصة الفصل:

يعرف الاقتصاد العالمي تحولات تفرزها معطيات مختلفة أبرزها وأهمها التطورات التكنولوجية خاصة فيما يتعلق منها بأنظمة الاتصال عن بعد، هذا التطور جعل الاقتصاد العالمي يستفيد من السرعة والفعالية التي يوفرها له، وظهر إلى الوجود أفكار اقتصادية جديدة تعكسها هذه التطورات التي تسمح بتجديدها، وامتدت هذه الأفكار إلى الجهاز المصرفي الذي استعملها كحل لوسائل الدفع الكلاسيكية التي لم تعد تدر عليه ربحا في غالب الأحيان وتكبده خسائر كبيرة، فلم تعد هذه الوسائل ملائمة وتطورات العصر لا من حيث السرعة ولا من حيث الفعالية بل تسببت في حدوث أزمة ثقة بين البنك وعملاءه، فكان من المنطقي إيجاد حل بدائل عنها في ظل تطورات وتوفر كل الأدوات والإمكانيات لتحقيق ذلك.

لقد ظهر إلى الوجود ما يسمى بوسائل دفع الكترونية كان أولها بطاقات بنكية انتشرت بسرعة عبر كل أنحاء العالم وحضت بقبول واسع مما شجع على خلق وسائل دفع أخرى، ليستمر التطور فيشمل ابتكار أجهزة وتقديم خدمات جديدة تتلاءم وعالم الصيرفة الالكترونية خاصة الخدمات وعمليات التجارة الالكترونية عبر شبكة الانترنت، غير أن هذه الوسائل الالكترونية بعد تقييمها اتضح انه هناك الكثير من العوائق التي تحد من انتشارها بالإضافة إلى العوامل الايجابية التي جلبت الجمهور إليها.

خاتمة

الخاتمة:

أدركت الجزائر مؤخرا ضرورة الارتقاء بخدماتها المصرفية واعتماد وسائل دفع قد تخلصها من مجتمع يعشق لغة المادة، و في إطار ذلك بذلت جهودا وتبنت مشاريعا وخطت خطوات كلها تصب في مجال تحديث وعصرنة وسائل الدفع، لكنها مع ذلك للأسف لا زالت تسجل تأخرا وبطئا في التنفيذ، بل عليها أن تستعد لمواجهة المشاكل التي ستعرق تطبيق مشروع العصرنة، بسبب الوضعية الحساسة التي يعيشها النظام المصرفي بكامله.

النتائج العامة للدراسة:

أولا: النتائج النظرية

تتلخص فيما يلي:

1. وسائل الدفع الالكترونية تساهم وبشكل كبير في عمليات الإيداع والسحب والتحويل وغيرها من العمليات الأخرى بطرق الكترونية، دون الحاجة إلى التنقل إلى مقر البنك.
2. وسائل الدفع الالكترونية تقدم خدمات متميزة عن الخدمات التقليدية فهي توفر الجهد والوقت.
3. رغم ما توفره وسائل الدفع الالكترونية من مزايا إلا أنها لا تخلو من المخاطر التي يمكن حمايتها بواسطة طرق حماية الكترونية كالتوقيع الالكتروني أو التشفير أو لبصمة الالكترونية... الخ.
4. وسائل الدفع الالكترونية تحسن من جودة الخدمات المصرفية.

ثانيا: النتائج التطبيقية

من خلال الدراسة التطبيقية لوسائل الدفع الالكترونية ودورها في تحسين جودة الخدمات المصرفية وبالتحديد العينة المدروسة (عينة من مستخدمي البنوك الجزائرية) توصلنا إلى ما يلي:

- أ. تواجه البنوك الجزائرية صعوبة استخدام وسائل الدفع الالكترونية وذلك بسبب نقص الوعي الثقافي والاجتماعية والمصرفي لدى الجمهور الجزائري و تعلقه بالوسائل التقليدية.

خاتمة

ب. ومن العوائق أيضا التي تواجه البنوك الجزائرية صعوبة تطبيق وسائل الدفع الالكترونية.
ج. نقص الإقبال على استخدام وسائل الدفع الالكترونية وذلك بسبب عدم قبولها بالكامل من طرف الجمهور الجزائري.

التوصيات والاقتراحات:

في ضوء النتائج المتوصل من خلال الدراسة الميدانية، يمكن طرح جملة من الاقتراحات والمتمثلة في:

1. إجراء الكثير من الدراسات من أجل الاستفادة من التجارب السابقة وتجارب الدول المتقدمة منها والسائرة في طريق النمو في مجال تحديث وسائل الدفع.
2. تقوية البنية التحتية والبنية الفوقية للجهاز المصرفي وذلك بزيادة الإنفاق الاستثماري في مجال تكنولوجيا المعلومات، والتوسع في استخدام شبكة الانترنت لتقديم تشكيلة متنوعة من الخدمات الحديثة للعملاء بكفاءة أعلى وتكلفة أقل.
3. نشر الوعي الثقافي والاجتماعي والمصرفي لدى الجمهور بصفة عامة ولدى عملاء البنك بصفة خاصة.
4. تقديم الخدمات للعملاء حسب رغباتهم وبالكفاءة والسرعة اللازمتين.

آفاق الدراسة: من خلال دراستنا هذه نقترح على الدراسات المستقبلية تغطية النقاط التالية:

- أ. دور وسائل الدفع الالكترونية في تحقيق رضا العميل.
- ب. دور وسائل الدفع الالكترونية في قياس جودة الخدمات المصرفية.

قائمة المراجع

قائمة المراجع

الكتب بالعربية:

1. أبو جريش جورج نهاد وخشان يوسف رشوان، المدخل إلى المصارف والانترنت، اتحاد المصارف العربية، بيروت، لبنان، 2004.
2. أبو فروة محمود محمد، تسويق الخدمات البنكية الإلكترونية عبر الانترنت، الطبعة الأولى، دار الثقافة، عمان، الأردن، 2009.
3. أحمد محمود أحمد، تسويق الخدمات المصرفية (مدخل نظري تطبيقي)، دار البركة، الأردن، الطبعة الأولى 2001.
4. اندراوس رامي جمال وعادل سالم معاينة، الإدارة بالثقة والتمكين، الطبعة الأولى، عالم الكتب الحديث، الأردن، 2008.
5. بختي إبراهيم، التجارة الإلكترونية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2005.
6. بكري ثامر واحمد الرحومي، تسويق الخدمات المالية، دار إثراء، عمان، الطبعة الأولى 2008.
7. بكري ثامر واحمد الرحومي، تسويق الخدمات المالية، دار إثراء للنشر والتوزيع، عمان، الطبعة الأولى 2008.
8. بكري سونيا محمد، غدارة الجودة الكلية، الدار الجامعية، الإسكندرية، مصر، 2002.
9. جنبهيه منير وممدوح جنبهيه، البنوك الإلكترونية، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، مصر، 2005.
10. حداد عوض بدير، تسويق الخدمات المصرفية، البيان للطباعة والنشر، الإسكندرية، مصر، 1999.
11. حداد وسيم محمد وآخرون، الخدمات المصرفية الإلكترونية، الطبعة الأولى، دار المسيرة، عمان، 2012.
12. حلابي إبراهيم عباس، احتراف التسويق الإلكتروني الدولي، دار الفكر العربي، القاهرة، مصر، 2013.

13. حموري ناهد فتحي، الأوراق التجارية الإلكترونية، الطبعة الأولى، دار الثقافة، عمان، الأردن، 2009.
14. ديلمي خالد علي، النقود والمصارف والنظرية النقدية، الطبعة الأولى، دار الأونيس، مصراتة، 1998.
15. رمضان زياد ومحفوظ جودة، الاتجاهات المعاصرة في إدارة البنوك، دار وائل، عمان، 2000.
16. سواح شعبان إبراهيم، النقود البلاستيكية، الدار الجامعية، الإسكندرية، مصر، 2005.
17. سويدان موسى نظام وشفيق إبراهيم الحداد، التسويق (مفاهيم معاصرة)، دار حامد، عمان، الأردن، الطبعة الأولى 2003.
18. شامية أحمد زهير، النقود والمصارف، الطبعة الأولى، دار زهران، الأردن، 2013.
19. شريف عليان وآخرون، القانون التجاري (مبادئ ومفاهيم)، دار المسيرة، عمان، الأردن، 2000.
20. شمري ناظم محمد النوري وعبد الفتاح زهير عبد اللات، الصيرفة الإلكترونية، الطبعة الأولى، دار وائل، عمان، الأردن، 2008.
21. شوري جلال عايد، وسائل الدفع الإلكتروني، الطبعة الأولى، دار الثقافة، عمان، الأردن، 2008.
22. صرن رعد حسن، عولمة جودة الخدمة المصرفية، دار التواصل العربي، عمان، الأردن، 2000.
23. صمادي حازم نعيم، المسؤولية في العمليات المصرفية الإلكترونية، الطبعة الأولى، دار وائل، عمان، الأردن، 2003.
24. صميدعي محمود بشير عباس العلق، أساسيات التسويق الشامل والمتكامل، دار المناهج، بدون بلد نشر، 2002.
25. صميدعي محمود جاسم وردينة عثمان يوسفن التسويق المصرفي (مدخل استراتيجي كمي تحليلي)، الطبعة الأولى، دار المناهج، عمان، الأردن، 2005.
26. ضمور هاني حامد، تسويق الخدمات، ط4، دار وائل، عمان، الأردن، 2008.

27. طه طارق، إدارة البنوك في بيئة العولمة والانترنت، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2007.
28. عبيدات لورنس محمد، إثبات المحرر الإلكتروني، الطبعة الأولى، دار الثقافة، عمان، الأردن، 2005.
29. عزوي محمد عبد الوهاب، أنظمة إدارة الجودة والبيئة، الطبعة الأولى، دار وائل، عمان، الأردن، 2002.
30. عطون مروان، الأسواق النقدية والمالية والبورصات، ط2، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2003.
31. عطية طاهر مرسي، أساسيات التسويق الحديث، دار النسر الذهبي، مصر، 2004.
32. علاق بشير عباس، تسويق الخدمات، دار زهران، عمان، الأردن، 2007.
33. غرابية عبد الله أحمد عبد الله، حجية التوقيع الإلكتروني في التشريع المعاصر، الطبعة الأولى، دار الراية، عمان، الأردن، 2008.
34. غنام شريف محمد، محفظة النقود الإلكترونية، الدار الجامعية الجديدة، الإسكندرية، مصر، 2007.
35. قريصة صبحي تادرس، النقود والبنوك، دار النهضة العربية، بيروت، 1984.
36. قزويني شاكرا، محاضرات في اقتصاد النقود والبنوك، ط2، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1992.
37. قنديل نهلة أحمد، التجارة الإلكترونية، جامعة قناة السويس، القاهرة، 2004.
38. لطرش الطاهر، تقنيات البنوك، ط2، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2003.
39. محياوي قاسم نايف علوان، إدارة الجودة في الخدمات، دار الشروق، الأردن، 2006.
40. مدادحة أحمد نافع ومحمد عزت الحلالمة، تسويق الخدمات المعلوماتية في المكتبات، الطبعة الأولى، دار المعترز، عمان، الأردن، 2010.
41. معلا ناجي، الأصول العلمية للتسويق المصرفي، الطبعة الثالثة، المكتبة الوطنية، عمان، الأردن، 2007.
42. موسى حسن طالبين الأوراق التجارية والعمليات المصرفية، الطبعة الأولى، دار الثقافة، عمان، الأردن، 2011.

43. ناشف أنطوان وخلييل الهندي، العمليات المصرفية والسوق المالية، المؤسسات الحديثة للكتاب، لبنان، ج1، 1998.
44. ناصر سليمان، التقنيات البنكية وعمليات الائتمان، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2012.
45. نجار فريد وآخرون، التجارة و الأعمال الإلكترونية، الدار الجامعية، الإسكندرية، مصر، 2006.
46. يوسف أمير فرج، عالمية التجارة الإلكترونية وعقودها، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، مصر، 2009.
- الكتب بالأجنبية:**

1. D'hoir Laupretre Catherine, Droit Du Crédit, Edition Ellipses, Lyon, 1999.
2. Michel Vivant, Les Contracts Du Commerce Electronique, Edition Litec, Paris, 1999.
3. Monique Zollinger, Marketing Et Stratégie De La Banque, Edition:Dunod, 4eme edition, Paris, 2004.
4. Pierre Eiglier, Eric Langeard, Le Marketing Des Services, Edition International, 5eme edition, Paris,1994.

الأطروحات والمذكرات:

1. بلعبيدي عايدة عبير، أثر البنوك الأجنبية في تمويل الاقتصاد الوطني(حالة الجزائر)، مذكرة ماجستير، غير منشورة، جامعة محمد خيضر بسكرة، 2005-2006.
2. جبلي هدى، قياس جودة الخدمات المصرفية، مذكرة ماجستير، غير منشورة، جامعة منتوري قسنطينة، 2009-2010.
3. حلوز وفاء، تدعيم جودة الخدمة البنكية وتقسيماتها من خلال رضا العميل، أطروحة دكتوراه، غير منشورة، جامعة أبو بكر بلقايد تلمسان، 2013-2014.
4. رجال فؤاد، تأثير تحرير تجارة الخدمات المصرفية على تنافسية البنوك وأثرها على القطاع المصرفي الجزائري، مذكرة ماجستير، غير منشورة، جامعة محمد خيضر بسكرة، 2005-2006.

5. سالم مريم، أساليب تسويق وسائل الدفع الحديثة لرفع القدرة التنافسية للبنوك في الجزائر، مذكرة ماستر، غير منشورة، جامعة محمد خيضر بسكرة، 2013-2014.
6. سعدية محبوب، علاقة جودة الخدمة برضا العملاء في المؤسسات الصحية، مذكرة ماجستير، غير منشورة، جامعة محمد خيضر بسكرة، 2008-2009.
7. شيروف فضيلة، أثر التسويق الإلكتروني على جودة الخدمة المصرفية، مذكرة ماجستير، غير منشورة، جامعة منتوري قسنطينة، 2009-2010.
8. عبد الرحيم وهبية، إحلال وسائل الدفع المصرفية التقليدية بالإلكترونية (دراسة حالة الجزائر)، مذكرة ماجستير، غير منشورة، جامعة الجزائر، 2005-2006.
9. عبيدات سليمة، تسويق الخدمات البنكية وأثره على رضا الزبون، مذكرة ماستر، المركز الجامعي العقيد آكلي محند أولحاج البويرة، 2011-2012.
10. فليسي ليندة، واقع جودة الخدمات في المنظمات ودورها في تحقيق الأداء المتميز، مذكرة ماجستير، غير منشورة، جامعة أمحمد بوقرة بومرداس، 2011.
11. لوصيف عمار، استراتيجيات نظام المدفوعات للقرن الحادي والعشرون مع الإشارة إلى التجربة الجزائرية، مذكرة ماجستير، غير منشورة، جامعة منتوري قسنطينة، 2008-2009.
12. ليلة بوقلال، دور الصيرفة الإلكترونية في تحسين جودة الخدمة المصرفية، مذكرة ماستر، غير منشورة، جامعة محمد خيضر بسكرة، 2013-2014.
13. محمد بوبتره وعبد اللطيف بن زبيدي، معالجة المعاملات المصرفية في ظل نظام الدفع الآلي، مذكرة ليسانس، غير منشورة، المدرسة العليا للتجارة، 2007-2008.
14. محمد عدنان بن الضيف وآخرون، نظم الدفع الإلكتروني، مذكرة ليسانس، غير منشورة، جامعة محمد خيضر بسكرة، 2004-2005.
15. نعيمة سلمان، دور جودة الخدمات المصرفية في كسب رضا الزبون، مذكرة ماستر، غير منشورة، جامعة قاصدي مرياح ورقلة، 2012-2013.
16. واقد يوسف، النظام القانوني للدفع الإلكتروني، مذكرة ماجستير، غير منشورة، جامعة مولود معمري تيزي وزو، 2010-2011.

الملتقيات والمؤتمرات:

1. أحمد طرطار وسارة حليمي، جودة الخدمات المصرفية كآلية لتفعيل الميزة التنافسية للبنك، الملتقى الدولي حول إدارة الجودة الشاملة في قطاع الخدمات، جامعة منتوري قسنطينة، 2010.
2. ربحي كريمة، تسويق الخدمات المصرفية، الملتقى المنظومة المصرفية الجزائرية التحولات الاقتصادية (الواقع والتحديات)، جامعة البليدة، بدون تاريخ.
3. صلاح إلياس، مستقبل وسائل الدفع الإلكترونية في ظل وجود الوسائل الحديثة، الملتقى العلمي الدولي الرابع حول عصنة نظام الدفع في البنوك الجزائرية وإشكالية اعتماد التجارة الإلكترونية في الجزائر (عرض تجارب دولية)، المركز الجامعي خميس مليانة الجزائر، 2001.
4. عبد الكريم قندوز وبومدين نورين، الصيرفة الإلكترونية في المؤسسات المصرفية كمدخل لبناء الاقتصاد الرقمي في الجزائر الملتقى العلمي الدولي الثاني حول المعرفة في ظل الاقتصاد الرقمي، جامعة حسيبة بن بوعلي الشلف، بدون تاريخ.
5. قصاب سعيدة وبودريالة فايزة، تقييم وسائل الدفع الإلكترونية (المزايا والمخاطر)، الملتقى العلمي الدولي الرابع حول عصنة نظام الدفع في البنوك الجزائرية وإشكالية اعتماد التجارة الإلكترونية في الجزائر عرض تجارب دولية، المركز الجامعي خميس مليانة الجزائر، 2011.
6. منصور الزين، وسائل وأنظمة الدفع والسداد الإلكتروني (عوامل الانتشار وشروط النجاح)، الملتقى العلمي الدولي الرابع حول عصنة نظام الدفع في البنوك الجزائرية وإشكالية اعتماد التجارة الإلكترونية في الجزائر (عرض تجارب دولية)، المركز الجامعي خميس مليانة الجزائر، 2011.
7. يشرين بدري البارودي، دور اقتصاد المعرفة في تطوير الخدمات الإلكترونية (دراسة تحليلية عن البنوك الإلكترونية)، المؤتمر العلمي الخامس حول اقتصاد المعرفة والتنمية الاقتصادية، كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية، جامعة الزيتونة الأردنية، 2005.

المجلات:

1. بريش عبد القادر، جودة الخدمات المصرفية كمدخل لزيادة القدرة التنافسية للبنوك، مجلة اقتصاديات شمال إفريقيا، العدد 03، بدون تاريخ.
2. عبد الرحيم وهيبية، وسائل الدفع التقليدية في الجزائر (الوضعية والآفاق)، مجلة الباحث، تمناست الجزائر، العدد 09، 2011.
3. غيثي عبد العالي وشمام عبد الوهاب، قياس جودة الخدمات المصرفية، مجلة العلوم الإنسانية، جامعة محمد خيضر بسكرة، العدد 01، 2007.

التقارير:

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

1. [www. Startimes.com](http://www.Startimes.com).

2. خالد بن سامي محمد حسين، إدارة الجودة الشاملة، على الموقع الإلكتروني:
www.Kau.edu.sa، تاريخ الاطلاع: 01-03-2021.

3. عبد العزيز عبد العال زكي عبد العال، إدارة الجودة ودورها في بناء الشركات، أطروحة مقدمة للحصول على درجة الدكتوراه في غدارة الأعمال، قسم التعلم عن بعد، المركز الاستشاري البريطاني، الجامعة الافتراضية الدولية بالمملكة المتحدة، 2010، على الموقع:
www.abahe.co.uk، تاريخ الاطلاع: 01-03-2021.

4. لمى فيصل اسبر، مدخل مقترح لرفع الكفاءة والفعالية المصرفية من منظور إدارة الجودة الشاملة (دراسة بنوك سوريا)، بحث مقدم للحصول على درجة الماجستير، جامعة تشرين اللاذقية سوريا، 2009، على الموقع الإلكتروني: www.9alam.com، تاريخ الاطلاع: 01-03-2021.

5. نوال بن عمارة، وسائل الدفع الإلكترونية(الآفاق والتحديات)، على الموقع الإلكتروني:
<http://www.douis.free.fr>، تاريخ الاطلاع: 30-03-2021.

6. www.ag-bank.com.

الملاحق

1. اختبار الثبات

الموسمية Y ₁	وسائل الدفع الالكترونية ككل X
Reliability Statistics Cronbach's Alpha N of Items ,875 4	Reliability Statistics Cronbach's Alpha N of Items ,864 13
الاعتمادية Y ₃	الاستجابة Y ₂
Reliability Statistics Cronbach's Alpha N of Items ,829 6	Reliability Statistics Cronbach's Alpha N of Items ,754 3
الثقة والأمان Y ₅	الاهتمام والتعاطف Y ₄
Reliability Statistics Cronbach's Alpha N of Items ,741 4	Reliability Statistics Cronbach's Alpha N of Items ,735 5
الاستجابة التنافسية ككل Y	

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,833	5

2. الاتساق الداخلي

Correlations		X
استخدام البطاقات الإلكترونية يعوضك على استخدام النقود والشيكات	Pearson Correlation	,734
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	30
يمكنك السحب بالبطاقة الإلكترونية من أي فرع من فروع البنك	Pearson Correlation	,492
	Sig. (2-tailed)	,006

		N	30
رسوم وتكاليف استخدام البطاقات الإلكترونية مناسبة	Pearson Correlation	,510	**
	Sig. (2-tailed)	,004	
		N	30
تستطيع استخدام البطاقات الإلكترونية داخل وخارج الوطن	Pearson Correlation	,831	**
	Sig. (2-tailed)	,000	
		N	30
إجراءات الحصول على البطاقات الإلكترونية بسيطة	Pearson Correlation	,769	**
	Sig. (2-tailed)	,000	
		N	30
توفر لك البطاقات الإلكترونية الحماية الكافية لأموالك	Pearson Correlation	,699	**
	Sig. (2-tailed)	,000	
		N	30
يمكنك استعادة البطاقات الإلكترونية في حالة الضياع أو التلف بسهولة	Pearson Correlation	,854	**
	Sig. (2-tailed)	,000	
		N	30
تستطيع استخدام الصراف الآلي في أي وقت	Pearson Correlation	,884	**
	Sig. (2-tailed)	,000	
		N	30
تشعر بالأمان عند استخدام الصراف الآلي	Pearson Correlation	,901	**
	Sig. (2-tailed)	,000	
		N	30
السحب من الصراف الآلي يمكنك من الحصول على المبلغ الذي تريده	Pearson Correlation	,594	**
	Sig. (2-tailed)	,000	
		N	30
أجهزة الصراف الآلي متاحة في كل فروع البنك	Pearson Correlation	,847	**
	Sig. (2-tailed)	,000	
		N	30
تعتقد أن البنك يعمل على استحداث وسائل دفع جديدة	Pearson Correlation	,574	**
	Sig. (2-tailed)	,001	
		N	30
ترى أن البنك يقوم بتطوير تعامله بوسائل الدفع الإلكتروني	Pearson Correlation	,829	**
	Sig. (2-tailed)	,000	
		N	30

Correlations

		Y1
يحتوي الموقع الإلكتروني للبنك على ألوان ومظهر جذاب	Pearson Correlation	,870**
	Sig. (2-tailed)	,000
		N 30
البنك موقع إلكتروني يسهل عليك تتبعه	Pearson Correlation	,804**
	Sig. (2-tailed)	,000
		N 30
يمتلك البنك أجهزة إلكترونية متطورة	Pearson Correlation	,750**
	Sig. (2-tailed)	,000
		N 30
وسائل الدفع الإلكتروني المتوفرة بالبنك ملائمة لجميع الزبائن	Pearson Correlation	,857**
	Sig. (2-tailed)	,000
		N 30

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Correlations

		Y2
اعتماد البنك لوسائل الدفع الإلكتروني يجعلك تستفيد من الخدمة دون انتظار	Pearson Correlation	,910**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	30
يقوم البنك بالاستجابة السريعة لشكاويك وحل مشاكلك العالقة	Pearson Correlation	,505**
	Sig. (2-tailed)	,004
	N	30
ساهمت وسائل الدفع الإلكتروني في التقليل من زمن الحصول على الخدمة	Pearson Correlation	,893**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	30

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Correlations

		Y3
التعامل بواسطة وسائل الدفع الإلكتروني متاح في كل وقت	Pearson Correlation	,838**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	30
وسائل الدفع الإلكتروني سهلة الاستخدام	Pearson Correlation	,520**
	Sig. (2-tailed)	,003
	N	30
استخدام وسائل الدفع الإلكتروني يتميز بالدقة وعدم ارتكاب الأخطاء في المعاملات المصرفية	Pearson Correlation	,605**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	30
ساهمت وسائل الدفع الإلكتروني في عدم التقيد بالمواعيد الرسمية لعمل البنك	Pearson Correlation	,627**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	30
تتيح لك وسائل الدفع الإلكتروني في البنك الاستفادة من خدمات متنوعة	Pearson Correlation	,475**
	Sig. (2-tailed)	,008
	N	30
يمكنك أن تعتمد على موظفي البنك في تقديم خدمات ذات جودة عالية	Pearson Correlation	,829**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	30

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Correlations

		Y4
تنوع وسائل الدفع الإلكتروني بالبنك يتلاءم واحتياجاتك	Pearson Correlation	,849**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	30

يشعر ك التعامل بوسائل الدفع الإلكتروني بنوع من التميز	Pearson Correlation	,559**
	Sig. (2-tailed)	,001
	N	30
يذكر البنك من حين لآخر بوسائل الدفع الإلكتروني التي يمكنك استخدامها	Pearson Correlation	,808**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	30
يرسل البنك كشف الحساب لك عبر بريدك الإلكتروني	Pearson Correlation	,618**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	30
يقوم البنك وموظفه بشرك وتقديرك على تعاملك معهم	Pearson Correlation	,856**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	30

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Correlations

		Y5
عند استخدامك لوسائل الدفع الإلكتروني تشعر بالأمان و الارتياح	Pearson Correlation	,895**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	30
يحافظ البنك على سرية كل المعلومات التي تخص تعاملاتك المصرفية	Pearson Correlation	,488**
	Sig. (2-tailed)	,006
	N	30
تشعر بالحماية الأمنية أثناء تواجدك بالبنك	Pearson Correlation	,490**
	Sig. (2-tailed)	,006
	N	30
تعاملك بوسائل الدفع الإلكتروني لا يشعرك بالشك والغموض	Pearson Correlation	,826**
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	30

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

3. البيانات الشخصية

		الجنس			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ذكر	16	53,3	53,3	53,3
	أنثى	14	46,7	46,7	100,0
Total		30	100,0	100,0	

		العمر			Cumulative
		Frequency	Percent	Valid Percent	Percent
Valid	من 18 إلى 30 سنة	19	63,3	63,3	63,3
	من 31 إلى 40 سنة	5	16,7	16,7	80,0
	من 41 إلى 50 سنة	3	10,0	10,0	90,0
	51 سنة فأكثر	3	10,0	10,0	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

		المستوى_التعليمي			Cumulative
		Frequency	Percent	Valid Percent	Percent
Valid	ثانوي	4	13,3	13,3	13,3
	جامعي	19	63,3	63,3	76,7
	دراسات عليا	6	20,0	20,0	96,7
	متوسط	1	3,3	3,3	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

(4). تحليل المحاور

Descriptive Statistics

	N	Mean	Std. Deviation
استخدام البطاقات الإلكترونية يعوضك على استخدام النقود والشيكات	30	4,3333	,99424
يمكنك السحب بالبطاقة الإلكترونية من أي فرع من فروع البنك	30	4,4333	,67891
رسوم وتكاليف استخدام البطاقات الإلكترونية مناسبة	30	3,4667	1,13664
تستطيع استخدام البطاقات الإلكترونية داخل وخارج الوطن	30	3,5333	1,27937
إجراءات الحصول على البطاقات الإلكترونية بسيطة	30	3,3333	1,37297
توفر لك البطاقات الإلكترونية الحماية الكافية لأموالك	30	3,5667	1,19434
يمكنك استعادة البطاقات الإلكترونية في حالة الضياع أو النصف بسهولة	30	3,4333	1,30472
تستطيع استخدام الصراف الآلي في أي وقت	30	3,8000	1,03057
تشعر بالأمان عند استخدام الصراف الآلي	30	3,9000	1,12495
السحب من الصراف الآلي يمكنك من الحصول على المبلغ الذي تريده	30	3,2000	1,32353
أجهزة الصراف الآلي متاحة في كل فروع البنك	30	3,6000	1,00344
تعتقد أن البنك يعمل على استحداث وسائل دفع جديدة	30	3,3333	1,02833
ترى أن البنك يقوم بتطوير تعامله بوسائل الدفع الإلكتروني	30	3,3000	1,20773
X	30	67643,	,86586
Valid N (listwise)	30		

Descriptive Statistics

	N	Mean	Std. Deviation
Y1	30	0033,1	1,06188
يحتوي الموقع الإلكتروني للبنك على ألوان ومظهر جذاب	30	3,2667	1,25762
للبنك موقع إلكتروني يسهل عليك تتبعه	30	3,0667	1,14269
يملك البنك أجهزة إلكترونية متطورة	30	3,2667	1,11211
وسائل الدفع الإلكتروني المتوفرة بالبنك ملائمة لجميع الزبائن	30	2,9333	1,20153
Valid N (listwise)	30		

Descriptive Statistics

	N	Mean	Std. Deviation
Y2	30	00383,	1,06147
اعتماد البنك لوسائل الدفع الإلكتروني يجعلك تستفيد من الخدمة دون انتظار	30	3,4667	1,22428
يقوم البنك بالاستجابة السريعة لشكاويك وحل مشاكلك العالقة	30	3,0667	1,31131
ساهمت وسائل الدفع الإلكتروني في التقليل من زمن الحصول على الخدمة	30	3,6333	1,12903
Valid N (listwise)	30		

Descriptive Statistics

	N	Mean	Std. Deviation
Y3	30	16763,	,89523
التعامل بواسطة وسائل الدفع الإلكتروني متاح في كل وقت	30	3,7000	1,08755
وسائل الدفع الإلكتروني سهلة الاستخدام	30	3,8667	1,04166
استخدام وسائل الدفع الإلكتروني يتميز بالدقة وعدم ارتكاب الأخطاء في المعاملات المصرفية	30	3,4667	1,19578
ساهمت وسائل الدفع الإلكتروني في عدم التقيد بالمواعيد الرسمية لعمل البنك	30	3,7333	1,28475
تتيح لك وسائل الدفع الإلكتروني في البنك الاستفادة من خدمات متنوعة	30	3,6000	1,19193
يمكنك أن تعتمد على موظفي البنك في تقديم خدمات ذات جودة عالية	30	3,3333	1,06134
Valid N (listwise)	30		

Descriptive Statistics

	N	Mean	Std. Deviation
Y4	30	50053,	1,10133
تنوع وسائل الدفع الإلكتروني بالبنك يتلاءم واحتياجاتك	30	3,5333	1,27937
يشعرك التعامل بوسائل الدفع الإلكتروني بنوع من التميز	30	4,0333	1,12903
يذكرك البنك من حين لآخر بوسائل الدفع الإلكتروني التي يمكنك استخدامها	30	3,5667	1,10433
يرسل البنك كشفا لحسابك عبر بريد كالألكتروني	30	3,5667	1,22287

يقوم البنك وموظفوه بشكرك وتقديرك على تعاملك معهم	30	3,5667	1,30472
Valid N (listwise)	30		

Descriptive Statistics

	N	Mean	Std. Deviation
Y5	30	0044,0	,74278
عند استخدامك لوسائل الدفع الإلكتروني تشعر بالأمان والارتياح	30	4,1000	,95953
يحافظ البنك على سرية كل المعلومات التي تخص تعاملاتك المصرفية	30	4,1667	,69893
تشعر بالحماية الأمنية أثناء تواجدك بالبنك	30	4,0000	,94686
تعاملك بوسائل الدفع الإلكتروني لا يشعرك بالشك والغموض	30	3,9000	,75886
Valid N (listwise)	30		

5). اختبار طبيعية البواقي

Tests of Normality

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Statistic	Df	Sig.	Statistic	df	Sig.
Residual X Y1	,165	30	,036	,964	30	,384
Residual X Y2	,169	30	,028	,959	30	,288
Residual X Y3	,149	30	,087	,957	30	,254
Residual X Y4	,168	30	,031	,957	30	,259
Residual X Y5	,169	30	,028	,959	30	,288

a. Lilliefors Significance Correction

6). اختبار الفرضيات

الفرضية الأولى

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,841 ^a	,707	,697	,52097

a. Predictors: (Constant), X

b. Dependent Variable: Y1

ANOVA^a

	Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	18,367	1	18,367	67,673	,000 ^b
	Residual	7,599	28	,271		
	Total	25,967	29			

a. Dependent Variable: Y1

b. Predictors: (Constant), X

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients Beta		
1	(Constant)	,125	,437		,287	,776
	X	,919	,112	,841	8,226	,000

a. Dependent Variable: Y1

الفرضية الثانية

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,678 ^a	,459	,440	,75132

a. Predictors: (Constant), X

b. Dependent Variable: Y2

ANOVA^a

	Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	13,436	1	13,436	23,803	,000 ^b
	Residual	15,805	28	,564		
	Total	29,242	29			

a. Dependent Variable: Y2

b. Predictors: (Constant), X

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients Beta		
1	(Constant)	,516	,630		,819	,419
	X	,786	,161	,678	4,879	,000

a. Dependent Variable: Y2

الفرضية الثالثة

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,777 ^a	,604	,589	,54741

a. Predictors: (Constant), X

b. Dependent Variable: Y3

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	12,776	1	12,776	42,636	,000 ^b
	Residual	8,390	28	,300		
	Total	21,167	29			

a. Dependent Variable: Y3

b. Predictors: (Constant), X

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,741	,459		1,614	,118
	X	,767	,117	,777	6,530	,000

a. Dependent Variable: Y3

الفرضية الرابعة

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,714 ^a	,510	,493	,71528

a. Predictors: (Constant), X

b. Dependent Variable: Y4

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	14,916	1	14,916	29,154	,000 ^b
	Residual	14,326	28	,512		

Total	29,242	29			
-------	--------	----	--	--	--

a. Dependent Variable: Y4

b. Predictors: (Constant), X

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients Beta		
1	(Constant)	,522	,600		,870	,392
	X	,828	,153	,714	5,399	,000

a. Dependent Variable: Y4

الفرضية الخامسة

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,815 ^a	,664	,652	,51997

a. Predictors: (Constant), X

b. Dependent Variable: Y5

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	14,971	1	14,971	55,374	,000 ^b
	Residual	7,570	28	,270		
	Total	22,542	29			

a. Dependent Variable: Y5

b. Predictors: (Constant), X

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients Beta		
1	(Constant)	,750	,436		1,719	,097
	X	,830	,112	,815	7,441	,000

a. Dependent Variable: Y5

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة محمد بوضياف المسيلة

كلية: العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير قسم:.....

استبيان

تحية طيبة وبعد:

يشرفنا أن نضع بين أيديكم هذا الاستبيان التي يدخل ضمن متطلبات انجاز مذكرة ماستر في العلوم.....، تخصص:.....، والموسومة بعنوان:

"دور وسائل الدفع الإلكترونية في تحسين جودة الخدمات المصرفية"

للعلم فان البيانات المدلى بها في هذا الاستبيان لن تستخدم سوى لأغراض الدراسة العلمية فقط.

الرجاء وضع علامة (X) أمام الإجابة المناسبة.

الطالب قاصري موسى

المحور الأول: البيانات الشخصية

1- الجنس

ذكر أنثى

2- العمر

18 - 30 31 - 40 41 - 50 51 سنة فأكثر

3- المستوى الدراسي

مثل ثانوي جامعي دراسات عليا

المحور الثاني: وسائل الدفع الإلكترونية

موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة	مؤشرات وسائل الدفع الإلكترونية
					01 استخدام البطاقات الإلكترونية يعوضك على استخدام النقود والشيكات
					02 يمكنك السحب بالبطاقة الإلكترونية من أي فرع من فروع البنك
					03 رسوم و تكاليف استخدام البطاقات الإلكترونية مناسبة
					04 تستطيع استخدام البطاقات الإلكترونية داخل وخارج الوطن
					05 إجراءات الحصول على البطاقات الإلكترونية بسيطة
					06 توفر لك البطاقات الإلكترونية الحماية الكافية لأموالك
					07 يمكنك استعادة البطاقات الإلكترونية في حالة الضياع أو التلف بسهولة
					08 تستطيع استخدام الصراف الآلي في أي وقت
					09 تشعر بالأمان عند استخدام الصراف الآلي
					10 السحب من الصراف الآلي يمكنك من الحصول على المبلغ الذي تريده
					11 أجهزة الصراف الآلي متاحة في كل فروع البنك
					12 تعتقد أن البنك يعمل على استحداث وسائل دفع جديدة
					13 ترى أن البنك يقوم بتطوير تعامله بوسائل الدفع الإلكتروني

المحور الثالث: جودة الخدمات المصرفية

موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة	مؤشرات بعد الملموسية

					14	يحتوي الموقع الإلكتروني للبنك على ألوان ومظهر جذاب
					15	للبنك موقع إلكتروني يسهل عليك تتبعه
					16	يمتلك البنك أجهزة إلكترونية متطورة
					17	وسائل الدفع الإلكتروني المتوفرة بالبنك ملائمة لجميع الزبائن
					مؤشرات بعد الاستجابة	
					18	اعتماد البنك لوسائل الدفع الإلكتروني يجعلك تستفيد من الخدمة دون انتظار
					19	يقوم البنك بالاستجابة السريعة لشكاويك وحل مشاكلك العالقة
					20	ساهمت وسائل الدفع الإلكتروني في التقليل من زمن الحصول على الخدمة
					مؤشرات بعد الاعتمادية	
					21	التعامل بواسطة وسائل الدفع الإلكتروني متاح في كل وقت
					22	وسائل الدفع الإلكتروني سهلة الاستخدام
					23	استخدام وسائل الدفع الإلكتروني يتميز بالدقة وعدم ارتكاب الأخطاء في المعاملات المصرفية
					24	ساهمت وسائل الدفع الإلكتروني في عدم التقيد بالمواعيد الرسمية لعمل البنك
					25	تتيح لك وسائل الدفع الإلكتروني في البنك الاستفادة من خدمات متنوعة
					26	يمكنك أن تعتمد على موظفي البنك في تقديم خدمات ذات جودة عالية
					مؤشرات بعد الاهتمام والتعاطف	
					27	تنوع وسائل الدفع الإلكتروني بالبنك يتلاءم واحتياجاتك

					يشعرك التعامل بوسائل الدفع الإلكتروني بنوع من التميز	28
					يذكرك البنك من حين لآخر بوسائل الدفع الإلكتروني التي يمكنك استخدامها	29
					يرسل البنك كشف الحساب لك عبر بريدك الإلكتروني	30
					يقوم البنك وموظفوه بشكرك وتقديرك على تعاملك معهم	31
					مؤشرات بعد الثقة والأمان	
					عند استخدامك لوسائل الدفع الإلكتروني تشعر بالأمان والارتياح	32
					يحافظ البنك على سرية كل المعلومات التي تخص تعاملاتك المصرفية	33
					تشعر بالحماية الأمنية أثناء تواجدهم بالبنك	34
					تعاملك بوسائل الدفع الإلكتروني لا يشعرك بالشك و الغموض	35

شكرا على حسن تعاونكم