

جامعة محمد بوضياف المسيلة

كلية: علوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

قسم: العلوم التجارية

ميدان : العلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير

فرع: علوم التجارية

تخصص: تسويق مصرفي



جامعة محمد بوضياف - المسيلة
Université Mohamed Boudiaf - M'sila

مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر (أكاديمي) في العلوم التجارية

تحت عنوان

الصيرفة الالكترونية وتحدياتها في البنوك الجزائرية – دراسة حالة
بنك الفلاحة والتنمية الريفية – ولاية المسيلة -

المحاضر الطالب:

❖ بركات عبد الناصر

لجنة المناقشة

الاسم و اللقب	الرتبة العلمية	الجامعة	الصفة
			رئيسا
الدكتور عجابي عماد			مشرفا ومقررا
			مناقشا

السنة الجامعية: 2019-2020



أهدي ثمرة جهدي الى:

والديّ برا وإحسانا لهما، وتقديرا لما قدماه لي،

الزوجة الكريمة والأولاد،

الإخوة والأخوات،

والأقارب،

الزملاء والأصدقاء،

إلى كل من وقف معنا ودعمنا من قريب أو بعيد لإنجاز هذا البحث بجهده، ووقته،
ودعائه...

الطالب عبد ناصر بركات

شكر وتقدير

الحمد لله رب العالمين والصلاة والسلام على أشرف الأنبياء والمرسلين سيدنا محمد وعلى آله وصحبه ومن تبعهم بإحسان إلى يوم الدين، وبعد.. فإني أشكر الله تعالى على فضله حيث أتاح لي إنجاز هذا العمل بفضله، فله الحمد أولاً وآخراً.

ثم أشكر أولئك الأخيار الذين مدوا لي يد المساعدة، خلال هذه الفترة، وفي مقدمتهم أستاذي المشرف على الرسالة فضيلة الأستاذ الدكتور: عجابي عماد الذي لم يدخر جهداً في مساعدتي،

ولا أنسي أن أتقدم بجزيل الشكر الذي قام بتوجيهنا طيلة هذه الدراسة؛ وإلى كل طاقم الكلية وأخيراً، أتقدم بجزيل شكري إلي كل من مدوا لي يد العون والمساعدة في إخراج هذه الدراسة علي أكمل وجه.

الطالب عبد ناصر بركات

ملخص :

تعتبر البنوك الأساس المحرك للاقتصاد في أي بلد، وهذا نظرا لأنه متعلق بالجانب المالي والتمويلي للتجارة والتنمية وكذلك لعلاقتها بالأفراد والمؤسسات داخل البلد من خلال تقديم خدماتها المالية حيث إن البنك الإلكتروني هو بنك العصر في الواقع فهو يقدم فوائد و مزايا هائلة للعميل، وتعتبر وسائل الدفع الإلكترونية مساهمة للتطور الاقتصادي والتكنولوجي الذي تعرفه الصيرفة الإلكترونية وتتوائم وشبكة الانترنت كما أنها تريح الموظف في تعاملاته البنكية .وقد تم التوصل إلى أن استخدام ثورة الاتصالات جعلت من الخدمات المصرفية أمرا حتميا سيفرض نفسه في تحديد مستقبل المصارف وتطورها، كما تم التوصل إلى أن هناك أثر للصيرفة الإلكترونية على جودة الخدمات المصرفية من خلال توفير إمكانيات واسعة، كلها تساعد على الرفع من أداء البنوك لخدماتها بالرغم من وجود بعض المخاطر في تقديم الخدمة الإلكترونية كما يتضح الأثر أيضا من خلال تغير شكل أو مكان تقديم الخدمة من التقليدي إلى الإلكتروني. الذي يعمل على تقليل التكاليف وتقديم خدمة ذات جودة عالية والوصول بذلك إلى أكبر شريحة من العملاء.

و هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على تقييم العملاء لمستوى جودة الخدمات المصرفية ومدى استعمال الصيرفة الإلكترونية ، من خلال دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية المسيلة بالاعتماد على عدة مؤشرات. وتم استنتاج من خلال هذه الدراسة أن زبائن بنك الفلاحة والتنمية الريفية راضون على جودة الخدمات البنكية الإلكترونية بمختلف أبعادها بدرجة متوسطة عموما.

فهرس المحتويات

الفهرس

الصفحة	العنوان
	الاهداء
	الشكر والتقدير
	ملخص
أ-ح	مقدمة
38-7	<u>الفصل الاول: عموميات حول الصيرفة الالكترونية</u>
7	تمهيد
15-8	المبحث الاول: مدخل للخدمات المصرفية
9-8	المطلب الاول: ماهية الخدمات المصرفية
12-9	المطلب الثاني: تصنيف الخدمات المصرفية
15-12	المطلب الثالث: اليات تطوير الخدمات المصرفية
23-16	المبحث الثاني: توظيف تكنولوجيا المعلومات والاتصال في العمل المصرفي.
20-16	المطلب الأول: ماهية تكنولوجيا المعلومات
22-20	المطلب الثاني: تكنولوجيا الاتصال والشبكة المعلوماتية.
23-22	المطلب الثالث: التطورات التكنولوجية وأثرها على الخدمات المصرفية.
33-24	المبحث الثالث : ماهية الصيرفة الإلكترونية
27-24	المطلب الأول : تعريف وتطور الصيرفة الإلكترونية
28-27	المطلب الثاني : أهمية اعتماد الصيرفة الإلكترونية و عوامل نجاحها
33-28	المطلب الثالث : مزايا و مخاطر الصيرفة الالكترونية وتحدياتها
37-33	المبحث الرابع: البنوك الالكترونية واساليب الدفع
36-34	المطلب الأول : اليات البنوك الإلكترونية
37-36	المطلب الثاني : وسائل الدفع البنوك الالكترونية
38-37	المطلب الثالث: متطلبات البنوك الالكترونية
39	خاتمة الفصل الأول
	الفصل الثاني: واقع الصيرفة الالكترونية في بنك الفلاحة والتنمية الريفية

41	تمهيد
46-42	المبحث الأول : الصيرفة الالكترونية في الجزائر
43-42	المطلب الأول: أثر الصيرفة الإلكترونية في الجزائر
44-43	المطلب الثاني : مراحل تطبيق الدفع الإلكتروني في الجزائر
46-44	المطلب الثالث: وسائل الدفع الالكترونية في الجزائر
49-47	المبحث الثاني: دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية
48-47	المطلب الأول: تقديم بنك الفلاحة والتنمية الريفية بشكل عام
49-48	المطلب الثاني: نشأة وتعريف بنك الفلاحة والتنمية الريفية - وكالة المسيلة
49	المطلب الثالث: الهيكل التنظيمي لبنك الفلاحة والتنمية الريفية - وكالة المسيلة -
63-50	المبحث الثالث: منهجية وتحليل الدراسة الميدانية
51-50	المطلب الأول: منهجية الدراسة
52-51	المطلب الثاني: اساليب وأدوات تحليل الدراسة
63-52	المطلب الثالث: عرض وتحليل نتائج الدراسة
64	خاتمة الفصل الثاني
66	خاتمة
70-68	قائمة المراجع
74-72	قائمة الملاحق

قائمة الجداول والأشكال

قائمة الجداول

الصفحة	العنوان	الرقم
53	اجابات أفراد العينة حول جودة الخدمات (بصفة عامة)	01
54	اجابات أفراد العينة حول جودة الخدمات (الأمان والثقة)	02
55	اجابات أفراد العينة حول الخدمة التي يقدمها الصراف الالي	03
56	اجابات أفراد العينة حول الصيرفة عبر الهاتف النقال	04
57	اجابات أفراد العينة حول الصيرفة عبر شبكة الانترنت	05
58	مفردات العينة حسب متغيرات الجنس	06
59	مفردات العينة حسب متغيرات العمر	07
60	مفردات العينة حسب متغيرات المستوى التعليمي	08
61	مفردات العينة حسب متغيرات المهنة	09
62	مفردات العينة حسب متغيرات عدد سنوات التعامل مع البنك	10

قائمة الأشكال

الصفحة	العنوان	الرقم
16	تحول المعطى الى معلومة	01
18	مفهوم لنظام المعلومات	02
21	مفهوم بسيط للاتصال	03
46	بطاقة فيزا كارد	04
46	بطاقة الدفع المسبق	05
46	بطاقة ماستر كارد	06
49	الهيكل التنظيمي لبنك الفلاحة والتنمية الريفية -وكالة المسيلة-	07
59	مفردات العينة حسب متغيرات الجنس	08
60	مفردات العينة حسب متغيرات العمر	09
61	مفردات العينة حسب متغيرات المستوى التعليمي	10
62	مفردات العينة حسب متغيرات المهنة	11
63	مفردات العينة حسب متغيرات عدد سنوات التعامل مع البنك	12

مَقَامَةٌ

مقدمة عامة

يعرف الاقتصاد العالمي تحولات هامة أفرزتها معطيات مختلفة، أبرزها وأهمها التطورات التكنولوجية، هذا التطور جعل الاقتصاد العالمي يستفيد من السرعة والفعالية التي يوفرها له، و في ظل التطورات السريعة التي عرفتها تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، خاصة ما تعلق منها بأنظمة الاتصال عن بعد بالإضافة إلى الثورة المعلوماتية ، شهد العالم موجة من التغيرات والتحويلات الرهيبة مست مختلف مناحي الحياة لا سيما الاقتصادية منها، أين تم الانتقال من المجتمع الصناعي إلى مجتمع المعلومات، الذي يتخذ من المعرفة والتقنية مرتكزا له، هذا التحول جعل الاقتصاد العالمي يستفيد من السرعة والفعالية التي توفرها له .

ففي ظل هذه التحديات، كانت هناك جهود عديدة من طرف البنوك المركزية لمختلف الدول من أجل تهيئة المصارف، فتحوّلت العديد من الأجهزة المصرفية في العالم إلى نظم الصيرفة الإلكترونية في التعامل مع الأطراف المختلفة من أجل رفع مستوى الخدمة المصرفية والحصول على درجة عالية من رضا المتعاملين حيث اعتبرت الصناعة المصرفية إحدى أهم مؤشرات النهضة الاقتصادية التي ارتقت بها المجتمعات البشرية عبر تطورها نظرا لإسهامها الواسع في توفير متطلبات الاستثمار والتنمية، إذ يمكن قياس مستوى التقدم والتطور الاقتصادي لأي مجتمع أو دولة بمدى كفاءة ونجاعة نظامه البنكي.

ونظرا لهذه التحولات الاقتصادية ، فإن الجزائر سعت في السنوات الأخيرة إلى تطوير خدمات و آلية عمل المصارف ، من أجل مواكبة هذه التطورات الحاصلة على تطبيقات التجارة الإلكترونية للوصول إلى أرقى النظم المصرفية، إذ نجد أن بنك الفلاحة والتنمية الريفية من البنوك السبّاقة لمسايرة آليات العمل المصرفي الحديث وذلك من خلال تطبيق أنظمة دفع إلكترونية تتماشى مع متطلبات قيام تجارة إلكترونية حديثة في الجزائر.

❖ إشكالية الدراسة:

على اعتبار أن السيرة الإلكترونية تعد من أرقى ما توصل إليه الفكر المصرفي في الحديث بالتزاوج مع تطورات تكنولوجيا الاتصالات والمعلومات مما وسع وعمق من تحرير هذا النشاط وتوسيع نطاقه وتعظيم أرباحه إلا أنه خلق تحديات كثيرة ورغم ذلك تسعى الدول الى استخدام هاته التقنية الجديدة لعصرنة نشاطها المصرفي ومن هنا تظهر اشكالية البحث التي تتمحور حول تساؤل التالي:

- ما مدى تطبيق الصيرفة الإلكترونية في البنوك الجزائرية؟

- ما مدى تطبيق الصيرفة الإلكترونية في بنك الفلاحة والتنمية الريفية BADR وكالة المسيلة؟

وحتى يتيسر لنا الامام بجوانب الموضوع ارتأينا تجزئة الإشكالية الى أسئلة فرعية التالية:

- ما هي مميزات البنوك الإلكترونية عن البنوك التقليدية؟
- ما هي مستلزمات قيام الصيرفة الالكترونية؟
- ما هي التحديات التي تواجه البنوك الجزائرية في اطار اعتمادها للصيرفة الالكترونية؟
- هل يتوفر بنك الفلاحة والتنمية الريفية BADR وكالة المسيلة على استراتيجيات تطوير الخدمات المصرفية به؟
- هل يستخدم بنك الفلاحة والتنمية الريفية BADR وكالة المسيلة الصيرفة الالكترونية في معاملاته مع عملائه؟
- ما هي قنوات الصيرفة الالكترونية الأكثر استخداما من قبل بنك الفلاحة والتنمية الريفية BADR وكالة المسيلة في معاملاته مع عملائه؟

❖ فرضيات الدراسة:

حتى تتسنى لنا الإجابة على الأسئلة المطروحة وكذا معالجة إشكالية البحث كان من الضروري اعتماد مجموعة من الفرضيات والمتمثلة فيما يلي:

- تتميز البنوك الإلكترونية بقدرتها على الوصول الى قاعدة أكبر من العملاء دون التقيد بمكان أو زمن معين.
- من بين مستلزمات قيام الصيرفة الكترونية ضرورة وجود كيان للعمل البنكي الالكتروني وسائل الدفع الالكتروني تسويق الكتروني وتجارة الكترونية
- اعتماد الصيرفة الإلكترونية في البنوك الجزائرية مرهون بتغير وتحديث الثقافة المصرفية لدى الجمهور الجزائري.
- يتوفر بنك الفلاحة والتنمية الريفية BADR وكالة المسيلة على استراتيجيات تطوير الخدمات المصرفية به.
- يستخدم بنك الفلاحة والتنمية الريفية BADR وكالة المسيلة الصيرفة الالكترونية في معاملاته مع عملائه.

- تعد الصيرفة عبر الانترنت القناة الأكثر استخداما من قبل بنك الفلاحة والتنمية الريفية BADR وكالة المسيلة في معاملاته مع عملائه؟

❖ حدود الدراسة:

بعد الانتهاء من الجانب النظري لهذا البحث، قمنا بالانتقال إلى الدراسة الميدانية على مستوى بنك الفلاحة والتنمية -وكالة المسيلة -

أما عن العينة التي اخترناها لدراسة فتمثلت في متعاملين بنك الفلاحة والتنمية -وكالة المسيلة -

غير أننا واجهنا بعض الصعوبات في إعداد البحث، ويرجع ذلك إلى محدودية الوقت لدى موظفي الوكالة نظرا لالتزامهم بأداء وظائفهم اليومية من جهة، ومن جهة ثانية صعوبة تفهمهم لطبيعة وكذلك بسبب انتشار وباء كورونا

❖ منهجية البحث والأدوات التحليل المستخدمة:

اعتمدنا لإعداد هذا البحث على المنهج الوصفي والتحليلي، نظرا لطبيعة الموضوع، من خلال جمع ما استطعنا من المعلومات التي تخدم الموضوع من أجل وصف الظاهرة، وتحديد معالمها ومن ثم تحليل البيانات وتفسيرها وصولا إلى مرحلة الخروج بالنتائج والتنبؤات.

وانطلاقا من هذه المنهجية المعتمدة، فقد تم تقسيم البحث إلى فصلين على النحو التالي:

- يتناول الفصل الاول عموميات حول الصيرفة الالكترونية

ولبلوغ الأهداف المرجوة من هذا الفصل، ارتأينا تقسيمه إلى أربعة (4) مباحث على النحو التالي:

- المبحث الأول: مدخل للخدمات المصرفية؛
- المبحث الثاني: توظيف تكنولوجيا المعلومات والاتصال في العمل المصرفي؛
- المبحث الثالث: ماهية الصيرفة الإلكترونية ؛
- المبحث الرابع : البنوك الالكترونية واساليب الدفع.

حيث تناولنا في المبحث الأول على الاطار العام للخدمات المصرفية حيث تناولنا ماهية الخدمات المصرفية وتصنيفاتها و اليات تطوير الخدمات المصرفية ، أما في المبحث الثاني فقد خصصنا في توظيف تكنولوجيا المعلومات والاتصال في العمل المصرفي واثار التكنولوجيا على الخدمات المصرفية و

في المبحث الثالث فقد تطرقنا الى نظرة حول الصيرفة الالكترونية حيث مررنا فيه بتعريفها وأهمية الاعتماد على الصيرفة الإلكترونية وأهم مميزاتا وتحدياتها ، وفي المبحث الاخير سعينا اليات البنوك الالكترونية ووسائل الدفع بها و أهم متطلباتها .

- أما الفصل الثاني فحاولنا من خلاله التطرق إلى واقع الصيرفة الالكترونية في بنك الفلاحة و التنمية الريفية ولاية المسيلة - ارتأينا تقسيمه إلى أربعة (4) مباحث على النحو التالي:

➤ المبحث الأول: واقع الصيرفة الالكترونية في الجزائر

➤ المبحث الثاني: دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية -وكالة المسيلة-

➤ المبحث الثالث: منهجية وتحليل الدراسة الميدانية

تطرقنا في المبحث الأول الى واقع الصيرفة الالكترونية في الجزائر حيث تناولنا فيها أثر الصيرفة الالكترونية و مراحل تطبيق الدفع الالكتروني ووسائل الدفع في الجزائر ، أما المبحث الثاني حيث عرفنا بنك البركة بصفه عامة وتناولنا الهيكل التنظيمي له بعدها تطرقنا الى البنك بولاية المسيلة من تعريف وهيكل تنظيمي، أما المبحث الثالث منهجية و تحليل الدراسة الميدانية خصصنا في منهجية الدراسة و الاساليب المستعملة في الدراسة ونتائج تحليل الدراسة .

❖ أسباب اختيار الموضوع:

وعليه، يمكن تلخيص الدوافع والأسباب التي قادتنا إلى اختيار هذا الموضوع كما يلي:

- طبيعة الموضوع تتماشى مع تخصص دراستنا الجامعية، حيث يهتم بالنظام البنكي وأهم التحديات التي يواجهها، فهو بذلك يدخل في مجال
- الرغبة في الاطلاع على الخدمات البنكية الجزائرية، ومدى قدرتها على الوصول إلى تطلعات المجتمع من جهة ومدى قدرتها على المنافسة من جهة أخرى.
- محاولة معرفة وضع البنوك التجارية ومدى مواكبتها للتطورات التكنولوجية الحديثة.

❖ أهمية الموضوع:

تظهر أهمية هذا البحث باعتبار أن العالم يشهد تبلور تحولات اقتصادية عميقة تقودها تكنولوجيا المعلومات والاتصال، والتي أدت إلى بناء مجتمع المعلومات وتشبيد الاقتصاد الرقمي، ونخص بالذكر " الصيرفة

الإلكترونية" ، إذ أن هذا التطور التكنولوجي أدى إلى إحداث نقلة مهمة في مجال وسائل الدفع، ومنها تظهر الأهمية البالغة للموضوع مما دفعنا إلى محاولة دراسة تجربة الجزائر في هذا المجال.

❖ أهداف البحث:

ترمي هذه الدراسة بعد الإجابة على الإشكالية المطروحة آنفاً ومختلف التساؤلات السالفة الذكر إلى تحقيق جملة من الأهداف نذكر منها ما يلي:

- محاولة تسليط الضوء على التجارة الإلكترونية.
- محاولة إبراز وتقويم الإصلاحات المصرفية في الجزائر.
- إبراز أهمية اعتماد الصيرفة الإلكترونية في المصارف الجزائرية وكيفية أدائها مستقبلاً في الجزائر.

❖ الدراسات السابقة:

1. دراسة "بريش عبد القادر" بعنوان: **التحرير المصرفي ومتطلبات تطوير الخدمات المصرفية وزيادة القدرة التنافسية للبنوك الجزائرية**، أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير جامعة الجزائر، سنة 2006. وتدور إشكالياتها حول: "انعكاسات سياسة التحرير المصرفي على البنوك الجزائرية في ظل التطورات الاقتصادية والمالية العالمية وكيف يمكن للبنوك الجزائرية مواجهة تحديات التحرير المصرفي والعولمة المالية، وما هي آليات تطوير خدماتها المصرفية وزيادة قدرها التنافسية؟". ومن أهم النتائج التي تم الوصول إليها أن هناك تأخر شديد في نظم المعلومات والدفع وضعف استخدام الصيرفة الإلكترونية. وكذلك الطبيعة العمومية لملكية البنوك جعلتها تتمتع باحتكار النشاط المصرفي، وما ترتب عنه من نقص روح الابتكار والمنافسة والتطوير؛
2. دراسة الدكتور قاسم شندي بعنوان **الصيرفة الإلكترونية انماطها وخيارات القبول والرفض أطروحة** الدكتوراه في العلوم الاقتصادية كلية الإدارة والاقتصاد جامعة واسط بغداد العراق سنة 2011 تدور اشكالياتها حول مفهوم الصيرفة في الاللكترونية ما هي مكوناتها ومرآحها وانظمتها؟؟؟ ومن أهم النتائج التي تم الوصول إليها هي كيفية استخدام الصيرفة الاللكترونية وكيفية تطبيقها وما هي انظمتها وكيف يتم العمل بها داخل البنوك؛
3. دراسة حورية جنان بعنوان **الصيرفة الاللكترونية في تحسين جودة الخدمات المصرفية دراسة حالة بنك** القرض الشعبي الجزائري CPA عين مليلة مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات نيل شهادة الماستر

أكاديمي العلوم الاقتصادية كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التجارية وعلوم التسيير جامعة العربي بن مهيدي ولاية ام البواقي سنة 2013 تدور اشكالياتها حول تأثير الصيرفة الالكترونية في تحسين الخدمات المصرفية وما المقصود بها وكيف تطورت وما هي العمليات البنكية الالكترونية؟ ومن أهم النتائج التي تم الوصول اليها أن انظمة الدفع الالكتروني وسيلة تريح الموظف في تعاملاته مع المؤسسات المالية والمصرفية وأن جودة الخدمات المصرفية تؤدي الى ولاء الزبون أو العميل وثقته بالمصرف.

❖ هيكل البحث:

للإجابة على إشكالية البحث واختبار الفرضيات وتحقيق الأهداف، ارتأينا أن نقسم البحث بعد المقدمة العامة إلى فصلين، يشمل الفصل الأول أربعة مباحث و الفصل الثاني ثلاثة مباحث، تم صياغة الفصل الأول كمدخل للموضوع، والمعنون بالإطار النظري الصيرفة وتحدياتها في المؤسسات الالكترونية واثـر المعلوماتية في الخدمات المصرفية ، حيث قسم إلى اربعة مباحث، يحتوي المبحث الأول بعرض الخدمات المصرفية ، والمبحث الثاني فقدتم التطرق فيه إلى تكنولوجيا المعلومات و أثرها على الخدمات المصرفية أما المبحث الثالث فتم التطرق فيه إلى نظرة عامة حول الصيرفة الالكترونية و المبحث الاخير حول ماهية البنوك الالكترونية و أساليب الدفع .

أما الفصل الثاني الذي خصصناه لواقع الصيرفة الالكترونية في بنك الفلاحة و التنمية الريفية ولاية المسيلة - حيث قمنا في المبحث الأول بتقديم لمحة بسيطة الصيرفة الالكترونية في الجزائر وفي المبحث الثاني قمنا بعرض بنك الفلاحة و التنمية الريفية وكالة المسيلة ، أما في المبحث الثالث تطرقنا إلى الدراسة الميدانية ومناقشة النتائج .

وفي الأخير تم الخروج بالخاتمة وتتضمن اختبار صحة الفرضيات وأهم النتائج المتوصل إليها، وعلى إثرها تم وضع مجموعة من الاقتراحات نراها مناسبة .

الفصل الأول عموميات حول الصيرفة الإلكترونية

تمهيد :

لقد شهد الإنسان تطورات فكرية و علمية كثيرة عبر الزمن جعلته يرقى ويسمو و يتطور من أجل بناء عمران عامي ضخم ، يجعله يواكب التطورات في شتى المجالات، وتعتبر التكنولوجيا أحد أسس هذا العمران الضخم ، حيث أصبح تطوير الخدمات المصرفية ضرورة وليس ترفاً، تتبع من التطورات التي شهدها العالم في الحقبة الأخيرة من القرن الماضي وعلى رأسها التقدم التكنولوجي المذهل الذي يعد من أهم التغيرات التي ساهمت في إحداث تحول جذري في أنماط العمل المصرفي ، و في ظل هاته التطورات شهدت الصناعة المصرفية تغيرات جوهرية من خلال استخدام شبكات الاتصال الإلكترونية لإجراء العمليات المصرفية لمواكبة التزايد الكبير في حجم المعاملات المالية ، وتمكين العميل من الحصول على الخدمات المطلوبة في أي وقت وفي أي مكان ، و ان البنوك الناجحة والتي تمتلك أكبر قدرة تنافسية هي التي تقدم خدماتها بنوعية وأداء مصرفي متميز معتمدا في ذلك على قاعدة معلوماتية و اطارات مؤهلة معرفيا وتتمتع بمهارات مميزة للتعامل مع العملاء .

وعلى هذا الأساس سنحاول في هذا الفصل التعرف على بعض المفاهيم الأساسية الخاصة بالخدمات المصرفية ، وآليات تطوير هذه الخدمات ، مع تحديد أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال على الخدمات المصرفية ، ومراحل ظهور الصيرفة الإلكترونية والبنوك الإلكترونية وفيما تتمثل معيقات وتحديات الصيرفة الإلكترونية، وذلك وفقا للمحاور التالية :

مدخل للخدمات المصرفية ؛

- **توظيف تكنولوجيا المعلومات والاتصال في العمل المصرفي؛**
- **ماهية الصيرفة الإلكترونية ؛**
- **البنوك الإلكترونية واساليب الدفع.**

✓ المبحث الأول: مدخل للخدمات المصرفية

تعمل المنظمات باختلاف أنواعها على تطوير الخدمة المصرفية وذلك من خلال تقديم خدمات متميزة تلبي احتياجاتهم وبالتالي تضمن لنفسها البقاء والاستمرار في تأدية نشاطها في ظل المحيط الذي تنشط فيه .

حيث سنحاول في هذا المبحث التطرق إلى الاطار العام للخدمات المصرفية من خلال :

- ماهية الخدمات المصرفية ؛
- تصنيف الخدمات المصرفية ؛
- اليات تطوير الخدمات المصرفية.

➤ المطلب الاول : ماهية الخدمات المصرفية

❖ أولا تعريف الخدمة المصرفية :

- يمكن تعريف الخدمات بصورة عامة بأنها عبارة عن عبارة عن التصرفات او الانشطة او اداء يقدم من طرف الى طرف آخر و هذه الأنشطة تعتبر غير ملموسة ولا يترتب عليها نقل ملكية اي شيء كما ان تقديم الخدمة قد يكون مرتبط أو غير مرتبط بمنتج مادي ملموس¹ .
- كما يعرفها كل من Kolter & Armstrong بأنها انشطة او منافع او اشباعات المختصين في مجال تسويق الخدمات المصرفية².

❖ ثانيا خصائص الخدمة المصرفية :

يرى محسن الخضيرى ان الخدمات المصرفية تتصف بخصائص اهمها :³

- الخدمات المصرفية ليست مادية مجسمة و بالتالي فهي غير قابلة للتلف ولا يمكن تخزينها ؛
- الخدمات المصرفية ليست محمية ببراءة الاختراع وكل خدمة جديدة يوجد بها بنك ما يكمن لبنك اخر تقديمها؛
- الخدمات المصرفية غير قابلة للتجزئة او التقسيم او الانفصال عند تقديمها ؛

¹ أ ، بريش عبد القادر ، جودة الخدمات المصرفية كمدخل لزيادة القدرة التنافسية للبنوك ، مجلة اقتصاديات شمال افريقيا ، عدد 3 ص 252

² نفس مرجع ، ص 252

³ محسن أحمد الخضيرى ، التسويق المصرفي ، المدخل المتكامل لحل المشكلات البنكية ، مكتبة الأنجلو المصري 1982 ، ص 21

- تعتمد الخدمات المصرفية على التسويق الشخصي بدرجة كبيرة ، حيث تعتمد في تقديمها على الاتصال الشخصي بين مقدم الخدمة و العميل .

➤ المطلب الثاني : تصنيف الخدمات المصرفية

تتنافس المصارف على تقديم أفضل الخدمات لجلب اكبر قدر ممكن من المتعاملين ، من خلال توفير الكثير من الخدمات المصرفية التي تتلاءم وإشباع رغباتهم وتحقق أهداف المصرف ، ولقد تعددت تقسيمات الخدمات المصرفية ، فهناك من يقسمها إلى عمليات مالية ، عمليات القروض ، عمليات مع الخارج ، عمليات مصرفية أخرى والبعض يقسمها من حيث الوظائف القانونية إلى تلقي الودائع ، منح القروض ، تسيير وسائل الدفع كما تقسم إلى عمليات الوساطة المالية ، عمليات النشاط في الأسواق ، عمليات تقديم الخدمات للزبائن وسنعمد على هذا التقسيم في دراستنا .

❖ أولا عمليات الوساطة المالية : تعد الوساطة المالية حلقة تصل بين المصرف ومختلف عملائه، ومن أهم الوساطة المالية الودائع والحسابات والقروض .

1. الودائع : تعتبر الودائع واحدة من أهم الأنشطة الرئيسية للمصرف، فالوديعة تتمثل في كل ما يقوم به الأفراد أو الهيئات بوضعه في المصارف بصفة مؤقتة قصيرة أو طويلة على سبيل الحفظ أو التوظيف ، وتتجسد هذه الودائع في غالب الأحيان في شكل نقود قانونية ،فهي بذلك دين بذمة المصرف سواء في شكل نقود يمتلكها المصرف لقاء الاعتراف بدين أو في شكل قيم منقولة تبقى ملك للزبون ويديرها المصرف لحساب الزبون ¹ .

وهناك عدة أنواع للودائع تختلف بحسب الغرض منها نوجز أهمها فيما يلي : ²

أ. الودائع تحت الطلب أو الجارية : هي تلك الوديعة التي تكون دائما تحت التصرف المطلق لصاحبها بحيث يمكنه اللجوء إلى سحبها كليا أو جزئيا ودون إشعار مسبق ، ولا يحق للمصرف أن يفرض قيودا أو شروطا أمام صاحبها.

ب. الودائع لأجل: وهي تلك الودائع التي يضعها أصحابها في البنوك لفترة معينة ولا يمكنهم التصرف فيها إلا بعد انقضاء الفترة وتقديم إشعار للمصرف بتاريخ السحب.

¹ شاكور القزويني، محاضرات في اقتصاد البنوك (، ديوان المطبوعات الجامعية، لجزائر، 2000)، ص 77
² هارون مسعودي ، مرجع سبق ذكره ، ص ص 14 ، 15

ت. الودائع الادخارية : تعتبر بمثابة عملية توفير وادخار حقيقية نظرا لمدة إيداعها في المصرف والعائد المنتظر منها، فهذه الودائع تبقى لفترات طويلة في المصرف ولا يمكن لصاحبها أن يسحبها مهما كانت الظروف وهو يواجه عراقيل عديدة أولها ضرورة انقضاء مدة الإيداع.

ث. الودائع بشرط الإخطار: هي وديعة يستطيع العميل طلب استرداد النقود المودعة في أي وقت على أن يخطر المصرف بنية السحب قبل إجرائه بمدة يحددها العقد ، وتكون الفائدة الممنوحة من المصرف ضئيلة.

2. الحساب : يعبر الحساب عن وجود علاقة دائمة تربط بين المصرف وزبونه، فهو عبارة عن معاهدة أو اتفاق بين المصرف الذي يفتحه والشخص الذي يفتح لصالحه تنظم به العمليات المالية القائمة بينهما سواء كانت إيداع أم سحب أو أي عملية أخرى بين الطرفين¹.

ويمكن تمييز عدة أنواع من الحسابات تبعا لطبيعة العمليات التي يقوم بها والتي نوجز أهمها فيما يلي² :

أ. الحساب تحت الطلب: هذا النوع يفتح لفائدة الأشخاص الطبيعيين ، بحيث تتم فيه العمليات المالية للزبون دون قيود أو شروط فلا وقت يفرض ولا يتطلب إشعار مسبق ويكون عادة بدون فائدة.

ب. الحساب الجاري: وهذا النوع يفتح لفائدة التجار لاستعماله في عملياتهم المهنية وتكون هذه الحسابات مفصولة على حساباتهم الشخصية.

ت. الحساب لأجل: هو حساب مجمد على الأقل شهر عادة بفوائد، ولا يمكن لصاحبه التصرف في الأموال الموجودة في هذا الحساب إلا بعد انقضاء المدة المحددة ، فهو يخضع لجملة من القيود والشروط

3. القروض : يعد القرض الغاية الرئيسية من نشاط المصرف ، فالقرض عبارة عن تسبيقات على إيرادات

مستقبلية له طبيعة قانونية معناه القرض عن طريق عقد مكتوب ، وأخرى اقتصادية إما في شكل نقدي

عادة مقابل فائدة ، وإما أن يكون في شكل غير نقدي تسمى قروض بالتوقيع ويكون مقابل عمولة ، وإما

يكون اعتماد إيجاري من خلال كراء استثمارات ذات استعمال مهني مقابل كراء لمدة معينة وفي نهاية

المدة إما يقوم بشراء الاستثمار أو إعادته ، فالقرض يقوم على ثلاث ركائز أساسية المدة ، الثقة ،

المخاطرة³.

¹ مسعودي هارون، مرجع سبق ذكره، ص 15

² نفس مرجع، ص 15

³ نفس مرجع، ص 15

وتصنف القروض إلى عدة تصنيفات فهناك تصنيف حسب آجالها، تصنيف حسب الأعوان الاقتصادية، تصنيف حسب النشاط الاقتصادي المراد تمويلها والتي نوجز أهمها فيما يلي:

أ. التصنيف حسب المدة الزمنية: نجد على ضوء هذا التصنيف ثلاث أنواع هي :¹

- القروض قصيرة الأجل وهي التي لا تتجاوز مدتها السنتين ؛
- القروض متوسطة الأجل والتي مدتها بين السنتين والسبع سنوات؛
- القروض طويلة الأجل والتي مدتها تتراوح من 7سنوات إلى 15 سنة.

ب. التصنيف حسب طبيعة العون الاقتصادي: فوفق هذا التصنيف نجد :

• القروض الموجهة للعائلات: فالعائلة عون اقتصادي يقوم بعملية الاستهلاك ويمكنه اللجوء إلى المصارف طالبا قرض ومن بين أهم هذه القروض نجد :

- القرض الاستهلاكي: هو قرض يمنح لتمويل النفقات الاستهلاكية غير المهنية للأفراد والعائلات ومدتها ثلاث أشهر وثلاث سنوات².

- القرض العقاري: وهو قرض موجه لتمويل عمليات البناء ، شراء أراضي أو ملكية ، صيانة أو تغيير مسكن ... الخ ، تتراوح مدته من بين سنتين إلى 25 سنة .

- القرض الشخصي: هو قرض الغرض منه تكملة قرض آخر أو لتغطية نفقات استثنائية.

• القروض الموجهة للمؤسسات: تشتمل عدة أنواع نذكر منها :

- القروض الموجهة لتمويل الاستثمار؛

- القروض الموجهة لتمويل التجارة الخارجية ؛

- القروض الموجهة لتمويل نشاطات الاستغلال³.

❖ ثانيا عمليات النشاط في الأسواق : مع تعاظم المعاملات النقدية والمالية في أسواق رأس المال

العالمية تزايد دور المصارف في مجال أسواق الصرف وأسواق الأسهم والسندات، ففي مجال سوق

الصرف تتولى المصارف التجارية تنفيذ عمليات الصرف الأجنبي التي تتم من وإلى الخارج بواسطة

وسائل الدفع التالية :⁴

¹ مسعودي هارون، مرجع سبق ذكره، ص 15

² نفس مرجع، ص 16

³ نفس مرجع، ص 16

⁴ عبد المطلب عبد الحميد، " البنوك الشاملة عملياتها وإدارتها (الدار الجامعية ، الإسكندرية ، 2000) ص. ص 283 ، 284.

1. التحويلات الخارجية وهي عبارة عن أوامر دفع بموجبها يأذن المصرف المحلي لمراسله بان يدفع مبلغا معيناً إلى مستفيد ما مقيم بالخارج مقابل خصم المبلغ المدفوع من حسابه المدفوع لدى المراسل وتنقسم التحويلات الخارجية إلى تحويلات صادرة يأذن بموجبها المصرف المحلي لمراسله بالخارج بالدفع، وتحويلات واردة يأذن بموجبها المصرف الأجنبي في الخارج لمراسله من المصارف المحلية ؛
2. صرف الشيكات السياحية القادمة من الخارج وإصدارها بالنسبة للمسافرين ؛
3. تقديم بطاقات الائتمان الخارجية تمكن حاملها من الحصول على مستلزماته كإجراء السلع والتذاكر وسلفيات نقدية من مراسلي البنك المحلي؛
4. كما أنها تقوم بعمليات بيع وشراء وتحويل العملات الأجنبية وقد يكون تحويلها باليد عملة بعملة أو يكون كتابيا خاصة بالنسبة للمبالغ الكبيرة، وعادة يكون البنك المركزي هو المسؤول عن مراقبة التحويلات الخارجية أي الرقابة على ما يدخل ويخرج من عملات أجنبية ؛
5. أما في مجال أسواق الأوراق المالية فتعمل المصارف على تسيير محفظة زبائنها من خلال السهر على بيع وشراء الأوراق المالية، كما تعمل على تقديم سلفيات على الأوراق المالية.

❖ ثالثا عمليات تقديم الخدمات للزبائن : بالإضافة إلى الخدمات السالفة الذكر تتولى المصارف تقديم خدمات عديدة ومتنوعة لزبائنها منها :

1. تسيير أدوات الدفع بحيث تتيح المصارف عدة أنواع من أدوات الدفع قصد تسديد مستحقاتهم كالشيك الذي يعتبر من أهم أدوات الدفع تداولاً بعد النقود نتيجة سهولة تداوله وتظهيره ، بالإضافة إلى ذلك نجد أمر التحويل من حساب إلى حساب والذي تتيحه المصارف لزبائنها¹؛
2. تقديم النصح والمشورة للزبائن في الميادين المالية والقانونية والإحصاءات ومشاكل التجارة الخارجية والرقابة على التحويل الخارجي ؛
3. عمليات الصندوق من خلال تتبع حركات الإيداع والسحب لحساب الزبون فهذه الخدمة التي تقدمها المصارف لصالح فاتحي الحساب المصرفي لديهم تسمح لهم بإجراء تغييرات في حسابهم بالزيادة والنقصان².

➤ المطلب الثالث : البات تطوير الخدمات المصرفية

❖ أولاً مفهوم وأهمية تطوير الخدمات المصرفية :

¹دحت صادق ، " أدوات وتقنيات مصرفية" (دار غريب للطباعة والنشر ، 2001) ، ص 136

² هارون مسعودي ، مرجع سبق ذكره ، ص 17

1. مفهوم تطوير الخدمات المصرفية :

- التطوير هو التقدم والامتياز والتواصل والارتقاء والنمو و التنمية وهو كل ذلك واكثر وبدون التطوير تتكمش وتتخلف فالتطوير هو جهاز المناعة ضد الانكماش و التأخر بل هو احد مقومات التواجد الرئيسية لأي مصرف من المصارف.
- وقد يقصد بتطوير الخدمة طرح خدمات معروضة حاليا في السوق ولطنها جديدة على المصرف مثل ادخال خدمات التخطيط المالي و الفرض الدوار للمنشأة الصغيرة ،او الخدمات المالية الجديدة و عملية تطوير الخدمات المصرفية عملية شاملة و متكاملة تهدف الى تعزيز القوى التنافسية للمصرف ومن ثم زيادة ربحية على المدى الطويل لذا ان الزبائن يميلون للتعاون مع المصارف القادرة على تطوير خدماتها المصرفية و تميزها وخاصة اذا ما كان هناك تشابه بينها وبين الخدمات الاخرى المقدمة حيث ان الخدمة المصرفية تنتج في ضوء الاحتياجات و الرغبات لدى زبائن المصرف ،لذا فان مقومات البقاء ان تكون الخدمات المصرفية التي يقدمها المصرف قادرة على تلبية احتياجات الزبائن في الوقت الذي يصبح فيه المصرف عاجز عن تقديم خدمات مصرفية جديدة ترتقي الى الخدمات المصرفية المقدمة الحالية لتحقيق نفس الغرض الذي تحققه الخدمات المتطورة¹

2. اهمية تطوير الخدمات المصرفية :

إن الأهمية التي تكتسبها عملية تطوير الخدمات المصرفية مردها إلى أن البنك يعمل في بيئة متغيرة، و أن رغبات الزبائن في تغير دائم و على البنك ملاحقة تلك التطورات و التغيير في الرغبات، ليتمكن من المحافظة على حصته السوقية و الاستمرار في ظل المنافسة .

إن جهود البنك المتعلقة بتطوير خدماته لابد أن تتم في إطار الاستراتيجية الشاملة للبنك، و ذلك بالاهتمام بالابتكار والتجديد في الخدمات المصرفية، و تتبع أهمية الابتكار و التطوير من مجموعة من الاعتبارات نذكر أهمها فيما يلي :²

- التغيير المستمر في أذواق و رغبات الزبائن، و بالتالي فإن تطوير الخدمات المصرفية يصبح ضروري لضمان الاستمرار في السوق و جلب زبائن جدد؛
- الاستفادة من التطورات التكنولوجية في مجال العمل المصرفي و تسخيرها لخدمة الزبائن؛

¹ غالي ، مجلة المثنى للعلوم الادارية و الاقتصادية ، المجلد (7) العدد (4) –(2017) 85-100 ، ص 83
² هارون مسعودي ، مرجع سبق ذكره ، ص 19

- مواجهة المنافسة المحتمة في السوق المصرفية، حيث تعتمد المنافسة بين البنوك على جوانب الابتكار و التطوير و إيجاد أفكار جديدة تترجم في شكل خدمات لتحقيق رضا الزبائن.

❖ ثانيا مصادر تطوير الخدمات المصرفية :

هناك مجموعة من المصادر لتطوير الخدمات المصرفية يمكن تلخيصها في :

1. المصادر الخارجية :¹

أ. البحوث والدراسات الأكاديمية : المتخصصة التي تقدم الأفكار الجديدة والمبتكرة من خلال البحوث والدراسات والمؤتمرات واللقاءات المتخصصة، التي تتعدد بشكل دوري غالبا ما تعتبر مصدرا غذائيا للأفكار الجديدة المنتجات والخدمات البنكية.

ب. المنافسون : أن تحليل المنافسين والذي يتم من خلاله تحليل نقاط القوة والضعف البنك وعلى صوابها، يتم تحديد الفرص المتميزة ككل أو كخدمة بنكية معينة ، إذ ان البنك يستطيع أن يتعلم من اخطاء والنجاحات التي تحقها البنوك المنافسة، لتجنب الوقوع في نفس الأخطاء ويعزز النجاحات التي يحققها المنافس لصالحه ايضا.

ت. علاقات الزبون بتطوير الخدمة : من المهام الرئيسية المكونة تسويق الخدمات المصرفية تكمن في

جذب الزبون واستمرارية تعزيز الثقة معه ، وتهدف إلى بناء علاقات الخدمة المتميزة على المدى الطويل وتحصيل الرضا الكلي له عن الخدمات المصرفية، الزبون أصبح يطمح في تعاملاته وضع جوانب جودة الخدمة في مقدمة الأمر المطلوبة.

ث. معرفة ما نحتاجه الحكومة أو المنظمات الحكومية : بعد اتساع وتطوير دور الدولة وقيامها بتعظيم دورها في تخطيط وترويج وتقديم الخدمات والأنشطة الاقتصادية الاجتماعية ، أصبحت دولة في حاجة إلى خدمات مصرفية ذات طابع ومواصفات خاصة لخدمة هذا الدور، ومن خلال تطلعات الدولة يمكن البنوك اكتشاف مجموعة من الخدمات المصرفية التي يمكن إدخالها لأول مرة والقيام بتطوير الخدمات الحالية لتتوافق مع احتياجات الدولة.

2. المصادر الداخلية:²

¹ معمري حسينة ، البات تطوير خدمات القطاع البنكي في ظل اقتصاد المعرفة – دراسة حالة البنك الوطني الجزائري وكالة 842 و القرض الشعبي الجزائري وكالة 317 ام بواقي - ، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات شهادة ماستر أكاديمي ، تخصص : اقتصاد نقدي وبنكي ، ص 42
² نفس مرجع، ص 43

أ. **مديري البنك ورؤساء قطاعاته:** يمكن لمدير البنك ورؤساء قطاعاته التنفيذية نتيجة معايشتهم الواقع العملي والظروف المختلفة المحيطة بالبنك، ومعرفتهم بها اولاً بأول و التقدم باقتراحات تطوير الخدمات المصرفية الخاصة بالبنك.

ب. **موظفي البنك:** نتيجة للاحتكاك المباشر بين موظفي البنك وعملائه، ومن هذا المنطلق يتعرف الموظفون على الانطباع المتولد لدى العميل عن الخدمة ومدى ملائمتها لإشباع حاجياته ورغباته، وكل ملامح حول تطوير الخدمة المصرفية من نواحي هذا التطوير أو اوجه القصور.

ت. **ادارة التسويق :** من وظائف الادارة التسويقية للبنك هو العمل على تحسين وتطوير الخدمات المصرفية وتقوم إدارة التسويق المصرفي بالبنك من خلال الدراسات التحليلية

❖ ثالثاً أنواع تطوير الخدمات المصرفية:

ان أي متابع للسوق المصرفية يجد عدد كبير من الخدمات المصرفية وتتنوع بين خدمات الإيداع وخدمات الإقراض وغيرها ومن اجل سهولة البحث ستقوم بتصنيفها الى قسمين حسب نوعيتها و حسب العملاء

1. الخدمات المصرفية حسب نوعها ويمكن أن تنقسم بدورها إلى ثلاثة انواع:¹

أ. خدمات مصادر الأموال كالحسابات الجارية وودائع التوفير والودائع لأجل (الثابتة) وشهادات الإيداع وصناديق الاستثمار؛

ب. خدمات توظيف الأموال وتشمل القروض بأنواعها المختلفة (تجارية، صناعية، سياحية) وحسب آجالها قصيرة ومتوسطة وطويلة الاجل والاعتمادات المستندية وبطاقات الائتمان؛

ت. الخدمات المختلفة التي لا تركز إلى منح الائتمان، ويحصل المصرف من خلالها على عمولات ورسوم ومن أمثالها تحويلات العملة، الكفالات، وتأجير الصناديق الحديدية، الخزائن الخاصة وغيرها.

¹ غالي، مرجع سبق ذكره، ص 84

✓ المبحث الثاني : توظيف تكنولوجيا المعلومات والاتصال في العمل المصرفي.

يعرف العالم الحالي بعصر ثورة المعلومات و انفجار المعرفة ، عصر مجتمعات المعلومات التي تزداد اندماجا بفضل الانترنت و شبكات اتصالات البيانات ، و المنظومات الشبكية للكمبيوتر و البث المباشر أو الانتقائي عبر الاقمار الصناعية ، الى غير ذلك من التحولات الجوهرية التي جعلت العالم أشبه بقرية كونية صغيرة ، وبالتالي كان ذلك باستخدام التكنولوجيا في معالجة المعلومات والبيانات، وتنتظر في هذا المبحث لمتغيرين رئيسيين هما تكنولوجيا المعلومات و الاتصال، واللذان يسهمان بشكل كبير في تطوير الخدمات المصرفية، وسيتم توضيح اثر التطورات التكنولوجية على الخدمات المصرفية خلال التعرض إلى النقاط التالية :

- ماهية تكنولوجيا المعلومات؛
- تكنولوجيا الاتصال والشبكة المعلوماتية؛
- التطورات التكنولوجية وأثرها على الخدمات المصرفية.

➤ المطلب الأول: ماهية تكنولوجيا المعلومات

❖ اولا المعلومات :

1. تعريف المعلومات :

- حيث عرف عثمان الكيلاني المعلومات على أنها "البيانات التي يتم معالجتها بحيث أصبحت ذات دلالة مبينه وذات معنى " وقد ركز هذا التعريف على البيانات و المعطيات الأساسية والتي تعتبر المادة الخام الأولية، التي تتم عليها عملية (المعالجة) والتحويل إلى معلومات مفيدة¹.
- وتعرف الموسوعة البريطانية المعلومات بأنها" الحقائق والأفكار التي يتبادلها الناس في حياتهم العامة، ويكون ذلك التبادل عادة عبر وسائل الاتصال المختلفة، وعبر مراكز ونظم المعلومات المختلفة في المجتمع"².

شكل رقم 01 : تحول المعطى الى معلومة



المصدر : هارون مسعودي ، مرجع سبق ذكره ، ص24

¹عثمان الكيلاني و هلال البياتي و علاء السلمي ، المدخل إلى نظم المعلومات المحاسبية ، دار وائل، عمان، الأردن، 2000 ، ص. 15
²نجم عبد الله الحميدي، نظم المعلومات الإدارية، الطبعة الأولى، دار وائل، الأردن، 2005 ، ص42

2. أهمية المعلومات :

تشكل المعلومات دورا حيويا في حياة الافراد والمجتمعات فهي عنصر لا غنى عنه في اي نشاط نمارسه فهي المادة الخام للبحوث العلمية و المحك الرئيسي لاتخاذ القرارات الصحيحة ومن يملك المعلومات الصحيحة في الوقت المناسب يملك عناصر القوة والسيطرة في عالم متغير يستند على العلم في كل شيء ولا يسمح بالارتجال والعشوائية ، ويتجلى صراع الانسان من أجل حاضره ومستقبله في حاجته الدائمة الى اتخاذ القرارات السليمة وتتوقف صحة القرارات على مدى توافر المعلومات المتصلة بالمشكلة المطروحة ومن هنا يمكن الدافع الاساسي وراء حرص الانسان على تجميع المعلومات المرتبطة بالإنجازات السابقة واهميه تنظيمها.¹

وهكذا تساعدنا المعلومات على نقل خبراتنا للأخرين وعلى حل المشكلات التي تواجهنا وعلى الاستفادة من المعرفة المتاحة بالفعل وعلى تحسين الأنشطة التي نقوم بها و على اتخاذ القرارات بطريقة أفضل في كل القطاعات وعلى كل المستويات.²

واذ ايقنا ان المعلومات لا غنى عنها الان في كل نواحي النشاط فان مهمة متابعة المعلومات والتحكم في انتاجها المتزايد بصورة ضخمة اصبح أمرا يكاد يكون مستحيلا ومن ثم أصبح تفجر المعلومات مشكلة حقيقية تواجه البشرية.

❖ ثانيا نظام المعلومات :

1. تعريف نظام المعلومات :

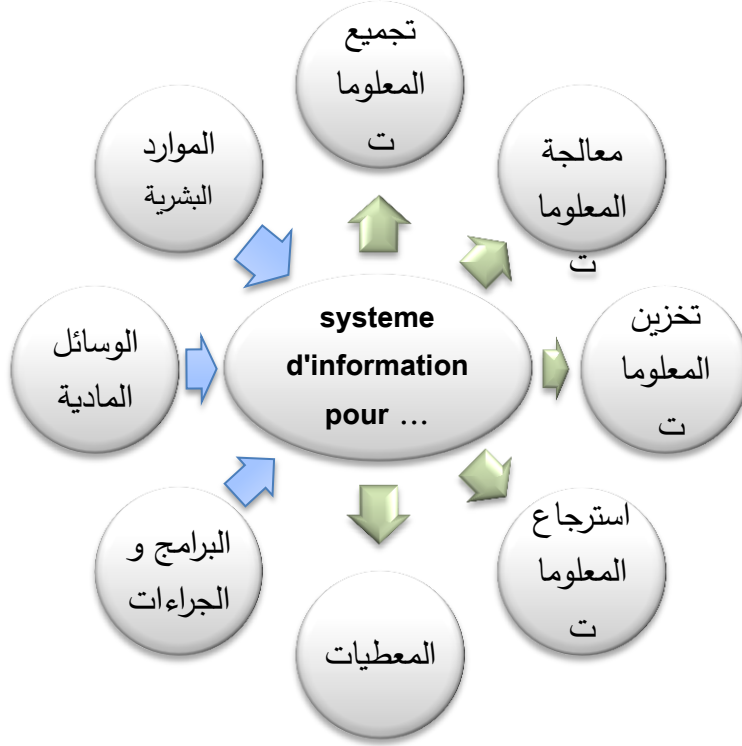
- تعريف يمكن تعريف نظام المعلومات فنيا كمجموعة من المكونات المترابطة تهدف الى جمع ومعالجة وتخزين وتوزيع المعلومات لدعم القرار والتحكم في المؤسسة وبالإضافة الى دعم عملية صنع القرار التنسيق والسيطرة فان نظم معلومات تساعد ايضا الإدارة العليا على تحليل المشاكل والموضوعات المعقدة بتوفير المعلومات المناسبة في الوقت المناسب للمساعدة في اتخاذ القرار .³

¹دكتور حسن عماد مكاوي ، تكنولوجيا الاتصال الحديثة في عصر المعلومات ، ، الدار المصرية اللبنانية ، ط 2 ، ص27

²نفس مرجع، ص ص 28 ، 29

³د.رجم خالد ، نظام المعلومات ، جذع مشترك علوم اقتصادية و تجارية وعلوم تسيير ، ص 12

شكل رقم 02 : مفهوم لنظام المعلومات



المصدر : من اعداد الطالب

2. عناصر نظام المعلومات :

- أ. **المدخلات** : هي عبارة عن مفردات ومعطيات التي تصف الاحداث والموجودات التي تدخل في النظام المخرجات وهي تمثل النتائج التي يعمل النظام للوصول اليها وهي عبارة عن المعلومات التي تفيد مستخدمي النظام
- ب. **المعالجة** : وهي عبارة عن الجانب الفني من النظام والتي تتمثل في مجموعة من العمليات الحسابية والمنطقية التي تجرى على المدخلات بغرض الوصول الى المخرجات
- ت. **الرقابة** : هي مجموعة من الاجراءات والقواعد التي تهدف الى التحقيق و التأكد من ان النتائج التي تم الوصول اليها تتماشى مع الاهداف والخطط الموضوعية مسبقا

ث. التغذية العكسية : وتهدف الى توفير اداة ارشادية لا نشطه النظام والعمل على تقويم نتائج عمل النظام وتصحيح الاهداف اذ كانت هناك عيوب في اهداف النظام ويمكن اظهار مكونات نظام المعلومات وعلاقتها ببعضها البعض¹

3. أهمية نظام المعلومات :²

- المساعدة في اتخاذ القرار حيث يوفر نظام المعلومات لمتخذي القرارات بالمعلومات اللازمة لتوضيح المشكلة المراد دراستها أو اتخاذ قرار بشأنها كما تساعد المعلومات المتوفرة على دراسة نتائج المحتملة عن القرار المتخذ مثال اذا اردنا اتخاذ قرارات تجارية يجب توفير معلومات عن المبيعات الحالية بالإضافة الى تنبؤ المبيعات على ستة أشهر ؛
- تطوير انظمة المؤسسة ورفع ادائها من خلال الرقابة المستمرة وكشف الانحرافات ثم اتخاذ اجراءات تصحيحية ،
- التنسيق بين مختلف اجزاء المنظمة من خلال توفير مختلف المعلومات المتعلقة بكافة المستويات التنظيمية ومختلف الوظائف وهذا الاعطاء صورة واضحة ومتكاملة عن المؤسسة.

❖ ثالثا تكنولوجيا المعلومات:

1. تعريف تكنولوجيا المعلومات:

وتعرف وتكنولوجيا المعلومات والاتصالات على انها تكنولوجيا التي تدمج الحاسوب بالاتصالات السريعة العالية التي تربط البيانات التي تم تحميلها والصوت والفيديو بين المستخدمين للإفادة منها في اتخاذ القرارات ويرى الباحثان ان التكنولوجيا المعلومات والاتصالات هي التكنولوجيا التي تربط الشبكات الحواسيب معا بواسطة الانترنت التي تسمح بتبادل المعلومات بين جميع المستخدمين في كل العالم بالوقت المناسب اتخاذ قرارات رشيدة وافضل مثال على تكنولوجيا الاتصالات هو الانترنت الذي يعرف على انه شبكة الشبكات التي يتم خلالها توصيل الملايين من اجهزة الحواسيب والشبكات المحلية والشبكات الواسعة التي تستخدم لنقل وتبادل المعلومات على نطاق العالم³.

2. خصائص تكنولوجيا المعلومات:

¹ رجم خالد، مرجع سبق ذكره، ص 12

² نفس مرجع، ص 15

³ خلود عاصم، دور تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات في تحسين جودة المعلومات و انعكاساته على التنمية الاقتصادية ، مجلة كلية بغداد ، ص233

- تساهم تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في تحقيق التنمية الاقتصادية من خلال الثورة الرقمية التي تؤدي إلى نشوء أشكال جديدة تماما من التفاعل الاجتماعي والاقتصادي وقيام مجتمعات جديدة؛
- زيادة قدرة الافراد على الاتصال وتقاسم المعلومات والمعارف ترفع من فرصة تحول العالم إلى مكان أكثر سلما ورخاء لجميع سكانه. وهذا إذا ما كان جميع الافراد لهم إمكانيات المشاركة والاستفادة من هذه التكنولوجيا؛
- تمكن تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، بالإضافة إلى وسائل الإعلام التقليدية والحديثة، الافراد المهمشين والمعزولين من أن يدلوا بدلهم في المجتمع العالمي، بغض النظر عن نوعهم أو مكان سكنهم. وهي تساعد على التسوية بين القوة وعلاقات صنع القرار على المستويين المحلي والدولي. وبوسعها تمكين الأفراد، والمجتمعات، والبلدان من تحسين مستوى حياتهم على نحو لم يكن ممكنا في السابق. ويمكنها أيضا المساعدة على تحسين كفاءة الأدوات الأساسية للاقتصاد من خلال الوصول إلى المعلومات والشفافية؛
- وخلاصة لما سبق ان اهم خصائص تكنولوجيا المعلومات والاتصالات هي السرعة في معالجة البيانات الكترونيا وامكانية توصيلها الى جميع المستخدمين في جميع انحاء العالم بالوقت المناسب لاتخاذ القرارات¹.

➤ **المطلب الثاني: تكنولوجيا الاتصال والشبكة المعلوماتية.**

❖ **أولا تكنولوجيا الاتصال :**

يقصد بالاتصال الشخصي انه عملية نقل هادفة للمعلومات من شخص الى اخر بهدف ايجاد نوع من التفاهم المتبادل بين الطرفين وتعرف الجمعية الأمريكية لتدريب اتصالات التنظيمية بانها عملية تبادل الافكار والمعلومات من اجل ايجاد فهم مشترك و الثقة بين عناصر الإنسانية في المنظمة² ترتكز عملية الاتصال على ثلاث عناصر اساسية للأحداث واقامة عملية الاتصال هي المرسل والرسالة والمستقبل و تتميز عملية الاتصال بكونها ذات علاقة خطية في اتجاه واحد ولا بد من توفير ثلاثة شروط من اجل الاجراء الاتصال وهي كالتالي :³

¹خلود عاصم ، مرجع سبق ذكره ، ص 234

²هارون مسعودي ، مرجع سبق ذكره ، ص 29

³نفس مرجع، ص 29

- الشرط الاول : استدعى وجود طرفي الاتصال المرسل والمرسل اليه
- الشرط الثاني : يطلب وجود رساله او موضوع حديث ينشئ علاقه بين الطرفين
- الشرط الثالث : يتطلب وجود قناة اتصال طبيعية او تقنية توصل الاخبار و المعلومات



المصدر : من اعداد الطالب

و تعرف تكنولوجيا الاتصال بأنها مجموعة التكنولوجيا المتقدمة التي اتاحتها الحاسبات الالكترونية الدقيقة والاتصالات السلكية و اللاسلكية المتطورة بواسطة الاقمار الصناعية وغيرها والاستثمار من بعد والمحطات الارضية والبحرية للاتصالات وشبكات بنوك المعلومات الالكترونية وما تستخدمه من وسائل اتصال متطورة مباشرة وغير مباشرة وتعني أيضا اكتساب ومعالجة وتخزين واسترجاع ونشر المعلومات عن طريق التكامل بين أجهزة الحاسبات الالكترونية ونظم الاتصالات الحديثة¹.

❖ ثانيا الشبكة المعلوماتية :

هي عبارة عن نظام يقوم بربط جهازين أو أكثر معا، وذلك من أجل تبادل المعلومات باستخدام أحدث تقنيات نظم الاتصالات وأيضا من أجل مشاركة الموارد و البيانات المتاحة بينهما للشبكة مثل الآلة الطابعة أو الماسح الضوئي في وحدات الإخراج.

وتتيح الشبكة المعلوماتية فرصة التواصل المباشر بين المستخدمين أو أكثر عبر نظام الشبكات، ويمكن أن يكون الجهاز المستخدم سواء حاسب شخصي أو حاسب مركزي وتوجد أجهزة أخرى تعرف بالمنافذ أو

¹ فاروق عبده فليبة، أحمد عبد الفتاح الزكي، معجم مصطلحات التربية لفظا واصطلاحا، دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر، الاسكندرية، مصر ، 2004،ص127

الطرفيات وأجهزة أخرى متخصصة مثل قنوات الإدخال والإخراج، بالإضافة إلى تشغيل البرامج المسؤولة بعمليات التحويل للبيانات والمعلومات بين الحاسبات المتصلة بالشبكات والشبكات الأخرى.¹

➤ المطلب الثالث: وأثر تكنولوجيا المعلومات على الخدمات المصرفية :

❖ أولا تكنولوجيا الخدمات المصرفية

يمثل التقدم التكنولوجي الركيزة الأساسية في تحديد وصياغة نمط عمل المنظمات وتعد المصارف احد القطاعات الرئيسية التي تأثرت بشكل كبير بإنجازات العلمية لما تنطوي عليه هذه الانجازات الابتكارات تؤثر في تحسين وتطوير العمل المصرفي ابتكار خدمات مصرفية جديدة لتحقيق مستوى اعلى من اشباع حاجات العملاء و رغباتهم لذلك ادركت المصارف المعاصرة الترابط الوثيق بين النجاح المصاريف وبين توظيف التكنولوجيا و استثمارها في تطوير قدرات ومهارات العاملين وخدمة العملاء من خلال التعرف على رغباتهم وحاجاتهم بما يحقق للمصرف ميزة تنافسية والمحافظة عليها فضلا عن كل ذلك فان تطور أنشطة المصارف كان بفضل التقدم العلمي والتكنولوجي السريع الذي شهده العالم الامر الذي شجع المنظمات المصرفية على الاخذ بمبدأ تعدد الخدمات التي تقدمها للزبائن بعد ان كانت الخدمات التي تقدمها للزبائن تقليدية لذا ظهرت خدمات مصرفية حديثة متطورة ترتب عليه تطور هائل في نظم واساليب العمل لتواجه التنوع الكبير في الخدمات المقدمة للعملاء ونتيجة لذلك توسعه المصارف في الاعتماد على الأجهزة والحواسيب الإلكترونية وشبكه الاتصالات العالمية.²

❖ ثانيا تقانة المعلومات في المصارف :

ادى التقدم التكنولوجي وادوات جمع المعلومات والأنظمة الى ثورة في مجال ادارة الخدمات المصرفية فالتكنولوجيا لا تقوم فقط بتحسين الخدمات المصرفية الحالية ولكنها ايضا مصدر لكثير من الخدمات المصرفية الجديدة وقد فتحت انظمة المعلومات وانظمة قواعد البيانات المجال لقطاع كامل وجديد من الخدمات منها الخدمات المصرفية والتكنولوجيا الجديدة المتطورة وخصوصا في مجال المعلومات التي بدورها اضافت الجديد بمفاهيم تسويق الخدمة الجديدة الامر الذي يحتاج الى اىصال تلك المفاهيم الجديدة الى العملاء وتدريبهم وتعليمهم على كيفية استخدام تلك الخدمات كخدمة الصراف الالى والبنك

¹ 13:48 ، 2020\06\18 ، www.almrsal.com//

² بورنداء صليحة، سولامي كريمة، إثر التكنولوجيا المعلومات والاتصال على جودة الخدمات المصرفية _ دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة ادرار، مذكرة تخرج لنيل شهادة ماستر تخصص مالية مؤسسة، ص ص 44،45

الناطق وغيره من الخدمات¹

ويمكن القول ان استخدام التكنولوجيا الحديث يوفر للبنوك فرصه لتحقيق الميزات الاتية:

- تستطيع البنوك ان تقوم تطوير تطبيقات جديدة للخدمات المصرفية الحالية التي تقدمها لعملائها
- تساعد التكنولوجيا الحديثة على تحسين نوعية الخدمات المصرفية
- تساعد التكنولوجيا الحديثة على تخفيض تكلفة الخدمات المصرفية الموجودة
- تعمل تكنولوجيا الحديثة على تذليل الصعوبات المرتبطة بعملية تقديم خدمات مصرفية اضافية
- تعمل التكنولوجيا على تحسين علاقات العميل مع البنك المصاريف من وراء استخدام²

¹ بورنداة صليحة واخرون ، مرجع سابق ذكره ص 46
² نفس مرجع ص 47

✓ المبحث الثالث: ماهية الصيرفة الإلكترونية

لقد نشأت الصيرفة الإلكترونية في بيئة التكنولوجيا المعاصرة ومررت بعدة تطورات إلى أن وصلت على ما هي عليه الحال الآن حيث تعددت مفاهيمها من مختلف الزوايا والأطر وتعددت أطرافها المتشابكة، ولقد أدى تبني الخدمات المصرفية الإلكترونية إلى ظهور العديد من العيوب كالجرائم الإلكترونية والمخاطر متعلقة بالبنوك والعملاء، بالنظر الى وجود العديد من الامتيازات، وهناك أيضا تحديات قانونية وهذا أدى إلى ضرورة التفكير في استراتيجية تفعيل هذه الخدمات لمواجهة هذه التحديات والمعوقات وسنقوم لتعرض إلى النقاط التالية:

- تعريف وتطور الصيرفة الإلكترونية؛
- أهمية اعتماد الصيرفة الإلكترونية و عوامل نجاحها
- مزايا و مخاطر الصيرفة الإلكترونية وتحدياتها

➤ المطلب الأول : تعريف وتطور الصيرفة الإلكترونية

❖ اولا تعريف الصيرفة الإلكترونية :

شهد عالم الوساطة المالية تحولات نوعية غيرت من أهداف واستراتيجيات العمل المصرفي ، وذلك بسبب الثورة التكنولوجية في الإعلام و الاتصال وعولمة الأسواق المالية والمصرفية ، والصيرفة الإلكترونية أو البنوك الإلكترونية مفهومان يؤيدان نفس المعنى وهو تقديم خدمات مصرفية ذات جودة وكفاءة عالية ، من خلال ما سبق ذكره يمكن تعريف الصيرفة الإلكترونية على أنها:

- "كافة الأنشطة والعمليات التي يتم عقدها أو تنفيذها أو الترويج لها بواسطة الوسائل الإلكترونية مثل الهاتف والحاسوب وأجهزة الصراف الآلي والإنترنت والتلفزيون الرقمي وغيرها ، وذلك من قبل المصارف أو المؤسسات التي تتعاطى التحويلات النقدية إلكترونيا".¹
- وتعرف أيضا " الصيرفة الإلكترونية هي تقديم الخدمات المصرفية باستعمال تكنولوجيا المعلومات والاتصال، أي من خلال الإنترنت والموزعات الآلية، والشبكات الخاصة والهاتف النقال والثابت والحاسب الشخصي، فهي تتيح الخدمة المصرفية عن بعد وخلال 24 ساعة، وكل أيام الأسبوع وبسرعة فائقة، وبتكلفة أقل، وبدون النقاء مكاني بين العميل والمصرف".²

¹ بن منصور فريدة ، الصيرفة الإلكترونية كمدخل لبناء الاقتصاد الرقمي في الجزائر دراسة حالة البنك الخارجي الجزائري BEA -وكالة ورقلة - ، ذكره مقدمة لإستكمال متطلبات شهادة الماستر في العلوم الاقتصادية تخصص: بنوك و مالية، ص 41

² هارون مسعودي ، مرجع سبق ذكره ، ص 45

❖ ثانيا تطور الصيرفة الالكترونية :

أ. نشأة الصيرفة الالكترونية :

تعود نشأة الصيرفة الإلكترونية إلى بداية الثمانينات تزامنا مع ظهور النقد الإلكتروني، حيث برز مفهوم Monétique والذي يعني تزوج النقد بالإلكترونيك، ومن أهم مظاهره استخدام البطاقات البنكية، ويرجع ذلك إلى القرن الماضي في فرنسا على شكل بطاقات كرتونية تستخدم في الهاتف العمومي، وبطاقات معدنية تستعمل على مستوى البريد في الولايات المتحدة الأمريكية، وفي عام 1958م أصدرت (American Express) أول بطاقة بلاستيكية لتنتشر على نطاق واسع، ثم قامت بعدها ثمانية بنوك بإصدار بطاقة (Bank Americard) عام 1968 لتتحول إلى شبكة (Visa) العالمية، كما تم في نفس العام إصدار البطاقة الزرقاء (Carte bleue) من طرف ستة بنوك فرنسية، وفي عام 1986م قامت اتصالات فرنسا (France Telecom) بتزويد الهواتف العمومية بأجهزة قارئ لبطاقة الذاكرة (Cartes à mémoire) لتصبح عام 1992م كل البطاقات المصرفية بطاقات برغوثية (cartes à puce) تحمل بيانات شخصية لحاملها .¹

خلال منتصف التسعينات ظهر أول بنك إلكتروني في الولايات المتحدة الأمريكية يميز بين نوعين من البنوك كلاهما يستخدم تقنية الصيرفة الالكترونية وهما :²

- **البنوك الافتراضية:** وتسمى أيضا ببنوك الإنترنت (Virtual Banks) وهي تلك البنوك التي تستخدم الإنترنت كقناة للحصول على الخدمات المصرفية مثل : فتح حسابات الإيداع، وتحويل الأموال، والحصول على الخدمات المصرفية الجديدة، وتعد الإنترنت جوهر عمل هذه البنوك، وتعتبر بنوك الإنترنت مجال التنافس الرئيسي بين البنوك.
- **البنوك الأرضية:** ويقصد بها المصارف التي تقدم خدمات تقليدية وخدمات الصيرفة الالكترونية ويعود سبب انتشار المصارف الالكترونية إلى عنصرين أساسيين وهما :
 - أهمية و دور الوساطة بفعل تزايد حركية التدفقات النقدية والمالية في مجال التجارة أو مجال الاستثمار والناطقة عن عولمة السوق ؛

¹ طاهر لطفي ، جميعي صلاح الدين ، العمل المصرفي الإلكتروني ودوره في تعزيز وتطوير نظم الدفع الحديثة للتجارة الالكترونية دراسة حالة : بنك الفلاحة و التنمية الريفية -وكالة تبسة - 488 ، مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة ماستر أكاديمي دفعة 2016 ، تخصص : تمويل المصرفي ، ص

- تطور المنظمة العالمية للاتصال التكنولوجي أو ما يعرف بـ "الصدمة التكنولوجية والتي كانت في كثير من الأحيان استجابة للعامل الأول.

ب. تطور تكنولوجيا الصيرفة الالكترونية : حصل في العمل المصرفي بين عام 1950 وعام 1970 ثلاث تطورات مهمة ابتدأت بإدخال المحترفين (Professional) الى العمل المصرفي اعقاب نهاية الحرب العالمية الاولى في عام 1914 ومن ثم دخول ثقافة التسويق والبيع (marking and sales) ومن ثم مرحلة تنامي دور التكنولوجيا المتقدمة، لقد مر استخدام التكنولوجيا من قبل المصارف بست مراحل وهذه المراحل هي : ¹

- **مرحلة الدخول**: وهي المرحلة التي دخلت فيها التكنولوجيا الى اعمال المصارف بفرض ايجاد حلول للأعمال المكتبية الخلفية (Bank office opérations)، حيث بدء الاخصائيون في شؤون التكنولوجيا يدخلون الى المصارف لإيجاد الحلول التكنولوجية لمشاكل الاعمال المصرفية الخلفية، مثل مشكلات التأخير في اعداد التقارير المالية، والتقارير المحاسبية ولم يكن هناك تدخل مباشر من قبل الادارات الوسطى والعليا التنفيذية سواء في الحلول المقترحة او في كلفتها، فكان المهم هو حل المشاكل المتعلقة بالعمل المصرفي.

- **مرحلة تعميم الوعي بالتكنولوجيا - (technology awareness)** : وهي المرحلة التي بدأت بتعميم الوعي بالتكنولوجيا على كافة العاملين بالمصرف من خلال برامج تدريب تغلب عليها التقنية على حساب المعرفة بالأعمال، وكانت مرحلة تحضير اوسع لدخول التكنولوجيا، وتميزت هذه المرحلة بعدم وجود تدخل مباشرة من قبل الادارات الوسطى والعليا.

- **مرحلة دخول الاتصالات والتوفير الفوري لخدمات العملاء (on line time real)** وتميزت هذه المرحلة بالتكاليف العالية، حيث بدء اهتمام الادارات العليا بالتكنولوجيا.

- **مرحلة ضبط او السيطرة على التكاليف (cost control)** : وهي مرحلة ضبط الاستثمار في التكنولوجيا، وعمدت هذه الادارات الى الاستعانة بأخصائيين واستشاريين في شؤون التكنولوجيا لمساعدتهم في ضبط التكاليف.

- **مرحلة اعتبار التكنولوجيا اصلا كباقي اصول المصرف (asset like any other asset)** : بالتالي يجب ان يجني هذا الاصل مردودا كباقي الاصول، وهنا ابتدأت مرحلة ادارة التكنولوجيا.

¹ اديب قاسم، الصيرفة الالكترونية، شندي كلية الادارة والاقتصاد - جامعة واسط ، ص ص05 ، 06

- **مرحلة اعتبار التكنولوجيا عملا ضمن اعمال المصرف :** وهي المرحلة التي بدأت فيها الادارة الاستراتيجية للتكنولوجيا ، والتي ارتكزت على تفعيل الانتاجية على الصعيد الداخلي ، تحسين الضبط على الصعيد العملي ، وتسويق التكنولوجيا يستخدم تعبير او اصطلاح البنوك الالكترونية (electronic banking) أو بنوك الانترنت (internet banking) .

➤ **المطلب الثاني: أهمية اعتماد الصيرفة الإلكترونية وعوامل نجاحها**

❖ **أولا أهمية اعتماد الصيرفة الإلكترونية :**

- قيام البنوك بتسوية أنشطتها وخدماتها المالية عبر الإنترنت يحقق فوائد كثيرة من أهمها نذكر ما يلي :
- تخفيض النفقات التي يتحملها البنك يجعل تكلفة إنشاء موقع للبنك عبر الإنترنت لا تقارن بتكلفة إنشاء فرع جديد للبنك وما يتطلبه من مباني وأجهزة وكفاءة إدارية، إضافة إلى أن تسويق البنك لخدماته من موقعه على الإنترنت يساعده على امتلاك ميزة تنافسية تعزز من مكانته التنافسية وتؤهله إلى مستوى المعاملات التجارية العالمية ؛
 - يساهم الإنترنت في التعريف بالبنوك والترويج للخدمات المصرفية بشكل إعلامي وهو ما يساهم في تحسين جودة الخدمات المصرفية المقدمة ؛¹
 - إن الصيرفة الإلكترونية تؤدي إلى تسهيل التعامل بين المصارف، وبناء علاقات مباشرة، وتوفير المزيد من فرص العمل والاستثمار وهو ما يساعد على النجاح والبقاء في السوق المصرفية؛
 - إتاحة المعلومات عن الخدمات التي يؤديها البنك دون تقديم خدمات مصرفية على الشبكة ؛
 - حصول العملاء علي الخدمات المصرفية وغير المصرفية في أي وقت وأي مكان.²

❖ **ثانيا عوامل نجاح الصيرفة الإلكترونية**

ان إقامة نظام للصيرفة الإلكترونية يقتضي الالتزام بجملة من العوامل والتي هي بمثابة قواعد للعمل الإلكتروني والتي تتمثل فيما يلي :

- وجود شبكة عريضة تضم كل الجهات ذات الصلة، وترتبط بالإنترنت وفقا للأسس القياسية مع مراعاة التأمين في تصميم هذه الشبكة ؛

¹ هارون مسعودي ، مرجع سبق ذكره ، ص43

² محمد مسعود محمد إدريس ، الصيرفة الإلكترونية ، جامعة النيل الأبيض ، ص ص 03 ، 04

- وضع خطط للبدء في إدخال خدمات الصيرفة الإلكترونية، بداية من وضع إستراتيجية على مستوى البنك المركزي أو البلد أو التحالفات الدولية؛
- وضع تنظيمات قياسية تسمح بالربط بين مختلف الجهات والعالم ككل؛
- إعداد خطة لتدريب الموارد البشرية؛
- وجود شبكة عريضة تضم كل الجهات ذات الصلة، وترتبط بالإنترنت وفقا للأسس القياسية مع مراعاة التأمين في تصميم هذه الشبكة؛¹

➤ المطلب الثالث : مزايا ومخاطر الصيرفة الالكترونية وتحدياتها

❖ أولا مزايا الصيرفة الإلكترونية

هناك العديد من المزايا التي يستفيد منها العملاء من خلال استخدام الصيرفة الالكترونية اهمها :²

- توفير الوقت؛
- توفير الجهد؛
- خفض الكلفة ؛
- سهولة الوصول لها على مدار الساعة ؛
- الانتشار في الاماكن المتعددة ؛
- تعتبر اكثر امانا اذا استخدمت كبديل عن النقود.

❖ ثانيا مخاطر الصيرفة الالكترونية

مع أن للبنوك الالكترونية مزايا عديدة إلا أن هذه التعاملات الالكترونية لها مخاطر مختلفة يمكن تصنيفها كما يلي :

❖ أولا لمخاطر التشغيل : و ينشأ هذا النوع من المخاطر نتيجة ما يلي :³

¹ تاح صالح ومعارفي فريدة ، البنوك الإلكترونية، بحث مقدم إلى : المؤتمر العلمي الخامس بعنوان : نحو مناخ استثماري وأعمال مصرفية إلكترونية، جامعة فيلادلفيا عمان - الأردن، يومي 4 - 5 يوليو 2007 ،صص 8 ، 9

² د . أديب قاسم، مرجع سبق ذكره، ص 15

³الفصل الثاني ، تطوير الخدمات البنكية و أهم المخاطر التي تواجهها ، ص 73

1. **عدم التأمين الكافي للنظم:** يتمثل هذا الخطر في إمكانية الاختراق غير المسموح به بالدخول إلى نظم حسابات البنك بهدف التعرف على المعلومات الخاصة بالزبائن و استغلالها أو سرقة أرقام البطاقات الائتمانية سواء تم ذلك من خارج البنك أو العاملين به
 2. **عدم ملاءمة تصميم النظم أو التنفيذ أو أعمال الصيانة:** ينشأ هذا الخطر نتيجة إخفاق النظم أو عدم كفاءتها لواجهة متطلبات المستخدمين وعدم السرعة في حل هذه المشاكل المتعلقة بالنظم و صيانتها و عدم توفر نظم الحماية الفعالة لقواعد البيانات من حسابات الزبائن الذين يتوقعون منه السرعة الفائقة في تقديم ما يريدون من خدمات مصرفية
 3. **إساءة الاستخدام من قبل العملاء :** ينشأ هذا النوع من المخاطر نتيجة عدم إحاطة العملاء بإجراءات التأمين الوقائية أو بسماعهم لعناصر إجرامية بالدخول إلى حسابات عملاء آخرين أو القيام بعمليات غسل الأموال باستخدام معلوماتهم الشخصية أو قيامهم بعدم إتباع إجراءات التأمين اللازمة .
 4. **سلامة البيانات :** وهي من أهم مكونات امن النظام و يجب على إدارات البنوك أن تعمل على تحسين قابلية الأنظمة للعمل و الارتباط مع أنظمة أخرى داخل المنظمة نفسها ومع المؤسسات الأخرى ولكون الخدمة البنكية متوفرة على مدار الساعة زاد ذلك في الضغوط التنافسية لكسب رضا العملاء وقلل من استعداداتهم لتحمل وقوع أخطاء .
 5. **ضبط التدقيق الداخلي :** إن تحقيق الكفاءة في العمل المصرفي و قدرة البنك على خفض النفقات يعتمد على قدرته على معالجة كافة نواحي و مراحل العمل الالكتروني، و كذلك القدرة على الفصل السليم بين المهام و المسؤوليات لتحقيق الضبط الداخلي بفعالية، و تزداد الضغوط على البنك في حالة وجود نقص في الخبرات أو نقص الكفاءات ذات المهارة في أداء العمليات البنكية الالكترونية و قدرة 2 البنك على معالجة هذه الظروف الطارئة.
- ❖ **ثانياً مخاطر السمعة :** و ينشأ هذا النوع من المخاطر نتيجة الرأي العام السلبي اتجاه هذا البنك و هذا بسبب عدم توفر هذا البنك على نظم البرمجة لحماية البيانات الخاصة بالزبائن التي يحتفظ بها البنك مما يؤدي إلى انخفاض أرباحه و تناقص عدد عملائه و بالتالي انخفاض حصته السوقية و بهذا يجب وضع استراتيجية للاتصال لحماية سمعة البنك ¹
- ❖ **كذلك هناك بعض المخاطر الأخرى نذكر منها:** ²

¹ الفصل الثاني، مرجع سبق ذكره، ص 74

² نفس مرجع، ص 74

- ارتفاع تكاليف جذب عملاء جدد للمعاملات البنكية من خلال الانترنت مما أدى إلى تراجع بعض البنوك عن تقديم خدمات مجانية للعملاء؛
- عدم وجود فهم واضح لمتطلبات عملاء البنوك الالكترونية و كيفية تلبية هذه المتطلبات على مواقع البنك بالشكل الأمثل؛
- إن عملية الإيداع النقدي تعد مشكلة بالنسبة لعملاء بنوك الانترنت حيث يضطر العميل لإرسال المبالغ التي يريد إيداعها بالبريد وهذه مشكلة كبيرة بالنسبة له.

❖ ثالثا تحديات الصيرفة الالكترونية

- ❖ أولا لجرائم الالكترونية: تعتبر الجرائم الالكترونية من أكثر أنواع الجرائم شيوعا في الوقت الحالي حيث تتمتع بالعديد من المزايا التي تدفع بالمجرمين إلى ارتكابها. وتعرف هذه الجرائم بأنها: ¹
- " الجرائم التي لا تعرف الحدود الجغرافية والتي يتم ارتكابها بأداة هي الحاسب الآلي عن طريق شبكة الانترنت وبواسطة شخص على دراية فائقة بهما . "و يمكن تلخيص هذه الجرائم في: ²

1. **انتحال شخصية الفرد:** تتم عندما يستغل اللصوص بيانات شخص ما (كالعنوان و تاريخ الميلاد و رقم الضمان الاجتماعي ...) على الشبكة الالكترونية أسوأ استغلال من اجل الحصول على بطاقات بنكية ائتمانية حيث أن تلك البيانات تمكنهم من التقدم بطلبات لاستخراج البطاقات البنكية عبر الانترنت غالبا من خلال الهيئات التي لا تتخذ إجراءات صارمة عبر الشبكة .
2. **جرائم السطو على أرقام البطاقات:** أصبح السطو على أرقام البطاقات عبر شبكة الانترنت عملية سهلة لذلك تزايدت هذه الحوادث التي أعقبتها عمليات الابتزاز لإرجاع تلك الأرقام أو لعدم نشرها أو لعدم استخدامها.
3. **غسيل الأموال باستخدام البطاقات البنكية:** غسيل الأموال هي عملية تحويل المصدر غير المشروع للأموال كالمخدرات إلى أموال مصدرها مشروع كالتجارة بالسيارات، و ابسط الطرق لهذه العملية هي القيام بسحب مبالغ كبيرة على دفعات من الصراف الآلي في بلد أجنبي من ثم يقوم فرع البنك الذي

¹ الفصل الثاني، مرجع سابق ذكره، ص 75
² نفس مرجع ص 75

سحب المبلغ من جهازه بطلب تحويل المبلغ من الفرع الذي أصدر البطاقة، فتتم عملية التحويل بخصم المبلغ من رصيد الزبون الذي يكون قد تهرب من دفع رسوم التحويل و استطاع أن يغسل أمواله . وقد أعطت شبكة الانترنت عدة مميزات لمن يقومون بعمليات غسل الأموال منها السرعة الفائقة وتخطي الحواجز الحدودية بين الدول وتعيق نشاطهم وكذلك تشفير عملياتهم مما يعطيها قدر أكبر من السرية.

❖ ثانيا تحديات وسائل الدفع الالكترونية : وهذا تحد قديم جديد ، إذ تتسارع وسائل الخدمة الالكترونية

منذ سنوات دون أن يواكبها في العديد من النظم القانونية تنظيم قانوني يناسب تحدياتها ، فإذا كانت بطاقات الائتمان قد حققت رواجاً و مقبولة عالية فإنها لأنها تثير العديد من المسائل القانونية في حقل الحماية المدنية والجزائية ومسؤوليات أطراف العلاقة فيها ، وإذا كان مقبولاً فيما سبق الارتكان للعقود المبرمة بين أطراف علاقات البطاقات الائتمانية لتنظيم مسائلها فإنه ليس مقبولاً التعامل بذات الوسيلة مع تحديات المفهوم الجديد للمال ووسائل الوفاء به بعد أن بدأ الاتجاه نحو النقد الرقمي أو الالكتروني كبديل عن النقد الورقي ، فالمعايير والقواعد والنظريات تختلف وتتغير شيئاً فشيئاً.¹

وهنا تظهر أهمية البنوك كمؤسسات ذات اثر في توجيه المؤسسة التشريعية إلى تبني تشريعات متوائمة مع مفاهيم النقد الالكتروني ووسائله وقواعد وأحكام التعامل مع مشكلاته القانونية ، كما تظهر الأهمية إلى تهيئة بناء قانوني لإدارات البنوك القانونية يتيح لها إمكانية التعامل مع تحديات البنوك الالكترونية إن اختارت دخول هذا الميدان ، و من الخطأ الاعتقاد أن وسائل التقنية ستمنع مشكلات ، إذ تخفي البنوك الالكترونية تحديداً مشاكل الدفع والوفاء بالالتزامات ومشاكل تقديم الخدمة وما تثيره من مسؤوليات ، مجموعة معتبرة من المشكلات والنزاعات المتوقعة تتطلب جاهزية تتفق مع مخاطرها². وأخيراً ربما يكون من المفيد أن نتذكر أن القوالب الجاهزة من الاتفاقيات والعقود والتعليمات والقوانين المنقولة عن نظم قانونية أخرى ومؤسسات أخرى لا تفي دائماً بالغرض لما لكل ساحة من خصوصياتها ولما لكل منشأة من اعتباراتها وأولوياتها الخاصة ، وبقدر أهمية الاطلاع على تجارب الغير فإن الأهمية في قدرها الأكبر تكمن في فهم الاحتياجات الداخلية ومواءمة الحلول مع هذه الاحتياجات مستفيدين مما لدى الغير من حلول ووسائل.³

❖ ثالثاً تحديات الأعمال المرتبطة بالمعايير والإشرافية :

¹ الفصل الثاني، مرجع سبق ذكره ص 76

² نفس المرجع مرجع ص 15

³ نفس مرجع، ص 15

تثير مسائل الإشراف المصرفي تحديات قانونية جديدة، أولها تحدي المعايير التي تضع البنك ضمن بيئة التوافق مع تشريعات وتعليمات جهات الإشراف، وعلينا أن نظل متيقظين أن إلى محتوى تعليمات جهات الإشراف في حقل البنوك الإلكتروني أما انها غائبة في هذا الوقت أو غير واضحة المعالم، وفي كل وقت يمكن أن تكون ثمة معايير لا نجد أنفسنا مهيين بشكل صحيح للتوائم معها¹.

❖ رابعا التحديات الضريبية: إن الأعمال الإلكترونية تلغي فكرة الموقع أو المكان بالنسبة للنشاط التجاري، وهذا يعني احتمال عدم الكشف على مصدر النشاط. إضافة لما تثيره من مشاكل تحديد النظام القانوني المختص. كذلك فإن الأعمال الإلكترونية المتحركة من حيث خوادمها التقنية قد تهاجر نحو الدول ذات النظم الضريبية الأسهل والأكثر تشجيعا، وهذا الأمر تنبهت له أمريكا فقررت عدم فرض ضرائب على أنشطة الأعمال والتجارة الإلكتروني ، وتتنبه الآن أوروبا لخطورة التوجه الأمريكي في هذا الصدد. وفرض الضرائب على هذا النمط الجديد يتطلب استراتيجيات ضريبية مختلفة في المتابعة والكشف والجمع. والاهم تعاوننا وتنسيقا إقليميا ودوليا إن اتجاه منظمة التجارة العالمية (WTO) في هذا الحقل عبر عنه التصريح الوزاري الصادر في نيسان 1998 عن مجلس منظمة التجارة العالمية الذي طلب من المجلس العام للمنظمة إجراء دراسة شاملة وبناء برنامج بحثي لمعالجة هذه المسألة وكانت نتيجة توجيهات المجلس العام ونشاطه الاتفاق على "أن لا تفرض رسوم جمركية على التبادل الإلكتروني"، والمطلوب من الاستراتيجية الوطنية لأعمال والتجارة والبنوك الإلكتروني ، دراسة تأثير الضرائب على النشاط الإلكتروني، وحالة التعارض بين مواقف المتحمسين للأعمال الإلكترونية وحرس الأعمال التقليدية، ومعالجة ما تفرضه النصوص القائمة من ضرائب ورسوم في مختلف المناحي واتصالها بالأعمال الإلكترونية بالنسبة للبائع والمشتري ومقدم الخدمة ومتلقيها، والاهم من ذلك الموازنة بين حماية جهات الخدمة الوطنية وجهات الخدمة الدولية التي تملك قدرات تقديم الخدمة الإلكترونية أكثر من المؤسسات الوطنية في الدول النامية.²

ومن استراتيجيات تأمين وتفعيل الخدمات المصرفية الإلكتروني كما يلي :³

- الاتصال المباشر مع مصدر البطاقات أو المشغل المركزي للحماية من التزييف؛
- متابعة العمليات الفردية؛

¹ هارون مسعودي، مرجع سبق ذكره، ص 73

² نفس مرجع، ص 73

³ الفصل الثاني، مرجع سبق ذكره، ص 76

- الاحتفاظ بقاعدة بيانات مركزية لتتبع عمليات غسل الأموال؛
- توافر شروط الأمان في البطاقات الذكية أو غيرها مع مراعاة وضع حد أقصى لما يخزن على البطاقة
- تدعيم الاتصالات بين المستويات المختلفة بالبنك من مجلس إدارة وإدارة عليا وبين العاملين بشأن سلامة؛
- أداء النظم وتوفير التدريب المستمر للعاملين؛
- استمرار وتقديم وتطوير الخدمات؛
- وضع ضوابط للحد من المخاطر في حالة الاعتماد على مصادر خارج البنك لتقديم الدعم الفني. تشمل هذه الضوابط ما يلي:

- متابعة الأداء المالي والتشغيلي لمقدمي الدعم الفني؛
 - التأكد من توافر اتفاقيات تعاقدية مع مقدمي الدعم الفني تحدد التزامات الأطراف تفصيليا؛
- التأكد من مقدرة مقدمي الدعم الفني على توفير التأمين بما يتفق والمتبع داخل البنك في حالة تعرفهم على بيانات ذات حساسية تخص البنك، وذلك من خلال مراجعة سياساتهم وإجراءاتهم في هذا المجال.

✓ المبحث الرابع: البنوك الالكترونية وأساليب الدفع.

تعتبر البنوك الإلكترونية من المواضيع التي تلقى اهتماما كبيرا من قبل المجتمع المصرفي الدولي نظرا لكثرة الأبحاث الدولية والمحلية حول هذه البنوك بما أنها تتمتع بمزايا جعلتها مختلفة عن البنوك التقليدية حيث تسعى إلى تحقيق مجموعة من الأهداف فهي مكان لخلق فرص العمل وإدارتها، كما توفر وسائل دفع الكرتوني التي تمكن العملاء من الحصول على الخدمات المصرفية الإلكترونية .

لهذا سنحاول من خلال هذا المبحث التعرض إلى النقاط التالية:

- اليات البنوك الإلكترونية
- وسائل الدفع البنوك الالكترونية
- متطلبات البنوك الالكترونية

➤ المطلب الأول : أليات البنوك الإلكترونية

❖ أولا تعريف البنوك الالكترونية :

سنقصر لتعريفنا للبنك الإلكتروني على بعض التعريفات المختلفة:

- هي قيام البنوك بتقديم الخدمات المصرفية أو المبتكرة أو بما يعرف من خلال شبكات اتصال الكترونية، وتقتصر صلاحية الدخول إليها على المشاركين فيها وفقا لشروط العضوية التي تحددها البنوك وذلك من خلال أحد المنافذ على الشبكة كوسيلة اتصال العملاء.¹
- هي تلك البنوك او المؤسسات المالية التي تقوم على الركائز الالكترونية وتوظيف كافة التطورات الحديثة في مجال تكنولوجيا الاتصالات والمعلومات لتقديم كافة الخدمات المصرفية بأمان مطلق.²
- هي البنك الإلكتروني هو مؤسسة مالية شبكية تؤدي خدماتها باستخدام الاساليب الالكترونية والتي تعد الانترنت من اهم اشكالها ، و يمكن الحصول على خدماته عن طريق الضغط على مجموعة ازرار في الهاتف او الكمبيوتر من اي مكان ، و قد ادى هذا النوع من البنوك الى تغيير المفهوم التقليدي للبنك ، و كذلك غير نوعية الخدمات التقليدية التي تقدمها البنوك و طريقة تقديمها ، بل انه غير النقود بمفهومها التقليدي الذي نعرفه ، كما الغى عبارة شهيرة كان يرددها عملاء البنوك و هي انا ذاهب الى

¹ منصور رقية ، عبد المالك أسماء ، الخدمات المصرفية الإلكترونية ، مذكرة التخرج لنيل شهادة الليسانس ، تخصص: مالية ، 2013-2014 ، ص

البنك لأن عنوان البنك الإلكتروني عبارة عن رقم مخزن في ذاكرة الهاتف العميل يتصل به من خلال هذا الرقم ، او عبارة عن عنوان الكتروني على شبكة الانترنت العالمية¹.

ويرجع ظهور وانتشار البنوك الإلكترونية إلى عاملين أساسيين :²

- تنامي أهمية ودور الوساطة بفعل تزايد حركية التدفقات النقدية والمالية إما في مجال التجارة أو مجال الاستثمار والناجمة عن عولمة الأسواق ؛
- تطور المعلوماتية وتكنولوجيا الإعلام والاتصال، أو ما يعرف "بالصدمة التكنولوجية" والتي كانت في كثير من الأحيان استجابة للعامل الأول.

❖ ثانيا خصائص البنوك الإلكترونية :

يمكن الوقوف على ست خصائص أو مميزات أساسية وهي:³

- اختفاء الوثائق الورقية للمعاملات، حيث إن كافة الإجراءات والمراسلات بين طرفي الخدمة المصرفية تتم إلكترونياً دون استخدام أي أوراق؛
- فتح المجال أمام البنوك صغيرة الحجم لتوسيع نشاطها عالمياً باستخدام شبكة الإنترنت دون الحاجة إلى التفرع خارجياً، وزيادة الاستثمار والموارد البشرية وغيرها؛
- القدرة على إدارة العمليات المصرفية للبنوك على شبكة الإنترنت بكفاءة من أي موقع جغرافي، وبالتالي يستطيع البنك أن يختار أفضل الأماكن على مستوى العالم، من حيث النظم الاقتصادية المشجعة أو الأوضاع السياسية المستقرة أو المعاملة الضريبية الأفضل ليمارس أعماله في بيئة مناسبة وينشرها في جميع أنحاء العالم؛

❖ ثالثاً مراحل تطور البنوك الإلكترونية :

قبل ظهور البنوك الإلكترونية، مر العمل الآلي في البنوك بمراحل عديدة :⁴

1. أولها مرحلة استخدام الآلات الميكانيكية المساعدة و كانت تمثل ميكنة لبعض مراحل عملية تشغيل البيانات يدوياً.

¹د. معطي الله خير الدين ، بوقموم محمد ، المعلوماتية والجهاز الإلكتروني حتمية تطوير الخدمات المصرفية ، جامعة قلمة ، ص

² البنوك الإلكترونية، ص 02

³ هارون مسعودي، مرجع سبق ذكره، ص ص 61 ، 62

⁴ نفس مرجع، ص 56

2. ثم مرحلة استخدام آلات البطاقة المثقبة، و فكرتها تقوم على استحداث وسيلة يتم بواسطتها اختزان البيانات و المعلومات على بطاقة مثقبة ثم قراءة هذه البيانات وتشغيلها بواسطة آلة.
3. ثم مرحلة استخدام الآلات شبكة الالكترونية و هي مرحلة تتم فيها عمليات تطوير واسعة للأداة المساعدة بهدف تشغيلها الكترونيا لزيادة سرعتها ورفع طاقتها الإنتاجية.
4. ثم ظهر الحاسب الالكتروني و حدث تطور هائل في مكوناته من حيث السرعة والحجم و الكفاءة السعة
5. و أخيرا ظهرت البنوك الالكترونية و التي تطورت بدورها عبر ثلاث مراحل حسب التطور التكنولوجي لقنوات الخدمات الالكترونية :¹

- المرحلة الأولى: و هي التي ظهرت بها أداة الصراف الآلي و نقاط البيع و الكمبيوتر المنزلي و البنك المحمول و البنوك الهاتفية و قد حققت هذه المرحلة العديد من الأهداف للبنوك أهمها: خفض الضغط على الفروع، وتحسين الخدمة و تخفيض التكاليف وزيادة الأرباح.
- المرحلة الثانية: وهي مرحلة ظهور بنوك الانترنت وهي أهم مرحلة من مراحل البنوك الالكترونية و بموجبها تم الانتقال من مرحلة البنوك التقليدية التي لها واقع مادي ممثلا في فروع و مستندات إلى وجود افتراضي على شبكة الانترنت.
- المرحلة الثالثة : وهي تلك المرحلة التي ظهرت بها توجهات الدمج ما بين قنوات تقديم الخدمة البنكية المذكورة بالمرحلة الأولى و تقنية الانترنت المذكورة بالمرحلة الثانية.

➤ المطلب الثاني : وسائل الدفع الالكترونية

طورت وسائل الدفع الالكتروني مع انتشار عمليات التجارة الالكترونية، ويقصد بالدفع الالكتروني على أنه مجموعة الأدوات والتحويلات الالكترونية التي تصدره المصارف والمؤسسات كوسيلة دفع، وتتمثل في البطاقات البنكية، والنقود الالكترونية، والشيكات الالكترونية، والبطاقات الذكية²

1. البطاقات البنكية : أو البطاقات البلاستيكية، وهي عبارة عن بطاقة مغناطيسية يستطيع حاملها استخدامها في شراء معظم احتياجاته أو أداء مقابل ما يحصل عليه من خدمات دون الحاجة لحمل مبالغ كبيرة قد (تتعرض لمخاطر السرقة أو الضياع أو التلف)
- وتنقسم البطاقات الالكترونية إلى ثلاث أنواع هي¹ :

¹الفصل الثاني ، مرجع سبق ذكره ، ص 56

²فريد النجار، وليد النجار وآخرون، وسائل المدفوعات الالكترونية – التجارة والأعمال الالكترونية المتكاملة – الدار الجامعية، الإسكندرية، 2006، ص

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

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

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

2. النقود الإلكترونية : بعد ظهور البطاقات البنكية ظهرت " النقود الإلكترونية " أو "النقود الرقمية" والتي هي عبارة عن نقود غير ملموسة تأخذ صورة وحدات إلكترونية تخزن في مكان آمن على الهارد ديسك لجهاز الكمبيوتر الخاص بالعميل يعرف باسم المحفظة الإلكترونية، ويمكن للعميل استخدام هذه المحفظة في القيام بعمليات البيع أو الشراء أو التحويل².

3. الشبكات الإلكترونية : وهو مثل الشيك التقليدي تعتمد فكرة الشيك الإلكتروني على وجود وسيط لإتمام عملية التخليص والمتمثل في جهة التخليص (البنك) الذي يشترك لديه البائع والمشتري من خلال فتح حساب جاري بالرصيد الخاص بهما مع تحديد التوقيع الإلكتروني لكل منهما وتسجيله في قاعدة البيانات لدى البنك الإلكتروني من البنوك التي تتبنى فكرة الشبكات الإلكترونية بنك بوسطن، سيتي بنك.

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

➤ المطلب الثالث : متطلبات البنوك الإلكترونية

¹فريد النجار ، مرجع سبق ذكره ، ص118
²البنوك الإلكترونية ، ص 05

تتطلب البنوك الالكترونية تقديم تسهيلات للمستهلكين للوصول إلى حساباتهم و تنفيذ المعاملات الكترونيا بطريقة أسهل و ذلك بزيارة الموقع الالكتروني للبنك في أي وقت 24سا في اليوم و 7 أيام في الأسبوع حيث باستخدام هذه التسهيلات يوفر الأفراد و المؤسسات الكثير من الوقت و المال .¹

و نلخص أهم متطلبات البنوك الالكترونية فيما يلي :²

- البنية التحتية التقنية :تقع في مقدمة متطلبات البنوك الالكترونية خاصة و إن البنى التحتية مرتبطة ببنى الاتصالات وتقنية المعلومات التحتية للدولة ومختلف القطاعات و لذلك تجب أن تتشا البنوك الالكترونية في بيئة تتميز بالأعمال و التجارة الالكترونية و المتطلب الوحيد لضمان أعمال الكترونية ناجحة وضمان الدخول لعصر اقتصاد المعرفة هو كفاءة البنى التحتية. وتتمثل تقنية المعلومات أهم عنصر بالنسبة للبنى التحتية من حيث الأجهزة و البرمجيات و الكفاءات البشرية و هي دعامة الوجود و الاستمرارية و المنافسة .
- التطوير والاستمرارية مع المستجدات : إن التطوير ، الاستمرارية ،و التنوع هي من أهم عناصر متطلبات بناء البنوك الالكترونية لا سيما و أن الجمود لا يكفي مع فرص التمييز .
- التفاعل مع المتغيرات : إن التفاعل لا يعني فقط التعامل مع الجديد و إنما يجب أن يكون مع الأفكار و النظريات الحديثة تلك الأفكار التي تجيء وليد تفكير إبداعي وليس وليد تفكير نمطي .
- الرقابة والتقييم : لقد أقامت غالبية مواقع البنوك الالكترونية جمعيات ترجع إليها للمشورة في التخصصات التقنية و التسويقية و النشر الالكتروني لتقييم فعالية و أداء مواقعها خاصة وان التقييم بعد من أهم عناصر النجاح لأي عمل.
- كفاءة الأداء :يجب ان تمتد كفاءة الأداء لنشاط البنك الالكتروني إلى كافة الوظائف الفنية و المالية و التسويقية و القانونية و الاستثمارية و الإدارية خاصة وان هذه الكفاءة يجب أن تقوم على قد احتياجات الأداء والتواصل التأهيلي و التدريبي.

¹الفصل الثاني، مرجع سبق ذكره، 57

² بيرين البارودي ، دور اقتصاد المعرفة في تطوير الخدمات الالكترونية، مداخلة ضمن المؤتمر العلمي الدولي الخامس " اقتصاد المعرفة و التنمية الاقتصادية" 28/27 افريل 2005 ،الاردن.

خلاصة الفصل الأول:

قد تناولنا في هذا الفصل الإطار النظري الصيرفة وتحدياتها في المؤسسات الالكترونية واثر المعلوماتية في الخدمات المصرفية واشتمل أربعة مباحث رئيسة لتقديم فكرة شاملة عن الإطار العام للخدمات المصرفية في المبحث الأول من خلال إعطاء آليات تطويرها وسلطانا الضوء في هذا الفصل على متغيرين رئيسيين هما تكنولوجيا المعلومات و الاتصال، وتفاعل البنوك مع هذين المتغيرين وقدمنا فكرة شاملة عن بعض المفاهيم الأساسية عن الصيرفة الالكترونية في المبحث الثالث وسلطانا الضوء في آخر هذا الفصل عن الإطار العام للبنوك المصرفية من خلال إعطاء أهم طرق الدفع بها .

واستخلصنا أنه في ظل الاندماج بين البنوك والانتشار الواسع لمفهوم البنوك الشاملة وظهور الخدمات المصرفية الإلكترونية يدعو إلى مواكبتها. وعليه نستنتج من أنه أصبح لازماً على البنوك الارتقاء من العمل التقليدي الى العمل البنكي الإلكتروني و الاستغلال الأمثل لأهم تكنولوجيا القائمة عليها، وذلك بهدف جذب عملاء جدد، حيث يتعين على هذه البنوك التي تملك الصيغة الالكترونية أن تمتلك المعرفة و القدرة على وضع استراتيجية شاملة ، تمكنها من تحقيق جودة في خدماتها البنكية ،وزيادة سرعة أداء عملها مما يحقق علاقة رضا جيدة و دائمة مع العملاء ، حيث أن العمل المصرفي الإلكتروني يتجاوز الوظائف التقليدية ويهدف إلى تطوير وسائل تقديم الخدمات المصرفية، ورفع كفاءة أدائها بما يتماشى مع التكنولوجيات الحديثة وعلى هذا الأساس سعت الدول المتقدمة إلى تخفيض تكاليف العمليات المصرفية التي تتم عبر القنوات الإلكترونية لتدعيم العلاقات وزيادة ارتباط العملاء بهذا البنك وهو ما يعزز من المكانة التنافسية له في سياق الأعمال التجارية الإلكترونية . وحتى تؤدي البنوك الإلكترونية دورها بفعالية فإنه يجب العمل على التحكم في تقنيات الاتصال، وحماية شبكة الأنترنت من الاحتيال، وضمان سرية جميع العمليات المصرفية، وتأمين أكثر حماية بخلق إطار فني مهني متخصص، وإطار تنظيمي محكم ذو شفافية في العمل المصرفي وإقامة رقابة صارمة ضابطة لهذه التعاملات وإلا فإن مساق الرهان يتحول من الرغبة في تعظيم المكاسب إلى وجوب تقليل الخسائر.

الفصل الثاني: واقع الصيرفة الالكترونية في بنك الفلاحة والتنمية الريفية ولاية المسيلة

-

تمهيد :

شرعت الدولة الجزائرية في العشرية الأخيرة من القرن الماضي في إصلاحات اقتصادية، شملت جميع المجالات؛ بما فيها إصلاح المنظومة المصرفية ، تجلّى ذلك من خلال صدور نصوص تشريعية وتنظيمية تسهل عملية التلائم مع متغيرات البيئة المصرفية وهذا يدخل في إطار التحول إلى الاقتصاد الحر والاندماج في الاقتصاد العالمي. ولعل أهم الأفكار الجديدة التي ظهرت في هذا المجال هو الدخول في ما يسمى الصيرفة الإلكترونية، ولتحديد الأهمية والدور الذي تلعبه الخدمات المصرفية الإلكترونية في النهوض بالقطاع البنكي وقمع الاختيار على بنك الفلاحة والتنمية الريفية خاصة - وكالة المسيلة - حيث سنقوم في هذا الفصل التطبيقي بإسقاط الجانب النظري و ما يحتويه على الجانب الميداني من خلال القيام بدراسة ميدانية حول الصيرفة الالكترونية في بنك الفلاحة والتنمية الريفية -وكالة المسيلة- و تحدياتها في هذا البنك و قد اعتمدنا في هذا على الاستبيان موجه من الأشخاص بصفة عشوائية و الغرض منه هو معرفة الآراء حول الصيرفة الالكترونية داخل بنك البدر تم تقسيم هذا الفصل الى ثلاثة مباحث :

- الصيرفة الالكترونية في الجزائر ؛
- دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية-ولاية المسيلة -؛
- منهجية وتحليل الدراسة الميدانية.

✓ المبحث الأول الصيرفة الإلكترونية في الجزائر

رغم التطور التكنولوجي الذي عرفته وسائل الدفع الإلكتروني في العالم وتوسع استخداماتها في مجالات الحياة اليومية وذلك من خلال تخليص المعاملات بأقل جهد ووقت ممكن، إلا أن الجزائر دوما متأخرة تكنولوجيا عن هذه المستجدات والتطورات رغم أن العديد من الدول العربية قد أخذت القسط الكافي والوافي في هذا المجال.

حيث في السنوات الأخيرة عملت الجزائر على عصنة قطاعها المالي و البنكي وذلك بإدخال تكنولوجيات الإعلام والاتصال، وظهور خدمات بنكية جديدة تتسم بالسرعة والأمان وتتماشى مع رغبات العملاء.

لذا سوف نحاول من خلال هذا المبحث التعرض إلى النقاط التالية:

- أثر الصيرفة الإلكترونية في الجزائر؛
- مراحل تطبيق الدفع الإلكتروني في الجزائر؛
- وسائل الدفع الإلكترونية في الجزائر.

➤ المطلب الأول : أثر الصيرفة الإلكترونية في الجزائر

1. تأثير الصيرفة الإلكترونية على الاقتصاد الجزائري : إن مرور الاقتصاد الجزائري بفترة انتقالية نحو

اقتصاد السوق جعله مستعدا لتبني كل الوسائل التي تؤدي به إلى الاستقرار , والتي تتمثل فيما يلي:

أ. تأثير الصيرفة الإلكترونية على المؤسسة الاقتصادية: تعمل الصيرفة الإلكترونية على زيادة تحسين

الإدارة و اقتصاد الوقت و التكلفة و الاستفاداة من خدمات بجودة عالية و بتكلفة و جهد أقل.¹

ب. محااربة الاقتصاد الموازي: لقد فرض تأخر وسائل الدفع في المنظومة الجزائرية على المتعاملين

التجارين التعامل خارج الدائرة المصرفية, هذا التعامل قد ساعد على تداول النقود خارج هذا الإطار

الذي ساهم بدوره في بروز ظاهرة الاقتصاد الموازي (غير الرسمي) و تفشي ثقافة الاكتناز كلها عوامل

ساعدت على ارتفاع السوق الموازية, و هذا الأمر أصبح يهدد الاقتصاد الوطني الذي مازال هشاً, و

بالتالي فإن اعتماد الصيرفة الإلكترونية و إقامة أنظمة دفع إلكترونية سوف يسهل دخول النقود

المتداولة في السوق الموازي إلى دائرة السوق المصرفية و بالتالي المساهمة في التخفيف من حدة

الاقتصاد غير الرسمي و السوق الموازية بالأخص في ظل توفير بيئة مناسبة لذلك.²

¹حورية جنان، مرجع سبق ذكره، ص 68

²نفس مرجع، ص ص 68، 69

ت. ايجاد و تطوير التجارة الإلكترونية في الجزائر: إن أساس ظهور و تطور التجارة الإلكترونية يعود في الأصل إلى مدى انتشار استخدام وسائل الدفع الإلكترونية و فعالية الصيرفة الإلكترونية، و لا أحد تخفى عليه أهمية التجارة الإلكترونية و بالتالي على الجزائر تدعيم الصيرفة و وسائل الدفع الإلكترونية لإيجاد وسط مناسب لهذا النوع من التجارة.

ث. إعطاء دفع للحكم الإلكتروني في الجزائر: لقد أصبحت فكرة إنشاء الحكومة الإلكترونية أمراً لا بد منه في ظل انفتاح الجزائر على الاقتصاد العالمي و تشجيعها للاستثمارات الأجنبية و تزايد المطالب الشعبية بضرورة تخفيف الأعباء البيروقراطية، و هذا المشروع يتطلب توفير بنية أساسية للانطلاق أحد دعائمها هي الصيرفة الإلكترونية.

ج. بناء الاقتصاد الرقمي في الجزائر: إن تبني نظام الصيرفة الإلكترونية يكون القاعدة نحو الانطلاق في مشاريع رقمية أخرى، تنتقل الاقتصاد الوطني نحو اقتصاد رقمي.

2. تأثير الصيرفة الإلكترونية في النظام المصرفي الجزائري: إن اعتماد الصيرفة الإلكترونية في النظام المصرفي الجزائري سوف يتيح للنظام دخول العصرية من أبوابها الواسعة سواء تعلق الأمر بالبنوك التجارية أو بنك الجزائر أو المؤسسات المالية الأخرى، و هي تمنح عدة امتيازات مثل¹

- تخفيض النفقات التي تتحملها المصارف في أداء الخدمات و إنشاء فروع جديدة في مناطق مختلفة؛
- إن استخدام الأنترنت في المصارف الجزائرية يشكل نافذة إعلامية لتعزيز الشفافية و ذلك من خلال التعريف بهذه المصارف و ترويج لخدماتها و الإعلام بالنشرة و تطورات المؤشرات المالية لوضعها تحت تصرف الباحثين و سائر الأطراف الأخرى المعنية بالأمر؛
- تساهم ثورة الاتصالات و المعلومات في شؤون الحياة اليومية و ذلك بتحسين و تسهيل معيشة العائلات و الأفراد بترقيتها للأفضل و تطوير المجتمع بتمكينه من وسائل جديدة؛
- تفعيل دور بورصة القيم المنقولة بالجزائر من خلال إقامة سوق مالية إلكترونية و إقامة أنظمة دفع إلكتروني تساهم في تطور أدائها و ترقيتها.

➤ المطلب الثاني : مراحل تطبيق الدفع الإلكتروني في الجزائر

تعتبر أول تجربة للبنوك الجزائرية في مجال استخدام أدوات الدفع، استعمال بطاقات السحب الخاصة بالشباك الآلي البنكي GAB والموزع الآلي البنكي DAB وتم ذلك على مراحل¹:

¹ حورية جنان ، مرجع سبق ذكره ، ص ص 69 ، 70

- **المرحلة الأولى :** كانت تستعمل بطاقة السحب إلا في الشباك الآلي البنكي والموزع الخاص بالبنك المصدر للبطاقة بمعنى لا يستطيع حامل البطاقة السحب من جهاز بنك آخر.
 - **المرحلة الثانية :** خلال هذه المرحلة تم ربط الشبكة البنكية الجزائرية من خلال استعمال شبكة SATIM التي تسمح بإمكانية السحب من أي موزع آلي للنقود سواء كان تابع لمصدر البطاقة أو لبنك آخر، وبذلك حولت SATIM بطاقة السحب العادية إلى بطاقة سحب ما بين البنوك CIB وعملها يشبه عمل غرفة المقاصة بالبنك المركزي في تسوية المعاملات المالية بين البنوك.
- ولقد عملت على استثمار 3.6 مليون أورو سنة 2003 لأجل تقليص دوران النقود السائلة وتعميم استعمال البطاقة البنكية في الجزائر، حيث عملت على زيادة عدد الموزع الآلي للنقود، وكذا إقام طرفيات دفع عند التجار (Terminaux de paiement) ولأجل نفس الغرض تم عقد اتفاقية في شهر أفريل 2003 مع مؤسسات فرنسية مختصة في صنع طرفيات البطاقة و SATIM بمبلغ 400.000 أورو ولقد مول هذا العقد من طرف البنوك المساهمة في SATIM وهي الصندوق الوطني للتعاون الفلاحي CNMA وبنك البركة. ولقد تم ربط كل الموزعات الآلية للنقود الموجودة في الجزائر سنة 2003.

➤ المطلب الثالث : وسائل الدفع الالكترونية في الجزائر²

هناك عدة أنواع للبطاقات البنكية وهي كما يلي³:

1. **البطاقات الغير الائتمانية:** يطلق على هذا النوع بطاقة الخصم الفوري (المدينة) Debit Card حيث تستخدم كأداة وفاء فقط حيث يحصل حامل البطاقة على احتياجاته من حيث السلع والخدمات والصرف النقدي فور تقديم البطاقة، ويتم الخصم مباشرة لقيمة هذه الاستخدامات من الحساب الجاري المفتوح من طرف البنك المصدر دون الانتظار إلى إعداد كشف حساب البطاقة والذي يستخدم هنا كوسيلة لعرض البيانات فقط، وتشمل البطاقات الغير الائتمانية عدة أنواع نذكر منها ما يلي:
- أ. **بطاقة الدفع المسبق:** حيث يقوم صاحب البطاقة الالكترونية بشحنها بمبلغ مالي وعند إتمام أي معاملة تجارية يتم سحب المقابل المالي من هذه البطاقة حتى ينتهي المبلغ المشحون أو المعبأ في البطاقة

¹ سماح شعبور، مصباح مرابطي، وسائل الدفع الالكتروني في الجزائر واقع وتحديات دراسة استطلاعية من وجهة نظر الموظفين بالوكالات بنكية لولاية تبسة، مذكرة مقدمة للاستكمال متطلبات شهادة الماستر أكاديمي ل م د، تخصص تمويل مصرفي، ص 68-69

² ناشق فاطمة، وسائل الدفع الالكتروني في البنوك والمؤسسات المالية الجزائرية، دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية مستغانم مذكرة تخرج مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة ماستر أكاديمي، تخصص اقتصاد بنكي، ص 32

³ نفس مرجع ، ص32

ولإعادة استخدامها يجب إعادة شحنها وهكذا. وقد عممت هذه الطريقة على مجالات عدة أهمها قطاع الاتصالات الهاتفية الثابتة والنقالة¹.

ب. البطاقات المدينة: ويتطلب هذا النوع من البطاقات وجود حساب بنكي جاري لصاحب البطاقة حيث يتيح استخدام البطاقة عملية التسوية أو الدفع من خلال تمكين المستفيد من سحب الأموال من حساب صاحب البطاقة الذي يفترض فيه أن يكون حسابه مدينا وفي حالة العكس لا تتم عملية التسوية تتطلب رصيذا كافيا ومغطيا للنفقات المجرات بواسطة البطاقة.

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

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

أ. البطاقات الائتمانية المتجددة: هذا النوع هو الأكثر شهرة واستخداما ومن أمثله بطاقتين شهيرتين هما فيزا وماستر كارد والأصل في بداية هذا النوع أن يصدر عن بنك تجاري يوجد به حساب نقدي لحامل البطاقة، ويقوم البنك المصدر بسداد فواتير المشتري في أي مكان يقبل بهذه البطاقة وتدفع للمحل كامل المبلغ، ويقوم البنك المصدر للبطاقة بإرسال فاتورة شاملة مصنفة للعميل حسب المشتريات ويطالبه بسداد جزء بسيط من المبلغ لا يتجاوز 5% ويزيد البنك المصدر على حامل البطاقة على المبلغ الذي في ذمته (الرصيد دائن). بنسبة معلومة شهريا تصل إلى 1.5% ولكن لو يسدد حامل البطاقة كامل المبلغ الدائن خلال فترة الاستقادة، لا يترتب على ذلك أي زيادة في التسديد². وفي كلتا الحالتين السابقتين يتم تجديد القرض الاول لحامل البطاقة لذلك سميت ببطاقة الائتمان المتجددة .

¹ ناشق فاطمة ، مرجع سابق ذكره، ص 33

² نفس مرجع، ص 33-34

3. البطاقات الائتمانية غير المتجددة: تسمى بطاقات الصرف الشهري لأنه يتوجب على العميل أن يقوم بالسداد الكامل من قبيل عميل البنك خلال الشهر الذي يتم فيه السحب، أي أن الفترة الائتمانية في هذه الحالة لا تتجاوز الشهر.

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

5. الشيكات الالكترونية: هو محور ثلاثي الأطراف معالج الكترونيا بشكل كلي، أو جزئي يتضمن أمرا من شخص يسمى الساحب إلى البنك المسحوب عليه بان يدفع مبلغا من النقود لإذن شخص ثالث يسمى المستفيد، ولعل الشيك الالكتروني هو أكثر الأوراق التجارية التي يمكن الاستفادة منها في مجال

التقنيات الالكترونية¹

الشكل رقم 05 : بطاقة الدفع المسبق



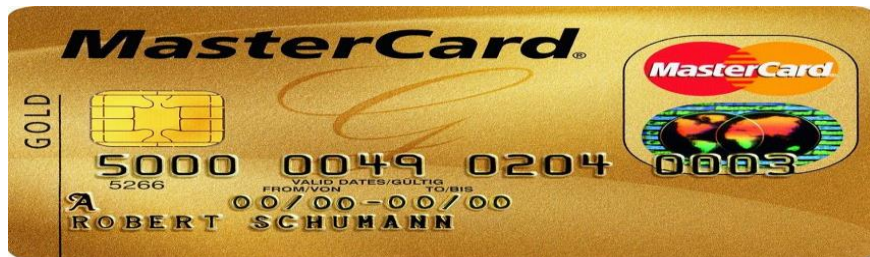
المصدر: <https://www.expandcart.com/>

الشكل رقم 04 : بطاقة فيزا كارد



المصدر: <https://poste-dz.blogspot.com/>

شكل رقم 06 : بطاقة ماستر كارد



المصدر: <https://www.alkawthartv.com/>

¹ناشق فاطمة، مرجع سابق ذكره، ص 35

✓ المبحث الثاني: دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية-ولاية المسيلة -

يعتبر بنك الفلاحة والتنمية الريفية من أهم البنوك على المستوى الوطني لما له من أهمية اقتصادية واجتماعية، ما يعتبر هذا البنك محور دراستنا الذي من خلاله سنحاول معرفة واقع الخدمات المصرفية الإلكترونية في هذا النوع من البنوك.

سوف نحاول من خلال هذا المبحث التعرض إلى النقاط التالية:

- تقديم بنك الفلاحة و التنمية الريفية بشكل عام
- تعريف بنك الفلاحة و التنمية الريفية - وكالة المسيلة-
- الهيكل التنظيمي لبنك الفلاحة والتنمية الريفية - وكالة المسيلة -

➤ المطلب الأول: تقديم بنك الفلاحة والتنمية الريفية بشكل عام

❖ أولا بنك الفلاحة والتنمية الريفية:

نشأ بنك الفلاحة والتنمية الريفية واطار سياسة اعادة الهيكلة التي تتبناها اعادة هيكلة البنك الوطني الجزائري بموجب مرسوم رقم 82-106 المؤرخ في 13 مارس 1982 وذلك بهدف المساهمة في تنمية القطاع الفلاحي وترقيته ودعم نشاطات الصناعية التقليدية والحرفية والمحافظة على التوازن الجهوي وفي هذا الاطار قام بنك الفلاحة والتنمية الريفية بتمويل المؤسسات الفلاحية التابعة للقطاع الاشتراكي مزارع الدولة وكذلك المستفيدين الفرديين للثروة الزراعية مزارع القطاع الخاص تعاونيات الخدمات والدواوين الفلاحية والمؤسسات الفلاحية الصناعية الى جانب قطاع الصيد البحري¹.

وفي اطار الاصلاحات الاقتصادية تحول بنك الفلاحة والتنمية الريفية بعد عام 1988 الى شركة مساهمة ذات راس مال قدره 22 مليار دينار جزائري مقسم الى 2200 سهم بقيمة 1000000 دينار للسهم الواحد يرتفع في بداية سنة 2000 الى 33 مليار دينار جزائري موزع على 33000 سهم مكتتبه كلها من طرف الدولة ولكن بعد صدور قانون النقد والقرض وفي 14 أبريل 1990 والذي منح استقلاله أكبر للبنوك والغى من خلاله نظام التخصيص أصبح بنك الفلاحة والتنمية الريفية كغيره من البنوك يباشر جميع الوظائف التي تقوم بها البنوك التجارية والمتمثلة في منح التسهيلات الائتمانية والتشجيع عملية الادخار والمساهمة في

¹سلماني فاطمة، جودة الخدمات المصرفية وأثرها على تحقيق رضا الزبون، دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة المسيلة، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات شهادة الماستر أكاديمي في علوم التسيير، تخصص استراتيجية وتسويق، ص51

التنمية ولتحقيق اهدافه والاستعداد للمرحلة الراهنة وضع البنك استراتيجية شاملة من خلال التغطية الجغرافية لكامل التراب الوطني بأكثر من 300 وكالة مؤطرة بأكثر من 7000 موظف والقيام بتوزيع منتجاته وخدماته وهذا بغيت اكتساب ميزة تنافسية تؤهله لمنافسة البنوك الخاصة والأجنبية التي تزاوّل نشاطها في السوق المصرفية الجزائرية.¹

❖ ثانيا مهام بنك الفلاحة والتنمية الريفية:

وفقا للقواعد والقوانين المعمول بها في المجال البنكي، فإن بنك الفالحة والتنمية الريفية مكلف بالقيام بالمهام التالية:²

- معالجة جميع العمليات الخاصة بالقروض، الصرف والصندوق؛
- فتح الحسابات لكل شخص طالب لها واستقبال الودائع؛
- المشاركة في تجميع الادخارات؛
- المساهمة في تطوير القطاع الفلاحي والقطاعات الأخرى؛
- تأمين الترقيات الخاصة بالنشاطات الخاصة بالنشاطات الفلاحية وما يتعلق بها؛
- تطوير الموارد والتعاملات البنكية وكذا العمل على خلق خدمات مصرفية جديدة مع تطوير المنتجات والخدمات المقدمة؛
- تنمية الموارد والاستخدامات النقدية طريق عمليتي الادخار والاستثمار؛
- تطوير شبكته ومعاملاته النقدية؛
- التقرب أكثر من ذوي المهن الحرة والمؤسسات الصغيرة والمتوسطة؛
- الاستفادة من التطورات العالمية في مجال العمل البنكي.

➤ المطلب الثاني: نشأة وتعريف بنك الفلاحة والتنمية الريفية - وكالة المسيلة-

نشأت الوكالة 904 لبنك الفلاحة والتنمية الريفية بالمسيلة في فيفري 1983 مع فردين آخرين في عين الملح وحمام الضلعة التي بدأ العمل بهما 1984، و 1988 هذه المنطقة التي تتميز بسهولة الواسع وسكانها بالزراعة بالدرجة الأولى وتهدف وكالة المسيلة إلى النهوض بالقطاع الزراعي بالمنطقة والى تلبية واعطائه دورا أكثر في

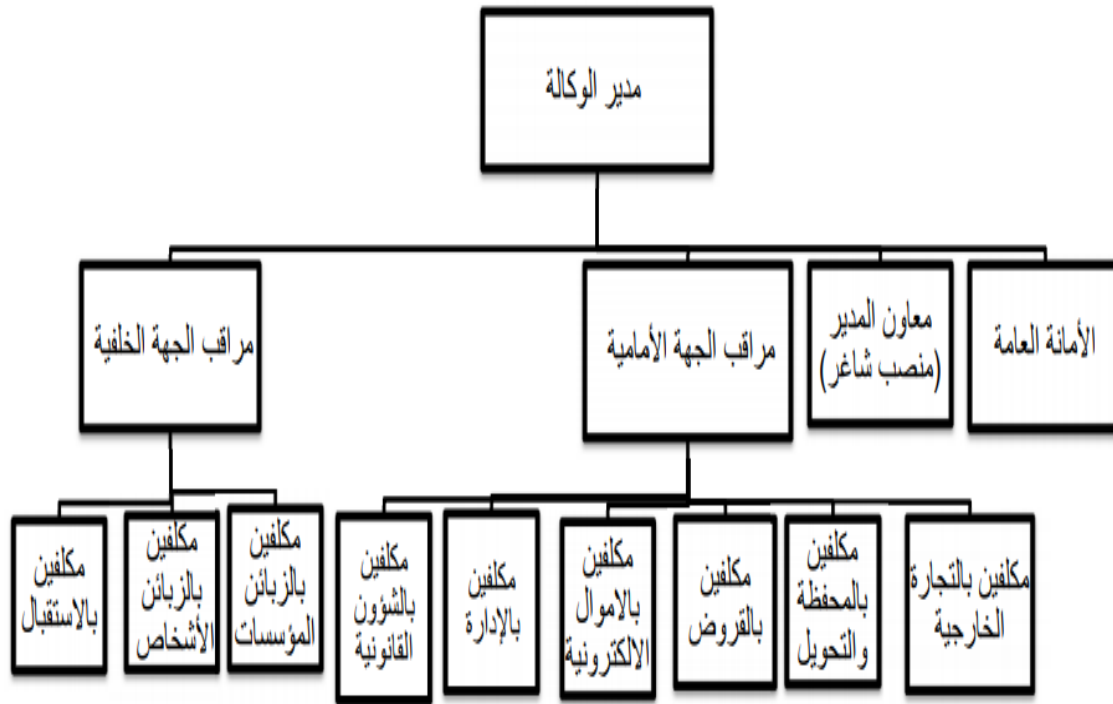
¹سلمانى فاطمة، مرجع سابق ذكره ص 51
²نفس المرجع، ص 55

النشاط الاقتصادي، إضافة إلى ذلك جاء لتدعيم الإصلاحات المالية حاجات الجمهور التي من ضرورتها وجود مؤسسات متخصصة في مختلف القطاعات الاقتصادية الحيوية.¹

إن وكالة المسيلة مؤسسة عمومية تقوم بتقديم خدمات بنكية متنوعة للمتعاملين الاقتصاديين سواء للقطاع العام أو الخاص، حيث تقع وكالة المسيلة في الحي الإداري الذي يقع في وسط المدينة.²

➤ المطلب الثالث: الهيكل التنظيمي لبنك الفلاحة و التنمية الريفية - وكالة المسيلة -

الشكل رقم 07: الهيكل التنظيمي لبنك الفلاحة والتنمية الريفية -وكالة المسيلة-



المصدر: الفصل الرابع: دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية-BADR

¹ اعمارة نصيرة، لصيرفة الإلكترونية ودورها في تطوير نظم الدفع الحديثة -دراسة حالة بنك الفالحة والتنمية الريفية وكالة المسيلة-2017-2018 ، ص32

² نفس مرجع، ص 32

✓ المبحث الثالث: منهجية وتحليل الدراسة الميدانية

تعتبر الصيرفة الالكترونية جديدة في مجتمعنا لذا قد يكون لها تأثيرات عديدة من أجل تسهيل العمليات المصرفية و تحويلها الى عمليات مصرفية الكترونية ، ومن هنا اردنا إجراء دراسة ميدانية عن طريق استبيان لبيان أهمية الصيرفة الالكترونية ودورها في تسهيل المعاملات حيث سنتطرق في هذا المبحث إلى :

- **المطلب الأول: منهجية الدراسة؛**
- **المطلب الثاني: أساليب وأدوات تحليل الدراسة؛**
- **المطلب الثالث: عرض وتحليل نتائج الدراسة.**

➤ المطلب الأول: منهجية الدراسة

❖ أولا: المنهج المتبع :

لا يمكننا أن نقوم ببحث علمي دون منهج واضح يساعدنا في تشخيص مشكلة موضوع البحث حيث أن البحث العلمي له مجموعة من الأسس الذي يبنى عليها الباحث قاعدته الأساسية للانطلاق في عملية البحث ، فمنهج البحث هو طريقة موضوعية يتبعها الباحث في الدراسة و تحديد أبعادها بشكل شامل ومنه فالمنهج المستخدم في الدراسة الميدانية هو المنهج الوصفي ، فالمنهج الوصفي يقوم بدراسة الظاهرة كما توجد في الواقع ووصفها وصفا دقيقا والتعبير عنها تعبيرا كافيا ، وقد اعتمدنا في بحثنا هذا المنهج تماشيا مع أهداف وطبيعة موضوع البحث و كذلك قمنا بالاستعانة بالمنهج الإحصائي نظرا لأهميته البالغة في بحثنا، حيث يهدف في الأساس إلى قياس الظاهرة موضوع الدراسة وذلك من خلال قياس تكرارات إجابات المبحوثين وجدولتها و قراءتها قراءة إحصائية.

❖ ثانيا أهداف الدراسة :

من الأهداف التي نسعى إليها من خلال هذه الدراسة هي:

- مدى قدرة استعمال البنك لصيرفة الالكترونية ؛
- اعتماد الصيرفة الالكترونية لدى البنوك من أجل تسهيل العمليات المصرفية ؛
- معرفة مدى قوة النظام الأمني لدى البنوك الالكترونية .

❖ ثالثا الحدود المكانية و الزمنية:

- الحدود المكانية : المجال المكاني لهذه الدراسة هي متعاملي بنك البدر -وكالة المسيلة - .
- الحدود الزمنية: فيما يخص المجال الزمني لهذه الدراسة فقد استغرقت مدة الإنجاز 20 يوم.

❖ رابعا مجتمع وعينة الدراسة:

أن مجتمع الدراسة هم متعاملي بنك البدر - وكالة المسيلة -، وبسبب جائحة كورونا لم نستطع اجراء الدراسة على العديد من افراد المجتمع، لذا لجأنا إلى سحب عينة من هذا المجتمع لدراستنا، أما فيما يخص نوع العينة المختارة فإننا لجأنا إلى العينة العشوائية وهي مكونة من 60 فرد موزعين بشكل عشوائي.

➤ المطلب الثاني: أساليب وأدوات تحليل الدراسة

❖ أولا أساليب تحليل البيانات: من أجل دراسة وتحليل نتائج الاستبيان تم إدخال البيانات بواسطة برنامج SPSS لاستخراج الأدوات الإحصائية قصد تحليلها ومن ثم التعليق عليها واستخلاص النتائج حيث تم الاعتماد في التحليل على:

- التكرارات والنسب المئوية لإظهار نسب إجابات مفردات عينة الدراسة؛
- المتوسط الحسابي لمعرفة درجة موافقة المشتركين على أسئلة الاستبيان؛
- الانحراف المعياري.

❖ ثانيا الأدوات المستخدمة في جمع البيانات

1. الاستبيان: يعد الاستبيان وسيلة من وسائل جمع المعلومات وقد يستخدم على إطار واسع ليشمل الأمة أو في إطار ضيق على نطاق المدرسة وبطبيعة الحال فهو يختلف في طوله ودرجة تعقيده أن الجهد الأكبر في الاستبيان ينصب على بناء فقرات جديدة والحصول على استجابات كاملة ومن الأهمية بمكان أن تكون أسئلة الدراسة وفرضياتها واضحة ومعرفة كي يكون بالإمكان بناء الفقرات بشكل جيد¹.

¹ منذر الزمان، أساسيات البحث العلمي، دار الميسرة، عمان، ط1، 2007، ص 91

2. الملاحظة: هي إحدى الوسائل الهامة في جمع البيانات وهي ملاحظة الظواهر كما هي وتحدث تلقائيا دون الإخضاع لأي نوع من الضبط العلمي ولا يلجأ الباحث إلى استخدام آلات دقيقة للقياس من دقة الملاحظة وموضوعها¹.

وقد استخدمنا الملاحظة لفهم وإدراك ما هو غامض كما جمعنا من خلالها بعض المعلومات المتعلقة بالبحث.

3. ثالثا قياس ليكارت : قمنا باستخدام مقياس ليكارت و هو أكثر المقاييس شيوعا حيث يتطلب فيه تحديد درجة الموافقة أو عدم الموافقة على خيارات محددة ، و هذا المقياس مكون غالبا من 5 خيارات متدرجة ، يشير المبحوث إلى اختيار واحد منها على النحو التالي :

- موافق تماما ؛
- موافق؛
- محايد ؛
- غير موافق ؛
- غير موافق تماما .

➤ المطلب الثالث : عرض وتحليل نتائج الدراسة

1. تحليل البيانات المتعلقة بإجابات أفراد العينة :

- المحور الأول : استراتيجية تطوير الخدمات المصرفية
- البعد الأول : جودة الخدمات (بصفة عامة)

جدول رقم 01: اجابات أفراد العينة حول جودة الخدمات (بصفة عامة)

ترتيب	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	النسب المئوية					العبارة	رقم العبارة
			5	4	3	2	1		
	1,28	2,68	8,3	21,7	23,3	23,3	23,3	يعمل البنك على إصلاح أعطاب الصرافات الآلية بسرعة.	01
	0,91	2,55	3,3	10	33,3	45	8,3	يقوم البنك بإصدار نشرات الكترونية تضم كافة المعلومات المتعلقة بنشاطه.	02
	1,27	3,03	13,3	25	30	15	16,7	يمكن الدخول إلى الموقع الالكتروني للبنك بسرعة.	03
	1,21	2,58	6,7	18,3	23,3	30	21,7	يعطي البنك ردود سريعة على طلبات العملاء عن طريق البريد الالكتروني.	04
	1,16	2,71	X					المتوسط والحسابي و الانحراف المعياري العام	

المصدر : من اعداد الطالب

■ تحليل :

نلاحظ من الجدول أعلاه أن أعلى نسبة للمتوسط الحسابي و المقدرة ب 3,03 كانت للعبارة الثالثة حيث يمكن الدخول إلى الموقع الالكتروني للبنك بسرعة ، وبعدها تليها العبارة الأولى التي يقدر متوسط الحسابي فيها ب 2,68 و أقل متوسط حسابي كان للعبارة الرابعة و الثانية على التوالي والتي يقدر ب 2,58 و 2,55.

تدل نتائج بعد جودة الخدمات (بصفة عامة) على أن المتوسط الحسابي العام و الذي تقدر نسبته ب 2,71 و انحراف معياري العام 1,16 ، على أن نسبة قبول أفراد العينة كانت بدرجة متوسطة .

- البعد الثاني : جودة الخدمات (الأمان والثقة)

جدول رقم 02: اجابات أفراد العينة حول جودة الخدمات (الأمان والثقة)

ترتيب	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	النسب المئوية					العبارة	رقم العبارة
			5	4	3	2	1		
4	1.24	2.48	6.7	16.7	21.7	28.3	26.7	لا توجد خطورة عند تقديم المعلومات الشخصية عبر البريد أو موقع البنك.	01
2	1.07	2.93	6.7	21.7	41.7	18.3	11.7	هناك ثقة في الخدمات البنكية الالكترونية التي يقدمها البنك.	02
1	1.20	3.37	18.3	31.7	28.3	11.7	10	المعلومات التي يقدمها البنك عن الخدمات على الموقع الالكتروني واضحة وصادقة.	03
3	1.20	2.90	11.7	20	26.7	30	11.7	هناك شعور بالأمان في إتمام المعاملات البنكية عبر الصرافات الآلية.	04
	1.17	2.92							

المصدر : من اعداد الطالب

■ تحليل :

نلاحظ من الجدول أعلاه أن أعلى نسبة للمتوسط الحسابي و المقدر ب 3,37 كانت للعبارة الثالثة حيث ان للبنك مصداقية في المعلومات التي يقدمها في الموقع الالكتروني ، وبعدها تليها العبارة الثانية التي يقدر متوسط الحسابي فيها ب 2,93 و أقل متوسط حسابي كان للعبارة الرابعة و الأولى على التوالي والتي يقدر ب 2,90 و 2,48

تدل نتائج بعد جودة الخدمات (الأمان والثقة) على أن المتوسط الحسابي العام و الذي تقدر نسبته ب 2.92 و انحراف معياري العام 1,17 ، على أن نسبة قبول أفراد العينة كانت بدرجة متوسطة .

■ تحليل المحور بالكامل :

حيث أن محور استراتيجية تطوير الخدمات المصرفية تحصل على نسبة قبول متوسطة بمتوسط حسابي يقدر ب 2,81 وهذا يدل على أن البنك له توجه متوسط نحو تطبيق استراتيجية تطوير الخدمات المصرفية.

• المحور الثاني : الصيرفة الالكترونية

- البعد الاول : الصراف الالي

جدول رقم 03 : اجابات أفراد العينة حول الخدمة التي يقدمها الصراف الالي

ترتيب	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	النسب المئوية					العبارة	رقم العبارة	
			5	4	3	2	1			
4	1,22	2 ,43	6 ,7	13 ,3	25	26,7	28 ,3	01	البنك يوفر البطاقة البنكية (بطاقة السحب) في ظرف قياسي مما يساعد على جذب عملاء جدد والاحتفاظ بالعملاء الحاليين.	
2	1,13	2 ,62	8 ,3	13 ,3	23,3	41,7	13,3	02	لا توجد الكثير من المشاكل في البطاقات البنكية الالكترونية أثناء عمليات السحب من الموزعات الآلية.	
1	1,38	2,77	15	18,3	16,7	28 ,3	21,7	03	التوزيع الجغرافي لأجهزة الصراف الآلي يساعد على تسهيل تقديم الخدمة للعملاء	
3	1,32	2 ,5	13,3	8,3	18,3	35	25	04	تساعد أنظمة الدفع الالكترونية في كسب ولاء الزبون	
	1,26	2,52	X							المتوسط والحسابي و الانحراف المعياري العام

المصدر : من اعداد الطالب

تحليل :

نلاحظ من الجدول أعلاه أن أعلى نسبة للمتوسط الحسابي و المقدر ب 2,77 كانت للعبارة الثالثة حيث أن التوزيع الجغرافي لأجهزة الصراف الآلي يساعد على تسهيل تقديم الخدمة للعملاء ، وبعدها يليها العبارة الثانية التي يقدر متوسط الحسابي فيها ب 2,62 و أقل متوسط حسابي كان للعبارة الرابعة و الاولى على التوالي والتي يقدر ب 2,5 و 2,43.

تدل نتائج بعد الصراف الآلي على أن المتوسط الحسابي العام و الذي تقدر نسبته ب 2,52 و انحراف معياري العام 1,26 ، على أن نسبة قبول أفراد العينة كانت بدرجة مرتفعة .

- البعد الثاني : الصيرفة عبر الهاتف النقال

جدول رقم 04 : اجابات أفراد العينة حول الصيرفة عبر الهاتف النقال

ترتيب	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	النسب المئوية					العبارة	رقم العبارة
			5	4	3	2	1		
3	1,07	2,77	3,3	25	30	28,3	13,3	يوفر البنك خدماته للعملاء عبر أجهزة الهاتف النقال.	01
2	1,19	2,78	6,7	26,7	20	31,7	15	هناك تسويق لبرامج البنك عن طريق الرسائل النصية القصيرة البرامج التسويقية للبنك من خلال الرسائل النصية القصيرة (SMS).	02
1	1,22	2,83	13,3	15	25	35	11,7	يستعمل البنك الهاتف النقال كأداة للتعريف بالخدمات البنكية وتسويق منتجاته الجديدة.	03
3	1,22	2,77	11,7	16,7	21,7	36,7	13,3	تتيح رسائل النصية القصيرة (SMS) تعزيز التواصل مع العملاء.	04
	1,17	2,78						المتوسط والحسابي و الانحراف المعياري العام .	

المصدر : من اعداد الطالب

نلاحظ من الجدول أعلاه أن أعلى نسبة للمتوسط الحسابي و المقدر ب 2,83 كانت للعبارة الثالثة حيث أن البنك يستعمل الهاتف النقال كأداة للتعريف بالخدمات البنكية وتسويق منتجاته الجديدة ، وبعدها تليها العبارة الثانية التي يقدر متوسط الحسابي فيها ب 2,78 و أقل متوسط حسابي كان للعبارة الرابعة و الاولى بنفس المتوسط الحسابي و المقدر ب 2,77.

تدل نتائج بعد الهاتف النقال على أن المتوسط الحسابي العام و الذي تقدر نسبته ب 2,78 و انحراف معياري العام 1,17 ، على أن نسبة قبول أفراد العينة كانت بدرجة متوسطة .

- البعد الثالث: الصيرفة عبر شبكة الانترنت

جدول رقم 05: اجابات أفراد العينة حول الصيرفة عبر شبكة الانترنت

ترتيب	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	النسب المئوية					العبارة	رقم العبارة	
			5	4	3	2	1			
1	1.45	3.35	31.7	18.3	18.3	16.7	15	01	يتم الترويج لموقع البنك على الأنترنت من خلال شبكات التواصل الاجتماعي ومحركات البحث.	
4	1.39	3.08	20	23.3	18.3	21.7	16.7	02	يرسل البنك لعملائه الإعلانات عن طريق البريد الإلكتروني.	
3	1.27	3.10	15	26,7	25	20	13,3	03	الموقع الإلكتروني للبنك مصمم بطريقة واضحة مما يسهل استعماله من طرف العملاء.	
2	1.28	3.23	18.3	26.7	28.3	13.3	13.3	04	الموقع الإلكتروني للبنك موقع اتصالي (يسمح للعميل بتقديم اقتراحات أو تعبئة الطلبات أو النماذج على الخط).	
	1.34	3.19								المتوسط والحسابي و الانحراف المعياري العام .

المصدر : من اعداد الطالب

■ تحليل :

نلاحظ من الجدول أعلاه أن أعلى نسبة للمتوسط الحسابي و المقدر ب 3,35 كانت للعبارة الأولى حيث أنه يتم الترويج لموقع البنك على الأنترنت من خلال شبكات التواصل الاجتماعي ومحركات البحث.، وبعدها تليها العبارة الرابعة التي يقدر متوسط الحسابي فيها ب 3,23 و أقل متوسط حسابي كان للعبارة الثالثة و الثانية على التوالي بمتوسط الحسابي و المقدر ب 3,10 و 3,08 .

تدل نتائج بعد الصيرفة عبر شبكة الانترنت على أن المتوسط الحسابي العام و الذي تقدر نسبته ب 3,19 و انحراف معياري العام 1,34 ، على أن نسبة قبول أفراد العينة كانت بدرجة متوسطة.

■ تحليل المحور بالكامل :

حيث أن محور الصيرفة الالكترونية تحصل على نسبة قبول متوسطة بمتوسط حسابي يقدر ب 2,83 وهذا يدل على أن البنك له توجه متوسط نحو تطبيق الصيرفة الالكترونية .

• المحور الثالث: المعلومات العامة

- الجنس :

الجدول رقم 06: مفردات العينة حسب متغيرات

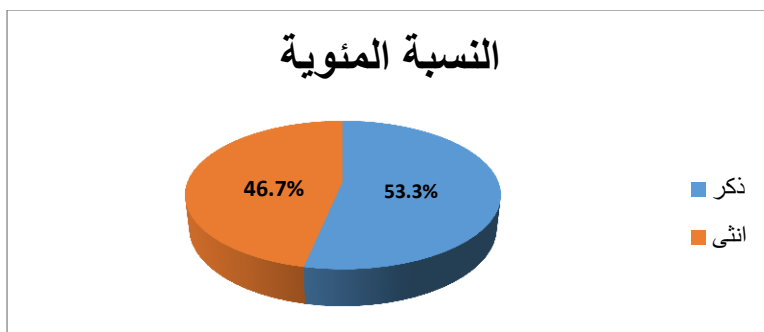
النسبة المئوية	التكرار	الجنس
53,3%	32	نكر
46,7%	28	انثى
100	60	المجموع

المصدر : من اعداد الطالب

■ تحليل :

يتضح من الجدول أن نسبة الذكور في عينة الدراسة 53.3% و هي أكبر من نسبة الإناث التي تقدر ب46.7% و هذا راجع لعشوائية العينة.

شكل رقم 08 : مفردات العينة حسب متغيرات الجنس



المصدر : من اعداد الطالب

جدول رقم 07 : مفردات العينة حسب متغيرات العمر

- العمر :

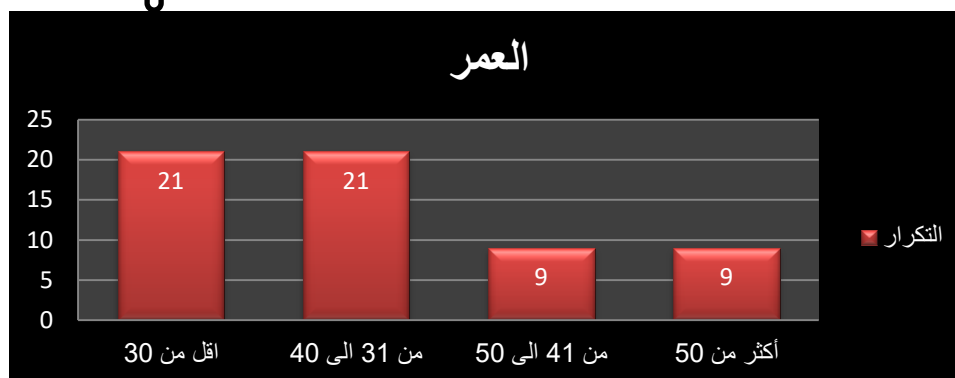
النسبة المئوية	التكرار	العمر
35%	21	اقل من 30
35%	21	من 31 الى 40
15%	9	من 41 الى 50
15%	9	أكثر من 50
100%	60	المجموع

المصدر : من اعداد الطالب

تحليل :

يتضح من الجدول أعلاه أنه يوجد تساوي بين نسب الفئات العمرية للعينة، إلا ان نسبة الفئة الأكبر هي فئة الأفراد الذين يتراوح سنهم أقل من 30 سنة و الأفراد الذي يتراوح عمرهم بين 31-40 سنة بنسبة 35 % (متساوية) ، تليها الفئة من 41 الى 50 سنة و اكثر من 50 سنة بنسبة 15 % (نسبة متساوية) .

شكل رقم 09 : مفردات العينة حسب متغيرات العمر



المصدر : من اعداد الطالب

- المستوى التعليمي :

جدول رقم 08 : مفردات العينة حسب متغيرات المستوى التعليمي

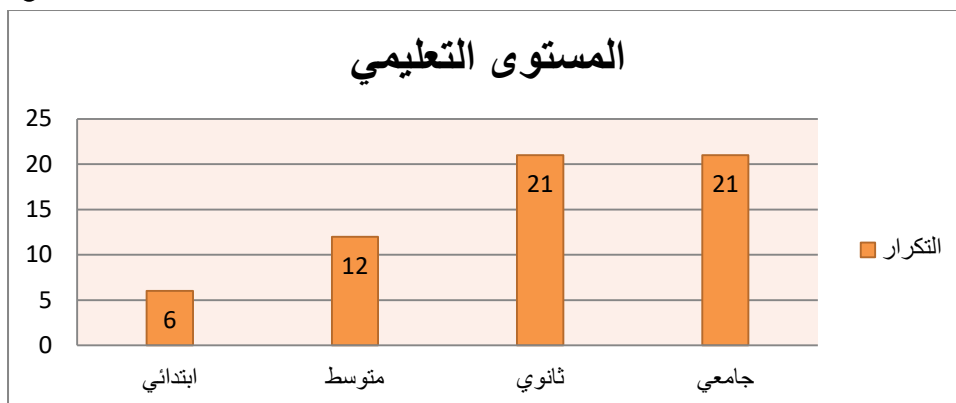
النسبة المئوية	التكرار	المستوى التعليمي
10%	6	ابتدائي
20%	12	متوسط
35%	21	ثانوي
35%	21	جامعي
100%	60	المجموع

المصدر : من اعداد الطالب

■ تحليل :

من خلال الجدول أعلاه يتضح أن النسب متقاربة حيث لدينا الفئة ذو المستوى الجامعي و الثانوي هي أكبر نسبة ب 35% ، ثم تليها الفئة ذو المستوى المتوسط بنسبة 20% وفي الأخير تأتي الفئة ذو النسبة 10%

شكل رقم 10 : مفردات العينة حسب متغيرات المستوى التعليمي



المصدر : من اعداد الطالب

- المهنة :

جدول رقم 09 : مفردات العينة حسب متغيرات المهنة

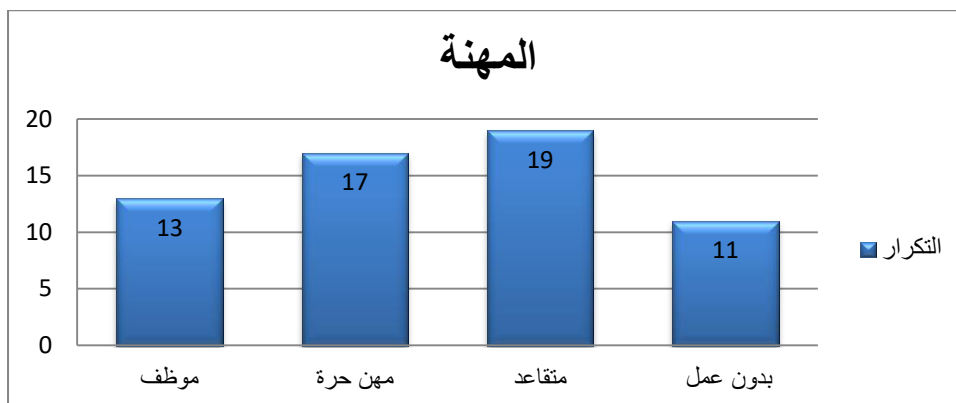
النسبة المئوية	التكرار	المهنة
21,7%	13	موظف
28,3%	17	مهن حرة
31,7%	19	متقاعد
18,3%	11	بدون عمل
100%	60	المجموع

المصدر : من اعداد الطالب

■ تحليل :

من خلال الجدول أعلاه يتضح أن النسب متقاربة حيث لدينا الفئة ذو المستوى اكبر نسبة هي ذو المتقاعدين حيث قدرت ب 31,7 % ، وبعدها فئة المهن الحرة بنسبة 28,3 % ، وتليها فئة الموظفين وبدون عمل بنسبة متقاربة التي تقدر نسبتهم على التوالي ب : 21,7% و 18,3% .

شكل رقم 11 : مفردات العينة حسب متغيرات المهنة



المصدر : من اعداد الطالب

- عدد سنوات التعامل مع البنك :

جدول رقم 10 : مفردات العينة حسب متغيرات عدد سنوات التعامل مع

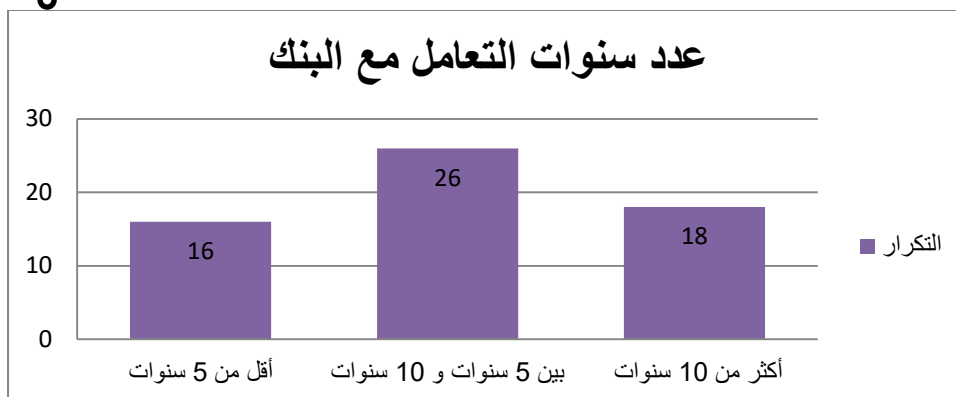
النسبة المئوية	التكرار	عدد سنوات التعامل مع البنك
26.7%	16	أقل من 5 سنوات
43.3%	26	بين 5 سنوات و 10 سنوات
30%	18	أكثر من 10 سنوات
100%	60	المجموع

المصدر : من اعداد الطالب

■ تحليل :

من خلال الجدول أعلاه يتضح أن النسبة الأكبر لسنوات التعامل مع البنك كانت للذين بين 5 سنوات و 10 سنوات حيث قدرت ب 43,3% ، وبعدها المتعاملين الذين لديهم تعامل أكثر من 10 سنوات بنسبة 30 % ،وتليها فئة الأخيرة أقل من 5سنوات بنسبة 26,7% .

شكل رقم 12 : مفردات العينة حسب متغيرات عدد سنوات التعامل مع



المصدر : من اعداد الطالب

■ التحليل العام :

من خلال ما توصلنا اليه من نتائج الاستبيان عن طريق احصائيات spss يمكن القول أن بنك الفلاحة و التنمية الريفية لوكالة المسيلة يعتمد على استعمال الصيرفة الإلكترونية عن طريق (الصراف الالي - الهاتف النقال - شبكة الانترنت) التي بدورها تعمل على تسهيل العمليات المصرفية ، حيث أن البنك لديه استراتيجية متوسطة للخدمات المصرفية من خلال تطبيق الخدمة المصرفية بصفة عامة و كذلك مصداقية المعلومات ، وخلق معاملة تكتسي بصفة الثقة و الأمان مع الزبون ، مما يجعل البنك في كسب ولاء الزبون و جذبه لتعامل مع هذا البنك .

خاتمة الفصل :

لقد حاولنا من خلال هذا الفصل الوقوف على مدى تطبيق البنوك الجزائرية وأهم التحديات التي تواجهها حيث شرعت الجزائر في تطبيق اصلاحات لتحديث الخدمات البنوك التجارية وفق استراتيجية جديدة الا أن اعتماد البنوك الجزائرية للصيرفة الإلكترونية واجهتها عدة تحديات وصعوبات ولقد حاولنا ايضا من خلال القيام بدراسة تطبيقية على بنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة المسيلة ومنه تعرف على الخدمات الإلكترونية المقدمة من طرف البنك بإضافة الى الاستراتيجية المتابعة من طرف البنك لمواكبة التطورات الحاصلة في مجال الصيرفة الإلكترونية ومدى اعتماده عليها .

خَاتَمَةٌ

خاتمة :

انفتاح البنوك على عالم التكنولوجيا المتطورة لم يكن اختيارا منها فالصيرفة الإلكترونية أصبح ضرورة حتمية أوجبتها التغيرات الحاصلة في السوق والتكنولوجيا المستمرة في هذا المجال حيث كان لابد على البنوك مواكبة مثل هذه التطورات التكنولوجية استخدام استراتيجيات متطورة وتقنيات حديثة وذلك من أجل تلبية حاجيات ورغبات زبائنها باعتبارهم محور اهتمام البنوك وذلك من اجل تحقيق أهدافها.

ويعتبر خوض البنوك لهذه التجربة من بين التحديات التي لا يمكن تجاهلها لأنها اصبحت محور النجاح في مجال الصيرفة ونجد أن الجزائر قد قطعت أشواطاً كبيرة في تطبيقها ومازالت تقطع اشواطاً اخرى في تحقيقها وترسيخها في اذهان العملاء لكنها أدركت أن الثقافة البيئية الإلكترونية مجال ضعيف في أذهان الافراد مما دفع بالمجتمع الجزائري الى المضي نحو مجتمع المعرفة الذي يركز على التطور و العصرية ومنه تشجيع البنوك على الاعتماد على الصيرفة الالكترونية و المضي نحو تطويرها.

■ النتائج:

- بالرغم من الموقع الجغرافي للوكالة إلا أنه غير كافي نظرا الى ضعف توزيع الآلات الصراف الالي للخدمات المصرفية من خلال امتلاكها لأجهزة صراف قليلة وأيضا ضعف الوعي المصرفي لدى الزبائن في استخدام البطاقات الائتمانية؛
- ضعف شبكة الانترنت مما يعرقل خدمة الصيرفة الكترونية في البنوك؛
- عدم إعطاء أهمية للملاحظات وتوصيات واقتراحات الزبائن البالغة الأهمية وهذا ما يؤثر سلبا على علاقة العميل بالبنك .

■ التوصيات:

- العمل على تغيير نمط وأسلوب العمل القديم بتحسين نوعية تقديم الخدمات وجودتها ومنه توطيد العلاقة بالعميل؛
- الاستفادة من تجارب البنوك الأجنبية في هذا الميدان والوقوف على اسرار نجاحها؛
- وضع نظام فعال للرقابة على أداء الخدمات المصرفية؛
- توسيع نطاق استخدام اجهزه الصراف الالي من قبل البنوك.

قائمة المراجع

قائمة المراجع:

- أ، بريس عبد القادر، جودة الخدمات المصرفية كمدخل لزيادة القدرة التنافسية للبنوك، مجلة اقتصاديات شمال افريقيا.
- اديب قاسم ، الصيرفة الإلكترونية، شندي كلية الادارة والاقتصاد - جامعة واسط .
- اعمار نصيرة ، لصيرفة الإلكترونية ودورها في تطوير نظم الدفع الحديثة -دراسة حالة بنك الفالحة والتنمية الريفية وكالة المسيلة- 2017-2018 .
- بن منصور فريدة ، الصيرفة الإلكترونية كمدخل لبناء الإقتصاد الرقمي في الجزائر دراسة حالة البنك الخارجي الجزائري BEA -وكالة ورقلة - ، ذكرة مقدمة لإستكمال متطلبات شهادة الماستر في العلوم الإقتصادية .
- بورنداء صليحة، سولامي كريمة، إثر التكنولوجيا المعلومات والاتصال على جودة الخدمات المصرفية_ دراسة حالة بنك الفالحة والتنمية الريفية وكالة ادرار، مذكرة تخرج لنيل شهادة ماستر تخصص مالية مؤسسة.
- تاح صالح ومعرفي فريدة ، البنوك الإلكترونية، بحث مقدم إلى : المؤتمر العلمي الخامس بعنوان : نحو مناخ استثماري وأعمال مصرفية إلكترونية، جامعة فيلادلفيا عمان - الأردن، يومي 4 - 5 يوليو 2007 .
- خلود عاصم ، دور تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات في تحسين جودة المعلومات و انعكاساته على التنمية الاقتصادية ، مجلة كلية بغداد .
- د.رجم خالد ، نظام المعلومات ، جذع مشترك علوم اقتصادية و تجارية وعلوم تسيير .
- د.معطى الله خير الدين ، بوقوم محمد ، المعلوماتية والجهاز الإلكتروني حتمية تطوير الخدمات المصرفية ، جامعة قالمة .
- دحت صادق ، " أدوات وتقنيات مصرفية" (دار غريب للطباعة والنشر ، 2001)
- دكتور حسن عماد مكاوي ، تكنولوجيا الاتصال الحديثة في عصر المعلومات ، ، الدار المصرية اللبنانية ، ط 2.

- سلماني فاطمة، جودة الخدمات المصرفية وأثرها على تحقيق رضا الزبون، دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة المسيلة، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات شهادة الماستر أكاديمي في علوم التسيير، تخصص استراتيجية وتسويق.
- سماح شعبور، مصباح مرابطي، وسائل الدفع الالكتروني في الجزائر واقع وتحديات دراسة استطلاعية من وجهة نظر الموظفين بالوكالات بنكية لولاية تبسة، مذكرة مقدمة للاستكمال متطلبات شهادة الماستر أكاديمي ل م د، تخصص تمويل مصرفي .
- شاكور القرويني، محاضرات في اقتصاد البنوك (، ديوان المطبوعات الجامعية، لجزائر، 2000 .
- طاهر لطفي ، جميعي صلاح الدين ، العمل المصرفي الالكتروني ودوره في تعزيز وتطوير نظم الدفع الحديثة للتجارة الالكترونية دراسة حالة : بنك الفلاحة و التنمية الريفية -وكالة تبسة - 488 ، مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة ماستر أكاديمي دفعة 2016 ، تخصص : تمويل المصرفي.
- عبد المطلب عبد الحميد، " البنوك الشاملة عملياتها وإدارتها (الدار الجامعية ، الإسكندرية ، 2000) .
- عثمان الكيلاني و هلال البياتي و علاء السلمي ، المدخل إلى نظم المعلومات المحاسبية ، دار وائل، عمان، الأردن، 2000 .
- غالي ، مجلة المثنى للعلوم الادارية و الاقتصادية ، المجلد (7) العدد (4) - (2017) 85-100.
- فاروق عبده فلية، أحمد عبد الفتاح الزكي، معجم مصطلحات التربية لفظا واصطلاحا، دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر، الاسكندرية، مصر .
- فريد النجار، وليد النجار وآخرون، وسائل المدفوعات الإلكترونية - التجارة والأعمال الإلكترونية المتكاملة - الدار الجامعية، الإسكندرية، 2006 .
- الفصل الثاني ، تطوير الخدمات البنكية و أهم المخاطر التي تواجهها .
- محسن أحمد الخضير ، التسويق المصرفي ، المدخل المتكامل لحل المشكلات البنكية ، مكتبة الأنجلو المصري 1982 .
- محمد مسعود محمد إدريس ، الصيرفة الإلكترونية ، جامعة النيل الأبيض .
- معمري حسينة ، اليات تطوير خدمات القطاع البنكي في ظل اقتصاد المعرفة - دراسة حالة البنك الوطني الجزائري وكالة 842 و القرض الشعبي الجزائري وكالة 317 ام بواقي - ، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات شهادة ماستر أكاديمي ، تخصص : اقتصاد نقدي وبنكي .

- منذر الزامل، أساسيات البحث العلمي ، دار الميسرة، عمان، ط1، 2007.
- منصور رقية ، عبد المالك أسماء ، الخدمات المصرفية الإلكترونية ، مذكرة التخرج لنيل شهادة الليسانس ، تخصص: مالية ، 2013-2014 .
- ناشق فاطمة، وسائل الدفع الالكتروني في البنوك والمؤسسات المالية الجزائرية، دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية مستغانم مذكرة تخرج مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة ماستر أكاديمي، تخصص اقتصاد بنكي.
- نجم عبد الله الحميدي، نظم المعلومات الإدارية، الطبعة الأولى، دار وائل، الأردن، 2005 .
- يرين البارودي ، دور اقتصاد المعرفة في تطوير الخدمات الالكترونية، مداخلة ضمن المؤتمر العلمي الدولي الخامس " اقتصاد المعرفة و التنمية الاقتصادية " 27/28 افريل 2005 ،الاردن.
- www.almrsal.com.

قائمة الملاحق



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة محمد بوضياف المسيلة
كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير
قسم علوم التجارية
تخصص: التسويق المصرفي
استبيان



يسرنا أن نطلب من سيادتكم أن تفضلوا بالمساهمة في هذه الدراسة والتي ستكون في إطار إعداد مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر في العلوم التجارية تخصص تسويق مصرفي والتي تتناول موضوع بعنوان الصيرفة الالكترونية وتحدياتها في البنوك الجزائرية -دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة المسيلة -وذلك بالإجابة على الأسئلة الواردة في هذا الاستبيان بحيث نحيطكم علما بأن تبقى إجاباتكم سرية وتستعمل لأغراض البحث العلمي فقط وفي الأخير تقبلوا منا فائق الاحترام والتقدير والشكر.

ملاحظة: المعنيون بهذا الاستبيان هم الأفراد الذين هم زبائن لبنك الفلاحة والتنمية الريفية BADR وكالة المسيلة.

الطلبة:

الرجاء وضع علامة X على الإجابة المناسبة

س	العبارة	موافق تماما	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق تماما
I.	المحور الأول: إستراتيجية تطوير الخدمات المصرفية					
•	البعد الأول: جودة الخدمات (بصفة عامة)					
1	يعمل البنك على إصلاح أعطاب الصرافات الآلية بسرعة.					
2	يقوم البنك بإصدار نشرات الكترونية تضم كافة المعلومات المتعلقة بنشاطه.					
3	يمكن الدخول إلى الموقع الإلكتروني للبنك بسرعة.					
4	يعطي البنك ردود سريعة على طلبات العملاء عن طريق البريد الإلكتروني.					
•	البعد الثاني: جودة الخدمات (الأمان والثقة)					
1	لا توجد خطورة عند تقديم المعلومات الشخصية عبر البريد أو موقع البنك.					
2	هناك ثقة في الخدمات البنكية الإلكترونية التي يقدمها البنك.					
3	المعلومات التي يقدمها البنك عن الخدمات على الموقع الإلكتروني واضحة وصادقة.					
4	هناك شعور بالأمان في إتمام المعاملات البنكية عبر الصرافات الآلية.					
II.	المحور الثاني: الصيرفة الإلكترونية					
•	البعد الأول: الصراف الآلي					
1	البنك يوفر البطاقة البنكية (بطاقة السحب) للعملاء الحاليين أو الجدد في ظرف قياسي.					
2	لا توجد الكثير من المشاكل في البطاقات البنكية الإلكترونية أثناء عمليات السحب من الموزعات الآلية.					
3	التوزيع الجغرافي لأجهزة الصراف الآلي يساعد على تسهيل تقديم الخدمة للعملاء.					
4	تساعد أنظمة الدفع الإلكترونية في كسب ولاء الزبون.					
•	البعد الثاني: الصيرفة عبر الهاتف الناقل					
1	يوفر البنك خدماته للعملاء عبر أجهزة الهاتف الناقل.					
2	هناك تسويق لبرامج البنك عن طريق الرسائل النصية القصيرة (SMS).					
3	يستعمل البنك الهاتف الناقل كأداة للتعريف بالخدمات البنكية وتسويق منتجاته الجديدة مكررة.					
4	تتيح الرسائل النصية القصيرة (SMS) تعزيز تواصل البنك مع العملاء.					
•	البعد الثالث: الصيرفة عبر شبكة الإنترنت					
1	يتم الترويج لموقع البنك على الأنترنت من خلال شبكات التواصل الاجتماعي ومحركات البحث.					
2	يرسل البنك لعملائه الإعلانات عن طريق البريد الإلكتروني.					
3	الموقع الإلكتروني للبنك مصمم بطريقة واضحة مما					

					يسهل استعماله من طرف العملاء.
				4	الموقع الإلكتروني للبنك موقع اتصالي (يسمح للعميل بتقديم اقتراحات أو تعبئة الطلبات أو النماذج على الخط).

.....

.....

.....

المعلومات العامة	
الرجاء وضع علامة X على الإجابة المناسبة	
الجنس	ذكر أنثى
العمر	أقل من 30 سنة من 31 سنة إلى 40 سنة من 41 سنة إلى 50 سنة أكثر من 50 سنة
المستوى التعليمي	ابتدائي متوسط ثانوي جامعي
المهنة	موظف مهن حرة متقاعد
عدد سنوات التعامل مع البنك	بدون عمل أقل من 05 سنوات بين 05 سنوات و 10 سنوات أكثر من 10 سنوات

شكرا على تعاونكم ووقتكم

