

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة محمد بوضياف - المسيلة

ميدان العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم
التسيير
فرع العلوم التجارية
تخصص تسويق مصرفي



كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم
التسيير
قسم العلوم التجارية

تحت عنوان

دور البطاقات الالكترونية في تحسين أداء البنوك
دراسة حالة بنك الخليج الجزائر (وكالة العلطة- ولاية سطيف -

مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر أكاديمي

إعداد الطالب: قرور أيوب

تحت إشراف الأستاذ
د. عماد عجابي

السنة الجامعية: 2018/2017



شكر وتقدير



الحمد لله رب العالمين حمدا يليق بعظمة جلالته و له الشكر بكافي نعمه و افضل الصلاة على انبيائه المرسلين و سيد الخلق سيدنا محمد صلى الله عليه و سلم و على اله و صحبه اجمعين و من تبعهم باحسان الى يوم الدين . من لا يشكر الناس لا يشكر الله اذا كان لابد من للشكر فاننا لا نبالغ ان قلنا ان الكلمات لا تكفي مهما ثقلت معانيها فمن باب العرفان بالفضل اتقدم بالشكر للاستاذ عجابي عماد لتوجيه لعملي باكليل من النضح و الارشادات فكان لنا خير معين و سند في انجاز هذا البحث كما لا يفونتي ان اتوجه بالتحية و الشكر الى كل استاذة علوم الاقتصادية و تجارية و علوم التسيير كما اتوجه بالتحية الى اعضاء لجنة المناقشة الذين سانال شرف مناقشتهم لبحثي كما اتقدم بالشكر الى جميع موظفي بنك

الخليج الجزائر وكالة العلةمة





الإهداء



اهداء الحمد لله الذي اعاننا و اكرمنا بالتقوى جئت ابحت عن
كلمة ضمنتها توفي حق الناس اعطوني الحياة والامل الدفع
و القوة الى اناس كانوا السر في وجودي الى روح ابي الطاهرة
رحمة الله عليه "محمود" الى سندي و املي في الحياة امي
"جميلة" الى من تقاسموا معي الحنان قرتا عيني اخي و اخواتي
الى رفيقة دربي مريم الى من جعلتهم الحياة اصدقاء و زملاء
كل باسمه الى كل من ساعدني في انجاز هذا العمل

ايوب



مقدمة عامة

مقدمة عامة :

يشهد العالم اليوم تطورا تكنولوجيا هاما في كافة المستويات منها المجال الاقتصادي الذي أصبح يساير عصر التقنية والتي تأتي في طليعتها البطاقات الالكترونية والتي أثرت على البشرية وعلى أسلوب حياتها بعمق وشمولية وبسرعة لم تشهدها من قبل حيث استطاعت أن تحدث تغيرات في أنماط الإنتاج، التبادل والاتصال. كما وصلت التقنيات إلى قطاعات عديدة أهمها القطاع المصرفي.

إن التطور الحديث لتكنولوجيا المعلومات عامة والبطاقات الالكترونية خاصة والتي تنتج عن العلاقة الوثيقة بين طرفيه الأساسيين وهما : البطاقات الالكترونية أو وسائل الدفع الالكتروني والتطورات التي طرأت على كل منهما فجعلته يتجاوز دوره التقليدي في عملية المعالجة وتوصيل البيانات بحيث أصبحت البطاقات الالكترونية تمثل مزجا للمستجدات التي قللت من تكلفة الاتصال إلى جانب الأنشطة المتضمنة في معالجة البطء الناتج عن أنظمة الدفع التقليدية، ومن الناحية العملية أصبحت بفضل التحسينات التي زودتها أنظمة الحسابات الالكترونية الرقمية أكبر قدرة على النفاذ لأعداد متزايدة من الجمهور وعلى تحسين كم هائل من الخدمات المصرفية وبشكل أسرع وفي أي مكان من العالم وبأقل تكلفة.

فالمصارف تحتاج في عالمنا اليوم إلى التفكير في الحقائق الجديدة لاقتصاد المعرفة وتطويره وفي مقدمتها البطاقات الالكترونية بخلق الثروة وتحقيق قيمة مضافة وبهدف تقديم منتجات وخدمات مصرفية بالجودة الشاملة ففي ظل المتغيرات الهيكلية والجذرية التي تؤثر على بنية الصناعة المصرفية في العالم. أصبح استخدام الوسائل الالكترونية في إدارة وتنفيذ الأنشطة العالمية والمصرفية خيار لا بد منه لتلبية احتياجات بيئة الأعمال والاستجابة لتحديات المنافسة واستغلالا للفرص التي يتيحها الاقتصاد الرقمي.

ولهذا فإن التقدم السريع للبطاقات الالكترونية من الأسباب الرئيسية التي ساهمت في تطور القطاع المصرفي أو الخدمة المصرفية فبدأ المصارف باستخدام البطاقات الالكترونية المصرفية من اجل توفير السرعة والفعالية التي تحتاجها العمليات المصرفية وانتقالها من العمل المصرفي التقليدي إلى العمل المصرفي الالكتروني.

وعليه سنحاول في هذه الدراسة التركيز على البطاقات الالكترونية ودورها في تطوير الخدمات المصرفية بالنظر إلى الأساليب والأنظمة الحديثة والمميزة والتسارع الهائل في اقتصاديات المعرفة خاصة الأعمال والخدمات الالكترونية ودورها في تفعيل نشاط البنوك وذلك من خلال الوقوف النظري والتطبيقي

لاستخدام البطاقات الالكترونية من اجل الرقي وتطوير الخدمة المصرفية وجعلها أكثر قربا من العملاء وتحقيقها لرفع الأداء المالي للمصرف بشكل خاص ولأهداف المصرف بشكل عام.

أولاً: إشكالية البحث

من خلال العرض السابق يبرز لنا سؤالاً جوهرياً يتمثل في:

إلى أي مدى تساهم البطاقات الالكترونية في تطوير الخدمات المصرفية ؟

هذه الإشكالية يمكن أن تنتج أسئلة فرعية تساهم في الوصول إلى نتائج تخدم البحث وهي:

- ✓ ما مدى استخدام المصارف للبطاقات الالكترونية؟
- ✓ ما هو واقع استخدام البطاقات الالكترونية في بنك الخليج AGB وكالة العلمة؟
- ✓ ما هي أهم البطاقات الالكترونية المستخدمة في بنك الخليج الجزائر AGB وكالة العلمة؟
- ✓ ما مدى تميز الخدمات المصرفية لبنك خليج الجزائر AGB وكالة العلمة عن خدمات المصارف الأخرى؟
- ✓ ما هي العوامل التي ساعدت بنك الجزائر AGB وكالة العلمة إلى استخدام البطاقات الالكترونية؟

ثانياً: فرضيات البحث

انطلاقاً من أهمية الإشكالية السابقة وقصد الإجابة عن السؤال الرئيسي والأسئلة الفرعية حاولنا صياغة فرضيات يمكنها أن تتلاءم مع موضوع البحث، نذكرها فيما يلي:

- ✓ تستخدم وكالة بنك الخليج الجزائر AGB العلمة أغلب البطاقات الالكترونية في تقديم خدماتها المصرفية.
- ✓ تساهم أو تلعب البطاقات الالكترونية المستخدمة في بنك الخليج الجزائر AGB وكالة العلمة دوراً هاماً في تسهيل وتقديم خدمات أفضل.
- ✓ تتفاعل البطاقات الالكترونية مع نشاط وأداء بنك الخليج الجزائر AGB وكالة العلمة.
- ✓ يساهم استخدام البطاقات الالكترونية في بنك الخليج الجزائر AGB وكالة العلمة في تنويع وتميز خدماتها المصرفية.

ثالثاً: دوافع اختيار الموضوع

توجهنا لاختيار الموضوع وكانت الدوافع ذاتية وأخرى موضوعية:

بالنسبة للدوافع الذاتية تتمثل في اكتشاف واكتساب كل ما هو جديد في مجال الدفع الالكتروني وهو ما من شأنه إثراء معارفنا الذاتية.

أما الدوافع الموضوعية تتمثل في:

- ✓ التعرف على أسباب واهتمام استخدام المصارف للبطاقات الالكترونية وأثرها في العمل المصرفي.
- ✓ معرف مدى مساهمة البطاقات الالكترونية في تطوير الخدمات المصرفية خاصة مع اهتمام المصارف بمجال البحث والتطوير.
- ✓ التوسع الكبير الذي شهدته الخدمات المصرفية خاصة مع تعدد وتنوع القنوات الالكترونية والتحول من العمل المصرفي التقليدي إلى العمل المصرفي الالكتروني.

رابعاً: أهداف البحث

ترمي الدراسة إلى تحقيق عدد من الأهداف يمكن ذكرها فيما يلي:

- ✓ المساهمة في إثراء المعارف النظرية والتطبيقية عن البطاقات الالكترونية.
- ✓ التعرف على الخدمات المصرفية وعلى البطاقات الالكترونية المصرفية.
- ✓ إبراز الدور الفعال للبطاقات الالكترونية في تطوير الخدمات المصرفية.

خامساً: أهمية البحث

تدعوا الضرورة في البداية إلى الإحاطة بالأهمية والفائدة العلمية من القيام بهذا البحث، حيث تبرز أهميته ضمن المجالات الآتية:

- ✓ تتجلى الأهمية العلمية لهذا البحث في كونه يعالج الدور الكبير الذي تقدمه البطاقات الالكترونية في تطوير الخدمات المصرفية، ومن ثمة الارتقاء بالعمل المصرفي لمواكبة التطورات ولتحقيق حاجات ورغبات العمال من جهة وأهداف المصرف من جهة أخرى، كما يمكن لهذا البحث أن يساهم في زيادة الاهتمام باستخدام البطاقات الالكترونية في العمل المصرفي.

✓ يمكن حصر الأهمية العملية للدراسة على مدى استفادة متخذي القرار في المصارف من نتائج وتوصيات البحث وتطبيقها على أرض الواقع.

سادسا: منهج البحث

يهدف الإجابة على إشكالية البحث واختيار الفرضيات المقترحة تمت الاستعانة بالمنهج الوصفي التحليلي الذي سيتم الاعتماد عليه في بحثنا هذا لوصف الخلفية النظرية للموضوع من أجل إبراز أهم المفاهيم المتعلقة بالبطاقات الالكترونية والخدمات المصرفية، والتي شكلت مدخلا للدراسة كما تم الاستعانة بالمنهج نفسه في الفصل الثالث على بنك الخليج الجزائر AGB وكالة العلة. حيث جاءت هذه الدراسة الميدانية للوقوف على دور البطاقات الالكترونية في تطوير الخدمات المصرفية وتم الاعتماد على استبيان كأداة للدراسة وذلك من خلال أسلوب الحصر الشامل والسبب في الاعتماد على أسلوب الحصر الشامل هو صغر حجم المجتمع الإحصائي المدروس، كذلك تم استخدام برنامج SPSS في عملية الإحصاء والتحليل.

سابعا: الدراسات السابقة

لقد تعددت وتنوعت الدراسات التي تناولت جوانب هذا الموضوع ومن أهمها:

1. دراسة سماح شعبور: بعنوان وسائل الدفع الالكتروني في الجزائر ومساهمتها في تطوير المصارف. مذكرة ماستر جامعة تبسة 2016 . كان هدف هذه الباحثة إبراز دور وسائل الدفع الالكتروني في تطوير المصارف حيث توصلت الباحثة في دراستها إلى أهمية وسائل الدفع الالكتروني في المصارف الجزائرية وتنوعها ومساهمتها في تسهيل المعاملات المصرفية.
2. دراسة منصوري رقية: بعنوان الخدمات المصرفية الالكترونية. مذكرة ماستر جامعة تلمسان 2014. كان هدف هذه الباحثة معرفة الخدمات المصرفية بعد التطور وتدخل التكنولوجيا وأصبحت الكترونية، فتوصلت في دراستها إلى أهمية الخدمات المصرفية الالكترونية أو أهمية الوسائل الالكترونية في توسيع نطاق الخدمات المقدمة من قبل المصرف.
3. دراسة مليكة نجاعي: بعنوان مخاطر الخدمات الالكترونية وعلاقتها برضا العميل. مذكرة ماستر جامعة المسيلة 2016. كان هدف هذا البحث هو دراسة واقع الخدمات المصرفية الالكترونية في الجزائر ومدى قبول جمهور العملاء التعامل الكترونيا مع البنوك وأهم المخاطر والتحديات التي تواجهها البنوك في تقديم الخدمات المصرفية الالكترونية.

تاسعا: مشاكل وعوائق البحث

من بين الصعوبات التي تم التعرض لها:

- ✓ بالرغم من الاستقبال الجيد إلا أننا تلقينا صعوبات في الحصول على معلومات من البنك محل الدراسة خاصة الإحصائيات والمؤشرات المالية.
- ✓ نقص المصادر العلمية الخاصة بالبطاقات الالكترونية واستخدامها في المصارف.
- ✓ سرية الأرقام في البنك محل الدراسة.
- ✓ نقص كمية ونوعية المعلومات التي تخدم موضوع البحث.
- ✓ صعوبة التواصل مع عملاء البنك.

الفصل الأول:

مفاهيم عامة حول البطاقات الالكترونية

و الخدمة المصرفية

تمهيد

نتيجة للتطورات التي عرفتھا المصارف في أدواتھا، اءلب وسائل الدفع التقليدية التي كانت تتمثل في المقايضة وبعد النقود الورقية وتطورت حتى اصبحت وسائل دفع الكترونية التي تاخذ عدة اشكال في مقدمتها البطاقات الالكترونية وتعددت هذه الاخرة واتخذت اشكالا تتلاءم مع طبيعة المعاملات وكانت اولھا البطاقات المصرفية والتي تطورت من البطاقة ذات الشريط المغناطيسي الى البطاقة ذات الخلية الالكترونية، كما ظهرت بطاقات اخرى الكترونية نظرا للدور الفعال التي اصبحت تلعبه في عدت مجالات.

وعليه سوف نركز في هذا الفصل على مبحثين:

- ✓ المبحث الاول: ماهية البطاقات الالكترونية وانواعه.
- ✓ المبحث الثاني: الخدمات البنكية و تطورها في ظل اقتصاد المعرفة.

المبحث الأول: ماهية البطاقات الالكترونية

المطلب الاول: مفهوم البطاقة الالكترونية

أولاً: تعريف البطاقات الالكترونية

هي وسيلة نقدية تسمح بالوصول الى حساب مصرفي ,وقد تؤدي وظيفة سحب الاموال على مستوى اجهزة التوزيع الالية او وظيفة الدفع. وهي مقبولة على نطاق واسع كبديل للنقد، كما تستطيع ان تؤدي الوظائف ما. عرفت البطاقة الالكترونية في فرنسا بموجب القانون المصرفي لسنة 1984 على انها وسيلة دفع شأنها شأن الوسائل الاخرى. هي اداة سحب الكترونية يصدرها بنك تجاري او مؤسسة مالية، تمكن لحاملها من الشراء لاجل على ذمة مصدرها و تمكنه من الحصول على النقد افتراضا من مصدرها او من غيره، وتمكنه ايضا الحصول على خدمات خاصة. هي بطاقة ابتدائية تقوم فكرتها على اساس ان تدفع انت مبلغ محدد في حساب بطاقتك وكلما تمت عملية الشراء بالبطاقة يتم الخصم من الرصيد المتوفر بها . عبارة عن نقود رقمية تحتوي على مخزون نقدي تصلح كوسيلة للدفع واداة للبراء ووسيلة للتبادل .هي بطاقة ممغنطة مسجل عليها اسم الشخص والرقم وتاريخ المنح والصلاحيه ويتم ادخالها في جهاز كمبيوتر ليتأكد البائع من توفر رصيد المشتري وبالتالي يمكن عقد صفقة بواسطتها.

الشكل العام للبطاقة الالكترونية

تأخذ البطاقة الالكترونية الشكل المستطيل تصنع من مادة بلاستيكية يصعب العبث بها يخضع شكلها ومواد صنعها الى المعايير الدولية المحددة من قبل هيكله ضبط المعايير ISO ورغم التعداد الكبير في انواع البطاقات المتوفرة الى ان جميعها في شكلها ذو ابعاد ثابتة هي:¹

- 86 ملم طولا و 54 ملم عرضا الاختلاف يكون من حيث السمك
- 76/100 ملم اكثر او اقل هو النوع العادي الكلاسيكي
- 100/20 ملم و 40/100 ملم من النوع الرفيع.

هذا من حيث الشكل اما من الناحية التكنولوجية او النقدية يمكن الاشارة في الوقت الحاضر الى اربعة انواع :

¹ كيلاني عبد الراضي محمود ,المسؤولية عن الاستخدام غير المشروع لبطاقات الوفاء والضمان , دار النهضة العربية, ط1, مصر , ص23.

- ✓ Holographique هذا النوع غير مستعمل بسبب مشكلة المردودية
- ✓ Lazer مازالت هذه البطاقة محدودة
- ✓ Magnétique الشريط المغناطيسي هي مستعملة على نطاق واسع الا ان من عيوبها صغر حجم التخزين الممكن ان يتحملة الشريط وسهولة تزويرها
- ✓ Puce هذه البطاقة يتم الجمع فيها بين ذاكرة و معالج microprocesseur في خلية الكترونية puce ولها عدة انواع وذلك حسب حجم الذاكرة التي تحتويها.
- بيانات البطاقة الالكترونية
- على الوجه الامامي
- ✓ اشهار المصرف المصدر للبطاقة Logo de la banque émettrice
- ✓ رمز الشركة التي تصنع البطاقة
- ✓ اسم و لقب صاحب البطاقة
- ✓ تاريخ نهاية صلاحية البطاقة
- ✓ رقم البطاقة (16 رقم)
- ✓ خلية الكترونية puce
- على الوجه الخلفي
- ✓ شريط مغناطيسي يحتوي على معلومات غير مرئية بالعين المجردة ولكنها تقرا من خلال جهاز الكتروني
- ✓ شريط ابيض مخصص للإمضاء
- ✓ عنوان البنك المصدر للبطاقة
- نشأة البطاقة الالكترونية و تطورها:
- ظهرت اول شركة متخصصة في سنة 1949 وهي شركة Diners club وقد اقتصر في البداية على اصدار بطاقة خاصة برواد المطاعم، ثم ظهرت Américain express و Carte planche. وفي 1951 انتقلت عملية اصدار البطاقات الى البنوك حيث بدأ بنك فرانكلين في نيويورك Franklin National Bank باصدار البطاقة وفي بضع سنين زاد عدد البنوك المصدرة للبطاقات في الولايات المتحدة 100 بنك.

وكانت القفزة الكبرى في عام البطاقات الالكترونية عندما سمح بنك اميركا Bank American للمصارف الاخرى ورخص لها باصدار البطاقة الالكترونية مما جعل هذه البطاقة تتحرر من اقليمها لتنتشر عبر العالم وصارت اكثرها انتشارا بطاقة فيزا وماستر كارت. وفي عام 1970 ظهرت فكرة البطاقة بمفهومها الربوي، اذ تؤدي هذه البطاقة قرضا بفائدة ثابتة على رصيد البطاقة، وانتشرت هذه البطاقة حتى تسابق الناس للحصول عليها وتضخمت أرباح الشركات المصدرة لها.

ثانيا : خصائص البطاقات الالكترونية

من خلال التعريفات السابقة يتبين لنا ان البطاقات الالكترونية كوسيلة وفاء الكترونية خصائص الوفاء تختلف عن خصائص الوفاء بالوسائل التقليدية و نستطيع ان نستخلص هذه الخصائص على النحو الاتي:¹

(1) البطاقات الالكترونية تقوم على علاقة ثلاثية الأطراف:

البطاقات الالكترونية تقوم على علاقة ثلاثية وهي علاقة المصدر بالحامل وعلاقة الحامل بالتاجر وعلاقة المصدر بالتاجر وهي تختلف عن وسائل الوفاء التقليدية من ناحيتها بالوفاء يتم تدخل طرفين فقط هما الدائن والمدين وذلك فالوفاء عن طريق استخدام البطاقات الالكترونية يستلزم وجود ثلاثة اشخاص هم:

مصدر البطاقة والحامل لها والتاجر القابل بها فاذا اجتمعت صفتا المصدر حيث يلتزم حاما البطاقة باللجوء الى احد وسائل الوفاء التقليدية للوفاء بقيمة المشتريات التي ينفذها بواسطة مثل هذه البطاقات.

(2) البطاقة الالكترونية بطاقة ائتمان ووفاء

تعتبر البطاقة الالكترونية اداة وفاء وائتمان في نفس الوقت فهي اداة وفاء لحاملها يستطيع الوفاء بالتزاماته اتجاه التاجر او صاحب الخدمة من خلال تقديمها دون الحاجة الى حمل النقود فهي وسيلة فعالة للسداد عن غيرها من وسائل الدفع الاخرى وذلك لسهولة حملها واستخدامها وقبولها لدى اصحاب المحلات التجارية وخدمات اسهل وضمن من الشيكات مثلا، كما انها اقل عرضة للسرقة والضياع من ناحية اخرى اداة ائتمان حيث يقوم مصدرها البنك او المؤسسة المالية عادة تسهيلات واجال للوفاء بقيمة

¹ عبد الحفيظ أيمن , حماية بطاقة الدفع الالكتروني , مطابع الشرطة , ط1, مصر , 2007, ص9.

مسحوباتهم وحتى في حالة حساب جار للحامل لدى البنك فان الوفاء البنك للتاجر لا يتم فور الشراء عادة بل لحين وصول المستندات المثبتة لشراء العميل او ان الخصم عادة لا يتم الا لآخر المدة المحددة قد تكون شهرا مثلا او الى ان تحل هذه المدة او يكتمل ارسال المستندات و التحقق منه.

(3) عدم خضوع البطاقة الالكترونية للتنظيم القانوني الخاص بوسائل الدفع التقليدية:

من اهم عوامل تطور عمليات البنوك هو عدم خضوعها لتنظيم قانوني الذي يترتب عليه جمودها حيث يخضع لقوالب تشريعية من الصعب عليها ملاحقة التطورات السريعة التي تشهدها البيئة التجارية ويوجه خاص في مجال العمليات المصرفية فالبطاقة الالكترونية تمتاز عن غيرها من وسائل الوفاء التقليدية في ان المشروع لن يتدخل فيها بوضع نصوص تشريعية محددة بشأنها لذلك تخضع للقواعد العامة المطبقة على النقود كوسيلة للوفاء وعلى القواعد العامة في النظام المصرفي وفي غياب النصوص التشريعية يكون للمؤسسات المالية التي تهتم باصدار البطاقات الالكترونية فرصة لتطويرها ومتابعة التقدم لتلافي ما يظهر فيها من عيوب نتيجة التعامل بها في البيئة التجارية على عكس وسائل الدفع التقليدية كالشيك او سند السحب او سند الامر التي يتدخل المشرع و ينظمها بنصوص قانونية امرة من الصعب مخالفتها و بذلك قد سد طريق تطورها.

(4) انخفاض تكاليف التعامل بالبطاقة

رات البنوك في الوفاء الالكتروني بواسطة البطاقة وسيلة لخفض نفقاتها العامة بصفة عامة ونفقات معالجة الشيكات بصفة خاصة ويأتي خفض هذه النفقات بداية من الاقتصاد في استخدام الورق بما يؤدي بالنتيجة الى الاقتصاد في الايدي العاملة وهو اجراء التعامل بالبطاقة ويسند الجزء الاخر الى الآلات التي تقوم بمعالجة العمليات المنفذة بالبطاقة وادخال البيانات الى الحاسب بطريقة الكترونية وينتج خفض النفقات ايضا من اعادة توزيع النفقات عن طريق مطالبة التجار بدفع العمولة وحاملي البطاقة بدفع الاشتراك السنوي مما يؤدي في النهاية الى خفض تكاليف تشغيل الحسابات المصرفية.

المطلب الثاني: اهمية البطاقات الالكترونية

اصبح اصدار البطاقات الالكترونية من الخدمات المصرفية المهمة و من الحاجات الاساسية للافراد في المجتمعات المتقدمة والنامية فانتشرت البطاقات الالكترونية انتشارا واسعا في السنوات الاخيرة . صارت البطاقات الالكترونية في اغلبية البلدان اداة الوفاء المستعملة للالتزامات النقدية و تقديم الخدمات كسداد الفواتير والضرائب والحصول على الحاجات من البضائع والسلع والحاجات الاستهلاكية وذلك بدلا من حمل النقود المحلية او صرفها للعمليات الاجنبية او الوفاء بالشيكات ونحوها وتفاديا لانواع واشكال النصب والاحتيال والسروقات والنهب ونحوها¹.

ربما في المستقبل القريب تحل البطاقات الالكترونية محل النقود وهو تطور اقتصادي واجتماعي ملموس واتجاه سريع نحو هذه الغاية. ولقد حققت البطاقة الالكترونية نجاحا ملموسا من نواحي متعددة منها الامان لحاملها من السطو وسرقة النقود او ضياعها او حملها لاكتفائهم بحملها لصغر حجمها. وضمنت لاصحاب الحقوق اداء حقوقهم بعد التثبيت بواسطة جهاز الكتروني من ملاءة صاحب البطاقة واستطلاع الجهاز المعلوماتي الخاص بالمصدر عن مقدار المبلغ المالي المودع في حسابه وصارت هي الاداة المفضلة على النقود ذاتها في التجارة والمطاعم والفنادق وغيرها وكانت سببا لزيادة المبيعات في المحلات التجارية وحققت ارباحا ملموسة ومجدية ونشطة لمصدري البطاقة، كل ذلك بسبب اليتها السريعة في العمل و ضمان وفاء الحقوق حيث ينظم التاجر فاتورة يدون عليها اهم بيانات البطاقة ويختتمها بتوقيع العميل ثم يرسلها الى الجهة المصدرة التي تتولى دفع القيمة المدونة فيها اما من حساب العميل او تحسب دينا عليه بضمان حسابه لدى الجهة المصدرة.

¹ ايهاب فوزي السقا , الحماية الجنائية والأمنية لبطاقات الائتمان , دار الجامعة الجديدة , 2007, ص31.

المطلب الثالث : انواع البطاقات الالكترونية

إن أتمتة خدمات الدفع هي ظاهرة متواصلة منذ منتصف سنوات التسعينات بغرض الاستجابة لرغبات وحاجات العملاء المتزايدة والمتغيرة بسبب تطور حاجاتهم لاستخدام وسائل غير تقليدية، ووسائل الدفع الإلكترونية هي كل وسائل الدفع التي تستخدم فيها التكنولوجيا مثل التحويل الإلكتروني للأموال، الشيك الإلكتروني، الدفع بالكروت الإلكترونية والدفع بنقود الإلكترونية.

1. البطاقات البلاستيكية:

عبارة عن بطاقة بلاستيكية ومغناطيسية يصدرها البنك لصالح عملائه بدلا من حمل النقود، فهي بطاقة مستطيلة الشكل تحمل اسم المؤسسة المصدرة لها، وشعارها وتوقيع حاملها، وبشكل بارز على وجه الخصوص رقمها، واسم حاملها ورقم حسابه وتاريخ انتهاء صلاحيتها، كما تستخدم هذه البطاقات في السحب النقدي من آلات الصراف الآلي، وفي شراء السلع والحصول على الخدمات، حيث تعطي لحاملها قدرا كبيرا من المرونة في السداد وقدر أكبر من الأمان وتكلفة أقل في إتمام العمليات ¹.

2.1 مصدري البطاقات الائتمانية: هناك عدة جهات تتولى إصدار هذه البطاقات أهمها: ²

- مؤسسة فيزا: تعد أكبر شركة دولية في إصدار البطاقات الائتمانية، ويعود تاريخ إنشائها إلى عام 1958 عندما أصدر بنك أمريكا البطاقات الزرقاء، البيضاء والذهبية؛
- مؤسسة ماستر كارد: وهيا ثاني أكبر شركة دولية في إصدار البطاقات الائتمانية مقرها، في الولايات المتحدة الأمريكية ولها خبرة واسعة في مجال المدفوعات، فلها بطاقات تحظى بقبول واسع تحمل العلامة التجارية (Cirrus Mastercard Maestro) ولها مؤسسات مالية معينة لخدمة المستهلك، وفي مجال الأعمال، بطاقتها مقبولة في أكثر من 9.4 مليون محل تجاري؛
- أمريكيان اكسبريس: هيا من المؤسسات المالية الكبرى التي تصدر بطاقات ائتمانية مباشرة من دون ترخيص إصدارها لأي بنك، وأهم البطاقات الصادرة عنها: (الخضراء والذهبية والماسية)؛

¹ إلياس صلاح، مستقبل وسائل الدفع التقليدية في ظل وجود وسائل حديثة، الملتقى العلمي الدولي الرابع، حول: عصنة نظام الدفع في البنوك التجارية وإشكالية اعتماد التجارة الالكترونية في الجزائر - عرض تجارب دولية - المركز الجامعي خميس مليانة، الجزائر، يومي 26-27 أبريل 2011.

² مليكة نجاعي، مرجع سبق ذكره، ص 31.

- مؤسسة دينرز كليب: هيا من المؤسسات الرائدة عالميا رغم صغر عدد حملة بطاقتها وتعتبر بطاقة نخبة حيث لا تمنح إلى لذوي الكفاءات المالية وإن كان مكان قبولها الرئيسي هو المطاعم إلى أنها أصبحت مقبولة عند مكاتب الرحلات والفنادق والمتاجر وغيرها من المؤسسات الخادمة.

3.1 أنواع بطاقات الائتمان:

يمكن تصنيف بطاقات الائتمان إلى:¹

- البطاقات الائتمانية (الغير قرضية):

وهي بطاقات تصدرها البنوك أو المؤسسات المالية بصفة عامة وتتميز بأنها وسيلة للدفع الإلكتروني الفوري وليس للدفع الآجل، ويطلق عليها بطاقات الخصم الفوري أو الدفع المقدم إذ تتيح لحاملها الحصول على احتياجاته من السلع والخدمات وخصم قيمتها مباشرة من الحساب الجاري للشخص لدى مصدرها؛

- البطاقات الائتمانية (القرضية):

وهي البطاقات الأكثر أهمية، إذ تتيح لحاملها الحصول على ائتمان كوسيلة لدفع الآجل لقيمة السلع والخدمات، فضلا على استخدامها كأداة للوفاء والدفع الفوري وتنقسم إلى:

✓ **بطاقات ائتمان متجددة:** وهي بطاقات تمنح لصاحبها ائتمان طويل الآجل، يسمح له بسداد رصيد استخداماته سواء كانت بقيمة رصيدها أم لا، فإذا استخدمت بقيمة أكبر من قيمة رصيد حساب حاملها، فإن ذلك يعتبر قرض بفائدة متفق عليها مسبقا؛

✓ **بطاقات ائتمان غير متجددة:** هي أداة وفاء وائتمان عن فترة زمنية محددة تستخدم خلالها البطاقة كوسيلة للدفع مقابل التزام الزبون بالسداد خلال الفترة الزمنية المتفق عليها، والتي تكون غالبا شهر.

2. البطاقات الذكية (Smart Carde):

هي بطاقة تحوي معالج رقيق يسمح بتخزين المعلومات عن طريق البرمجة الآمنة في شريحة إلكترونية، يخزن فيها:

¹ ملكة نجاعي، مرجع سبق ذكره ، ص33.

اسم المتعامل، العنوان، الهيئة المصدرة لها، تاريخ الصرف، تاريخ حياة العميل المصرفية، فإنها تسمح بتخزين كم هائل من المعلومات لذلك فهي تشبه الكمبيوتر المتنقل لكثافة المعلومات المتاحة للتخزين؛

ويمكن استخدامها كبطاقة تعريف للهوية، أو بطاقة صحية، أو تذكرة تنقل، أو بطاقات دفع وسحب حسب رغبة العميل تعمل البطاقة الذكية على نظام مفتوح لتحويل الأموال إلكترونياً بمعنى أنه لا يحتاج صاحب البطاقة لإثبات هويته من أجل البيع أو شراء، وهذا لأنه بمجرد تمرير البطاقة على الآلة القارئة يتم خصم قيمة المشتريات بطريقة أوتوماتيكية ويتم إيداعها في الأجهزة الإلكترونية الطرفية للبائع ويستطيع البائع نقلها إلى حسابه في البنك عن طريق الوصلات تلفونية أو رسائل الإلكترونية، وهذا في ظرف ثواني معدودة.

المطلب الرابع: الطبيعة القانونية للبطاقات الإلكترونية

تبدو أهمية البحث عن الطبيعة القانونية لنظام البطاقات الالكترونية في تحديد القواعد القانونية الواجبة التطبيق على هذه البطاقات و الرجوع إلى الأصل القانوني لهذا النظام حيث تعد تلك البطاقات نظاماً جديداً في البيئة التجارية ، أنشأته الأعراف المصرفية وساعد في تطوره و انتشاره ظهور الوسائل التكنولوجية الحديثة، و التي تعتبر نوعاً من الأنظمة القانونية التي تقوم على علاقات قانونية متشابكة، فهي تقوم على علاقة ثلاثية الأطراف هم المصدر والحامل والتاجر، يربط كل منهم بالآخر عقد يرتب التزامات متبادلة في ذمة كل منهم ، ولا يخضع للتنظيم القانوني الخاص بوسائل الوفاء التقليدية. ولهذا سأحاول تقسيم هذا المبحث إلى مطلبين، سأعرض في المطلب الأول الطبيعة القانونية الوصفية للبطاقات الالكترونية ، أما المطلب الثاني سأعرض فيه الطبيعة القانونية الخاصة للبطاقات الالكترونية.

أولاً: الطبيعة القانونية الوصفية للبطاقات الالكترونية

يرى أنصار هذا الاتجاه أنه يوجد في نظام البطاقات الالكترونية عقدان رئيسيان:

الأول : يربط ما بين مصدر البطاقة والتاجر الذي تعاقد معه على قبول الوفاء بالبطاقة ، ويطلق عليه عقد التاجر، والثاني : يربط ما بين مصدر البطاقة و حاملها و يطلق عليه عقد الحامل، و يستقل كل عقد من هذين العقدین عن الآخر بطبيعته القانونية، وهذا ما سأوضحه من خلال الفرعين التاليين:

1/ الطبيعة القانونية لعقد التاجر

إن الجهة التي تقوم بإصدار بطاقات الكترونية تقوم بعمل عقود مع التجار الذين يقبلون الوفاء بهذه البطاقات وسمي هذا العقد بعقد التاجر، وهذا العقد يرتب التزامات على عاتق الطرفين فيلتزم مصدر البطاقة بالوفاء للتاجر بقيمة مشتريات الحامل التي نفذها بموجب البطاقة كما يلتزم مصدر البطاقة أيضا بأخطار عدم الوفاء.

وقد يبدو من الوهلة الأولى أن هذا العقد المبرم بين مصدر البطاقات الالكترونية والتاجر هو عقد كفالة على اعتبار مصدر أن البطاقة يكفل الحامل اتجاه التاجر بسداد قيمة مشترياته إذا لم يتم حامل البطاقة بالوفاء وطبقا لذلك يملك التاجر أن تستوفي حقه في مصدر البطاقة، والكفالة طبقا لنص المادة 644 من القانون المدني الجزائري هي: عقد يكفل بمقتضاه شخص تنفيذ التزام بأن يتعهد للدائن بأن يفي بهذا الالتزام إذا لم يف به المدين نفسه¹.

إلا أن تكييف التزامات مصدر البطاقة بالسداد للتجار على أنه كفالة لا يمكن التسليم به ، وذلك لأن الدائن لا يستطيع الرجوع على الكفيل قبل أن يرجع على المدين الأصلي إضافة إلى أنه لا يجوز الرجوع على الكفيل إذا تعذر الرجوع على المدين الأصلي وما يحدث في البطاقات الالكترونية على خلاف ذلك ، حيث أن مصدر البطاقات يقوم تلقائيا بمجرد وصول الفواتير من التاجر إليه موقعة من الحامل بالوفاء دون أن هناك امتناع أو تعذر بقيام الحامل بالوفاء، كما أن التاجر لا يطالب الحامل بالوفاء مباشرة².

إن الأخذ بفكرة الكفالة لتفسير التزام المصدر بالوفاء للتاجر وتحمله لمخاطر عدم الوفاء من الحامل يثير بعض الصعوبات، ووجهت إليه بعض الانتقادات نذكر منها:

- إن الكفالة تفترض وجود التزام قائم بين الدائن والمدين، حيث يكفل الكفيل أداء هذا الالتزام للدائن، فهو التزام تابع أو احتياطي للالتزام الأصلي، بينما في نظام الوفاء بالبطاقات فإن التزام الجهة المصدرة في مواجهة التاجر هو التزام أصلي ومباشر ومستقل، مستمد من العقد المبرم بينهما.

¹ الأمر رقم 58/75 المؤرخ في 20 رمضان 1395 هجري الموافق ل: 26 سبتمبر 1975 المتضمن القانون المدني الجزائري.

² عمر سليمان الأشقر، دراسة شرعية في البطاقات الائتمانية ، دار النفائس للنشر و التوزيع ، ط1، الأردن ، 2009، ص 25.

- للكفيل أن يتمسك بمواجهة الدائن بأوجه الدفع كافة التي يملكها المدين، بينما في نظام الوفاء بالبطاقة فإن المصدر لا يستطيع أن يتمسك قبل التاجر بالدفع الذي يكون للحامل اتجاه هذا التاجر¹.

ويرى رأي آخر أن نظرية الإنابة في الوفاء هي الأصح في تكييف البطاقات الالكترونية، وهذا إذا كان مصدر البطاقات يضمن الوفاء للتاجر فهذه هي القاعدة العامة و القاسم المشترك لجميع العقود والبطاقات الالكترونية، حيث جاء في المادة (294) من القانون المدني الجزائري التي تنص على أنه: تتم الإنابة إذا حصل المدين على رضا الدائن بشخص أجنبي يلتزم بوفاء الدين مكان المدين ، ولا تقتضي الإنابة أن تكون هناك مديونية سابقة بين المدين والغير.

يتضح من نص المادة أن الإنابة في الوفاء هو الاتفاق الذي يعطي المدين للدائن مدين آخر أو شخص من الغير الذي يلتزم بالوفاء بدين للدائن، فحامل البطاقة يطلب من مصدر البطاقة بالوفاء للتاجر².

2/ الطبيعة القانونية لعقد الحامل

بمجرد توقيع طالب البطاقات الالكترونية النموذج المعد مسبقا، وموافقة الأخير على منح هذا الطالب بطاقة دفع الكترونية يلتزم بأن يضع تحت تصرف حامل البطاقة مبلغا معيناً يستطيع استخدامه بواسطة البطاقة لدى التجار الذين تعاقدا معه على قبول البطاقة في الوفاء ولهذا فقد اختلف فقهاء القانون في تفسير العلاقة بين المصدر والحامل، فمنهم من قال إنها عقد فتح اعتماد، ومنهم من قال إنها خطاب ضمان وسوف أوضح ذلك على النحو التالي:

2-1/ عقد فتح اعتماد

عقد فتح الاعتماد هو العقد الذي يتعهد فيه البنك بأن يضع تحت تصرف العميل بطريق مباشر، أو غير مباشر أداة من أدوات الائتمان في حدود مبلغ نقدي معين ولمدة محدودة أو غير محدودة في نظير عمولة يدفعها الطرف الآخر. ووفقا لعقد المبرم بين مصدر البطاقات الالكترونية وحاملها، فإن المصدر الالكتروني، في حدود مبلغ معين و هو المبلغ المسموح للحامل أن يشتري به بواسطة البطاقة ويسمى سقف البطاقة ، وذلك لمدة محدودة أو غير محدودة.

¹ أمجد حمدان الجهني ، المسؤولية المدنية عن الاستخدام غير المشروع لبطاقات الدفع الالكتروني ، دار المسيرة للنشر و التوزيع ، ط1، الأردن، 2010، ص18.

² المادة 294 القانون المدني الجزائري.

إلا أن القول بتكليف العلاقة أو العقد الذي يربط المصدر بالحامل أنه عقد فتح اعتماد تعرض لبعض الانتقادات نلخصه فيما يلي:

- الاعتماد المالي عقد رضائي ينعقد بمجرد اتفاق الطرفين ، ولو مشافهة، أو بالهاتف أو عن طريق الإدارة الضمنية ، أي أنه لا يستلزم شكلاً معيناً لانعقاد العقد ، بينما عقد البطاقة المبرم ما بين الحامل و المصدر، وبالرغم من أنه عقد رضائي إلا أنه و وفقاً للأعراف المصرفية فإن على الشخص توقيع نموذج معد سلفاً يسمى طلب الانضمام ، وكذلك على نماذج التوقيع والحصول على البطاقات الالكترونية، حتى ينعقد عقد البطاقات الالكترونية.
- عقد الحامل يتضمن نصوصاً تلزم الحامل بالتأكد من وجود رصيد كاف وقابل للتصرف عند قيد المديونية في جانبه نتيجة استعماله لبطاقته في تنفيذ مشترياته ، بينما لا يشترط ذلك في عقد فتح الاعتماد المالي حيث إن البنك هو من يغذي حساب العميل ، وليس كما يفعل الحامل في نظام الوفاء بالبطاقة¹ .

2-2/: خطاب الضمان

حيث يرى أنصار هذا الرأي أنه يمكن تكليف العلاقة ما بين المصدر والحامل على أنها خطاب ضمان من خلال أن الحامل يطلب من المصدر تعهداً خطياً يتمثل بالبطاقات الالكترونية ، من أجل إبرازها إلى التاجر فيقوم بالشراء من عنده، ويتم الدفع بواسطة البطاقة مقابل أن يقوم الحامل بالتوقيع على فاتورة الشراء ليقدمها التاجر إلى المصدر فيدفع قيمتها له بناء على ذلك. ويتشابه خطاب الضمان كثيراً مع العلاقة ما بين المصدر والحامل في نظام الوفاء بالبطاقات الالكترونية، من حيث إن المصدر يلتزم بالدفع للتاجر في حدود سقف البطاقة كذلك أنه لا يحق للمصدر الامتناع عن الدفع استناداً إلى دفع ناشئ من علاقته بالآمر، أو من علاقة الأمر بالمستفيد، وأيضاً التزام العميل الأمر (الحامل) بأن يرد إلى البنك (المصدر) ما يكون دفعه إلى المستفيد من مبلغ الضمان ، وأيضاً في أنه يحق للبنك (المصدر) أن يطلب من العميل بتقديم كفالة شخصية أو عينية لتغطية خطاب الضمان².

¹ أمجد حمدان الجهني ، مرجع سبق ذكره، ص78.

² كميت طالب البغدادي ، الاستخدام الغير مشروع لبطاقة الائتمان ، دار الثقافة للنشر و التوزيع ، ط 1، الأردن، 2008، ص58.

ثانيا: الطبيعة الخاصة ببطاقة الدفع الإلكتروني

يتضح من خلال استعراضنا السابق تحديد الطبيعة القانونية للبطاقات الالكترونية أن جميع المحاولات الفقهية لوضع هذا النظام في قوالب قانونية تقليدية لم يسلم من النقد، فهذه الوسيلة تعتبر حديثة من وسائل الوفاء لا يمكن لأي قالب من القوالب التقليدية أن يفسر جميع العلاقات القانونية المتشابهة الناشئة عنها ندرا لارتباطها بالتطور الاقتصادي والتكنولوجي للمعاملات التجارية.

وإن كان النقص التشريعي في مجال البطاقات الالكترونية في المرحلة السابقة له ما يبرره، حيث أن هذه الوسيلة تعتبر في كثير من الدول من الوسائل الحديثة التي تتميز بالتجديد والتطور، فكان يجب الانتظار حتى يستقر النظام القانوني لهذه البطاقات لبيان أحكامها الأساسية التي تقوم عليها ، حتى يمكن وضع تشريع محدد لها يرتب التطورات التي قد تلحق عليها في المستقبل، حتى لا يكون هذا التشريع جامدا مما يعوق حركة التطور، السرعة والائتمان التي تتميز بها المعاملات التجارية.

إذن يمكن القول أن البطاقات الالكترونية وسيلة حديثة من والوسائل الالكترونية المصرفية تتمتع بطبيعة قانونية خاصة، وإن كانت تجمع في طبيعتها بعض القواعد القانونية في كل من الوكالة، والكفالة، والإنابة، ويتميز هذا التكييف بأنه يواجه أنواعها كافة سواء ما يضمن فيها المصدر الوفاء للتاجر، أم التي لا يضمن فيها الوفاء¹.

¹ أمجد حمدان الجهني ، مرجع سبق ذكره ، ص 90.

المبحث الثاني: الخدمات البنكية و تطورها في ظل اقتصاد المعرفة

سنتناول في هذا المبحث ماهية الخدمات البنكية و أهم خصائصها بالإضافة إلى أهم عوامل تطوير الخدمات البنكية في ظل الانتقال إلى اقتصاد المعرفة.

المطلب الأول: ماهية الخدمات البنكية

أولاً: تعريف الخدمة البنكية

تعرف الخدمات بأنها عبارة عن أنشطة أو مجموعة من الفوائد التي يقدمها طرف إلى طرف آخر، و هي أنشطة في الأساس غير ملموسة و لا يترتب عليها نقل ملكية من أي نوع كما إن تقديم الخدمة قد يكون مرتبطاً أو غير مرتبط بمنتج مادي ملموس¹.

كما عرفت الجمعية التسويق الأمريكية بأنها: "منتجات غير ملموسة يتم تبادلها مباشرة من المنتج إلى المستعمل و لا يتم نقلها أو خزنها و هي تقريبا تفنى بسرعة، و الخدمات يصعب في الغالب تحديدها أو معرفتها لأنها تظهر للوجود في نفس الوقت الذي يتم شراؤها و استهلاكها فيه ، فهي تتكون من عناصر غير ملموسة متلازمة و غالبا ما تتضمن مشاركة الزبون بطريقة هامة حيث لا يتم نقل ملكيتها و ليس لها لقب أو صفة

كما عرفها Kotler على أنها: " أي نشاط أو إنجاز أو منفعة يقدمها طرف ما لطرف آخر و تكون أساسا غير ملموسة و لا ينتج عنها أي ملكية و إن إنتاجها أو تقديمها قد يكون مرتبطاً بمنتج مادي ملموس أو لا يكون."

أما الخدمة البنكية فتعرف على أنها: " مجموعة من العمليات ذات المضمون المنفعي الذي يتصف بتغلب العناصر غير الملموسة (intangible) على العناصر الملموسة (tangible) و التي تترك من قبل الأفراد و المؤسسات من خلال دلالاتها و قيمتها المنفعية التي تشكل مصدرا لإشباع

¹ عوض بدير الحداد، تسويق الخدمات المصرفية، البيان للطباعة و النشر، ط 1 ، 1999، ص 48.

حاجاتهم المالية و الائتمانية الحالية و المستقبلية و التي تشكل في الوقت نفسه مصدرا لربحية المصرف و ذلك من خلال علاقة تبادلية بين الطرفين¹

و يتجسد المضمون النفعي للخدمة البنكية في بعدين أساسيين هما : البعد النفعي و البعد السمائي.

يتمثل البعد الأول في مجموعة المنافع المادية المباشرة التي يسعى العميل (فردا أو مؤسسة) للحصول عليها من خلال شرائه للخدمة البنكية.

أما البعد الثاني فإنه يتمثل في مجموعة الخصائص و السمات التي يتصف بها المضمون المنفعي المباشر للخدمة.

و إذا كان البعد الأول يرتبط بالعمل نفسه ، فإن البعد الثاني يرتبط بالخدمة البنكية نفسها و يغبر عن مستوى جودتها و يرقى بها إلى مستوى توقعات العميل و ادراكاته.

ثانيا: خصائص الخدمة البنكية

تتصف الخدمة البنكية بمجموعة من الخصائص المميزة التي تضفي عليها درجة من الخصوصية والتميز من حيث الشكل والمضمون، يمكن تلخيص أهم هذه الخصائص فيما يلي²:

1. هي منتجات غير ملموسة: معنى ذلك بان الخدمة البنكية ليس لها تجسيد مادي وبالتالي لا يمكن إدراكها بالحواس، وبناءا على ذلك فإنه لا يمكن نقلها أو تخزينها أو تعبئتها أو فحصها قبل الشراء فمن الناحية العملية إن إشباع و استهلاك الخدمة تحدث في نفس الوقت لذلك يصعب علينا معاينتها فالخدمة البنكية بطبيعتها ليست شيئا ماديا ملموسا يمكن الحكم على مواصفاته بمعايير مطلقة وثابتة.

2. تلازم عمليتي إنتاج الخدمة وتوزيعها: تتصف الخدمة البنكية بتلازمة إنتاجها وتوزيعها أي عدم إمكانية الفصل بين هاتين العمليتين حيث يتم إنتاج الخدمة وتوزيعها أفي المصرف نفسه أو أحد فروعها أو عن طريق أي من نظم توصيل الخدمة لديه كالمصرف الآلي.

¹ ناجي معلا ، الأصول العلمية للتسويق المصرفي ، المؤسسة العالمية للتجليد ، ط3 ، عمان ، ، 2007 ص42.

² ناجي معلا ، مرجع سبق ذكره ، ص48.

إن خاصية التلازم في إنتاج وتوزيع الخدمات البنكية تفرض وجود علاقة شخصية مباشرة بين المصرف وعملائه من شأنها أن توفر عملية تغذية عكسية تساعد الإدارة على الوقوف على ردود فعل العملاء إزاء ما تتبناه من سياسات واستراتيجيات ومعرفة حاجاتهم و تفضيلاتهم وأخذها بعين الاعتبار عند تصميم وتطوير أية خدمات مصرفية جديدة.

3.الخدمات البنكية تنتج وتستهلك في نفس الوقت: يقوم العميل باستهلاك الخدمات التي تقدم إليه في نفس لحظة إنجازها أو إنتاجها، وبالتالي فالعميل لا يستطيع أن يتداول هذه الخدمة مع طرف ثالث.

4.الخدمات غير قابلة للاستدعاء مرة أخرى: إن الخدمة البنكية غير قابلة للاستدعاء (للاسترجاع أو السحب) مرة أخرى بعد تقديمها فبمجرد أن تصنع الخدمة وتقدم للعميل فإنها تستهلك في التو واللحظة وعادة لا يكون هناك فرصة لإضافة أية تعديلات إليها أو سحب أي أجزاء منها¹.

5.غير قابلة للفصل عن مقدمها: في ذهن العملاء والمستهلكين إن الأفراد الذين يقدمون الخدمة هم أنفسهم الخدمة، فإدراك المستهلك لمقدم الخدمة يصبح إدراكه للخدمة نفسها، لهذا فإنه الخدمة البنكية تعتمد في توزيعها على البيع الشخصي وهو ما يؤدي إلى الاعتماد على العنصر البشري بالدرجة الأولى، وهو ما يزيد من أهمية تدريب رجال البيع وتأهيلهم لإقناع الأفراد بجودة الخدمات المقدمة.

6.الاختلاف في طريقة التقديم: صعوبة تقديم نفس مستوى الخدمة في العديد من الحالات وهو ما يعرف بعدم التجانس في النوعية أو الدقة للخدمة التي تم تقديمها، ويرجع ذلك إلى استحالة تقديم الخدمة البنكية بنفس الدرجة من الإتقان أو الأداء من طرف رجال البيع في البنك لأن مقدم الخدمة في الأخير هو إنسان معرض لتغيرات في مزاجه وأحواله النفسية وهو ما ينعكس عن جودة الأداء والخدمة.

7.عدم القابلية للتخزين: فالخدمة البنكية تتلاشى بمجرد الاستفادة منها على خلاف السلع المادية التي يمكن تخزينها واستهلاكها على فترات متعددة لذا فقلة الطلب على خدمات المصارف قد يعرضها لخسارة كبيرة.

8.تكامل الخدمة البنكية في حد ذاتها :تتصف الخدمة البنكية بعدم قابليتها للتجزئة والتقسيم ، فهي كل متكامل في ذاته وفي أجزائه وعناصره أي أنها مزيج متكامل ومندمج حتى تحقق الغرض والهدف منها،

¹ عوض بدير الحداد ، مرجع سبق ذكره، ص53.

هذه الميزة كونت علاقة بين الخدمة وطالبيها أنه في غالب الأمر يتطلب حضور المستفيد عند تقديم الخدمة البنكية بما يطلبه العميل ويتوقعه عن هذه الخدمة فكل عميل هو موضع اهتمام خاص¹.

ثالثا: عوامل نجاح تقديم الخدمات البنكية

هناك عدة عوامل يجب توفرها لنجاح الخدمة البنكية نذكر منها² :

- 1-السرية في التعامل : و بالتالي شعور الزبون بالمزيد من الأمان، الأمر الذي يساعد على ضمان ولاء الزبون للبنك وعدم خروجه من قائمة الزبائن الكبار له.
- 2-ضرورة فهم طبيعة الزبون وتوقعاته و توفير راحة التعامل من خلال المسؤول عن قسم الخدمات البنكية.
- 3-ضرورة توفير إطارات مؤهلة و محترفة و ذوو خبرة متنوعة وعميقة تستطيع أن توفر حلولاً شاملة و متصلة تناسب احتياجات الزبون من حيث الوقت المكان والسعر و بالطريقة المناسبة و بالسرعة و الدقة اللازمة.
- 4-ضرورة توفير مسؤولاً واحداً لكل زبون و ذلك لتأمين إقامة علاقات على درجة عالية لخصوصية و معرفة وثيقة بمقدم الخدمة و مدير العلاقة بين هذا المسؤول و الزبون.
- 5-ضرورة توفير البنك لفريق من المحليين على الصعيدين الجزئي و الكلي و ذلك لإبقاء الزبائن وعلى مدار 24 ساعة بكشوفات الحسابات و تقارير أداء المحافظ الاستثمارية.

المطلب الثاني: تطوير الخدمة البنكية و مراحلها

عملية تطوير الخدمات البنكية هي عملية ضرورية وحيوية في ظل تزايد المنافسة التي تدفع المصرف إلى تطوير خدماته البنكية لتصل إلى إشباع حاجات الزبائن الجديدة وجذب مزيد من الزبائن الجدد والحفاظ على الزبائن الحاليين وضمان عدم تحولهم إلى مصارف أخرى.

¹ صباح محمد أبوتايه، التسويق المصرفي بين النظرية والتطبيق ، دار وائل للنشر، عمان ، ط 1، 2008، ص70.

²

سليمة عبد الله ، دور تسويق الخدمات المصرفية الالكترونية في تفعيل النشاط البنكي دراسة حالي القرض الشعبي الجزائري باتنة ، مذكرة ماجستير غير منشورة ، جامعة باتنة ، 2008/2009 ص ص 34-35.

أولاً: مفهوم تطوير الخدمة البنكية

إن عملية تطوير الخدمات البنكية عملية شاملة و متكاملة و ترتبط بنشاط التسويق لدى المصرف حيث أن المنافسة تدفع البنك إلى تطوير خدماته البنكية لتصل إلى إشباع حاجات العملاء الجديدة مما يؤدي إلى جذب المزيد من العملاء إلى ذلك البنك و المحافظة على العملاء الحاليين و ضمان عدم تحولهم إلى مصارف أخرى و بالتالي فإن بقاء البنك يعتمد و يرتبط بشكل مباشر على قدرته على تطوير الخدمات البنكية بشكل مستمر أخذا بعين الاعتبار جميع المتغيرات و الظروف الاقتصادية و الاجتماعية المحيطة.

من هذا نستنتج أن تطوير الخدمات البنكية يقصد به " إضافة مزايا جديدة لتلك الخدمات بحيث تؤدي هذه المزايا إلى زيادة الطلب على هذه الخدمات¹."

أي أن عملية تطوير الخدمات البنكية تهدف إلى تعزيز وضع البنك التنافسي و بالتالي زيادة ربحيته على المدى الطويل.

ثانياً: مراحل عملية تطوير الخدمات البنكية

تتم عملية تطوير الخدمات البنكية من خلال مجموعة من الخطوات يطلق عليها خطوات تطوير الخدمات الجديدة وهذه الخطوات هي²:

1. مرحلة توليد الأفكار: وتشمل البحث عن أفكار جديدة ذات مضامين خدمية عالية.
2. غربلة الأفكار وتتضمن عملية فرز الأفكار وتخفيض عددها إلى أقل عدد ممكن.
3. تطوير مفهوم الخدمة البنكية لغرض توضيح أهمية الخدمة ومدلولها للزبون.
4. اختبار مفهوم الزبون: لتحديد ردود فعل واستجابات العملاء المرتقبين وإجراء التعديلات اللازمة للخدمة

¹ ردينة عثمان يوسف، محمود جاسم الصميدي، التسويق المصرفي، دار المناهج للنشر والتوزيع، ط 1، عمان، 2001، ص 272.

5. التحليل التجاري: ينطوي على مراجعة التقديرات الخاصة بحجم مبيعات الخدمة والتكاليف الخاصة بإنتاج وتسويق الخدمة، والأرباح المتوقعة منها للوقوف على مدى تلبيتها للأهداف الأساسية للمصرف وانسجامها معا.

6. التطوير النهائي للخدمة: وهنا يتم إخراج مفهوم الخدمة إلى صورته بوصفه منتجا فعليا.

7. الاختبار التسويقي للخدمة: يهدف اختبار قدرة الخدمة على إيجاد مواطني قدم لها في السوق الحقيقية أي معرفة مدى قبولها من قبل المستفيدين ومن ثم معرفة ردود أفعال الزبائن نحو الخدمة الجديدة في السوق لاسيما فيما يتعلق بالتسعير و الترويج.

8. طرح الخدمة البنكية الجديدة: في السوق على نطاق واسع والتي تشير إلى بدء دورة حياة الخدمة البنكية.

المطلب الثالث : عوامل تطوير الخدمة البنكية في ظل الانتقال إلى اقتصاد المعرفة.

أولا: الاهتمام ببحوث التطوير والابتكار المصرفي

يمثل الاهتمام بالبحوث والتطوير بعدا استراتيجيا في تفكير الإدارة البنكية الحديثة ويمكن التعبير عن هذا الاهتمام بتبني برنامج نشط وفعال للتطوير والابتكار يكون قادرا على إنتاج خدمات مصرفية ذات جودة عالية، إن أي برنامج للبحوث والتطوير في المصرف لابد من أن يستهدف تحقيق الأهداف التالية:

- إنتاج خدمات جديدة قادرة على تلبية الحاجات والرغبات المتجددة للعملاء.
- الوصول على استخدامات جديدة لخدمات مصرفية حالية
- تحسين مستوى الجودة للخدمات الحالية.
- تحسين وتطوير طرق وأساليب أداء الخدمة بما يؤدي إلى تخفيض تكلفة تقديمها
- تطوير أساليب البيع والترويج بطريقة تقود على زيادة حجم التعامل وتحسين المركز التنافسي للمصرف¹.

¹ ناجي معلا، الأصول العلمية للتسويق المصرفي، المؤسسة العالمية للتجديد، ط 3، ص 109.

إن عملية التطوير المستمر و تقديم خدمات جديدة يضمن الاستمرار في مواجهة المنافسة كما أن الحصول على عميل جديد مرتبط بخدمات جديدة أكثر تطوراً، و بالتالي يجب التأكد من: -تقديم تطويراً جديداً في الخدمات لتناسب الأسواق الجديدة

-تقديم خدمات جديدة للأسواق الحالية.

-تطوير الخدمات القديمة بغرض تحسين جودة الأداء أو تقليل التكلفة.

-البحث باستمرار لتحديد رغبات العملاء و التغيير في الخدمات التي تدعم حاجاتهم.

ثانياً: إدخال التكنولوجيا في المجال المصرفي¹.

التكنولوجيا هي رصيد المعرفة الذي يسمح بإدخال آليات و معدات و عمليات و خدمات مصرفية جديدة و محسنة، و يعكس مصطلح التكنولوجيا في المجال المصرفي مجالين الأول هو التكنولوجيا الثقيلة و تشمل الآلات و المعدات أو ما يطلق عليها اسم تكنولوجيا الصناعة المصرفية، مثل الحاسبات و آلات عد النقود و شاشات عرض العملات، و وسائل الربط و الاتصال، و المجال الثاني هو التكنولوجيا الخفيفة و تشمل الدراية و الإدارة و المعلومات و التسويق المصرفي.

و تهتم التكنولوجيا في المجال المصرفي بالاستفادة من الحقائق العلمية و وضعها موضع التنفيذ بحيث تساهم في:

-تقديم خدمات جديدة مبتكرة.

-تطوير الخدمات البنكية الحالية.

و هناك أربعة عناصر متشابهة و متكاملة تشكل مظاهر استخدام التكنولوجيا في العمل المصرفي و هي:

-الجانب المادي: و يتمثل في الآلات و المعدات المستخدمة.

-الجانب الإستخدامي: و يتمثل في طرق استخدام هذه المعدات.

¹ بريس عبد القادر ، التحرير المصرفي و متطلبات تطوير الخدمات المصرفية و زيادة القدرة التنافسية للبنوك الجزائرية ، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في العلوم الاقتصادية ، جامعة الجزائر ، 2006/2005، ص ص 139-140.

-الجانب العلمي: و يتمثل في المعرفة البنكية المطلوبة.

-الجانب الإبتكاري: و يتمثل في اكتساب المهارات اللازمة لتقديم الخدمات البنكية.

و عموما فإن التكنولوجيا يمكن تعريفها بأنها تطبيق المعرفة العلمية على العمليات الإنتاجية لإنتاج سلعة أو خدمة ما، و ذلك من إجراء البحوث وصولا إلى السوق.

1-خصائص التكنولوجيا البنكية:

من خلال دراسة مفهوم التكنولوجيا في المجال المصرفي يمكن تحديد أهم خصائصها فيما يلي:

- أن التكنولوجيا البنكية هي مجموعة من المعارف و المهارات و الطرق و الأساليب البنكية.
- إن هذه المعارف و المهارات و الطرق و الأساليب قابلة للاستفادة منها بالتطبيق العملي في المجال المصرفي.

- إن التكنولوجيا بمفاهيمها المختلفة ليست هدفا في حد ذاتها بل وسيلة يستخدمها البنك لتحقيق أهدافه.
- أن الخدمة البنكية هي المجال الرئيسي لتطبيق التكنولوجيا.

2-الآثار الإيجابية للتكنولوجيا على الخدمات البنكية:

يؤدي استخدام التكنولوجيا في المجال المصرفي تحقيق العديد من المزايا من أهمها:

- تحقيق ميزة تنافسية للبنك في السوق المصرفي من خلال توفير الخدمات المرتبطة بالتقنيات الحديثة مما يجعل الخدمات أكثر جاذبية للعملاء.

- تحرير العمل المصرفي من الروتين و الأعباء الإدارية مما يخفف الضغط على موظفي البنك و يساعدهم على الاهتمام بجودة الخدمة.

- يؤدي تطبيق التكنولوجيا في العمليات البنكية إلى تقليل التكاليف و زيادة ربحية البنك.

- تساعد التكنولوجيا المتقدمة البنك في تسويق و تقديم خدمات مصرفية جديدة و متنوعة.

- يمكن البنك من تنويع خدماته و توسيع قطاعات الزبائن التي تتعامل معها

- يؤدي تطبيق التكنولوجيا في المجال المصرفي إلى تحديث و عصرنه نظم الإدارة

خلاصة

ان العمل المصرفي الالكتروني يتجاوز الوظائف التقليدية ويهدف إلى تطوير وسائل تقديم الخدمات البنكية ورفع كفاءة آدائها بما يتماشى والتكنولوجيات الحديثة وعلى هذا الأساس سعت الدول المتقدمة إلى تخفيض تكاليف العمليات البنكية التي تتم عبر القنوات الالكترونية لتدعيم العلاقات وزيادة ارتباط العملاء بهذا البنك وهو ما يعزز من المكانة التنافسية له في سياق الأعمال التجارية الالكترونية

الفصل الثاني:

دراسة حالة بنك خليج الجزائر

(وكالة العمة)

تمهيد:

بعءما تمت الدراسة النظرية من خلال عرض المفاهيم والاسايات المرتبطة بموضوع البحث في الفصل الأول سيتم تخصيص الفصل الثاني للوقوف على دور البطاقات الالكترونية في تطوير الخدمات المصرفية ببنك خليج الجزائر(وكالة العلة)

حيث يحتوي الفصل على مبحثين :

المبحث الأول: تقديم بنك خليج الجزائر (AGB)؛

المبحث الثاني: وصف وتحليل نتائج الدراسة.

المبحث الأول: تقديم بنك خليج AGB ودراسة أنشطته ووظائفه

بنك الخليج الجزائر هو بنك تابع لمجموعة الأعمال الكويتية (KIPCO) والتي هي من أبرز مجموعات المال والأعمال في الشرق الأوسط يطلق عليها اسم "المجموعة الكويتية للأعمال (Kuwait).
Project compagne

المطلب الأول: تقديم عام لبنك الخليج الجزائر

أولاً- التعريف بشركة مشاريع الكويت القابضة (Kipco)¹:

تعتبر مجموعة شركات شركة مشاريع الكويت، بما لديها من أصول موحدة تحت إدارتها أو سيطرتها تزيد في مجموعها عن 32 مليار دولار أمريكي، إحدى أكبر الشركات القابضة على مستوى منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا. تمتلك المجموعة حصص ملكية في محفظة تضم حوالي 60 شركة عاملة في 24 دولة.

لقد حققت استراتيجية الشركة القائمة على الاستحواذ وبناء وتطوير وبيع الشركات في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا نجاحاً على مدى أكثر من عشرين عاماً. وأصبح للشركة بفضل هذه الاستراتيجية محفظة متنوعة مع التركيز بشكل أساسي على الخدمات المالية، والإعلام، والعقارات والصناعة. كما تمتلك من خلال الشركات التابعة والزميلة لشركتها الرئيسية حصص ملكية في قطاعي التعليم والصحة.

وشهد عام 2015 تحقيق الشركة للعام الرابع والعشرين على التوالي من الربحية والشركة فخورة بحجم النمو الذي حققته خلال هذه الفترة. لقد ارتفع حجم أصول الشركة الذي كان يبلغ 220 مليون دولار أمريكي في عام 1990 بشكل كبير بفضل الاستراتيجية الاستثمارية السليمة للشركة في مجموعة واسعة من الشركات التي تعمل في مجال الصناعة والعقار والخدمات في الكويت ومنطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا.

ونسلم الضوء على شبكة مجموعة شركة المشاريع المصرفية. عندما استحوذت شركة مشاريع الكويت على بنك برقان في عام 1995، في إطار برنامج الخصخصة الذي أطلقته الحكومة الكويتية،

¹ التقرير السنوي لعالم كيبكو، الصفاة، الكويت، العدد السنوي، 2016، ص 2.

كانت عمليات البنك تتمحور على السوق المحلي. وبفضل سياسات البنك واستراتيجيته وخطته الى جانب النمو الذي حققه خلال السنوات الماضية انتقل من كونه بنك كويتي محلي الى شبكة تضم مجموعة من البنوك. تنتشر مجموعة بنك برقان في انحاء مختلفة من منطقة الشرق الأوسط وشمال افريقيا وله حضور في الجزائر، وتونس، والعراق وتركيا. كما تنتشر شبكة مجموعة شركة المشاريع المصرفية في البحرين، والأردن، وسوريا ومالطا.

ثانيا - المساهمون في بنك الخليج الجزائر.

1. بنك برقان (Burgan Bank)¹:

تضم مجموعة بنك برقان خمسة بنوك عاملة في منطقة الشرق الأوسط وشمال افريقيا هي بنك برقان الكويت، بنك برقان تركيا، مصرف بغداد، بنك الخليج الجزائر وبنك تونس العالمي، وللمجموعة وجود في ستة بلدان وشبكة كبيرة من الفروع تصل الى 180 فرعا في الكويت، وتركيا، والجزائر، والعراق، وتونس ولبنان.

وتم تأسيس بنك برقان، الذي يعد من أحدث وانشط المصارف التجارية في دولة الكويت وثاني أكبر بنك من حيث الأصول، في عام 1977، واستطاع ان يحتل موقعا رياديا في مجال التركيز على الخدمات المصرفية الخاصة وخدمات الشركات، بالإضافة الى تمتعه بقاعدة واسعة من عملاء خدمات التجزئة المصرفية والخدمات المصرفية الخاصة.

2. بنك تونس العالمي (Tunis International Bank)²:

تم تأسيس بنك تونس العالمي في شهر جوان من العام 1982، وكان الشركة المصرفية المرخصة بالكامل الأولى في تونس، يعمل البنك تحت اشراف البنك المركزي التونسي وعضو في جمعية المقاصة في تونس. والبنك هو مصرف خارجي خاص.

تقوم سمعة البنك في السوق المحلي على تقديم المنتجات والخدمات ذات الجودة العالية. ويقدم بنك تونس العالمي مجموعة شاملة من الخدمات المالية الدولية للشركات والمؤسسات المالية والحكومات

¹التقرير السنوي لعالم كيبكو، مرجع سبق ذكره، ص 63.

²المرجع نفسه، ص 85.

والافراد على حد سواء في تونس او في الخارج. تتم مراجعة مجموعة منتجات البنك باستمرار للتأكد من انها تلبي احتياجات قاعدة السوق المحلية.

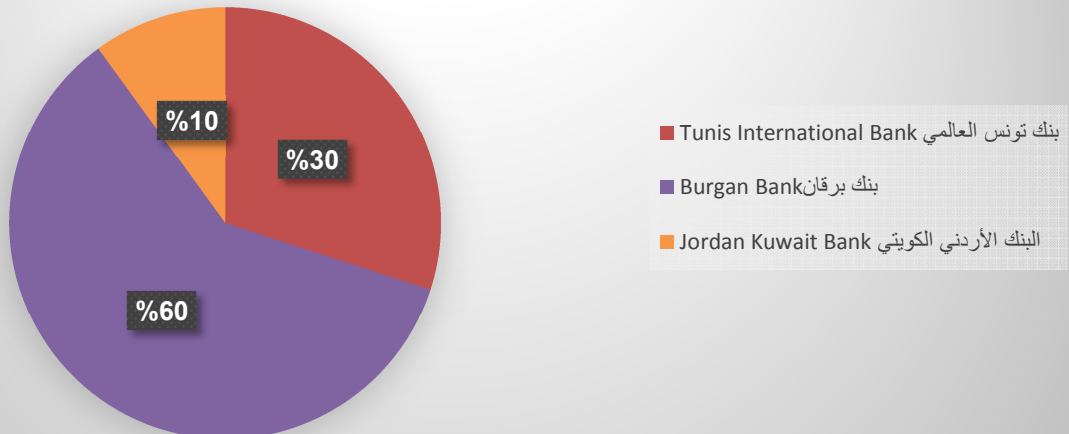
وبصفته بنكا تونسيا فإن دول المغرب العربي هي السوق التقليدية والطبيعية لبنك تونس العالمي، يتطلع البنك الى لعب دور رئيسي في تعزيز قطاع الاعمال والشركات بين المستثمرين من دول الخليج والمغرب العربي، وبالإضافة الى هذا المجال، فان أنشطة البنك آخذة في التطور لتشمل دول أوروبا الغربية وغيرها من الدول المطلة على البحر المتوسط.

3. البنك الأردني الكويتي (Jordan Kuwait Bank)¹:

يمثل البنك الأردني الكويتي الدخول الأول لشركة مشاريع الكويت الى السوق الأردني. كان البنك وحتى شهر ديسمبر 2015 أحد البنوك التابعة لمجموعة بنك برقان. وجرى في نهاية هذا العام شراء مجموعة شركة المشاريع للبنك الأردني الكويتي من بنك برقان وهو تابع حاليا مباشرة شركة مشاريع الكويت. وتأسس البنك الأردني الكويتي كشركة مساهمة عامة اردنية في عام 1976 وتمكن من مواصلة النجاح والتطور حتى أصبح أحد أهم البنوك العاملة في المملكة. يعمل البنك حاليا من خلال شبكة فروع محلية تضم 56 فرعا موزعة في جميع انحاء الأردن بالإضافة إلى فروع في فلسطين وفرع في قبرص. ويمتلك البنك شركة اجارة للتأجير التمويلي بالكامل و50% في الشركة المتحدة للاستثمارات المالية-الأردن و10% في بنك الخليج الجزائر-الجزائر.

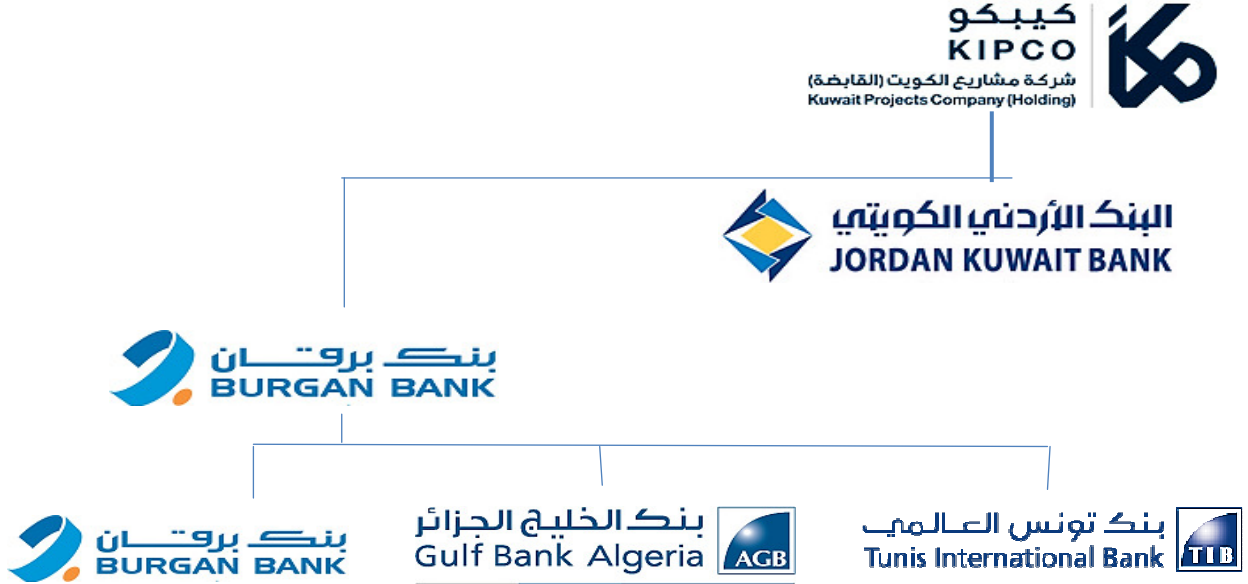
وكان البنك الأردني الكويتي البنك الأردني الأول الذي يعتمد التعامل المصرفي عبر شبكة الانترنت. ويقدم البنك الآن كافة خدماته ومنتجاته المصرفية بوسائل وتقنيات تكنولوجيا متطورة، وبمفاهيم

الشكل رقم (1): يوضح حصص المساهمين في بنك الخليج الجزائر



وممارسات الخدمة الشخصية المتميزة والجودة العالية مما عزز الصور الطيبة التي يتمتع بها البنك كأكثر البنوك اهتماما بالعملاء، ونجح بالممارسة العملية تحقيق مضامين شعاره أكثر من بنك.

الشكل رقم (2): شبكة شركة مشاريع الكويت المصرفية



المصدر: التقرير السنوي لعالم كيبكو، الصفاة، الكويت، العدد السنوي، 2016، ص 53.

المطلب الثاني: نشأة وتعريف بنك الخليج الجزائر¹:

أولاً- نشأة بنك الخليج الجزائر.

يعد بنك الخليج الجزائر، ضمن مشاريع بنك الخليج المتحد، وهو شركة مصرفية استثمارية تابعة لشركة مشاريع الكويت (القابضة)، يقوم بإدارة شبكة إقليمية من شركات الاستثمار وإدارة الأصول والبنوك التجارية. وتشمل استثماراته الأصول في العقارات، الأسهم الخاصة، المنتجات المهيكلة، والأوراق المالية المدرجة في البورصات. وتشمل استثمارات البنك في الشركات التابعة والزميلة له كل من بنك الخليج الجزائر، شركة الضيافة للاستثمار، مصرف بغداد، البنك الأردني الكويتي، شركة مشاريع الكويت الاستثمارية لإدارة الأصول، شركة منافع للاستثمار، مليونيوم فينانس كوربوريشن، شركة رويال كابيتول، بنك سوريا والخليج، شركة الكابل المتحدة، بنك تونس العالمي، شركة بنك الخليج المتحد للأوراق المالية،

¹ التقرير السنوي لعالم كيبكو، مرجع سبق ذكره، ص 79.

شركة الخليج المتحدة للخدمات المالية، شركة الصناعات المتحدة، الشركة المتحدة للخدمات الطبية، وشركة العقارات المتحدة.

كما دخلت شركة المشاريع الكويتية «كيبكو» عالم الاستثمار بالجزائر سنة 2003 في بنك الخليج الجزائر AGB الذي تم انشائه بموجب المرسوم رقم 03-03 بتاريخ 15 ديسمبر 2003 وهو متخصص في الصناعة والتجارة العامة والذي يعتبر شركة مساهمة ذات رأس مال قدره 1,6 مليار دينار جزائري.¹

وبدأ بنك الخليج الجزائر عملياته في عام 2004، بعد الحصول على ترخيص من بنك الجزائر المركزي في عام 2003، ونجح البنك في فترة قصيرة تصل الى 10 سنوات في رفع حقوق المساهمين من أقل من 10 ملايين دولار أمريكي الى ما يقرب من 200 مليون دولار أمريكي، وزيادة الأصول من أقل من 10 ملايين دولار أمريكي الى ما يقارب من 1.7 مليار دولار أمريكي. اما عدد فروعها خلال هذه الفترة فقد وصل الى 58 فرعا مع 95 جهازا للصرف الآلي كما في نهاية 2015.

يقدم بنك الخليج الجزائر كافة المنتجات المصرفية التقليدية والمتوافقة مع الشريعة الإسلامية، وهو الأول في الجزائر الذي يقدم كلا النوعين، والبنك متخصص في المشاريع الصغيرة والمتوسطة الحجم، ويقدم خدماته لأكثر من 160 ألف عميل، ويعمل البنك حاليا في 48 ولاية وله تواجد في جميع المدن الرئيسية في البلاد.

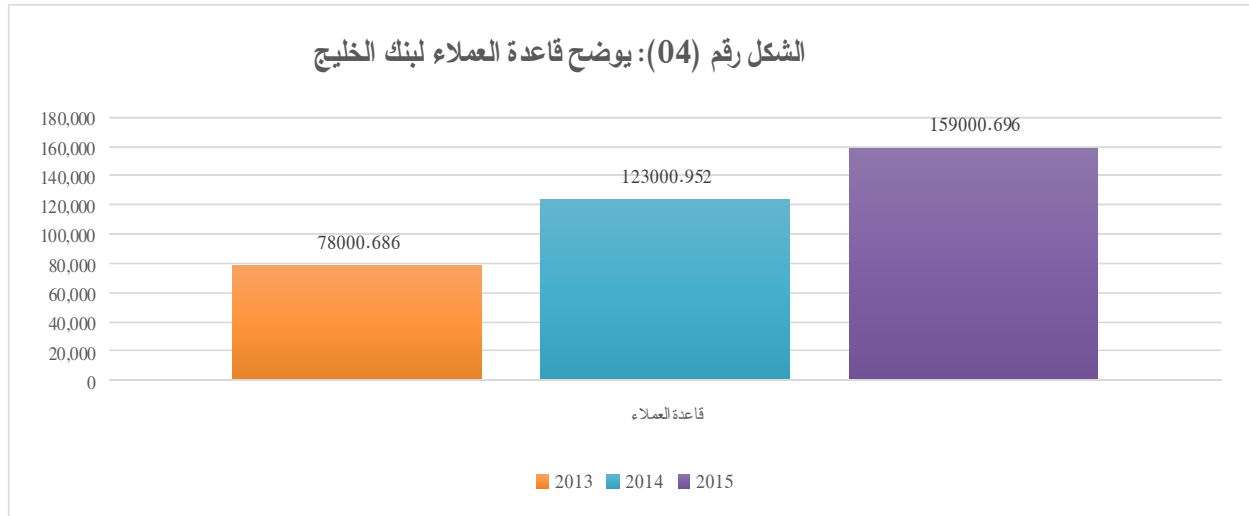
يعمل في البنك حوالي 900 موظف وهو الشركة الرائدة في مجال الخدمات الالكترونية اذ كان البنك الأول الذي يقدم البطاقات الدولية في السوق المحلي.

ثانيا-أرقام وحقائق حول بنك الخليج الجزائر:

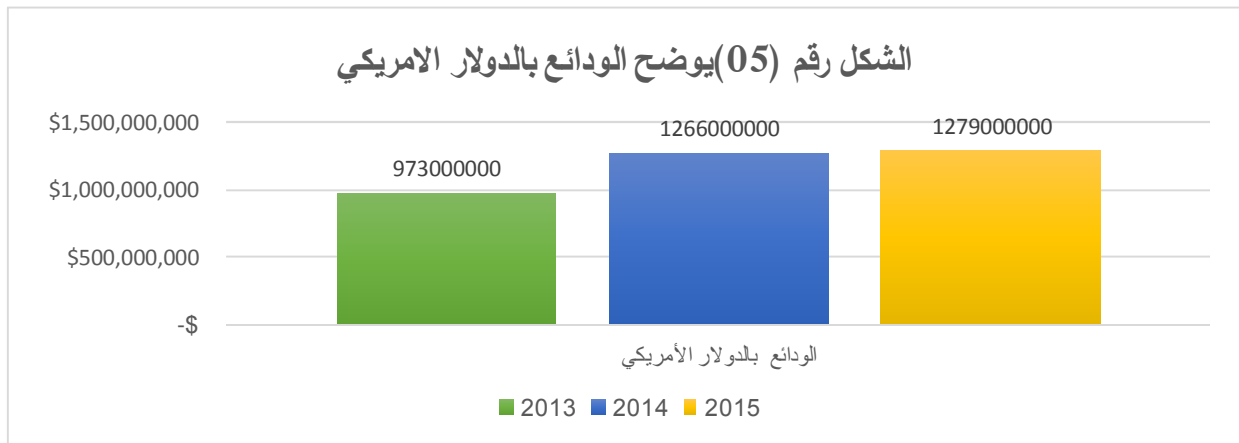
حاليا يقدر رأسمال بنك الخليج الجزائر AGB 10 مليار دينار جزائري قابل للتعديل ويتمتع بالاستقلال المالي والشخصية المدنية ويعتبر تاجرا مع الغير وينظمه النقد والقرض 10/90.

كما قد وضع البنك استراتيجية شاملة من أجل التغطية الجغرافية لكامل التراب الوطني بأكثر من 58 وكالة، ويحتل البنك المرتبة الأولى على المستوى الوطني من حيث اعتماده على خدمة (سالف بانكينغ SELF BANKING) التي تعتبر سابقة من نوعها في قطاع المالية في الجزائر.

¹ <https://www.agb.dz/article-view-1.html>



المصدر: التقرير السنوي لعالم كيبكو، العدد السنوي، 2016، ص 80.



المصدر: التقرير السنوي لعالم كيبكو، العدد السنوي، 2016، ص 80.

المطلب الثالث: تقديم وكالة بنك الخليج الجزائر وكالة العلمة - سطيف -¹:

أولاً- تعريف بنك الخليج الجزائر (AGB) وكالة العلمة - سطيف -.

تم تأسيس وكالة بنك الخليج الجزائر وكالة العلمة - سطيف - في 07/04/2015 وتضم حاليا 08 موظفين ورقمها في التقسيم البنكي هو 117 وتسعى هذه الوكالة كغيرها من باقي الوكالات الى تحقيق وتوسيع خدمات البنك الوطني الجزائري باعتبارها جزءا منه والعمل على تنفيذ سياسة التموقع التي يسعى البنك لتحقيقها، وتعتبر وكالة العلمة - سطيف - اول بنك أجنبي خاص في الولاية. يرأس وكالة العلمة - سطيف - كأي مؤسسة أخرى مدير، يعد المسؤول الأول عن الوكالة فهو يتخذ القرارات الصائبة ويسهر على تنفيذها، كما يقوم بالإشراف والتنسيق بين مختلف مصالح الوكالة.

ثانيا-الهيكل التنظيمي لوكالة العلمة - سطيف - :

1. مدير الوكالة (Directeur) :

ويعتبر الممثل الرئيسي للبنك على مستوى الوكالة وهو المسؤول عن توفير التنظيم الإداري والتشغيلي للوكالة وتنميتها التجارية مع الاهتمام المستمر بإدارة الجودة والمخاطر، كذلك تحقيق الأهداف الاستراتيجية والمالية التي حددتها إدارة البنك، وضمان الشفافية الاقتصادية للبنك وإدارة ميزانية الوكالة، كذلك من مهامه السهر على المراقبة النظامية للحسابات في الوكالة والتأكد من سير العمليات الإدارية والتشغيلية واجرائها في إطار القانون، مع مهمة إدارة موظفي الوكالة والاشراف عليهم.

2. المسؤول التجاري (Responsable Commercial) :

من المهام الرئيسة للمسؤول التجاري هي الاشراف على فريق المبيعات وتحريكهم وتنشيطهم من اجل مساعدته في تحقيق اهداف العمل النوعية والكمية التي تتعلق بالوكالة، كما انه يشرف على تسيير محافظ العملاء وضمان ادارتها، مع تزويد العملاء من جميع المنتجات التي يقدمها البنك، واحترام تطبيق القرارات الائتمانية، ومراقبة فتح الحسابات، والاشراف على العمليات ذات الطبيعة الإدارية والاشراف على تحليل الملفات والقروض للمؤسسات والافراد، كذلك التنسيق مع المشرف الإداري لضمان سلاسة العمل وتطبيقه بشكل يتوافق مع قوانين العمل واللوائح والتنظيمات، بالإضافة الى وضع ضمانات لجميع

الوثائق الداخلية للبنك.

المنتجات المسوقة من طرف الوكالة لعملائها، والكثير من المهام التي يقوم بها في اطار تحقيق الجودة وإدارة المخاطر.

3. المراقب (CONTROLEUR):

مهمة المراقب الأساسية هي ضمان وحسن الرقابة على جميع المعاملات التي تقوم بها الوكالة في سياق إدارة المخاطر التشغيلية، أيضا التحقق من العمل اليومي للجاري للشباك والصندوق للزبائن مع افراد ومؤسسات، وكذلك مراقبة العمليات ذات الطابع الإداري والتدقيق في الحسابات الإدارية والقانونية، والقيام بالمراجعة الداخلية ومراقبة الحسابات وصحة المعلومات وانسجامها مع القوانين.

4. المشرف الإداري (Superviseur Administratif):

وهو المشرف على امين الصندوق، وعامل الشباك، والاعوان، من اجل تحقيق اهداف الوكالة. ومن مهمته، تقديم الخدمة للعملاء في إطار تحقيق الجودة وإدارة المخاطر والتأكد المستمر من سير العمل في جو ايجابي يعمل على تحقيق الأهداف، وأيضا الاشراف والتحقق من تنفيذ العمليات المصرفية الجارية في الشباك للزبائن من الافراد والمؤسسات، ومعالجة شكاوى العملاء.

5. مستشار مبيعات العملاء "المؤسسات" (Conseiller Clientèle Commerciale):

من مهامه إدارة محفظة العملاء (المؤسسات) وتجهيز العمل من مجموعة المنتجات التي يقدمها البنك وكذلك إدارة حسابات العملاء (فتح، تغيير، غلق) وفقا للقرارات التنظيمية، وتنفيذ كل العمليات الجارية اليومية لزبائن المؤسسات برعاية خاصة، وتسيير الكفالات والضمان الاحتياطي، وإدارة قروض الاستثمار وتنفيذ عمليات التجارة الخارجية، ومعالجة المعاملات مع الدول الأجنبية.

6. مستشار مبيعات العملاء "أفراد" (Conseiller Clientèle De Particulier):

ويقوم بنفس عمليات مستشار مبيعات العملاء للمؤسسات، لكن لصالح الافراد وليس المؤسسات كتسيير حسابات العملاء من الافراد (فتح، غلق، تغيير) وتسيير القروض الموجهة للأفراد، وتجميع وتحليل سجلات القروض.

7. مندوب إداري (Délégué Au Back Office) :

لدى المندوب الإداري مجموعة من المهام الرئيسية كتوفير ضمان اجراء عمليات (Back Office) مع احترام القوانين المعمول بها في البنك في إطار الجودة والدقة، وكذلك يقوم بإدارة الحسابات والحفاظ على ملفات العملاء وتسيير دفاتر الصكوك والتصريح بالشيكات غير المدفوعة، كذلك تجهيز المعاملات على الفواتير والشيكات والتحويلات، وفقا للإجراءات وإدارة السندات الاذنية وجميع الأوراق التجارية.

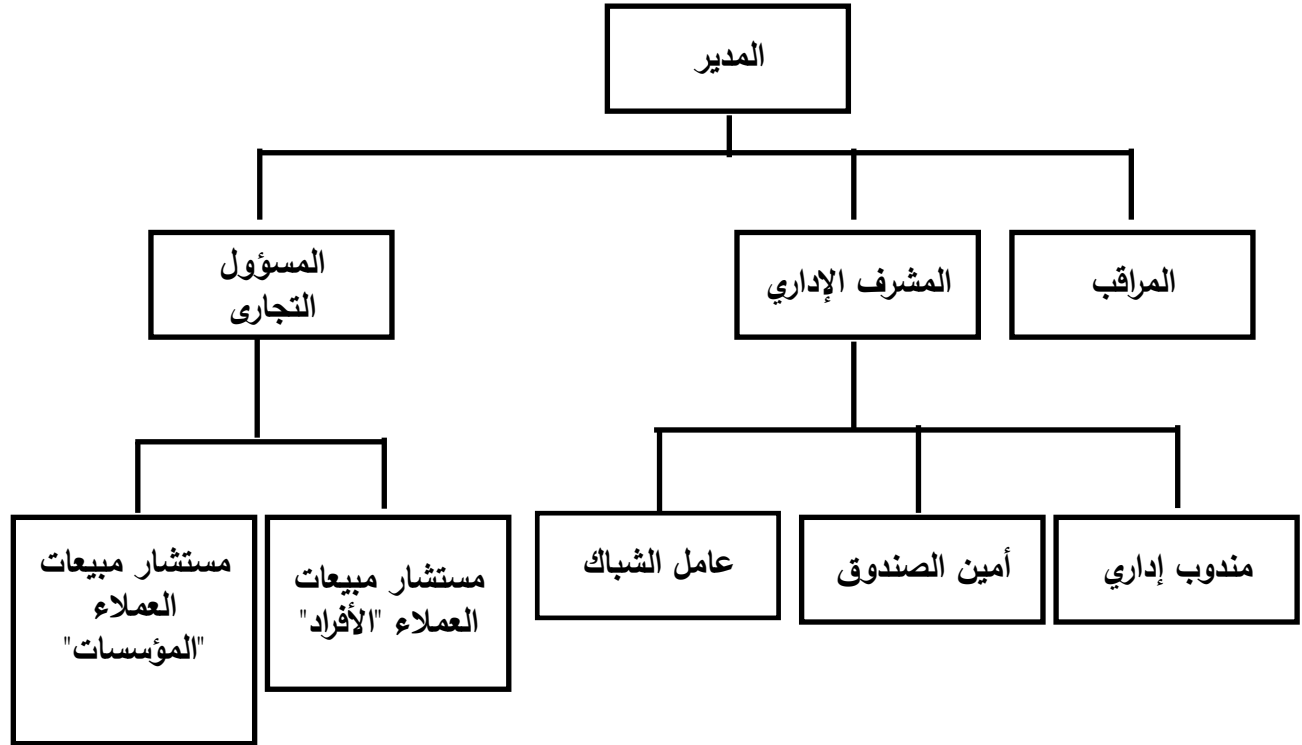
8. أمين الصندوق (Caissier) :

وهو المسؤول عن الصندوق وعن الضمان بشكل مستمر عمليات الصندوق مع العملاء وحسن سيرها احتراما للممارسات والإجراءات السارية المفعول بها في البنك، كما يسهر على ضمان تسوية الحسابات.

9. أمين الشباك (GuichetierPayeur) :

يعمل عامل الشباك الصراف على ضمان السير الحسن بشكل مستمر مختلف العمليات البنكية مع احترام الإجراءات المعمول بها في البنك، كما يعمل على ضمان تسوية الحسابات والمحافظة على سجل الصندوق، وضمان السرية التامة للمعاملات، كما يجري نيابة عن العملاء جميع ومختلف العمليات الإدارية (كالسحب وتحويل الحسابات، وصرف الشيكات المصرفية، وخصم الشيكات...الخ). بالإضافة الى تنفيذ عدة مهام أخرى ضرورية لحسن سير العمل، ووضع استعراض دوري للأنشطة وتقديم الاقتراحات.

الشكل رقم (06): الهيكل التنظيمي لبنك الخليج الجزائر وكالة العلةمة.



مقابلة مع مدير الفرع يوم 2018/02/21

المطلب الرابع: مهام وخدمات بنك الخليج الجزائر (AGB)

أولاً- مهام بنك الخليج الجزائر (AGB)

وفقاً للقوانين والقواعد يعد بنك الخليج الجزائر مكلف بالقيام بعدة مهام من بينها:

- معالجة جميع العمليات الخاصة بالقروض، الصرف والصندوق؛
- فتح حسابات لكل شخص طالب بها واستقبال الودائع؛
- المشاركة في جميع المدخرات؛
- تنمية الموارد واستخدامات البنك عن طريق ترقية عملية الادخار والاستثمار؛
- تقسيم السوق المصرفية والتقرب أكثر من ذوي المهن الحرة، التجار...

في إطار سياسة القروض ذات المردودية يقوم البنك بما يلي:

- تطوير قدرات تحليل المخاطر؛
- إعادة تنظيم وإدارة القروض؛
- تحديد ضمانات متصلة بحجم القروض وتطبيق معدلات فائدة تتماشى مع تكلفة الموارد.

ثانيا-الخدمات المصرفية الالكترونية المقدمة من طرف بنك الخليج

1. البنك الالكتروني لبنك الخليج الجزائر (AGB ONLINE)

تسمح هذه الخدمة للزبون بالحصول على الراحة في تسيير حساباته, من خلال كبسة زر في الموقع الالكتروني يصبح الاطلاع على الحسابات ممكنا في أي وقت وفي أي مكان, وهي متاحة لجميع الزبائن بشتى انواع حساباتهم المفتوحة لدى البنك, فيمكنهم متابعة حركة حساباتهم في أي وقت وتحميل الكشف البنكي بشكل PDF أو EXCEL ويتيح البنك الالكتروني لبنك الخليج العديد من الخدمات منها:

- تحميل الوثائق اللازمة للعمليات مع البنك؛
- تحويل الأموال من حساب إلى حساب آخر شرط أن لايفوق مبلغ التحويل 200000 دج؛
- شحن بطاقة فيزا وماستر كارد المدفوعة مسبقا؛
- طلب فتح خط قرض لعملية استرداد؛
- تأكيد طلب الفتح؛
- طلب توطين فاتورة الشراء(الاستيراد)؛
- تأكيد طلب التوطين ؛
- تغيير الرقم السري للدخول لبنك الخليج الجزائر أون لاین .(الملحق رقم 05)

2. البطاقات البنكية لبنك الخليج الجزائر :

يوفر بنك الخليج الجزائر عدة أنواع من البطاقات البنكية وهي :

- بطاقة (RIB): هي بطاقة مغناطيسية تحمل كل المعلومات الشخصية لصاحبها بما في ذلك الصورة الشخصية، بالإضافة لرقم حسابه الخاص، ويمكن من خلالها سحب أي مبلغ من المال في الوكالة التابعة للزبون أو أي وكالة أخرى، طلب دفتر الشيكات، طلب الرصيد وكشف الحساب، وذلك

بإظهارها لدى موظف البنك وطلب الخدمة المرادة، هدفها الأساسي هو التقليل من حمل الأوراق والوثائق الثبوتية (بطاقة بدلا من الشيك)؛

- بطاقات (VISA AGB): من أجل التصرف في الأموال بكل حرية، يضع بنك الخليج مجموعة من البطاقات العالمية فيزا بين أيدي زبائنه، فيزا الكلاسيكية، فيزا الذهبية، فيزا المدفوعة مسبقا تسمح هذه البطاقات بـ:

✓ إجراء عملية السحب في الخارج (خارج البلاد) من أجهزة الصراف الآلي حسب رصيد الحساب بالعملة الصعبة بالنسبة لبطاقات فيزا الكلاسيكية والذهبية، وحسب المبلغ المتاح في البطاقة بالنسبة لبطاقات فيزا المدفوعة مسبقا.

✓ دفع المشتريات في الخارج لدى التجار المتعاقدين مع بطاقة فيزا حسب رصيد الحساب والمبلغ المتاح في البطاقة.

✓ دفع ثمن المشتريات على الانترنت.

✓ تعتبر بطاقات فيزا صالحة لمدة عامين، وصالحة للاستعمال في الخارج فقط.

✓ يعتبر الرقم السري للبطاقة رقما شخصيا، ولايجوز إعطائه لأي كان حفاظا على الأموال من السرقة.

- بطاقة فيزا بلاتينيوم (VISA Platinum): في إطار الاستمرار في سياسة الابتكار و التطوير، أطلق بنك الخليج الجزائر ولأول مرة في الجزائر بطاقة فيزا بلاتينيوم، هي بطاقة دفع بالأورو آمنة لدفع المشتريات في الخارج من خلال أجهزة الدفع الإلكترونية (Terminaux de Paiement Electronique) الانترنت أو السحب من أجهزة الصراف الآلي في القارات الخمس؛ (الملحق رقم 02)

فيزا بلاتينيوم هي بطاقة مرتبطة آليا بالحساب البنكي للعميل بعملة الأورو، يمكن استعمالها حسب الرصيد المتوفر في الحساب وحسب المبلغ المسموح به يوميا أو شهريا، وفي حالة ضياعها أو سرقتها ترسل بطاقة الطوارئ أو الإغاثة للعميل حتى لو كان في الخارج؛

- البطاقة البنكية ساهلة (La cart Sahla): بطاقة ساهلة هي السبيل الوحيد للدفع والسحب بأمان وفي أي وقت وعبر كامل التراب الوطني (جميع الصرافات الآلية التي تحمل شعار CIB) ودون أي سقف محدد للأموال، يمكن الحصول عليها من طرف جميع الزبائن؛

• بطاقة ماستر كارد (Master Card): دائما في إطار الاستمرار في سياسة الابتكار و التطوير، أطلق بنك الخليج الجزائر ولأول مرة في الجزائر بطاقة ماستر كارد، وهي بطاقة دفع بالدولار آمنة لدفع المشتريات في الخارج من خلال أجهزة الدفع الإلكترونية (TBE)، الانترنت او السحب في أجهزة الصراف الآلي في القارات الخمس، ماستر كارد هي بطاقة مرتبطة آليا بالحساب البنكي للعميل بالعملة الأجنبية، يمكن استعمالها حسب الرصيد المتوفر في الحساب وحسب المبلغ به يوميا أو شهريا؛(الملحق رقم 03)

• بطاقة ماستر كارد بلاتينيوم (MasterCard Platinum): يحاول بنك الخليج الجزائر توسيع مجموعته من البطاقات البنكية قدر المستطاع وذلك لتلبية احتياجات زبائنه، من خلال إصدار بطاقة ماستر كارد بلاتينيوم، صالحة لمدة عامين مجهزة برقاقة تعطي صاحبها مستوى عالي من الأمان، مع إمكانية استبدالها ببطاقة الطوارئ (Emergency Card) وخدمة الحصول على المتاح نقدا (Emergency Cash) في حالة السرقة أو الضياع من خلال الاتصال بأحد الأرقام الموضحة في الملحق حسب البلد المتواجد فيه.

3. جهاز الصراف الآلي :

يضع بنك الخليج الجزائر في خدمة زبائنه أجهزة الصراف الآلي في جميع وكالاته عبر التراب الوطني، وكذلك في مطار هواري بومدين الدولي، كما أن بطاقات السحب من أجهزة الصراف الآلي مقدمة مجانا.(الملحق رقم 04)

4. الدفع الإلكتروني :

بإمكان عملاء بنك الخليج الجزائر القيام بالمشتريات من الانترنت بفضل البطاقة البنكية CIB (Sahla) لبنك الخليج الجزائر، وذلك بطلب رقم (PIN) من موظف البنك لاستخدامه في دفع المشتريات عن طريق الانترنت بالإضافة إلى الرقم (CVV)

(Card Verification Value) الذي يعتبر رقم أمان لعمليات الشراء عبر الإنترنت، كما يضع البنك عبر موقعه بعض المواقع التي تعرض منتجاتها وخدماتها للبيع عبر الانترنت.

5. الرسائل القصيرة والإلكترونية (SMS et E-MAIL):

يوفر بنك الخليج الجزائر خدمة الرسائل القصيرة والرسائل الإلكترونية لتزويد العملاء بكل المستجدات عن حساباتهم.

- خدمة الرسائل القصيرة (Sms Banking): تسمح هذه الخدمة لجميع العملاء بمعرفة رصيد حساباتهم بأي لحظة من خلال إرسال رسالة قصيرة فارغة مجانية لرقم هاتفي معين؛
- خدمة الرسائل القصيرة (Sms Push): تسمح هذه الخدمة للعميل باستقبال رسائل قصيرة في هاتفه النقال بكل حركة تحدث في حسابه الخاص (دفع، تحويل، سحب)؛
- خدمة الرسائل الإلكترونية (Mail Swift): تسمح هذه الخدمة باستقبال نسخة من الرسالة المرسلّة أو المستقبلّة في شبكة swift عن وضعيّة العمليات التجارية الدولية (استيراد أو تصدير) مثل فتح الاعتماد المستندي أو تعديله ودفع قيمة الاعتماد (فاتورة شراء) ...الخ.

6. خدمة الهاتف المصرفي:

يوفر بنك الخليج الجزائر خدمة الاتصال بالبنك طوال أيام الأسبوع ماعدا يوم الجمعة، بحيث يستطيع العميل الاتصال من أجل الاستعلام عن حسابه، الخدمة المتوفرة، وكل ما يتعلق بتعاملاته البنكية.

المبحث الثاني: وصف و تحليل عينة الدراسة

المطلب الأول: وصف عينة الدراسة

أولاً-مجتمع الدراسة:

يتكون مجتمع الدراسة من كل عملاء بنك الخليج الجزائر بوكالة العلةمة - سطيف -

هذا وستتبع مناقشة مجتمع الدراسة تحديد العناصر التالية:

- وحدات المعاينة: وهم الأفراد الذين يمثلون عملاء بنك الخليج الجزائر؛
- المدى الجغرافي: يتمثل المدى الجغرافي لهذه الدراسة دائرة العلةمة الجزائر؛
- المدى الزمني: تمثل في الفترة الممتدة من شهر جوان إلى شهر جويلية من السنة 2018.

ثانياً - عينة الدراسة:

تكونت عينة الدراسة التي تم تجميعها في وكالة العلةمة, ولقد تم توزيع 40 استبيان على عينة الدراسة، تم استرجاع 35 منها بمعدل استرداد بلغ 87% وهي نسبة جيدة، فيما كانت كلالاستمارات صالحة للتحليل الإحصائي.

المطلب الثاني: أساليب التحليل الإحصائي للبيانات

اعتمدنا على أسلوب في واحد في جمع البيانات الميدانية هو قائمة الاستبيان.

أولاً-إعداد قائمة الاستبيان:

من أجل تحقيق أهداف الدراسة تم تصميم استبيان بعد الاطلاع على الجانب النظري المتعلق بموضوع الدراسة، وبالاتماد على الدراسات السابقة التي تناولت متغيرات نموذج الدراسة الحالية، وقد تكون الاستبيان من جزأين كما يلي:

الجزء الأول: يشتمل على البيانات الخاصة بالمستجيب، وتتضمن (الجنس، السن، المستوى الدراسي).

الجزء الثاني: يتضمن 15 فقرة تقيس مدى مساهمة البطاقات الالكترونية في تطوير الخدمات المصرفية.

ثانيا-أدوات التحليل الإحصائي:

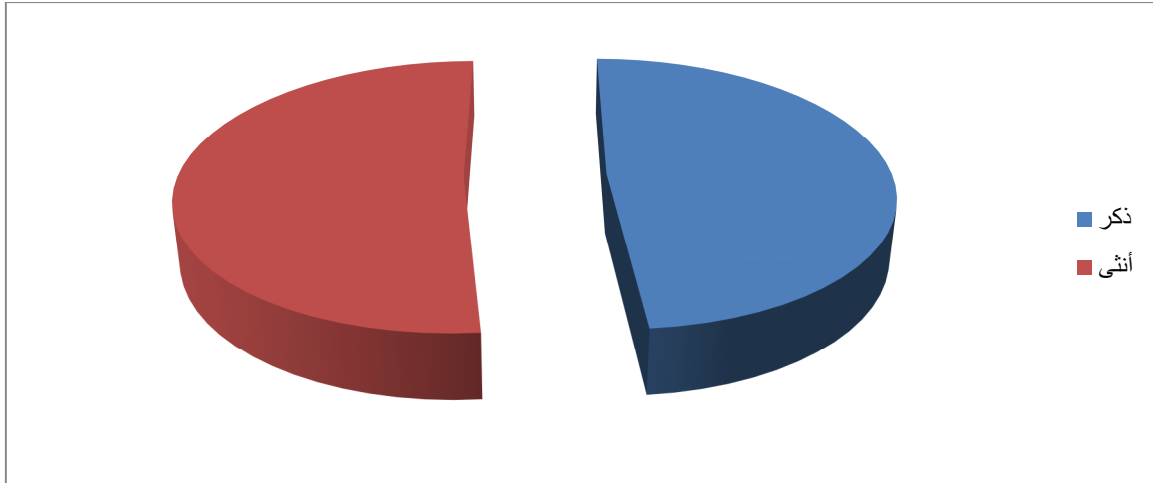
اعتمدت هذه الدراسة على اختبار الفرضيات من خلال تفريغ الاستبانات بواسطة برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (spss) وتحليل المعطيات والبيانات المتحصل عليها.

المطلب الثالث: تحليل البيانات و نتائج الدراسة

1- عرض ومناقشة نتائج الدراسة:

الجدول رقم (01): يمثل جنس أفراد العينة

الإجابات	التكرارات	النسبة المئوية
ذكر	17	48.60
أنثى	18	51.40
المجموع	35	100



الشكل رقم (07): تمثيل بياني لجنس أفراد العينة

تحليل النتائج:

نلاحظ من خلال الجدول الموضح أعلاه أن نسبة الذكور تقدر ب 48.60 % أما نسبة الإناث فتقدر ب 51.40 %، نلاحظ أن النسب بين الذكور و الإناث متقاربة و ذلك يرجع سياسة

الجدول رقم (02): يمثل المستوى الدراسي لأفراد العينة

الإجابات	التكرارات	النسبة المئوية
ابتدائي	04	11.40
متوسط	07	20.00
ثانوي	12	34.30
جامعي	07	20.00
دراسات عليا	05	14.30
المجموع	35	100.00



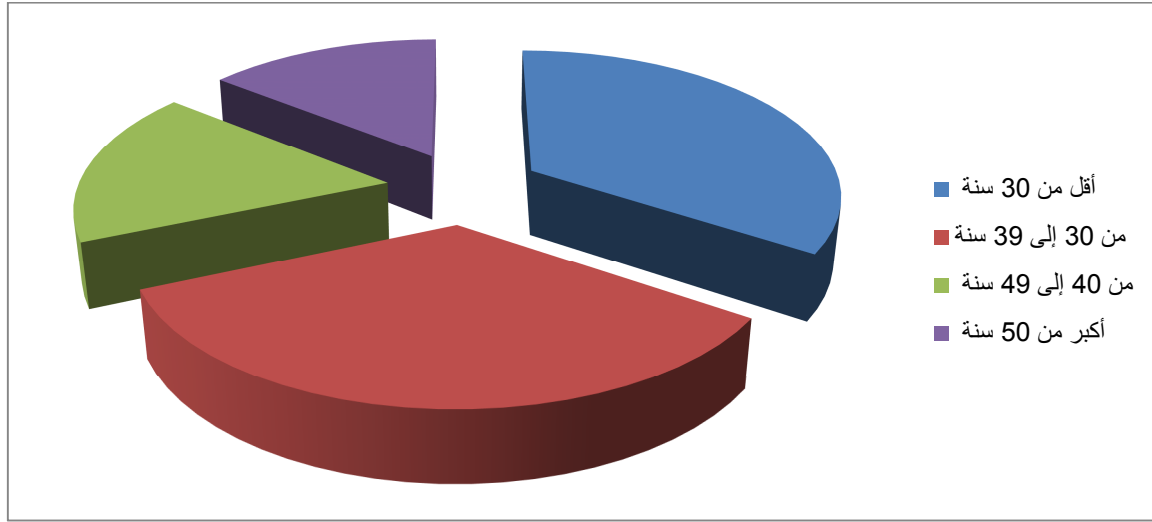
الشكل رقم (08): يمثل المستوى الدراسي لأفراد العينة

تحليل النتائج:

يمثل المستوى الدراسي لأفراد العينة تحليل النتائج من خلال الجدول رقم 02 نلاحظ ان اغلبية الموظفين مستواهم التعليمي ثانوي بنسبة 34.30% تليها الفئة الذي مستواها التعليمي جامعي و متوسط بنسبة 20.00% اما فئة الدراسات العليا فقدرت ب 14.30% بينما الذين مستواهم ابتدائي يمثلون نسب قليلة تتمثل في 11.40% و هذا يدل على ان البنوك تعتمد على الذين يكون مستواهم ليسانس فما فوق و ذلك لان العديد من البنوك تتطلب مستوى كبير عكس ما كان في السابق لان نشاط البنوك تغير من الاسلوب التقليدي الى اسلوب تعتمد على الانترنت ووسائل تكنولوجيا حديثة

الجدول رقم (03): عمر أفراد العينة

الإجابات	التكرارات	النسبة المئوية
أقل من 30 سنة	12	34.30
من 30-39 سنة	12	34.30
من 40-49 سنة	06	17.10
50 فأكثر	05	14.30
المجموع	35	10.00



الشكل رقم (09): يمثل سن أفراد العينة المدروسة

تحليل النتائج:

يمثل سن افراد العينة المدروسة تحليل النتائج نلاحظ من خلال الجدول رقم 03 ان اعمارالموظفين الاقل من 30 سنة و الموظفين الذين تتراوح اعمارهم ما بين 30سنة الى 39 سنة يمثلون اكبر نسبة المقدرة ب 34.30% ثم تليها فئة الموظفين الذين تتراوح اعمارهم بين 40سنة الى 49سنة تقدر ب 17.10% انا اقل نسبة تتوزع على فئة الموظفين الذين اعمارهم 50سنة فما فوق بنسبة 14.30% و هذا معناه ان البنوك تعتمد على الفئات الشابة في المعاملات اكثر من الفئات الاخرى و هذا ما يعتبر امر مهم بالنسبة للبنوك التجارية

الجدول رقم (04): يمثل رأي المبحوثين في تبني البنك بصورة مستمرة مختلف اللبقات الالكترونية

الإجابة	التكرارات	النسبة المئوية
موافق بشدة	13	37.10
موافق	07	20.00
محايد	07	20.00
غير موافق	06	17.10
غير موافق بشدة	02	05.70
المجموع	35	100.00

يمثل رأي المبحوثين في تبني البنك بصورة مستمرة مختلف اللبقات الالكترونية تحليل النتائج يمثل رأي المبحوثين في تبني البنك لللبقات الالكترونية بصورة مستمرة من قبل البنك موافقة شديدة بنسبة 37.10% تليها الفئة المحايدة و للموافقة متساوية بنسبة 20.00% بينما الفئة الغير موافقة بنسبة 17:10% اما قدرت نسبة الفئة الغير موافقة بشدة تمثل اقل نسبة 5.70% و هذا راجع الى ان البنوك اصبحت تعتمد على التكنولوجيا اكثر لتطوير خدماتها

الجدول رقم (05): يمثل رأي المبحوثين في استخدام موظفو البنك مختلف البطاقات الالكترونية بصورة دائمة

الإجابة	التكرارات	النسبة المئوية
موافق بشدة	01	2.90
موافق	13	37.10
محايد	17	48.60
غير موافق	04	11.40
غير موافق بشدة	00	00.00
المجموع	35	100

يمثل رأي المبحوثين في استخدام موظفي البنك مختلف البطاقات الالكترونية بصورة دائمة تحليل النتائج يرى المبحوثين لاستخدام مختلف البطاقات الالكترونية بصورة دائمة من طرف موظفي البنك ان اغلب الموظفين كانوا محايدين بنسبة 48.60% و هي اكبر نسبة تليها فئة الموظفين الموافقين بنسبة 30.10% بينما الموظفين الغير موافقين قدر ت نسبتهم 11.40% انا اقل نسبة من حيث الاستخدام فئة الموافقين بشدة بنسبة 2.80% وهذا راجع الى مدى تقبل الموظفين للبطاقات الالكترونية و عدم تخوفهم في التعامل بها

الجدول رقم (06): يمثل رأي المبحوثين في فضل زائن البنك التعامل بالبطاقات الالكترونية بصورة دائمة

الإجابة	التكرارات	النسبة المؤوية
موافق بشدة	00	00.00
موافق	09	25.70
محايد	15	42.90
غير موافق	10	28.60
غير موافق بشدة	01	2.90
المجموع	35	100.00

تحليل النتائج يمثل رأي المبحوثين في تفضيل زائن البنك التعامل بالبطاقات الالكترونية بصورة دائمة كان اغلب الزائن محايد بنسبة 42.90% يليها نسبة الزائن الغير موافقين بنسبة 28.60% اما نسبة الزائن الموافقة قدرت ب 25.70% اما اقل نسبة كانت للزائن الغير موافقين بشدة 2.90% وهذا يدل على ان اغلب الزائن متخوفين في التعامل بالبطاقات الالكترونية

الجدول رقم (07): يمثل رأي المبحوثين في تفضيل الزبائن التعامل بالبطاقات الالكترونية الحديثة

الإجابة	التكرارات	النسبة المئوية
موافق بشدة	03	08.60
موافق	13	37.10
محايد	11	31.40
غير موافق	08	22.90
غير موافق بشدة	00	00.00
المجموع	35	100.00

تحليل النتائج يرى المبحوثين ان نسبة كبيرة من الزبائن كانت موافقة على التعامل بالبطاقات الالكترونية الحديثة 37.10% تليها نسبة الزبائن المحايدة 31.40% اما الزبائن الغير موافقين قدرت نسبتهم 22.90% في حين الزبائن الغير موافقين بشدة يمثلون اقل نسبة قدرت ب 08.60 و وهذا ما يدل على ان زبائن البنك يواكبون التكنولوجيا الحديثة في معاملاتهم التجارية

الجدول رقم (08): يمثل رأي المبحوثين في مساهمة البطاقات الاللكترونية في تسريع المعاملات البنكية

الإجابة	التكرارات	النسبة المئوية
موافق بشدة	03	8.60
موافق	08	22.90
محايد	13	37.10
غير موافق	09	25.70
غير موافق بشدة	02	5.70
المجموع	35	100.00

تحليل النتائج رأي المبحوثين في مساهمة البطاقات الاللكترونية في تسريع المعاملات البنكية من قبل موظفي البنك فكانت النتائج ان النسبة الكبيرة من الموظفين كانوا محايدين 37.10% تليها نسبة الموظفين الغير الموافقين و الموافقين كانت متقاربة على التوالي 25.70% . 22.90% بينما نسبة الموظفين الموافقين بشدة قدرت ب 8.60% و كانت نسبة الموظفين الغير موافقين بشدة تمثل اقل نسبة 5.70% و هذا راجع الى نقص في استخدام البطاقات الاللكترونية من قبل الزبائن و ميلهم لاستخدام وسائل الدفع التقليدية

الجدول رقم (09): يمثل رأي المبحوثين في مساهمة البطاقات الالكترونية في تسوية المعاملات التجارية للعميل في الخارج بسرعة و اللحظة المناسبة و باقل تكلفة

الإجابة	التكرارات	النسبة المئوية
موافق بشدة	03	8.60
موافق	12	34.30
محايد	09	25.70
غير موافق	09	25.70
غير موافق بشدة	02	5.70
المجموع	35	100.00

تحليل النتائج يرى المبحوثين ان نسبة الزبائن الكبيرة كانت موافقة قدرت ب34.30% بينما نسبة الزبائن المحايدة و الغير موافقة كانت متساوية قدرت ب 25.70% اما نسبة الزبائن الموافقة بشدة قدرت ب8.60% و كانت نسبة الزبائن الغير موافقة بشدة تمثل اقل نسبة 5.70 % مما يدل ان البطاقات الالكترونية اداة تسوية للبنك و الزبائن في مختلف المعاملات التجارية لميزاتها الكبيرة

الجدول رقم (10): مساهمة البطاقات الالكترونية في تحقيق رضا العميل وزيادة ثقته بالبنك

الإجابة	التكرارات	النسبة المئوية
موافق بشدة	02	5.70
موافق	13	37.10
محايد	08	22.90
غير موافق	11	31.40
غير موافق بشدة	01	02.90
المجموع	35	100.00

تحليل النتائج يرى الباحثين اغلب الزبائن كانت راضية و موافقة قدرت ب37.10% في حين الزبائن الغير موافقة كانت متقاربة بنسبة 31.40% و نسبة 22.90% كانت تمثل الزبائن المحايد بينا نسبة الزبائن الموافقين بشدة و الغير موافقين بشدة كانوا متقاربين على التوالي 5.70% . 02.90% و هذا راجع الى خوف الزبائن من استخدام البطاقات الالكترونية بالرغم من انهم يحبذون استخدامها

الجدول رقم (11): يمثل الاعتماد على البطاقات الالكترونية اكبر اداء للبنك لتحقيق اكبر ربح

الإجابة	التكرارات	النسبة المؤوية
موافق بشدة	05	14.3
موافق	09	25.70
محايد	08	22.90
غير موافق	13	37.10
غير موافق بشدة	00	00.00
المجموع	35	100.00

تحليل النتائج يرى المبحوثين ان النسبة الاكبر من موظفين البنك غير موافقين 37.10% تليها نسبة الموظفين الموافقين 25.70% اما نسبة الموظفين المحايدة قدرت ب 22.90% و النسبة الاقل 14.3 بانسبة للموظفين الموافقين بشدة و هذا لا يدل على ان الاعتماد على البطاقات الالكترونية يزيد ربح اكبر للبنك

الجدول رقم (12): يمثل مساهمة البطاقات الالكترونية في تنوع قنوات التوزيع بالنسبة للبنك

الإجابة	التكرارات	النسبة المئوية
موافق بشدة	04	11.40
موافق	15	42.90
محايد	07	20.00
غير موافق	07	20.00
غير موافق بشدة	02	5.70
المجموع	35	100.00

تحليل النتائج بالنسبة للموظفي البنك الموافق قدرت نسبتهم 42.90% و كانت اكبر نسبة تليها نسبة الموظفين المحايدة الغير موافقة متساوية قدرت ب 20.00% اما نسبة الموظفين الموافق بشدة 11.40% و تمثل نسبة الموظفين الغير الموافق بشدة اقل نسبة 5.70 مما يؤكد ان البطاقات الالكترونية ساهمت في تنوع قنوات التوزيع من خلال الانترنت و التكنولوجيا الحديثة

الجدول رقم (13): يمثل متابعة البنك اخر التطورات للبطاقات الالكترونية بالنسبة للبنك

الإجابة	التكرارات	النسبة المئوية
موافق بشدة	06	17.10
موافق	11	31.40
محايد	09	25.70
غير موافق	07	20.00
غير موافق بشدة	02	5.70
المجموع	35	100.00

تحليل النتائج من خلال الدراسة توصل المبحوثين الى نسبة الاكبر كانت نسبة الموظفين الموافقين 31.40% تليها نسبة الموظفين المحايدين 25.70% اما نسبة الموظفين الغير موافقين مثلت 20.00% و نسبة الموظفين الموافقين بشدة كانت متقاربة قدرت ب 17.10% في حين ان اقل نسبة كانت تمثل الموظفين الغير موافقين بشدة 5.70% مما يعنى ان البنك يسعى دائما في تطوير خدماته بمواكبته للتكنولوجيا الحديثة

الجدول رقم (14): يمثل استخدام البنك للبطاقات الالكترونية المختلفة سهل عملياته التجارية

الإجابة	التكرارات	النسبة المئوية
موافق بشدة	03	8.60
موافق	14	40.00
محايد	06	17.10
غير موافق	11	31.40
غير موافق بشدة	01	2.90
المجموع	35	100.00

تحليل النتائج بعد انتهائنا من الدراسة توصلنا ان اغلب الموظفين كانوا موافقين بنسبة 40.00% تليها نسبة الموظفين الغير موافقين قدرت ب 31.40 في كانت نسبة الفئة المحايدة 17.10 من الموظفين اما الموظفين الموافقين بشدة نسبتهم 8.60% و كانت اقل نسبة مثلت الموظفين الغير موافقين بشدة 2.90 % و هذا يدل على ان معاملات البنك اصبحت سهلة و ذلك استخدامه مختلف البطاقات الالكترونية

الجدول رقم (15): يمثل مدى سرعة البنك و تميزه في انجاز خدماته من خلال استخدام البطاقات الالكترونية

الإجابة	التكرارات	النسبة المئوية
موافق بشدة	03	8.60
موافق	10	28.60
محايد	11	31.40
غير موافق	09	25.70
غير موافق بشدة	02	5.70
المجموع	35	100.00

تحليل النتائج من خلال الدراسة توصلنا ان نسبة الزائن الاكبر كانت محايدة بنسبة 31.40% في حين الزائن الموافقين قدرت نسبتهم 28.60 % و كانت متقاربة مع نسبة الزائن الغير موافقة 25.70 بينما قدرت نسبة الزائن الموافقين بشدة 8.60% اما اقل نسبة مثلت الزائن الغير موافقين بشدة 5.70% مما يدل على ان سرعة البنك تتماشى مع طريقة استخدامه للبطاقات الالكترونية

الجدول رقم (16): يمثل متابعة البنك اآر التطورات للبطاقات الالآرونية في آجال آدماته

الإآابة	التكرارات	النسبة المؤوية
موافق بشدة	01	2.90
موافق	13	37.10
مآايد	07	20.00
غير موافق	11	31.40
غير موافق بشدة	03	08.60
المآموع	35	100.00

يمثل متابعة البنك اآر التطورات للبطاقات الالآرونية في آجال آدماته

آآليل النتائج يرى المآآوآين ان البنك يتابع اآر التطورات للبطاقات الالآرونية من آلال نسبة الموافقة مثلت ابر نسبة 37.10% آليها فئة الغير موافقة بنسبة 31.40% بينما كانت نسبة العنصر المآايد من الزبائن 20.00% في آين قدرت فئة الزبائن الغير موافقة بشدة نسبة 8.60 و كانت اقل نسبة 2.90 بالنسبة للزبائن الموافقين بشدة و هذا راجع لعدم استخدام كم كبير من الزبائن للبطاقات الالآرونية

الجدول رقم (17): يمثل الجدول تسريع العمليات التجارية من خلال استخدام البنك للبطاقات الالكترونية و كسب الزبون

الإجابة	التكرارات	النسبة المئوية
موافق بشدة	02	5.70
موافق	07	20.00
محايد	15	42.90
غير موافق	09	25.70
غير موافق بشدة	02	5.70
المجموع	35	100.00

يمثل الجدول تسريع العمليات التجارية من خلال استخدام البنك للبطاقات الالكترونية و كسب الزبون تحليل النتائج ان اغلب الزبائن كانوا محايدين بنسبة 42.90% في الزبائن الغير موافقين ايضا قدرت نسبتهم ب 25.70% بينما 20.00% فقط من الزبائن موافقين اما الزبائن الموافقين بشدة و الغير موافقين بشدة كانوا متساوين بنسبة 5.70% مما يدل على ان سرعة المعاملات التجارية ليست ضروريا ان تكون من استخدام البطاقات الالكترونية

الجدول رقم (18): يمثل الجدول عملاء البنك يستفيد من تسهيلات ائتمانية من خلال استخدامه للبطاقات الالكترونية

الإجابة	التكرارات	النسبة المئوية
موافق بشدة	02	5.70
موافق	15	42.90
محايد	04	11.40
غير موافق	13	37.10
غير موافق بشدة	01	2.90
المجموع	35	100.00

يمثل الجدول عملاء البنك يستفيد من تسهيلات ائتمانية من خلال استخدامه للبطاقات الالكترونية

تحليل النتائج تمثل اكبر نسبة من الزبائن الموافقين 42.90% تليها مباشرة نسبة الزبائن الغير موافقين 37.10% في حين ان نسبة الزبائن المحايدة قدرت ب 11.40% ومثلت نسبة 5.70% بالنسبة للزبائن الموافقين بشدة و اقل نسبة كانت 2.90 بالنسبة للزبائن الغير موافقين بشدة هذا راجع ليس كل الزبائن يستخدمون البطاقات الالكترونية في تعاملاتهم التجارية

2 مناقشة الفرضيات في ضوء نتائج الدراسة:

من خلال طريقة معاجتنا لموضوع الدراسة توصلنا اثناء اختيار الفرضيات ال ما يلي : بخصوص الفرضية الاولى و التضمنة ان بنك الخليج الجزائر AGB وكالة العلة لا تستخدم اغلب البطاقات الالكترونية في تقديم خدماتها المصرفية ويعد السبب ان اغلب الزبائن متخوفين من التعامل بالبطاقات الالكترونية بالرغم من ان البنك يسعى دائما الى مواكبة التطورات التكنولوجية

الفرضية الثانية التي تنص على ان البطاقات الالكترونية المستخدمة في وكالة العلة - سطيف - تلعب دورا هاما في تسهيل و تقديم خدمات افضل و هذا راجع ان البطاقات الالكترونية اداة تسوية في المعاملات التجارية للعميل من خلال السرعة و في اللحظة المناسبة و باقل تكلفة

الفرضية الثالثة يرجع سبب عدم تفاعل البطاقات الالكترونية مع اداء البنك وكالة العلة - سطيف - الى نقص و تخوف الزبائن من استخدام البطاقات الالكترونية ولا يدل الاعتماد عليها بالضرورة ربح للبنك

الفرضية الرابعة و الاخيرة تعتبر البطاقات الالكترونية اداة تنويع قنوات التوزيع للبنك و تميز خدماته و السبب في ذلك من خلال الانترنت و مواكبة التكنولوجيا الحديثة خاصة اذا كان العميل في الخارج

خلاصة

تم خلال هذا الفصل عرض نتائج الدراسة الميدانية المتعلقة بقياس دور البطاقات الالكترونية في تطوير الخدمة المصرفية ببنك خليج الجزائر وكالة العلمة - سطيف - ، و قد اقتصرت الدراسة على 35 استبيان صالح للتحليل الإحصائي، و بعد تفريغ استمارات البحث و استخدام بعض الأساليب الإحصائية، تم اختبار فرضيات البحث الموضوعية، حيث تم إثبات أن:

- تساهم أو تلعب البطاقات الالكترونية المستخدمة في بنك الخليج الجزائر AGB وكالة العلمة - سطيف - دورا هاما في تسهيل وتقديم خدمات أفضل.
- تتفاعل البطاقات الالكترونية مع نشاط وأداء بنك الخليج الجزائر AGB وكالة العلمة.
- يساهم استخدام البطاقات الالكترونية في بنك الخليج الجزائر AGB وكالة العلمة - سطيف - في تنويع وتميز خدماتها المصرفية.
- تستخدم وكالة بنك الخليج الجزائر AGB العلمة أغلب البطاقات الالكترونية في تقديم خدماتها المصرفية.

خاتمة عامة

يعرف الاقتصاد العالمي تحولات أفرزا معطيات مختلفة، أهمها التطورات التكنولوجية مما انعكس إيجاباً على الاقتصاد العالمي، فظهرت أفكار اقتصادية تعكس هذه التطورات كما تسمح بتجديدها وقد امتدت هذه الأفكار إلى النظام المصرفي، والتي تم استغلالها كبديل للخدمات البنكية التقليدية التي لم تعد ملائمة للعصر وتطوراتها فكان من الضروري إيجاد خدمات حديثة تلائم متطلبات العصر.

وتسعى البنوك جاهدة إلى تطوير خدماتها المصرفية من خلال ادخالها تقنيات وخدمات حديثة تضمن لها تقديمها بجودة عالية ودقة وسرعة في الأداء كما أنها تحقق رضا المتعاملين وتحول رضاهم إلى ولاء، والهدف من ذلك تحقيق استقرار البنك والمحافظة على مكانته المصرفية في ظل التغيرات الاقتصادية المستمرة من عولمة وانفتاح اقتصادي.

ومن خلال الدراسة التي أجريناها نستطيع تلخيص الاستنتاجات والتوصيات التالية:

أولاً- نتائج البحث:

لقد تمكنا من خلال هذه الدراسة تمكنا من الاجابة على الاشكالية القائمة والمتعلقة بدور البطاقات الإلكترونية في تطوير الخدمة المصرفية ويمكن حصر اهم النتائج التي يتسنا لنا الخروج بها من هذه الدراسة في النقاط التالية:

- أدى التطور التكنولوجي بما فيها الانترنت الى الضغط على البنوك لاستخدام وسائل دفع الكتروني مما جعل البنك يطور ويحسن خدماته المصرفية وذلك من خلال استخدامه للبطاقات الالكترونية لتمييز خدماته بلى باقي البنوك ان البطاقات الالكترونية لم تلقى النجاح المنتظر ويتجسد هذا على ارضية الواقع بالعدد القليل لمستعملي هذه البطاقات
- أدى استخدام البطاقات الإلكترونية في تنويع قنوات التوزيع للخدمة المصرفية لجذب عملاء جدد خاصة في الخارج نقص استخدام البطاقات الإلكترونية من قبل عملاء البنك يعتبر عائق كحد ادنى على تحقيق ارباح للبنك

ثانيا - توصيات البحث:

على ضوء النتائج المتوصل اليها من خلال هذه الدراسة ارتأينا ان نقدم بعض الاقتراحات التي نراها مناسبة:

- وضع سياسة اعلامية و تسويقية من قبل البنك من شأنها ادخال ثقافة استخدام البطاقات الإلكترونية لدى المستهلكين ومن اجل جعل اسلوب الدفع بالبطاقة من رغبات الزبائن
- ضرورة استخدام البنك لمختلف البطاقات الإلكترونية لتمييز خدماته المصرفية
- العمل على ايجاد اليات ووسائل جديدة باستخدام البطاقات الإلكترونية في تنويع قنوات التوزيع للخدمات المصرفية لجذب عملاء جدد.
- امكانية منح امتيازات لمستخدمي البطاقات الإلكترونية في مختلف المعاملات التجارية

ثالثا - آفاق الدراسة:

نشير في الأخير إلى أن مجال البحث واسع و عميق و يمكن دراسته من جوانب أخرى لدى فإننا نقترح بعضالمواضيع ذات الصلة بموضوع البحث و التي يمكن أن تكون عناوينا لبحوث مستقبلية كما يلي:

- توسيع عينة الدراسة لتشمل عددا أكبر من المستجوبين؛
- جودة الخدمات المصرفية الالكترونية؛
- دراسة مصادر و طبيعة توقعات العملاء؛
- دور الخصوصية في تفعيل تطبيق إدارة الجودة الشاملة على مستوى المؤسسات المصرفية؛
- دور جودة مراكز الاتصال في زيادة ولاء الزبائن؛
- تأثير برامج الولاء على الالتزام النفسي والسلوكي للزبون.

قائمة المراجع

قائمة المراجع:

1. كيلاني عبد الراضي محمود ،المسؤولية عن الاستخدام غير المشروع لبطاقات الوفاء والضمان ، دار النهضة العربية،ط1، مصر .
2. عبد الحفيظ أيمن ، حماية بطاقة الدفع الالكتروني ،مطابع الشرطة ، ط1،مصر ،2007.
3. ايهاب فوزي السقا ، الحماية الجنائية والأمنية لبطاقات الائتمان ، دار الجامعة الجديدة ،2007.
4. إلياس صلاح، مستقبل وسائل الدفع التقليدية في ظل وجود وسائل حديثة، الملتقى العلمي الدولي الرابع، حول: عصرنة نظام الدفع في البنوك التجارية وإشكالية اعتماد التجارة الالكترونية في الجزائر- عرض تجارب دولية- المركز الجامعي خميس مليانة، الجزائر، يومي 26-27 أفريل 2011.
5. الأمر رقم 58/75 المؤرخ في 20رمضان 1395 هجري الموافق ل:26 سبتمبر 1975 المتضمن القانون المدني الجزائري.
6. عمر سليمان الأشقر، دراسة شرعية في البطاقات الائتمانية ، دار النفائس للنشر و التوزيع ، ط1، الأردن ، 2009.
7. أمجد حمدان الجهني ، المسؤولية المدنية عن الاستخدام غير المشروع لبطاقات الدفع الالكتروني ، دار المسيرة للنشر و التوزيع ،ط1، الأردن، 2010 .
8. المادة 294 القانون المدني الجزائري.
9. كميث طالب البغدادي ، الاستخدام الغير مشروع لبطاقة الائتمان ، دار الثقافة للنشر و التوزيع ، ط1، الأردن، 2008.
10. عوض بدير الحداد، تسويق الخدمات المصرفية، البيان للطباعة و النشر، ط1 ، 1999.
11. ناجي معلا ، الأصول العلمية للتسويق المصرفي ، المؤسسة العالمية للتجليد ، ط3 ،عمان ،2007.

12. صباح محمد أبوتايه، التسويق المصرفي بين النظرية والتطبيق ، دار وائل للنشر، عمان ، ط 1، 2008.

13. سليمة عبد الله ، دور تسويق الخدمات المصرفية الالكترونية في تفعيل النشاط البنكي دراسة حالي القرض الشعبي الجزائري باتنة ، مذكرة ماجستير غير منشورة ، جامعة باتنة ، 2008/2009.

14. ردينة عثمان يوسف، محمود جاسم الصميدي، التسويق المصرفي، دار المناهج للنشر والتوزيع، ط 1، عمان، 2001.

بريش عبد القادر ، التحرير المصرفي و متطلبات تطوير الخدمات المصرفية و زيادة القدرة التنافسية للبنوك الجزائرية ، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في العلوم الاقتصادية ، جامعة الجزائر ، 2005/2006.

15. التقرير السنوي لعالم كيبكو، الصفاة، الكويت، العدد السنوي، 2016

فهرس المحتويات

فهرس الجداول

الرقم	العنوان	الصفحة
01	جنس أفراد العينة	41
02	المستوى الدراسي لأفراد العينة	42
03	عمر أفراد العينة	43
04	رأي المبحوثين في تبني البنك بصورة مستمرة مختلف البطاقات الالكترونية	44
05	رأي المبحوثين في استخدام موظفو البنك مختلف البطاقات الالكترونية بصورة دائمة	45
06	رأي المبحوثين في يفضل زبائن البنك التعامل بالبطاقات الالكترونية بصورة دائمة	46
07	رأي المبحوثين في تفضيل الزبائن التعامل بالبطاقات الالكترونية الحديثة	47
08	رأي المبحوثين في مساهمة البطاقات الالكترونية في تسريع المعاملات البنكية	48
09	رأي المبحوثين في مساهمة البطاقات الالكترونية في تسوية المعاملات التجارية للعميل في الخارج بسرعة و اللحظة المناسبة و باقل تكلفة	49
10	مساهمة البطاقات الالكترونية في تحقيق رضا العميل وزيادة ثقته بالبنك	50
11	يمثل الاعتماد على البطاقات الالكترونية اكبر اداء للبنك لتحقيق اكبر ربح	51
12	يمثل مساهمة البطاقات الالكترونية في تنويع قنوات التوزيع بالنسبة للبنك	52
13	يمثل متابعة البنك اخر التطورات للبطاقات الالكترونية بالنسبة للبنك	53
14	يمثل استخدام البنك للبطاقات الالكترونية المختلفة سهل عملياته التجارية	54
15	مدى سرعة البنك و تميزه في انجاز خدماته من خلال استخدام البطاقات الالكترونية	55
16	متابعة البنك اخر التطورات للبطاقات الالكترونية في مجال خدماته	56
17	الجدول تسريع العمليات التجارية من خلال استخدام البنك للبطاقات الالكترونية و كسب الزبون	57
18	الجدول عملاء البنك يستفيد من تسهيلات ائتمانية من خلال استخدامه للبطاقات الالكترونية	58

فهرس الأشكال

الرقم	العنوان	الصفحة
01	حصص المساهمين في بنك الخليج الجزائر	28
02	شبكة شركة مشاريع الكويت المصرفية	29
03	قاعدة العملاء لبنك الخليج	31
04	الودائع بالدولار الأمريكي	31
05	الهيكل التنظيمي لبنك الخليج الجزائر وكالة العلمة.	35
06	تمثيل بياني لجنس أفراد العينة	41
07	المستوى الدراسي لأفراد العينة	42
08	عمر أفراد العينة	43

خطة البحث

مقدمة عامة.....أ

الفصل الاول: مفاهيم عامة حول البطاقات الالكترونية والخدمة المصرفية

المبحث الأول: ماهية البطاقات الالكترونية.....3

المطلب الأول: مفهوم البطاقات الالكترونية.....3

المطلب الثاني : اهمية البطاقات الالكترونية.....7

المطلب الثالث: انواع البطاقات الالكترونية.....8

المطلب الرابع : الطبيعة القانونية للبطاقات الإلكترونية.....10

المبحث الثاني: الخدمات المصرفية و تطورها في ظل اقتصاد المعرفة.....15

المطلب الأول: ماهية الخدمة المصرفية.....15

المطلب الثاني: مراحل تطور الخدمة المصرفية.....18

المطلب الثالث: عوامل تطور الخدمة المصرفية في ظل اقتصاد المعرفة.....20

الفصل الثاني: دراسة حالة بنك خليج الجزائر (وكالة العلمة)

المبحث الأول: تقديم بنك خليج AGB ودراسة أنشطته ووظائفه.....26

المطلب الأول: تقديم عام لبنك الخليج الجزائر.....26

المطلب الثاني: نشأة وتعريف بنك الخليج الجزائر.....29

المطلب الثالث: تقديم وكالة بنك الخليج الجزائر (وكالة العلمة).....32

المطلب الرابع: مهام وخدمات بنك الخليج الجزائر AGB.....35

المبحث الثاني: وصف وتحليل عينة الدراسة.....40

المطلب الأول: وصف عينة الدراسة.....40

المطلب الثاني: أساليب التحليل الإحصائي للبيانات.....40

المطلب الثالث: تحليل البيانات ونتائج الدراسة.....	41
خاتمة	62
قائمة المراجع	65