



تقييم المحتوى الخدماتي للمواقع الإلكترونية للبنوك العمومية في الجزائر

دراسة مقارنة : بين البنوك العمومية (بنك الفلاحة والتنمية الريفية BADR، بنك الجزائر الخارجي BEA وبنك التنمية المحلية BDL)

مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر (أكاديمي) في علوم التسيير

تخصص: إدارة أعمال التجارة الدولية

الأستاذ المشرف :
- عيسى قروش

إعداد الطالبة :
- إيمان ديلمي

الصفة	الرتبة	أعضاء اللجنة
رئيسا	أستاذ محاضر	الدكتور عبد الحميد برحومة
مشرفا ومقررا	أستاذ مساعد	الأستاذ عيسى قروش
مناقشا	أستاذ مساعد	الأستاذ موسى بن البار

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ
الْحَمْدُ لِلَّهِ الَّذِي
خَلَقَ الْمَوَدَّعَةَ
وَالْحَمْدُ لِلَّهِ الَّذِي
خَلَقَ الْمَوَدَّعَةَ

كلمة شكر وتقدير

«ربِّ أوزعني أن أشكر نعمتك التي أنعمت عليّ وعلى والدي وأن أعمل صالحاً

ترضاه»

الآية 19 سورة النمل

الحمد لله الذي وفقني إلى إتمام هذا العمل، فما كان لشيء أن يجري في ملكه إلا بمشيئته
جل شأنه.

ولا يسعني وأنا في هذا المقام إلا أن أتقدم بشكري وتقديري إلى الأستاذ المشرف الأستاذ
عيسى قروش، الذي لم يخل عليّ بإرشاداته ونصائحه وتوجيهاته السديدة، وكذا صبره
وسعة صدره وحرصه الدائم لإتمام هذا العمل في أحسن الظروف، كما أحيي فيه روح المتواضع
والمعاملة الجيدة، فجزاه الله عني كل خير.

كما أتقدم بجزيل الشكر والامتنان إلى كل أساتذة قسم علوم التسيير.

ولا يفوتني أن أتقدم بالشكر والعرفان إلى كل من ساعدني من قريب أو بعيد في إنجاز هذا العمل
المتواضع.

الإهداء

- في خضم الحياة وتعدد المسؤوليات، تُحجب صفائر الأمور عن أعيننا،
ويصم الضجيج أسمعنا عن نداءات من نحب،
لذا فإني أهدي هذا الجهد الذي طالما شغلني عن أحب إلى من أحب،
إلى من لم أؤد حقوقهم كما يجب :
- نور عيني .. والدتي.
 - سندي في حياتي .. والدي.
 - منبع قوتي .. إخوتي وأخواتي.
 - إلى أهلي وصديقاتي كل باسمه.
 - إلى كل من علمني حرفا.
 - إلى كل من أحب وأحترم.
 - إلى كل من يشاركني في لا إله إلا الله محمد رسول الله.
 - إلى الأقصى الجريح.
 - إلى هؤلاء جميعا.. أهدي هذا العمل.

فهرس المحتويات

الصفحة	المحتويات
	شكر وتقدير.....
	الإهداء.....
	فهرس المحتويات.....
	قائمة الأشكال والجداول
أ،ب،ج	مقدمة.....
04	الفصل الأول: مفاهيم أساسية حول البنوك الالكترونية
05	تمهيد.....
06	المبحث الأول: ماهية البنوك الالكترونية.....
06	المطلب الأول: نشأة البنوك الالكترونية ومفهومها.....
08	المطلب الثاني: أصناف البنوك الالكترونية.....
08	المطلب الثالث: مزايا البنوك الالكترونية وأهميتها.....
10	المطلب الرابع: مواصفات الصيرفة الالكترونية وسياسة التعامل به.....
11	المطلب الخامس: العقبات التي تواجه البنوك الالكترونية.....
12	المبحث الثاني: التحول إلى العمل البنكي الالكتروني.....
12	المطلب الأول: مفهوم العمل البنكي الإلكتروني.....
12	المطلب الثاني: . مراحل التحول إلى العمل البنكي الالكتروني والعوامل المؤثرة فيه.....
13	المطلب الثالث : خصائص المعاملات الالكترونية.....
14	المطلب الرابع : معيقات ومزايا التوسع في استخدام الصيرفة الالكترونية.....
16	المطلب الخامس: التحديات التي تواجه تطبيق الخدمات البنكية الالكترونية
18	المبحث الثالث: وسائل الدفع الالكتروني.....
18	المطلب الأول: تعريف وسائل الدفع الالكتروني وأهميتها.....
19	المطلب الثاني: أنظمة الدفع الالكتروني.....
29	المطلب الثالث: بطاقات الدفع الالكتروني.....
30	المطلب الرابع: التحويل الالكتروني للأموال وشبكات الدفع الالكتروني.....
33	المطلب الخامس: وسائل وأمن المعلومات البنكية
38	خلاصة.....
39	الفصل الثاني: الخدمات البنكية الالكترونية

40	تمهيد.....
41	المبحث الأول: ماهية الخدمات البنكية الالكترونية.....
41	المطلب الأول: تعريف الخدمات البنكية، الخدمات الالكترونية وخصائص كل منها.....
44	المطلب الثاني: أنواع الخدمات البنكية الالكترونية.....
46	المطلب الثالث: مزايا الخدمات البنكية الالكترونية والعناصر المميزة لها.....
48	المطلب الرابع: دوافع الخدمات البنكية الالكترونية والوسائط البنكية الالكترونية.....
53	المبحث الثاني: جودة الخدمات البنكية الالكترونية.....
53	المطلب الأول: مفهوم جودة الخدمات البنكية الالكترونية.....
56	المطلب الثاني: مستويات جودة الخدمات البنكية الالكترونية وأبعادها.....
57	المطلب الثالث: التميز في جودة الخدمات البنكية الالكترونية.....
58	المبحث الثالث: الخدمات البنكية الالكترونية على الخط.....
58	المطلب الأول: الخدمات البنكية الالكترونية المقدمة على الخط.....
58	المطلب الثاني: مقومات بناء موقع التجارة الالكتروني للبنك ومتطلبات البنوك الالكترونية.....
60	المطلب الثالث: تقييم الموقع الالكتروني ومفاتيح النجاح لاعتماد المعاملات البنكية الالكترونية.....
66	خلاصة.....
76	الفصل الثالث: دراسة مقارنة للخدمات الالكترونية المقدمة في البنوك العمومية الجزائرية
68	تمهيد.....
69	المبحث الأول: عرض وتشخيص ونشأة البنوك BDL و BEA ، BADR.....
69	المطلب الأول: تقدم عام لبنك الفلاحة و التنمية الريفية BADR.....
72	المطلب الثاني: عرض، تشخيص ونشأة بنك الجزائر الخارجي BEA.....
76	المبحث الثاني: تقييم الخدمات البنكية الالكترونية المقدمة من قبل BDL و BEA ، BADR.....
76	المطلب الأول: الخدمات الالكترونية في بنك بدر BADR.....
85	المطلب الثاني: الخدمات البنكية عبر الانترنت لبنك الجزائر الخارجي BEA.....
91	المطلب الثالث: الخدمات البنكية الالكترونية في بنك التنمية المحلية BDL.....

99	المطلب الرابع: معايير اعتماد عناصر المقارنة بين الخدمات البنكية المقدمة على الخط للبنوك BDL و BEA ،BADR ...
105	خلاصة الفصل
106	الخاتمة العامة.....
	قائمة المراجع.....

قائمة الأشكال

الرقم	العنوان	الصفحة
01	النموذج المفاهيمي لجودة الخدمات الالكترونية	55
02	الهيكل التنظيمي لبنك BADR	71
03	الهيكل التنظيمي لبنك الجزائر الخارجي BEA	73
04	الصفحة الرئيسية لموقع بنك بدر	77
05	خدمة البنك على الخط	78
06	صفحة الدخول لفحص الحساب البنكي	79
07	عرض الحساب البنكي الخاص بالعميل	79
08	البحث عن العمليات	80
09	طلب دفتر الشيكات	80
10	طلب تغيير كلمة المرور	81
11	استمارة الاشتراك أو التسجيل عبر الانترنت	81
12	البريد الالكتروني	82
13	تحويل الملفات	82
14	إرسال الرسائل الشخصية	83
15	أنواع البطاقات البنكية المقدمة من بنك بدر	84
16	تبادلات أسعار الصرف	85
17	صفحة الموقع باللغتين العربية والإنجليزية قيد الإنشاء	85
18	الصفحة الرئيسية لموقع بنك الجزائر الخارجي BEA	86
19	خريطة موقع بنك الجزائر الخارجي BEA	86
20	الخدمات البنكية على الخط المقدمة من بنك الجزائر الخارجي BEA	87
21	صفحة للدخول إلى الحساب الخاص بكل عميل	88
22	صفحة لعرض حساب العميل	88
23	إرسال الملفات	89
24	البطاقات البنكية المقدمة من قبل بنك الجزائر BEA	90
25	الصفحة الرئيسية لبنك التنمية المحلية BDL	91
26	صفحة للتعريف بالخدمات الالكترونية عن بعد	92

92	خريطة موقع بنك BDL	27
93	صفحة للدخول إلى الحساب الخاص بكل عميل	28
93	إرسال الملفات	29
99	أصناف البطاقات المقدمة من طرف بنك BDL	30

قائمة الجداول

الصفحة	العنوان	الرقم
100	المقارنة بين الخدمات البنكية المقدمة على الخط للبنوك BDL و BEA ،BADR	01

مقدمة عامة :

أدت الثورة التكنولوجية والمعلوماتية في هذا العصر، إلى ظهور تغيرات جوهرية في طبيعة عمل القطاع البنكي والمالي، نظرا لكونه سريع التأثير والاستجابة للمتغيرات الخارجية، التي أدت إلى وجود كيانات بنكية عملاقة، أمام هذا أصبح من الضروري إعادة النظر في الدور التقليدي للبنوك الذي يقوم على قبول الودائع ومنح الائتمان والتطلع إلى تقديم خدمات بنكية متطورة ومتنوعة وذلك بالاعتماد على ما تقدمه التكنولوجيا وثورة المعلومات من وسائل حديثة ومتطورة للاتصال والتبادل.

حيث أتاحت الخدمات البنكية المقدمة عبر شبكة الانترنت فرصًا هائلة للبنوك، فهي تسمح لها بالتوسع وخلق فرص تنافسية كبيرة، وتقديم خدمات بنكية جديدة وتعزيز مركزها التنافسي، بالإضافة إلى المزايا المتعددة المرتبطة بانخفاض التكاليف التشغيلية للخدمات المقدمة على الخط مقارنة مع تكاليف الطرق التقليدية.

1- إشكالية الموضوع:

ما هو المحتوى الخدماتي للمواقع الإلكترونية للبنوك العمومية في الجزائر؟ وكيف يتم تقييمه؟

وللإجابة على التساؤل الرئيسي وبغرض الإلمام بكل جوانب الموضوع كان لزاما التعرّيج على مجموعة من

التساؤلات الفرعية والتي منها:

- ما مفهوم الخدمة البنكية الإلكترونية؟
- ما هو أثر استخدام شبكة الانترنت على العمل البنكي العمومي في الجزائر؟
- هل تقدم البنوك العمومية الجزائرية خدماتها البنكية لعملائها باستخدام شبكة الانترنت، و ما هي أنواع هذه الخدمات؟

2- الفرضيات:

- هناك تفاوت في مجال الخدمات البنكية الالكترونية بين البنوك المدروسة.
- تحتل الخدمات البنكية الالكترونية حيزا مهما ضمن الخدمات الإجمالية للبنوك.
- إن تطبيق البنوك لوسائل حديثة وأكثر أمنا يؤدي إلى تحسين نوعية الخدمة البنكية وجذب أكبر للعملاء.

3- أهداف الدراسة :

تتلخص أهداف الدراسة فيما يلي:

- الوقوف على حجم ونوعية الخدمات الالكترونية للبنوك العمومية الجزائرية.
- معرفة مدى مواكبة البنوك العمومية الجزائرية للتقدم التكنولوجي في طرق تقديم الخدمات البنكية، ونوعية الخدمات البنكية المقدمة على الخط.
- تقييم ومقارنة المحتوى الخدماتي للمواقع البنوك العمومية الجزائرية.

4- أسباب اختيار الموضوع :

يرجع اختيارنا لهذا الموضوع إلى مجموعة من الدوافع منها ما هو بحثي أكاديمي ومنها ما هو ذاتي نابع من رغبة شخصية في دراسة كل المواضيع المرتبطة باستخدام التكنولوجيات الحديثة للمعلومات الاتصالية، فمن الدوافع العلمية نذكر :

- رغبتنا في البحث والاطلاع في مجال التجارة الالكترونية في القطاع البنكي وهذا نظرا لحيوية القطاع واتساعه خاصة في توفره على خصوصية الاتصال المباشر مع العملاء و كل الفئات والشرائح.
- أهمية الموضوع بالنسبة للمؤسسات المالية الجزائرية بشكل عام والبنوك العمومية بشكل خاص، وما يمكن أن يقدمه من نتائج تخدم مصالحها.
- البنوك في الجزائر حديثة العهد في ما يخص تطبيق تكنولوجيا الاتصالات و المعلومات وبالتالي فهي بحاجة لاستغلال كل الدراسات والأبحاث في هذا المجال.

- يعتبر الموضوع محل الدراسة في صميم تخصصنا المدروس.

5- منهج البحث والأدوات المستخدمة : بغية الإجابة على الإشكالية المطروحة وإثبات صحة الفرضيات تمت الدراسة بالاعتماد على المنهج الوصفي والتحليلي في الجزء النظري، كما اعتمدنا على منهج دراسة الحالة في الجانب التطبيقي للموضوع من خلال التقييم والمقارنة بين المواقع الالكترونية للبنوك العمومية الجزائرية، بالإضافة إلى تحليل النتائج الميدانية و تقديم التوصيات المناسبة.

وللوصول إلى الهدف المراد قسمنا البحث إلى ثلاثة فصول كما يلي:

الفصل الأول تطرق إلى مفاهيم أساسية حول البنوك الالكترونية حيث تناولنا فيه ماهية البنوك الالكترونية والتحول إلى العمل البنكي الالكترونية وكذا وسائل الدفع الالكتروني، أما الفصل الثاني فيتعلق بالخدمات البنكية الالكترونية وتطرقنا فيه إلى ماهية الخدمات البنكية الالكترونية وجودة الخدمات البنكية الالكترونية بالإضافة إلى الخدمات البنكية الالكترونية على الخط، أما الفصل الثالث احتوى على دراسة مقارنة حيث قمنا بدراسة تقييمية بين البنوك العمومية الجزائرية بنك الفلاحة والتنمية الريفية **BADR**، وبنك الجزائر الخارجي **BEA** و بنك التنمية المحلية **BDL**.

الفصل الأول

مفاهيم أساسية حول البنوك الإلكترونية

تمهيد:

مع تزايد عمليات التجارة الالكترونية أصبح الاحتياج كبيرا لنوعية جديدة من البنوك غير التقليدية تتجاوز نمط الأداء الاعتيادي ولا تقتيد بمكان معين أو وقت محدد، وكنتيجة للنمو المتسارع لتكنولوجيا الإعلام والاتصال جاءت البنوك الالكترونية، التي ساهمت وبشكل فعال في تقديم خدمات متنوعة، وبتكاليف منخفضة مختصرة الوقت والمكان.

فالبنوك الالكترونية بمعناها الواسع ليست مجرد فرع لبنك قائم يقدم خدمات مالية فحسب، بل موقعا ماليا تجاريا، وإداريا، واستشاريا شاملا، له وجود مستقل على الخط يتم التعاقد معه للقيام بخدمات، أو تسوية المعاملات، أو إتمام الصفقات على مواقع الكترونية وهو ما يمثل أهم تحدي في ميدان البنوك الالكترونية.

ومع التطور التكنولوجي وظهور شبكة الانترنت أفرزت هاتين الأخيرتين وسائل دفع الكترونية كبديل عن تلك التقليدية أو على الأقل تجنبنا للمشاكل التي فرضتها تلك الوسائل، وقد كانت التجارة الالكترونية الحديثة النشأة مدعمة لوسائل الدفع الالكترونية بحيث تمثل طرق الدفع عن طريق شبكة الانترنت ذات القبول الواسع عالميا. وكوسائل الدفع التقليدية فإن وسائل الدفع الالكترونية بدورها اتخذت عدة أشكال متعددة منها: البطاقات البنكية، الشيكات الالكترونية، والنقود الالكترونية.

المبحث الأول: ماهية البنوك الالكترونية

شهد العالم ثورة مصرفية حقيقية تمثلت في التوسع الهائل في ميدان التكنولوجيا البنكية، نتج عن هذا التوسع انتشار البنوك الالكترونية، التي تعتبر حديثة مقارنة بالمصارف التقليدية لما تحققه من مزايا عديدة.

المطلب الأول: نشأة البنوك الالكترونية ومفهومها

الفرع الأول: نشأة البنوك الالكترونية

ظهرت البنوك الالكترونية إلى الوجود من تطور مفهوم الخدمات المالية عن بعد، لتتحول الفكرة من مجرد تنفيذ أعمال عبر خط خاص ومن خلال برمجيات يتم إنزالها على نظام الكمبيوتر الشخصي للعميل إلى بنك إلكتروني يقدم كافة خدماته البنكية على الانترنت.

حيث أن أول بنك افتراضي تأسس على شبكة الانترنت هو " نت - بنك" (netbank) الذي بدأ يقدم خدماته على الشبكة العالمية. فهذا البنك يمارس كل أنشطة البنوك التقليدية من خلال الانترنت، بدءاً من فتح الحسابات الجارية وتحويل الشيكات وصولاً إلى منح القروض، وقد أدى هذا البنك معظم حملته الدعائية من خلال الانترنت باعتبار أن كل زبائنه هم من مستخدمي الانترنت الذين تعرفوا عليها ومارسوا نشاط التسوق الإلكتروني من خلال مواقع شبكة الانترنت.¹

انتشرت البنوك الالكترونية في معظم دول العالم وبدأ إدخال نظامها في دولة التشيك عام 1998 ثم في السويد عام 1999 وكذلك استراليا بالتعاون بين بنك الكومونولث وشركة فودافون العالمية، كما ظهر نشاطها في الدول العربية مثل مصر وبعض دول الخليج التي كانت سباقة لذلك بفضل البنية الأساسية الجيدة الموجودة بها من حيث شبكة الاتصالات والتجهيزات الفنية في البنوك.² كما تنتشر البنوك الالكترونية بالأخص في دول النمسا، كوريا، اسبانيا، اسكندنافيا، سنغافورة وسويسرا.³

الفرع الثاني: مفهوم البنوك الالكترونية

في ظل وجود شبكة الانترنت وشيوعها وازدياد مستخدميها، واستغلال هذه الشبكة في ميدان النشاط التجاري الإلكتروني، شهدت البنوك ثورة في المعاملات البنكية، جعلتها أكثر مرونة وسرعة في تقديم خدماتها، وظهر بما يسمى البنوك الالكترونية.⁴

1- تعريف البنوك الالكترونية: يستخدم اصطلاح البنوك الالكترونية (Electronic Banking) أو بنوك الانترنت (Internet Banking) كتعبير متطور وشامل للمفاهيم التي ظهرت مع مطلع التسعينات، كمفهوم الخدمات المالية عن بعد أو البنوك الالكترونية عن بعد (Remote Electronic Banking) أو البنك المنزلي

¹ أحمد محمد غنيم، الإدارة الالكترونية-آفاق وتطلعات المستقبل-، المكتبة المصرية للنشر، المنصورة، 2004، ص 119.

² عبد الفتاح بيومي حجازي، النظام القانوني لحماية الحكومة الالكترونية، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2004، ص 426.

³ Scheachter A., les enjeux de la banque électronique, Finances et développement, vol , Nsouli.Salah M. 29,N°3, 2002, p 49.

⁴ منير الجبهي، ممدوح الجبهي، البنوك الالكترونية، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2005، ص 10.

(Home Banking) أو البنك على الخط (Online Banking) أو الخدمات المالية الذاتية (Self Service Banking) .-

وجميع تلك المصطلحات تعني أن العميل يتاح له أن كافة أعماله الخاصة بالبنك الذي يتعامل معه عن طريق أي مكان يكون موجود به وذلك عن طريق خط خاص يوفره له البنك، يتيح له من خلاله إنجاز كافة معاملاته مع البنك من خلاله دون أن يضطر، إلى الذهاب بنفسه إلى مقر البنك لإنجاز تلك الأعمال¹. وتعرف أيضا بأنها تلك البنوك أو المؤسسات المالية التي تقوم على الركائز الالكترونية وتوظيف كافة التطورات الحديثة في مجال تكنولوجيا الاتصال والمعلومات لتقديم كافة الخدمات البنكية بأمان مطلق². كما يمكن القول أن البنوك الالكترونية هي عبارة عن أنظمة تعمل على الخط، تسمح للزبائن الاستفادة من مجموعة من الخدمات البنكية انطلاقا من حاسوب شخصي يتم ربطه بحواسيب البنك عبر الخطوط الهاتفية، وهي تمكن من إجراء العمليات البنكية ليس على مستوى محلي فحسب بل على مستوى عالمي دون انقطاع³. لم تأخذ البنوك الالكترونية كافة خصائصها ومحتواها من مفهوم بنك الكمبيوتر الشخصي - المتقدم الإشارة له - فالبرمجيات التي تشغل البنك الالكتروني ليست موجودة في نظام كمبيوتر العميل وإنما هي موجودة على البنك الالكتروني نفسه⁴.

2- أهداف البنوك الالكترونية: تسعى إلى تحقيق الأهداف التالية⁵:

- أ - تحديد أسلوب تقديم الخدمات لكل مجموعة من العملاء.
- ب- تحديد قنوات الاتصال والوسطاء (إذا كان ضروريا) لكل خدمة.
- ج- تحديد الخدمات النمطية والخدمات حسب الطلب لكل شريحة من المتعاملين.
- د- تحديد أنواع قنوات التوصيل البديلة لكل خدمة ولكل نوع من المتعاملين.
- هـ - تحديد كيفية الترويج للخدمات البنكية الجديدة بالكتالوج الالكتروني على الانترنت e cataloging
- و- فتح أسواق جديدة أمام منتجات وخدمات البنك⁶.
- ز- تحسين طرق إدارة العلاقات مع العملاء.
- ح- تخفيض كلفة أداء الخدمة.

¹ منير الجنيهي، ممدوح الجنيهي، النقود الالكترونية، دار الفكر الجامعي، الاسكندرية، مصر، 2006، ص24.

² الغندور حافظ كامل، محاور التحديث الفعال في المصارف العربية فكر ما بعد الحداثة، مجلة إتحاد المصارف العربية، بيروت، 2003، ص81.

³ محمد منصف تظار، النظام المصرفي الجزائري والصيرفة الالكترونية، مجلة العلوم الإنسانية، جامعة محمد خيضر بسكرة، العدد02، جوان2002، ص189.

⁴ فريد النجار، وليد النجار وآخرون، وسائل المدفوعات الالكترونية - التجارة والأعمال الالكترونية المتكاملة-الدار الجامعية، الإسكندرية، مصر، 2006، ص118.

⁵ فريد النجار، الاقتصاد الرقمي، الدار الجامعية، الإسكندرية، مصر، 2007، ص472.

⁶ ناظم محمد نوري الشمري، عبد الفتاح زهير عبد اللات، الصيرفة الالكترونية، -الأدوات والتطبيقات ومعيقات التوسع- دار وائل، عمان، الأردن، 2008، ص35.

المطلب الثاني: أصناف البنوك الالكترونية

أشارت عدة دراسات أن هناك ثلاثة أصناف أساسية للبنوك على شبكة المعلومات الدولية تتمثل في:
أولاً: الموقع المعلوماتي: الذي يقدم معلومات تفصيلية حول عروضه وبرامجه وخدماته ومنتجاته البنكية. وقد أنشأت أغلبية البنوك هذا النوع من المواقع بهدف التعريف والدعاية¹.
ثانياً: الموقع التفاعلي أو الاتصالي: بحيث يسمح الموقع بنوع من التبادل الاتصالي بين البنك وعملائه كالبريد الالكتروني وتعبئة طلبات أو نماذج على الخط أو تعديل معلومات القيود والحسابات.²
ثالثاً: الموقع التبادلي: ويمكن من خلاله أن يمارس البنك نشاطاته في بيئة إلكترونية، كما يمكن للعميل القيام بمعظم معاملاته إلكترونياً من سداد قيمة الفواتير، وإدارة التدفقات النقدية، وإجراء كافة الخدمات الاستعلامية سواء داخل البنك أو خارجه.³

المطلب الثالث: مزايا البنوك الالكترونية وأهميتها

الفرع الأول: مزايا البنوك الالكترونية

للبنوك الالكترونية العديد من المزايا نذكر منها⁴:

- 1- إمكانية الوصول إلى قاعدة أوسع من العملاء: من أهم مميزات البنوك الالكترونية ميزة إمكانية الوصول إلى قاعدة عريضة من العملاء طالبي الخدمة البنكية السريعة وغالبيتهم ممن يعملون بالتجارة الالكترونية.
- 2- تقديم خدمات بنكية كاملة و جديدة: البنوك الالكترونية مثلها مثل البنوك التقليدية يمكنها تقديم كافة العمليات التقليدية المعروفة بينها، ونتيجة انتشار التجارة الالكترونية على مستوى العالم أصبحت هناك عمليات بنكية جديدة لا يمكن لأي بنك من أدائها إلى عملائه إلا إذا كان بنكا الكترونياً لما تتميز به تلك العمليات البنكية من سرعة في الأداء وهو ما لا تستطيع البنوك التقليدية القديمة القيام به.
- 3- خفض تكاليف التشغيل: من أهم العوامل التي تقيد أي بنك عندما يفكر في القيام بافتتاح أحد فروع الجديدة في أي مدينة من مدن العالم هو مصاريف تشغيل هذا الفرع وهل ستغطي الأرباح تلك المصاريف؛ ومصاريف التشغيل تتمثل في الكثير من العناصر مثل تكاليف شراء الموقع وتأثيثه وتكاليف العمالة والصيانة وخلافه.

وتعتبر معدومة نهائياً في حالة البنوك الالكترونية لاختلاف طبيعتها عن طبيعة البنوك التقليدية العادية نظراً لعدم احتياجها إلى مقر وتأثيث وعمالة كبيرة وما إلى ذلك؛ وعليه فخفض مصاريف التشغيل بالنسبة إلى البنوك الالكترونية تعد إحدى أهم المميزات التي تتميز بها البنوك الالكترونية عن البنوك التقليدية العادية.

¹ نادر عبد الشافي، المصارف والنقود الالكترونية، المؤسسة الحديثة للكتاب، طرابلس، لبنان، 2007، ص 65.

² عبد الله خبابة، الاقتصاد المصرفي (البنوك الالكترونية، البنوك التجارية، السياسة النقدية)، مؤسسة شباب الجامعة، الإسكندرية، 2008، ص 95.

³ منير الجنيهي، ممدوح الجنيهي، البنوك الالكترونية، مرجع سبق ذكره، ص 15.

⁴ منير الجنيهي، ممدوح الجنيهي، البنوك الالكترونية، المرجع نفسه، ص 13-17.

4- زيادة كفاءة أداء البنوك الالكترونية: طبيعة عمل البنوك الالكترونية توفر لها السرعة في انجاز الأعمال عن البنوك التقليدية فدخول العميل على مواقع البنوك الالكترونية أسهل بكثير من انتقال العميل جسدياً إلى موقع البنك وطلب مقابلة أحد الموظفين، ليطلب منه انجاز ما يريد من عمليات بنكية، بينما الحال على العكس بالنسبة للبنوك الالكترونية التي لا أسهل من أن يدخل العميل إلى الموقع الخاص به على شبكة الانترنت والمرور إلى الجزء الذي يريد ومن ثم يبدأ في طلب ما يريد من إجراءات التي سرعان ما تتم وتنتهي في أجزاء صغيرة من الدقيقة الواحدة.

الفرع الثاني: أهمية البنوك الالكترونية

بناء على ما تقدم نرى أن البنوك تتحمل مسؤولية كبيرة اتجاه عملائها من خلال دورها في التغلب على مشاكل استخدام بنوك الانترنت، حيث تتمثل هذه المسؤولية في¹:

- إيضاح كيفية تأكيد أمن المعاملات والحماية من السرقة والاحتيال الالكتروني.
- توفير مواقع سهلة التشغيل لتقديم خدمات بنوك الانترنت.
- بيان مزايا وفوائد استخدام بنوك الانترنت ومنافع العملاء من وراء ذلك.
- بيان جميع الجوانب المتعلقة بكلفة استخدام بنوك الانترنت.
- بيان كيفية استخدام وتشغيل أنظمة بنوك الانترنت .
- توضيح طرق وأساليب الرد على الاستفسارات والتساؤلات حول تشغيل نظام بنوك الانترنت.
- كما أن قيام البنوك بتسوية أنشطتها وخدماتها المالية عبر الانترنت يحقق فوائد كثيرة من أهمها نذكر²:
- تخفيض النفقات التي يتحملها البنك يجعل تكلفة إنشاء موقع للبنك عبر الانترنت لا تقارن بتكلفة إنشاء فرع جديد للبنك وما يتطلبه من مباني وأجهزة وكفاءة إدارية.
- إن توجه البنوك العالمية نحو شبكة الانترنت وما تتميز به من قدرات تنافسية يلزم البنوك الصغيرة ضرورة الارتقاء إلى مستوى هذه التحديات، وبذلك تكون الانترنت عامل منافسة قوي في جذب العملاء.
- يساهم الانترنت في التعريف بالبنوك والترويج للخدمات البنكية بشكل إعلامي وهو ما يساهم في تحسين جودة الخدمات البنكية المقدمة.
- إن الصيرفة الالكترونية تؤدي إلى تسيير التعامل بين البنوك، وبناء علاقات مباشرة، وتوفير المزيد من فرص العمل والاستثمار وهو ما يساعد على النجاح والبقاء في السوق البنكية.
- استخدام الانترنت يساهم في تعزيز رأس المال الفكري وتطوير تكنولوجيا المعلومات والاستفادة من الابتكارات الجديدة التي يكون لها انعكاس على أعمال البنوك.

¹ أحمد سفر، العمل المصرفي الإلكتروني في البلدان العربية، المؤسسة الحديثة للكتاب، طرابلس، 2006، ص153، 154.

² حسن شحادة الحسين، العمليات المصرفية الالكترونية، الجديد في أعمال المصارف من الوجهتين القانونية والاقتصادية، مداخلة مقدمة إلى المؤتمر العلمي السنوي لكلية الحقوق، جامعة بيروت العربية، 2002، ص206.

المطلب الرابع: مواصفات الصيرفة الالكترونية وسياسة التعامل بها

تتصف الصيرفة الالكترونية بما يلي:

- الخدمات تتم عن بعد دون اتصال مباشر بين أطراف الخدمة.
- خدمات عابرة للحدود لا تعرف قيود جغرافية.
- خدمات تقوم على التعاقد دون مستندات أصلية.

يمكن للبنك الذي يرغب في ممارسة الصيرفة الالكترونية، أن يحصل على ترخيص من السلطات المختصة ويمنح

الترخيص بعد التأكد من:

- السياسة العامة في تأدية الخدمات البنكية والآلية الالكترونية.
- الخيارات التقنية والسياسة الرقابية.
- المشاكل القانونية المتعلقة بتقديم هذه الخدمة.
- الوسائل والإجراءات المتعلقة بحفظ المعلومات.

وقد اتجهت البنوك إلى تسويق أنشطتها من خلال شبكة الانترنت، لما تقدمه من خدمات بتكلفة منخفضة ومختلفة، بالمقارنة مع الوسائل الأخرى للاتصالات، ما يساعد على انتعاش التجارة الالكترونية وزيادة فرص إنشاء علاقة تجارية دولية¹.

هذا ويلاحظ بصفة عامة أن عدم انتشار التعاملات البنكية عبر الانترنت يرجع إلى الأسباب التالية:²

- 1- غياب الخطوات التمهيديّة والاستعداد المسبق لتقديم خدمة التعاملات البنكية عبر الشبكة.
- 2- صعوبة تغيير علاقة البنوك بعملائها من علاقة تقليدية إلى علاقة إلكترونية عبر الانترنت.
- 3- مدة تغلغل الانترنت في الأعمال والاستخدام المنزلي وحدود انتشار الانترنت وتطبيقاتها واستخدام اللغة وقاعدة المستخدمين وانتشار الكمبيوتر الشخصي في استخداماته المنزلية وتكاليف الاشتراك والاتصال بالانترنت.
- 4- عدم توفر حلول ذات واجهات استخدام سهلة تتيح إنجاز العمليات ببساطة وكفاءة وتتكامل مع الأنظمة والحلول المتوفرة وتضمن درجة الأمان والسرية وغياب التفاعلية.
- 5- عدم توفر حسابات في البنوك، وامتلاك بطاقة الائتمان.

المطلب الخامس: العقبات التي تواجه البنوك الالكترونية

من بين أهم العقبات التي تواجه البنوك الالكترونية ما يلي:³

- احتمال تعرض الأموال لأفعال إجرامية؛ كالسرقة والاحتيال وغيرها، عبر الوسائل الالكترونية.
- العجز عن حماية الخصوصية المتعلقة بالعملاء.

¹ حسن شحادة الحسين، المرجع نفسه، ص 192.

² محمد الصيرفي، الإدارة الالكترونية، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، مصر، 2007، ص 461.

³ نادر عبد العزيز شافي، مرجع سبق ذكره، ص 69.

- احتمال انتشار فيروس الكمبيوتر.
- احتمال انقطاع الاتصال أو العلاقة المباشرة مع البنك.
- انخفاض جودة الخدمات البنكية الالكترونية.
- صعوبة تشغيل أو استخدام بعض أنظمة البنوك الالكترونية.
- وجوب تحديث وتطوير الأجهزة والأنظمة الالكترونية بصورة مستمرة.
- تحديد المسؤوليات القانونية عن عمل وتشغيل هذه الخدمات.
- تأثير هذه المصارف على السرية البنكية.
- مدى إمكانية توفير الحماية القانونية للقيام بالعمليات البنكية واستخدام الصراف الآلي وبطاقات الائتمان وإجراء التحويلات الالكترونية.

المبحث الثاني: التحول إلى العمل البنكي الإلكتروني

إن تبني أي بنك للعمل البنكي الإلكتروني بعد اتخاذ قرار الانتقال أو التحول يتطلب أيضا بنية أساسية للعمل؛ من خلال تنفيذ بعض الإجراءات الضرورية كارتباط البنك بالشبكات وبناء قاعدة بيانات ومعلومات، وتطبيق نظم آلية و الكترونية للتعامل مع هذه المعلومات واستخدام التقنية العالية لنظم الكمبيوتر بهدف إشباع رغبات الأفراد والوصول إلى السرعة المطلوبة في أداء معاملاتهم البنكية بأمان.

المطلب الأول: مفهوم العمل البنكي الإلكتروني

يعرف العمل البنكي الإلكتروني بأنه " يضم كل العمليات أو النشاطات التي يتم عقدها أو تنفيذها أو الترويج لها بواسطة الوسائل الالكترونية أو الضوئية (مثل الهاتف، الحاسوب الصراف الآلي الانترنت، التلفزيون الرقمي وغيرها) وذلك من قبل المصارف أو المؤسسات المالية¹؛ وتشتمل الخدمات و المنتجات التي يقدمها البنك لعملائه عبر الانترنت على كافة الخدمات و المنتجات المقدمة لهم عبر الوسائل التقليدية².

المطلب الثاني: مراحل التحول إلى العمل البنكي الإلكتروني والعوامل المؤثرة فيه

إن الانتقال من العمل المصرفي التقليدي إلى العمل الإلكتروني يتطلب عدة تغييرات في البنك سواء على المستوى الداخلي أو الخارجي له.

الفرع الأول: مراحل التحول إلى العمل البنكي الإلكتروني وتضم³ :

أولاً: مرحلة التخطيط

- 1- مرحلة تشخيص المشكلات الحالية: وصف الوضع الحالي وصفا دقيقا؛ تحديد المشكلات والمميزات الناتجة عن الوضع الحالي؛ تحديد مدى مساهمة التحول الإلكتروني في معالجة المشكلات وتحقيق مزايا جديدة.
 - 2- تحديد عملية التحول وأهداف التطوير: جدوى التحول إلى العمل الإلكتروني؛ عملية التحول مستوى التكنولوجيا، مجالات التطبيق، توقيت التطبيق(؛ النتائج) ، المزايا منها: السرعة الدقة التكلفة المتوقعة، الانعكاس على العائد والربحية.
 - 3- تقدير وتحديد إمكانيات التطوير: الإمكانيات المادية المطلوبة؛ القوة البشرية.
 - 4- إستراتيجية التطوير: إما تدريجي أو فجائي؛ من الداخل أو من الخارج.
 - 5- إعداد خطة وبرامج التطوير: الخطة العامة؛ البرامج التفصيلية.
- ثانيا: تنظيم أنشطة التطوير: وتضم تحديد الأنشطة التطويرية؛ تجميع أوجه النشاط؛ تحديد الاختصاصات والسلطات والصلاحيات التعديل والتطوير التنظيمي المستدام.

¹ أحمد سفر، العمل المصرفي الإلكتروني في البلدان العربية، مرجع سبق ذكره، ص92.

² نادر ألفرد قاحوش، العمل المصرفي عبر الانترنت، الدار العربية للعلوم، 2001، ص32.

³ أحمد سفر، العمل المصرفي الإلكتروني في البلدان العربية، مرجع سبق ذكره، ص89،90.

ثالثا: توجيه وقيادة التغيير والتطوير: الإعداد والتحضير للتنفيذ؛ التوجيه بالتغيير وأهميته؛ التدريب والتأهيل؛ التحفيز والتنشيط؛ قيادة التغيير ومواجهة التحديات حاضرا ومستقبلا؛ الإشراف، الرقابة والإرشاد.

رابعا: متابعة وتقييم التطوير: حصر المشكلات الناتجة عن برامج التطوير؛ تحليل وتحديد أسباب المشكلات الناشئة؛ قياس مدى تحقق الأهداف المرسومة؛ إدخال تعديلات على الخطة تبعا للمستجدات.

الفرع الثاني: العوامل المؤثرة في العمل البنكي الالكتروني

من بين أهم العوامل المؤثرة في عملية الانتقال إلى العمل البنكي الالكتروني ما يلي¹:

1- التغيير في سلوك الزبائن: إن أكثر الظواهر الخاصة بالتغيير في سلوك الزبائن تلك التي تتطلب اكتساب المعرفة في كيفية استخدام الآلة والتعامل مع الأجهزة الحديثة والبطاقات البنكية، عند طلب كمية من النقود وإيداعها أو تحويلها، مما يعني ضرورة توجه نحو الزبائن وتعليمهم كيفية استخدام هذه التقنيات والتعامل مع آلياتها.

2- المنافسة: هي سمة ظاهرة في القطاع البنكي نتيجة لمرونة التعامل فيه والسرعة في التغيير والتنويع واتخاذ المواقف أمام أية ظواهر تصدر من المصارف الأخرى.

3- الإبداع التكنولوجي: هذه الناحية لها تأثير واضح في سوق الخدمات البنكية، فاستخدام التكنولوجيا يساهم في توسيع الموارد وقدرة المصارف على المنافسة في هذه الصناعة المقبلة والمتفجرة للمنتجات الجديدة.

4- علاقات العميل والجودة: إن العميل يضع جانب جودة الخدمة في مقدمة الأمور المطلوبة، فالإيداع والسحب والتحويل كلها ترتبط بعنصر الجودة من حيث السرعة والدقة والكفاءة في العمل؛ والانترنت يوفر له ذلك.

5- تعميق الولاء: تحرص المصارف دائما على توطيد وتعميق العلاقة بينها وبين العملاء لخلق نوع من الولاء للبنك، وبما أن الانترنت تعمل على زيادة فرص اتصال العميل ببنكه والحصول على خدماته ومنتجاته ضمن دائرة مكان وزمان أوسع، فإن ذلك يعمل على توطيد العلاقة بينهما وخلق نوع جديد من الولاء.

المطلب الثالث: خصائص المعاملات الالكترونية

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

أ- اختفاء الوثائق الورقية للمعاملات، حيث أن كافة الإجراءات والمراسلات بين طرفي الخدمة البنكية تتم إلكترونيا دون استخدام أي أوراق.

¹ شيروف فضيلة، جامعة منتوري -قسنطينة كلية العلوم الاقتصادية و علوم التسيير، أثر التسويق الالكتروني على جودة الخدمات المصرفية، دراسة حالة بعض البنوك في الجزائر، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في التسويق، السنة الجامعية 2009-2010، ص 14، 15.

- ب- فتح المجال أمام البنوك صغيرة لحجم لتوسيع نشاطها عالمياً باستخدام شبكة الانترنت، دون الحاجة إلى التفرغ خارجياً، وزيادة الاستثمار والموارد البشرية وغيرها.
- ج- القدرة على إدارة العمليات البنكية عبر شبكة الانترنت 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.
- د- عدم إمكانية تحديد الهوية، حيث لا يرى طرفي التعاملات التجارية الالكترونية كل منهما الآخر¹.
- هـ- إمكانية تسليم بعض المنتجات إلكترونياً، مثل المنتجات الرقمية مثل برامج الحاسب، التسجيلات الموسيقية، أفلام الفيديو، الكتب، الأبحاث والتقارير الالكترونية.
- و- سرعة تغير القواعد الحاكمة، لا بد من صياغة إطار تشريعي يتسم بالمرونة وقابل للتعديل حتى يواكب إنجازات التقدم التكنولوجي².

المطلب الرابع: معيقات ومزايا التوسع في استخدام الصيرفة الالكترونية

ستتطرق في هذا المطلب إلى كل من معيقات التوسع في استخدام الصيرفة الالكترونية وكذا مزايا التوسع في استخدام الصيرفة الالكترونية.

الفرع الأول: معيقات التوسع في استخدام الصيرفة الالكترونية

هناك العديد من المعوقات التنظيمية والمالية التي تحول دون توسع البنوك في استخدام الصيرفة الالكترونية أهمها³:

أولاً: المعوقات التنظيمية

- 1- عدم قناعة الإدارة بالجدوى الاقتصادية لتطبيق التكنولوجيا وبالذات الصيرفة الالكترونية.
- 2- عدم وجود معرفة بالميزات والفوائد.
- 3- عدم توفر روح الإبداع.
- 4- عدم التوافق والانسجام بينها وبين أنظمة العمل الموجودة بالبنك.
- 5- عدم توفر سياسة متعلقة بالأمان والسرية.
- 6- عدم توفر كادر بشري مدرب.
- 7- عدم امتلاك بنية تكنولوجية تحثية.

¹ محمد الصيرفي، الإدارة الالكترونية، مرجع سبق ذكره، ص 460.

² ناظم محمد نوري الشمري، عبد الفتاح زهير عبد اللات، مرجع سبق ذكره، ص 34، 35.

³ ناظم محمد نوري الشمري، عبد الفتاح زهير عبد اللات، المرجع نفسه، ص 191، 192.

ثانيا: المعوقات المالية

- 1- ارتفاع تكاليف الاستثمار المالي مثل ارتفاع شراء الأجهزة والصيانة والتدريب وغيرها.
 - 2- ارتفاع التكاليف الإدارية مثل إنشاء وحدة إدارية متخصصة.
 - 3- عدم تخصيص البنك مبلغ دوري لتحديد وتطوير الصيرفة الالكترونية.
- إضافة إلى أنه يجب معالجة المشاكل التي تواجه مستخدمي العمليات البنكية عبر الانترنت، وهو ما يعرف **بالحلول التنظيمية أو القانونية؛** وذلك يتم بإتباع عدة خطوات وهي¹:
- معالجة وسائل الإثبات والحجية القانونية وطرق التداول بتشريع خاص بالمعاملات الالكترونية.
 - توحيد الأنظمة الالكترونية المحلية والدولية بحيث يتم وضع رموز ودلالات خاصة ببيانات الأوراق التجارية وطرق تداولها ووضع أنظمة وقواعد موحدة للتعامل بها.
 - تحديد نطاق مسؤولية كل طرف من أطراف التعامل الالكتروني عند تعطل الأجهزة الالكترونية.
 - إيجاد توازن بين حقوق الأطراف خاصة ما تعلق منها بالشروط العقدية ذات الطابع الإذعائي، والتي تكون عادة في صالح الطرف القوي ويكون ذلك بأن تمتد السلطة القضائية لهذه العلاقة لتحقيق التوازن.
 - التغلب على المشكلات التقنية المتعلقة بنقل المعلومات عن الورقة التجارية وأطرافها حيث تختصر المعلومة هذا من جهة ومن جهة أخرى يستخدم الشريط الحبري الممغنط فيصبح بالإمكان الحصول من خلاله على معلومات عن بنك الساحب، الفرع، رقم الحساب واسم الشخص صاحب الحساب.
 - و لا بد أن يوفر السند الالكتروني بالنسبة للمتعاملين به الثقة الموازية للثقة المتولدة من إمكانية وضع التوقيع على نفس الركييزة المادية للسند التقليدي.

الفرع الثاني: مزايا التوسع في استخدام الصيرفة الالكترونية

إن قيام البنوك بتسوية أنشطتها وخدماتها البنكية عبر الانترنت يحقق مزايا كثيرة من منها²:

- 1- **زيادة القدرة على المنافسة:** حيث من خلال توسع البنوك في الصيرفة الالكترونية يستطيع تقديم خدمات بنكية بسعر أقل وبكلفة أقل.
- 2- **زيادة الأرباح:** وذلك من خلال تخفيض النفقات وزيادة الحصة السوقية للبنك.
- 3- **زيادة الحصة السوقية:** من خلال القدرة على تقديم خدمات بنكية الكترونية متكاملة وعلى مدار الساعة، وأيضاً مراعاة السرية، الأمان والدقة، ومراعاة حاجات العملاء الحالية والمستقبلية.
- 4- **تشجيع الابتكار والتنوع في الخدمات:** فمن خلال التوسع في الصيرفة الالكترونية يستطيع البنك التوسع في حجم الخدمات التي يقدمها، وتخفيض كلفة تقديم تلك الخدمات والتنوع فيها.

¹ ناهد فتحي الحموري، الأوراق التجارية الالكترونية، دراسة تحليلية ومقارنة، دار الثقافة، الطبعة الأولى، عمان، الأردن، 2009، ص 40، 41.

² ناظم محمد نوري الشمري، عبد الفتاح زهير العبد اللات، مرجع سبق ذكره، ص 193، 194.

5- زيادة رضا العملاء: من خلال تلبية احتياجاته على مدار الساعة من خلال وجود القنوات الالكترونية التي تمكنه من الحصول على الخدمة البنكية في أي وقت، وأيضاً من خلال تخفيض الكلفة والجهد للحصول على الخدمة.

6- تخفيض التكاليف: من خلال تشجيع العملاء على استخدام القنوات الالكترونية يتم تخفيض الكلفة، فقد أثبتت الدراسات أن تكلفة الخدمة البنكية من خلال الإنترنت على البنك هي أقل بكثير من كلفة الخدمة عن طريق الفرع.

المطلب الخامس: التحديات التي تواجه تطبيق الخدمات البنكية الالكترونية

إن أهم التحديات التي تواجه العمل البنكي الالكتروني بشكل عام، والعمل عبر شبكة الانترنت بشكل خاص ما يلي¹:

1- البنية التحتية اللازمة: لا يمكن تحقيق الانتشار لأي عمل الكتروني دون وجود بنية تحتية أساسية، وتتألف البنية من المتطلبات الآتية:

- وجود الحاسبات الشخصية لدى البنوك والمؤسسات المختلفة والمنازل والتي يتم عن طريقها إجراء الأعمال الالكترونية، وكلما زاد الانتشار للحاسبات، قل التحدي أمام انتشار الخدمات الالكترونية.
- انتشار شبكات الاتصال بأنواعها: أي وجود شبكات الاتصال الهاتفية العادية المعتمدة على تكنولوجيا ال Digital والهواتف الخليوية (GSM)، وكذلك شبكات الأقمار الصناعية لكونها قنوات ومسارات انتقال العمليات الالكترونية.

- توفر الحاسبات المضيفة (Hosts): وهي تلك الحاسبات المضييفة المحلية التي تتصل من خلال خطوط اتصال محلية الدخول إلى الشبكة، ويكون لها عنوان رقمي على الانترنت (IP Address).

- أمن البنية التحتية (Public Key Infrastructure): طالما أنه سيتم تبادل معلومات وبيانات خاصة بأعمال وعمليات بنكية بما تحتوي عليه من سرية فائقة، فلا بد من أن تكون كل الخدمات أو الحاسبات المضيفة آمنة، وأن تكون هناك بنية تحتية للاتصالات آمنة تقوم على تأمين خطوط الاتصال وعدم تداخلها.

2- الموارد البشرية اللازمة لانتشار العمليات البنكية الالكترونية: إن العنصر البشري من العناصر الحاكمة في العمليات البنكية الالكترونية؛ وكلما انتشر عدد مستخدمي القنوات الالكترونية، ومنها الانترنت ازداد انتشار التعامل بالخدمات البنكية، ويعتمد ذلك على مدى توفر الحاسبات بأسعار مناسبة وحسن صيانتها، ورخص الدخول على الانترنت

3- التطوير والاستمرارية: إن استمرار بحوث تطوير الخدمات البنكية عبر الانترنت تعد لازمة لدعم وانتشار وتطوير الخدمات البنكية الالكترونية.

¹ ناظم محمد نوري الشمري و عبد الفتاح زهير العبد اللات، مرجع سبق ذكره، ص 247 - 249.

4- البنية التشريعية: البنية التشريعية والقانونية ضرورية لتوفير المناخ الملائم للخدمات البنكية الالكترونية وانتشارها.

5- السياسات الضريبية والجمركية المشجعة: إن توفر السياسات الضريبية والجمركية المشجعة تشمل ما يفرض على وسائل أداء الخدمات البنكية الالكترونية وتتضمن مثلا: الحاسبات وملحقاتها أو الضرائب التي تفرض على المعاملات ذاتها.

6- الدعم الحكومي: ويلعب الدور الحكومي دورا كبيرا في انتشار تلك الخدمات فعلى سبيل المثال يتمثل دورها في توفير البنية الأساسية المطلوبة من حاسبات، شبكات اتصال آمنة، وأيضا تشريعات وسياسات ضريبية وداعمة لانتشار الخدمات الالكترونية.

المبحث الثالث: وسائل الدفع الالكتروني

إن ظهور التجارة الإلكترونية وانتشارها يرجع إلى التقدم العلمي في وسائل الاتصال والمعلومات، وبصفة خاصة عبر شبكة الإنترنت، حيث يتم الدفع من خلال قنوات اتصال إلكترونية ما بين حاسب آلي والانترنت ولا جدال في استخدام النقود الإلكترونية، مما يؤدي إلى سرعة وسهولة تسوية المدفوعات وتقليص الحاجة إلى الاحتفاظ بالنقود السائلة.

المطلب الأول: تعريف وسائل الدفع الالكتروني وأهميتها

الفرع الأول: تعريف وسائل الدفع الالكتروني

عرف المشرع الجزائري وسائل الدفع الالكتروني في نص المادة 113 من قانون النقد و القرض كما يلي:

" جميع الوسائل التي تمكن من تحويل الأموال مهما كان الشكل أو الأسلوب التقني المستعمل"¹

وتعرف المادة الثانية من قانون التجارة الالكترونية التونسي وسيلة الدفع الالكترونية أنها "الوسيلة التي تمكن صاحبها من القيام بعمليات الدفع المباشر عن بعد عبر الشبكات العمومية للاتصالات"².

الفرع الثاني: أهمية وسائل الدفع الالكتروني: تكمن أهمية وسائل الدفع الالكترونية فيما يلي:

- يتسم الدفع الالكتروني بالطبيعة الدولية: أي أنه وسيلة مقبولة من جميع الدول، حيث يتم استخدامه لتسوية الحساب في المعاملات التي تتم عبر فضاء الكتروني بين المستخدمين في كل أنحاء العالم³.
- يتم الدفع باستخدام النقود الالكترونية: وهي قيمة نقدية تتضمنها بطاقة بها ذاكرة رقمية أو الذاكرة الرئيسية للمؤسسة التي تهيمن على إدارة عملية التبادل.
- يستخدم هذا الأسلوب لتسوية المعاملات الالكترونية عن بعد: حيث يتم إبرام العقد بين أطراف متباعدة في المكان، و يتم الدفع عبر شبكة الانترنت، أي من خلال المسافات بتبادل المعلومات الالكترونية بفضل وسائل الاتصال اللاسلكية، يتم إعطاء أمر الدفع وفقا لمعطيات الكترونية تسمح بالاتصال المباشر بين طرفي العقد.

¹ المادة 113، قانون النقد و القرض، رقم 90-10، المؤرخ في 14 أفريل 1990، الصادر بالجريدة الرسمية، العدد 16، السنة السابعة و العشرون، بتاريخ 18 أفريل 1990.

² عبد الفتاح بيومي حجازي، مقدمة في التجارة الالكترونية العربية، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2003، ص25.

³ عبد الرحيم وهبية، إحلال وسائل الدفع المصرفية التقليدية بالالكترونية "دراسة حالة الجزائر"، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في علوم التسيير فرع نقود ومالية، كلية العلوم الاقتصادية و علوم التسيير، قسم علوم التسيير، جامعة الجزائر، ص31.

• يتم الدفع الالكتروني بأحد الأسلوبين:

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

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

• يلزم تواجد نظام بنكي معد لإتمام ذلك، أي توفر أجهزة تتولى هذه العمليات التي تتم عن بعد لتسهيل تعامل الأطراف و توفير الثقة فيما بينهم.

• يتم الدفع الالكتروني من خلال نوعين من الشبكات:

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

الثانية: شبكة عامة، حيث يتم التعامل بين العديد من الأفراد لا توجد بينهم قبل ذلك روابط معينة¹. وهذه الخصائص بالتأكيد تسمح بتقليل و تخفيض تكاليف العمليات التجارية، إضافة إلى أنها تنظم الوقت، علاوة على تحسين إدارة النقد و الشراكة التجارية بين الممولين و العملاء.

المطلب الثاني: أنظمة الدفع الالكتروني

تصنف وسائل الدفع الالكترونية بالاعتماد على معيار توقيت الدفع ضمن ثلاثة أنظمة للدفع الالكتروني:

أولا: نظام الدفع الالكتروني المسبق: يشير نظام الدفع الالكتروني لأي خدمة تتم عبر الشبكات ومثلها الانترنت والتي تتضمن تبادلا للنقود مقابل بضائع أو خدمات؛ ويشترط للمشاركة في نظام دفع الكتروني حيازة كل من المشتري والبائع حسابا في بنك مرتبط بشبكة مقاصة ويكونا على اتصال بالانترنت، وهذا من خلال التسجيل لدى مزود خدمة الدفع الذي يقوم بوضع بوابة دفع إلكتروني يتم الوصول إليها من خلال الشبكة، هذه البوابة تتوسط البنيتين التحتيتين للدفع التقليدي والدفع الالكتروني².

كما يوحي نظام الدفع المسبق من تسميته على الحصول أولا على النقود الالكترونية ومن ثم تصبح عملية شراء المنتج أو الخدمة ممكنة. ويشتمل هذا النظام على النقود الالكترونية وكذا البطاقات الذكية.

¹ محمد حسين منصور، المسؤولية الالكترونية، دار الجامعة الجديدة للنشر، الإسكندرية، 2003، ص 120-122.

² فاروق سيد حسين، التجارة الالكترونية وتأمينها، هلا للنشر، الجيزة، مصر، 2001، ص 20.

أ- النقود الالكترونية

1- تعريف النقود الالكترونية (النقود الرقمية): تعرف على أنها نقود غير ملموسة، تأخذ صورة وحدات الكترونية وتخزن في مكان آمن على "الهارد ديسك" لجهاز الكمبيوتر الخاص بالعميل يعرف باسم المحفظة الالكترونية¹، ويمكن للعميل استخدام هذه المحفظة في القيام بعمليات البيع أو الشراء أو التحويل². وعليه يمكن القول أن النقود الرقمية تعبير يستخدم في الأساس لوصف مجموعة متنوعة من آليات الدفع محدودة القيمة، وأهم ما يميزها هو أن قيمتها مسددة مسبقاً وأن قيمتها مخزنة في داخلها³.

كما تعتمد فكرة النقد الالكتروني على قيام العميل بشراء عملات الكترونية من البنك الذي يقوم بإصدارها حيث يتم تحميل هذه العملات على الحاسب الخاص بالمشتري وتكون في صورة وحدات عملات صغيرة القيمة ولكل عملة رقم خاص أو علامة خاصة من البنك المصدر وبالتالي تحل هذه العملات الالكترونية محل العملات العادية وتكون بنفس القيمة المحددة عليها وتسمى Tokens⁴.

2- خصائص النقود الرقمية: النقود الالكترونية هي عبارة عن مخزون للقيمة النقدية تكون محفوظة بشكل رقمي يمكن أن يستخدمها حاملها في الوقت نفسه في معاملته.

وتتميز النقود الالكترونية بمجموعة من الخصائص تنقسم إلى نوعين رئيسيين: أولهما الخصائص العملية وثانيتها: المتعلقة باعتبارات الأمان، ومن الخصائص العملية المتعلقة بالاستخدام ما يلي:

- أ - تحتفظ النقود الالكترونية بقيمتها باعتبارها معلومات رقمية مستقلة.
- ب- تحويل قيمة النقود الالكترونية إلى أي شخص وذلك عن طريق تحويل المعلومات الرقمية.
- ج- إمكانية تحويل هذه النقود عن طريق الشبكات مثل: الانترنت أو شبكات الاتصال اللاسلكية.
- د - لا تتطلب في معظم الأحيان وجود طرف ثالث لإظهار أو مراجعة عملية التبادل وتأكيداتها.
- هـ - تتناسب مع العمليات قليلة القيمة، لأنها قليلة التكلفة، فمن المنطق أن يدخل انتشارها عامل النفقات لتحديد مداها، أي أن كلفة استخدامها هي التي تحدد مدى انتشارها، ومن الواجب أن تكون نفقة الاستخدام متناسبة مع قيمة السلع أو الخدمات، إذ من غير الممكن أن تكون النفقة مرتفعة على تعاملات لا تتجاوز الدينار أو بضعة الدنانير.

و- يمكن استخدام هذه النقود بأصغر وحدات النقود لتسيير شراء السلع أو طلب الخدمات قليلة القيمة.

ز - تستخدم في أي وقت تمشياً مع طبيعة الانترنت وما تقتضيه طبيعة التجارة الدولية لاختلاف الأوقات بين دول العالم.

¹ سحنون محمود، النظام المصرفي بين النقود الورقية والنقود الآلية، مجلة العلوم الإنسانية، جامعة بسكرة، العدد رقم 04، ماي 2003، ص 65.

² طارق عبد العال حماد، التجارة الالكترونية، المفاهيم - التجارب - التحديات، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2003، ص 140.

³ جلال عايد الشورة، وسائل الدفع الإلكتروني، دار الثقافة، عمان، الأردن، 2008، ص 57، 58.

⁴ إبراهيم بختي، التجارة الالكترونية - مفاهيم واستراتيجيات التطبيق في المؤسسة - ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2005، ص 72.

ح - سهولة استخدامها بالمقارنة مع وسائل الدفع الأخرى وتلك السهولة تشجع المستهلك على استخدامها¹.
3- مزايا النقود الالكترونية²:

- تكلفة تداولها زهيدة: تحويل النقود الالكترونية (أي الرقمية) عبر الانترنت أو الشبكات الأخرى أرخص كثيرا من استخدام الأنظمة البنكية التقليدية.
- لا تخضع للحدود: يمكن تحويل النقود الالكترونية من أي مكان إلى آخر في العالم وفي أي وقت كان، وذلك لاعتمادها على الانترنت أو على الشبكات التي لا تعترف بالحدود الجغرافية، ولا تعترف بالحدود السياسية.
- بسيطة وسهلة الاستخدام: تُسهل النقود الالكترونية التعاملات البنكية إلى حد كبير، فهي تُعني عن ملء الاستمارات وإجراء الاستعمالات البنكية عبر الهاتف.
- تسرع عمليات الدفع: تجري حركة التعاملات المالية ويتم تبادل معلومات التنسيق الخاصة بها فوراً في الزمن الحقيقي دون الحاجة إلى أي وساطة مما يعني تسريع هذه العملية على العكس مما لو كانت تتم قبل ذلك بالطرق التقليدية.
- تشجع عمليات الدفع الآمنة: تستخدم البنوك التي تتعامل بالنقود الالكترونية أجهزة خادمة تدعم بروتوكول الحركات المالية الآمنة، كما تستخدم مستعرضات لشبكة الويب تدعم بروتوكول الطبقات الأمنية مما يجعل عمليات دفع النقود الالكترونية أكثر أماناً.

ب- البطاقات الذكية

- 1- تعريف البطاقة الذكية: تعرف البطاقة الذكية بأنها بطاقة بلاستيكية ذات ميكروسوفت مدمج يحتوي على معلومات عن شخص ما³. كما تعرف أيضا ببطاقات البرغوث وقد ظهرت بعد المشاكل التي اعترت البطاقة الائتمانية خاصة السرقة⁴. ويمتاز هذا النوع من البطاقات بعدة عناصر للحماية ضد عملية التزوير و التزييف وسوء الاستخدام من جانب الغير في حالة سرقتها أو محاولة تقليدها⁵.
- 2- ماهية البطاقة⁶: البطاقة الذكية هي بطاقة بلاستيكية في حجم بطاقة الائتمان، تحتوي على شريط ممغنط يحمل شريحة إلكترونية أو أكثر، فهي عبارة عن حاسب آلي صغير الحجم مزود بذاكرة مصاحبة، تسمح بتخزين كمية كبيرة من المعلومات، تهتم بالتفاصيل المتناهية عن الحالة المالية لحاملها، الاسم والعنوان، اسم البنك، المبلغ

¹ جلال عايد الشورة، مرجع سبق ذكره، ص68، 69.

² منير الجنيبي، ممدوح الجنيبي، البنوك الإلكترونية، مرجع سبق ذكره، ص54.

³ طارق عبد العال حماد، مرجع سبق ذكره، ص122.

⁴ محمود سحنون، مرجع سبق ذكره، ص70.

⁵ رأفت رضوان، المبادئ الأساسية للتسويق و التجارة الالكترونية، ارايبسك قرافيك، مصر، 2003، ص77.

⁶ العاني إيمان، البنوك التجارية وتحديات التجارة الالكترونية، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير جامعة منتوري - قسنطينة - الجزائر السنة الجامعية 2006 - 2007، ص192.

المصروف من الأمثلة عن البطاقات الذكية نذكر: الموندكس، جالد كارد وفيزاكاش؛ فهي ذات مواصفات ومقاييس معينة محددة من قبل منظمة "ISO"¹.

و يمكن شحن هذا النوع من البطاقات عن طريق الصراف الآلي وكذلك الحاسب الشخصي².
وتتلخص أهم مزايا هاته البطاقة في كون:

- قدرتها على تخزين أكثر من 100 ضعف من المعلومات أكثر من بطاقة بشريط مغناطيسي³.
- صعوبة تزويرها، فعكس البطاقات المغناطيسية فان البطاقة الذكية لا يمكن قراءتها وصعبة التقليد.

4-آلية الدفع بالبطاقة: عند إجراء معاملة تتطلب عملية الدفع تكون الوسيلة المستخدمة فيها هي البطاقة الذكية، فإنه يتم تمرير هذه البطاقة على آلة قارئ لها، والتي تتطلب مفتاحا خاصا من البنك المصدر، هذه الآلة تقوم بخصم قيمة المشتريات ونقلها مباشرة إلى جهاز طرفي يوجد لدى البائع، الذي يكون بإمكانه نقل قيمة الصفقات إلى حسابه البنكي.

و يمكن القول أن البطاقة الذكية تنفرد عن البطاقات الائتمانية و غيرها بالسماة الآتية:

- هذه البطاقة تشبه حافظة النقود التي يحملها الشخص وتضم أوراق نقدية وعملة حقيقية، فيمكن لمستخدمها بتحويلها إلى نقود عادية وهو ما يطلق عليها بعملية استعاض النقود، من أي صراف آلي.
- كذلك يمكن لحامل هذه البطاقة سحب اعتمادات مالية ورقية.
- البطاقة الذكية الوحيدة يمكنها في أي وقت أن تؤدي وظائف بطاقة الائتمان وبطاقة الصرف الالكتروني (السحب الآلي من ATM) و بطاقة الائتمان المدينة (بطاقة الوفاء).
- البطاقة الذكية يمكنها القيام بدور الشيك، ذلك أن المصارف ليست هي المستفيدة من هذه البطاقات، بل هناك المستهلك الذي يمكنه التعامل بهذه البطاقات بوصفها نقدا أو شيكا.
- يمكنها أن تكون سجلا ماليا لجميع المعاملات المالية التي تمت حديثا، وكذلك موازنات الحساب الجاري، ولن يكون على العميل بعد ذلك أن يحرر شيكا بنفسه.
- تتيح للمسافر أداء مهام عديدة، كتخزين و معالجة بيانات حول شركات الطيران وإجراءات تأجير السيارات وحجز الفنادق،... الخ.
- تقلل معدل الجريمة، فعكس البطاقات الممغنطة التي تعتبر سهلة التقليد، البطاقة الذكية لا يمكن قراءتها.

¹ رأفت رضوان، عالم التجارة الالكترونية، المنظمة العربية للتنمية الإدارية، القاهرة، 1999، ص54.

² غالب عوض و بلعربي عبد الحفيظ، اقتصاديات النقود و البنوك، دار وائل للنشر و التوزيع، عمان، 2002، ص76.75.

³ طارق عبد العال حماد، مرجع سبق ذكره، ص 123.

- يمكن سداد الرسوم بطريقة إلكترونية، كما يمكن للشركات تحديد هوية الموظفين لضمان تأمين الدخول إلى أنظمة الحاسب الآلي، فهي تستخدم في تنظيم المكالمات الهاتفية و شراء البضائع¹.

و تجدر الإشارة بأن أعوان البنوك يستخدمون البطاقة الذكية مع الرمز السري لإمضاء أوامر الدفع العالمية التي تمر عبر أكبر شبكة عالمية (SWIFT)*، لنقل الأموال و التي تربط أكثر من 90% من بنوك العالم².

ثانيا: نظام الدفع الالكتروني الفوري: يعتمد هذا النظام على مفهوم الدفع لحظة إنجاز الصفقة، لهذا يعتبر الأكثر تعقيدا من غيره من الأنظمة من حيث تطبيقه، وذلك لكونه يتطلب دخولا مباشرا إلى قاعدة البيانات الداخلية الخاصة بالبنوك من أجل إتمام عملية الدفع. لهذا يجب اتخاذ إجراءات أمنية أكثر صرامة للحد من إمكانيات الاحتيال التي قد يتعرض لها النظام.

وتتمثل أهم وسيلة يشملها هذا النظام في بطاقات الدفع الفوري.

1- بطاقات الدفع الفوري: يطلق على هذا النوع من البطاقات تسميات أخرى فتسمى بطاقات المدين أو بطاقات السحب المباشر من الرصيد أو بطاقات الوفاء؛ وهي بطاقات بلاستيكية تستعمل للحصول على النقود والسلع والخدمات أو تستعمل في أجهزة الصراف الآلية؛ تعتمد على وجود أرصدة فعليه للعميل لدى البنك تحت شكل حسابات وتمكن حاملها من الحصول على النقود في حدود القيمة المسموح بها من البنك، كما تفيد القيام بعمليات بنكية أخرى كالأستعلام عن الرصيد، طلب كشف الحساب أو دفتر الشيكات، تحويل الأرصدة بين الحسابات فضلا عن إيداع مبالغ نقدية أو شيكات.

تتميز بطاقات الدفع الفوري بكون قيمة السلع والخدمات التي يحصل عليها حاملها من خلال استعمالها تخضم فورا من رصيده بالبنك لحساب التاجر أو المؤسسة التي حصل منها على احتياجاته، لهذا في حالة استعمال البطاقة الالكترونية فإن قيمة تلك المشتريات تحول من حساب حاملها إلى حساب التاجر في نفس وقت الشراء مباشرة.

ومن الأمثلة على هذه البطاقة بطاقة إلكترونية العربية الدولية التي يصدرها البنك العربي الوطني بالمملكة العربية السعودية، حيث تستخدم محليا ودوليا.

2- طرق التعامل ببطاقة الدفع الفوري³: يتم التعامل بهذه البطاقة بطريقتين إحداهما مباشرة والأخرى غير مباشرة، ففي الطريقة غير المباشرة يقدم المشتري بطاقته التي تحتوي على بياناته وبيانات البنك المصدر لها إلى

* نظام جمعية الاتصالات العالمية فيما بين البنوك: هو نظام يضمن و يؤمن التحويلات الالكترونية في كل أنحاء العالم لأوامر الدفع ما بين البنوك ضمن شروط أمنية وتكاليف منخفضة.

¹ عبد الفتاح بيومي حجازي ، مقدمة في التجارة الالكترونية العربية، مرجع سبق ذكره، ص ص418-420.

² قرطاس منصف، التجارة الالكترونية و الخدمات المصرفية عبر الانترنت، اتحاد المصارف العربية، لبنان، 2000، ص232.

³ عبد الوهاب إبراهيم أبو سليمان، بطاقات المعاملات المالية -دراسة فقهية تحليلية مقابلة- ، مجلة مجتمع الفقه الإسلامي، الدورة10، العدد10، الجزء2، حدة، 1997، ص639 .

التاجر الذي يدون بيانات مفصلة عن المشتري وبطاقته، ويوقع هذا الأخير على فاتورة من عدة نسخ، ترسل واحدة منها إلى البنك الخاص بالمشتري أو الجهة المصدرة للبطاقة لسداد قيمة المشتريات. أما في الطريقة المباشرة فتم بقيام المشتري بتسليم بطاقته إلى التاجر الذي يقوم بتمريرها على جهاز قارئ للتأكد من وجود رصيد كاف، ولا يتم تسديد قيمة المشتريات إلى بعد إدخال الرقم السري للعميل وبتفويض من البنك، حيث تتم عملية التحويل مباشرة من حساب العميل إلى حساب التاجر .

3- خصائص البطاقة: تتصف بطاقة الدفع الفوري بما يلي¹:

- تصدر هذه البطاقة مجاناً (في الأغلب) للعملاء الذين لديهم حساباً دائماً لدى البنك المصدر لها.
- تستخدم في مناطق وجود فروع البنك المتصلة بجهاز حاسب آلي متصل بقاعدة بيانات عن حساب العميل ورصيده.
- الخضم من حساب العميل يتم بصورة فورية عند استخدام البطاقة، وإذا حدث تعطل في أنظمة.
- الحاسب الآلي، فهناك حد أعلى (بمبلغ صغير) يمكن للعميل استخدام البطاقة ضمن الحد المقرر إلى حين إعادة الاتصال بنظام الحاسب الآلي.

ثالثاً: نظام الدفع الإلكتروني المؤجل: في هذا النظام يتم شراء المنتج أولاً ثم دفع ثمنه فيما بعد. وتعد الشيكات الالكترونية والبطاقات الائتمانية إحدى الأنظمة المنتشرة في الدفع المؤجل.

أ- الشيكات الالكترونية: يعرف الشيك الإلكتروني على أنه المكافئ الإلكتروني للشيكات الورقية التقليدية التي اعتدنا التعامل بها، فهو رسالة موثقة ومؤمنة يرسلها مصدر الشيك إلى مستلم الشيك ليعتمده ويقدمه للبنك الذي يعمل عبر الانترنت ليقوم البنك أولاً بتحويل قيمة الشيك المالية إلى حساب حامل الشيك وبعد ذلك يقوم بإلغاء الشيك وإعادة الكروترونية إلى مستلم الشيك ليكون دليلاً على أنه قد تم صرف الشيك فعلاً ويمكن لمستلم الشيك أن يتأكد من أنه قد تم بالفعل تحويل المبلغ لحسابه².

كما يمكن القول بأنه: محرر ثلاثي الأطراف معالج إلكترونياً بشكل كلي أو جزئي يتضمن أمراً من شخص يسمى الساحب إلى البنك المسحوب عليه بأن يدفع مبلغاً من النقود لإذن شخص ثالث يسمى المستفيد³. وتعتمد فكرة الشيك الإلكتروني على وجود وسيط تخليص (غالباً ما يكون بنك)، هذا وتبنى عدة بنوك عالمية فكرة بناء مواصفات قياسية للشيكات الرقمية من أهمها سيتي بنك وبنك بوسطن والبنك الاحتياطي الفدرالي الأمريكي نظراً لأهمية هذا النوع من الشيكات للعمل في المستقبل⁴.

¹ العاني إيمان، مرجع سبق ذكره، ص 195.

² منير الجنيهي، ممدوح الجنيهي، البنوك الالكترونية، مرجع سبق ذكره، ص 50.

³ مصطفى كمال طه، وائل أنور بندق، الأوراق التجارية ووسائل الدفع الالكترونية الحديثة، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، مصر، 2007، ص 350.

⁴ بنك القاهرة، دور البنوك في تنشيط التجارة الالكترونية بمصر، النشرة الاقتصادية المصرية، العدد الأول، مارس 2001، ص 8.

مزايا الشيكات الالكترونية: ومن أهم مزايا الشيكات الالكترونية ماييلي¹:

- توفير حوالي 50% من رسوم التشغيل بالمقارنة مع بطاقات الائتمان، ما يسهم في خفض النفقات التي يتحملها المتعاملون بهذه الشيكات.
- تسوية المدفوعات من خلال الشيكات الالكترونية في 48 ساعة فقط بالمقارنة بالشيكات العادية التي يتم تسويتها في وقت أطول من خلال غرفة المقاصة.
- تلافي المشاكل التي تواجهها الشيكات العادية التي يتم إرسالها بالبريد كالضياع أو التأخير.

ب- بطاقات الائتمان

1-تعريف بطاقات الائتمان: هي عبارة عن بطاقة بلاستيكية أو ورقية مصنوعة من مادة يصعب العبث بها تصدرها جهة ما-بنك أو شركة استثمارية-يذكر فيها اسم العميل الصادرة لصالحه ورقم حسابه حيث يملك الحامل تقديم تلك البطاقة للتاجر لتسديد ثمن مشترياته حيث يقوم التاجر بتحصيل تلك القيمة من الجهة المصدرة التي تقوم بدورها باستيفاء تلك المبالغ من الحامل².

وقد جاء تعريفها في قرار مجمع الفقه الإسلامي في دورته السابعة بجدة 1412هـ قرار رقم 7/1/65 فقرة رابعا بأنها "مستند يعطيه مصدره لشخص طبيعي أو اعتباري بناء على عقد بينهما، يمكنه من شراء السلع أو الخدمات ممن يعتمد المستند دون دفع الثمن حالاً لتضمنه التزام المصدر بالدفع ومن أنواع هذا المستند ما يمكن من سحب نقود من البنوك."³

ترتكز كل التعريفات الواردة أعلاه على فكرة أساسية هي الائتمان، وهو جوهر البطاقة، وأن الفكرة تفترض أن يكون هناك فاصل زمني بين تقديم استخدام البطاقة ودفع الثمن.

2- أنواع بطاقات الائتمان:

1-2 أنواع بطاقات الائتمان من حيث المزايا التي تمنح لحاملها:

- **البطاقات العادية أو الفضية:** هذا النوع من البطاقات يعطي لحامله حدًا من الائتمان منخفضاً نسبياً، فيمنح هذا النوع لمعظم العملاء عندما يتوافر الحد الأدنى من المتطلبات المطلوبة، كما يوفر لحاملها القدرة على الشراء من التجار والسحب النقدي من البنوك وأجهزة الصراف الآلي.

- **البطاقات الذهبية:** تعطي هذه البطاقات لحاملها حدًا مالياً من الائتمان مثل VISA، كما أن البعض الآخر يعطي حاملها ائتماناً غير محدد بسقف American Express، فهذا النوع يصدر للعملاء أصحاب الأموال، فحامل هذا النوع من البطاقات تضاف إليه بعض المزايا الأخرى الممنوحة له مجاناً مثل التأمين ضد الحوادث ويحصل على استشارات طبية وقانونية مجاناً.

¹ أحمد سفر، أنظمة الدفع الإلكترونية، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، لبنان، 2008، ص 45.

² القاضي فداء يحيى أحمد الحمود، النظام القانوني لبطاقة الائتمان، عمان، دار الثقافة، 1999، ص 14.

³ محمد عبد الحليم عمر، الجوانب الشرعية والبنكية والمحاسبية لبطاقات الائتمان، إيتراك للنشر والتوزيع، الدوحة، 1997، ص 14.

2-2 بطاقات الائتمان من حيث الاستخدام:

- بطاقات الائتمان العادية: وهي أكثر الأنواع استخداماً، حيث تستخدم في الشراء والحصول على الخدمات، وإمكانيتها في السحب النقدي من الصراف الآلي، أو من البنوك التي تكون مشتركة في عضوية هذه البطاقة.

- بطاقات السحب النقدي الالكترونية: تستخدم بطاقة الصراف الآلي في عملية سحب النقود، سواء أكانت من أجهزة الصراف الآلي المحلي أو الدولي، أو الأجهزة التي تقرأ الأشرطة الممغنطة التي تحصل عليها البنوك من مصدر هذه البطاقة وتكون تلك البنوك مشتركة في عضوية هذه البطاقات.

- البطاقات المحلية: إن هذا النوع لا يُستخدم إلا داخل حدود إقليم البنك مصدر البطاقة بنفس عملة هذا الإقليم، فإن مجال استخدام هذا النوع من البطاقات قليل جداً وفي حدود ضيقة.

2-3 أنواع البطاقات الائتمانية من حيث الجهة المصدرة لها:

أ- أشهرها وأكثرها استعمالاً Card، Visa_Master وتصدر هذه الأنواع من البطاقات من جميع بنوك العالم المشاركة في عضويتها.

ب- American Exxpress: هذا النوع من البطاقات يصدر من مؤسسة مالية واحدة، وهي التي تشرف على عملية إصدارها، وتعمل على تسوية عملياتها مع التجار.

ج- هنالك بطاقات تصدر عن المؤسسات التجارية، لتستخدم من قبل زبائنها في الشراء من فروعها ومؤسساتها، فيتحقق ذلك عندما تملك تلك المؤسسات عدة مشاريع كبرى مثل محطات البنزين، الفنادق، المطاعم والمولات الكبرى.

د- Cheque Guarantee: يسمى هذا النوع ببطاقات ضمان الشيك تصدرها البنوك لعملائها، ليستخدمها حاملها عندما يسوي عمليات الشراء ويدفع المستحقات عليه، بواسطة هذه الشيكات المسحوبة عن البنك مصدرها¹.

3-مزايا وعيوب بطاقة الائتمان:

مما لا شك أن بطاقة الائتمان لما تقوم عليه من فكرة الائتمان تحقق مزايا وتنطوي على أخطار لكل الأطراف المتعاملة بها.

أ- مزايا بطاقة الائتمان:

- بالنسبة لحامل البطاقة: تمكن بطاقة الائتمان حاملها من التسوق بسهولة ويسر أثناء سفره، لسهولة حملها وقلة تعرضها للسرقة أو الضياع، فيستطيع شراء السلع أو تلقي الخدمات المختلفة في شتى أنحاء العالم بمجرد

¹ جلال عايد الشورة، مرجع سبق ذكره، ص 29-34.

تقديمها دون الحاجة للدفع النقدي الفوري، مما يؤمنه من مخاطر الاحتفاظ بمبالغ نقدية كبيرة أو بعملات مختلفة، ومن البطاقات ما يتمتع حاملها بتمويل مجاني يتراوح ما بين 25 و55 يوم¹.

أما من مساوئها بالنسبة لحامل البطاقة فهي إيقاعه في دائرة المديونية باستمرار، لكونها تشجع على زيادة الاستهلاك²، كما أنه يتحمل عمولة جراء بعض العمليات كالسحب النقدي خاصة في الخارج³.

● **المميزات التي تقدمها البطاقات للتاجر:** التاجر هو الآخر يستفيد من جراء استعمال الغير للبطاقات من أجل شراء سلعه أو الاستفادة من خدماته وذلك كما يلي:

- **زيادة المبيعات:** يساعد استعمال البطاقات التجار على زيادة مبيعاتهم من مختلف السلع والخدمات وبالتالي إلى زيادة أرباحهم، فالبطاقة تشجع حاملها على الزيادة في الاستهلاك لعدم التزامه بالسداد الفوري.

- **تقليل المخاطر:** فقبول التجار التعامل بالبطاقات يجنبهم تواجد النقود في محلاتهم، مما يجنبهم احتمالات قبول عمالات مزورة أو الاختلاسات من قبل موظفيه، أو حتى قبول الشيكات التي يمكن أن تكون بدون رصيد... الخ⁴.

● **بالنسبة للتاجر:** ترحب المحلات التجارية باستعمال البطاقة الائتمانية لأن ذلك سيؤدي إلى زيادة مبيعاتها بالرغم من العمولة التي تدفعها هذه المحلات للبنوك المصدرة للبطاقة، إلا أن الزيادة في حجم المبيعات سيغطي وبسهولة نفقات هذه العملية، كما تستطيع هذه المحلات تحقيق مزايا البيع الآجل مع الحصول على قيمة مبيعاتها فوراً خاصة إذا تمت المبيعات في آخر الشهر وذلك بمجرد تقديم ما يفيد عملية البيع إلى أقرب بنك، وتتمكن هذه المحلات أيضاً من الاستفادة بالفرق بين أسعار العملات وأسعار الخصم إذا رغب التاجر بيع بضاعته بالتقسيط وخصم الكمبيالات فيما بعد لتحصيل قيمتها نقداً، ولا يتحمل التاجر مخاطر عدم السداد في حالة البيع بالبطاقة عندما يرفض حاملها دفع ما عليه إذ أن الذي يتحمل هذه المخاطر هو البنك، كما تشكل البطاقة حماية للتاجر من تعرض آلات الحساب لديه للسرقة أو السطو كون المبالغ تودع في حسابه مباشرة⁵.

غير أن التاجر الراغب في قبول البطاقة عليه أن يتحمل تكاليف اقتناء وتركيب مصارف التسديد، وما يرتبط بها من تكاليف جراء عمليات الدفع (عمولات للبنك وتكاليف الخطوط الهاتفية).

● **بالنسبة لمصدر البطاقة:** تحقق البطاقة للجهة المصدرة فائدة تتمثل في الحصول على عمولة من التاجر مقابل التعجيل بثمن المشتريات وفائدة من العميل مقابل الائتمان الممنوح، كما أن العمل بنظام البطاقة يسمح للبنك بتألية عمليات الدفع والسحب وما يترتب عن ذلك من خفض التكاليف وسهولة عمليات المراقبة.

¹ زياد رمضان، إدارة الأعمال المصرفية، دار صفاء للنشر والتوزيع، الطبعة السادسة، عمان، 1997، ص33.

² محمد عبد الخليم عمر، مرجع سبق ذكره، ص46.

³ مدحت صادق، أدوات و تقنيات مصرفية، دار غريب للطباعة و النشر، القاهرة، 2001، ص145.

⁴ عبد المطلب عبد الحميد، البنوك الشاملة عملياتها و إدارتها، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2000، ص114.

⁵ فلاح حسن الحسيني، مؤيد عبد الرحمان الدوري، إدارة البنوك، دار وائل للنشر، عمان، الأردن، 2000، ص40.

- كما تحقق للبنك عدداً آخر من المزايا¹.
- يمثل النظام في حد ذاته إشهاراً للبنك.
 - يعطي هذا النظام عائدات عالية للبنك.
 - ضمان عدد كبير من حاملي البطاقات كزبائن دائمين للبنك.
 - إجبار المحلات التجارية على فتح حسابات لدى البنك لأن التاجر مضطر لذلك حتى تتحول الأموال لحسابه وبذلك تزداد سيولة البنك، حيث لا تخرج الأموال منه حتى ترجع إليه كوديعة.
 - بالنسبة للاقتصاد الوطني: تتلخص أهم المزايا والعيوب التي تلحق بالمتجمع من جراء استخدام البطاقة في ما يلي²:
 - زيادة حجم الطلب الكلي بما يؤدي إلى زيادة حركة النشاط الاقتصادي.
 - نمو القطاع المالي، فتوسع استخدام البطاقة تصبح البنوك هي الدائن للمستهلكين بدلاً من المؤسسات التجارية.
 - قلة جرائم السرقة، مما يوفر الأمان للأفراد في المجتمع.
- عيوب بطاقة الائتمان³:**
- خطر زيادة حجم السيولة في المجتمع، وعجز البنك المركزي عن السيطرة عن الحجم الكلي لوسائل الدفع.
 - ظهور جرائم جديدة في المجتمع تتعلق بتزوير البطاقات والاستخدام غير القانوني لها وما يترتب عليه من ضرورة تطوير القوانين وإحداث أجهزة متخصصة من الشرطة والقضاء لمعالجة تلك المشاكل
 - التكاليف العالية بالنسبة للبنك والخاصة بتوزيع البطاقات وطبعها ومنح قروض بدون فائدة لمدة 55 يوم.
 - كما تنطوي البطاقة على عدة مخاطر أخرى تنجم عن استخدامها منها⁴:
 - محاولة التاجر زيادة أسعار السلع والخدمات المباعة بالبطاقة.
 - إعداد التاجر لفواتير يبيع بعمليات لم يقم بها حامل البطاقة.
 - عدم تمكن البنك من تحصيل بعض المبالغ المستحقة من حملة البطاقات.
 - نقص الكفاءة لدى بعض العاملين في قسم البطاقات مما يخلق متاعب للبنك.
 - حدوث مشاكل فنية تؤدي إلى زعزعة ثقة العملاء بالبطاقة.
 - سرقة البطاقات الائتمانية أو ضياعها أو استعمالها من طرف الغير.
 - خطر السيولة على البنك في حالة الإفراط في استعمال البطاقة من طرف المتعاملين.

¹ سحنون محمد، مرجع سبق ذكره، ص 68.

² محمد عبد الحليم عمر، مرجع سبق ذكره ص 46.

³ زياد سليم رمضان، إدارة البنوك، الدار الجامعية، الطبعة الثانية، الأردن، 1996، ص 20.

⁴ فريد راغب النجار، إدارة الائتمان والقروض المصرفية المتعثرة، مؤسسة شباب الجامعة، الإسكندرية، مصر، 2000، ص ص 137-140.

4- المميزات التي تقدمها البطاقات البنكية للبنك المصدر لها:

- من المعروف أن البنك مؤسسة تهدف إلى تحقيق الربح السريع، وبالتالي فإن إصدارها للبطاقات البنكية يعني أن هذه الأخيرة تجلب له العديد من المنافع والأرباح والتي يمكن تلخيصها كما يلي:
- أ- كبر حجم عائد هذا النظام (البطاقات البنكية) قياساً إلى أعبائه¹.
- ب- وسيلة سهلة ودقيقة في تسوية المعاملات بين البنوك المختلفة بصرف النظر عن أماكن إتمامها والعملات التي تمت على أساسها.
- ج- تعتبر مصدراً مربحاً من خلال ما يحصل عليه البنك، من رسوم الاشتراك والزيادات الربوية على تسديد الدفع للعمليات المالية والنقدية، والعمولات التي تتقاضاها البنوك من التجار، بالإضافة إلى النسب العقابية نتيجة تأخر العميل عن السداد... الخ².

المطلب الثالث: بطاقات الدفع الالكتروني

لكي تؤدي بطاقة الائتمان وظيفتها كوسيط للتبادل ينبغي أن تحظى بالقبول العالمي لها، لذلك فإن بعض البنوك الكبيرة تصدر بطاقات معتمدة على مركزها المالي العالمي غير أن آلاف البنوك عبر العالم لا تتمتع بالمركز المالي الذي يسمح لها بإصدار بطاقات عالمية لهذا فإنها تنطوي تحت شعار إحدى المنظمات العالمية المصدرة للبطاقات لتحظى بطاقتها بصفة القبول العالمي. ومن هذا المنظور يمكن تقسيم بطاقات الائتمان إلى نوعين:

1- **بطاقات ائتمان صادرة مباشرة عن مؤسسات مالية عالمية:** مثل البطاقات الصادرة عن الأمريكان اكسبريس والداينرز كلوب، لأنهما صادرتان مباشرة عن مؤسسات مالية عالمية؛ وكل منهما يملك حق وصلاحيات إدارة عمليات إصدار وقبول البطاقة مباشرة من قبل جهازه الوظيفي، فهي لا تمنح تراخيص إصدار بطاقتها لأي بنك أو مؤسسة مالية أخرى، ولكن ترتب أحياناً اتفاقيات مع جهات معينة في دول العالم لإصدار البطاقة ضمن حدود ضيقة جداً أو من خلال امتياز، وفي الغالب لبنك واحد فقط.

2- **بطاقات ائتمان صادرة برعاية وترخيص من منظمات وهيئات عالمية:** ومنها بطاقات الفيزا والماستر كارد، فهي صادرة عن بنوك ومؤسسات مالية بترخيص من المنظمة العالمية الراعية للبطاقة، التي هي عبارة عن نادٍ أو هيئة عالمية تمنح تراخيص الإصدار للبنوك وتساعدهم على إدارة خدماتها دون أن تكون في ذاتها مؤسسة مالية. أما فيما يخص المصدرون العالميون للبطاقات فهم:

أ- **فيزا كارد:** تأسست منظمة الفيزا كارد سنة 1966، على شكل نادٍ تنظم إليه البنوك من مختلف دول العالم التي ترغب في إصدار بطاقات ائتمان أو شيكات سياحية، مقرها لوس أنجلوس بالولايات المتحدة، ونشاطها موزع على خمس مناطق: أمريكا الشمالية، أمريكا الجنوبية، آسيا، الباسيفيك، أوروبا والشرق الأوسط، وأستراليا.

¹ فلاح حسن الحسني، مؤيد عبد الرحمان، مرجع سبق ذكره، ص 41.

² عبد المطلب عبد الحميد، مرجع سبق ذكره، ص 114.

ب- الماستركارد: تأسست عام 1967، عندما أسس سبعة بنوك أمريكية ASSOCIATION INTREBANK CARD ثم تحولت عام 1969 إلى MASTER CHARGE وأخيراً أصبحت MASTERCARD عام 1979، مقرها نيويورك بالولايات المتحدة ومناطق نشاطها: الولايات المتحدة الأمريكية، أمريكا الجنوبية، آسيا، أوروبا، الشرق الأوسط وأفريقيا.

ج- أمريكيان إكسبرس: وهي مملوكة لبنك AMERICAN EXPRESS، وهو مؤسسة مالية كبيرة تزاوّل الأنشطة البنكية، إضافة إلى إشرافها على إصدار البطاقات، وهناك أنواع من البطاقات تمنح تراخيص لإصدارها إلى بنوك أخرى، وأنواع تحتفظ بحق إصدارها لنفسها¹.

د- داينرز كلوب: تأسست في الولايات المتحدة عام 1950، ثم تملكها بنك سيتي كورب عام 1971 وهي تمنح تراخيص لإصدار البطاقات إلى البنوك الراغبة في ذلك.

المطلب الرابع: التحويل الالكتروني للأموال وشركات الدفع الالكتروني

الفرع الأول: التحويل الالكتروني للأموال: تقوم العديد من المصارف الآن بالمشاركة في شبكة حاسبات تتولى التداول الالكتروني لملايين القيود المحاسبية التي تسجل المديونية والدائنية فيما بين المصارف، وبذلك تؤدي الدور التقليدي لغرفة المقاصة البنكية ولكن بشكل فوري و بدرجة عالية من الكفاءة؛ ويهدف هذا النظام إلى تسهيل وتعجيل المدفوعات والتسويات بين المصارف².

1- نظام التحويلات المالية الالكترونية (EFT): هو عملية منح الصلاحية لبنك ما للقيام بحركات التحويلات المالية الدائنة والمدينة إلكترونيا من حساب بنكي إلى حساب بنكي آخر أي إن عملية التحويل تتم إلكترونيا عبر الهواتف وأجهزة الكمبيوتر وأجهزة المودم عوضاً عن استخدام الأوراق.

وقد عرفه البعض بأنه عملية يتم بموجبها نقل مبلغ معين من حساب إلى آخر عن طريق تقييده في الجانب المدين للآمر والجانب الدائن للمستفيد سواء أتم هذا التحويل بين حسابين مختلفين في نفس البنك أم في بنكين مختلفين³.

2- منافع نظام التحويلات المالية الالكترونية

- تنظيم الدفعات: يكفل الاتفاق على وقت اقتطاع وتسديد قيمة التحويلات المالية تنظيم عمليات الدفع دون أي ريبه في إمكان السداد في الوقت المحدد.

- تسيير العمل: ألغت عملية المقاصة الآلية حاجة العميل والتاجر إلى زيارة البنك لإيداع قيمة التحويلات المالية مما يعني تسيير الأمر ورفع فعالية نظام العمل.

¹ محمد عبد الحليم عمر، مرجع سبق ذكره، ص 96.

² السيسي صلاح الدين، الحسابات و الخدمات المصرفية الحديثة، دار الوسام للطباعة و النشر، الإمارات العربية المتحدة، 1998، ص 139، 140.

³ محمود محمد أبو فروة، الخدمات البنكية الالكترونية عبر الانترنت، دار الثقافة، الطبعة الأولى، عمان، الأردن، 2009، ص 56.

- السلامة والأمن: ألغت المقاصة الآلية والتحويلات المالية الالكترونية الخوف من سرقة الشيكات الورقية والحاجة إلى تناقل الأموال السائلة.
- تحسين التدفق النقدي: رفع إنجاز التحويلات المالية إلكترونيا موثوقية التدفق النقدي وسرعة تناقل النقد.
- تقليل الأعمال الورقية: يتمثل ذلك في تقليل الاعتماد على النماذج الورقية والشيكات التقليدية وغيرها من المعاملات الورقية.
- توفير المصاريف: قللت شبكة نظام المقاصة الآلية من تكاليف إدارة عمليات المقاصة.
- زيادة رضا العملاء: تكفل سرعة عمليات التحويل الالكتروني وانخفاض كلفتها تحقيق رضا العملاء وتوطيد ثقتهم في التعامل مع التاجر أو الشركة¹.
- الفرع الثاني: شركات الدفع الالكتروني: تزدهم شبكة الإنترنت بالعديد من المواقع والشركات التي تعتمد مختلف تقنيات الدفع الآمن وتحويل الأموال عبر الإنترنت ومنها على سبيل المثال لا الحصر ما يلي:
- 1- شركة **Bill point**: تُعنى هذه الشركة بتبسيط وتسهيل الدفع بين الأفراد والمؤسسات الصغيرة عبر الإنترنت، وكذلك بتوسيع مجالات الدفع للمشتري وإنقاص التكاليف على البائع.
- 2- شركة **C2 it**: تؤدي هذه الشركة خدمة تحويل الأموال لعملاء المصارف من بنكهم المعتمد أو حساب البطاقات عبر البريد الالكتروني، إلى أكثر من 50 بلداً. والمستفيد من الأموال يتلقاها عبر الإيداع المباشر أو عبر شك دون أن يكون ملزماً بالاشتراك في الخدمة.
- 3- شركة **cyber Cash**: تُعد هذه الشركة الأولى عالمياً في تقديم برامج وتقنيات الدفع الالكتروني الآمن عبر الإنترنت، وخاصة لجهة الخدمات المطلوبة لبطاقات الدفع والإيداعات والنقود والشيكات والبطاقات الذكية وكل أنواع البرامج المساعدة.
- 4- شركة **Digi Cqash**: تعتمد هذه الشركة على برنامج دفع يسمح بإرسال الدفعات الالكترونية من أي كمبيوتر شخصي إلى آخر أو إلى مركز عمل أو إلى شبكة.
- 5- شركة **Mili Cent**: تقدم هذه الشركة نظاماً للدفعات الصغيرة في مجال البيع والشراء عبر الإنترنت.
- 6- شركة **Mondex**: تؤمن الشركة برامج وتقنيات النقد الالكتروني والحماية الكاملة لمنع الاختراقات عبر برامج حماية متطورة وفريدة وفعالة ويمكن استخدام بطاقة " موندكس " في المعاملات النقدية اليومية البسيطة، ويعمل هذا النظام على تقنية البطاقة الذكية وتستخدم مثل حساب مدين عادي أو بطاقة ائتمان والتي تحزن المعلومات على شريحة إلكترونية، وتحتوي الشريحة على محفظة نقود إلكترونية تسجل عليها قيمة البطاقة.

¹ منير الجنيبي، ممدوح الجنيبي، البنوك الالكترونية، مرجع سبق ذكره، ص 40.

- 7- شركة **Net Bill**: تعتمد هذه الشركة على برنامج " وسائل المال " بعد أن يقوم العميل بفتح حساب يستعمله للتسوق ويموله عبر بطاقة ائتمان.
- 8- شركة **Pay Box** : تؤمن الشركة استعمال الهاتف الخليوي لعمليات الدفع الالكتروني في التجارة عبر الإنترنت بشكل آمن.
- 9- شركة **Pay Pal**: تتوجه الشركة إلى العملاء الذين يستعملون عناوين البريد الالكتروني الذين يرغبون بإرسال واستلام الأموال على الإنترنت.
- 10- شركة **X- Pay**: وهي شركة متطورة من قبل شركة " بروكات " وتعتمد في خدمتها على دعم كل طرق الدفع. وتقدم الشركة الأمن بناء على مفهوم التعددية والتنوع في طرق التأكد أو الاستيثاق من هوية العملاء.
- 11- شركة **yahoo**: تقدم الشركة برنامج **Pay Direct** للدفع المباشر عبر الانترنت يسمح للمستعملين بإرسال واستلام النقود عبر البريد الالكتروني.
- 12- شركة **Master Set**: تعتمد الشركة على بطاقات الاعتماد والائتمان كبنية تحتية تستعمل بروتوكول SET وترتبط بمواقع تجارية رديفة¹.

• **مزاي وعيوب وسائل الدفع الالكتروني**

1- مزاي وسائل الدفع الالكتروني

- **بالنسبة لحاملها**: سهولة ويسر الاستخدام، كما تمنحه الأمان بدل حمل النقود الورقية وتفادي السرقة والضياع، كما تمنح لحاملها فرصة الحصول على الائتمان المجاني لفترات محددة، كذلك تمكنه من إتمام صفقاته فوراً بمجرد ذكر رقم البطاقة.
- **بالنسبة للتاجر**: تعد أقوى ضمان لحقوق البائع، تساهم في زيادة المبيعات كما أنها أزاحت عبء متابعة ديون الزبائن طالما أن العبء يقع على عاتق البنك والشركات المصدرة.
- **بالنسبة لمصدرها**: تعتبر الفوائد والرسوم والغرامات من الأرباح التي تحققها المصارف والمؤسسات المالية.
- 2- عيوب وسائل الدفع الالكتروني²:**
- **بالنسبة لحاملها**: من المخاطر الناجمة عن استخدام هذه الوسائل زيادة الاقتراض والإنفاق بما يتجاوز القدرة المالية، وعدم سداد حامل البطاقة قيمتها في الوقت المحدد يترتب عنه وضع اسمه في القائمة السوداء.
- **بالنسبة للتاجر**: إن مجرد حدوث بعض المخالفات من جانبه أو عدم التزامه بالشروط يجعل البنك يلغي التعامل معه ويضع اسمه في القائمة السوداء وهو ما يعني تكبد التاجر صعوبات جمة في نشاطه التجاري.

¹ أحمد سفر، أنظمة الدفع الإلكترونية، مرجع سبق ذكره، ص 75-77.

² عبد المنعم راضي، فرج عزت، اقتصاديات النقود والبنوك، البيان للطباعة والنشر، الإسكندرية، 2001، ص 31.

□ بالنسبة لمصدرها: أهم خطر يواجه مصدرها هو مدى سداد حاملي البطاقات للديون المستحقة عليهم وكذلك تحمل البنك المصدر نفقات ضياعها.

المطلب الخامس: وسائل وأمن المعلومات البنكية

إن الدفع الالكتروني عملية بنكية متعددة الأطراف، تتم عبر فضاء معلوماتي مفتوح، مما يجعلها عرضة لشتى أنواع السرقة، الغش، النصب والاحتيال خاصة فيما يتعلق بالبطاقات الائتمانية أو إساءة استخدامها في النصب على البنوك.

فكان لابد من اللجوء إلى وسائل أمان لتوفير الثقة بين المتعاملين و ضمان فعالية وسائل الدفع الالكترونية.

الفرع الأول: وسائل المعاملات الالكترونية

أولاً: التشفير¹: استخدم الإنسان التشفير منذ حوالي ألفي عام قبل الميلاد لحماية رسائله السرية، وبلغ هذا الاستخدام ذروته في فترات الحروب، خوفاً من وقوع الرسائل الحساسة في أيدي العدو وظهرت فيما بعد العديد من الآلات التي تقوم بعملية التشفير، وشكل الكمبيوتر في بداية ظهوره وسيلة جديدة للاتصالات الآمنة وفك تشفير رسائل العدو.

1-تعريف التشفير Encryptions: يعرف بأنه عملية تحويل المعلومات إلى شفرات غير مفهومة (تبدو غير ذات معنى) لمنع الأشخاص الغير مرخص لهم من الإطلاع على المعلومات أو فهمها ولذلك تنطوي عملية التشفير على تحويل النصوص العادية إلى نصوص مشفرة.

وتعتمد قوة وفعالية التشفير على عاملين أساسيين: الخوارزمية، وطول المفتاح مقدار بالبت (bits) ومن ناحية أخرى، فإن فك التشفير هو عملية إعادة تحويل البيانات إلى صيغتها الأصلية، وذلك باستخدام المباشرة لفك الشفرة.

كما يعرف التشفير بأنه استبدال شكل البيانات من خلال تحويلها إلى رموز أو إشارات لمنع الغير من معرفتها أو تعديلها أو تغييرها، فالتشفير وسيلة فنية لحماية البيانات من الآخرين²

2-أنواع التشفير: ينقسم التشفير المتماثل والتشفير الغير متماثل.

أ- التشفير المتماثل (المفتاح السري): في التشفير المتماثل يستخدم كل من المرسل والمستقبل المفتاح السري ذاته في تشفير الرسالة وفك تشفيرها ويتفق الطرفان في البداية على عبارة المرور (passe phrase) التي سيتم استخدامها وهي كلمة مرور طويلاً ويمكن أن تحتوي حروف كبيرة وصغيرة ورموز أخرى وبعد ذلك تحول برمجيات التشفير عبارة المرور إلى عدد ثنائي ويتم إضافة رموز أخرى لزيادة طولها ويشكل العدد الثنائي الناتج مفتاح تشفير

¹ عبد الفتاح بيومي حجازي، مقدمة في التجارة الالكترونية العربية، المرجع نفسه، ص117.

² محمد حسين منصور، مرجع سبق ذكره، ص180.

الرسالة وبعد استقبال الرسالة المشفرة يستخدم المستقبل عبارة المرور نفسها من اجل فك شفرة نص المشفر البرمجيات مرة أخرى عبارة المرور لتشكيل المفتاح الثنائي (Binary Key) الذي يتولى إعادة تحويل النص المشفر إلى شكله الأصلي المفهوم ويعتمد مفهوم التشفير المتماثل على معيار DES، أما الثغرة الكبيرة في هذا النوع من التشفير فتكمن في تبادل المفتاح السري دون أمان، مما أدى إلى تراجع استخدام هذا النوع من التشفير وأصبح شيء من الماضي.

ب- التشفير اللامتماثل (المفتاح العام): جاء التشفير اللامتماثل حلا لمشكلة التوزيع غير الآمن للمفاتيح في التشفير المتماثل، فعوضا عن استخدام التشفير اللامتماثل مفتاحين اثنين تربط بينهما علاقة، ويدعى هذان المفتاحين بالمفتاح العام (Key publie) والمفتاح الخاص (privat Key) ويكون مفتاح خاص معروف لدى جهة واحدة فقط أو شخص واحد فقط وهو المرسل، ويستخدم لتشفير الرسالة وفك شفرتها، أما المفتاح العام فيكون معروفا لدى أكثر من شخص أو جهة ويستطيع المفتاح العام فك شفرة الرسالة التي شفرها المفتاح الخاص، ويمكن استخدامه أيضا لتشفير رسائل مالك المفتاح الخاص، ولكن ليس بإمكان أحد استخدام المفتاح العام لفك شفرة رسالة شفرها هذا المفتاح العام، إذ أن مالك المفتاح الخاص هو الوحيد الذي يستطيع فك شفرة الرسائل التي شفرها هذا المفتاح العام.

ثانيا: جدران الحماية (Firewall)¹: هي عبارة عن مجموعة من الأنظمة توفر وسيلة أمنية بين الإنترنت وشبكة المؤسسة الداخلية حيث تجبر جميع عمليات الدخول إلى الشبكة الداخلية والخروج منها للمرور عبر هذا الجدار الذي يتصدى لجميع محاولات الدخول للشبكة بدون صفة، وبشكل عام فإن جدران الحماية تمنع دخول الأخطار القادمة من شبكة الإنترنت إلى الشبكة الداخلية الخاصة بالمؤسسة البنكية.

ثالثا: البصمة الالكترونية (Message digest): رغم أن التشفير يمنع المتلصصين من الإطلاع على محتويات الرسالة إلا أنه لا يمنع المخربين من العبث بها أي التشفير لا يضمن سلامة الرسالة ومن هنا ظهرت الاقتراعات الترموية، إذ تطبق هذه الخوارزميات حسابات رياضية على الرسالة لتوليد بصمة (سلسلة صغيرة) تمثلا ملفا كاملا أو رسالة (سلسلة كبيرة) وتدعي البيانات الناتجة البصمة الالكترونية للرسالة.

وتتكون للرسالة من بيانات لها طول ثابت (يتراوح عادة ما بين 128 إلى 160 بت) تؤخذ من الرسالة المحولة ذات الطول المتغير وتستطيع هذه البصمة تمييز الرسالة الأصلية والتعرف عليها بدقة حتى إن حدث أي تغيير في الرسالة ولو كان في بت واحد إلى بصمة مختلفة تماما.

رابعا: التوقيع الالكتروني: مصطلح قد يشمل على سبيل المثال إنتاج توقيع الشخص من خلال تثبيت صورة التوقيع الخطي الصادر عن يد الموقع و المخزنة الكترونيا على السند المراد توقيع، كما قد يشمل إنتاج توقيع الشخص من خلال طباعة اسم المرسل في نهاية رسالة البريد الالكتروني أو من خلال استعمال رقم سري أو شفرة

¹ محمود محمد أبو فروة، مرجع سبق ذكره، ص93.

خاصة بشخص الموقع كما هو الحال في أوامر الدفع بواسطة البطاقات الائتمانية وبطاقات الصراف الآلي، كما قد يتم إنشاء التوقيع باستعمال خواص بيولوجية أو فيزيولوجية مميزة للشخص¹ فهو عبارة عن رموز أو أرقام أو حروف إلكترونية والتي تدل على شخصية الموقع دون غيره

أ- التوقيع الرقمي (Digital signatures): يستخدم التوقيع الرقمي للتأكد من أن الرسالة قد جاءت من مصدرها دون التعرض لأي تغيير أثناء عملية النقل؛ ويمكن للمرسل استخدام المفتاح الخاص لتوقيع الوثيقة إلكترونياً أما في طرف المستقبل، فيتم التحقق من صحة التوقيع عن طريق استخدام المفتاح العام المناسب. وباستخدام التوقيع الرقمي يتم تأهيل سلامة الرسالة والتحقق من صحتها، ومن فوائد هذا التوقيع أيضاً أنه يمنع المرسل من التكرار للمعلومات التي أرسلها؛ وتقوم برمجيات المستقبل بعد ذلك بتمويه محتوى الوثيقة لينتج عن ذلك بصمة إلكترونية للرسالة فإذا تطابقت القيمة المموهة للتوقيع الذي فككت شفرته مع القيمة المموهة للوثيقة، فهذا يعني أن الملف سليم ولم يتعرض لأي تغيير بالفعل؛ ويستخدم هذا النظام في التعاملات البنكية وغيرها، مثل البطاقات التي تتضمن "رقماً سرياً" لا يعرفه سوى العميل، الذي يدخل البطاقة في ماكينة السحب، عندما يرغب في سحب جزء من رصيده.

ب- التوقيع بالقلم الإلكتروني: ومعناه نقل التوقيع الإلكتروني المكتوب بخط اليد على المحرر إلى الملف المراد نقل هذا المحرر إليه باستخدام جهاز سكاينير وعليه ينقل المحرر الموقع عليه من طرف صاحبه إلى شخص آخر باستخدام شبكة الانترنت.

لكن لهذه الطريقة عيوب أهمها عدم الثقة، فيمكن في المستقبل أن يحتفظ الشخص الذي استقبل التوقيع عن طريق شبكة الانترنت، ويقوم بوضعه على مستند آخر لديه دون وجود أي طريقة من خلالها ليتم التأكد من مصداقية صاحب التوقيع وهو ما جعل التوقيع الإلكتروني يواجه مشكلة حجية الإثبات عن طريق المحررات الإلكترونية².

ج- التوقيع باستخدام الخواص الذاتية (التوقيع البيومتري): يعتمد هذا النوع من التوقيع على الخواص الكيميائية والطبيعية للفرد ويشمل ذلك البصمة الشخصية، مسح العين البشرية، التحقق من مستوى ونبرة الصوت، التعرف على الوجه البشري، خواص اليد البشرية والتوقيع الشخصي.

وهو ما يعني أنه يتم تعيين الخواص الذاتية للعين مثلاً عن طريق أخذ صورة دقيقة لها وتخزينها في الحاسب الآلي لمنع أي استخدام من أي شخص آخر بخلاف الشخص المخزنه الذاتية لعينه، وهكذا بالنسبة لباقي الخواص وإن تم التحقق من وجود أي اختلاف مهما كان بسيطاً لا يتم السماح لهم بالدخول على هذا الحاسب³.

¹ المومني عمر حسن، التوقيع الإلكتروني، دار وائل للنشر، عمان، 2003، ص50.

² منير الجنبهي، ممدوح الجنبهي، البنوك الإلكترونية، مرجع سبق ذكره، ص74، 75.

³ منير الجنبهي، ممدوح الجنبهي، التوقيع الإلكتروني و حجتيه في الإثبات، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2004، ص12.

خامسا: المرشحات الالكترونية: يتم استخدام مرشحات ثنائية الجانب حيث ينتج جهاز الترشيح الأول انسياب الحركة المرورية باتجاه الحواسيب الموجودة في المنطقة الآمنة فقط، بينما يسمح الجهاز الثاني للحركة المرورية بالانسياب إلى الشبكة الداخلية فقط في حال ما إذا كانت صادرة من كمبيوتر يقع في المنطقة الآمنة.

سادسا: شهادات التوثيق: عبارة عن بيانات رقمية غير مكررة وتكون خاصة بالشخص وفي نفس الوقت تكون هذه البيانات مشفرة بحيث لا يمكن قراءتها. هذه البيانات يمكن إضافتها لصفحة الويب أو البريد الصادر منك بحيث لا يستطيع أحد قراءة محتوياتها إلا من لديه شهادة ماثلة، وتقوم عدد من الشركات بإصدار تلك الشهادات بمقابل مادي بسيط، ويتم توقيع الشهادة من قبل موقع التصديق.

سابعا: الخادم المفوض: يقوم بدور الوسيط بين الشبكات المؤمنة والشبكات غير المؤمنة، فعن طريقه يستطيع صاحب المنشأة رصد حركة موظفيه على شبكة الانترنت، كما يمكن التحكم في عملية الدخول إلى موقع معين عن طريق إعطائه أمر بعدم الدخول على الموقع المعين ذاته، فعندما يرغب أحد العاملين الدخول على الموقع يمنعه المفوض، وغالبا ما يتم اقتران الحوائط النارية مع الخادم المفوض لضمان التحكم في عمليات الدخول والخروج وتحقيق التأمين الكامل للشبكات المؤمنة¹

الفرع الثاني: أمن المعلومات البنكية

أمن المعلومات البنكية الموجودة بالبنوك الالكترونية هو الشغل الشاغل للقائمين على أمن المعلومات الخاصة بهذا النوع من البنوك نظرا لأهمية تلك النوعية من المعلومات التي قد يترتب على عدم الحفاظ على أمنها سواء بسرقتها أو إفشائها الكثير من الخسائر سواء للبنك أو العملاء.

1- أهداف تأمين المعلومات:

أ- السرية أوالموثوقية: تعني التأكد من أن المعلومات الموجودة لدى البنك الالكتروني لا يتاح لأي شخص الاطلاع عليها أو نسخها إلا إذا كان له صفة رسمية تتيح له ذلك.

ب- التكاملية أو سلامة المحتوى: أما التكاملية وسلامة المحتوى فيقصد بها أن النظام المعلوماتي الذي يتم التعامل به والمحفوظ عليه المعلومات الخاصة بالعملاء لم يتم إلغاؤها كليا أو جزئيا أو حتى يتم تعديل أي من المعلومات أو البيانات الموجودة عليه سواء تم هذا الإلغاء أو التعديل عن طريق من له صفة ليقوم بذلك أو ممن ليس له صفة.

ج- الاستمرارية: وهذا العنصر يعني استمرار النظام في العمل والقيام بالخدمات للعملاء دون التأثير بأي محاولة للتأثير على استمراريته في أداء الخدمات المطلوبة منه من قبل العملاء.

د- إثبات التصرفات للقائمين بها: ويقصد بهذا العنصر قدرة البنك الالكتروني على إثبات التصرفات التي تتم إلى من قاموا بها دون أن تتاح لهم القدرة على إنكار ما قاموا به من تصرفات.

¹ الرومي محمد أمين، التعاقد الالكتروني عبر الانترنت، دار المطبوعات الجامعية، الإسكندرية، 2004، ص 36-38.

2-التحديات الموجهة للمعلومات:

أ- سرقة أرقام البطاقات الائتمانية الخاصة بعملاء البنك: البطاقات الائتمانية تعد نقودا الكترونية والاستيلاء عليها يعد استيلاء على مال الغير. ونظرا لسهولة الاستيلاء على تلك الأرقام فقد تزايدت حوادث الاستيلاء عليها وأيضاً تزايدت عمليات الابتزاز المصاحبة لارتكاب مثل تلك الجرائم وعمليات الابتزاز تلك تكون اما لإعادة تلك الأرقام أو لعدم نشرها أو لعدم استخدامها من قبل من استولى عليها.

ب- التلاعب بالبيانات الالكترونية: التلاعب بالبيانات الالكترونية يعد تزويرا وتعتبر جرائم تزوير البيانات من أكثر الجرائم شيوعا من بين كافة أنواع الجرائم التي ترتكب سواء على شبكة الانترنت أو ضمن جرائم الحاسب الآلي نظرا لأنه تخلوا جريمة من الجرائم إلا ويكون من بين تفاصيلها جريمة تزوير البيانات بشكل أو بآخر.

ج- تدمير نظام المعلومات الخاص بالبنك الالكتروني تدميرا كلياً أو جزئياً: لتدمير ناظم المعلومات سواء ملياً أو جزئياً لابد من اختراق هذا النظام أولاً ويعتبر الهجوم على المواقع واختراقها على شبكة الانترنت من الجرائم الشائعة في العالم؛ هذا ويستخدم المهاجم في هجومه ما يعرف بالقنبلة المنطقية وهي برنامج يدمر البيانات أو قد يستخدم حصان طروادة* وهو برنامج لاقتحام أمن النظام يتنكر في شكل برىء حتى إلى النظام فتفسده.

3-كيفية مواجهة التهديدات الموجهة لنظم المعلومات الخاصة بالبنوك الالكترونية

أ- اتحاد البنوك الالكترونية العاملة في مجال حماية أمنها الالكتروني: تعد الكيانات الاقتصادية من أهم الأهداف المحتملة لأي عمليات إجرامية تتم عبر الانترنت وغالبا ما يكون الهدف من ارتكاب تلك الجرائم هو البحث عن أموال وتعتبر البنوك الالكترونية من أكثر تلك المؤسسات الاقتصادية يوجد ما يبحث عنه القائلين بالعمليات الإجرامية.

ب- تحديث برامج الحماية الالكترونية المستخدمة بصفة مستمرة: إن القائمين على عمليات اختراق نظم المعلومات الالكترونية دائما ما يستخدمون البرامج الالكترونية الأكثر تقدما بجانب ما يبتكرونه هم في القيام بعمليات الاختراق غير القانونية¹.

* يعتبر من البرامج الخطرة على الإطلاق التي تستخدم في عمليات اختراق أجهزة الحاسبات الآلية ونظام المعلومات الخاصة بالمؤسسات الاقتصادية والبنوك الالكترونية وما شابه، نظرا لامتعه بعدة مميزات تجعل منه الأقدر على عملية الاختراق دون القدرة على كشفه وتبعه والقضاء عليه لذلك فقد اكتسب هذا البرنامج شهرة كبيرة في مجال الاختراق.

¹ منير الجنيبي، ممدوح الجنيبي، البنوك الالكترونية، مرجع سبق ذكره، ص131.

خلاصة:

شهدت الساحة المصرفية مؤخرا توسعا كبيرا في التكنولوجيا البنكية، من أبرز مظاهرها انتشار البنوك الالكترونية التي تعد اتجاهها حديثا ومختلفا عن البنوك التقليدية لما تحققه من مزايا عديدة .

فالمقصود إذن بالصيرفة الإلكترونية هو إجراء العمليات المصرفية بشكل إلكتروني، حيث تعد الانترنت من أهم أشكالها، وبذلك فهي بنوك افتراضية تنشئ لها مواقع إلكترونية على الانترنت لتقديم خدمات نفس خدمات موقع البنك من سحب ودفع وتحويل دون انتقال العميل إليها .

الفصل الثاني

الخدمات البنكية الالكترونية

تمهيد:

في ظل وجود شبكة الانترنت وشيوعها وازدياد مستخدميها، وما رافق ذلك من تطور هائل في مجال تقنيات الحواسيب والاتصال واستخداماتها التي حققت تبادلا سريعا وشاملا للمعلومات ضمن سياسة انسياب البيانات، ومفهوم المعلومة على الخط، كان لابد من توظيف الانترنت واستثمار مزاياها في ميدان النشاط التجاري الإلكتروني، ضمن ما يعرف في وقتنا الحاضر بالأعمال الإلكترونية.

وفي ظل ذلك كله تطور مفهوم الخدمات المالية على الخط، لتتحول من مجرد تنفيذ أعمال عبر خط خاص ومن خلال برمجيات نظام كمبيوتر العميل إلى بنك له حضور كامل على الشبكة من خلال مواقع تفاعلية تحتوي على كافة البرمجيات اللازمة للأعمال المصرفية، وهكذا تطور مفهوم العمل البنكي من أداء خدمات مالية خاصة بالعميل إلى القيام بخدمات المال والاستشارات المالية، وخدمات الاستثمار والتجارة والإدارة المالية وغيرها .

المبحث الأول: ماهية الخدمات البنكية الالكترونية

يهدف هذا المبحث إلى إبراز وتحديد ماهية الخدمات البنكية، كما سنتطرق من خلاله إلى خصائص ومزايا الخدمات البنكية، بالإضافة إلى عرض جودة الخدمات البنكية الالكترونية ومستوياتها، وأخيرا نستعرض الخدمات البنكية الالكترونية المقدمة على الخط.

المطلب الأول: تعريف الخدمات البنكية، الخدمات الالكترونية وخصائص كل منها

الفرع الأول: تعريف الخدمات البنكية وخصائصها

1- تعريف الخدمة: هي نشاط يرافقه عدد من العناصر غير الملموسة، والتي تتضمن بعض التفاعل مع الزبائن أو مع خاصية الحياة (الامتلاك)، وليس نتيجة لانتقالها للمالك¹.

2- تعريف الخدمة البنكية: هي "مجموعة من الأنشطة والعمليات ذات المضمون المنفعي الكامن في العناصر الملموسة وغير الملموسة والمقدمة من قبل البنك، والتي يدركها المستفيدون من خلال ملاحظتها وقيمتها المنفعية والتي تشكل مصدرا لإشباع حاجاتهم ورغباتهم المالية والائتمانية الحالية والمستقبلية وفي الوقت ذاته تشكل مصدرا لأرباح البنك من خلال العلاقة التبادلية بين الطرفين"².

كما تعرف الخدمة البنكية على أنها "حل يشبع حاجة منتظرة دون تجسيد مادي"، فقد كانت البنوك قديما تقدم عددا محدودا من الخدمات التي تمثلت فيما يلي:³

- قبول الودائع على اختلاف أنواعها سواء كانت جارية، توفير، ودائع لأجل، خاضعة لإشعار.
- تمويل العملاء تحت منهجية الربح والسيولة والضمان.
- خلق النقد.

ويمكن القول أيضا بأنها "تمثل نشاط أو عمل يحصل عليه المستفيد من خلال الأفراد أو المكائن التي تقدم من خلالها وأن مستوى الإشباع بالوعي لمستفيد يرتبط بمستوى أداء الأفراد والمكائن أو ذلك لعدم ملموسية هذا النشاط أو العمل وأن هذه الخدمات قد يرتبط تقديمها بمنتج أو قد لا يرتبط"⁴.

أما "ناجي معلا" فيرى أن مفهوم الخدمة البنكية ينطلق من بعدين أساسيين هما⁵:

أ- البعد المنفعي: مجموعة المنافع المادية المباشرة التي يسعى العميل (فردًا أو مؤسسة) للحصول عليها من خلال شرائه للخدمة البنكية.

ب- البعد السماتي: ويتمثل في مجموع الخصائص والسمات التي يتصف بها المضمون المنفعي المباشر للخدمة.

¹ تيسير العجاردة، التسويق المصرفي، دار حامد للنشر و التوزيع، عمان، الأردن، 2005، ص20.

² تيسير العجاردة، المرجع نفسه، ص31، 32.

³ جميل سالم الزيدانين، أساسيات في الجهاز المالي، دار وائل، الأردن، 1999، ص129.

⁴ محمود جاسم الصميدعي، ردينة عثمان يوسف، التسويق المصرفي، دار المناهج للنشر و التوزيع، عمان، 2001، ص63.

⁵ ناجي المعلا، الأصول العلمية للتسويق المصرفي، الطبعة الثالثة، عمان، الأردن، 2007، ص42.

وتتميز الخدمة والمنتج البنكي بمايلي¹:

- الاعتماد على الودائع في نشأتها وفي خدماتها البنكية.
- خدمات غير ملموسة لبيع فكرة في شكل خدمات معينة.
- التأثير المتبادل بين النشطة الاقتصادية والسياسية والنشاط الاقتصادي.
- ارتباط الخدمة البنكية ارتباطا وثيقا بشخصية البنكي كبايع للخدمة دون سواه.
- تنوع وتعدد خدمات البنك.

3- خصائص الخدمة البنكية: لا تخرج هذه الخصائص عن تلك التي في الخدمات بنحو عام، وبعناصرها المعروفة، ولكن الذي يلاحظ ولأهمية هذه الناحية أن الخصائص تأخذ سمة واسعة وشمولية كافية للعديد من الجوانب والخصائص هي:

- **عدم الملموسية:** فالمنتجات أو الخدمات البنكية على اختلاف أنواعها ورغم أنها مصممة لإشباع رغبات واحتياجات معينة لدى مجموعة من العملاء إلا أنها غير ملموسة وبالتالي على البنك أن يتحمل مسؤولية شرح مزايا وأبعاد ومنافع هذه الخدمة ومدى الإشباع الذي تحققه للعميل².
- **التلازم:** لأن الإنتاج والاستهلاك للخدمة البنكية متزامنان، حيث أن الاهتمام الرئيسي للعميل هو في العادة خلق المنفعة الزمانية والمكانية، هذا يعني أن الخدمة ملائمة في المكان و الزمان الصحيحين، وهذا يعني ضمنا أيضا أن البيع المباشر هو الأكثر ملاءمة للقناة التوزيعية.
- **التكيف العالي:** عادة ما يتم اختيار القناة التوزيعية المناسبة في القطاع الخدمي البنكي وضمن برنامج توزيعي وفي مستويات مختلفة نظرا لطبيعة الخدمات وأهميتها³.
- **نقص التماثل الخاص:** خدمات الجمهور إلى حد ما تتشابه كثيرا، لذا يجب على المصارف أن تجد طريقا لإيجاد التوافق وترسخ ذلك في ذاكرة الجمهور.
- **التغاير (التمايز):** المؤسسات البنكية تعمل على تقديم مدى واسع للخدمات والمنتجات لملاقاة الحاجات البنكية المتنوعة من قبل زبائن مختلفين في مناطق مختلفة، حيث تقدم من جهة خدمة خاصة للعميل صناعي مثلا وفي الجهة الأخرى تقدم خدمة للعميل فرد عادي.
- **التشتت الجغرافي:** حيث يمكن تقديم الخدمات البنكية داخل حدود الدولة عبر مختلف مناطقها وخارج حدود الدولة بالخارج خاصة خدمات التحويلات المالية، وإصدار البطاقات البنكية والشيكات السياحية حيث تقدم هذه الخدمات للعميل حيث ما وجد⁴.

¹ زياد رمضان و محمود جودة، الاتجاهات المعاصرة في إدارة البنوك، عمان، دار وائل للطباعة والنشر، 2000، ص306.

² محسن أحمد الخضيرى، التسويق المصرفي، ايتراك للنشر و التوزيع، القاهرة، 1999، ص38.

³ شيروف فضيلة، مرجع سبق ذكره، ص9.

⁴ سامي احمد محمد مراد، الإطار البيئي لفعالية بنوك القطاع العام بمصر، رسالة ماجستير، أكاديمية السادات، مصر 1999، ص68.

- النمو في إطار متوازن مع المخاطر: هناك مسؤولية ثقيلة وذات طابع خاص تقع على عاتق البنك، وهي مراعاة تقليل المخاطر التي يمكن أن يتعرض لها، ومن ثم تتجه البنوك دائما إلى دعم احتياطياتها من أجل زيادة قدرتها على مواجهة خسائر النشاط ومواجهة أي أزمة طارئة، فتقوم البنوك من أجل ذلك بتنوع وتوزيع نشاطها حيث يتضمن العمل البنكية إيجاد توازن بين توسيع النشاط ودرجة المخاطر التي يتحملها البنك¹؛ لذلك لا بد أن تكون هناك رقابة لإيجاد التوازن بين التوسع في البيع والحذر من ارتفاع المخاطرة.
- الاعتماد على الودائع: تعتمد البنوك على الودائع في تأدية جميع خدماتها البنكية والتي تمثل المصدر الأساسي لتمويل المصارف وتحقيق الأرباح للبنك.
- تعدد وتنوع الخدمات: إن الخدمات التي تقدم من قبل البنوك كثيرة ومتنوعة لتلبية مختلف احتياجات الزبائن خاصة الاحتياجات التمويلية والائتمانية باختلاف أنواعها وتواجههم الجغرافي.
- صعوبة تقييم الخدمات البنكية: وترجع هذه الصعوبات إلى أن الخدمات البنكية غير ملموسة يصعب لمس الخصائص المادية والمنفعية لها، ولعدم قدرة البنك على تقديم عرض ملموس للخدمة البنكية، فإن العميل لا يستطيع تقييم شرائه للخدمة البنكية قبل الحصول عليها، وهذا يؤثر على برامج الترويج والتوزيع للخدمة البنكية.
- إضافة إلى ذلك فالبنوك تتميز أيضا ب: إشباع رغبات العميل، صعوبة تحديد السوق البنكية بدقة²، عدم إمكانية تجزئة الخدمة البنكية، عدم قابلية الخدمة البنكية للتخزين، وتفاوت معايير الاختيار من عميل لآخر³.

الفرع الثاني: تعريف الخدمات الالكترونية وخصائصها

أولا: تعريف الخدمات البنكية الالكترونية: يمكن تعريف الخدمات البنكية الالكترونية على أنها⁴: "تقدم الخدمات الخاصة بالمعاملات البنكية عن طريق قنوات توصيل الكترونية".

وعرفها Rust and Lemon بأنها⁵ "تنطوي على تقديم الخدمة عبر وسائل وشبكات الكترونية مثل الانترنت. ويتضمن هذا التصور ليس فقط الخدمات التي اعتادت مؤسسات الخدمة التقليدية على تقديمها، وإنما أيضا تلك الخدمات المقدمة من قبل الصناعيين ممن يعتمد نجاحهم على جودة هذه الخدمات. وعليه، فإن مفهوم الخدمة الالكترونية واسع في إطاره ولا يقتصر على مزودي الخدمات فقط بل موجه للعميل أساسا⁵".

¹ محسن أحمد الحضري، مرجع سبق ذكره، ص 49، 50.

² جميل سالم الزيدانين، مرجع سبق ذكره، ص ص 130-130.

³ ناجي المعلا، مرجع سبق ذكره، ص 48، 49.

⁴ مسدود فارس، العولمة وتطورات التكنولوجيا في مجال الاتصال وأثارها على الممارسات الاقتصادية، مجلة آفاق، جمعية آفاق الاقتصادية، جامعة سعد دحلب، البلدة، العدد2، 2003، ص 14.

⁵ بشير عباس العلاق، الخدمات الالكترونية بين النظرية و التطبيق، منشورات المنظمة العربية للتنمية الادارية، 2004، ص 64 .

كما عرفها santos بأنها المنتجات والخدمات الحالية التي تغيرت جذريا إلى الشكل الرقمي وتقدمها شبكة الانترنت عن طريق وسائل تكنولوجيا المعلومات الأكثر وضوحا وانتشارا، زيادة على ذلك الانترنت يقدم وظائف تفاعلية مع عملائه ويمكنهم من الحصول على خدمات الكترونية.

ثانيا: خصائص ومميزات الخدمات البنكية الالكترونية

يرى محسن أحمد الخضري أن الخدمات البنكية الالكترونية تتميز بالخصائص التالية¹:

- الخدمات البنكية ليست مادية ملموسة وبالتالي لا يمكن تخزينها.
- الخدمات البنكية غير قابلة للتجزئة أو التقسيم أو الانفصال عند تقديمها.
- الخدمات البنكية ليست محمية ببراءة اختراع وكل خدمة جديدة يوجد لها بنك ما يمكن لبنك آخر تقديمها.
- تعتمد الخدمة البنكية في تقديمها على مهارة وكفاءة مقدم الخدمة.
- كما يعدد عوض بدير الحداد الخصائص التالية للخدمات البنكية²:
- لا يمكن إنتاج الخدمة البنكية مقدماً وتخزينها، فهي تنتج وتستهلك في نفس اللحظة التي يتقدم فيها العميل لطلبها.
- لا يمكن لموظف البنك إنتاج عينات من الخدمة وإرسالها للعميل لفحصها والحصول على موافقته على جودتها قبل الشراء.
- الخدمات البنكية غير قابلة للاستدعاء مرة ثانية في حالة وجود عيوب أو أخطاء عند تقديمها، ففي هذه الحالة الاعتذار وترضية العميل هما البديل الوحيد أمام موظف البنك.
- جودة الخدمة البنكية غير قابلة للفحص قبل تقديمها من طرف موظف البنك إلى العميل.
- تقديم الخدمات البنكية لا يأخذ شكلاً نمطياً محددًا حيث تختلف طريقة تقديم الخدمة ودرجة تفاعل موظف البنك من عميل لآخر.

المطلب الثاني: أنواع الخدمات البنكية الالكترونية: يمكن تقسيم مواقع البنوك على الانترنت إلى نوعين هما:

● **مواقع الإعلان عن الخدمات والمنتجات التي يقدمها البنك في الفروع التقليدية الخاصة به ويسمى مواقع المعلومات.**

● **مواقع التعاملات المتكاملة والتي يمكن من خلالها الحصول على الخدمات التالية:**

- 1- **مراجعة الحسابات:** حيث يمكن للعميل مراجعة حسابه في أي وقت وكذلك مراجعة آخر التعاملات التي تمت كما يمكن أيضاً فتح حساب لدى البنك من خلال استخدام بطاقة الائتمان.
- 2- **تحويل المدخرات:** وهذا يعني إمكانية تحويل الأموال من حساب إلى آخر.

¹ محسن أحمد الخضري، مرجع سبق ذكره، ص ص 21-26.

² عوض بدير الحداد، تسويق الخدمات المصرفية، البيان للطباعة والنشر، الطبعة الأولى، القاهرة، مصر، 1999، ص ص 14، 15.

- 3- دفع الفواتير: هنا يمكن للعميل دفع أي فواتير خاصة به من خلال موقع البنك على الانترنت وذلك مقابل رسوم معينة.
- 4- تحديد المواصفات الخاصة بالعميل: بعض البنوك تسمح للعميل بتحديد مواصفات الصفحة الخاصة به مثل تغيير بعض الأزرار حيث تقوم بسؤال العميل عدد من الأسئلة لتصميم عروض تناسب مع إمكانية ورغباته.
- 5- توفير أسواق جديدة للمستهلك: حيث يقدم البنك عروض خاصة لمنتجات غير بنكية من خلال توضيح عناوين هذه الأماكن على الصفحة الخاصة بالبنك مع إعطاء تخفيضات إذا تم الشراء من هذه المواقع.
- 6- فتح حساب جاري بفوائد: حيث يتم فتح حساب جاري بفوائد كوسيلة تجذب العملاء وتشجعهم على استخدام الانترنت. حيث تضع بعض البنوك آلة حاسبة للقيام بالعمليات الحسابية فوراً.
- 7- إعادة جزء من رسوم ماكينات الدفع الآلي: بعض بنوك الانترنت لا تمتلك ماكينات دفع خاصة بها وبالتالي تعرض للعميل إمكانية استخدام ماكينة بنك آخر مع إعادة رسوم استخدام هذه الماكينة للعميل.
- 8- شراء شهادة الادخار: حيث تعرض البنوك معدلات فائدة أعلى على هذه الشهادات إذا تم شرائها عن طريق الانترنت وذلك نظراً لشدة المنافسة بين البنوك فيما يتعلق بمعدلات الفائدة.
- 9- الحصول على قروض: حيث يمكن الحصول على القرض من خلال موقع البنك على الانترنت فوراً وبالإضافة إلى ذلك يسمح للعميل بمقارنة أسعار الفائدة للبنوك الأخرى وذلك من خلال الموقع الخاص بالبنك الذي يتم التعامل معه.
- 10- ملاً طلب الحصول على بطاقات ائتمانية: حيث يمكن للعميل ملاً هذا الطلب عن طريق الانترنت والحصول على البطاقة في المنزل وذلك بعد المقارنة بين البنوك المختلفة فيما يتعلق بالرسوم أو الفوائد.

المطلب الثالث: مزايا الخدمات البنكية الالكترونية والعناصر المميزة لها

الفرع الأول: مزايا الخدمات البنكية الالكترونية

- ترتكز أهم مزايا الخدمات البنكية الالكترونية على مايلي¹ :
- 1- إن استخدام تكنولوجيا الانترنت في مجال الخدمات البنكية يخفض من التكاليف الكبيرة التي يتحملها البنك لإجراء عملياته المختلفة، كذلك تقلل من حاجة البنك إلى الاستثمار المكلف بإقامة الفروع البنكية فلا حاجة للبنك لتخصيص أماكن أو موظفين لأداء الخدمات للعملاء، ومن ثم تحقيق سرعة أداء الخدمة للعميل بأقل تكلفة.
 - 2- تسهيل الحصول على البيانات المالية الخاصة بالعميل. فالعملاء الذين يتعاملون مع بنوك الانترنت أو البنوك على الخط يستطيعون استخدام تطبيقات برامج الكمبيوتر الخاصة بإدارة الأموال من خلال حساباتهم على

¹ محمود أحمد إبراهيم الشرفاوي، مؤتمر الأعمال المصرفية الالكترونية بين الشريعة و القانون، جامعة الإمارات العربية المتحدة، 2003، ص18،19.

- الانترنت في نقل المعلومات المالية الخاصة بهم من حساباتهم الالكترونية إلى ملفات على الكمبيوتر الخاص بهم.
- 3- توفير الوقت والجهد للعميل وأيضا لموظفي البنك فضلا عن توفر الخدمة على مدار 24 ساعة بما فيها أيام العطلات الرسمية.
- 4- زيادة كفاءة أداء البنوك وتحسين مستوى الخدمة.
- 5- تقديم خدمات بنكية جديدة مثل: دفع الفواتير الكترونيا بدون رسوم في حين أن البنوك التقليدية التي تقدم هذه الخدمة تتقاضى رسوم عالية مقابلها.
- 6- إحكام الرقابة على العمليات البنكية.
- 7- إرسال واستقبال المستندات بسرعة فائقة مما يسهل عمليات التجارة الخارجية.
- 8- زيادة القدرات التنافسية للبنوك والمؤسسات المالية الوطنية مع نظيرتها العالمية وفتح الباب أمام تواجد أكبر للبنوك الوطنية في الأسواق الخارجية.
- وقد قدمت هذه البنوك عدة مزايا ومنافع أخرى، يمكن ذكرها كما يلي:¹
- 1- **تنظيم الدفعات:** يكفل الاتفاق على وقت الاقتطاع وتسديد قيمة التحويلات المالية تنظيم عمليات الدفع، دون أي ريبية في إمكانية السداد في الوقت المحدد.
- 2- **تسيير العمل:** ألغت عملية المقايضة الآلية حاجة العميل إلى زيادة البنك لإيداع قيمة التحويلات المالية، مما يعني تسيير العمل، ورفع فعاليته.
- 3- **السلامة والأمن:** أزال التحويلات المالية الالكترونية الخوف من سرقة الشيكات الورقية، والحاجة إلى تنقل الأموال السائلة.
- 4- **تقليل الأعمال الورقية:** تقليل الاعتماد على النماذج الورقية، والشيكات التقليدية وغيرها من المعاملات الورقية.
- 5- **زيادة رضا العملاء:** تكفل سرعة عمليات التحويل الالكتروني وانخفاض كلفتها تحقق رضا العملاء.
- 6- **توفير المصاريف:** تتضمن عملية افتتاح فرع لبنك ما مصاريف تشغيلية، مثل تكاليف شراء الموقع وتأثيثه وتكاليف العمالة والصيانة وغيرها، غير أن تلك المصاريف معدومة نهائيا في حالة البنوك الالكترونية.
- وكذلك يتميز نظام الصيرفة عبر الانترنت أو البنك الالكتروني بعدة مزايا منها:²
- 1- يتيح للعملاء فرصة التعرف على حساباتهم في البنك ومراجعتها أول بأول.

¹ يونس عرب، البنوك الالكترونية، الأردن، 2005، ص 21.

² شيرين بدري البارودي، دور اقتصاد المعرفة في تطوير الخدمات الالكترونية، دراسة تحليلية عن البنوك الالكترونية، ص 8.

- 2- العلاقة بين العميل والبنك تأخذ شكلاً آخر حيث يتم التعامل بينهم عن بعد، مما يوفر للعملاء والبنك الكثير من الوقت والجهد.
- 3- يتيح للعملاء فرصة لتسديد الالتزامات التي عليهم بطريقة الكترونية.
- 4- يعطي العملاء القدرة على إدارة محافظهم المالية وتغيير تركيبها في زمن قياسي.
- 5- يتيح الفرصة للعملاء للقيام بعمليات تحويل الأموال للدخل والخارج ودفع أثمان السلع وتحريك رأس المال وتوجيهه نحو المجالات الاستثمارية المختلفة.
- 6- يسمح للبنك بالقيام بعمليات المقاصة بين حسابات العملاء بطريقة الكترونية.

الفرع الثاني: العناصر المميزة للخدمات البنكية الالكترونية

تتميز الخدمات البنكية بمواصفات تختلف عن بقية الخدمات الأخرى يمكن إبرازها فيما يلي¹:

- 1- تشابه ما تقدمه البنوك من خدمات: إن الخدمات التي يقدمها أي بنك تقدمها معظم البنوك الأخرى، وهذه أول مشكلة تواجه أي بنك حيث يدفعه ذلك إلى محاولة التميز عن المنافسين بمستوى خدمات تتصف بالجودة العالية.
- 2- تعدد وتنوع الخدمات المقدمة: يقدم البنك الواحد تشكيلة واسعة من الخدمات البنكية وكل خدمة لها خصوصياتها ولكل خدمة عملاء ذوي خصائص ورغبات معينة.
- 3- شدة المنافسة بين البنوك: تشتد المنافسة بين البنوك في الافراد بتقديم خدمات متميزة للزبائن وجلب عدد أكبر منهم الأمر الذي يصعب من مهمة البنك في المحافظة على مستوى معين من المنافسة نظراً للظروف البيئية المتغيرة التي ينشط فيها البنك.
- 4- أهمية عنصر الثقة في البنك: نظراً لحساسية التعامل في الأموال فإن خسارة البنك في أحد العمليات المالية قد تنشئ خوفاً لدى الزبائن الأمر الذي يؤدي إلى عجز البنك عن توفير السيولة اللازمة لمواجهة حركة السحب غير العادية الناتجة عن تخوف الزبائن وتحويلهم إلى بنوك أخرى، كما أن عجز البنك عن تحقيق الإيرادات والأرباح المناسبة قد يؤدي إلى اهتزاز صورة البنك ونقص الثقة لدى الزبائن.
- 5- الاعتماد على التوزيع المباشر: لا يستطيع البنك إنتاج الخدمة مركزياً ثم توزيعها بواسطة قنوات توزيع كما هو الحال بالنسبة للسلع المادية ولكن البنك يقدم خدماته مباشرة عن طريق فروع المنتشرة لتلبية رغبات الزبائن ويكون قريباً منهم، ولأهمية الناحية الشخصية في تقديم الخدمة يستخدم البنك طريقة حديثة في تقديم بعض الخدمات.
- 6- ارتباط نشاط البنك بالسياسة الاقتصادية والنقدية للدولة²: إن العلاقة الوثيقة بين الجهاز البنكي والنشاط الاقتصادي تجعل كلاً منهما يؤثر ويتأثر بالآخر فبناءً على الحالة الاقتصادية للدولة يتخذ البنك المركزي قرارات

¹ MC Iver.L & C Naylor.G, Marketing financial services, Institute of bankers, 1998, p: 14.

² سمية عمران عبد الكريم، دور إدارة الجودة الشاملة في تحسين كفاءة الخدمات المصرفية في البنوك التجارية، رسالة ماجستير، أكاديمية السادات، مصر، 2002، ص63.

ويستخدم مجموعة من الأدوات النقدية والائتمانية للتأثير على النواحي الاقتصادية حسب الأهداف الموضوعية، ومن خلال ذلك تتأثر البنوك بهذه القرارات والأدوات وينعكس ذلك على طبيعة المنتجات والخدمات البنكية التي تقدمها.

المطلب الرابع: دوافع الخدمات البنكية الالكترونية والوسائط البنكية الالكترونية

الفرع الأول: دوافع الخدمات البنكية الالكترونية

1- تخفيض احتمالات فقد البنوك لعملائها الحاليين وتحولهم للبنوك التي تقدم الخدمات المالية الالكترونية على مدار 24 ساعة.

2- فرصة لتخفيض تكاليف إنشاء الفرع.

3- زيادة درجة مرونة العاملين بالبنك لمواجهة أي تغيير في تكنولوجيا الخدمات البنكية.

4- إعادة خلق انطباع جيد لدى العملاء عن البنك كبنك متطور تكنولوجيا.

5- خلق فرصة التركيز على القطاعات المستهدفة من العملاء والذين يفضلوا وسائل الاتصال الالكترونية من شباب ورجال الأعمال ذوي الدخل المرتفعة².

الفرع الثاني: الوسائط البنكية الالكترونية

هناك العديد من الوسائط الالكترونية والتي تستخدم في عملية الدفع الالكتروني، حيث أن تطور وسائل الدفع في صورة وسائل الكترونية فرض أشكال مختلفة لكيفية تداولها وأهم هذه الأشكال البنكية ما يلي:
أولاً: آلات الصرف الذاتي (ATM): ظهرت أجهزة الصراف الآلي في السبعينات كبديل لموظفي الصرافة في الفروع البنكية لتقليل عدد المعاملات داخل البنك، أما في الثمانينات بدأ الاهتمام بتخفيض التكاليف ومن ثم البحث عن تحقيق ميزة تنافسية¹.

حيث تعد أكثر الوحدات الالكترونية شيوعاً واستخداماً في مجال الخدمة البنكية، وتعرف بأنها محطات طرفية إلكترونية متصلة بالحاسب الآلي، يتم من خلالها تقديم الخدمات البنكية دون توقف ودون مساعدة من الصارف البشري (موظف البنك)²؛ فهو نظام يتيح للعملاء حملة البطاقات التعامل مع حساباتهم البنكية في أي وقت سواء في مواعيد العمل الرسمية أو غيرها وخلال الإجازات والعطلات على مدار 24 ساعة³.

كما يعتمد مفهوم آلات الصرف الذاتي على وجود اتصال بين الحاسب الرئيسي للبنك و آلة الصرف الذاتي، بحيث يمكن استقبال بيانات العميل كرقم التعريف الشخصي (PIN)*، رقم الحساب، رمز الخدمة المطلوبة، وهكذا، وذلك بمجرد قيامه بإدخال بطاقة التشغيل.

² محمد الصيرفي، إدارة المصارف، دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر، الإسكندرية، 2007، ص 67، 68.

¹ مركز البحوث المالية و المصرفية، أجهزة الصراف الآلي، مجلة الدراسات المالية و المصرفية، المجلد 07، العدد 03، سبتمبر 1999، ص 97.

² طارق طه، إدارة البنوك وتكنولوجيا المعلومات، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، مصر، 2007، ص 162.

³ ثناء علي القباني، النقود البلاستيكية، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2006، ص 96.

لتقوم الآلة بعد ذلك بإعطاء استجابات فورية تتمثل في الخدمات البنكية المطلوبة كالسحب النقدي، الإيداع النقدي، إيداع شيكات، كشف الحساب، بيان الأرصدة، تعليمات بتحديد ودیعة وقف صرف شيك... الخ¹.
ويتوصل العميل إلى أقرب أو أنسب أماكن آلات الصرف الذاتي من خلال البحث داخل الشبكة بأسلوبين هما:
2

أ- بحث داخلي: ويتم على مستوى البنك، حيث يقوم العميل بالدخول إلى موقع البنك الذي يتعامل معه على الشبكة، وإدخال المكان المناسب له، لتتولى الشبكة البحث، وإظهار النتيجة ممثلة في عرض آلات الصرف الذاتي التي تقع داخل النطاق الجغرافي المطلوب.

ب- بحث خارجي: ويتم على المستوى العالمي أو القاري، ويتطلب من العميل زيارة أي موقع عالمي لآلات الصرف الذاتي، ثم اختيار البلد الذي يرغب في التعامل مع آلات الصرف الذاتي المتاحة به لتتولى الشبكة البحث وعرض النتيجة فوراً.

كما أن هناك ثلاثة أنواع من آلات الصرف الذاتي:

- **آلات صرف بعيدة المدى:** وتتواجد في أماكن جغرافية بعيدة عن مبنى البنك، بحيث تعكس تلك الأماكن فرص محتملة للتوزيع البنكي نظراً لوجود تجمعات من العملاء الحاليين والمحتملين بها مثل النوادي الرياضية، الفنادق الكبرى... الخ وهي توفر بذلك الملاءمة المكانية للخدمة البنكية.
- **آلات صرف داخلية:** وتتواجد داخل صالات التعامل بمباني البنوك والعروض لامتناس الطلب الزائد عن طاقة منافذ الصرف والإيداع بغرض تخفيف صفوف الانتظار، أي توفير الملاءمة الأدائية للخدمة المقدمة لعميل البنك.
- **آلات صرف خارج المبنى:** وتتواجد خارج مبنى البنك بغرض توفير خدمات بنكية بعد ساعات العمل الرسمية، أي توفير الملاءمة الزمنية للخدمة.

خصائص الصّراف الآلي³:

- الخدمة السريعة مقارنة بإجراءات الصرف داخل البنك.
- خدمات الصّراف الآلي عملية وسهلة الاستخدام من قبل أي شخص.
- أجهزة الصّراف الآلي قريبة وملائمة لأماكن الشراء والتسوق.
- خدمات الصّراف الآلي تلغي الحاجة لحمل النقود.
- أجهزة الصّراف الآلي يمكن الوثوق بها بدرجة أكبر من غيرها نظراً لأنها على درجة عالية من الأمان وغير معرضة للأخطاء المحاسبية.

¹ طارق طه، إدارة البنوك وتكنولوجيا المعلومات، مرجع سبق ذكره، ص 166، 167.

² مدحت صادق، مرجع سبق ذكره، ص 280، 281.

³ أحمد سفر، أنظمة الدفع الالكترونية، مرجع سبق ذكره، ص 150.

- الصراف الآلي يغنيك عن التعامل مع غيره.

ثانيا: البنوك المنزلية: طبق هذا النظام لأول مرة سنة 1980 بواسطة بنك (uneted american) بولاية تينسي الأمريكية، ولكن استخدامه على النطاق التجاري الواسع لم يتحقق إلا بعد انتشار أجهزة الحاسبات الشخصية " PC " ويعتمد نظام البنوك المنزلية على ما يعرف بعملية تحويل وإعادة تحويل البيانات حتى يتم ربط الحاسب الآلي للبنك بالحاسب الشخصي الموجود بمنزل العملاء من خلال وسائط الاتصال (كشبكة الخطوط الهاتفية) ويعمل هذا الحاسب الشخصي كمحطة طرفية "terminal" يتم عن طريقها تقديم الخدمات البنكية (عرض أرصدة العميل بيان الشيكات المحصلة وتحت التحصيل، إرسال تعليمات للبنك كتحديد الودائع، تحويل مبلغ من حساب لآخر، طلب دفتر الشيكات...الخ) ¹.

ومن التسهيلات المتاحة للعميل بتقديم الخدمات البنكية المنزلية له مايلي:

-الاطلاع على أرصدة حساباته

-معرفة أسعار الفائدة على الودائع لاختيار أفضلها

-طلب دفتر الشيكات أو كشف الحساب

-القدرة على إجراء التحويلات النقدية بين الحسابات المختلفة للعميل

-القدرة على إجراء مدفوعات لحساب أشخاص أو هيئات أخرى

-إعطاء تعليمات للبنك بواسطة الكمبيوتر لسداد فواتير معينة في تاريخ لاحق

-شراء وبيع الأسهم والسندات في سوق الأوراق المالية ².

ثالثا: الوحدات الطرفية عند نقاط البيع (pos terminals): يتشابه هذا النظام مع البنوك المنزلية في اعتماده على شبكة اتصالات الحاسبات الآلية وعمليات التحويل وإعادة تته. أما وجه الاختلاف بينهما فيتمثل في أن عملية الاتصال في نظام الوحدات الطرفية تتم بين الحاسب الآلي للبنك وبين المحطة الطرفية الموجودة داخل المتاجر الكبرى والأسواق المركزية وذلك بدلا من الحاسبات الشخصية الموجودة داخل منازل العملاء ³.

رابعا: البنوك الهاتفية (phone Banks): هي نوع من الخدمات البنكية التي تقدم للعملاء على مدار الأربع وعشرون ساعة طوال اليوم، ويستطيع العميل فيها أن يطلب من البنك تحويل مبلغ من المال مقابل السلعة أو الخدمة التي اشتراها عبر الانترنت إلى البائع، ويتم ذلك بعد التأكد من شخصية العميل عن طريق إدخال الرقم السري الخاص بالعميل (PIN NUMBER) والمعطى له من قبل البنك، والتعرف كذلك على رقم هاتف العميل والذي يجري الاتصال به من خلال أرقام هاتفه المعروفة لدى البنك من قبل ⁴.

¹ أحمد سفر، أنظمة الدفع الالكترونية، المرجع نفسه، ص 279.

² عبد الفتاح بيومي حجازي، مقدمة في التجارة الالكترونية العربية، مرجع سبق ذكره، ص 398.

³ طارق طه، إدارة البنوك وتكنولوجيا المعلومات، مرجع سبق ذكره، ص 175-178.

⁴ الرومي محمد أمين، مرجع سبق ذكره، ص 142.

فهي خدمة بنكية حديثة بدأت البنوك باستخدامها وتقديمها للعملاء¹؛ خاصة لتقديم خدمات التجزئة، وبالإضافة إلى إجراء تحويل من حساب إلى آخر يمكن فتح حساب جديد وتلقي طلبات اقتراض وتسديد الفواتير².

وتتم المعاملات البنكية عن طريق البنوك الهاتفية" من خلال تحويل البيانات الرقمية المسجلة داخل الحاسب الآلي للبنك إلى إشارات تناظرية عبر شبكة الخطوط الهاتفية للرد على استفسار العميل، عن طريق صوت مبرمج كالرسائل المبرجة التي تسمع عند الاتصال بخدمة استعلام المحمول، والتي تطلب من العميل الضغط على أرقام محددة، كل رقم مخصص لاستعلام معين³."

ويوفر البنك على الانترنت خدمات تتمثل في⁴:

- شكل بسيط من أشكال النشرات الالكترونية الإعلانية عن الخدمات البنكية.
- إمداد العملاء بطريقة التأكد من أرصدهم لدى البنك.
- تقديم طريقة دفع العملاء للكمبيالات المسحوبة عليهم الكترونيا.
- كيفية إدارة المحافظ المالية للعملاء.
- طريقة تحويل الأموال بين حسابات العملاء المختلفة.

خامسا: بنوك الانترنت: تعرف على " أنها قناة توزيع بنكية قائمة بذاتها، حيث تمثل معالجة عصرية ومتطورة تلبي احتياجات قطاع سوقي متنم من العملاء، هم مستخدمي شبكة الانترنت⁵."

حقق انتشار الانترنت واستخدامه للبنوك إمكانية إتاحة خدمات البنك المنزلي ومن ثم اتجهت البنوك نحو التوسع في إنشاء مقر لها على الانترنت بدلا من إنشاء مقر ومباني جديدة لها حتى يستطيع العميل أن يصل إلى الفرع الالكتروني بطريقة أسهل، ويوفر البنك على الانترنت خدمات مثل⁶:

- شكل بسيط من أشكال النشرات الالكترونية الإعلانية عن الخدمات البنكية.
- إمداد العملاء بطريقة التأكد من أرصدهم لدى البنك.
- تقديم طريقة دفع العملاء للكمبيالات المسحوبة عليهم الكترونيا.
- كيفية إدارة المحافظ المالية للعملاء.
- طريقة تحويل الأموال بين حسابات العملاء المختلفة.

¹ لطرش الطاهر، تقنيات البنوك، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2001، ص 127.

² الصمادي حازم نعيم، المسؤولية في العمليات المصرفية الالكترونية، دار وائل للنشر و التوزيع، عمان، 2003، ص 30.

³ طارق طه، إدارة البنوك في بيئة العولمة والانترنت، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2007، ص 285.

⁴ رأفت رضوان، عالم التجارة الالكترونية، مرجع سبق ذكره، ص 61.

⁵ طارق طه، إدارة البنوك وتكنولوجيا المعلومات، مرجع سبق ذكره، ص 181.

⁶ رأفت رضوان، عالم التجارة الالكترونية، مرجع سبق ذكره، ص 61.

سادسا: الصيرفة المحمولة (**Mobile Banking**): وهي تلك الخدمات البنكية التي تتاح من خلال التليفون المحمول، من خلال استخدام العميل رقم سري يتيح له الدخول إلى حسابه للاستعلام عن أرصده، وكذلك للحصم منه تنفيذا لأي من الخدمات البنكية المطلوبة.

سابعا: التلفزيون الرقمي (**Digital Television**): وهو عبارة عن ربط عبر الأقمار الصناعية بين جهاز التلفزيون بالمنزل وبين حاسب البنك، وبالتالي يمكن الدخول من خلال رقم سري إلى حاسب البنك أو شبكة الانترنت، وتنفيذ العمليات المطلوبة. ويُعد هذا التلفزيون من أحدث القنوات التي تم ابتكارها، والتي تمكن البنوك من التفاعل مع العملاء في مواقعهم خصوصاً في المنزل مع ربات البيوت، لاسيما في حالة عدم توفر جهاز حاسب¹.

¹ ناظم محمد نوري الشمري، عبد الفتاح زهير عبد اللات، مرجع سبق ذكره، ص 31، 32.

المبحث الثاني: جودة الخدمات البنكية الالكترونية

إن ظهور عصر الخدمة الالكترونية كان نتيجة التوسع الهائل والسريع في اقتصاد المعلومات والشبكات الالكترونية، التي أعطت دفعا لمنظمات الأعمال عامة والبنوك على وجه الخصوص، كما وفرت لها فرصا تمكنهم من الوصول إلى العملاء وتقديمها لهم خدمات شخصية مفصلة على مقاساتهم وبمستويات من الجودة تناسب إدراكاتهم وتفوق توقعاتهم أحيانا.

المطلب الأول: مفهوم جودة الخدمات البنكية الالكترونية

1-تعريف الجودة: "هي الخصائص والصورة الكلية للمنتج التي تقوي القدرة على إشباع حاجات معينة أو ضمنية للعميل، وإنها خلو الخدمة من أي عيب أثناء إنجازها وأنها نتيجة الحكم المتعلقة بتوقعات العميل المدركة عن الخدمة والأداء الفعلي لها".

وعرفت الجمعية الأمريكية للجودة (ASQ) بأنها: "المجموع الكلي للمزايا والخصائص التي تؤثر في مقدرة سلعة أو خدمة معينة على تلبية حاجات معينة وأنها أشياء مختلفة تتفق مع محيط الأفراد¹".

وعرفها "DEMING": إن الجودة العالية للمنتج سواء كانت سلعة أو خدمة وما يرتبط به من إرضاء العملاء يمثل مفتاح النجاح لأي مؤسسة مهما كان نوعها أو طبيعة نشاطها² فالجودة إذا تعني عرض الخدمة على الزبائن وإظهارها لهم بما يرضي ويشبع حاجاتهم كما يتوقعونها وبأقل التكاليف وبالتالي فهي وسيلة لدعم المنافسة وكسب ولائهم.

ويرى البعض أن تعبير الجودة يشير إلى قدرة الإدارة على إنتاج سلعة أو تقديم خدمة تكون قادرة على الوفاء بحاجيات المستهلكين و العملاء³

2-تعريف جودة الخدمات:

تعرف على أنها "مقياس لدرجة تطابق الأداء الفعلي للخدمة مع توقعات العملاء لهذه الخدمة"⁴.

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

وهي "قياس مدى تطابق مستوى الجودة المقدمة مع توقعات المستفيد. فتقديم خدمة ذات جودة يعني في المحصلة النهائية أن تكون الخدمة متوافقة مع توقعات المستفيدين"⁶.

¹ تيسير العجارمة، مرجع سبق ذكره، ص329.

² زيدان محمد، جودة الخدمات المصرفية، المؤتمر العالمي الدولي حول الجودة والتميز في منظمات الأعمال، 7 - 8 ماي 2007، ص1.

³ فريد عبد الفتاح زين الدين، المنهج العلمي لتطبيق إدارة الجودة الشاملة في مصر العربية، دار الكتاب، مصر، 1996، ص9.

⁴ عوض بدير الحداد، مرجع سبق ذكره، ص33.

⁵ علي السلمي، إدارة الجودة الشاملة ومتطلبات التأهيل للأيزو9000، دار غريب للطباعة والنشر والتوزيع، 1995، ص18.

⁶ بشير عباس العلاق، حميد عبد النبي الطائي، تسويق الخدمات، دار زهران للنشر والتوزيع، عمان، 2007، ص257.

من خلال التعاريف السابقة يمكن استخلاص ما يلي:

- تتعلق جودة الخدمة أساسا بوجود علاقة بين المزايا المحققة فعلا من استعمال الخدمة والفوائد المرجوة منها.
- تتعلق جودة الخدمة بدرجة تطابق توقعات المستهلكين مع مدى إدراكهم للخدمات المقدمة فعلا.
- ترتبط جودة الخدمة بقدرتها على إرضاء العميل بصفة دائمة.

3- تعريف جودة الخدمات الالكترونية¹ : تعددت مفاهيم الجودة عند الباحثين حيث ارتكز مفهومها عند

البعض على أبعاد الجودة وعند البعض الآخر على أساليب قياسها .

ومن جملة المفاهيم الخاصة بتعريف جودة الخدمة البنكية نذكر منها:

عرفها (Zeithaml, et al 2000) على أنها" الفهم أو الإدراك للخدمة من من وجهات نظر مختلفة سواء قبل أو بعد تقديمها على شبكة الانترنت .ويمكن أن تفهم على أنها تقييم كفاءة وفعالية التسوق، الشراء والتسليم للمنتجات و الخدمات عبر الانترنت".

كما عرفها (Santos 2003) على أنها" التقييم الشامل للعملاء والحكم الصادر عن التميز والجودة في الخدمات الالكترونية التي تقدمها المؤسسات في السوق الافتراضية".

هي مقياس الدرجة التي يرقى إليها مستوى الخدمة المقدمة للعملاء ليقابل توقعاتهم، وبالتالي فإن تقديم خدمة ذات جودة متميزة يعني تطابق مستوى الجودة الفعلي مع توقعات العملاء أو التفوق عليها في بعض الأحيان. وتعرف أيضا: على أنها إرضاء لمتطلبات الزبائن ودراسة قدرة البنك على تحديد هذه المتطلبات والقدرة على التقائها، فإذا تبنى البنك عملية تقديم خدمات ذات جودة عالية يجب أن يسعى من خلالها التفوق على متطلبات الزبائن².

ويرى (cowling Newman) أن جودة الخدمات أصبحت واسعة الاستعمال لتحديد وتقييم الخدمة لمختلف المنظمات الخدمية بما في ذلك البنوك.

وقد حدد jun and cain 17 بعدا لقياس جودة الخدمة البنكية على الانترنت وتمثل في:

الاعتمادية، الاستجابة، الكفاءة، المجاملة، الوصول، الاتصال، فهم العملاء، التعاون والاستمرار في التحسن، المحتوى، الدقة، سهولة الاستعمال، الوقت المناسب، الصفة الجمالية الأمن، ومختلف العوامل الأخرى³.

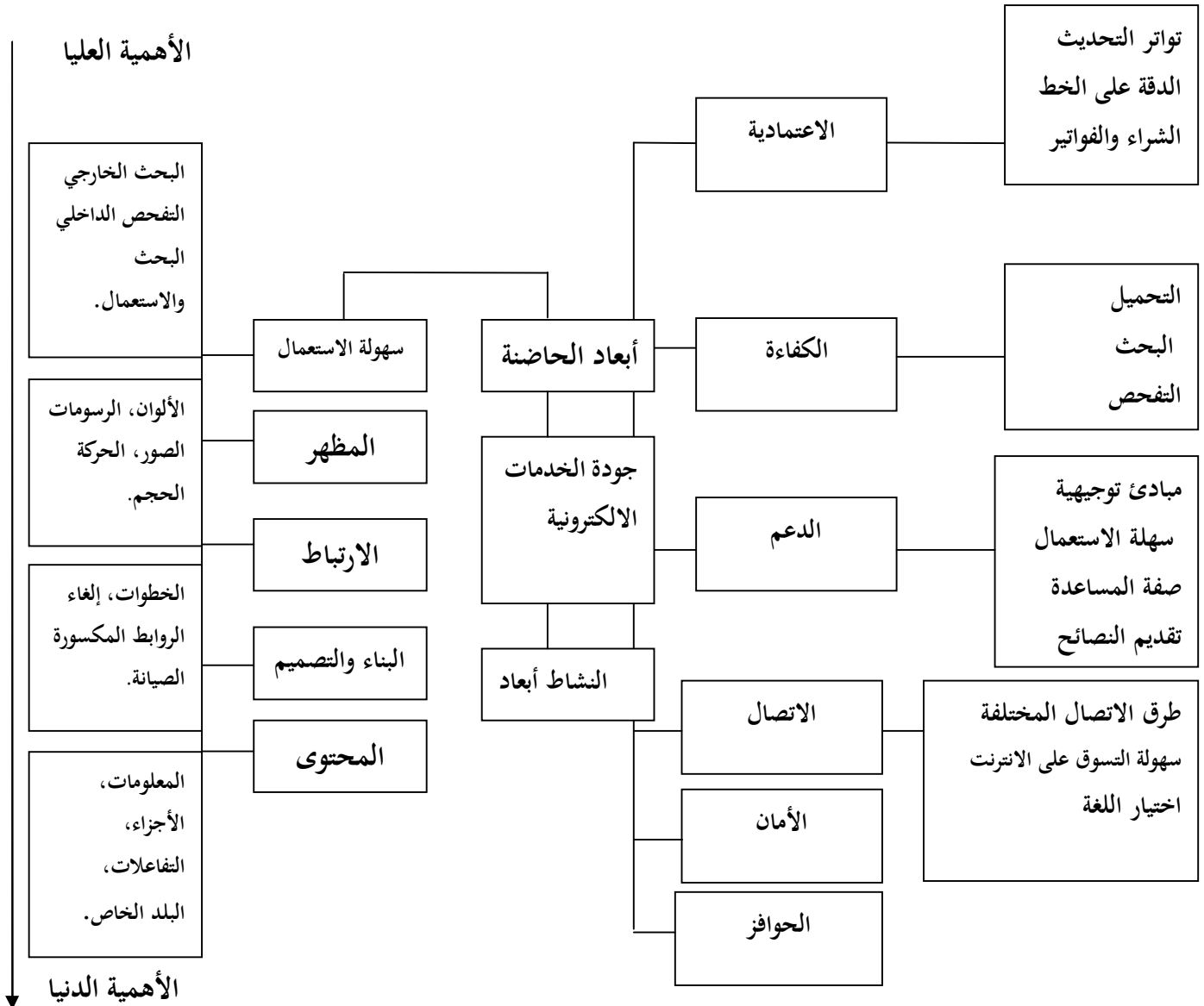
وقد أكدوا جميعا أن الأبعاد المهمة هي الاستجابة، الاعتمادية، الوصول. والشكل التالي يوضح أبعاد جودة الخدمات الالكترونية بالتفصيل.

¹ شيروف فضيلة، مرجع سبق ذكره، ص49.

² رعد حسن الصرف، أهمية دراسة العلاقة بين شبكة الانترنت وجودة الخدمة المصرفية، دراسة نظرية، مجلة العلوم الإنسانية، العدد2، ص32.

³ شيروف فضيلة، مرجع سبق ذكره، ص50.

الشكل رقم (1) : النموذج المفاهيمي لجودة الخدمات الالكترونية



Source: Santos, 2003. p239

المطلب الثاني: مستويات جودة الخدمات البنكية الالكترونية وأبعادها

الفرع الأول: مستويات جودة الخدمات البنكية الالكترونية

لجودة الخدمة المقدمة للزبائن مستويات متباينة إلا أنه يمكن تمييز خمسة مستويات لجودة الخدمة¹:

- الجودة التي يتوقعها الزبائن: وتمثل الجودة التي يرى الزبائن وجوب توفرها.
 - الجودة المدركة: من إدارة البنك وترى أنها مناسبة.
 - الجودة الفعلية: وهي الجودة التي تؤدي به الخدمة فعلا.
 - الجودة القياسية: وهي تلك الجودة التي تحدد بالمواصفات النوعية للخدمة.
 - الجودة المروجة للزبائن: وهي الجودة التي وعد بها الزبائن من خلال الحملات الترويجية.
- وترى "Payne" أن جودة الخدمة تتعلق بقدرة البنك على ملاقة توقعات العميل أو التفوق عليها، ويمكن ملاحظة جودة الخدمة من خلال قياس الأداء.

الفرع الثاني: أبعاد جودة الخدمات البنكية الالكترونية

الجودة هي ثمن الدخول إلى السوق في حين التميز في الخدمة هو ثمن النجاح، لذا تتمثل مفاتيح الجودة في تقديم الخدمات وفقا لمعايير ومواصفات محددة قد حددها بعض الكتاب بعشرة معايير تم دمجها في خمسة يستخدمها العميل في تقييم جودة الخدمة المقدمة، وهي:

أ - **الاعتمادية: (RELIABILITY)** وهي القدرة على إنجاز الخدمة المطلوبة باعتمادية ودقة وثبات، أي تشير إلى قدرة البنك على إنجاز الخدمة البنكية الموعودة بشكل دقيق يعتمد عليه. وبما أن العميل يريد أن يجري معاملاته مع المصارف التي تحافظ على وعودها خصوصا تلك المرتبطة بالميزات الجوهرية للخدمة، ولذا يجب على المصارف أن تكون على دراية بتوقعات العميل وذلك بالبحث عنها.

ب - **الاستجابة: (RESPONSIVENESS)** هي قدرة البنك على تقديم الخدمة بسرعة ومساعدة العملاء باستمرار. ويركز هذا البعد على الجمالة واللفظ أي التعامل مع طلبات العملاء من استفسارات وشكاوي ومشاكل بسرعة.

ج - **الأمان: (SECURITY)** ضمان السرية في المعاملات مع البنك والخلو من الخطورة والشك.

د - **الاهتمام والتعاطف: (EMPATHY)** يعني توافر صفات اللياقة والتأدب في شخص مقدم الخدمة وكذلك الكياسة والمودة والصدقة مع العملاء، حتى يبني علاقات جيدة معهم يسودها الاحترام مما يؤدي إلى سهولة الاتصال وتفهم العملاء والعناية بهم.

¹ تيسير العجاردة، مرجع سبق ذكره، ص 331.

هـ -العناصر الملموسة:هي مظهر التسهيلات المادية المتاحة لدى البنك وهي الأجهزة والمعدات ووسائل الاتصال التابعة للبنك) الصراف الآلي،معدات لتدقيق وحساب النقد (ومستلزمات الراحة للعملاء¹.

المطلب الثالث: التميز في جودة الخدمات البنكية الالكترونية

إن تبني استراتيجيات محددة للجودة يؤدي إلى تحقيق مجموعة من المزايا²:

- 1-تحقيق ميزة تنافسية فريدة عن بقية البنوك وبالتالي مواجهة الضغوط التنافسية.
- 2-تحمل تكاليف أقل بسبب قلة الأخطاء في العمليات البنكية.
- 3-إن الخدمة المتميزة تتيح الفرصة أمام البنوك لتقاضي أسعار وعملات أكبر.
- 4-إن الخدمة المتميزة تتيح الفرصة لبيع خدمات بنكية إضافية.(gross-selling) إن القدرة المتميزة تزيد قدرة البنك على الاحتفاظ بالعملاء الحاليين وجذب عملاء جدد.
- 6-إن الخدمة المتميزة تجعل من العملاء بمثابة مندوبي بيع للبنك في توجيه وإقناع عملاء جدد من الأصدقاء والزملاء.

وتتحقق الميزة التنافسية من خلال امتلاك البنوك لتكنولوجيا متطورة وتحكم أفضل في نظام المعلومات وأساليب الاتصال من جهة والتميز في نوعية وجودة الخدمة؛ والسرعة في أداء تقديمها وفي وقت (24 سا / 24سا) والاتصال مع العملاء لتلبية احتياجاتهم ومتطلباتهم من جهة أخرى؛ فجودة الخدمة البنكية تعد سلاحا تنافسيا فاعلا تأخذ به البنوك كوسيلة لتمييز خدماتها عن منافسيها لتعظيم أرباحها، ويمكن تقييم مجالات المنافسة بين البنوك من ناحيتين:

أولاً: الناحية الكمية: أي المادية الملموسة، وتؤثر على العملاء بدرجة كبيرة من حيث تشكيلة الخدمات البنكية وجودة المنتجات المقدمة.

ثانياً: الناحية الكيفية: وتؤثر على نفسية العملاء بدرجة ثانية وذلك بتمكين مستوى الخدمات البنكية المقدمة مع احتياجات العملاء ورغباتهم.

¹ شيروف فضيلة، مرجع سبق ذكره،ص 30.

² عوض بدير الحداد، مرجع سبق ذكره،ص 338 .

المبحث الثالث: الخدمات البنكية الالكترونية على الخط

مع تزايد الاعتماد على نظم الحواسيب في إدارة مختلف الأنشطة وازدياد أهمية القيمة الاقتصادية للمعلومات باعتبارها أهم مكونات اقتصاد المعرفة وبصفتها كيان معنوي، وفي ظل ذلك كان لابد من تطور مفهوم الخدمات البنكية على الخط لتحويل البنك من مجرد تنفيذ عمل عبر الخط إلى بنك له وجود كامل على الشبكة، ويحتوي موقعه كافة البرمجيات اللازمة للأعمال البنكية، وبذلك تطور مفهوم العمل البنكي من أداء خدمات بنكية خاصة بحسابات العميل إلى القيام بخدمات المال والاستشارة المالية وخدمات الاستثمار والتجارة والإدارة المالية... الخ.

المطلب الأول: الخدمات البنكية الالكترونية المقدمة على الخط

يمكن تصنيف الخدمات البنكية المقدمة على الخط إلى الفئات الآتية¹:

1- **الخدمات المعلوماتية (Informational Services)**: ويقوم البنك هنا بعرض الخدمات والمنتجات البنكية المقدمة ضمن موقع الكتروني عنكبوتي (Web Site) على الانترنت، وينطوي هذا النوع من الخدمات على مخاطر متدنية نسبيا، بسبب عدم وجود قناة اتصال الكتروني عبر الانترنت تمكن أحدا من الدخول إلى شبكة وأنظمة المعلومات الداخلية للبنك.

2- **الخدمات الاتصالية (Communicational Services)**: وهذا النوع من الخدمات على مخاطر أعلى، حيث إنه يسمح بنوع من الاتصال المحدود بشبكة وأنظمة المعلومات الداخلية للبنك، والمثال على هذه الخدمات: طلب كشف حساب وكذا تقديم طلب الحصول على تسهيلات ائتمانية.

3- **الخدمات التنفيذية (Exécutive Service)**: وهذا من الخدمات يسمح لعميل البنك تنفيذ الخدمة البنكية الالكترونية، حيث يمكن العميل من إجراء عمليات التحويل النقدي من الحساب ودفع الفواتير، وإجراء عمليات تنفيذية على حسابه وغيرها، ويعتبر هذا النوع هو الأكثر خطورة على الإطلاق حيث أنه يمكن عميل البنك من الدخول إلى أنظمة المعلومات الداخلية وتنفيذ العمليات المطلوبة.

المطلب الثاني: مقومات بناء موقع التجارة الالكترونية للبنك ومتطلبات البنوك الالكترونية

الفرع الأول: مقومات بناء موقع التجارة الالكترونية للبنك

يستطيع البنك أن يحقق نجاحا في عرض منتجاته والترويج لها على شبكة الانترنت ببناء موقع الكتروني يعتمد في إنشائه على زيارته لمواقع التجارة الالكترونية المفضلة والاطلاع على مواقع منافسيه على الشبكة. ولهذا الغرض عليه أن يولي اهتماما ببعض المقومات الأساسية التي تجعل موقعه مميذا وسهل الاستخدام لتحقيق أهدافه والمتمثلة في الاهتمام بـ:

1- **الصفحة الرئيسية للموقع (home page)**: تمثل الواجهة الرئيسية لنشاط البنك لأنها بوابته على الانترنت، لذا من الضروري أن تبقى في ذهنية المتعاملين بأن تترك لديهم انطباعا أوليا جيدا من أول زيارة لهم للموقع، فالانطباع الأول هو الانطباع الدائم، لهذا يلزم حرص البنك على توفير العناصر الأساسية في هذه الصفحة وأهمها:

¹ نادر الفرد قاحوش، مرجع سبق ذكره، ص 36 - 38.

- اسم البنك وشعاره، والحرص على أن يكونا واضحين.
 - رابط إلى صفحة خاصة بالمعلومات عن البنك تعرف به وبمنتجاته؛ تأخذ الزوار إلى أجزاء الموقع الأساسية وتجعل قائمة خيارات للموقع الانتقال بينها يسيرا.
 - صفحة خاصة تعرض كل ما هو جديد في الموقع عن البنك ونشاطه، وعن مشاريعه المستقبلية إن وجدت وعن خدماته الجديدة.

- وضع شريط الاستكشاف والبحث الذي يساعد العميل في التعرف على محتويات الموقع، باعتباره رابطا أساسيا يوصل العميل إلى ما يريده في الموقع من بيانات أو معلومات أو منتجات.¹
 - صفحة توضح سياسة حفظ الخصوصية المتبعة من قبل البنك ليطمئن عملاءه بالتعامل معه.
 - صفحة خاصة بالتعريف بعنوان البنك، هاتفه وبريده الالكتروني للتواصل مع عملائه.

2- تصميم وترتيب باقي الصفحات في الموقع: قد يصل العميل في كثير من الأحيان إلى إحدى الصفحات الفرعية للموقع الالكتروني للبنك دون المرور بالصفحة الرئيسية، خصوصا إذا قام بالبحث عن منتج محدد باستخدام إحدى محركات البحث، لهذا فإن الاهتمام بتصميم وترتيب جميع صفحات الموقع، لا يخرج عن مسار البنك في الاهتمام بالموقع كله.

3- الاهتمام بتصميم الموقع: يجب أن تراعي البنوك عند قيامها بتصميم موقعها الالكتروني على شبكة الانترنت:

- سهولة الإبحار والتنقل فيه.
- الحفاظ على تصميم بسيط له وغير مبالغ في استخدام الرسوم والألوان.
- سرعة ظهوره على شاشة متصفح العميل مع ضرورة قصر فترة تحميل الصفحات.

الفرع الثاني: متطلبات البنوك الالكترونية

أولاً: البنية التحتية التقنية: البنى التحتية للبنوك الالكترونية ليست ولا يمكن أن تكون معزولة عن بنى الاتصالات، وذلك إن البنوك وتقنية المعلومات التحتية للدولة ومختلف القطاعات الالكترونية تحي في بيئة الأعمال الالكترونية والتجارة الالكترونية، والمتطلب الرئيسي لضمان هذه الأعمال الناجحة وضمان دخول سلس وامن لعصر المعلومات، يتمثل في الاتصالات، وبقدر كفاءة البنى التحتية وسلامة سياسات السوق الاتصالي، هذا من جهة ومن جهة أخرى فان العنصر الثاني يتمثل في تقنية المعلومات من حيث الأجهزة والبرمجيات والحلول والكفاءات البشرية.

¹ يوسف أحمد أبو فارة، التسويق الإلكتروني-عناصر المزيج التسويقي عبر الانترنت، الطبعة الأولى، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، 2004، ص218.

ثانيا: الكفاءة الأدائية المتفوقة مع عصر التقنية: هذه الكفاءة القائمة على فهم احتياجات الأداء والتواصل ألتأهيلي والتدريبي، والاهم من ذلك أن تمتد كفاءة الأداء إلى كافة الوظائف الفنية والمالية والقانونية والاستثمارية والإدارية،المتصلة بالنشاط البنكي الالكتروني.

ثالثا: التطوير والاستمرارية والتفاعلية مع المستجدات: فالجمود وانتظار الآخرين، لا يتفق مع النقاط فرص التمييز، وربما يكون المبرر الخشية على أموال المساهمين واجتياز المخاطر، وهو أمر هام وضروري لكنه ليس عائقا عن الريادية، و بنفس القدر لا تعني الريادية في اقتحام الجديد والتسرع في التخطيطي للتعامل مع الجديد وإعداد العدة، لكنها حتما تتطلب السرعة في إنجاز ذلك.

رابعا: الرقابة التقنية الحيادية: إن واحد من عناصر النجاح، الارتكان للقادرين على التقييم الوضعي، ومن هنا أقامت غالبية مواقع البنوك الالكترونية جهات للمشورة في مجال عملها.

خامسا: التفاعل مع المتغيرات: أهمها الوسائل والاستراتيجيات الفنية والإدارية والمالية والتفاعلية لا نقصد بها التعامل مع الجديد فقط، أو مع البنى التقنية وإنما مع الأفكار والنظريات الحديثة في حقل البنوك¹.

المطلب الثالث: تقييم الموقع الالكتروني ومفاتيح النجاح لاعتماد المعاملات البنكية الالكترونية

يعتبر الموقع الالكتروني المرآة العاكسة للمنظمة، لأنه يعرض خدمات ومنتجات المنظمة ويوفر كل المعلومات عنها ويجدها مع تقديم كل التسهيلات اللازمة من تكنولوجيا لاعتماد المعاملات بسرعة وأمان. فمن خلاله يمكن أن يقيم العميل مدى جودة الخدمات البنكية الالكترونية المقدمة له، واتخاذ قرار اعتماد المعاملات البنكية عبر الانترنت أم لا.

الفرع الأول: تقييم الموقع الالكتروني للبنك²

وفقا لـ (william sabadie) و (jean- philippe) الذين نشرا دراسة عن تقييم مواقع الانترنت، حيث سعي الباحثان فيها لفهم العوامل الرئيسية في نجاح أي موقع تجاري على شبكة الانترنت. ولقياس تأثير الموقع التجاري على شبكة الانترنت هناك اتجاهين: اتجاه سلوكي يقيس سلوك المتعاملين مع الموقع، والوقت الذي يقضيه الزوار، ومسارهم المتواصل على الموقع من خلال سلوك التفحص وغيرها. واتجاه موقفي يقيس فعالية الموقع، والنية في المعاملات وغير ذلك. إذا في البداية هذه الدراسات ركزت على الجانب الإعلامي للموقع وإحراز تقدم في التطور التكنولوجي الذي يسمح باستخدام الصور، الحركة؛ وقواعد البيانات.

ولقد أخذت هذه الدراسات في عين الاعتبار أبعاد الأجوبة المرتبطة بالتفاعل والميزة الترفيهية والجمالية للموقع. ولقد تبين أن استخدام التكنولوجيا لا يمكن أن يخلق ميزة تنافسية في المدى الطويل لأنه من السهل تقليده، هذا ما يزيد إذا الخوف من التفريق أو التمييز بين علامات المؤسسات في ظل المنافسة التامة والكاملة.

¹ يوسف مسعداوي، ورقة بحثية بعنوان- البنوك الالكترونية-ملتقى المنظمة المصرفية الجزائرية والتحول الاقتصادي، جامعة البليدة، ص232، 233.

² شيروف فضيلة، مرجع سبق ذكره، ص 63 - 65.

لذلك كيف في ظل هذه الظروف يمكن للمؤسسات الافتراضية الحفاظ على تميز العلاقات مع عملائها؟ مع العلم أن الانترنت ينمو شيئاً فشيئاً والوسائط المتعددة يمكن أن توفر مستوى من الخدمات أعلى بكثير من مستوى الخدمات التقليدية، لذا نرى أن جودة الخدمات المقترحة من العملاء هي الطريقة الوحيدة للتمييز والتموقع.

إن الدراسات السلوكية يمكن أن تؤدي إلى تحليل أكثر دقة ووظيفته لردود فعل مستخدمي المواقع، إلا أنه لا يمكنها دائماً تفسير الدوافع وراء بعض السلوكيات مثل الرضا اختيار موقع بالنسبة لآخر... الخ. لهذا بعض الكتاب طوروا بناء متعدد الأبعاد قادر على فهم السلوكيات الملاحظة من طرف الدراسات السلوكية، وهي على وجه الخصوص الموقف اتجاه الموقع؛ الرضا؛ النية؛ الدخول والخروج من الموقع (العودة للموقع مرارا وتكرار). والنقطة المشتركة لهذين الاتجاهين هو أن الموقع ليس مجرد منفعة للحصول على معلومات وخصائص المنتجات أو الخدمات، واختيار أو تمرير الطلب. بل يأخذ في عين الاعتبار تدريجياً أبعاد أخرى مرتبطة بالتمتع بزيارة الموقع؛ والتفاعل الموجود بين المستخدم والموقع، وهي أربعة أبعاد أساسية :

أولاً: البعد الإعلامي: هي كل المعلومات التجارية، التقنية الموضوعية والذاتية التي يحتاجها المستخدم وترتبط معظم هذه المعلومات بالخدمة، المؤسسة أو نقاط البيع.

ثانياً: البعد الترويجي: هذا البعد يضم بعدان فرعيان: الأول هو البعد الجمالي لصياغة النص الموسيقى والألوان لجعل الموقع أكثر متعة. والبعد الثاني هو الميل للموقع الذي يقدم وسائل الراحة للمستخدم.

ثالثاً: البعد التفاعلي: التفاعل هو عامل متعدد الأبعاد على موقع الانترنت، ويظهر جلياً من خلال تفاعل الوظائف. رغم ذلك نفرق بين بعدين فرعيين. البعد الأول هو التفاعل مع الموقع الذي من خلاله نفهم المدى الذي يمكن للمستخدم من الاشتراك في تغيير شكل ومحتوى هذا الموقع في الوقت الحقيقي. والبعد الثاني هو مراعاة البعد الاجتماعي الذي يتوافق مع الاحتياجات التي حددتها المنفعة المادية، العلاقة، الخيار الجامح، والمعاملات التي تسمح بصياغة موقع لمجتمع حقيقي افتراضي.

رابعاً: البعد الفاعلي: هو وضع البرمجة اللازمة (logiciel) وأهمية ضغط الملفات حتى يتسنى تحسين إدخال المعلومات. كما أنه موقع مهياً وسهل للتفحص ويمكن قياس ذلك بالوقت اللازم للعثور على معلومات من الموقع. لذلك فإن تهيئة الموقع (بيئة الموقع) تتيح سرعة الحصول على المعلومات مع العلم أن هناك جزء مهم من هذه الفاعلية وهي إمكانية الهروب (echape) لمقترحات جديدة لأنها ترتبط مباشرة بجودة الاتصال la connexion.

إن الموقع على الانترنت ليس مجرد وسيلة اتصال تمكن البنوك من الوصول إلى العملاء الأكثر استهدافاً وبيع الخدمات المباشرة عبر الانترنت .

فالموقع حسب طبيعته لا يقتصر على موضوع الجمالية التي يمكن تقييمها حسب معايير الشكل والتصميم، بل موقع الانترنت البنكي يعتبر كسوق للخدمات يمكن أن يحدد طبيعة العلاقة بين البنك وعملائه ويحدد الوقت التفاعلي بينهم.

ومن الآثار الإيجابية للتكنولوجيا في التقاء الخدمات هناك ثلاثة مصادر للرضا هم:

- أولاً: **التخصيص والمرونة** : وتعني القدرة على التكيف مع الوقت الحقيقي للعملاء وتقديم الخدمة الشخصية . هناك شكل آخر من أشكال التخصيص أين يستخدم فيه المستهلك التكنولوجيا بهدف خلق خدمة لنفسه.
 - ثانياً: **خدمة التصحيح (تقويم الخدمة)**: إن العملاء على الانترنت يتوقعون تصحيح فعال في حالة حدوث خطأ؛ والميزة التفاعلية هو أن تكون التكنولوجيا قادرة على التعامل مع شكاوى المستهلكين وتقليل المشاكل.
 - ثالثاً: **متعة العفوية (التلقائية)**: توفر تجربة ممتعة وغير متوقعة للعميل وهو وسيلة لتحقيق الرضا (المنفعة) .
- الفرع الثاني: **مفاتيح النجاح لاعتماد المعاملات البنكية الالكترونية:**¹ إن اعتماد المعاملات البنكية عبر الانترنت أصبح ضرورة للبنك الذي يرغب في المحافظة على حصته في السوق، والحفاظ على زبائنه واكتساب زبائن جدد . غير أن اعتماده من قبل المصارف ليس واضح في كثير من الأحيان، لأن هناك عدة عوامل يمكن أن تعزز سرعة اعتماد المعاملات البنكية الالكترونية والبعض الآخر يجدها عقبة في سبيل اعتمادها.

2-1- دور الموقع في تقديم الخدمات البنكية الالكترونية:

- أ- تحسين جودة الخدمة البنكية مع تحقيق ميزتين إضافيتين وهي التفاعل وإمكانية الحصول على هذه الخدمة في العمل أو المنزل. تعتبر وسائل جديدة للترويج.
- ب- إعادة تنظيم العمليات الداخلية للبنك نحو مزيد من التواصل والتنسيق الأفضل للمهام. تكيف وتحسين العلاقات مع العملاء .

ج- أثر الخدمات البنكية الالكترونية كوسيط للاتصال المباشر بين المنتجين والمستهلكين.

إذا إن نجاح التكنولوجيا البنكية يعتمد إلى حد كبير على جاذبية تولدها بين المستخدمين (من حيث الخدمة، الود، السرعة) واستخدام هذه الأخيرة قادر على تطوير هذه الممارسات لتتماشى مع استراتيجيات البنوك.

2-2- وسائل وشروط وأغراض الاستخدام لموقع البنك:

إن الهدف من استخدام المصارف للموقع هو أداء جميع المعاملات البنكية الالكترونية.

أ - **وسائل الاستخدام**: هناك وسائل مختلفة للاستخدام تقدمها المصارف وهي:

- وسائل الاتصال في كل مكان تحقق وظيفة من الوظائف ذات علاقة بالعملاء) الاستماع دائما للعملاء وإنشاء علاقات معهم وجمع البيانات الشخصية لتخصيص علاقة، هذه الوسائل تتمثل في الدردشة، البريد الالكتروني، القوائم البريدية... الخ لإبقاء الاتصال مع العملاء خاصة الذين يحضرون بانتظام إلى الوكالات.
- وسائل ولاء العملاء مع المصارف بحيث تستفيد المصارف من شبكة الانترنت باتخاذ أسلوب لتنويع أعمالها من خلال الجمع بين المنتجات البنكية التقليدية والحديثة . والهدف هو تقديم موقع متكامل للمستخدمين على شبكة الانترنت والذي يمكنها من تنفيذ جميع معاملاتهم سواء البنكية أو غيرها.

¹ شيروف فضيلة، مرجع سبق ذكره، ص 76، 77.

- وسائل العمل: البنك يهدف لتطوير استخدامات أكثر عملية، فقد فوضت المعاملات عبر عمليات كالسحب وفحص الحسابات... الخ. وذلك لإتاحة (AMT) الانترنت للصراف الآلي المجال أمام المستخدمين للتدخل في الوقت الحقيقي لحساباتهم.

ب- شروط وأغراض الاستخدام:

- مساعدة المستخدمين في حل المشاكل والصعوبات أثناء الحوار مع الموقع.
- تسهيل عملية التفحص على الموقع من خلال توفير الإمكانيات التكنولوجية وغيرها من الروابط التفاعلية المتجانسة والمدركة.
- خفض التكاليف الناتجة عن استخدام الموقع.
- الموازنة بين خصائص الموقع واحتياجات المستخدمين.
- توفير نظام مراقبة للمستخدم لتوليد المزيد من الثقة في النظام.
- جعل المستخدمين أكثر فعالية في البحث عن المعلومات.
- وأخيرا توفير البيئة الرسومية، الصداقة والمرح التي استولى عليها المستخدم.

2-3- صناعة الخدمات في حالة تغيير مستمر:

يعتبر القطاع البنكي القطاع الأكثر تأثرا بالثورة التكنولوجية؛ لأنه مجال يعتمد على المعلومات التي بدورها تعتمد بشكل كبير على تكنولوجيا المعلومات والاتصالات للحصول على تحليل وتقديم البيانات لجميع المستخدمين، كما أنها تسمح للمصارف للتمييز بين عروض خدماتها مقارنة بمنافسيها، لذلك أجبرت المصارف على الابتكار وتحديث استراتيجياتها حتى تتجاوز بطريقة أكثر ملائمة مع متطلبات واحتياجات العملاء وتقديم الخدمات التي تناسبهم بأمان وثقة، أي إقامة إستراتيجية علائقية تتجلى في إنشاء ثقافة تمنح أولوية للعميل وإيجاد آلية تعزز معرفة وولاء أفضل لكل عميل، وبالتالي تحقيق رضا العميل الذي هو أساس العلاقة، فهي بالنسبة للبنك استهداف بناء شراكة حقيقية. نحن نعلم أن سوق الخدمات البنكية الآن مشبع والمنتجات أصبحت موحدة، فالفرق إذا لا يمكن أن يتم إلا عن طريق هذه الخدمة، ومن ثم تطوير علاقة شخصية مع العملاء وتصبح أساس العلاقة بين البنك والعميل هي الجودة في تقديم الخدمات، هذا لتحقيق هدف أولي هو ولاء العميل عبر الانترنت من خلال تقديم مجموعة كاملة من الخدمات عن طريق قنوات توزيع أكثر حداثة.

3- إعلان، ترويج وفاعلية الموقع الالكتروني للبنك

3-1 الإعلان البنكي الالكتروني

أولا: أدوات الإعلان البنكي الالكتروني: توفر شبكة الانترنت أدواتها للبنوك التجارية التي ترغب في نشر إعلاناتها الالكترونية التي تظهر على مختلف صفحات الويب المكونة لمواقع الويب الالكترونية التي اختارتها.

أ- الشريط الإعلاني¹: تعد طريقة الإعلان باستخدام الشريط الإعلاني الأهم والأكثر رواجاً في فضاء الويب، والطريقة الأكثر توليداً للدخل في نشاط الإعلان في مؤسسات الأعمال التي تروج لمنتجاتها لاسيما المؤسسات البنكية منها، ويكون نشر الأشرطة الإعلانية أكثر نجاعة في المواقع التي يرتادها العديد من العملاء.

يأخذ الشريط الإعلاني هيئة صورة مستطيلة ثابتة المحتوى أو متحركة، تتضمن شعار البنك وبيانات مختصرة عن البنك ومنتجاته، وتكون هذه البيانات جذابة، ملفتة للنظر تدفع العميل إلى النقر على الشريط لدخوله إلى الموقع الالكتروني للبنك والاطلاع على منتجاته التي يقدمها.

تحقق البنوك مزايا عديدة من استعمال هذه الأشرطة الإعلانية تتمثل في:

- وصول عملاء البنوك من خلال الشريط الإعلاني الذي يتم نشره في مواقع مختلفة إلى موقع البنك على شبكة الانترنت وهو الغرض الرئيسي من ذلك.

- زيادة معدل استذكار منتجات البنوك من قبل عملاءها.

- تعزيز اسم البنك في ذهنية عملاءه نتيجة تكرار مشاهدته.

- توفير كمية من المعلومات كافية وتفصيلية عن البنك ومنتجاته بالنقر على الشريط الإعلاني والوصول إلى موقع البنك، وذلك دون وجود قيود زمنية (متوفر خلال 24 ساعة في اليوم) أو مكانية (مساحة الإعلان لا تخضع لقيود كما هو الحال بالنسبة للوسائل التقليدية للإعلان). كما تقاس فاعلية الشريط الإعلاني بعدد النقرات عليه، والتي يتم ترجمتها إلى عدد زائري الموقع المعلن عنه، وقد ثبت أن ورود عبارة "click here" على الشريط ترفع من نسبة النقر وتم إثبات ذلك من قبل دراسة تابعة للمؤسسة "double click"².

ب- أسلوب الرعاية الإعلانية: وهو يعرف أيضا بأسلوب بتضمين المواقع، حيث يعرض الموقع الناشر للإعلان جزء من محتويات مواقع أخرى بصورة تفاعلية، يمكن أن تحتوي مكونات صوتية أو فيديو بناء على تفصيلات المستخدمين، ونوعية المعلومات التي يبحث عنها، وبالتالي تسمح إدارة هذه المواقع للمؤسسة الراعية للإعلان بأن ترعى إحدى زوايا الموقع المرتبطة بنشاطها³.

ثانيا: تفعيل الإعلان الالكتروني: لا يكفي قيام البنوك بعرض إعلاناتها الالكترونية على الشبكة، بل لابد من أن تسعى لتحقيق تأثير لدى عملاءها من خلال عرضها، هذا التأثير يمكن أن يتحقق عن طريق الاهتمام ب:

أ- المكان المناسب من صفحة الويب: يجب أن يقع اختيار البنوك على مكان بارز للإعلان في مواقع الويب المختارة، ويفضل أن يكون إلى الأعلى من صفحات الموقع لكونه موضعا يسجل فيه معدلات للنقر مرتفعة.

¹ العاني إيمان، مرجع سبق ذكره، ص 176.

² إبراهيم بختي، مرجع سبق ذكره، ص 133.

³ العاني إيمان، مرجع سبق ذكره، ص 177.

ب- مدة عرض الإعلان الالكتروني: عند القيام بنشر الإعلانات الالكترونية على المواقع المختلفة على الانترنت ينبغي أن تركز البنوك اهتمامها بمدة عرض هذه الإعلانات، إذ كلما كانت مدة الإعلان طويلة كلما كان الإعلان قادرا على إحداث التأثير المطلوب منه.

ج- مضمون الإعلان: إن اختيار محتوى الإعلان بعناية يؤدي إلى تحقيق الأهداف التي وضع لأجلها، وحتى يتحقق ذلك لابد من إجراء تحديث مستمر لمحتواه مع ما يتناسب مع السوق المستهدفة، والحرص على أن يكون مبتكرا من أجل التميز واستقطاب العملاء من مستخدمي الانترنت.

3-2 الترويج للموقع الالكتروني للبنك: بعد إنشاء الموقع الالكتروني للبنك على شبكة الإنترنت، يصبح الوقت مناسباً للترويج لهذا الموقع والتعريف به بكل الوسائل المتاحة من:

- تسجيل الموقع الالكتروني في محركات البحث على الإنترنت، فأكثر من 90 % من مستخدمي الإنترنت يبحثون في أكثر من محرك للبحث لإيجاد ما يحتاجونه¹.

- نشر العنوان الالكتروني في كل مكان مثل الكتيبات الدعائية، الإعلانات وكافة المراسلات.

- وضع إعلانات جذابة في المواقع الأخرى المشهورة، وهذا كفيل بجذب أعداد كبيرة من العملاء دون تحمل تكاليف باهظة، أو المشاركة في خدمة تبادل الإعلانات المقدمة من قبل الكثير من المؤسسات.

- تذكير الزوار بإضافة عنوان موقع البنك إلى لائحة مواقعهم المفضلة.

- الإعلان عن الموقع الالكتروني في المنتديات وحلقات النقاش².

3-3 فاعلية موقع الالكتروني للبنك: يمكن تحديد مستوى فاعلية موقع الويب البنكي من خلال مقاييس متعددة منها:

- مستوى رواج وشهرة الموقع خصوصا على المواقع البوابة والمواقع المشهورة.

- مستوى زيارة الزبائن للموقع، فزيادة عدد الزيارات للموقع ترفع من مستوى فاعليته.

- مستوى تحول العملاء من مواقع بنوك منافسة، فكلما زاد هذا المستوى كلما دل على نجاح الموقع في تحويل ولاء العملاء.

- مستوى أداء الموقع، ويجري قياسه بحساب معدل الثواني اللازمة لتحميل الصفحة الرئيسية للموقع.

- نسبة تعطل الموقع عن العمل فينبغي أن يعمل الموقع على مدار الساعة دون انقطاع، لأن التعطل يؤثر سلبا على مستوى فاعليته³.

¹ مثل (Submit Wizard)، شركات من (Mycomputer.Com) و (Network Solutions).

² يعقوب يوسف النجدي، فيصل محمد النعيم، التجارة الالكترونية - مبادئها ومقوماتها-، الدار العربية للعلوم، الطبعة الأولى، بيروت، 2002، ص53.

³ العاني إيمان، مرجع سبق ذكره، ص 173.

خلاصة:

أصبحت البنوك تعمل في بيئة أكثر تنافسية، ونتيجة لاستفادة البنوك من الانترنت أصبحت الصيرفة الالكترونية فرصة لزيادة ربحية البنك، وذلك باستخدام المزيد من أدوات ومجالات الصيرفة الالكترونية وهذا كله ناتج عن التطور التكنولوجي الذي أفرز العمل البنكي بشكل عام والعمل البنكي الالكتروني بشكل خاص، وهذا الأخير الذي يشمل الخدمات البنكية الالكترونية التي تتعامل معها البنوك وتقوم بتقديمها لمن يطلبها وتقديم خدمات الكترونية جديدة تلائم احتياجات العملاء و رغباتهم.

الفصل الثالث

دراسة مقارنة للخدمات الالكترونية المقدمة
في البنوك العمومية الجزائرية

تمهيد

نظرا للتطورات التكنولوجية و المعلوماتية السريعة التي يشهدها العالم بصفة عامة والاقتصاد الجزائري بصفة خاصة، فان البنوك الجزائرية تسعى لمواكبة هذه التغيرات العالمية واستغلال هذه التطورات في ابتكار أساليب وخدمات الكترونية جديدة، من أجل تفعيل نشاطها البنكي وتعزيز تنافسيتها داخليا وخارجيا؛ وذلك بتطوير خدماتها البنكية، هذا فضلا عن إيجاد الأساليب والطرق المناسبة لتحسين الخدمات البنكية الدولية المماثلة للبنوك المنافسة لتحقيق أهدافها.

وفي هذا الفصل قمنا بدراسة مقارنة وتقييمية بين البنوك العمومية الجزائرية بنك الفلاحة والتنمية الريفية BADR، بنك الجزائر الخارجي BEA وبنك التنمية المحلية BDL وذلك اعتمادا على مجموعة من المعايير.

المبحث الأول: عرض وتشخيص ونشأة البنوك BADR, BEA و BDL

المطلب الأول: تقديم عام لبنك الفلاحة و التنمية الريفية BADR

الفرع الأول: نشأة و تعريف بنك BADR

أولاً: لمحة عن إنشاء بنك الفلاحة و التنمية الريفية: تأسس بنك الفلاحة و التنمية الريفية في 13 مارس 1982 الموافق لـ 07 جمادى الأول 1402، بمقتضى المرسوم رقم 82-206 وفي الحقيقة تم تأسيسه تبعاً لإعادة هيكلة البنك الوطني الجزائري؛ تَكُونُ في البداية من 140 فرعاً، ولديه حالياً ما يقرب من 293 فرعاً و 39 مكاتب إقليمية¹.

ثانياً: تعريف بنك الفلاحة و التنمية الريفية: هو مؤسسة عمومية اقتصادية تتمتع بالشخصية المعنوية و الاستقلال المالي وكذا يتمتع بالاستقلالية في التسيير. إذن البنك هيئة اقتصادية تقدم خدمات مختلفة فهو هيئة للقرض يقوم بجمع الأموال المودعة من طرف الزبائن لإقراضها لأشخاص آخرين طبيعيين كانوا أو معنويين بسعر فائدة معين ومحدد من طرف بنك الجزائر وكذا يمارس تجارة النقود بيع و شراء العملة الصعبة بواسطة تكلفة القرض و يمكن له إعادة استثمار رأس المال و البنك مكلف بأخذ حصص على شكل أسهم إلزامية ضمن كل عملياته المالية.

فبنك BADR هو شركة مساهمة ذات رأس مال قدره 33 مليار دينار جزائري، يتكون من 13 مديرية مركزية، و 286 وكالة محلية للاستغلال و 31 فرع جهوي للاستغلال.

الفرع الثاني: المبادئ التي يركز عليها البنك: تتمثل جملة المبادئ التي يقوم عليها البنك فيما يلي:²

1. مبدأ الاستغلال: يهتم البنك عموماً بالزبون و يحرص على حسن استقباله، يقدم له الخدمات، يبادر بإعطائه المعلومات الصحيحة و الدقيقة حتى يكون على علم بكل ما يحدث في الساحة الاقتصادية مما يجعله مستقلاً عن الحكومة و عن الخارج.

2. مبدأ القرض و المخاطرة: إن البنك حريص على أموال المودعين له حتى يكون في مستوى الثقة، كما أنه ملزم بإعادة الحق إلى أهله خاصة وأن هناك ضمانات التي يطلبها البنك.

3. مبدأ السيولة النقدية: يتعامل البنك بأموال الناس، الذين إذا رغبوا بسحب ودائعهم يكون البنك حاضراً لطلباتهم، أي المال النقدي يكون جاهزاً لمواجهة طلبات السحب الآنية من قبل الزبائن.

4. مبدأ الخزينة: يتمثل في وجوب ترك نسبة معينة في خزينة البنك المركزي.

5. مبدأ الأمن: يلجأ المواطن إلى البنك من خلال تعاملاته التجارية وإدخال أمواله تفادياً للمخاطر التي يمكن

¹ <http://www.badr-bank.dz>

² بلعيد ذهبية، الرقابة المصرفية و دورها في تفعيل أداء البنوك التجارية، دراسة حالة بنك badr، رسالة ماجستير، جامعة البليدة، 2007، ص 137.

أن يتعرض لها كالسرقة، إذا البنك يعمل كجهاز أمن مطالب بل ملزم بالمراقبة الصارمة للإمضاءات وغيرها.¹

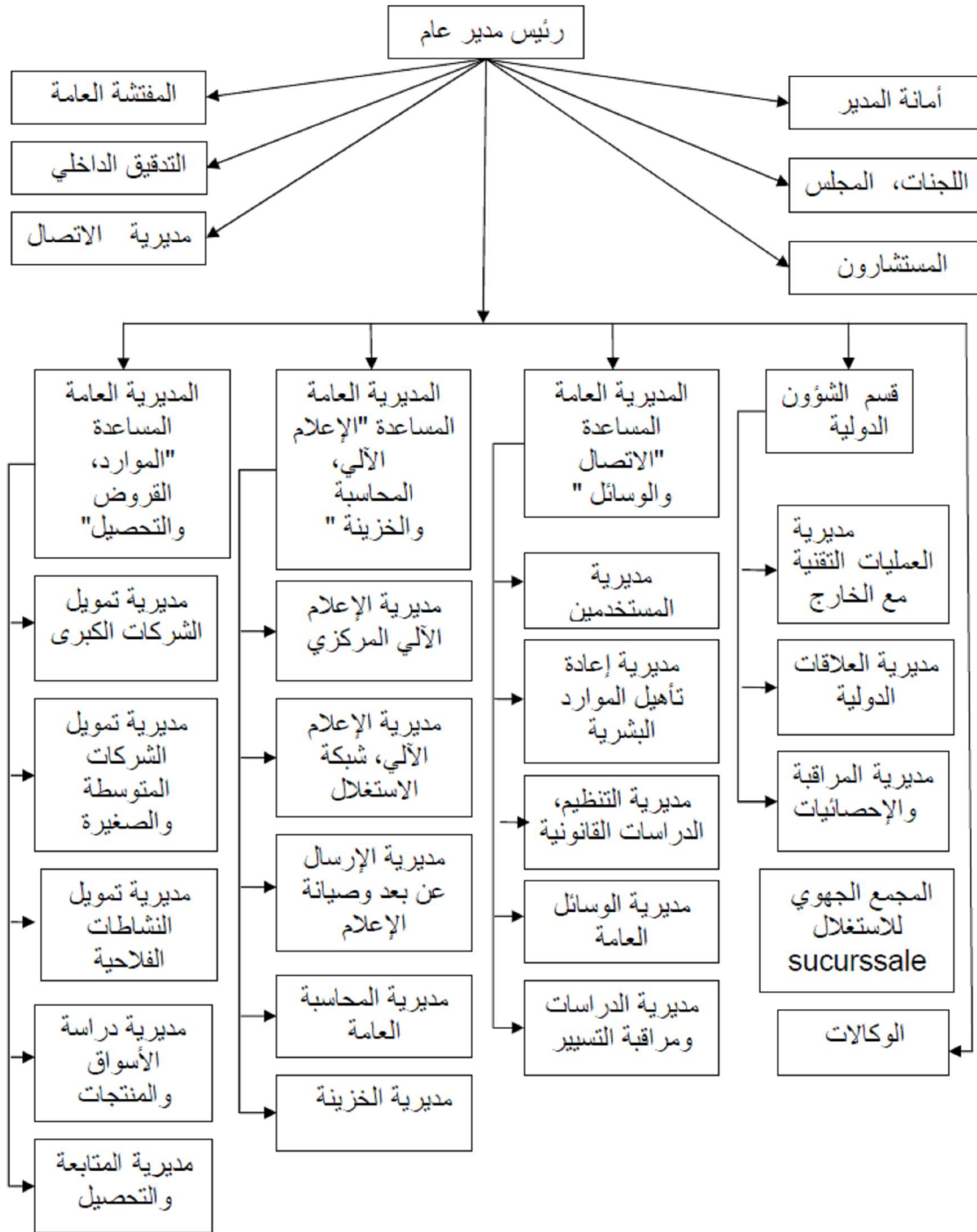
الفرع الثالث: المهام الرئيسية لبنك بدر BADR

- تجهيز جميع المعاملات الائتمانية، و العملات الأجنبية و الخزينة.
- فتح حسابات لأي شخص بناء على طلبها.
- تلقي الودائع.
- المشاركة في جمع المدخرات.
- المساهمة في التنمية الزراعية.
- ضمان وتشجيع الزراعة و الصناعات الزراعية و الغذائية و الزراعية و الصناعية و الحرفية.
- مراقبة كل المعاملات المالية للشركات المقيمة.
- التكيف مع المنتجات الجديدة بوجود إدارة ديناميكية.
- التنمية التجارية من خلال إدخال تقنيات إدارية جديدة مثل التسويق الالكتروني.
- ضمان التطور المنسجم للبنك في مجالات المتعلقة بأنشطته، مع توسيع و نشر شبكتها.
- رضا عملائها من خلال تقديم المنتجات و الخدمات التي تلي احتياجاتهم.

¹ بلعيد ذهبية، مرجع سبق ذكره، ص 106.

الفرع الرابع: الهيكل التنظيمي لبنك الفلاحة و التنمية الريفية BADR

الشكل (02): الهيكل التنظيمي لبنك BADR



المصدر: بلعيد ذهبية، ص 152.

المطلب الثاني: عرض، تشخيص ونشأة بنك الجزائر الخارجي BEA

الفرع الأول: نشأة بنك BEA

تم إنشاء البنك الخارجي الجزائري في 01 أكتوبر 1967 طبقا للمرسوم رقم 67-204 برأس مال قدره 76 مليار دينار جزائري، و تحصل البنك الخارجي الجزائري على هيكله النهائي في 01 جوان 1968، و تأسيسه يمثل المرحلة الأخيرة من إجراءات التأميم البنكي؛ حيث يسير من طرف رئيس مدير عام و مدير عام مساعد و ثلاث مستشارين، وهم مكلفون بالتسيير و تطبيق السياسة الخاصة بالبنك و تمثيله اتجاه الغير.

فمنذ 1970 كان البنك الخارجي الجزائري محل ثقة لجميع العمليات البنكية للمؤسسات الصناعية الكبرى مع المؤسسات الأجنبية (سوناطراك، شركة النقل البحري، شركات البناء... الخ)؛ وبفضل تطبيق القانون رقم 01-88 في 12 جانفي 1988 المتعلق باستقلالية المؤسسات، قام البنك الخارجي الجزائري بتغيير صيغته و أصبح يوم 5 فيفري 1989 مؤسسة بالأسهم، مع المحافظة على هدفه الأساسي المسطر بموجب القانون المؤرخ في 1 أكتوبر 1967؛ حاليا للبنك فرعين في الخارج هما: البنك الدولي العربي (باريس) والبنك العربي للإستثمار والتجارة الدولية (أبوضبي).

ويعد بنك الجزائر الخارجي ثالث مؤسسة مالية ذات طابع تجاري بعد كل من BNA و CPA، تبعا لسياسة الدولة غداة الاستقلال بتأميم النظام البنكي الذي كان يتكون من 5 مؤسسات بنكية:

- القرض الليوني CL.

- المؤسسة العامة SG.

- قرض الشمال C.N.

- البنك الجزائري المتوسط BIAN.

- بنك بركلينز.

كما يملك البنك الخارجي الجزائري شبكة لـ 92 وكالة متفرعة عبر التجمعات السكنية الكبرى و المناطق الصناعية ومناطق الإنتاج للمحروقات.

- عدد موظفيه 4140 عامل.

- إن البنك الخارجي الجزائري له علاقة بشبكة من 1450 مراسل بنكي موزعين عبر 41 بلد.

- يسير البنك الخارجي الجزائري أكثر من 35 % من التجارة المحلية.

الفرع الثاني: أهداف بنك الجزائر الخارجي BEA

- تحفيز وتشجيع وتمويل العمليات التجارية مع باقي بلدان العالم.

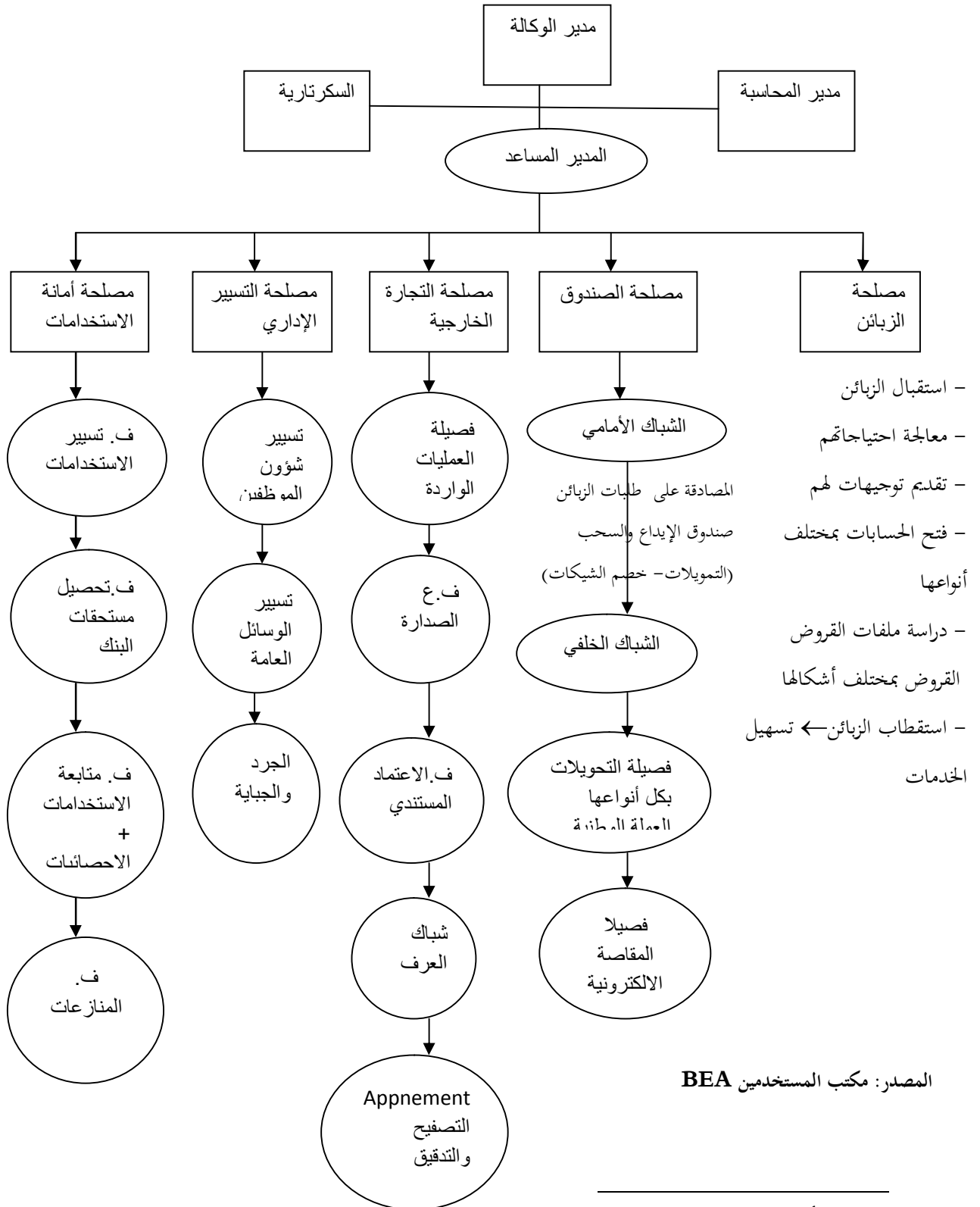
- تسهيل تنمية الإصلاح الاقتصادي بين الجزائر والخارج.

- ضمان التنفيذ الجيد للالتزامات الناتجة بين أسواق الدول والجماعات المحلية.

- توسيع حصته في السوق في مجال المشاريع والصناعات الصغيرة والمتوسطة و تعزيز الموقف الدولي الرائد¹.

الفرع الثالث: الهيكل التنظيمي لبنك الجزائر الخارجي BEA

الشكل (03): الهيكل التنظيمي لبنك الجزائر الخارجي BEA



الفرع الرابع: منتجات بنك الجزائر الخارجي BEA

- التحويلات.
- الصكوك المضمونة.
- تسليم الشيكات (تحصيل).
- السحب و الدفع.
- التوطين.
- الاعتماد.
- فتح الحسابات لاجل وتحت النظر.
- تقديم النصائح للزبائن.

الفرع الأول: نشأة بنك BDL

تأسس بنك التنمية المحلية بموجب المرسوم رقم 85-89 المؤرخ في 30 / 04 / 1985 منبثقا عن القرض الشعبي الجزائري (CPA)، بطلب من الحكومة و ذلك قصد تمويل عمليات البنى التحتية العقارية و كذا تمويل المناطق النائية في البلاد وكذلك كونه لم تلقى نصيبها من التمويل خصوصا و أن البنوك الجزائرية الأخرى كان لها أهداف محددة بتنمية القطاعات الاقتصادية و بذلك فرضت هذه التطورات قيام بنوك من هذا النوع و هو نفسه الأمر الذي يفسر تأخر تأسيس بنك التنمية المحلية لمدة 20 سنة بعد الاستقلال تقريبا حيث أخذ نحو " 35 " فرعا من فروع القرض الشعبي الجزائري (CPA) منتشرة في المناطق و الولايات و جمعها تحت اسم هذا البنك الرائد.

الفرع الثاني: تعريف بنك BDL

هو أحد البنوك العامة، برأس مال قدره 15800 مليون دينار جزائري، ويتكون من 149 وكالة منتشرة بإحكام على مستوى التراب الوطني، بما في ذلك 143 وكالة مكلفة بتسيير العمليات البنكية التي وضعت تحت مسؤوليتها و 6 وكالات مختصة في منح قروض على الرهن، وهو النشاط الذي ينفرد به بنك التنمية المحلية و يميزه عن باقي البنوك؛ فبنك التنمية المحلية هو بنك المؤسسات الصغيرة والمتوسطة - الصناعات الصغيرة والمتوسطة - والتجارة في أوسع معانيها، ثم بنك المهن الحرة والأفراد والعائلات؛ فالبنك له الدور الرئيسي في تمويل المشاريع السكنية وذلك عن طريق دعم و مرافقة أصحاب مشاريع الترقية العقارية.

و عليه فإن بنك التنمية المحلية يقوم بعدة مهام منها :

- تمويل العمليات الاستثمارية المنتجة المخططة التي تبادر بها الجماعات المحلية.
- تمويل المؤسسات والمقاولات العمومية ذات الطابع العمومي و الموضوعة تحت وصاية البلديات والولايات.
- العمليات التي لها صلة بالقروض على الرهن (الرهن الحيازي).
- تمويل الأشخاص الطبيعيين أو المعنويين حسب الشروط والأشكال المعمول بها.

- العمليات التجارية الداخلية، الجهوية والمحلية.
 - المساهمة في المخططات والبرامج التنموية والقطاعية.
 - القيام بجميع العمليات البنكية: (القرض - الصرف)
- وقد سعى بنك التنمية المحلية إلى تحقيق جملة من الأهداف سطرها قصد نيل رضى وثقة المتعاملين الاقتصاديين أفرادا كانوا أو مؤسسات وذلك بـ :
- كسب ثقة و احترام الزبائن وهذا بتحسين نوعية الخدمات.
 - تحقيق مردودية في الإنتاج والإنتاجية ضمن إطار منح القروض.
 - رفع مساهمات الجماعات المحلية في الاقتصاد الوطني.
 - المشاركة الفعالة في تطوير الاقتصاد الوطني.
 - تعزيز الاستثمار بتشجيع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة _ الصناعات الصغيرة والمتوسطة في جميع القطاعات.
 - تلبية الاحتياجات التمويلية للأفراد.

المبحث الثاني: تقييم الخدمات البنكية الالكترونية المقدمة من قبل BDL و BEA ، BADR

لقد خاضت بعض البنوك في الجزائر عالم الصيرفة الالكترونية كضرورة حتمية، حيث قامت بعرض خدماتها التقليدية عبر الانترنت ووفرت خدمة البنك الالكتروني عن بعد لتلبية احتياجات العملاء.

المطلب الأول: الخدمات الالكترونية في بنك بدر BADR

بادر بنك " بدر " في تقديم الخدمات الالكترونية عبر الانترنت واستخدم البطاقات البنكية عبر الصرافات الآلية، وكان أول من قدم خدمة "البنك الإلكتروني"؛ هذا ما مكن المتعاملين من الإطلاع على أرصدهم وممارسة خدمات الدفع البنكي من تسديد للفواتير وطلب دفاتر الشيكات.

خدمة " BADRnet " مخصصة حصرا لزيائن بنك الفلاحة و التنمية الريفية، الخواص و المؤسسات.

الخدمات البنكية على الخط في بنك BADR تسمح لكم بـ:¹

- إدارة مجموع حساباتكم من خلال جهاز الحاسوب الخاص بكم 7 أيام / 7 أيام، 24 سا / 24 سا
- استشارة جميع عملياتكم شهريا " 30 يوم "
- تحقيق بحث و إيجاد العملية التي تهمكم.
- تحميل كشوفكم في Excel، PDF، أو SCV.
- استشارة سير الرموز.
- استقبال الرسائل الشخصية بالرجوع إلى بنككم.
- إرسال ملفات تحويل الأرصدة و الاقتطاعات بأمان.
- توقيع أنظمتك لتحويلات الأرصدة و/أو للاقتطاعات.
- استشارة حالة أنظمتك لتحويلات الأرصدة و/أو للاقتطاعات.

الفرع الأول: محتويات الموقع الالكتروني لبنك بدر BADR

1- عرض الصفحة الرئيسية لموقع بنك بدر BADR: تعرض الصفحة الرئيسية الواجهة لبنك بدر مختلف الخدمات والمنتجات التقليدية و الالكترونية عبر موقعه <http://www.badr-bank.dz/>، وبالذخول إلى أي منها تفتح لنا صفحة رئيسة أخرى، أي بمعنى يمكن من خلال هذه الصفحة الانتقال إلى كل عنصر من العناصر الأخرى دون الرجوع إلى الصفحة الرئيسية الواجهة، وتعرض الصفحة الرئيسية أيضا لوحات إخبارية و أهم المعارض التي قام بها البنك؛ كما هو موضح في الشكل التالي:

¹ <http://ebanking.badr.dz>

الشكل رقم (04) : الصفحة الرئيسية لموقع بنك بدر

المصدر: <http://www.badr-bank.dz>

بعد النقر على الجملة الموجودة أسفل الصفحة الرئيسية إلى اليسار BADRnet ننتقل مباشرة إلى خدمات بدر الالكترونية

2- خدمة البنك الالكتروني: هي خدمة تسمح للعملاء بفحص حساباتهم عبر الانترنت خلال 24/24 سا و 7/7 أيام، ومن أجل الاستفادة من هذه الخدمة BADRnet، يتطلب اشتراك سابق لدى وكالتكم أين عُيّن محل دفع أرصدتكم، وبعد 04 أيام سترسل لكم اسم مستعمل " Numéro d'abonné " و كلمة مرور " mot de passe " اللذان يسمحان لكم بالدخول إلى الموقع <http://ebanking.badr.dz> لبنك BADR، ويتم الدخول للبنك الالكتروني من خلال التأشير على فحص الحساب على الصفحة الرئيسية لموقع البنك.

وللاشتراك في موقع " BADRnet " يجب أن تكون متصل بالإنترنت، و الدخول إلى بوابة " BADRnet " يمكن استعمال أحد الموقعين: <http://www.badr-bank.net> أو <http://ebanking.badr.dz>

الشكل رقم (05) : خدمة البنك على الخط



المصدر: <http://ebanking.badr.dz>

ستعرض علينا قائمة على اليسار، للدخول إلى الخدمة نضغط على "Accéder à vos comptes" "أدخل إلى رصيدكم".

سنلاحظ بأننا في فرع مؤمن بالملاح قفل في أسفل يمين جهاز الكمبيوتر، ثم نحفظ رقم الاشتراك الذي بعث لنا من طرف الوكالة و نضغط على " Valider"، " تثبيت " ستظهر لوحة مفاتيح افتراضية باستعمال الفأرة ندخل كلمة المرور على لوحة المفاتيح الافتراضية و نثبت.

ملاحظة :

- لوحة المفاتيح الافتراضية تستعمل من أجل الأمان .
- كلمة المرور يجب أن تتكون من 6 رموز ننصحكم باختيار كلمة مرور صعبة كفاية ولكن سهلة للحفظ من طرفكم.
- لوحة المفاتيح الافتراضية تحتوي على أرقام فقط من " 0 إلى 9 " أي كلمة المرور يجب أن تكون مكونة من أرقام فقط.
- نحن نوصيكم باجتناح استعمال كلمة مرور بديهية مثل تاريخ الازدياد أو أيضا 123456 كمثال لأنها قد تكشف بسرعة .

الشكل رقم (06): صفحة الدخول لفحص الحساب البنكي

المصدر: <http://ebanking.badr.dz>

الفرع الثاني: خطوات الحصول على الخدمات المقدمة من بنك BADR

1 - رصيد الحسابات: بعد إدخال العميل لرقم الاشتراك وكلمة المرور الخاص به، يعرض البنك الالكتروني مباشرة كشف الحساب الخاص به، كما تسمح هذه الصفحة كذلك بتحميل نسخة عن كل العمليات التي تمت على الحساب في شكل ملف xls أو pdf حسب اختيار الزبون كما هو مبين في الشكل التالي.

الشكل رقم (07): عرض الحساب البنكي الخاص بالعميل

Liquidiés et épargne	Titulaire	Date du solde	Devise du compte	Solde
Compte Courant	01000583576A	CLIENT DE DEMONSTRATION	DZD	0,00
Compte Epargne	01000878782C	CLIENT DE DEMONSTRATION	DZD	0,00
Total de vos avoirs (exprimé en EUR)				0,00

المصدر: <http://ebanking.badr.dz>

2 - البحث عن العمليات: خدمة " BADRnet " تسمح لكم بإنجاز بحوث عمليات حسابكم، تستطيعون بالضغط على Recherche " بحث " في الخانة بحث عملية على هذا الحساب Recherche une opération sur ce compte الواقعة أسفل هذا الجدول، ستدخلون إذن إلى الشاشة التالية:

الشكل رقم (08) : البحث عن العمليات

المصدر: <http://ebanking.badr.dz>

- البحث يمكن أن يتم بين تاريخين " تاريخ العملية في البداية و تاريخ العملية في النهاية " .
 - أنتم تستطيعون إذن إضافة معايير مثل القيمة الدنيا للعملية أو القيمة العليا لها.
 - باختيار " Devise de contre valorisation " ، " رمز ضد تقييم " ستحصلون على النتيجة التالية للرمز المختار، آليا إنه رمز الحساب .
 - بالضغط على صفحة " Recherche " ستظهر لك نتائج البحث.
- 3- طلب دفتر الشيكات : إذا أراد العميل طلب دفتر شيكات الكتروني دون الانتقال إلى الوكالة، فبنك بدر يسمح لكم بالدخول إلى طلب دفتر الشيكات وتعبئة الاستمارة الموجودة في الشكل الموالي:
- الشكل رقم (09) : طلب دفتر الشيكات

المصدر: <http://ebanking.badr.dz>

4- طلب تغيير كلمة المرور: تسمح هذه الخدمة للعميل بتغيير كلمة المرور التي يستخدمها في حالة ما أحس أن الكلمة السابقة سهلة ومن الممكن اكتشافها، وهذا نوع من الحيطة من طرف العميل والسرية والأمن من طرف البنك، الذي عادة ما ينصح العملاء بتغييرها عندما يتجاوز استخدامها حدا معين.
الشكل رقم: (10) طلب تغيير كلمة المرور

المصدر: <http://ebanking.badr.dz>

5- خدمة طلب الاشتراك في البنك عن بعد: إذا أراد العميل طلب الاشتراك في خدمة البنك الالكتروني عليه ملئ الاستمارة الموجودة في الشكل الموالي:

الشكل رقم: (11) استمارة الاشتراك أو التسجيل عبر الانترنت

المصدر: <http://ebanking.badr.dz>

6- خدمة البريد الالكتروني: إذا كان للعميل أي استفسارات أو مشاكل عليه استخدام البريد الالكتروني الخاص كما هو موضح في الشكل التالي.

الشكل رقم: (12) البريد الالكتروني



المصدر: <http://www.badr-bank.dz>

7 - تحويل الملفات "الخاصة بالزبائن المشتركين في المؤسسة: في عمود القائمة العمومية يسار الشاشة يمكن الوصول إلى خدمة تحويل مثل ما هو موضح في الواجهة الموالية، إنها تحويلات للملفات، تحويل الأرصدة القريبة جدا وملفات الاقتطاعات.

وبالضغط على "تحويل" أو "Transfert" في خانة القائمة ستظهر الخدمات الجديدة التي من خلالها يتم الحصول على عقد؛ وهذه الخدمات هي كالتالي:

- إرسال ملفات أو إرسال تخفيضات أو "Envoyer vos remises" في القائمة على يسار الشاشة.

- ملفات متوفرة أو "Télécharger vos fichiers" أو تحميل الملفات في القائمة من اليسار.

- توقيع الأسهم.

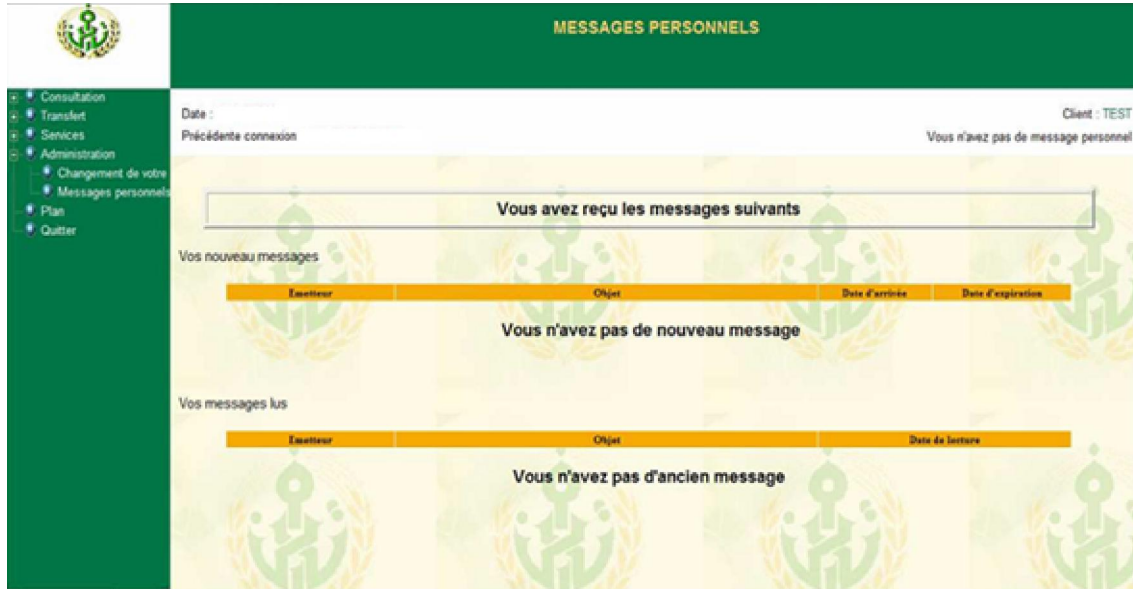
الشكل (13): تحويل الملفات



المصدر: <http://ebanking.badr.dz>

8 - الرسائل الشخصية : بفضل خدمة البنك عن بعد لـ BADR يمكن لبنككم أو وكالتكم أن تترك رسالة شخصية .

من أجل الاستشارة اضغط على " إدارة " أو " Administration " في قائمة اليسار ثم على " رسائل شخصية " أو " Messages personnels " .
الشكل (14): إرسال الرسائل الشخصية



المصدر: <http://ebanking.badr.dz>

9- بطاقة السحب CIB لبنك الفلاحة و التنمية الريفية BADR

تعتبر البطاقة البنكية ما بين البنوك لبنك بدر أداة للسحب و الدفع، وينظر إليها كوسيلة لتحسين خدمة العملاء لهذا فإن تطوير البطاقة يتوقف على عنصرين هامين هما¹:

- التجار الذين يقبلون الدفع عن طريق البطاقة البنكية.
- الأفراد الحاملين للبطاقة.
- كما أنها تعتبر بطاقة وطنية صالحة في الجزائر فقط وتسمح لحاملها ب:
- تسديد المشتريات من السلع و الخدمات من مختلف المحلات التجارية، ودفع فواتير المطاعم و الفنادق المشتركين.
- القيام بسحوبات نقدية من الوكالات البنكية لبنك بدر، والصرافات الآلية.
- كما أن البطاقة البنكية توفر الوقت والجهد، وتتميز بالسرعة والتوفر في كل المناطق الإقليمية.

¹ <http://ebanking.badr.dz>

- يكون السحب حسب الدخل الشهري المنصوص عليه في العقد بين العميل والبنك؛ أي يمكنه سحب 80% من هذا الدخل، كما يمكنه سحب هذه النسبة على عدة مرات، بشرط أن تكون المدة بين عملية السحب الأولى وعملية السحب الأخرى هو يومين، حتى يتم اقتطاعه من الحساب الخاص بالعميل من قبل المالية la monétique في الجزائر حتى لا يصبح الحساب دائن وإلا تعرض الحساب للغلق من قبل البنك.

10- أنواع البطاقات البنكية المقدمة من بنك بدر **BADR**: يقدم بنك بدر لعملائه خدمات البطاقات البنكية الدولية من أجل أفضل طرق لسحب وودفع التعويضات، تمكنك شراء ما تريد دون خوف من نفاذ الأموال، وكذا المزيد من الأموال في محفظتك، سهولة الوصول، آمنة وسهلة التنفيذ.

الشكل (15): أنواع البطاقات البنكية المقدمة من بنك بدر

Carte CIB Classique

La carte CIB est une carte nationale de retrait et de paiement valable uniquement en Algérie. Elle permet à son titulaire (Porteur) d'effectuer des retraits d'espèces auprès des Guichets Automatiques de Banques G.A.B.



Carte CIB Gold

La carte Gold est proposée à la clientèle selon les critères arrêtés. Outre le paiement et le retrait d'espèces, cette carte offre des fonctionnalités supplémentaires et des plafonds de retrait et de paiement plus importants.



Carte CBR

La carte C.B.R. est une carte nationale de retrait valable uniquement en Algérie. Elle permet à son titulaire (Porteur) d'effectuer des retraits d'espèces auprès des Guichets Automatiques de Banques G.A.B.



Carte BADR TAWFIR

La carte BADR TAWFIR est une carte nationale de retrait et de virement adossée au compte LEB valable uniquement en Algérie. Elle permet à son titulaire (Porteur) d'effectuer des retraits d'espèces auprès des Guichets Automatiques de Banques G.A.B. du réseau monétique interbancaire. Elle permet également d'effectuer des virements auprès des GAB de la BADR.



TPE

Un terminal de paiement électronique, appelé communément TPE, est un appareil électronique installé sur votre point de vente. C'est un atout commercial qui vous permet d'accepter et de traiter de manière sécurisée les paiements.



المصدر: <http://ebanking.badr.dz>

الشكل (16): تبادلات أسعار الصرف

CHANGE			
Cours des principales devises : Session 02/06/2013			
	1 CAD	75.07	79.69
	100 DKK	1377.4677	1378.2625
	100 SEK	1194.6794	1196.479
	100 NOK	1344.6542	1348.4935
	1 AED	21.5199	21.5312
	1 SAR	21.0769	21.0868

المصدر: <http://www.badr-bank.dz>

أما بالنسبة لموقع البنك باللغتين العربية والانجليزية فالصفحتين قيد الإنشاء.

الشكل (17): صفحة الموقع باللغتين العربية والانجليزية قيد الإنشاء



المصدر: <http://www.badr-bank.dz>

المطلب الثاني: الخدمات البنكية عبر الانترنت لبنك الجزائر الخارجي BEA

بادر بنك الجزائر الخارجي BEA هو الآخر في تقديم خدماته عبر الانترنت، وقدم خدمة البنك على الخط. 1- عرض الصفحة الرئيسية لبنك الجزائر الخارجي BEA: تقوم الصفحة الرئيسية لموقع بنك BEA على الانترنت لاستقبال العملاء، حيث تحتوي على عدة صفحات ثانوية، يمكن الدخول لكل منها على حدا من خلال الخيارات الموجودة في أعلى الصفحة كما يعرض أرقام مقر البنك مثل ما هو موضح في الشكل التالي:

الشكل (18): الصفحة الرئيسية لموقع بنك الجزائر الخارجي BEA

المصدر : <http://www.bea.dz/>

2- خريطة الموقع: هي اختصار للصفحات المختلفة؛ لكنها تستخدم أيضا في الحصول على لمحة عامة عن المواضيع الواردة في الموقع أو في الصفحة الرئيسية، والشكل التالي يوضح ذلك.

الشكل (19): خريطة موقع بنك الجزائر الخارجي BEA

المصدر : <http://ebanking.bea.dz/>

3- خدمات E-Banking

الخدمة البنكية عن بعد، يتم توفيرها من قبل وتسمح للعملاء الاستفادة من الخدمات البنكية مثل: فحص الحسابات، الأرصدة، الحركات المالية، طلب دفاتر الشيكات، بطاقات الائتمان، التحويلات البنكية ودفع الفواتير. وبالتالي يمكنهم من أجهزة الكمبيوتر الخاصة بهم وفي بيئة آمنة تماما تنفيذ العديد من الخدمات البنكية والاستشارات المالية. فالخدمة البنكية على الخط هي حصرا لعملاء البنك الجزائري الخارجي، حيث تسمح لهم ب¹:

- إدارة جميع الحسابات من جهاز الكمبيوتر 7/7 أيام و 24/24 سا.

- الإطلاع على كل العمليات الخاصة ولمدة 30 يوم.

- البحث والعثور على العملية التي تريد.

- تحميل البيانات إلى Excel، PDF أو CSV.

- وضع دفتر شيكات النظام.

- استقبال الرسائل الشخصية من البنك.

- ارسال نقل الملفات الخاصة بك وتسجيل الدين المباشر بشكل آمن.

- توقيع أوامر التحويل.

- التحقق من حالة أوامر التحويل.

4- الخدمات على الخط لبنك الجزائر الخارجي BEA: الموقع الالكتروني لبنك الجزائر الخارجي يتيح

لعملاء الوصول إلى مختلف وكالاته، وكذا فتح الحسابات الجارية وفحصها.

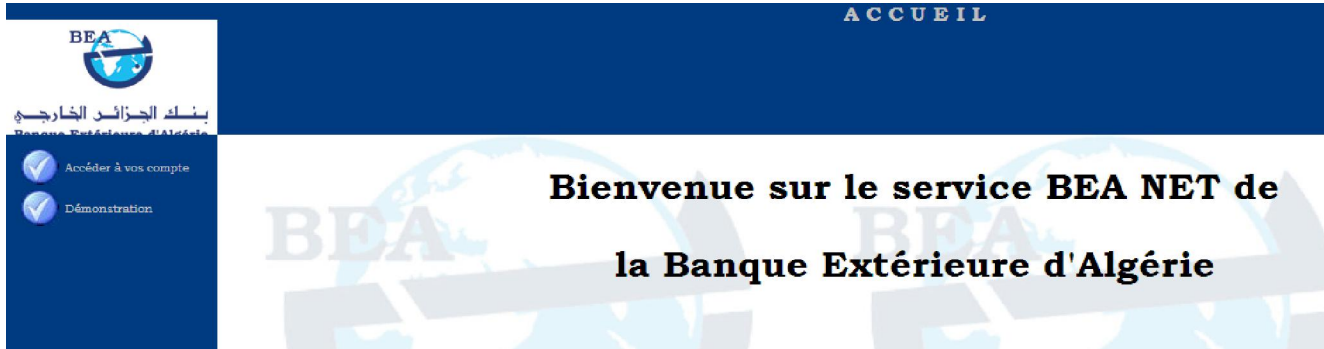
هذه الخدمة بسيطة وسهل الوصول إليها، ومتوفرة على الانترنت 7/7 أيام و 24/24 سا، لتجنب العملاء عناء

الانتقال إلى الوكالة و ربح الوقت.

وبالتالي يمكنهم من أجهزة الكمبيوتر الخاصة بهم وفي بيئة آمنة تماما تنفيذ العديد من الخدمات البنكية

والاستشارات المالية.

الشكل (20) : الخدمات البنكية على الخط المقدمة من بنك الجزائر الخارجي BEA



المصدر : <http://ebanking.bea.dz>

¹ <http://ebanking.bea.dz>

هذا ما يمكن العميل من دخوله هذه الصفحة لفحص حسابه، وذلك بإدخال رقم حسابه وكلمة السر، ثم النقر على الدخول، نحفظ رقم الاشتراك الذي بعث لنا من طرف الوكالة و نضغط على " Valider "، " تثبتت " ستظهر لوحة مفاتيح افتراضية باستعمال الفأرة ندخل كلمة المرور على لوحة المفاتيح الافتراضية ونثبت، والصفحات الموالية تبين ذلك.

الشكل (21) : صفحة للدخول إلى الحساب الخاص بكل عميل

IDENTIFICATION

Tapez votre numéro d'abonné

Nota : Après avoir validé votre identification, BEA NET vous propose d'accepter un cookie qui vous permet de créer une "session" entre le serveur BEA NET et votre poste, vous évitant ainsi d'être obligé de vous identifier pour chaque fonction de BEA NET. Le cas échéant, pensez à désactiver la fonction de réglage des cookies dans votre logiciel de navigation, sinon il vous sera impossible d'accéder à vos comptes.

0 1 8 7
6 2
4 5
3 9

المصدر : <http://ebanking.bea.dz>

5- رصيد الحسابات :

- إذا اتصلت مرة في خدمة " e-Banking " ستظهر مجموعة الحسابات التي من أجلها طلبت الاشتراك.
- إعلان الحسابات يتم تبعا لرموز وأصناف الحسابات الاحترافية وذلك بالضغط على نص الحساب ومنه يتم الدخول إلى مجموعة الحسابات .

الشكل (22) : صفحة لعرض حساب العميل

LE SOLDE DE VOS COMPTES

Date : 03/06/2013 Client : CLIENT DE DEMONSTRATION
Précédente connexion 03/06/2013 à 11:09 Vous n'avez pas de message personnel

USD DOLLAR US

Montants exprimés en DOLLAR US

Agence 00001 Caroubier site naftal		Vos Comptes Professionnels			
Liquidités et épargne		Titulaire	Date du solde	Devise	Solde
compte cheque	00200001098785432100	CLENT DE DEMONSTRATION		DZD	0,00
Vos autres Comptes		Vos Comptes Professionnels			
Liquidités et épargne		Titulaire	Date du solde	Devise	Solde
Compte courant	00200001012345678900	CLENT DE DEMONSTRATION		DZD	0,00
Agence 00004 Chéraga Ville		Vos Comptes Professionnels			
Liquidités et épargne		Titulaire	Date du solde	Devise	Solde
compte cheque	00200004012345678900	CLENT DE DEMONSTRATION		DZD	0,00

المصدر : <http://ebanking.bea.dz>

6- إرسال الملفات: من أجل إرسال الملفات (تحويل الأرصدة والاقتطاعات) اضغط على نص " إرسال ملفات " أو " إرسال تخفيضات " أو " Envoi de fichiers " " Envoyer vos remises " " Envoyer fichiers " والصفحة التالية توضح ذلك:
الشكل (23): إرسال الملفات



المصدر : <http://ebanking.bea.dz>

7- المنتجات الالكترونية لبنك الجزائر الخارجي: يقدم البنك مجموعة من البطاقات البنكية كما هو مبين في الشكل، وكذا الأجهزة الالكترونية المسخرة لاستخدامها.

الشكل(24): البطاقات البنكية المقدمة من قبل بنك الجزائر BEA

CIB <Carte Interbancaire>

- Effectuez vos Opérations de retraits et paiements
- Nous vous offrons **facilité, sécurité, confidentialité**
- **Traçabilité** de vos opérations



Amex <Carte american express>

- Effectuez vos transactions à l'étranger
- Nous vous offrons **confort, sécurité, fiabilité, discrétion**
- Et **Traçabilité** de vos opérations



BEA-NAFTAL <Carte Carburant>

- Effectuez vos paiements dans **les stations services Naftal**
- Nous vous offrons la garantie d'une **sécurité** extrême (carte à puce)
- **Traçabilité** de vos opérations



MASTERCARD

- Carte de paiement la plus usitée au monde
- Vous **simplifier** la vie et la rendre plus **facile**



CARTE VISA

- Carte de **paiement** acceptée et reconnue dans le monde .
- Vous **simplifier** la vie et mettre vos disponibilités à portée de mains



المصدر : <http://ebanking.bea.dz>

المطلب الثالث: الخدمات البنكية الالكترونية في بنك التنمية المحلية BDL

بادر بنك " BDL " هو الآخر في تقديم الخدمات الالكترونية عبر الانترنت واستخدم البطاقات البنكية عبر الصرافات الآلية تسمح للزبائن بالقيام بعدة عمليات بنكية عن بعد عن طريق قنوات متعددة الوسائط (الانترنت والفاكس والرسائل القصيرة عبر الهاتف الخليوي وكذا الوسائط الصوتية)، ما سيمكن المتعاملين من الإطلاع على أرصدهم وممارسة عادية لخدمات الدفع البنكي من تسديد للفواتير وطلبات لدفاتر الشيكات.

1- عرض الصفحة الرئيسية لبنك التنمية المحلية BDL: تعرض الصفحة الرئيسية الواجهة لبنك التنمية المحلية مختلف الخدمات والمنتجات عبر موقعه <http://www.bdl.dz/>، وبالدخول إلى أي منها تفتح لنا صفحة رئيسية أخرى؛ أي بمعنى يمكن من خلال هذه الصفحة الانتقال إلى كل عنصر من العناصر الأخرى دون الرجوع الصفحة الرئيسية الواجهة، كما يعرض الأخبار الجديدة عن البنك، مع إمكانية الدخول لخدمة E_banking لفتح حساب جاري بنكي عبر الخط.

الشكل (25):الصفحة الرئيسية لبنك التنمية المحلية BDL

The screenshot shows the homepage of the Banque de Développement Local (BDL). At the top, there is a navigation bar with links for 'La Banque', 'Professionnels', 'Particuliers', 'Monétique', 'Ebanking', 'Votre agence', and 'Contacte'. Below the navigation bar, there is a main banner with the text 'Janvier 2013, Un allègement intéressant pour les ouvertures de comptes bancaires en'. Underneath the banner, there are several sections: 'Pour vous: Ecouter Informer' with a woman on a headset, 'Faites la simulation de crédit immobilier' with a form for selecting a credit type (Commercial or Non-commercial), and a 'Contactez-nous' section with icons for 'Publications', 'Recrutement', and 'Choisissez votre agence'. Below these sections, there is a grid of four service categories: 'A propos de nous', 'PME & Professions Libérales', 'Particuliers', and 'Monétique'. At the bottom, there is a section for 'Traitement de l'endettement des entreprises en difficulté' and logos of partner banks like SWI, ESI, and CMAI.

المصدر: <http://www.bdl.dz/>

2- الخدمات البنكية عن بعد لبنك التنمية المحلية BDL: البنك الالكتروني لبنك التنمية المحلية يتيح للعملاء الوصول إلى مختلف وكالات وفتح الحسابات الجارية وفحصها بالدخول للموقع التالي: <http://ebanking.bdl.dz>

الشكل (26): صفحة للتعريف بالخدمات الالكترونية عن بعد



المصدر: <http://ebanking.bdl.dz>

3- خريطة الموقع: هي اختصار للصفحات المختلفة، لكنها تستخدم أيضا في الحصول على لمحة عامة عن المواضيع الواردة في الموقع أو في الصفحة الرئيسية. والشكل التالي يوضح ذلك.

الشكل (27): خريطة موقع بنك BDL



المصدر: <http://ebanking.bdl.dz>

4- **رصيد الحسابات:** بعد إدخال العميل لرقم الاشتراك وكلمة المرور الخاص به، يعرض البنك الالكتروني مباشرة كشف الحساب الخاص به كما تسمح هذه الصفحة كذلك بتحميل نسخة عن كل العمليات التي تمت على الحساب في شكل ملف xls أو pdf حسب اختيار الزبون كما هو مبين في الشكل التالي.

الشكل (28): صفحة للدخول إلى الحساب الخاص بكل عميل

BDL

بنك التنمية المحلية
BANQUE DE DÉVELOPPEMENT LOCAL

Tapez votre numéro d'abonné

Nota : Après avoir validé votre identification, e-bdl vous propose d'accepter un cookie qui vous permet de créer une "session" entre votre navigateur et votre poste, vous évitant ainsi d'avoir à vous identifier pour chaque fonction d'e-bdl. Le cas échéant, pensez à désactiver la fonction de filtrage des cookies sur votre logiciel de navigation, sinon il vous sera impossible d'accéder à vos comptes.

6		3	
			9
	4		1
2	0	5	
	8		7

Retour à la page d'accueil

المصدر: <http://ebanking.bdl.dz>

5- **إرسال الملفات:** من أجل إرسال الملفات اضغط على نص " إرسال ملفات " أو " إرسال تخفيضات " أو " Envoi de fichiers " " Envoyer vos remises " " fichiers Envoyer " والصفحة التالية توضح ذلك:

الشكل (29): إرسال الملفات :


FICHIERS DISPONIBLES


ENVOI DE FICHIERS


FICHIERS ENVOYES

المصدر: <http://ebanking.bdl.dz>

5- الشيك البنكي في النظام الجديد¹ "ATCI": يشتكي مستخدمي البنوك في كثير من الأحيان من البطء الذي يواجههم في الوكالات البنكية من أجل تحصيل أموال القيم البنكية (الشيكات والكمبيالات)؛ هذا البطء الذي هو بمثابة عائق مالي بالنسبة للعميل الاقتصادي، حيث يقف كهاجس رئيسي دون استكمال الإجراءات اللازمة لاستعادة مصداقية النظام البنكي.

6- نظام التعويض الإلكتروني (Télé compensation): خلافا لنظام التعويضات التقليدية القائمة على المعالجة المادية للصفوك البنكية، يستند نظام التعويض الإلكتروني على نظام الكمبيوتر لتبادل البيانات والمعطيات الرقمية والصور، وتحد كثيرا من التبادلات المادية للمعطيات والقيم البنكية. بمعنى أنها تجريد التبادلات من صفتها المادية وجعلها حسية.

الهدفين الرئيسيين اللذين يتم متابعتهما من خلال تطبيق نظام التعويض الإلكتروني هما:

- تقليص مدة تحصيل القيم البنكية (الشيكات و الكمبيالات) إلى 05 أيام كحد أقصى.
- سلامة المدفوعات بالجملة.

يهدف إدخال نظام التعويض الإلكتروني، أيضا لرفع النظام البنكي الجزائري إلى مستوى متطلبات المنافسة والمعايير الدولية.

7- أصناف البطاقات:

أ- البطاقة الكلاسيكية:

✓ تعرض خدمات الدفع والسحب ما بين البنوك.

✓ تعرض هذه البطاقة على الزبائن حسب المعايير الموضوعية من طرف البنك.

ب- بطاقة GOLD: تعرض أيضا على الزبائن حسب المعايير الموضوعية من طرف البنك بغض النظر عن كونها بطاقة دفع وسحب، وتقدم هذه البطاقة وظائف إضافية وأسقف سحب ودفع أكثر أهمية. البطاقتان لهما نفس الشكل لكن بلون مختلف: بطاقة GOLD هي بلون ذهبي في حين أن البطاقة الكلاسيكية ذات لون أزرق مدرج.

ج- بطاقة السحب بين البنوك (CIB): بطاقة من أجل تحسين طريقة الدفع والسحب، تصلح هذه البطاقة لدى مختلف البنوك الأخرى من خلال رمزها المتمثل في تعددية البنوك والرمز الخاص لبنك التنمية المحلية، تحتوي هذه البطاقة على وحدة معالجة تسمى إجماعا بطاقة ذكية التي تمنح للعمليات البنكية أكثر أمان؛ تبلغ مدة صلاحية البطاقة أربع (04) سنوات تجديدها يكون بطريقة آلية، إلا في حالة الإلغاء من طرف البنك؛ كما تستبدل البطاقة في حالة السرقة، الضياع أو الإتلاف.

¹ /http://www.bdl.dz

وتمكن حاملي البطاقة من:

- تسوية عمليات الشراء والخدمات من خلال آلات الدفع الإلكترونية (TPE) ، الموضوعة لدى التجار المتعاقدين.

- القيام بعمليات سحب لدى الموزع الآلي للأوراق النقدية (DAB) المتصل بالشبكة النقدية بين البنوك CIB على مستوى التراب الوطني .

• **مزايا بطاقة ما بين البنوك CIB¹ :**

- سهولة الإستعمال.

- تسمح بإجراء عمليات السحب والدفع 07/07 أيام وعلى مدى 24 ساعة.

- توفر ضمان و أمان أكثر (بطاقة ذكية).

- ربح الوقت.

• **إستعمالات البطاقة:**

كيفية تسوية المقتنيات

1- قدموا بطاقتكم على مستوى الشباك.

2- التاجر يدخل مبلغ المقتنيات.

3- أدخلوا البطاقة على مستوى محطة الدفع الآلي.

4- أدخلوا رقمكم السري على مستوى محطة الدفع الآلي.

5- التاجر يسلم لكم في نهاية العملية بطاقتكم و التذكرة.

ويتم تجديد كلمة المرور عادة حسب طلب الزبون الموجه إلى وكالته، وفق تسعيرة SATIM، بما في ذلك الاعتراضات.

د- بطاقة الدفع فيزا لبنك التنمية المحلية: هي وسيلة سحب ودفع الكتروني تسمح بإجراء العمليات بالعملة الصعبة على الموزعات الآلية للأموال ونقاط البيع الإلكترونية (DAB / TPE) ، وعلى شبكة الإنترنت في جميع دول العالم. وهي تصدر إلى أي زبون مهتم، لديه أو لا حساب جاري في بنك التنمية المحلية، وبجوزته على العملة الصعبة.

¹ /http://www.bdl.dz

- أنواع البطاقات: هناك نوعان من بطاقات فيزا الخاصة ببنك التنمية المحلية¹:
 - بطاقة فيزا الدولية لبنك التنمية المحلية " الدفع المسبق": وهي تصدر إلى أي زبون، لديه أو لا حساب جاري بالعملة الصعبة أو بالدينار في شبائيك بنك التنمية المحلية. وهي مدعومة إما من حساب بالعملة الصعبة أو بدفع نقود من العملة الصعبة في خزينة الوكالة خلال يوم طلب المقدم من طرف المعني بالأمر.
 - ✓ بطاقة الدفع المسبق تعمل على أساس التحميل التي يقوم به حاملها.
 - ✓ المبلغ المحدد لتحميل البطاقة الواحدة هو 1000 يورو شهريا.
 - ✓ يجب أن لا يتجاوز الحد الأقصى للعملية 500 يورو في الأسبوع.
 - ✓ تسمح بطاقة الدفع المسبق لحاملها القيام بعمليات الدفع و السحب على الموزعات الآلية للأموال DAB ونقاط البيع الإلكترونية TPE ، 24/24 سا و 7/7 أيام على جميع شبكة فيزا الدولية.
 - ✓ كما تستعمل بطاقة فيزا للدفع المسبق على شبكة الإنترنت.
 - بطاقة فيزا الدولية الذهبية لبنك التنمية المحلية: يتم إصدار بطاقة فيزا الدولية الذهبية إلى أي زبون صاحب حساب بالعملة الصعبة وبالدينار مفتوح في دفاتر بنك التنمية المحلية.
 - ✓ تعمل على أساس توفر حساب الزبون.
 - ✓ إيداع مبلغ 5000 يورو يتم عن طريق البطاقة لضمان تسوية المعاملات الصادرة من قبل الزبون على حسابه بالعملة الصعبة.
 - ✓ إدارة هذه الودائع (ودائع وإرجاع) تعود على مدير الوكالة باعتباره المسئول الشخصي على ذلك.
 - ✓ يجب أن لا يتجاوز الحد الأقصى للعمليات 1000 يورو في الأسبوع.
 - ✓ كما تستعمل بطاقة فيزا الذهبية على شبكة الإنترنت.
- ميزات بطاقة فيزا الدولية (الدفع المسبق/ الذهبية)
 - بطاقة فيزا الدولية لبنك التنمية المحلية " الدفع المسبق".
 - البطاقة صالحة لمدة (02) سنتين.
 - تخصم مبالغ المعاملات باليورو على الحساب الموقوف باليورو الموافق للرصيد المتوفر في البطاقة.
 - تخصم مبالغ الرسوم بالدينار من رصيد الحساب الموقوف بالدينار.
 - البطاقة مرفقة بتأمين مجاني على الحياة للزبون.
 - يتم تحميل وتحديد البطاقة بناء على طلب الزبون.

¹ /http://www.bdl.dz

- بطاقة فيزا الدولية الذهبية لبنك التنمية المحلية

- يجب أن يكون لدى الزبون حساب بالعملة الصعبة وحساب بالدينار.

-البطاقة صالحة لمدة (02) سنتين

-تخصم مبالغ المعاملات من حساب الزبون بالعملة الصعبة.

-تخصم مبالغ الرسوم بالدينار من رصيد حساب الزبون بالدينار.

-البطاقة مرفقة بتأمين مجاني على الحياة و السفر للزبون.

-يكون تجديد البطاقة تلقائيا كلما انتهت صلاحيتها.

● المستفيدين من بطاقة فيزا الدولية¹:

- جميع زبائن بنك التنمية المحلية الذين لديهم حساب جاري بالدينار أو بالعملة الصعبة، ويلبون كل الشروط

المذكورة أدناه، هم مؤهلون لشراء بطاقة فيزا الدفع المسبق أو بطاقة فيزا الذهبية لبنك التنمية المحلية.

- الأهلية القانونية

- لديهم حساب جاري سليم من حوادث الاستعمال حظر أو حجز دفتر الشيكات.

- لا يملكون حساب جاري متابع من قبل مصلحة تحصيل الديون.

- ليس لديهم حادث دفع لم يتم تسويته في حسابهم الجاري.

يمكن للزبائن الذين ليس لهم حساب جاري في بنك التنمية المحلية الحصول على بطاقة الدفع المسبق فيزا إلكترون،

بدون حوزتهم بالضرورة على حساب بالعملة الصعبة ولكن يجب عليهم، مع ذلك، إثبات هويتهم في نفس

الظروف عند فتح حساب في بنك التنمية المحلية. إذا كان يمكن أن تعطي لهم الحق في الحصول على التحويلات

بالعملات الصعبة.

- بطاقة الدفع المسبق:

يجب على الزبائن الذين ليس لديهم حساب في الوكالة، عند التوقيع على استمارة طلب البطاقة، دفع: بالعملة

الصعبة، المبلغ المساوي عند تحميل البطاقة.

وبالدينار، المبلغ الذي يمثل تكلفة تخصيص البطاقة.

و بالدينار، مبلغ الخصومات المتفق عليها على المعاملات (وفقا لأحكام البنك)

- البطاقة الذهبية:

يجب على الزبائن الراغبين في شراء البطاقة الذهبية، عند التوقيع على استمارة طلب البطاقة، ما يلي:

- وجود رصيد بالدينار أعلى بـ 50 ٪ من ثمن البطاقة. وسيتم إكمالها عند إصدار البطاقة.

¹ /http://www.bdl.dz

- إيداع بالعملة الصعبة، أثناء مدة صلاحية البطاقة، والتي سوف تستخدم فقط عند غياب الرصيد(غير المدفوعة)؛ فإن رصيد الودائع يرد إلى الزبون عند نهاية صلاحية البطاقة، في حالة التجديد يتم إتباع نفس الإجراء.

• تأمين بطاقة فيزا الدولية: في شراكة مع الشركة الجزائرية للتأمين "ش.ج.ت.SAA"، يوفر بنك التنمية المحلية التأمين لحاملي بطاقة فيزا الدولية "الذهبية" و "الدفع المسبق".¹

هـ - مونيغرام MoneyGram: هي الشركة الرائدة عالميا في خدمة تحويل الأموال الدولية. حيث يعمل البنك مع شركاء ذو جودة في أكثر من 150000 نقطة بيع بالتجزئة في 170 بلدا وإقليما، من أجل توفير وسيلة آمنة وسريعة لاستقبال الأموال في جميع أنحاء العالم.

✓ سريع : المال الخاص بكم في حوزتكم خلال 10 دقائق فقط..

✓ عملي: أكثر من 150000 نقطة بيع بالتجزئة في 170 بلدا وإقليما في خدمتكم.

✓ بسيطة وسهلة المنال للجميع: لا تحتاج إلى حساب بنكي أو بطاقة بنكية.

و- تحويل مبالغ مالية كبيرة عبر " نظام ARTS

- التعريف بنظام ARTS : "الجزائرية للتسوية في الوقت الحقيقي": كما هو الحال بالنسبة لنظام الدفع الذي هو جزء من التحديث، بدأ العمل بنظام ARTS في 08 فيفري 2006، وينطبق هذا النظام على عمليات التحويل بالدينار فقط.

✓ يستعمل نظام ARTS من قبل شبكة بنك التنمية المحلية عامةً.

✓ تنفيذ التحويلات في فترة لا تتجاوز ثلاثة أيام.

✓ تأمين العمليات.

• العمليات التي يدعمها

بالنسبة للزبائن ينحصر الأمر في التحويل المقوم بالدينار طبقا للشروط التالية:

- إذا كان المبلغ المحوّل أكبر من أو يساوي واحد مليون دينار، فإن العملية تمر بالضرورة عبر النظام.

- إذا كان المبلغ المحوّل أقل من واحد مليون دينار، يمكن للزبون جعل العملية تمر عبر هذا النظام، وفي هذه الحالة يقال على التحويل انه عاجل.

- أداة جديدة محدثة التي تسمح لهم بضمان تحويل الأموال بكل أمان وشفافية وسرعة للمستفيدين الذين لديهم حسابات بنكية جارية في البنوك الأخرى؛ بالإضافة إلى ذلك، يمكن للزبائن أيضا الحصول عبر نفس النظام على تحويلات تصدر من قبل زبائن البنوك الأخرى.

¹ /http://www.bdl.dz

الشكل (30): أصناف البطاقات المقدمة من طرف بنك BDL

La carte VISA International
Les cartes BDL-VISA vous offrent plus de confort, plus de sérénité, de souplesse et de sécurité. **En plus, une couverture assurance décès est comprise.**

La carte de paiement et de retrait
La carte interbancaire est identifiée par le logo de l'interbancaire "CIB" et est personnalisée par le logo de la Banque de Développement Local.

Le chèque
Avec un délai n'exédant pas les 03 jours, vos remises seront exécutés en toutes sécurité et fiabilité.

Livret d'épargne à piste magnétisée
La piste magnétisée sur le livret permet d'effectuer instantanément les opérations de retraits et de versements.

Disributeur Automatique de Billets
La BDL, est dotée d'un parc de DABs arrêtées au 25/09/2010, au nombre de 134, la liste de toutes les agences BDL dotées d'un DAB.

Le virement
Vous disposez désormais d'un outil moderne qui vous assure: sécurité, transparence et célérité de votre transfert d'argent.

Moneygram
Pour vos transfets d'argent de l'étranger vers l'Algérie, la BDL vous assure ce service avec MoneyGram.

المصدر: <http://www.bdl.dz/>

المطلب الرابع: معايير اعتماد عناصر المقارنة بين الخدمات البنكية المقدمة على الخط للبنوك : BDL و BEA ،BADR

بعد الدراسة المعمقة ومسح المواقع الالكترونية للبنوك المدروسة وبالاعتماد على ما تم تناوله في الجزء النظري للمذكرة، تم صياغة الجدول أدناه للمقارنة بين مواقع مختلف البنوك في مجال الخدمات المقدمة على الخط. كما هو موضح في الجدول التالي:

الجدول (01): المقارنة بين الخدمات البنكية المقدمة على الخط للبنوك BADR، BEA و BDL

✓ الخدمة متوفرة في الموقع (×) الخدمة غير موجودة

BDL	BEA	BADR	البيان
31/15	31/12	31/14	
10/4	10/2	10/3	interactivité معيار التفاعلية
×	×	×	❖ محرك البحث
✓	×	×	❖ الحاسبة (حساب الحالات الافتراضية)
×	×	×	❖ graphismes interactifs رسوم بيانية تفاعلية
×	×	×	❖ formulaire الاستعلامات
×	×	×	❖ forum de discussion ندوات النقاش
×	×	×	❖ chat الدردشة الفورية
✓	✓	✓	❖ e-mail du webmaster بريد مسؤول الموقع
✓		✓	❖ e-mail de contact بريد الاتصال
×	×	×	❖ Overture compte on-line فتح الحسابات على الخط
✓	✓	✓	❖ Adresse courrier traditionnelle البريد العادي
10/4	10/4	10/3	Critères de Contenu معيار المحتوى
✓	×	×	❖ اللغة العربية
✓	✓	✓	❖ اللغة الفرنسية
×	×	×	❖ اللغة الانجليزية
×	×	×	❖ لغات أخرى
×	×	×	❖ Dernière mise à jour تاريخ آخر تحديث للموقع

×	×	×	❖ الأسئلة المتكررة FAQ
×	×	×	❖ زيارة مبنوية Visite guidée
×	✓	×	❖ مخطط الموقع Plan De Site
✓	✓	✓	❖ الشعار ، صورة البنك LOGO . IMAGE DE BANQUE
✓	✓	✓	❖ استخدام الالوان COULEURS
11/7	11/6	11/8	معيان الخدمات البنكية
5/3	5/2	5/3	1- خدمات إعلامية Services d'information
×	×	✓	❖ أسعار الصرف
✓	✓	✓	❖ المنتجات البنكية
×	×	×	❖ أسعار و معدلات الفائدة
✓	✓	✓	❖ تقديم البنك
✓	×	×	❖ عروض العمل Emplois offert
6/4	6/4	6/5	2- الولوج للخدمات على الخط e-banking
✓	✓	✓	❖ تحويل الأموال Transferts de fonds
×	×	×	❖ الدفع لصالح الغير Paiements (tiers)
✓	✓	✓	❖ الدخول للحسابات Accès au compte
×	×	✓	❖ خدمة البحث عن العمليات البنكية recherches
✓	✓	✓	❖ الاطلاع على الرصيد Solde du compte
✓	✓	✓	❖ تحميل الكشوفات téléchargement

المصدر: من إعداد الطالبة

من خلال المعلومات المقدمة في الجدول رقم (01) يتضح ما يلي:

أولا: معيار التفاعلية interactivité

✓ تشترك البنوك الثلاثة محل الدراسة في وجود خدمة بريد مسؤول الموقع e-mail du webmaster وكذا خدمة البريد العادي Adresse courrier traditionnelle .

✓ يشترك بنكا BADR و BDL في وجود خدمة بريد الإتصال e-mail de contact ، في حين أنها غير متوفرة على موقع بنك BEA.

✓ نلاحظ إنفراد بنك BDL بتقديم خدمة الحاسبة (حساب الحالات الافتراضية)، وانعدامها في موقعي بنكي BADR و BEA.

✓ كما نلاحظ غياب مجموعة من الخدمات على مواقع البنوك الثلاثة محل الدراسة، والمتمثلة في محرك البحث، رسوم بيانات تفاعلية، الاستعلامات، ندوات النقاش، الدردشة الفورية، وكذا خدمة فتح الحسابات على الخط.

✓ يشتمل موقع بنك BDL على 04 عناصر ضمن 10 المذكورة في معيار التفاعلية، في حين تضمن موقعي بنكي BADR و BEA على 03، و02 عناصر على التوالي.

✓ يحتل بنك BDL الصدارة في مجال التفاعلية.

ثانيا: معيار المحتوى Critères de Contenu

✓ تشترك البنوك الثلاثة المدروسة في وجود اللغة الفرنسية على مواقعها، كما ينفرد بنك BDL في تدعيمه لموقعه باللغة العربية، في حين نلاحظ غياب تدعيم المواقع الثلاثة باللغة الانجليزية وكذا اللغات الأخرى.

✓ تشترك مواقع بنوك BADR، BEA و BDL في توفرها على شعار، وصورة البنك وباستخدامها للألوان.

✓ من حيث الخدمات التالية " تاريخ آخر تحديث للموقع"، " الأسئلة المتكررة" والزيارة المبوبة، نلاحظ غيابها على مواقع البنوك الثلاثة.

✓ بالنسبة لمخطط الموقع متوفر فقط على موقع بنك BEA، وينعدم وجوده في موقعي بنكي BADR وBDL.

✓ تضمن موقعي بنكي BEA وBDL على 04 عناصر. ضمن 10 المذكورة في معيار المحتوى، في حين يشتمل موقع بنك BADR على 03 عناصر فقط.

✓ يتفوق موقعي بنكي BEA وBDL على موقع بنك BADR بالنسبة لمحتوى موقعيهما الالكتروني.

ثالثا: معيار الخدمات البنكية

1- خدمات إعلامية:

✓ بالنسبة لخدمة تقديم البنك وللمنتجات البنكية فهي معروضة على مواقع البنوك الثلاثة المدروسة.

✓ ينفرد بنك بدر بتقديمه لخدمة أسعار الصرف، في حين نلاحظ غياب هذه الخدمة الأساسية على موقعي بنكي BEA وBDL.

✓ ينفرد موقع بنك BDL بتقديمه لخدمة عروض العمل، وهي غير متوفرة على موقعي بنكي BADR وBEA.

✓ نلاحظ غياب خدمة أسعار ومعدلات الفائدة على مواقع البنوك محل الدراسة.

✓ يشتمل موقعي بنكي BADR وBDL على ثلاثة عناصر من ضمن الخمسة المذكورة، في حين تضمن موقع بنك BEA على عنصرين فقط.

2- الولوج للخدمات على الخط:

✓ تشترك البنوك الثلاثة BADR، BEA وBDL في تقديمها للخدمات التالية الذكر: تحويل الأموال، الدخول للحسابات، الإطلاع على الرصيد، وكذا خدمة تحميل الكشوفات.

✓ ينفرد بنك بدر في تقديمه لخدمة البحث عن العمليات البنكية، وتنعدم هذه الخدمة في موقعي بنكي BEA وBDL.

✓ كما نلاحظ غياب خدمة الدفع لصالح الغير في البنوك الثلاثة المدروسة.

✓ يشتمل موقع بنك بدر على 05 عناصر ضمن 06 المذكورة، في حين يشتمل موقع بنك BEA وBDL على أربعة عناصر ضمن 06 المذكورة.

✓ يشتمل موقع بنك بدر على 08 عناصر ضمن 11 عنصر مذكور في معيار الخدمات البنكية، في حين أن موقعي بنكي BEA وBDL يشتملان على 06، و07 عناصر على التوالي.

من خلال الملاحظات المقدمة على البنوك الثلاثة محل الدراسة و اعتمادا على الجدول رقم (01)

توصلنا إلى أن بنك BDL يحتل الصدارة في مجال الخدمات الالكترونية، لاحتواء موقعه البنكي على 15 عنصر من ضمن 31 عنصر مذكور في المعايير المعتمدة على التقييم. ويليه مباشرة موقع بنك بدر لتضمن موقعه على 14 عنصر من بين العناصر 31 المعتمدة في التقييم، وأخيرا يأتي موقع بنك BEA الذي تضمن موقعه على 12 عنصر فقط.

كما توصلنا إلى أن بنك بدر يحتل الصدارة بالنسبة للخدمات المقدمة على الخط (on line).

خلاصة :

بعد الدراسة التطبيقية التي شملت المواقع الالكترونية لثلاثة بنوك عمومية جزائرية هي BEA، BADR، BDL يمكن القول أن البنوك المذكورة لا تدخر جهدا في سبيل توظيف التكنولوجيا الحديثة وقد تجلّى ذلك من خلال الخدمات الالكترونية المقدمة على مواقعها، ذلك بالرغم من التباين الذي لمسناه في نوعيتها وحجمها بين البنوك المدروسة.

الخاتمة:

يعتبر التقدم التكنولوجي من العوامل المساعدة في تطوير الخدمات البنكية بما يكفل انسيابها بكفاءة عالية، كما أدى استغلال التقنيات الحديثة، إلى إرساء ما يصطلح عليه المنظومة المصرفية الحديثة التي تجاوزت حدود العمل المصرفي التقليدي إلى مجال الخدمات الالكترونية التي تعتمد كلياً على مع ما تقدمه التكنولوجيات الحديثة للمعلومات والاتصالات من خدمات وفرص جديدة للمؤسسة والعميل على حد سواء.

وعلى هذا الأساس سعت مختلف البنوك لامتلاك هذه التكنولوجيا والاستفادة من تطبيقاتها في مجال خدمة العملاء وبما يضمن لها البقاء في السوق والتميز عن غيرها من المنافسين.

ويعتبر الموقع الالكتروني للبنك الواجهة الحقيقية التي تعكس مدى اهتمام وإلمام المؤسسة بالبنكية باستعمال التطبيقات المبنية على تكنولوجيا المعلومات، فهو الوجهة الرئيسية للعملاء الراغبين في إشباع حاجياتهم من خلال توظيف تكنولوجيا المعلومات والشبكة المعلوماتية على وجه التحديد، هذا من جهة ومن جهة ثانية يعتبر الوعاء الذي يضم كافة أنواع الخدمات الالكترونية التي تقدمها البنوك لعملائها سواء الحاليين أو المحتملين.

انطلاقاً من هذا أولت البنوك -و لازالت- اهتماماً كبيراً لمواقعها الالكترونية وزودها بمختلف الخدمات والتطبيقات، لدرجة أصبح معها الموقع الالكتروني في حد ذاته أداة للتميز بين البنوك بما يقدمه من خدمات سواء خاصة لعملاء محددين أو عامة موجّهة لكافة المتصفحين.

والبنوك الجزائرية وعلى غرار كافة البنوك في العالم سعت لامتلاك وتوظيف التكنولوجيا الحديثة للمعلومات والاتصالات واستطاعت أن تحجز لنفسها مواقع خاصة على الشبكة المعلوماتية الدولية تقدم من خلالها العديد من الخدمات منها ما هو شخصي ويتم على الخط في فضاءات مؤمنة خاصة، ومنها العديد من الخدمات التي تكتسي الطابع العام أو الموجهة لكافة مستخدمي الشبكة.

وبعد استعراضنا للمواقع الالكترونية ثلاثة بنوك عمومية جزائرية وحصر مختلف الخدمات التي تقدمها من خلالها توصلنا إلى بعض النتائج من أهمها :

نتائج الدراسة :

- يستطيع البنك الالكتروني تقديم نفس الخدمات والمنتجات التي تقدمها البنوك التقليدية الأخرى وذلك لقاعدة عريضة من العملاء.
- تمتلك البنوك العمومية في الجزائر مواقع الكترونية خاصة بها كما تضمن كلها فضاءات خاصة للمعاملات المالية المؤمنة.
- هناك وعي بأهمية استغلال تطبيقات تكنولوجيا المعلومات في العمل المصرفي .
- يساهم البنك الالكتروني في توفير الوقت والتكلفة من خلال الوسائل المتبعة في تقديم خدماته والتي تتم بطريقة إلكترونية من خلال أحدث التكنولوجيات المستخدمة في مجال الصيرفة.

- تسهيل عملية استخدام الحسابات البنكية في أي وقت ومن أي مكان من خلال التعامل بأنواع مختلفة من البطاقات البنكية.

- البنوك على الخط تتيح خيارات أوسع للمتعاملين بها وحرية أكثر في اختيار الخدمات المقدمة ونوعيتها.

التوصيات والاقتراحات:

بناء على ما تقدم من نتائج يوصي البحث بما يلي:

- التوسع في استخدام شبكة الانترنت لتقديم الخدمات البنكية في البنوك الجزائرية.

- ضرورة وضع خطط لتطوير أعمال البنوك الالكترونية في الجزائر لمواجهة المنافسة العالمية في الصناعة البنكية.

- تعزيز الرقابة الأمنية التنظيمية للمعلومات، والرقابة على عملية الوصول إلى المكونات المادية للكمبيوتر.

- دراسة العوامل التي تؤثر على عملية تقديم الخدمات البنكية عبر الانترنت لكن وجهة نظر عملاء البنك.

- من الممكن أن يتم إجراء دراسة يكون هدفها معرفة الصعوبات التي تحد من إمكانية تقديم الخدمات البنكية عبر الانترنت في البنوك، والتعرف على الخطط المستقبلية لها.

قائمة المراجع

قائمة المراجع:

أولا : باللغة العربية

I- الكتب:

1. إبراهيم بختي، التجارة الالكترونية- مفاهيم واستراتيجيات التطبيق في المؤسسة- ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2005.
2. أحمد سفر، العمل المصرفي الإلكتروني في البلدان العربية، المؤسسة الحديثة للكتاب، طرابلس، 2006.
3. أحمد سفر، أنظمة الدفع الإلكترونية، منشورات الحلبي الحقوقية، الطبعة الأولى، بيروت، لبنان، 2008.
4. أحمد محمد غنيم، الإدارة الالكترونية-آفاق وتطلعات المستقبل-، المكتبة المصرية للنشر، المنصورة، 2004 .
5. بشير عباس العلق، الخدمات الالكترونية بين النظرية و التطبيق، منشورات المنظمة العربية للتنمية الادارية، 2004.
6. بشير عباس العلق، حميد عبد النبي الطائي، تسويق الخدمات، دار زهران للنشر والتوزيع، عمان، 2007.
7. تيسير العجاردة، التسويق المصرفي، دار حامد للنشر و التوزيع، عمان، الأردن، الطبعة الأولى، 2005.
8. ثناء علي القباني، النقود البلاستيكية، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2006.
9. جلال عايد الشورة، وسائل الدفع الإلكتروني، دار الثقافة، الطبعة الأولى، عمان، الأردن، 2008.
10. جميل سالم الزيدانين، أساسيات في الجهاز المالي، دار وائل، الأردن، 1999.
11. رأفت رضوان، المبادئ الأساسية للتسويق و التجارة الالكترونية، ارايبسك قرافيك، مصر، 2003.
12. رأفت رضوان، عالم التجارة الالكترونية، المنظمة العربية للتنمية الإدارية، القاهرة، 1999.
13. الرومي محمد أمين، التعاقد الالكتروني عبر الانترنت، الطبعة الأولى، دار المطبوعات الجامعية، الإسكندرية، 2004.
14. زياد رمضان و محمود جودة، الاتجاهات المعاصرة في إدارة البنوك، عمان، دار وائل للطباعة والنشر، 2000.
15. زياد رمضان، إدارة الأعمال المصرفية، دار صفاء للنشر والتوزيع، الطبعة السادسة، عمان، 1997.
16. زياد سليم رمضان، إدارة البنوك، الدار الجامعية، الطبعة الثانية، الأردن، 1996.
17. السيسي صلاح الدين، الحسابات و الخدمات المصرفية الحديثة، الطبعة الأولى، دار الوسام للطباعة و النشر، الإمارات العربية المتحدة، 1998.
18. الصمادي حازم نعيم، المسؤولية في العمليات المصرفية الالكترونية، الطبعة الأولى، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، 2003.

19. طارق طه، إدارة البنوك في بيئة العولمة والانترنت، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2007.
20. طارق طه، إدارة البنوك وتكنولوجيا المعلومات، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، مصر، 2007.
21. طارق عبد العال حماد، التجارة الالكترونية: المفاهيم- التجارب - التحديات، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2003.
22. عبد الفتاح بيومي حجازي، النظام القانوني لحماية الحكومة الالكترونية، الطبعة الأولى، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2004.
23. عبد الفتاح بيومي حجازي، مقدمة في التجارة الالكترونية العربية، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2003.
24. عبد الله خبايا، الاقتصاد المصرفي (البنوك الالكترونية، البنوك التجارية، السياسة النقدية)، مؤسسة شباب الجامعة، الإسكندرية، مصر، 2008.
25. عبد المطلب عبد الحميد، البنوك الشاملة عملياتها وإدارتها، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2000.
26. عبد المنعم راضي، فرج عزت، اقتصاديات النقود والبنوك، البيان للطباعة والنشر، الإسكندرية، 2001.
27. علي السلمي، إدارة الجودة الشاملة ومتطلبات التأهيل للأيزو 9000، دار غريب للطباعة والنشر والتوزيع، 1995.
28. عوض بدير الحداد، تسويق الخدمات المصرفية، البيان للطباعة والنشر، الطبعة الأولى، القاهرة، مصر، 1999.
29. غالب عوض و بلعربي عبد الحفيظ، اقتصاديات النقود و البنوك، الطبعة الأولى، دار وائل للنشر و التوزيع، عمان، 2002.
30. فاروق سيد حسين، التجارة الالكترونية وتأمينها، الطبعة الأولى، هلا للنشر، الجيزة، مصر، 2001.
31. فريد النجار، الاقتصاد الرقمي، الدار الجامعية، الإسكندرية، مصر، 2007.
32. فريد النجار، وليد النجار وآخرون، وسائل المدفوعات الالكترونية- التجارة والأعمال الالكترونية المتكاملة-الدار الجامعية، الإسكندرية، مصر، 2006.
33. فريد راغب النجار، إدارة الائتمان والقروض المصرفية المتعثرة، مؤسسة شباب الجامعة، الإسكندرية، مصر، 2000.
34. فريد عبد الفتاح زين الدين، المنهج العلمي لتطبيق إدارة الجودة الشاملة في مصر العربية، دار الكتاب، مصر، 1996.
35. فلاح حسن الحسيني، مؤيد عبد الرحمان الدوري، إدارة البنوك، دار وائل للنشر، عمان، الأردن، 2000.
36. القاضي فداء يحيى أحمد الحمود، النظام القانوني لبطاقة الائتمان، عمان، دار الثقافة، 1999، ص 14.
37. قرتاس منصف، التجارة الالكترونية و الخدمات المصرفية عبر الانترنت، اتحاد المصارف العربية، لبنان، 2000.
38. لطرش الطاهر، تقنيات البنوك، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2001.
39. محسن أحمد الخضيري، التسويق المصرفي، ايتراك للنشر و التوزيع، الطبعة الأولى، القاهرة، 1999.

40. محمد الصيرفي، إدارة المصارف، دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر، الإسكندرية، 2007.
41. محمد الصيرفي، الإدارة الالكترونية، دار الفكر الجامعي، الطبعة الأولى، الإسكندرية، مصر، 2007.
42. محمد حسين منصور، المسؤولية الالكترونية، دار الجامعة الجديدة للنشر، الإسكندرية، 2003.
43. محمد عبد الحليم عمر، الجوانب الشرعية والبنكية والمحاسبية لبطاقات الائتمان، إيتراك للنشر والتوزيع، الدوحة، 1997.
44. محمود جاسم الصميدعي، ردينة عثمان يوسف، التسويق المصرفي، دار المناهج للنشر و التوزيع، عمان، الطبعة الأولى، 2001.
45. محمود محمد أبو فروة، الخدمات البنكية الالكترونية عبر الانترنت، دار الثقافة، الطبعة الأولى، عمان، الأردن، 2009.
46. مدحت صادق، أدوات و تقنيات مصرفية، دار غريب للطباعة و النشر، القاهرة، 2001.
47. مصطفى كمال طه، وائل أنور بندق، الأوراق التجارية ووسائل الدفع الالكترونية الحديثة، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، مصر، 2007.
48. منير الجنيهي، ممدوح الجنيهي، البنوك الالكترونية، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2005.
49. منير الجنيهي، ممدوح الجنيهي، التوقيع الالكتروني و حجته في الإثبات، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2004.
50. منير الجنيهي، ممدوح الجنيهي، النقود الالكترونية، دار الفكر الجامعي، الاسكندرية، مصر، 2006.
51. المومني عمر حسن، التوقيع الالكتروني، الطبعة الأولى، دار وائل للنشر، عمان، 2003.
52. ناجي المعلا، الأصول العلمية للتسويق المصرفي، الطبعة الثالثة، عمان، الأردن، 2007.
53. نادر ألفرد قاحوش، العمل المصرفي عبر الانترنت، الدار العربية للعلوم، الطبعة الأولى، 2001.
54. نادر عبد الشافي، المصارف والنقود الالكترونية، المؤسسة الحديثة للكتاب، الطبعة الأولى، طرابلس، لبنان، 2007.
55. ناظم محمد نوري الشمري، عبد الفتاح زهير عبد اللات، الصيرفة الالكترونية، -الأدوات والتطبيقات ومعوقات التوسع- دار وائل، الطبعة الأولى، عمان، الأردن، 2008.
56. ناهد فتحي الحموري، الأوراق التجارية الالكترونية، دراسة تحليلية ومقارنة، دار الثقافة، الطبعة الأولى، عمان، الأردن، 2009.
57. يعقوب يوسف النجدي، فيصل محمد النعيم، التجارة الالكترونية - مبادئها ومقوماتها-، الدار العربية للعلوم، الطبعة الأولى، بيروت، 2002.

58. يوسف أحمد أبو فارة، التسويق الإلكتروني-عناصر المزيج التسويقي عبر الانترنت، الطبعة الأولى، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، 2004.

59. يونس عرب، البنوك الالكترونية، الأردن، 2005.

II – الرسائل والأطروحات:

60. بلعيد ذهبية، الرقابة المصرفية و دورها في تفعيل أداء البنوك التجارية، دراسة حالة بنك badr، رسالة ماجستير، جامعة البليدة، 2007.

61. سامي احمد محمد مراد، الإطار البيئي لفعالية بنوك القطاع العام بمصر، رسالة ماجستير، أكاديمية السادات، مصر 1999.

62. سمية عمران عبد الكريم، دور إدارة الجودة الشاملة في تحسين كفاءة الخدمات المصرفية في البنوك التجارية، رسالة ماجستير، أكاديمية السادات، مصر، 2002.

63. شيروف فضيلة، جامعة منتوري -قسنطينة كلية العلوم الاقتصادية و علوم التسيير، أثر التسويق الإلكتروني على جودة الخدمات المصرفية، دراسة حالة بعض البنوك في الجزائر، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في التسويق، السنة الجامعية 2009-2010.

64. العاني إيمان، البنوك التجارية وتحديات التجارة الالكترونية، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير جامعة منتوري - قسنطينة - الجزائر السنة الجامعية 2006 - 2007.

65. عبد الرحيم وهيبية، إحلال وسائل الدفع المصرفية التقليدية بالالكترونية "دراسة حالة الجزائر"، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في علوم التسيير فرع نقود ومالية، كلية العلوم الاقتصادية و علوم التسيير، قسم علوم التسيير، جامعة الجزائر.

III – المجالات والتقارير والملتقيات:

66. بنك القاهرة، دور البنوك في تنشيط التجارة الالكترونية بمصر، النشرة الاقتصادية المصرية، العدد الأول، مارس 2001.

67. حسن شحادة الحسين، العمليات المصرفية الالكترونية، الجديد في أعمال المصارف من الوجهتين القانونية والاقتصادية، مداخلة مقدمة إلى المؤتمر العلمي السنوي لكلية الحقوق، جامعة بيروت العربية، 2002.

68. رعد حسن الصرف، أهمية دراسة العلاقة بين شبكة الانترنت وجودة الخدمة المصرفية، دراسة نظرية، مجلة العلوم الإنسانية، العدد 2.

69. زيدان محمد، جودة الخدمات المصرفية، المؤتمر العالمي الدولي حول الجودة والتميز في منظمات الأعمال، 7 - 8 ماي 2007.

70. سحنون محمود، النظام المصرفي بين النقود الورقية والنقود الآلية، مجلة العلوم الإنسانية، جامعة بسكرة، العدد 04، ماي 2003.

71. شيرين بدري البارودي، دور اقتصاد المعرفة في تطوير الخدمات الالكترونية، دراسة تحليلية عن البنوك الالكترونية.
72. عبد الوهاب إبراهيم أبو سليمان، بطاقات المعاملات المالية -دراسة فقهية تحليلية مقابلة- ، مجلة مجتمع الفقه الإسلامي، الدورة10 ، العدد10 ، الجزء2 ، جدة،1997،
73. الغندور حافظ كامل، محاور التحديث الفعال في المصارف العربية فكر ما بعد الحداثة، مجلة إتحاد المصارف العربية، بيروت، 2003.
74. محمد منصف تطار، النظام المصرفي الجزائري والصيرفة الالكترونية، مجلة العلوم الإنسانية، جامعة محمد خيضر بسكرة، العدد02 ، جوان2002.
75. محمود أحمد إبراهيم الشراوي، مؤتمر الأعمال المصرفية الالكترونية بين الشريعة و القانون، جامعة الإمارات العربية المتحدة، 2003.
76. مركز البحوث المالية و المصرفية، أجهزة الصراف الآلي، مجلة الدراسات المالية و المصرفية، المجلد 07، العدد03، سبتمبر 1999.
77. مسدود فارس، العولمة وتطورات التكنولوجيا في مجال الاتصال وأثارها على الممارسات الاقتصادية، مجلة آفاق، جمعية آفاق الاقتصادية، جامعة سعد دحلب، البلدية، العدد2، 2003.
78. يوسف مسعداوي، ورقة بحثية بعنوان- البنوك الالكترونية-ملتقى المنظومة المصرفية الجزائرية والتحول الاقتصادي، جامعة البلدية.
- VI- القوانين والمراسيم:**
79. المادة 113، قانون النقد و القرض، رقم 90-10، المؤرخ في 14 أفريل 1990، الصادر بالجريدة الرسمية، العدد 16، السنة السابعة و العشرون، بتاريخ 18 أفريل 1990.
- VII- المواقع الالكترونية:**

80 <http://www.badr-bank.dz>

81 <http://e-banking.badr.dz>

82 <http://www.bdl.dz/>

83 <http://e-banking.bdl.dz>

84 <http://www.bea.dz/>

85 <http://e-banking.bea.dz>

ثانيا باللغة الأجنبية :

الملخص:

تهدف هذه المذكرة إلى التركيز على الخدمات البنكية الإلكترونية باعتبارها حقلا من حقول المعرفة الحديثة بما تتصف من نمطية عالية في مضمونها ومحتواها، حيث توصلت الإدارة البنكية إلى أن جودة هذه الخدمة وأسلوب تقديمها يعتبر المجال الوحيد للتنافس؛ وقد تم دراسة بعض المصارف العاملة في الجزائر وخلص إلى أن غالبيتها تعتمد مواقع إلكترونية خاصة على شبكة الإنترنت للتعريف بنفسها والفروع التابعة لها إضافة إلى تعريف العملاء بخدماتها التقليدية والإلكترونية والتي ما زالت في بداية الطريق حيث تقتصر على بعض الخدمات المتعلقة بالتسيير عن بعد للحسابات البنكية إلى جانب استغلال خدمات البطاقات الإلكترونية، الصراف الآلي وغيرها.

الكلمات المفتاحية: ، البنوك الإلكترونية، المحتوى الخدماتي، الخدمات البنكية.

The purpose of this work is to focus on services, electronic banking as a field from the fields of modern knowledge including characterized by atypical high in content, which reached Administration bank to the quality of this service and the method of submission is the only area to compete; has been studying some of the banks operating in Algeria and concluded that mostly depends sites especially on the Internet to introduce themselves and affiliates as well as the definition of customer coverage for traditional and electronic which are still at the beginning of the road where limited to certain services related to remote accounts banking as well as the exploitation of services e-cards, ATMs and other.

Key words: e- banking . service content.banking service