



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة الشهية حمة لخضر الوادي
كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير
قسم: العلوم الاقتصادية
موضوع بعنوان:

دور وسائل الدفع الالكتروني في تحسين جودة الخدمات
المصرفية
دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية -وكالة الوادي-

مذكرة مقدمة لنيل متطلبات شهادة الماستر

تخصص: اقتصاد نقدي وبنكي

الاستاذ المشرف:

كدودة عادل

إعداد الطلبة:

✓ زاوي شيماء

✓ خطاب رضا

✓ دحده رقية

لجنة المناقشة:

الاسم واللقب	الرتبة العلمية	الصفة
زقير عادل	أ . دكتور	رئيسا
عادل كدودة	أ.دكتور	مشرفا ومقررا
هويدي عبد الجليل	أ. دكتور	مناقشا

السنة الجامعية: 2024/2023

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ
بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ
بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

صَدَقَ اللَّهُ الْعَظِيمُ

الاهداء:

وجد الإنسان على وجه البسيط، ولم يعيش بمعزل عن باقي البشر وفي جميع مراحل الحياة، يوجد أناس يستحقون
منا الشكر ...

أهدي هذا العمل الى نفسي والنفوس عزيزة ثمرة جهدي أنتجت حصادها وها أنا أتفاخر بإنجازي....

الى من فارقتنا بجسدها وبقت روحها الطاهرة معنا {جدتي رحمها الله }

إلى من أفضلها على نفسي، ولم لا، فلقد ضحت من أجلي ولم تدخر جهدا في سبيل إسعادي على الدوام...
«أمي الحبيبة» أطال الله في عمرها.

نسير في دروب الحياة، ويبقى من يسيطر على أذهاننا في كل مسلك نسلكه صاحب الوجه الطيب، والأفعال
الحسنة، إلى صاحب السيرة العطرة، والفكر المستنير، فلقد كان له الفضل الأول في بلوغي التعليم العالي، ولم
يبخل علي طيلة حياته «والدي العزيز» أطال الله في عمره...

قال تعالى { سنشد عضك بأخيك } اهدي عملي هذا الى أخوتي {موسى، مُجَّد، ابراهيم، أنور، صدام} أخواتي
{إيمان و الهام} نفسي وسندي في الحياة الذين كان لهم بالغ الأثر في كثير من العقبات والصعاب و من كانوا
دائما سندي ومسندي في تخطي عقبات الحياة بحلها ومرها...

الى من ملأ حياتي حبا وأملا شكرا على دعمك المستمر وتحفيزك الدائم... كنت لي القوة حين ضعفت والنور
حين اظلمت دروبي هذا العمل ما هو الى ثمرة لوقوفك جنبي وإيمانك بقدراتي

إلى من كان له الفضل الكبير في نجاحي وتحقيق هذا الانجاز أستاذي

الفاضل عادل كدودة لقد كنت دائما مصدر الهام ودعم لنا لا أجد كلمات تعبر عن امتناني لك شكرا لك
إلى من كانوا بجانبني دائما { زاوي أيمن ، زاوي اسلام ، باعلي مُجَّد الامين } وقفوا بجوارني وساعدوني بكل ما
يملكون، وفي أصعدة كثيرة...

الى صديقة روحي التي شاركتني الاحلام والافراح والاحزان {رحال لبنى، زايد شروق}...

إلى خالتي أمي الثانية مع كل نبضة في قلبي وكل ابتسامة على وجهي . كنت لي دائما الملجأ والأمان أشكرك على

كل لحظة دعم وكل نصيحة ثمينة {زاوي تونس} وبناتها ...

إلى كل من حملتهم ذاكرتي ونستهم مذكرتي....

أقدم لكم هذا العمل....

زاوي شيماء

الاهداء:

وصلت رحلتي الجامعية إلى نهايتها بعد تعب ومشقة.. وها أنا ذا أختتم بحث تخرُّجي بكل همّة ونشاط، وأمتُّ لكل من كان له فضل في مسيرتي، وساعدني ولو باليسير، أهدي ثمرة جهدي:

إلى روح الذي قضى عمره وهو يتطلع إلي حلما ثمرا وفرعا مزهرا...
جدي الطالب مُجد رحمه الله....

إلى التي لم تكن لتقنع إلا بالتميز والكمال... التي ظلت تسانديني في صلواتها وأدعيتها
إلى من وضع المولى - سبحانه وتعالى - الجنة تحت قدميها، وقرَّها في كتابه العزيز...
(أمي الحبيبة) حفظها الله ورعاها...
وإلى الذي لا يزال يدفني إلى المعالي ورسخ في ذهني أن الحياة كفاح والعلم سلاحها...
(أبي الموقر) أدامه الله تاجا فوق رأسي...

إلى السيدة التي أشعلت لي قناديلاً، تنير دروي بالود... فقد كانت المرأة التي دفعتني دوماً، نحو طرق أفضل وأجمل... إلى المرأة
المعجزة التي تجعل كل شيء ممكناً بصبرها ودعمها...
زوجتي قرة عيني... أدامها الله سندا ومسندا أتكى عليه...
إلى من حلّت بركة وجودهم في حياتي، ومن ملأت ضحكاتهم الجميلة عمري، أهدي هذا البحث، أبنائي الاعزاء:
وسيم، عدنان، مُجد نعيم... كان الله ولي توفيقكم
إلى من أشد عضدي بهم...

إخوتي وأخواتي: محسن، بشيرة، سارة، نجيب، عبد الله، عفاف، مُجد، علي... أسأل الله لهم دوام الصحة والعافية...
إلى كل أفراد عائلتي الكبير والصغير اعمامي عماتي أخوال خالاتي أصهاري...
إلى أصدقائي ومعارفي الذين أجّلهم وأحترمهم وأخص بالذكر الارقط خليفة، سبع جعفر جعلكما الله فخرا وذخرا...
إلى من بذل الجهد وأشرف على تأطير عملنا هذا دون كلل أو ملل...الدكتور عادل كدودة...حفظه الله...
إلى كل من علمني حرفا، أساتذتي الكرام بقسم العلوم الاقتصادية بجامعة الشهيد حمة لخضر
وأخص بالذكر الدكتور شكة عبد الله...
واخيرا اهدي عملي الى من شاركوني عملي هذا زميلتي زاوي شيماء ودحده رقية... شكرا لكن...
إلى كل زميلاتي وزملائي طلبة سنة ثانية ماستر تخصص اقتصاد نقدي وبنكي بجامعة الشهيد حمة لخضر بالوادي دفعة
2024...وأخص بالذكر زملائي عاشوري سمير، باهي بدر الدين، بوبكري أشرف...

الإهداء

أولاً وقبل كل شيء أحمد الله الذي أمدني بالقوة والعافية أشكره أنه وهبني التوفيق والسداد ومنحني الرشد والثبات
لإعداد هذه المذكرة...

أهدي هذا العمل إلى التي قاسمتني أفراحي وأحزاني وتحملت هموم الحياة من أجل سعادتي إلى من علمتني أن الحياة
أمل وعمل...

إلى منبع العطاء وبحر الأمان و إلى الذي أناروا دربنا وطريقنا ومن علمونا أن الحياة كفاح وأن العلم وسيلة
للوصول إلى المبتغى "آبائنا وأمهاتنا"...

إلى من قاسمونا حلو الحياة ومرها تحت سقف واحد إلى من أعطوا الأخوة معناها النبيل إلى من أعيش معهم أجمل
اللحظات وأحلاها...

إلى من ساعدونا في إنجاز هذا العمل أصدقائنا وأحبائنا و إلى من كان عوننا لنا في إنجاز هذه المذكرة
" أستاذنا الفاضل" ... وكل أساتذة كلية العلوم الاقتصادية أهدي هذا العمل...

شكر وعرهان

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الحمد لله الذي بنعمته تتم الصالحات، والصلاة والسلام على أشرف الأنبياء والمرسلين، سيدنا مُحَمَّدٍ وعلى آله وصحبه أجمعين.

يسرنا في هذا المقام أن نتقدم بخالص الشكر وعظيم الامتنان لكل من ساهم وساندنا خلال مشوارنا الدراسي وفي إعداد هذه المذكرة.

نود أن نوجه شكرًا خاصًا إلى المشرف الكريم الأستاذ (كدودة عادل)، على توجيهاته القيمة ونصائحه السديدة التي كانت نبراسًا لنا خلال إعداد هذا البحث. إن دعمه وتشجيعه كان لهما بالغ الأثر في إتمام هذا العمل. وأخيرًا، نتقدم بخالص الشكر والامتنان الي كل عمال بنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة الوادي على حسن الاستقبال والتوجيه... وتزويدنا بكل المعلومات..

أسأل الله العلي القدير أن يوفقنا جميعًا لما يحب ويرضى، وأن يجعل هذا العمل خالصًا لوجهه الكريم.

والسلام عليكم ورحمة الله وبركاته

الملخص

ملخص الدراسة:

تهدف هذه الدراسة لمحاولة معرفة دور وسائل الدفع الإلكترونية في تحسين جودة الخدمات المصرفية في بنك الفلاحة والتنمية الريفية BADR (وكالة الوادي) ، وتقييم وسائل الدفع الإلكترونية وواقعها، ومعرفة مدى تحسين البنك محل الدراسة لخدماته في ظل وجود وسائل دفع حديثة، ومن أجل الوصول الى هذه الاهداف قمنا بتوزيع استمارات لعملاء بنك BADR وكالة الوادي وتمثلت العينة في 50 فردا. وتوصلنا الى النتائج التالية كانت لوسائل الدفع الالكتروني دور في تحسين جودة الخدمات المصرفية من ناحية الاعتمادية ، سرعة الاستجابة ، القدرة والكفاءة ،سهولة الحصول على الخدمة، المصدقية والامان. ولم تكن لها دور في تحسين الخدمة المصرفية من ناحية الجوانب المادية الملموسة، الفهم والاتصال. الكلمات المفتاحية: دفع الكتروني، جودة الخدمة المصرفية، بطاقة بنكية ، بنك الفلاحة والتنمية الريفية ، وكالة الوادي

abstract

This study aims to try to find out the role of electronic payment methods in improving the quality of banking services at the Bank of Agriculture and Rural Development BADR (eloued Agency), evaluate electronic payment methods and their reality, and find out the extent to which the bank under study improves its services in the presence of modern payment methods, and in order to reach these Objectives: We distributed the necessary information by distributing a questionnaires of Al BADR Bank eloued Agency. The sample represented 50 persons.

We reached the following results: Electronic payment methods had a role in improving the quality of banking services in terms of reliability, speed of response, capacity and efficiency, ease of obtaining service, credibility and security. They did not have a role in improving the quality of banking service in terms of tangible physical aspects, understanding and communication.

Keywords: electronic payment, quality banking services, bank cards ,bank of

Agriculture and rural development ، valley agency

الفهارس

الصفحة	المحتوى
I	الاهداء
IV	شكر وعرفان
	الملخص
	فهرس المحتويات
	فهرس الجداول
	فهرس الاشكال
	فهرس الملاحق
أ...ح	مقدمة
01	الفصل الاول : الاطار النظري لوسائل الدفع الالكتروني
03	تمهيد :
04	المبحث الاول : ماهية وسائل الدفع التقليدية والالكترونية
04	المطلب الاول: ماهية وسائل الدفع
06	المطلب الثاني : وسائل الدفع الالكتروني
08	المطلب الثالث : أهمية وسائل الدفع الالكتروني
10	المبحث الثاني : أنواع وسائل الدفع الالكتروني واستخداماتها
10	المطلب الاول : البطاقة البنكية
13	المطلب الثاني : البطاقات الذكية والنقود الالكترونية
18	المطلب الثالث : المحفظة الالكترونية والشيكات الالكترونية
21	المطلب الرابع : التحولات المالية الالكترونية و الفاتورة الالكترونية
25	المبحث الثالث : واقع وسائل الدفع الالكتروني في الجزائر
25	المطلب الاول : مشروع تطور نظام الدفع في الجزائر
26	المطلب الثاني :العوامل المساعدة والمعرقله لنجاح وسائل الدفع الالكتروني
30	المطلب الثالث : التحديات التي تفرزها وسائل الدفع الالكتروني
33	الفصل الثاني : جودة الخدمات المصرفية وعلاقتها بوسائل الدفع الالكتروني
34	تمهيد
35	المبحث الاول : مفاهيم عامة حول الخدمة والخدمة المصرفية
35	المطلب الاول : ماهية الخدمة
37	المطلب الثاني :مفهوم الخدمة المصرفية
38	المطلب الثالث : أنواع الخدمة المصرفية

40	المطلب الرابع : دورة حياة الخدمة المصرفية
42	المبحث الثاني : المرتكزات الاساسية لجودة الخدمة المصرفية
42	المطلب الاول : مفهوم واهمية جودة الخدمات
45	المطلب الثاني : جودة الخدمات المصرفية (المفهوم ، الاهمية ، والمزايا)
47	المطلب الثالث : أبعاد جودة الخدمة المصرفية
49	المبحث الثالث : متطلبات تحقيق جودة الخدمات المصرفية وعلاقتها بوسائل الدفع الالكتروني
49	المطلب الاول : صعوبات ونماذج قياس جودة الخدمات المصرفية
53	المطلب الثاني : متطلبات تطوير جودة الخدمة المصرفية
57	المطلب الثالث : مساهمة وسائل الدفع الالكتروني في تحسين جودة الخدمات المصرفية
60	الفصل الثالث : دراسة ميدانية حول وسائل الدفع الالكتروني ودورها في تحسين جودة الخدمات المصرفية بنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة الوادي
62	المبحث الاول : التعريف ببنك الفلاحة والتنمية الريفية
62	المطلب الاول : تقديم بنك الفلاحة والتنمية الريفية
64	المطلب الثاني : الهيكل التنظيمي لبنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة الوادي
65	المطلب الثالث : مهام وأهداف بنك الفلاحة والتنمية الريفية
67	المبحث الثاني : الخدمات المصرفية لبنك الفلاحة والتنمية الريفية
67	المطلب الاول : الخدمات المصرفية
69	المطلب الثاني : وسائل الدفع الالكتروني لبنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة الوادي
74	المطلب الثالث : الوساطة الالكترونية الهامة في استخدام البطاقة البنكية
77	المبحث الثالث : استخدامات وسائل الدفع الالكتروني ودورها في تحسين جودة الخدمات المصرفية بنك الفلاحة والتنمية الريفية
77	المطلب الاول : الاجراءات المنهجية لدراسة
78	المطلب الثاني : دراسة خصائص الغينة
82	المطلب الثالث : التحليل الاحصائي المتعلق بدراسة مستوى جودة الخدمات المصرفية
90	الخلاصة
91	الخاتمة
93	قائمة المراجع

فهرس الاشكال		
رقم الشكل	عنوان الشكل	الصفحة
01	التقسيم الاساسي للبطاقة البنكية	16
02	دور استخدام الشيك الالكتروني واجراءاته	21
03	يوضح عوامل نجاح وعرقلة وسائل الدفع الالكتروني	30
04	جودة الخدمة	44
05	نموذج الفجوات الخمسة	52
06	موقع وكالة الوادي في هيكل المديرية الجهوية	63
07	يوضح الهيكل التنظيمي لبنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة الوادي	65
08	نموذج الشيك الالكتروني	70
09	يوضح نموذج السند لأمر الالكتروني	70
10	بطاقة الدفع الكلاسيكي CIB	71
11	بطاقة الدفع CBR	71
12	بطاقة التوفير	72
13	بطاقة الدفع COLD	72
14	بطاقة ماستر كارد الكلاسيكية	73
15	بطاقة ماستر كارد تيتانيوم	74
16	جهاز ال TPE	76
17	دائرة نسبية تمثل الجنس	79
18	دائرة نسبية تمثل العمر	80
19	دائرة نسبية تمثل مدة التعامل مع البنك	81
20	اعمدة بيانية تمثل وسيلة الدفع المستعملة	82

فهرس الجداول

رقم الجدول	عنوان الجدول	الصفحة
01	أبعاد جودة الخدمات المصرفية	48
02	محاور الاستمارة وعباراته	77
03	توزيع اداة الدراسة	78
04	توزيع مفردات العينة حسب متغير الجنس	79
05	توزيع عينة الدراسة حسب متغير العمر	79
06	توزيع عينة الدراسة حسب متغير مدة التعامل مع البنك	80
07	توزيع عينة الدراسة حسب متغير وسيلة الدفع المستعملة	81
08	يمثل اعتماد العملاء على الخدمات البنكية الالكترونية في سحب وتحويل الاموال وتسديد الديون	83
09	يمثل دقة الحسابات في خدمات البنك الالكترونية وخلوها من الاخطاء	83
10	يمثل مدى استجابة موظفي البنك لطلبات والاستفسارات الزبائن للخدمات الالكترونية	83
11	يمثل سرعة تقديم الخدمات الالكترونية لزبائن في البنك	84
12	يمثل كفاءة موظفي بنك البدر في تقديم الخدمات الالكترونية بقدرة عالية	84
13	يمثل كفاءة موظفو البنك في تحقيق خدمة الكترونية سليمة	85
14	يمثل منافذ البنك لتوفير الخدمات الالكترونية	85
15	يمثل تأثير وسائل الدفع الالكتروني على تقليل طوابير الانتظار	86
16	يمثل مستوى لطافة موظفي البنك في التعامل مع الزبائن	86
17	يمثل أناقة موظفي البنك و علاقاتهم الودية مع الزبائن	86
18	جدول ثقة العملاء في الخدمات الالكترونية للبنك	87
19	يمثل مصداقية و الأمانة في الخدمات الالكترونية في البنك مع الزبائن	87
20	يمثل خلو خدمات الالكترونية للبنك من الشك والمخاطر المادية والمالية	88
21	يمثل سرية المعلومات الالكترونية لحساب الزبائن في البنك	88
22	يمثل توضيح المعلومات الالكترونية والخدمات الالكترونية وتسليمها للزبائن من فريق البنك	89
23	يمثل توضيح المعلومات والخدمات الالكترونية وتسليمها للزبائن من فريق البنك	89
24	يمثل جهود موظفي البنك في استيعاب رغبات الزبائن	90
25	يمثل الاهتمام الشخصي لموظفي البنك بالعملاء	90

90	يمثل تقنيات وبرامج والخدمات الالكترونية الحديثة والمتطورة في البنك	26
91	يمثل تسهيلات البنك للعملاء في الحصول على الخدمات الالكترونية المالية	27

مقدمة

١٥٦٥٥

المقدمة:

تعد البنوك الدعامة و الركيزة الأساسية لأي اقتصاد، لذلك تسعى كل دولة من دول العالم إلى تطويرها من خلال تحسين خدماتها و كذا عصنة وسائل الدفع المتاحة لديها وذلك لمواكبة التطور التكنولوجي الحاصل حاليا الذي يشهده العالم في العقود الأخيرة.

وفي وقت سابق كانت البنوك تعتمد في خدماتها بالدرجة الأولى على وسائل الدفع التقليدية و قد كانت أهم تلك الوسائل النقود والأوراق التجارية كالسفتجة، السند الأمر والشيكات نظرا لاستعمالها الواسع، لكن مع التطور الاقتصادي الراهن و الوتيرة السريعة التي تعتمد عليها المبادلات التجارية كشفت عدة عيوب و نقائص لهذه الوسائل ، ولعل أهمها وأبرزها بطء حركة دوراتها واعتبارها هدفا يسهل تحويله إلى أداة غش و احتيال كالشيكات بدون رصيد و بالتالي أصبحت هذه الوسائل عبئا ثقيلا على البنوك لما تسببه لها من خسائر بدل أنتكون عاملا مدرا للربح. من جهة أخرى، فالتطور السريع العالم الإلكترونيات أدى إلى ظهور شبكة الانترنت كوسيلة لنقل وتبادل المعلومات والاتصال، وقد كانت البنوك سباقة لاستغلال هذه التطورات من أجل تحديث نظام الدفع الذي كان في حاجة ماسة إلى ذلك، وكذا تحسين خدماتها المقدمة لعملائها، وتنج عن هذه العملية خلق وسائل دفع بآلية جديدة ألا و هي وسائل الدفع الإلكترونية، فاقترحت البنوك على عملائها وسيلة دفع بالبطاقات و ادخلت وسائل و أجهزة آلية تسمح باختصار الوقت والتكاليف، لتكتمل الحلقة بظهور بنوك وخدمات إلكترونية التي تعتمد على شبكة الانترنت مما أدى إلى حتمية خلق وسائل دفع إلكترونية أخرى مجردة من الطابع المادي لتتلاءم وهذا النوع من البنوك و الخدمات.

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

الإشكالية:

ضمن هذا الإطار العلمي والفكري تبرز ملامح إشكالية الدراسة والتي يمكن صياغتها على النحو التالي:
كيف تساهم وسائل الدفع الإلكتروني في تحسين جودة الخدمات المصرفية بنك الفلاحة والتنمية الريفية
وكالة الوادي؟

وحتى يسهل لنا التحكم في جوانب الموضوع ارتأينا إلى تجزئة الإشكالية الأساسية إلى الاسئلة الفرعية التالية:

- ماهية وسائل الدفع الإلكتروني المستخدمة في البنوك و أنواعها ؟
- ما المقصود بجودة الخدمات المصرفية؟
- هل لوسائل الدفع الإلكتروني دور في تحسين خدمات بنك الفلاحة و التنمية الريفية (وكالة الوادي)؟

فرضيات البحث:

- ✓ يوفر بنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة الوادي كل وسائل الدفع الإلكتروني
- ✓ يوجد دور كبير لوسائل الدفع الإلكتروني في تحسين جودة الخدمات المصرفية بأبعاده في بنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة الوادي

أسباب اختيار الموضوع:

- إن أهم الأسباب التي دفعتنا إلى اختيار الموضوع محل الدراسة هي:
 - الفضولية في فهم المصطلحات البنكية حديثة النشأة و التي بدأ ذكرها يتكرر في الآونة الأخيرة كالبطاقات الذكية والمحفظة الإلكترونية وكذلك التوقيع الإلكتروني... الخ.
 - استمرارية البنوك في تحسين خدماتها و مواصلة جهودها في مواكبة التطور التكنولوجي الحاصل.
 - متابعة آخر التطورات و الوضعية التي آلت إليها وسائل الدفع الإلكترونية في أحد البنوك الجزائرية وبالخصوص بنك الفلاحة والتنمية الريفية (وكالة الوادي).
- ومن أسباب اختيارنا لموضوع الدراسة كونه يدخل ضمن تخصصنا الدراسي

أهمية الدراسة:

ترجع أهمية الدراسة الى تقديم مساهمة نظرية مفاهيمية بخصوص وسائل الدفع الإلكتروني وجودة خدمات بنك الفلاحة والتنمية الريفية -وكالة الوادي- ، بيان الدور الهام حول هذه الوسائل ودورها في تحسين جودة الخدمات المصرفية بالبنك محل الدراسة ، وتحديد أهم العوامل التي يوليها العملاء أهمية نسبية عالية عند تقييمهم لجودة تلك الخدمات وذلك لمعرفة أولويات التطوير عند الحاجة إليه.

أهداف الدراسة:

- يرمى هذا البحث إلى تحقيق جملة من الأهداف من بينها :
- محاولة معرفة وسائل الدفع الإلكترونية وكذا أهم تحدياتها.
- محاولة تقييم وسائل الدفع الإلكترونية وواقعها في بنك الفلاحة والتنمية الريفية BADR (وكالة الوادي).
- محاولة معرفة مدى تحسين بنك الفلاحة والتنمية الريفية فرع الوادي BADR لخدماته في ظل وجود وسائل دفع حديثة وكذا أهم المشاكل التي تواجهها لإيجاد الحلول المناسبة.

منهج الدراسة:

تبعاً لمتطلبات هذه الدراسة والمعلومات التي يتناولها الموضوع وطبيعتها ، كان من الواجب اللجوء إلى مناهج مختلفة في معالجة هذه الاشكالية حيث اعتمدنا في ذلك على :

المنهج الوصفي التحليلي: المنهج الذي يعتمد على دراسة الظاهرة كما توجد في الواقع و يهتم بوصفها وصفاً دقيقاً و يعبر عنها كيفياً او كمياً

منهج دراسة الحالة: استخدمنا هذا المنهج حتى لا تبقى الدراسة مجرد وصف نظري واسقاط التطورات الحاصلة في مجال وسائل الدفع الالكتروني على بنك الفلاحة والتنمية الريفية BADR-وكالة الوادي-

أدوات جمع البيانات:

إن عملية جمع البيانات مهمة جداً في أي بحث كان وخاصة في البحوث الاجتماعية بحيث أن دقة النتائج التي يتوصل إليها الباحث ومدى صحتها وتطابقها مع الواقع تتوقف على الاختيار السليم والمناسب لأدوات جمع البيانات فهذه الأخيرة عبارة عن مجموعة من الوسائل و الطرق و الأساليب التي يعتمد عليها الباحث في الحصول على البيانات والمعلومات اللازمة لإنجاز بحث حول موضوع معني.

وقد اعتمدنا في دراستنا على **استمارة استبيان** أو الاستبانة والتي تعد من أكثر أدوات البحث العلمي شيوعاً مقارنة بالأدوات الأخرى، وذلك بسبب اعتقاد كثير من الباحثين ان الاستبيان لا تتطلب منهم إلا جهداً يسيراً في تصميمها وتحكيمها وتوزيعها وجمعها، وقد تم توزيعها على زبائن وعملاء بنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة الوادي

حدود الدراسة:

- **المجال المكاني:** كانت هذه الدراسة الميدانية في بنك الفلاحة والتنمية الريفية -وكالة الوادي-

- **المجال الزمني:** يمتد المجال الزمني لهذا الدراسة من شهر فيفري إلى غاية شهر ماي 2024
- **المجال الموضوعي:** تتحدث هذي الدراسة على دور وسائل الدفع الالكتروني في تحسين جودة الخدمات المصرفية

▪ **المجال البشري:** قمنا بتوزيع الاستمارات على زبائن و عملاء بنك الفلاحة او التنمية الريفية -وكالة الوادي -

هيكل الدراسة:

بهدف الاحاطة بجوانب الموضوع والاجابة على التساؤلات و اختبار مدى صحة الفرضيات ،تضمنت الدراسة ما يلي :

الفصل الأول: جاء بعنوان الاطار النظري لوسائل الدفع الالكتروني " والذي تضمن ثلاث مباحث وتطرقنا في المبحث الاول: ماهية وسائل الدفع التقليدية والالكتروني، تضمن أربعة مطالب والذي احتوى على مفهوم وسائل الدفع ومكونات وسائل الدفع التقليدية وكذا وسائل الدفع الالكتروني.

وفي المبحث الثاني: أنواع وسائل الدفع الالكتروني واستخداماتها وتضمن في المطلب الاول والثاني البطاقات البنكية والبطاقات الذكية والنقود الالكترونية وأيضا في المطلب الثالث المحافظ الالكترونية والشبكات الالكترونية والمطلب الرابع احتوى على التحويلات المالية الالكترونية والفاتورة الالكترونية **وفي المبحث الثالث: تقييم وسائل الدفع الالكتروني** تطرقنا فيه لثلاث مطالب وتضمن مزايا وعيوب وسائل الدفع الالكتروني وطرق حمايتها والعوامل المساعدة والمعركة لنجاحها وأخيرا الخلاصة .

الفصل الثاني: بعنوان جودة الخدمات المصرفية وعلاقتها بوسائل الدفع الالكتروني، وتطرقنا فيه إلى ثلاث مباحث **وفي المبحث الاول:** الذي جاء بعنوان مفاهيم عامة حول الخدمة والخدمة المصرفية، وتضمن اربع مطالب: ماهية الخدمة ومفهوم الخدمة المصرفية الثاني والثالث أنواعها والرابع دورة حياة الخدمة المصرفية **والمبحث الثاني:** المرتكزات الاساسية لجودة الخدمات المصرفية، وفيه ثلاثة مطالب مفهوم وأهمية جودة الخدمات وجودة الخدمات المصرفية(المفهوم،الاهمية،المزايا) وأخيراً أبعاد جودة الخدمات المصرفية، **وفي المبحث الثالث: متطلبات تحقيق جودة الخدمات المصرفية وعلاقتها بوسائل الدفع الالكتروني،** وتضمن في المطلب الاول: صعوبات ونماذج قياس جودة الخدمات المصرفية والثاني: متطلبات تطوير جودة الخدمات المصرفية وفي الثالث: مساهمة وسائل الدفع الالكتروني في تحسين جودة الخدمات المصرفية.

الفصل الثالث: دراسة ميدانية حول وسائل الدفع الالكتروني ودورها في تحسين جودة الخدمات المصرفية
بنك الفلاحة والتنمية الريفية **BADR** -وكالة الوادي- وتضمن أيضاً ثلاثة مباحث المبحث الأول:
التعريف بنك الفلاحة والتنمية الريفية -وكالة الوادي- وتطرقنا فيه الى ثلاث مطالب وهي: تقديم بنك
الفلاحة والتنمية الريفية -وكالة الوادي- ومن ثم الهيكل التنظيمي لبنك الفلاحة والتنمية الريفية -وكالة الوادي-
وفي الاخير مهام وأهداف بنك الفلاحة والتنمية الريفية -وكالة الوادي-، وفي المبحث الثاني الذي جاء بعنوان:
الخدمات المصرفية ووسائل الدفع الالكتروني في بنك الفلاحة والتنمية الريفية -وكالة الوادي- وتضمن في
المطلب الاول: الخدمات المصرفية لبنك الفلاحة والتنمية الريفية-وكالة الوادي-، وفي المطلب الثاني: وسائل الدفع
الالكتروني لبنك الفلاحة والتنمية الريفية-وكالة الوادي-، وفي المطلب الثالث: الوسائط الالكترونية الهامة في
استخدام البطاقات البنكية .

وفي الاخير المبحث الثالث: استخدامات وسائل الدفع الالكتروني ودورها في تحسين جودة الخدمات
المصرفية في بنك الفلاحة والتنمية الريفية -وكالة الوادي- وتطرقنا فيه الى ثلاثة مطالب، وفي المطلب الاول:
الاجراءات المنهجية للدراسة، وفي المطلب الثاني: دراسة خصائص العينة، وأخيراً: التحليل الاحصائي المتعلق
بتقييم العملاء لمؤشر وسائل الدفع الالكتروني وجودة الخدمات المصرفية.

الاطار النظري

الفصل الأول : الإطار النظري
لوسائل الدفع الإلكتروني

تمهيد:

يعتبر نظام وسائل الدفع لأي اقتصاد مؤشرا عن مدى سيره وعمله، وهو ما جعل البنوك في مختلف دول العالم تدرك بأن لتطوير وتحديث وسائل الدفع أولوية، وهذا لأن وسائل الدفع التقليدية لم تعد فعالة في عصر يتطلب السرعة في معالجة المعاملات والصفقات، ولقد سمح التطور التكنولوجي بخلق وسائل دفع الكترونية، غير مكلفة ومجردة من المادة، لكن من جهة أخرى فإن العمل المتناسق لوسائل الدفع الالكترونية الحديثة النشأة، يتطلب تنظيما قانونيا ودرجة أمان عالية والجزائر هي الأخرى مدركة تماما لهذه الضرورة، ليس فقط من أجل إجبارية وضع وسائل دفع الكترونية ولكن أيضا لضرورة استخدام الوسائل التقليدية القليلة الاستعمال

المبحث الأول : ماهية وسائل الدفع التقليدية والإلكترونية

لقد كان ظهور وسائل الدفع الإلكتروني نتيجة التحديات المالية، إذ اعتبرت وسائل الدفع الإلكتروني كل أداة أو وسيلة وفاء بدين أو دفع فعالة و سريعة غير تقليدية تتيح الأطراف التبادل الإلكتروني بدلا من التبادل المادي التقليدي، و في هذا المبحث سنتطرق الى ثلاثة مطالب، الأول سيكون بماهية وسائل الدفع و اهميتها والمطلب الثاني سنعرض فيه وسائل الدفع الإلكتروني (مفهوم، نشأة، خصائص) والمطلب الثالث يتكون من أهمية وسائل الدفع الإلكتروني.

المطلب الاول: ماهية وسائل الدفع

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

الفرع الاول: مفهوم وسائل الدفع

لوسائل الدفع عدة تعاريف نذكر منها ما يلي:

"وسيلة الدفع تطلق على كل شيء يمكن قبوله اجتماعيا من خلال منح الثقة في هذه الادوات من طرف أفراد المجتمع".

وتعرف على أنها: "تلك الاداة التي تحظى بالقبول العام، وتلعب دورها في تسهيل تبادل السلع والخدمات وذلك تسديد الديون والالتزامات"¹

ويمكن النظر الى وسائل الدفع من ثلاث زوايا اساسية : فهي اداة وساطة مهمتها تسهيل التداول وتمكين اجراء الصفقات بسهولة وهذا ينطبق بالأساس على النقود في شكلها المعاصر، وبصفة أقل على الأوراق التجارية عندما تكون محل تداول بين فئة التجار ومن جهة اخرى تمثل ادوات للدفع العاجل وهذا الامر ينطبق خاصة على النقود والشيكات بدرجة اقل، واخيرا هي ادوات تمكن من نقل الانفاق في زمن حيث أن امتلاكها يسمح للأفراد اما بإنفاقها حاليا او انتظار فرص افضل من المستقبل، انطلاقا من هذا المبدأ فان وسيلة الدفع انما تمثل وسيلة قرض حيث تسمح بتحويل قوة شرائية حاليا وإعادة استرجاعها في المستقبل.²

1- سالم مريم، اساليب تسويق وسائل الدفع الحديثة لرفع القدرة التنافسية للبنوك فالجزائر، مذكرة مقدمة كجزء من متطلبات نيل شهادة الماستر في العلوم الاقتصادية،

تخصص نقود مالية غير منشورة جامعة محمد خيضر بسكرة -2013 2014 ص 03

2- طاهر لطرش، تقنيات البنوك، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، طبعة الثانية، 2003، ص. ص. 32. 33

وقد عرفها المشرع الجزائري في نص المادة 113 من قانون النقد والقرض كما يلي: "تعتبر وسائل الدفع جميع الوسائل التي تمكن من تحويل أموال مهما كان الشكل أو الأسلوب التقني المستعمل"¹.

كما قام بتعريفها الاقتصادي bonneau thierry بأنها: "كل الأدوات والوسائل التي مهما كانت الدعائم والأساليب التقنية المستعملة فيها تسمح لكل الأشخاص بالقدرة على تحويل اموالهم"².

اما المشرع الجزائري فقد عرف وسائل الدفع في نص المادة 113 من القانون 90.10 قانون النقد والقرض كما يلي " تعتبر وسائل الدفع كل الأدوات التي تمكن كل شخص من تحويل الأموال مهما كان الشكل او الاسلوب التقني المستعمل"³.

كما تعرف ايضا: "إن وسيلة الدفع هي تلك الأداة التي تحظى بالقبول العام، وتلعب دورا هاما في تسهيل تبادل السلع والخدمات، و كذلك تسديد الديون والالتزامات، وقد كانت هذه الوسيلة تتمثل أساسا في النقود القانونية، لكن مع تطور الزمن وجدت وسائل أخرى مثل الاوراق التجارية، وبعض انواع السندات"⁴.

الفرع الثاني: أهمية وسائل الدفع

تكتسب وسائل الدفع أهمية بالغة في الاقتصاد ، وذلك نظرا استعمالها في أداء العمليات الاقتصادية فهي تمثل :

↪ أداة وساطة مهمتها الاولى تتجسد في تسهيل التداول، وتمكين إجراء الصفقات بسهولة وهذا ما ينطبق بالأساس على النقود في شكلها العام.

↪ تعتبر أدوات الدفع العاجل وهذا ما ينطبق خاصة على النقود والشيكات بدرجة أقل.

↪ وتكمن أهميتها أكثر في كونها تعتبر من الادوات التي تمكن من نقل الانفاق في الزمن، حيث أن امتلاكها يسمح للأفراد إما إنفاقها أو انتظار فرص أفضل في المستقبل.

↪ كما أنها تمثل وسيلة قرض إذ تسمح بتحويل قوة شرائية حاليا وإعادة استرجاعها في المستقبل⁵.

عرف النشاط الاقتصادي عدة وسائل للدفع، تمكن من اجراء الصفقات بسهولة وحظيت بالقبول الاجتماعي لها، فبالإضافة الى النقود وسيلة الدفع الوحيدة التامة السيولة عرف الإنسان عدة وسائل أخرى كالشيك بأنواعه، السفتجة، السند لأمر، وسند الرهن، سند الصندوق... وكل وسائل يمكن تداولها واستخدامها في تسوية الصفقات.

- 1- يزيم سارة، دور وسائل الدفع الالكتروني في تحسين جودة الخدمات المصرفية، مذكرة مقدمة كجزء من متطلبات نيل شهادة الماستر في العلوم الاقتصادية، جامعة محمد خيضر . بسكرة . قسم العلوم الاقتصادية، تخصص نقود ومالية، 2014. 2015، ص 03
- 2- جبالة إلهام، ربايعية جهاد، دور وسائل الدفع الالكتروني في تحسين جودة الخدمات المصرفية ، مذكرة تخرج مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر في شعبة العلوم الاقتصادية، جامعة 08 ماي 1945، قالمة، تخصص اقتصاد نقدي وبنكي، 2022.2023، ص 08
- 3- بونفلة غلام، موالكية عبدة، واقع وسائل الدفع الإلكتروني في الجزائر، مذكرة تخرج مقدمة لنيل شهادة الماستر، جامعة 08 ماي 1945، قالمة، قسم علوم التسيير، تخصص المقاولانية، 2020. 2021، ص 05
- 4- سليمان ناصر، التقنيات البنكية وعمليات الائتمان، ديوان المطبوعات الجامعية، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، 2014، ص 18
- 5- علي جمال الدين عوض، الأوراق التجارية، مطبعة جامعة القاهرة والكتاب الجامعي، الطبعة 01، القاهرة - مصر، 1990، ص 32

فتعتبر وسائل الدفع الأداة المقبولة اجتماعيا من أجل تسهيل معاملات تبادل السلع والخدمات وكذلك تسديد الديون وتدخل في زمرة وسائل الدفع الى جانب النقود القانونية تلك السندات التجارية وسندات القرض التي يدخلها حامله في التداول عندما يؤدون أعمالهم، والتي يمكن من خلالها إجراء أي تسوية بين الدائن والمدين سواء كانوا أشخاص طبيعيين أو معنويين، إذ أن لوسائل الدفع التقليدية عدة مكونات معروفة في جميع المعاملات، ومن اهم هذه المكونات التي كان ظهورها منذ القدم : النقود، السفتجة، الشيك، سند الرهن، سند الصندوق... الخ.¹

المطلب الثاني : وسائل الدفع الالكتروني

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

الفرع الأول : مفهوم وسائل الدفع الالكتروني

مثل وسائل الدفع الإلكترونية أهم مكونات نظام الدفع الإلكتروني تنفذ فيه المعاملات بواسطة وسائل دفع إلكترونية وتتضمن عملية الدفع الإلكتروني أربعة أطراف :²

- 1- المتعامل (الدافع أو المشتري)
- 2- البنك الذي أصدر وسيلة الدفع
- 3- البنك الذي يتحصل على المبلغ لحساب المستفيد من الدفع (البائع)
- 4- شبكة البطاقات

"هي مجموعة الأدوات والتحويلات الالكترونية التي تصدرها المصارف والمؤسسات كوسيلة دفع ، وتتمثل في البطاقات البنكية، النقود الالكترونية الشيكات الالكترونية والبطاقات الذكية "

وتعرف المادة الثانية من قانون التجارة الالكترونية التونسي وسيلة الدفع الالكترونية أنها " الوسيلة التي تمكن صاحبها من قيام بعمليات الدفع المباشرة عن بعد عبر الشبكات العمومية للاتصالات "³

1- محمود كيلاي، الموسوعة التجارية، عمليات بين البنوك، المجلد الرابع و دار النشر والتوزيع، الأردن، 2008، ص 62

2- زواش زهير، روابح عبد الباقي ، بطاقات الدفع البنكية ودورها في تسريع المعاملات المصرفية، الملتقى الثالث حول المستهلك والاقتصاد الرقمي : ضرورة الانتقال

وتحديات الحماية 23 و 24 أبريل 2018 ، المركز الجامعي عبد الحفيظ بالوصوف . ميله ، ص 04

3- منصور الزين، وسائل وأنظمة الدفع والسداد الالكتروني (عوامل الانتشار وشروط النجاح) مداخلة مقدمة الى الملتقى العلمي والدولي الرابع حول عصنة نظام الدفع

في البنوك الجزائرية وإشكالية اعتماد التجارة الالكترونية في الجزائر(عرض تجارب دولية)، المركز الجامعي خميس مليانة، الجزائر، يومي : 26 27 أبريل 2011، ص

ويعرف الدفع الإلكتروني على انه "عملية تحويل الاموال هي في أساس ثمن لسلعة أو خدمة بطريقة رقمية أي باستخدام اجهزة الكمبيوتر، وارسال البيانات عبر خط تلفوني او شبكة ما أو أي طريقة لإرسال البيانات"¹ ويعرف ايضا بانه " نظام دفع مبني على تقنيات إلكترونية زائد تقنيات اعلام آلي التي تستعمل لغرض صناعة نظام دفع إلكتروني من خلاله تحصل قيم وسائل الدفع التي تم ضبطها عن طريق المبادلات البنكية عبر سند معلوماتي بدل سند ورقي".

ومنه فوسائل الدفع الإلكتروني هي وسيلة يتم بواسطتها نقل المعلومات التي تتعلق بالحسابات بين الأطراف المعنية بصفة إلكترونية، وتمكن من القيام بعمليات الدفع المباشر عن بعد عبر الشبكات العمومية الاتصالات.

الفرع الثاني: نشأة وسائل الدفع الإلكتروني :

لقد كان ظهور وسائل الدفع الإلكترونية نتيجة التحديات المالية بفعل الصيرفة الإلكترونية ، ومهما كانت درجة الحدائة على المستويات الجزئية فعلم الوساطة المالية عرف تحول غير من أهداف واستراتيجيات المصارف في الآونة الأخيرة، وكان ذلك نتيجة الثورة التكنولوجية الحديثة في الإعلام والاتصال وعملة الأسواق المالية والمصرفية . غير أن استخدام البطاقات بدل النقد الائتماني يرجع في الأصل إلى ظهور بطاقات كرتونية تستخدم في الهاتف في فرنسا وفي الولايات المتحدة الأمريكية، وذلك من خلال بطاقات معدنية تستخدم في تعريف الزبون على مستوى البريد ، حيث أنه في نهاية السبعينات نتيجة الثورة الإلكترونية تم تزويد البطاقة بمسارات مغناطسية في الكثير من الدول الصناعية وما ميزها أنها تحتوي على ذاكرة ، ويمكن تجزئة القيمة المخزنة فيها لإجراءات عملية الدفع. وتعددت أشكال وسائل الدفع الحديثة من خلال السحب أو الدفع أو التعامل مع الأوراق المالية ، ويرجع استخدام النقد الإلكتروني لبداية الثمانيات حيث برز مفهوم النقد الإلكتروني ، ومع بداية التسعينات أصبحت كل بطاقة دفع مرغوبة فهي تسمح بالتعريف على سلامة البطاقة وعلى هوية صاحبها وهو ما يعد دعم كبير لأمن وسلامة العمليات.²

الفرع الثالث : خصائص وسائل الدفع الإلكتروني

تتميز وسائل الدفع الإلكتروني بجملة من الخصائص المميزة، ومنها ما يلي:

♣ **يتميز الدفع الإلكتروني بالطابع الدولي:** لكونه وسيلة مقبولة من جميع الدول يستخدم لتسوية المعاملات الإلكترونية التي تتم عبر فضاء إلكتروني بين المتعاملين بها في أنحاء دول العالم، وتكسب حاملها المرونة في الحصول على احتياجاته من سيولة نقدية و سلع وخدمات من مصادر متنوعة في أي مكان في العالم وفي أي وقت و بأي عملة.

1- عبد القادر بيجح، الشامل لتقنيات اعمال البنوك، دار الخلدونية، الجزائر، 2013م، ص 234

2- موشير لطيفة، بشرى زينب، أثر وسائل الدفع الإلكتروني على الإيرادات المالية في المؤسسة التجارية، مذكرة ماستر، أحمد دراية، أدرار، 2017/2018، ص 14

♣ يستخدم هذا الأسلوب لتسوية المعاملات عن بعد: وذلك من خلال تسوية الحسابات والمعاملات عبر فضاء إلكتروني عبر كل أنحاء العالم ووجود فضاء معلوماتي مفتوح وتبادل المعلومات الإلكترونية من خلال وسائل الاتصال، وإعطاء أمر بالدفع وفقا لمعطيات إلكترونية تسمح بالاتصال المباشر بين موقعي العقد.

♣ يتم الدفع باستخدام النقود الإلكترونية: وهي وحدات نقدية محفوظة بشكل إلكتروني ويتم الوفاء بها إلكترونيا، أو هي قيمة نقدية تتضمنها بطاقة بها ذاكرة رقمية أو الذاكرة الرئيسية للمؤسسة التي تهيمن على إدارة عملية التبادل.

♣ العلاقة التعاقدية بين أطراف بطاقات الدفع الإلكترونية: هناك عقود مستقلة تربط بين أطراف البطاقات فهذا يعني وجود عقد يربط بين مصدر البطاقة والتاجر، وعقد آخر يربط بين مصدر البطاقة وحاملها، وعقد ثالث يربط بين حامل البطاقة والتاجر، وعليه عكس وسائل الدفع التقليدية كالشيك والتحويلات المصرفية، فالنجد عقد يربط بين البنك والدائنين، ولكن البنك يقوم بدوره كوكيل عن المدين في الدفع أو الوفاء.

♣ تتطلب عملية الدفع توفر أجهزة خاصة: تتولى هذه العمليات التي تتم عن بعد تسهيل تعامل الأطراف فيما بينها وتعزيز الثقة والأمان في التعامل، وتمثل في نظام مصرفي مؤهل لذلك عبر وسائل الاتصال اللاسلكية حيث يتم إعطاء أمر الدفع وفقا لمعطيات إلكترونية تسمح بالاتصال المباشر بين طرفي العقد. ويتم الدفع الإلكتروني من خلال نوعين من الشبكات، شبكة خاصة ويقتصر الاتصال بها على أطراف التعاقد ويفترض ذلك وجود معاملات وعلاقات تجارية ومالية مسبقة، وشبكة عامة حيث يتم التعامل بين العديد من الأفراد لا توجد بينهم قبل ذلك روابط معينة، ويتم الدفع الإلكتروني بأخذ الأسلوبين، إما من خلال البطاقات البنكية أو من خلال نقود مخصصة مسبقا لهذا الهدف.¹

المطلب الثالث: أهمية وسائل الدفع الإلكتروني

لوسائل الدفع أهمية بالغة لأطراف العالقة التعاقدية، فهي تمنح عدة مزايا وفوائد لحاملها أو للبنك المصدر لها أو حتى للتاجر وعلى المستوى الاقتصادي عموما نذكر البعض منها:

الفرع الأول: الشعور بالأمان و الخصوصية و السهولة في الاستعمال

فتعتبر وسائل الدفع الإلكتروني وسيلة دفع جاهزة توفر على المستهلك حمل النقود وما يترتب على ذلك من مخاطر ضياعها أو سرقتها، كما تحول لها بالبقاء بالتزاماته بطريقة سهلة بعيدة عن التعقيد كما تساعد على توفير الوقت من خلال إجراء عمليات الدفع، كما أن الخصوصية في التعامل بهذه الوسائل تأتي من كون هذه الأخيرة لا ترتبط في معظمها بشبكات

1- بوعكة كامل، النظام القانوني لوسائل الدفع الإلكتروني في الجزائر، مجلة الأستاذ الباحث للدراسات القانونية والسياسية، جامعة محمد بوضياف، الجزائر، المجلد 07،

العدد 01، 2022، ص 09

مصرفية أي أنه لا تكتنفها عالقة مصرفية مما يقلل احتمال إطلاع الغير على الصفقات التي يقوم بها المستهلك، كما أن البطاقات لا يمكن تداولها إلا من خلال حاملها الشرعي وعدم قابليتها للانتقال عن طريق التظهير. ما بالنسبة للتجار فتكمن أهمية فيكون القيمة الإلكترونية التي قام المستهلك بدفعها لهم قابلة للتحويل إلى نقود عادية دون أدنى شك وذلك بضمان المؤسسة التي قامت بإصدارها.¹

الفرع الثاني: توفير النقدية بصورة فورية

يؤدي هذا النظام إلى تحسين التدفق النقدي وكذا تسريع دورة النقد. ولوسائل الدفع الإلكتروني أهمية بالغة كون نظام الدفع الإلكتروني يتسم بالطبيعة الدولية ويتم استخدامه لتسوية الحسابات في المعاملات التي تتم عبر الفضاء الإلكتروني عبر أنحاء العالم عن طريق مجموعة الأدوات الإلكترونية التي تصدرها البنوك و مؤسسات الائتمان – وكذلك لها أهمية كبيرة و بالغة في التسويات المالية حيث نرى أنه :

بعدما كانت التسويات المالية تتم عن طريق وسائط مادية ملموسة ومعروفة وهي أدوات الوفاء الشائعة الاستخدام ، ومع اتساع نطاق التكنولوجيا أصبحت تلك الوسائل لا تصلح في تسهيل المعاملات التي تتم عن بعد في بيئة غير مادية كالعقود الإلكترونية التي تبرم عبر شبكة الإنترنت، حيث أصبح الأمر يتطلب وسيلة جديدة للدفع تتلاءم ومتطلبات التجارة الإلكترونية التي تمكن العميل من الوفاء بمقابل السلعة أو الخدمة عكس الطريقة التقليدية المتبعة.²

1- بوعكة كاملة، مرجع سابق، ص 7

2- زهير زاوش، روايح عبد الباقي، مرجع سبق ذكره، ص 65

المبحث الثاني: أنواع وسائل الدفع الإلكتروني واستخداماتها

نتيجة التطورات التي حدثت في مجال التجارة الإلكترونية الذي تمحصر عنها وسائل دفع حديثة يتم بواسطتها تسوية المدفوعات في التجارة الإلكترونية بشكل عام وتسوية المعاملات المصرفية بشكل خاص، والتي تتميز بطابعها الإلكتروني مسايرة بذلك التطور الاقتصادي في هذا العصر الرقمي، وتعددت هذه الوسائل الإلكترونية واتخذت أشكالاً مختلفة تتلاءم مع طبيعة المعاملات وتسوية المدفوعات حيث كان أول ظهور في شكل بطاقات بنكية ومع التطور في مجال تكنولوجيا الاتصالات أخذت أشكالاً جديدة متطورة ومتنوعة. وهذه البطاقة هي أحد أنواع وسائل الدفع الإلكتروني التي سنتطرق إليها في هذا المبحث.

المطلب الأول: البطاقات البنكية

تعتبر البطاقات البنكية في وقتنا المعاصر من أكثر وسائل الدفع الإلكترونية تداولاً وأكثرها استعمالاً والبديل العصري للنقود، نظراً للإقبال الذي حظيت به هذه البطاقات خاصة مع تطوير عنصر الأمان فيها فضلاً عن السهولة التي تتيحها في المعاملات المصرفية.

الفرع الأول: تعريف البطاقة البنكية:

تعد البطاقات البنكية مظهراً حديثاً من مظاهر تطور شكل ونوعية النقود وتعرف أيضاً باسم النقود البلاستيكية، فهي عبارة عن بطاقات بلاستيكية و مغناطيسية كالكرات الشخصي أو الفيزا أو الماستر وورد وتمكن هذه البطاقات حاملها من الحصول على النقود عن طريق آلات الصرف الذاتي، وما تموله أيضاً من شراء معظم احتياجاته أو أداء مقابل ما يريده من خدمات وذلك دون أن يكون لديه مبالغ كبيرة قد تتعرض للسرقة أو الضياع.¹

وتعرف أيضاً أنها:

"بطاقة بلاستيكية بحجم بطاقة إثبات الهوية تقريباً صادرة عن مؤسسة مالية مصرفية تستخدم في تسوية المدفوعات عوضاً عن النقود وكذلك بالسحب من الرصيد ويستطيع حاملها الاستفادة من الخدمات المالية و القروض الممنوحة"²

كما تعرف أيضاً بأنها:

الأداة تكون باسم: بطاقة الإقراض، بطاقة الخدمات البنكية أو بطاقة بنكية، بطاقة شيك مضمون، أو بطاقة سحب مباشر، أو أي اسم أو عنوان آخر، صدر برسم أو بغير رسم من مصدره، لاستعمال حاملها للأغراض التالية:
أ. الحصول على النقود، السلع، الخدمات، أو أي شيء آخر له قيمة على أساس القرض.

1- شيروف فضيلة، أثر التسويق الإلكتروني على جودة الخدمات المصرفية (حالة بعض البنوك الجزائرية)، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في العلوم

التجارية تخصص تسويق، غير منشورة، جامعة المتشوري قسنطينة، 2009. 2010، ص 112

2- زايد مجّد، البطاقات البنكية كأداة لتفعيل التجارة الإلكترونية مجلة الضياء للدراسات القانونية، المركز الجامعي نور البشير، البيض الجزائر، المجلد 03، العدد 02، 30

ديسمبر 2021، ص 59

ب. شهادة أو ضمان لشخص أو مؤسسة، ليتمكن صاحبها من الحصول على قرض تحت الطلب، يكون مساويا أو أكثر من المقدار الضروري لتسديد سندات شراء حاملها أو شيكاته فردا كان أو مؤسسة.

ج. ما يمكن حامل البطاقة من صالحة الحصول على ما يبتغيه من فتح حساب قرض.¹

الفرع الثاني : الجهات المصدرة للبطاقة

الواقع أن اختلاف التسمية والأنواع لا يعكس اختلاف الوظيفة التي تقوم بها البطاقة ويتحدد ذلك على أساس الاتفاق بين الزبون والجهة المصدرة للبطاقة، وأغلب البطاقات المتداولة حاليا في العالم ترعاها وتشرف عليها جمعيات ومنظمات دولية تتمثل في الهيئات التالية:²

▪ بطاقة فيزا كارد "Card Visa":

هي أكثر البطاقات الائتمانية انتشارا على الاطلاق ، وهي بطاقة متجددة وعدد حاملتها بالملايين

▪ ماستر كارد "Master Card":

هذه البطاقة تأتي في المنزلة الثانية بعد بطاقة الفيزا كارد من حيث الانتشار ، ولها عدة أشكال هي ماستر كارد الفضية وماستر كارد الذهبية الخ.

▪ بطاقة داينيز كليب "Diners Club card":

تتميز بتوفير الأمان وإمكانية القيام بالمشتريات الفورية والمدفوعات الآجلة وتسمح باستخدام المعالج الالكتروني الموجود بداخلها ، ويمكن شحنها عدة مرات.³

▪ الأمريكيان إكسبرس american express

كانت شركة سياحية بدأت تهتم بإصدار الشيكات السياحية باسمها، ثم تطورت فيما بعد إلى بطاقات السفر والترفيه carde Entertainment ثم أخذت شكلها الحالي باسم Amex ولها بنك خاص باسم American Express كما لها شركة خاصة مع مكاتب الرحلات والفنادق والمجالات التجارية حول العالم، و تتولى إصدار البطاقة بنفسها دون أن تمنح التراخيص لجهات أخرى والاسم لأي كان يجب أن يضع اسمه على البطاقة، وتوجد ثلاثة أنواع من هذه البطاقة هي الخضراء والذهبية والماسية.⁴

1- جبايلية الهام، رابعة جهاد، مرجع سبق ذكره، ص 18

2- عبد الهادي مسعودي، الأعمال المصرفية الإلكترونية، دار البازوري للنشر ولتوزيع، الطبعة العربية، عمان، الاردن، 2016، ص 61، 63

3- بن برنو مصطفى، دور وسائل الدفع الالكترونية وانعكاساتها على البنوك، مذكرة تخرج مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر، جامعة عبد الحميد بن باديس، مستغانم، كلية العلوم الاقتصادية، قسم العلوم الاقتصادية، تخصص اقتصاد نقدي وبنكي، 2017/2018، ص 14

4- عبد الهادي مسعودي، مرجع سابق، ص 63

الفرع الثالث : أطراف البطاقة البنكية

تتضمن عملية الدفع الإلكتروني أربعة أطراف المتمثلة في :

1- **الطرف الأول:** مصدر البطاقة وهو المخول قانونيا بإصدار البطاقة لحاملها ويقوم وكالة عنه بتسديد قيمة المشتريات للتاجر.

2- **الطرف الثاني:** حامل البطاقة و هو الشخص الذي صدرت البطاقة باسمه أو خول باستخدامها وأخذ على نفسه الالتزام أمام مصدر البطاقة الوفاء بكل الواجبات التي تنشأ عن استعمال البطاقة.

3- **الطرف الثالث:** التاجر وهو الذي يبرم عقدا مع مصدر البطاقة بتقديم السلع والخدمات المتوافرة من قبل العملاء حاملي بطاقة البنك الذي تم الاتفاق معه

4- **المفوض في استخدام البطاقة:** وتجر الإشارة هنا ، أنه قد يزداد عدد أطراف العقد إلى أربعة مثل البنك الوسيط بين المصدر الرئيسي للبطاقة وحاملها وقد يكون عدد أطراف العقد اثنين كما هو في البطاقة الخاصة بالمجالات التجارية الكبيرة، فالمفوض في استخدام البطاقة هو الشخص الذي يستخدم البطاقة سواء كان هو حاملها أو غيره أو في كلتا الحالتين تترتب آثار قانونية ومسؤوليات مالية وقد يكون:

- موظف شركة أصدرت البطاقة باسمها
- قد يكون مستعمل البطاقة هو صاحبها الذي يكون له حساب بالبنك المصدر للبطاقة
- قد يكون الشخص المخول باستخدامها ليس صاحبها الذي أصدرت باسمه ولكنه منح صالحة استخدامها
- أما إذا كان مستخدم البطاقة يبرم عقدا مع التاجر لمصلحته فإنه لا يعد طرفا في الاتفاق بين مصدر البطاقة وحاملها إذ أنه لا يتوجب عليه بحال أن يدفع قيمة ذلك العقد لمصدر البطاقة.¹

الفرع الرابع : خصائص البطاقة البنكية :

للبطاقة البنكية مجموعة من الخصائص التي تتميز بها عن باقي أدوات الدفع التقليدية الأخرى وهي :

- هي عبارة عن كمبيوتر متنقل للعميل لأنها تحتوي على سجل جميع المعلومات الشخصية المتمثلة في الاسم و العنوان ، اسم المصرف ، أسلوب المصرف ، المبلغ المنصرف ، تاريخ حياة العميل المصرفية ، كما يمكن لهذه البطاقات تخزين أكثر من 100 ضعف من المعلومات مقارنة بالبطاقات البلاستيكية الأخرى
- البطاقات البنكية يمكنها ان تخزن نقد إلكتروني يغني حاملها عن الذهاب الى البنك وعبارة أخرى فهي تعبر عن قيمة نقدية مخزونة مدفوعة تماما

1- جباله الهام، رباعية جهاد، مرجع سبق ذكره، ص 20

- تعمل على تخفيض عدد البطاقات التي يحملها كل شخص، إذ انها تلعب دور بطاقة الائتمان وبطاقة الصرف و رخصة القيادة وبطاقة التأمين الصحي وكذلك بطاقة العمل، فهي تقوم بجمع جميع هذه البطاقات المتعددة الوظائف في بطاقة واحدة.
- تعتبر أفضل حماية ضد عمليات التزوير وسوء الاستغلال فالمعلومات التي توجد عليها مشفرة، بحيث يمكن لأجهزة قراءة البطاقات التأكد من ان هذه البطاقة أصلية من خلال التوقيع الرقمي المشفر المخزن في معالج البطاقة.
- نسبة الخطأ للشريط المغناطيسي منخفضة لهذه البطاقات عند تمريرها على القارئ، إذ تصل إلى 1000 خطأ لكل معاملة، مقابل 250 خطأ لكل مليون معاملة بالنسبة للبطاقات الأخرى¹

المطلب الثاني : البطاقات الذكية والنقود الالكترونية :

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

الفرع الاول : البطاقات الذكية :

أولاً : تعريف البطاقات الذكية

هي بطاقة بلاستيكية تحتوي على خلية الكترونية يتم عليها تخزين جميع البيانات الخاصة بحاملها مثل الاسم، العنوان، المصدر، المصرف، أسلوب الصرف المبلغ المصروف وتاريخه وتاريخ حياة الزبون² وتعرف ايضا على أنها عبارة عن كارت بلاستيكي يتشابه من حيث الحجم والشكل ببطاقات الائتمان ولكنه مزود بكمبيوتر صغير به ذاكرة تسمح بتخزين بيانات يمكن استدعاؤها بطريقة منظمة، وتسمح البطاقات الذكية كذلك بتخزين النقود او وحدات الكترونية يمكن استخدامها في سداد أثمان السلع والخدمات³

ثانياً : أنواع البطاقات الذكية

وهناك عدة أصناف لهذه البطاقات من أهمها: ز

1- السائس ايتسام، نيلي صفاء، وسائل الدفع في التجارة الالكترونية، مذكرة لاستكمال متطلبات شهادة ماستر أكاديمي، تخصص قانون أعمال، كلية الحقوق والعلوم

السامية، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، 2019-2020، ص 37

2- محمد عبد حسين الطائي، التجارة الالكترونية، الطبعة الأولى، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، 2010، ص 187

3- شريف محمد غنام، محفظة النقود الالكترونية (رؤية المستقبل)، دار الجامعة الجديدة، الاسكندرية، مصر، 2007م، ص 16

أ- البطاقات الائتمانية :

تعرف البطاقات الائتمانية على أنها: "عبارة عن وسيلة حديثة للوفاء بالتزامات أبرزتها البيئة وطورتها التكنولوجيا الحديثة تنتج لحاملها استعمال الائتمان الممنوح له من البنك الذي أصدرها أو من غيره حيث يمنح البنك لحامل هذه البطاقة اعتمادا ماليا متفق على مقداره يسمح له بشراء احتياجاته في حدوده"¹ و يطلق لفظ بطاقة الائتمان، و التي تعبر عن لفظ ائتمان و اعتماد و تنقسم بطاقات الائتمان إلى :

البطاقات الائتمانية المتجددة: وظهرت هذه البطاقات إلى حيز الوجود في أواخر الستينات في الولايات المتحدة الأمريكية من خلال بطاقتين شهريتين فيزا و ماستركارد وهذا النوع تصدره البنوك في حدود مبالغ معينة، في هذا النوع يكون حامل البطاقة، (card Master) و ماستر كاد (VISA) محيرا بين تسديد كلي لقيمة فاتورة البطاقة خلال فترة الاستفادة او تسديد جزء منها فقط. تتميز بأنها توفر كلا من الوقت والجهد لحاملها، وتزيد من إيرادات البنك المصدر لها، بما يحصل عليه من رسوم مقابل الخدمات أو فوائد التأخير.

⊗ البطاقات الائتمانية الغير متجددة :

مثل البطاقة السابقة يتيح هذا النوع من البطاقات منح اعتمادات مالية لحاملها، الا أنها تختلف عن سابقتها في أن السداد يتم بالكامل من قبيل عميل البنك خلال الشهر الذي يتم فيه السحب أي أن الفترة الائتمانية في هذه الحالة لا تتجاوز الشهر وعلى العموم هناك أربعة أطراف معنية بالبطاقة الائتمانية و المتمثلة في:

* **العالمي للبطاقة المركز:** و هي مؤسسة عالمية تتولى إنشاء البطاقة و رعايتها و الموافقة على عضوية البنوك في جميع أنحاء العالم للمشاركة في إصدارها و القيام بدور الحكم لحل أي نزاع قد ينشأ بين المتعاملين بالبطاقة.

* **مصدر البطاقة:** و هي البنوك المنتشرة في جميع أنحاء العالم حيث تقوم بالإعلان عنها، ترويجها، تسويتها و التعاقد مع التجار وربط أجهزة الصراف لديها بشبكة المنظمة العالمية للبطاقة لتسهيل عملية السحب في أي جهاز صراف آلي في العالم مرتبط بالشبكة.

* **التاجر:** وهو اصطلاح يطلق على الشركات والمؤسسات التي يتعاقد معها المصدر للبيع لحاملها

* **حامل البطاقة:** وهو الفرد الذي يحصل على البطاقة لاستخدامها في معاملاته المختلفة وينقسم مصدر البطاقات البنكية حسب الشكل إلى ثلاثة مجموعات وهي:

1- عبد الكريم أحمد عثمان، أحكام البطاقات الائتمانية في القانون والآراء الفقهية الإسلامية، دار الفكر الجامعي للنشر، الطبعة الأولى، الإسكندرية، 2007م، ص 26

المجموعة الأولى : وهي المنظمات العالمية مثل فيزا وماستركارد و التي تقوم بإصدار البطاقات البنكية ذات الاستعمال العالمي بالإضافة الى القيام بمنح التراخيص للمصارف التي تتولى عملية التسويق و تسيير عمليات التداول النقدي الناتجة عن استخدام هذه البطاقات .

المجموعة الثانية : وهي المؤسسات التجارية التي تتولى عملية إصدار البطاقات المستخدمة على مستوى المحلات التجارية التابعة لها كوسيلة لتسديد المشتريات .

المجموعة الثالثة : وهي المؤسسات المصرفية الكبيرة التي تتولى عملية اصدار البطاقات البنكية و تسييرها.¹

ب- البطاقة الغير الائتمانية :

وهي بطاقات لا تمنح لصاحبها بعملية الدفع أو التسوية لمستحقته إلا إذا توفر فعليا على الأموال المقابلة لعملية التسوية وبالتالي فهي لا تمنح أي ائتمان أو قرض وتنقسم إلى قسمين:

↳ **بطاقات الدفع:** المسبق حيث يقوم صاحب البطاقة الإلكترونية بشحنها أو ملئها بمبلغ مالي معين وعند إتمام أي

معاملة تجارية يتم سحب المقابل المالي من هذه البطاقة حتى ينتهي المبلغ المشحون أو المعبأ في البطاقة ولإعادة استخدامها يجب إعادة شحنها وهكذا وقد عممت هذه الطريقة على المحلات عدة أهمها قطاع الاتصالات الهاتفية الثابتة والنقالة .

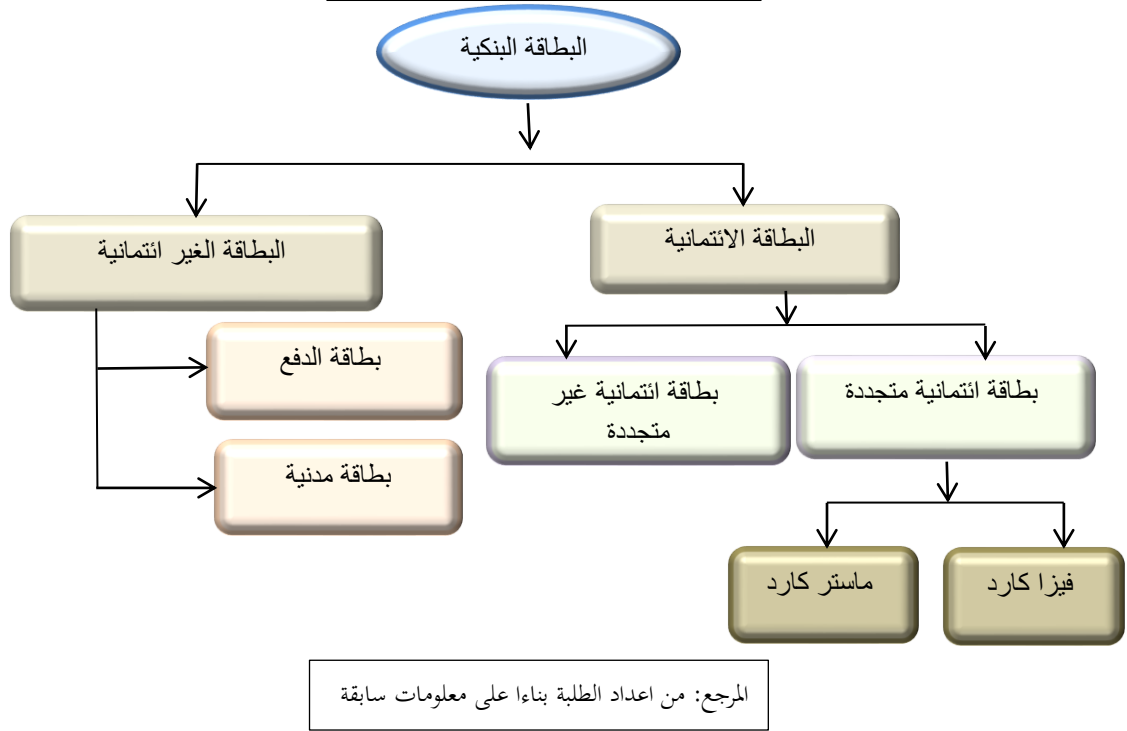
↳ **البطاقات المدنية:** ويتطلب هذا النوع من البطاقات وجود حساب بنكي جاري لصاحب البطاقة حيث يسمح

استخدام البطاقة في عملية التسوية أو الدفع خلال تمكين المستفيد (البائع) من سحب الأموال من حساب صاحب البطاقة الذي يفترض فيه أن يكون حسابه مدينا وفي حالة العكس (دائنا) لا تتم التسوية فعليه التسوية وتتطلب رصيدا كافيا ومغطيا للنفقات المجرات بواسطة البطاقة.²

1- حميد فثيت، بناولة حكيم، وآخرون، واقع وسائل الدفع الإلكتروني في الجزائر مجلة الاقتصاد الجديد، العدد:03، 2011م، ص 207

2- علي مجّد أبو العز، التجارة الإلكترونية وأحكامها في الفقه الإسلامي، دار النشر والتوزيع، 2008م، ص 233 . 234

شكل 01 : التقسيم الاساسي للبطاقة البنكية



ثالثا: مميزات البطاقات الذكية :

تتميز البطاقة الذكية بمميزات تتمثل أهمها في:

- تحوي شريحة يمكن حفظ المعلومات الرقمية و الأبجدية فيها ، وتتوافق مع أجهزة حاسوبية
- يستطيع العملاء استخدام البطاقات الذكية في إجراء التعاملات المالية الشخصية سواء من خلال صراف آلي أو عبر الانترنت من خلال وحدات قراءة البطاقات المتصلة بالحاسب
- تسهل البطاقات الذكية على العملاء تأمين تخزين المعلومات والنقد للشراء، وتشمل المزايا التي توفرها للعملاء في هذا الصدد حمل البيانات الشخصية وبيانات الائتمان والشراء التي يمكن الوصول إليها من خلال نقرة واحدة بفأرة حاسوب بدال من ملئ النماذج والاستمارات
- غالبا تحتوي البطاقة الذكية على معلومات مهمة كالسجلات الطبية أو معلومات الحسابات البنكية للمستخدم، يتطلب استخدامها إدخال الرقم السري، في حالة سرقة البطاقة الذكية يكون من الصعب جدا على غير صاحبها معرفة الرقم السري الخاص بالبطاقة.¹

1- جريدة أنباء المستهلك، الاثني 11 يناير 2016م، ص 21

الفرع الثاني : النقود الالكترونية :

أولا : تعريف النقود الالكترونية

يمكن تعريف النقود الالكترونية على أنها " قيمة نقدية مخزنة على وسيلة الكترونية مدفوعة مقدما وغير مرتبطة بحساب بنكي، وتستعمل كأداة لدفع"

ويعرفها الصندوق النقدي الدولي على أنها " قيمة نقدية في شكل وحدات ائتمانية مخزنة في شكل الكتروني أو في ذاكرة الكترونية لصالح المستهلك "¹.

ثانيا: خصائص النقود الالكترونية

لنقود الالكترونية خصائص نذكر منها ما يلي :

▲ النقود الإلكترونية قيمة نقدية مخزنة إلكترونيا فهي خالفا للنقود القانونية عبارة عن بيانات مشفرة يتم وضعها على

وسائل إلكترونية في شكل بطاقات بلاستيكية أو على ذاكرة الكمبيوتر الشخصي

▲ النقود الإلكترونية ثنائية الأبعاد إذ يتم نقلها من المستهلك إلى التاجر دون الحاجة إلى وجود طرف ثالث بينهما

كمصدر هذه النقود مثال²

وايضا لها خصائص أخرى تتمثل في:

▲ إنها ليست متجانسة حيث يقوم كل مصدر بإصدار نقود إلكترونية مختلفة من ناحية القيمة أو عدد السلع

والخدمات التي يمكن شراؤها بها.

▲ تعد سهولة الاستخدام نظرا لصغر حجمها وخفة وزنها.³

ثالثا : أنواع النقود الالكترونية

يوجد نوعين من النقود الالكترونية

1- النقود الالكترونية الاسمية :

تحتوي وحدة النقد الالكتروني على معلومات تتعلق بهوية كل الأشخاص الذين تداولوها وهي في هذا الشبه بطاقة

الائتمان حيث يستطيع البنك أن يقتفي أثر وحدة النقد التي أصدرها أثناء تداولها

2- النقود الالكترونية الغير الاسمية

1- الملتقى العلمي الدولي الرابع حول: عصرة نظام الدفع في البنوك الجزائرية واشكالية اعتماد التجارة الالكترونية في الجزائر، مرجع سبق ذكره، ص 12

2- وائل رفعت علي، الإدارة المالية و سوق المالي، دار التعليم الجامعي للنشر والتوزيع، دون طبعة، الإسكندرية، مصر، 2018، ص

حيث يتم تداول وحدة النقد دون الافصاح عن حاملها إلا إذا أنقها شخص ما أكثر من مرة واحدة.¹

المطلب الثالث : المحفظة الالكترونية والشيكات الالكترونية

تتطلب مقتضيات تطبيق التسويق والتجارة الإلكترونية في الدول والمنظمات المعاصرة ضرورة استخدام وتطوير الشيكات الإلكترونية محل الشيكات الورقية، كذلك المحفظة الإلكترونية التي بدأت تنتشر

الفرع الأول: المحفظة الالكترونية

اولا: تعريف المحفظة الالكترونية

المحفظة الالكترونية او الرقمية هي نظام مبني على أساس رقمي للقيام بالتبادلات والمعاملات التجارية الرقمية ، وباستخدامها يمكن بسهولة القيام بعمليات الشراء من خلال الحواسيب أو الهواتف الذكية ، وبشكل عام يتم ربط حسابات الأفراد في البنوك مع محفظتهم الرقمية ، والتي يتم فيها توثيق وحماية أموال المستهلك ومعاملاته التجارية من شراء وتبادل.²

ثانيا : وظائف المحفظة الالكترونية :

تعمل المحفظة الإلكترونية على تحقيق جملة من الوظائف الأساسية ومن أهمها :

- ❖ تأمين تنزيل التطبيق والتسجيل والوصول، إذ يمكن للمحفظة الرقمية تلقي معلومات اللمان التي تحدد التجار الموثوق بهم والتجار غير الموثوق بهم من النظام البعيد .
- ❖ حفظ قوائم المشتريات والخصم التجاري، حيث يمكن للمحفظة الرقمية أيضا تخزين قسائم الشراء أو بطاقات الخصم التجاري للزبائن المميزين لاستخدامها في المعاملات، ويمكنها أيضا تطبيق القسائم المخزنة تلقائيا أثناء عملية شراء إذا كان ذلك مناسباً .
- ❖ تخزين بطاقات دفع متعددة و منتجات دفع أخرى نيابة عن المستخدم.
- ❖ إدارة خدمات الدفع بواسطة الهاتف النقال المتعددة المقدمة من مختلف الموردين.
- ❖ تخزين المعلومات حول أعداد مختلفة من بطاقات الائتمان والخصم، والحسابات المصرفية والعملات الافتراضية وما غير ذلك.
- ❖ إتمام المعاملات المالية بخطوتين (المستخدم والشركة المالية إضافة لكونها هي المزودة لخدمة المحفظة الرقمية)، إلا أنه في بعض الأحيان قد يكون مزود الخدمة شركة تقنية غير الشركة المالية طرف ثالث.³

1- العشي وليد، مدياني محمد، واقع استخدام النقود الالكترونية في الجزائر، مجلة البشائر الاقتصادية، المجلد 4، العدد 3، 2018، ص 04

2- يسعد عبد الرحمان، ودان بوعبد الله ، قيراط فريال، دور المحفظة الالكترونية في تعزيز الشمول المالي، تجارب دولية، مجلة المنتدى لدراسات والابحاث الاقتصادية، المجلد 05، العدد 01، 2021م، ص 06

3- أمير علي خليل، دور محفظة الموبايل الرقمية في تعزيز حجم التجارة الإلكترونية، مجلة الإدارة و الاقتصاد، كلية الادارة والاقتصاد، جامعة كربلاء، العراق، المجلد 8، العدد 30، جوان 2019م، ص 468

ثالثا : استخدامات ومزايا المحفظة الالكترونية :

توفر المحافظ الإلكترونية حزمة من الاستخدامات والمزايا التي يمكن للمستخدم الاستفادة منها إذ أحسن توظيفها، نستعرض أدناه البعض منها:

- ✓ القيام بالتحويلات المصرفية إلى محفظة إلكترونية أخرى في العالم خلال وقت قصير.
- ✓ الاستغناء عن حمل المحفظة التقليدية لقدرة المحفظة الرقمية على حفظ كافة البطاقات التي تستخدم بشكل دوري ويومي.
- ✓ إيداع النقود الورقية في المحفظة الرقمية من خلال أجهزة الصراف الآلي باستخدام رقم الهاتف المحمول.
- ✓ تحويل الأموال من البنك إلى المحفظة الرقمية عبر خدمة ربط الحساب المصرفي بالمحفظة الرقمية .
- ✓ توفر المحافظ الإلكترونية لمستخدميها الراحة والسهولة، خاصة في حالات السفر وتوفر الوقت والجهد لإتمام وإنجاز أغلب المعاملات اليومية والحيوية
- ✓ تخزين أرقام عدة بطاقات ائتمانية للمستخدم الواحد، مما يتيح للمستخدم اختيار أي من البطاقات المتنوعة المخزنة في المحفظة الإلكترونية وفقا للاستخدام.
- ✓ تساعد الشركات على تجميع معلومات إضافية عن السلوك الشرائي للعملاء ومعرفة عادات الشراء المفضلة لديهم، وبالتالي تطوير السوق المحلية و العالمية.
- ✓ تسمح المحافظ الإلكترونية للكثير من الأفراد في الدول النامية بالمشاركة بشكل فعال في النظام املاي العاملي، عن طريق فتح أسواق جديدة أمام المستهلك والتاجر على حد سواء.¹

الفرع الثاني: الشيكات الالكترونية

اولا : تعريف الشيكات الالكترونية :

هو عبارة عن وثيقة الكترونية تحمل التزاما قانونيا هو نفسه الالتزام في الشيكات الورقية ويحمل نفس البيانات الأساسية ولكن يكتب بطريقة الكترونية كحاسب أو المساعد الرقمي الشخصي، أو المحمول، ويتم التوقيع الكترونيا، والشيك الالكتروني يحتوي على المعلومات التالية: رقم الشيك، اسم الدافع، رقم حساب الدافع، اسم البنك، اسم المستفيد، القيمة التي ستدفع، وحدة العملة المستعملة، تاريخ الصلاحية والتوقيع الالكتروني للدافع .²

ثانيا: أنواع الشيكات الالكترونية

يمكن ذكر أنواع الشيكات الالكترونية في ما يلي :

1- جابلة الهام، ربايعة جهاد، مرجع سبق ذكره، ص 28

2- محمد الامين المومني، الشيك الالكتروني المفهوم والاهمية، مجلة الجزائرية لقانون الاعمال، العدد 01، جوان 2020، ص 128

1- **الشيك المسطر** : يتميز بوضع خطين متوازيين على صدر الشيك ، مما يعني امتناع البنك عند الوفاء بمبلغ الشيك إلا الى بنك آخر يتولى استفتاء المبلغ لحساب هذا العميل، و التسطير قد يكون عاما إذا ترك الفراغ بين الخطين على بياض دون كتابة أي كلمة أو إذا كتب لفظ بنك من غير تعين اسم بنك معين و قد يكون التسطير خاصا متى ذكر اسم بنك معين بين الخطين، عكس التسطير العام حيث يجوز تقديم الشيك لأي بنك لاستفتاء المبلغ .

2- **الشيك المعتمد**: هو شيك محرر بشكل عادي، فضلا على أنه يحمل توقيع البنك المحسوب عليه على صدر الشيك، بما يفيد اعتماده مع ذكر التاريخ و يترتب على اعتماد الشيك تجميد مقابل الوفاء لصالح الحامل فيصبح الوفاء بالشيك مؤكدا

3- **الشيك المقيد في الحساب** : إذا ورد في الشيك ما يفيد أن قيمته تفيد في الحساب أو في حكمه كان البنك ملزما بوفائه عن طريق تسويته في حساب المستفيد وامتنع عليه الوفاء بقيمته نقدا فإن فعل تحمل مسؤولية ما قد يقع من ضرر للساحب¹

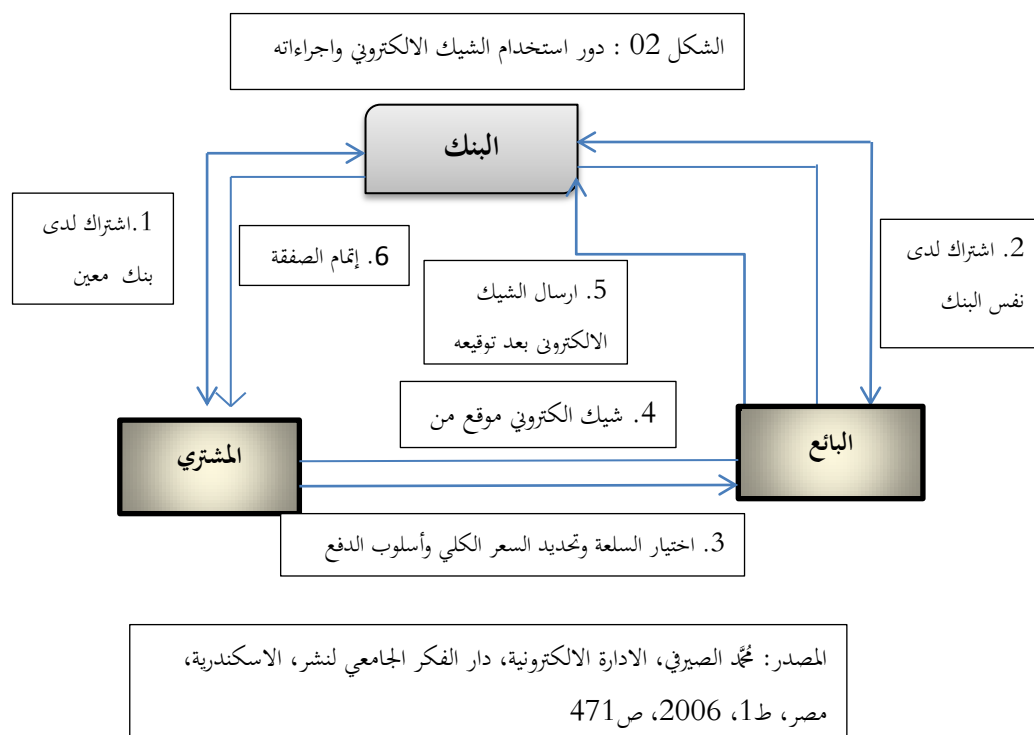
ثالثا : إجراءات استخدام الشيك الإلكتروني

تتضمن دورة إجراءات استخدام الشيك الإلكتروني على الخطوات التالية:

- **الخطوة الأولى:** اشتراك المشتري لدى جهة التخليص في الغالب تكون البنك حيث يتم فتح حساب جاري الخاص بالمشتري أو يتم الاتفاق على صرف خصما من حساب المشتري بأي حساب جاري متفق عليه ويتم تحديد توقيع الإلكتروني للمشتري و تسجيله في قاعدة البيانات جهة التخليص .
- **الخطوة الثانية:** اشتراك البائع لدى جهة التخليص نفسها حيث يتم أيضا فتح حساب جاري أو الربط مع أي حساب جاري للبائع و يتم تحديد التوقيع الإلكتروني للبائع و تسجيله على قاعدة البيانات جهة التخليص
- **الخطوة الثالثة :** فيها يقوم المشتري باختيار السلعة التي يرغب في شراءها من البائع المشترك لدى جهة التخليص و يتم تحديد السعر الكلي و الاتفاق على اسلوب الدفع .
- **الخطوة الرابعة :** يقوم المشتري بتحرير شيك إلكتروني و يقوم بالتوقيع الإلكتروني المشفر ثم يقوم بإرسال هذا الشيك بالبريد الإلكتروني المؤمن الى البائع
- **الخطوة الخامسة :** يقوم البائع باستلام الشيك الإلكتروني الموقع من المشتري و يقوم بالتوقيع عليه كمستفيد بتوقيعه الإلكتروني المشفر و يقوم بإرساله إلى جهة التخليص .

1- السائس ايتسام ، نيلي صفاء ، وسائل الدفع في التجارة الالكترونية ، مذكرة لاستكمال متطلبات شهادة ماستر أكاديمي جامعة قاصدي مرباح ورقلة ، كلية الحقوق والعلوم السياسية ، قسم الحقوق ، التخصص قانون أعمال، 2020/2019، ص 3130

- **الخطوة السادسة:** تقوم جهة التخليص بمراجعة الشيك و التحقق من صحة الأرصدة و التوقعيات و بناء على ذلك تقوم بإخطار كل من المشتري و البائع بإتمام إجراء المعاملة المالية¹



المطلب الرابع: التحويلات المالية الإلكترونية والفاتورة الإلكترونية

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

الفرع الأول: التحويلات المالية الإلكترونية

أولاً: مفهوم التحويل الإلكتروني للأموال

- عرف قانون تحويل الأموال الإلكترونية الأمريكي التحويل المالي الإلكتروني بأنه : "أي عملية تحويل للأموال تبدأ أو تنفذ من خلال وسيلة إلكترونية كالمهاتف ، الحاسوب أو شريط مغناطيسي بهدف أمر أو توجيه أو تفويض

1- رضوان رأفت، عالم التجارة الالكترونية، المنظمة العربية لتنمية الادارية، القاهرة، مصر، 1999، ص 70

منشأة مالية بإجراء قيد دائن أو مدين في الحساب ، والاتصال الإلكتروني هو الرسالة المرسله إلكترونيا بين العميل والمنشأة المالية بصورة تسمح بعرض و رؤية النص بواسطة وسيلة عرض كشاشة الحاسوب¹

- ويقصد بأداة التحويل الإلكتروني: "كل وسيلة تمكن من القيام إلكترونيا بصفة كلية أو جزئية بإحدى العمليات التالية² :

- ✓ تحويل المبالغ المالية .
- ✓ سحب الأموال وإيداعها .
- ✓ النفاذ إلى الحساب .
- ✓ إعادة شحن وسيلة قابلة للشحن أو تفريغه .

ثانيا : فوائد التحويلات المالية الإلكترونية

تتيح التحويلات المالية الإلكترونية فوائد مستعملي هذا النظام³ :

1- توفير النقدية بصورة فورية: يؤدي هذا النظام إلى سرعة الاستجابة ومنه سرعة التدفق النقدي وسرعة دوران النقود.

2- تخفيض تكاليف الخدمات المصرفية: حيث أن المقاصة الآلية أدت إلى تقليص العديد من العمليات، حيث تلغى صناديق تجميع الشيكات، حسابات خسائر عمليات الائتمان، المعالجة، التسوية وغيرها من عمليات المقاصة التقليدية

ثالثا : شروط عملية التحويل المصرفي الإلكتروني

بعد تلقي المصرف الأمر بالتحويل، يقوم بتنفيذ العملية متى توافرت الشروط التالية⁴ :

1. الشرط الأول : وجود حسابين، حتى تتحقق عملية التحويل المصرفي الإلكتروني يجب أن يكون لكل من العميل

الأمر بالتحويل والمستفيد منه حساب مصرفي، سواء كانت الحسابات في نفس المصرف الموجه إليه الأمر

بالتحويل، أو في مصرفين مختلفين، وسواء كانت الحسابات عائدتين إلى شخصين مختلفين أم إلى شخص واحد.

1- محمد فهمي سليم عزوي، ماهية عقد التحويل الإلكتروني للأموال وآثاره بواسطة البنوك التجارية الأردنية، مجلة جامعة الزيتونة الأردنية للدراسات القانونية، كلية الحقوق، جامعة الزيتونة الأردنية، الأردن، المجلد2، الإصدار2021،3، ص 287

2- القانون المتعلق بالتحويل الإلكتروني للأموال، قانون رقم 51 المؤرخ في 27/ 06/2005، الفصل الاول، يصدر عن رئيس الجمهورية التونسية .

3- زحوني نور الدين، زمالة عمر، التحويل المالي الإلكتروني: آليات التعامل والمخاطر في ظل عصرة وسائل الدفع، مجلة الاقتصاد الدولي والعمولة، جامعة الجليلي بونعامه، خميس مليانة، الجزائر، المجلد،1 العدد الأول، 01 ديسمبر، 2018، ص.258

4- أحمد محمود المساعدة ، التحويل المصرفي الإلكتروني، المجلة الأكاديمية للبحث القانوني ، جامعة المجمعة ، المملكة العربية السعودية، المجلد ،11 العدد، 01،03 ماي، 2015، ص37

2. الشرط الثاني: محل التحويل المصرفي مبلغ من النقود، من الجائز أن يرد التحويل المصرفي على نقل كمية من الأوراق المالية من محفظة الأمر إلى محفظة المستفيد.

3. الشرط الثالث: الكتابة في التحويل المصرفي ، سار العرف المصرفي على اعتماد الكتابة في إصدار أمر التحويل المصرفي، حيث تعد البنوك نماذج مطبوعة تسلمها إلى عملائها لاستعمالها في إصدار أوامرهم بالتحويل، يقوم العميل بملء فراغات النموذج ويسلم إلى البنك.

الفرع الثاني : الفاتورة الالكترونية

أولا : مفهوم الفاتورة الالكترونية :

"هي النظام الذي يسمح بإرسال الفواتير الكترونيا إلى العميل عبر الانترنت ، كالمعلومات المطلوبة تكون مطبوعة عمى الفاتورة، و يتم تسديد قيمتها من خلال حساب العميل الجاري الكترونيا"، ففي دراسة أجريت في النرويج سنة 2008 تبين أن الفرد النرويجي وعن طريق حسابه على الخط يقوم بتسديد 61 فاتورة في السنة عبر الانترنت، وان هذه الطريقة في دفع الفواتير قد سجلت ارتفاعا محسوسا قدر ب12%: في السنة عبر الانترنت ، مقارنة بالسنوات الماضية¹ .

ثانيا : البيانات الاجبارية المتعلقة الفاتورة .

من اهم البيانات المتعلقة بالعميل الاقتصادي تكون كالتالي :

1- البيانات المتعلقة بالبائع

* اسم الشخص الطبيعي ولقبه

* تسمية الشخص المعنوي أو عنوانه التجاري

* العنوان ورقم الهاتف والفاكس وكذا العنوان الإلكتروني عند الاقتضاء

* الشكل القانوني للعميل الاقتصادي وطبيعة النشاط

* رأس مال الشركة، عند الاقتضاء

* رقم السجل التجاري

* رقم التعريف الإحصائي

* طريقة الدفع وتاريخ تسديد الفاتورة

* تاريخ تحرير الفاتورة ورقم تسلسلها

* تسمية السلع المباعة وكميتها، أو تأدية الخدمات المنجزة

1- قاصري موسى، دور سائل الدفع الإلكتروني في تحسين جودة الخدمات المصرفية، مذكرة لنيل شهادة ماستر أكاديمي، جامعة محمد بوضياف مسيلة، كلية العلوم الاقتصادية، قسم العلوم التجارية، تخصص تسويق خدمات، 2020 . 2021، ص 49

- * سعر الوحدة دون الرسوم للسلع المباعة، أو تأدية الخدمات المنجزة
- * السعر الإجمالي دون احتساب الرسوم للسلع المباعة أو تأدية الخدمات المنجزة
- * طبيعة الرسوم أو الحقوق أو المساهمات ونسبها المستحقة، حسب طبيعة السلع المباعة أو تأدية الخدمات المنجزة ولا يذكر الرسم على القيمة المضافة إذا كان المشتري معفى منه
- * السعر الإجمالي مع احتساب كل الرسوم ، محررا بالأرقام والأحرف.
- 2- بيانات تتعلق بالمشتري
- * اسم الشخص الطبيعي ولقبه
- * تسمية الشخص المعنوي أو عنوانه التجاري
- * الشكل القانوني وطبيعة النشاط
- * العنوان ورقم الهاتف والفاكس وكذا العنوان الإلكتروني، عند الاقتضاء
- * رقم السجل التجاري
- * رقم التعريف الإحصائي
- * يجب أن تحتوي الفاتورة على اسم المشتري ولقبه وعنوانه إذا كان مستهلكا.¹

المبحث الثالث : واقع وسائل الدفع الالكتروني في الجزائر

المطلب الاول : مشروع تطور نظام الدفع في الجزائر

في السنوات الأخيرة كثر الحديث في الجزائر عن عصنة القطاع المالي والبنكي ويعني مدلول عصنة إدخال تكنولوجيا الإعلام والاتصال و النشاط المالي والبنكي وهذا ما يتطلب عصنة أنظمة الدفع والسحب والتحويلات المالية، ولهذا بدأت الجزائر تتبنى مشاريع جديدة تسمح لها بمواكبة العصر، وهنا سنتطرق إلى أهم المشاريع ومراحل تطبيقها:

أولا : برنامج مشروع تطوير نظام الدفع في الجزائر: ويعتبر تحديث وعصنة أنظمة المعلومات والدفع وعصنة المعاملات المالية والمصرفية وطرق معالجة المعلومات، مجالا ذا أولوية في المرحلة الراهنة لتدارك التأخر المسجل في هذا المجال بالحدثة والعصنة لتستطيع مواجهة التحديات و التطورات التي تشهدها البيئة المصرفية على المستوى العالمي. ان ما يميز النظام المصرفي في الوقت الراهن التأخر المسجل في مجال التحديث وعصنة نظم المدفوعات والمعلومات، ويعد هذا الجانب أحد الجوانب السلبية التي تميز النظام المصرفي وهو الامر الذي ادى بالهيئات المالية الدولية وعلى رأسها صندوق النقد الدولي تقييم النظام المصرفي الجزائري تقييما سلبيا

ويعتبر أحد المعوقات الرئيسية في جلب الاستثمار الأجنبي، وهذا برغم الإصلاحات المسجلة في جانبها التشريعي وتعزيز آليات الإشراف والرقابة، والتي تجلت من خلال قانون النقد و القرض أو من خلال تعديلاته بموجبه 11-03 والصادرة في 26 أوت 2003 حيث يتطلب تحقيق أي مشروع جديد بالنسبة للدولة توفر ثلاث مقومات :

- تحديد الهدف بوضوح ودقة، وتحديد آجال مضبوطة للإنجاز.
- تخصيص الموارد (المالية و البشرية) .
- توفر بيئة (قانونية، صناعية، سياسية، تجارية... الخ) ملائمة ليس فقط مساعدة ولكنها محفز.¹

ثانيا : أهداف مشروع تطوير نظام الدفع في الجزائر :

- بهدف تحديث وعصنة نظام المعلومات البنكية والمالية ونظام الدفع الى تحقيق الاهداف التالية :
- تكييف أنظمة الدفع و التسويات وكذا التشريعات من احتياجات المتعاملين: الزبائن، المؤسسات، الإدارات، والأفراد لمتطلبات اقتصاد متطور يعتمد على الوسائل الإلكترونية الحديثة.
- تقليص آجال التسويات بين المتعاملين على المستوى الوطني و مع الخارج.
- ترشيد و تحسين إجراءات تحصيل الشبكات و وسائل الدفع الأخرى وأنظمة التحويلات المالية.

¹ - عبد القادر بريس، التحرير المصرفي ومتطلبات تطوير الخدمات المصرفية وزيادة القدرة التنافسية للبنوك الجزائرية، أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، جامعة الجزائر 2005/2006، ص 197

- تطوير أنظمة الدفع الورقية واستبدالها بالدفع الإلكتروني الفوري، وكذا تحسين جودة العمليات وتقليص الآجال المتعلقة بمعالجة المعلومات
- تطوير وسائل الدفع الإلكتروني كالبطاقات البنكية الخاصة بالسحب والدفع وتعميم استعمال بطاقات الائتمان لدى الجمهور الواسع.
- تخفيف تكاليف إدارة أنظمة الدفع وإدارة السيولة والتحكم أكثر في إدارة المخاطر المرتبطة.¹

ثالثا : مراحل تطبيق الدفع الإلكتروني في الجزائر

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

1. المرحلة الأولى: كانت تستعمل بطاقة سحب إلا في الشباك الآلي البنكي والموزع الآلي للنقود الخاص بالبنك

مصدر بطاقة بمعنى لا يستطيع حامل البطاقة السحب من جهاز بنك آخر.

2. المرحلة الثانية: بدأت هذه المرحلة سنة 1997، حيث تم ربط الشبكة البنكية الجزائرية من خلال استعمال شبك

SATIM التي تسمح بإمكانية إجراء السحب من أي موزع آلي للنقود سواء كان تابع لمصدر البطاقة أو لبنك

آخر، وبذلك حولت شبكة SATIM بطاقة السحب العادية إلى بطاقة سحب ما بين البنوك CIB retrait de

interbancaire carte La، ولقد عملت على استثمار 3,6 مليون أورو و سنة 2003 لأجل تقليص دوران

النقود السائلة وتعميم استعمال البطاقة المصرفية في الجزائر، حيث عملت على زيادة عدد الموزع الآلي للنقود و

كذا إقامة طرفيات دفع عند التجار (Païment de Terminaux) ولأجل نفس الغرض تم عقد اتفاقية في

شهر أفريل 2003 مع مؤسسات فرنسية INGENCO متخصصة في صنع البطاقات و SATIM بمبلغ

400.000 أورو، ولقد مول هذا العقد من طرف البنوك المساهمة في SATIM وهي الصندوق الوطني للتعاون

الفلاحي و بنك البركة ولقد تم ربط كل الموزعات الآلية للنقود الموجودة في الجزائر سنة 2003.²

المطلب الثاني : العوامل المساعدة والمعرقلة لنجاح وسائل الدفع الإلكتروني

رغم حداثة وسائل الدفع الإلكترونية، إلا أنها وصلت إلى مرحلة يمكن فيها تقييم هذه الوسائل و استنتاج العوامل

المساعدة على نجاحها، كما يمكن ملاحظة العوامل التي تعرقل تقدم و تطور هذه الوسائل الحديثة و تؤدي إلى تهرب و

تخوف الجمهور منها.

1- بونفلة غلام، موالكية عبدة، مرجع سابق، ص 66

2- سماح ميوب، الاتجاهات الحديثة في مجال الخدمات المصرفية، مذكرة ماجستير، فرع بنوك و تأمينات، جامعة منتوري قسنطينة، 2004/2005، ص 42

الفرع الاول : العوامل المساعدة على نجاح وسائل الدفع الالكتروني

هناك العديد من العوامل التي أدت إلى نجاح وسائل الدفع الإلكتروني التي تتمثل أهمها فيما يلي:

أ- نمو الانترنت: إن نمو شبكة الانترنت يعد عاملا أساسيا لتطور و نجاح وسائل الدفع الالكترونية باعتبارها البيئة الملائمة لتداول هذه الوسائل، خاصة التجارة الالكترونية التي تتم على هذه الشبكة و التي يجري الدفع فيها بالطرق الالكترونية و عيه فنمو شبكة الانترنت و انتشارها يساعد في انتشار الوسائل الالكترونية و بالتالي تطورها و نجاحها .

آخر دراسة أجريت حول نمو الانترنت قام بها الموقع العالمي للإنترنت ما بين سنتي 1995 و 2010 حول عدد مستخدمي الانترنت عالميا تبين النمو السريع لهذه الشبكة.

ب- ظهور البنوك الالكترونية و خدمات مصرفية جديدة:

في ظل وجود شبكة الانترنت و شيوعها و ازدياد مستخدميها، و استغلال هذه الشبكة في ميدان النشاط التجاري الالكتروني، لم تكتف البنوك بدور المتفرج بل شهدت ثورة في المعاملات المصرفية أمدت هذا القطاع بأحدث الآليات، جعلته أكثر مرونة و سرعة في تقديم خدماته، و قد ظهر إلى الوجود ما يسمى بالبنوك الالكترونية.

و البنك الالكتروني هو بنك له وجود كامل على الشبكة (شبكة الانترنت) و يحتوي موقعه على، حيث يتيح هذا البنك للزبون بالقيام بكافة أعماله الخاصة كافة البرمجيات اللازمة للأعمال المصرفية بالبنك عن طريق أي مكان موجود به، و ذلك بواسطة خط يوفره له البنك يسمح له بإنجاز كافة معاملاته دون أن يضطر إلى الذهاب بنفسه إلى مقر البنك

و بما أن البنوك الالكترونية و المعاملات المصرفية الالكترونية تتم عن طريق شبكة الانترنت، فمن الطبيعي أن يتم التعامل بوسائل الدفع الالكترونية مما يشجع على استعمال هذه الوسائل بالإضافة إلى الخدمات المصرفية الجديدة التي تستوجب التعامل بتلك الوسائل.¹

ج- الانفتاح نحو التجارة الالكترونية: فمن بين العوامل المساعدة على انتشار وسائل الدفع الالكترونية هو استخدام شبكة الانترنت في التسويق و المعاملات التجارية و عبر المبادلات الالكترونية، و ميدان النشاط التجاري الالكتروني جعلها متاحة على مستوى أنحاء العالم و اعتبارها البيئة الملائمة لنمو وسائل الدفع الالكترونية، وبالتالي تطورها و نجاحها وازدياد عدد مستخدميها فالزبون يستطيع القيام بكافة أعماله الخاصة عن بعد.

1- عبد الرحيم وهيبه، تقييم وسائل الدفع الالكترونية ومستقبل وسائل الدفع التقليدية في ظل وجودها، مجلة الاقتصاد الجديد، العدد:02، جانفي 2010، ص 188

د- توسع نشاط المنظمات العالمية المصدرة للبطاقات: وهي مؤسسات عالمية في مجال المدفوعات وتمتلك العلامة التجارية للبطاقات الخاصة بها، وتعتبر مؤسسات عالمية رائدة في تسويق وإنتاج هذه الوسائل على مستوى العالم، وتتولى منح التراخيص بإصدارها.¹

الفرع الثاني: العوامل المعرّقة لنجاح وسائل الدفع الإلكتروني

هناك جملة من العوامل التي تعرقل نجاح وسائل الدفع الإلكتروني وتؤدي إلى انعدام الثقة بهذه الوسائل الحديثة، فرغم النجاح والراحة والمزايا التي حققتها هذه الوسائل إلا أن هناك عوامل جعلت من هذا النجاح ناقصا، ونذكرها كالآتي:

1- المشكلات النفسية: من الناحية النفسية نجد أن المتعامل لا يتقبل إبرام الصفقات الكترونيا من خلال شبكة

الانترنت، فعالبا ما يفضل الأفراد التعامل بالنقود بالمقارنة مع وسائل الدفع المشتقة من النقود لأنها تحمي خصوصياتهم، ذلك لأنهم لا يضطرون إلى أن يعرفوا بأنفسهم للبايعين أو أي مؤسسة مالية طالما يقدمون النقود، بالإضافة إلى انتهاك خصوصية المستهلك من البنك الذي يحتفظ برقم يسمى الرقم المرجعي ومن طرف بعض المنظمات التي تعمل في تحليل أنماط الاستهلاك للأفراد.

2- المشكلات التشريعية: رغم الجهود التي بذلت دوليا وإقليميا لوضع تنظيم قانوني ملائم للتجارة الإلكترونية إلا أن

غالبية التشريعات التي صدرت ركزت نظرتها بصفة أساسية حول الاعتراف بحجية التوقيع الإلكتروني وبالمستندات الإلكترونية وبإضفاء الصفة القانونية على المعاملات التي تتم من خلال وسائط إلكترونية ولكنها لم تتعرض لوضع تنظيم قانوني يوفر الأمان والفعالية لوسائل الدفع الإلكترونية.

3- مشكلة بعدم الأمان المعلوماتي: عدم الأمان المعلوماتي كالمخاطر التقليدية التي تواجه أنظمة المعلومات مثل

الفيروسات الإلكترونية التي يمكن أن تصيب النظام المعلوماتي بالشلل، ومثل عمليات القرصنة التي تتم على أرقام بطاقة الائتمان، بل وعلى الأنظمة الإلكترونية للبنوك والتي يتم من خلالها معرفة أرقام حسابات العملاء و التحويل الغير مشروع للأموال، ومثل عمليات النصب الإلكتروني التي تمارسها بعض مواقع الإنترنت لابتزاز المستهلكين.²

هذا وقد أوضحت كهينة العوامل المعرّقة لنجاح وسائل الدفع الإلكترونية في الجزائر في ما يلي:

↳ عدم اعتماد التجارة الإلكترونية في الجزائر: رغم ضرورة اعتماد التجارة الإلكترونية كأداة متطورة في الاقتصاد

الجزائري، إلا أنه لم يتم ذلك، نظرا لعدة أسباب:

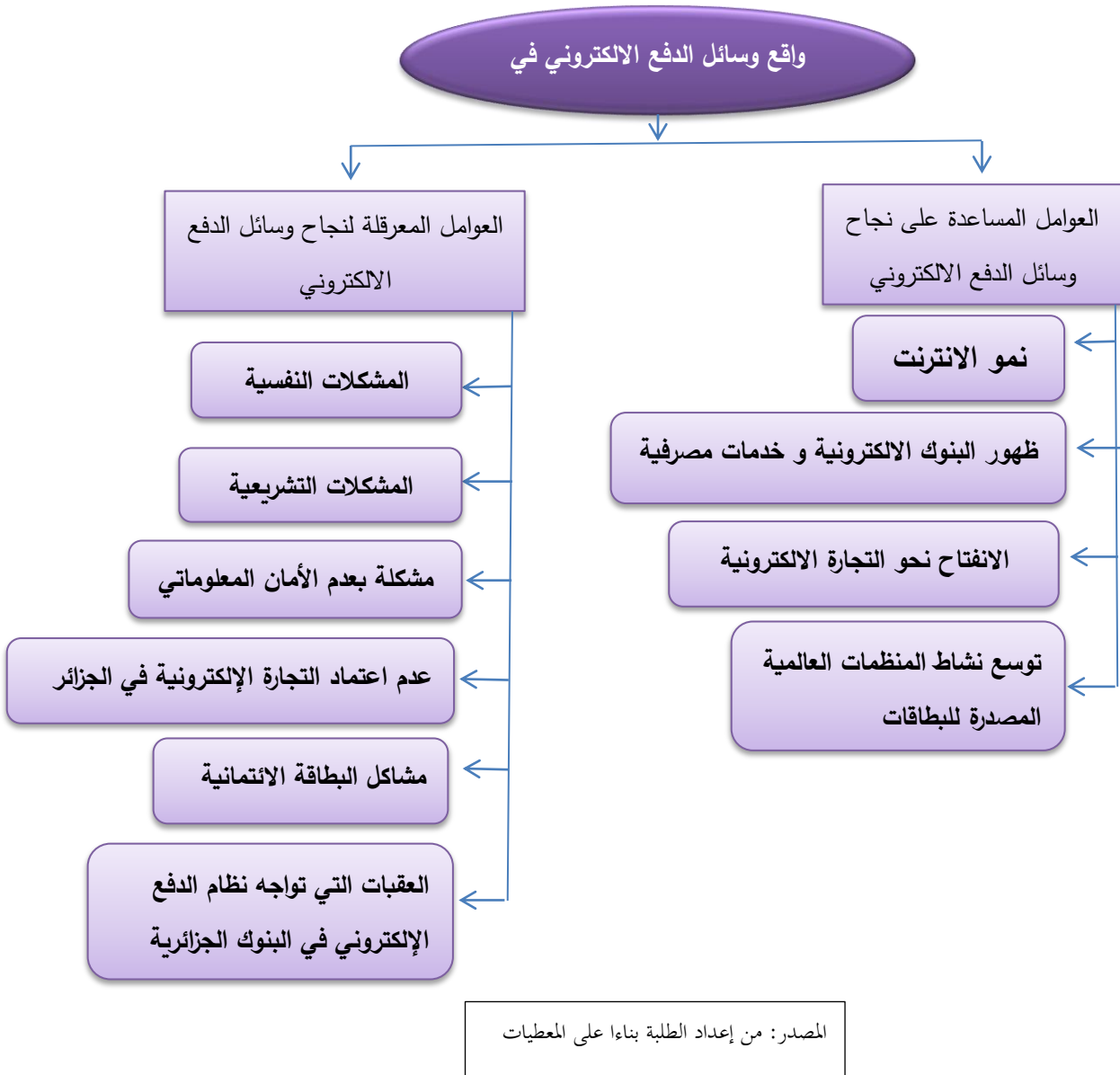
1- بوعكة كاملة، النظام القانوني لوسائل الدفع الإلكترونية في الجزائر، مجلة الاستاذ الباحث للدراسات القانونية والسياسية، المجلد:17، العدد:10، جوان 2022، ص 18.

2- خليلي أحمد، المعتز بالله لخذاري، واقع وسائل الدفع الإلكترونية المصرفية في البنوك الجزائرية - حالة القرض الشعبي الجزائري CPA-، مجلة الحقوق والعلوم الانسانية، دراسات اقتصادية، المجلد 36، العدد 02، د/ت، ص 63

- ارتفاع تكلفة استخدام الانترنت في ظل غياب المنافسة في قطاع الاتصالات الذي لا تزال الدولة تحتكر الجزء الأكبر منه.
- نقص اهتمام المؤسسات بهذه التقنية التجارية الحديثة، مما جعل انتشارها يكاد يكون منعدما في بلادنا.
- عدم اهتمام الهيئات الإدارية العليا بالموضوع، فلم يتم إجراء استقصاء لمدى الاهتمام بهذا النوع من التجارة، والاستفادة من تجارب الدول العربية في هذا المجال و تخلف النظام المصرفي الجزائري من حيث الوسائل وتقنيات الدفع الحديثة.
- انتشار الأمية بالمعنى الحديث أي الأمية المعلوماتية، وهي الجهل بأساليب وسائل تعامل في مجال المعلوماتية.
- ↳ مشاكل البطاقة الائتمانية: يترتب على البطاقة الائتمانية مشاكل جمة نلخصها كالتالي:
 - عدم الدقة جراء بعض الأخطاء المرتكبة من قبل الموظفين في التعامل مع الفواتير ومع تكرار الأخطاء التقنية تفقد الثقة بين البنك والعميل، سرقة البطاقة الائتمانية أو ضياعها من طرف الغير، التكاليف العالية بالنسبة للبنك والخاصة بتوزيع بطاقات وطبعها ومنح قروض دون فائدة في مدة 55 يوم و خطر السيولة على البنك في حالة الافراط في استعمال البطاقة من طرف المتعاملين.
 - ↳ العقبات التي تواجه نظام الدفع الإلكتروني في البنوك الجزائرية: سعيًا لمواكبة التطورات في الصناعة المصرفية عملت البنوك الجزائرية على نقل العديد من التقنيات المصرفية إلى السوق الوطنية لاسيما منذ سنة 1997 حين شرعت في إدخال آلات السحب الآلي، إذ بلغ عددها سنة 2002 حوالي 250 جهاز، كذلك بالنسبة لبطاقات الدفع الفوري "الدفع الإلكتروني" لكن بالرغم من الجهود المبذولة إلا أن الفجوة التكنولوجية بين البنوك الجزائرية ونظرائها من البنوك العربية والغربية لا تزال كبيرة نظرا للعديد من المعوقات التي شكلت حجرة عثرة دون تحقيق القفزة المأمولة لعل من أهمها:
 - عدم وضوح البيئة القانونية والتشريعية المتعلقة بتنظيم التجارة الالكترونية بالإضافة إلى تعدد المخاطر المترتبة بتقديم الخدمات المصرفية الالكترونية.
 - مشاكل سوء استعمال وسائل الدفع، فالمؤسسات الجزائرية والأفراد يفضلون الدفع النقدي.¹

1- كهيبة رشام، ضوابط البنك المركزي لتنظيم التعامل بوسائل الدفع الإلكتروني مع إشارة لواقع البطاقة البنكية في الجزائر، المجلة الدولية للأداء الاقتصادي، المجلد: 04، العدد: 01، 2021، ص 167

الشكل(03): يوضح عوامل نجاح وعرقلة وسائل الدفع الالكتروني



المصدر: من إعداد الطلبة بناء على المعطيات

المطلب الثالث: التحديات التي تفرزها وسائل الدفع الالكترونية

إن وسائل الدفع الالكترونية ليست وسائل مثالية فكما لها مميزات فهي أيضا تعاني من عيوب و مخاطر مما يؤثر على سمعتها بين الجمهور، و يؤدي ذلك إلى اتخاذ الحيطة و الحذر عند استعمالها، ويمكن ذكر أهم مخاطر و عيوب هذه الوسائل كما يلي:

أولاً: النقود الالكترونية: للنقود الالكترونية مخاطر أمنية، قانونية و أخرى تتعلق بالسرية

1- المخاطر الأمنية للنقود الالكترونية: فقد يحدث الخرق الأمني للنقود الالكترونية إما كنتيجة لعمل إجرامي

عمدي مثل التزوير والتزييف ، وإما كنتيجة لعمل غير عمدي مثل محو أو تخريب موقع من مواقع الإنترنت ،

وإما الإخلال بتصميمات الأنظمة الإلكترونية والقرصنة الإلكترونية، فمن شأن كل هذه التصرفات والتهديدات السابقة أن تؤدي إلى آثار قانونية وأمنية ومالية خطيرة . فإنه من المهم بمكان أن تتأكد الجهة المصدرة للنقود الإلكترونية من توافر كافة الضمانات الأمنية سواء بالنسبة للمستهلك

2- المخاطر القانونية للنقود الإلكترونية: من خلال انتهاك القوانين تنبع هذه المخاطر أساسا واللوائح مثل جرائم غسل الأموال، إفشاء أسرار العميل وانتهاك السرية، من ناحية أخرى فإن المخاطر عندما القانونية قد تتولد أيضا تقنن حقوق والتزامات الأطراف المختلفة المتعاملة بالنقود الإلكترونية بطريقة غير دقيقة، كذلك فإن موضوع حماية المستهلك يعد من أهم المخاطر القانونية التي يمكن أن تفرزها النقود الإلكترونية و في جرائم أن يصاحب انتشار النقود الإلكترونية تزايدا من المتوقع أيضا التهرب الضريبي .

حيث سيكون من الصعب على الجهات الحكومية المكلفة بتحصيل الضرائب القيام بربط الضريبة لأن تلك الصفقات تتم خفية عبر شبكة على تلك الصفقات التي تتم بواسطة النقود الإلكترونية نظرا الإنترنت.

ثانيا: البطاقات البنكية: بالإضافة إلى الجرائم التي تر تكب في حق البطاقات البنكية، فهي تفرز جملة من العيوب و المشاكل سواء لحاملها أو للمصارف المصدرة لها و أهم هذه المشاكل ما يلي:

- محدودية أثر البطاقات في رفع الاستهلاك على المدى الطويل، إذ أن رفع القدرة الاستهلاكية لا يتوقف على وسائل الدفع بقدر ما يعتمد على نمو و انحصار الدخل الحقيقي للفرد
- الخطر على سيولة المصرف نظرا لكبير حجم التعامل، كما أن كبر حجم القروض المجانية من حملة البطاقات يدعو المصرف إلى تخفيض استثماراته في المجالات الأخرى.
- المنافسة التي تواجهها المصارف من المؤسسات المصدرة للبطاقات الخاصة بكامحطات البنزين، مما قد يقلل من حجم المتعاملين مع المصرف.
- بالنسبة للدول الإسلامية فإن البطاقات الائتمانية تكتنفها بعض المحظورات الشرعية، كالفائدة التي يأخذها البنك عند تأخر العميل عن السداد، و كذلك العمولة التي يتقاضاها البنك من التجار فهناك من الفقهاء من يعتبرها فائدة محرمة.¹

1- عبد الرحيم وهيبية، مرجع سابق، ص 202

ثالثا: التحديات القانونية و الرقابية للبطاقات الذكية: لعل أهمها ما يلي :

- قد تقوم مؤسسات غير مصرفية بإصدار بطاقات ذكية، لكن لا تفرض عليها رقابة كالمؤسسات المصرفية التي تدفع تكاليف الرقابة عند عرضها لبرامج البطاقة ذات القيمة المخزنة، مما يثير قلق المراقبين بشأن المحافظ الالكترونية التي تضم مؤسسات إصدار غير مصرفية لا تخضع لمراقبتهم.
- يسجل باستمرار قلق المستهلك حول سرية المعلومات الشخصية المخزونة في البطاقة الذكية والذي يمثل عقبة أمام انتشار استخدام هذه البطاقات.
- من الناحية القانونية فان البطاقات الذكية لا تخضع للقوانين التجارية التي تنظم الشيكات والحوالات وغيرها، لأن المستخدم فيها لا يستعمل أداة مكتوبة مما يثير مشاكل الإثبات.
- تثير هذه البطاقات قضايا تتعلق بمراعاة إجراءات براءات الاختراع من طرف مؤسسات إصدار البطاقات و تجهيزها بالإضافة إلى شؤون الملكية الفكرية و ترخيص التكنولوجيا.
- لكن أكبر مشكل تواجهه وسائل الدفع الالكترونية هو تسارع استعمالها منذ سنوات دون أن يواكبها تنظيما قانونيا يناسب

تحدياتها، فهي محرومة من الحماية القانونية التي تتمتع بها وسائل الدفع التقليدية .
مما يجعلها تخفي حزمة من المشاكل و النزاعات التي تتطلب سرعة في حلها، و لعل أهمها إشكالية الإثبات لعدم اعتمادها على دعامة ورقية. فرغم كل الجهود من جانب الفقه و القضاء في دول العالم للتوسع في تفسير النصوص القانونية الموجودة أصلاً كي تشمل المعاملات الالكترونية، إلا أن هذه النصوص بقيت محددة المدى فلم توضع كلمات "الكتابة، الإسناد الخطية... الخ" كي تشمل "الإسناد الالكتروني، التوقيع الالكتروني... الخ" نظرا لحدثة هذه المصطلحات.¹

1- عبد الرحيم وهبية، مرجع سابق، ص 203

خلاصة :

نستخلص من هذا الفصل أن العمل المصرفي الإلكتروني يتجاوز الوظائف التقليدية ويهدف إلى تطوير وسائل تقديم الخدمات المصرفية، ورفع كفاءة أدائها بما يتماشى مع التكنولوجيا الحديثة، ولهذا ظهرت ما تعرف بوسائل الدفع الإلكتروني بكافة أنواعها على رأسها البطاقات البنكية التي توفر سهولة للتعامل وسرية وأمان لصاحبها، ملا لها من مزايا عديدة غير أنها مع مرور الوقت نظرا للعديد من العيوب والمخاطر المتعلقة بها تم وضع العديد من الطرق لحمايتها و الاعتماد عليها من طرف المصارف في تحسين جودة خدماتهم باعتبارها الوسيلة والطريقة الأهم والأمثل في زيادة هذه الجودة وتوطيد العالقة بين البنك وعملائه

الفصل الثاني: جودة الخدمات
المصرفية وعلاقتها بوسائل الدفع
الالكتروني

تمهيد:

عرفت الدراسات الحديثة اهتماما متزايدا بقطاع الخدمات بدأ منذ منتصف السبعينات، أين تجلّى الاهتمام بتحسين جودة الخدمات الذي يعتبر من أبرز الاتجاهات المهمة التي تواجه المنظمات والمؤسسات المالية نتيجة تزايد المنافسة وكذا التطور التكنولوجي الحاصل وقد عرفت البنوك كغيرها من المؤسسات بتقديم خدمات مصرفية متنوعة متشابهة من حيث الشكلية والغرض والتقديم ولكن الجوهر الحقيقي للخدمة يكمن في الجودة، التي تحقق له ميزة تنافسية ينفرد بها عن بقية البنوك الأخرى حيث تكسبه حصة سوقية تعزز من مكانته في السوق المصرفية، وعلى هذا الأساس ركزت البنوك على تطوير وسائل الدفع لتحسين خدماتها والدفع بها نحو الجودة وذلك في إطار تحرير تجارة الخدمات المصرفية

المبحث الأول: مفاهيم عامة حول الخدمة والخدمة المصرفية

المطلب الأول : ماهية الخدمة

نظرا لاختلاف الخدمة عن السلعة المادية الملموسة برزت ضرورة تحديد التعريفات الخاصة بها وكذلك خصائصها ومميزاتها.

أولا: تعريف الخدمة

اختلفت تعريفات الخدمة وتعددت بتعدد الباحثين والكتاب في مجال الخدمات، وفيما يلي سنأتي لعرض البعض منها.

1- عرفت الجمعية الأمريكية للتسويق الخدمة بأنها : " النشاطات أو المنافع التي تعرض للبيع أو التي تعرض لارتباطها بسلعة معينة." ¹

2- يعرفها "JUDD" بأنها: "معاملة منجزة من طرف المؤسسة بحيث لا ينتج عن التبادل تحويل الملكية كما في السلع الملموسة". ²

3- وقد عرفت على أنها: "نشاط الإنسان الموجه إلى إشباع الحاجات بحيث لا يكون ملموسا". ³

4- وعرفت أيضا "الخدمات تعتبر نشاطات معرفة ولكن غير محسوسة وتمثل الهدف الرئيسي لتعامل ما غرضه تحقيق رضا الزبائن" ⁴

5- وعرف "أدريان بالمر" الخدمة بأنها: "عملية إنتاج منفعة غير ملموسة بالدرجة الأساسية، إما بمحد ذاتها أو كعنصر جوهري من منتج ملموس، حيث يتم من خلال أي شكل من أشكال التبادل إشباع حاجة أو رغبة مشخصة لدى الزبون أو المستفيد" ⁵

6- وعرفت أيضا أنها: "منتج غير ملموس يقدم المنافع للمستفيد نتيجة لاستخدام جهد بشري أو آلي، ولا ينتج عن تلك المنافع حيازة شيء مادي ملموس" ⁶
من خلال التعريفات السابقة نستنتج أن الخدمة :

- أنشطة أو منافع غير ملموسة.

- تباع إما مستقلة أو مرتبطة بسلع مادية.

¹ - هاني حامد الضمور، تسويق الخدمات، ط3، دار وائل للنشر، عمان، الأردن، 2005، ص 18

² - Béatrice Bréchnac-Roubaud, **Le Marketing des services**, 8^{eme} tirage, édition d'organisation, Paris, 2004, P71

³ - François Caby, Claude Jambart, **La qualité dans les services**, 2^{eme} édition, édition economica, Paris, 2002, P35.

⁴ - عبد العزيز أبو نعة، تسويق الخدمات المتخصصة، منهج تطبيقي، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2005، ص 28 :

⁵ - هشام بن عبد الله العباس، تسويق خدمات المعلومات عبر الإنترنت، مكتبة الملك فهد الوطنية، الرياض، المملكة العربية السعودية، 2009، ص 21

⁶ تيسير العجارمة، التسويق المصرفي، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2005، ص 21

- موجهة لتلبية حاجات الزبون وإشباعها.

- عند التبادل لا تنتقل ملكيتها للمستفيد منها.

وبالتالي يمكن الوصول إلى التعريف التالي: الخدمة هي أنشطة أو منافع، تباع إما مستقلة أو مرتبطة بسلع مادية، لا تنتقل ملكيتها عند التبادل على عكس هذه الأخيرة، ويتم من خلالها تلبية حاجات الزبون وإرضائها.

ثانيا: خصائص الخدمة

تتميز الخدمات حسب الدراسات والأبحاث الخاصة بهذا المجال بالخصائص التالية:

1- خاصية اللا ملموسية: بطبيعتها الخدمة غير ملموسة، أي من الصعب تذوقها، والإحساس بها، ورؤيتها، أو شمها أو سماعها قبل شرائها وهذا أهم ما يميزها عن السلعة. فالالتجاهات والآراء حولها يتم البحث عنها قبل الحصول عليها، وتكرار الشراء قد يعتمد على الخبرة السابقة.¹

2- خاصية التلازمة: ونعني بها الترابط الوثيق بين الخدمة ذاتها وبين الشخص الذي يتولى تقديمها، الأمر الذي يترتب عليه ضرورة حضور طالب الخدمة إلى أماكن تقديمها، كما هو الحال في الخدمات الطبية.²

3- خاصية عدم التجانس (عدم التماثل): نعني بهذه الخاصية، عدم القدرة في كثير من الحالات على تنميط الخدمات وخاصة تلك التي يعتمد تقديمها على الإنسان بشكل كبير وواضح.

وهذا يعني ببساطة أنه يصعب على مورد الخدمة أن يتعهد بأن تكون خدماته متماثلة أو متجانسة على الدوام.³ وبالتالي فهو لا يستطيع ضمان مستوى جودة معين لها مثلما يفعل منتجو السلع.⁴

4- خاصية تذبذب الطلب: يتميز الطلب على بعض الخدمات بالتذبذب وعدم الاستقرار، فهو لا يتذبذب بين فصول السنة فحسب، بل يتذبذب أيضا من يوم إلى آخر من أيام الأسبوع بل من ساعة إلى أخرى في اليوم الواحد.⁵

1- هاني حامد الضمور، مرجع سبق ذكره، ص 24

2- محمد صالح المؤذن، مبادئ التسويق، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2008، ص 223

3- حميد الطائي وبشير العلاق، مرجع سبق ذكره، ص: 26-27

4- معدن نصيرة، مدخل للجودة في تسويق الخدمات ودورها في إرضاء الزبائن، مذكرة ماجستير في علوم التسويق، تخصص إدارة أعمال، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم

التجارية وعلوم التسويق، جامعة أمجد بوقرة، بومرداس، الجزائر، 2010/2009، ص 26

5- حميد الطائي وبشير العلاق، تسويق الخدمات، مدخل استراتيجي، وظيفي، تطبيقي، بدون طبعة، دار البازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2009، ص

5-خاصية الهلامية والفناء: العديد من الخدمات ذات طبيعة هلامية غير قابلة للتخزين، فكلما زادت درجة اللاملموسية للخدمة، انخفضت فرصة تخزينها. بمعنى آخر إن درجة عدم الملموسية تزيد أو ترفع من درجة الفنائية كثيرا¹، أي لا يمكن تخزين الخدمة في وقت لا طلب فيه عليها إلى وقت يوجد فيه طلب عليها.²

6- خاصية عدم تملك الخدمة: طالما أن الخدمة غير ملموسة، فالمستفيد منها يحصل على منفعة مباشرة ولوقت محدود فقط، مثل تأجير غرفة في فندق، أو السفر على متن طائرة، وتمثل هذه الخاصية مشكلة تسويقية لمديري المؤسسات الخدمية، حيث أن الزبون- كجزء من اشباعاته - يشعر بالسعادة عند تملك الخدمة، ومن ثم على المؤسسات الخدمية أن تولي اهتمام للدلائل المادية للخدمة، والتي توحى له بملكيتها مثل الهدايا التي تقدم على رحلات شركات الطيران.³

7- صعوبة تقييم جودة الخدمة من جانب الزبون: يواجه الزبون صعوبة كبيرة عند تقييم الخدمة المقدمة له بالمقارنة بالسلع المادية الملموسة، ومرد هذا يرجع إلى أن الأداء الفعلي للخدمة يرتبط بتفاعل الزبون مع مقدم الخدمة، وبخبرة الزبون نفسه، وبالتالي فإن الحكم على الخدمة بأنها جيدة أو سيئة يختلف من زبون لآخر، ومن وقت إلى آخر بالنسبة للزبون نفسه.⁴

المطلب الثاني : مفهوم الخدمة المصرفية

لقد وردت عدة تعاريف للخدمة المصرفية نذكر منها:

التعريف الأول: "هي نشاط أو منفعة يقدمها البنك لطرف آخر ولا يترتب على تقديمها أي نوع من أنواع الملكية"⁵

التعريف الثاني: "مجموعة الخدمات التي تقدمها المصارف لعملائها عبر خدمات الإيداع و الائتمان و الاستثمار"⁶

التعريف الثالث : " مجموعة أنشطة تتعلق بتحقيق منافع معينة للعميل سواء كان بمقابل مادي أو بدون مقابل، فقد يقدم البنك أحيانا خدمات مجانية بدون مقابل لعملائه."⁷

1- معدن نصيرة، مرجع سبق ذكره، ص: 26

2- ثابت عبد الرحمان إدريس، كفاءة وجودة الخدمات اللوجيستية، بدون طبعة، مفاهيم أساسية وطرق القياس والتقييم، الدار الجامعية، الإسكندرية، مصر، 2006، ص 30

3- مجد فريد الصحن، قراءات في إدارة التسويق، الدار الجامعية، الإسكندرية، مصر، 2002، ص 356

4- ثابت عبد الرحمان إدريس، مرجع سبق ذكره، ص: 29

5- تيسير العجارمة، التسويق المصرفي، الطبعة الأولى، دار الحامد للنشر و التوزيع، الأردن، عمان، 2005، ص 11

6- عبد الله إبراهيم نزال و محمود حسين الوادي، الخدمات في المصارف الإسلامية (آليات تطوير عملياتها)، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2010، ص 110

7- لعزور صورية، أهمية التسويق المصرفي في تحسين العلاقة مع الزبون، مذكرة ماجستير فرع التسويق، تخصص علوم التسيير، قسم علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير والعلوم التجارية، جامعة محمد بوضياف، المسيلة، الجزائر، 2008، ص: 28

التعريف الرابع : "مجموعة من الأنشطة و العمليات ذات المضمون المنفعي الكامن في العناصر الملموسة وغير الملموسة و المقدمة من قبل المصرف .والتى يدركها المستفيدين من خلال ملامحها وقيمها المنفعية والتي تشكل مصدرا لإشباع حاجاتهم ورغباتهم المالية والائتمانية الحالية والمستقبلية، وفي الوقت ذاته تشكل مصدرا لأرباح المصرف من خلال العلاقة التبادلية بين الطرفين¹."

من خلال التعاريف السابقة نلاحظ تعدد مفاهيم الخدمة المصرفية حيث عرفت في التعريف الأول علي أنها نشاط يقدمه البنك لعملائه.

أما التعريف الثاني فحصر الخدمة المصرفية في خدمات الإيداع والائتمان .

في حين التعريف الثالث ركز في تعريفه للخدمة المصرفية علي أنها الأنشطة المتعلقة بالمنافع المحققة من الخدمة المقدمة للعميل سواء بمقابل أو بغير مقابل في حين التعريف الرابع جمع بين التعريفات السابقة.

من خلال ما تقدم من التعاريف السابقة للخدمة المصرفية يمكن استنتاج تعريف شامل لها:

الخدمة المصرفية هي مجموعة من الأنشطة و العمليات التي تقدمها المصارف لعملائها، من أجل إشباع حاجاتهم ورغباتهم من جهة و تحقيق أرباح المؤسسات المالية من جهة أخرى، نتيجة العملية التبادلية القائمة ما بين العميل و المصرف، كما لا يترتب على الخدمة المصرفية أي نوع من أنواع الملكية كون هاته الخدمة تستهلك أثناء تقديمها فلا يمكن تخزينها، وقد ترتبط هذه الخدمة عند تقديمها بعنصر مادي ملموس.

المطلب الثالث: أنواع الخدمات المصرفية

تعتبر الخدمات المصرفية أداة لجذب أكبر عدد ممكن من المتعاملين سواء في أنظمة الودائع والتوظيف والاستثمار التي يمارسها المصرف، حيث تعددت هذه الخدمات المقدمة من قبل المصارف وذلك على النحو التالي:

الفرع الأول: الخدمات المصرفية التقليدية

وتشمل ما يلي:

- * قبول الودائع بأنواعها ، الحسابات الجارية، وحسابات التوفير، وحسابات الودائع لأجل... إلخ
- * تقديم القروض المتوسطة وطويلة الأجل حيث تعد هذه الوظيفة المصدر الرئيسي لاستثمار الأموال، وتعد من أبرز مصادر تمويل مؤسسات الأعمال؛

* إصدار خطابات الضمان والاعتمادات المستندة لتسهيل و ضمان عمليات التبادل في التجارة الدولية؛

1- زياد رمضان ومحفوظ جودة، الاتجاهات المعاصرة في إدارة البنوك، دار وائل للطباعة والنشر، عمان، الأردن، 2000، ص: 356

* بيع وشراء الأوراق المالية وتحصيل الأوراق التجارية لصالح العملاء، فضلا عن تقديم الخدمات الاستثمارية للزبائن فيما يتعلق بأعمالهم ومشاريعهم التنموية لكسب ثقة المصرف ؛

* فتح الحسابات الجارية، والقيام بخدمات ترويج الأسهم وإدارة الاكتتاب فيها، وخدمات المبادلات والمستقبليات والعقود الآجلة والتفضيل؛

* تمارس المصارف عن طريق خدماتها المصرفية دور الوسيط، عن طريق توظيف أموال الزبائن في المجالات الاقتصادية المختلفة ذات المردود الاقتصادي المهم، فضلا عن قيامها بالاحتفاظ بالممتلكات الثمينة مثل: المجوهرات، الذهب، المستندات والأوراق المهمة كالشيكات وسجلات الملكية للأراضي والعقارات... إلخ؛

* دراسة الأوضاع الاقتصادية والمالية والقوانين والتشريعات، وتقديم المقترحات التي تهدف إلى تشجيع الاستثمار، وتمية المدخرات والصادرات وتطوير التكنولوجيا وزيادة الإنتاج¹.

الفرع الثاني: الخدمات المصرفية الإلكترونية

وتشمل ما يلي :

أولا: أجهزة الصراف الآلي: تعرف بأنها محطات طرفية إلكترونية متصلة بحاسب آلي للمصرف، من خلالها تقدم خدمات مصرفية دون مساعدة من موظف المصرف، وتعتمد آلية عمل آلت الصراف على وجود اتصال بين الحاسب الرئيسي للمصرف وآلة الصراف الآلي المتواجدة في أماكن جغرافية مختلفة، بحيث يمكن استقبال بيانات الزبون كرقم التعريف الشخصي PIN ورقم الحساب، ثم إدخال رمز الخدمة لتقوم بعد ذلك بإعطاء استجابة فورية تتمثل في: السحب النقدي، كشف الحساب، بيان الأرصدة وتحويل الأموال.²

وكذلك :

ثانيا : البطاقات البلاستيكية الممغنطة : وهي البطاقات المدفوعة مسبقا وتكون القيمة المالية المخزنة فيها، وتستخدم للدفع عبر الإنترنت وتقسّم إلى بطاقات الخصم وبطاقات السداد الشهري والبطاقة الائتمانية والبطاقة الذكية.

ثالثا : مصرف الهاتف الجوال : وتعتبر خدمة " الويب المصرفي " من أحدث التقنيات التي تقدمها المصارف، حيث تتيح للعملاء الوصول إلى حساباتهم المصرفية، وإنهاء معاملاتهم عبر أجهزة الجوال (الخلوي).

1- إياد عبد الفتاح النصور، تسويق المنتجات المصرفية، دار صفاء للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان، الأردن، 2015، ص 71-72

2- مختار عطية بن سعد، حليلة علي مشري، مستوى جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية بمصرف شمال إفريقيا، كلية الاقتصاد والتجارة الخمس، جامعة المرقب، ليبيا،

09-11 نوفمبر 2021، ص 778

رابعا : الصيرفة عبر الانترنت : يعد العمل المصرفي عبر الانترنت من أحدث التقنيات المصرفية، بسبب ما تؤدي إليه نظم وتكنولوجيا تواكب التطورات الحاصلة في مجال التجارة الإلكترونية، ونظم المعلومات، ووسائل الاتصال الحديثة.

ويعرف العمل المصرفي على الانترنت بأنه: "العمل المصرفي الذي يكون فيه الانترنت وسيلة الاتصال بين المصرف والعميل"¹

المطلب الرابع : دورة حياة الخدمة المصرفية

يعد مفهوم دورة حياة الخدمة المصرفية من المفاهيم الهامة في التسويق المصرفي ويستمد مبادئه النظرية في تفسير سلوك مبيعات الخدمات وأرباحها خلال مراحل حياتها من التفسير البيولوجي لحياة الكائنات الحية، الكائنات الحية، إذ يفترض أن السلع والخدمات تنتهي وتلاشى وتكون عرضة للموت في ذلك شأن الإنسان والحيوان، لذلك فان الخدمة تولد أولا ثم تموت لاحقا بعد أن تمر في عدة مراحل خلال حياتها. وتستند دورة حياة الخدمة المصرفية في تفسيرها لسلوك مبيعات الخدمة وأرباحها على فرضيتين أساسيتين:

- 1- تمر مبيعات الخدمة بمراحل متعاقبة (التقديم، النمو، النضوج، التدهور). وبمعدلات نمو متباينة بمرور الزمن، لتشكل بمسارها هذا دورة حياة الخدمة التي تأخذ بشكل منحني التوزيع الطبيعي المتراكم.
 - 2- أن الأرباح تتحقق من بيع الخدمة تشكل سلوكا مشابها لسلوك مبيعاتها ولذا فهي تأخذ بدورها شكلا منحنيا، إلا انه نتيجة لتغيير حدة المنافسة خلال الدورة يبدأ منحني الأرباح بالانخفاض في المرحلتين الآخريتين في الوقت الذي يستمر فيه منحني المبيعات بالارتفاع البسيط قبل دخوله مرحلة التدهور.
- بشكل عام فان دورة حياة الخدمة المصرفية لا تختلف عن دورة حياة السلع والخدمات الأخرى ولكن الاختلاف يكون في طبيعة الاستراتيجية التسويقية المتبعة في كل مرحلة من مراحل دورة حياة الخدمة المصرفية.²
- وتتمثل هذه المراحل في:

أولا : مرحلة الانطلاق (التقديم): وفيها يتم طرح الخدمة لأول مرة في السوق، حيث تتميز هذه المرحلة بارتفاع معدل (إمكانية) فشل الخدمة ويضعف الطلب نتيجة لعدم معرفة العملاء بها، كما أنها عادة ما تكون طويلة نسبيا، يلعب فيها وقت تنفيذها وحسن اختياره دورا كبيرا في نجاح تلك الخدمة واستمرارها، وبشكل عام يظهر منحني الربح خسارة خلال هذه المرحلة، نظرا لثقل النفقات التي تكبدها البنك في عرض المنتجات، كنفقات

1- إياد عبد الفتاح النصور، مرجع سبق ذكره، ص 73

2- ردينه عثمان يوسف، محمود جاسم الصميدعي، التسويق المصرفي "مدخل استراتيجي، كمي، تحليلي، دار المناهج للنشر والتوزيع، عمان، الاردن، 2010، ص ص

البحث والتطوير، إنشاء نظام التوزيع لتقديم المنتجات الجديدة، والدعاية الكبيرة اللازمة لجعل المستهلكين على علم بتلك المنتجات وكيفية استخدامها والسعي إلى تشجيعهم على الإقبال عليها نطاق واسع. إن أهمية وتكلفة هذه المرحلة تجعل البنك ينتهج واحدة من الاستراتيجيات التي تضمن له المرور إلى المرحلة التالية، وتمثل هذه الاستراتيجيات في:

* **استراتيجية الكشط (القشط) السريع** : وفيها يتم طرح الخدمة بسعر مرتفع قصد ما يمكن من الأرباح لكل وحدة، حيث يتم في الحالة تكثيف الجهود الترويجية من اجل زيادة التغلغل في السوق.

* **استراتيجية الكشط البطيء** : وتمثل في تقديم الخدمة المصرفية بسعر مرتفع وبجهود ترويجية منخفضة قصد تخفيض التكاليف، حيث تطبق في الحالات التالية:

- صغر حجم السوق المستهدف
- وجود معرفة بالمنتج من قبل الجمهور
- استعداد الجمهور لدفع السعر المرتفع.
- انعدام المنافسة الشديدة.

* **استراتيجية التغلغل السريع** : تتميز هذه الاستراتيجية بالدخول إلى السوق بسعر منخفض مع بذل جهود ترويجية كبيرة، حيث تطبق هذه الاستراتيجية عندما تكون الأسواق كبيرة، والمنافسة لا تشعر بنزول الخدمة المصرفية وان اغلب المستفيدين يكونون حساسين تجاه هذه الخدمة ومن المتوقع أن تكون المنافسة قوية في المستقبل وذلك عندما يدرك المنافسون أهمية هذه الخدمة ويكون سعر الخدمة منخفض ويتناسب مع المنافع المتحققة منها.

* **استراتيجية التغلغل البطيء** : وترتكز على الدخول إلى السوق بسعر منخفض وبجهود ترويجية هي الأخرى منخفضة، حيث تكون هذه الاستراتيجية مقبولة في حالة ما إذا كان حجم السوق كبيرا، وجود إدراك للخدمة في السوق، حساسية السوق للسعر وأيضا إمكانية ظهور المنافسة.¹

ثانيا :مرحلة النمو :تعتبر هذه المرحلة من أهم المراحل في دورة حياة الخدمة المصرفية، حيث يعبر عنها بمرحلة جني الأرباح، ومن ابرز مميزاتا الزيادة الملموسة في حجم التعامل بها ومقدار الأرباح المحققة، وبالتالي تقود البنوك إلى زيادة درجة التنوع في تشكيلة الخدمات، وتستمر هذه المرحلة مادام حجم التعامل لم يصل إلى أعلى

1- عيشوش عبدو، تسويق الخدمات المصرفية في البنوك الاسلامية (دراسة حالة)، مذكرة مقدمة نيل شهادة الماجستير في العلوم التجارية، فرع تسويق، قسم علوم تجارية، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الحاج لخضر، باتنة، الجزائر، 2006، ص ص 140-141

مستوياته الموضوعية من طرف إدارة البنك، والعائد من الخدمة لم يصل كذلك إلى المستوى المرغوب، هذا يعني أنها لا تزال في مرحلة النمو.¹

ثالثا: مرحلة النضج : فيها يبدأ الانخفاض التدريجي لمعدل نمو المبيعات وتزداد المنافسة في السوق وتزيد المصارف وميزانياتها المخصصة للبحث والتطوير لتحسين الخدمة.

تقع معظم الخدمات المصرفية التقليدية في مرحلة النضج ففي هذه المرحلة تميل أسعار المنتج إلى الهبوط لان الكثير من المنافسين يحاولون إلى زيادة مبيعاتهم مع المنتجات المعروضة في السوق، وتمثل حسابات الشبكات نوعا من هذه المنتجات، ففي منتصف سبعينيات القرن الماضي، تحول العديد من المصارف إلى تقديم خدمات مجانية بالكامل مقابل حسابات الشبكات ، بهدف زيادة مبيعات هذا المنتج المصرفي، إلى أن هذه الاستراتيجية أتت بنتيجة عكس المتوقع بحيث انه دخلت أعداد كبيرة من المصارف إلى السوق لتقديم نفس المنتج وبالجمان مما أدى إلى تقلص عوائد هذه المصارف وأرباحها، ومنذ ذلك الوقت أصبحت المصارف أكثر عقلانية، حيث اضطرت إلى حالة تقلص العوائد إلى وضع رسوم على خدمة الشبكات، الأمر الذي نتج عنه تحقيق بعض الأرباح بعد عام كامل من الخسائر.²

ربعا: مرحلة التدهور: في هذه المرحلة يقل الطلب على الخدمة وذلك لعدة أسباب فقد تكون الخدمة قد أصبحت لا تلي حاجات ورغبات الأفراد، أو ظهور خدمات مصرفية ذات منافع أكثر وأكثر انسجاما مع حاجات ورغبات الأفراد.³

المبحث الثاني : المرتكزات الأساسية لجودة الخدمات المصرفية

إن الجهود التي بذلها الباحثون في السابق في مجال الجودة قد ركزت على جودة السلع الملموسة دون الخدمات، لكن الفلسفة السائدة حاليا تركز على الجودة في كافة المجالات وخاصة مجال الخدمات وذلك نظرا لأهميتها.

المطلب الأول : مفهوم وأهمية جودة الخدمات

سنحاول في هذا المطلب التطرق إلى مفهوم جودة الخدمة وذكر أهميتها على النحو التالي:

- 1- جمعي عماري، التسويق في المؤسسة المصرفية الجزائرية ، بحث مقدم ضمن فعاليات ملتقى المنظومة المصرفية الجزائرية والتحول الاقتصادي - موقع وتحديات - جامعة محمد بوضياف، ص 36
- 2- حميدي زقاي، مدى تأثير التسويق المصرفي على سلوك المستهلك الجزائري (مع الإشارة إلى البنك الشعبي الجزائري - وكالة سعيدة -) ، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات شهادة الماجستير في علوم التسويق، فرع تسويق الخدمات، قسم علوم التسويق، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة ابو بكر القايد، تلمسان، الجزائر، 2010، ص 86
- 3- الكركي وسام محمد ناصر، جودة الخدمات المصرفية وأثرها على تحقيق الميزة التنافسية، رسالة مقدمة استكمالاً لنيل درجة الماجستير، تخصص إدارة أعمال، جامعة الخليل، غير منشورة، فلسطين، 2010، ص 53

أولاً : تعريف جودة الخدمة

"إن جودة الخدمة ليس من السهل تعريفها بطريقة دقيقة، فكل فرد يحاول الكتابة عنها أو ممارستها يجد أنه من الصعب عليه أن يصل إلى تعبير عملي عنها يتفق مع الآخرين، وتستمد الصعوبة في تعريف جودة الخدمة من الخصائص العامة المميزة للخدمات قياساً إلى السلع المادية"¹ ولقد تعددت تعاريفها بتعدد المهتمين بمفهوم جودة الخدمة لذلك سيتم عرض أهم هذه التعاريف بهدف الوصول إلى مفهوم عام لها على النحو التالي:

يعرف باديرو "Badiro" جودة الخدمات على أنها "مستوى متعادل لصفات تتميز بها الخدمة مبنية على قدرة المنظمة الخدمية واحتياجات العملاء، ويضيف أن مجموعة الصفات التي تحدد قدرة جودة الخدمة على إشباع حاجات العملاء هي مسؤولية كل مستخدم أو عامل في المنظمة"²

"جودة الخدمة طريقة مشتقة بشكل تجريبي قد تكون مستعملة من قبل المنظمة لتحسين نوعية الخدمة"³

"جودة الخدمة تعني مسايرة توقعات العملاء، والارتقاء إليها بشكل مستمر وتحدد بالفرق بين الخدمة المتوقعة والخدمة المدركة."

"الأثر الإجمالي للمنتج من خلال خصائص الخدمة المعروضة للاستعمال والتي تحدد درجة تلبية رغبات لزبون"⁴

ويرى "Lewis and Booms" أن جودة الخدمة هي مفهوم يعكس مدى ملائمة الخدمة المقدمة بالفعل لتوقعات المتقدم للحصول على هذه الخدمة، أي أن تسليم الخدمة يعني المطابقة لمواصفات الخدمة المقدمة لتوقعات الخاصة بهذه المواصفات وعليه الذي يحكم على جودة الخدمة هو المستفيد الفعلي منها"⁵

تعرف جودة الخدمات بأنها "نوعية الخدمات المقدمة والمتوقعة والمدركة التي تمثل المحدد الرئيسي لرضا المنتفع أو عدم رضاه"⁶

"جودة الخدمة تمثل الفرق بين التوقعات وبين الإدراك للأداء الفعلي للخدمة المقدمة بالنسبة لجميع العوامل أو العناصر التي تم طالب الخدمة أو العميل"⁷

من خلال استعراض التعاريف السابقة نستخلص أن جودة الخدمة تمثل معيار لدرجة تطابق الأداء الفعلي مع توقعات العملاء لهذه الخدمة وبشكل مستمر مما يضمن الرضا الدائم للمستفيدين، ويحقق للمنظمة ميزة تنافسية

1- قاسم نايف علوان الخياوي، إدارة الجودة في الخدمات، إدارة الشروق للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2006، ص 90

2- توفيق محمد عبد المحسن، قياس الجودة و القياس المقارن، مكتبة النهضة المصرية إيتراك، مصر، 2006، ص 40

3- <http://www.12manage.com>, (Vu le 17/02/2020).

4- Hanan BENTALEB, La qualité de service des systèmes, Thèse de doctorat spécialité informatique, l'université paul SABATIER, 1998, P11-12.

5- ثابت عبد الرحمن إدريس، كفاءة وجودة الخدمات اللوجستية، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2006، ص 291

6- محمود جاسم الصميدعي، بشير عباس العلق، أساسيات التسويق الشامل و المتكامل، دار المناهج، دون بلد النشر، 2002، ص 410

7- Hubérac-Jean pière, Guide des méthodes de la qualité, MAXIMA, Paris, 1998, P 52

بالنسبة للآخرين، وهذا انطلاقاً من الخصائص المستمدة من هذه الخدمة، وذلك على النحو الذي يعرضه الشكل التالي

الشكل (04) : جودة الخدمة



المصدر : عوض بدير الحداد، تسويق الخدمات المصرفية، البيان للطباعة والنشر، الطبعة الأولى، 1999، ص 337

ويمكن التعبير عن ذلك رياضياً كالتالي :

جودة الخدمة = إدراك الزبون للأداء الفعلي - توقعات الزبون لمستوى الأداء

وفي ضوء المعادلة السابقة يمكن تصور ثلاثة مستويات للخدمة هي:

✳️ الخدمة العادية: وهي تلك الخدمة التي تتحقق عندما يتساوى إدراك الزبون لأداء الخدمة مع التوقعات المسبقة عنها .

✳️ الخدمة الرديئة: وهي تلك الخدمة التي تتحقق عندما يتدنى الأداء الفعلي للخدمة عن مستويات التوقعات بالنسبة لها.

✳️ الخدمة المتميزة: وهي تلك الخدمة التي تتحقق عندما يفوق أو يتجاوز الأداء الفعلي للخدمة توقعات الزبائن بالنسبة لها.

ثانياً : أهمية جودة الخدمة

يمكن الإشارة إلى أربعة أسباب أساسية لأهمية جودة الخدمة :¹

1- نمو مجال الخدمة: لقد تزايدت أعداد المنظمات التجارية التي تقدم الخدمات أكثر من أي وقت

مضى، فعلى سبيل المثال نصف منظمات الأعمال يتعلق نشاطها بالخدمات إضافة إلى نمو

المنظمات المتصلة بالخدمات ما زال مستمرا بالتوسع.

¹ - مأمون سليمان الدراكة، إدارة الجودة الشاملة وخدمة العملاء، ط 1، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2005، ص 194

2- ازدياد المنافسة: إذ من المعلوم أن بقاء المنظمات يعتمد على حصولها على القدر الكافي من المنافسة، لذلك فإن توفر جودة الخدمة في منتجات هذه المشاريع والخدمات يوفر لها العديد من المزايا التنافسية.

3- الفهم الأكبر للعملاء: أن تتم معاملتهم بصورة جيدة، ويكرهون التعامل مع المنظمات التي تركز فقط على الخدمة، فلا يكفي تقديم منتجات ذات جودة وسعر معقول بدون توفر المعاملة الجيدة والفهم الأكبر للعملاء.

4- المدلول الاقتصادي لجودة خدمة العميل: أصبحت المنظمات تحرص في الوقت الحالي على ضرورة استمرار التعامل معها وتوسيع قاعدة عملائها، وهذا يعني أن المنظمات يجب أن لا تسعى فقط إلى اجتذاب زبائن وعملاء جدد، ولكن يجب عليها أن تحافظ على العملاء المحليين ومن هنا تظهر الأهمية القصوى لجودة خدمة العملاء من أجل ضمان ذلك.

المطلب الثاني: جودة الخدمات المصرفية (المفهوم، الأهمية والمزايا)

تعتبر الخدمة المصرفية شريان العمل المصرفي، إذ يعتمد عليها المصرف في إشباع حاجات زبائنه وتحقيق أهدافه الربحية والتنافسية، يسعى دائما إلى تحسينها وبشتى السبل من أجل ذلك. وفي هذا الصدد سنتطرق في هذا المطلب إلى مفهوم جودة الخدمة المصرفية وأهميتها ومزاياها

الفرع الأول: مفهوم جودة الخدمة المصرفية

لقد تعددت تعريفات الباحثين لجودة الخدمة المصرفية كل على حسب وجهة نظره، سنذكر أهم هذه التعريفات.

1. عرفت على أنها: " قدرة المصرف على الاستجابة لتوقعات الزبائن ومتطلباتهم أو التفوق عليها، فمن خلال الجودة تسعى المصارف لدعم قدرتها التنافسية من خلال تقديم الخدمة الممتازة التي تعزز موقف المصرف ومكانته في السوق المستهدفة"¹

2. ويقصد بالجودة في الخدمات المصرفية في نظر Pierre Eiglier & Eric Langeard أنها: " القيمة التي يحصل عليها الزبون، والتي تشبع احتياجاته وترضي توقعاته مثلما هو منتظر."²

1- رعد حسن الصرن، أهمية دراسة العلاقة بين شبكة الإنترنت وجودة الخدمات المصرفية، العدد(8) ، مجلة العلوم الإنسانية، جامعة خيضر، بسكرة، الجزائر، فيفري 2005، ص: 7

² Pierre Eiglier, Eric Langeard, **Le Marketing des Services**, 5ème édition, édition internationale, Paris, 1994,P 26.

3. ويرى آخرون بأن جودة الخدمة المصرفية تتمثل في: " التزام الإدارة المصرفية بإشباع حاجات ورغبات الزبون المصرفي " ¹

4. كذلك يعرف Bovee & Thill جودة الخدمة أنها: " درجة تمشي أو اتفاق الخدمة مع مواصفات وتوقعات الزبون " ²

كما أن جودة الخدمة المصرفية ينظر إليها من عدة زوايا يمكن التعرف إليها وفق الجوانب التي حددها جرونروس (C. Gronroos) في:

- ✓ الجانب الفني للخدمة وهي جودة الخدمة المقدمة من جانب المصرف في حد ذاتها.
 - ✓ الجانب الوظيفي ويقصد به كيفية قيام المصرف بتقديم الخدمة لزيائته.
 - ✓ جانب الانطباع ويقصد به الصورة التي يتلقاها الزبائن عن المصرف، وما يقدمه من خدمات.
 - ✓ جانب الزبائن الآخرين ويتمثل في تقييم زبائن المصارف المنافسة لجودة الخدمة المقدمة من قبل المصرف. ³
- من التعريفات السابقة نستنتج أن جودة الخدمة المصرفية هي: قدرة المصرف على إرضاء زبائنه من خلال تقديم خدمات ذات مستوى يساوي أو يفوق توقعاتهم.

الفرع الثاني : أهمية جودة الخدمة المصرفية

تعتبر جودة الخدمة المصرفية أمراً ضروريا بالنسبة للمؤسسات الخدمية وذلك بغرض تحقيق الاستقرار والنجاح، وتكمن أهمية الجودة في تقديم الخدمة ما يلي:

1- نمو مجال الخدمة : إذ تزايد أعداد المنظمات التجارية التي تقدم الخدمات أكثر من أي وقت مضى، فعلى سبيل المثال نصف شركات الأعمال التجارية الأمريكية يتعلق نشاطها بالخدمات. إضافة إلى نمو المنظمات المتصلة بالخدمات مازال مستمرا بالتوسع

2- ازدياد المنافسة : إذ من المعلوم أن بقاء الشركات والمشاريع يعتمد على حصولها على القدر كافي من المنافسة. لذلك فان توفر جودة الخدمة في المنتجات هذه المشاريع والخدمات يوفر لها العديد من المزايا التنافسية

3- الفهم الأكبر للعملاء : أن تتم معاملتهم بصورة جيدة يكرهون التعامل مع المنظمات التي تركز على الخدمة، فلا يكفي تقديم منتجات ذات جودة وسعر معقول بدون توفر المعاملة الجيدة والفهم الأكبر للعملاء

¹ - مروان جمعة درويش، أثر جودة الخدمات التي تقدمها البلديات في فلسطين على رضا المستفيدين، المؤتمر الدولي للتنمية الإدارية: نحو أداء متميز في القطاع الحكومي، معهد الإدارة العامة، الرياض، المملكة العربية السعودية، 1-4 نوفمبر 2009، ص5

² - C.L Bovee & J.V Thill, Marketing of Services, MC Graw- hill, CNC 1992, P : 229

³ - عبد الزقاق حميدي، أثر إدارة الجودة الشاملة في تطوير تنافسية البنوك، أطروحة دكتوراه، تخصص :إدارة تسويقية، قسم العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة أمجد بوقرة، بومرداس، الجزائر، 2013/2014، ص 2016

4- المدلول الاقتصادي لجودة خدمة العميل : أصبحت الشركات تحرص في الوقت الحالي على ضرورة استمرار التعامل معها وتوسيع قاعدة عملائها، وهذا يعني أن الشركات يجب أن تسعى فقط إلى اجتذاب زبائن وعملاء جدد، ولكن يجب عليها أن تحافظ على العملاء الحاليين ومن هنا تظهر الأهمية القصوى لجودة خدمة العملاء من اجل ضمان ذلك¹.

الفرع الثالث : مزايا الخدمات المصرفية

يؤدي تبني جودة الخدمات المصرفية إلى تحقيق مجموعة من المزايا أبرزها :

- ♣ تحقيق ميزة تنافسية فريدة عن بقية المصارف، وبالتالي القدرة على مواجهة الضغوط النفسية ؛
- ♣ تحمل تكاليف أقل بسبب قلة الأخطاء في العمليات المصرفية ؛
- ♣ إن الخدمة المصرفية المتميزة تتيح الفرصة أمام المصارف لتقاضى أسعار وعمولات أعلى؛
- ♣ إن الخدمة المتميزة تجعل العملاء بمثابة مندوبي بيع للمصرف في توجيه وإقناع عملاء جدد من الأصدقاء والزملاء والمعارف الشخصية.

كما أن تقديم خدمات مصرفية عالية الجودة يحقق رغبات الأطراف المرتبطة بالمصرف كالإدارة والمساهمين والموظفين والعملاء، فالإدارة تسعى إلى تحقيق النمو وزيادة الأرباح وتخفيض التكاليف، والمساهمون يسعون إلى زيادة العائد على الأسهم، أما الموظفون فيسعون إلى الحصول على أجور ومكافآت أعلى، والعملاء يسعون للحصول على خدمات أفضل وأحسن، والكفيل بتحقيق كل هذه الرغبات هي الخدمة المتميزة ذات الجودة العالية.²

المطلب الثالث : أبعاد جودة الخدمة المصرفية

توصل عدة باحثين إلى تطوير أبعاد الخدمة المصرفية حيث قاموا بتصنيفها إلى عشرة معايير نوضحها في الجدول التالي:³

1- مأمون سليمان الدرادكة، مرجع سبق ذكره، ص 194
2- أبو بكر خوالد، قياس مدى توافر أبعاد جودة الخدمات في المصارف التجارية الجزائرية الحكومية، مجلة الاقتصاد والتجارة، كلية العلوم الإدارية والاقتصادية، جامعة باجي مختار، عنابة، الجزائر، العدد 3، 2017، ص 257
3- هاجر محمد الملك، الطاهر محمد أحمد على، (جودة الخدمة المصرفية وأثرها على رضا العميل)، مجلة العلوم الاقتصادية، العدد 17، جامعة العلوم والتكنولوجيا، كلية الدراسات التجارية، السودان، 2016، ص ص: 57-58

جدول 01 : يمثل أبعاد جودة الخدمات المصرفية

البعد	الشرح
الاعتمادية	وتعني ثبات الأداء وانجاز الخدمة بشكل سليم، وتنفيذ البنك لوعوده نحو العميل وذلك عن طريق: * دقة الحسابات وعدم حدوث أخطاء * تقديم الخدمة المصرفية بشكل صحيح وفي المواعيد المحددة
سرعة الاستجابة من قبل العاملين	وتشير إلى رغبة واستعداد العاملين بالبنك في تقديم الخدمة ومساعدة العملاء والرد على استفساراتهم والسرعة في أداء الخدمة والاستجابة الفورية لطلب العميل.
القدرة والكفاءة	وتعكس المهارة والقدرة على أداء الخدمة والتي تستمر من توافر المعلومات والإلمام بظروف وطبيعة العمل وامتلاك كافة المهارات الضرورية لتحقيق الأداء السليم للخدمة.
سهولة الحصول على الخدمة	أي سهولة الاتصال وتيسير الحصول على الخدمة من طرف العميل وذلك يقتصر فترة انتظار الحصول على الخدمة وملائمة مواعيد عمل البنك، وتوفر عدد كافي من منافذ الحصول على الخدمة
اللباقة	وتعني أن يتصف موظفي البنك وخاصة الذين لهم اتصال مباشر مع العملاء على قدر من الاحترام والمظهر اللائق، والتمتع بروح الصداقة والود والاحترام للعملاء.
المصداقية	وتعني ضرورة وجود الصدق والأمانة في التعامل مع العملاء وبطبيعة الحال فهذا العامل يؤدي وجود الثقة بين الطرفين لان العمل المصرفي قائم على أساس الثقة، الأمر الذي يؤدي بهم إلى أخذ صورة حسنة وانطباع جيد نحو البنك
الأمان	وتعني خلو المعاملات مع البنك من الشك والمخاطر، ويتضمن الأمان المادي والمالي والمحافظة على سرية المعلومات المتعلقة بحسابات العملاء
الاتصال	وتعني إعطاء المعلومات للعميل بصفة دائمة وبالغة التي يفهمها، والإنصات له وتأمين الحصول على المعلومات المرتدة
الفهم	ويعكس الجهد المبذول لتعرف على حاجات ورغبات العميل، كما يجب التعرف على العميل بسهولة، والاهتمام الشخصي به.
الجوانب المادية الملموسة	و تضم الجوانب المادية المستعملة في العمل من المظهر الخارجي للبنك وتجهيزه من الداخل بأحدث الأجهزة و الوسائل المستخدمة في تقديم الخدمة

المرجع: هاجر محمد الملك، الطاهر محمد أحمد على، (جودة الخدمة المصرفية وأثرها على رضا العميل)، مجلة العلوم الاقتصادية، العدد 17، جامعة العلوم والتكنولوجيا، كلية الدراسات

التجارية، السودان، 2016، ص ص: 57-58

المبحث الثالث: متطلبات تحقيق جودة الخدمات المصرفية وعلاقتها بوسائل الدفع الالكتروني

اهتم العديد من الباحثين بدراسة الجوانب المختلفة لجودة الخدمة المصرفية من حيث نماذجها والصعوبات التي تواجهها، بالإضافة إلى العلاقة بين مقدم الخدمة المصرفية وبين العملاء وذلك بهدف رفع مستوى جودة الخدمة المقدمة لتناسب مع توقعات العملاء.

المطلب الأول: صعوبات ونماذج قياس جودة الخدمات المصرفية

لجودة الخدمات المصرفية العديد من الصعوبات التي تواجهها عند قياسها، إضافة إلى وجود العديد من هذه النماذج والتي سيتم تناولها في هذا المطلب.

الفرع الأول: صعوبات قياس جودة الخدمات المصرفية

إن المؤسسات المصرفية تهدف إلى تحسين جودة خدماتها من خلال الاعتماد على نماذج لقياسها وأساليب مناسبة لها، إلا أنها تواجه صعوبات تكمن فيما يلي:

قطاع الخدمات يختلف عن قطاع السلع من حيث أن العنصر البشري يلعب دوراً مهماً في إنتاج الخدمة، وبالتالي تعتمد جودة الخدمة على أفراد موجهين بالمهام أكثر من توجيههم باحتياجات العملاء، كما أن جودة الخدمة تعتمد على مشاركة المستفيد، وهنا تحتاج المؤسسة إلى معلومات دقيقة عن احتياجات العملاء ومحاولة الوفاء بها، ومع تعدد العملاء يجب تنوع أساليب القياس ما يجعل توافر مقياس ثابت لجودة الخدمة أمراً صعباً.

* لا يكون الطلب على بعض الخدمات ثابتاً وإنما يتغير من فترة لأخرى ومنه يجب أن تتم عملية القياس في أوقات مختلفة؛

* تكون الكثير من نظم القياس متصدعة نظراً لعدم إلمام هؤلاء المصممين و المستخدمين للنظام بالمعرفة الكافية بما الذي يقاس، والغرض منه، وكيف تستخدم النتائج؟؛

* المدراء لا يقيسون في أغلب الأحيان الجودة خلال سلسلة الخدمة، فيمكن أن يختار قياسات الأداء الداخلي فقط، أو تركيز بعضهم الآخر على قياسات العميل فقط، والواجب هو الموازنة بين كل منهما؛

* صعوبة وضع معايير ثابتة لقياس جودة الخدمات وتعميمها في كل المؤسسات المصرفية وهنا تظهر حاجة ماسة لقيام كل قطاع بتطوير مقاييس مناسبة لخصائص الخدمات التي يقدمها على أن تضمن هذه المقاييس تحقيق نوع من التوازن بين أهداف مقدمي الخدمات وطالبي الخدمة في آن واحد، وبالتالي تحقيق أهداف المؤسسة ككل.¹

1- فيروز قطاف، تقييم جودة الخدمة المصرفية ودراسة أثرها على رضا العميل البنكي، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه في علوم التسويق، جامعة نجد حيدر، بسكرة،

2010/2011، ص ص 101-102

الفرع الثاني : نماذج قياس جودة الخدمات المصرفية

أولاً : المدخل الاتجاهي

يرتكز هذا المدخل على أساس أن جودة الخدمة تمثل مفهومًا اتجاهيًا يتصل بالرضا ولكنه ليس مرادفًا له، كما أنه يرتبط بادراك العميل للأداء الفعلي للخدمة المقدمة، فبالرغم من أن الباحثين يعترفون ضمنياً بأهمية إدراك العملاء لجودة الخدمة، إلا أنهم يرون أن لكل من جودة الخدمة ورضا العميل مفهومًا يختلف عن الآخر، والتفسير الشائع لهذا الاختلاف يتمثل في أن جودة الخدمة كما يقيمها ويدركها العملاء هي شكل من أشكال الاتجاه الذي يعتمد على عملية تقييم تراكمية بعيدة المدى، أما الرضا فإنه يتمثل حالة نفسية عابرة وسريعة الزوال. كما يرى باحثون آخرون أن العملاء يشكلون اتجاهاتهم إزاء الخدمة على أساس خبراتهم السابقة، ولهذا فإن هذا الاتجاه يتكيف طبقاً لمستوى الرضا الذي حققه من خلال تعامله مع المؤسسة الخدمية، وقد أكدت نتائج عدد من الدراسات كفاءة استخدام الأداء الفعلي للخدمة المدركة من قبل العملاء كمقياس لجودة الخدمة.

ثانياً :مدخل نظرية الفجوة

يقوم هذا المدخل على أساس أن الفرق بين توقعات العملاء بشأن الخدمة وبين ادراكاتهم الفعلية لما يحدد مستوى جودة الخدمة، وعليه فإن مستوى جودة الخدمة يتحدد بالفرق بين الخدمة المتوقعة والخدمة المدركة (الأداء الفعلي) بمعنى آخر جودة الخدمة تعني مسايرة توقعات العملاء و الارتقاء إليها بشكل مستمر، وقد أوضحت إحدى الدراسات الشاملة أن جودة الخدمة المدركة تتحرك على مدى يتراوح بين الجودة المثلى إلى الجودة المقبولة، وبناء عليه فإن جودة الخدمة تقاس على النحو التالي:¹

← إذا كانت الجودة المتوقعة أكبر من الخدمة المدركة (الأداء الفعلي) فإن جودة الخدمة تكون أقل من مرضية.

← إذا كانت الجودة المتوقعة مساوية لجودة الخدمة المدركة فإنها تكون مرضية.

← إذا كانت الجودة المتوقعة أقل من الجودة المدركة، فإن جودة الخدمة تكون أكثر.

1- محمد عبد الخالق، الإدارة المالية والمصرفية، الطبعة الأولى، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2010، ص ص 45-46

ويعود الفضل في وضع هذا النموذج إلى مجموعة من الباحثين الرواد الذين استطاعوا الوصول إلى صياغات مفاهيمية تتعلق بمستويات مختلفة من جودة الخدمة أشاروا إليها من خلال فجوات أساسية في المؤسسة الخدمية (المصرف) يمكن أن تقود في النهاية إلى فجوة خطيرة تتمثل في الفرق بين توقعات العملاء وادراكاتهم لجودة الخدمة كما يحصلون عليها في الواقع.

ويشير نموذج الفجوة إلى إمكانية وجود 7 أنواع من الفجوات وهي:

أ- **الفجوة المصرفية** : وتتمثل في الفرق بين ما تعتقده إدارة المؤسسة الخدمية حول توقعات العملاء وحاجاتهم الفعلية.

ب- **الجودة المعيارية** : وتتمثل في الفرق بين إدراك إدارة المؤسسة الخدمية لتوقعات العملاء والمواصفات (المعايير) القياسية المحددة للجودة والواجب توصيلها للعملاء.

ت- **فجوة التوصيل** : وتتمثل في الفرق بين معايير محددة مرتبطة بتوصيل الخدمة ومستوى الأداء الفعلي للخدمة من قبل المؤسسة الخدمية المقدمة لها.

ث- **الفجوة الاتصالية الداخلية** : وتشير إلى الفرق بين ما تدعيه إدارة المؤسسة الخدمية حول الجودة في رسالتها الإعلانية و جهودها المبيعة وبين مستوى الجودة الفعلية المقدم من قبل المؤسسة.

ج- **الفجوة الإدراكية** : وتشير إلى الفرق بين مستوى جودة الخدمة كما تصل إلى العملاء وما يدركونه بشأنها.

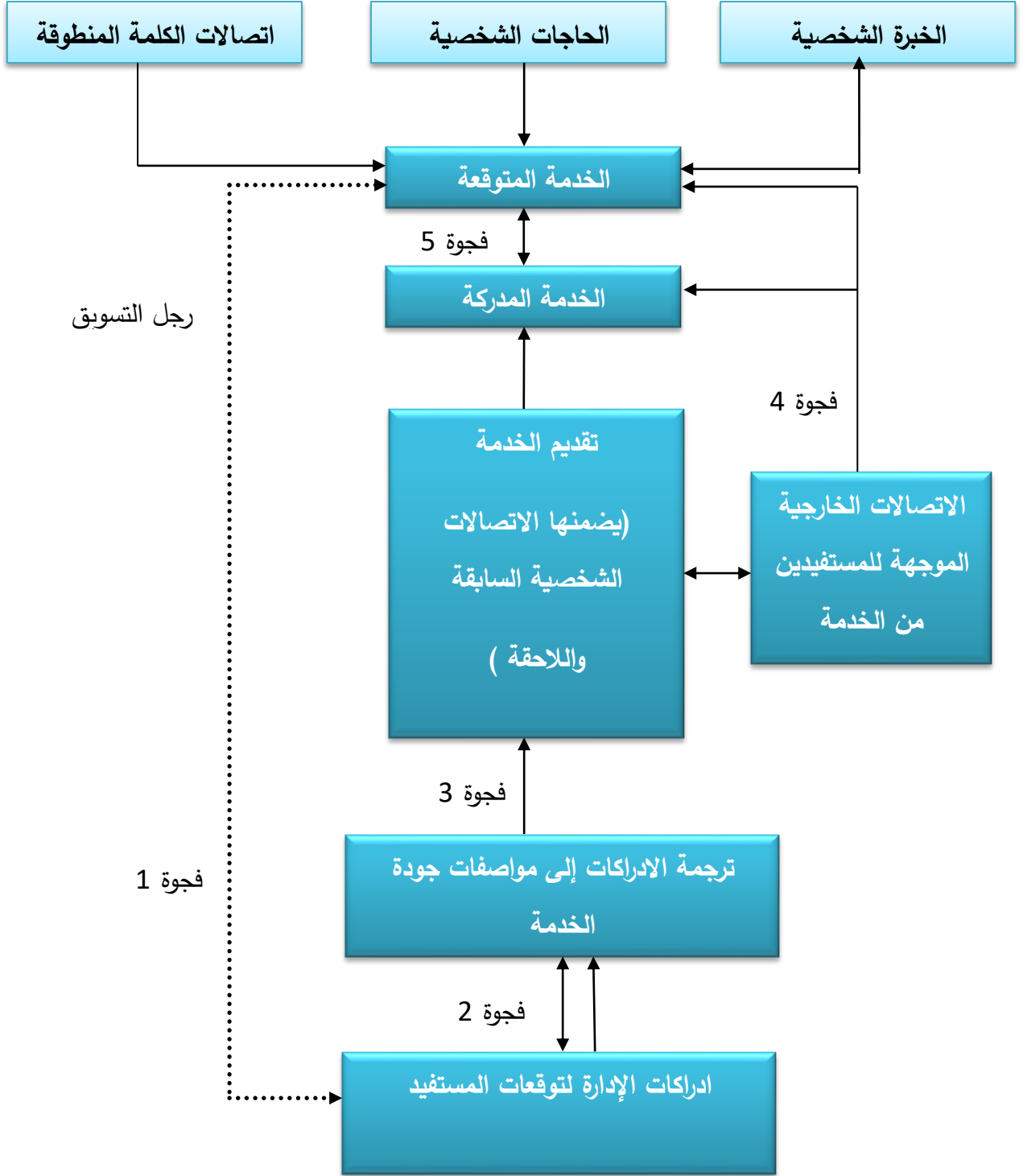
ح- **الفجوة التفسيرية** : وتتمثل في الفرق بين تنقله الجهود الترويجية من ادعاءات حول جودة الخدمة وما يعتقدوه العملاء بشأن الوعود المرتبطة بهذه الادعاءات.

خ- **فجوة الخدمة** : وتشير إلى الفرق بين ما يتوقعه العملاء حول جودة الخدمة وبين ما يحصلون عليه فعليًا و يدركونه فيما يقدم لهم جودة.¹

ويوضح الشكل الموالي الفجوات الخمسة الرئيسية في نموذج الفجوة:

1- ناجي معلا، الأصول العلمية للتسويق المصرفي، الطبعة الثالثة، المكتبة الوطنية، عمان، 2006، ص ص 61-62

شكل (05) : نموذج الفجوات الخمسة



المراجع: ناجي معلا، الأصول العلمية للتسويق المصري، الطبعة الثالثة، المكتبة الوطنية، عمان، 2006، ص 61

المطلب الثاني : متطلبات تطوير جودة الخدمات المصرفية

أصبح الآن من الضروري على المصارف أن تسعى وبخطوات متسارعة لكي تطور من الجودة للخدمات المصرفية التي تقدمها، وذلك حتى تستطيع هذه المصارف الارتقاء لمستوى التحديات المختلفة التي تواجهها وذلك خلال القرن الواحد والعشرين وهنا يمكن أن نحدد عدد من المحاور الرئيسية للعمل لتطوير الجودة للخدمات البنكية المقدمة والتي تتمثل في الآتي: ¹

1- العمل على متابعة آخر تطورات التكنولوجيا ضمن العمل البنكي :

ن الميزة الأساسية للعمل البنكي ضمن عصر العولمة بدون تردد هي الأثر الكبير للتكنولوجيا البنكية والسعي لتحقيق الفائدة بالحد الأقصى من التكنولوجيا المستخدمة في الاتصالات والمعلومات، بهدف تحديث كل من النظم والوسائل التي تقدم بها خدمات المصرف وبهدف ابتكار العديد من التطبيقات الجديدة للخدمات المصرفية بحيث تتسم بالسرعة في الأداء والكفاءة ، وذلك بما يتناسب مع إيقاع الصناعة البنكية المتسارع في القرن الحادي والعشرين

وقد أولت الدول المتطورة الاهتمام خصوصاً بزيادة نسبة الاستعمال لتقنيات الاتصالات و المعلومات الأحدث في مجال المصارف وذلك لتخفيض نسبة العمليات البنكية التي تحدث بفرع المصرف والتي لا تتجاوز 10% من العمليات الإجمالية في حين تتم مختلف عمليات المصرف الأخرى عن طريق القنوات الإلكترونية مثل أجهزة الصراف الآلي ATM وأيضاً نقاط البيع الإلكترونية، الأمر الذي يترتب عليه تغيرات هامة بطبيعة والآليات التي تقدم بها الخدمة البنكية والتي منها: ²

* انخفاض التكلفة للتشغيل تحديداً تكلفة عمليات المدفوعات الحقيقية، بالإضافة إلى أن الاستخدام للنقود قد تقلص

* أيضاً ازدياد الأهمية لاستخدام وسائل الدفع الإلكترونية مثل البطاقات الائتمانية والشيكات الإلكترونية والنقود الإلكترونية

* لأمر الذي أدى إلى تحرر عملاء البنك من القيود المكانية والزمانية بالإضافة إلى ظهور ما يعرف بالخدمات المنزلية البنكية "Home Banking" والتي توفر جهد ووقت عملاء المصارف

1- عباس بويش، دور الخدمات الإلكترونية المصرفية في تعزيز الميزة التنافسية في القطاع البنكي، رسالة ماجستير، جامعة عبد الحميد بن باديس، كلية العلوم الاقتصادية

والتجارية وعلوم التسيير، تخصص إدارة واقتصاد المؤسسات، مستغنام، 2016/ 2017، ص 17-18

2- ميهوب سماح، أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصالات على الأداء التجاري والمالي للمصارف الفرنسية، رسالة دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير،

قسم الاقتصاد، جامعة قسنطينة -2، 2013/2014، ص 30

* وبالنتيجة أدى التطبيق للتقنيات المتطورة إلى العمل على استطاعة المصارف من التقديم للخدمات لعملائها والتي لم يكونوا يعلمون بها من قبل مثل أجهزة الصراف الآلي ATM وخدمات سداد الفواتير عن طريق الهاتف وبالإضافة إلى بروز ما يسمى بالبنوك الإلكترونية والبنك المحمول

2- السعي لتنويع الخدمات البنكية

ساد البنوك حالة من المنافسة القوية التي لم تقتصر على البنوك بل امتدت إلى المؤسسات المالية الأخرى أيضاً غير البنكية، وخاصة بعد التحرر من القيود الذي سادت في آخر عقدين، وتجاه هذا التحدي أصبح واجباً على المصارف أن تسعى لتقديم حزمة متكاملة من الخدمات التقليدية منها والجديدة والمبتكرة، وبين خدمات المصرف التي تنتج بواسطة صيرفة الجملة والخدمات المقدمة من التجزئة، وذلك حتى تحتفظ بولاء العملاء وذلك عن طريق محاولة تلبية الاحتياجات المختلفة لهم وصولاً إلى مفهوم البنوك الشاملة مع محاولة التركيز على التعامل مع الصيرفة بالتجزئة والتي زاد الاهتمام بها من قبل المصارف وذلك خلال الفترة الماضية ، ومن أهم هذه الخدمات:

▲ الاهتمام المتزايد بالقروض الفردية والتي تؤخذ بغرض استخدامها لتمويل الاحتياجات على الصعيد الشخصي والعائلي مثل شراء منازل وسيارة وأدوات كهربائية وأثاث للمنزل

▲ الاهتمام بتقديم قروض خاصة بالمشروعات المتناهية الصغر والصغيرة

وبالإضافة إلى أهمية التركيز على الخدمات الائتمانية الشخصية خلال المرحلة الحالية تظهر الحاجة إلى تقديم بعض الخدمات المبتكرة والتوسع في الخدمات الحالية منها مثل

- القروض المشتركة Syndicated Loans
- التأجير التمويلي Financial Leasing
- قديم خدمات التغطية والتحوط من مخاطر التقلبات لأسعار الصرف والفائدة مثل عقود المستقبلات والخيارات، بالإضافة إلى اتفاقيات أسعار الفائدة الآجلة والعقود الآجلة

3- الارتقاء بالعنصر البشري

من الواضح أن هذا العنصر يعد من الركائز المهمة لتطوير وتنمية الأداء البنكي حيث أنه بالرغم من الجهود التي بذلتها إدارات المصارف في السنوات الماضية وذلك لتطوير الخدمات البنكية، لكن النتائج لن تظهر بالشكل الكافي بالنسبة للجهود المبذولة إلا إذا تم العمل على تحسين وترقية القدرات الضرورية لمجارات التطورات المتتابة في مجال المصارف والخدمات المقدمة من قبلها وذلك بما يضمن تحسين الخدمة المصرفية المقدمة وذلك لتحقيق أفضل استثمار للموارد البشرية في المصارف.

ويجب تبني الاستراتيجيات المتكاملة اللازمة والضرورية لتطوير وتحسين أداء الموارد البشرية العاملة بالبنك سعياً للوصول إلى نموذج ” المصرفي الفعال ” نذكر منها الآتي :¹

1- أبو بكر بوسالم، قاجة آمنة، قراءة في الأهمية الاقتصادية لوسائل الدفع الإلكتروني -التجربة الماليزية نموذجاً-، مجلة التنمية والاستشراف للبحوث والدراسات، المجلد 01، العدد 01، 2016، ص50

* العمل على تدريب الموظفين بالبنك على التعامل مع الانترنت و السويفت SWIFT وغيرها من أدوات العصر الحديثة وذلك بواسطة أفضل المراكز التدريبية الدولية

* العمل على إرسال عدد من الموارد البشرية العاملة في المصرف لأخذ بعثات تدريبية في البلاد التقدمة وذلك لكي يستطيعوا التعامل مع التكنولوجيا وأدواتها التي تستخدم ذمن البنوك عالمياً والعمل على استيعابها وتطبيقها بالشكل الأمثل

* محاولة تطوير الخدمات المقدمة من قبل المصارف والسعي لاكتساب العملاء الجدد، والتعامل الموظفين مع المفاهيم الحديثة والتي تخص الابتكار والتجديد ومتابعة التطورات التكنولوجية، مع العمل على التخلص من القيود القديمة والروتينية التي تعيق تطور عمل البنك

* لعمل على اختيار الأهداف التدريبية المناسبة لحاجة المستويات الوظيفية مع مراعاة التركيز على تحسين وتنمية المهارات المختلفة الضرورية مثل حسن التصرف والتفاوض السليم والتخطيط والقدرة على اتخاذ القرار والعمل على تطبيق مبدأ قيادات المستقبل بصورة فعالة عن طريق إعطاء الفرصة للملائمة للعناصر لتتولى المناصب القيادية، والسعي لاختيار الموظفين الشباب أصحاب الكفاءات والذين تتوفر فيهم صفات شخصية تؤهلهم لشغل هذه المناصب مع العمل على دعمهم وتوفير برامج التدريب الملائمة سواء كانت في الداخل أو الخارج ضمن المجالات المالية والمصرفية، ومراعاة توفير التدريب العملي ضمن مجالات العمل المصرفي خاصة تلك المجالات التي لم يعملوا بها سابقاً لكي تتوفر لديهم القدرة في المستقبل على المتابعة و المراقبة وأن يتخذوا القرارات الصحيحة لمعالجة المشاكل التي قد تواجه المصرف

* السعي الدائم لتطوير وتدريب الموظفين ضمن البنك والعمل على جعلهم مواكبين للتطورات في مجال التكنولوجيا الحديثة وعالم الاتصالات والحواسيب المتطورة والضرورية للعمل المصرفي بشكل هام لا يمكن الاستغناء عنه

* العمل على استخدام نظام الحوافز المكافآت النقدية أو حتى العينية من خلال الترفيعات الوظيفية وذلك تشجيعاً للموظفين المجددين والصبورين ولكي يقدمون أفضل ما لديهم

* وضع خطط لتطوير الأداء بشكل مستمر والعمل على مشاركة الموظفين بهذه الخطط وأخذ آراءهم واقتراحاتهم لتطوير بما يساعد على التحسين بأفضل شكل ممكن وخاصة من خلال التفاعل الإيجابي للموظفين مع خطة التطوير التي شاركوا بوضعها

4- السعي لتطوير التسويق المصرفي

إن ازدياد المنافسة الشرسة ما بين المصارف المتنافسة في السوق المالي وذلك لاجتذاب العملاء لطرفها بأكبر قدر ممكن جعل من الضروري الأخذ بمفهوم التسويق المصرفي لأهميته القصوى في جذب العملاء للمصرف وبالتالي زيادة الأموال المودعة ضمنه من قبلهم ، ومن أهم بنود التسويق المصرفي الحديث والتي يجب على المصرف العمل عليها ما يلي :

- * أن يتم السعي نحو العميل المناسب والمتوقع أو ما يسمى بالعميل المرتقب
- * لسعي لتحديد المشاريع الجيدة واكتشافها بما يضمن تحقيق الأرباح والبحث عن العملاء الجيدين للمصرف
- * لعمل على تصميم مزيج من الخدمات البنكية بما يضمن أن يتم إشباع احتياجات العملاء ورغباتهم بشكل متواصل يضمن رضا العميل، ويتم ذلك بعد عمل دراسة شاملة لحاجات العميل
- * ضرورة أن يقوم المسؤولين على التسويق المصرفي بالتعايش الكامل مع البيئة الاقتصادية والاجتماعية للبنك، والعمل على استخدام المناهج العلمية لتحليل قدرات عملاء المصرف المالية وأن يتم تحديد الاحتياجات وتصميم مزيج الخدمات المصرفية الذي يناسب هذه الاحتياجات، ولكن باستخدام أدوات مبتكرة وأدوات غير تقليدية وتقديم الخدمة بطريقة نوعية جديدة
- * السعي لتكامل وظائف المصرف بشكل تام ولذلك لتحقيق أفضل النتائج المرجوة، حيث أن أي تعارض بين وظائف المصرف قد يؤدي إلى تراجع في مستوى الأداء وبالتالي تراجع في تقديم الخدمات المرغوب بها بالجودة المطلوبة
- * يعتبر التسويق البنكي الحديث أداة تحليل أساسية لفهم النشاط البنكي ومساعدة الموظفين بالبنك في رسم ومراقبة السياسات ومتابعتها للعمل البنكي
- * العمل بشكل مستمر على دراسة السوق وفحصه والتعرف على الاتجاهات المرغوبة ضمنه
- * بيان أهمية التغذية العكسية من المعلومات الواردة من السوق ومراقبتها ومتابعتها والاستفادة منها في قياس الانطباعات للعملاء عن الخدمات المقدمة من قبل المصرف ورضا العملاء عن هذه الخدمات وذلك لتحديد الأوجه السلبية لتلافيها والإيجابية لتعزيزها والاستفادة القصوى منها
- * تحسين بيئة العمل المصرفي الداخلية لكي تتوافق مع حاجات ورغبات العملاء للمصرف وأن يتم التعامل معهم من قبل الموظفين بشكل لائق ومحترم مع مراعاة الخدمات التي يرغبون بالحصول عليها بالشكل الأمثل والسرعة المناسبة

5- السعي لمواكبة المعايير المصرفية الدولية

على البنوك أن تواكب المعايير البنكية على الصعيد الدولي والإقليمي والمحلي وأن تراعي القواعد الواجب اتباعها وذلك لضمان تحقيق السلامة البنكية والسعي لتنويع الخدمات المقدمة من قبلها والعمل على تحسين وتنمو الخدمات المقدمة، ومن المجالات الواجب على المصارف أن تتبعها الآتي :

* عم القواعد الرأسمالية

* تطوير السياسات الائتمانية بالبنوك

* الاهتمام بإدارة المخاطر Risk Management

* وضع آلية للإنذار المبكر بالبنوك

* تحديث نظم الإدارة والسياسات المصرفية

المطلب الثالث: مساهمة وسائل الدفع الإلكتروني في تحسين جودة الخدمات المصرفية

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

إن العلاقة القائمة بين جودة الخدمة المصرفية ووسائل الدفع الإلكترونية تتجلى في مزايا المعاملات المصرفية الإلكترونية، بحيث أن هذه الأخيرة أدت إلى توسيع قاعدة الأفراد المتعاملين مع المصارف بفضل ما توفره من جودة في الخدمات المصرفية، وعليه من بين هذه المزايا التي توفرها وسائل الدفع الإلكتروني لتحسين الجودة في الخدمات ما يلي: ¹

الفرع الأول : توفر الوسائل الإلكترونية درجة عالية من الاستمرارية في تقديم الخدمة

خاصة تلك الخدمات التي تتصف بالتمطية، وعلى العكس من التوصيل الشخص ي المباشر للخدمة، فإن الوسائل الإلكترونية ل تعتمد على التفسير والتنفيذ المعتمد على التقدير الشخص ي الذي يتصف بدرجة عالية من النسبية والتخمين.

الفرع الثاني: انخفاض التكلفة

تتصف الوسائل الإلكترونية بدرجة أعلى من الكفاية في توزيع وتوصيل الخدمة مما يقلل من تكلفة إجراء العملية الواحدة.

¹ - سايجي الخامسة، طویل حدة، أثر وسائل الدفع الإلكترونية على جودة الخدمات المصرفية، مجلة أبحاث اقتصادية وإدارية، جامعة العربي التبسي، المركز الجامعي عبد الحفيظ بالوصوف، ميلة، الجزائر، المجلد 13، العدد 02، 2019، ص ص 128-129

الفرع الثالث: الملائمة مع ظروف الزبون

فالوسائل الإلكترونية في توصيل الخدمة تتيح فرصة أكبر للزبائن في الوصول إلى خدمات المؤسسة في الوقت والمكان الملائمين له.

الفرع الرابع: تحقيق الانتشار الواسع

يسمح استعمال الوسائل الإلكترونية في الخدمة بزيادة لاتصال مع أعداد كبيرة من الزبائن، حيث أن التكلفة والجهد المطلوب لجمع المعلومات واختيارها وتصنيفها باستخدام لاتصال الشخصي يفوق كثيرا عنه في حالة استخدام الوسائل الإلكترونية.

الفرع الخامس: تحقيق درجة أعلى من الخصوصية

وذلك بتوفير درجة من الخصوصية وحرية اختيار الزبون والتعامل مع تلك الوسائل من خلال كلمات مرور ورموز سرية مما يزيد من درجة رضا الزبون عن الخدمة .

كذلك نلاحظ أن في وقتنا الحالي كل البنوك تسعى إلى استخدام كل الطرق والوسائل الممكنة لغاية تحسين جودة أداؤها ولشك أن استخدام تكنولوجيا المعلومات التي أهمها وسائل الدفع الإلكتروني وما توفره من خدمات جيدة إضافة إلى ما سبق ذكره نجد ما يلي :

أولا: أمن المعاملات : لقد ثبت أن الأمن هو أحد العوامل التي تحدد للمستخدم أن يبدأ أو يواصل معاملاته المصرفية عبر الانترنت أو العكس، وعليه فإن المصرف مطالب بتوفير موقع آمن يحافظ على خصوصية العميل ويحافظ على سرية معاملاته الشخصية.

ثانيا: التعقيد: فالمعاملات المصرفية عبر الانترنت هي الأكثر سهولة لأنها خالية من أي جهد، فسهولة الاستخدام تعكس درجة عدم التعقيد.

إن الخدمات المصرفية عبر الانترنت تمكن العميل من إدارة المعاملات المصرفية عبر الانترنت لمدة 24/24 ساعة و7/7 أيام، وبأي وسيلة فعالة لنظام المعلومات كي يجري كل نوع من المعاملات المالية وفقا لمستويات المختلفة بتطبيق تكنولوجيا المعلومات والاتصالات. ومنه يمكن القول إن البنوك تسعى لتحسين جودة خدماتها وذلك باستخدام وسائل الدفع الإلكتروني التي تواكب التكنولوجيا والتطورات الحاصلة لزيادة رضا الزبون بالمعاملات وزيادة ثقتهم بالبنك نفسه عن طريق تبادل معلومات موثوقة بطريقة آمنة وحرية تامة¹.

1- د.غوش العطرة، استخدام شبكة الانترنت كأداة لتقديم الخدمات البنكية وأثرها على الأداء البنكي، أطروحة دكتوراه، منشورة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد خيضر، بسكرة، الجزائر، 2016/2017، ص ص 168-169

خلاصة الفصل:

من خلال ما تقدم يتضح لنا أن لجودة الخدمات المصرفية دور بالغ الأهمية، فهي تعتبر أهم وأبرز التحديات، حيث أصبح الدخول إلى السوق المصرفية والتميز فيها مرهون ومرتبب ارتباطا وثيقا بالخدمات المقدمة، وتعتبر هذه الأخيرة تحدي يواجه البنوك ويدعو إلى ضرورة المواكبة والتطور وبالتالي فإن العميل يعتمد على معايير مختلفة للحكم على الجودة المصرفية، لذا فإنه يتوجب على البنوك معرفة هذه المعايير أو الأبعاد وتقديم خدمات تلبي حاجات عملائها حتى تتمكن من تحقيق رضاهم وكسب ولائهم.

كما يتضح لنا أيضا أن نماذج قياس جودة الخدمة المصرفية تساعد إدارة المؤسسات المصرفية من التعرف هل الخدمات التي تم تقديمها للعملاء توافق رغباتهم بالشكل الذي يتوقعونه ويحقق لهم رضاهم، وهذا بهدف تمكين الإدارة المصرفية من تحسين أداء خدماتها، بالإضافة إلى التعرف على مواطن الضعف فيها ومعالجتها.

الفصل الثالث:

دراسة ميدانية حول وسائل الدفع الالكتروني ودورها في تحسين
جودة الخدمات المصرفية بنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة
الوادي

تمهيد:

بعد أن تطرقنا إلى الإطار النظري لكل من وسائل الدفع الإلكتروني ودورها في تحسين جودة الخدمات المصرفية وتوضيح المفاهيم الأساسية لكل من المتغيرين والعلاقة بينهما، سنحاول في هذا الفصل دراسة العلاقة أو تطبيق الدراسة على أرض الواقع وذلك بدراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية BDRA - وكالة الوادي-، حيث سنحاول تحديد دور وسائل الدفع الإلكتروني في تحسين جودة حياة الخدمات المصرفية التي تقدمها المؤسسة محل الدراسة للزبائن.

المبحث الاول: التعريف بنك الفلاحة والتنمية الريفية

في بادئ الامر ارتبط تأسيس بنك الفلاحة والتنمية الريفية بتمويل القطاع الفلاحي والأنشطة المختلفة في الريف وذلك بغرض تطوير الإنتاج الغذائي والفلاحي على مستوى الوطن، لكن بعد صدور قانون النقد والقرض بمنح الاستقلالية للبنوك بعد إلغاء مبدأ التخصص في النشاط، أصبح بنك الفلاحة والتنمية الريفية -وكالة الوادي- كغيره من البنوك يباشر جميع الوظائف التي تقوم بها البنوك التجارية، وكذا تقديم خدمات مصرفية باستخدام وسائل الكترونية ساعدت في تقدمه.

المطلب الاول: تقديم بنك الفلاحة والتنمية الريفية

الفرع الأول: التعريف ببنك الفلاحة والتنمية الريفية BADR الوكالة الام

يعتبر بنك الفلاحة والتنمية الريفية من بين البنوك التجارية الجزائرية، حيث يتخذ شكل شركة ذات أسهم تعود ملكيته للقطاع العمومي، أسس هذا البنك في إطار سياسة إعادة الهيكلة التي تبنتها الدولة بعد إعادة هيكلة البنك الوطني الجزائري بموجب مرسوم رقم 106-82 المؤرخ في 13 مارس 1982، وذلك بهدف تطوير القطاع الفلاحي وترقية العالم الريفي، ولقد أوكلت له مهمة تمويل هياكل ونشاطات القطاع الفلاحي، الصناعي، الري، الصيد البحري والحرف التقليدية في الريف.

تحول بنك الفلاحة والتنمية الريفية في إطار الاصلاحات الاقتصادية بعد عام 1988 إلى شركة مساهمة، ولكن بعد صدور قانون النقد والقرض في 14 أبريل 1990 الذي منح استقلالية أكبر للبنوك وألغى من خلاله نظام التخصص، أصبح بنك الفلاحة والتنمية الريفية كغيره من البنوك يباشر مهامه كبنك تجاري، وفي سوق يتميز بالمنافسة القوية أصبح يشق طريقه بحوالي 300 وكالة مؤطرة بحوالي 7000 عامل ما بين إطار وموظف 13، ويهدف اكتساب ميزة تنافسية تؤهله لمنافسة البنوك الخاصة والاجنبية التي تزاوّل نشاطها في السوق المصرفية الجزائرية قام بتنويع منتجاته وخدماته المتضمنة أبعاد الجودة الشاملة.¹

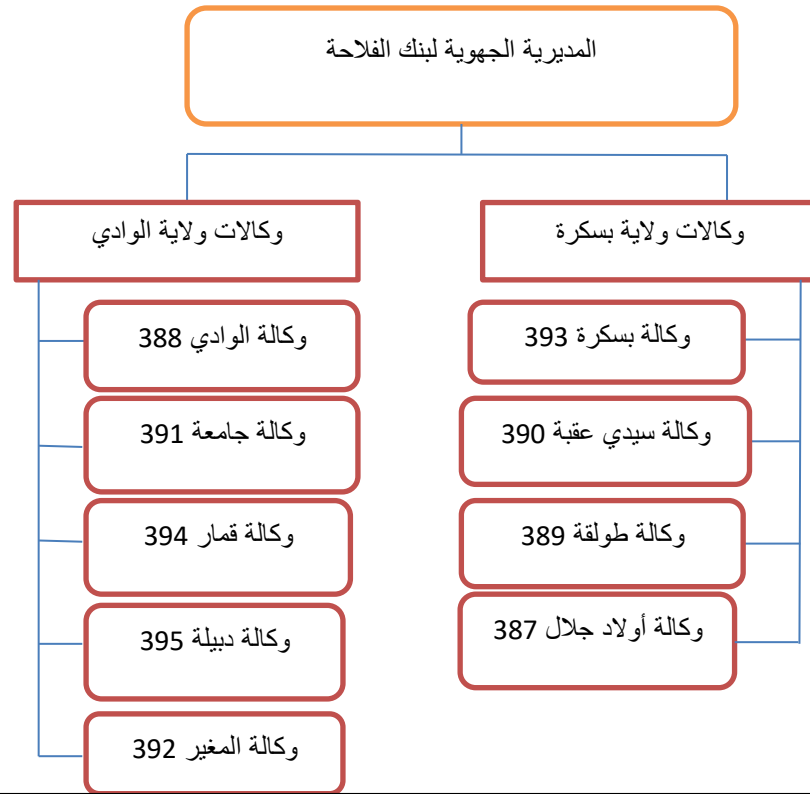
في البداية كان عدد وكالات بنك الفلاحة و التنمية 140 وكالة ليرتفع إلى 290 وكالة، 41 مديرية جهوية وأكثر من 7000 إطار و عامل يعملون في المديرية العامة، ووكالات المتواجدة عبر كافة التراب الوطني سنة 2007، و نظرا لكثافة شبكته و عدد الموظفين لديه فقد صنف بنك الفلاحة و التنمية الريفية من طرف

1- عبد الرحيم ليلي، أثر جودة الخدمات المصرفية في اكتساب الميزة التنافسية للبنوك -دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية-، مجلة العلوم الاقتصادية والتسيير والعلوم التجارية، العدد 09، 2019، ص 77

الفرع الثاني: لمحة تعريفية لبنك BADR وكالة الوادي

تأسست وكالة الوادي 388 في سنة 1984 بعد إعادة هيكلة البنك الوطني الجزائري، وهي تابعة إداريا للمديرية الجهوية بسكرة رمزها (GRE 007)، والشكل الموالي يبين موقعها في هيكل المديرية الجهوية²، والشكل الموالي يوضح موقع وكالة الوادي في هيكل المديرية الجهوية.

الشكل (6): موقع وكالة الوادي في هيكل المديرية الجهوية



المرجع: فاطمة الزهراء سكر، بن عمر آسيا، جودة الخدمات البنكية كمدخل لتحقيق الميزة التنافسية دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية - وكالة الوادي لسنة 2019-، مجلة المؤسسة، المجلد: 09، العدد: 01، 2020، ص 234

وتعتبر وكالة الوادي الوكالة الرئيسية و الممثلة الوحيدة للوكالات الأربعة في بعض العمليات التجارية كعمليات التجارة الخارجية، كما هي مصنفة بالوكالة الأولى من بين 10 وكالات التابعة للمديرية الجهوية.

- 1- نور الايمان رمون، وفاء ربيعي، النظام الإلكتروني لتسوية المدفوعات المالية الدولية Swift وكيفية استخدامه في البنوك الجزائرية -دراسة حالة: بنك الفلاحة والتنمية الريفية - وكالة الوادي (388)-، مذكرة لنيل شهادة الماستر، جامعة الشهيد حمه لخضر بالوادي، 2023/2022، ص 37
- 2- بن عمر آسيا، تسويق الخدمات ودورها في تعزيز الميزة التنافسية للمصارف الجزائرية دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية (وكالة الوادي)، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير جامعة الجزائر 3، قسم العلوم التجارية، 2015/2014، ص 147

أما بالنسبة إلى تجهيزات الوكالة فهي تحتوي على أزيد من 35 حاسبا آليا (PC) متصل بنظام التشغيل (Sybu)، وعلى 5 حاسبات أوراق نقدية، إضافة إلى كاشفة للأوراق النقدية المزورة، كما تحتوي على صراف آلي للأوراق النقدية (Billets des Automatique Distributeurs) وآخر في طور الانجاز. وتشغل الوكالة حاليا 29 عاملا تعتمد على خبراتهم، كما تعتمد الوكالة في توظيف عمال ذوي الشهادات العليا، إضافة إلى أنها تقوم بتكوين وتدريب الموظفين من خلال برامج تكوينية على مدار السنة لاكتسابهم المهام والقدرات اللازمة.

اعتمدت وكالة الوادي تطبيق مفهوم بنك الجالس (Assise Banque) في سنة 2003 وهو إدراج مفهوم جديد للتعامل مع زبائنها، ويتمثل هذا المفهوم في بلورة وظيفة خدمة الزبون، فقد مكن هذا الأخير في اعتماد طريقة جديدة للوكالة بخصوص خدمة الزبون، مما أدى من الرفع في أداء الخدمة المصرفية في الوكالة. إضافة إلى إعادة تهيئة مظهرها وترقية الصورة التجارية لها، والهدف من هذا المفهوم هو تنمية العلاقة المتواجدة بين الوكالة والزبائن.¹

يقع بنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة الوادي حاليا في حي 400 مسكن وتمتع هذه الوكالة بصلاحيات عالية مما يسهم في اللامركزية.²

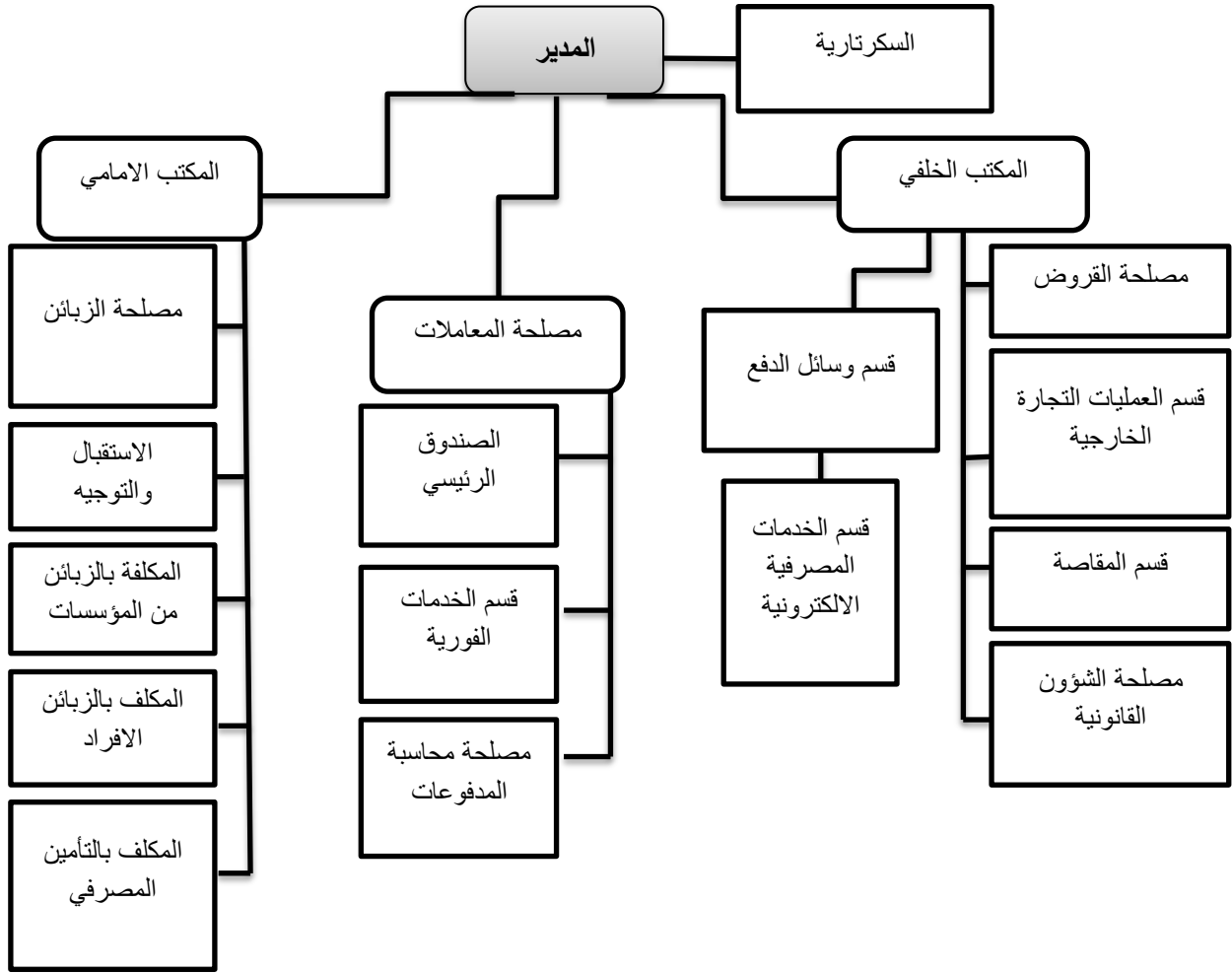
المطلب الثاني: الهيكل التنظيمي لبنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة الوادي

يعتبر الهيكل التنظيمي لبنك الفلاحة والتنمية الريفية المرجع الحقيقي للموظفين من حيث المهام واتخاذ القرار كما يحدد كيفية الاتصال فيما بينهم داخل البنك، والشكل الموالي يوضح ذلك:

1- بن عمر آسيا، مرجع سابق، ص 148

2- وليد مرتضى نوه، نحو تفعيل دور نظام المعلومات في البنوك للرفع من مستوى أدائها دراسة حالة: (القرض الشعبي الجزائري)(CPA)، بنك الفلاحة والتنمية الريفية(BADR)، البنك الوطني الجزائري (BNA) وكالات الوادي خلال الفترة (2013-2012)، رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة قاصدي مرباح - ورقلة، 2014/2013، ص 87

الشكل (7): يوضح الهيكل التنظيمي لبنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة الوادي



المرجع: من إعداد الطلبة استنادا إلى وثائق البنك

المطلب الثالث: مهام وأهداف بنك الفلاحة والتنمية الريفية

الفرع الأول: مهام بنك الفلاحة والتنمية الريفية

وفقا للقوانين المعمول بها في المجال المصرفي، فإن بنك الفلاحة والتنمية الريفية مكلف بالقيام التالية:

- تنفيذ جميع العمليات المصرفية الاعتمادات المالية على اختلاف أشكالها والمساهمة في:

▲ تنمية مجموع قطاعات الفلاحة

▲ تطوير الأعمال الفلاحية التقليدية والزراعية الصناعية واستخدام وسائل خاصة لتمويل هياكل الإنتاج

الفلاحي وأعماله، والهياكل والأعمال المرتبطة بما يسبق إنتاج قطاع الفلاحة وما يلحقها، إضافة إلى

هياكل الأعمال الزراعية الصناعية المرتبطة بالفلاحة والهياكل الصناعية التقليدية في الوسط الريفي

وأعمالها.

- تنمية موارد واستخدامات البنك عن طريق ترقية عمليتي الادخار والاستثمار
- إنتاج خدمات مصرفية جديدة مع تطوير المنتجات والخدمات القائمة
- تقسيم السوق المصرفي والتقرب أكثر من ذوي المهن الحرة، والمؤسسات الصغيرة والمتوسطة... الخ
- الاستفادة من التطورات العالمية في مجال العمل المصرفي.

وفي سياسة القروض ذات المردودية يقوم بنك الفلاحة والتنمية الريفية بالتالي:

- إعادة تنظيم إدارة القروض
- تحديد ضمانات متصلة بحجم القروض وتطبيق معدلات فائدة تتماشى مع تكلفة الموارد.¹

الفرع الثاني: أهداف بنك الفلاحة والتنمية الريفية

ومن أهم الأهداف المسطرة من طرف إدارة البنك في المدى القصير والمتوسط الأجل فيما يلي:

✳ توسيع وتنويع مجالات تدخل المصرف كمؤسسة مصرفية شاملة.

✳ تحسين نوعية وجودة الخدمات المصرفية.

✳ تحسين علاقاتهم مع الزبون.

✳ الحصول على أكبر حصة ممكنة من السوق.

✳ تطوير العمل المصرفي من أجل تحقيق أقصى ربح ممكن.

ولأجل تحقيق تلك الأهداف يقوم البنك بتهيئة الشروط للانطلاق في المرحلة الجديدة، والتي تتميز بتحويلات هامة

نتيجة انفتاح السوق المصرفية أمام المصارف المحلية والأجنبية، حيث قام بنك الفلاحة والتنمية الريفية

بتوفير شبكات جديدة ووضع وسائل تقنية حديثة وأجهزة وأنظمة معلوماتية، كما بذل القائمون بالبنك مجهودات

كبيرة لتأهيل موارده البشرية، وترقية الاتصال داخل وخارج البنك مع إدخال تعديلات على التنظيمات والهياكل

الداخلية للبنك تتوافق مع المحيط البنكي واحتياجات السوق.

كما سعى البنك إلى التقرب أكثر من الزبائن، وهذا بتوفير مصالح تتكفل بمطالبهم وانشغالهم والحصول على

أكبر قدر ممكن من المعلومات الخاصة باحتياجاتهم، وكان يسعى إلى تحقيق هذه الأهداف بفضل قيامه بـ:

✳ رفع حجم الموارد بأقل تكاليف؛

✳ توسيع نشاطات البنك فيما يخص التعاملات؛

1- بن عمر آسيا، مرجع سابق، ص 146

المبحث الثاني: الخدمات المصرفية لبنك الفلاحة والتنمية الريفية

يقدم بنك الفلاحة والتنمية الريفية -وكالة الوادي- العديد من الخدمات المصرفية ويحاول من خلالها كسب رضا أكبر عدد ممكن من العملاء، بالإضافة إلى اعتماده على وسائل ووسائط إلكترونية لمحاولة تحسين الجودة في خدماته المصرفية وفي هذا المبحث سنحاول تسليط الضوء على أهم الخدمات والوسائل الإلكترونية التي يقدمها بنك بدر وكالة الوادي:

المطلب الاول: الخدمات المصرفية

إلى جانب قيام بنك الفلاحة والتنمية الريفية بالوظائف التقليدية التي تقوم بها البنوك التجارية، سعى إلى تقديم مجموعة من المنتجات والخدمات المصرفية المتميزة، ونتيجة لذلك اكتسب البنك ميزة تنافسية تجعله قادر على مواجهة المنافسة من جهة، والمحافظة على حصة مهمة من السوق المصرفية من جهة أخرى، ومن أهم هذه المنتجات والخدمات المصرفية ما يلي:

- 1. دفتر التوفير بدر:** وهو منتج من منتجات بنك الفلاحة والتنمية الريفية، يمكن الراغبين في ادخار أموالهم الفائضة عن حاجاتهم على أساس فوائد محددة من طرف البنك أو بدون فوائد وذلك حسب رغبات المدخرين، حيث باستطاعتهم القيام بعمليات دفع وسحب الاموال في جميع الوكالات التابعة للبنك.
- 2. دفتر التوفير أشبال:** دفتر توفير الشباب هو دفتر خصصه بنك الفلاحة والتنمية الريفية لمساعدة أبناء المدخرين للتدريب على الادخار في بداية حياتهم الادخارية، حيث يفتح هذا الدفتر للشباب الذين تقل أعمارهم عن 19 سنة بواسطة ممثليهم الشرعيين، وقد حدد الدفع الاولي ب 500دينار، ويمكن أن يكون الدفع نقدا أو عن طريق تحويلات تلقائية أو أوتوماتيكية منتظمة في حالة السحب الكلي للأموال يوقف حق الاستفادة من الفوائد والامتيازات التي يمنحها البنك، لكن سحب الفوائد لا يؤثر على الامتيازات. وعند بلوغ الشاب صاحب دفتر التوفير سن 19 سنة يمكنه الاستفادة من قرض بنكي يمكن أن يصل إلى 2000000 دج إذا كان دفتره يفوق 5 سنوات أقدميه.
- 3. بطاقة بدر:** تعتبر بطاقة بدر منتج بنكي طرح في منتصف التسعينات تسهيلا للحياة الاقتصادية والاجتماعية للمتعاملين معه، حيث يسمح لعملاء البنك بإجراء عملية سحب أموالهم على مستوى

1- حمان كرم، نصر الدين بوحامد، دراسة أثر القروض الفلاحية على ربحية البنوك دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية -ولاية الوادي- خلال الفترة (2018/2019)، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر أكاديمي الطور الثاني، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة قاصدي مرباح - ورقلة، 2020/2019، ص18

الموزع الآلي لأوراق النقدية المتواجد في وكالات بدر أو باستخدام الشبايبك الآلية للأوراق النقدية التي تشرف عليها شركة النقد الآلي والعلاقات التلقائية بين البنوك satim، وكذا القيام بعملية الدفع المباشر لمشترياتهم عند التجار الذين يملكون جهاز حامل الدفع الإلكتروني ولقد تم استبدال هذه البطاقة ببطاقة ما بين البنوك.

4. **بطاقة ما بين البنوك** : هي منتج بنكي بدأ العمل به في سنة 2001، و هي بطاقة تسمح لعملاء البنك بسحب مقدار محدد من المال من الموزعات الآلية التابعة للبنك أو من الموزعات الآلية التابعة للبنوك التي وقعت على إصدار هذه البطاقة والمتمثلة في بنك الفلاحة والتنمية الريفية، البنك الوطني الجزائري، الصندوق الوطني للتوفير والاحتياط، بنك الجزائر الخارجي، القرض الشعبي الجزائري، وكالات البريد بالإضافة إلى بنك الخليفة سابقا.

5. **بدر للاستشارة**: خدمة وضعت في متناول عملاء البنك، تسمح لهم بمعرفة أرصدهم بواسطة أرقام شخصية يمنحها البنك عن بعد، فهي توفر على العملاء الذهاب إلى مقرات البنك للحصول على حركة أرصدهم.

6. **الخدمات عن بعد**: خدمة تسمح بفحص وإنجاز مختلف العمليات المصرفية عن بعد وفي وقت سريع وحقيقي، خاصة بعد إدخال تقنية جديدة والتي تهدف إلى إرسال الشيكات بالصورة في أقل وقت ممكن.

7. **الإيداعات لأجل**: تسهل على الأشخاص إيداع أموالهم الفائضة عن حاجاتهم إلى آجال محددة بنسبة فوائد متغيرة من طرف البنك.

8. **أذونات الصندوق**: عبارة عن تفويض لأجل وبعائد موجه للأشخاص الطبيعيين والمعنويين ويمكن أن يكون اسميا (باسم المكتب) أو لحامله، ويتأثر بمعدل الفائدة وكذلك بالضريبة على الدخل الاجمالي IRG والرسم على القيمة المضافة TVA.

9. **حساب بالعملة الصعبة**: منتج يسمح بجعل نقود المدخرين بالعملة الصعبة متاحة في كل وقت مقابل عائد محدد حسب شروط البنك.¹

1- عبد الرحيم ليلي، مرجع سابق، ص 79

المطلب الثاني: وسائل الدفع الالكتروني لبنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة الوادي

توفر الوكالة عدة أنواع من البطاقات لعملائها، أربع بطاقات وطنية "بطاقة الدفع الكلاسيكية، CIB التوفير، بطاقة الدفع، CBR بطاقة الدفع الذهبية Gold وبطاقتين من نوع ماستر كارد الدولية (ماستر كارد الكلاسيكية، تيتانيوم)، وكذا من بين وسائل الدفع الالكترونية في بنك بدر نجد الشيك الالكتروني والسند لأمر الالكتروني.

لكي يتحصل أي عميل لدى الوكالة على بطاقة بنكية يجب عليه المرور بالخطوات التالية:

- يتقدم الزبون إلى الوكالة بطلب الحصول على البطاقة البنكية؛
- يتأكد البنك من حساب الزبون ودراسة عملياته؛
- ترسل الوكالة الطلبات إلى المديرية الخاصة بإصدار البطاقة؛
- تقوم المديرية بإرسال البطاقات إلى الوكالة مرفقة بأسماء الطالبين؛
- توقع الوكالة على إشعار وصول البطاقات؛
- تستدعي الوكالة الزبون لاستلام البطاقة البنكية ورقمها السري.

أما في حالة تجديد البطاقة البنكية يعلم الزبون الوكالة قبل شهرين، لتقوم بإرسال طلبات التجديد إلى المديرية النقدية، كما يمكن للزبون أن يطالب بإلغاء أو تعطيل البطاقة البنكية في حالة ضياعها أو سرقتها، كما يمكن توقيف عمل البطاقة في حالة قيام العميل بعمليات غير قانونية.

الفرع الاول: الشيك الالكتروني

تقوم فكرة الشيك الالكتروني على استخدام الوسائل الإلكترونية لإنشاء الشيكات الكترونيا، ففي سنة 1998 تم اقتراح نظام شيكات أمن Safe Check باستخدام دفتر شيكات الكترونية يعتمد على وكيل يتواجد في الحاسب الشخصي لحاملي الشيكات، ويتم التحقق من سلطة إصدار الشيكات وفقا لنظام الشيكات الأمن الذي يمنع الخطر الناجم عن الخطأ، ويلاحظ أن العديد من الدول قد لجأت إلى إصدار شيكات الكترونية لاستخدامها في إتمام عمليات الأداء الالكتروني بين أطراف المعاملات التجارية من خلال وسيط ثالث يسهر على عملية الوفاء، ولا تختلف معالجة هذا النوع من الشيكات عن نظام معالجة الشيكات العادية سوء النية في إصدار الشيكات الالكترونية.¹

1- ماهر مصطفى محمود، الشيك الالكتروني، مجلة حقوق حلوان للدراسات القانونية والاقتصادية، كلية الحقوق، جامعة حلوان، ص 11

وما يتميز به الشيك الإلكتروني عن الأوراق التجارية التقليدية، القابلة للتداول بالطرق الإلكترونية، وإذا كان الشيك الإلكتروني يقوم مقام النقود في المعاملات الإلكترونية، باعتباره وسيلة للوفاء بالديون والالتزامات؛ إلا أن هذا الدور لا يتم بطريق المناولة أو التظهير أو التسليم كما هو الشأن في الأوراق التجارية التقليدية.¹

الشكل (8): نموذج عن شكل الشيك الإلكتروني

المصدر: حيث فشيت حكيم بناولة واقع وسائل الدفع الإلكتروني في الجزائر الملتقى العلمي الرابع حول عصنة نظام الدفع في البنوك الجزائرية واشكالية اعتماد التجارة الإلكترونية في الجزائر (عرض تجارب دولية) المركز الجامعي خميس مليانة عين الدفلى، 2011، ص 09

الفرع الثاني: السند لأمر الالكتروني

يعتبر من وسائل الدفع الالكترونية الحديثة والجديدة التي يعتمد عليها بنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة الوادي

الشكل 09: شكل السند لأمر الالكتروني

المصدر: من وثائق البنك 2024

1- مها عطا الله عجلان السلطاني العنزي، نحو تنظيم قانوني للتعامل بالشيك الإلكتروني في دولة قطر، رسالة استكمالها لمتطلبات كلية القانون، للحصول على درجة الماجستير في القانون الخاص، كلية القانون، جامعة قطر، 2021، ص 18

الفرع الثالث: البطاقات الوطنية

توفر وكالة الوادي التابعة لبنك الفلاحة والتنمية الريفية لعملائها أنواع من البطاقات البنكية تتمثل في:

أولاً: بطاقة الدفع الكلاسيكية CIB: هي بطاقة ما بين البنوك مرتبطة بحساب العميل، صالحة للاستعمال لمدة سنتين داخل التراب الوطني تسمح بإجراء عمليات السحب والدفع 24/24 ساعة و 7/7 أيام، وقد حددت عمليات السحب والدفع في النقاط التالية:

- السحب من الموزع الآلي للنقود أو الشباك الآلي للنقود؛
- الدفع في نقاط الدفع النهائي المتوفرة لدى التجار؛
- الاطلاع على الرصيد من خلال جميع الموزعات والشبائيك الآلية التابعة للبنك



المصدر: وثائق من البنك 2024

ثانياً: بطاقة الدفع CBR: وهي بطاقة ما بين البنوك مرتبطة بحساب العميل لها نفس خصائص بطاقة الدفع الكلاسيكية وهناك اختلاف واحد فقط، وهو أنها مخصصة للأشخاص الذين يتقاضون أجراً يفوق 50.000.00 دينار جزائري¹



المصدر: وثائق من البنك 2024

2- جابلة إلهام، رابية جهاد، دور وسائل الدفع الإلكتروني في تحسين جودة الخدمات المصرفية دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية -وكالة قلمة-، مذكرة لنيل شهادة الماستر، -قلمة- كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة 8 ماي 1945، 2023/2022، ص 84

ثالثا: بطاقة التوفير: وهي بطاقة حديثة الاستعمال، بدأ التعامل بها في 11/01/2012 تسمح لعملاء البنك الذين يملكون رصيدين، رصيد شهري ورصيد ادخاري السحب عن طريق الموزعات النقدية الآلية دون التنقل إلى وكالات البنك، فإنها تسمح أيضا لمالكها بتحويل الأموال من رصيده إلى الدفتر من خلال الموزع الآلي. دون أن يكون مضطرا لسحب الأموال ونقلها للوكالة، من أجل تقريب الوكالة بالزبون أكثر ومنح هذا الأخير أكثر حرية.



رابعا: بطاقة الدفع Gold: وهي بطاقة ما بين البنوك، تتميز بلونها الذهبي، عليها الرقم السري الخاص بالزبون وهي بطاقة دفع تمنح لفئة خاصة وهم التجار، وكذلك المؤسسات التجارية، وهي بطاقة صالحة للاستخدام مدة سنتين وقابلة للتجديد فهي تخص العملاء ذوي الدخل المرتفع، وتتمثل شروط الحصول عليها من نفس شروط البطاقة الكلاسيكية مع شرط إضافي أن يتعدى دخل العميل 100.000.00 دينار جزائري



هذه البطاقات البنكية الأربعة صالحة للاستعمال فقط داخل التراب الوطني.¹

الفرع الرابع: البطاقات الدولية

إضافة إلى البطاقات الوطنية التي تم ذكرها، يوجد نوعين من البطاقات الدولية ماستر كارد التي يتم استخدامها على المستوى الدولي

أولاً: بطاقة ماستر كارد الكلاسيكية: وهي بطاقة الماستر كارد العادية ولها ميزات وشروط خاصة بها، وهي بطاقة دولية تسمح بالسحب والاطلاع على الرصيد من أي موزع أو شبك آلي يحمل رمز ماستر كارد، كما تسمح بتسوية المشتريات عن طريق نقاط البيع النهائي التي تحمل رمز ماستر كارد وتسوية الدفع عن طريق الانترنت لدى المحلات التي تتعامل بها البطاقة، وتمثل شروط الحصول على بطاقة الماستر كارد الكلاسيكية من بنك "بدر" فيما يلي:

- فتح حساب بالدينار وآخر باليورو.
- إيداع 100 يورو على الأقل في حساب اليورو بالإضافة إلى مبلغ الدينار.



ثانياً: بطاقة ماستر كارد تيتانيوم: وهي بطاقة الماستر كارد ذات العروض الأفضل من الكلاسيكية ولها ميزات وشروط خاصة بها، وهي متاحة لخدمات إضافية خاصة في التعامل بالمطارات وعند السفر والحصول أكثر على خصومات على المنتجات والخدمات. وتمثل شروط الحصول على بطاقة الماستر كارد الكلاسيكية من بنك "بدر" فيما يلي:

- فتح حساب بالدينار وآخر باليورو.
- إيداع 200 يورو على الأقل في حساب اليورو بالإضافة إلى مبلغ الدينار.¹

الشكل رقم (15): بطاقة ماستركارد تيتانيوم



المصدر: من وثائق البنك 2024

الملف المطلوب من أجل الحصول على بطاقة الماستركارد:

- بطاقة التعريف مصادق عليها.
- بطاقة الإقامة أقل من ثلاث أشهر.
- شهادة العمل بالنسبة للموظفين أو شهادة مدرسية للجامعيين أو نسخة طبق الأصل من السجل التجاري للتجار؛
- صورتان شمسيتان.

✓ جميع البطاقات المذكورة سابقا تخص الأشخاص الطبيعيين تجار أو غير تجار.¹

المطلب الثالث: الوساطة الالكترونية الهامة في استخدام البطاقة البنكية

إن استخدام البطاقات البنكية في وكالة الوادي يكون في وجود وتوفر أجهزة خاصة بها متمثلة:

الفرع الأول: الموزع الآلي للأوراق النقدي Distributeur automatique de billets: هو جهاز

يسمح بالقيام بعملية سحب الأوراق النقدية آليا، يشبه جهاز الإعلام الآلي مزود بشاشة ولوحة مفاتيح وكذلك

فتحة لإخراج الأوراق النقدية الموافقة للمبلغ المراد سحبه، متواجد خارج الوكالة حيث يسمح للعميل باستعماله

24/24 ساعة، ومن شروط السحب من هذا الجهاز ما يلي:

▲ يكون مبلغ الحساب في حدود المبلغ الأسبوعي المثبت في العقد، ويجب أن يكون دائما بمئات الدينارات

حيث يمكن سحب المبلغ في عملية أو عدة عمليات؛

▲ يجب إدخال الرمز السري بطريقة صحيحة وذلك لقبول الآلة البطاقة؛

1- جبالبة، ربايعية، مرجع سابق، ص 84

▲ الزبون له الحق في ثلاث محاولات لإدخال البطاقة فبعد المحاولة الثالثة يتم احتجاز البطاقة من طرف الجهاز؛

▲ يمنح الجهاز للعميل تذكرة تشير إلى التاريخ، الساعة، المبلغ المسحوب في كل سحب، حيث أن التذكرة تعطي إشعار بسحب المدين.

الفرع الثاني: جهاز TPE

محطة دفع إلكترونية ويطلق عليها Terminel de paiement Electronique متوفرة في نقاط البيع التي تكون لديها حساب تجاري لدى البنك، تسمح لحاملي بطاقات الدفع الإلكتروني الصادرة من البنك تسوية مدفوعاتهم.

أولاً: عملية الدفع على جهاز ال TPE

تكون عملية الدفع كالتالي:

- ❖ إدخال البطاقة في الجهاز باتجاه السهم الواضح على البطاقة
- ❖ يدخل التاجر قيمة المعاملة على الجهاز
- ❖ يدخل حامل البطاقة رقمه السري ويثبته
- ❖ يقدم التاجر نسخة من الوصل للزبون
- ❖ يحتفظ التاجر بالنسخة الأخرى للوصل

ثانياً: مزايا جهاز ال TPE

ويوفر هذا الجهاز الكثير من المزايا والتي نذكر منها:

- ❖ الدفع بواسطة البطاقة مضمون بواسطة البنك، يعكس مدى تطور نظام المدفوعات في الاقتصاد.
- ❖ يجنب خطر الأموال المزورة ويوفر الحماية والأمان، إضافة إلى استخدام البطاقة مباشرة في عملية الدفع.
- ❖ كما يوفر الوقت فلا يتحتم على الزبون الذهاب لسحب الأموال والعودة للشراء.¹
- ❖ يستخدم حالياً في المؤسسات التجارية الكبرى والتجار ومقدمي الخدمات مثل دفع فواتير استهلاك المياه والطاقة والهاتف الثابت والمحمول والنقل الجوي وبعض الإدارات الأخرى كالضرائب.

الشكل رقم (16): جهاز ال TPE



المصدر: من وثائق البنك 2024

المبحث الثالث: استخدامات وسائل الدفع الإلكتروني ودورها في تحسين جودة الخدمات المصرفية في بنك الفلاحة والتنمية الريفية

من خلال هذه الدراسة نستعرض أهم الإجراءات المنهجية التي اعتمدنا عليها من خلال توضيح أسلوب الدراسة، وكذلك العينة المدروسة ومختلف الأدوات الإحصائية المستخدمة.

المطلب الاول : الاجراءات المنهجية لدراسة

لجمع المعلومات اللازمة للدراسة، تم وضع استمارة بحث موجهة لعملاء البنك محل الدراسة لاستجوابهم مباشرة وهو ما يعرف بأسلوب الاستقصاء، والتي حكمت من طرف الأستاذ كدودة عادل وكان الهدف من هذه الاستمارة هو دراسة العلاقة بين جودة الخدمة المصرفية ووسائل الدفع الإلكتروني .

وكان الهدف من هذه الاستمارة دراسة العلاقة بين وسائل الدفع الإلكتروني وجودة الخدمات المصرفية، وقد تم عرض الاستمارة على الأستاذ المشرف لمراجعته وتعديله، وتنقسم استمارة البحث إلى قسمين رئيسيين

- القسم الأول: خاص بالبيانات الشخصية لزبائن وهي: الجنس، السن، مدة التعامل مع البنك، وسيلة الدفع المستعملة

- القسم الثاني: خاص بمحاور الاستمارة وعباراته، وتشمل 10 معايير، كل معيار يضم سؤالين أي ان هذا المحور يضم 20 سؤالاً

حيث اعتمدنا في هذه الاستمارة لتقييم اجابات افراد العينة على: دائما، احيانا، مطلقا

الجدول 02 : محاور الاستمارة وعباراتها

المعيار	السؤال	دائما	أحيانا	إطلاقا
الاعتمادية	<ul style="list-style-type: none"> _ أتعتمد بدرجة كبيرة على خدمات BADR الالكترونية في سحب وتحويل الاموال وتسديد الديون _ خدمات بنك BADR الالكترونية حساباتها دقيقة وبدون أخطاء 			
سرعة الاستجابة من قبل العاملين	<ul style="list-style-type: none"> _ يستجيب موظفو بنك BADR لطلب الزبون واستفساراته حول الدفع الإلكتروني فوراً _ يقدم بنك BADR الخدمات الالكترونية لزبائن في اسرع وقت 			
القدرة والكفاءة	<ul style="list-style-type: none"> _ موظفو بنك BADR لهم القدرة على تقديم الخدمة المصرفية الالكترونية بكفاءة عالية _ يمتلك موظفو بنك BADR كافة المهارات الضرورية لتحقيق الخدمة الكترونية السليمة 			
سهولة الحصول على خدمة	<ul style="list-style-type: none"> _ يوفر بنك BADR منافذ كافية للحصول على خدمات الالكترونية _ تقلل وسائل الدفع الالكترونية من طوابير الانتظار 			
اللباقة	<ul style="list-style-type: none"> _ يتمتع موظفو بنك BADR بقدر عال من اللطافة أثناء التعامل مع الزبائن _ يتمتع موظفو بنك BADR بمظهر لائق وروح الصداقة مع الزبائن 			
المصداقية	<ul style="list-style-type: none"> _ لدي ثقة في مختلف الخدمات الالكترونية المقدمة من طرف بنك BADR _ يتميز بنك BADR بالصدق والامانة في الخدمات الالكترونية مع زبائن 			

			الخدمات البنكية الالكترونية التي يقدمها بنك BADR خالية من الشك والمخاطر المادية والمالية	الامان
			يحافظ بنك BADR على سرية المعلومات الالكترونية المتعلقة بحسابات الزبائن	
			يتصل بنك BADR بزبائنه بصفة دائمة ومستمرة وتزويده بمعلومات والخدمات الالكترونية	الاتصال
			موظفو بنك BADR لهم القدرة على اىصال المعلومات الالكترونية للزبون وتفسيرها له	
			يبدل موظفو بنك BADR جهودا لمعرفة رغبات الزبون في الخدمات الالكترونية	الفهم
			موظفو بنك BADR لهم اهتمام شخصي بالزبون خاصة في الخدمات الالكترونية	
			التقنيات والبرامج الالكترونية المستخدمة في بنك BADR حديثة ومتطورة	الجوانب المادية
			يوفر بنك BADR كل التسهيلات المادية والمعنوية للزبون للحصول على الخدمة الالكترونية	الملموسة

صدق أداة الدراسة: (صدق الاستمارة)

للتحقق من صدق محتوى أداة البحث والتأكد من أنها تخدم أهداف البحث تم عرضها على أساتذة محكمين وطلب منهم دراسة الأداء وإبداء رأيهم فيها من حيث مدى مناسبة كل عبارة للمحتوى، والنظر في مدى كفايتها من حيث عدد العبارات، وشموليتها وتنوع محتواها وتقييم مستوى الصياغة اللغوية، أو أية ملاحظات أخرى يرونها مناسبة فيما يتعلق بالتعديل أو الحذف أو الاضافة وفق ما يراه المحكم لازما .

وقد تمت دراسة ملاحظات المحكمين واقتراحاتهم وتم إجراء التعديلات في ضوء توصياتهم لتصبح الاستمارة أكثر فهما وتحقيقا لأهداف البحث، وهذا ما اعتبرته الصدق الظاهري للأداة، وبذلك اعتبرت صالحة لقياس ما وضعت لأجله، ومن ثم تمت صياغة الاستمارة في صورتها النهائية، ثم طباعتها و توزيعها، وهنا تجدر الإشارة إلى أنني قد وزعت 65 نسخة منها في حين استرجعت 50 استمارة، وهو حجم لا بأس به ويستوفي شروط الدراسة .

جدول 03 : توزيع أداة الدراسة

العدد	التوزيع	المسترجع	المفقود
65	100	76,92	23,08
15	50		

أما الأساليب الإحصائية المستخدمة في تحليل البيانات فقد تم استخدام برنامج EXCEL

المطلب الثاني: دراسة خصائص العينة

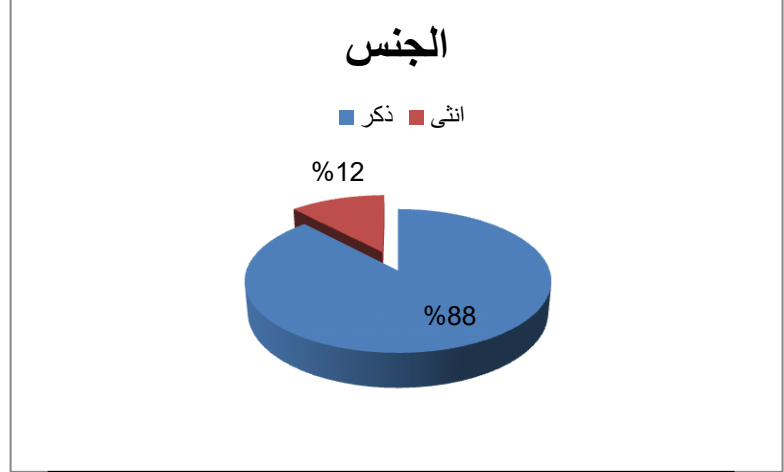
يقصد بمجتمع الدراسة المجموعة الكلية من العناصر التي يسعى الباحث أن يعمم عليها النتائج ذات العلاقة بالمشكلة المدروسة.

وتشتمل العينة التي طبقت عليها الدراسة على الخصائص الشخصية التالية: الجنس، العمر، مدة تعامل مع البنك، مدة والتعامل مع البنك، و وسيلة الدفع المستعملة.

الفرع الاول : الجنس

الجدول 04: التالي يوضح توزيع مفردات العينة حسب متغير الجنس

الجنس	العدد	النسبة
ذكر	44	%88
انثى	06	%12
المجموع :	50	% 100



الشكل (17): دائرة نسبية توضح توزيع مفردات العينة حسب متغير الجنس

المصدر : مخرجات برنامج EXCEL

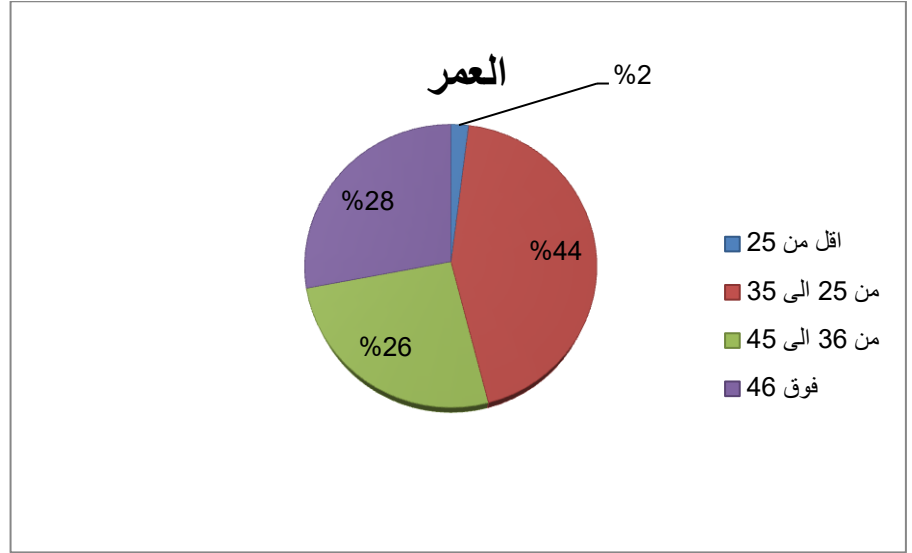
من خلال الجدول (03) والشكل (17) أعلاه يتبين أن أغلب عينة الدراسة ذكور بنسبة %88 في حين الأقلية منها إناث بنسبة %12

الفرع الثاني: على أساس العمر :

الجدول (05): تصنيف عينة الدراسة حسب العمر

السن	العدد	النسبة المئوية
اقل من 25 سنة	01	%2
من 26 إلى 35	22	%44
من 36 إلى 45	13	%26
اكثر من 46	14	%28
المجموع	50	%100

المصدر : من اعداد الطلبة



الشكل 18: دائرة نسبية توضح النسب المذكورة حسب متغير العمر

المصدر: مخرجات EXCEL

من خلال الجدول (04) والشكل (18) أعلاه يتبين لنا 44 % من أفراد العينة أعمارهم أقل من 25 سنة، و28% تتراوح أعمارهم بين 26 و35 سنة، و26 % أعمارهم تتراوح بين 36 و 45 سنة، أما النسبة الأقل 2% فهي من نصيب الزبائن ذوي سن 46 سنة فما فوق. ومنه فإن غالبية أفراد العينة هم شباب بما نسبته 44 %

الفرع الثالث : على أساس مدة التعامل مع البنك

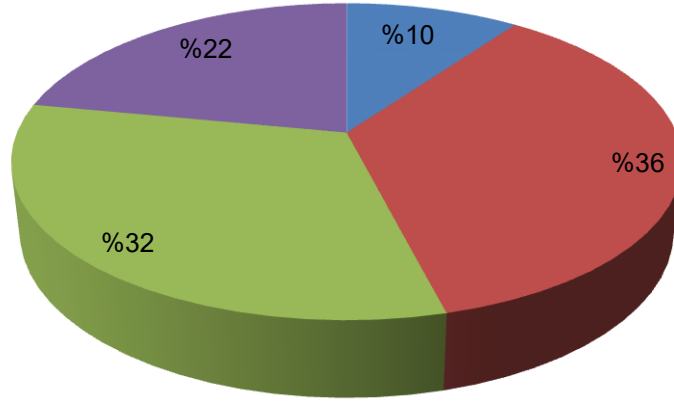
الجدول 06: تصنيف عينة الدراسة حسب مدة التعامل مع البنك

النسبة المئوية	العملاء	مدة التعامل مع البنك
10%	05	أقل من سنتين
36%	18	من 03 إلى 05
32%	16	من 06 إلى 10
22%	11	أكثر من 11
100%	50	المجموع

المصدر : من اعداد الطلبة

مدة التعامل مع البنك

■ أكثر من 11 سنة ■ من 6 إلى 10 سنوات ■ من 3 إلى 5 سنوات ■ أقل من سنتين



الشكل 19 : دائرة نسبية توضح النسب المذكورة حسب متغير مدة التعامل مع البنك

المصدر: مخرجات EXCEL

من خلال الجدول (05) والشكل (19) أعلاه يتبين لنا أن أكبر نسبة من العملاء يتعاملون مع البنك من 03 إلى 05 سنوات بنسبة 36%، ونسبة العملاء الذين يتعاملون مع البنك من 06 إلى 10 سنوات بنسبة 32%، أما بالنسبة للعملاء الذين يتعاملون أكثر من 11 سنة بنسبة 22%، بينما النسبة الأقل هي للعملاء الذين يتعاملون مع البنك لمدة أقل من سنتين بنسبة 10 %

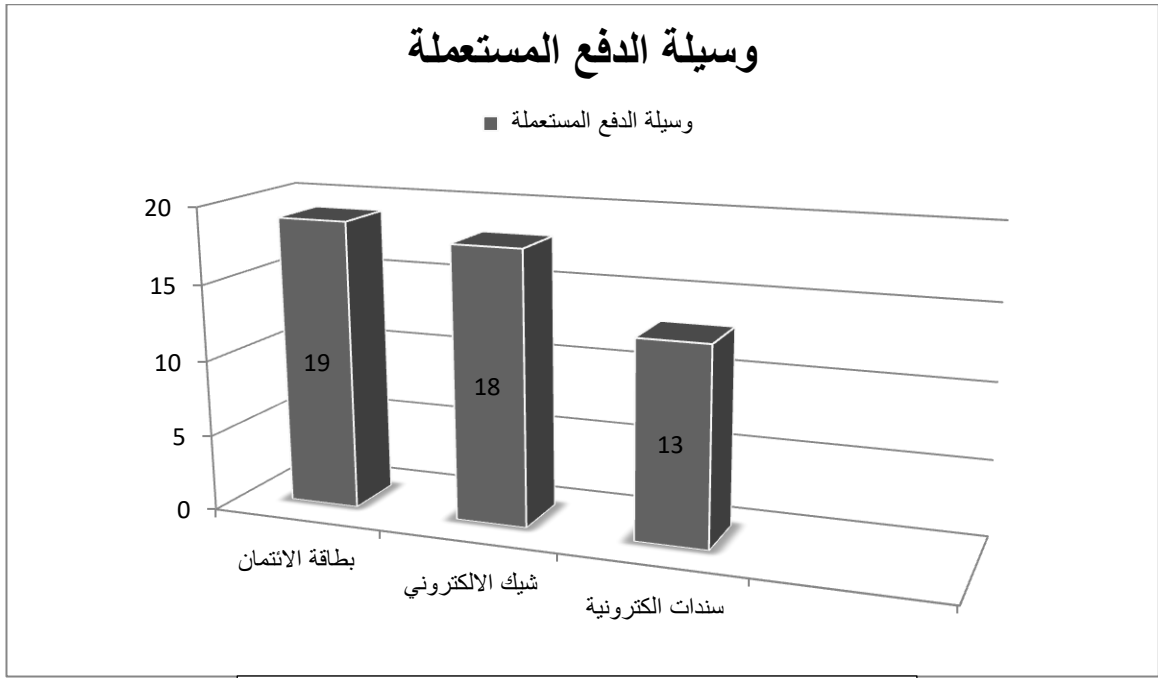
الفرع الرابع : على أساس وسيلة الدفع المستعملة

الجدول 07 : تصنيف عينة الدراسة حسب وسيلة الدفع المستعملة

وسيلة الدفع	العدد	النسبة المئوية
بطاقة الائتمان	19	38 %
الشيك الالكتروني	18	36 %
سندات الكترونية	13	26 %
المجموع	50	100 %

المصدر : من اعداد الطلبة

وسيلة الدفع المستعملة



الشكل 20 : أعمدة بيانية توضح النسب المذكورة حسب وسيلة الدفع

المصدر: مخرجات EXCEL

من خلال الجدول (06) الشكل (20) أعلاه يتبين لنا أن أكبر نسبة في وسائل الدفع المستعملة هي بالمئة بطاقات الائتمان بنسبة 38%، ثم الشيك الالكتروني بنسبة 36%، وبينما نلاحظ أن أقل نسبة عند السندات الحكومية بنسبة 26%

المطلب الثالث : التحليل الاحصائي المتعلق بدراسة مستوى جودة الخدمات المصرفية

سنتطرق في هذا المطلب لعرض نتائج الاستمارة وتحليلها، وذلك بعرض جداول إحصاء لإجابات على عملاء بنك BADR، حيث سنقوم بعرض الجداول الإحصائية لكل معيار على حدى ثم تحليل تلك الجداول اذا كانت الاجابة فوق 50% فالمعيار محقق و اذا كان أقل من 50% فهو ليس محقق ، ومنه الوصول لهدف كل معيار:

❖ المعيار الاول : الاعتمادية

- اعتمد بدرجة كبيرة على خدمات بنك BADR الالكترونية في سحب وتحويل الاموال وتسديد الديون

الجدول 08 : يمثل اعتماد العملاء على الخدمات البنكية في سحب وتحويل الاموال وتسديد الديون

النسبة المئوية	التكرار	البدائل
% 78	39	دائما
% 20	10	أحيانا
% 02	01	إطلاقا
%100	50	المجموع

المصدر : من اعداد الطلبة

● خدمات بنك BADR الالكترونية حساباتها دقيقة وبدون أخطاء

جدول 09 : يمثل دقة الحسابات في خدمات البنك الالكترونية وخلوها من الاخطاء

النسبة المئوية	التكرار	البدائل
%58	29	دائما
% 42	21	احيانا
% 00	0	إطلاقا
%100	50	المجموع

المصدر : من اعداد الطلبة

من خلال الجدولين اعلاه (رقم 08-09) الذي يحمل معيار الاعتمادية نلاحظ أن :

- من الجدول كانت اجابات العملاء {دائما} بنسبة %78 باعتبارهم على خدمة البنك الالكترونية وسحب وتحويل الاموال
- ومن الجدول الموالي كانت اجابات العملاء ب {دائما} بنسبة %58 بأن حسابات البنك دقيقة وبدون أخطاء
- ومن خلال ما سبق نستنتج أن جودة الخدمة المصرفية من ناحية الاعتمادية محقق .

❖ المعيار الثاني : سرعة الاستجابة من قبل العاملين

- يستجيب موظفو بنك BADR لطلب الزبون واستفساراته حول الدفع الالكتروني فورا

جدول 10: يمثل مدى استجابة موظفي البنك لطلبات والاستفسارات الزبائن

النسبة المئوية	التكرار	البدائل
66%	33	دائما
24%	12	أحيانا
10%	05	إطلاقا
100%	50	المجموع

المصدر : من اعداد الطلبة

- يقدم بنك BADR الخدمات الالكترونية للزبائن في أسرع وقت

الجدول 11 : يمثل سرعة تقديم الخدمات لزبائن في البنك

النسبة المئوية	التكرار	البدائل
62%	31	دائما
30%	15	أحيانا
08%	04	إطلاقا
100%	50	المجموع

المصدر : من اعداد الطلبة

من خلال الجدولين اعلاه (رقم 10-11) الذي يحمل معيار سرعة الاستجابة من قبل العاملين نلاحظ أن:

- من الجدول الاول كانت اجابات العملاء ب {دائما} بنسبة 66% باعتبارهم ان موظفي البنك يستجيبون لطلب الزبون واستفساراته حول الدفع الالكتروني فورا
 - ومن الجدول الموالي كانت اجابات العملاء ب {دائما} بنسبة 62% بأن البنك يقدم الخدمات الالكترونية في اسرع وقت
- ومن خلال ما سبق نستنتج ان جودة الخدمات المصرفية من الناحية سرعة الاستجابة من قبل العاملين محققة

❖ المعيار الثالث: القدرة والكفاءة

- موظفو بنك BADR لهم القدرة على تقديم الخدمة المصرفية الالكترونية بكفاءة عالية

الجدول 12 : يمثل كفاءة موظفي بنك البدر في تقديم الخدمات بقدرة

البدائل	التكرار	النسبة المئوية
دائما	35	70%
أحيانا	11	22%
إطلاقا	04	08%
المجموع	50	100%

المصدر : من اعداد الطلبة

- يمتلك موظفو بنك BADR كافة المهارات الضرورية لتحقيق الخدمة السليمة

الجدول 13: يمثل كفاءة موظفو البنك في تحقيق خدمة سليمة

البدائل	التكرار	النسبة المئوية
دائما	33	66%
أحيانا	13	26%
إطلاقا	4	08%
المجموع	50	100%

المصدر : من اعداد الطلبة

من خلال الجدولين اعلاه (رقم 12-13) الذي يحمل معيار القدرة والكفاءة نلاحظ أن :

ـ من الجدول الاول كانت اجابة العملاء على { دائما } بنسبة 70% بأن موظفو بنك BADR لهم القدرة

على تقديم الخدمة المصرفية الالكترونية بكفاءة عالية

ـ والجدول الموالي كانت اجاباتهم ب { دائما } بنسبة 66% بأن يمتلك موظفو بنك BADR كافة المهارات

الضرورية لتحقيق الخدمة السليمة

ومنه نستنتج ان جودة الخدمة المصرفية من ناحية القدرة والكفاءة محققة .

❖ المعيار الرابع : سهولة الحصول على خدمة

- يوفر بنك BADR منافذ كافية للحصول على الخدمات الالكترونية

الجدول 14: يمثل منافذ البنك لتوفير الخدمات

النسبة المئوية	التكرار	البدائل
70 %	35	دائما
20 %	10	أحيانا
10 %	05	اطلاقا
100 %	50	المجموع

المصدر : من اعداد الطلبة

- تقلل وسائل الدفع الالكترونية من طوابير الانتظار

الجدول 15 : يمثل تأثير وسائل الدفع على تقليل طوابير الانتظار

النسبة المئوية	التكرار	البدائل
80 %	40	دائما
16 %	08	احيانا
04 %	02	اطلاقا
100 %	50	المجموع

المصدر : من اعداد الطلبة

- من خلال الجدولين اعلاه (رقم 14-15) الذي يحمل معيار سهولة الحصول على خدمة نلاحظ أن :
- من خلال الجدول الاول كانت اجابة العملاء {دائما} بنسبة 70% توفير بنك BADR منافذ كافية للحصول على الخدمات الالكترونية
 - ومن الجدول الموالي كانت اجابات العملاء ب {دائما} بنسبة 80% أن وسائل الدفع الالكترونية تقلل من طوابير الانتظار
 - ومن خلال ما سبق نستنتج أن جودة الخدمة المصرفية من ناحية سهولة الحصول على خدمة محقق

❖ المعيار الخامس: اللباقة

- يتمتع موظفو بنك BADR بقدرة عالية من اللطافة أثناء التعامل مع الزبائن

الجدول 16: يمثل مستوى لطافة موظفي البنك في التعامل مع الزبائن

النسبة المئوية	التكرار	البدائل
52 %	26	دائما
40 %	20	احيانا
08 %	04	اطلاقا
100 %	50	المجموع

المصدر : من اعداد الطلبة

- يتميز موظفو بنك BADR بمظهر لائق وروح الصداقة مع الزبائن

الجدول 17: يمثل أناقة موظفي البنك و علاقاهم الودية مع الزبائن

النسبة المئوية	التكرار	البدائل
52 %	26	دائما
32 %	16	احيانا
16 %	08	اطلاقا
100 %	50	المجموع

المصدر : من اعداد الطلبة

من خلال الجدولين اعلاه (رقم 16-17) الذي يحمل معيار اللباقة نلاحظ أن :

- من خلال الجدول الاول كانت اجابة العملاء {دائما} بنسبة 52% تمتع موظفو بنك BADR بقدرة عالية من اللطافة أثناء التعامل مع الزبائن
- ومن الجدول الموالي كانت اجابات العملاء ب {دائما} بنسبة 80% أن موظفو بنك BADR يتميزون بمظهر لائق وروح الصداقة مع الزبائن
- ومن خلال ما سبق نستنتج أن جودة الخدمة المصرفية من ناحية اللباقة محقق

❖ المعيار السادس : المصدقية

- لدي ثقة في مختلف الخدمات الالكترونية المقدمة من طرف بنك BADR

الجدول 18 : جدول ثقة العملاء في الخدمات الالكترونية للبنك

النسبة المئوية	التكرار	البدائل
68%	34	دائما
20%	10	احيانا
12%	06	اطلاقا
100%	50	المجموع

المصدر : من اعداد الطلبة

- يتميز بنك BADR بالصدق والامان في الخدمات الالكترونية مع الزبائن

جدول 19: يمثل مصداقية و أمانة البنك مع الزبائن

النسبة المئوية	التكرار	البدائل
80%	40	دائما
16%	08	احيانا
04%	02	اطلاقا
100%	50	المجموع

المصدر : من اعداد الطلبة

من خلال الجدولين اعلاه (رقم: 18-19) الذي يحمل معيار المصدقية نلاحظ أن :

- من خلال الجدول الاول كانت اجابة العملاء {دائما} بنسبة 68% يتميز بنك BADR بالصدق والامان في الخدمات الالكترونية مع الزبائن
 - ومن الجدول الموالي كانت اجابات العملاء ب {دائما} بنسبة 80% يتميز بنك BADR بالصدق والامان في الخدمات الالكترونية مع الزبائن
- ومن خلال ما سبق نستنتج أن جودة الخدمة المصرفية من ناحية المصدقية محقق

❖ المعيار السابع: الأمان

- الخدمات البنكية الالكترونية التي يقدمها بنك BADR خالية من الشك والمخاطر المالية

الجدول 20 : يمثل خلو خدمات البنك من الشك والمخاطر المادية والمالية

النسبة المئوية	التكرار	البدائل
80%	40	دائما
18%	09	احيانا
02%	01	اطلاقا
100%	50	المجموع

المصدر : من اعداد الطلبة

- يحافظ بنك BADR على سرية المعلومات الالكترونية المتعلقة بحسابات الزبائن

الجدول 21 : يمثل سرية المعلومات لحساب الزبائن في البنك

النسبة المئوية	التكرار	البدائل
94%	47	دائما
06%	03	احيانا
00%	00	اطلاقا
100%	50	المجموع

المصدر : من اعداد الطلبة

من خلال الجدولين اعلاه (رقم: 20-21) الذي يحمل معيار الأمان نلاحظ أن:

- من خلال الجدول الاول كانت اجابة العملاء {دائما} بنسبة 80% أن الخدمات البنكية الالكترونية التي يقدمها بنك BADR خالية من الشك والمخاطر المالية
 - ومن الجدول الموالي كانت اجابات العملاء ب {دائما} بنسبة 94% من محافظة بنك BADR على سرية المعلومات الالكترونية المتعلقة بحسابات الزبائن
- ومن خلال ما سبق نستنتج أن جودة الخدمة المصرفية من ناحية الأمان محقق

❖ المعيار الثامن : الاتصال

❖ يتصل بنك BADR بزبائنه بصفة دائمة ومستمرة وتزويده بمعلومات والخدمات الالكترونية

الجدول 22: يمثل توضيح المعلومات وتسليمها للزبائن من فريق البنك

البدائل	التكرار	النسبة المئوية
دائما	24	48 %
احيانا	18	36 %
اطلاقا	08	16 %
المجموع	50	100 %

المصدر : من اعداد الطلبة

- موظفو بنك BADR لهم القدرة على اىصال المعلومات الالكترونية للزبون وتفسيرها له

الجدول 23: يمثل توضيح المعلومات وتسليمها للزبائن من فريق البنك

البدائل	التكرار	النسبة المئوية
دائما	24	48 %
احيانا	20	40 %
اطلاقا	06	12 %
المجموع	50	100 %

المصدر : من اعداد الطلبة

من خلال الجدولين اعلاه (رقم: 22-23) الذي يحمل معيار الاتصال نلاحظ أن :

- من خلال الجدول الاول كانت اجابة العملاء {دائما} بنسبة 48% بأن بنك BADR يتصل بزبائنه بصفة دائمة ومستمرة وتزويده بمعلومات والخدمات الالكترونية
 - ومن الجدول الموالي كانت اجابات العملاء ب {دائما} بنسبة 48% أن موظفو بنك BADR لهم القدرة على اىصال المعلومات الالكترونية للزبون وتفسيرها له
- ومن خلال ما سبق نستنتج أن جودة الخدمة المصرفية من ناحية الاتصال غير محقق

❖ المعيار التاسع : الفهم

- يبذل موظفو بنك BADR جهودا لمعرفة رغبات الزبون في الخدمات المصرفية

الجدول 24 : يمثل جهود موظفي البنك في استيعاب رغبات الزبائن

النسبة المئوية	التكرار	البدائل
40%	20	دائما
46%	23	احيانا
14%	07	اطلاقا
100%	50	المجموع

المصدر : من اعداد الطلبة

- موظفو بنك BADR لهم اهتمام شخصي بالزبون خاصة بالخدمات المصرفية

الجدول 25 : يمثل الاهتمام الشخصي لموظفي البنك بالعملاء

النسبة المئوية	التكرار	البدائل
46%	23	دائما
44%	22	احيانا
10%	05	اطلاقا
100%	50	المجموع

المصدر : من اعداد الطلبة

من خلال الجدولين اعلاه (رقم: 24-25) الذي يحمل معيار الفهم نلاحظ أن:

- من خلال الجدول الاول كانت اجابة العملاء {دائما} بنسبة 40% أن موظفو بنك BADR يبذلون جهودا لمعرفة رغبات الزبون في الخدمات المصرفية
 - ومن الجدول الموالي كانت اجابات العملاء ب {دائما} بنسبة 46% أن موظفو بنك BADR لهم اهتمام شخصي بالزبون خاصة بالخدمات المصرفية
- ومن خلال ما سبق نستنتج أن جودة الخدمة المصرفية من ناحية الفهم غير محقق

❖ المعيار العاشر: الجوانب المادية الملموسة

- التقنيات والبرامج الالكترونية المستخدمة في بنك BADR حديثة ومتطورة

الجدول 26 : يمثل تقنيات وبرامج حديثة ومتطورة في البنك

النسبة المئوية	التكرار	البدائل
42 %	21	دائما
46 %	23	احيانا
12 %	06	مطلقا
100 %	50	المجموع

المصدر : من اعداد الطلبة

- يوفر بنك BADR كل التسهيلات المادية والمعنوية للزبون للحصول على الخدمة الالكترونية

الجدول 27 : يمثل تسهيلات البنك للعملاء في الحصول على الخدمات المالية

النسبة المئوية	التكرار	البدائل
40 %	20	دائما
54 %	27	احيانا
06 %	03	اطلاقا
100 %	50	المجموع

المصدر : من اعداد الطلبة

- من خلال الجدول الاول كانت اجابة العملاء {دائما} بنسبة 42% بأن التقنيات والبرامج الالكترونية المستخدمة في بنك BADR حديثة ومتطورة .

- ومن الجدول الموالي كانت اجابات العملاء ب {دائما} بنسبة 40% أن بنك BADR يوفر لهم كل التسهيلات المادية والمعنوية وللحصول على الخدمة المصرفية

ومن خلال ما سبق نستنتج أن جودة الخدمة المصرفية من ناحية الجوانب المادية الملموسة غير محقق

من خلال التحليل السابق نستطيع الاجابة على صحة الفرضيات :

- ✓ يوجد دور لوسائل الدفع الالكتروني في تحسين جودة الخدمات المصرفية من ناحية الاعتمادية
- ✓ يوجد دور لوسائل الدفع الالكتروني في تحسين جودة الخدمات المصرفية من ناحية سرعة الاستجابة من

قبل العاملين

- ✓ يوجد دور لوسائل الدفع الالكتروني في تحسين جودة الخدمات المصرفية من ناحية القدرة والكفاءة

✓ يوجد دور لوسائل الدفع الالكتروني في تحسين جودة الخدمات المصرفية من ناحية سهولة الحصول على الخدمة

✓ يوجد دور لوسائل الدفع الالكتروني في تحسين جودة الخدمات المصرفية من ناحية اللباقة

✓ يوجد دور لوسائل الدفع الالكتروني في تحسين جودة الخدمات المصرفية من ناحية المصداقية

✓ يوجد دور لوسائل الدفع الالكتروني في تحسين جودة الخدمات المصرفية من ناحية الامان .

✓ لا يوجد دور لوسائل الدفع الالكتروني في تحسين جودة الخدمات المصرفية من ناحية الاتصال .

✓ لا يوجد لوسائل الدفع الالكتروني في تحسين جودة الخدمات المصرفية من ناحية الفهم.

✓ لا يوجد لوسائل الدفع الالكتروني في تحسين جودة الخدمات المصرفية من ناحية الجوانب المادية الملموسة

من خلال ما سبق يتبين لنا صحة الفرضية الرئيسية:

يوجد دور لوسائل الدفع الالكتروني في تحسين جودة الخدمات المصرفية في بنك الفلاحة والتنمية الريفية

وكالة الوادي

من خلال الدراسة الميدانية في البنك نستطيع اثبات صحة الفرضية الاولى لا يوفر كل الوسائل الدفع

الالكتروني بل يوفر الخدمات: الشيكات الالكترونية ،

خلاصة الفصل:

تناولنا في هذا الفصل الدراسة الميدانية المتعلقة بدراسة دور وسائل الدفع الإلكتروني في تحسين جودة الخدمات المصرفية ببنك الفلاحة والتنمية الريفية -وكالة الوادي- ومن أجل تسهيل الإجابة على الإشكالية المطروحة تم استخدام طريقة الاستمارة ، وتم توزيعها على عينة من زبائن وعملاء بنك الفلاحة والتنمية الريفية -وكالة الوادي- متكونة من 65 زبون، ومن خلال مخرجات برنامج EXCEL قمنا بعرض وتحليل النتائج المتوصل إليها، واختبار فرضية الدراسة لمعرفة علاقة وسائل الدفع الإلكتروني بجودة الخدمات المصرفية في البنك محل الدراسة، حيث تم الوصول إلى أنه لا توجد علاقة بين المتغيرين.

ومنه نستخلص أن وسائل الدفع الإلكتروني أصبحت من الضروريات التي يستوجب وجودها في القطاع المصرفي من أجل مواكبة التطورات الحاصلة والمستمرة

خاتمة

خاتمة :

لقد اصبح تبني وسائل الدفع الالكتروني ضرورة حتمية للمؤسسات المالية والبنوك التي تسعى الى تعزيز كفاءتها وتلبية توقعات عملائها، لقد نتج هذا من خلال دراسة أهمية وسائل الدفع الالكتروني في تحسين جودة الخدمات المصرفية.

ومن خلال ما تم تقديمه في هذه الدراسة تبين ان الدفع الالكتروني لا يقتصر فقط على تسهيل الخدمات المصرفية بل يمتد تأثيره الى تعزيز الشفافية، الامان وسرعة الاستجابة كما أظهرت الدراسة أن استخدام وسائل الدفع الالكتروني يساهم في تحسين جودة الخدمة للزبائن، حيث يتيح لهم الوصول الى خدمات مصرفية متنوعة على مدار الساعة ومن أي مكان ، هذا بدوره يعزز رضا العملاء ويزيد من ولائهم

■ النتائج

■ نتائج نظرية:

- إن وسائل الدفع الإلكتروني تلعب دوراً محورياً في تحسين جودة الخدمات المصرفية. من خلال تبني التكنولوجيا الحديثة.
- تساهم وسائل الدفع الإلكتروني في تعزيز كفاءة العمليات المصرفية، وتقليل التكاليف التشغيلية، وكذا توفير وقت وجهد العملاء.
- كما أن هذه الوسائل توفر مستوى عالٍ من الأمان والحماية للمعاملات المالية، مما يزيد من ثقة العملاء في المؤسسات المصرفية.
- التحول نحو الدفع الإلكتروني يمكن أن يساهم في توسع نطاق الخدمات المصرفية ليشمل فئات أوسع من المجتمع، بما في ذلك تلك التي كانت محرومة من الخدمات التقليدية
- على الرغم من الفوائد الكبيرة لوسائل الدفع الإلكتروني، إلا أن هناك تحديات يجب مواجهتها، مثل الحاجة إلى تحسين البنية التحتية التقنية، والتعامل مع قضايا الأمان السيبراني، وتطوير الأطر القانونية والتنظيمية المناسبة.

■ النتائج الميدانية:

✓ "لا يوفر بنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة الوادي كل الوسائل الدفع الالكتروني"

- ✓ لوسائل الدفع الالكتروني دور في تحسين جودة الخدمات المصرفية في بنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة الوادي من ناحية الاعتمادية ،سرعة الاستجابة ، سهولة الحصول على خدمة ، اللباقة ، المصدقية ، الامان
- ✓ ليس لوسائل الدفع الالكتروني دور في تحسين جودة الخدمات المصرفية في بنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة الوادي من ناحية ، الاتصال ، الفهم ، الجوانب المادية الملموسة
- ✓ والنتيجة النهائية لوسائل الدفع الالكتروني دور في تحسين جودة الخدمات المصرفية في بنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة الوادي
- ✓ توصيات البنك :
- ✓ على البنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة الوادي تدريب الموظفين لتعزيز مهارات التواصل بالتركيز على الفئات التي تحتاج الى تحسين الاتساق وزيادة كفاءة التواصل .
- ✓ على البنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة الوادي إجراء تقييم دوري لأداء الموظفين وتحفيزهم على تقديم خدمة عالية الجودة وتعزيز ثقافة الاهتمام برغبات الزبائن .
- ✓ على البنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة الوادي توفير الوسائل المادية بشكل كاف لتحسين جودة خدماته المعرفية كالموزعات الآلية للنقود وغيرها ...
- ✓ يستوجب على البنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة الوادي التوزيع في وسائل الدفع الالكتروني وكذا البطاقات البنكية لجذب عدد اكبر من العملاء

آفاق الدراسة:

نقترح على طلبة الثانية ماستر في السنوات المقبلة من نفس التخصص المواضيع

اقترح عنوان مذكرة

- ❖ دور أنظمة و وسائل الدفع الالكترونية في تحسين الخدمات المصرفية
- ❖ واقع وسائل الدفع الالكتروني في الجزائر
- ❖ مساهمة الخدمات المصرفية الالكترونية في تحسين جودة الخدمات المصرفية في البنوك العمومية الجزائرية

قائمة المصادر والمراجع

قائمة المصادر والمراجع:

الكتب:

- 1- طاهر لطرش، تقنيات البنوك، ديوان المطبوعات الجامعية
- 2- سليمان ناصر، التقنيات البنكية وعمليات الائتمان، ديوان المطبوعات الجامعية، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، 2014.
- 3- علي جمال الدين عوض، الأوراق التجارية، مطبعة جامعة القاهرة والكتاب الجامعي، الطبعة 01، القاهرة - مصر، 1990.
- 4- محمود كيلاي، الموسوعة التجارية، عمليات بين البنوك، المجلد الرابع و دار النشر والتوزيع، الأردن، 2008.
- 6- عبد القادر بيجح، الشامل لتقنيات اعمال البنوك، دار الخلدونية، الجزائر، 2013م.
- 7- عبد الهادي مسعودي، الأعمال المصرفية الألكترونية، دار اليازوري للنشر ولتوزيع، الطبعة العربية، عمان، الاردن، 2016.
- 8- محمد عبد حسين الطائي، التجارة الالكترونية، الطبعة الأولى، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، 2010.
- 9- شريف محمد غنام، محفظة النقود الالكترونية (رؤية المستقبل)، دار الجامعة الجديدة، الاسكندرية، مصر، 2007م
- 10- عبد الكريم أحمد عثمان، أحكام البطاقات الائتمانية في القانون والآراء الفقهية الإسلامية، دار الفكر الجامعي للنشر، الطبعة الأولى، الإسكندرية، 2007م،
- 11- علي محمد أبو العز، التجارة الإلكترونية وأحكامها في الفقه الإسلامي، دار النشر والتوزيع، 2008م.
- 12- وائل رفعت علي، الإدارة المالية و سوق المالي، دار التعليم الجامعي للنشر والتوزيع، دون طبعة، الإسكندرية، مصر، 2018
- 13- هاني حامد الضمور، تسويق الخدمات، ط 3، دار وائل للنشر، عمان، الأردن، 2005.
- 14- عبد العزيز أبو نبعة، تسويق الخدمات المتخصصة، منهج تطبيقي، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2005، ص: 28

- 15- هشام بن عبد الله العباس، تسويق خدمات المعلومات عبر الإنترنت، مكتبة الملك فهد الوطنية، الرياض، المملكة العربية السعودية، 2009.
- 16- تيسير العجارمة، التسويق المصري، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2005
- 17- مُجّد صالح المؤذن، مبادئ التسويق، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2008.
- 18- معدن نصيرة، مدخل للجودة في تسويق الخدمات ودورها في إرضاء الزبائن، مذكرة ماجستير في علوم التسيير، تخصص إدارة أعمال، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة أمّجد بوقرة، بومرداس، الجزائر، 2010/2009 .
- 19- حميد الطائي وبشير العلاق، تسويق الخدمات، مدخل استراتيجي، وظيفي، تطبيقي، بدون طبعة، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2009
- 20- ثابت عبد الرحمان إدريس، كفاءة وجودة الخدمات اللوجيستية، بدون طبعة، مفاهيم أساسية وطرق القياس والتقييم، الدار الجامعية، الإسكندرية، مصر، 2006 .
- 21- مُجّد فريد الصحن، قراءات في إدارة التسويق، الدار الجامعية، الإسكندرية، مصر، 2002 .
- 22- تيسير العجارمة، التسويق المصري، الطبعة الأولى، دار الحامد للنشر و التوزيع، الأردن، عمان، 2005.
- 23- عبد الله إبراهيم نزال ومحمود حسين الوادي، الخدمات في المصارف الإسلامية (آليات تطوير عملياتها)، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2010 .
- 24- زياد رمضان ومحفوظ جودة، الاتجاهات المعاصرة في إدارة البنوك، دار وائل للطباعة والنشر، عمان، الأردن، 2000
- 25- إياد عبد الفتاح النسور، تسويق المنتجات المصرفية، دار صفاء للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان، الأردن، 2015.
- 26- ردينه عثمان يوسف، محمود جاسم الصميدعي، التسويق المصري "مدخل استراتيجي، كمي، تحليلي ، دار المناهج للنشر والتوزيع، عمان، الاردن، 2010
- 27- قاسم نايف علوان الحياوي، إدارة الجودة في الخدمات، إدارة الشروق للنشر والتوزيع، ط 1، عمان، 2006.
- 28- توفيق مُجّد عبد المحسن ، قياس الجودة و القياس المقارن، مكتبة النهضة المصرية إيتراك، مصر، 2006 .

- 29- ثابت عبد الرحمن إدريس ، كفاءة وجودة الخدمات اللوجستية، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2006 ،
- 30- محمود جاسم الصميدعي ، بشير عباس العلاق، أساسيات التسويق الشامل و المتكامل، دار المناهج، دون بلد النشر، 2002.
- 31- مأمون سليمان الدرادكة، إدارة الجودة الشاملة وخدمة العملاء، ط 1، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2005
- 32- محمد عبد الخالق، الإدارة المالية والمصرفية، الطبعة الأولى، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2010
- 33- ناجي معلا، الأصول العلمية للتسويق المصرفي، الطبعة الثالثة، المكتبة الوطنية، عمان، 2006

الاطروحات والرسائل:

- 1- شيروف فضيلة، أثر التسويق الالكتروني لعذور صورية، أهمية التسويق المصرفي في تحسين العلاقة مع الزبون، رسالة ماجستير فرع التسويق، تخصص علوم التسيير، قسم علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير والعلوم التجارية، جامعة محمد بوضياف، المسيلة، الجزائر 2008
- 2- على جودة الخدمات المصرفية (حالة بعض البنوك الجزائرية)، رسال مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في العلوم التجارية تخصص تسويق، غير منشورة، جامعة منتوري قسنطينة، 2009 / 2010.
- 3- عبد القادر بريش، التحرير المصرفي ومتطلبات تطوير الخدمات المصرفية وزيادة القدرة التنافسية للبنوك الجزائرية، أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، جامعة الجزائر 2005 / 2006
- 4- سماح ميوب، الاتجاهات الحديثة في مجال الخدمات المصرفية، رسالة ماجستير، فرع بنوك و تأمينات، جامعة منتوري قسنطينة، 2004/2005
- 5- عيشوش عبدو، تسويق الخدمات المصرفية في البنوك الاسلامية (دراسة حالة)، رسالة مقدمة نيل شهادة الماجستير في العلوم تجارية، فرع تسويق، قسم علوم تجارية، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الحاج لخضر، باتنة، الجزائر، 2006
- 6- حميدي زقاي، مدى تأثير التسويق المصرفي على سلوك المستهلك الجزائري (مع الإشارة إلى البنك الشعبي الجزائري- وكالة سعيدة -) ، رسالة مقدمة ضمن متطلبات شهادة الماجستير في علوم

- التسيير، فرع تسويق الخدمات، قسم علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير،
جامعة ابو بكر القايد، تلمسان، الجزائر، 2010.
- 7- الكركي وسام ومُجد ناصر، جودة الخدمات المصرفية وأثرها على تحقيق الميزة التنافسية، رسالة مقدمة
استكمالاً لنيل درجة الماجستير، تخصص إدارة أعمال، جامعة الخليل، غير منشورة، فلسطين،
2010
- 8- عبد الرزاق حميدي، أثر إدارة الجودة الشاملة في تطوير تنافسية البنوك، أطروحة دكتوراه، تخصص:
إدارة تسويقية، قسم العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة أمجد
بوقرة، بومرداس، الجزائر، 2014/2013
- 9- فيروز قطاف، تقييم جودة الخدمة المصرفية ودراسة أثرها على رضا العميل البنكي، أطروحة مقدمة
لنيل شهادة دكتوراه في علوم التسيير، جامعة مُجد خيضر، بسكرة، 2011/2010
- 10- ميهوب سماح، أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصالات على الأداء التجاري والمالي للمصارف
الفرنسية، رسالة دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، قسم الاقتصاد، جامعة
قسنطينة -2-، 2014/2013
- 11- غنوش العطرة، استخدام شبكة الانترنت كأداة لتقديم الخدمات البنكية وأثرها على الأداء البنكي،
أطروحة دكتوراه، منشورة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة مُجد خيضر،
بسكرة، الجزائر، 2017/2016
- 12- بن عمر آسيا، تسويق الخدمات ودورها في تعزيز الميزة التنافسية للمصارف الجزائرية دراسة حالة
بنك الفلاحة والتنمية الريفية (وكالة الوادي)، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، كلية العلوم
الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير جامعة الجزائر 3، قسم العلوم التجارية، 2015/2014
- 13- وليد مرتضى نوه، نحو تفعيل دور نظام المعلومات في البنوك للرفع من مستوى أدائها دراسة حالة:
(القرض الشعبي الجزائري(CPA)، بنك الفلاحة والتنمية الريفية(BADR)، البنك الوطني
الجزائري (BNA) وكالات الوادي خلال الفترة (2012-2013)، رسالة مقدمة لنيل شهادة
الماجستير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة قاصدي مباح - ورقلة،
2014/2013

14- مها عطا الله عجلان السلطاني العنزي، نحو تنظيم قانوني للتعامل بالشيك الإلكتروني في دولة قطر، رسالة استكمالیه لمتطلبات كلية القانون، للحصول على درجة الماجستير في القانون الخاص، كلية القانون، جامعة قطر، 2021

15- مختار عطية بن سعد، حليلة علي مشري، مستوى جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية بمصرف شمال إفريقيا، كلية الاقتصاد والتجارة الخمس، جامعة المرقب، ليبيا، 09-11 نوفمبر 2021

المجلات:

1. زايد مُجّد، البطاقات البنكية كأداة لتنشيط التجارة الإلكترونية مجلة الضياء للدراسات القانونية، المركز الجامعي نور البشير، البيض الجزائر، المجلد 03 ، العدد 02، 30 ديسمبر 2021.
2. حميد فشييت، بناولة حكيم، وآخرون، واقع وسائل الدفع الإلكتروني في الجزائر مجلة الاقتصاد الجديد، العدد:03، 2011م.
3. بوعكة كامل، النظام القانوني لوسائل الدفع الإلكتروني في الجزائر، مجلة الأستاذ الباحث للدراسات القانونية والسياسية، جامعة مُجّد بوضياف، الجزائر، المجلد 07، العدد 01، 2022.
4. العشي وليد، مدياني مُجّد، واقع استخدام النقود الإلكترونية في الجزائر، مجلة البشائر الاقتصادية، المجلد 4، العدد 3، 2018.
5. يسعد عبد الرحمان، ودان بوعبد الله ، قيراط فريال، دور المحفظة الإلكترونية في تعزيز الشمول المالي، تجارب دولية، مجلة المنتدى لدراسات والابحاث الاقتصادية، المجلد 05، العدد 01، 2021م.
6. أمير علي خليل، دور محفظة الموبايل الرقمية في تعزيز حجم التجارة الإلكترونية، مجلة الإدارة و الاقتصاد، كلية الادارة والاقتصاد، جامعة كربلاء، العراق، المجلد 8، العدد 30، جوان 2019م.
7. مُجّد الامين المومني، الشيك الإلكتروني المفهوم والاهمية، المجلة الجزائرية لقانون الاعمال، العدد 01، جوان 2020
8. رضوان رأفت، عالم التجارة الإلكترونية، المنظمة العربية لتنمية الادارية، القاهرة، مصر، 1999
9. مُجّد فهمي سليم عزوي، ماهية عقد التحويل الإلكتروني للأموال وآثاره بواسطة البنوك التجارية الأردنية، مجلة جامعة الزيتونة الأردنية للدراسات القانونية، كلية الحقوق، جامعة الزيتونة الأردنية، الأردن، المجلد2، الإصدار 2021، 3.

10. زحوفي نور الدين، زمالة عمر، التحويل المالي الإلكتروني: آليات التعامل والمخاطر في ظل عصنة وسائل الدفع، مجلة الاقتصاد الدولي والعملة، جامعة الجيلالي بونعامة، خميس مليانة، الجزائر، المجلد، 1 العدد الأول، 01 ديسمبر، 2018 .
11. أحمد محمود المساعدة ، التحويل المصرفي الإلكتروني، المجلة الأكاديمية للبحث القانوني ، جامعة المجمعة ، المملكة العربية السعودية، المجلد ، 11 العدد، 03، 01 ماي، 2015،
12. عبد الرحيم وهيبية، تقييم وسائل الدفع الالكترونية ومستقبل وسائل الدفع التقليدية في ظل وجودها، مجلة الاقتصاد الجديد، العدد:02، جانفي 2010
13. بوعكة كاملة، النظام القانوني لوسائل الدفع الالكترونية في الجزائر، مجلة الاستاذ الباحث للدراسات القانونية والسياسية، المجلد:17، العدد:10، جوان 2022، ص 18.
14. خليلي أحمد، المعترز بالله لحداري، واقع وسائل الدفع الالكترونية المصرفية في البنوك الجزائرية - حالة القرض الشعبي الجزائري CPA-، مجلة الحقوق والعلوم الانسانية، دراسات اقتصادية، المجلد 36، العدد 02، د/ت
15. كهينة رشام، ضوابط البنك المركزي لتنظيم التعامل بوسائل الدفع الالكتروني مع إشارة لواقع البطاقة البنكية في الجزائر، المجلة الدولية للأداء الاقتصادي، المجلد: 04، العدد: 01، 2021
16. رعد حسن الصرن، أهمية دراسة العلاقة بين شبكة الإنترنت وجودة الخدمات المصرفية، العدد (8)، مجلة العلوم الانسانية، جامعة خيضر، بسكرة، الجزائر، فيفري 2005.
17. أبو بكر خوالد، قياس مدى تو افر أبعاد جودة الخدمات في المصارف التجارية الجزائرية الحكومية، مجلة الاقتصاد والتجارة، كلية العلوم الإدارية والاقتصادية، جامعة باجي مختار، عنابة، الجزائر، العدد 3، 2017.
18. هاجر مُجد الملك، الطاهر مُجد أحمد على، (جودة الخدمة المصرفية وأثرها على رضا العميل)، مجلة العلوم الاقتصادية، العدد 17 ، جامعة العلوم والتكنولوجيا، كلية الدراسات التجارية، السودان، 2016
19. أبو بكر بوسالم، فاجة آمنة، قراءة في الأهمية الاقتصادية لوسائل الدفع الإلكتروني- التجربة المالية نموذجاً-، مجلة التنمية والاستشراف للبحوث والدراسات، المجلد 01، العدد 01 ، 2016

20. سايجي الخامسة، طويل حدة، أثر وسائل الدفع الإلكترونية على جودة الخدمات المصرفية، مجلة أبحاث اقتصادية وإدارية، جامعة العربي التبسي، المركز الجامعي عبد الحفيظ بالصوف، ميلة، الجزائر، المجلد 13، العدد 02، 2019
21. عبد الرحيم ليلى، أثر جودة الخدمات المصرفية في اكتساب الميزة التنافسية للبنوك -دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية-، مجلة العلوم الاقتصادية والتسيير والعلوم التجارية، العدد 09، 2019
22. فاطمة الزهراء سكر، بن عمر آسيا، جودة الخدمات البنكية كمدخل لتحقيق الميزة التنافسية دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية -وكالة الوادي لسنة 2019-، مجلة المؤسسة، المجلد: 09، العدد: 01، 2020

الملتقيات والمداخلات:

- 1- صالح الياس، مستقبل وسائل الدفع التقليدية في ظل وجود الوسائل حديثة، مداخلات، الملتقى العلمي الدولي الرابع حول: عصنة نظام
- 2- زواش زهير، روابح عبد الباقي، بطاقات الدفع البنكية ودورها في تسريع المعاملات المصرفية، الملتقى الثالث حول المستهلك والاقتصاد الرقمي: ضرورة الانتقال وتحديات الحماية 23 و 24 أبريل 2018، المركز الجامعي عبد الحفيظ بالصوف. ميلة.
- 3- منصور الزين، وسائل وأنظمة الدفع والسداد الإلكتروني (عوامل الانتشار وشروط النجاح) مداخلات مقدمة الى الملتقى العلمي والدولي الرابع حول عصنة نظام الدفع في البنوك الجزائرية وإشكالية اعتماد التجارة الإلكترونية في الجزائر (عرض تجارب دولية)، المركز الجامعي خميس مليانة، الجزائر، يومي: 26 27 أبريل 2011،
- 4- جمعي عماري، التسويق في المؤسسة المصرفية الجزائرية، بحث مقدم ضمن فعاليات ملتقى المنظومة المصرفية الجزائرية والتحويلات الاقتصادية - موقع وتحديات - جامعة محمد بوضياف.
- 5- مروان جمعة درويش، أثر جودة الخدمات التي تقدمها البلديات في فلسطين على رضا المستخدمين، المؤتمر الدولي للتنمية الإدارية: نحو أداء متميز في القطاع الحكومي، معهد الإدارة العامة، الرياض، المملكة العربية السعودية، 1-4 نوفمبر 2009.

الجرائد والقوانين:

1. جريدة أنباء المستهلك، الاثنين 11 يناير 2016م

2. القانون المتعلق بالتحويل الإلكتروني للأموال، قانون رقم 51 المؤرخ في 27/06/2005 الفصل

الأول، يصدر عن رئيس الجمهورية التونسية.

3. الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، /11/12/2005

المذكرات:

- 1- سالم مريم، اساليب تسويق وسائل الدفع الحديثة لرفع القدرة التنافسية للبنوك فالجزائر، مذكرة مقدمة كجزء من متطلبات نيل شهادة الماستر في العلوم الاقتصادية، تخصص نقود مالية غير منشورة جامعة محمد خيضر بسكرة 2013-2014.
- 2- زيقم سارة، دور وسائل الدفع الإلكتروني في تحسين جودة الخدمات المصرفية، مذكرة مقدمة كجزء من متطلبات نيل شهادة الماستر في العلوم الاقتصادية، جامعة محمد خيضر - بسكرة. قسم العلوم الاقتصادية، تخصص نقود ومالية، 2014 2015.
- 3- جبالة إلهام، رابعة جهاد، دور وسائل الدفع الإلكتروني في تحسين جودة الخدمات المصرفية ، مذكرة تخرج مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر في شعبة العلوم الاقتصادية، جامعة 08 ماي 1945، قالمة، تخصص اقتصاد نقدي وبنكي، 2022/2023،
- 4- بونفلة غلام، موالكية عيدة، واقع وسائل الدفع الإلكتروني في الجزائر، مذكرة تخرج مقدمة لنيل شهادة الماستر، جامعة 08 ماي 1945، قالمة، قسم علوم التسيير، تخصص المقاولانية، 2020 . 2021.
- 5- موشير لطيفة، بشرى زينب، أثر وسائل الدفع الإلكتروني على الايرادات المالية في المؤسسة التجارية، مذكرة ماستر، أحمد دراية، أدرار، 2017/2018،
- 6- بن برنو مصطفى، دور وسائل الدفع الإلكترونية وانعكاساتها على البنوك، مذكرة تخرج مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر، جامعة عبد الحميد بن باديس، مستغانم، كلية العلوم الاقتصادية، قسم العلوم الاقتصادية، تخصص اقتصاد نقدي وبنكي، 2017/2018
- 7- السائس ابتسام، نيلي صفاء، وسائل الدفع في التجارة الإلكترونية، مذكرة لاستكمال متطلبات شهادة ماستر أكاديمي، تخصص قانون أعمال، كلية الحقوق والعلوم السامية، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، 2019 - 2020.

- 8- السائس ابتسام ، نيلي صفاء ، وسائل الدفع في التجارة الالكترونية ، مذكرة لاستكمال متطلبات شهادة ماستر أكاديمي جامعة قاصدي مرياح ورقلة ، كلية الحقوق والعلوم السياسية ، قسم الحقوق ، التخصص قانون أعمال، 2020/2019
- 9- قاصري موسى ، دور وسائل الدفع الإلكتروني في تحسين جودة الخدمات المصرفية، مذكرة لنيل شهادة ماستر أكاديمي، جامعة محمد بوضياف مسيلة، كلية العلوم الاقتصادية، قسم العلوم التجارية، تخصص تسويق خدمات، 2021 /2020
- 10- عباس بويش، دور الخدمات الإلكترونية المصرفية في تعزيز الميزة التنافسية في القطاع البنكي، رسالة ماستر، جامعة عبد الحميد بن باديس، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، تخصص إدارة واقتصاد المؤسسات، مستغانم، 2017/ 2016.
- 11- نور الايمان رمون، وفاء ريغي، النظام الإلكتروني لتسوية المدفوعات المالية الدولية Swift وكيفية استخدامه في البنوك الجزائرية -دراسة حالة: بنك الفلاحة والتنمية الريفية - وكالة الوادي (388)-، مذكرة لنيل شهادة الماستر، جامعة الشهيد حمدة لحضر بالوادي، 2023/2022.
- 12- حمان كريم، نصر الدين بوحامد، دراسة أثر القروض الفلاحية على ربحية البنوك دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية -ولاية الوادي- خلال الفترة (2019/2018)، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر أكاديمي الطور الثاني، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة قاصدي مرياح - ورقلة، 2020/2019
- 13- جبالة إلهام، ربايعية جهاد، دور وسائل الدفع الإلكتروني في تحسين جودة الخدمات المصرفية دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية -وكالة قالمة-، مذكرة لنيل شهادة الماستر، -قالمة- كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة 8 ماي 1945، 2023/2022

المواقع:

- 1- <http://www.12manage.com> , (Vu le 17/02/2020)

المراجع الاجنبية:

- 1- Béatrice Bréchnac-Roubaud, Le Marketing des services, 8emetirage, édition d'organisation, Paris,2004.

- 2- François Caby, Claude Jambart, La qualité dans les services, 2emeédition, édition economica, Paris, 2002.
- 3- Hanan BENTALEB, La qualité de service des systèmes, Thèse de doctorat spécialité informatique, l'université paul SABATIER, 1998.
- 4- Hubérac-Jean pière, Guide des méthodes de la qualité, MAXIMA,Paris, 1998.
- 5- Pierre Eiglier, Eric Langeard, Le Marketing des Services, 5ème édition, édition international, ,Paris, 1994
- 6- C.L Bovee & J.V Thill, Marketing of Services, MC Graw- hill, CNC 1992.