

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة الدكتور مولاي الطاهر - سعيدة

كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم

التسيير

قسم علوم التسيير



تخصص: إدارة بنكية

مذكرة لنيل شهادة ماستر في علوم التسيير الموسومة بعنوان:

الصيرفة الالكترونية في البنوك الجزائرية

الأستاذة المشرفة:

قاسمي سعاد

إعداد الطالبات:

سيرات سميرة

سيديري حليلة

لجنة المناقشة

د..... رئيساً

د..... مناقشا

د. قاسمي سعاد..... مشرفا

السنة الجامعية:

2018/2017

بسم الله الرحمن الرحيم

إلهي لا يطيب الليل إلا بشرك ولا يطيب النهار

إلا بطاعتك ولا تطيب اللحظات إلا بذكرك

إلى من بلغ الرسالة وأدى الأمانة و نصح الأمة إلى الرحمة ونور العالمين (سيدنا
محمد صلى الله عليه وسلم)

إلى من علمني العطاء بدون انتظار إلى من أحمل اسمه بكل افتخار أرجوا

من الله أن يمد في عمرك لترى ثمارا قد حان قطفها بعد طول

انتظار والدي العزيز

إلى ملاكي في الحياة إلى معنى الحب وإلى معنى

الحنان إلى بسمة الحياة وسر الوجود وإلى من كان دعائها

سر نجاحي إلى أغلى الحبايب أُمي الحبيبة

إلى من بها أكبر وعليها أعتمد إلى شمعة تنير ظلمة حياتي أختي العزيزة كريمة و أولادها

في نهاية مشواري أريد أن أشكر إخوتي الأعزاء عبد الجبار وعبد القادر

على مواقفهم النبيلة إلى من تطلعتم لنجاحي بنظرات الأمل

إلى من رافقوني في مشواري الدراسي وأبهجوا أيامي بابتساماتهم وذكرياتهم الجميلة

"أمينة و فاطمة و حليلة"

سمية

إلى من بلغ الرسالة وأدى الأمانة و نصح الأمة إلى الرحمة ونور العالمين
(سيدنا محمد صلى الله عليه وسلم)
إلى من علمني العطاء بدون انتظار إلى من أحمل اسمه بكل افتخار أرجوا
من الله أن يمد في عمرك لترى ثمارا قد حان قطفها بعد طول
انتظار والدي العزيز
إلى ملاكي في الحياة إلى معنى الحب وإلى معنى
الحنان إلى بسمه الحياة وسر الوجود وإلى من كان دعائها
سر نجاحي إلى أعلى الحباب أمي الحبيبة
إلى من بها أكبر وعليها أعتد إلى شمعة تنير ظلمة حياتي أختي العزيزة كريمة و أولادها
في نهاية مشواري أريد أن أشكر إخوتي الأعداء
على مواقفهم النبيلة إلى من تطلعت لنجاحي بنظرات الأمل
إلى من رافقوني في مشواري الدراسي وأبهجوا أيامي بابتساماتهم وذكرياتهم الجميلة
"أمينة وفاطمة وسمية"

حليمة

الفهرس

أ	المقدمة
ب	الفرضيات
ب	اهداف البحث
ب	اهمية البحث
ت	اسباب اختيار البحث
ت	منهج الدراسة
ت	المشاكل و الصعوبات

الفصل الأول: الإطار النظري للعمل المصرفي الإلكتروني

02	I.1. مدخل إلى الصيرفة الإلكترونية
07	I.2. الأطراف المشكلة للصيرفة الإلكترونية
15	I.3. مقومات العمل المصرفي الإلكتروني
18	I.4. عوامل إنتشار الصيرفة الإلكترونية ومعوقاتها
23	I.5. انظمة الدفع الإلكتروني
29	I.6. ماهية نظم الدفع المصرفية الإلكترونية

الفصل الثاني: الدراسات السابقة

36	II-1 الدراسات المحلية
37	II-2 الدراسات الأجنبية

الفصل الثالث: دراسة ميدانية في بنك الخليج AGB وكالة سعيدة

40	III. من هو بنك الخليج الجزائر
40	III.1. تعريف بنك الخليج الجزائر وكالة سعيدة
40	III.2. وظائف بنك الخليج الجزائر وكالة سعيدة
41	III.3. أهداف بنك الخليج الجزائر وكالة سعيدة
42	III.4. الخدمات الإلكترونية المقدمة في بنك الخليج الجزائر وكالة سعيدة.

44	1.5.III . الهيكل التنظيمي العام للبنك
45	2.5.III . الهيكل التنظيمي لبنك الخليج سعيدة
46	3.5 .III . الدراسة التطبيقية
80	خاتمة
83	قائمة المراجع
	ملخص
	قائمة الملاحق

تعتبر البنوك أهم الركائز التي يقوم عليها الاقتصاد الوطني لمختلف الدول حيث شهدت هذه البنوك تطورات تكنولوجية كبيرة أحدثت تغيرات كبيرة في قطاعات النشاط الاقتصادي وتعتبر الصناعة المصرفية أحد أهم مؤشرات النهضة الاقتصادية التي أصبحت المجتمعات البشرية ترتقي إليها عبر تطورها، إذ يمكن قياس مستوى التقدم والتطور الاقتصادي للمجتمع بمدى نجاعة نظامه البنكي ونوعية خدماته المقدمة ومع تزايد العمليات التجارية الإلكترونية أصبح احتياج كبير لنوعية جديدة من البنوك الغير تقليدية تتجاوز نمط الأداء الاعتيادي ولا تتقيد بمكان معين أو وقت محدد و كنتيجة للنمو المتسارع لتكنولوجيا الإعلام و الاتصال جاءت البنوك الإلكترونية التي ساهمت بشكل فعال في تقديم خدمات متنوعة وبتكاليف منخفضة كما أن وجود شبكة الإنترنت وشيوعها و ازدياد مستخدميها وما صاحبها من تطور هائل في تقنيات الاتصال التي حققت تبادل سريعاً و شاملاً للمعلومات ضمن سياسة وخطط الانسياب السريع للبيانات ومفهوم المعلومة وانتشار فكرة استثمار الإنترنت في ميدان النشاط التجاري الإلكتروني ضمن مفاهيم الأعمال الإلكترونية

وفي هذا الصدد عملت المصارف الجزائرية على عصنة قطاعها المالي والمصرفي وتبني الصيرفة الإلكترونية في السنوات الأخيرة من خلال الجهود المبذولة في إدخال التكنولوجيا المعلومات والاتصال في النشاط المصرفي للوصول إلى أرقى النظم المصرفية .

ومن هنا نطرح الإشكال الرئيسي التالي :

ما مدى تطبيق الخدمات المصرفية الإلكترونية في البنوك الجزائرية؟

و للإلمام بجوانب الموضوع يمكن تجزئة التساؤل الرئيسي إلى أسئلة فرعية :

- ❖ ما المقصود بالبنوك الإلكترونية؟ وما مزاياها ؟
- ❖ ما هي أهم وسائل الدفع الإلكتروني ؟
- ❖ ما هي الخدمات المقدمة من طرف البنوك الإلكترونية ؟
- ❖ ما هي عراقيل انتشارها في الجزائر؟

فرضيات البحث:

- ❖ البنوك الإلكترونية هي استخدام التقنيات الحديثة كقناة لتقديم الخدمات المصرفية المبتكرة .
- ❖ تتميز البنوك الإلكترونية بقدرتها إلى الوصول إلى قاعدة عريضة من العملاء دون التقييد بالمكان أو الزمان معين.
- ❖ تتمثل وسائل الدفع الإلكتروني في البطاقات البنكية والنقود الإلكترونية وشيكات الإلكترونية والنقود الإلكترونية.

- ❖ من بين الخدمات المقدمة من طرف البنوك الإلكترونية هي :
 - ✓ إصدار شيكات مودعة برسم التحصيل قبل استحقاقها في الحساب.ذ
 - ✓ تغيير الرقم السري .
 - ✓ إصدار بطاقات الغير الإلكترونية أو تجميدها.
- ❖ من بين العراقيل انتشارها في الجزائر :
 - ✓ عدم توفر البنية التحتية لدى البنوك الإلكترونية الجزائرية مما يصعب توسيع خدماتها .

أهداف الدراسة :

- تسعى هذه الدراسة إلى تحقيق مجموعة من الأهداف أهمها:
- ❖ معرفة البنوك الإلكترونية ودورها في التنمية الاقتصادية .
- ❖ التعرف على وسائل الدفع الإلكتروني .
- ❖ التعرف على مخاطر التي تواجه البنوك الإلكترونية.
- ❖ التعرف على الصيرفة الإلكترونية في البنوك الجزائرية ومدى تطبيقها .

أهمية الموضوع :

تظهر أهمية البحث في:

- التعرف على واقع البنوك الإلكترونية ومميزاتها عن غيرها من البنوك.
- والتعرف على التطور الهائل في ظل وجود شبكة الإنترنت وازدياد مستخدميها وتطور تقنيات الحوسبة والاتصال التي حققت تبادل سريع والشامل للمعلومات .

أسباب اختيار البحث:

- ❖ لكون هذا الموضوع يدخل ضمن تخصصنا (إدارة بنكية)
- ❖ الإهتمام الكبير الذي تحظى به البنوك الإلكترونية في الآونة الأخيرة .

منهج الدراسة :

في إطار هذا البحث تم الاعتماد على المنهج الوصفي ، في الأجزاء المتعلقة في استعراض البنوك الإلكترونية ، وأهم مزاياها والمخاطر الناجمة عنها و الخدمات التي تقدمها . كما تم استعمال المنهج التحليلي ، من خلال تحليل بعض المعطيات المتعلقة بالبحث ، حيث اعتمد بدوره على منهج دراسة حالة في الجانب التطبيقي لإلقاء المزيد من الضوء على موضوع هذه الدراسة متخذين في ذلك بنك الخليج الجزائري وكالة -سعيدة- .

المشاكل والصعوبات :

لا توجد مشاكل و صعوبات.

خطة البحث:

تم تقسيم خطة البحث إلى ثلاث فصول وهي

الفصل الأول: الإطار النظري للعمل المصرفي الإلكتروني.

الفصل الثاني: الدراسات السابقة.

الفصل الثالث: دراسة ميدانية في بنك الخليج AGB وكالة سعيدة.

الفصل الأول

الإطار النظري للعمل المصرفي الإلكتروني

I. 1- دخل إلى الصيرفة الإلكترونية

I. 1-1 بداية ظهور الصيرفة الإلكترونية:

ظهرت الصيرفة الإلكترونية بظهور النقد الإلكتروني مع بداية الثمانينيات، حيث برز مفهوم Monétique الذي يعني تزوج النقد بالإلكترونيك، غير أن استخدام البطاقات بدل النقد الائتماني يرجع في الواقع إلى بدايات القرن الماضي في فرنسا (بطاقات كرتونية تستخدم في الهاتف العمومي) وفي الولايات المتحدة الأمريكية (بطاقات معدنية تستعمل في تعريف الزبون على مستوى البريد) ، ومع ذلك كان لابد من الانتظار حتى الخمسينيات حتى يشهد العالم تحولا في هذه البطاقات، حيث أصدر في 1958 (American express) بطاقات بلاستيكية والتي انتشرت على نطاق دولي في الستينيات.

وفي سنة 1968 أصدرت مجموعة من ثمانية بنوك بطاقة Americard Bank ، والتي تحولت فيما بعد إلى شبكة Visa العالمية. كما تم في نفس العام إصدار البطاقة الزرقاء carte bleue من قبل ستة بنوك فرنسية.

وفي نهاية السبعينيات، وبفضل ثورة الإلكترونيك، تم تزويد البطاقات بمسارات مغناطيسية (pistes magnétiques) في عدد من البلدان الصناعية، حيث أصبحت البطاقة تحوي ذاكرة ويمكن تجزئة القيمة المخزنة فيها لإجراء عمليات الدفع.

و منذ 1986 شرعت اتصالات فرنسا (France telecom) في تزويد غرف الهاتف العمومي بأجهزة قارئة لبطاقات الذاكرة (cartes à mémoire). ومع بداية التسعينيات (1992) أصبحت كل البطاقات المصرفية (بطاقات دفع أو سحب) في فرنسا برغوثة (des cartes à puce) ، وبالتالي فهي تسمح بالتعرف على سلامة البطاقة وعلى هوية صاحبها، وهو ما يعد دعم كبير لأمن العمليات التي تجرى بها.

I. 1-2 مفهوم الصيرفة الإلكترونية وتطورها عبر التاريخ:

يستخدم اصطلاح البنوك الإلكترونية (Electronic Banking) او بنوك الإنترنت (Internet Banking) كتعبير متطور وشامل للمفاهيم التي ظهرت مع مطلع التسعينيات كمفهوم الخدمات المالية عن بعد او البنوك الإلكترونية عن بعد (Remote Electronic Banking) أو البنك المنزلي (Home Banking) أو البنك على الخط (Online Banking) أو الخدمات المالية الذاتية (Self – Service Banking) ، وجميعها تعبيرات تتصل بقيام الزبائن بإدارة حساباتهم وإنجاز أعمالهم المتصلة بالبنك عن طريق المنزل او المكتب او أي مكان آخر وفي الوقت الذي يريد الزبون¹

¹ Statistics for Online Banking, in : <http://www.epaynews.com/statistics/bankstats.html>

، ويعبر عنه بعبارة (الخدمة المالية في كل وقت ومن أي مكان) ، وقد كان الزبون عادة يتصل بحساباته لدى البنك ويتمكن من الدخول إليها وإجراء ما تتيحه له الخدمة عن طريق خط خاص ، وتطور المفهوم هذا مع شيوع الانترنت إذ أمكن للزبون الدخول من خلال الاشتراك العام عبر الانترنت ، لكن بقيت فكرة الخدمة المالية عن بعد تقوم على أساس وجود البرمجيات المناسبة داخل نظام كمبيوتر الزبون ، بمعنى أن البنك يزود جهاز العميل (الكمبيوتر الشخصي PC) بحزمة البرمجيات - إما مجاناً أو لقاء رسوم مالية - وهذه تمكنه من تنفيذ عمليات معينة عن بعد (البنك المنزلي) ، أو كان العميل يحصل على حزمة البرمجيات اللازمة عبر شرائها من الجهات المزودة ، وعرفت هذه الحزم باسم برمجيات الإدارة المالية الشخصية (Personal-Financial-management PFM) مثل حزمة (Microsoft's Money) وغيرها وهذا المفهوم للخدمات المالية عن بعد هو الذي يعبر عنه واقعياً ببنك الكمبيوتر الشخصي (PC banking) وهو مفهوم وشكل قائم ولا يزال الأكثر شيوعاً في عالم العمل المصرفي الإلكتروني.

كما إن الصيرفة الإلكترونية، أو المصارف الإلكترونية، مصارف على الخط، مصارف عن بعد، مصارف الانترنت، كلها اصطلاحات تؤدي ذات المقصود، مع فرق في درجة "الإلكترونية" في أعمالها، إذ نجد مصارف تعمل كلية على الخط، فهي بالتالي مصارف افتراضية، ومصارف أخرى تقدم خدمات بالطرق الإلكترونية بالإضافة إلى عملها بالطرق التقليدية.

ومهما كانت درجة "الإلكترونية" على المستويات الجزئية، فإن عالم الوساطة المالية عرف تحولاً نوعياً غير من أبعاد وأهداف استراتيجيات المصارف في السنوات القليلة الأخيرة. وكان ذلك نتيجة منطقية لثورة التكنولوجيات الجديدة في الإعلام والاتصال وعملة الأسواق المالية والمصرفية.

والمقصود بالصيرفة الإلكترونية هو إجراء العمليات المصرفية بطرق إلكترونية، أي باستخدام تكنولوجيات الإعلام والاتصال الجديدة، سواء تعلق الأمر بالسحب أو بالدفع أو بالائتمان أو بالتحويل أو بالتعامل في الأوراق المالية أو غير ذلك من أعمال المصارف. وفي ظل هذا النمط من الصيرفة لا يكون العميل مضطراً للتنقل إلى البنك، إذ يمكنه القيام ببعض العمليات مع مصرفه وهو في منزله أو في مكتبه، وهو ما يعني تجاوز بعدي المكان والزمان.¹

كما إن الانفجار الذي حدث في التسعينيات، بفعل التطور الهائل في مجال تكنولوجيا الإعلام والاتصال، وخاصة منها ثورة الانترنت، أدى إلى تحولات عميقة في مجال الصيرفة. فلقد ظهر في منتصف التسعينيات أول بنك افتراضي في الولايات المتحدة الأمريكية، ليتلاحق بروز مصارف من نفس النمط، وبصورة متسارعة، في مناطق أخرى من العالم، خاصة وأن تسيير الزبون الافتراضي (client virtuel) أقل تكلفة من تسيير الزبون التقليدي كما بينت ذلك الدراسات المتخصصة

¹ أحمد سفر، العمل المصرفي الإلكتروني في البلدان العربية، المؤسسة الحديثة للكتاب، لبنان، 2006، ص 158-157.

وجميعها تعبيرات تتصل بقيام الزبائن بإدارة حساباتهم و إنجاز أعمالهم المتصلة بالمصرف عن طريق المنزل أو أي مكان آخر ،وفي الوقت الذي يريد الزبون ،ويعبر عنه بعبارة أخرى الخدمة المالية في كل الوقت ومن أي مكان.¹

كما تعرف الصيرفة الإلكترونية على أنها "كافة العمليات أو النشاطات التي يتم عقدها أو تنفيذها أو ترويج لها من قبل المصارف والمؤسسات المالية بواسطة الوسائل الإلكترونية مثل: الهاتف، الحاسب، الصراف الآلي، التلفزيون الرقمي وغيرها وإلى جانب العمليات التي يقوم بها مصدرها البطاقات الإلكترونية ، وكافة المؤسسات التي تتعامل بالتحويلات النقدية إلكترونياً²

وجاء أيضاً في مفهوم الصيرفة الإلكترونية بأنها استخدام التقنيات الحديثة كقناة لتقديم الخدمات المبتكرة³ ويرى البعض أن مفهوم الصيرفة الإلكترونية هي تقديم الخدمات المصرفية التقليدية أو المبتكرة من خلال استخدام وسائط الاتصال الإلكتروني المفتوحة بهدف تعزيز حصتها في السوق المصرفي أو لخفض التكاليف .

وجاء أيضاً في مفهوم الصيرفة الإلكترونية أنها " إجراء العمليات الإلكترونية والتي تعد الانترنت من أهم أشكالها ،وبذلك فهي بنوك افتراضية تنشئ لها مواقع إلكترونية على الانترنت لتقديم نفس خدمات موقع البنك من سحب ودفع وتحويل دون انتقال العميل إليها

وبناء على ما ورد في المفاهيم السابقة يمكن التوصل إلى مفهوم شامل حول البنوك الإلكترونية والتي ما هي إلا مؤسسات الإلكترونية تعمل على نقل المنتجات والخدمات البنكية التقليدية والحديثة مباشرة إلى العملاء عبر شبكة الانترنت وهي بذلك تمكنهم من الوصول إلى حساباتهم وإجراء العمليات والحصول على المعلومات دون الحاجة إلى تنقل بين الفروع البنك

أهم ما توفره لطريقة الحديثة في الاستفادة من الخدمات المصرفية هو اختصار الوقت والجهد ومال بالنسبة للعميل وخفض التكاليف العمل وزيادة الأرباح بالنسبة للبنوك مما جعل البنوك تستغني عن النظام الورقي تدريجياً في المقابل استخدام النظام الإلكتروني للتعامل مع زبائنها في ابتكار وسائل جديدة تتلاءم مع التطور التكنولوجي في مجال أعمال التجاري⁴

I. 2-نشأة ومراحل تطور الصيرفة الإلكترونية

I. 2-1/نشأة الصيرفة الإلكترونية :

ظهرت الصيرفة الإلكترونية بظهور النقد الإلكتروني مع بداية الثمانينيات، حيث برز مفهوم Monétique ، الذي يعني تزوج النقد بالإلكترونيك.

¹ خالد أمين عبد الله، إسماعيل إبراهيم الطراد، إدارة العمليات المصرفية، دار وائل للنشر، الطبعة الأولى، الأردن، 2006،ص207.

²-مدحت صادق ،"أدوات وتقنيات المصرفية"، دار غريب للنشر ، القاهرة ،مصر،ط:2001،1،ص:67.

³-مدحت صادق ،مرجع سابق،ص:61

⁴-شريف مصباح أبو كرش، " المصارف والبطاقات الإلكترونية:الفرص والتحديات"مجلة الدراسات المالية ، القدس ،فلسطين،عدد2014،8،ص:48.

غير أن استخدام البطاقات بدل النقد الائتماني يرجع في الواقع إلى بدايات القرن الماضي في فرنسا (بطاقات كرتونية تستخدم في الهاتف العمومي) وفي الولايات المتحدة الأمريكية (بطاقات معدنية تستعمل في تعريف الزبون على مستوى البريد).

ومع ذلك كان لابد من الانتظار حتى الخمسينيات حتى يشهد العالم تحولا في هذه البطاقات، حيث أصدر American express (1958) بطاقات بلاستيكية، والتي انتشرت على نطاق دولي في الستينيات.

وفي سنة 1968 أصدرت مجموعة من ثمانية بنوك بطاقة Bank Americard ، والتي دولت لتتحول فيما بعد إلى شبكة Visa العالمية. كما تم في نفس العام إصدار البطاقة الزرقاء carte bleue من قبل ستة بنوك فرنسية.

وفي نهاية السبعينيات، وبفضل ثورة الإلكترونيك، تم تزويد البطاقات بمسارات مغناطيسية (pistes magnétiques) في عدد من البلدان الصناعية، حيث أصبحت البطاقة تحوي ذاكرة ويمكن تجزئة القيمة المخزنة فيها لإجراء عمليات الدفع.

ومنذ 1986 شرعت اتصالات فرنسا (France telecom) في تزويد غرف الهاتف العمومي بأجهزة قارئة لبطاقات الذاكرة (cartes à mémoire). ومع بداية التسعينيات (1992) أصبحت كل البطاقات المصرفية (بطاقات دفع أو سحب) في فرنسا برغوثة (des cartes à puce) ، وبالتالي فهي تسمح بالتعرف على سلامة البطاقة وعلى هوية صاحبها، وهو ما يعد دعم كبير لأمن العمليات التي تجرى بها.

إن الانفجار الذي حدث في التسعينيات، بفعل التطور الهائل في مجال تكنولوجيا الإعلام والاتصال، وخاصة منها ثورة الإنترنت، أدى إلى تحولات عميقة في مجال الصيرفة. فلقد ظهر في منتصف التسعينيات أول بنك افتراضي في الولايات المتحدة الأمريكية، ليتلاحق بروز مصارف من نفس النمط، وبصورة متسارعة، في مناطق أخرى من العالم، خاصة وأن تسيير الزبون الافتراضي (client virtuel) أقل تكلفة من تسيير الزبون التقليدي كما بينت ذلك الدراسات المتخصصة.

وهذا يميز بين نوعين من البنوك كلاهما يستخدم تقنية الصيرفة الإلكترونية :

البنوك الافتراضية:*

وتسمى أيضا بنوك الإلكترونية بنوك الإنترنت وهي تلك البنوك التي تستخدم الإنترنت كقناة للحصول على الخدمات المصرفية مثل : فتح حسابات الإبداع وتحويل الأموال و الحصول على الخدمات الجديدة و تعدد الإنترنت جوهر هذه البنوك وتعتبر بنوك الإنترنت مجال التنافس الرئيسي بين البنوك كما تحقق أرباحا تصل إلى ستة أضعاف

المصرف العادي ويعتبر مصرف "نت البنك" الأمريكي أول مصرف افتراضي على شبكة الانترنت بدأ عمله عام 1995¹

* البنوك الأرضية:

ويقصد بها المصارف التي تقدم خدمات تقليدية وخدمات الصيرفة الإلكترونية ويعود سبب انتشار المصارف الإلكترونية إلى أساسيين وهما:

- أهمية ودور الوساطة بفعل تزايد حركية التدفقات النقدية والمالية في مجال التجارة أو مجال الاستثمار والناجحة عن عوامة السوق .

- تطور المنظمة العالمية لاتصال التكنولوجي أو ما يعرف ب"الصدمة التكنولوجية"²

¹ ناظم محمد نوري الشمري وعبد الفتاح زهير عبد اللات ،"الصيرفة الالكترونية"، دار وائل للنشر، القاهرة، مصر، ط2000، ص:29.

² أحمد سفر، مرجع سابق، 2006، ص 158

I. 2-2/ مراحل تطور الصيرفة الإلكترونية

إن انتقال من المصرف التقليدي إلى العمل المصرفي الإلكتروني يتطلب عدة تغييرات في المصرف سواء على المستوى الداخلي أو الخارجي له، حيث يتخذ قرار الانتقال بعد إجراء دراسة سوقية متخصصة مع دراسة إمكانية البنك المادية و المالية في تغطية تكاليف هذا التغيير، كذلك العوامل المؤثرة في عملية الانتقال إلى العمل المصرفي الإلكتروني وما هي أهم اتجاهات التعامل مع البنوك على الإنترنت .

ويمكن تقسيم التطورات التي حدثت في مجال التطور التكنولوجي لقنوات الخدمات الإلكترونية إلى ثلاث مراحل يمكن عرضها كالتالي:

1-المرحلة الأولى :

بدأت بظهور الماكينات الصراف الآلي وربطها بشبكة الهاتف العمومي هذا ما أدى إلى إجراء عمليات مصرفية عن بعد دون تدخل بشري مصرفي مباشر، بحث بدأت تدخل شكلا لثورة في تطوير العمل المصرفي في بداية التسعينات وهي الآن من الوسائل المسلم بها لتسهيل وصول الزبون للمصرف على مدار 24 ساعة يوميا¹. وقد حققت هذه المرحلة العديد من الأهداف للبنوك أهمها: خفض الضغط على الفروع، وتحسين المنحة وتخفيض التكاليف وزيادة الأرباح

2-المرحلة الثانية :

وهي مرحلة ظهور بنوك الانترنت وتعتبر نقلة نوعية نحو البنوك الإلكترونية وبموجبها تم الانتقال من مرحلة البنوك التقليدية التي لها موقع مادي ممثلا في فروع على أرض الواقع إلى وجود افتراضي على شبكة الانترنت.²

3- المرحلة الثالثة:

وتتمحور هذه المرحلة حول استخدام النقود الالكترونية ، وتغلغلها تنتهي النسبة المتبقية من القيود الورقية المستخدمة والتي لا تقل عن 20/ من حجم القيود المتداولة والتي توفر على البنك موارد أخرى كفتح فروع واستخدام نظام مصرفي للمعالجة المصرفية الخلفية والنتيجة لهذا التداول في المراحل الثلاث نجد ان البنوك تقدم خدماتها عبر الانترنت بمختلف قنوات الاتصال المتاحة لها.

I. 3- الأطراف المشكلة للصيرفة الإلكترونية :

يعتبر البنك الإلكتروني مبنية بشكل كلي أو جزئي على عدة أطراف مشكلة له للقيام بأعماله ويمكن إبرازها كما يلي :

¹ -أحمد سفر، مرجع سابق،ص:176.

² -ناظم محمد نوري الشمري وعبد الفناح زهير عبد اللات، مرجع سابق ،ص:37

1- المصارف التقليدية :

وهي التي لم تتخطى بعد عتبة المصارف الإلكترونية ولكنها على الأقل تملك موقعا معلوماتيا حيث يعطي الموقع معلومات مثل: طبيعة الخدمات المقدمة ،سعر الفائدة ،أسعار الخدمات المقدمة ، إضافة إلى معلومات عن مجموع الوكالات المنتمية للبنك .

2- مصارف ثنائية النشاط:

وهي المصارف التي تقوم بعرض الخدمات بشكلها التقليدي وأيضا بشكلها الإلكتروني حيث تهدف تغزو أسواق جديدة نتيجة لعرضها كلا الخدمتين مع بعض

3- المصارف الافتراضية:

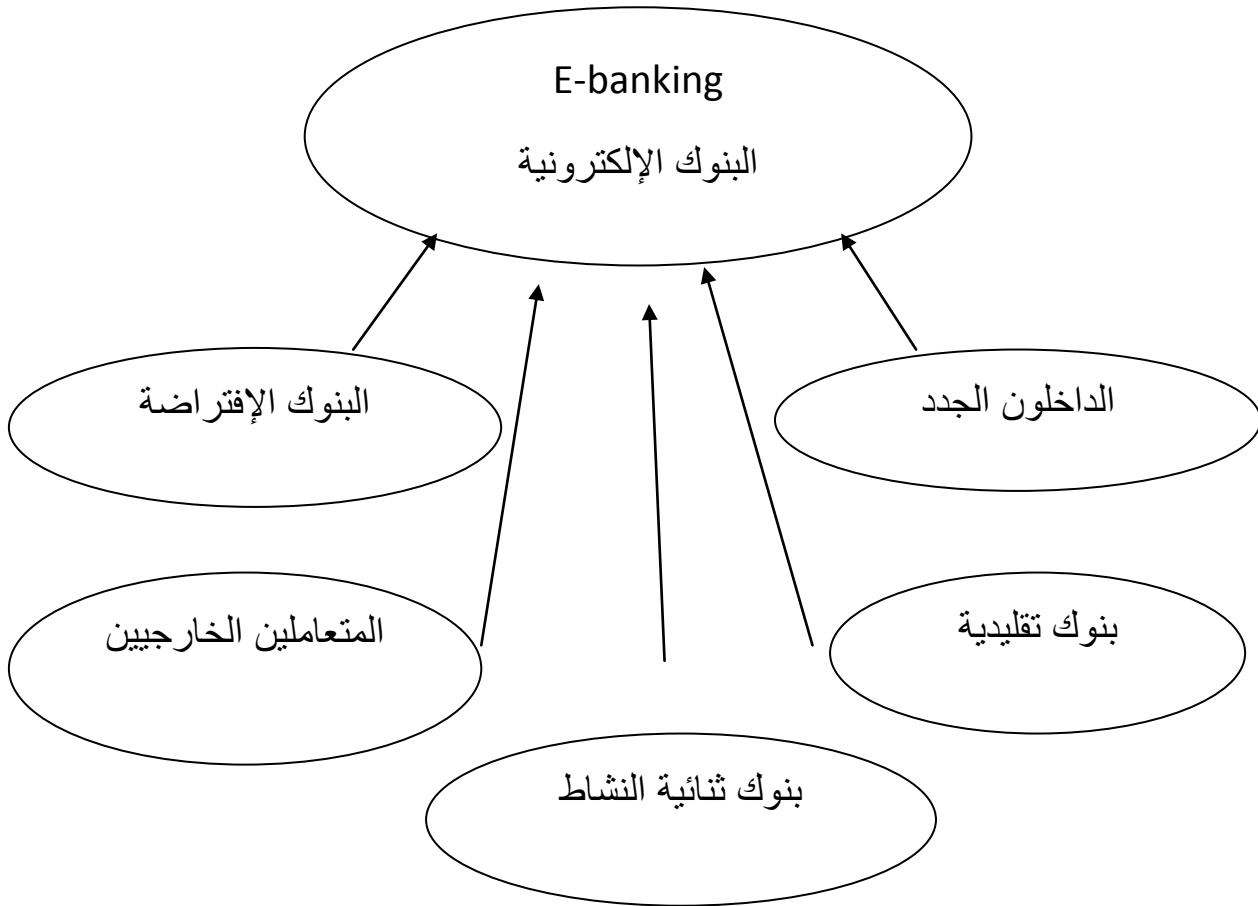
والتي تعتبر بنوك افتراضية بصفة كلية كونها لا تملك أي وكالة مصرفية ونجد في هذه الفئة نوعين من المصارف ، النوع الأول والتي تقترح عبر الانترنت خدمات مطابقة للخدمات التقليدية أما بالنسبة للنوع الثاني فنجد ما يسمى بالمتعاملين الخارجين أي تأسيس وكالات إلكترونية على الإنترنت خارج البلاد من أجل تقليص تكاليف تأسيس وكالة فعلية.

4- الداخولون الجدد في العالم المالي :

ويعثلون بشكل خاص في شركات التأمين وشركات التوزيع، والتي تبحث عن تنويع مكثف لنشاطها من أجل زيادة المردودية، غير أن هذه الفئة تكتفي حالياً بخدمات محدودة مثل: حسابات الادخار وقروض الاستهلاك

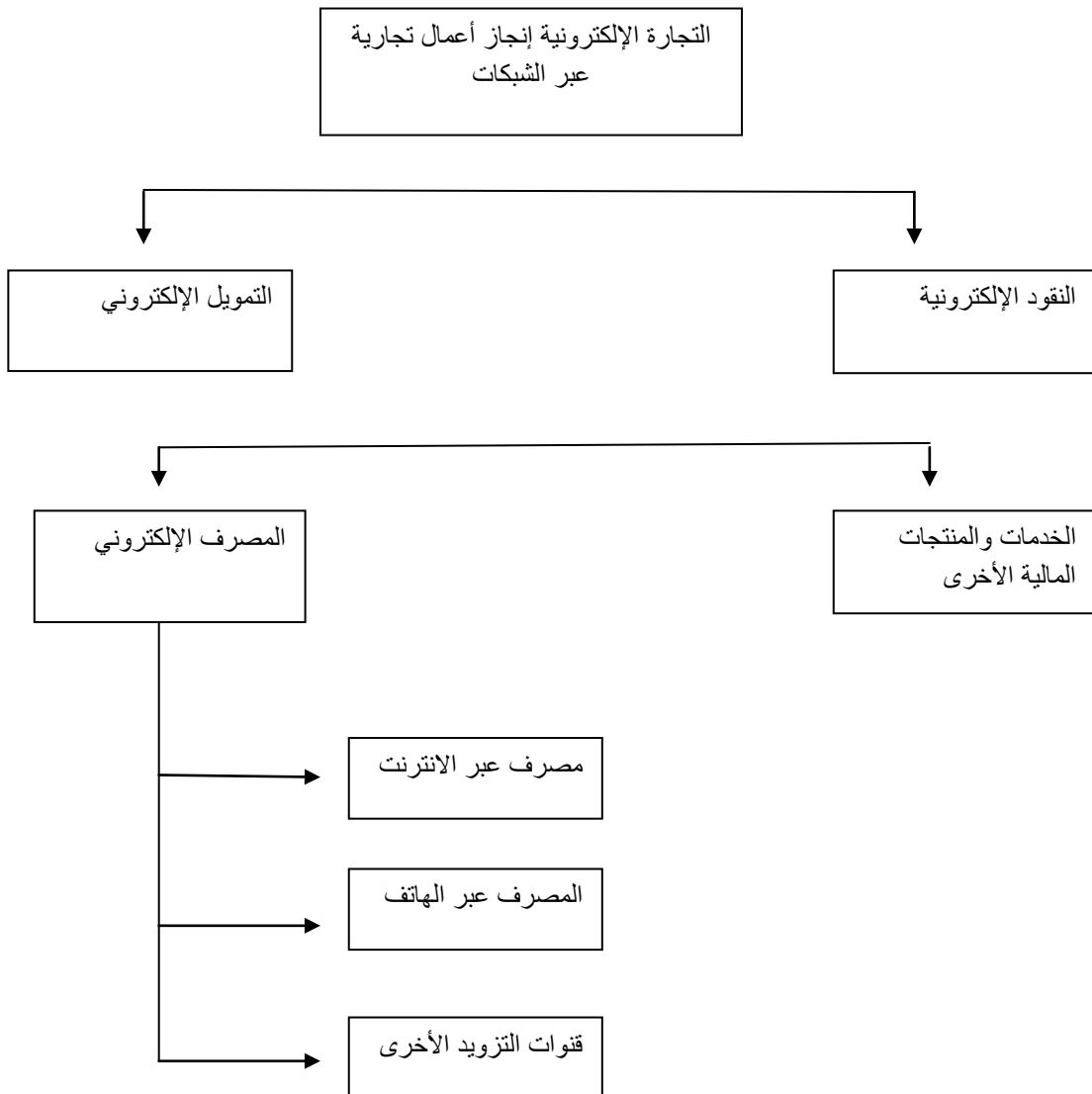
الشكل 1 يمثل الأطراف المشكلة الإلكترونية

المصدر: من إعداد طالبي الاعتماد على ما سبق.



إن عوامل نجاح هذه الأطراف تتمثل في خلق اسم تجاري يسهل تطبيقه في أذهان العملاء ، كما تخصيص البنوك الإلكترونية جزءا كبيرا من حجم انتشارها كتكاليف التسويق والاتصال، معتمدا في ذلك على الوعي الكافي للعملاء ومعرفتهم لمزايا البنوك الإلكترونية.¹

والشكل 2 يمثل المكونات الأساسية للبنوك الإلكترونية:



المصدر: صالح نصولي وأندريا شايختر، "تحديات المعاملات المصرفية الإلكترونية"، مجلة التمويل والتنمية، طرابلس، لبنان، العدد 2002، 3، ص: 48.

¹ - بن عابد محمد سمير وآخرون، "التكنولوجيا الإلكترونية البنكية ضرورة أو حتمية بالنسبة للمؤسسات المصرفية الجزائرية"، الملتقى الرابع، الجزائر، 2001، ص: 27.

I. 4/ مقومات العمل المصرفي الإلكتروني:

إن نجاح المصارف يتوقف على اختيار منافذ توزيع لتقدمته المصرفية بالشكل المناسب لكي تفي بحاجات ورغبات العميل ، وعادة ما تقوم المصارف بتوزيع خدماتها المصرفية من خلال عدة قنوات وتجدد الإشارة إلى أن هذه القنوات الإلكترونية تقدم من خلالها الخدمة المصرفية بشكل كامل من بداية اختيار الخدمة من قبل العميل ، مروراً بإجراءات إتمامها ، وانتهاءً بأدائها بشكل إلكتروني .

I. 1-4 ملامح المصارف الإلكترونية

وفقاً لدراسات العالمية وتحديدًا دراسات جهات الإشراف والرقابة الأمريكية و الأوروبية فإن هناك ثلاث صور أساسية للبنوك الإلكترونية على الإنترنت :

أ) الموقع المعلوماتي **Informational** :

وهو المستوى الأساسي للبنوك الإلكترونية أو ما يمكن تسميته بصورة الحد الأدنى من النشاط الإلكتروني المصرفي ، ومن خلاله فإن المصرف يقدم معلومات حول برامجه ومنتجاته وخدماته المصرفية ضمن موقع إلكتروني خاص به.¹ وينطوي هذا النوع من الخدمات على مخاطر متدنية نسبياً، بسبب عدم وجود قناة اتصال الكترونية عبر الإنترنت تمكن لأحدهم من الدخول إلى الشبكة وأنظمة المعلومات الداخلية للمصرف والعبث بها²

ب) الموقع التفاعلي أو الاتصالي **Communicative**

بحيث يسمح الموقع بتنوع ما بين التبادل الاتصالي بين المصرف وعملائه ، كاستخدام البريد الإلكتروني وتعبئة الطلبات أو النماذج على الخط أو تعديل معلومات القيود والحسابات³ وتقديم طلب الحصول على تسهيلات ائتمانية وغيرها ، وينطوي هذا النوع من الخدمات على مخاطر أعلى .

ج) الموقع التبادلي **Transactionall**

وهذا هو المستوى الذي يمكن القول فيه أن المصرف يمارس خدماته وأنشطته في بيئة إلكترونية ، حيث تكمن هذه الصورة بسماع الزبون للوصول إلى حساباته وإدارته وإجراء التدفقات النقدية والوفاء بقيمة الفواتير وإجراء كافة الخدمات الاستعلامية وإجراء تحويلات بين حساباته داخل المصرف أو مع جهات خارجية ، ويعتبر هذا النوع الأكثر خطورة على الإطلاق حيث يشكل تهديداً للمصرف من طرف قراصنة بنوك الإنترنت بالدخول إلى أنظمة المعلومات الداخلية للمصرف وتعطيلها أو سرقة أموالها⁴

¹ - منير الجنيهي وممدوح الجنيهي، "البنوك الإلكترونية" دار الفكر الجامعي للنشر، الإسكندرية، مصر، ط، 2005، ص 13-14.

² - عرب يونس، "البنوك الإلكترونية"، الفكرة وخيارات القبول والرفض، "مجلة البنوك"، عمان، الأردن، عدد 2006، 3، ص: 24.

³ أديب قاسم شذى، "الصيرفة الإلكترونية"، مجلة كلية واسط للعلوم الاقتصادية، واسط، العراق، عدد 27.

⁴ -- منير الجنيهي وممدوح الجنيهي، مرجع سبق ذكره، ص: 95.

إن غالبية البنوك في العالم قد أنشأت بشكل أو بآخر مواقع معلوماتية تعد من قبيل المواقع الدعائية ، واتجهت معظم المواقع إلى استخدام بعض الوسائل الاتصالية التفاعلية مع الزبون على عكس المواقع التبادلية التي لا تزال اتجاهات البنوك نحوها تخضع لاعتبارات عديدة.

I. 4-2/ البنية الأساسية للعمل المصرفي الإلكتروني :

عن أي خطوة نحو الولوج لممارسة عمل الصيرفة الإلكترونية تتطلب مجموعة من البنى الأساسية لنمائها وحسن سيرها وضمن سلامة نشاطها داخل البيئة المصرفية الإلكترونية ومن أهم هذه البنى ما يلي:

1- البنية التقنية :

تعد البنى التحتية التقنية في مقدمة متطلبات الصيرفة الإلكترونية وبالعموم أي مشروعات تقنية، والبنى التحتية التقنية للصيرفة الإلكترونية ليست ولا يمكن أن تكون معزولة عن بنى الاتصالات وتقنية المعلومات لأي بلد، ذلك أن الصيرفة الإلكترونية، تحيا في بيئة الأعمال الإلكترونية و التجارة الإلكترونية ومتطلب الرئيسي لضمان أعمال إلكترونية ناجحة وكذلك ضمان دخول آمن وسلس لعصر المعلوماتية وسلامة سياسة السوق الاتصالي، وتحديد السياسة السعرية مقابل خدمات الربط بشبكة الانترنت و متانتها فلا تحيا الشبكة وأعمالها دون تزايد أعداد المشتركين الذين يعوقهم كلفة الاتصال وجودتها وهذه العناصر تمثل أهم تحد أمام أعمال الصيرفة الإلكترونية

كما أن فعالية و سلامة بنى الاتصالات تقوم على سلامة التنظيم الاستثماري ، وكفاءة وفعالية التنظيم القانوني لقطاع الاتصالات ، وبقدر ما تسود معايير التعامل السليم مع هذه العناصر يتحقق توفير أهم دعامة للتعامل المصرفي الإلكتروني ، بل وللبناء قوي التعامل مع عصر المعلومات¹

2- التكنولوجيا الحديثة للعمليات المصرفية:

لعل ما يميز العمل المصرفي في عصر العولمة المالية هو تفاقم دور التكنولوجيا المصرفية والسعي وراء تحقيق الاستفادة القصوى من فوائد تكنولوجيا المعلومات ، من أجل ترقية وتطوير وسائل تقديم الخدمة المصرفية بما يتوافق بالصناعة المصرفية في القرن الواحد والعشرين²

ويعتبر الجهاز المصرفي هو الأكثر استفادة من المتغيرات والتطورات المتسارعة، وذلك نتيجة لارتفاع حدة المنافسة بين مكوناته و التي تستدعي مسايرة هذا التطور والتوسيع في استخدام أدوات العصرية وزيادة حجم الإستثماراتها في تقنيات النظم وتكنولوجيا المعلومات و الاتصالات ، ولكي تتمكن المصارف من تنفيذ أنشطتها وتحقيق أهدافها بكفاءة وفعالية فلا بد لها من تطوير أنظمتها المعلوماتية بصورة ملائمة

¹ -يوسف مسعودي ،"البنوك الإلكترونية"، ملتقى المنظومة المصرفية الجزائرية "،البيدة، الجزائر، 2000،ص:5.

² -مدحت منصور ،دور تكنولوجيا المعلومات في تطوير الخدمات المصرفية " مصر ،العدد 2000،2،ص:7.

بحيث تكون قادرة على تحقيق الخصائص التالية: ¹

* الحدّاءة ومواكبة التطورات المتسارعة الناتجة عن الإبداع التكنولوجي المتواصل في مجال التقنية وتكنولوجيا المعلومات واستخداماتها المصرفية .

* سهولة الاستخدام والسرعة في إنجاز العمليات .

* القدرة على تحقيق درجة عالية من الدقة و الوثوقية في المعلومات التي تقدمها.

وهنا يجب التأكيد على أن تكنولوجيا الحديثة بكافة أشكالها ليست العنصر الأساسي للنجاح وليست الوحيدة لضمان سرعة أداء الخدمات المصرفية التي توفرها للزبائن ، ولكن هناك العنصر البشري الذي له في عملية تقييم الخدمات المالية و المصرفية.

3-الكوادر البشرية المؤهلة للعمل المصرفي الإلكتروني :

يعد العنصر البشري من الركائز الأساسية للارتقاء بالأداء المصرفي على اعتبار أن الكفاءة في الأداء هي الفاصل ما بين المصارف فمهما تنوعت مصارف الكفاءة يظل العامل البشري وراءها

كما أن بناء بنية تحتية لتكنولوجيا معلومات عالية وقوية و متكاملة تتطلب بناء قاعدة بشرية مدربة وكفؤة وذات مواصفات تأهيلية مناسبة قادرة على استخدام تكنولوجيا المعلومات والبرمجيات والمعادات و الاتصالات وذلك لضمان قيام الموظفين بمسؤوليتهم بطريقة متجانسة وتحسين فعاليات العمليات وإنتاجيتها وتعزيز مخرجاتها وذلك من خلال مراعاة ما يلي: ²

* انتقاء الأفراد الذين يتم استخدام للعمل وفقا لمعايير متعددة منها الشهادة، الخبرة ، المهارات المتعلقة بفهم الأساليب التكنولوجية الحديثة ، القدرة على معالجة المعلومات

* تأهيل وتدريب ما هو موجود من الموظفين على كافة الوسائل التكنولوجية الحديثة بالشكل الذي يعزز من قدرتهم وكفاءتهم في إنجاز أعمالهم.

* الاستعانة بمكاتب الاستشارة و الدولية في تدريب الإطارات المصرفية على استخدام أحدث النظم مصرفية . ³

* القيام من خلال البرمجيات بمراقبة الأداء ومحاولة تطويره إلى الأفضل وتشخيص نقاط الإخفاق ومعالجتها بأسرع ما يمكن .

¹ -رضا القطناني وخالد ممدوح "أثر خصائص البيئة التقنية والتكنولوجية "مجلة المنارة، القدس فلسطين، عدد2007،2،ص:21.

² -الصميدعي وآخرون، "البنوك الإلكترونية،مجلة العلوم الإدارية الجامعة الإسلامية غزة فلسطين، عدد2008،1،ص:63-64..

³ -محمد كريباج، البنوك الإلكترونية، دار النهضة العربية، لبنان، 2000،ص:115.

*وضع نموذج لتقييم العنصر البشري من خلال عدة معايير في تأخذ في اعتبارها أداء الوحدة ودوره في تحقيق هذه النتائج.

*استمرارية تدريب العاملين على كيفية إدارة الحوار والمداولات بشكل الذي يساعد على تعزيز قدراتهم .

*وضع البرمجيات الأزمة الخاصة بكيفية التعامل مع الزبائن وكيفية فهم التطورات المحيطة بالسوق و المنافسة

*إنشاء المعاهد المتخصصة وتطوير البحث العلمي في ميدان الخدمة المصرفية.

4-التطوير والمتابعة :

يتقدم عنصر التطوير والمتابعة على العديد من عناصر متطلبات بناء المصارف الإلكترونية وعليه يعتبر التطوير والأداء في المجال أمرا مهما من أجل العمل المصرفي الإلكتروني القادر على اقتحام الأسلوب الجديد في نظام المعلومات الإلكترونية الذي يركز على تخطيط،تنظيم ، التوجيه ،التنسيق والرقابة .

5-الوعي والثقافة المجتمعية للعمليات المصرفية الإلكترونية :

تلعب الثقافة والمعرفة بالصيرفة الإلكترونية دورا هاما في انتشارها وتطورها لاسيما بين المؤسسات التجارية والقطاعات الإنتاجية ، ويعد مستوى التعليم ونوعيته في أي بلد وسيلة مهمة في نشر الثقافة والاستخدام الإلكتروني على الصعيد العام،وعلى العكس فإن غياب هذه الثقافة سيؤدي إلى بروز عدد من المشكلات أهمها¹

➤ عدم الثقة في التعامل عبر الوسائل الإلكترونية وارتفاع المخاطر التي تواجهها بيئة التكنولوجيا المصرفية ومخاطر الاتصال بشبكة الانترنت.

➤ مقاومة التغيير من قبل العاملين وارتباطهم بالعمل التقليدي السابق.

6-الشراكة والتكامل للعمليات المصرفية الإلكترونية :

إن ازدياد المنافسة بين المؤسسات المالية والمصرفية أصبح أمرا واقعا ولا يمكن تجاهله في ظل موجة العولمة المتسارعة ،مما فرض على السعي نحو الاندماج مع بعضها البعض لخلق كيانات مصرفية كبيرة قادرة على التغلب على المصاعب التي تواجهها ولعل من أهم الأسباب التي دعت إلى ذلك:²

➤ انخفاض العائد المتحقق من الأنشطة المصرفية التقليدية والتي تتجه نحو الانكماش .

➤ الاستفادة من مزايا الإنتاج الكبير وتحقيق معدل تركيز عالي في الأسواق المصرفية ،مما سيزيد دعم الثقة أكثر من طرف العملاء والارتقاء بمستوى الجودة للخدمات المصرفية.

➤ الاستفادة من الانتشار الجغرافي وتحقيق التوازن بين الفروع ذات فائض و الأخرى ذات العجز .

1-العبدلي العابد،"التجارة الإلكترونية في الدول الإسلامية"،ورقة عمل مقدمة ضمن مؤتمر عالمي الثالث لإقتصاد الإسلامي ،مكة المكرمة 2005،ص:46.

2-عبد العظيم عبد المطلب،البنوك الشاملة ،الدار الجامعية للنشر ،الإسكندرية ،مصر 2000،ص:62.

➤ تخفيض التكاليف الرقابة والمتابعة والإعلان والدعاية وغيرها.

➤ التوسيع في استخدام الأدوات المصرفية الحديثة.

وبالإضافة إلى ما سبق تبين أن هناك أسباب أخرى تدعم عمليات الشراكة و التكامل للعمليات المصرفية الإلكترونية وهي :

➤ أن مشاريع الاندماج والمشاركة والتعاون المعلوماتية من المشاريع الأزمة لبقاء و صمود المصارف ومواجهة متطلبات التجارة ونظم الدفع الإلكترونية

➤ إن التكامل بين الخدمات المصرفية يؤدي إلى زيادة كفاءة الخدمات المقدمة وذلك تبعاً لتعدد القنوات التكنولوجية التي تتقدم من خلالها .

➤ إبرام العقود و الاتفاقيات مع شركات التكنولوجيا يؤدي إلى تطوير و رفع كفاءة العمليات المصرفية الإلكترونية

7- وسائل الحماية والأمان للعمليات المصرفية الإلكترونية :

يعتبر مفهوم الحماية والامان أحد المكونات التقنية لتكنولوجيا المعلومات التي تستند عليها العمليات المصرفية الإلكترونية بشكل أساسي لتوفير إجراءات الأمن المادي و المنطقي لحماية الأجهزة والمعدات (Hardware) والبرمجيات (Software) والشبكات (Net) وقواعد البيانات (Data Base)

ووضع حالات الوصول غير المصرح بها ،وعليه فإن أمن المعلومات الموجودة لدى المصرف هي الهدف الأكبر وهي الأساس لثقة العملاء فيه وتمثل عمليات الحفاظ على أمن المعلومات في سرية المعلومات وحفظها وسلامة تلك البيانات والمعلومات من الاستمرارية في عملها والقدرة على إثبات قيام الأشخاص بالتصرفات التي قاموا بها¹

ا. 4-3/ مقومات العمل المصرفي:

أولاً: الصراف الآلي:

هو جهاز يعمل أوتوماتيكياً لخدمة العملاء دون تدخل العنصر البشري ضمن برامج معدة سلفاً تلبي العديد من الحاجات المصرفية لصالح العملاء على مدار 24/24 ساعة وذلك من خلال بطاقة الصراف الآلي وهي بطاقة بلاستيكية بمواصفات معينة تصدر عن البنك وتوضع تحت تصرف العميل بناءً على طلب منه ، وتحمل هذه البطاقة بالإضافة إلى معلومات عن العميل وحسابه رقم سري يعرفه ويحدده حاملها فقط.

وهي أكثر الخدمات الإلكترونية انتشاراً ،حيث توفرها البنوك في معظم فروعها بهدف تخفيض ضغط العمل وتجنب الإجراءات الإدارية وتلبية حاجات العملاء المالية بعد أوقات العمل وجمال العطل .والصراف الآلي وسيلة تستخدم

¹ -عبد الرزاق خليل ،"الصناعة المصرفية العربية وتحديات اتفاقية بازل2"الملتقى الدولي حول إشكالية بروز الصناعة المصرفية،جامعة باجي المختار ،عناية الجزائر،2004،ص:6

في العديد من العمليات المصرفية التقليدية وغير تقليدية مثل السحب أو الإيداع النقدي، الاستفسار عن الرصيد، تحويل الأموال بين الحسابات لنفس الشخص أو مستفيد آخر، والسحب التقليدي باستخدام بطاقات الائتمان وغيرها¹

وقد بدأ استخدام هذه الآلات بالشكل المتعارف عليه سنة 1968 بإحدى فروع البنك (BARCLAY) بالمملكة البريطانية المتحدة، وكانت وتتيح فقط للعملاء خدمة السحب النقدي، وعقب النجاح الذي صادفته تلك الآلات بدأ تطبيقها في الولايات المتحدة الأمريكية بواسطة بنك (first national) ثم انتشرت آلات الصرف الآلي في مختلف أرجاء العالم، خاصة بعد دخول الشركة (IBAM) للحسابات الآلية في مجال التصنيع تلك الآلات.

1- الخدمات التي يقدمها الصراف الآلي :

- السحب من حالات الطلب والتوفير نقدا وهذا بالعملة المحلية.
- الإيداع بالحسابات نقدا.
- التحويلات من حساب لآخر.
- الاستفسار عن الرصيد.
- طلب دفتر شيكات.
- طلب كشف الحسابات.
- تسديد بعض فواتير الخدمات..

ثانيا: الصيرفة عبر الهاتف المحمول (الصيرفة المحمولة): " Mobile Banking "

إن انتشار الهواتف النقالة أدى إلى تطور الخدمات التي يمكن أن تقدمها بسرعة فائقة، خاصة منها المصرفية. والخدمات المصرفية التي تتاح من خلال الهاتف المحمول وتشبه الخدمات التي تقدم عبر الهاتف الثابت، ولكنها تمتاز عنها بأنها تكون عبر بيانات ونص مكتوب، فتقوم هذه القناة بتزويد الزبون بالخدمة المصرفية في أي مكان وفي أي وقت من خلال استخدام العميل لرقمه السري الذي يتيح له الدخول إلى حسابه والاستفادة من الخدمات التالية :

الاستعلام عن الأرصدة؛ الإطلاع على عروض المصارف الأخرى؛ الاستشارات والنصائح بشأن القروض والتسهيلات؛ تحويل الأرصدة من حساب إلى آخر؛ الاستعلام عن أسعار العملات و الفوائد.

¹ - طارق طه، "إدارة البنوك في بيئة العولمة والانترنت"، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، مصر، 2007، ص: 266-267.

* ومنذ انطلاق الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول جرى تطور مذهل وكبير في مجال توظيف وسائط وبرتوكولات الإيصال وتبادل المعلومات في البيئة المصرفية

ثالثاً: خدمة الهاتف المصرفي: "Phone Banking"

تستخدم البنوك خدمة الهاتف المصرفي لتفادي صفوف العملاء في الاستفسار عن حساباتهم و مختلف الخدمات المصرفية الأخرى، وتتيح هذه الخدمة للعميل إجراء عمليات متعددة منها: الخدمات الاستعلامية ؛ تحويل المبالغ المالية من حساب إلى حساب آخر عبر الإنترنت ؛ طلب كشف الحساب ؛ شراء الأوراق المالية؛ متابعة سوق الأسهم .

تستمر هذه الخدمة يوميا ولمدة 24 ساعة ، وتعتمد على شبكة تربط فروع البنك الواحد ككل ؛ والاتصال بفروع البنك يكون برقم موحد بينهما.

- وقد استفادة البنوك وكذلك العملاء من هذه الخدمة ، فأصبحت هناك مراكز متخصصة للاتصال لخدمة العملاء ، مما يوفر عليها الكثير من الخدمات التي تستغرق منها ومن العميل وقتا كبيرا ، زيادة على الاقتصاد في التكلفة ؛ وتطورت هذه الخدمات لاسيما في الدول المتقدمة وأصبح العميل يشعر بخصوصيته مع البنك الذي يتعامل معه ، فساعدت هذه المراكز على نمو علاقة خاصة بين العميل والمصرف ، وازدادت هذه الخدمات تطورا وذلك بإدخال البريد التلقائي لردّ على مكالمات العملاء.

رابعاً: الصيرفة المنزلية: "Home Banking"

وتمثل تلك الخدمات المصرفية التي تتم من خلال الحاسوب الشخصي المتواجد بالمنزل ، أو مقر العمل أو في أي مكان آخر يتواجد به العميل ، ويتصل بحاسوب المصرف فيتمكن من خلاله العميل الحصول على خدمات تقريبا نفسها التي يحصل عليها من خلال الهاتف المحمول.¹

خامساً: الصيرفة عبر الإنترنت (بنوك الإنترنت): "Internet Banks"

تعد بنوك الإنترنت الأعم ولأشمل والأيسر، والأكثر أهمية في مجال قنوات توزيع الخدمات المصرفية الإلكترونية، وذلك بفضل اتساع شبكة الإنترنت والزيادة اليومية لعدد مستخدميها.¹

¹ - عبد الرحيم الشحات، " المخاطر المالية في نظم المدفوعات في التجارة الإلكترونية "، مجلة الباحث ، العدد (02) ، جامعة الملك عبد العزيز ، 2007 ، ص 50

- وتقدم بنوك الإنترنت جميع النشاطات المصرفية التي تقوم بها المصارف التقليدية مثل : الإطلاع على الرصيد ؛ تحويل الأموال تسديد الفواتير ، وغيره من النشاطات²
- ❖ كما تقدم خدمات أخرى متقدمة مثل :
- ✓ - عمليات الدفع الإلكتروني ؛
- ✓ - الإطلاع على صور الشيكات والفواتير ؛
- ✓ - التأمين على الحياة وعلى الممتلكات الشخصية والتجارية ؛
- ✓ - تجارة الأوراق المالية .

■ ومن خلال ما سبق نرى أن الصيرفة عبر الإنترنت توفر خدمات حديثة ومتنوعة للعميل ، وتتيح له الحصول عليها حيثما يريد ومتى يريد ذلك ، وهي بالتالي توفر له الراحة والأموال ، كما أن للزبون قدرة أوسع في اختيار البنك والخدمات المناسبة له نظرا لتوفر المعلومات ، وسهولة الحصول عليها .

سادسا: خدمات نقاط البيع الإلكترونية: "Point of sale Services"

وتشمل أنواع متعددة من الخدمات المالية للدفع الآلي في المحلات التجارية مثل : ضمان الصكوك والدفع والقيود المباشر عن طريق التحويل الإلكتروني من حساب المشتري إلى حساب التاجر باستخدام بطاقة العميل والجهاز الموجود لدى التاجر.³

1. 5/عوامل انتشار الصيرفة الإلكترونية ومعوقاتهما:

1. 5-1-أهمية العمل المصرفي الإلكتروني:

إن البنوك الغير الإلكترونية تقدم جزءا من الحلول لمشكلات الزبون لكنها لا تقدم حولا جزئية بكلفة عالية، فإذا علمنا أن التنافس في سوق العمل المصرفي على أشد عنوانه الخدمة الشاملة والأسرع بكلفة أقل ، فهذا يعطي انطباعا بأن البنوك الإلكترونية تعتبر فرصة لتحقيق معدلات أفضل للمنافسة والبقاء في السوق، وببساطة فإن الظن أن العمل المصرفي الإلكتروني مجرد إدارة للعمليات المصرفية والحسابات المالية ظن خاطئ لأنها تقنية تتيح للزبون بذاته أن يدير مثل هذه الأعمال لذا فإن وجود البنوك الإلكترونية مرهون بقدرته على تحويل موقع للمعلومة ومكان

¹ - ناظم محمد نوري الشمري ، عبد الفتاح زهير العبد اللات ، "الصيرفة الإلكترونية (الأدوات والتطبيقات ومعوقات التوسع) "، الطبعة الأولى ، دار وائل لنشر والتوزيع ، الأردن ، 2008 ، ص28

² - تطار محمد منصف ، "الصيرفة الإلكترونية والجهاز المصرفي الجزائري" ،مجلة الباحث، العدد(2) جامعة بسكرة، 2002، ص07

³ - نبيل ذانون حاسم ، "معوقات تطبيق الصيرفة الإلكترونية في القطاع المصرفي الحكومي " ، العدد (25) ، جامعة العراق ، 2010 ، ص 07.

للحل مبني على المعلومة الصحيحة والشفافة ، كما أنه مؤسسة للمنشور، ولفتح آفاق العمل، كما انه مكان لفرص الاستثمار وإدارتها وهو أيضا مكان لإدارة المتميزة التي تلي حاجيات الزبون مهما اختلفت¹ كما أن الاتجاه نحو النقدي الإلكتروني المصاحب لمواقع التجارة والأعمال الإلكترونية يقدم مبررا لإنشاء بنوك الكترونية، فشركات التامين ، النفط، الطيران، الفنادق، تتجه بخطوات نحو عمليات الدفع عبر الخط أو الدفع الإلكتروني ، وهي عمليات تستلزم وجود حسابات بنكية أو حسابات التحويل ونحوها، وترك الساحة دون تواجدها يعني دفع القطاعات المشار إليها إلى ممارسة أعمال مالية على الخط لسد احتياجاتها التي لا يوفرها الجهاز المصرفي المتخصص.

1. 5-2- مزايَا ومخاطر العمل المصرفي الإلكتروني:

أدى النمو الكبير في أنشطة العمليات المصرفية الإلكترونية إلى خلق تحديات جديدة أمام البنوك والجهات الرقابية في ضوء افتقار الإدارة و العاملين بالبنوك إلى الخبرة الكافية لملاحقة التطورات المتسارعة في التكنولوجيا الاتصالات، هذا بالإضافة إلى تصاعد إمكانيات الاحتيال والغش على الشبكات المفتوحة مثل الانترنت ، نتيجة لغياب الممارسات التقليدية والتي كان يتم من خلالها التأكد من هوية العميل وشرعيته لهذا فقد أشارت لجنة بازل للرقابة المصرفية إلى أهمية قيام البنوك بوضع سياسات والإجراءات التي تتيح إدارة المخاطر العمل المصرفي الإلكتروني من خلال تقييمها والرقابة عليها ومتابعتها ، كما أصدرت خلال مارس 1998 ومايو 2001 مبادئ لإدارة المخاطر

أولاً: المزايا

ومن مزاياها نذكر ما يلي:

أ- إمكانية الوصول إلى قاعدة أوسع من العملاء:

يتميز البنك الإلكتروني بالوصول إلى قاعدة عريضة من العملاء عبر العالم دون التقيد بالمكان والزمان حيث نجد طالبي الخدمات المصرفية السريعة ولعل غالبيتهم يعملون بالتجارة الإلكترونية فهذه الأخيرة ألغت كل الحدود الجغرافية بين الدول وكذلك عامل الوقت الذي كان يعيق الكثير من المعاملات التجارية الدولية وهذا لان البنك الإلكتروني يسمح بتقديم أي خدمة للعميل دون بدل أي جهد أو وقت

ب- تقديم خدمات مصرفية كاملة وجديدة:

¹ -نادية عبد الرحيم،"تطور الخدمات المصرفية ودورها في تفعيل النشاط الاقتصادي"، رسالة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير ، جامعة الجزائر، 2011، 3، ص: 79.

تقدم البنوك الالكترونية نفس الخدمات التي تقدمها البنوك التقليدية المعروفة ولكن مع انتشار التجارة الالكترونية عبر العالم أصبح هناك عمليات مصرفية جديدة ومتطورة لا يمكن للبنوك التقليدية تقديمها على عكس البنوك الالكترونية التي توفرها بأقل وقت وثمان.

ج- خفض تكاليف التشغيل:

لعل أن البنوك التقليدية عندما تريد فتح أي فرع جديد لها يستدعي تكاليف كبيرة من أجل ذلك سواء للعقار أو للعمل مما يدفعها لزيادة الأرباح من أجل تغطية التكاليف أما في حالة البنوك الالكترونية فمصاريف التشغيل تعتبر معدومة نهائيا ، وعليه فخفض مصاريف التشغيل تعد إحدى أهم المميزات التي تتميز بها البنوك الالكترونية عن البنوك التقليدية العادية .

د-زيادة كفاءة البنوك الالكترونية :

طبيعة عمل البنوك الالكترونية توفر لها السرعة في الانجاز كافة العمليات عن البنوك التقليدية ، فدخل العميل إلى موقع البنك الالكتروني أسهل بكثير فيجد أنه قضى مختلف الخدمات التي يريدتها في بضع ثوان على عكس أن ينتقل العميل إلى موقع البنك التقليدي وينتظر ساعات حتى تنجز العمليات المصرفية .

ونجد أخرى في البنوك الالكترونية أن في حال كان الرصيد أحد العملاء مرتفعا يقوم البنك بالاتصال بينه و بين العميل بعرض بعض المشروعات التي تمكنه من الاستثمار بعض امواله يعود بالفائدة عليه وعلى البنك في نفس الوقت¹

هـ - خدمات البطاقات:

توفر البنوك الالكترونية خدمات متميزة لرجال الأعمال والعملاء ذوي المستوى المرموق مثل خدمات ساميا الماسية وذهبية على شكل بطاقة الائتمان وبخصم خاص، ومن هذه البطاقات بطاقة سوني التي تمكن العميل من استخدامها في أكثر من 18 مليون من اكبر الأماكن، تشتمل على خدمات مجانية على مدار الساعة برقم خاص بخدمة مراكز الأعمال .

بالإضافة إلى المزايا الممنوحة للعملاء المتمثلة في :

- يتيح للعملاء فرصة التعرف على حساباتهم في المصرف ومراجعتها .
- العلاقة بين العميل والبنك تأخذ شكلا آخر حيث يتم التعامل بينهم عن بعد مما يوفر للعملاء وللبنك الكثير من الوقت والجهد والكلفة
- يتيح للعملاء فرص لتسديد الالتزامات التي عليهم بطريقة الكترونية .

¹- منير محمد الجنيبي، ممدوح محمد الجنيبي، البنوك الالكترونية، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2006، ص: 15-16-17-18.

➤ يتيح فرصة للعملاء للقيام بعمليات تحويل الأموال للداخل والخارج دفع أثمان السلع وتوجيه رأسمال نحو المجالات الاستثمارية المختلفة .

ومع اتساع وتطور استخدام شبكة الانترنت سيتمكن العملاء من مقابلة موظفي البنك الإلكتروني وعقد اجتماعات معهم على شبكة الإنترنت والحصول على أجوبة لكافة استفساراتهم وتشير بعض الدراسات إلى أن الخدمات المصرفية التي يقدمها البنك الإلكتروني أصبحت تحل محل الخدمات التقليدية بنسبة 60/ وقد وصل العائد من تلك الخدمات إلى 13/ من داخل المصارف حالياً¹

ثانياً: مخاطر الصيرفة الإلكترونية:

إن التطور التقني في الصناعة المصرفية من ناحية، والتطور في استخدام الوسائل الإلكترونية والأموال الإلكترونية من ناحية أخرى، أدى إلى زيادة الخدمات المصرفية المقدمة من قبل المصارف، وزيادة تعقيد العمليات المصرفية في سوق سمته المنافسة الشديدة. وللمقابلة هذا التطور والمخاطر المرتبطة به أصبح من الضروري مراقبة مستوى المخاطر التي تحيط بالعمل ووضع الإجراءات الرقابية اللازمة للسيطرة على الآثار السلبية لهذه المخاطر وإدارتها بطريقة سليمة.

ففي ممارسة المصارف لأعمالها الإلكترونية تواجه مخاطر يترتب عنها خسائر مالية، ومن هذه المخاطر يمكن تصنيفها ضمن مجموعات مختلفة تتمثل فيما يلي²:

➤ **المخاطر التقنية:** تحدث هذه المخاطر من احتمال الخسارة الناتجة عن خلل في شمولية النظام أو من أخطاء العملاء، أو من برنامج إلكتروني غير ملائم للصيرفة والأموال الإلكترونية .

➤ **مخاطر الاحتيال :** وتتمثل في تقليد برامج الحواسيب الإلكترونية أو تزوير معلومات مطابقة للبرامج الإلكترونية، أو تعديل بعض المعلومات بخصوص الأموال الإلكترونية .

➤ **مخاطر ناتجة عن سوء عمل النظام الإلكتروني :** قد ينشأ الخطر من سوء استخدام هذا النظام، أو سوء مراقبة البرامج في حد ذاتها .

➤ **مخاطر قانونية :** تحدث المخاطر القانونية عندما لا يحترم المصرف القواعد القانونية والتشريعات المنصوص عليها، أو عندما لا تكون هناك نظم قانونية واضحة ودقيقة بخصوص عمليات مصرفية جديدة، وتبرز أهم التحديات القانونية المتمثلة في تحدي قبول القانون للتعاقدات الإلكترونية، حجيتها في الإثبات، أمن المعلومات، وسائل الدفع، التحديات الضريبية، إثبات الشخصية، التوقيع

¹-د يوسف حسن يوسف ، البنوك الإلكترونية،المركز القومي للإصدارات ، القاهرة،الطبعة1، 2012، ص:122- 123.

²-منير الجنيهي، مرجع سابق، ص:84.

➤ الإلكترونية، أنظمة الدفع النقدي، المال الرقمي أو الإلكتروني، سرية المعلومات، أمن المعلومات من مخاطر إجرام التقنية العالية، خصوصية العميل، المسؤولية عن الأخطاء والمخاطر، حجية المراسلات الإلكترونية، التعاقدات المصرفية الإلكترونية، مسائل الملكية الفكرية لبرمجيات وقواعد معلومات المصرف أو المستخدمة من موقع المصرف أو المرتبطة بها، علاقات وتعاقدات المصرف مع الجهات المزودة للتقنية أو المورد لخدماتها أو مع المواقع الخليفة مشاريع الاندماج والمشاركة والتعاون المعلوماتية¹.

➤ **مخاطر فجائية** : مثل هذه المخاطر تؤدي إلى مشاكل في السيولة وفي سياسة القروض المصرفية، حيث أن فشل المشاركين في نظام نقل الأموال الإلكترونية أو في سوق الأوراق المالية بشكل عام في تنفيذ التزاماتهم - الدفع و التسديد - يؤدي غالباً إلى توتر قدرة مشارك أو مشاركين آخرين للقيام بدورهم في تنفيذ التزاماتهم في موعدها، وهذا ما يؤدي إلى توتر العلاقات وزعزعت الاستقرار المالي في السوق .

➤ **مخاطر تكنولوجية** : ترتبط المخاطر بالتغيرات التكنولوجية السريعة، وإن عدم إلمام موظفي المصارف بالاستخدام الأمثل للتكنولوجيا الحديثة يؤدي إلى القصور في أداء العمليات الإلكترونية بشكل صحيح .

¹-نادر الفرد قاحوش، " العمل المصرفي عبر الإنترنت"،الدار العربية للعلوم"،بيروت ، لبنان ط2001،،1، ص:84.

I . 6- أنظمة الدفع الإلكتروني:

I . 6-1- ماهية التجارة الإلكترونية:

أولا: مفهوم التجارة الإلكترونية:

يعد مصطلح التجارة الإلكترونية مصطلحا جديدا في عالم الاقتصاد، وتعد بداية ظهوره مع انتشار الانترنت في بداية التسعينات من القرن العشرين إلى أن بعد الباحثين أشار إلى وجودها منذ فترة الثمانينات من القرن الماضي، وذلك من خلال، أنظمة تبادل المعلومات الإلكترونية بين الشركات الصناعية وإرساء الوثائق الإلكترونية عبر أنظمة خاصة¹

تعدد في الواقع عدة تعريفات التجارة الإلكترونية ويمكن أن نذكر أهمها:

*تعرف التجارة الإلكترونية بأنها تبادل السلع والخدمات بالنقود، وتوصف بأنها إلكترونية لأنه يتبع إنجاز معظم الصفقة أو كلها من خلال وسائل إلكترونية عادة تتم عبر شبكة الانترنت، أي أنها مجموعة متكاملة من عمليات إنتاج، تسويق وتوزيع وبيع المنتجات باستخدام الوسائل الإلكترونية² و تعرف أيضا على أنها مجموعة العمليات المقدمة من خلال شبكة الانترنت ويكون أساسها بشكل عام مرتبط بطبيعة المبادلات الإلكترونية³.

-تعريف اللجنة الأوروبية:

التجارة الإلكترونية هي أداة الأعمال إلكترونية، حيث تقوم على أساس التبادل الإلكتروني للبيانات، مكتوبة كانت او مرئية أو مسموعة، كما أنها تتضمن العديد من الأنشطة التجارية الخاصة بتبادل السلع وإتمام عمليات البيع والشراء والتسليم بالنسبة للمحتويات والمزايدات التجارية، وعمليات التسويق وخدمات ما بعد البيع، وهي تشمل كل من السلع والخدمات، وكذلك الأنشطة التقليدية وغير تقليدية⁴

ثانيا: خصائص تجارة الإلكترونية :

تتسم التجارة الإلكترونية ببعض خصائص يمكن إبرازها كالتالي :

¹ -التجارة الإلكترونية، الموسوعة الحرة الإلكترونية-وكيبيديا-على الموقع <http://lar.wikipidai.org>، ص:15، ص:14.

¹ -طارق عبد العال حامد: "التجارة الإلكترونية: مفاهيم-التحديات -الأبعاد التكنولوجية"، الدار الجامعة للنشر، القاهرة، مصر، ط2، 2008، ص:107

2

³ -christine Bitoutet - Le commerce election, 3, Henes science publications, paris, 1999, p, 112.

⁴ -السيد أحمد عبد الخالق، "التجارة الإلكترونية والعولمة"، منشورات المنظمة العربية للتنمية الإدارية، القاهرة، مصر، 2006، ص:34.

1- الطابع الدولي:

أو بالأحرى بالوسائط الإلكترونية لاسيما الانترنت لا تعرف الحدود المكانية والجغرافية، ومن ثم فإن نشاط تجاري يقدم سلعا أو خدمات على لا يحتاج إلى توجيه إلى الحيز الجغرافي¹

2- السرعة :

تتسم التجارة الإلكترونية بالسرعة الفائقة أي السرعة التعاقد وتسليم لكثير من الصفقات وفق نظام، ومن ثم فهي تحتل عنصر الزمن. وتعتبر وسيلة رخيصة جدا، تتيح التعامل مباشر بين المتعاملين على شبكة الاتصالات الدولية دون الحاجة إلى طرف ثالث يسير إجراءات التلاقي بين الإدارتين²

3- تخفيض كلفة التبادل التجاري:

من المؤكد أن تقوم التجارة الإلكترونية بتخفيض المسافة الاقتصادية والتي تفصل المنتجين من المستهلكين الذين بإمكانهما لقيام مباشرة بالمشتريات دون اللجوء إلى الطرق التقليدية في محيط التجارة الإلكترونية ليتسنى لها تقديم كافة الخدمات والمنتجات المالية التي توفرها (المصارف، شركات التأمين، مراكز الاستشارات) والحصول عليها من أي مكان³

4- حرية الاختيار وتحقيق رضا العملاء ويواصل المستثمرين جميع المتعاملون:

في تطوير التكنولوجيا الذي صاحبه التجارة الإلكترونية أصبحت أسواق العالم بين العميل بكل منتجاتها وخدماتها المعروضة مع كامل تفاصيلها ومواصفاتها وله أن يختار بكل حرية، وهذا يعطيه فرصة المفاضلة بين هذه السلع والخدمات، كما أن احتواء الكثير من مواقع على يقونة اتصل (for more) يسمح للعميل بإبداء رأيه في السلعة أو الخدمة المقدمة وطرح انشغالاته مما يزيد التفاعل بين العملاء كما يفسح المجال للشركات بدراسة سلوك المستهلك وقيام بالتعديلات المناسبة على السلع وتطوير الخدمات المقدمة مما يساهم في زيادة رضا العملاء⁴

5-اختصار الدورة التجارية:

¹ - سعدغالب ياسين وآخرون، "التجارة الإلكترونية" دار المناهج للنشر والتوزيع، ط 1، عمان، الأردن، 2004، ص: 128.

² - العساوي إبراهيم، "التجارة الإلكترونية" المكتبة الأكاديمية للنشر، ط 1، القاهرة، مصر، 2003، ص: 31.

³ السيد عبد الخالق، مرجع سابق، ص: 38.

⁴ - نحلة أحمد قنديل، التجارة الإلكترونية "مجلة مرشد للمدير العصري، القاهرة، مصر، عدد 2003، 5، ص: 24.

من شأن التجارة الإلكترونية أنها تؤدي إلى استغناء عن وظائف الوسطاء مما يقلل من الدورة التجارية بدرجة كبيرة ، حيث إن عملية الشحن تتم مباشرة من المصنع إلى المستهلك متجاوزة بذلك التجارة الجملة والتجزئة مما سيقصر أو يلغي سلاسل التوريد التقليدية .

6- وفرة المعلومات:

إن تبني التجارة الإلكترونية من طرف المؤسسات يؤدي إلى تحسين ملحوظ في عمليات الاستخبارات السوقية والتخطيط الاستراتيجي ، حيث تتاح وسائل الحصول على معلومات متعلقة بالسوق أو المنافسة وكذا التحركات الأسعار والصفقات الأعمال وكل هذا بالاعتماد نظام متطور للمعلومات .

7- التجارة الإلكترونية أداة التنشيط للمشروعات الصغيرة والمتوسطة:

تمثل المشروعات الصغيرة والمتوسطة من محورا أساسيا للتنمية الاقتصادية وتعاني هذه المشروعات من غياب الموارد الاقتصادية الأزمة للوصول إلى أسواق عالمية لتصرف منتجاتها وكسر احتكار النشأة الدولية لنشاط الأسواق .

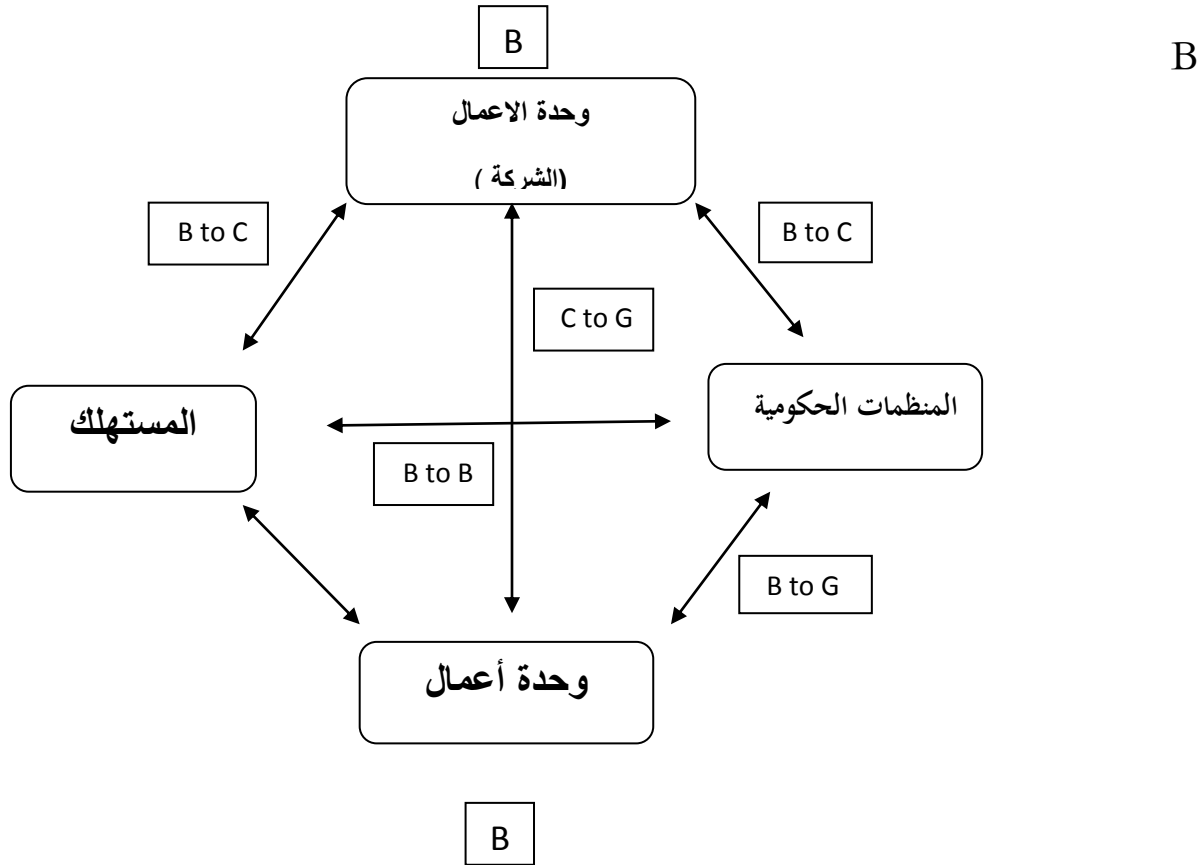
كما التجارة الإلكترونية الفرصة أما هذه المشاريع للنفاذ إلى أسواق والمشاركة في التجارة العالمية بفعالية ، بفضل ما تقدمه من خفض تكاليف التسويق والإعلان والتوفير في الوقت وعدم الحاجة لإنشاء فروع جديدة للوصول إلى عملاء بما يعكس إيجابيا على تنشيط هذه المشروعات . كما تساهم أيضا في إنشاء تجارة متخصصة جدا مما يعني فرص عمل جديدة ، خدمات جديدة ومنتجات جديدة أيضا ، وهذا ما يؤدي بدوره إلى خلق أسواق جديدة تفرض نفسها أمام الأسواق الإقليمية والدولية¹

ولعل من الخصائص التي تستحق الذكر لما لها من دلالات مستقبلية ما تكتشف عنه الدراسات حول استخدام الانترنت في التجارة الإلكترونية إذا تعتبر بوابة الولوج إلى هذا العالم ، وإذا ومنذ التسعينات القرن الماضي تمت الاستفادة من الإمكانيات الهائلة للاستعمال شبكة الإنترنت في تسويق والمعاملات التجارية على نطاق عالمي .

¹ - سعد غالب ياسين وآخرون ، "التجارة الإلكترونية" دار المناهج للنشر والتوزيع ، ط1، عمان الأردن، 2004، ص:128.

ثالثاً: أنواع التجارة الإلكترونية :

شهدت التجارة الإلكترونية تطوراً أدى إلى تنوع أشكالها وتقسيماتها على نحو كبير ، وقد صاحب هذا التطور من تطبيقاتها في مجالات شتى ويمكن توضيح أنواع التجارة الإلكترونية التي يمكن تطبيقها من خلال أكبر من شكل كما هو موضح في الشكل رقم 3 :



المصدر: سعد غالب ياسين العملاق "الأعمال الإلكترونية، دار المنهج للنشر والتوزيع ط1، عمان، الأردن، 2004، ص: 213.

والخدمات لصالح المستهلك وتقوم بتنفيذ الصفقات التجارية من حيث عمليات الشراء والبيع عن طريق شبكات الإنترنت ويتم الدفع بطرق مختلفة كبطاقات الائتمان أو شبكات الإلكترونيّة أو نقداً أو عند التسليم.¹

1-4- التجارة الإلكترونية بين مؤسسة الأعمال والإدارة الحكومية (B to G)

:business to Gouvernement

وهي تغطي كافة التعاملات بين الشركات والمنظمات الحكومية بالإجراءات واللوائح ورسوم و نماذج المعاملات على الإنترنت حيث تستطيع الشركات أن تطلع عليها، وأن تقوم بإجراء المعاملة إلكترونياً ومن مثال ذلك قيام الشركات بتسويات ضرائبها عبر الإنترنت وكذلك قيام الحكومة بنشر تفاصيل مشترياتها والخدمات التي تقدمها دوائر قطاعات الأعمال في إطار ما يعرف بالحكومة الإلكترونية E-GOUVERNEMENT.²

1-5- التجارة الإلكترونية بين حكومة و المواطنين (G to C) (Government

to Citizen

تشمل التفاعل بين الحكومات ومواطنيها إلكترونياً، وتلقي السلع والخدمات والمعلومات التي تقدمها الحكومة والإجابة عن أي استفسارات في منازلهم أو أي مكان خارج أوقات الدوام الرسمي ودون مراجعة دوائر الحكومة قدر الإمكان، مثل التقدم بطلب رخصة أو هوية، أو تمكينهم من دفع الضرائب إلكترونياً.³

1-6- التجارة الإلكترونية بين المستهلك والمستهلك (C to C) (Consumer to

Consumer

حيث يكون التعامل بين الأفراد والمستهلكين أنفسهم، وفيه تكون عملية البيع و الشراء بين المستهلك والمستهلك آخر من خلال وضع إعلانات على المواقع الشخصية في الإنترنت بهدف بيع الأغراض الشخصية، أو بيع الخبرات للآخرين مثل قيام المستهلك ما ببيع سيارة أو منزل لمستهلك آخر.

1- مخلوفي عبد الوهاب، "التجارة الإلكترونية عبر الإنترنت" أطروحة الدكتوراه في الحقوق -قانون الأعمال -جامعة باتنة، الجزائر، 2009.

2- روبرت السير وتوبي فلت، ترجمة أمين الأيوبي، "دليل الشامل إلى التجارة الإلكترونية"، الدار العربية للعلوم، بيروت، لبنان، د، ط، 2005، ص: 31

3- عمر عبد الفتاح علي يونس، "الجوانب القانونية للتعاقد الإلكتروني -دراسة مقارنة -" ط 2001، 1، ص: 88،

I. 7/ ماهية نظم الدفع المصرفية الإلكترونية :

I. 7-1- مفهوم النظم المصرفية الإلكترونية :

إن الواقع الاقتصادي يحتم على الأفراد أو المؤسسات استخدام وسائل دفع متعددة في تعاملاتهم التجارية أو الخدمائية اليومية سواء فيما بينهم أو في تعاملاتهم مع المؤسسات المصرفية أو التجارية وردت عدة تعاريف لوسائل الدفع التقليدية والإلكترونية والتي تختلف باختلاف البلاد و الإطار التجاري والقانوني المطبق داخلها ومن أهمها ما يلي :

أولاً: تعريف وسائل الدفع التقليدية :

*عرف (Duclos Thieray) وسائل الدفع على أنها: تمثل العمليات البنكية الخاطفة للتحكم البنكي، حيث تمثل هذه العمليات بصفة اعتيادية دون الحصول على الاعتماد الصادر من لجنة المؤسسة الاستثمارية¹ وعرفها Dhior comprette Catherine : أتمها وسائل تسمح بتحويل أموال لكل شخص، مهما كان السند المستعمل (السند البنكي، شيكات، بطاقات الدفع) ودور البنك هنا هو الإشراف على إصدار الشيكات وكذلك إصدار وتحويل الأوراق النقدية التجارية الأخرى باسم وحسام العميل²

ثانياً: تعريف وسائل الدفع الإلكترونية:

وردت عدت تعاريف تتمحور معظمها حول طبيعة عملية الدفع بالمقارنة مع طبيعة الدفع في النظم التقليدية، فقد عرفت بأنها النظم التي تمكن المتعاملين بتطبيق التجارة الإلكترونية من التبادل المالي الإلكتروني بدل من استخدام النقود الورقية أو المعدنية أو الشيكات الورقية .

ويشير هذا النظام إلى أن عملية الدفع تتم إلكترونياً بدون استخدام الورق (النقد وشيكات و المستندات وغيرها) فالعميل يقوم بدفع الفواتير ونقل الأموال إلكترونياً، وطريقة الدفع الإلكتروني تتضمن ما يلي³:

- 1- العميل أو الزبون : وهو الطرف الذي يقوم بالدفع إلكترونياً لشراء السلع والخدمات .
- 2- التاجر: وهو الطرف يتم استقبال الدفعة إلكترونياً من العميل
- 3- المصدر :وهو المصدر لأداة الدفع الإلكترونية وتكون إما مؤسسة بنكية أو غير بنكية .
- 4- المنظم :وعادة تقوم الدوائر الحكومية بتنظيم عملية الدفع الإلكتروني

¹ -Duclos Thieray MDictionnaire de la banque,SEFI,bibliothèque national du canada,2ème édition 1999,p:308.

² -Dhoir comprette catherine :Droit du credit ؛éditon ellépses. lyon france ،1999، p :11

³ : ناظم محمد نوري الشمري وعبد الفتاح زهير عبد اللات ،مرجع سابق ،ص،47،46.

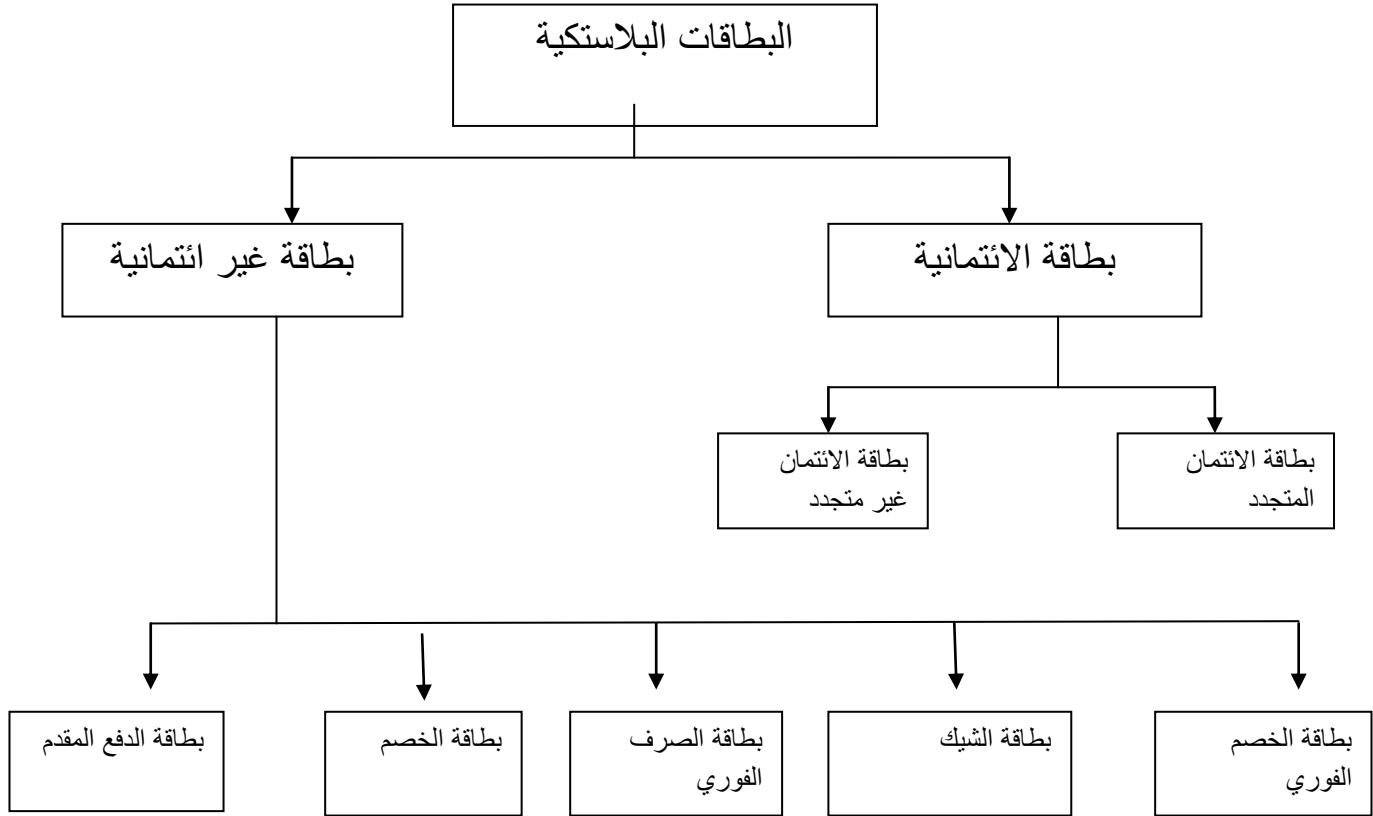
5-غرفة المقاصة الإلكترونية: وهي شبكة إلكترونية تنقل الأموال بين البنوك كما أن أنظمة الدفع الإلكترونية هي نظام يتم الدفع إلكترونيا بدلا من الاستعمال الأوراق النقدية ويستطيع الشخص من خلالها دفع الفواتير إلكترونيا أو يقوم بتحويل النقود إلكترونيا عبر حسابه البنكي الخاص .
ومن التعاريف السابقة نستنتج أن أنظمة الدفع الإلكترونية هي منظومة متكاملة ومن النظم والبرامج التي توفرها المؤسسات المالية ، لهدف تسهيل إجراءات الدفع الإلكترونية آمنة ،وتعمل هذه المنظومة تحت مظلة القوانين التي تحمي سرية التأمين وحماية إجراءات الشراء و ضمان وصول الخدمة .

I. 7-2-أنواع نظم الدفع المصرفية الإلكترونية:

أ) الدفع باستخدام البطاقات البنكية :

البطاقات البنكية أو ما يطلق عليها النقود البلاستيكية ،هي عبارة عن بطاقة بلاستيكية مغطاة يستطيع حملها استخدامها في شراء معظم حاجياته أو أداء مقابل ما يحصل عليه من خدمات دون الحاجة لحمل مبالغ كبيرة من الأموال والتي قد تتعرض لمخاطر السرقة أو الضياع أو التلف.¹
وتنقسم إلى قسمين بطاقة ائتمانية و غير ائتمانية موضحة في الشكل رقم 4:

¹ -www.dora.net .consulté.



الشكل رقم 4

ب) الشيكات الإلكترونية:

الشيك الإلكتروني هو صورة أو نسخة إلكترونية للشيك الورقي ، ويتضمن المعلومات ونفس الإطار القانوني الموجود في تلك الشيكات ، لكن يأخذ الشكل الإلكتروني. كما يعرف أيضا بأنه رسالة إلكترونية آمنة يرسلها موقع الشيك إلى حامل الشيك ليقدمه للبنك عبر الإنترنت . ثم يحول البنك قيمة الشيك إلى حساب حامل الشيك وبعد ذلك يقوم بإلغاء الشيك وإعادةه إلكترونيا إلى حامله ليكون دليلا على صرف الشيك .¹

ويتم استخدام هذا النوع في المعاملات الإلكترونية التي تتم في قطاع B to B ومن مزاياها:

- فحص تكاليف المصروفات الإدارية .
- زيادة كفاءة إنجاز عمليات الحسابات والودائع للتاجر والمؤسسات المالية .
- تسريع عملية الدفع والمحاسبة التي يقوم بها الزبون .
- تزويد العملاء بالمعاملات والتفاصيل أكثر لكشف الحساب.
- الصرف الفوري للشيك والتخلص من الزمن الذي يستغرقه الشيك الورقي .

ج) بطاقة مدفوعة مسبقا :

يتم دفع قيمة هذه البطاقة مقدما عند شراءها من فيئات ذات قيم مختلفة ،لذا يسميها البعض بالبطاقة المخزنة القيمة ،ويتم استخدامها في المعاملات لدى محلات مختلفة وذلك بإدخالها في الآلة القارئة لهذه البطاقة ويتم خصم قيمة المعاملة من القيم المخزنة عليها ، وقد تكون بعد هذه البطاقات محدودة الاستخدام أو عملية واحدة في أماكن عديدة للتعامل في مجموعة واسعة من المشتريات .²

د) النقود الإلكترونية:

وهي نقود رقمية وهي المكافئ للنقود الورقية و المعدنية ،وتدعم الدفعات الإلكترونية والتي لا تتم عن طريق بطاقات الدفع ،وبدات لسداد المشتريات ضعيفة القيمة بمعنى آخر أنه يخص المعاملات المصغرة ،كما تشير النقود الورقية إلى سلسلة الأرقام الإلكترونية التي يتم تخزينها بواسطة الخوارزميات في المعالجات والأجهزة الكمبيوتر أو تزويد أجهزة الهاتف الجوال التفاعلية بها و يعتمد نظام النقد الإلكتروني على بروتوكول الذي طوره شركة (digicash) و الذي يسمى (E-CAS) وأول من بدأ باستعماله هولندا سنة 1994 ويعمل هذا النظام كما يلي:

¹- سالم عبد الله حلس : "أساليب تنفيذ الإلكترونيات ونظم التسوية المحاسبية " أطروحة ماجستير ،علوم التجارة ،غزة ،الفلسطين ،2009،ص:39.

²- ثناء علي القباني وآخرون ،مرجع سابق ،ص:30.

• يقوم الزبون بشراء النقد الإلكتروني من البنك المصدر للنقد الإلكتروني وهذا الشراء هو شراء افتراضي يتم عن طريق برامج خاصة يقدم مجاناً للزبون، ويقوم البائع بالاشتراك لدى نفس البنك ويتحصل على نفس البرنامج الذي يقوم به الزبون مجاناً، وهو الذي يسمح له بتحصيل العمليات الناتجة عن البيع وتحويل الأرصدة الإلكترونية إلى نقد حقيقي يرصد في حساب البائع .

I. 7-3- مزايا وعيوب النظم المصرفية الإلكترونية:

بالرغم من توفر العديد من الإيجابيات في البطاقة البنكية وذلك لسهولة التعامل إلا أنها تتميز في نفس الوقت ببعض العيوب تظهر عادة عند استخدامها .

أولاً: المزايا:

تمتلك البطاقات البنكية العديد من المزايا التي تجعلها مصدر الجاذبية ومحط اهتمام مختلف للمتعاملين الاقتصاديين، وفيما يلي عرض لأهم مزايا البطاقة البنكية¹.

1: بالنسبة لحامل البطاقة :

- تعبر بطاقات الائتمان أداة سهلة الاستخدام لسداد السلع الاستهلاكية و الخدمات ، كبديل للشيكات و النقود ، وإذا سهل حملها ، كما أنها أكثر أماناً من النقود أو دفاتر الشيكات .
- إمكانية الشراء الفوري و الدفع الآجل.
- يستطيع حامل البطاقة أن يسحب مبالغ نقدية من أي فرع من الفروع المصارف الكبرى في العالم .
- أدى انتشار استخدام بطاقات الائتمان في مختلف الدول العالم إلى التسيير على المسافرين الذين يزورون أكثر من دولة من خلال أداة دفع واحدة ، بدلا من حمل عملات مختلفة .
- تجنب حامل البطاقات الإجراءات المطولة التي تتم عند الشراء الآجل من التجار .

2: بالنسبة للتاجر:

- زيادة الإيرادات من بين السلع و الخدمات إلى حملة البطاقات الذين يكون لديهم حافز للشراء دون انتظار تواجد النقود معهم .
- ضمان التاجر حصوله على ثمن بضاعته وتحويلها إلى حسابه بالمصرف المصدر .
- الاستفادة من إدراج اسم المتجر في الدليل الذي يوزعه مصدر البطاقة على حملة البطاقات ووضع شعار البطاقة في مكان ظاهر بالمتجر، مما يمثل إعلاناً مجانياً للمتجر .
- تعطي البطاقة الائتمانية للمتجر الذي يتعامل بها ميزة تنافسية عن غيره من المتاجر الأخرى التي لا يتعامل بها .

¹ - زهير بشنف ، "العمليات المالية المصرفية الإلكترونية" ، اتحاد المصارف العربية ، لبنان ، 2006، ص: 224.

3: البنك المصدر :

- يمثل إصدار البطاقة الائتمانية للمصرف مصدرا جديدا للإيرادات المتأتية عن طريق تجديدات فاشترك المحصلة من حملة البطاقات العمولات المستقطعة من التاجر، فرق السعر في حالة السداد بالعملة الصعبة .
- اكتساب عملاء جدد للمصرف كتجار الذين يقومون بفتح الحسابات لهم في المصرف لقيدهم مستحقاتهم وكذلك حملة البطاقات الذين يلجؤون لفتح حسابات لدى المصرف وإيداع مبالغ الضمان بها.

ثانيا: العيوب:

هناك جوانب سلبية عديدة لبطاقات الائتمان تختلف باختلاف أطراف البطاقة ويمكن ترتيبها على النحو التالي :

1- بالنسبة لحامل بطاقة العميل :

- ارتفاع نسبة الفوائد على القروض الممنوحة من خلال البطاقة وخاصة عند التأخير .
- إن حامل البطاقة ملزم بسداد قيمة ما اشترى بها حتى ولو كانت ضائعة أو مسروقة منه.
- يمكن أن يخسر حامل البطاقة قيمة المشتريات اشتراها عبر الإنترنت بسبب عملية النصب على الموقع الإلكتروني للتاجر أو مقدم الخدمة .

2: بالنسبة للتاجر :

- إن عدم تدقيق التاجر والتأكد من صلاحية البطاقة أو مطابقتها توقعه أو عدم أخذ موافقة الجهة المصدرة على تجاوز العميل الحد الأقصى المسموح له يوقع العميل في خسارة مالية .
- عجز البنوك عن الوفاء بديون المستخدمين للبطاقات ولو لمدة قصيرة سيعرض أهم المحلات التجارية التي تقبل البطاقة للإفلاس ، ذلك أن المحلات التجارية تجري أعمال الشراء الخاصة بها وتسيير أمورها بناء على التسديدات الزبائن التي تصلها من البنوك ولو توقفت هذه لمدة قصيرة فإن ذلك سيؤدي لنشوء مشكلة سيولة خطيرة تتوقف كثيرا من المنشآت الاقتصادية عندها .

3: بالنسبة للبنك المصدر :

- أدت السياسة المتراخية في إصدار البطاقات إلى زيادة الديون معدومة التي ترغمها الجهات المصدرة للبطاقات كل سنة ربما أن حملة البطاقات قد لا يستخدمونها لمدة طويلة ، فإن ذلك يجعل من البطاقات الراكدة بسبب في زيادة تكاليف البنك.
- يولد التعامل بالبطاقة خطرا على سيولة المصرف نظرا لكبر هذا التعامل كما أن حجم القروض المأخوذة من قبل حملة البطاقات يدعوا المصرف إلى تخفيض الاستثمارية في مجالات أخرى ، كذلك قد تسوء صورة المصرف أمام العملاء الذين يعتقدون أن استعمال البطاقات سبب من أسباب الغلاء .

الفصل الثاني

دراسات سابقة

II. 1- الدراسات المحلية :

دراسة طاهر لطفي رسالة ماجستير بعنوان العمل المصرفي الإلكتروني ودوره في تعزيز وتطوير نظم الدفع الحديثة للتجارة الإلكترونية.

هدفت هذه الدراسة إلى تسليط الضوء على العمل المصرفي الإلكتروني وآلياته ومدى مواكبته للتطورات الحالية، وإعطاء لمحة عامة عن وسائل الدفع الإلكترونية ومدى مساهمتها في تحسين الخدمات المصرفية الإلكترونية، وإبراز أهمية وسائل وأنظمة الدفع الإلكترونية الحديثة، ودورها في تطوير التجارة الإلكترونية، وأنه قد تم الاعتماد على المنهج الوصفي في تحديد الجوانب النظرية من خلال التعرض لمفاهيم حول العمل المصرفي الإلكتروني، وكذا أنظمة الدفع الإلكترونية ودورها في التجارة الإلكترونية، كما تم الاعتماد على المنهج التحليلي من خلال تحليل بعض المعطيات المتعلقة بالبحث حيث اعتمد بدوره على منهج دراسة حالة في الجانب التطبيقي لإلقاء المزيد من الضوء على الموضوع .

وتوصلت إلى عدة نتائج هي :

- إلى أن وسائل الدفع الإلكترونية تساهم إلى المدى البعيد في تحسين الخدمات المصرفية الإلكترونية.
- وأن وسائل الدفع الإلكترونية مواكبة للتطورات الحالية، وساهمت في تطوير التجارة الإلكترونية.
- وسائل وأنظمة الدفع الإلكترونية الحديثة لها أهمية كبيرة في النظام المصرفي.¹

1- طاهر لطفي، 2016/2015، "العمل المصرفي الإلكتروني ودوره في تعزيز وتطوير نظم الدفع الحديثة للتجارة الإلكترونية"، رسالة ماجستير، جامعة تبسة.

.II 2-الدراسات الأجنبية:

.II 1-2 دراسة Christoslar –Anuelov بعنوان consumers and

Electronic Bankink

هدفت هذه الدراسة إلى إثبات أن التوسع في استخدام وقبول تكنولوجيا الصيرفة الإلكترونية مثل الصراف الآلي، وبنوك الإنترنت، ووسائل الدفع الإلكتروني لدى عملاء البنوك الأمريكية يعتمد بالدرجة الأولى على الصفات ومميزات العملاء مثل المتغيرات الديمغرافية كالعمر والدخل وغيرها بالإضافة إلى الوسائل الإلكترونية المتاحة وسهولة استخدامها، و أوضحت الدراسة أن منتجات الصيرفة الإلكترونية تستخدم عادة من قبل ذوي الدخل المرتفع وذوي التحصيل العلمي المتقدم ومن أهم المعوقات تتمثل في عدم توفر السرية والأمان أو عدم سهولة الاستخدام، واستعملت هذه الدراسة المنهج الوصفي، وأوصلت هذه الدراسة بالعمل على تشجيع المستخدمين وعملاء البنوك لاستعمال وسائل الدفع الإلكترونية لتحقيق المزيد من المزايا لهم¹.

.II 2-2 دراسة عبد الله الشمري بعنوان معوقات التوسع في الصيرفة الإلكترونية

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على المعوقات التي تحول دون توسع العملاء في مجال الصيرفة الإلكترونية في الأردن، وتم الاعتماد على المنهج الوصفي، وقد توصلت إلى نتائج عديدة منها أن عوامل عدم توفر الأمن والسرية ثم صعوبة استخدام اللغة كانت من أهم أسباب المؤثرة في هذا الخصوص، وأوصت الدراسة بضرورة قيام البنوك التغلب على المعوقات المذكورة وتطوير منتجات مصرفية جديدة في البنوك الأردنية لتشجيع العملاء على الدخول في تلك المجالات وتوفير الوقت والجهد².

¹ Consumers and Electronic Banking، 2004، Christoslar –Anuelov

² -عبد الله الشمري، 2006، معوقات التوسع في الصيرفة الإلكترونية، مجلة جامعة اليرموك، الاردن.

II. 2-3 دراسة علي عبد الله شاهين، بعنوان نظم الدفع الإلكترونية ومخاطرها ووسائل الرقابة عليها

هدفت هذه الدراسة إلى تسليط الضوء على أنواع أدوات و وسائل الدفع الإلكترونية و آليات عملها، والوقوف على التحديات المتعلقة ببيئة العمل المصرفي الإلكتروني باستعمال المنهج الوصفي في تحديد مفهوم ووسائل الدفع الإلكترونية وتوصلت هذه الدراسة إلى نتائج أهمها: مساعدة المصارف على إمكانية تطبيق نظم رقابية جديدة لتحسين كفاءة وفعالية الرقابة المصرفية، مما يدعم قدرات الإدارة المصرفية في مواجهة التحديات والتغيرات السائدة في بيئة الأعمال المصرفية الإلكترونية¹

II. 2-4 دراسة whit helene بعنوان البنوك الإلكترونية في المملكة المتحدة

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على أسباب عدم وجود زيادة في عدد مستخدمي البنوك الإلكترونية بالدرجة نفسها مع الازدياد الكبير في أعداد مستخدمي الانترنت في المملكة المتحدة وقد تم الاعتماد على المنهج الوصفي، وتوصلت إلى النتيجة مفادها أن عدم توفر السرية المصرفية وعناصر الأمان المصرفي كانت السبب وراء ذلك تبين أيضاً أن استخدام العملاء للصيرفة الإلكترونية يحقق لهم مزايا عديدة مثل توفير الوقت والجهد الأمر الذي يقضي من البنوك تشجيع المزيد من المستخدمين على تبني تكنولوجيا الصيرفة الإلكترونية لتحقيق منفعة لهم²

¹ -عبد الله شاهين، 2010/2009، نظم الدفع الإلكترونية ومخاطرها ووسائل الرقابة عليها، غزة، فلسطين .

² -White helene، 2004، البنوك الإلكترونية، المملكة العربية المتحدة

الفصل الثالث

دراسة ميدانية في بنك الخليج الجزائر AGB

III. شرعت الدولة الجزائرية في العشرية الأخيرة من القرن الماضي في إصلاحات اقتصادية، شملت جميع المجالات، بما إصلاح المنظومة المصرفية، تجلّى من خلال صدور نصوص تشريعية وتنظيمية تسهل عملية التلائم مع متغيرات البيئة المصرفية وهذا يدخل في إطار تحول إلى الإقتصاد الحر والإندماج في الإقتصاد العالمي ولعل أهم الافكار الجديدة التي ظهرت في هذا المجال وهو الدخول في ما يسمى بالصيرفة الإلكترونية، وحتى نبين آلية العمل المصرفي في تطوير أنظمة الدفع والتحويلات للصيرفة والتجارة الإلكترونية في البنوك الجزائرية عمدنا إلى دراسة حالة وكالة AGB سعيدة - أحد أهم المؤسسات المصرفية الرائد في هذا المجال .

III. 1- تعريف بنك الخليج الجزائر AGB:

هو بنك تجاري يتبع القانون الجزائري، تابع لمجموعة بنك برقان وعضو في مجموعة تعتبر من أبرز مجموعات رجال الأعمال في الشرق الأوسط، كيبكو "شركة مشاريع الكويت".

بدأ بنك الخليج الجزائر عملياته في مارس 2004، برأس مال قدره 10 مليارات دينار جزائري، والمهمة الرئيسية هو المساهمة في التنمية الاقتصادية والمالية للجزائر، وتقديم الخدمات والمنتجات المالية لرجال الأعمال والمهنيين والأفراد بشكل مستمر ومتطور .

وأيضاً لتلبية تطلعات عملائها، يقدم بنك الخليج الجزائر منتجات بنكية تقليدية وأخرى تتفق مع مبادئ الشريعة الإسلامية .

مقره الرئيسي في الجزائر العاصمة، لديه الآن 55 فرعاً تقليدياً وفروع أخرى آلية، والتي سيتم توسيعها لتشمل 60 فرعاً في عام 2016 الحالي لتكون أقرب لعملائها في جميع أنحاء البلاد.

البلد: الجزائر .

الملكية: أجنبية

نوع الشركة: شركة مساهمة

III. 2- وظائف البنك

تتمثل مهامه في ما يلي :

- تمويل المؤسسات المتوسطة و الصغيرة .
- تمويل نشاطات الاستغلال والاستثمار .

- تمويل المهن الحرة.
- منح قروض العقارية والمضمونة والقرض بالحيازة الخاصة .
- تمويل كل النشاطات المتعلقة بالاقتصاد والصناعة والتجارة.
- جمع المدخرات من مختلف المصادر .
- يلعب دور الوسيط لعمليات مالية لإصدار وتمويل القروض وتمويل المشتريات.

III .3-أهداف البنك:

- إن الهدف الرئيسي للبنك هو المساهمة في التوسع والنمو والوصول إلى جميع الدول وهذا بفتح فروع جديدة وتقديم خدمات جديدة لكسب المزيد من الزبائن .
- ومن أهدافه الحديثة التي تخدم الاقتصاد الوطني هي تقديم خدمات خاصة كالقروض التحيز وخاصة القرض العقاري.
- ضمان مستوى أعلى في كل أعماله المصرفية
- السعي الى استغلال كل وسائل الحديثة المستعملة في مجال البنكي لتقديم أعلى مستوى في الخدمات والجودة العالية .

III .4-الخدمات الإلكترونية المقدمة في البنك :

III .4-1- البطاقات الإلكترونية:

أ-بطاقة الدفع اليومية (سهلة):

هي بطاقة سحب والدفع آمنة ،مرنة وميسرة ،أيضا كنتم وفي جميع الأوقات ،يمكن للعميل استعمال رصيد دون تحديد للسقف.

من مميزاتا أنها سهلة الاستعمال ،متوفرة طول الأسبوع 24/24 ساعة صالحة عبر كافة التراب الوطني.

ب-بطاقة التوفير :

هي بطاقة جديدة مبتكرة وسهلة الاستعمال ، هي بطاقة مجانية للسحب الآلي متصلة بحساب التوفر الكلاسيكي أو التساهمي ،تسمح لهم بإجراء عمليات سحب من أي صراف آلي ،من مزاياها تسديد المشتريات على مستوى التجار والحرفيين المجهزين بالمحطة الدفع الإلكتروني .

ت-بطاقة التوفير الثانية :

يمكن الحصول على البطاقة الثانية، متصلة بحساب التوفير نفسه لتقديمها لإفراد عائلتهم، البطاقة مجانية ويمكن تحديد مبلغ أقصى لإستعمالها .

ث-بطاقة فيزا غولد وكلاسيك:

وهي وسيلة دفع ممتازة، سحب ودفع مقدار العملة الصعبة المتوفرة في الحساب التسوق عبر الإنترنت.

ج-بطاقة فيزا بلاتينيوم :

هي وسيلة مريحة، موثوقة، آمنة لعمليات الشراء في الخارج، من خلال محطة الدفع الإلكترونية، الانترنت أو من خلال السحب النقدي على أجهزة الصراف الآلي، البطاقة المتاحة لكل من يملك حساب بالعملة الصعبة، مع حد أدنى للرصيد 10.000 يورو، بطاقة فيزا بلاتينيوم بطاقة سحب ترتبط بحسابكم بالعملة الصعبة، يمكن استخدام البطاقة حسب الرصيد المتوفر في الحساب.

ح-بطاقة ماستر كارد:

هي بطاقة السحب والدفع بالعملة الأجنبية في الخارج، يمكن استعمالها على شبكة الانترنت محليا ودوليا.

خ-ماستر كارد مسبقة الدفع :

بطاقة غير شخصية صالحة لمدة 3 أشهر، الشحن الأقصى للبطاقة هو 1.000 دولار أمريكي/الشهر.

III . 4-2 خدمة SELF BANKING:

هي الأولى من نوعها في الجزائر تسمح للعميل من خلال أجهزة الصراف الآلي وهي من الفروع الجديدة التي تقدم في فضاء حديث وعصري، و من الخدمات المصرفية التي يقدمها :

- ✓ سحب الأموال .
- ✓ إيداع صكوك .
- ✓ الإيداع النقدي .
- ✓ التحويلات من حساب إلى آخر
- ✓ الإطلاع على وضعية الحسابات .
- ✓ الحصول على الكشوف البنكية .

وكل إجراءات هذه الخدمة تتم دون تدخل من قبل موظفي البنك وهذه الخدمة متوفرة 7 أيام /7و

24 ساعة / 24.¹**.III 3-4 خدمات AGB ONLAINE:**

تمكن الزبون من الإطلاع على رصيد بمجرد نقرة عبر الإنترنت، متوفرة على مدار اليوم والأسبوع، ويمكن من خلالها القيام بما يلي:

- متابعة الحسابات عبر الانترنت .
- نشر الوضعية الإجمالية للحساب .
- تحميل كشوف الحسابات.

بالإضافة إلى ذلك توجد خدمات أخرى يقدمها بنك الخليج مثل: خدمات MAIL SMS وخدمات PUSH، خدمات RECHARGEMENT، خدمات اختيار الرمز السري، خدمات SWIFT.²

.III 4-4 مميزات بنك الخليج :

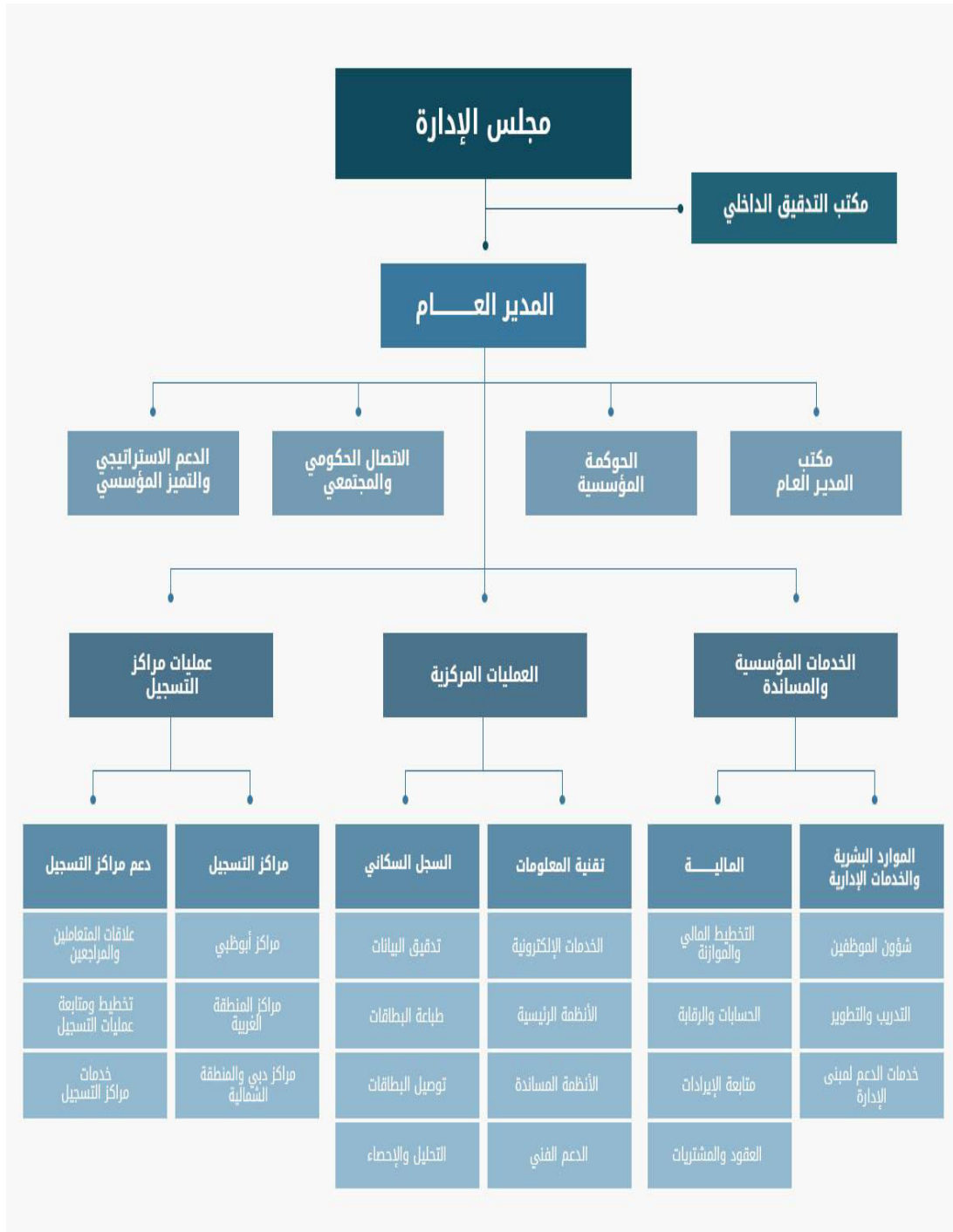
- النوعية وسرعة تنفيذ العمليات .
- شبكة واسعة ملائمة في جميع أنحاء العالم.
- مهارات من الدرجة الأولى.

¹ - <http://www.ag-bank.com>

² - <http://www.ag-bank.com>

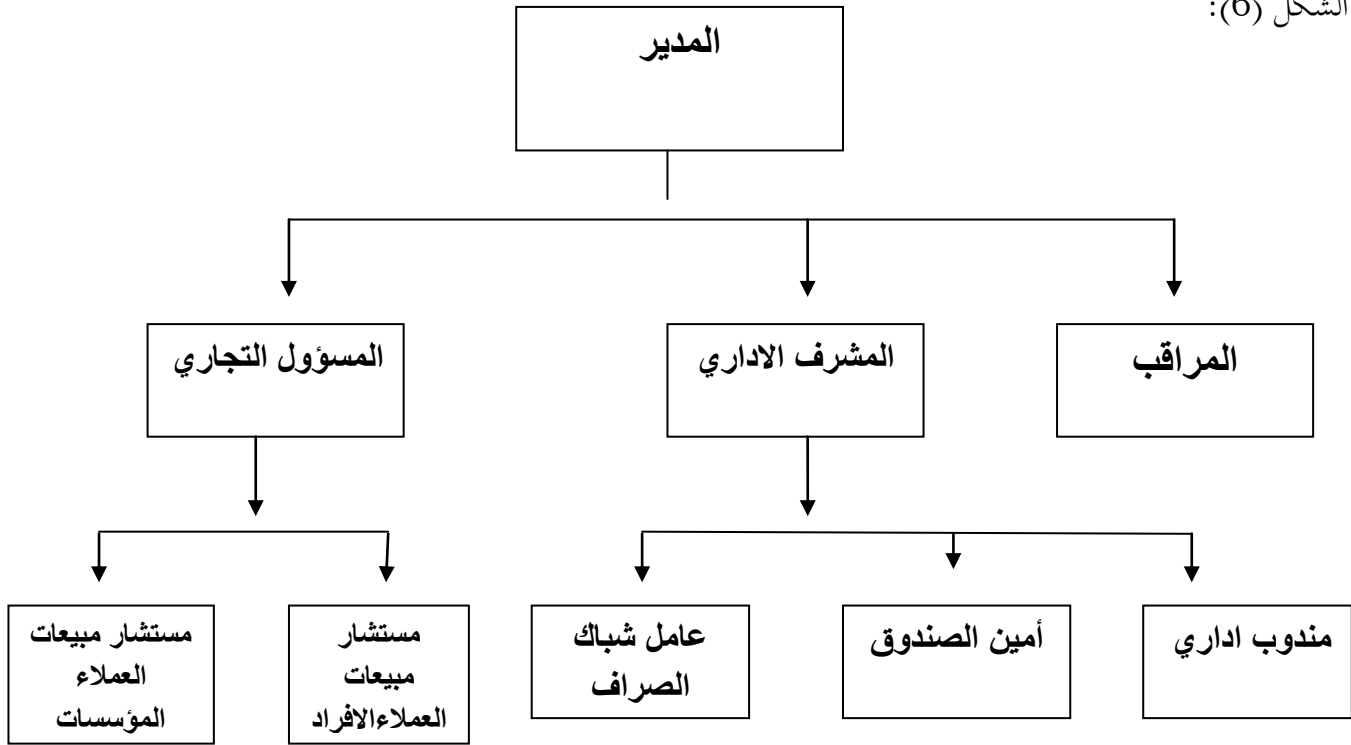
III. 5-1 الهيكل التنظيمي العام لبنك الخليج الجزائر :

الشكل (5):



III. 5-2 الهيكل التنظيمي لبنك الخليج الجزائر وكالة سعيدة:

الشكل (6):



من إعداد الطالب بناء على الوثائق الداخلية المستخرجة من البنك.

III. 3.5. الدراسة التطبيقية

أولاً: الإطار المنهجي للدراسة التطبيقية

إضافة إلى الدراسة الميدانية السابقة للمؤسسة قمنا بتصميم دراسة تطبيقية اعتمدنا فيها على تحليل البيانات والمعلومات المجمعة من أجل معرفة اتجاهات وأراء كافة شرائح المؤسسة مع رؤساء ومرؤوسين حول موضوع الصيرفة الإلكترونية في الجزائر.

1-: تصميم الدراسة

1-1: الأدوات المستخدمة في جمع البيانات

لغرض معرفة ميدان الدراسة وجمع البيانات والمعلومات الكافية حول العاملين في بنك الخليج الجزائر فرع سعي لقد تم الاعتماد على عدة وسائل هي كالآتي:

- الملاحظة:

على إثر الزيارات المتكررة للمؤسسة خلال فترة الدراسة والمعاينة فقد اعتمدنا على بعض الملاحظات في تحليل نتائج الاستمارة، حيث كان للملاحظة دور فعال في الإجابة على الأسئلة المهمة حول المؤسسة.

1-2- إعداد الاستبيان:

لقد تم إعداد الاستبيان بشكل يخدم أهداف الدراسة ووفق الفرضيات المقترحة حيث تضمن أولاً المعلومات الشخصية للعينة وذلك للتعرف على خصائصها ثم تطرقنا إلى أسئلة حول موضوع البحث ومتغيرات الإشكالية قسمين حسب ما هو موضح في الجدول رقم (1)، وقد تم تبني الشكل المغلق في تصميم الاستمارة الذي يحدد الإجابات المحتملة لكل سؤال

الجدول رقم (1): مضمون الاستمارة

عدد المحاور والأسئلة	المضمون	الفروع
4 أسئلة	الجنس، العمر، عدد سنوات العمل ، المأهل العلمي	المعلومات الشخصية للعيينة
20 سؤال	معلومات حول البنك	الأسئلة

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على الاستبيان

2: حدود الدراسة

لقد أجريت هذه الدراسة وفق حدود و مجالات معينة:

المجال البشري: ويقصد بما تحديد مجتمع البحث والذي اقتصر على كل العاملين في مؤسسة "AGB" على اختلاف مراتبهم الوظيفية.

المجال المكاني: أجريت هذه الدراسة بنك "الخليج الجزائر فرع سعيدة "

المجال الموضوعي: اقتصرت الدراسة على معرفة ما مدى تطبيق الخدمات المصرفية الإلكترونية في البنوك الجزائرية؟.

3: مجتمع وعينة الدراسة

تمثل مجتمع الدراسة على عينة من موظفي بنك الخليج.

أما عينة الدراسة تمثلت في اختيار عينة عشوائية تمثل مجتمع الدراسة التي وزعت عليها الاستبيان وكان الدافع من اختيار عينة عشوائية لضيق الوقت والإمكانات المادية وكذا لتقليل الجهد نظرا لطبيعة عمل المؤسسة.

ثانيا: أساليب التحليل الإحصائي

لقد اعتمدنا في تفرغ الاستبيان وتحليل المعلومات المجمعة للحزمة الإحصائية أو ما يدعى بالبرنامج الإحصاء الوصفي " spss version 19 " ، وباستعمال الأساليب الإحصائية والممتثلة في ما يلي:

وتم تفرغ البيانات وذلك بحساب قيم التكرار والنسب المئوية حسب توزيع إجابات أفراد العينة لكل سؤال وعرضها في جداول وأشكال بيانية تكرارية.

معلومات حول البنك ومدى تطبيقه للخدمات المصرفية الإلكترونية

سنحاول مناقشة نتائج أسئلة الاستمارة وذلك بعرضها و تحليلها على حسب ترتيبها مع الاستعانة بنتائج برنامج الإحصاء الوصفي (version 19spss) .

ثالثا: تقدير الثبات لمقياس الدراسة

لقد تم حساب درجة ثبات المقياس باستخدام معامل "ألفا كرونباخ" لمعرفة الاتساق الداخلي لمجاور الاستبيان، وكانت النتائج عالية جدا الإستبيان إذ كان معامل 0.81 وهي تقترب جدا من 1 وتتجاوز الحد الأدنى مراحل، المطلوب للتحليل الإحصائي الأمر الذي يشير إلى ثبات النتائج أداة الدراسة عند تطبيقها والجدول التالي يمثل ذلك:

الجدول رقم (2): قيم معامل ألفا كرونباخ للمقاييس المستخدمة في الاستبيان

مجموع المحاور	معامل ألفا كرونباخ
2	,8180

من إعداد الطالبة باستخدام نتائج برنامج (version 19spss).

من خلال الجدول السابق يتضح لنا ان قيمة ألفا كرونباخ هي 0.818 أي نسبة 88% من العينة يعيدون نفس الإجابة في حالة استجوابهم من جديد وهي نسبة تعبر عن مدى ثبات الأداة المستعملة في قياس العلاقة ويمكن أن تبين ما مدى مصداقية النتائج التي يمكن التحصل عليها من هذا الاستبيان أي هذه النسبة ضمن المجال المقبول جدا وتفي بأغراض الدراسة.

تتميز نتائج الجدول رقم 02 إلى أن قيمة معامل ألفا للمقياس المستخدم في الدراسة كانت جميعها بنسب موجبة 0.6 وهو الحد الأدنى المقبول وبالتالي يمكن القول أن المقياس المستخدم يتمتع بالثبات.

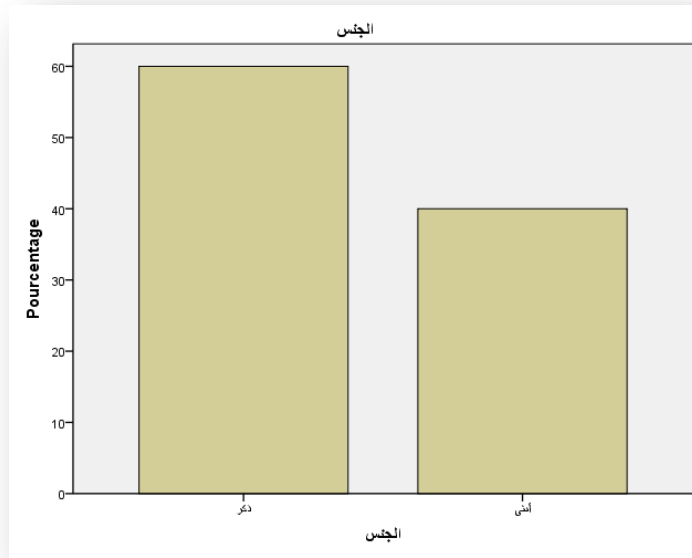
للتأكد من صدق وثبات الاستمارة قد تم استخدام معادلة ألفا كرونباخ حساب معامل الثبات الكلي لجميع العبارات.

وبالتالي نلاحظ من خلال الجدول أن قيمة المعامل " ألفا كرونباخ " للعبارات تساوي القيمة 0.818 وهذه القيمة موجبة وتقترب جدا من القيمة الواحد، إذن أداة القياس مناقشة وتحليل نتائج الاستبيان

• 1: المحور الأول المعلومات الشخصية للعينة

توزعت أفراد العينة حسب المعلومات الشخصية (الجنس، العمر، عدد سنوات العمل في البنك ، المؤهل العلمي) وفق التوزيع الموضح بالتكرار والنسبة المئوية لكل صنف في الجدول رقم (3):

الشكل رقم (1): توزيع أفراد العينة حسب الجنس

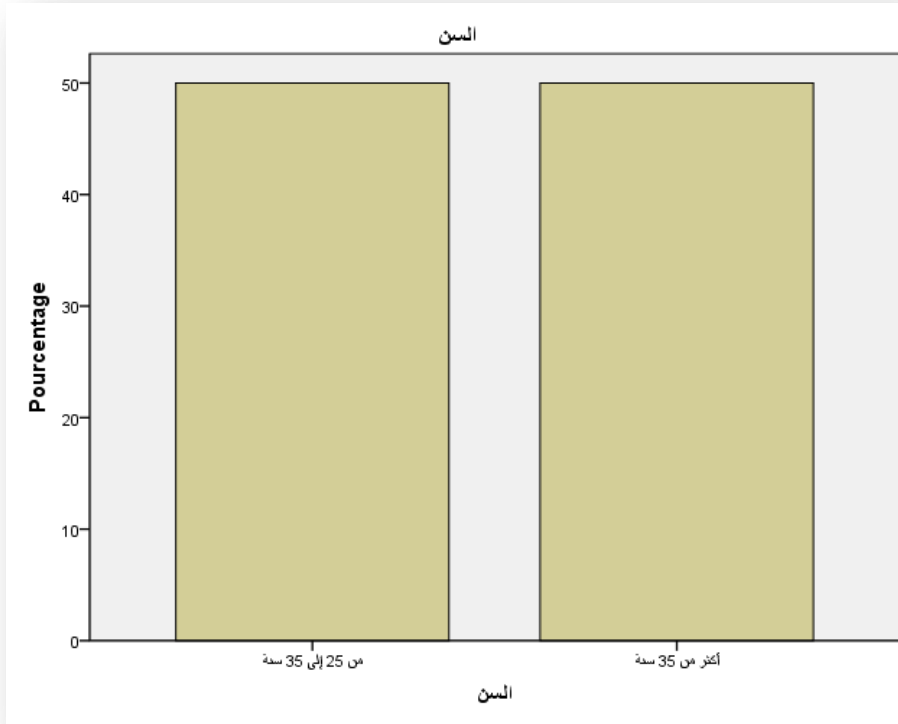


الجنس

	Effectifs	Pourcentage
ذكر	12	60,0
أنثى	8	40,0
Total	20	100,0

1- الجنس: من خلال توزيع أفراد العينة حسب الجنس تم الحصول على التوزيع الموضح في الجدول رقم (1) و الممثل بيانيا بالأعمدة في الشكل رقم (1):

التحليل: نلاحظ من توزيع أفراد العينة حسب الجنس أنه كانت نسبة الذكور هي اعلى نسبة 60% والتي يقابلها التكرار 12، أما نسبة الإناث كانت 40% بتكرار 8



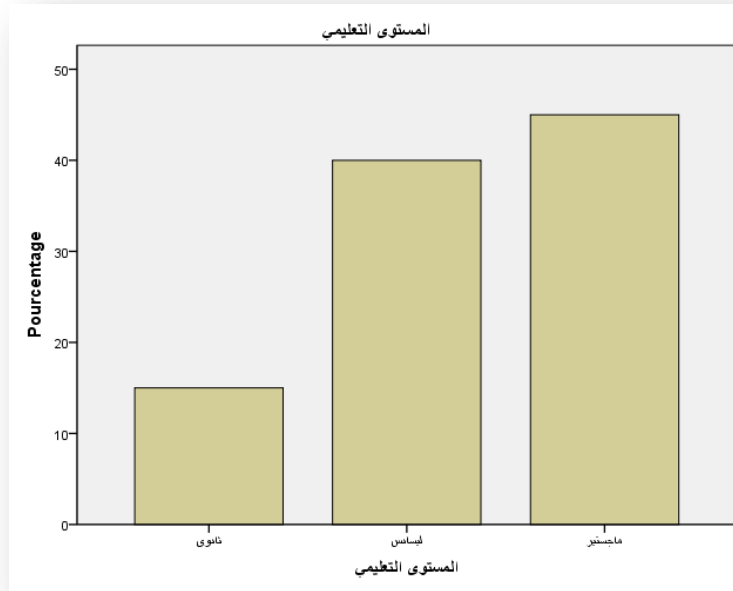
الشكل رقم (2): توزيع أفراد العينة حسب السن

	التكرار	النسبة المئوية
Valide من 25 إلى 35 سنة	10	50,0
أكثر من 35 سنة	10	50,0
Total	20	100,0

2- العمر : من خلال توزيع أفراد العينة حسب العمر تم الحصول على التوزيع الموضح في الجدول رقم (2) والممثل بيانيا بالأعمدة في الشكل رقم (2):

التحليل: نلاحظ في الجدول رقم (2) لتوزيع أفراد العينة حسب العمر أن التكرارات متساوية هو 50% لذلك وجب الاهتمام بهذه الفئة والذي يقابل من 25 إلى 35 سنة .

الشكل رقم (3): توزيع أفراد العينة حسب المستوى العلمي



المستوى التعليمي

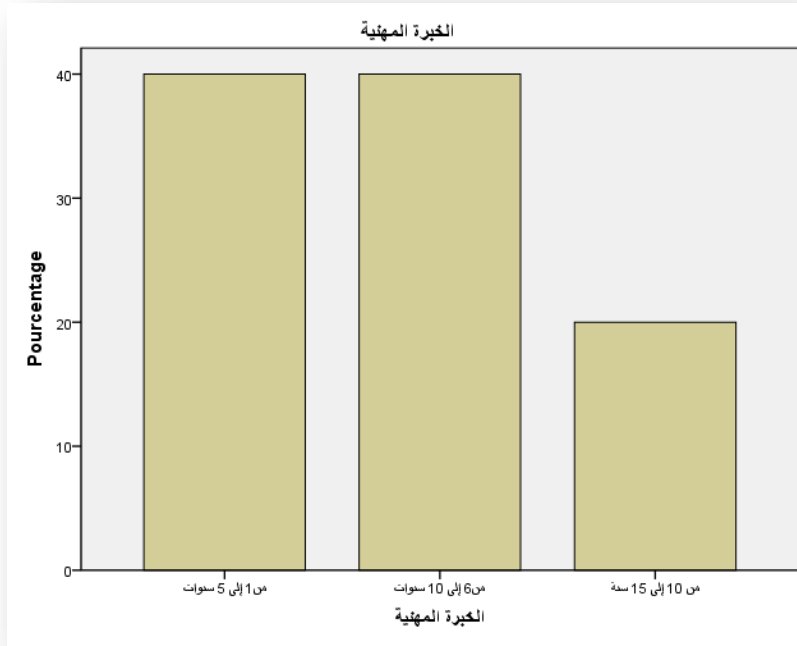
	Effectifs	Pourcentage
ثانوي	3	15,0
ليسانس	8	40,0
ماجستير	9	45,0
Total	20	100,0

4المؤهل العلمي : من خلال توزيع أفراد العينة حسب المستوى الدراسي تم الحصول على التوزيع الموضح في الجدول

رقم (3) والممثل بيانيا بالأعمدة في الشكل رقم (3):

التحليل: نلاحظ في الجدول رقم (3) لتوزيع أفراد العينة حسب المؤهل العلمي أن أصحاب المستوى الجامعي ماجستير كان بتكرار أعلى 45%، يليه المستوى الجامعي ليسانس ب 40% ثم جاء المقياس الثانوي ب 15% وهذا جانب جيد على ان البنك لديه فيئات من المستوى الجيد .

الشكل رقم (4): توزيع أفراد العينة حسب الخبرة المهنية



الخبرة المهنية

	Effectifs	Pourcentage
من 1 إلى 5 سنوات	8	40,0
من 6 إلى 10 سنوات	8	40,0
من 10 إلى 15 سنة	4	20,0

الخبرة المهنية

	Effectifs	Pourcentage
من 1 إلى 5 سنوات	8	40,0
من 6 إلى 10 سنوات	8	40,0
من 10 إلى 15 سنة	4	20,0
Total	20	100,0

التحليل: نلاحظ في الجدول رقم (4) لتوزيع أفراد العينة حسب الخبرة المهنية أن النسب المئوية كانت متساوية بين المقاييس الذي تتراوح خبرتهم المهنية ما بين سنة إلى 10 سنوات، أما الذين تتراوح ما بين 10 سنوات فأكثر فحاءت بنسبة 40% لكل من خبرتهم من 1 إلى 5 و من 6 إلى 10 سنوات اما النسبة 20% للذين خبرتهم من 10 إلى 15 سنة.

1. تحليل بيانات المحور الثاني الخدمات المصرفية الالكترونية :

لقد تم حساب المتوسط الحسابي والانحراف المعياري، لتحليل عبارات أداة الدراسة و يوضح الجدول (05) تحليل بيانات المحور الثاني من أداة الدراسة والخاص بدراسة. الخدمات المصرفية الالكترونية

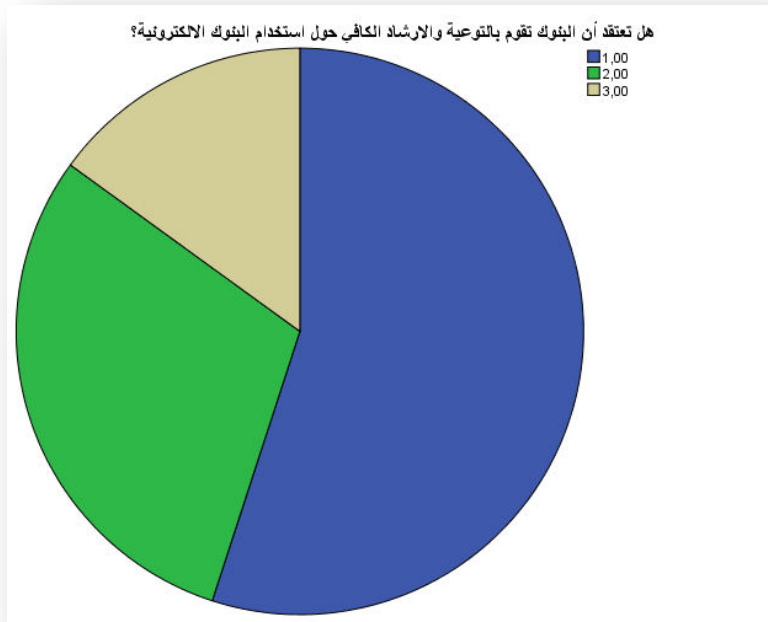
الأسئلة

المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	العبارات
1,6000	,75394	هل تعتقد أن البنوك تقوم بالتوعية والارشاد الكافي حول استخدام البنوك الالكترونية؟
1,8000	,69585	هل يوجد تفاعل جماعي لأعضاء البنك لتوليد معارف جديدة؟
1,4000	,68056	هل يتم تخزين المعرفة اعتمادا على التخزين الالكتروني؟
1,7500	,78640	هل يشجع البنك عملية البحث والتطوير لتحسين خدماته؟
1,4500	,68633	هل يملك البنك بنية تحتية متطورة لتكنولوجيا المعلومات والاتصال؟
1,8500	,74516	هل يقدم البنك خدمات الكترونية متطورة متميزة تدعم موقعه التنافسي؟
1,9000	,64072	هل تعتقد أن الخدمات المقدمة من قبل البنوك الالكترونية بكفاءة عالية؟
1,9500	,68633	هل تعتقد استخدام الموزع الآلي للنقود يتم بكفاءة؟
1,9000	,85224	هل تراقب الادارة مدى تعطل الموزع الآلي وهل تسعى إلى تصليحه في الوقت المناسب؟
1,7500	,78640	هل يقدم البنك خدمات عبر الهاتف؟
1,6000	,82078	هل يقوم البنك بعملية التحويل الحالي الالكتروني؟
1,5500	,68633	هل يقوم البنك باستشارة الخبراء للاستفادة من معارفهم
1,5500	,75915	هل يقوم البنك بدعم عملية التعليم الجماعي؟
2,2000	,61559	هل يستطيع البنك التخلي عن الأعمال الورقية والتحول إلى نظام الالكتروني؟

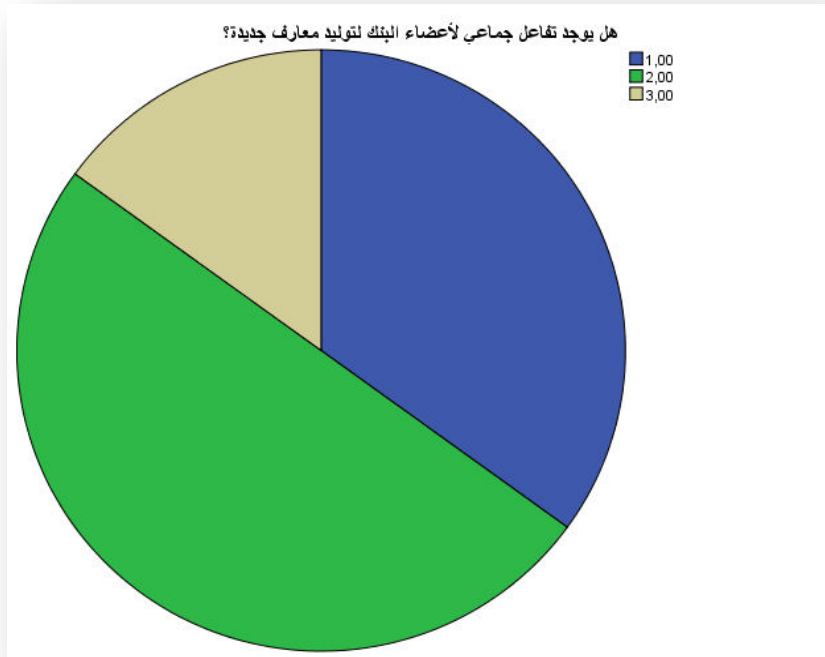
1,8500	,87509	هل يميل الأفراد إلى أداء أعمال ابداعية أكثر من الروتين؟
1,6500	,81273	هل يعمل البنك على تحسين نوعية قاعدة البيانات باستخدام تكنولوجيا متطورة؟
1,4500	,68633	هل يتم إجراءات تقديم الخدمة في الوقت المحدد؟
2,1000	,78807	هل يوفر البنك خدمة الاستفسار عبر الهاتف؟
1,6500	,81273	هل يتم اجراء العمليات المصرفية بسرعة؟
1,7000	,73270	هل يقدم البنك كشوف واضحة ودقيقة للعمليات المصرفية الالكترونية؟

المصدر من اعداد الباحثة بناء على نتائج برنامج (SPSS 19)

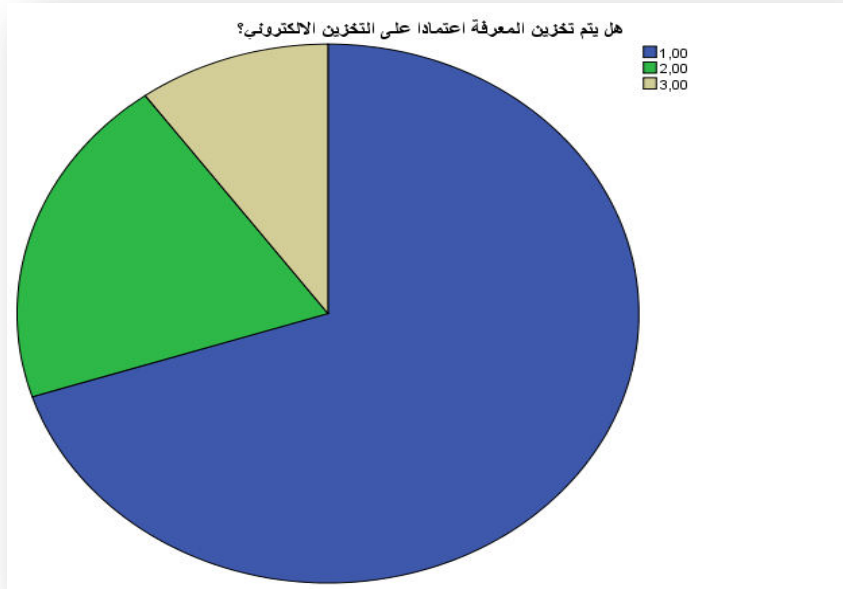
تتمتع بدرجة عالية من الثبات بالنسبة لكل أسئلة.



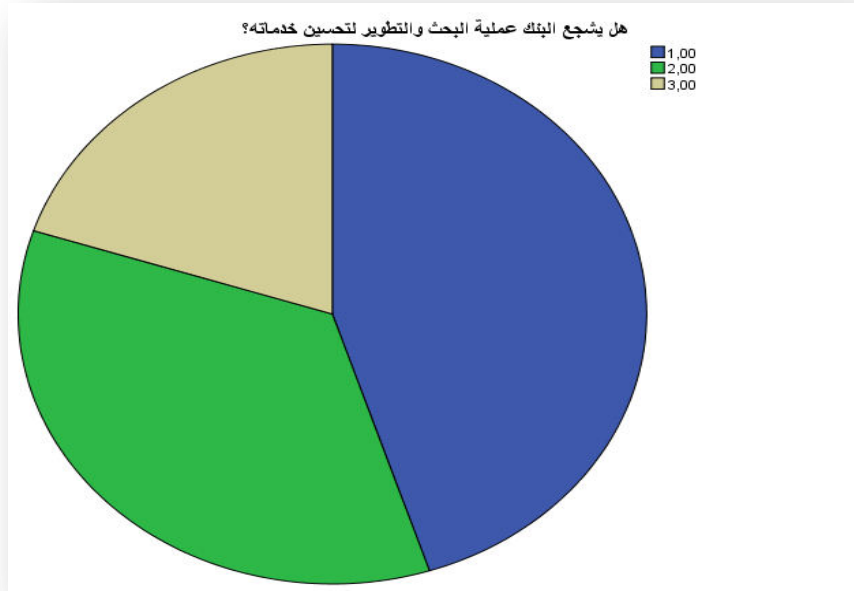
التحليل: نلاحظ من التمثيل البياني أن البنوك تقوم بالتوعية والارشاد الكافي حول استخدام البنوك الالكترونية حيث ان الفئة المصرحة بنعم تمثل نسبتها 55% وهذه نسبة معتبرة تدل على ان البنك يعمل كافة الجهود من اجل مواكبة تكنولوجيا وتطوير خدماته من خلال التوعية وتليها الفئة المستجوبة ب لا 30% اما الفئة المستجوبة ب إلى حد ما نسبتها 15%.



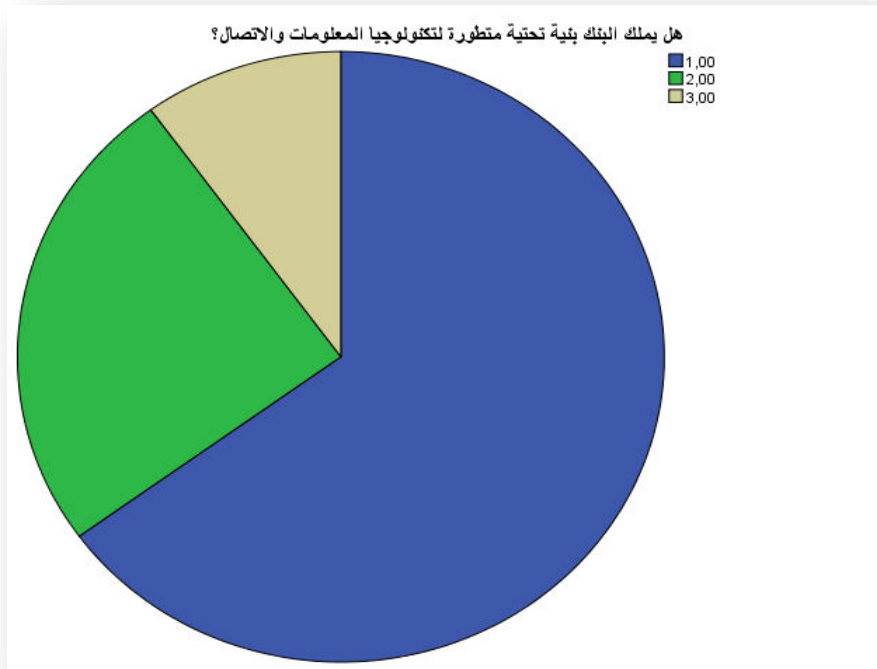
التحليل: نلاحظ من خلال التمثيل البياني أنه لا يوجد تفاعل جماعي لأعضاء البنك لتوليد معارف جديدة حيث الفئة المصروفة بلا 55%، اما الفئة المصروفة بنعم تمثل 35% وذا يدل على انه هناك تفاعل ضعيف اما المصرفين ب الى حد ما 15%.



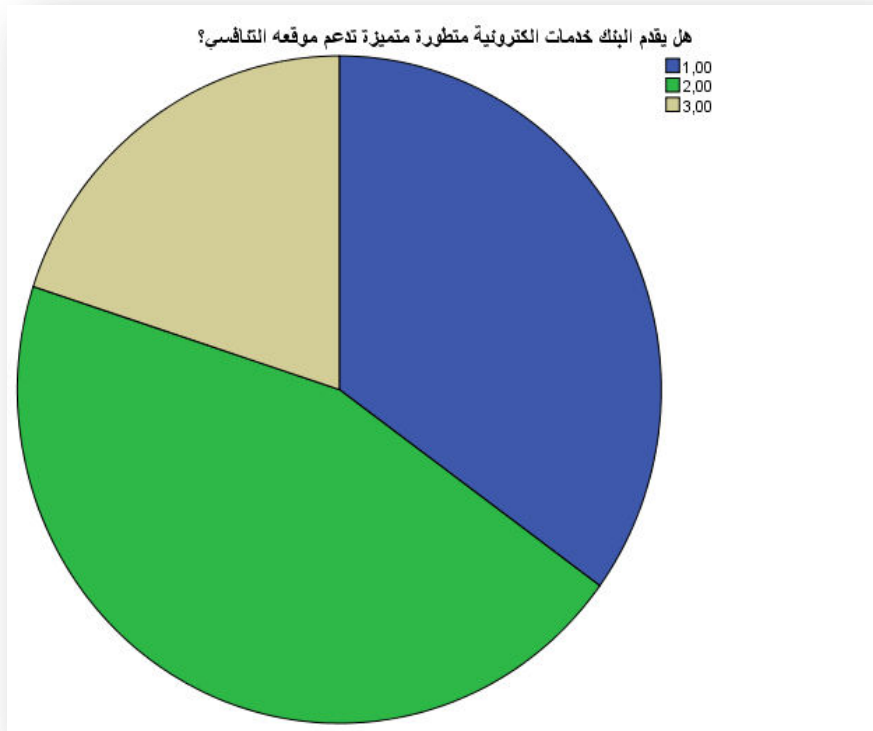
التحليل : نلاحظ من خلال التمثيل البياني أنه يتم تخزين المعرفة اعتمادا على التخزين الالكتروني ويستعمل كذلك وسائل الكترونية لأن معظم الموظفين صرحوا بنعم وتمثل النسبة المؤوية ب 70% وتليها الفئة المصراحة ب لا 20% و المصريحين ب إلى حد ما 10%.



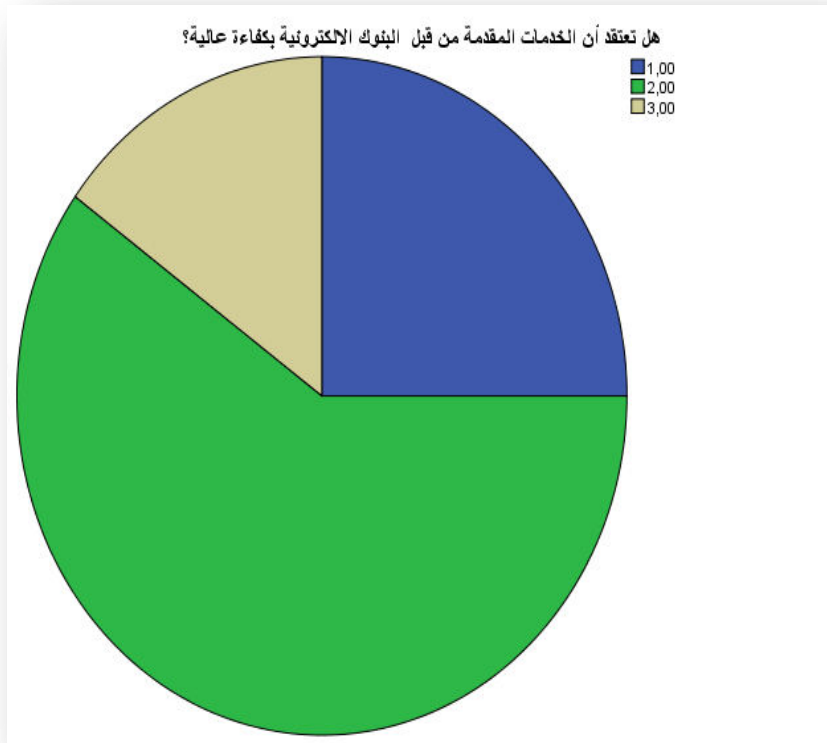
التحليل: نلاحظ من خلال التمثيل البياني أن البنك يشجع عملية البحث والتطوير لتحسين خدماته بنسبة 45% ولزم عليه مضاعفة هذه النسبة من اجل كسب عملاء أما النسب المتبقية مصرحة ب لا وهي 35% والى حد ما 20%



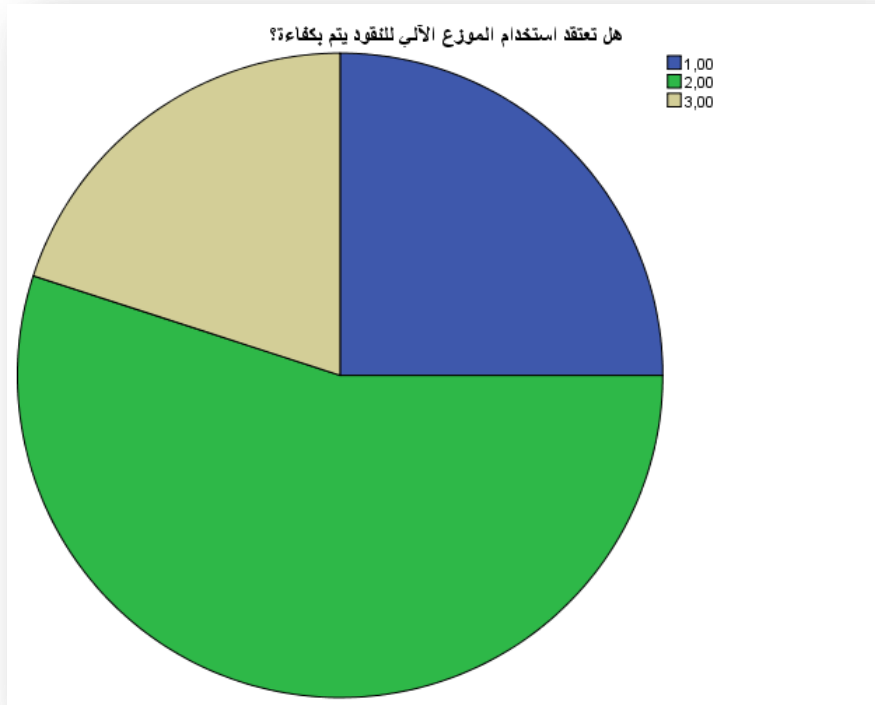
التحليل: نلاحظ من التمثيل البياني أن الفئة المصرحة بنعم هي أكبر نسبة 65% مما يدل على ان البنك يملك بنية تحتية متطورة لتكنولوجيا المعلومات والاتصال اما الفئة المصرحة بلا تمثل 25% والموظفين الباقين صرحوا بالى حد ما وتمثل 10%.



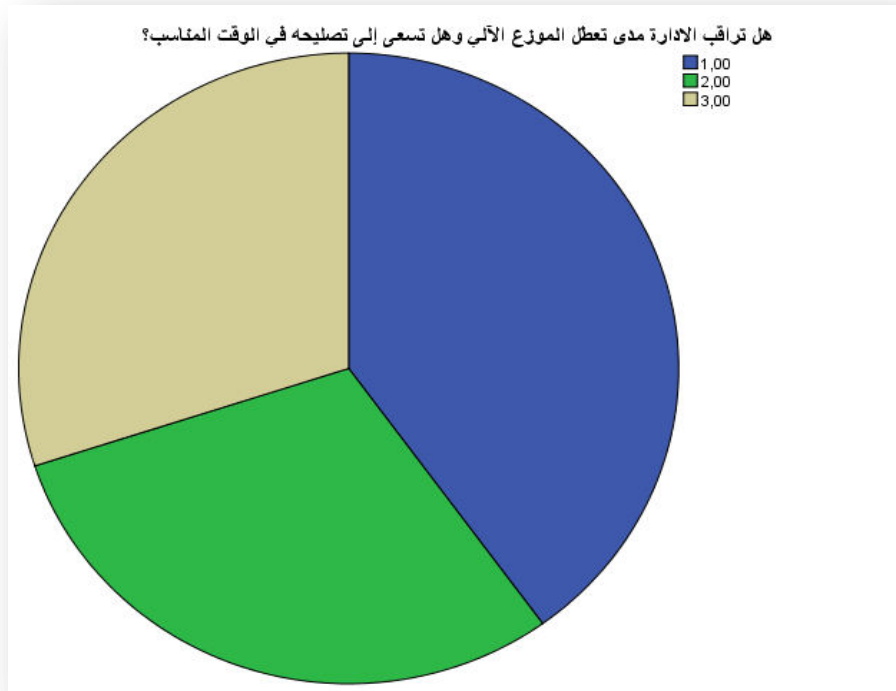
التحليل : يتضح من التمثيل ان نسبة 35% من الفئة المصرحة بنعم اما عن الفئة المصرحة ب لا تمثل 45% وهذا يدل على ان البنك يستعمل خدمات الكترونية ولكن بشكل ضعيف اما النسبة المئوية هي 10 % صرحوا الى حد ما مما وجب على البنك التركيز على هذا وتطوير خدماته الالكترونية من اجل تدعيم موقعه التنافسي.



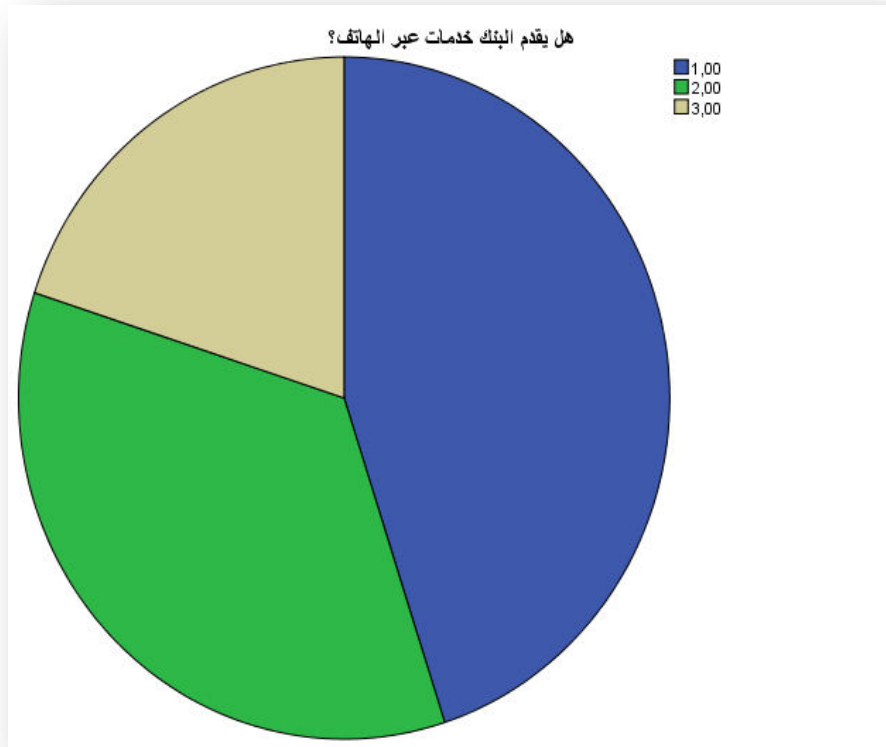
التحليل: نلاحظ من خلال التمثيل البياني ان نسبة 60% هي نسبة الموظفين المستجوبين ب نعم وهذا يدل على ان البنك يقدم خدمات بكفاءة عالية وهذا يساعده في كسب العملاء اما نسبة المصرحة ب لا 25 % الفئة المصرحة ب الى حد ما هي 15%



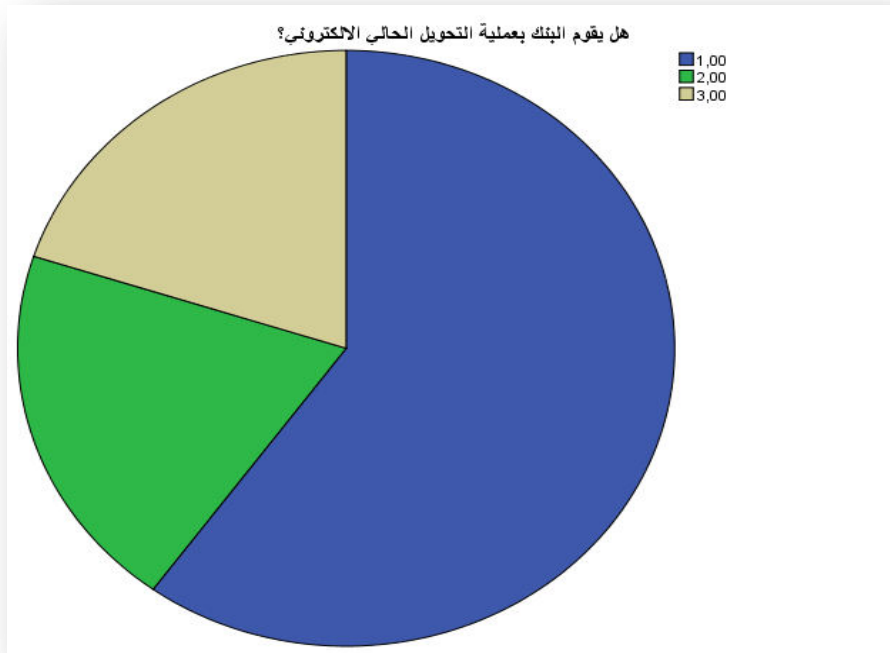
التحليل: نلاحظ من التمثيل البياني أن البنك يستخدم الموزع الآلي للنقود بكفاءة عالية حيث الفئة المستجوبة بنعم 55% وهذه نسبة معتبرة تبين ان البنك يستعمل الخدمات الالكترونية اما نسبة 25% هي الفئة المصرحة ب لا و 20% الفئة المصرحة ب الى حد ما وهي نسب متقاربة .



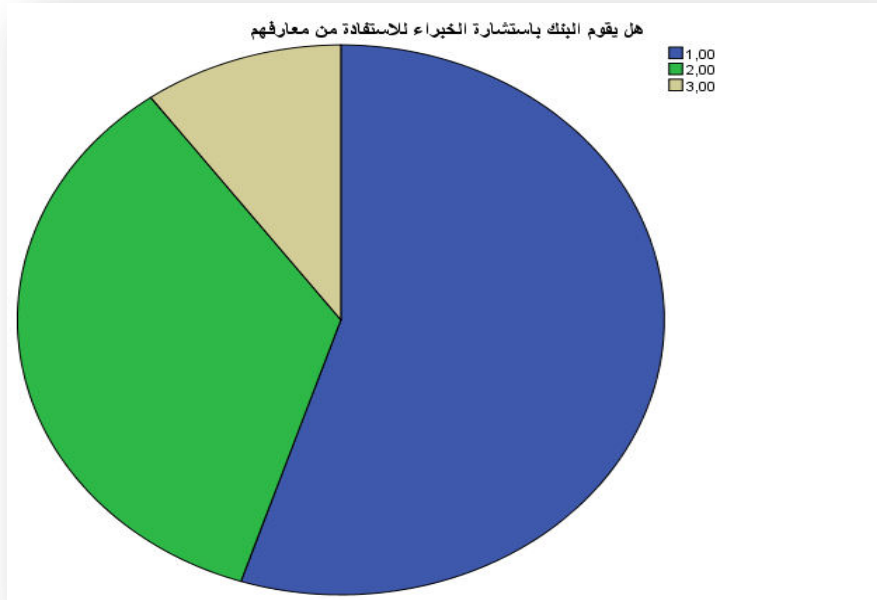
التحليل : يتضح لنا من الشكل ان الادارة تراقب مدى تعطل الموزع الآلي وتسعى إلى تصليحه في الوقت حيث تمثل نسبة 40% من الفئة المصرحة ب نعم اما النسب المتبقية فهي متساوية من الفئة المستجوبين بلا و إلى حد ما



التحليل : نلاحظ من خلال التمثيل البياني ان الفئة المستجوبة بنعم تمثل 45% مما يدل على ان البنك يقدم خدمات عبر الهاتف و اعطاء تسهيلات للعملاء اما نسبة الفئة المصراحة ب لا 35% فهي نسب متقاربة للفئة الاولى اما الفئة المستجوبة ب الى حد ما 20%



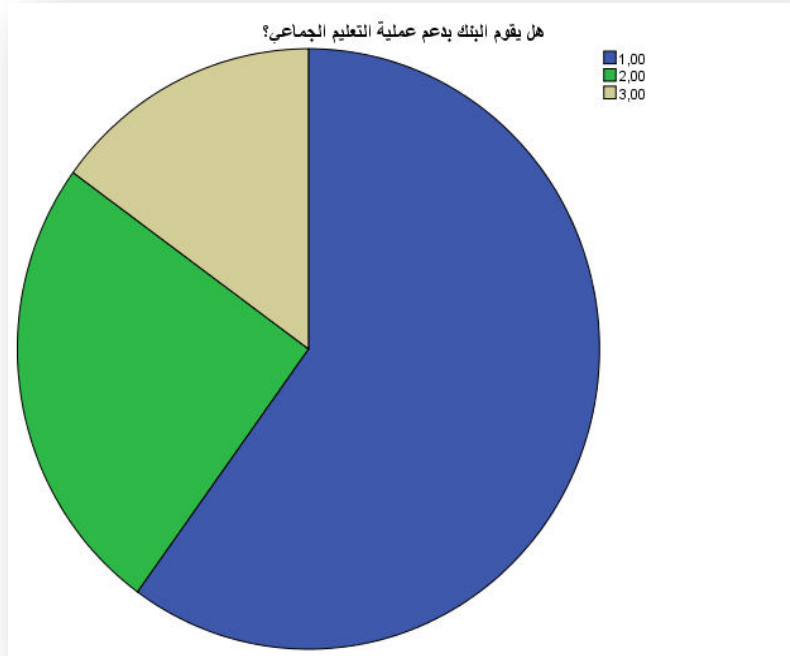
التحليل : نلاحظ ان البنك يقوم بعملية التحويل المالي الالكتروني حيث تمثل نسبة الافراد المستجوبين ب نعم 60% اما نسب المتبقية فهي متساوية للفئتين المستجوبين ب لا و الى حد ما .



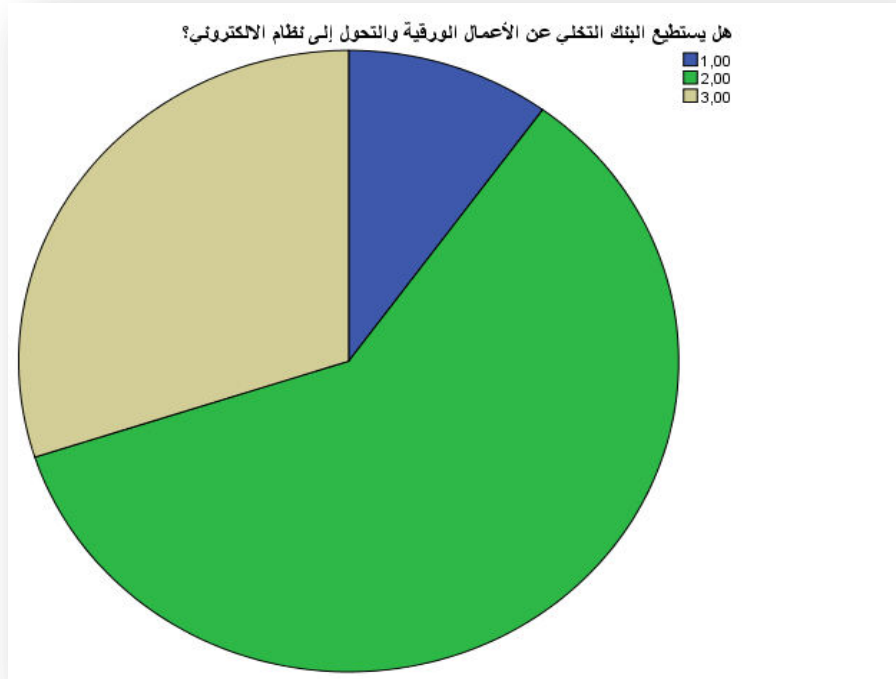
التحليل : نلاحظ ان البنك يقوم باستشارة الخبراء للاستفادة من معارفهم حيث تمثل نسبة 55% من الفئة

المستجوبة ب لا هي 35 %، اما الى حد ما نسبتها 10 % و هذا يدل على البنك لزم عليه استشارة الخبراء

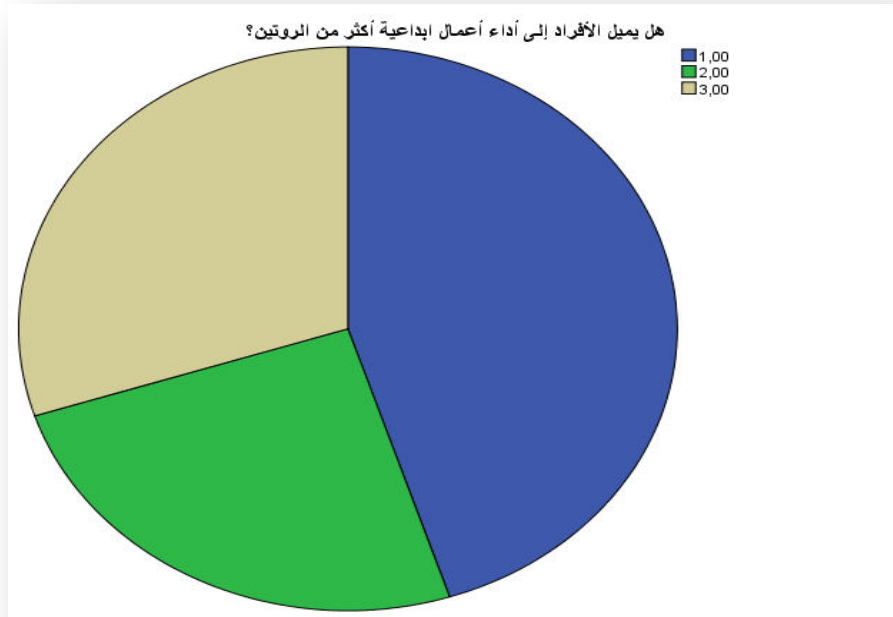
للاستفادة منهم والدفع بالبنك الى التطوير نحو التجارة الالكترونية



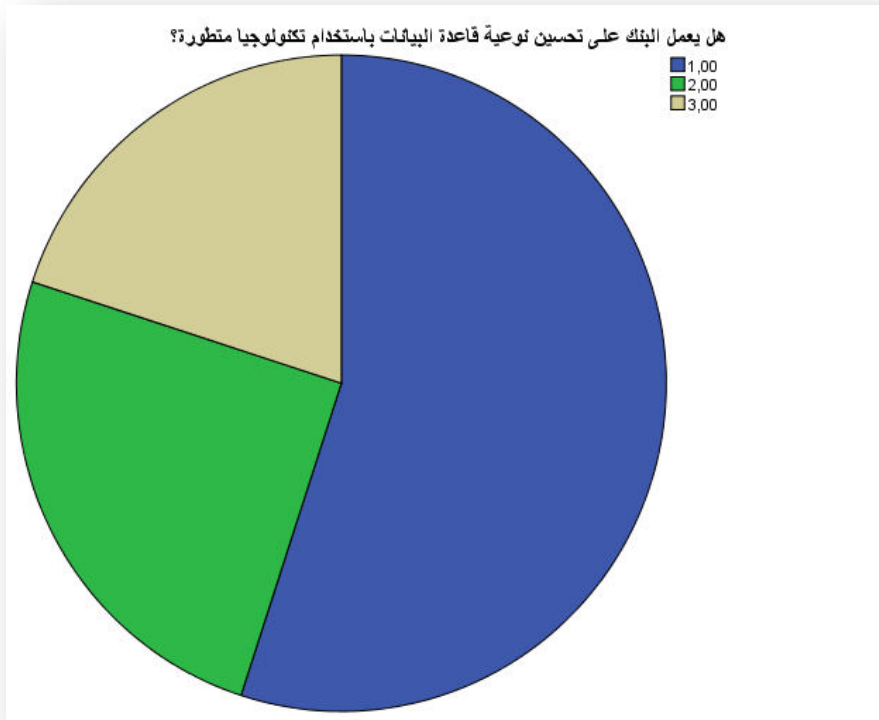
التحليل: من خلال التمثيل البياني 60% مما يدل على ان البنك يقوم بعملية الدعم التعليم الجماعي اما الفئة المستجوبة ب لا 25% و الفئة الاخرى 15% وان اهتمام البنك من هذه الناحية يزيد من تطوير البنك



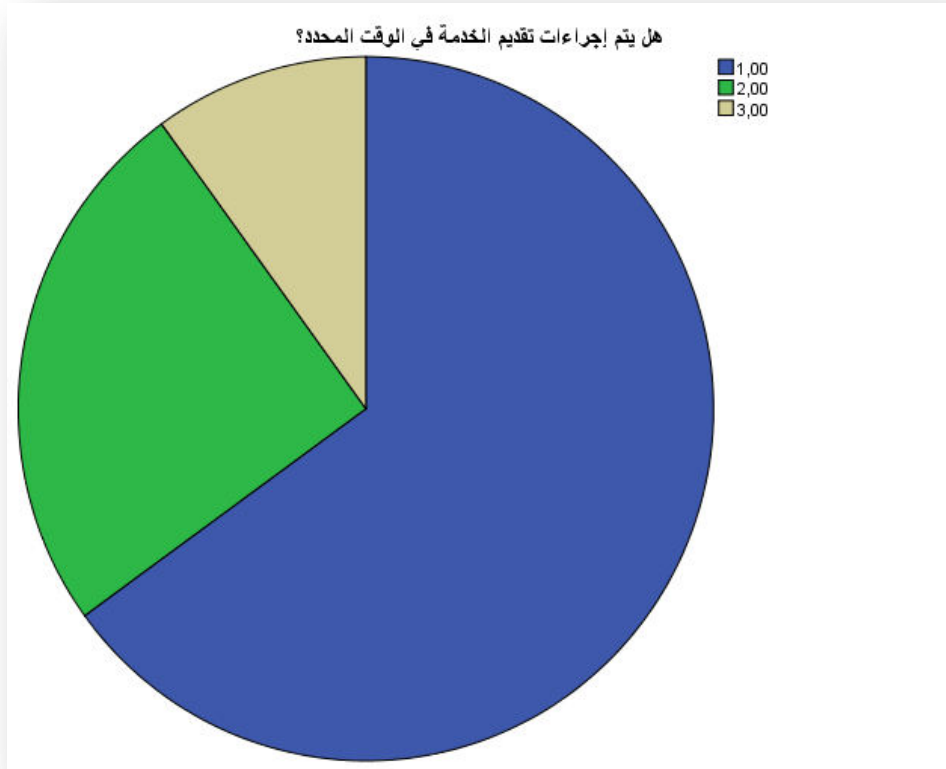
التحليل : نلاحظ من خلال الجدول ان البنك لا يستطيع التخلي عن الاعمال الورقية و تحويل الى نظام الكتروني لان الفئة المستجوبة ب لا 60% من بين مجموع الموظفين



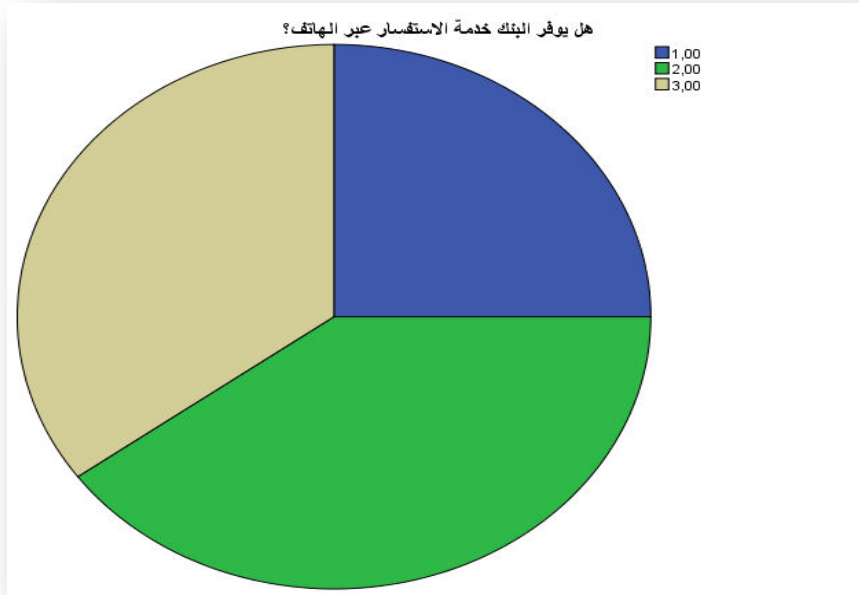
التحليل: نلاحظ من خلال التمثيل البياني ان الفئة المستجوبة بنعم %45 و هذا يدل على ان افراد البنك يملون الى اداء الاعمال الابداعية أكثر من روتينية اما الفئة الموالية تفضل العكس حيث جاءت نسبتها %25 الفئة الاخرى %30 المستجوبة ب الى حد ما



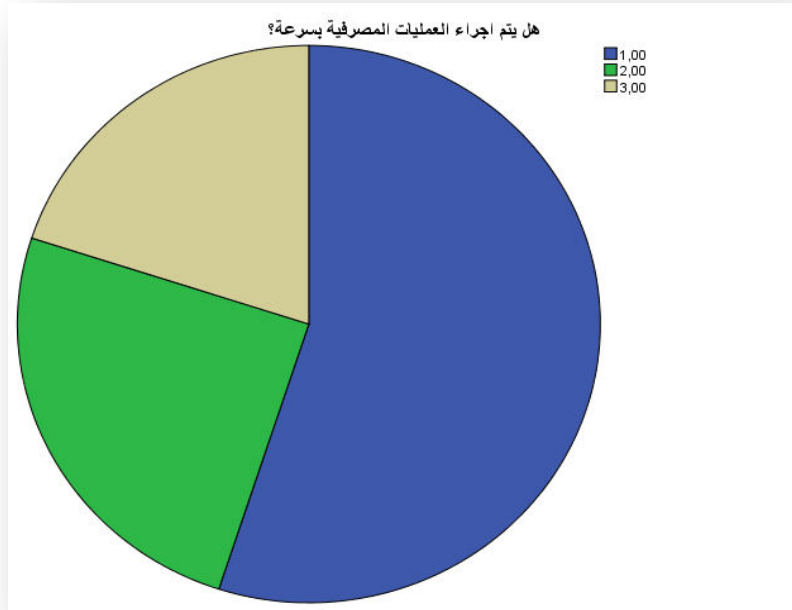
التحليل : نلاحظ من خلال الشكل اعلاه ان البنك يعمل على تحسين نوعية قاعدة البيانات باستخدام تكنولوجيا متطورة حيث تمثل نسبة الفئة المستجوبة 55% اما الفئة المستجوبة ب لا 20% فهي متقاربة الى الفئة المستجوبة ب الى حد ما 20%



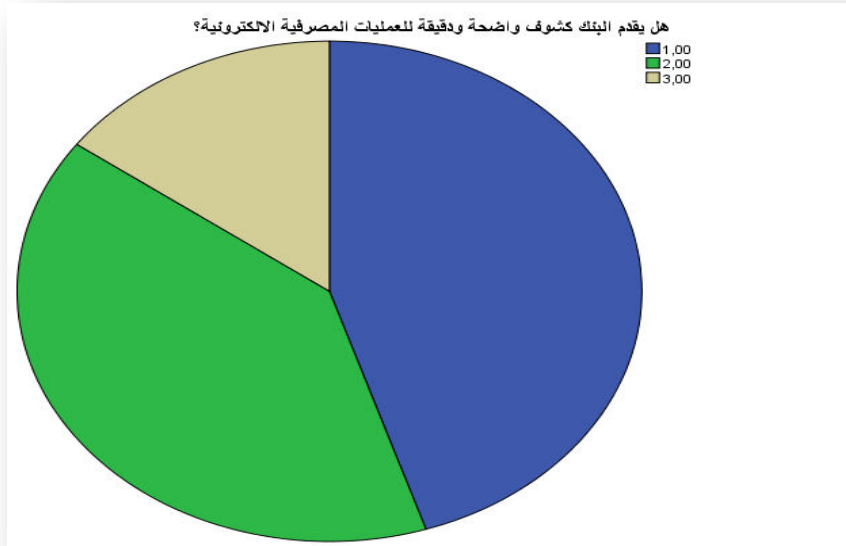
التحليل: نلاحظ من التمثيل البياني ان الفئة المستجوبة ب نعم تمثل 65% حيث تدل على ان البنك يقدم خدمات في الوقت المناسب وهذا يساعده في كسب العملاء .



التحليل: نلاحظ من التمثيل ان البنك لا يقدم خدمة الاستفسار من الهاتف لان الفئة المستجوبة بلا تمثل 40% مما وجب عليه مراجعة هذه التقنية وازادتها الى خدماته عبر الهاتف .



التحليل : نلاحظ من خلال التمثيل ان البنك يقوم باجراء عمليات المصرفية بسرعة لان نسبة 55% المصروفة ب نعم اما الفئة المصروفة ب لا تمثل 25% اما الفئة المصروفة ب الى حد ما 20%



التحليل : نلاحظ ان البنك يقدم كشوف واضحة ودقيقة للعمليات المصرفية الالكترونية حيث ان نسبة الفئة المستجوبة بنعم 45% اما المصراحة ب لا 40% و الفئة المصراحة ب الى حد ما نسبتها 15% .

النتائج

1- النتائج :

من خلال نتائج التحليل الاحصائي لأراء العملاء ، ونتائج الدراسة نمكن ان نحمل اهم النتائج التي توصلت اليها الدراسة :

-ان ابنوك الالكترونية تستخدم تقنيات حديثة لتقديم الخدمات المصرفية المبتكرة و تعد وسيلة جيدة وهامة لجذب العملاء .

-ان المزايا التي تعود على البنك في حالة تقديم الخدمة عبر الانترنت هي تقليل التكاليف وامكانية تقديم الخدمات في اي وقت دون اي جهد .

-لابد من الادارة بالاهتمام بحل مشاكل التي تعيق في استخدام الانترنت وتوفير المعدات اللازمة لاستعمال الانترنت.

-توفير البنك الوسائل الالكترونية متطورة تساعد في كسب العملاء..

-لابد على البنك تطوير اكثر في عملياته البنكية التجارة الالكترونية من اجل الدخول في السوق العالمية .

-لخلق كيان مصرفي قادر على المنافسة في ظل العولمة المالية والمصرفية لا يكون الا بتبني استراتيجيات مدروسة و مناسبة

-والقيام بدراسات حول العملاء في متطلباته باعتباره اساس نجاح البنوك الالكترونية في الجزائر .

-تدريب الموظفين وتكوينهم بصفة مستمرة فيما يتعلق بكل الانشطة و مهام البنك وخاصة في استعمال الوسائل الالكترونية .

-التوسيع في تقديم خدمات المصرفية الالكترونية لديه من اجل ارضاء العملاء .

ملخص الدراسة الميدانية :

باستعمال spss لتحليل معطيات الاستبيان الموزع على 20 عامل اظهر النتائج التالية

بان بنك الخليج الجزائر يطبق الصيرفة الالكترونية الى حد كبير وواسع النطاق خاصة مقارنة مع البنوك العمومية الاخرى الموجودة في مدينة سعيدة ،وان البنك يشجع عملية البحث والتطوير لتحسين خدماته المصرفية .

وانه لديه بنية تحتية متطورة لتكنولوجيا معلومات الاتصال وبكفاءة عالية ، اعتماده على استخدام موزع الي و بكفاءة عالية ،يقدم لبنك خدمات عبر الهاتف ، وكان بنك الخليج الجزائر وكالة سعيدة كان من رواد المؤسسات المصرفية في الجزائر لاحتضانة الصيرفة الالكترونية واستخدام كافة النظم الحديثة

الله

فتحت الصيرفة الإلكترونية آفاقا واسعة لكل من الأنظمة و المتعاملون بها ،وكان هدفها مواكبة التطورات العصرية ودفع عجلة التنمية الاقتصادية ، وإن كانت لها مزايا فإنها قد واجهت عراقيل في بعض الدول عسرت انتشارها لدافع واحد مشترك وهو عامل الثقة ،لكنها في تطوير مستمر لمحاولة التعميم واكتساح كل الميادين استخدامها وان تعدد أشكالها ونماذجها فيه تمتاز بالحدثة والبساطة بعيدا عن التعقيد المحدثه آثارا في النظام المصرفي والمالي .

وقد أثر التطور المذهل والسريع لتكنولوجيا الإعلام والاتصال على كل جوانب الحياة، إلى حد الذي جعل البعض يؤكد على ميلاد الصيرفة الإلكترونية يعتمد على آليات العمل المصرفي عالي ساهم في ظهور التجارة الإلكترونية والتي تعتمد أساسا على الوسائل الدفع الإلكترونية

وإذ يعتبر نظام الدفع لأي اقتصاد مؤشرا على مدى سيره وعمله، وهو ما جعل المصارف في مختلف دول العالم تدرك بأن التطوير ومواكبة وسائل حديثة له أولوية كبيرة في عصر يتطلب السرعة في معالجة المعلومات وهذا ما يؤدي بالضرورة إلى قيام التجارة الإلكترونية حديثة تساهم بشكل كبير حاجيات المتعاملين ومن ثم تقوية المعاملات التجارية وذلك بعد الخضوع إلى تنظيمات قانونية ودرجة أمان عالية .

ونرى بأن الجزائر تأثرت كغيرها من الدول بتداعيات العولمة المالية والمصرفية، إذ عملت البنوك الجزائرية على وضع إستراتيجية للنهوض بالتجارة الإلكترونية معتمدة بذلك على عوامل وبني تحتية متطورة تمكنها من استيعاب كل المعاملات الإلكترونية على غرار استخدام أنظمة الدفع الحديثة كالبطاقات ووسائل الدفع الإلكتروني، والتسويات الإلكترونية، وبالتالي ترقية وتطوير العمل المصرفي عن طريق ثقافة رقمية عالية ودقيقة .

ومن خلال الدراسة التطبيقية نجد أن محاولات الجزائر بشتى الطرق أن تنظم إلى دول ساعية لترقية النظام المصرفي داخل الاقتصاد واستطاعت بذلك إنشاء هيئات وشركات متخصصة في رقمنة وتطوير النظام المصرفي، وكذلك إدخال أنظمة حديثة وتقنيات متطورة ساعدت بشكل واضح في توسيع استخدام التكنولوجيا وتوعية المجتمع للوصول إلى مستجدات السوق المصرفية العصرية .

حيث ان بنك الخليج الجزائر من رواد المؤسسات المصرفية في الجزائر لاحتضان الصيرفة الإلكترونية وإدخاله حيز التنفيذ واستخدام كافة نظم الدفع الحديثة وقنوات الاتصال الإلكترونية المختلفة في نشاطاته عن طريق الوكالات التابعة له ومنها وكالة- سعيدة - والتي تطرقنا في دراستنا إلى إبراز خدمات الإلكترونية التي تقدمها الوكالة واستعراض أنواع نظم الدفع الحديثة لهذا البنك ومدى تطبيقها لهذه النظم .

النتائج العامة للبحث:

ومن أهم النتائج المتوصل إليها ما يلي :

- تساعد التجارة الالكترونية على اختراق الأسواق الدولية وكذا الوصول إليها .
- أن البنوك الالكترونية تعد وسيلة جيدة وهامة لجذب العملاء، وسيلة للتوسيع في الخدمات بواسطة البنك.
- إن المزايا التي تعود على البنك في حالة تقدم الخدمات عبر الإنترنت هي تقليل التكاليف، وزيادة حجم التعاملات التجارية، وسهولة الدخول إلى الأسواق المحلية والعالمية.
- لا يمكن الاستغناء عن وسائل الدفع التقليدية في الجزائر وذلك لبعده النظام البنكي الجزائري كل البعد عن تطبيق نظام يرتكز على الوسائل الالكترونية .
- إن تحديث نظام الدفع البنكي الجزائري ليس مرهون فقط بتغيير وتحديث الثقافة البنكية لدى الجمهور الجزائري ، بل وأيضا بضرورة الحكم في السوق الموازية وعلى مدى جدية القائمين على مشروع تحديث وسائل الدفع .
- في ظل التغيرات المستجدة والتطورات الحاصلة ينبغي على البنوك الجزائرية الاستعداد لتطبيق ثقافة مصرفية تأخذ بعين الاعتبار التغيرات المستمرة في أوضاع السوق المصرفية .
- لخلق كيان مصرفي قادر على المنافسة في ظل العولمة المالية والمصرفية لا يكون إلا بتبني استراتيجيات مدروسة ومناسبة و تأخذ بعين الاعتبار التكنولوجيات الحديثة في إدارة و التسيير .
- ضرورة العمل من أجل تطوير الوعي المصرفي لدى الجزائريين عبر وسائل التعرف على قنوات الإللكترونية من جهة ، ونشر الثقافة المصرفية الإللكترونية وأدواتها من جهة أخرى .
- لا تزال الصيرفة الإللكترونية في الجزائر في المراحل الأولى وتحتاج إلى تضافر الجهود ومن كل الأطراف المصرفية على كل مستويات من قبل البنك الوطني و البنوك التجارية الأخرى وكذا المؤسسات المالية بغية تطوير آليات العمل المصرفي الإللكترونية الحديثة .

الملخص :

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف إلى أهمية ومزايا البنوك الإلكترونية والمعوقات التي تواجه إنتشارها ومدى تطبيق الخدمات المصرفية الإلكترونية في البنوك الجزائرية، وللوصول إلى هذا الهدف تم استعمال المنهج التحليلي بإستعمال الاستبيان قسم على 6 موظفين في بنك الخليج الجزائر وكالة سعيدة وتوصلت الدراسة إلى النتائج التالية :

أن البنوك الإلكترونية تعد وسيلة جيدة وهامة لجذب العملاء وتنمية وتطوير التجارة الإلكترونية، وأن تأثيرها يقتصر على العملاء الذين يجيدون التعامل مع الانترنت ، وأن المزايا التي تعود على البنك في حالة تقديم الخدمات عبر الأنترنت هي تقليل التكاليف ، وزيادة التعاملات التجارية ، وتحسين خدمات العملاء، و توفير وسائل الدفع الإلكترونية التي تمكن العملاء من الحصول على خدمات المصرفية الإلكترونية، وإمكانية تقديم الخدمات على مدار الساعة ، وتوفير الوقت والجهد وجمع المعلومات عن المنافسين من خلال صفحات الأنترنت ، وتقديم خدمات مصرفية إلكترونية جديدة ، وأشارت الدراسة إلى العديد من المعوقات مثل عدم إدراك بعض البنوك لأهمية الفوائد الناجمة عن استخدام العمل المصرفي الإلكتروني، وضعف نظم الأمن التي تحققها التجارة الإلكترونية

ABSTRACT :

The aim of this study was to identify the importance and advantages of e-banks and the obstacles facing their spread and the extent of the application of e-banking services in Algerian banks. To achieve this goal, the analytical method was used by using the questionnaire.

That e-banks are a good and important way to attract customers and develop e-commerce, and that the impact is limited to customers who are good at dealing with the Internet, and that the advantages of the bank in the case of providing services over the Internet are reducing costs, increasing business transactions, and improve customer services, and Providing electronic payment methods that enable customers to access electronic banking services, the possibility of providing services around the clock, save time and effort, collect information about competitors through the Internet, and provide new electronic banking services, To study the many obstacles such as a lack of understanding of some banks to the importance of the benefits arising from the use of electronic banking work, and weak security systems achieved by e-commerce

قائمة المراجع

- 1-عرب يونس،"البنوك الإلكترونية"، الفكرة وخيارات القبول والرفض"،مجلة البنوك،عمان،الأردن،عدد2006،3،ص:24.
- 2الصميدعي وآخرون،"البنوك الإلكترونية،مجلة العلوم الإدارية الجامعة الإسلامية غزة فلسطين،عدد2008،1،ص،ص:63-64..
- 3-محمد كرياج،البنوك الإلكترونية،دار النهضة العربية،لبنان،2000،ص:115.
- 4-العبدلي العابد،"التجارة الإلكترونية في الدول الإسلامية"،ورقة عمل مقدمة ضمن مؤتمر عالمي الثالث لإقتصاد الإسلام،مكة المكرمة،2005،ص:46
- 5-عبد العظيم عبد المطلب،البنوك الشاملة،الدار الجامعية للنشر،الإسكندرية،مصر،2000،ص:62.
- 6-عبد الرزاق خليل،"الصناعة المصرفية العربية وتحديات اتفاقية بازل2"الملتقى الدولي حول إشكالية بروز الصناعة المصرفية،جامعة باجي المختار،عنابة،الجزائر،2004،ص:6
- 7-طارق طه،"إدارة البنوك في بيئة العولمة والانترنت"،دار الفكر الجامعي،الإسكندرية،مصر،2007،ص،ص:266-267.
- 8- رشيد بوعافية،"الصيرفة الإلكترونية والنظام المصرفي الجزائري"، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية، فرع نقود ومالية، جامعة البليدة، 2005، ص73. عبد الرحيم وهيبة، "إحلال وسائل الدفع التقليدية بالإلكترونية"، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، قسم علوم التسيير، فرع نقود ومالية، جامعة الجزائر، 2006، ص27.
- 9- عبد الرحيم الشحات،"المخاطر المالية في نظم المدفوعات في التجارة الإلكترونية"، مجلة الباحث، العدد (02)، جامعة الملك عبد العزيز، 2007، ص50
- 10-نبيل ذانون حاسم،"معيقات تطبيق الصيرفة الإلكترونية في القطاع المصرفي الحكومي"، العدد (25)، جامعة العراق، 2010، ص07.
- 11-احمد سفر، العمل المصرفي الإلكتروني في البلدان العربية، المؤسسة الحديثة للكتاب، لبنان، 2006، ص-158-157.
- 12- خالد أمين عبد الله، إسماعيل إبراهيم الطراد، إدارة العمليات المصرفية، دار وائل للنشر، الطبعة الأولى، الأردن، 2006، ص207.
- 13-نادية عبد الرحيم،"تطور الخدمات المصرفية ودورها في تفعيل النشاط الاقتصادي"، رسالة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، 2011، ص:79.

- 14- مدحت صادق ،"أدوات وتقنيات المصرفية "، دار غريب للنشر ، القاهرة ، مصر، ط:2001،1،ص:67
- 15 شريف مصباح أبو كرش،" المصارف والبطاقات الالكترونية:الفرص والتحديات"مجلة الدراسات المالية ، القدس ، فلسطين، عدد2014،8،ض:48.
- 16-ناظم محمد نوري الشمري وعبد الفتاح زهير عبد اللات ،"الصيرفة الالكترونية"، دار وائل للنشر، القاهرة، مصر، ط،1:2000.
- 17-يوسف مسعودي ،"البنوك الإلكترونية "، ملتقى المنظومة المصرفية الجزائرية "، البليدة ، الجزائر،2000،ص:5.
- 18-مدحت منصور ،دور تكنولوجيا المعلومات في تطوير الخدمات المصرفية "مصر، العدد 2000،2،ص:7.
- 19-رضا القطناني وخالد ممدوح "أثر خصائص البيئة التقنية والتكنولوجية "مجلة المنارة ،القدس فلسطين ،عدد2007،2،ص:21،ص:29.
- 20-منير الجنبهي وممدوح الجنبهي،"البنوك الإلكترونية "دار الفكر الجامعي للنشر،الإسكندرية، مصر، ط،2005،صص13-14.
- 21 أديب قاسم شدى ،"الصيرفة الالكترونية"،مجلة كلية واسط للعلوم الاقتصادية، واسط،العراق، عدد 27.

الملاحق:

هل تعتقد ان ان البنك يقوم بالتوعية والارشاد الكافية

	التكرار	النسبة المئوية
Valide 1,00	11	55,0
2,00	6	30,0
3,00	3	15,0
Total	20	100,0

هل يتم تخزين المعرفة اعتمادا على التخزين الالكتروني

هل يملك البنك بنية تحتية متطورة لتكنولوجيا المعط

	Effectifs	Pourcentage
13	65,0	
5	25,0	
2	10,0	
20	100,0	

	Effectifs	Pourcentage
Valide 1,00	14	70,0
2,00	4	20,0
3,00	2	10,0
Total	20	100,0

هل يقدم البنك خدمات الكترونية متطورة متميزة تدعم م

هل يشجع البنك عملية البحث والتطوير لتحسين خدماته؟

	التكرار	النسبة المئوية
7	35,0	
9	45,0	
4	20,0	
20	100,0	

	Effectifs	Pourcentage
Valide 1,00	9	45,0
2,00	7	35,0
3,00	4	20,0
Total	20	100,0

هل تعتقد أن الخدمات المقدمة من قبل البنوك الال

	Effectifs	Pourcentage
5	25,0	

12	60,0
3	15,0
20	100,0

هل تعتقد استخدام الموزع الآلي للنقود يتم بكفاءة؟

	التكرار	النسبة المئوية
Valide	5	25,0
	11	55,0
	4	20,0
Total	20	100,0

هل تراقب الادارة مدى تعطل الموزع الآلي وهل تسعى إلى تصليحه في الوقت المناسب؟

	التكرار	النسبة المئوية
Valide	8	40,0
	6	30,0
	6	30,0
Total	20	100,0

هل يقدم البنك خدمات عبر الهاتف؟

		Effectifs	Pourcentage
Valide	1,00	9	45,0
	2,00	7	35,0
	3,00	4	20,0
	Total	20	100,0

هل يقوم البنك بعملية التحويل الحالي الالكتروني؟

		Effectifs	Pourcentage
Valide	1,00	12	60,0
	2,00	4	20,0
	3,00	4	20,0
	Total	20	100,0

هل يقوم البنك باستشارة الخبراء للاستفادة من معارفهم

		التكرار	النسبة المئوية
Valide	1,00	11	55,0
	2,00	7	35,0
	3,00	2	10,0
	Total	20	100,0

هل يقوم البنك بدعم عملية التعليم الجماعي؟

		التكرار	النسبة المئوية
Valide	1,00	12	60,0
	2,00	5	25,0
	3,00	3	15,0
	Total	20	100,0

هل يستطيع البنك التخلي عن الأعمال الورقية والتحول إلى نظام الالكتروني؟

		التكرار	النسبة المئوية
Valide	1,00	2	10,0
	2,00	12	60,0
	3,00	6	30,0
	Total	20	100,0

هل يميل الأفراد إلى أداء أعمال ابداعية أكثر من الروتين؟

		التكرار	النسبة المئوية
Valide	1,00	9	45,0
	2,00	5	25,0
	3,00	6	30,0
	Total	20	100,0

هل يعمل البنك على تحسين نوعية قاعدة البيانات باستخدام تكنولوجيا متطورة؟

		التكرار	النسبة المئوية
Valide	1,00	11	55,0
	2,00	5	25,0
	3,00	4	20,0
	Total	20	100,0

هل يتم إجراءات تقديم الخدمة في الوقت المحدد؟

		التكرار	النسبة المئوية
Valide	1,00	13	65,0
	2,00	5	25,0
	3,00	2	10,0
	Total	20	100,0

هل يوفر البنك خدمة الاستفسار عبر الهاتف؟

		التكرار	النسبة المئوية
Valide	1,00	5	25,0
	2,00	8	40,0
	3,00	7	35,0
	Total	20	100,0

هل يتم اجراء العمليات المصرفية بسرعة؟

	التكرار	النسبة المئوية

Valide	1,00	11	55,0
	2,00	5	25,0
	3,00	4	20,0
Total		20	100,0

هل يقدم البنك كشوف واضحة ودقيقة للعمليات المصرفية الالكترونية؟

		التكرار	النسبة المئوية
Valide	1,00	9	45,0
	2,00	8	40,0
	3,00	3	15,0
Total		20	100,0