



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة الدكتور مولاي الطاهر



كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية

وعلوم التسيير

قسم: علوم مالية ومحاسبة

تخصص: مالية وبنوك

مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة ماستر أكاديمي

بعنوان

الصيرفة الالكترونية ودورها في تحسين جودة الخدمة المصرفية
دراسة حالة بنك القرض الشعبي الجزائري CPA فرع سعيدة

تحت إشراف الأستاذ:

نور الدين عبد الله

من إعداد الطلبة:

حزاب ندير

عمارة سيد أحمد

السنة الجامعية:

2023/2022

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الشكر

نشكر الله عز وجل على توفيقه لنا باتمام موضوعنا
ثم نشكر الاستاذ المشرف الأستاذ نور الدين عبد الله
على توجيهاته القيمة والملازمة لنا طيلة اعدادنا هذا البحث
كما اشكر الطاقم الاداري في بنك القرض الشعبي الجزائري فرع

ولاية سعيدة

على استقبالهم لنا وامدادنا بكل المعلومات التي تتعلق

بموضوع الدراسة

الاهداء

أهدي تخرجي

الى التي جعل الله الجنة تحت أقدامها أُمي الغالية

حفظها الله وأطال عمرها

الى أفراد عائلتي

الى كل من أناروا لي الطريق في سبل التحصيل

ولو قدر بسيط من المعرفة

الى أساتذتي الكرام

والى كل من قدم يد المساعدة والنصح

فهرس المحتويات

أ.....	المقدمة العامة.....
1.....	الفصل الأول: الصيرفة الاللكترونية في البنوك
1.....	تمهيد.....
2.....	المبحث الأول: ماهية الصيرفة الاللكترونية
2.....	المطلب الأول: نشأة ومفهوم الصيرفة الاللكترونية.....
8.....	المطلب الثاني : خصائص الصيرفة الاللكترونية.....
11.....	المطلب الثالث: أنواع البنوك الإللكترونية :
14.....	المطلب الرابع: أهمية المصارف الاللكترونية.....
15.....	المبحث الثاني:خدمات وآليات البنوك الإللكترونية وأهم مزاياها
15.....	المطلب الأول: مفهوم وسائل الدفع الإللكترونية.....
18.....	المطلب الثاني: آلية الدفع الإللكتروني
21.....	المطلب الثالث: وسائل الدفع الاللكترونية
26.....	الفصل الثاني: دور الصيرفة الاللكترونية في تطوير المؤسسات المصرفية.....
26.....	تمهيد:.....
26.....	المبحث الأول: تحسين الأداء في البنوك ومتطلبات الصيرفة الإللكترونية وعوامل نجاحها
27.....	المطلب الأول: العوامل مساعدة في دمج آليات الصيرفة الإللكترونية في أنشطة البنوك التجارية
28.....	المطلب الثاني: مداخل تحسين الأداء البنكي باستخدام آليات الصيرفة الإللكترونية
31.....	المطلب الثالث: مستلزمات الصيرفة الإللكترونية
36.....	المطلب الرابع: أثر الصيرفة الإللكترونية على أداء البنوك التجارية
42.....	المبحث الثاني: معيقات وتحديات الخدمات المصرفية الإللكترونية وأهم الاستراتيجيات المطبقة
42.....	المطلب الأول: معيقات التوسع في الخدمات المصرفية الإللكترونية.....
46.....	المطلب الثاني: التحديات القانونية في حقل الخدمات المصرفية الإللكترونية.....
53.....	المطلب الثالث: استراتيجيات البنوك الاللكترونية
53.....	المطلب الرابع: إستراتيجية تأمين وتفعيل الخدمات المصرفية الإللكترونية

58 خلاصة الفصل الثاني
61 الفصل الثالث: دراسة حالة بنك القرض الشعبي الجزائري
61 تمهيد:
61 المبحث الأول: التعريف ببنك القرض الشعبي الجزائري
61 المطلب الأول: بنك القرض الشعبي الجزائري cpa
63 المبحث الثاني: دراسة حالة لبعض موظفين بنك القرض الشعبي الجزائري
63 المطلب الأول: مجتمع وعينة الدراسة
64 المطلب الثاني: وصف وتحليل الاستبيان
70 المطلب الثالث: تحليل اتجاهات اجابات أفراد العينة
80 خاتمة
81 قائمة المصادر والمراجع:
84 الملاحق

قائمة الجداول

- الجدول رقم 01: فرق بين الصيرفة التقليدية والإلكترونية..... 41
- الجدول (02) درجات مقياس ليكارت الخماسي 64
- الجدول رقم (03) يبين صنف الموظفين 65
- الجدول رقم (04) يبين العمر للموظفين 66
- الجدول رقم (05) يبين المؤهل الدراسي للموظفين 67
- الجدول رقم (06) يبين الخبرة المهنية للموظفين 68
- الجدول رقم (07) يبين نتائج اختبار ألفا كرونباخ لقياس ثبات الاستبيان 69
- الجدول رقم (08) يبين درجات ليكارت الخماسي 70
- الجدول رقم (09): يبين اتجاهات اجابات البعد الأول: خاص بالتكنولوجيا في المؤسسة المصرفية..... 72
- الجدول رقم (10): يبين اتجاهات اجابات البعد الثاني: خاص بتنظيم العمل داخل المؤسسة المصرفية..... 73
- الجدول رقم (11): يبين اتجاهات اجابات البعد الثالث: خاص توفير المحيط الأمني للزبائن..... 74
- الجدول (12): يبين اتجاهات اجابات البعد الرابع: خاص برضا الزبائن..... 75

قائمة الأشكال

- 5..... الشكل رقم 01 تطور المؤسسة البنكية
- 21..... الشكل رقم (02) نموذج الصيرفة الالكترونية ومميزات توظيفها في البنوك
- 37..... الشكل رقم 03: تأثير الصيرفة الإلكترونية على جودة الخدمة المصرفية
- 54..... الشكل رقم (04): نظام التشفير الإلكتروني
- 65..... الشكل رقم (05) يبين صنف الموظفين
- 66..... الشكل رقم (06) يبين سن الموظفين
- 67..... الشكل رقم (07) يبين المؤهل الدراسي للموظفين
- 68..... الشكل رقم (08) يبين الخبرة المهنية للموظفين
- 71..... الشكل رقم (09) يبين أبعاد الصيرفة الالكترونية

المقدمة العامة

المقدمة العامة

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

لقد انعكس التطور التكنولوجي على تطور الأنشطة الاقتصادية عامة والصناعة المصرفية خاصة، حيث أصبح استخدام التكنولوجيا الحديثة عنصرا ملازما لها لما توفره من فعالية في العمل وسرعة في الإنجاز ووفرة في المعلومات عن الزبائن والأسواق، والقدرة على تطوير المنتجات الجديدة وإيصالها إلى الزبائن في أي مكان وفي أي وقت، ونتيجة لسرعة انتشارها وتطورها فتح باب المنافسة أمام الدول وخاصة المتطورة منها للاستفادة من مميزات وتقنياتها العالية في شتى المجالات خاصة القطاع المصرفي ليتمكن من خوض غمار المنافسة الشديدة في ظل الانفتاح والعولمة، ولمواجهة هذه التحديات تضع البنوك هذه التكنولوجيا المتطورة والمتجددة باستمرار نصب عينيها كرهان حقيقي في قدرتها على رفع التحدي من خلال تطوير خدماتها، وتنويعها بالشكل الذي يلبي احتياجات الزبائن ومتطلباتهم المتطورة والمتغيرة وبالتالي كان لزاما عليها متابعة آخر المستجدات في عالم التكنولوجيا المصرفية باستخدامها وتطويرها،

يسهل التطور التكنولوجي الكبير عملية إنجاز المعاملات المصرفية والاتصال السريع بالنسبة للعملاء وتقليل الجهد، الوقت والعناء اعتمادا على الأساليب الإلكترونية الحديثة في تقديم الخدمات المصرفية، كما انتشرت العديد من قنوات توزيع الخدمة المصرفية كخدمات الصراف الآلي ونظام التحويل الإلكتروني للنقود والعمليات المصرفية المنزلية، بالإضافة إلى التغيرات التي طرأت على نمط سلوك العملاء من خلال اهتمامهم المتزايد بكل من الزمان والمكان الذي تقدم فيه الخدمة



المصرفية، هذا ما جعل البنوك المعاصرة تستجيب تدريجيا للتغيرات الحاصلة في أنماط المستهلكين لضمان المحافظة على حصتها السوقية والسعي لكسب حصة سوقية أكبر.

1- إشكالية الدراسة:

رغم قيام الجزائر بعدة إصلاحات مصرفية للنهوض بالقطاع البنكي وذلك بتبني عدة مشاريع من بينها الجزائر للخدمات المصرفية الإلكترونية وذلك لتطوير النظام المصرفي، إلا أن هذه الخدمات ما زالت بعيدة عن المعايير المصرفية الدولية وضمن هذا الإطار العلمي والفكري المتداخل وأمام العرض السابق تبرز ملامح إشكالية البحث والتي يمكن صياغتها على النحو التالي:

إلى أي مدى يمكن للخدمات المصرفية الإلكترونية النهوض بالقطاع البنكي، وتحقيق تطوير الخدمات المصرفية في بنك القرض الشعبي الجزائري؟

ولتوضيح مضامين هذه الإشكالية نطرح الأسئلة الفرعية الموالية:

- 1- ما هي أهمية اعتماد نظام معلومات فعال في بنك القرض الشعبي الجزائري ؟
- 2- هل بنك القرض الشعبي الجزائري يدرك أهمية استخدام تكنولوجيا المعلومات ومدى كفاءتها وفعاليتها في تحقيق المستوى المطلوب لأداء الخدمة المصرفية؟
- 3- ما هي طبيعة المزايا التي تعود على بنك القرض الشعبي الجزائري في حالة تقديمها للخدمات المصرفية الإلكترونية؟

2- فرضيات الدراسة:

وكمحاولة مبدئية للإجابة على السؤال الرئيسي يمكن وضع الفرضية الرئيسية الموالية:
يمكن للخدمات المصرفية الإلكترونية تحقيق تطوير الخدمات المصرفية لبنك القرض الشعبي الجزائري، من حيث تحقيق أبعاد الصيرفة الإلكترونية وبالتالي تطوير القطاع البنكي.

وللإجابة عن الأسئلة الفرعية للبحث قمنا بصياغة الفرضيات الآتية لتكون منطلقا لدراستنا؛
ونسعى لتحليلها واختبارها من خلال دراسة الموضوع:

1- إن اعتماد نظام معلومات متكامل في بنك القرض الشعبي الجزائري يؤدي إلى تحقيق
تطوير الخدمة المصرفية.

2- إن استخدام تكنولوجيا المعلومات في بنك القرض الشعبي الجزائري له أهمية بالغة في
تعزيز مركزها التنافسي ورفع حصتها السوقية، واحتلال مكانة مميزة في السوق المصرفية.

3- توجد علاقة بين المزايا التي تعود على بنك القرض الشعبي الجزائري في حالة تقديمها
للخدمات المصرفية الإلكترونية والدور الذي تلعبه في تحقيق تطوير الخدمات المصرفية.

3 -حدود الدراسة:

ترتكز محددات دراستنا في ما يلي:

أ- الإطار المكاني تركز الدراسة على الخدمات المصرفية الإلكترونية ودورها في تفعيل

النشاط البنكي في بنك القرض الشعبي الجزائري والذي يقع بولاية سعيدة

ب- الإطار الزمني: إن فترة الدراسة كانت تربص في البنك والذي امتدت من 20 أفريل

2023 إلى 10 ماي 2023.

4 -منهجية البحث وأدوات التحليل المستخدمة:

قصد الإحاطة بمختلف جوانب الموضوع والإجابة على إشكالية البحث واختبار صحة الفرضيات
اعتمدنا على عدة مناهج حتى نتمكن من جعل الدراسة متوافقة مع محاور البحث المختلفة، حيث
يستند بدرجة أولى على المنهج الوصفي التحليلي، بهدف وصف وتحليل مختلف أبعاد الموضوع
لكشف كل ما يتعلق بالمفاهيم المرتبطة بالخدمات المصرفية وتكنولوجيا المعلومات، والخدمات
المصرفية الإلكترونية، والتطرق إلى شرح وتفسير بعض الإحصائيات والتطورات التي تمت



معالجتها خلال البحث، هذا مع الاعتماد أحيانا على المنهج التاريخي، مثل سرد تطور الصيرفة الإلكترونية والمراحل التي مرت بها، كما تم الاعتماد على منهج دراسة حالة الخدمات المصرفية الإلكترونية من أجل التعرف على دورها في تفعيل النشاط البنكي مقارنة بما تم التعرف عليه في الجانب النظري.

وتجدر الإشارة إلى أنه تم اعتماد أدوات التحليل الإحصائي لعرض وتحليل نتائج الدراسة التطبيقية، والمتمثلة في برنامج التحليل الإحصائي SPSS V23

5 -أسباب اختيار الموضوع

ثمة أسباب متعددة دفعتنا لاختيار البحث في هذا الموضوع دون غيره من المواضيع، ونلخصها فيما يلي:

- بحكم تخصصنا في البنوك وميولنا الأكاديمي لدراسة مواضيع ذات الطابع المعلوماتي؛ الميل إلى الخوض في المواضيع الحديثة التي تعرف تطورات وتحولات متلاحقة باعتبارها موضوع الساعة، لا سيما أمام التحديات التي يفرضها التطور التكنولوجي.
- قلة الدراسات والأبحاث الأكاديمية على المستوى العربي التي عالجت هذا الموضوع وخاصة فيما يخص جانب استقطاب البنوك الجزائرية والعربية لهذه الخدمات؛

6 -أهمية الموضوع:

تبرز أهمية الدراسة ضمن المجالات التالية:

زيادة الوعي لدى البنوك والعملاء في استخدام هذه الخدمات وتحفيزهم بما تحقق من مستوى عال في الأداء والفعالية في البنوك

يعتبر هذا البحث مساهمة علمية في بناء الإطار النظري لإشكالية الخدمات المصرفية الإلكترونية ودورها في تحقيق تطوير الخدمات المصرفية؛



إثراء رصيد مكتبة الجامعة بمواضيع جديدة وهامة في الخدمات المصرفية الإلكترونية؛
ستسمح لنا هذه الدراسة بإعطاء صورة واضحة عن استخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية؛
إعطاء نظرة أكثر واقعية من خلال أمثلة عن استعمال الخدمات المصرفية الإلكترونية.

7- أهداف الدراسة:

- نسعى من خلال قيامنا بهذه الدراسة العلمية إلى تحقيق جملة أهداف أهمها:
- تتمين المتغير التكنولوجي كمتغير نوعي يتطلب معالجة خاصة وإعطائه مكانة أساسية ضمن توليفة عوامل الخدمات المصرفية، وذلك من خلال مساهمته في أداء البنوك؛
 - تبيان دور وأهمية الخدمات المصرفية الإلكترونية في البنوك ومحاولة إزالة الغموض الذي يكتنفها؛
 - دراسة واقع الخدمات المصرفية الإلكترونية في البنوك الجزائرية من خلال دراسة حالة بنك القرض الشعبي الجزائري.
 - محاولة تقليص الفجوة بين البنوك والجامعة ونقل الأبحاث إلى أرض الواقع وعدم تركها حبيسة الأدراج والمكتبات.

8- الدراسات السابقة:

من خلال ما قمنا به من مسح على مستوى المكتبات، تبين لنا أن الصيرفة الإلكترونية من المواضيع الجديدة، وهناك بحوث ودراسات اهتمت في معظمها بإبراز أهمية الخدمات المصرفية في القطاع البنكي، غير أننا وجدنا عدة بحوث يمكن اعتبارها كمدخل لبحثنا هذا نذكر منها:

الدراسة 01: الصيرفة الالكترونية آلية لضمان جودة الخدمات المصرفية هالة عبدلي 2017
طالبة دكتوراه جامعة خنشلة

تهدف من خلال هذا البحث إلى دراسة مفهوم الصيرفة الالكترونية كآلية لضمان جودة الخدمات المصرفية، حيث تم التطرق إلى تحديد الإطار المفاهيمي للصيرفة الالكترونية و دواعي الاهتمام بهذا المفهوم الجديد ، كما تم الحديث عن أهم المفاهيم المتعلقة بجودة الخدمات المصرفية ليتم في الأخير اقتراح نموذج لميزات الخدمة المصرفية المقدمة للعملاء في إطار تطبيق نظام الصيرفة الالكترونية.

الكلمات المفتاحية : الصيرفة الالكترونية الخدمات المصرفية ، جودة الخدمة المصرفية ، نظام الصيرفة الالكترونية المستهلك.

الدراسة 02: دور الصيرفة الالكترونية في تحسين الخدمة المصرفية 2021

دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية - المديرية الجهوية بالشلف ط. د. ديدوش هاجرة و
د. حريري عبد الغني

هدفت الدراسة إلى إبراز دور الصيرفة الالكترونية في تحسين الخدمة المصرفية، وعالجت إشكالية الدور الذي تساهم به الصيرفة الالكترونية في تحسين الخدمة المصرفية بينك البدر المديرية الجهوية بالشلف.

ذلك بتقسيم البحث إلى المحاور التالية :

أولاً: تكنولوجيا المعلومات ومتطلبات تطبيقها .

ثانياً: ماهية الخدمة المصرفية .

ثالثاً: مساهمة الصيرفة الالكترونية في تحسين الخدمة المصرفية



رابعاً: واقع تطبيق الصيرفة الإلكترونية ببنك الفلاحة والتنمية الريفية المديرية الجهوية بالشلف. وتوصلت الدراسة إلى أن اعتماد الصيرفة الإلكترونية بالمديرية يساهم في تحسين الخدمات المصرفية عن طريق بعض الخدمات المصرفية الإلكترونية التي تقدمها المديرية من بينها : خدمة الدفع عبر الأنترنت، عملية السحب والدفع من خلال البطاقات الإلكترونية، ..إلخ، حيث ما يجعل الزبون يستغني عن الذهاب إلى مقر المصرف، وباستطاعته الاستفادة من الخدمات المصرفية من أي مكان، وفي أي وقت. الكلمات المفتاحية: تكنولوجيا المعلومات، تكنولوجيا الاتصال الخدمة المصرفية الصيرفة الإلكترونية، بنك الفلاحة والتنمية الريفية المديرية الجهوية.

الدراسة 03: الصيرفة الإلكترونية في الجزائر (المفهوم الواقع، ومتطلبات التنشيط) 2021
د. كريمة بركات" جامعة البويرة الجزائر

تهدف هذه الدراسة إلى معالجة موضوع الصيرفة الإلكترونية في الجزائر من خلال إبراز تطور الخدمات المصرفية في السنوات الأخيرة من أجل مواكبة التطورات الحاصلة في مجال عمل المصارف.

ويهدف الوصول إلى أرقى النظم المصرفية وتقديم أفضل الخدمات للزبائن ومن أجل تحقيق منافسة قوية وتحسين نوعية الخدمات سعت الدولة إلى بذل مجهودات كبيرة من أجل تطبيق نظام الصيرفة الإلكترونية وتقديم الخدمات المصرفية بمختلف أنواعها بالاعتماد على شبكة الأنترنت، بدلاً من الطرق العادية. لكن رغم المجهودات المبذولة لتحقيق هذا المسعى، فهي لا تزال تعاني البطء في عملية التحول نحو الصيرفة الإلكترونية.

الدراسة 04: مقومات تنشيط التجارة والصيرفة الالكترونية بالجزائر 2019 د. كريمة بن شنيعة، جامعة حسيبة بن بوعلي بالشلف

يتعلق هذا البحث بدراسة مقومات تنشيط التجارة و الصيرفة الالكترونية بالجزائر، من خلال دراسة واقع هذين النشاطين متناولين بالدراسة والتحليل مدى انتشار واستخدام الانترنت ونظم ووسائل الدفع المعتمدة في تسوية المعاملات الالكترونية بالجزائر ومدى توافر وملائمة البنية التحتية والبيئة القانونية والتشريعية لممارسة كل من التجارة و الصيرفة الالكترونية والكشف عن المتطلبات التي تحتاجها الجزائر في هذا المجال لتجعله أكثر نشاطا وفعالية وذلك لمواكبة التطورات التكنولوجية كون أن اعتماد التجارة و الصيرفة الالكترونية ليس خيارا بإمكان الجزائر أن تقبله أو ترفضه وإنما حتمية تفرضها المنافسة الشديدة في ظل بيئة الكترونية.

الكلمات المفتاحية التجارة الالكترونية، الصيرفة الالكترونية، وسائل الدفع الالكترونية ، نظم الدفع الالكترونية.

الدراسة 05: ممارسات خدمات الصيرفة الالكترونية في البنوك الجزائرية - دراسة حالة البنك الوطني الجزائري BNA - 2020

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على أهم ممارسات خدمات الصيرفة الالكترونية في البنوك الجزائرية ولتحقيق هذا الهدف فقد تم القيام

بدراسة حالة البنك الوطني الجزائري (BNA) باعتباره من أكبر المؤسسات المالية ووطنيا.

وتم التوصل إلى أنه توجد خدمة الصيرفة الالكترونية في البنك محل الدراسة من خلال محاولة تطبيقه لتكنولوجيا الإعلام والاتصال وتوفيره لقنوات الصيرفة الالكترونية كالصرافات الآلية بالإضافة إلى توفير بعض وسائل الدفع الالكترونية كالبطاقات الالكترونية.

الكلمات المفتاحية الصيرفة الالكترونية قنوات الصيرفة الالكترونية: وسائل الدفع الالكترونية.

الفصل الأول: الصيرفة الالكترونية في البنوك

الفصل الأول: الصيرفة الالكترونية في البنوك

تمهيد

لقد شهدت الصناعة المالية و المصرفية عدة تغيرات و تطورات منذ بداية ثمانينات القرن الماضي بشكل غير متوقع، مدعومة في ذلك بالتقدم الهائل في مجال تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات، منها الابتكارات في الأعمال المصرفية التجارية من خلال تكنولوجيا محسنة و معدلة للخدمات و المنتجات المصرفية، مثل التحويلات الإلكترونية خدمات الصيرفة عن بعد، إذ لعبت شبكة الانترنت دورا حاسما في تقديم الخدمات على الانترنت؛ نظرا للأهمية الكبيرة التي تلعبها المصارف على اختلاف أنواعها في الدول النامية سواء من الناحية الاقتصادية أو الاجتماعية، فقد تم رصد العديد من الظواهر والتطورات المتلاحقة التي خلقت بها الساحتان العالمية والمحلية في مجال إنجاز الأعمال والمعاملات المصرفية، كان من أهمها التطورات التكنولوجية الهائلة في عالم الخدمات المصرفية.

- وسنتطرق في هذا الفصل إلى :

❖ المبحث الأول: ماهية الصيرفة الالكترونية

❖ المبحث الثاني: خدمات وآليات البنوك الإلكترونية وأهم مزاياها

المبحث الأول: ماهية الصيرفة الالكترونية

المطلب الأول: نشأة ومفهوم الصيرفة الالكترونية

أولاً: نشأة الصيرفة الالكترونية:

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

أما استخدام البطاقات كان مع بداية القرن الماضي في فرنسا على شكل بطاقات كرتونية تستخدم في الهاتف العمومي، وبطاقات معدنية تستعمل على مستوى البريد في الولايات المتحدة الأمريكية، وفي عام 1958 أصدرت (American Express) أول بطاقة بلاستيكية لتنتشر على نطاق واسع، ثم قامت بعدها ثمانية مصارف بإصدار بطاقة (Bank Americard) عام 1968؛ لتتحول إلى شبكة (Visa) العالمية، كما تم إصدار في نفس العام البطاقة الزرقاء (Carte blue) من طرف ستة بنوك فرنسية وفي عام 1986 قامت اتصالات فرنسا (france Telecom) بتزويد الهواتف العمومية بأجهزة قارئ لبطاقة الذاكرة، لتصبح عام 1992 كل البطاقات المصرفية بطاقات برغوثية (Cartes a puce) تحمل بيانات شخصية لحاملها، وخلال منتصف التسعينات ظهر أو مصرف الكتروني في الولايات المتحدة الأمريكية ؛ يميز بين نوعين من المصارف كلاهما يستخدم الصيرفة الالكترونية:

- المصارف الافتراضية (مصارف الانترنت) : تحقق أرباحا تصل إلى ستة أضعاف الصيرفة الالكترونية.

- المصارف الأرضية ونقصد بها المصارف التي تقدم خدمات تقليدية وخدمات الصيرفة الالكترونية.

وقد شهدت الصناعة البنكية تغيرات كثيرة، لكن في الوقت الحالي وبسبب التطور التكنولوجي وانتشار الانترنت فإن التغيرات أصبحت جوهرية وأكثر أهمية من التغيرات السابقة، إذ أن الانترنت

ليست أداة تسويقية فقط بل أداة إعلانية وليست أداة لتسريع التعاملات بل يعتبر الأساس لشكل جديد من الصناعة البنكية.

ولقد مرت هذه التغيرات بثلاثة مراحل مهمة انطلقا من 1950 بإدخال المحترفين (Professional) إلى العمل البنكي أعقاب نهاية الحرب العالمية الأولى في عام 1914، ومن ثم دخول ثقافة التسويق والبيع (Marketing and Sales).

وأخيرا مرحلة تنامي دور التكنولوجيا المقدمة في العمل البنكي والتي مرت أيضا بستة مراحل وهي:

1. **مرحلة الدخول** : وهي المرحلة التي دخلت فيها التكنولوجيا إلى أعمال البنوك بغرض إيجاد حلول للأعمال المكتبية الخلفية.

2. **مرحلة تعميم الوعي بالتكنولوجيا**: وهي المرحلة التي بدأت بتعميم الوعي التكنولوجي على كافة العاملين بالبنك، من خلال برنامج تدريب.

3. **مرحلة دخول الاتصالات والتوفير الفوري لخدمات العملاء**: تميزت هذه المرحلة بالتكاليف العالية، حيث بدأ اهتمام الإدارات العليا بالتكنولوجيا.

4. **مرحلة ضبط أو السيطرة على التكاليف** وهي مرحلة ضبط الاستثمار في التكنولوجيا وعمدت هذه الإدارات إلى الاستعانة بأخصائيين واستشاريين في شؤون التكنولوجيا لمساعدتهم في ضبط التكاليف.

5. **مرحلة اعتبار التكنولوجيا أصل كباقي أصول البنك**: وبالتالي يجب أن يجني هذا الأصل مردودا كباقي الأصول، وهنا بدأت مرحلة إدارة التكنولوجيا.

6. مرحلة اعتبار التكنولوجيا عملا ضمن أعمال المصرف والتي ارتكزت على تفعيل الإنتاجية على الصعيد الداخلي، وتحسين الضبط على الصعيد العملي، وتسويق التكنولوجيا على الصعيد الخارجي.

ومنذ خمسينيات القرن الماضي بدأ القطاع البنكي يشهد نموا متسارعا لم يسبق له مثيل على مستوى الرسملة أو على مستوى الانتشار الجغرافي، حتى أصبح هذا القطاع يمثل الإطار الأساسي لحركة رؤوس الأموال بمختلف آجالها في أغلب اقتصاديات العالم وهي التي تعرف باقتصاديات الاستدانة.

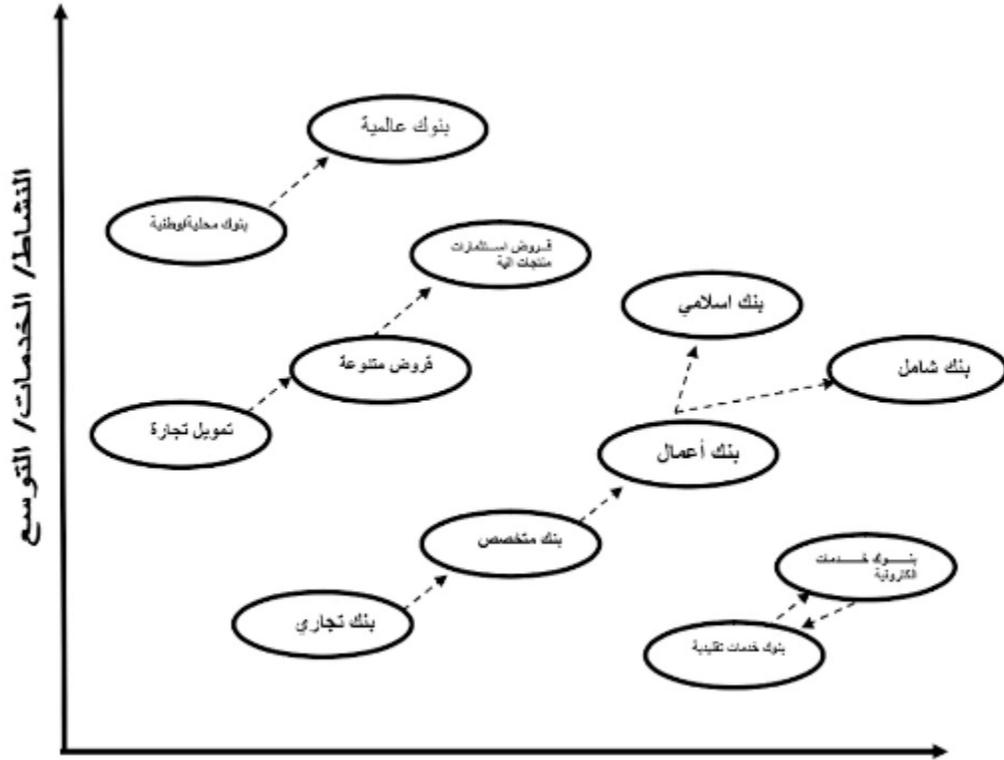
غير أن هذا التطور في التكنولوجيا وفي الأدوات المالية وبروز النقد الإلكتروني العشرينيتين الأخيرتين أدى إلى اضمحلال نسبي في الدور التقليدي للبنوك في الاقتصاد، كوسيط مالي وكموفر للسيولة، وكان على هذه البنوك التأقلم مع هذا الواقع الجديد بتغيير نمط عملها والابداع في خدماتها وأنشطتها.

وفي هذا الإطار برزت بنوك إلكترونية وبنوك على الخط تعمل على شبكة الانترنت، حيث أصبح بإمكان الزبون إجراء عمليات حسابه وهو في مكتبة أو في بيته، وقد تولد عن هذا التطور الشكلي في النشاط البنكي بشكل جديد للنقد وهو النقد الإلكتروني.

وهكذا قد عرفت المؤسسة البنكية تطوراتها عبر الزمن، إما من حيث طبيعة النشاط أو من حيث الخدمات المقدمة (تنوعها وتكورها أساليب تقديمها، أو من النطاق الجغرافي الذي تغطيه).

ويمكن تلخيص هذه التطورات في الشكل التالي:

الشكل رقم 01 تطور المؤسسة البنكية



المصدر : رحيم حسين ، الاقتصاد المصرفي: مفاهيم تحاليل، تقنيات ، ط1، دار بهاء الدين، للنشر والتوزيع الجزائر ، 2008 ص13.

كما تعود نشأة الصيرفة الإلكترونية إلى السبعينيات من القرن العشرين، عندما بدأ الزبون باستخدام الهاتف للاطلاع على رصيده وتحويل الأموال وتسديد الفواتير وفي الثمانينات وتزامنا مع ظهور النقد الإلكتروني أصبحت تلفزة الكابل والحاسوب الشخصي وسائل جديدة يمكن استخدامها في الصيرفة بالبيت وحلت بذلك مشكلة محدودية الأنظمة الهاتفية فيما يخص الكتابة والصورة، أما استخدام البطاقات فكان مع بداية القرن الماضي في فرنسا على شكل بطاقات كرتونية تستخدم في الهاتف العمومي، وبطاقات معدنية تستعمل على مستوى البريد في الولايات المتحدة الأمريكية، وفي عام 1958 اصدرت American express بطاقات بلاستيكية لتنتشر على نطاق واسع ثم قامت بعدها ثمانية بنوك بإصدار بطاقة bank American عام 1968 لتتحول إلى شبكة visa العالمية، كما تم إصدار البطاقة الزرقاء carte bleue في نفس العام من طرف ستة بنوك، وفي

عام 1986 قامت اتصالات فرنسا france telecom بتزويد الهواتف العمومية بأجهزة قارئة للبطاقات الذكية لتصبح عام 1992 كل البطاقات المصرفية بطاقات برغوثية cart a puce تحل بيانات شخصية لحاملها¹.

وخلال منتصف التسعينيات ظهر أول بنك إلكتروني في الولايات المتحدة الأمريكية security first national يميز نوعين من البنوك كلاهما يستخدم تقنية الصيرفة الإلكترونية.

البنوك الإلكترونية الافتراضية (بنوك الأنترنت) تحقق أرباح تصل إلى أضعاف البنك العادي.

البنوك الإلكترونية الأرضية: وهي البنوك التي تمارس الخدمات التقليدية وخدمات الصيرفة الإلكترونية، وعموما يرجع ظهور وانتشار البنوك الإلكترونية إلى²:

- تنامي أهمية ودور الوساطة بفعل تزايد حركية التدفقات المالية والنقدية أو مجال الاستثمار والناجئة عن عولمة الأسواق.

- تطور المعلوماتية وتكنولوجيا الاعلام والاتصال أو ما يعرف "بالصدمة التكنولوجية" والتي كانت في كثير من الأحيان استجابة للعامل الأول.

ثانيا: مفهوم الصيرفة الإلكترونية:

المقصود إذا بالصيرفة الإلكترونية هو: إجراء العمليات المصرفية بشكل إلكتروني والتي تعد الأنترنت من أهم أشكالها، وبذلك فهي بنوك افتراضية تنشئ لها مواقع إلكترونية على الأنترنت لتقديم خدمات نفس خدمات موقع البنك من سحب ودفع وتحويل دون انتقال العميل إليها.

يوجد العديد من المصطلحات التي تطلق على البنوك الإلكترونية مثل بنوك الأنترنت internet banking ، البنك المنزلي home banking وغيرها وعلى الرغم من هذه الاختلافات فإن جوهر

¹ مفتاح صالح، معارفي فريدة، البنوك الإلكترونية، استثمار مشاركة المؤتمر العلمي الخامس، جامعة فيلا ديلفيا، كلية العلوم الادارية، الولايات المتحدة الأمريكية، 2010، ص04.

² - رحيم حسين، هواري معراج، الصيرفة الإلكترونية والتحويلات الاقتصادية، يومي 14-15 ديسمبر 2004، جامعة الشلف، ص04.

البنوك الإلكترونية لا يخرج عن الإطار قيام الزبون بإدارة حساباته أو إنجاز أعماله المتصلة بالبنك عبر شبكة الأنترنت سواء تم ذلك من المنزل أو المكتب في أي مكان ووقت برغبته ويعبر عنها بالخدمة المالية عن بعد.¹

كما تعرف البنوك الإلكترونية virtual bank بنوك تعمل بالكامل على الأنترنت وهذا البنك هو الذي تقوم التعاملات والصفقات فيه من خلال الوسائل الإلكترونية.²

وتعرف أيضا بأنها منافذ إلكترونية تقدم خدمات مصرفية متنوعة دون توقف ودون عمالة بشرية.³ من خلال التعاريف السابقة يمكننا تعريف البنوك الإلكترونية على أنها البنوك الافتراضية التي تنشئ لها مواقع على الأنترنت على النحو الذي تسهل إنجاز مختلف العمليات المصرفية التي تنجزها البنوك التقليدية بشكل إلكتروني.

وهناك العديد من المصطلحات التي تطلق على البنوك المتطورة مثل البنوك الإلكترونية electronic banking أو بنوك الأنترنت internet banking أو البنوك الإلكترونية عن بعد remote electronic banking أو البنك المنزلي home banking أو البنوك الخدمية الذاتية self-service banking أو البنك على الخط only banking أو بنوك الويب⁴ web banking وعلى اختلاف المصطلحات فجميعها تشير إلى قيام العمل بإدارة حساباته أو إنجاز أعماله المتصلة بالبنك عبر شبكة الأنترنت سواء كان في المنزل أو المكتب أو أي مكان آخر ويعبر عنها "بالخدمة المالية عن بعد".

1 محمد حسن الطائي، التجارة الإلكترونية المستقبل الواعد للأجيال القادمة، ط1، الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ص228.

2 رشدي عبد اللطيف وادي، دراسة حول أهمية ومزايا البنوك الإلكترونية في قطاع غزة فلسطين ومعوقات انتشارها، ص04.

3 المرجع السابق، ص04

4 خبابة عبد الله الاقتصاد المصرفي، مؤسسة شباب الجامعة الإسكندرية، مصر، 2008، ص91

المطلب الثاني : خصائص الصيرفة الالكترونية

بما أن البنوك الإلكترونية جاءت كاتجاه حديث مختلف عن البنوك التقليدية بوصفها تنفرد في تقديم خدمات متميزة عن مثيلاتها من البنوك التقليدية لتلبية لاحتياجات المتعاملين معها في إطار تطبيقات التجارة الإلكترونية على النحو الذي يضيء عليها مزايا عدة تتمثل فيما يلي:

أ- إمكانية الوصول إلى قاعدة أوسع من المتعاملين:

يساهم الانترنت في التعريف بالبنوك و الترويج للخدمات المصرفية بشكل إعلامي على النحو الذي يوفر لها القدرة على الوصول إلى قاعدة عريضة من العملاء دون التقيد بمكان أو زمان معين كما تتيح لها إمكانية طلب الخدمة في أي وقت و على طول أيام الأسبوع و هو ما يوفر الراحة للعميل إضافة إلى سرية المعاملات التي تميز هذه البنوك و تزيد من ثقة العملاء فيها تقديم خدمات مصرفية كاملة و جديدة.

تتيح البنوك الإلكترونية خيارات أوسع للمتعاملين بها وحرية أكثر في اختيار الخدمات نوعيتها، إذ تقدم البنوك الإلكترونية كافة الخدمات المصرفية التقليدية إلى جانب الخدمات الأخرى التي تتيحها صيغ التعامل مع الانترنت والتي تميزها عن الأداء التقليدي مثال ذلك أشكال النشرات الإلكترونية الإعلانية عن الخدمات المصرفية لتسهيل مهمة متابعة الأرصدة، تسديد الفواتير والكمبيالات المسحوبة، إدارة المحافظ المالية، تحويل الأموال بين الحسابات المختلفة.

ب- تخفيض التكاليف

من أهم ما يميز البنوك الإلكترونية مساهمتها في تقليص تكاليف تقديم الخدمة من خلال تخفيض النفقات التي يتحملها البنك، فتكلفة إنشاء موقع للبنك عبر الانترنت لا تقارن بتكلفة إنشاء فرع جديد للبنك و ما يتطلبه من مباني وأجهزة و مستلزمات إدارية، وما يترتب على ذلك من توفير فرص تعزيز جودة الخدمات إلى جانب استقطاب وجذب المتعاملين، وهو ما توصلت إليه نتائج

العديد من الدراسات الميدانية التي أجريت في بيئات مختلفة من تطبيقات التجارة الإلكترونية. زيادة كفاءة البنوك الإلكترونية :

نظرا لاتساع الانترنت و سرعة إنجاز الأعمال بالمقارنة مع البنوك التقليدية، فقد أصبح من السهولة على المتعامل الاتصال بالبنك عبر الانترنت الذي يقوم بتنفيذ الإجراءات التي تنتهي في أجزاء صغيرة من الدقيقة الواحدة بأداء صحيح و بكفاءة عالية بدلا من انتقال المتعامل إلى مقر البنك شخصيا، إلى جانب الوقت الذي يتطلبه الانتظار في حالة وجود متعاملين آخرين يتزاحمون على الحصول على نفس الخدمة أو خدمات يقدم من قبل ذات الموظف لمجموعة من المتعاملين في صف الانتظار، خدمات البطاقات توفر البنوك الإلكترونية خدمات متميزة لشريحة محدودة من المتعاملين مثل رجال الأعمال و المتعاملين " VIP، وتشتمل هذه الخدمات على خدمات سامبا الماسية والذهبية المقدمة لفئة محدودة من المتعاملين على شكل بطاقات إئتمانية و بخصم خاص و من هذه البطاقات بطاقة سوني التي تمكن العميل من استخدامها في أكثر من 18 مليون من أكبر الأماكن، و تشتمل على خدمات مجانية على مدار الساعة برقم خاص خدمة مراكز الأعمال، الإعفاء من رسوم وعمولات الخدمات البنكية، بالإضافة إلى كثير من الخدمات الخاصة.

ت- تحقيق الميزة التنافسية

توفر عملية تسويق البنك لخدماته من موقعه على الانترنت للبنك فرصة امتلاك ميزة تنافسية تعزز من مكانته التنافسية وتؤهله إلى مستوى المعاملات التجارية العالمية فضلا عن أن استخدام الإنترنت يسهم في تعزيز رأس المال الفكري و تطوير تكنولوجيا المعلومات و الاستفادة من الابتكارات الجديدة التي يمكن توظيفها في تعزيز العمليات المصرفية كما أن توجه البنوك العالمية نحو شبكة الانترنت وما تتميز به من قدرات تنافسية تحفز البنوك الصغيرة نحو ضرورة الارتقاء

إلى مستوى هذه التحديات و وفقا لذلك سيقوم المتعاملون بالمقارنة بين خدمات البنوك لاختيار الأنسب ، وبذلك تكون الانترنت عامل منافسة قوي في جذب المتعاملين.¹

بالإضافة إلى هذه الخصائص يتميز البنك الإلكتروني بعدة مزايا أهمها ما يلي:

أ - **السرية:** إن المعاملات بين البنك وصلاته تقوم على الثقة فيه و في العاملين لديه فإن التزام البنك بالسرية في معاملاته، إنما هو التزام عام تقتضيه أصول المهنة و ظروف معاملاته التي تتسم بحساسية فائقة.

ب - **حسن المعاملة:** إن المعاملة الحسنة التي يتلقاها عميل البنك من العاملين فيه هي الأساس في تحويل العميل إلى عميل دائم و اعتباره أداة اجتذاب العملاء للتعامل مع بنك دون غيره مادامت الخدمات المصرفية التي تقدمها كافة البنوك واحدة.

ج - **الراحة و السرعة :** إن إحساس العميل بالراحة عند وجوده في البنك يغريه على كثرة التردد عليه، لهذا تسعى البنوك إلى توفير أكبر قدر من الراحة للعملاء من إعداد أماكن مناسبة لاستقبالهم لقضاء وقت الانتظار فضلا عن استخدام أجهزة تكييف الهواء و يجب إنجاز الأعمال في أسرع وقت.

د - **كثرة الفروع:** كثرة الفروع و انتشارها في مناطق جغرافية مختلفة تعود على البنك بفوائد كثيرة مثل:

- التيسير على عملاء البنك إجراء معاملاتهم.

- التمتع بمزايا المشروعات فيتمكن من تقسيم العمل على نطاق واسع، و يقل عنده الاحتياطي النقدي اعتمادا على تبادل المساعدات بين الفروع.

- السهولة و السرعة و قلة التكاليف التي ستحملها البنك عند تحويل النقود من جهة لأخرى.

¹ محمد حسين الطائي ، مرجع سبق ذكره، ص ص 20-22

- توزيع المخاطر التي يواجهها البنك على جهات مختلفة فإذا كسدت صناعة ما في منطقة جغرافية فإن هذا الكساد لن يؤثر إلا على الفرع الموجود بهذه المنطقة وحده، و يمكن تعويض خسارة هذا الفرع بالأرباح الناتجة عن عمليات فروع أخرى.¹

المطلب الثالث: أنواع البنوك الإلكترونية :

وفقا لدراسات عالمية أثبت أن هناك ثلاث صور أساسية للبنوك على الانترنت و تتمثل في:
الأول: الموقع المعلوماتي informationnel: يمثل المستوى الأساسي والحد الأدنى للنشاط الإلكتروني المصرفي ويسمح هذا الموقع للبنك بتقديم معلومات حول برامجه ومنتجاته وخدماته المصرفية.

الثاني: الموقع الاتصالي (Communicative): يتيح هذا الموقع عملية التبادل الاتصالي بين البنك والعملاء مثل البريد الإلكتروني، تعبئة طلبات أو نماذج على الخط، وتعديل معلومات القيود، الحسابات والاستفسارات.

الثالث: الموقع التبادلي و يمكن من خلاله أن يمارس البنك نشاطاته في بيئة إلكترونية، كما يمكن للعميل القيام بمعظم معاملاته إلكترونيا من سداد قيمة الفواتير الواردة التدفقات النقدية، و إجراء كافة الخدمات الاستعلامية سواء داخل البنك أو خارجه.

و لدى استعراض واقع العمل الإلكتروني، نلاحظ أن غالبية البنوك في العالم قد أنشأت بشكل أو بآخر مواقع معلوماتية تحد من قبل المواد الدعائية، و اتجهت معظم المواقع إلى استخدام بعض وسائل الاتصال التفاعلي مع الزبون ، على عكس المواقع التبادلية التي لا تزال اتجاهات، البنوك نحوها تخضع لاعتبارات عديدة فهذه المواقع تعني قدرة الزبون على التعامل مع الخدمة المصرفية

¹ وسيم محمد الحداد، شقيري نوري موسى دار الميسرة، عمان 2012 ط1 ص.ص: 67-68

عن بعد، ومن خلال الانترنت، و لعل هذا ما يجعلنا نتمسك بالقول الذي نوضحه لاحقا من أن البنوك الإلكترونية إنما هي البنوك التي تقع في نطاق النمط الثالث من الأنماط المتقدمة.¹

الطبيعة القانونية للبنوك الإلكترونية :

مع التقدم التكنولوجي و ازدياد التجارة الإلكترونية بدأت البنوك الإلكترونية في الظهور و التطور مستفيدة من هذا التطور التكنولوجي و عليه لا بد من تحديد الطبيعة القانونية لتلك البنوك الإلكترونية وعند الحديث عن الطبيعة القانونية لا بد من تناول المواضيع التالية:

1-مدى سريان القواعد القانونية الخاصة بالبنوك التقليدية على البنوك الالكترونية:

من حيث الكيان القانوني فإن البنوك التقليدية لها كيان قانوني لما لها من واقع ملموس على الأرض، متمثلا في فروعها الكثيرة المنتشرة وعدد كبير من الموظفين منتشرين في تلك الفروع، بينما البنوك الالكترونية ليس لها فروع منتشرة على الأرض و إنما هو فرع واحد يستطيع أي من العملاء الوصول إليه مهما كان الوقت الذي يريد الدخول فيه إلى البنك، كذلك البنوك الإلكترونية ليس لها هذا العدد المهول من الموظفين الموجود في البنوك التقليدية.

ومن حيث الخدمات المقدمة إلى العملاء فإن البنوك التقليدية تقدم كافة العمليات المصرفية إلى عملائها و لكن بطريقة تقليدية تحتاج إلى الكثير من الجهد والوقت من كل من البنك و العميل، أما البنوك الإلكترونية فهي تقدم ذات الخدمات إلى عملائها أيضا و لكن بطريقة إلكترونية حديثة توفر كل هذا الوقت و المجهود.

وعليه فنحن نرى أن البنوك الإلكترونية لا بد و أن تخضع لذات القواعد القانونية المنظمة لعمل البنوك التقليدية، و ذلك حتى يتوفر للعملاء الحد المناسب من الطمأنينة عند قيامهم بالتعامل مع تلك النوعية من البنوك.

¹ شيرين بدري البارودي "دور" اقتصاد المعرفة في تطور الخدمات الإلكترونية -دراسة تحليلية عن البنوك الالكترونية -" بحث مقدم إلى المؤتمر العلمي الخامس "اقتصاد المعرفة و التنمية الاقتصادية كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية جامعة الزيتونة، العراق، 25 - 27 أفريل، 2005، ص6.

2- مدى خضوع البنوك الالكترونية لإشراف البنوك المركزية:

في بعض دول العالم لا يشترط إشراف البنك المركزي على البنوك العامة، سواء كانت بنوك تقليدية أو البنوك الإلكترونية، و إن خضوع البنوك سواء التقليدية أو الإلكترونية لإشراف البنوك المركزية الموجودة في كل دولة يوفر الكثير من الحماية للعملاء، الذين تتوفر لهم الحماية من إشراف البنك المركزي على ما يقوم به البنك من عمليات مصرفية و ذلك لحماية أموالهم المودعة بتلك البنوك و لكي لا تكون تلك الأموال بدون إشراف أو مراقبة فتستخدم في عمليات مريبة كعمليات غسل الأموال، التي تنتشر في الكثير من البلدان التي لا يتوفر فيها أي قدر من الإشراف و المراقبة على العمليات المصرفية التي تقوم بها تلك البنوك أيا كان نوعها تقليدي أو إلكتروني.

3- مدى قيام البنوك الإلكترونية بالعمليات المصرفية :

لقد ثار الكثير من الجدل في البداية عما إذا كان من حق تلك البنوك، التي يطلق عليها بنوكا الكترونية القيام بالعمليات المصرفية التي تقوم بها البنوك التقليدية، إلا أن هذا الجدل لم يلبس إلا و حسم لصالح تلك البنوك حيث أنه من حقها القيام بكافة العمليات المصرفية بطريقة إلكترونية وذلك لما فيه من مميزات عن البنوك التقليدية، من توفير للوقت والجهد و الأموال سواء للعميل أو البنك نفسه.

و حيث أن تلك البنوك الالكترونية تتمتع بنفس الكيان القانوني للبنوك التقليدية و الاختلاف بينهما سوى أن البنوك التقليدية تقدم خدماتها للعملاء بطريقة تقليدية بينما البنوك الإلكترونية تقدم خدماتها بطريقة إلكترونية، وكلاهما يتمتعان بنفس الكيان القانوني و يخضعان لنفس الإشراف و المراقبة و يقدمان نفس العمليات المصرفية، بل إن تلك البنوك الإلكترونية قد استطاعت أن تقدم خدمات مصرفية إلكترونية لا تستطيع البنوك التقليدية تقديمها.

4- القواعد و الأسس المحاسبية التي تنطبق على البنوك الإلكترونية :

لكل دولة من دول العالم قواعد و أسس محاسبية تطبقها على البنوك التقليدية التي تعمل داخل تلك الدولة، وقد تختلف تلك القواعد والأسس من دولة إلى أخرى إلا أنها في مجموعها لا تختلف في المضمون.

وقد اختلف فقهاء القانون فيما إذا كان الواجب تطبيق تلك الأسس و القواعد على تلك البنوك الإلكترونية من عدمه، نظراً للطبيعة الخاصة التي تتمتع بها البنوك الإلكترونية، فهناك من الفقهاء من ذهب الرأي إلى وجوب تطبيق تلك القواعد والأسس على البنوك الإلكترونية، لكونها لا تختلف عن البنوك التقليدية إلا في طريقة تقديم الخدمات المصرفية لعملائها، و ذهب رأي آخر إلى عدم تطبيق تلك القواعد و الأسس على أساس أن تلك البنوك تختلف كلياً عن البنوك بمعناها التقليدي. و نحن نرى أن الأسس التي يتم تطبيقها على البنوك التقليدية نطبقها على البنوك الإلكترونية و لكن لا بد من تطوير وتحديث تلك القواعد والأسس للتوائم و التطور التكنولوجي الذي تتعامل به البنوك الإلكترونية.¹

المطلب الرابع: أهمية المصارف الالكترونية

إن قيام البنوك بتسوية أنشطتها وخدماتها المالية عبر الأنترنت يحقق فوائد كثيرة من أهمها:

- ❖ تخفيض النفقات التي يتحملها البنك تجعل تكلفة إنشاء موقع للبنك عبر الأنترنت لتقارن بتكلفة إنشاء فرع جديد للبنك وما يتطلبه من مباني وأجهزة وكفاءة إدارية إضافة إلى تسويق البنك للخدمة من موقعه على الأنترنت يساعد على امتلاك ميزة تنافسية تعزز من مكانة التنافسية تؤهله إلى مستوى المعاملات العالمية.
- ❖ إن توجه البنوك العالمية نحو شبكة الأنترنت وما تتميز به من قدرات تنافسية يلزم البنوك الصغيرة ضرورة الارتقاء إلى مستوى هذه التحديات وفقاً لذلك يقوم العملاء بالمقارنة بين

¹ محمد الصيرفي، الإدارة الإلكترونية، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2007، ط1 صص: 448-451.

خدمات البنوك لاختيار الأنسب وبذلك تكون الأنترنت عامل منافسة قوي في جذب العملاء.

- ❖ تساهم الأنترنت في التعريف بالبنوك والترويج للخدمات المصرفية بشكل إعلامي وهو ما يساهم في تحسين جودة الخدمات المصرفية المقدمة.
- ❖ استخدام الأنترنت يساهم في تعزيز رأس المال الفكري وتطوير تكنولوجيا المعلومات والاستفادة من الابتكارات الجديدة التي يكون لها انعكاس على أعمال البنوك.
- ❖ إن الصيرفة الإلكترونية تؤدي إلى تسيير التعامل بين المصارف وبناء علاقات مباشرة وتوفير المزيد من فرص العمل والاستثمار وهو ما يساهم على نجاح والبقاء في المستوى المصرفي.

المبحث الثاني: خدمات وآليات البنوك الإلكترونية وأهم مزاياها

المطلب الأول: مفهوم وسائل الدفع الإلكترونية

وردت عدة تعريفات لأنظمة الدفع الإلكتروني تتمحور معظمها حول طبيعة عملية الدفع بالمقارنة مع طبيعة الدفع في النظم التقليدية، من هنا يمكن تعريف نظم الدفع الإلكتروني على أنها "النظم التي تمكن المتعاملين بتطبيقات التجارة الإلكترونية من التبادل المالي الإلكتروني، بدلا من استخدام النقود المعدنية و الورقية أو الشيكات الورقية، حيث يقوم البائعون عن طريق الأنترنت بتوفير طرق سهلة و سريعة و آمنة للحصول على ائتمان منتجاتهم من الزبائن¹

كما أن وسيلة الدفع "تمثل وسيلة للقرض حيث تسمح بتحويل قوة شرائية حاليا و إعادة استرجاعها في المستقبل، وعلى العموم فإن اختيار الدفع، التي تكون إما نتيجة إيداع اجتماعي أو نتيجة إيداع

¹ محمد حسين الطائي، مرجع سابق، ص: 178

النظام الذي يصدرها يجب أن يستجيب إلى بعض الشروط وأولها ضرورة القبول الاجتماعي لها، ويمكن أن يؤدي رفض المجتمع لها إلى فشلها في أداء دورها كوسيلة دفع¹

تعريف قانون المعاملات الالكترونية لوسائل الدفع الالكترونية : " يعتبر تحويل الأموال

الالكترونية وسيلة مقبولة لإجراء الدفع. ولا يؤثر هذا القانون بأية صورة كانت على حقوق

الأشخاص المقررة بمقتضى التشريعات ذات العلاقة نافذة المعقول " .

أما قانون المعاملات يعتبر أنها: " الوسيلة التي تمكن صاحبها من القيام بعمليات الدفع المباشر عن بعد عبر الشبكات العمومية للاتصالات".²

من جهة أخرى، يعرفها البنك المركزي الأوربي: بأنها كل عملية دفع صدرت و عولجت بطريقة إلكترونية.³

وهذا يعني أن وسائل الدفع الالكترونية هي عبارة عن تحويل معاملات، من خلال نقل معطيات من طرف إلى آخر ومن نظام إلى آخر وهذه المعطيات تتم معالجتها من طرف وسيط (نظام المعالجة). وتتم هذه العملية عن طريق مجموعة الأدوات الإلكترونية التي تصدرها المصارف و مؤسسات الائتمان.

¹ بن عزة محمد أمين زوهري جلييلة " واقع المصارف الجزائرية في تطبيق نظام الدفع الإلكتروني دراسة حالة BADR" مقدمة إلى ملتقى "عصرنة نظام الدفع في البنوك الجزائرية وإشكالية اعتماد التجارة الالكترونية في الجزائر "المركز الجامعي خميس مليانة الجزائر تاريخ الملتقى 26 - 27 أفريل 2011،ص02.

² سعيد بركة واقع عمليات الرفة الالكترونية و آفاق تطورها في الجزائر أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتورا في العلوم الاقتصادية كلية العلوم الاقتصادية و العلوم التجارية جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي ،الجزائر 2011 ص 139

³ زهير زواش،"دور نظام الدفع الإلكتروني في تحسين المعاملات المصرفية - دراسة حالة الجزائر - رسالة لنيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية ، كلية العلوم الاقتصادية و علوم التسيير ، جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي - الجزائر ، 2010-2011 ص17.

2 خصائص وسائل الدفع الالكترونية:

تتميز وسائل الدفع الالكترونية بالخصائص الآتية:

يتسم نظام الدفع الإلكتروني بالطبيعة الدولية، أي أنها وسيلة مقبولة من جميع الدول حيث يتم استخدامها لتسوية الحسابات في المعاملات التي تتم عبر الفضاء الإلكتروني بين المستخدمين في كل أنحاء العالم.

يتم الدفع من خلال استخدام النقود الإلكترونية وهي قيمة نقدية تتضمنها بطاقة بها ذاكرة رقمية أو ذاكرة رئيسية للمؤسسة التي تهيمن على إدارة عملية التبادل.

يستخدم هذا الأسلوب لتسوية المعاملات الإلكترونية عن بعد، حيث يتم إبرام العقد بين أطراف متباعدين فيفي المكان ويتم الدفع عبر شبكة الانترنت أي من خلال مسافات تتبادل المعلومات الإلكترونية بفضل وسائل الاتصال اللاسلكية.

يتم إعطاء أمر الدفع وفقا لمعطيات الكترونية تسمح بالاتصال المباشر بين طرفي العقد.

يتم الدفع الإلكتروني بأحد الأسلوبين:

الأسلوب الأول : من خلال نقود مخصصة سلفا لهذا الغرض ومن ثم فإن الدفع لا يتم إلا بعد الخصم من هذه النقود ، و لا يمكن تسوية معاملات أخرى بغير هذه الطريقة و يشبه ذلك العقود التي يكون الثمن فيها مدفوعا مقدما.

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

يلزم تواجد نظام مصرفي في معد لإتمام ذلك: أي توافر أجهزة تتولى إدارة هذه العمليات التي تتم عن بعد لتسهيل تعامل الأفراد و توفير الثقة فيما بينهم و تتولى لبنوك بصفة أساسية عبء القيام بهذه المهمة بالإضافة إلى منشآت أخرى يتم إنشاءها خصيصا لهذا الغرض.

يتم الدفع من خلال نوعين من الشبكات:

النوع الأول: شبكة خاصة يقتصر الإتصال بها على أطراف التعاقد، و يفترض ذلك وجود معاملات و علاقات تجارية و مالية مسبقة بينهم.

النوع الثاني: شبكة عامة حيث يتم التعامل بين العديد من الأفراد لا توجد بينهم قبل ذلك روابط معينة.¹

المطلب الثاني: آلية الدفع الإلكتروني

يقصد بها الوسائل و الأجهزة التقنية الخاصة التي تستخدم كأدات لإجراء المدفوعات النقدية بين الأطراف المتعاملين بها، ذلك لأن هذه الوسائط قد تكون عبارة عن أجهزة خاصة كماكينات الصرافات الآلية أو أجهزة عامة بترتيبات خاصة كأجهزة الحاسوب الشخصية أو الأجهزة ذات القدرة على التعامل مع بطاقات الدفع وهي:

1 - من خلال الصرافات الالكترونية :

وتتمثل فيما يلي:

1- 1 - الموزع الآلي للأوراق : Distributeur Automatique de billes(DBA)

هو آلة أوتوماتيكية تسمح للعميل عن طريق بطاقة إلكترونية بسحب مبلغ من المال دون حاجة اللجوء إلى الفرع.

¹ زهير رواش، مرجع سابق، ص 18- 19

1 - 2 - نهائي نقطة البيع الإلكترونية (TPV) Terminal Pointe de Vente:

تسمح هذه التقنية بخصم قيمة مشتريات العميل من رصيده الخاص بعد أن يمرر موظف نقطة البيع البطاقة الائتمانية على القارئ الإلكتروني الموصول مباشرة مع الحاسوب المركزي للبنك بإدخال الرقم السري للعميل code pin أين تخصم القيمة من رصيده و تضاف إلى رصيد المتجر إلكترونياً.

2 - عبر الهاتف المصرفي "Phone Bank":

مع تطور الخدمات المصرفية على مستوى العالم أنشأت المصارف خدمة "الهاتف المنزلي" لتسهيل إدارة العملاء لعملياتهم البنكية وتفاذي البنوك طوابير العملاء للاستفسار عن حساباتهم، و تستمر هذه الخدمة 24 ساعة يومياً ، تقدم هذه الخدمة بالاعتماد على شبكة الانترنت المرتبطة بفروع البنك أين تمكن العميل من الحصول على خدمات محددة، فقط بإدخال الرقم السري الخاص به ، ومن الخدمات التي يقدمها الهاتف المصرفي على مستوى عالمي:

يتم تطبيق هذا النظام في " ميلاند بنك" بإسم "FirstDirect Account" عن طريق الاتصالات الهاتفية بإدخال الرقم السري الخاص بالعميل يحول من حسابه بالمصرف لسداد بعض التزاماته مثل : فاتورة الغاز، الكهرباء.

في المملكة المتحدة الأمريكية أدخلت هذه الخدمة منذ عام 1985 و تعمل بواسطة شاشة لدى العميل في منزله لها اتصال مباشر بالمصرف، وفي عام 1986 تم إدخال خدمات جديدة للهاتف المصرفي تتمثل في خدمة التحويلات المالية من حساب العميل المدفوعة لسداد الكمبيالات و الفواتير عليه.

وفي نوفمبر 1994 استحدثت باركليز بانك خدمة تحويل الأموال، ودفع الالتزامات وأتاحت خدمة الهاتف المصرفي للعميل فرصة التعاقد للحصول على قرض أو فتح اعتمادات مستندية وغيرها.

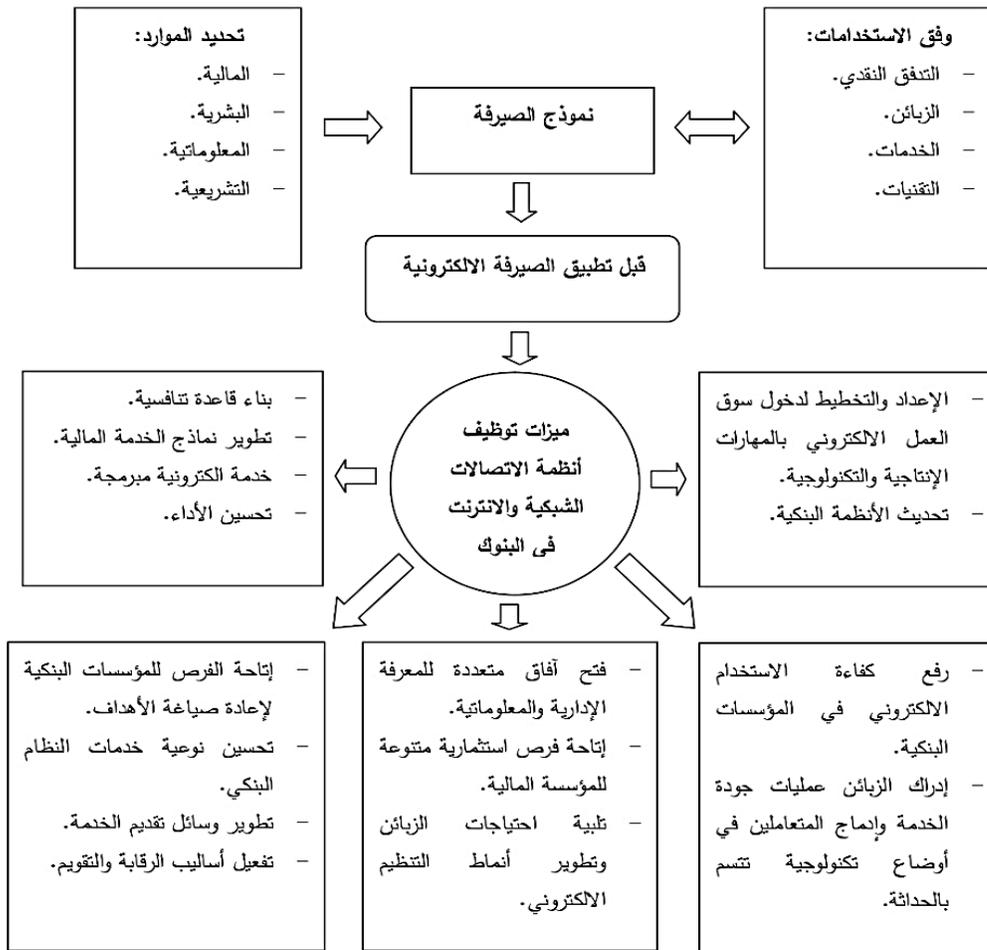
3 - أوامر الدفع المصرفية الإلكترونية و خدمات المقاصة الإلكترونية:

تأسست خدمت المقاصة الإلكترونية عام 1960 " Banker Automatique Clearing Services" ويتم من خلالها تحويل النقود من حسابات العملاء إلى حسابات أشخاص أو هيئات أخرى في أي فرع و لأي مصرف في دولة أخرى، كدفع المرتبات الشهرية من حساب صاحب العمل إلى حساب الموظفين ، أو دفع إلتزامات دورية من حساب العميل إلى مصلحة الكهرباء،
الغاز.

كما يتم تسوية المدفوعات المصرفية عن طريق نظام التسوية الإجمالية بالوقت الحقيقي

(RTGS)(Read Time Gross Settlement System) ضمن خدمات المقاصة الإلكترونية، و يتيح هذا النظام بطريقة إلكترونية آمنة نقل و تحويل المبالغ المالية من حساب بنكي إلى آخر بسهولة، حيث تتم المدفوعات في نفس اليوم و بنفس قيمة اليوم دون إلغاء أو تأخير .

الشكل رقم (02) نموذج الصيرفة الالكترونية ومميزات توظيفها في البنوك



المصدر: محمد تركي عبد العباس (2015)، دور الانترنت في تدعيم الصيرفة الالكترونية، مجلة الغربي للعلوم الاقتصادية والإدارية جامعة كربلاء، العدد 67، ص9.

المطلب الثالث: وسائل الدفع الالكترونية

يعتبر العمل البنكي من الأمور التي افرزها التطور التكنولوجي الهائل في مجال الاتصال، حيث تم استحداث منتجات وخدمات جديدة تكون ملائمة لطبيعة ومتطلبات التجارة الالكترونية، بغية تطوير نظم ووسائل تقديم الخدمات البنكية ورفع كفاءتها ومستوى أدائها حتى يتم التعامل بديناميكية مع الأنماط الجديدة للتكنولوجيا.

1- تعريف الدفع الالكتروني:

هو عبارة عن خدمة تمكن الأفراد أو الشركات والمؤسسات والهيئات العامة والخاصة... إلخ؛ أو أي كيان (من عملاء) بتسديد مستحقاتهم الكترونياً للجهات المشتركة في خدمات الدفع الالكتروني.

2- تعريف وسائل الدفع الالكترونية

بتطبيقات التجارة الالكترونية من التبادل المالي الكترونياً بدلاً من استخدام النقود المعدنية والورقية أو الشيكات الورقية، حيث يقوم البائعون عن طريق الانترنت بتوفير طريقة سهلة وسريعة وآمنة للحصول على أثمان منتجاتهم من الزبائن.

أنواع وسائل الدفع الالكتروني

1- الشيك الالكتروني:

هو المكافئ الالكتروني للـصكوك الورقية التقليدية التي اعتدنا التعامل معها وهو رسالة الكترونية موثقة ومؤمنة يرسمها مصدر الصك إلى مستلم الصك (حامله) ليعتمده، ويقدمه للبنك الذي يعمل عبر الانترنت، بمعنى أنها تستخدم لإتمام عمليات السداد الالكترونية بين الطرفين من خلال وسيط، والشيك الالكتروني يحتوي على المعلومات التالية: رقم الشيك، اسم الدافع رقم حساب الدافع اسم البنك، اسم المستفيد، القيمة التي ستدفع، وحدة العملة المستخدمة، تاريخ الصلاحية والتوقيع الالكتروني للدافع.

2- البطاقات البنكية الالكترونية:

عبارة عن بطاقة بلاستيكية تحتوي على معلومات رقمية وتستخدم هذه المعلومات في أغراض الدفع، كما يمكن استخدامها لأغراض أخرى مثل التعريف أو الدخول لمواقع خاصة لا يمكن الدخول فيها إلا للمرخص، بعض هذه البطاقات تسمى بالبطاقات الذكية لاحتوائها على معلومات يمكن التعامل معها بطريقة أخرى، وهناك عدة أنواع للبطاقات البنكية وهي كمايلي:

أ. البطاقات الغير ائتمانية: يطلق على هذا بطاقة الخصم الفوري Debit Card حيث تستخدم كأداة وفاء فقط، حيث يحصل حامل البطاقة على احتياجاته من حيث السلع والخدمات والصرف النقدي فور تقديم البطاقة، ويتم الخصم مباشرة لقيمة هذه الاستخدامات من الحساب الجاري المفتوح لدى البنك المصدر دون الانتظار إلى إعداد كشف حساب البطاقة والذي يستخدم هنا كوسيلة لعرض البيانات فقط، وتشمل البطاقات الغير ائتمانية عدة أنواع نذكر منها :

■ **بطاقة الدفع المسبق:** حيث يقوم صاحبها بشحنها بمبلغ مالي وعند إتمام أي معاملة تجارية يتم المقابل المالي من هذه البطاقة حتى ينتهي المبلغ المشحون أو المعبأ في البطاقة.

■ **البطاقة المدينة:** ويتطلب هذا النوع وجود حساب بنكي جاري لصاحب البطاقة، حيث يتيح استخدام البطاقة عملية التسوية أو الدفع من خلال تمكين المستفيد من سحب الأموال من حساب صاحب البطاقة الذي يفترض فيه أن يكون حسابه مدينا، وفي حالة العكس لا تتم عملية التسوية.

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

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

ت. بطاقات الائتمانية المتجددة : هذا النوع الأكثر شهرة واستخداما ومن أمثله بطاقتين شهريتين هما Visa و Master Card والأصل في بداية هذا النوع أن يصدر عن بنك تجاري يوجد به حساب نقدي لحامل البطاقة، ويقوم البنك المصدر للبطاقة بسداد فواتير المشتري في أي مكان يقبل بهذه البطاقة وتدفع للمحل كامل المبلغ، ويقوم البنك المصدر للبطاقة بإرسال فاتورة شاملة مصنفة للعميل حسب المشتريات ويطلبه بسداد جزء بسيط من المبلغ لا يتجاوز 5 ، ويزيد البنك المصدر على حامل البطاقة على المبلغ الذي في ذمته (الرصيد (دائن) بنسبة معلومة شهريا تصل إلى 1.5% ولكن لو يسدد حامل البطاقة كامل المبلغ الدائن خلال فترة الاستقادة، لا يترتب على ذلك أي زيادة في التسديد.

وفي كلتا الحالتين السابقتين تجديد القرض الأول البطاقة لذلك سميت بالبطاقة الائتمانية المتجددة. البطاقة الائتمانية الغير متجددة تسمى ببطاقة الصرف الشهري لأنه يتوجب على العميل أن يقوم بالسداد الكامل من قبل العميل خلال الشهر الذي يتم فيه السحب، أي الفترة الائتمانية في هذه الحالة لا تتجاوز شهر.

3- النقود الالكترونية

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

الفصل الثاني: دور الصيرفة
الالكترونية في تطوير
المؤسسات المصرفية

الفصل الثاني: دور الصيرفة الالكترونية في تطوير المؤسسات المصرفية

تمهيد:

يشهد العالم اليوم ثورة في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات تؤدي إلى تغيير مستمر في طبيعة الآليات والعلاقات التي تحكم التعاملات بين الأطراف المختلفة حول العالم. وسط هذه التطورات والتغيرات ، استجابت البنوك لهذه التغيرات وسعت جاهدة للتكيف معها واستخدام هذا التقدم لتحسين وتقوية تعاملاتها من خلال تطوير الهياكل وتحديث الخدمات. عن الوسائل الحديثة للمعاملات المصرفية. سنحاول من خلال هذا الفصل تناول التعاملات المصرفية الإلكترونية من خلال الموضوع الأول ، ومناقشة أصولها ومفاهيمها والهياكل اللازمة للعمل معها وأطراف مشكلة التعاملات المصرفية الإلكترونية. أما المبحث الثاني فسنحدث عن أهم الخدمات المصرفية الإلكترونية

المبحث الأول: تحسين الأداء في البنوك ومتطلبات الصيرفة الإلكترونية وعوامل نجاحها

شهدت الصناعة المصرفية العالمية العديد من التطورات وتفهم العديد من التطورات التكنولوجية حيث انعكس هذا التطور على الصناعة المصرفية التي وجهت هذا التطور التكنولوجي إلى الصناعة المصرفية ، مما أدى إلى ظهور خدمات مختلفة عن الخدمات التقليدية المتمثلة في الخدمات المصرفية الإلكترونية.

المطلب الأول: العوامل مساعدة في دمج آليات الصيرفة الإلكترونية في أنشطة البنوك التجارية

هنالك العديد من الأسباب التي دفعت البنوك إلى الاعتماد آليات الصيرفة الإلكترونية يمكن ذكر منها¹ :

1. الأنترنت: تعتبر الأنترنت ثمرة الدمج مابين آليات الصيرفة الإلكترونية وأنشطة البنوك، إذ نجد الجميع يتفق على أن شبكة الأنترنت أصبحت وسيلة اتصال مطلوبة من طرف الكثير من المنظمات من جهة ومن طرف المتعاملين من جهة أخرى، حيث تؤثر خصائص الأنترنت بشكل جوهري في إستراتيجيات البنوك فإذا كان هدف الأساسي يركز على إشباع الحاجات الحالية والمستقبلية للعملاء فإن البنك بإضافته لهذه التقنية سيتمكن من تحقيق هذا الهدف وكذا تحقيق أهداف أخرى مصاحبة لها.

2. التجارة الإلكترونية: ظهرت التجارة الإلكترونية نتيجة للثورة العلمية والتكنولوجيا التي أحدثت تغييرات هيكلية في اقتصاديات الدول، حيث يعتبر مصطلح التجارة الإلكترونية أكثر تحديدا من الأعمال الإلكترونية فهذا الأخير يضم جميع آليات الصيرفة الإلكترونية التي تمكن من ممارسة جميع الأنشطة والأعمال داخل البنوك والمتعاملين معه، في المقابل نجد أن التجارة الإلكترونية تنطوي على عمليات البيع والشراء بالوسائل الإلكترونية وبصفة أساسية من خلال الأنترنت التي ساعدتها في تحقيق²:

- سرعة وسهولة الإتصالات مما ساعد على إبرام العديد من الصفقات بين أطراف متعددة، وكذا القيام بمعاملات مالية مختلفة، وهذا يساهم في توفير الوقت والجهد.

¹ العاني إيمان، البنوك التجارية وتحديات التجارة الالكترونية، مذكرة مكملة ضمن متطلبات نيل شهادة ماجستير، العلوم الاقتصادية جامعة منتوري قسنطينة، الجزائر، 2006/2007.

² ميهوب سماح، أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال على الأداء التجاري والمالي للمصارف الفرنسية، أطروحة مكملة ضمن متطلبات نيل شهادة دكتوراه، جامعة قسنطينة 3، الجزائر، 2013/2014 ص150-152.

- وجود الشفافية في التعامل مما يوفر المعلومات الوافية عن المتعاملين وكذا المنافسين، وهذا يسهل للمتعامل الحصول على الخدمة بجودة عالية وتكلفة منخفضة

3. عولمة الأسواق: صاحب تحرير التجارة الدولية تحرير لحركة رؤوس الأموال حيث نجد الدول المتقدمة قد فتحت أسواقها المالية لرأس المال الأجنبي، إذ لوحظ تجاوز كبير في معدلات النمو في حركة رؤوس الأموال الدولية ومعدالت النمو في التدفقات السلعية، وحدث توسع كبير في الأسواق العالمية وتزايد أعدادها و درجة تكاملها، حيث أنها لم تعد أسواق مالية وطنية متفرقة، بل اندمجت جميعها في سوق عالمي واحد.

حيث نتج عن العولمة الأسواق حرية حركة رؤوس الأموال وهذا لتطور حجم المعاملات عبر الحدود في الأوراق المالية في الدول المتقدمة بالإضافة إلى تطور تداول النقد الأجنبي على المستوى العالمي

المطلب الثاني: مداخل تحسين الأداء البنكي باستخدام آليات الصيرفة الإلكترونية

إن أول خطوة تخطوها البنوك هي عملها المستمر على تحديد القوى المعيقة للعمل والقوى الدافعة له بهدف تحقيق التوازن بين هذه القوى، والوصول إلى أداء بنكي جيد، ومن بين الإستراتيجيات التي اعتمدها البنوك في الوصول إلى دمج آليات الصيرفة الإلكترونية في نشاطها، وهذا لكي تساهم في تحقيق عدد من الميزات نذكر منها:

1- تغيير القوانين المنظمة للنشاط المصرفي:

إن البنك الذي يريد التطور والنمو ومسايرة التغيرات الاقتصادية عامة والمالية خاصة، يجب عليه أن يكون مرنا في قوانين العمل البنكية الإلكترونية ، أن يعمل على تطويرها بشكل مستمر بحسب نوع الأنشطة، فتنبي الصيرفة الإلكترونية يجعلها توضع أرضية خاصة من قوانين التي تتماشى وطبيعة هذا النشاط.

2- تغيير الهيكل التنظيمي للبنك

تعمل البنوك باستمرار على وضع هيكل تنظيمي يتميز بالمرونة، وهذا قد يساهم في تشجيع الأفراد على الابتكار والتجديد، وال يمكن تحقيق ذلك إلا إذا أدركت البنوك أهمية النفثاح على البيئة الخارجية، وكذا التعرف على مختلف النفاثص وسلبيات الهيكل الحالي والعمل المستمر على إدماج الأنظمة والمعدات المتخصصة لكل قسم، بالإضافة إلى تكييف مختلف الأقسام مع الوضع الحالي بهدف الوصول إلى هيكل مناسب لمتغيرات السوق¹.

3- توفير عنصر الإتصال :

ساهمت الصيرفة الإلكترونية في توفير نظام فعال في الإتصال داخل البنك، حتى يساهم بصورة جيدة في نقل المعلومات بين مختلف أقسام البنك وباقي الفروع، وبين البنك وبنوك أخرى، وكذا بينه وبين المتعاملين، وتعتبر آليات الصيرفة الإلكترونية وخاصة الشبكات بكل أنواعها داخلية أو خارجية أفضل وسيلة في تدعيم كل الإستراتيجيات الإتصال في البنوك وذلك من خلال توفيرها لعامل السرعة وتقليص للوقت وسهولة الإتصال.

4- التعرف على حاجات العملاء :

يعتبر العميل منبع التغيرات التي تحدث في البنوك، وذلك نتيجة لعملها المستمر على تحديد احتياجاتها من خلال الوصول إلى توقعاتها ومعرفة مدركاته، ويتم ذلك من خلال استخدام أساليب خاصة كالدراسات الستكشافية والميدانية، التي تعتمد في جمع المعلومات الخاصة بالعميل، ويتم التعامل مع هذه الأخيرة بأنظمة أتاحتها تكنولوجيا المعلومات والإتصالات، بحيث توفر سهولة والسرعة في جمع البيانات، تبويبها، معالجتها، الإحتفاظ بها واسترجاعها وقت الحاجة، للاستفادة منها للوصول إلى نتائج فعالة في التعرف على رغبات وحاجات المتعاملين، التي لوحظ أنها تتميز بالتغير والتطور من فترة لفترة أخرى، من فئة عملاء أخرى ومن عميل آخر

¹ ميهوب سماح، مرجع سابق ص - ص 28-31

5- التعرف على مختلف العروض :

أتاحت الصيرفة الإلكترونية العديد من القنوات التي استخدمتها في عرض خدماتها عبر التلفزة الرقمية وغيرها، وكل هذه التقنيات وفرت للعميل إمكانية التعرف على عروض وأسعار كل الخدمات في العديد من البنوك بكل يسر وسهولة، وبالتالي أمام هذا الوضع الجديد على البنوك توفير سياسة تسعيرية مرنة

تختلف باختلاف الخدمة وطريقة الحصول عليها، بالإضافة إلى ارتباطها بحاجات المتعاملين معها، كما يجب على البنك جعلها منافسة بالنسبة للبنوك الأخرى، وقد ساهم وجود القنوات البنكية عن بعد في خلق صنف جديد من أدوات التسعير يمكن للبنك استخدامها في ظل البيئة الرقمية يعرف بإستراتيجيات التسعير الدينامكية.

6- تطوير عنصر الترويج :

يساهم اعتماد البنوك إستراتيجية ترويجية فعالة في جذب العملاء وكذا التأثير فيهم وهذا يدعم قدرة البنك في الوصول إلى أهدافه، ولقد تمكنت البنوك من تحقيق ذلك باعتمادها أدوات وأساليب ترويجية جديدة ساعدتها على توسيع مجالات الإعلان والترويج لمختلف خدماتها في أماكن وأوقات متعددة، حيث استخدمت آليات الصيرفة حديثة نتجت عن تبنيها لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات كالبريد الإلكتروني، مواقع البنك عبر الأنترنت والهاتف النقال،...إلخ

7- تحقيق ميزة تنافسية :

إن تعود البنك على تحديد نوع وحجم المنافسة في السوق يكسب البنك ما يعرف بميزة تنافسية، وهذا ما يعتبر عامل جوهريا في تحسين أداء البنوك، لقد وفر تبني البنوك آليات الصيرفة الإلكترونية السهولة والسرعة في التعرف على خدمات البنوك المنافسة وكل ما يترتب عليها من تكلفة، توزيع، تسعير،...إلخ،

8- مساهمة في ابتكار والتجديد :

ساهم دمج البنوك آليات الصيرفة الإلكترونية في عرض خدمات لم تكن من قبل كخدمة الدفع الإلكتروني بالبطاقات البنكية، النقود الإلكترونية والشيكات الإلكترونية ، بالإضافة إلى تبنيها لمختلف القنوات البنكية عن بعد، وكذا عملها المستمر على إدخال مختلف التقنيات والأنظمة الحديثة التي تأتي بها تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في هذا المجال، وبالتالي هذا الدمج نتج عنه تحقيق إستراتيجية الابتكار والتجديد التي تعتبر من بين أهم العناصر المسيطرة على مكانة البنك.

المطلب الثالث: مستلزمات الصيرفة الإلكترونية

قبل بدء العمل بالصيرفة الإلكترونية يجب توفر مجموعة من العناصر التي تعتبر ضرورية لخلق الثقة العامة لدى الجمهور بالجهاز البنكي وذلك قبل النخراط بالعمل البنكي عبر الأنترنت وهذه المتطلبات هي:

البنية التحتية التقنية تتمثل أهم متطلبات البنوك الإلكترونية في البنية التحتية التقنية والتي تتكون من عدة عناصر أهمها :

- **الاتصالات الوطنية والبنية التحتية للصناعات المختلفة:** يمكن عزل البنية التحتية التقنية لأعمال المصرفية الإلكترونية عن البنية التحتية للاتصالات والبنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات في الدولة والصناعات المختلفة ، لأن الخدمات المصرفية الإلكترونية تعيش في بيئة التجارة الإلكترونية وهي إلكترونية الأعمال المصرفية العامل الرئيسي للتنمية. إن ضمان نجاحها وضمان الوصول إلى اقتصاد المعرفة ينعكس في كفاءة البنية التحتية للاتصالات وسياسات التسعير المعقولة لخدمات الاتصال بالإنترنت.

- **تقنية المعلومات:** تتمثل في الأجهزة والبرمجيات والحلول والقدرات البشرية والوظائف المهنية التي تمثل الوجود والاستمرارية والمنافسة. يجب أن تكون الاستراتيجيات متوافقة

مع متطلبات وسلامة الإجراءات والأنظمة المطبقة لضمان انتظام تقنيات النشر الفعالة ولضمان الاستخدام الأمثل للوسائل التكنولوجية.¹

- عناصر الأمان: تعتبر الخدمات الإدارية من أخطر الخدمات المصرفية عبر الإنترنت ، حيث يمكن لأي شخص القيام بهجوم إلكتروني والوصول إلى الأنظمة الداخلية للبنك ، مما يشكل تهديداً للأصول والأنظمة الداخلية للبنك.
- قد يكون المهاجمون أفراداً غير مصرح لهم بالدخول إلى الأنظمة الداخلية للبنك وشبكات المعلومات. قد يكون من الأفراد المصرح لهم بالوصول إلى الخدمات المصرفية والاستفادة منها ، ومع ذلك فهو يقوم بعملية غير مصرح له بها.

ولتوفير عنصر الأمان فيما يلي مجموعة من الأساليب المستخدمة في هذا المجال :

1- استخدام تكنولوجيا الجدران النارية: وهي عبارة عن مجموعة برمجيات وأجهزة تفصل بين شبكة المعلومات والأنظمة الداخلية للبنك وبين الأنترنت لى ، وتقوم بمراقبة كافة التيارات الإلكترونية من والشبكة الداخلية وذلك لمنع محاولة الدخول الإلكتروني الغير مصرح به ، وكذلك لمنع دخول أية برمجيات مخربة، وتقوم تكنولوجيا الجدران النارية بالوظائف التالية:

- فصل شبكة الأنترنت
- تفتيش الرسائل

2- طرق الحماية والرقابة الأخرى: يجب على البنك المتعامل عبر الأنترنت إتباع وسائل الرقابة والحماية لتوفير عنصر الأمان والرقابة السليمة على موجودات البنك وسمعته بشكل عام.

3- التوثيق: تشكل الأنترنت بيئة انتقال الرسائل بين الأطراف المختلفة إلكترونياً في التبادل التجاري و البنكي ، ويتطلب العمل البنكي عبر الأنترنت أو الحفاظ على السرية وحماية الرسائل

¹ بن عياد محمد سمير ، سماحي أحمد ، التكنولوجيا الإلكترونية البنكية "ضرورة أم حتمية بالنسبة للمؤسسات المصرفية الجزائرية"، الملتقى الوطني حول المنظومة البنكية في ظل التحولات القانونية والاقتصادية، جامعة تلمسان، 2006، متاحة على موقع: www.abhatoo.com

المتبادلة من التغير والعبث، وثانيا التوثيق والتأكد من هوية ومصدر هذه الرسائل ويمكن تحقيق الهدفين من خلال إستغلال علم التشفير الإلكتروني، حيث تقوم البنوك المتعاملة عبر الأنترنت بإستخدام تكنولوجيا التشفير التي تكون على شكل برمجيات أو على شكل أجهزة .

4-**الثقة:** إن التعامل عبر الأنترنت يتطلب تأكد كل طرف متعامل من هوية الآخر، ومن الممكن ان يتم ذلك من قبل طرف ثالث معتمد وموثوق به من قبل الجميع، كما هو الحال في الولايات المتحدة الأمريكية فهذا الطرف يسمى بسلطة التصديق يقوم بتأكيد هوية الأطراف المتعاملة عبر الأنترنت بالإضافة إلى المصادقة على توقيعاتهم الرقمية، ودور سلطة التصديق تشبه دور البنك في الإعتماد المستندي.

5-**وجود الإثبات:** أي وجود إثبات غير قابل للإنكار من قبل المرسل أو المستقبل على تنفيذ عملية معينة تمت من خلال تبادل الإلكتروني عبر الأنترنت، وبالرغم من أن التكنولوجيا قد وفرت هذا الإثبات في عالم الأنترنت من خلال تكنولوجيا "مفتاح التشفير العام" إلى الجانب التشريعي مازال واضح المعالم وموحد التطبيق دوليا.

6-**الخصوصية:** يعتمد نجاح العمل المصرفي عبر الأنترنت على ضرورة قبول العميل الوسيلة التي تقدم له الخدمات المصرفية وهي الأنترنت، وتشير بعض الدراسات ان قبول العميل لوسيلة توصيل الخدمات يعتمد على مدى اهتمام البنك بخصوصية المعلومات الشخصية المعطاة له ممن قبل العميل، وعلى مدى احتفاظ هذه المعلومات بخصوصيتها أثناء انتقالها عبر الأنترنت .

7-**التوفر الدائم:** لتحقيق هذا المطلب يتوقع من البنوك المتعاملة عبر الأنترنت أن تمتلك الطاقة والمقدرة الإستيعابية اللازمة فيجب عليها امتلاك ما يكفي من البرمجيات والأجهزة والموارد الأخرى. كما يجب توفر البنية التحتية على ما يلي:

- وجود شبكة عريضة تضم كل الجهات ذات الصلة وترتبط بالشبكة العالمية "انترنت" وفقا للأسس معيارية مؤمنة، وتجدر الإشارة هنا إلى ضرورة وجود جهة تنسق في ما بين البنوك وتتولى تحديد وتركيز المهام التي تصبح جزءا يتجزأ من الشبكة إدارتها، وهي مهام تختلف عن مهام مشغلي شبكات الإتصالات العامة (شبكة سوفيت)
- وضع خطة متدرجة للبدء في إدخال خدمات صيرفة الإلكترونية وفقا أولويات تحددتها خطة إستراتيجية على مستوى البلد ككل.
- البدء في تنفيذ الخطة يستلزم تبني مشاريع استكشافية يمكن التحول في نتائجها، حيث يتم تفاعل أطراف المجتمع ككل، وأن تصاحب هذه المشاريع خطة تدريبية تغطي الجوانب التي يحتاج إليها الكادر البشري، وتهدف هذه المشاريع إلى تقويم الإجراءات ووضع الأنظمة التي تحكم تقديم خدمات صيرفة إلكترونية على نطاق واسع، كما أنها تقرب المفاهيم عمليا لأطراف المشتركة في تقديم الخدمات والاستفادة منها.
- البدء في وضع النظم القياسية (المعيارية) التي تتيح الربط وتبادل البيانات بين الجهات المشتركة
- تطوير التطبيقات البنكية في البنوك وتوحيده للإستفادة من الخبرات المتراكمة بين البنكيين والفنيين في البنوك، ويتم هذا التوحيد على مستويات مختلفة ووفقا لخطة قادرة على تبني طرق قياسية للتطوير، والمشاركة في توحيد التدريب وأهدافه.
- إنشاء الهيكل الإداري الذي يتولى التنسيق بين الأطراف المعينة على كل مستوى: مستوى البنك الواحد، مستوى البنك المركزي، مستوى البلاد، على مستوى الإقليمي الذي يتيح الربط والتعاون مع البلد ذات المصالح المشتركة

2- مستويات أعمال الصيرفة الإلكترونية وعوامل نجاحها

تقوم الصيرفة الإلكترونية بأعمالها من خلال عدة مستويات، والتي تعتبر الأساس لنجاحها:

1- مستويات أعمال الصيرفة الإلكترونية وفقا للدراسات العالمية وتحديدًا دراسات جهات الإشراف والرقابة الأمريكية والأوروبية، فإن هناك ثالث صور أساسية للبنوك الإلكترونية على الأنترنت، وحاليا هناك ثلاثة مستويات أساسية من الخدمات المصرفية عبر الأنترنت التي يجري استخدامها وهي :

1-1- وقع معلومات وهو المستوى الأساسي للبنوك الإلكترونية أو ما يمكن تسميته بصورة الحد الأدنى من النشاط البنكي الإلكتروني، ومن خلال ذلك فإن البنك يقدم معلومات حول برامجه ومنتجاته وخدماته .

هذا أبسط مستوى لعرض الخدمات البنكية عبر الأنترنت، ولدى البنك المعلومات اللازمة لتسويق منتجاته وخدماته على الموقع بشكل مستقل، ويمكن لهذا المستوى توفير الخدمات البنكية عبر الأنترنت للبنك نفسه أو من قبل مصادر أخرى تكون لها مواقع على الشبكة، والتي تكون عرضة للتغيير بحيث أن تكون الضوابط مناسبة لذلك لمنع التغييرات غير المصرح بها في البيانات على الموقع الويب.

1-2- موقع المعاملات البسيطة هذا النوع من الخدمات البنكية عبر الأنترنت يتيح التفاعل بين نظم البنك والعملاء، يتيح للعملاء الحصول على المعلومات بالبريد الإلكتروني والاستعالم عن أرصدة حساباتهم وتقديم طلبات الحصول على القروض وتعبئة طلبات أو نموذج على الخط، أو تحديث ملفات سابقة أو طلب استشارات من البنك، لكن ال تسمح هذه المواقع بالقيام بتحويل لأموال، هذا المستوى من المعاملات التي تتم على موقع البنك تنطوي على مخاطر أعلى من المستوى السابق، وبالتالي يجب أن تكون هناك ضوابط أمنية ومراقبة مناسبة تمنع وتنبه إدارة البنك من أي محاولة غير مصرح بها للوصول إلى أنظمة الكمبيوتر وشبكة البنك الداخلية، وبموجب هذا النظام يستجيب العميل من خلال تقديم طلباته من البنك الحقا .

1-3- موقع المعاملات المتقدمة بموجب هذا النظام يمكن للعملاء أداء الخدمات البنكية عبر الأنترنت، بحيث تتيح لعملاء البنك جراء الدفعات النقدية والوفاء بقيمة الفواتير، و إدارتها و إلى

حساباتهم وا تحويل الأموال إلكترونيا من وا كافة المعاملات البنكية الاخرى عبر الأنترنت، هذا المستوى نسبة الخطر فيه عالية، لذا يستوجب أن تكون الضوابط الرقابية متينة وفعالة.

2- عوامل نجاح الصيرفة الإلكترونية إن إقامة نظام للصيرفة الإلكترونية يقتضي الإلتزام بجملة من العوامل والتي هي بمثابة قواعد للعمل الإلكتروني والتي تتمثل فيما يلي:

- وجود شبكة عريضة تضم كل الجهات ذات الصلة، وترتبط بالأنترنت وفقا لأسس القياسية مع مراعاة التأمين في تصميم هذه الشبكة
- وضع خطط للبدء في إدخال خدمات الصيرفة الإلكترونية، بداية من وضع إستراتيجية على مستوى البنك المركزي أو البلد أو التحالفات الدولية
- وضع تنظيمات قياسية تسمح بالربط بين مختلف الجهات والعالم ككل
- اعداد خطة لتدريب الموارد البشرية
- العمل على إنشاء تنظيم إداري يعمل على تنسيق بين الأطراف المتعاقدة

المطلب الرابع: أثر الصيرفة الإلكترونية على أداء البنوك التجارية

إن ظهور الصيرفة الإلكترونية كان نتيجة التوسع الهائل والسريع في اقتصاد المعلومات والشبكات الإلكترونية ، والتي أعطت دفعا للبنوك لتمرکز في السوق، كما وفرت لها فرصا وقدرات تمكنهم من الوصول إلى عملاء وتقديمها لهم خدمات شخصية مفصلة على مقاساتهم وبمستويات من الجودة تتناسب مع إدراكا تهم وتفوق توقعاتهم أحيانا، كما تعود على البنك بالعديد من مزايا نذكر منها¹ :

¹أحمد بوراس، العمليات المصرفية الالكترونية، مجلة العلوم الإنسانية، جامعة محمد خيضر بسكرة، العدد الحادي عشر، 2007، ص203.

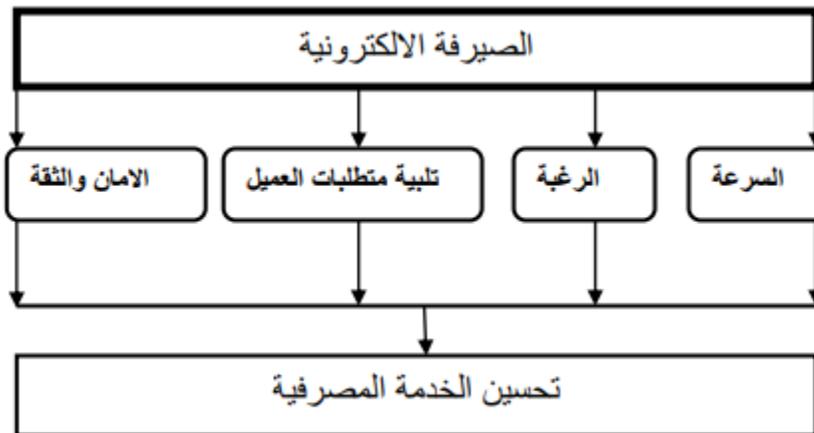
1. تخفيض تكلفة :

أدى اعتماد الصيرفة الإلكترونية في البنوك التجارية إلى تخفيض النفقات التي يتحملها البنك إجراء بعض المعاملات البنكية المختلفة بدون الحاجة للإنتقال إلى البنك وهذا ما يؤدي إلى توفير تكلفة إنشاء فروع جديدة للبنك في المناطق البعيدة لأن تكلفة إنشاء موقع للبنك عبر الإنترنت لا تقارن بتكلفة إنشاء فرع جديد له بما يحتاجه من مباني وأجهزة وعمالة مدربة ومستندات وصيانة، فممارسة البنك عبر موقع عبر الإنترنت مختلف المعاملات المالية تساعده على امتلاك ميزة تنافسية وتدعيم عالقات مع العملاء وتخفيض التكلفة

2. تحسين جودة الخدمات المصرفية :

المتعاملون مع البنوك يبحثون عن عملاء جدد ويواكبون العصر ، لذلك نجد أن البنوك ملتزمة بدمج آليات الصيرفة الإلكترونية ، خاصة الآليات التي ستساعدهم كثيرًا في تحسين الخدمات ، لأن أساس تحسين الخدمات هو إرضاء العملاء . ، سواء كان واضحًا أو ضمنيًا ، يعتبر التحسين المستمر للخدمة بناءً على الاحتياجات والتوقعات ذات الصلة عاملاً ضروريًا لكسب ثقة الوكيل وبالتالي اكتساب مزايا على المدى القصير والطويل.

الشكل رقم 03: تأثير الصيرفة الإلكترونية على جودة الخدمة المصرفية



من خلال الشكل نلاحظ أن الصيرفة الإلكترونية ساهمت في تغيير نمط تقديم الخدمة من خلال توجه البنوك إلى عرض خدمات بنكية عن بعد، بحيث تعد الصيرفة الإلكترونية دور فعال في تحسين وتطوير الخدمة المصرفية ويمكن توضيح ذلك من خلال العناصر التالية :

- السرعة تعتبر سمة السرعة في تقديم الخدمة عنصر مهم جدا بالنسبة للمتعاملين ويساعد على الحفاظ عليهم، فلقد ساهمت الصيرفة الإلكترونية في تحقيق ذلك من خلال تعدد قنوات عرض الخدمة، فالعميل أصبح بإمكانه معرفة كل العمليات التي جرت على رصيده في دقائق معدودة ومن مكانه، كذلك عملية التحويل الإلكتروني للأموال من حساب إلى آخر أصبحت تتم في ظرف ثواني .

- الرغبة في الحصول على خدمة: ساهمت الصيرفة الإلكترونية في تحقيق عامل الرغبة في الحصول على الخدمة والاستفادة منها من خلال تميزها بعدد من الخصائص في عرض الخدمة كالدقة، الملائمة، الحداثة، الترابط، سهولة الفهم .

- الخدمة ملبية لطلبات المتعاملين: نقصد بها تقليص الفجوة بين ما هو متوقع من طرف العميل و ثم إدراكه، فالصيرفة الإلكترونية تبنتها البنوك لتلبية حاجيات ورغبات العملاء بهدف الوصول إلى درجة عالية من الرضا على الخدمة الذي بدوره يؤدي إلى زيادة ولاء العملاء .

- الأمان والثقة: بمعنى توفير الراحة والأمان للعميل عند طلبه الخدمة المصرفية، وتعتبر الثقة شرطا أساسيا في الصيرفة الإلكترونية أكثر منها في المعاملات التقليدية، وهذا يرجع لغياب العلاقة المباشرة

مع المتعاملين ومصداقية مختلف الخدمات المقدمة من خلال آليات الصيرفة الإلكترونية وتطويرها المستمر أنظمة الحماية والأمان للحد من المخاطر المتوقعة وهذا يقوي الثقة بين البنك والعميل، كما نجد أن هنالك من ينظر لتحسين الخدمة من خلال ثلاثة مداخل هي كما يلي :

- ❖ **مدخل تعديل نوعية الخدمة:** يقصد به تحسين نوعية الخدمة بصورة مستمرة وعلى أن تكون منسجمة ومتوافقة مع النوعية المرغوب فيها من قبل المتعاملين المستهدفين .
- ❖ **مدخل التعديل في خصائص الخدمة:** بمعنى إضافة فوائد ومزايا جديدة للخدمة لكن هذا المدخل سهل التقليد من قبل المنافسين .
- ❖ **مدخل التعديل على نمط الخدمة:** نقصد به القيام بتطوير كل ما هو مرتبط بكيفية تقديم الخدمة للمتعاملين¹.

3. فتح أسواق جديدة وتوسيع نطاق الخدمات:

تسمح آليات الصيرفة الإلكترونية إلى كسر كل الحواجز المكانية والزمنية، وبالتالي يستطيع البنك غزو الأسواق وهذا للحفاظ على عملائه وكذلك استهداف شرائح جديدة في الأسواق المحلية والأجنبية، وهذا يقودنا إلى قول بأن ارتفاع درجة اعتماد المعاملات البنكية على وسائل متطورة له أثر إيجابي على فتح أسواق جديدة للبنوك لتوسيع نطاق المنتجات و الخدمات المقدمة للعملاء لتلبية مطالبهم واحتياجاتهم، والتي تختلف عن عروض المنافسين مما يسمح للبنك التميز مقارنة بالمنافسين.

4. تعزيز العلاقة مع العملاء:

إن اعتماد المعاملات البنكية على آليات المتطورة لصيرفة الإلكترونية يسمح للمؤسسات المالية تعزيز علاقاتها مع عملائها من خلال استخدام قنوات اتصال متعددة ومتكاملة ومتاحة في جميع الأوقات، لهذا فتشخيص العلاقة يمكن أن تكون أفضل ميزة تتجاوب لتلبية الإحتياجات المحددة لكل عميل في البنك والتي سوف تؤثر على مستوى الرضا العام².

¹ ميهوب سماح، مرجع سابق، ص، ص. 158-159.

² شيروف فضيلة، أثر التسويق الالكتروني على جودة الخدمات المصرفية دراسة حالة بعض البنوك الجزائرية، مذكرة مكملة ضمن متطلبات نيل شهادة ماجستير، تخصص تسويق، جامعة منتوري قسنطينة، 2009-2010، ص63.

5. تخفيض تكلفة :

أدى اعتماد الصيرفة الإلكترونية في البنوك التجارية إلى تخفيض النفقات التي يتحملها البنك إجراء بعض المعاملات البنكية المختلفة بدون الحاجة للإنتقال إلى البنك وهذا ما يؤدي إلى توفير تكلفة إنشاء فروع جديدة للبنك في المناطق البعيدة لأن تكلفة إنشاء موقع للبنك عبر الإنترنت لا تقارن بتكلفة إنشاء فرع جديد له بما يحتاجه من مباني وأجهزة وعمالة مدربة ومستندات وصيانة، فممارسة البنك عبر موقع عبر الإنترنت مختلف المعاملات المالية تساعده على امتالك ميزة تنافسية وتدعيم عالقات مع العملاء وتخفيض التكلفة.

6. تحقيق مزايا جديدة ومختلفة:

كما الزبون الحظ مجموعة من الميزات التي تحققها الصيرفة الإلكترونية لم تحققها الصيرفة الإلكترونية نذكر منها :

الجدول رقم 01: فرق بين الصيرفة التقليدية والإلكترونية

الصيرفة الالكترونية	الصيرفة التقليدية	نوع البنك معايير الاختلاف
منخفضة	عالية	تكلفة تسيير المعلومات مع العميل
إتجاه أكثر تخصص	مخصصة	جودة العلاقة مع العميل
عالية	متوسطة	تكلفة الحصول على عملاء جدد
عالية	عالية	وفاء العملاء
قليل	كبير	عدد الموظفين
ثانوية	ضرورية	كفاءات الموظفين
عالية	متوسطة	إنتاجية الموظفين
24/24 سا	خلال أوقات العمل	إمكانية الالتحاق بالبنك
منخفضة	عالية	تكلفة المعاملات
قصيرة	طويلة	المدة اللازمة للمعاملات
منعدم	موجود	الاتصال البشري

المصدر: بن عياد محمد سمير، سماحي أحمد، مرجع سابق، ص 11.

نلاحظ من خلال الجدول أن للصيرفة الإلكترونية مزايا تميزها عن الصيرفة التقليدية حيث تتمثل أهم العناصر المميزة في السرعة حيث نلاحظ أن الصيرفة الإلكترونية تتميز بالسرعة القوية عكس الصيرفة التقليدية التي تتميز بالبطء في الإجراءات الروتينية الكتابية، كذلك من حيث التكلفة المنخفضة للصيرفة الإلكترونية لأداء الخدمات البنكية عكس الصيرفة التقليدية، كذلك من حيث عدد موظفي البنك الذي يتميز بالصغر في ظل الصيرفة الإلكترونية عكس الصيرفة التقليدية، كما نلاحظ من خلال الجدول مجموعة كبيرة من الفروق الجوهرية بين الصيرفة الإلكترونية والتقليدية.

المبحث الثاني: معوقات وتحديات الخدمات المصرفية الإلكترونية وأهم الاستراتيجيات المطبقة
لقد أدى تبني الخدمات المصرفية الإلكترونية إلى ظهور العديد من المعوقات كالجرائم الإلكترونية ومعوقات متعلقة بالبنوك والعملاء، وهناك أيضا تحديات قانونية وهذا أدى إلى ضرورة التفكير في إستراتيجية تفعيل هذه الخدمات لمواجهة هذه التحديات والمعوقات، ولهذا سنحاول من خلال هذا المبحث التعرض إلى النقاط التالية :

- معوقات التوسع في الخدمات المصرفية الإلكترونية
- التحديات القانونية في حقل الخدمات المصرفية الإلكترونية
- إستراتيجية تأمين وتفعيل الخدمات المصرفية الإلكترونية

المطلب الأول: معوقات التوسع في الخدمات المصرفية الإلكترونية

هناك الكثير من المعوقات التي تحول دون التوسع في استخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية وأول هذه المعوقات هي ظهور الجرائم الإلكترونية وهناك معوقات من قبل العملاء وأخري بالنسبة للبنوك .

1-الجرائم الإلكترونية :

لقد أدى تطور نظام المعلوماتية إلى نشوء أنواع جديدة من الجرائم التي تقع على حقوق الغير وعلى المجتمع، خاصة في مجال العمليات المصرفية الإلكترونية

1.1. تعريف الجرائم الإلكترونية : لم تضع التشريعات التي تناولت هذه الجرائم تعريفا

محددا لهذه الجرائم تبعا لعدم إمكانية حصر مجالها إلا أنه يمكن تقسيمها إلى نوعين:

- النوع الأول يقع على جهاز الكمبيوتر والوسائل الإلكترونية نفسها وما يشملها من معلومات وأنظمة وبرامج
- والنوع الثاني يتعلق بالجرائم التي تتخذ الوسائط الإلكترونية وسيلة لتحقيق مآربها الجرمية .

وقد حاول المجلس الأوروبي تحديد الجرائم ذات الصلة بالكمبيوتر معتبرا أن الأفعال التي تؤدي إلى إدخال وتغيير و شطب أو إزالة معطيات أو برامج خاصة بالكمبيوتر، أو ما إليها من عراقيل أو اضطرابات أخرى مع مسار المعلوماتية وبرمجتها مما يؤثر على نتائج المعلومات والتسبب في خسائر مادية

1.2. أنواع الجرائم الإلكترونية :

كان لظهور وسائل الدفع الإلكترونية عاملا مساهما في ظهور هذا النوع من الجرائم والتي يمكن أن نلخصها فيما يلي:

- **فيروس الكمبيوتر:** يعتبر فيروس الكمبيوتر أنه الجرثومة التي تصيب برامج أو معلومات أو جهاز الكمبيوتر محدثة الضرر الذي قد يصل إلى حد تعطيله كليا أو جزئيا، وينتقل هذا الفيروس من جهاز إلى جهاز آخر عندما تكون الأجهزة متصلة ببعضها البعض ضمن شبكة اتصال أو عن طريق استعمال مترابط للاتصالات، وينتقل الفيروس إلكترونيا ويؤدي إلى تخريب أو فقدان المعلومات التي يخزنها الجهاز المصاب.
- **جرم الاحتيال بالوسائل الإلكترونية :** هو كل تصرف احتيالي يتعلق بالمعلوماتية التي يهدف من خلالها أحد المجرمين إلى تحقيق مكاسب مالية عبر استخدام الكمبيوتر أو غيرها من الوسائل الإلكترونية كسحب الأموال من حسابات مصرفية عبر مناورات احتيالية أو الاحتيال على الأشخاص أو الشركات للاستيلاء على أموالهم .
- **تخريب الأنظمة الإلكترونية :** يعتمد الشخص الذي يستطيع الوصول إلى الأنظمة الإلكترونية إلى إلغاء عدد كبير من المعلومات المخزنة في الأجهزة بقصد الإضرار بالغير، ويقع التخريب بتعطيل نظام المعلوماتية عبر إرسال فيروسات قادرة على التسبب في تعطيل أجزاء كبيرة من المعطيات المخزنة في الكمبيوتر وذلك بإرسال بريد إلكتروني يحمل الفيروس إلى أنظمة المعلوماتية لأي شركة أو مصرف.

- **سرقة المعلومات عبر الوسائل الإلكترونية** : تتم السرقة في المجال الإلكتروني عبر سرقة المعلومات والنقود والبرامج المخزنة في الوسائل الإلكترونية، وقد حصل انتقاد واسع حول ما إذا كان أخذ المعلومات دون وجه حق يشكل جريمة سرقة استناداً إلى مدى إمكانية اعتبار المعلومات مالا، لكن تلك الانتقادات لم تلقي تأييداً في النظام القانوني والمالي لأن المعلومات هي سلعة ذات قيمة مرتفعة جداً تولي مالكيها حق الحصول على مردود مالي .
- **جرائم بطاقة الائتمان**: ظهرت في السنوات الأخيرة مسألة جديدة تمثلت في تزوير بطاقات الائتمان والاحتتيال لسحب الأموال من نوافذ الصرف الآلي مما يؤدي إلى حدوث أخطار تهدد العمل المصرفي تنتهي بفقدان الأموال بالكامل، خاصة في حالة ضياع بطاقة الائتمان وتعرف المحتالين على الرقم الشخصي لصاحب الحساب .
- **تبييض الأموال عبر المصارف بالوسائل الإلكترونية** : تتعدد حالات تبييض الأموال عبر المصارف بتعدد الحالات التي يلجأ إليها المبيضون لإخفاء المصادر غير المشروعة لأموالهم القذرة مثل إيداع المال نقداً، أو سحب القروض، أو الاكتتاب نقداً بأذونات على الصندوق، أو أوامر التحويل الجارية باسم شركات وهمية، وتتم أغلبية تلك الجرائم بالوسائل الإلكترونية حيث تحول الأموال إلى حسابات أخرى باسم شركات وهمية في مراكز مالية ذات رقابة ضعيفة ثم يحصل المبيضون على قروض مصرفية في بلدان أخرى حيث يحاولون استثمار أموالهم المبيضة وذلك بأن يقدموا ودائعهم من الأموال غير المشروعة¹ . وكذلك ساهمت بعض الجرائم التي ترتكب عبر الإنترنت مثل تزوير البيانات والمواقع الافتراضية في انتشار هذه الحالات.

2- معيقات استخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية بالنسبة للعملاء :

- عدم توفر الأمان والسرية على استخدام القنوات الإلكترونية

¹ منير محمد الجنيبي وممدوح محمد الجنيبي، البنوك الإلكترونية، (دار الفكر الجامعي)، الإسكندرية، مصر، 2006. ص 24

- قلة الثقة في استخدام الصيرفة الإلكترونية والقناعة في التعامل مع الفروع مباشرة .
- صعوبة الاستخدام مثل صعوبة اللغة أو عدم توفر النشرات الإرشادية .
- عدم توفر المهارات اللازمة لاستخدام الخدمة.
- عدم توفر الأجهزة اللازمة لاستخدام القنوات الإلكترونية مثل عدم توفر الحاسوب .
- عدم المعرفة بهذه الخدمات الإلكترونية
- وجود أعطال فنية تحول دون استخدام الصيرفة الإلكترونية وقت الحاجة

3- معيقات استخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية بالنسبة للبنوك

أولاً: معيقات تنظيمية :

- عدم قناعة الإدارة بالجدوى الاقتصادية لتطبيق التكنولوجيا وبالذات الصيرفة الإلكترونية
- عدم التوافق والانسجام بينها وبين أنظمة العمل الموجودة في البنك .
- عدم توفر سياسة متعلقة بالأمان والسرية.
- عدم توفر كادر بشري مدرب .
- عدم امتلاك بنية تكنولوجية تحتية.

ثانياً: المعوقات المالية :

- ارتفاع تكاليف الاستثمار المالي مثل ارتفاع شراء الأجهزة والصيانة والتدريب وغيرها .
- ارتفاع التكاليف الإدارية مثل إنشاء وحدة إدارية متخصصة .
- عدم تخصيص البنك مبلغ دوري لتجديد وتطوير الصيرفة الإلكترونية

وهناك العديد من المعوقات الأخرى ومن أهمها: ¹

- عدم وجود عدد كافي من العملاء للتعامل مع هذه التطبيقات .
- انخفاض الوعي المصرفي لدى العملاء وقلة الثقة .
- عدم وجود قوانين تشجع البنوك على تبني الصيرفة الإلكترونية
- عدم وجود تشريعات حكومية لتنظيم هذه الأعمال وحمايتها وضمان سريتها

المطلب الثاني: التحديات القانونية في حقل الخدمات المصرفية الإلكترونية

إثبات الشخصية، التواقيع الإلكترونية، أنظمة الدفع النقدي، المال الرقمي أو الإلكتروني أو القيدي، 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 البنك أو المستخدمة من موقع البنك أو المرتبطة بها علاقات وتعاقدات البنك مع الجهات المزودة للتقنية أو المورد لخدماتها أو مع المواقع الحليفة، مشاريع الاندماج والمشاركة والتعاون المعلوماتية، هذه والكثير من تفرعاتها مواطن اهتمام وبحث قانوني متواصل لغايات توفير الإطار القانوني للبنوك الإلكترونية والتجارة الإلكترونية والأعمال الإلكترونية ².

أن تكون المؤسسة المصرفية ذات وجود فاعل على شبكة الإنترنت، يعني أن تحقق الوصول إلى كبر قدر من الزبائن، وان تحقق شمولية الخدمات المقدمة وتيسير قبولها وطلبها، وان تحقق قدرا متيقنا من امن المعاملات وامن إدارة أموال المساهمين، وأخيرا إن تحقق قدرا مميذا من كفاءة الخدمة المقدمة للعملاء وقدرا مقبولا لحماية مصالح وأموال العملاء. هذه العناصر الأربعة التي

¹ ناظم محمد نوري الشمري، النقود والمصارف، (مربرية دار الكتب للطباعة والنشر، العراق، 1995)، ص.ص 185 - 193

² خبابة عبد الله، الاقتصاد المصرفي، (مؤسسة شباب الجامعة)، الاسكندرية، 2008، ص 111 - 115.

يستلزم كل واحد منها خطة أداء وتميز تكشف عبر التحليل الموضوعي عن حزمة من التحديات القانونية، وبقدر سلامة

التعامل مع هذه التحديات بقدر ما تتحقق سلامة مرتكزات خطط تحقيق هذه العناصر وبقدر ما يصبح متاحا بناء البنك الإلكتروني الحقيقي والمميز.

أما عن التحديات القانونية فهي تتمثل أولاً بتحدي قبول القانون للتعاققات الإلكترونية وتحدي حجيتها في الإثبات، ومن ثم تحديات امن المعلومات، تحديات وسائل الدفع، وتحديات الأعمال المرتبطة، وتحديات المعايير والإشرافية، والتحديات الضريبية، وسنتناول هذه التحديات فيما يلي:

تحديات التعاقدات المصرفية الإلكترونية ومشكلات الإثبات

أول المفاهيم المتعين إبرازها إن الكثير يخلط بين مفهومين في حقل العقود وتقنية المعلومات، ذلك أن تأثر العقود بما أفرزته تقنية المعلومات يتحقق في طائفتين من العقود، أولها: العقود التقليدية المبرمة بالوسائل الإلكترونية (التعاقد عبر شبكات المعلومات) وقد أثارت وسائل الاتصال الحديث التساؤل حول مدى صحة انعقاد التعاقدات، حيث تثار في الوقت الحاضر - منذ مطلع التسعينات على الأقل مسألة انعقاد العقد بواسطة نظم الكمبيوتر وشبكات المعلومات وما يتصل بها من حيث موثوقية وحجية الرسائل الإلكترونية والبريد الإلكتروني المتعلق بالعلاقات محل التعاقد، والحقيقة أن وسائل الاتصال التقنية تثير عددا من المسائل أولها وأهمها بل تعد موضوع هذا الإشكال، مسألة إثبات الانعقاد ومسائل التعاقد وقد اتجهت المواقف القانونية والقضائية إلى قبول الوسائل التعاقدية التي توفر من حيث طبيعتها موثوقية في إثبات الواقعة وصلاحيه الدليل محل الاحتجاج وتحقق فوق ذلك وظيفتين :

- إمكان حفظ المعلومات لغايات المراجعة عند التنازع .
- التوسط في الإثبات عن طريق جهات الموثوقية الوسيطة أو سلطات الشهادات التعاقدية.

ومن هنا قبل نظام (سويت) التقني لغايات الحوالات البنكية

- وكذا نظامي شيبس وشابس ونحوهما

- وكذلك قبل التلكس لتحقيقهما هذه الطبيعة والوظائف، في حين بقي الفاكس خارج هذا الإطار ومجرد دليل ثبوت بالكتابة أو بيئة مقبولة ضمن شرائط خاصة، ومن هنا أيضا أثارت وتثير الرسائل الإلكترونية عبر شبكات المعلومات كالإنترنت والرسائل المتبادلة عبر الشبكات الخاصة (الإنترنت) والبريد الإلكتروني مشكلة عدم تحقيق هذه الوظائف في ظل غياب المعايير والمواصفات والتنظيم القانوني الذي يتيح توفير الطبيعة المقبولة للبيانات وتحقيق الوظائف التي تجيز قبولها في الإثبات.

إلى جانب مشكلة الإثبات أثارت وسائل الاتصال عموما مسألة صحة الانعقاد ووجوده، إلى جانب مشاكل أمن وسائل الاتصال ومدى قدرة الغير على التلاعب بالمحتوى وأيضا مشاكل وقت ومكان الإبرام واتصال ذلك بالقانون الواجب انطباقه على العقد عند المنازعة ووجهة الاختصاص القضائي في نظر النزاع .

1- أمن المعاملات والمعلومات المصرفية الإلكترونية :

الحقيقة الأولى في حقل تحديات امن المعاملات المصرفية إن امن البنوك الإلكترونية وكذا التجارة الإلكترونية جزء رئيسي من امن المعلومات (IT Security) ونظم التقنية العالية عموما، وتشير حصيلة دراسات امن المعلومات وما شهده هذا الحقل من تطورات على مدى الثلاثين عاما المنصرمة إن مستويات ومتطلبات الأمن الرئيسية في بيئة تقنية المعلومات تتمثل بما يلي :

- الوعي بمسائل الأمن لكافة مستويات الأداء الوظيفي، الحماية المادية للتجهيزات التقنية
- الحماية الأدائية (استراتيجيات رقابة العمل والموظفين) الحماية التقنية الداخلية،
- والحماية التقنية من المخاطر الخارجية .

• أما امن المعلومات فهي أن الأمن الفاعل هو المرتكز على الاحتياجات المدروسة التي تضمن الملائمة والموازنة بين محل الحماية ومصدر الخطر ونطاق الحماية وأداء النظام والكلفة. وبالتالي فإن استراتيجيات وبرامج امن المعلومات تختلف من منشأة إلى أخرى ومن بيئة إلى أخرى تبعا لطبيعة البناء التقني للنظام محل الحماية وتبعا للمعلومات محل الحماية وتبعا للآليات والتقنية للعمليات محل الحماية إلى، جانب عناصر تكامل الأداء واثر وسائل الأمن عليه وعناصر الكلفة المالية وغيرها أما القاعدة الثانية فهي الحماية التقنية وسيلة وقاية ودفاع، وفي حالات معينة وسيلة هجوم و ، لا تتكامل حلقات الحماية دون الحماية القانونية عبر النصوص القانونية التي تحمي من إساءة استخدام الحواسيب والشبكات فيما يعرف بجرائم الكمبيوتر والإنترنت والاتصالات والجرائم المالية الإلكترونية التي تناولناها فيما تقدم، وبالتالي تتكامل تشريعات البنوك والتجارة الإلكترونية مع النصوص القانونية لحماية المعلومات، وبدورها يظل جسم الحماية بجناح واحد .

وإذا أردنا الوقوف في حدود مساحة العرض المتاحة على ملخص الاتجاهات الأمنية في حقل حماية البيانات في البيئة المصرفية، والتي تتخذ أهمية بالغة بالنسبة للبنوك التي تمثل بياناتها في الحقيقة أموالا رقمية وتمثل حقوقا مالية وعناصر رئيسة في الائتمان، نجد أن المطلوب هو وضع إستراتيجية شاملة لأمن المعلومات تتناول نظام البنك وموقعه الافتراضي وتتناول نظم الحماية الداخلية من أنشطة إساءة الاستخدام التي قد يمارسها الموظفون المعنيون داخل المنشأة وتحديدا الجهات المعنية بالوصول إلى نظم التحكم والمعالجة والمبرمجين، إلى جانب إستراتيجية الحماية من الاختراقات الداخلية، وهذه الاستراتيجيات يجب إن تمتد إلى عميل البنك لا للبنك وحده، حتى نضمن نشاطا واعيا للتعامل مع المعلومات وتقدير أهمية حمايتها، ولكل إستراتيجية أركانها ومتطلباتها ومخرجاتها. وتقييم كفاءة الإستراتيجية يقوم على مدى قدرتها على توفير مظلة أمن شاملة لنظام البنك والعميل والنظم المرتبطة بهما.

2- تحديات وسائل الدفع:

وهذا تحد قديم جديد إذ، تتسارع وسائل الخدمة الإلكترونية منذ سنوات دون أن يواكبها في العديد من النظم القانونية تنظيم قانوني يناسب تحدياتها، فإذا كانت بطاقات الائتمان قد حققت رواجاً ومقبولية عالية فإنها الآن تثير العديد من المسائل القانونية في حقل الحماية المدنية والجزائية ومسؤوليات أطراف العلاقة فيها، وإذا كان مقبولاً فيما سبق الارتكان للعقود المبرمة بين أطراف علاقات البطاقات الائتمانية لتنظيم مسائلها فإنه ليس مقبولاً التعامل بذات الوسيلة مع تحديات المفهوم الجديد للمال ووسائل الوفاء به بعد إن بدا الاتجاه نحو المال الرقمي أو القيدي الإ أو لكتروني كبديل عن المال الورقي، فالمعايير والقواعد والنظريات تختلف وتتغير شيئاً فشيئاً، وهنا تظهر أهمية البنوك كمؤسسات ذات اثر في توجيه المؤسسة التشريعية إلى تبني تشريعات متوائمة مع مفاهيم المال الإلكتروني ووسائله وقواعد وأحكام التعامل مع مشكلاته القانونية، كما تظهر الأهمية إلى بيئة بناء قانوني لإدارات البنوك القانونية يتيح لها مكنة التعامل مع تحديات البنوك الإلكترونية إنة اختارت دخول هذا الميدان، ولا نبالغ إذا قلنا أن جاهزية التعامل القانوني مع تحديات هذا النمط المستجد تمثل أهم ضمانة لنجاح المسيرة، إن لأنه كان يعتقد أن وسائل التقنية ستمنع مشكلات القانون فإنه محض وهم إذ، تخفي عوالم البنوك الإلكترونية وتحديداً مشاكل الدفع والوفاء بالالتزامات ومشاكل تقديم الخدمة وما تثيره من مسؤوليات، حزمة معتبرة من المشكلات والنزاعات المتوقعة تتطلب جاهزية تتفق مع مخاطرها وأخيراً ربما يكون من المفيد أن نتذكر أن القوالب الجاهزة من الاتفاقيات والعقود والتعليمات والقوانين المنقولة عن نظم قانونية أخرى ومؤسسات أخرى لا تفي دائماً بالغرض لما لكل ساحة من خصوصياتها ولما لكل منشأة من اعتباراتها وأولوياتها الخاصة وبقدر أهمية الاطلاع على تجارب الغير فإن الأهمية في قدرها الأكبر تكمن في فهم الاحتياجات الداخلية وموائمة الحلول مع هذه الاحتياجات مستفيدين مما لدى الغير من حلول ووسائل¹.

¹ خبابة عبد الله، مرجع سابق، ص 111 - 115.

3- تحديات الأعمال المرتبطة والمعايير والإشرافية:

عرفنا أن البنوك الإلكترونية ليست مجرد موقع بنك وعميل، إنها بيئة من العلاقات المتعددة جزء منها مرتبط بالزبون وجزء آخر مرتبط بجهات الأعمال أما، تلك التي يعتمد البنك عليها في خدمة البنوك الإلكترونية أوة تعتمد هي عليه في خدمات ترتبط بنشاطها. ولنسأل أنفسنا ونحن نتجه لبناء البنك الإلكتروني أو تطوير عمله أن كنا قد شرعنا في إنشائه، هل حققنا وضوحا ودقة وشمولية في تحديد المعايير والالتزامات والحقوق في علاقة البنك بمزودي التقنية أو مستضيفي الموقع أو جهات الاتصال أو جهات تطوير الشبكة أو الجهات التقنية الداخلية والخارجية وهل العلاقة بجهات التسويق والتطوير في بيئة الاعمال واضحة وهل وفرنا ضمن علاقاتنا القانونية بجهات الأعمال خطوطا فاعلة من الدفاع عند حدوث أية منازعة هل أجبرتنا ضرورة الوجود على الشبكة على قبول اتفاقيات لم تتح لنا فرصة معرفة ثغراتها أو اعتماد الأفضل منها لصالح البنك أليست العلاقات التعاقدية في غالبيتها نشأت بيننا وبين جهات أجنبية، فهل اعدنا خططا ناجعة وفاعلة لحماية وجودنا خاصة أن هذه الجهات هيأت لمصالحها وسائل تعاقدية فاعلة وتثير مسائل الإشراف المصرفي تحديات قانونية جديدة، أولها تحدي المعايير التي تضع البنك ضمن بيئة التوائم مع تشريعات وتعليمات جهات الإشراف، وعلينا أن نظل متيقظين أن إلى محتوى تعليمات جهات الإشراف في حقل البنوك الإلكتروني إما أنها غائبة في هذا الوقت أو غير واضحة المعالم، وفي كل وقت يمكن أن تكون ثمة معايير لا نجد أنفسنا مهيين بشكل صحيح للتوائم معها¹.

4-التحديات الضريبية :

هل يتعين فرض ضرائب على النشاطين المالي والتجاري الإلكتروني غير الضرائب القائمة . رغم إن الأعمال الإلكترونية تلغي فكرة الموقع أو المكان بالنسبة للنشاط التجاري، وهذا يعني احتمال عدم الكشف على مصدر النشاط. إضافة لما تثيره من مشاكل تحديد النظام القانوني المختص. كذلك فإن الأعمال الإلكترونية المتحركة من حيث خوادمها التقنية قد تهاجر نحو الدول ذات

¹ خباياة عبد الله، المرجع السابق، ص ص 120 - 122.

النظم الضريبية الأسهل والأكثر تشجيعاً، وهذا الأمر تنبّهت له أمريكا فقررت عدم فرض ضرائب على أنشطة الأعمال والتجارة الإلكترونية، وتنبه الآن أوروبا لخطورة التوجه الأمريكي في هذا الصدد. وفرض الضرائب على هذا النمط الجديد يتطلب استراتيجيات ضريبية مختلفة في المتابعة والكشف والجمع. والاهم تعاوناً وتنسيقاً إقليمياً ودولياً إن. اتجاه منظمة التجارة العالمية (WTO) (في هذا الحقل عبر عنه التصريح الوزاري الصادر في نيسان 1998 عن مجلس منظمة التجارة العالمية الذي طلب من المجلس العام للمنظمة إجراء دراسة شاملة وبناء برنامج بحثي لمعالجة هذه المسألة وكانت نتيجة توجهات المجلس العام ونشاطه الاتفاق على " أن لا تفرض رسوم جمركية على التبادل الإلكتروني." والمطلوب من الإستراتيجية الوطنية.

للأعمال والتجارة والبنوك الإلكترونية دراسة تأثير الضرائب على النشاط الإلكتروني، وحالة التعارض بين مواقف المتحمسين للأعمال الإلكترونية وحرس الأعمال التقليدية، ومعالجة ما تفرضه النصوص القائمة من ضرائب ورسوم في مختلف المناحي واتصالها بالأعمال الإلكترونية بالنسبة للبائع والمشتري ومقدم الخدمة ومتلقيها، والاهم من ذلك الموازنة بين حماية جهات الخدمة الوطنية وجهات الخدمة الدولية التي تملك قدرات تقديم الخدمة الإلكترونية أكثر من المؤسسات الوطنية في الدول النامية. إن مؤشرات التحليل لإطار ومحتوى السياسة الضريبية يكشف أن الموقف الأمريكي يقوم على قاعدة (أعمال وتجارة إلكترونية دون ضرائب) أما في أوروبا فقد حاول اجتماع بروكسل المنعقد في نوفمبر 1999 أن يصل إلى موقف موحد من مسألة الضريبة بسبب اختلاف قوانين أوروبا من هذه الجهة، ولم يتحقق بعد التوافق المطلوب بين دول الاتحاد الأوروبي في هذا الشأن.

المطلب الثالث: استراتيجيات البنوك الالكترونية

يعتمد تحقيق الخدمات المصرفية الإلكترونية كنظام واستراتيجية وفوائد ، كمقدمة ، على فهم استراتيجية التجارة الإلكترونية ، وفهم نطاقها وعلاقتها بأتمتة الأعمال وعمليات الإدارة ، والتميز بين فئات وأشكال التجارة الإلكترونية، و فهم كيفية تطبيق التجارة الإلكترونية يجب أن تدرك التجارة الإلكترونية ومتطلباتها وتحدياتها، بعد ملاحظة هذا الشرط الأساسي، تأثير خدمات الخط. تأثير التكنولوجيا على عمل البنوك، ومدى وطرق تأثير التكنولوجيا على علاقات العملاء بالخدمات المالية. وصف المشكلات التي أحدثتها التكنولوجيا في البيئة المصرفية، ووصف الطرق الجديدة للبنوك لتحقيق عوائد مربحة من خلال الخدمات المصرفية الإلكترونية، وتحديد العناصر المتعلقة بقواعد المنافسة الجديدة في البيئة المصرفية.¹

المطلب الرابع: إستراتيجية تأمين وتفعيل الخدمات المصرفية الإلكترونية

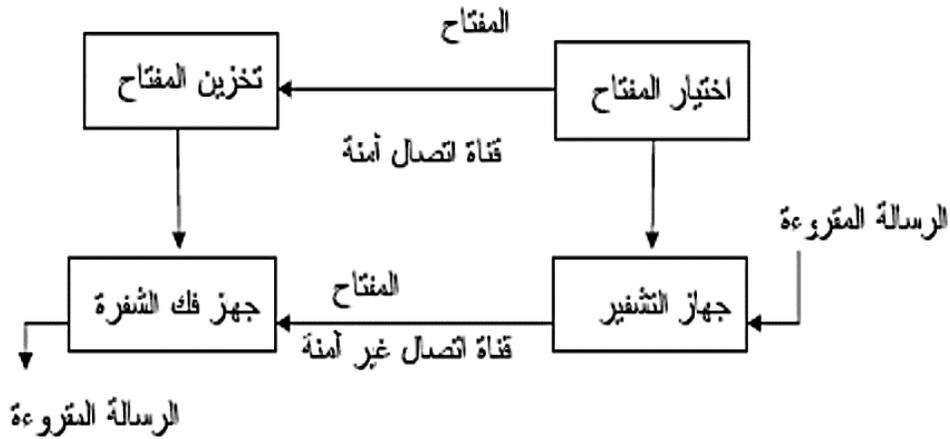
أولاً : نظم تأمين وحماية المعاملات الإلكترونية

طورت مجموعة من الشركات العالمية الرائدة بروتوكولات لعمليات الدفع أطلقت عليها اسم بروتوكول الحركات المالية الآمنة SET والغاية منها ضمان الحفاظ على أمن البيانات خصوصيتها وسلامتها والتحقق من وصولها إلى الجهات المطلوبة أثناء إجراء الحركات المالية عبر شبكة مفتوحة مثل الانترنت، ويشبه إلى حد كبير بروتوكول الطبقات الأمنية في استناده إلى التشفير والتوقيعات الرقمية، وللحفاظ على خصوصية وسلامة المعلومات المنقولة عبر الانترنت بين حاملي البطاقات والتجار، يستخدم بروتوكول SET برمجيات تدعى برمجيات المحفظة الإلكترونية وتحوي رقم حامل البطاقة والشهادة الرقمية التابعة ، له أما التاجر فتكون له شهادة رقمية صادرة على احد البنوك المعتمدة مما يسمح لهما إجراء الحركات المالية عبر الانترنت، المعتمدة مما يسمح لهما إجراء الحركات المالية عبر الانترنت. ومن بين بروتوكولات الحركات المالية الآمنة هي :

¹ منير محمد الجنيبي وممدوح محمد الجنيبي، مرجع سبق ذكره، ص 41 .

1-التشفير الإلكتروني: يعتبر التشفير أحد النظم الأساسية التي تحقق تأمين وحماية كل الأعمال والمعاملات الإلكترونية، ويمكن توضيح ذلك من خلال الشكل الموالي

الشكل رقم (04): نظام التشفير الإلكتروني



المصدر: أحمد محمد غنيم، الإدارة الإلكترونية آفاق الحاضر وتطلعات المستقبل المكتبة العصرية، المنصورة، (2003-2004) ص 321 .

ويعتمد نظام التشفير على آلية تغير محتوى المعاملة أو الرسالة عن طريق استخدام برنامج معين محدد يطلق عليه مفتاح التشفير وذلك قبل إرسال هذه المعاملة أو الرسالة إلى المرسل إليه على أن تتوفر لدى هذا المرسل إليه القدرة على استعادة محتوى المعاملة أو الرسالة في شكلها الأصلي قبل التشفير عن طريق استخدام العملية العكسية لعملية التشفير Encryption والتي تعرف باسم الحل Decryption ويتم التشفير باستخدام ثلاثة أساليب أساسية تتمثل في :

- **استخدام المفتاح المتماثل:** يتم التشفير في هذه الحالة باستخدام مفتاح واحد، حيث يقوم المرسل بتشفير المعاملة باستخدام مفتاح خاص، ويرسلها إلى المرسل إليه باستخدام وسائل اتصال عادية ويرسل المفتاح باستخدام وسائل مؤمنة وهذا لفك رموز الرسالة. لكن العملية تكون غير مؤمنة

- **استخدام المفتاح العام:** إن هذا النوع من التشفير يتطلب استخدام مفتاحين أساسيين احدهما المفتاح العام يكون متوفر لدى الجهتين المرسل والمرسل إليه ويستخدم في التشفير فقط وهناك مفتاح خاص بكل واحد منها على حد لفك شفرة المعاملات والرسائل، وهنا تكون العملية مؤمنة لكن تتطلب وقت وجهد .
- **المزج بين استخدام المفتاح المتماثل والمفتاح العام:** إن هذا الأسلوب يتم عن طريق تشفير المرسل الرسالة بالمفتاح المتماثل ثم تشفير هذا المفتاح بالمفتاح العام، فيقوم المرسل إليه بفك المفتاح العام بمفتاح خاص به ليجد المتاح المتماثل فيحل شفرته بواسطة المفتاح الخاص الذي أرسل من له طرف المرسل. وبالتالي هذا الأسلوب يحقق درجة ملائمة من التأمين والحماية وبأقل وقت ممكن.

1-التوقيع الإلكتروني: يقصد به استخدام طريقه أو وسيلة معينة للتحقيق من أن صاحب المعاملة هو نفس الشخص الذي قام بإرسالها أو تنفيذها، و يطلق على هذا التوقيع البصمة الإلكترونية . ويتم إصدار التوقيعات الإلكترونية في عدة أشكال أساسية يتمثل أهمها في شكل التوقيع الرقمي التقليدي أو يتم إدخاله وقراءته رقميا من خط اليد أو يتم في شكل مفتاح تشفير شخصي . وذلك بتوفير برامج مجانية تمكن المستخدمين من توقيع المستندات ببرامج وورد من مايكروسوفت، أو توقيع الرسائل من برامج أوتولوك الإلكترونية وذلك باستخدام القلم واللوح وهناك برامج تربط بين استخدام خط اليد والذي يتم إدخاله رقميا والمفاتيح ووسائل التحقق الأخرى. ويتم تشفير التوقيع الإلكتروني باستخدام نظم التشفير المختلفة .

2-البصمة الإلكترونية للرسالة : رغم أن التشفير يمنع المتلصصين من الاطلاع على محتويات الرسالة إلا أنه لا يمنع المخربين من العبث بها أي إن التشفير لا يضمن سلامة الرسالة ومن هنا ظهرت الحاجة إلى البصمة الإلكترونية للرسالة وهي بصمة رقمية يتم اشتقاقها وفقا لخوارزميات معينة تدعي دوال أو اقترانات الترميز إذ تطبق هذه الخوارزميات

حسابات رياضية على الرسالة لتوليد بصمة سلسلة صغيرة تمثل ملفا كاملا أو رسالة سلسلة كبيرة وتدعي البيانات الناتجة البصمة الإلكترونية للرسالة¹.

ثانيا: استراتيجيات مواجهة التحديات القانونية في بيئة البنوك الإلكترونية

على البنوك أن تدرك أن التقييم لمدى نجاح ومكانة البنك لا يقوم على ذات المعايير المعهودة في البيئة السابقة على التواجد على الإنترنت، ذلك أن تقييم مواقع البنوك يخضع ايضا لاعتبارات أخرى غير اعتبارات نطاق الخدمة وحجم البنك والمعايير التقييمية التقليدية الأخرى، ومرد ذلك الطبيعة الخاصة لبنوك الإنترنت وحاجتها إلى استراتيجيات أمنية وتسويقية وتصميمية تختلف عن البنوك العادية، لها اثر في مستوى نجاح البنك ومستوى الموثوقية بخدماته، لهذا اعتمدت معايير مختلفة، منها على سبيل المثال المعايير التالية :

- نطاق تقديم البنك للخدمة وشمولها خدمات إضافية لخدمات البنوك الإلكترونية التفاعلية .
- مدة عمل البنك في البيئة الافتراضية .
- عدد وأنماط ونوعية الخدمات الإلكترونية المقدمة .
- مستوى الأمن والموثوقية من خلال الوسائل المتبعة
- آليات العمل والمعايير المتبعة ببساطة الإجراءات التقنية وفعالية الوثيقة القانونية
- حجم الروابط التي يوفرها موقع البنك الإلكتروني وجهات خدمة الدعم والخدمات الوسيطة أو الإضافية .
- مستويات النماء وتطوير الأعمال مقيسة باتجاهات النماء في بيئة الإنترنت .
- مقارنة المعايير المتقدمة مع حجم المؤسسة المصرفية وسوقها البشري والإنمائي والفئة التي تصنف ضمنها .

¹ منير محمد الجنبهي وممدوح محمد الجنبهي، مرجع سبق ذكره، ص 61.

- الإطار والمحتوى المعلوماتي المقدم على موقع البنك .
 - الإطار التفاعلي مع الزبون .
 - الوجود الإضافي والفعلي لموقع البنك على الأرض وقدرة الوصول إلى مواقع خدماته الفعلية.
- وبتدقيق هذه المعايير وغيرها يلاحظ أن جهة التقييم لم تعد بالضرورة جهة مصرفية بل أن غالبية هذه المعايير يقوم بها مستشارون تقنيون أو أمنيون أو قانونيون أو نحو ذلك ، و خلاصة التقييم تكون محلا للمواد الإعلامية المختلفة مما يضع البنك في تحد التأثير بالرأي العام أو تأثر الرأي العام بأية إخفاقات.

وفيما يتعلق بالبنك الراغب في اقتحام عوالم البنوك الإلكترونية أو يسعى إلى توفير حماية فاعلة لنشاطه الذي بدأه في هذا الحقل، يتعين أن تتطرق الاستراتيجيات القانونية من قاعدة أن الحماية القانونية لها ذات القدر من الأهمية التي تحظى به الجاهزية التقنية وتحظى به سياسات التسويق. ولترجمة هذا الأساس إلى مهام وخطط يتعين تهيئة كادر قانوني عارف مدرك لطبيعة المخاطر المحتملة جاهز لمواجهةها، ولا نقصد بالكادر هنا المحامين والمستشارين فقط، إنما عناصر البحث والتطوير القانوني المناط بها إدراك كل جديد والتعامل مع كل خطر محتمل.

أظهرت الدراسات التحليلية أن نمط ووسائل أداء وطبيعة معارف العاملين في حقل الحماية القانونية لمشاريع الأعمال الإلكترونية تتميز محتوى وشكلا وتكتيكا عن نمط ووسائل وأداء وطبيعة معارف غير العاملين في هذا الحقل. كما أن أهم عناصر استراتيجيات الأداء القانوني لمشاريع تقنية المعلومات عموما بناء قواعد المعلومات المتطورة على الدوام التي تكفل بقاء الإدارات القانونية على اطلاع على كل جديد لان ما يحدث لدى الغير أصبح على قدر كبير من الأهمية في ظل ما تثيره هذه الأعمال من مشكلات تنازع القوانين والاختصاص

إن العصر الحادي والعشرين، استلزم ولما يزل يتطلب، تحليلا شاملا (COMPREHENSIVE ANALYSIS) للخدمات والمنتجات المالية الإلكترونية وللتجارة

الإلكترونية كمدخل لتحديد سمة البنوك الإلكترونية بنوك القرن، ولا يستقيم الوعي لهذه المؤسسة الجديدة من مؤسسات علم الإدارة والمال، بل لا يتعين اقتحام عوالمها دون:

1- تحليل الاتجاهات الحديثة نحو الخدمات المالية الإلكترونية (FINANCIAL (ELECTRONIC SERVICES)، كما ونوعاً¹.

2- تحديد المخاطر المالية والإدارية المحتملة (مخاطر الأعمال)

3- تحديد الاحتياجات المادية والفنية والمعرفية والبشرية والاستشارية المطلوبة لهذا النمط المستجد من الأعمال وبشكل خاص اعتماد معايير الأمن والخصوصية.

4- تحديد التحديات القانونية الناجمة في بيئة علاقات البنوك الإلكترونية وحلولها.

5- فحص وتقييم القواعد التنظيمية المتصلة بتجارة الإنترنت عموماً والبنوك الإلكترونية على وجه الخصوص

6- وضع خطط العمل المناسبة والملائمة لتطبيق أنشطة العمل البنكي الإلكتروني وضمان التغذية والتطوير ومواصلة التقييم والبحث للموائمة مع التطورات السريعة في هذا القطاع.

خلاصة الفصل الثاني

نناقش في هذا الفصل دور الخدمات المصرفية الإلكترونية في تطوير المؤسسات المصرفية، بما في ذلك ثلاثة أجزاء رئيسية لإعطاء مقدمة شاملة لبعض المفاهيم الأساسية للخدمات المصرفية الإلكترونية ومتطلبات ومستويات الخدمات المصرفية الإلكترونية. يعرض من هذا الفصل ظهور الخدمات المصرفية الإلكترونية وتأثيرها على الخدمات المصرفية، كما تم توضيح طبيعة وخصائص وأهداف الخدمات المصرفية الإلكترونية، فضلاً عن وسائل وأنظمة الخدمات المصرفية الإلكترونية. طريقة الدفع الإلكتروني التي يستخدمونها. في نهاية الفصل، نتناول العوائق والتحديات التي تواجه الخدمات المصرفية الإلكترونية من خلال دراسة التحديات

¹ خبابة عبد الله، مرجع سبق ذكره، ص.ص 122 - 123.

والاستراتيجيات القانونية لتأمين وتفعيل الخدمات المصرفية الإلكترونية. والخلاصة هي كما يلي: لتحقيق النقاط التالية لقد أتاحت الصيرفة الإلكترونية للمصارف خدمات متطورة استطاعة من خلالها تخفيض التكلفة وزيادة حجم السوق المستهدف من خلال الخدمة المصرفية عن بعد بمختلف أنواعها ، كما أثر ذلك على عملاء المصارف، من خلال السرعة والفعالية وبدون الانتقال إلى المصرف .

- نمت الخدمات المصرفية الإلكترونية لدرجة أن البنوك التي تعمل عن بعد أو ما يسمى بالبنوك الإلكترونية أو الافتراضية فتحت فرصًا جديدة للعملاء ، حيث تعمل البنوك الإلكترونية عبر شبكات الاتصال وليس لها مكتب رئيسي ، والبنوك العادية ليست هي نفسها كبنوك إلكترونية. من حيث الخدمات يوجد مقر خدمة مصرفية عن بعد ومقر على شبكة الإنترنت.

- أثار موضوع الخدمات المصرفية الإلكترونية والخدمات المصرفية الإلكترونية عددًا من القضايا والتحديات، بما في ذلك الإطار القانوني وأمن المعلومات المالية والمصرفية. إنه متوفر عالميًا ، خاصة في الدول المتقدمة ، بينما تبقى الدول الأقل تقدمًا بعيدة عنه.

- أهم استراتيجية لأمن المعلومات هي توفير القدرة التقنية لاكتشاف ومقاضاة الاختراقات ، والتأكد من وجود فريق تدخل سريع يعرف بالضبط ما يفعله. ينشئ نص الحماية الجنائية شرعية أن أنظمة الكمبيوتر وقواعد البيانات يجب أن تكون متاحة لمتابعة الهجمات الداخلية والخارجية.

الفصل الثالث: دراسة حالة بنك القرض الشعبي الجزائري

CPA

الفصل الثالث: دراسة حالة بنك القرض الشعبي الجزائري

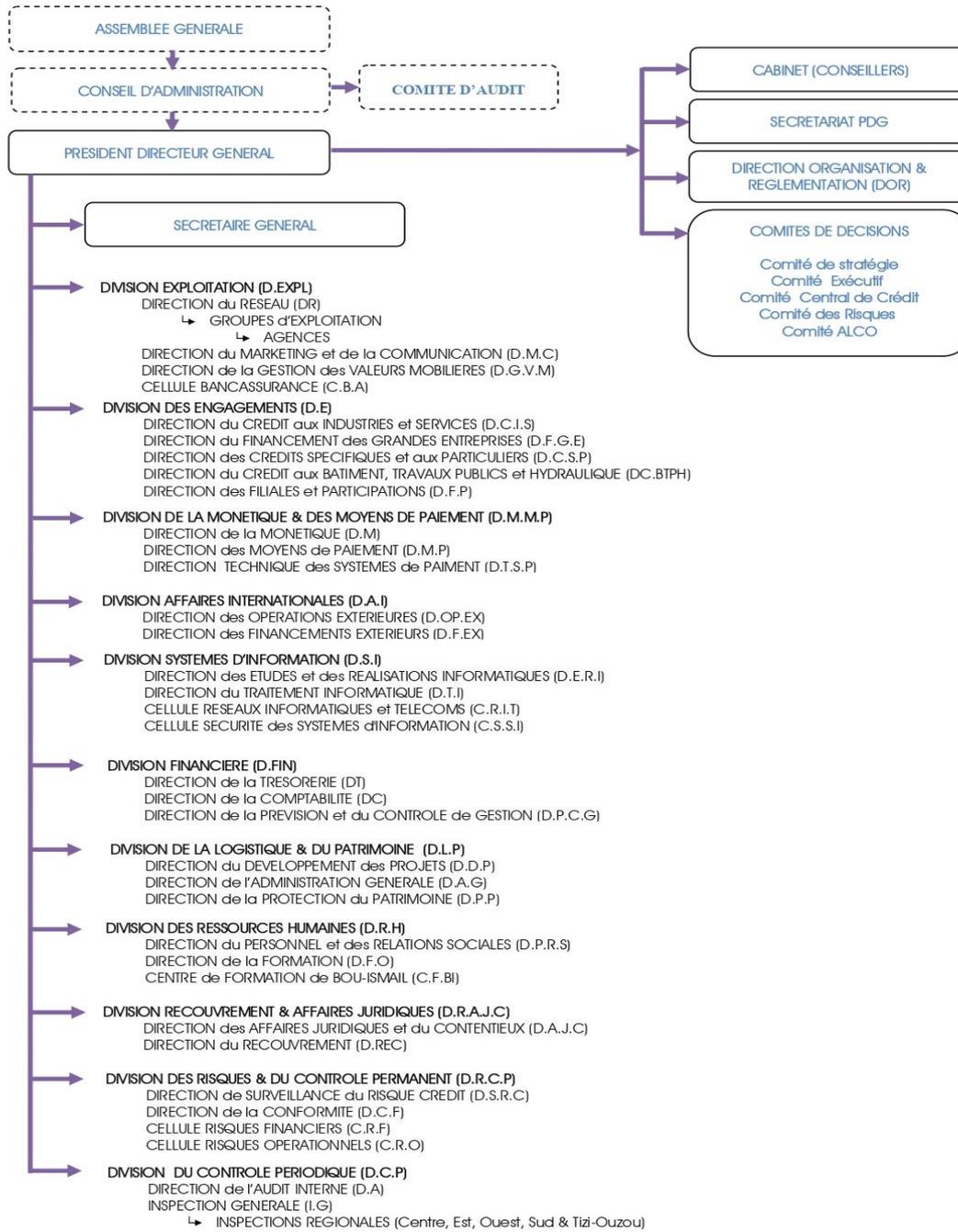
تمهيد:

المبحث الأول: التعريف ببنك القرض الشعبي الجزائري

المطلب الأول: بنك القرض الشعبي الجزائري cpa

- تأسس بنك الجزائر الشعبي عام 1966 ، وهو أحد البنوك التجارية الرئيسية في الجزائر ، ورأس ماله هو ملك حصري للدولة ، ويبلغ حاليا 48 مليار دينار.
- عززت السلطة المؤقتة قريبا من خلال إطلاق المنتجات المصرفية ، وبيت الخدمة ،
- أهدافه ، لدى البنك حتى الآن أكثر من 4300 المتعاونين،
- سلطة التحالف المؤقتة الشريك المتميز للشركات مهما كان حجمها وب دء سكن
- صافي الدخل في 2021، وصل 81،543 مليون / دج مع نتيجة صافية ل 30،441 مليون دج
- سلطة التحالف المؤقتة هي أيضا بنك المواطن بامتياز ، والذي يتحمل م مسؤوليته بالكامل كشريك ، راعي وراعي أعمال والأحداث هدف إلى تطوير بلادنا.

المطلب الثاني: الهيكل التنظيمي لبنك القرض الشعبي الجزائري cpa



المبحث الثاني: دراسة حالة لبعض موظفين بنك القرض الشعبي الجزائري

من أجل تسليط ضوء على دور الصيرفة الالكترونية في تحسين المؤسسات المصرفية قمنا بدراسة حالة بعض الموظفين ببنك القرض الشعبي الجزائري بولاية سعيدة وجمع المعلومات النظرية عنها قمنا بالتطرق الى هذا المبحث الى اعداد الدراسة الميدانية انطلاقا من مجتمع الدراسة وتحديد حجم العينة وذلك بالاعتماد على طرق محددة لجمع المعطيات اللازمة ومن ثم تنظيمها وهذا ما سيتم التعرف عليه من خلال هذا المبحث.

المطلب الأول: مجتمع وعينة الدراسة

أولاً: مجتمع الدراسة

يشتمل مجتمع الدراسة على بعض الموظفين بنك القرض الشعبي الجزائري.

ثانياً: عينة الدراسة

أجريت هذه الدراسة على عينة عددها 20 موظف ببنك القرض الشعبي الجزائري بولاية سعيدة، حيث قمنا بتوزيع 35 استمارة بالطريقة العشوائية، وتم استرداد 20 استمارة وتبقى كلها صالحة للتحليل الاحصائي.

ثالثاً: أداة الدراسة

اقتصرت الدراسة على الاستبيان الذي كان يعتبر كأداة لجمع البيانات والمعلومات المتعلقة بالدراسة، ولتحقيق أهداف الدراسة ومعرفة دور الصيرفة الالكترونية في تحسين أداء البنوك بولاية سعيدة، وقد استهدفت هذه الدراسة موظفين ببنك القرض الشعبي الجزائري، حيث قمنا بصياغة الاستبيان وذلك بالتركيز على الأبعاد وهي:

- البعد الأول: خاص بالتكنولوجيا في المؤسسة المصرفية.
- البعد الثاني: خاص بتنظيم العمل داخل المؤسسة المصرفية
- البعد الثالث: خاص بتوفير المحيط الأمني للزبائن
- البعد الرابع: خاص برضا الزبائن

*وقد تم استخدام مقياس ليكارت الخماسي لقياس درجة المستجوبين على عبارات الاستبيان، وهذا المقياس مكون من خمس خيارات متدرجة يشير المبحوث الى اختيار واحد منها وهي خيارات موضحة كما يلي:

الجدول (02) درجات مقياس ليكارت الخماسي

الاستجابة	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة
الدرجة	1	2	3	4	5
درجة الموافقة	1.00_1.80	2.60_1.80	3.80_2.60	4.20_3.80	5.00_4.20

المصدر: من اعداد الطالبين بالاعتماد على درجات ليكارت الخماسي

وصف وتحليل نتائج الدراسة التطبيقية:

المطلب الثاني: وصف وتحليل الاستبيان

بعد قيامنا بجمع المعلومات من الاستبيانات الموزعة قمنا بتفريغها ومعالجتها من خلال

البرنامج الاحصائي المعروف باسم الحزم الاحصائية للعلوم الاجتماعية SPSS طبعة 26،

وقد تم استخدام المعالجات الاحصائية التالية:

- التكرارات والنسب المئوية: لوصف بيانات العينة من حيث خصائصها.
- المتوسطات الحسابية: لمعرفة درجة موافقة الموظفين .
- الانحراف المعياري: لقياس تشتت الاجابات ومدى انحرافها عن متوسطها الحسابي.
- نموذج الانحدار الخطي البسيط : لتحديد نوع العلاقة وقوتها بين أبعاد الدراسة .

الفرع الأول: الوصف الاحصائي لعينة الدراسة وفق المتغيرات الشخصية

أولاً: توزيع البيانات الشخصية

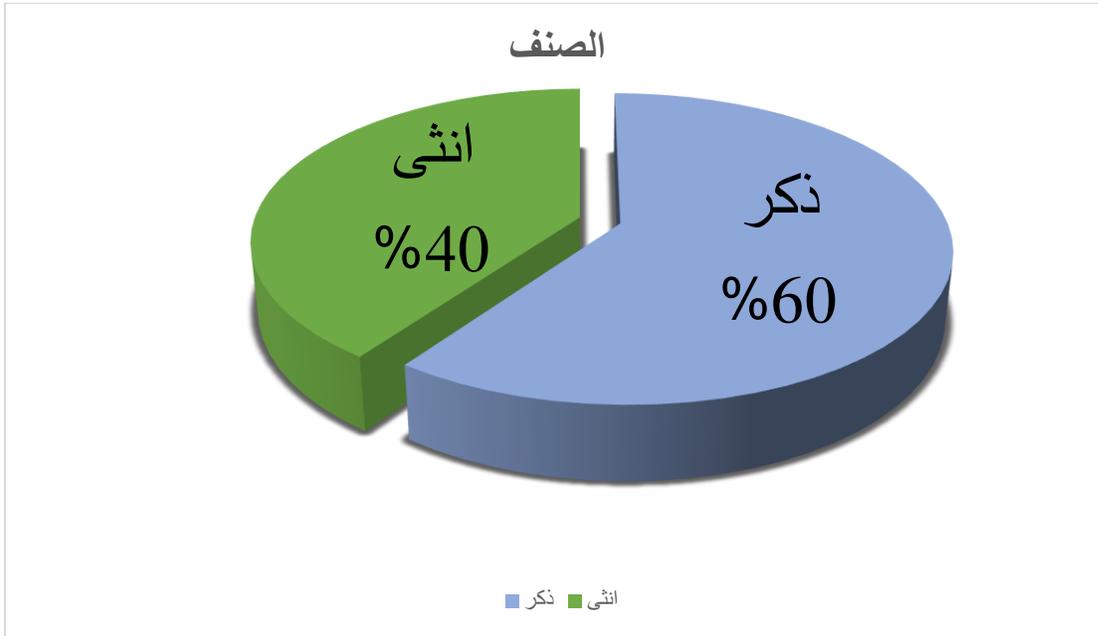
1- توزيع بيانات صنف الموظفين

الجدول رقم (03) يبين صنف الموظفين

النسبة المئوية	التكرارات	الصنف
60%	12	ذكر
40%	8	أنثى

المصدر من اعداد الطالبين بالاعتماد على مخرجات برنامج spss

الشكل رقم (05) يبين صنف الموظفين



المصدر من اعداد الطالبين بالاعتماد على مخرجات برنامج spss

يبين الجدول والشكل أعلاه صنف الموظفين من عينتنا الدراسية وقد أثبتت بأن هناك عدد كبير من صنف الذكور بنسبة 60% في حين تواجدت فئة صنف الاناث بنسبة 40% ببنك القرض الشعبي الجزائري.

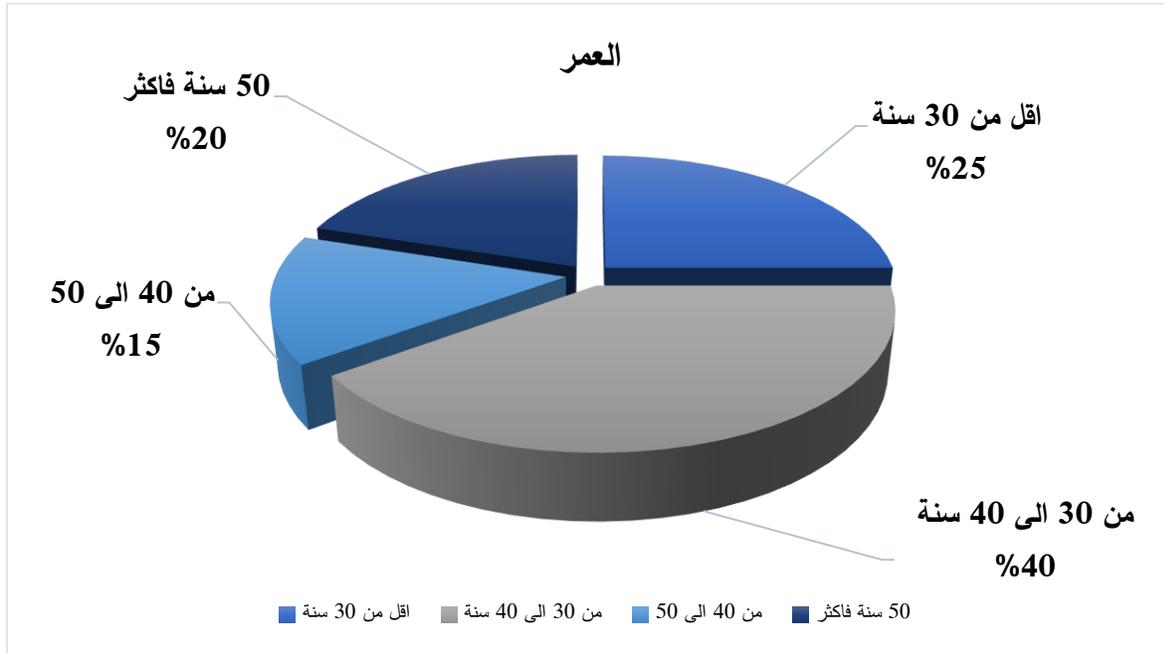
ثانيا: توزيع بيانات العمر

الجدول رقم (04) يبين العمر للموظفين

النسبة المئوية	التكرارات	الصنف
25.0%	5	اقل من 30 سنة
25.0%	8	من 30 الى 40 سنة
15.0%	3	من 40 الى 50
35.0%	4	سنة فاكثر 50

المصدر من اعداد الطالبين بالاعتماد على مخرجات برنامج spss

الشكل رقم (06) يبين سن الموظفين



المصدر من اعداد الطالبين بالاعتماد على مخرجات برنامج spss

يبين الجدول والشكل أعلاه سن الموظفين بعينتنا الدراسية وقد بلغ أغلب الموظفون سنهم يتراوح من 30 الى 40 سنة حيث جاءت نسبتهم 40% في تليها نسبة العاملين الذين يتراوح سنهم أقل من 30 سنة وقد قدرت نسبتهم بـ 25% بعد ذلك تليهم فئة العمال الذين يتراوح سنهم أكثر من

50 سنة بنسبة 20% وفي الأخير بلغت فئة الموظفين البالغين سن من 40 الى 50 سنة بنسبة 15%.

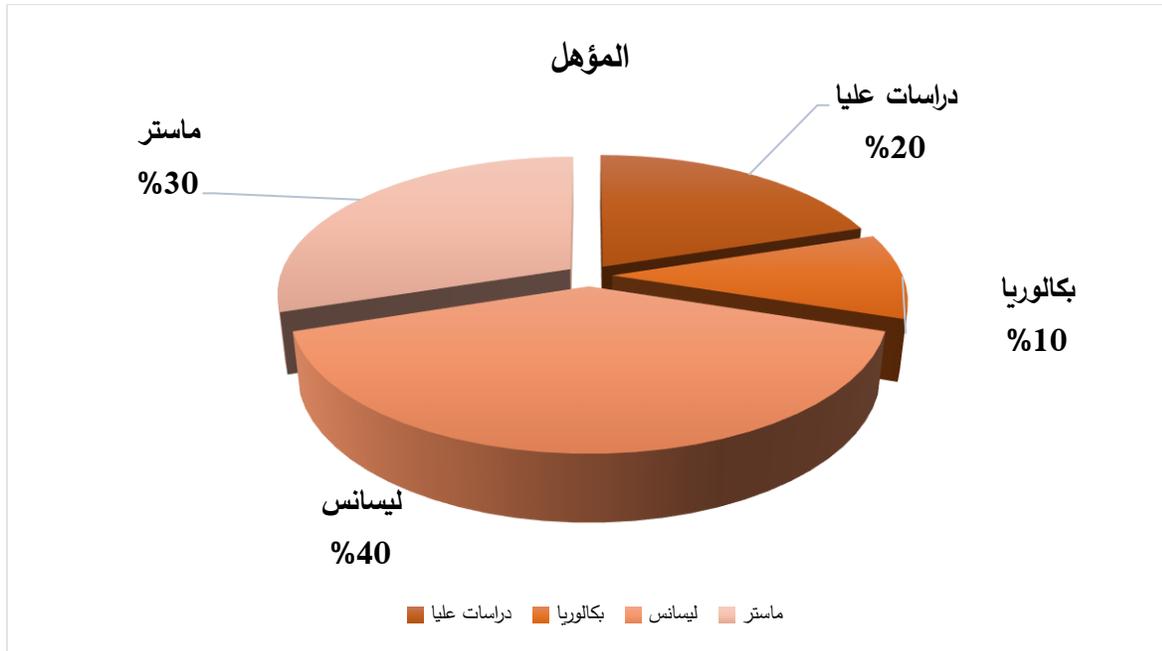
ثالثا: توزيع بيانات المؤهل

الجدول رقم (05) يبين المؤهل الدراسي للموظفين

النسبة المئوية	التكرارات	الصف
20.0%	4	دراسات عليا
10.0%	2	بكالوريا
40.0%	8	ليسانس
30.0%	6	ماستر

المصدر من اعداد الطالبين بالاعتماد على مخرجات برنامج spss

الشكل رقم (07) يبين المؤهل الدراسي للموظفين



المصدر من اعداد الطالبين بالاعتماد على مخرجات برنامج spss

يبين الجدول والشكل أعلاه المؤهل الدراسي الخاص بالموظفين وقد بلغ أغلب الموظفين مؤهلهم الدراسي ليسانس وقد جاءت نسبتهم 40% من عينتنا الدراسية في حين بلغت نسبة الموظفين

الذين مؤهلهم الدراسي ماستر بنسبة 30% تليها بعدها الموظفون الذين مؤهلهم الدراسات العليا بنسبة 20%، أما في الأخير بلغت فئة الموظفون الذين يحملون المؤهل الدراسي بكالوريا بنسبة 10%.

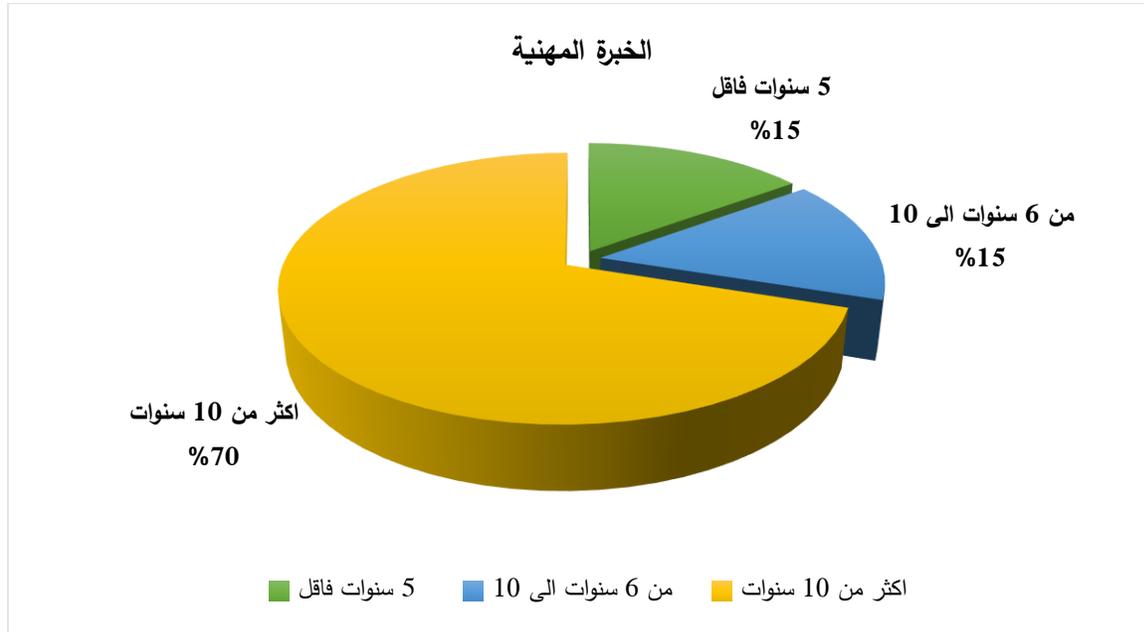
رابعاً: توزيع بيانات الخبرة

الجدول رقم (06) يبين الخبرة المهنية للموظفين

النسبة المئوية	التكرارات	الخبرة المهنية
15.0%	3	5 سنوات فاقل
15.0%	3	من 6 سنوات الى 10
70.0%	14	اكثر من 10 سنوات

المصدر من اعداد الطالبين بالاعتماد على مخرجات برنامج spss

الشكل رقم (08) يبين الخبرة المهنية للموظفين



المصدر من اعداد الطالبين بالاعتماد على مخرجات برنامج spss

يبين الجدول والشكل أعلاه الخبرة المهنية للموظفون ببنك القرض الشعبي الجزائري حيث بلغ أعلى نسبة من حيث الخبرة للموظفون البالغون أكثر من 10 سنوات بنسبة 70% في حين بلغت فئات الموظفون 5 سنوات فأقل و من 6 سنوات الى 10 بنسبة 15%.

الفرع الثاني: حساب معامل الثبات ألفا كرونباخ:

معامل الثبات ألفا نسبة للعالم كرونباخ أحد أهم وسائل قياس الثبات الداخلي ويأخذ قيما تتراوح بين الصفر والواحد الصحيح، فكلما اقتربت قيمة معامل الثبات من الواحد كان الثبات مرتفعا وكلما اقتربت من الصفر كان الثبات منخفضا.

1- قياس ثبات الاستبيان: لقد تم استخدام معامل الثبات ألفا كرونباخ Alpha Cronbach

لقياس الثبات الكلي للاستبيان والاتساق الداخلي لعباراته، فكانت قيمة معامل ألفا كرونباخ

لجميع عبارات الاستبيان لكل بعد كما في الجدول الموالي:

أ- البعد الأول: خاص بالتكنولوجيا في المؤسسة المصرفية.

ب- البعد الثاني: خاص بتنظيم العمل داخل المؤسسة المصرفية

ت- البعد الثالث: خاص بتوفير المحيط الأمني للزبائن

ث- البعد الرابع: خاص برضا الزبائن

الجدول رقم (07) يبين نتائج اختبار ألفا كرونباخ لقياس ثبات الاستبيان

الرقم	الأبعاد	معامل ألفا كرونباخ
.1	♦ البعد الأول: خاص بالتكنولوجيا في المؤسسة المصرفية.	0.694
.2	♦ البعد الثاني: خاص بتنظيم العمل داخل المؤسسة المصرفية	0.550
.3	♦ البعد الثالث: خاص بتوفير المحيط الأمني للزبائن	0.670
.4	♦ البعد الرابع: خاص برضا الزبائن	0.817
	مجموع العبارات	0.886

المصدر من إعداد الطالبين بالاعتماد على مخرجات SPSS

يبين الجدول نتائج اختبار ألفا كرونباخ لتحليل صدق وثبات أداة الاستبيان في جميع أبعاد الدراسة حيث بلغت أعلى قيمة في البعد الرابع الخاص برضا الزبائن كما قدرت نسبته بـ 0.817 تليها قيمة الثبات في البعد الثالث وذلك بقيمة 0.670 في حين تليها قيمة ألفا كرونباخ للبعد الأول بقيمة 0.694 أما في الأخير جاءت قيمة الثبات للبعد الأول بـ 0.694، ومن هذه النتائج نستنتج أن قيمة الثبات ألفا كرونباخ مرتفعة في جميع أبعاد الدراسة أي يمكننا الاعتماد على هذه الأبعاد في تحليلنا للدراسة ، وللتحقق من هذه النتائج اختبرنا جميع عبارات الإستبيان وقد بلغت قيمة الثبات بـ 0.886 وهذا يعني أنها مرتفعة وقريبة من الواحد الصحيح ونستنتج من هذا أنه يمكننا الاعتماد في دراستنا على هذه العبارات.

المطلب الثالث: تحليل اتجاهات اجابات أفراد العينة

الاتجاهات هي أحد المحددات والمقاييس النفسية التي تفسر وتتحكم في بناء وتشكل السلوك التنظيمي للعمال داخل حيز المنظمات، وتعرف على أنها تعبير عن درجة الاتساق في الاستجابة لموقف أو موضوع ما.

سنقوم بتحليلنا لاتجاهات وسلوكات أفراد العينة حسب الاستبانة المقدمة من طرفنا لأفراد العينة.

- لتحليلنا باتجاهات محاور الاستبيان سنستعين بمقياس درجات ليكارت الخماسي.

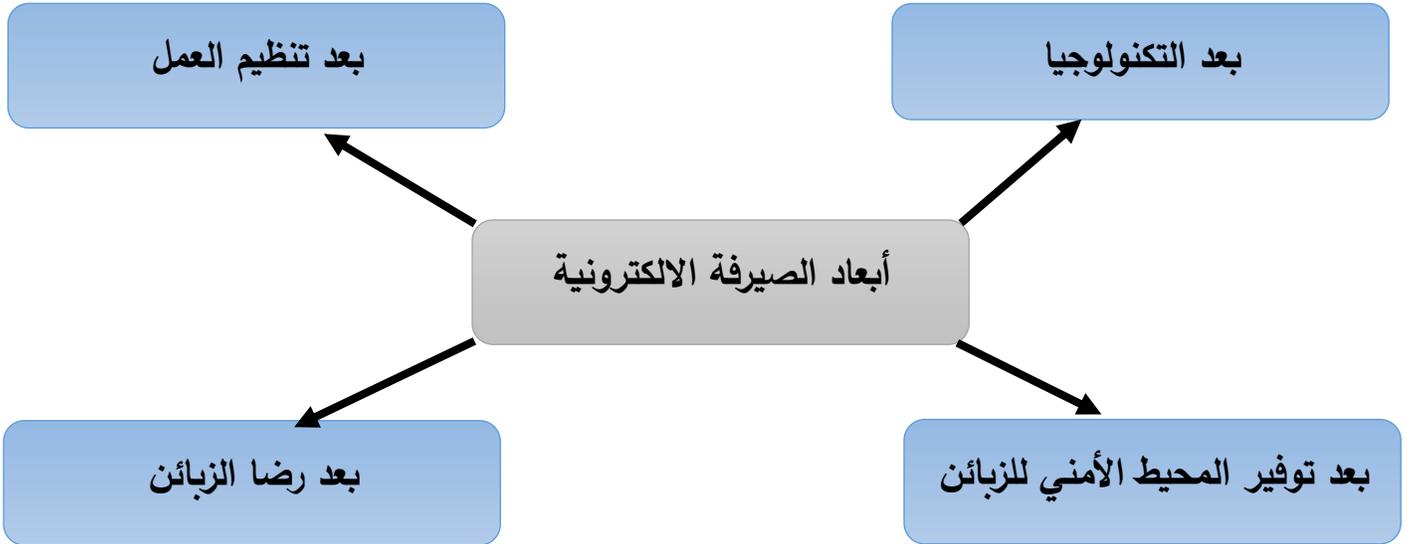
الجدول رقم (08) يبين درجات ليكارت الخماسي

الاستجابة	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة
الدرجة	1	2	3	4	5
درجة الموافقة	1.00_1.80	2.60_1.80	3.80_2.60	4.20_3.80	5.00_4.20
	منخفضة		متوسطة	مرتفعة	

المصدر: مقياس درجات ليكارت الخماسي

نموذج الدراسة:

الشكل رقم (09) يبين أبعاد الصيرفة الالكترونية
نموذج دراسة دور الصيرفة الالكترونية في تحسين أداء البنوك



المصدر من إعداد الطالبين

أولاً: اتجاهات اجابات البعد الأول: خاص بالتكنولوجيا في المؤسسة المصرفية.

الجدول رقم (09): يبين اتجاهات اجابات البعد الأول: خاص بالتكنولوجيا في المؤسسة المصرفية.

الرقم	العبارات	التكرارات						
		غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة	درجة موافقة	
		1	2	3	4	5	الانحراف المعياري	
01	العبارة الأولى		1	10	9		متوسطة .59824	3.4000
	النسب المئوية		5.0%	50.0%	45.0%			
02	العبارة الثانية		1	2	17		مرتفعة .52315	3.8000
	النسب المئوية		5.0%	10.0%	85.0%			
03	العبارة الثالثة		2	8	10		متوسطة .68056	3.4000
	النسب المئوية		10.0%	40.0%	50.0%			
04	العبارة الرابعة		1	3	16		متوسطة .94451	3.5500
	النسب المئوية		5.0%	15.0%	80.0%			
05	العبارة الخامسة		2	5	12	1	متوسطة .75394	3.6000
	النسب المئوية		10.0%	25.0%	60.0%	5.0%		
06	العبارة السادسة		1	8	11		متوسطة .60698	3.5000
	النسب المئوية		5.0%	40.0%	55.0%			

المصدر من إعداد الطالبين بالاعتماد على مخرجات SPSS

يبين الجدول اتجاهات اجابات الموظفين للبعد الأول وكذلك يبين المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لكل عبارة خاصة بالتكنولوجيا في المؤسسة المصرفية وقد أظهرت نتائج الجدول غالبية العبارات بلغت درجة موافقة متوسطة في حين بلغت العبارة الثانية درجة موافقة مرتفعة وذلك حسب المتوسط الحسابي وعدد الموافقين من عينتنا الدراسية وقد بلغت قيمته ب3.8000 ومن حيث عدد الموافقين بلغوا 17 موظف أما من حيث الانحراف المعياري فقد بلغت

هذه العبارة أدنى قيمة وذلك ب 0.52315 وهذا يعني أن عينة الدراسة موافقة على أنه يمكن الوصول الى المعلومات المصرفية الحالية والتحديثات بسهولة أكبر من خلال الصيرفة الالكترونية.

ثانيا: اتجاهات اجابات البعد الثاني: خاص بتنظيم العمل داخل المؤسسة المصرفية.

الجدول رقم (10): يبين اتجاهات اجابات البعد الثاني: خاص بتنظيم العمل داخل المؤسسة المصرفية.

الرقم	العبارات	التكرارات					
		غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة	متوسط الحسابي
		1	2	3	4	5	الانحراف المعياري
01	العبارة الأولى		2	4	14		3.6000
	النسب المئوية		10.0%	20.0%	70.0%		.68056
02	العبارة الثانية		1	5	13	1	3.7000
	النسب المئوية		5.0%	25.0%	65.0%	5.0%	.65695
03	العبارة الثالثة			4	16		3.8000
	النسب المئوية			20.0%	80.0%		.41039
04	العبارة الرابعة		1	3	16		3.7500
	النسب المئوية		5.0%	15.0%	80.0%		.55012
05	العبارة الخامسة		2	2	16		3.7000
	النسب المئوية		10.0%	10.0%	80.0%		.65695

المصدر من إعداد الطالبين بالاعتماد على مخرجات SPSS

يبين الجدول اتجاهات اجابات الموظفين للبعد الثاني وكذلك يبين المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لكل عبارة خاصة بتنظيم العمل داخل المؤسسة المصرفية وقد أظهرت نتائج الجدول غالبية العبارات بلغت درجة موافقة مرتفعة وذلك حسب المتوسط الحسابي وقد بلغت العبارة الثالثة أعلى قيمة من حيث المتوسط وقد قدر ب 3.8000 في حين

بلغ عدد الموافقين على هذه العبارة 16 موظف في الحين بلغت هذه العبارة أدنى قيمة من حيث الانحراف المعياري وذلك ب0.41039 وهذا يعني أغلب العينة موافقة على أن البنك يستخدم الصيرفة الالكترونية لتحليل البيانات المالية واعداد التقارير.

ثالثا: اتجاهات اجابات البعد الثالث: خاص توفير المحيط الأمني للزبائن.

الجدول رقم (11): يبين اتجاهات اجابات البعد الثالث: خاص توفير المحيط الأمني للزبائن.

الرقم	العبارات	التكرارات							
		متوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة موافقة	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة
					1	2	3	4	5
01	العبارة الأولى	3.4000	.59824	متوسطة		1	10	9	
	النسب المئوية					5.0%	50.0%	45.0%	
02	العبارة الثانية	3.2500	.55012	متوسطة		1	13	6	
	النسب المئوية					5.0%	65.0%	30.0%	
03	العبارة الثالثة	3.4000	.59824	متوسطة		1	10	9	
	النسب المئوية					5.0%	50.0%	45.0%	

المصدر من إعداد الطالبين بالاعتماد على مخرجات SPSS

يبين الجدول اتجاهات اجابات الموظفين للبعد الثالث وكذلك يبين المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لكل عبارة خاصة بتوفير المحيط الأمني للزبائن وقد أظهرت نتائج الجدول غالبية العبارات بلغت درجة موافقة متوسطة وذلك حسب المتوسط الحسابي وقد بلغت العبارتين الثالثة والأولى أعلى قيمة من حيث المتوسط الحسابي وقد قدر ب3.4000 في الحين بلغ عدد الموافقين على هذه العبارتين 9 موظف في الحين بلغوا العبارتي أدنى قيمة من حيث الانحراف المعياري وذلك ب0.59824 وهذا يعني أغلب العينة موافقة على أن تتمتع بالثقة في جودة وموثوقية أنظمة الصيرفة الالكترونية المستخدمة في المؤسسة، وأنه يوجد آليات وسياسات لحماية البيانات الشخصية والمعلومات المصرفية للعملاء عند استخدام الصيرفة الالكترونية.

رابعاً: اتجاهات اجابات البعد الرابع: خاص برضا الزبائن.

الجدول (12): يبين اتجاهات اجابات البعد الرابع: خاص برضا الزبائن.

الرقم	العبارات	التكرارات					
		غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة	متوسط الحسابي
		1	2	3	4	5	الانحراف المعياري
01	العبرة الأولى		2		18		3.8000
	النسب المئوية		10.0%		90.0%		.61559
02	العبرة الثانية		2	2	16		3.7000
	النسب المئوية		10.0%	10.0%	80.0%		.65695
03	العبرة الثالثة		1	4	15		3.7000
	النسب المئوية		5.0%	20.0%	75.0%		.57124
04	العبرة الرابعة		1	18	1		3.9500
	النسب المئوية		5.0%	90.0%	5.0%		.51042
							درجة موافقة
							مرتفعة
							متوسطة
							مرتفعة

المصدر من إعداد الطالبين بالاعتماد على مخرجات SPSS

يبين الجدول اتجاهات اجابات الموظفين للبعد الرابع وكذلك يبين المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لكل عبارة خاصة برضا الزبائن وقد أظهرت نتائج الجدول غالبية العبارات بلغت درجة موافقة مرتفعة ومتوسطة وذلك حسب المتوسط الحسابي وقد بلغت العبارة الرابعة أعلى قيمة من حيث المتوسط وقد قدر بـ 3.9500 في حين بلغت هذه العبارة أدنى قيمة من حيث الانحراف المعياري وذلك بـ 0.51042 وهذا يعني أغلب العينة موافقة على أن الخدمات المصرفية ميزة لكسب المزيد من العملاء.

تحليل اختبار صحة الفرضيات

الفرضية الرئيسية : أبعاد الصيرفة الالكترونية محققة في بنك القرض الشعبي الجزائري cpa بولاية سعيدة

H0: أبعاد الصيرفة الالكترونية غير محققة في بنك القرض الشعبي الجزائري cpa بولاية سعيدة.

H1: أبعاد الصيرفة الالكترونية محققة في بنك القرض الشعبي الجزائري cpa بولاية سعيدة.

لمعرفة تحقيق بنك القرض الشعبي الجزائري cpa أبعاد الصيرفة الالكترونية سنقوم باختبار الارتباط الخطي CORRELATION بين أبعاد الصيرفة الالكترونية.

جدول رقم 13 من مخرجات برنامج SPSS يبين قيم الارتباط الخطي بين أبعاد الصيرفة الالكترونية

Corrélations						
البعد الاول الخاص بالتكنولوجيا في المؤسسات المصرفية	البعد الثاني خاص بتنظيم العمل داخل المؤسسة المصرفية	البعد الثالث خاص بتوفير المحيط الامني للزبائن	البعد الرابع الخاص برضا الزبائن	ابعد الصيرفة		
البعد الاول الخاص بالتكنولوجيا في المؤسسات المصرفية	Corrélation de Pearson	1	.795**	.438	.813**	.901**
	Sig. (bilatérale)		.000	.053	.000	.000
	N	20	20	20	20	20
البعد الثاني خاص بتنظيم العمل داخل المؤسسة المصرفية	Corrélation de Pearson	.795**	1	.335	.702**	.821**
	Sig. (bilatérale)	.000		.149	.001	.000
	N	20	20	20	20	20
البعد الثالث خاص بتوفير المحيط الامني للزبائن	Corrélation de Pearson	.438	.335	1	.569**	.713**
	Sig. (bilatérale)	.053	.149		.009	.000
	N	20	20	20	20	20
البعد الرابع الخاص برضا الزبائن	Corrélation de Pearson	.813**	.702**	.569**	1	.924**
	Sig. (bilatérale)	.000	.001	.009		.000
	N	20	20	20	20	20
ابعد_الصيرفة	Corrélation de Pearson	.901**	.821**	.713**	.924**	1
	Sig. (bilatérale)	.000	.000	.000	.000	
	N	20	20	20	20	20

** La corrélation est significative au niveau 0.01 (bilatéral).

المصدر: من مخرجات برنامج SPSS

جدول 14 يبين قيم الارتباط الخطي بين أبعاد الصيرفة الالكترونية

		أبعاد الصيرفة الالكترونية
البعد الأول: التكنولوجيا	معامل ارتباط بيرسون	.901**
	Sig مستوى الدلالة	.000
	العينة	20
البعد الثاني: تنظيم العمل داخل المؤسسة	معامل ارتباط بيرسون	.821**
	Sig مستوى الدلالة	.000
	العينة	20
البعد الثالث: توفير المحيط الأمني	معامل ارتباط بيرسون	.713**
	Sig مستوى الدلالة	.000
	العينة	20
البعد الرابع: خاص برضا الزبائن	معامل ارتباط بيرسون	.924**
	Sig مستوى الدلالة	.000
	العينة	20
** تشير الى وجود دلالة عند مستوى الدلالة 0.001		

من اعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول الذي يبين قيم الارتباط بين ابعاد الصيرفة الالكترونية يتبين ان هناك دلالة عند مستوى الدلالة 0.001 وذلك من خلال جميع ابعاد الصيرفة الالكترونية أما من خلال قيم المعامل بيرسون فقد بلغت أعلى قيمة في البعد الرابع وذلك بـ 0.924** وهذا يثبت أن البعد الرابع متحقق بشكل كبير عند بنك القرض الشعبي الجزائري CPA في الحين كل الأبعاد تشير الى وجود دلالة قوية ونستنتج من هذا أن الفرضية الرئيسية محققة أي أبعاد الصيرفة الالكترونية محققة في بنك القرض الشعبي الجزائري cpa بولاية سعيدة وبالتالي نرفض الفرضية الصفرية أي الفرضية H1 محققة.

خلاصة:

تطرقنا في هذا الفصل الى دراسة حالة بنك القرض الشعبي الجزائري CPA حول موضوعنا دور الصيرفة الالكترونية في تحسين البنوك، وقد قمنا بتحليلنا لنتائج الاستبيان الذي اعتبرناه كأداة في جمع البيانات ومن خلال نتائجا في الدراسة تبين لنا :

- يتراوح سن أغلب الموظفين من 30 الى 40 سنة.
- يتميز اغلب الموظفين بمؤهل دراسي جامعي (ليسانس + ماستر).
- يتميز اغلب الموظفين بخبرة مهنية اكثر من 10 سنوات.
- جميع أبعاد الصيرفة الالكترونية محققة في بنك القرض الشعبي الجزائري CPA .
- تميزت اتجاهات الأبعاد بموافقة كبيرة من عينتنا الدراسية.

خاتمة

خاتمة

التوصيات.

على أساس النتائج التي توصلنا إليها، يمكن ذكر بعض التوصيات في شكل نقاط أساسية والتي نراها ضرورية وذات صلة وثيقة بالموضوع محل الدراسة، ونوردها فيما يلي:

- ◆ يجب أن تسرع البنوك العمومية بصفة عامة وبنك الفرض الشعبي الجزائري بتبني وتطبيق الخدمات المصرفية الإلكترونية.
- ◆ على البنوك في الجزائر دراسة تطور الثقافة التكنولوجية الموجودة عند عملائه وتفهم مدى قبول هؤلاء للخدمات الإلكترونية قبل وضع إستراتيجية في هذا المجال.
- ◆ على البنوك في الجزائر مساعدة العملاء على التأقلم والتجاوب مع البنية الإلكترونية الجديدة باستعمال برامج ملائمة.
- ◆ تعزيز استخدام وسائل تكنولوجيا المعلومات في الوكالة.
- ◆ العمل على تدريب وتأهيل المختصين في مجال تقنية المعلومات ونظمها، وكذلك في مجال الاتصالات والشبكات.
- ◆ ضرورة توفير البنية التحتية المعلوماتية الملائمة من حيث الأجهزة الحاسوبية والبرمجيات وخدمات الاتصالات والإنترنت.
- ◆ أن تعمل البنوك على تنمية الأعمال على الإنترنت وأن يتم إدراك الفوائد والمزايا الناجمة عن التجارة الإلكترونية. تعزيز البحث و التنمية والابتكار بالتنظيم والبرمجة وتفعيل نتائج البحث. تطوير الإطار القانوني الوطني لإحلال بيئة من الثقة الملائمة للإدارة الإلكترونية.

ثالثا : آفاق البحث.

إن الدراسة التي قمنا بها قد تفتح المجال للعديد من المواضيع التي يجب أن تعالج مستقبلا لتساهم في استكمال بناء موضوع الخدمات المصرفية الإلكترونية، ونذكر على سبيل المثال:

- ◆ دراسة تسويق الخدمات المصرفية الإلكترونية.
- ◆ متطلبات قيام البنوك الإلكترونية في السوق المصرفية الجزائرية

قائمة المصادر والمراجع:

مفتاح صالح، معارفي فريدة، البنوك الإلكترونية، استثمار مشاركة المؤتمر العلمي الخامس، جامعة فيلا ديلفيا، كلية العلوم الادارية، الولايات المتحدة الأمريكية، 2010، ص04.

رحيم حسين، هواري معراج، الصيرفة الإلكترونية والتحويلات الاقتصادية، يومي 14-15 ديسمبر 2004، جامعة الشلف، ص04.

محمد حسن الطائي، التجارة الإلكترونية المستقبل الواعد للأجيال القادمة، ط1، الثقافة للنشر والتوزيع، عمان ، الأردن، ص228.

رشدي عبد اللطيف وادي، دراسة حول أهمية ومزايا البنوك الإلكترونية في قطاع غزة فلسطين ومعوقات انتشارها، ص04.

خبابة عبد الله الاقتصاد المصرفي، مؤسسة شباب الجامعة الإسكندرية، مصر، 2008، ص91
وسيم محمد الحداد، شقيري نوري موسى دار الميسرة، عمان 2012 ط1 ص.ص: 67-68

شيرين بدري البارودي "دور" اقتصاد المعرفة في تطور الخدمات الإلكترونية -دراسة تحليلية عن البنوك الالكترونية -" بحث مقدم إلى المؤتمر العلمي الخامس "اقتصاد المعرفة و التنمية الاقتصادية كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية جامعة الزيتونة، العراق، 25 - 27 أبريل، 2005، ص6.

محمد الصيرفي، الإدارة الإلكترونية ، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2007، ط1ص
ص:448-451.

بن عزة محمد أمين زوهري جلييلة "واقع المصارف الجزائرية في تطبيق نظام الدفع الإلكتروني دراسة حالة BADR"مقدمة إلى ملتقى "عصرنة نظام الدفع في البنوك الجزائرية وإشكالية اعتماد التجارة الالكترونية في الجزائر"المركز الجامعي خميس مليانة الجزائر تاريخ الملتقى 26 - 27 أبريل 2011، ص02.

سعيد بريكة واقع عمليات الرفة الالكترونية و آفاق تطورها في الجزائر أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتورا في العلوم الاقتصادية كلية العلوم الاقتصادية و العلوم التجارية جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي ،الجزائر 2011 ص 139

زهير زواش،"دور نظام الدفع الالكتروني في تحسين المعاملات المصرفية - دراسة حالة الجزائر - رسالة لنيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية ، كلية العلوم الاقتصادية و علوم التسيير ، جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي - الجزائر ، 2010-2011 ص17.

العاني إيمان، البنوك التجارية وتحديات التجارة الالكترونية، مذكرة مكملة ضمن متطلبات نيل شهادة ماجستير، العلوم الإقتصادية جامعة منتوري قسنطينة، الجزائر، 2006/2007.

ميهوب سماح، أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال على الأداء التجاري والمالي للمصارف الفرنسية، أطروحة مكملة ضمن متطلبات نيل شهادة دكتوراه، جامعة قسنطينة 3 ،الجزائر، 2013/2014 ص150-152.

بن عياد محمد سمير، سماحي أحمد، التكنولوجيا الالكترونية البنكية "ضرورة أم حتمية بالنسبة للمؤسسات المصرفية الجزائرية"، الملتقى الوطني حول المنظومة البنكية في ظل التحولات القانونية والاقتصادية، جامعة تلمسان، 2006، متاحة على موقع: www.abhato.com

أحمد بوراس، العمليات المصرفية الالكترونية، مجلة العلوم الإنسانية، جامعة محمد خيضر بسكرة، العدد الحادي عشر، 2007، ص203.

شيروف فضيلة، أثر التسويق الالكتروني على جودة الخدمات المصرفية دراسة حالة بعض البنوك الجزائرية، مذكرة مكملة ضمن متطلبات نيل شهادة ماجستير، تخصص تسويق، جامعة منتوري قسنطينة، 2009-2010 ، ص63.

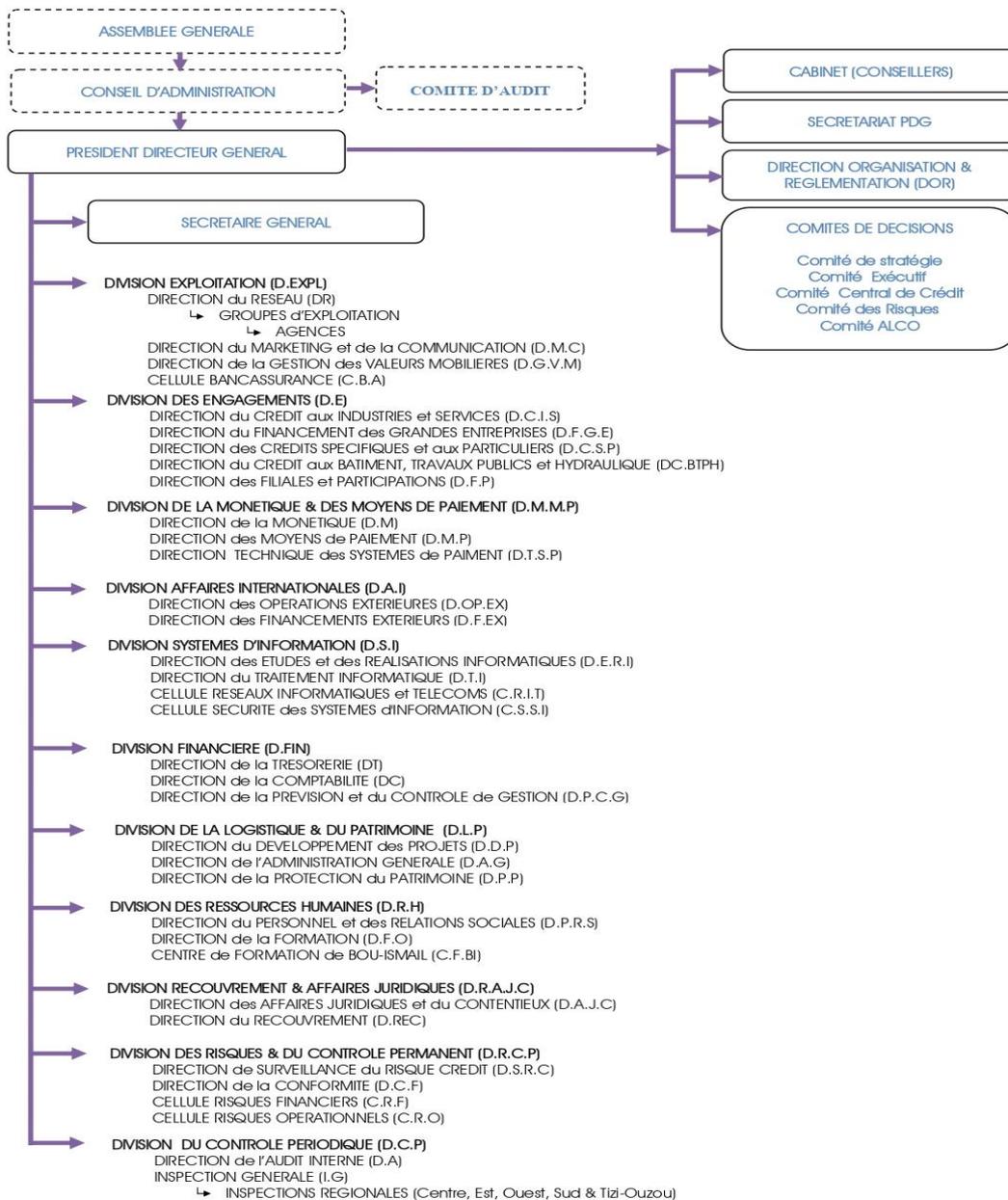
منير محمد الجنيهي وممدوح محمد الجنيهي، البنوك الإلكترونية، (دار الفكر الجامعي)، الإسكندرية، مصر، 2006. ص 24

ناظم محمد نوري الشمري، النقود والمصارف، (مريية دار الكتب للطباعة والنشر، العراق، 1995)، ص.ص 185 - 193

خباة عبد الله، الاقتصاد المصرفي، (مؤسسة شباب الجامعة)، الاسكندرية، 2008، ص 111 - 115.

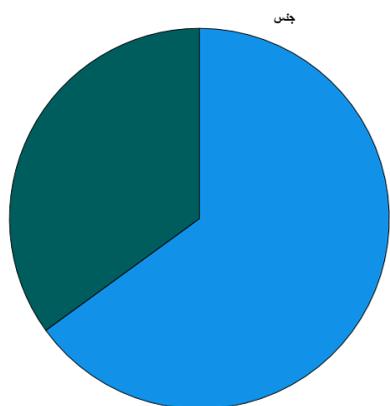
الملحق (1): الهيكل التنظيمي لبنك القرض الشعبي الجزائري

SCHEMA D'ORGANISATION

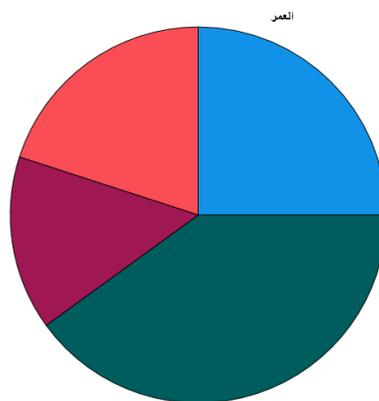


الملحق (02) مخرجات برنامج spss

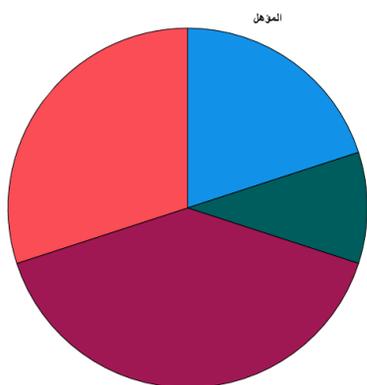
مخرجات البيانات الشخصية



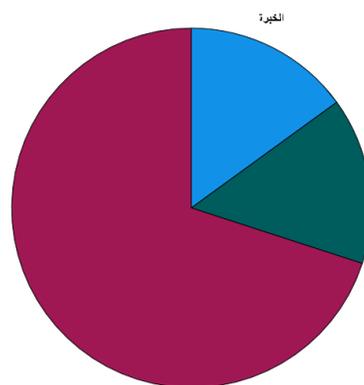
ذكر
انثى



أول من 30 سنة
من 30 إلى 40 سنة
من 40 إلى 50 سنة
من 50 سنة فأكثر



دراسة جامعا
متوسطة
الليسانس
متفكر



5 سنوات فأقل
من 6 سنوات إلى 10
أكثر من 10 سنوات

مخرجات اختبار الفرضية

Corrélations

		البعد الأول الخاص بالتكنولوجيا في المؤسسات المصرفية	البعد الثاني خاص بتنظيم العمل داخل المؤسسة المصرفية	البعد الثالث خاص بتوفير المحيط الأمني للزبائن	البعد الرابع الخاص برضا الزبائن	ابعاد_الصيرفة
البعد الأول الخاص بالتكنولوجيا في المؤسسات المصرفية	Corrélation de Pearson	1	.795**	.438	.813**	.901**
	Sig. (bilatérale)		<.001	.053	<.001	<.001
	N	20	20	20	20	20
البعد الثاني خاص بتنظيم العمل داخل المؤسسة المصرفية	Corrélation de Pearson	.795**	1	.335	.702**	.821**
	Sig. (bilatérale)	<.001		.149	<.001	<.001
	N	20	20	20	20	20
البعد الثالث خاص بتوفير المحيط الأمني للزبائن	Corrélation de Pearson	.438	.335	1	.569**	.713**
	Sig. (bilatérale)	.053	.149		.009	<.001
	N	20	20	20	20	20
البعد الرابع الخاص برضا الزبائن	Corrélation de Pearson	.813**	.702**	.569**	1	.924**
	Sig. (bilatérale)	<.001	<.001	.009		<.001
	N	20	20	20	20	20
ابعاد_الصيرفة	Corrélation de Pearson	.901**	.821**	.713**	.924**	1
	Sig. (bilatérale)	<.001	<.001	<.001	<.001	
	N	20	20	20	20	20

** La corrélation est significative au niveau 0.01 (bilatéral).

