

مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماستري في (العلوم الاقتصادية)
تخصص: اقتصاد نقدي وبنكي

بعنوان:

دور الصيرفة الإلكترونية في عصرنة الخدمات
المصرفية
دراسة حالة البنك الخارجي الجزائري BEA "وكالة البويرة 037"

تحت إشراف :
د. رسول حميد

من إعداد الطالبين:
➤ حلواني وليد
➤ دومي سمير

لجنة المناقشة:

| الصفة | الجامعة | الرتبة | اسم ولقب الاستاذ |
|--------|---------------|----------------------|------------------|
| رئيسا | جامعة البويرة | أستاذ التعليم العالي | د. علام عثمان |
| مشرفا | جامعة البويرة | أستاذ التعليم العالي | د. رسول حميد |
| مناقشا | جامعة البويرة | أستاذ محاضر - أ- | د. بوضياف مختار |

السنة الجامعية: 2024/2023

مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماستري في (العلوم الاقتصادية)
تخصص : اقتصاد نقدي وبنكي

بعنوان:

دور الصيرفة الإلكترونية في عصرنة الخدمات
المصرفية
دراسة حالة البنك الخارجي الجزائري BEA "وكالة البويرة 037"

تحت إشراف :

د. رسول حميد

من إعداد الطالبين:

➤ حلواني وليد

➤ دومي سمير

لجنة المناقشة:

| الصفة | الجامعة | الرتبة | اسم ولقب الاستاذ |
|--------|---------------|----------------------|------------------|
| رئيسا | جامعة البويرة | أستاذ التعليم العالي | أ. د. قرومي حميد |
| مشرفا | جامعة البويرة | أستاذ محاضر-أ- | د. رسول حميد |
| مناقشا | جامعة البويرة | أستاذ محاضر-أ- | د. بوضياف مختار |

السنة الجامعية: 2024/2023



شكر و عرفان

امثالاً لقوله تعالى: "وَإِذْ تَأَذَّنَ رَبُّكُمْ لَئِن شَكَرْتُمْ لَأَزِيدَنَّكُمْ وَلَئِن كَفَرْتُمْ إِنَّ عَذَابِي لَشَدِيدٌ"

الآية 08 سورة ابراهيم.

وقال رسول الله صلى الله عليه وسلم: "من لا يشكر الناس لا يشكر الله".

ببإدئ ذي بدئ نحمد الله عز وجل ونصلي ونسلم على محمد بن عبد الله النبي الأمي

صلى الله عليه وسلم.

نتقدم بجزيل الشكر للوالدين الأعزاء، واتوجه بالشكر إلى الأستاذ المشرف: "رسول

حميد" الذي أشرف على هذا البحث المتواضع الذي لم يبخل علينا بفيض نصائحه

وإرشاداته.

كما نتقدم بالشكر للعرفان إلى جميع الأساتذة الذين درسنا عندهم طيلة مدة الدراسة

الجامعية

نخص بالشكر كذلك جميع القائمين على كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

وكذا القائمين على شؤون هذه الجامعة وكذا كل من أعاننا على اتمام هذا البحث.

شكراً جزيلاً

إهداء

الحمد لله وكفى والصلاة والسلام على الحبيب المصطفى وأهله وفي أهدي عملي هذا:

إلى النبيوع الذي لا يمل من العطاء إلى من حاكت سعادتني بخيوط منسوجة من قلبها

إلى: والدتي العزيزة أطال الله في عمرها

إلى من سعى وشقى لأنعم بالراحة والهناء الذي لم يبخل بشيء من أجل دفعي في طريق

النجاح الذي علمني أن أرتقي سلم الحياة بحكمة وصبر إلى والدي العزيز أطال الله في

عمره

إلى من حبهم يجري في عروقي ويلهج بذكراهم فؤادي إلى أختي أختاي العزيزتان

وأولادهم

إلى صديقي العزيز: رحيش بوجمعة، و إلى جميع أصدقائي وزملائي وإلى من كانوا

معنا في طريق النجاح.

وليد

إهداء

الحمد لله الذي تتم بنعمته الصالحات:

إهدي هذا العمل وإهدي مرات جهدي إلى من قال فيهما المولى عزوجل: "وَإخْفِضْ لَهُمَا

جَنَاحَ الدُّلِّ مِنَ الرَّحْمَةِ وَقُلْ رَبِّ ارْحَمْهُمَا كَمَا رَبَّيَّانِي صَغِيرًا" الإسراء 24

إلى أمي وأبي حفهما الله

وإلى زوجتي التي كانت لي سندا في الحياة وسندا في هذا العمل

إلى ابنتي الحبيبة أطل الله في عمرها

وإلى أختي الغالية ومؤنستي في هذه الحياة وإلى عائلتها الصغيرة

إلى الصغير "تسنيم" بهجة البيت وفرحة جديها

إلى زميلي في هذا العمل. وإلى كل الأصدقاء

إلى صديقي "بوجمعة رحيش" الذي لن أنسى فضله ما حيت

وإلى كل الأساتذة الذي رافقونا في هذا العام

إلى كل الأهل والجيران

سمير

المُلخَص

I. الملخص:

تهدف هذه الدراسة إلى تسليط الضوء على الصيرفة الإلكترونية ودورها في عصرنة الخدمة المصرفية المقدمة من قبل البنك، كما تهدف الدراسة أيضا إلى وضع الإطار المفاهيمي لكل من الصيرفة الإلكترونية والخدمة المصرفية وكيف تساهم وتأثر الصيرفة الإلكترونية على هذه الأخيرة، والتوصل إلى متطلبات اللازمة لنجاح الصيرفة الإلكترونية كأسلوب لتقديم الخدمة البنكية والتوصل إلى المعوقات الموجودة التي تحول دون توسعها، حيث تم خلال الدراسة الإحاطة بواقع الصيرفة الإلكترونية والخدمة المصرفية بالجزائر وكعينة ميدانية تم دراسة حالة بنك الجزائر وكالة البويرة في تطبيقه لآليات الصيرفة الإلكترونية وما مدى تأثيرها على الخدمات المقدمة، حيث توصلنا إلى أن البنك ورغم تطبيقه لمختلف وسائل الدفع الإلكتروني إلا أن الخدمات المقدمة لا تزال تعاني وتحتاج توفير مجموعة من المتطلبات، والمتمثلة في البنية التحتية ونظام معلومات بنكي إلى جانب تدريب موظفي البنك ونشر ثقافة الصيرفة الإلكترونية وإصدار قوانين وتشريعات تنظيمية واتخاذ الإجراءات اللازمة لأمن المعلومات.

الكلمات المفتاحية: الصيرفة الإلكترونية، الخدمة المصرفية، البنوك الإلكترونية، العصرنة.

II. Abstract:

This study aims to high light the role of electronic banking in the terms of banking services and the conceptual framer works of the electronic banking and the banking service , and how does electronic banking contribute to the modernization of banking services, and also access to electronic banking success requirements as method of providing banking services as well as the existing obstacles that hinder its expansion.

During this study, electronic banking and banking service was briefed in Algeria was studied and as field sample the case of the foreign bank of Algeria, bouira agency was studied in its application of electronic banking mechanisms and their impacts on the level of banking services.

We concluded that the bank despoil its application of raccoons electronic payment methods, the banking services provided remain weak and need to the requirements to give it a push forward witch are the necessary infrastructure and a banking information system, as well as the teaming of bank employees spreading the culture of electronic banking and issuing regulatory laws and legislation and taking the necessary measures for information security.

Keywords: Eelectronic banking, banking service, modernization.

فهرس المحتويات

فهرس المحتويات

| الصفحة | المحتوى |
|--|---|
| I | كلمة شكر |
| II | الإهداءات |
| III | الملخص |
| IV | فهرس المحتويات |
| V | قائمة الجداول |
| VI | قائمة الأشكال |
| VII | قائمة الملاحق |
| أ | مقدمة |
| الفصل الأول: الإطار النظري للصيرفة الإلكترونية ص 02- ص 33 | |
| 02 | تمهيد الفصل |
| 03 | المبحث الأول: ماهية الصيرفة الإلكترونية. |
| 03 | المطلب الأول: مفهوم الصيرفة الإلكترونية. |
| 05 | المطلب الثاني: قنوات الصيرفة الإلكترونية. |
| 07 | المطلب الثالث: عوامل الصيرفة الإلكترونية وتحدياتها. |
| 09 | المبحث الثاني: البنوك الإلكترونية |
| 09 | المطلب الأول: مفهوم البنوك الإلكترونية |
| 11 | المطلب الثاني: متطلبات تفعيل البنوك الإلكترونية وأنماطها |
| 14 | المطلب الثالث: مزايا البنوك الإلكترونية والمخاطر التي تواجهها |
| 16 | المبحث الثالث: وسائل الدفع الإلكتروني |
| 16 | المطلب الأول: ماهية وسائل الدفع الإلكتروني |
| 18 | المطلب الثاني: أنواع وسائل الدفع الإلكتروني واستخداماتها |
| 29 | المطلب الثالث: العوامل المساعدة والمعركة لنجاح وسائل الدفع الإلكتروني |
| 33 | خلاصة الفصل الأول |
| الفصل الثاني: الخدمات المصرفية ص 34- ص 55 | |
| 35 | تمهيد الفصل |
| 36 | المبحث الأول: ماهية الخدمة المصرفية |

فهرس المحتويات

| | |
|---|---|
| 36 | المطلب الأول: مفهوم الخدمة المصرفية وأنواعها |
| 40 | المطلب الثاني: خصائص ومميزات الخدمة المصرفية. |
| 42 | المطلب الثالث: البيئة التسويقية للخدمة المصرفية. |
| 44 | المبحث الثاني: عصرنة الخدمة المصرفية |
| 44 | المطلب الأول: مفهوم عصرنة الخدمة |
| 45 | المطلب الثاني: آليات عصرنة الخدمة المصرفية |
| 47 | المطلب الثالث: أهمية عصرنة الخدمة المصرفية ومراحلها. |
| 48 | المبحث الثالث: تأثير الصيرفة الإلكترونية على الخدمات المصرفية |
| 48 | المطلب الأول: تأثير الصيرفة الإلكترونية على سلوك العملاء وأداء المصارف. |
| 51 | المطلب الثاني: تأثير الصيرفة الإلكترونية على الخدمات البنكية. |
| 52 | المطلب الثالث: تأثير الصيرفة الإلكترونية على تسويق الخدمات البنكية ومبررات اللجوء إليها. |
| 55 | خلاصة الفصل الثاني |
| الفصل الثالث: دراسة تطبيقية حول الصيرفة الإلكترونية وتأثيرها على تقديم الخدمات المصرفية حالة بنك الجزائر الخارجي - وكالة البويرة - ص 56-ص 92 | |
| 57 | تمهيد الفصل |
| 58 | المبحث الأول: تشخيص لواقع الصيرفة الإلكترونية في الجزائر |
| 58 | المطلب الأول: حال الخدمة المصرفية في الجزائر |
| 63 | المطلب الثاني: جهود الجزائر في إطار تعزيز الصيرفة الإلكترونية |
| 65 | المطلب الثالث: العراقيل التي تواجه الصيرفة الإلكترونية في الجزائر والحلول المقترحة لها |
| 68 | المبحث الثاني: نظرة عامة حول البنك الخارجي الجزائري لولاية البويرة |
| 68 | المطلب الأول: نشأة وتعريف البنك الخارجي الجزائري |
| 71 | المطلب الثاني: أهداف ووظائف البنك الخارجي الجزائري |
| 72 | المطلب الثالث: الهيكل التنظيمي للبنك الجزائري وكالة البويرة ومصالحه |
| 78 | المبحث الثالث: دراسة حالة لتأثير الصيرفة الإلكترونية على الخدمات المصرفية للبنك الخارجي الجزائري وكالة البويرة. |
| | المطلب الأول: أنظمة ووسائل الدفع الإلكتروني المستخدمة من طرف البنك الخارجي |

فهرس المحتويات

| | |
|-----|--|
| 78 | الجزائري - وكالة البويرة - |
| 88 | المطلب الثاني: تحليل تأثير الصيرفة الإلكترونية على تقديم الخدمات للعملاء والأداء الوظيفي بالبنك الخارجي الجزائري- وكالة البويرة- |
| 92 | المطلب الثالث: أفاق استعمال تقنيات الصيرفة الإلكترونية في بنك الجزائر وكالة البويرة |
| 93 | خلاصة الفصل الثالث |
| 95 | الخاتمة |
| 100 | قائمة المراجع |
| 109 | الملاحق |

قوائم الجداول، الأشكال
والملاحق

قائمة الجداول

| الصفحة | عنوان الجدول | الرقم |
|--------|---|-------|
| 11 | مقارنة بين البنوك التقليدية والبنوك الإلكترونية | 01 |
| 20 | أنواع البطاقات الغير الائتمانية | 02 |
| 88 | إحصائيات الطلب على البطاقات البنكية الخاصة ببنك الجزائر الخارجي وكالة البويرة | 03 |
| 89 | نسبة تغطية حسابات البنك الجزائر الخارجي وكالة البويرة | 04 |
| 89 | جدول نسبة سكان البويرة الذين يملكون حساب بنكي بالوكالة | 05 |
| 90 | معدل تزويد الحسابات بالبطاقات | 06 |
| 90 | عدد عمليات المقاصة الإلكترونية في بنك الجزائر الخارجي وكالة البويرة | 07 |

قائمة الأشكال

| الصفحة | عنوان الشكل | الرقم |
|--------|--|-------|
| 21 | الشكل العام للبطاقات الإئتمانية | 01 |
| 26 | دورة استخدام الشيك الإلكتروني وإجراءاتها | 02 |
| 70 | الهيكل التنظيمي لبنك الجزائر الخارجي | 03 |
| 73 | الهيكل التنظيمي للوكالة المستقبلية | 04 |
| 79 | الملف المطلوب لفتح حساب بنكي | 05 |
| 80 | صورة تمثل الصفحة الرئيسية لنظام OGA | 06 |
| 80 | شكل صراف الآلي | 07 |
| 83 | شكل البطاقات الدولية | 08 |
| 84 | شكل البطاقات المحلية | 09 |
| 85 | شروط الحصول على البطاقة | 10 |
| 86 | الصفحة الرئيسية لتطبيق BEA Mobile | 11 |

قائمة الملاحق

| الرقم | عنوان الملحق |
|-------|---|
| 01 | الإجراءات اللازمة لفتح حساب شخصي بنكي |
| 02 | الإجراءات اللازمة لفتح حساب تجاري بنكي |
| 03 | أمر بالتحويل (ordre de virement) الخاصة بالبنك الخارجي الجزائري |
| 04 | الشيك المرسل من قبل BEA للمقاصة |
| 05 | الشيك الخاص بإرجاع قائمة المقاصة بين البنوك |
| 06 | دليل استخدام التطبيق الهاتف BEA |
| 07 | جدول تطور البطاقات والحسابات البنكية وتغطية البطاقات للحسابات |
| 08 | تطور أنواع البطاقات البنكية المحلية والدولية |
| 09 | تطور المقاصة الإلكترونية |

مقدمة

مقدمة:

يواجه العالم اليوم تحولات ومتغيرات جذرية في مختلف الجوانب، وأهمها ثورة المعلومات والاتصال التي تعتبر من أهم سمات العصر الحديث التي أثرت على حياة الناس وطريقة تفاعلهم حيث أثرت على مختلف الجوانب الاجتماعية والاقتصادية والثقافية، وامتد هذا التطور ليمس القطاع المصرفي الذي تبنى استراتيجية مآلها وجوب تطوير بنيته، حيث مع تزايد عمليات التجارة الإلكترونية أصبح لزاما الانتقال إلى نوعية جديدة من البنوك الغير التقليدية تتجاوز نمط الأداء الاعتيادي ولا تكون مقيدة مكانيا وزمانيا، وكنتيجة لهذا التطور المتسارع لتكنولوجيا الإعلام والاتصال برزت الصيرفة الإلكترونية التي ساهمت وبشكل فعال في تقديم خدمات متنوعة مختصرة للوقت والمكان ومقللة للتكاليف، فالبنوك الإلكترونية بالمعنى الواسع ليست فقط مجرد فرع لبنك قائم يقوم بتقديم خدمات مالية فحسب، بل هي عبارة عن موقع مالي وتجاري وإداري واستشاري شامل له وجود على أرض الواقع يقدم خدمات إلكترونية أو مستقل على الخط على الأنترنت، يتم التعاقد معه للقيام بخدمات أو تسوية المعاملات أو اتمام الصفقات على مواقع إلكترونية، وكذا ابتكار تقنيات حديثة تلعب دور في عصرنة وتطوير الخدمات المصرفية المقدمة من قبل البنوك وهو ما يمثل أهم التحديات في ميدان الصيرفة الإلكترونية.

وفي ظل ما تشهده الصناعة البنكية وتبني الجزائر لمنهج اقتصاد السوق، كان لزاما على البنوك التجارية والمؤسسات المالية أن تغير من أساليب التسيير لديها، حيث أصبح أداء البنوك ينعكس على جودة وتطور الخدمات المقدمة، وعلى اعتبار جذب الزبون واكتساب ولائه يعتمد بدرجة كبيرة على مدى اهتمام البنك بعصرنة الخدمة ومواكبتها لكل ما هو جديد، خاصة في ظل المنافسة القوية التي يشهدها القطاع المصرفي والتطور الحاصل في مستوى الخدمات المقدمة للعملاء ومدى توفرها انتهاج تقنيات الصيرفة الإلكترونية.

وفي هذا الإطار بادرت بعض المؤسسات المصرفية والمالية في الجزائر على غرار البنك الخارجي الجزائري BEA، إلى تطوير شبكات إلكترونية للدفع موزعة على نقاط عديدة من التراب الوطني، خاصة مع إدخال تطبيقات تكنولوجيا الإعلام والاتصال مما ساهم في رفع مستوى الخدمات المصرفية المقدمة وزيادة في مستوى عصرنتها مواكبتها لمتطلبات العصر.

1) إشكالية الدراسة:

وبناءً على ما سبق تثار إشكالية بحثنا على النحو الآتي:

إلى أي مدى ساهمت الصيرفة الإلكترونية في عصرنة الخدمة المصرفية ؟ وما واقع حالها في بنك الجزائر الخارجي وكالة البويرة ؟

تندرج تحت هذه الاشكالية الرئيسية التساؤلات الفرعية الآتية:

- ما المقصود بالصيرفة الإلكترونية وأهم وسائل الدفع المقدمة لتطبيقها ؟

- فيما تكمن عصرنة الخدمة المصرفية وما مدى مساهمة الصيرفة الإلكترونية في ذلك ؟
- ما مدى تطبيق الصيرفة الإلكترونية بنك الجزائر الخارجي وكالة البويرة وما تأثيرها على الخدمات المقدمة من طرف الوكالة ؟

(2) فرضيات الدراسة:

- الصيرفة الإلكترونية هي القيام بالعمليات البنكية بوسائل إلكترونية تساهم في عمل المصارف وتحسين أدائها ومستوى الرضا لدى الجمهور.
- عصرنة الخدمة المصرفية تتمثل في زيادة كفاءة وفاعلية الهيئات المقدمة للخدمة، ومواكبة كل جديد حيث تلعب الصيرفة الإلكترونية دور بارز في التأثير على جوانبها.
- تساهم وسائل الدفع الإلكتروني المطبقة في بنك الجزائر الخارجي وكالة البويرة في تحديث وعصرنة الخدمات المصرفية للبنك وتعزيز موقعه التنافسي.

(3) أهمية الدراسة:

تتجلى أهمية البحث كونه يعالج إشكالية هامة تتعلق بالصيرفة الإلكترونية ودورها في عصرنة الخدمة المصرفية وتحسينها وضرورة مواكبة الجهاز المصرفي للتطورات العالمية، والذي هو ملزم بإدخال تكنولوجيا الإعلام والاتصال وإقامة أنظمة ووسائل دفع الكتروني فعالة وتوفير كل الوسائل الخاصة بها، والتي بدورها تساهم في عصرنة وتحسين الخدمة المصرفية وكذا تطوير الجهاز المصرفي.

(4) أهداف الدراسة:

- ترمي هذه الدراسة بعد الإشكالية المطروحة آنفا، ومختلف التساؤلات المطروحة السالفة الذكر إلى تحقيق جملة من الأهداف منها ما يلي:
- تناول مختلف المفاهيم المتعلقة بالصيرفة الإلكترونية باختلاف قنواتها وكذا الخدمة المصرفية وآليات عصرنتها.
 - تسليط الضوء على مفهوم البنوك الإلكترونية ووسائل الدفع الحديثة.
 - معرفة مدى الجودة التي تحققها الصيرفة الإلكترونية للخدمات المصرفية.
 - التعرف على مدى استخدام البنك الخارجي الجزائري وكالة البويرة لأساليب الصيرفة الإلكترونية، واستخداماتها الفعالة في عصرنة وتحسين خدماتها.
 - للموضوع إضافة جديدة ومساهمة بناءة في إثراء المكتبة وتبصير القارئ بما أحدثته ثورة تكنولوجيا المعلومات وللاتصال في مجال الخدمة المصرفية.

(5) المنهج المتبع:

بغية الإحاطة بمختلف جوانب الموضوع وتحليل أبعاده والإجابة على الإشكالية المطروحة اعتمدنا في دراستنا على المنهج الوصفي والتحليلي لتوضيح مختلف المفاهيم المتعلقة بالجانب النظري وتم أيضا جمع وتحليل البيانات الخاصة بالموضوع في الجانب التطبيقي استخدمنا منهج دراسة حالة عن طريق زيارات ميدانية لبنك الجزائر الخارجي وكالة البويرة، جمع المعلومات والبيانات الضرورية وتحليلها مع محاولة إخراج البحث العلمي من المحيط الجامعي إلى الميدان العلمي.

(6) أدوات الدراسة:

لإعداد هذه المذكرة اعتمدنا على مزيج من المصادر من الكتب، أطروحات الدكتوراه ورسائل الماجستير، مذكرات الماستر، الملتقيات والمجلات والمواقع التي لها صلة بموضوع بحثنا. كما اعتمدنا على مصادر أولية تمثلت في المقابلات الشخصية خاصة أثناء قيامنا بدراسة الحالة في البنك الخارجي الجزائري وكالة البويرة.

(7) الدراسات السابقة:

1. مقال بعنوان: الصيرفة الإلكترونية كمدخل لعصرنة وتطوير البنوك الجزائرية، لزويير عياش وسمية عباس، أم البواقي، الجزائر 2017. هدفت هذه الدراسة إلى إبراز واقع الصيرفة الإلكترونية في الجزائر كاتجاه حديث لتطوير عصرنة البنوك الجزائرية، حيث خرجت هذه الدراسة بعدة نتائج منها:

- ✓ تعتبر الصيرفة الإلكترونية وسيلة جديدة من وسائل المعاملات البنكية بين البنك وزبائنه، كنتيجة حتمية للتطور التكنولوجي للاقتصاد؛
- ✓ إن تبني الصيرفة الإلكترونية يحقق سرعة في الأداء وحسن استغلال امكانية البنك بما يوفر الوقت والجهد والنفقات؛
- ✓ لا تزال البنية التحتية للصيرفة الإلكترونية غير مهيئة كما ينبغي وتحتاج بناء شبكة أنترنت وتأمين خدمات اتصالات تضمن خدمة الزبائن على أكمل وجه؛
- ✓ فيما يخص وسائل الدفع لاتزال هناك جهود من قبل السلطات الجزائرية تتمثل في اصدار بعض البطاقات البنكية الإلكترونية.

2. أطروحة لنيل شهادة دكتوراه: الصيرفة الإلكترونية كحتمية لتفعيل أداء الجهاز المصرفي، حالة الجزائر، علوم التسيير، جامعة الجزائر. حيث هدفت هذه الدراسة إلى معرفة مكانة التي يحتلها الجهاز المصرفي في اقتصادات أي دولة لا سيما الاقتصاد الجزائري ومن نتائج هذه الدراسة:

- ✓ ان تقديم الخدمات المصرفية الإلكترونية تحسن العلاقة مع عملاء المصارف

3.دراسة بعنوان: الصيرفة الإلكترونية في الجزائر بين الواقع والمأمول، من إعداد الطالبة مورادي سعيدة، علوم اقتصادية، جامعة أحمد دراية، أدرار، مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماستر. حيث ركزت المذكرة على الإلمام بمدى مساهمة وسائل الدفع الإلكتروني كعمليات الدفع في البنوك وكحالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية بأدرار حيث خرجت الدراسة بعدة نتائج منها:

✓ تربط الصيرفة الإلكترونية بتطوير قاعدة البيانات وتكنولوجيا المعلومات والاتصال والتكوين والتدريب المستمرين للقوى العاملة والتجهيزات والمنتجات؛

✓ لم تكن البطاقات البنكية الإلكترونية النجاح المنتظر وهذا راجع لقلّة التعامل بها على أرضية الواقع.

8) الحدود المكانية والزمانية للدراسة:

تتمثل حدود الدراسة في:

- **الحدود المكانية:** تتمثل من خلال قيامنا بدراسة ميدانية تمكننا من الإطلاع على إحدى خدمات البنوك الجزائرية وكعينة تتمثل في البنك الخارجي الجزائري، وكالة البويرة.
- **الحدود الزمانية:** يمكن أن نحدده من بداية ظهور الصيرفة الإلكترونية إلى ظهور البنوك الإلكترونية في العصر الحديث، أما دراسة حالة فقد قمنا بجمع مجموعة من الإحصائيات تمثلت في المقاصة الإلكترونية من سنة 2019 إلى سنة 2023، والبطاقات والحسابات البنكية من 2021 إلى 2023.

9) هيكل الدراسة:

بناء على الإشكالية المطروحة والتساؤلات الفرعية ارتبنا تقسيم بحثنا هذا إلى ثلاثة فصول، فالفصل الأول المعنون بالإطار النظري للصيرفة الإلكترونية، حيث تناولنا فيه ماهية الصيرفة الإلكترونية من نشأة وتعريف والتقنيات الخاصة بها ومختلف التحديات التي تواجهها، كما تطرقنا إلى البنوك الإلكترونية ومتطلباتها ومزاياها ومخاطرها، لنختتم الفصل بوسائل الدفع الإلكتروني أنواعها واستخداماتها والعوامل المساعدة والمعركة لنجاحها.

أما الفصل الثاني الذي درسنا فيه الجانب الثاني للإشكالية تحت عنوان الخدمات المصرفية، تطرقنا إلى ماهية الخدمة المصرفية والخصائص والمميزات الخاصة بها، وكذا عصرنه الخدمة المصرفية وآليات ذلك أهميتها ومراحلها، وأخيرا ربطنا بين مختلف التأثيرات التي تقوم بها الصيرفة الإلكترونية على الخدمة المصرفية من جانب سلوك العملاء، المصارف وعلى الخدمات البنكية وتسويقها.

لنختتم بحثنا بالفصل الثالث الذي عرجنا فيه على واقع الصيرفة الإلكترونية في الجزائر وحال الخدمات بها، لننتقل إلى الدراسة الميدانية ببنك الجزائر الخارجي وكالة البويرة من خلال تقديم شامل للمؤسسة محل الدراسة، وبعدها تم التطرق إلى مختلف وسائل والأنظمة الدفع الإلكتروني بها وتحليل تأثير ذلك على تقديم

الخدمات والأداء الوظيفي لبنك الجزائر الخارجي وكالة البويرة، لنختتم بحثنا بأفاق استعمال تقنيات الصيرفة الإلكترونية بذات المؤسسة.

الفصل الأول: الإطار
النظري للصيرفة الإلكترونية

تمهيد:

لقد أدى التطور الذي شهده الاقتصاد العالمي في المجال المصرفي إلى ابتكار الصيرفة الإلكترونية، وذلك لما شهده النشاط التجاري من تطور سريع وظهور ما يسمى بالمصارف الإلكترونية كحتمية لاستعمال وسائل الدفع الإلكتروني، وبتأثر القطاع المصرفي بالتكنولوجيا الحديثة وازدهار هذا القطاع من خلال تقليل الجهد والعناء والتكلفة المتدنية والسريعة في التنفيذ استجابة المصارف لمقتضيات هذا التغيير من خلال تبنيها للطرق والأساليب الإلكترونية في تقديم خدماتها واستعمال مختلف القنوات الجديدة، وهذا من أجل الوصول إلى أسى اهدافها والسعي إلى تحقيق حصة سوقية أكبر، وعلى ضوء ما سبق سوف نتطرق من خلال هذا الفصل إلى ماهية الصرافة الإلكترونية والبنوك الإلكترونية، وكذا الإحاطة بمختلف أنواع وسائل الدفع الإلكتروني.

المبحث الأول: ماهية الصيرفة الإلكترونية

إن التطور الذي شهده النشاط التجاري والدخول في رقمنة الاقتصاد ساهم في اتجاه البنوك نحو مرحلة جديدة، وذلك عن طريق عصرنه الإدارة البنكية وتحديث الخدمات التقليدية إلى خدمات بنكية إلكترونية، وذلك بتحول النقود من الطابع الملموس إلى طابع غير مرئي

المطلب الأول: مفهوم الصيرفة الإلكترونية

تشكل الصناعة المصرفية أحد أهم مؤشرات النهضة الاقتصادية التي وصلت إليها المجتمعات البشرية، نظرا لمساهمتها لتوفير متطلبات الاستثمار والتنمية إذ اننا نجد مستوى التقدم والتطور الاقتصادي لأي بلد يقاس بمدى كفاءة ونجاعة نظامه المصرفي ونوعية خدماته المقدمة.

الفرع الأول: نشأة الصيرفة الإلكترونية

في بداية الثمانينات ومع ظهور النقد الإلكتروني برزت الصيرفة الإلكترونية وظهر مفهوم **Manistique** والذي يعني تداول النقد والإلكترونيك، ففي فرنسا تم استخدام البطاقات وذلك مع بداية القرن الماضي على شكل بطاقة كرتونية في الهاتف العمومي، وفي الولايات المتحدة الأمريكية تم استعمال بطاقة معدنية تستخدم في البريد، وفي سنة 1958 تم اصدار أول بطاقة بلاستيكية من طرف (**American express**) وتم تداولها على نطاقات واسعة، بعدها تم التحول إلى شبكة (**Visa**) حيث قامت 08 مصارف بإصدار بطاقة **Bank Amiricard** عام 1968، وقامت في نفس الوقت 06 بنوك فرنسية بإصدار البطاقة الزرقاء **Card bleae**¹ وقد قامت الدول المتقدمة بتزويد البطاقات بمسارات مغناطسية، حيث اصبحت تحتوي على ذاكرة ويمكن تقسيم القيمة المخزنة للقيام بعمليات الدفع.

ومع منتصف التسعينيات تم ظهور أول مصرف إلكتروني في الولايات المتحدة الأمريكية **(Secerity.First.Bank.SFNB)**².

الفرع الثاني: دوافع ظهور الصيرفة الإلكترونية

كان ظهور الصيرفة الإلكترونية نتاجا عن عدة عناصر نجد منها:

أ. تحقيق الانتشار والتوزيع الواسع: ان هدف الأنظمة الإلكترونية الحديثة هو التغطية الواسعة الانتشار

بحيث يتم اصال الخدمة إلى العميل في أي مكان وزمان، فيمكن له الحصول على الخدمة المطلوبة

دون الانتقال إلى المصرف أو الوقوف في طوابير الانتظار لتلقي الخدمة.

¹ عرابية رابح، دور تكنولوجيا الخدمات المصرفية الإلكترونية في عصرنه الجهاز المصرفي الجزائري، مجلة الأكاديمية للدراسات الاجتماعية والإنسانية، عدد 08، جامعة حسبية بن بوعلي، الشلف 2012، ص 14.

² محمد منصف تطار، النظام المصرفي الجزائري والصيرفة الإلكترونية، مجلة العلوم الإنسانية، العدد 02، جامعة محمد خيضر، بسكرة، جوان 2002، ص 181.

الفصل الأول : الإطار النظري للصيرفة الإلكترونية

- ب. تحقيق الميزة التنافسية: ويتم تحقيق هذا العنصر من خلال التعامل مع الأسواق المستهدفة وجلب العناصر البيئية المحيطة بها بشكل أفضل، بحيث يكون الهدف الأساسي هو جذب عدد أكبر من العملاء وكسبهم والحفاظ عليهم.
- ج. تطور التجارة الإلكترونية: والتي نجد أن الأنترنت أصبحت تلعب دور هام في المعاملات فيها باستخدام الوسائل الإلكترونية التي نجدها تتميز بخصائص عديدة تميزها عن التجارة التقليدية التي اعتادت المؤسسات المالية التعامل في ظلها ومعها، مما حتم عليها تطوير وعصرنة استراتيجيات وعمل البنوك.
- د. التطور المتسارع لنظم الاتصالات والمعلومات: لقد أدى هذا التطور إلى ظهور تغيرات جذرية في طبيعية عمل القطاع المصرفي والمالي، وكذا توفير خدمات مصرفية ومالية متقدمة ومختلفة تتماشى مع ما تتيحه التكنولوجيا وثورة المعلومات.
- هـ. تحقيق الربحية في الأجل الطويل: ان تعامل البنوك بالأنظمة الإلكترونية يساهم في تحقيق معدلات ربحية، وهذا من خلال انخفاض تكلفة الخدمات المصرفية الإلكترونية¹.

الفرع الثالث: تعريف الصيرفة الإلكترونية

هناك عدة تعاريف للصيرفة الإلكترونية منها:

- يعرف سفر أحمد الصيرفة الإلكترونية بأنها: تقديم المصارف لخدماتها عبر الوسائل الإلكترونية سواء في المنزل أو في المكتب أو بواسطة الهاتف الثابت أو الهاتف الجوال وغيرها من الوسائل الإلكترونية المتطورة.
- وعرفت الصيرفة الإلكترونية بأنها تقديم الخدمات والمنتجات المصرفية الجزئية ذات القيم الصغيرة عبر القنوات الإلكترونية، والتي تتضمن خدمات الإيداع والإقراض وإدارة الحساب وتقديم المشورة المالية ودفع الفواتير الإلكترونية بالإضافة إلى الدفعات الإلكترونية ذات القيم الكبيرة وغيرها من الخدمات المقدمة إلكترونياً.
- كما تم تعريفها بأنها القيام بالعمليات البنكية بوسائل الكترونية عن طريق استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة على كل من الدفع أو الائتمان أو التحويل أو الأمر بالسحب أو التعامل في الأوراق المالية أو مختلف أعمال المصارف، حيث لا يكون العميل ملزم بالحضور الكياني إلى البنك حيث يمكنه تلقي الخدمات من البنك الذي يتعامل معه وهو متواجد بمكتبه أو منزله والذي يعني تفويت ظرف المكان والزمان².

¹ أمنية بركان، الصيرفة الإلكترونية كحتمية لتفصيل أداء الجهاز المصرفي حالة الجزائر، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم التسيير تخصص نقود ومالية، علوم التسيير (غير منشورة)، جامعة الجزائر 03، كلية العلوم الاقتصادية، 2013/2014، ص 249.

² أحمد بوراس، السعيد بركة، أعمال الصيرفة الإلكترونية الأدوات والمخاطر، الطبعة 01، دار الكتاب الحديث، القاهرة، مصر، 2014، ص 100.

الفصل الأول : الإطار النظري للصيرفة الإلكترونية

- والصيرفة الإلكترونية هي تلك المؤسسات المالية والمصاريف التي قامت باعتماد اعمالها عن طريق استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال لتوفير خدمة مصرفية بالسرعة والدقة اللازمة وذلك بأنسب تكلفة وأقل جهد في ظل تحقيق ميزة الأمان وتقليل المخاطر.
- وبناءً على ما ورد في التعريفات السابقة يمكن التوصل إلى تعريف شامل للصيرفة الإلكترونية على أنها: كل العمليات التي يقوم البنك بإجرائها مع عملائه من خلال شبكات اتصال الكترونية تتسم بالسهولة والسرعة في اتمام معاملاتهم بأقل جهد وتكلفة دون التنقل إلى البنك وفي ظل تحقيق الأمان.¹
- من خلال التعريف السابقة نجد أن الصيرفة الإلكترونية تمتاز بعدة خصائص أهمها ما يلي:
 - ✓ أن الخدمات لا تعرف قيود جغرافية وتقدم عبر الحدود؛
 - ✓ ان اطراف الخدمة المصرفية لا يستلزم اتصال مباشر وانما تقدم عن بعد؛
 - ✓ انها خدمات بدون مستندات وهنا نجد اشكالات قانونية فيما يخص أدلة الإثبات؛²
 - ✓ كما نجد أن المصرف الراغب في ممارسة الصيرفة الإلكترونية يجب أن تتوفر لديه بعض الأمور للحصول على ترخيص من السلطات المختصة:
 - توافر خبرات تقنية ووجود سياسات رقابية؛
 - الإجراءات والوسائل الخاصة بحف المعلومات؛
 - تجنب المشاكل القانونية بتقديم هذه الخدمة؛
 - السياسة العامة في تأدية الخدمات المصرفية والمالية والإلكترونية.

المطلب الثاني: قنوات الصيرفة الإلكترونية

لقد تجلت وظهرت وسائل وأدوات الأعمال المصرفية الإلكترونية نتيجة لتطور تكنولوجيا الاتصالات والمعلومات، وبرزت عدة قنوات للصيرفة الإلكترونية نجد أهمها في:

1. الصيرفة عبر الصراف الآلي: هو جهاز يعمل أوتوماتيكيا لخدمة العملاء، وذلك بدون تدخل

العنصر البشري وذلك وفق برامج معدة مسبقا تلبي العديد من الخدمات المصرفية للعملاء على طول الوقت، وذلك عن طريق استخدام بطاقة الصراف الآلي أو دونها. وهي بطاقة بلاستيكية نجد فيها معلومات العميل والتي يقوم باستخراجها من البنك.

حيث نجد أن الأخير يقوم بتقديم عدة خدمات منها: السحب من حساب العميل والتوفير نقدًا الإيداع بالحسابات نقدًا، التحويل من حساب لآخر، تقديم رصيد العميل، القيام بطلب دفتر الشيكات، طلب

¹ عرابية رابح، مرجع سبق ذكره، ص 15.

² مرجع سبق ذكره، ص 17.

كشف الحسابات، تعبئة الخطوط الهاتفية، معرفة حركة الحساب في الفترات السابقة، سداد الفواتير، شراء بعض الأدوات المالية... إلخ.¹

2. الصيرفة المنزلية: لقد تم تطبيق هذا النظام لأول مرة سنة 1980 في الولايات المتحدة الأمريكية

لكن لم يتم انتشاره على نطاق تجاري واسع إلا بعد انتشار أجهزة الحاسوب الشخصية PC. ويعتمد نظام البنوك المنزلية على ما يعرف تحويل البيانات حيث تم ربط الحاسب الآلي للبنك بالحاسوب الشخصي بمنزل العميل من خلال شبكة الهاتف ويعمل حاسوب العميل كمحطة مصرفية يتم عن طريقها تقديم الخدمات البنكية. (عرض أرصدة العميل، بيان الشيكات، الحوصلة، ارسال تعليمات للبنك كتجديد الودائع، تحويل المبالغ، طلب دفتر الشيكات...)².

3. حاسبات نقاط البيع: نجد هذه النقاط في المؤسسات التجارية والخدمية بمختلف أنواعها عن طريق

حاسبات آلية مربوطة بشكل مباشر بالحاسب الآلي للمصرف حيث يسمح للعميل باستخدام بطاقة بلاستيكية لسداد قيمة المشتريات من خلال السحب من رصيده الإلكتروني وتدخل القيمة المسحوبة إلى حساب المتجر.

4. المقاصة الإلكترونية: وتتم هذه العملية من خلال تحويل ونقل مبالغ مالية من حساب إلى حساب

بطريقة إلكترونية بطريقة سريعة وأمنة ونجد هذا النظام يسمح بالمعالجة الآلية لوسائل الدفع العامة (صكوك تحويل، اقتطاع، عمليات الدفع والسحب بالبطاقات المصرفية) ونجد هذا النظام يتميز بعدة فوائد:³

- ✓ الحد من عمليات النصب والاحتيال؛
 - ✓ توفير طرق متعددة للتعامل مع الشيكات إلكترونياً؛
 - ✓ إدارة رأس المال بطريقة جيدة مع موجودات المصرف؛
 - ✓ جميع الشيكات تكون محفوظة إلكترونياً مما يسمح بسرعة أكبر في تتبع الشيكات.
- وهنا نجد أن هذا النظام يوفر للمصارف التبادل الإلكتروني للقيم المراد تعويضها فيما بينها عبر شبكة الاتصالات.

¹ العياطي جهيدة، محمد بن عزة، تطور الخدمات المصرفية الإلكترونية بين وسائل الدفع الحديثة والتقليدية تحليل اخصائي حديث لواقع وآفاق تطور

الصيرفة الإلكترونية في الجزائر، مجلة البحوث في العلوم نقدية والمحاسبية عدد 02، جامعة محمد بوضياف، المسيلة، 2016، ص 04.

² زبير عياش، سميرة عباسية، الصيرفة الإلكترونية كمدخل لعصرنة وتطوير البنوك الجزائرية، مجلة العلوم الإنسانية، المجلد أ، العدد 46، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي، الجزائر، 2016، ص 343.

³ محمد طاهر عبد الله، التأثير المتبادل بين الكتلة النقدية والصيرفة الإلكترونية، أطروحة مقدمة لنيل درجة دكتوراه في الاقتصاد، جامعة دمشق، قسم الاقتصاد، سوريا، 2014/2015، ص 55.

5. الصيرفة عبر الهاتف: يمكن للعميل عن طريق هاتفه إلى الوصول إلى المعلومات التي توفرها البرامج كخدمة الرصيد وأسعار العملات، حيث أن هذه الآلية لا تتم إلا بقيام العميل بإدخال رقم سري يمكنه من الولوج إلى حسابه أو الخدمات التي تمكنه البرامج من الدخول إليها.¹

6. الصيرفة عبر الأنترنت: ونجد أن هذه الخدمة من بين أهم الخدمات المصرفية حيث تسمح للعملاء بالقيام بالمعاملات المالية من خلال الولوج إلى الصفحة الإلكترونية التي تشغلها المؤسسة المصرفية عبر الأنترنت في أي مكان وزمان، وتشمل مختلف عمليات التحقق من أرصدة الحسابات، دفع الفواتير إلكترونياً، تسديد فواتير البطاقات، شراء وبيع الاستثمارات، معاملات القروض وغيرها.²

المطلب الثالث: عوامل نجاح الصيرفة الإلكترونية وتحدياتها

إن وضع وإقامة نظام الصيرفة الإلكترونية لا يأتي إلا بجملة من العوامل تعد قواعد للعمل المصرفي، كما أن الصيرفة الإلكترونية تواجه عدة تحديات مختلفة.

الفرع الأول: عوامل نجاح الصيرفة الإلكترونية

- إنشاء شبكة اتصال الكترونية واسعة تضم كل الجهات ذات الصلة، وتكون جميعها متصلة بالأنترنت العالمية، مع مراعاة القواعد والشروط التي توفر الأمان والسرية والحماية في تصميم هذه الشبكة لتفادي القرصنة الإلكترونية.³
- دراسة خبرات المصارف الكبرى في الدول المتقدمة التي تقدم الخدمات والمنتجات على شكل واسع، للتعرف عن قرب على تفاصيل هذه الخدمات على مختلف الجوانب التقنية والإدارية والقانونية.
- إعداد خطة لتدريب الموارد البشرية للحصول على كوادر مؤهلة تستطيع التكيف مع المستجدات التقنية ومتطلبات إرساء ونجاح الصيرفة الإلكترونية.
- قيام السلطات المختصة في البنك المركزي على مستوى الدولة وفق أولوياتها بوضع خطة تدريجية للانخراط في سياسات تقديم الخدمات الإلكترونية.
- تجهيز الدراسات التقنية والقانونية والإدارية والمالية لكافة ما يتعلق بعمل الخدمات المصرفية وابعادها ومخاطرها وكيف مواجهتها والآثار المترتبة عنها.
- لتحقيق التفاعل مع الخدمات المصرفية الإلكترونية الجديدة وتحقيق عنصر الوثوق بها وفهمها ومعرفة تشغيلها والتعاطي معها يجب وضع خطة تثقيفية لكافة أطراف المجتمع.

¹ عبد الغني ريوح، مداخلة بعنوان: تطبيق أنظمة الصيرفة الإلكترونية في البنوك الجزائرية، المؤتمر الدولي العلمي حول إصلاح نام المصرفي

الجزائري في ظل تطورات العالمية الراهنة، قسم علوم التسيير، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، ص 7.

² نادر سعدون محمد، دور الخدمات المصرفية الإلكترونية في تحقيق الثنائية للمصارف الخاصة، دراسة تطبيقية في مصرف الشرق الأوسط العراقي

للاستثمارات، المؤتمر العالمي الثاني لجامعة جيهان اربيل في العلوم الإدارية والمالية، 2015، ص 31.

³ نادر عبد العزيز، المصارف والنقود الإلكترونية، الطبعة الأولى، المؤسسة الحديثة للكتاب، لبنان، 2007، ص 137.

- العمل على تجهيز وانشاء تنظيم إداري يعمل على التنسيق بين الأطراف المتعاقدة.¹

الفرع الثاني: تحديات الصيرفة الإلكترونية

- تواجه الصيرفة الإلكترونية عدة تحديات يجب على الدول او المصارف التي تنتهجها وضع أطر قانونية وتكنولوجية أمنية تتيح سلامة العمل البنكي ومن بين هذه التحديات نجد:
1. ضعف الدراية باستعمال الحاسوب الشخصي والانتشار الضئيل لوسائل الاتصال ووجود أمية معلوماتية.
 2. عدم وجود تنسيق بين المصارف وايجاد أطر ملائمة للتعاون في مجال تفعيل الصيرفة الإلكترونية.
 3. ضعف تحدي وتطوير برامج جودة الخدمات المالية للمؤسسات البنكية وعراقيل النظر في برامجها ومقرراتها واستراتيجيتها، لذلك لا بد من ادخال الاتصالات وهندسة البرمجيات وتقنية المعلومات والاستعانة ببرامج الإدارة الإلكترونية.
 4. إلزامية برمجة وإعادة هندسة الوظائف البنكية الإدارية لوجود مخاطرة أمن البيانات مما يتحتم ارتفاع تكاليف أمن البيانات، وبالتالي تجد البنوك تحديا أمام وضع خطط وسياسات جديدة للتعامل مع المخاطر الصادرة عن تقنيات الخدمة الإلكترونية.²
 5. اختيار العملاء التعامل الشخصي وصعوبة استخدام التكنولوجيا الحديثة وعدم وجود ثقافة بنكية الكترونية لدى العملاء، ونجد أنه يقل الطلب على الخدمة الإلكترونية كلما أدت إلى عدم تلبية حاجياتهم.
 6. عدم توافر الأطر القانونية ووجود القواعد التنظيمية للعمليات البنكية الإلكترونية مع وجود مسائل الملكية الفكرية للعناصر الرقمية، واجراءات التقاضي وأصوله.
 7. نقص الخبراء في مجال التكنولوجيا المعلومات وعدم وجود كفاءة لدى الموظفين تمكنهم من مقاومة التغيير الذي تفرضه التكنولوجيا الحديثة.
 8. وجود شح في الدعم الحكومي لتطوير البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات من خلال تقديم استثمارات أكبر.
 9. إن التطور المتنازع لتكنولوجيا الأنترنت جعلت مؤسسات غير بنكية تدخل لسوق تقديم الخدمات البنكية نظرا لعجز القطاع البنكي عن توفير المتطلبات المتسارعة عن هذه التكنولوجيا، حيث قامت هذه المؤسسات بإيجاد وسائل تقنية وقواعد بيانات لعملائها وتوفير تسهيلات بالوفاء بالتزاماتها نحوها، وهذا ما جعله تحديا أمام المصارف كونها مارست عمل مصرفي دون أن تعلم.

¹ بشرى محمد سامي، امكانية تبني وتطبيق مفهوم المصارف الإلكترونية، دراسة استطلاعية لعينة من المصارف التجارية، مجلة كربلاء العلمية، مجلد 08، العدد 01، العراق، 2010، ص 133.

² محمد عبد العباس تركي، دور الأنترنت في تدعيم الصيرفة الإلكترونية، مجلة العربي للعلوم الاقتصادية والإدارية جامعة كربلاء، العدد 67، كربلاء العراق، 2015، ص 67.

10. التطور التكنولوجي المتسارع أدى إلى ارتفاع مخاطر الاستثمار وكذا ارتفاع اسعار تجهيزات التكنولوجيا، كل هذا أدى إلى ضعف البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات والاتصال.¹

المبحث الثاني: البنوك الإلكترونية

لقد أدى الاستعمال الواسع لتكنولوجيا الإعلام والاتصال وانتشار عملياتها، وبداية الانتقال إلى عصر المعرفة والمعلومات وظهور التجارة الإلكترونية لبروز الحاجة إلى صيغة جديدة من البنوك غير التقليدية التي تتقيد بزمان أو وقت محدد، ونتاجاً لهذه العوامل ظهرت البنوك الإلكترونية التي تلبي خدمات متنوعة منخفضة التكاليف مختصرة للوقت و المكان والتي تطبق نظم وأساليب متطورة.

المطلب الأول: مفهوم البنوك الإلكترونية

في ظل ما تم التطرق إليه حول ظهور البنوك الإلكترونية وتنامي الخدمات المصرفية وتزايد تطبيقات التجارة الإلكترونية وعصرنة التكنولوجيا المصرفية، حيث نجد أنه يرجع انتشار تطبيقات البنوك الإلكترونية إلى سببين جوهريين:

- ان تزايد حركية التدفقات النقدية والمالية الذي نجده إما في مجال التجارة أو في مجال الاستثمار، وذلك نتيجة عولمة الأسواق أدى إلى تنامي دور وأهمية الوساطة المالية.
- ظهور ما يعرف بالصدمة التكنولوجية والتي تبلورت استجابة للعامل الأول نتيجة لتطور المعلوماتية وتكنولوجيا المعلومات والاتصال.²

الفرع الأول: تعريف البنوك الإلكترونية

نجد أن هناك العديد من المصطلحات التي تطلق على البنوك المتطورة مثل البنوك الإلكترونية، بنوك الأنترنت، البنك المنزلي، بنك على الخط، البنوك الإلكترونية عن بعد وبنوك الواب، وعلى ضوء هذه الاختلافات نجد أن جوهر البنوك الإلكترونية لا يخرج عن إطار قيام الزبون بإدارة حساباته أو انجاز أعماله المتصلة بالبنك عبر شبكة الأنترنت سواء تم ذلك من المنزل أو المكتب وفي أي مكان أو زمان يريد، حيث يعبر عنها "بالخدمة المالية عن بعد".

حيث نجد أنه يمكن تقسيم البنوك الإلكترونية إلى نوعين أساسيين:

- **بنوك أرضية:** حيث نجد هذه البنوك تمارس وتقدم مختلف الأنشطة والخدمات التقليدية وفي نفس الوقت تقدم خدمات الصيرفة الإلكترونية، أي لها موقع مكاني أو حيز جغرافي يتم التعامل فيه مع الزبائن بشكل مباشر. ونجد أن لها موقع الكتروني يمكن من خلاله أن يقوم بالاتصال بعملائه ويقدم لهم خدمات الكترونية.

¹ فواز حمودي، محمد اسماعيل، معوقات الصيرفة الإلكترونية في القطاع المصرفي السوري، مجلة جامعة دمشق، 2017، ص ص 143-144.

² عامر ابراهيم قنديلجي، التجارة الإلكترونية وتطبيقاتها، الطبعة الأولى، دار الميسرة للنشر والتوزيع والطباعة، الأردن، 2015، ص 174.

➤ **بنوك افتراضية:** ونجدها تسمى بنوك الانترنت ولا تملك إطار مكاني أو كيان مادي بل نجدها عبارة عن مواقع مصممة على مستويات عبر شبكة الأنترنت تقدم منتجات أو خدمات إلكترونية بحتة.¹ والبنك الافتراضي هو بنك نجد أن له وجود كامل على شبكة الأنترنت ويحتوي موقعه على كافة البرمجيات اللازمة للأعمال المصرفية، حيث أن العميل يستطيع القيام بكافة الأعمال الخاصة بالبنك عن بعد ومن أي مكان موجود به، وذلك عن طريق الخط الذي يوفره مما يسمح له بإنجاز كافة معاملاته دون يضطر إلى الذهاب بنفسه إلى محل البنك.

وعلى ضوء هذه التعريفات يمكن تلخيص أهم أبعاد مفهوم البنوك الإلكترونية على النحو التالي:

- هي إجراء العمليات المصرفية بطرق إلكترونية، أي استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال الجديدة سواء تعلق الأمر بالسحب أو الدفع أو الائتمان أو التحويل أو بالتعامل مع الأوراق المالية أو غير ذلك من أعمال البنوك، وعلى ضوء هذا النمط في الصيرفة لا يستلزم من العميل التنقل إلى البنك وهو في بيته أو مكتبه مما يعني تجاوز بعدي للمكان والزمان.
 - هي قيام البنوك بتقديم الخدمات المصرفية التقليدية أو المبتكرة من خلال شبكات اتصال إلكترونية، وتقتصر صلاحية الدخول إليها على المشاركين فيها لشروط العضوية التي تحددها وذلك من خلال أحد المنافذ على الشبكة كوسيلة لاتصال الزبائن.²
- وبناء على ما ورد في يمكن التوصل إلى تعريف البنوك الإلكترونية بأنها تلك البنوك أو المؤسسات المالية المستندة على الركائز الإلكترونية، من خلال استعمال النظم والأساليب الحديثة وتوظيفها في مجال تكنولوجيا الإعلام والاتصال لتقديم الخدمات المصرفية للعملاء ضمن عنصر الأمان مع أقل التكاليف والسرعة في التنفيذ وتقليل الجهد.

الفرع الثاني: مقارنة البنوك الإلكترونية والبنوك التقليدية

نجد أن البنوك الإلكترونية تتيح للعملاء فرصة للتسوق الجديد وبتكاليف منخفضة بالإضافة إلى سهولة الاتصال بالمعلومات المصرفية، والجدول الموالي يوضح أهم الفروقات بين البنوك الإلكترونية والبنوك التقليدية.

¹ العياطي جهيدة، محمد بن عزة، مرجع سبق ذكره، ص 02.

² ستارجا برخلوي، مخاطر الصيرفة الإلكترونية وعمليات غسل الأموال، مجلة الكويت للعلوم الاقتصادية والإدارية، جامعة واسط، ص 248.

الفصل الأول : الإطار النظري للصيرفة الإلكترونية

جدول رقم 01: مقارنة بين البنوك التقليدية والبنوك الإلكترونية

| البنوك الإلكترونية | البنوك التقليدية |
|---|--|
| الاعتماد على تكنولوجيا المعلومات والاتصال في الحاسوب الآلي وملحقاته المادية وبرمجياته المتعددة. | الاعتماد على الورق والقلم والسجلات والملفات |
| محدودية العنصر البشري بتدريب محدود وطرق تقليدية وغالبا ما نجد التكوين معتمد على الوساطة. | كثافة العنصر البشري بتدريب محدود وطرق تقليدية وغالبا ما نجد التكوين معتمد على الوساطة. |
| المعاملات تتم بسرعة ويسر وفي وقت قصير ولا حاجة للمستندات. | المعاملات غالبا ما تكون بطيئة وتأخذ وقت كبير وضرورة حضور المستندات والوثائق الشخصية. |
| وجود مصداقية وشفافية انجاز الأعمال الإدارية والمعاملات. | وجود إمكانية التزوير والعبث والتلاعب والبيروقراطية في المعاملات وانجاز الأعمال. |
| بفضل البرمجيات وتكنولوجيا المعلومات والاتصال يتم تقديم الخدمات على مدار 24 ساعة وكل أيام الأسبوع. | تقديم الخدمات للعملاء يتم أثناء ساعات الدوام الرسمي مما نجد هما محدودية الخدمة. |
| عدم تنقل العميل والحصول على الخدمة عبر التكنولوجيا الحديثة هاتف، الأنترنت ... | الحضور الجسدي للعميل لمكان البنك للحصول على الخدمة والانتظار في الطوابير. |
| التقنيات الحديثة تجعل الروتين شبه منعدم. | العمل الإداري مميز بالروتين. |
| نجد هناك تعطل أو توقف لتقديم الخدمات إلى عطل في الحواسيب أو البرمجيات. | غياب المسؤول أو اتلاف أو تضيع المستندات يؤدي إلى تعطل الأعمال والمعاملات. |
| واقفان التكنولوجيا يمكن من الاستفادة من المعلومات والاطلاع عليها في أي وقت ومكان في وقت قصير ودون بذل جهد كبير. | المدير هو محتكر للمعلومة المهمة والوصول إليها تتطلب جهد ووقت. |
| التقنيات الحديثة تجعل الروتين شبه منعدم. | العمل الإداري مميز بالروتين. |

المصدر: نصيرة شبوب، الإدارة البنكية الإلكترونية في الجزائر، دراسة ميدانية حول أنظمة النقد الآلي، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، تخصص مجمع معلومات، جامعة الجزائر 3، كلية العلوم السياسية، 2012/2013، ص: 43.

المطلب الثاني: متطلبات تفعيل البنوك الإلكترونية وأنماطها

وفقا لمختلف المقارنات التي تم اجراءها بين مختلف البنوك نجد أن هناك متطلبات وأنماط تميز البنوك الإلكترونية عن غيرها، وهذا ما أثبتته الدراسات العلمية.

الفرع الأول: متطلبات تفعيل البنوك الإلكترونية

حيث يمكن تحديد متطلبات البنوك الإلكترونية كآتي:

1. توفير البنية التحتية التقنية: تعتبر البنية التحتية التقنية من بين أهم متطلبات البنوك الإلكترونية والتي لا بد أن تكون معزولة عن البنى الاتصالات وتقنية المعلومات للبلد، ولتفعيل البنوك الإلكترونية لا بد أن تتجذر في بيئة أساسها الأعمال الإلكترونية ولتحقيق أعمال الكترونية ناجحة وتوفير تعامل آمن وسلس لعصر المعلومات يتمثل بالاتصالات وسلامتها، كما أن البنية التحتية تتمحور حول بنى المعلومات من حيث توافر الأجهزة والبرمجيات والكفاءات البشرية والوقوف على إيجاد الحلول التطوير اللازم لمختلف البرمجيات والنظم وهذا لتدعيم عنصر الوجود والاستمرارية، وذلك من خلال التوفير ما بين متطلبات وسلامة البرامج لتحقيق الفعالية والاستخدام السليم والأمثل للوسائل التقنية.¹

ويمكن تلخيص استراتيجية البناء التحتي في النقاط التالية:

- تطوير سوق الاتصالات في الدولة مع تحديد الأولويات والأغراض؛
- وضع الخطط التسويقية والسياسات التنظيمية والخدمية، المتعين اتباعها لضمان المنافسة في السوق وضمان جذب الاستثمارات في هذا القطاع؛
- تحديد معايير الخدمة المميزة من أمن وسلامة تبادل المعلومات والسرية والخصوصية للعملاء؛
- إعطاء الإطار القانوني الواضح الذي يحدد الالتزامات بين أطراف العلاقة.²

2. التماشي مع عنصر التطوير والاستمرارية: إن تحقيق فرص التميز لا يأتي من خلال الجمود وانتظار الآخرين، حيث يمثل التطوير والاستمرارية من العناصر المميزة للبنوك الإلكترونية لتحقيق التميز وهذا ما يلاحظ على البنوك العربية التي لا تبحث عن الريادة في إيجاد الجديد بل تنتظر أداء الآخرين، وهذا راجع لمبرر الخوف على أموال المودعين واجتتاب المخاطر، وهو عامل مهم لكن ليس حجة لمواكبة ما هو جديد، ولا نعني بالريادة التهور في اقتحام الجديد والتعامل مع التطورات ولكن التمكن من التكيف في انجاز ذلك بسرعة.

3. التقويم المستمر: يؤدي التقويم الموضوعي والدائم لمدى فعالية الأدوات الإلكترونية إلى تحقيق الاستمرارية في العمل في البنوك الإلكترونية وتبني الصيرفة الإلكترونية، وللوقوف على ذلك يجب اللجوء إلى جهات وإطارات متخصصة لتحديد الصعوبات التي تواجه دائما وإيجاد الحلول الموافقة لها.

¹ السيد محمد أحمد السريتي، محمد عزت محمد غزلان، اقتصاديات النقود والبنوك والأسواق المالية، رؤية للطباعة والنشر والتوزيع، الاسكندرية، مصر، 2010، ص 273.

² السيد محمد السريتي، محمد عزت محمد غزلان، مرجع سبق ذكره، ص 274.

4. **العنصر البشري الكفؤ:** إن الأعمال القائمة في البنوك الإلكترونية تركز على التقنية الحديثة مما يحتم توفير كوادر بشرية مؤهلة ويمكنها التكيف مع المستجدات الجديدة التقنية، ولا يأتي ذلك إلا من خلال التدريب المستمر للإطارات وتأهيلهم في مختلف المناصب التقنية التسويقية الإدارية والمالية.
5. **وجود ثقافة استخدام التقنية البنكية:** رغم التطور الحاصل في تكنولوجيا الإعلام والاتصال في مختلف المجالات ووجود أساليب وأنماط جديدة في المجال الإلكتروني، أدت إلى تغيرات جذرية في القطاع المالي والمصرفي إلا أنه لا يزال يوجد العديد ممن يرفضون فكرة الخدمة البنكية الإلكترونية لوجود فكرة تعرض حساباتهم للاختراق ووجود مخاطر تشغيله، في حين يوجد البعض يرون بأنه لا يمكن بدون الخدمة البنكية الإلكترونية التي تختصر الجهد والوقت ويمكن للعميل إجراء معاملاته في الوقت الذي يريد ولو كان البنك مغلقاً.¹

الفرع الثاني: أنماط البنوك الإلكترونية

بالنظر إلى مختلف مصادر المعلومات ونخص بها الحديثة هنا نجدنا تشير إلى أنه ليس كل موقع لبنك على شبكة الأنترنت يعني بنكا إلكترونيا، ووفقا للعديد من الدراسات وكذلك جهات الرقابة والإشراف الأمريكية والأوروبية فإننا نجد ثلاث صور أساسية للبنوك الإلكترونية على الأنترنت وهي:

1. **الموقع المعلوماتي (Informational):** وهو المستوى الأساسي للبنوك الإلكترونية حيث نجدنا تقدم المعلومات والبرامج والمنتجات والخدمات المصرفية من خلال هذا الموقع، ونجد هذا المستوى يمكن تسميته بصورة الحد الأدنى من النشاط الإلكتروني المصرفي.
2. **الموقع الاتصالي (Communication):** حيث نجد أن البنك الإلكتروني من خلال هذا الموقع يسمح بوجود نوع من التبادل والنشاط الاتصالي بينه وبين عملائه، ونجد على هذا النحو البريد الإلكتروني وتعديل معلومات القيود والحسابات عمليات التعبئة أو نماذج على الخط.²
3. **الموقع التبادلي (Transactional):** ونجد البنك الإلكتروني عند هذا المستوى يقوم بتقديم وممارسة خدماته ونشاطاته في بيئة الكترونية، حيث يمكن للزبون أو العميل الوصول إلى حساباته وإدارتها وكذا إجراء كافة الخدمات الاستعلامية وإجراء الحوالات بين حساباته داخل المصرف أو مع الجهات الخارجية والوفاء بقيمة الفواتير.

نجد أنه من خلال قراءة لواقع العمل المصرفي يتضح أن أغلبية البنوك في العالم تم انشاءها بشكل أو آخر عن طريق مواقع معلوماتية وتم استخدام معظم المواقع لوسائل الاتصال مع الزبون، بعكس المواقع التبادلية التي لا يزال الاتجاه نحوها يخضع لاعتبارات عديدة فهذه المواقع تعطي للعميل

¹ أحمد بوراس، العمليات المصرفية الإلكترونية، مجلة العلوم الإنسانية، العدد 11، جامعة محمد خيضر، بسكرة، ماي 2017، ص 197.

² نائر عدنان قديمي، العوامل المؤثرة في انتشار الصيرفة الإلكترونية، دراسة تطبيقية على البنوك التجارية الأردنية، المجلة الأردنية للعلوم التطبيقية، المجلد 11، العدد 23، جامعة العلوم التطبيقية الخاصة، عمان، 2008، ص 120.

التعامل مع الخدمة المصرفية عن بعد من خلال الأنترنت، وعليه نجد ان البنك الإلكتروني انما هو البنك الذي يقع ضمن نطاق العنصر الثالث.¹

المطلب الثالث: مزايا البنوك الإلكترونية والمخاطر التي تواجهها

لقد انفردت البنوك الإلكترونية في تقديم خدمات نوعية للعميل المصرفي مغايرة للتي توفرها البنوك التقليدية، وهذا ما نجد أنه تحقق للبنك مزايا كثيرة لكن في مقابلها نجد أنه توجد عدة مخاطر محيطة بالبنك الإلكتروني أصبحت تشكل تحدياً أمام البنوك ومختلف الأطراف الفاعلة، وفي ما يلي استظهار عناصر التميز وتوضيح المخاطر التي تواجه البنوك الإلكترونية.

الفرع الأول: مزايا البنوك الإلكترونية

للبنوك الإلكترونية عدة مزايا نجد منها:

- **امكانية الوصول إلى قاعدة أوسع من المتعاملين:** ونجدها من بين أهم الميزات للبنوك الإلكترونية لأنها تستقطب أكبر عدد من العملاء في أي مكان وزمان، حيث يستطيع العملاء تلقي الخدمات والتواصل مع البنك بكل راحة وأقل تكلفة فالبنوك الإلكترونية حذف حاجز الحدود الجغرافية فيما بين الدول والشعوب من حيث الوقت والجهود، فخلقت كل ما من شأنه تقديم خدمات متنوعة لمختلف الأطراف الفاعلة وتوسيع عمليات التجارة الإلكترونية التي زاد انتشارها في مختلف أطراف العالم.
- **خفض تكاليف التشغيل:** من أهم ما يميز البنوك الإلكترونية المشاركة في تقليص وخفض تكاليف تقديم الخدمات وذلك من خلال تخفيض النفقات التي يتحملها البنك، فمثلاً تكلفة انشاء موقع البنك على الأنترنت لا تقارن بتكلفة انشاء فروع جديدة للبنك، وما يستلزمه من مباني وتجهيزات ومعدات وعنصر بشري ومستلزمات ادارية، فنجد إن هذه التكاليف تعتبر معدومة في الحالات الإلكترونية، وكذا خفض التكاليف الإجرائية كاستخدام الورق، الوقت الجهد لإنهاء معاملات العملاء مما يعزز في تدني التكاليف الكلية.²
- **الزيادة في كفاءة المصارف الإلكترونية:** إن التطور التكنولوجي وتوسع شبكة الأنترنت وسرعة ومرونة تقديم الخدمات وتوفيرها مقارنة بالبنوك التقليدية فالعميل أصبح على تواصل دائم بينه والقيام بالمعاملات في وقت قصير وبكفاءة عالية دون تنقله إلى البنك للوقوف في طوابير الانتظار، وخاصة في حالة وجود متعاملين آخرين يطلبون نفس الخدمة أو خدمة تقدم من ذات الموظف لمجموعة من المتعاملين.
- **خدمات البطاقات:** من بين الخدمات المميزة التي تقدمها البنوك الإلكترونية لشريحة محددة من المتعاملين مثل رجال الأعمال حيث تقوم بتوفير بطاقات ائتمانية وبخصم خاص مثل بطاقة سوني،

¹ جعفر حسن جاسم، مقدمة في الاقتصاد الرقمي، الطبعة الأولى، دار البداية ناشرون وموزعون، الأردن، 2010، ص 253.

² محمد عبد حسين الطائي، التجارة الإلكترونية المستقبل الواعد لأجيال القادمة، الطبعة الاولى، دار الثقافة للنشر والتوزيع، الأردن، ص 230-231.

التي يستطيع مالكيها استعمالها في أكثر من 18 مليون من أكبر الأماكن وتشتمل على خدمات على الساعة برقم خاص وقيمة مجانية بالإضافة إلى عدد كبير من الخدمات الأخرى.

- **تحقيق الميزة التنافسية:** ان عملية التسويق البنكي أو ترويج البنك لخدماته على الأنترنت يمكنه من تحقيق ميزة تنافسية تعزز من مكانته السوقية وتؤهله إلى مستوى من المعاملات التجارية العالمية، فنجد أن البنك في حالة استخدامه للأنترنت سوف يعزز رأس ماله الفكري ويطور تكنولوجيا المعلومات ويستفيد من البرامج والابتكارات الجديدة التي يمكن توظيفها في تعزيز العمليات المصرفية، مما نجد هنا أن البنوك الصغيرة في ظل القدرات التنافسية، تتحفز للارتقاء إلى مستوى هذه التحديات، ووفق هذه المعطيات يقوم المتعاملون بالمقارنة بين الخدمات المتوفرة المقدمة والقيام بالاختيار الأنسب وبالتالي تكون الأنترنت عامل منافسة قوي في جذب المتعاملين.

الفرع الثاني: المخاطر التي تواجه البنوك الإلكترونية

إن البنوك الإلكترونية بالرغم من اجتماعها على عدة مزايا إلا أنها تواجهها مجموعة من المخاطر، نختصرها فيما يلي:

1. **مخاطر التشغيل:** إن مصدر مخاطر التشغيل يتمحور في عدم التأمين الكافي للنظم التي يجعلها عرضة للهكرز أو زرع الفيروسات، مما يصعب عمل البرمجيات الأساسية في إمكان اتصال العملاء بالبنك أو عدم توافق النظم والبرمجيات وتصميمها، من خلال عدم تحديدها أو القيام بعملية الصيانة أو عدم المعرفة الكافية للعملاء بطرق العمل بها.
2. **مخاطر السمعة:** في حالة توافر رأي عام سلبي تنشأ مخاطر السمعة اتجاه البنك والتي تنشأ عن عدم توفير وسائل حماية كافية للبيانات الخاصة بالعملاء، أو وقوع عمليات اختراق للنظم والبرمجيات الخاصة بالبنك الإلكتروني من قبل الغير أو العاملين بالبنك مما يظهر سمعة سيئة للبنك مما يؤثر على سمعة البنك وعلى نشاطه وعدد عملائه، ويخفض نشاطه وتقليل أرباحه لذلك يجب على البنوك الإلكترونية الحفاظ على الأنظمة الإلكترونية من الاختراق والحفاظ على البيانات الخاصة بالعملاء وأرقام بطاقاتهم الائتمانية، وتحديث برامج الحماية وحماية سمعة البنك، وتعزيز مبدأ السرية لبيانات العملاء.
3. **المخاطر القانونية:** في ظل الغموض الذي تكتنفه الأنظمة والقوانين وشروط التعامل عن طريق الأنترنت وضعف تفعيل القواعد التشريعية والقانونية التي تنظم خدمة الأنترنت المصرفي، حيث نجد أن هذه المخاطر تقع في حالة انتهاك القوانين والقواعد والضوابط المقررة خاصة ما تعلق بمكافحة غسل الأموال أو عدم التحديد الواضح للحقوق والالتزامات القانونية الناتجة عن العمليات المصرفية الإلكترونية وعدم وضوح مدى توافر قواعد حماية المستهلكين، وعدم المعرفة القانونية لبعض الاتفاقيات المبرمة باستعمال الوسائط الإلكترونية.

4. مخاطر أخرى: إن الخدمات المصرفية الإلكترونية يرتبط أداؤها بالمخاطر الخاصة بالعمليات المصرفية الإلكترونية ومن ذلك مخاطر الائتمان والسيولة وسعر الفائدة ومخاطر السوق، فلذلك نجد أن استخدام قنوات غير تقليدية للاتصال بالعملاء وامتداد منح الائتمان إلى العملاء عبر الحدود، وقد يوقعنا في احتمال اخفاق بعض العملاء في سداد ديونهم أو التزاماتهم.

المبحث الثالث: وسائل الدفع الإلكتروني

تعتبر وسائل الدفع الإلكتروني عن الصورة أو الوسيلة الإلكترونية للدفع التي نستخدمها في حياتنا اليومية من أجل تسوية المعاملات التجارية والمالية والفرق الجوهرية عن سابقتها هي أن جميع عملياتها وتسييرها يكون إلكترونيًا ولا وجود للأوراق المالية التجارية في تسوية الالتزامات بين الدائن والمدين.¹

المطلب الأول: ماهية وسائل الدفع الإلكتروني

إن التطور التكنولوجي أدى إلى ظهور وسائل الدفع الإلكتروني وجاءت كحل للعراقيل والمشاكل الناتجة عن وسائل الدفع التقليدية وقد انتشرت هذه الوسائل الجديدة بسرعة، وقد ساهمت مجهودات المصارف بالتعريف بها إلى جذب أكبر عدد ممكن للعملاء وجعلهم يختبرون فعالية ومزايا هذه الوسائل الحديثة.

الفرع الأول: تعريف الدفع ووسائل الدفع الإلكتروني

- يعرف الدفع الإلكتروني على أنه عملية تحويل الأموال هي في الأساس من سلعة أو خدمة بطريقة رقمية أو باستخدام أجهزة الكمبيوتر، وإرسال البيانات عبر خط تلفوني أو شبكة ما أو أي طريقة لإرسال البيانات.²
- ويمكن أن نعرف وسائل الدفع الإلكتروني أنها مجموعة الوسائل التي تتم بواسطتها عملية الدفع عن طريق تحويل الأموال ومعالجتها بطريقة إلكترونية، لتسديد دين ما وبالتالي لا يتطلب الرجوع إلى التعاقد المباشر بين الدائن والمدين، ويتم ذلك عن طريق مجموعة من الأدوات الإلكترونية التي تصدرها المصارف ومؤسسات الائتمان.
- وحسب اللجنة الأوروبية هي عبارة عن قيمة نقدية مخزنة إلكترونيًا على حامل إلكتروني مثل بطاقة ذات رقاقة أو ذاكرة حاسوب تصدر مقابل ايداع مبلغ مالي قيمته لا تقل عن القيمة النقدية الصادرة، يتم قبولها كوسيلة دفع من قبل كل المؤسسات مع تلك المصدرة لها وتكون تحت تصرف مستعملها كبديل إلكتروني للقطع والأوراق النقدية.

¹ صلاح الياس، مستقبل وسائل الدفع التقليدية، في ظل وجود الوسائل الحديثة مداخلة مقدمة إلى الملتقى العالمي الدولي الرابع حول عصنة نظام الدفع في البنوك الجزائرية، المركز الجامعي خميس مليانة، الجزائر يومي 27 و28 أبريل 2011، ص 09.

² ناظم محمد نوري الشمري، عبد الفتاح زهير العبدالات، الصيرفة الإلكترونية، الطبعة الأولى، دار وائل للنشر، عمان، الأردن، 2008، ص 25.

- اما المشرع الجزائري فقد عرفها من خلال قانون النقد والقرض في المادة 69 سنة 2003، على أنها "تعتبر وسائل الدفع الإلكتروني كل الأدوات التي تمكن كل شخص من تحويل الأموال مهما كان السند أو الأسلوب التقني المستعمل".

الفرع الثاني: خصائص وسائل الدفع الإلكتروني

تتميز وسائل الدفع الإلكتروني بالخصائص الآتية:

- يتسم نظام الدفع الإلكتروني بالطبيعة الدولية أي أنها وسائل مقبولة من جميع الدول، حيث يتم استخدامها لتسوية الحسابات في المعاملات التي تتم عبر الفضاء الإلكتروني بين المستخدمين في كل أنحاء العالم؛¹
- يتم الدفع من خلال استخدام النقود الإلكترونية وهي قيمة نقدية تتضمنها بطاقة 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 في المكان ويتم الدفع عبر شبكة انترنت، أي من خلال مسافات تبادل المعلومات الإلكترونية بفضل وسائل الاتصال اللاسلكية؛²
- يتم إعطاء أمر الدفع وفق المعطيات الإلكترونية تسمح بالاتصال المباشر بين طرفي العقد؛
- يتم الدفع إلكترونيا بأحد الأسلوبين:
 - **الأسلوب الأول:** من خلال نقود إلكترونية مخصصة سلفا لهذا الغرض ومن ثم فإن الدفع لا يتم إلا بعد الخصم من هذه النقود ولا يمكن التسوية معاملات أخرى بغير هذه الطريقة، ويشبه ذلك العقود التي يكون الثمن فيها مدفوعا مقدما.
 - **الأسلوب الثاني:** من خلال البطاقات البنكية العادية حيث لا توجد مبالغ مخصصة مسبقا لهذا الغرض بل أن المبالغ التي السحب عليها بهذه البطاقات قابلة للسحب عليها بوسائل أخرى كشيك التسوية أي معاملات مالية.
- يتم الدفع الإلكتروني من خلال نوعين من الشبكات:
 - **النوع الأول:** شبكة خاصة يقتصر الاتصال بها أطراف التعاقد ويفرض ذلك وجود معاملات وعلاقات تجارية ومالية مسبقة بينهم.
 - **النوع الثاني:** شبكة عامة حيث يتم التعامل بين العديد من الأفراد لا توجد بينهم قبل ذلك روابط معينة.

¹ محمد حسين منصور، المسؤولية الإلكترونية، دار الجامعة الجديدة، القاهرة، 2007، ص: 102.

² محمد حسين منصور، مرجع سبق ذكره، ص: 103.

- ومن بين خدماتها أيضا:¹

- تقليل الوقت ونقل التمويلات المالية بطريقة آمنة ونقل المعلومات المتعلقة بها؛
- زيادة نسبة السرية مع الحفاظ على الاتجاهات العالمية؛
- التحكم في مخاطر نظم الدفع؛
- زيادة الثقة في نظم الدفع سواء للبنوك المحلية أو الهيئات والبنوك الأجنبية؛
- الوصول إلى الدفع التسوية اللحظية.

المطلب الثاني: أنواع وسائل الدفع الإلكتروني واستخداماتها

ظهور التجارة الإلكترونية وتطور الصناعة المالية أدى إلى ظهور وسائل دفع إلكترونية جديدة، مما أتاح للناس الحمل السهل والسريع، بدلاً من حمل النقود الورقية. فمثلاً، بدلاً من حمل كميات كبيرة من النقود، يمكن للأفراد استخدام بطاقات مخزنة بها الأموال، وهذه البطاقات تعتبر جزءاً من وسائل الدفع الإلكترونية التي سنناقشها في هذا المطلب.

الفرع الأول: البطاقة البنكية

تعتبر البطاقات البنكية مهمة للأفراد لأنها تسهل عمليات الشراء وتسديد الفواتير وغيرها من الخدمات المالية، من المهم فهم تعريفها وأنواعها لمعرفة كيفية استخدامها في مختلف المجالات المالية .

أولاً: تعريفها:

هي بطاقة بلاستيكية بحجم بطاقة هوية، صادرة عادةً من مؤسسة مالية أو بنكية، تستخدم لتسوية المدفوعات والسحب من الرصيد، بالإضافة إلى الاستفادة من الخدمات المالية والقروض.² تعرف أيضاً بأسماء مختلفة مثل بطاقة ائتمان، بطاقة خدمات بنكية، بطاقة سحب مباشر، وتستخدم لأغراض مالية مختلفة نجد منها:³

- ✓ الاستخدام في الحصول على نقود، سلع، خدمات، أو أي شيء آخر بناءً على قرض؛
- ✓ توفير شهادة أو ضمان للفرد أو المؤسسة للحصول على قرض عند الطلب، يغطي مبالغ تفوق ما هو ضروري لتسديد السندات أو الشيكات؛
- ✓ إمكانية فتح حساب قرض والحصول على الخدمات المالية المرغوبة من خلال حامل البطاقة .

¹ بوعكة كاملة، النظام القانوني لوسائل الدفع الإلكترونية في الجزائر، مجلة الأستاذ الباحث للدراسات القانونية والسياسية، المجلد 07، العدد 01، جامعة محمد بوضياف، المسيلة، الجزائر، 2022، ص: 09-10.

² زايد محمد، البطاقات البنكية كأداة لتفعيل إدارة الإلكترونية، مجلة ضياء للدراسات القانونية، المجلد 03، العدد 02، مركز الجامعي نور البشير، البيض، الجزائر، 30 ديسمبر 2021، ص: 59.

³ عبد الوهاب ابراهيم ابو سليمان، بطاقة البنكية، الطبعة 02، دار القلم، سوريا، 1419 هـ، ص: 40.

ثانياً: المؤسسات العالمية المصدرة للبطاقات الإلكترونية :

تختلف التسميات والأنواع للبطاقات بناءً على الاتفاق بين صاحب البطاقة والجهة الصادرة لها، وعادةً ما يتم تنظيم ورعاية البطاقات من قبل جمعيات ومنظمات دولية، وتتمثل في الهيئات التالية¹:

❖ **اتحاد فيزا العالمي** : هو اتحاد البنوك المؤسسة للبطاقة، الذي يحمل ترخيص وامتياز شعار **Visa** ، مقره في سان فرانسيسكو، الولايات المتحدة الأمريكية، يدير الاتحاد تسوية المعاملات المتعلقة بالبطاقة ويوفر خدماته مقابل عمولة.

❖ **الماستر كارد العالمي**: هي ثاني أكبر شبكة عالمية لإصدار البطاقات المصرفية، تتخذ من نيويورك مقراً لها، وتمتلك شبكة **Bank Net** لنظام المدفوعات، تقدم بطاقات ماستر كارد بمختلف أنواعها، مثل الفضية والذهبية وبنس ماستر للأعمال وماستر ستاند كارد وماستر كارد المجاملة وبطاقة سيريس.

❖ **الأمريكان اكسبرس** : كانت شركة سياحية تبدأ بإصدار الشيكات السياحية باسمها، ثم تطورت إلى إصدار بطاقات السفر والترفيه **Entertainment card**، وفيما بعد تحولت إلى **American Express (Amex)** وأسس لها بنكاً خاصاً باسم **American Express** تعمل على توفير بطاقات الدفع الخاصة بها دون منح تراخيص لجهات أخرى، وتتوفر بثلاثة أنواع هي الخضراء والذهبية والبلاتينية.

❖ **الداينرز كليب**: تأسس نادي لتسديد فواتير المطاعم لأعضائه، وتطورت البطاقة وانتشرت على نطاق واسع في أمريكا وأوروبا ودخلت الدول العربية، تُعتبر بطاقة النخبة حيث لا تُمنح إلا لذوي الكفاءات المالية، وتؤدي نفس وظائف البطاقة في الدفع، أصبحت مقبولة ليس فقط في المطاعم ولكن أيضاً في مكاتب السفر والفنادق والمتاجر وغيرها من مؤسسات الخدمة .

ثالثاً: أنواع البطاقات البنكية:

أ. **البطاقات الائتمانية**: هي البطاقات التي تصدرها المصارف في حدود مبالغ معينة تم استخدامها كأداة ضمان، وتتميز هذه البطاقات بأنها تزيد من إيرادات البنك المصدر لها مما يحصل عليه من رسوم مقابل الخدمات أو من فوائد مقابل التأخير في السداد²، كما يمكن التمييز بين نوعين من البطاقات الائتمانية هما:

البطاقات الائتمانية المتجددة: هذا النوع تصدره البنوك في حدود مبالغ فيها حيث يكون حامل البطاقة مخيراً بين تسديد كلي لقيمة فاتورة البطاقة خلال فترة الاستقادة أو جزء منها على فترات لاحقة وفي كلتا الحالتين السابقتين يتم تجديد القرض الأول لحامل البطاقة، لذلك سميت بالبطاقة الائتمانية

¹ عبد الهادي مسعودي، الأعمال المصرفية الإلكترونية، الطبعة العربية، دار اليازوري للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2016، ص ص 61-63.

² أمير فرح يوسف، عالمية التجارة الإلكترونية وعقودها- أساليب مكافحة الغش التجاري الإلكتروني، المكتب الجامعي الحديث، الأزراطة- مصر، 2009، ص 102.

الفصل الأول : الإطار النظري للصيرفة الإلكترونية

المتجددة، وتلجأ بعض البنوك لمطالبة العميل بإيداع مبلغ مالي تبقية رهنا مقابل عمليات البطاقة، ويسمى هذا النوع من البطاقات بالبطاقات المضمونة بحيث إذا قام العميل باستخدامها يقوم بإرسال فاتورة شاملة مصنفة للعميل حسب المبلغ الذي في ذمته بنسبة معلومة شهريا 1.5، ولكن لو لم يسدد في الآجال المحدد يقوم البنوك بإيقاف البطاقة وسداد الدين المطلوب على حاملها من المبلغ المودع لدى البنك.¹

البطاقات الائتمانية الغير متجددة: وتسمى أيضا بطاقات الصرف الشهري لأنها يجب على العميل أن يقوم بالسداد الكامل خلال نفس الشهر الذي يتم فيه السحب بمعنى أن فترة الائتمان التي تمنحها هذه البطاقة لا تتجاوز الشهر الواحد.

والفرق بين هذه البطاقة وما سبقتها أنه لا يمكن أن يكون لدى حاملها حساب لدى البنك المصدر ومن ثم عندما يقوم الفرد باستخدامها فإنه يحصل أليا على قرض مساوي لقيمة السلعة أو الخدمة ولكل عميل حد أعلى للقرض يحدده العقد ويسمى خط الائتمان.

ويلتزم حامل البطاقة بشروط الاصدار بتسديد كامل مبلغ الفاتورة خلال فترة لا تزيد غالبا عن 30 يوم من تاريخ استلامه لها، وفي حالة المواصلة يقوم البنك المصدر بإلغاء عضوية حامل البطاقة ويسحبها منه.²

ب.البطاقات الغير ائتمانية: هي بطاقات تمنح لصاحبها بعملية الدفع أو التسوية لمستحقته إلا إذا توفر فعليا على الأموال المقابلة لعملية التسوية، وبالتالي فهي لا تمنح لصاحبها أي ائتمان أو قرض وتنقسم بدورها إلى:

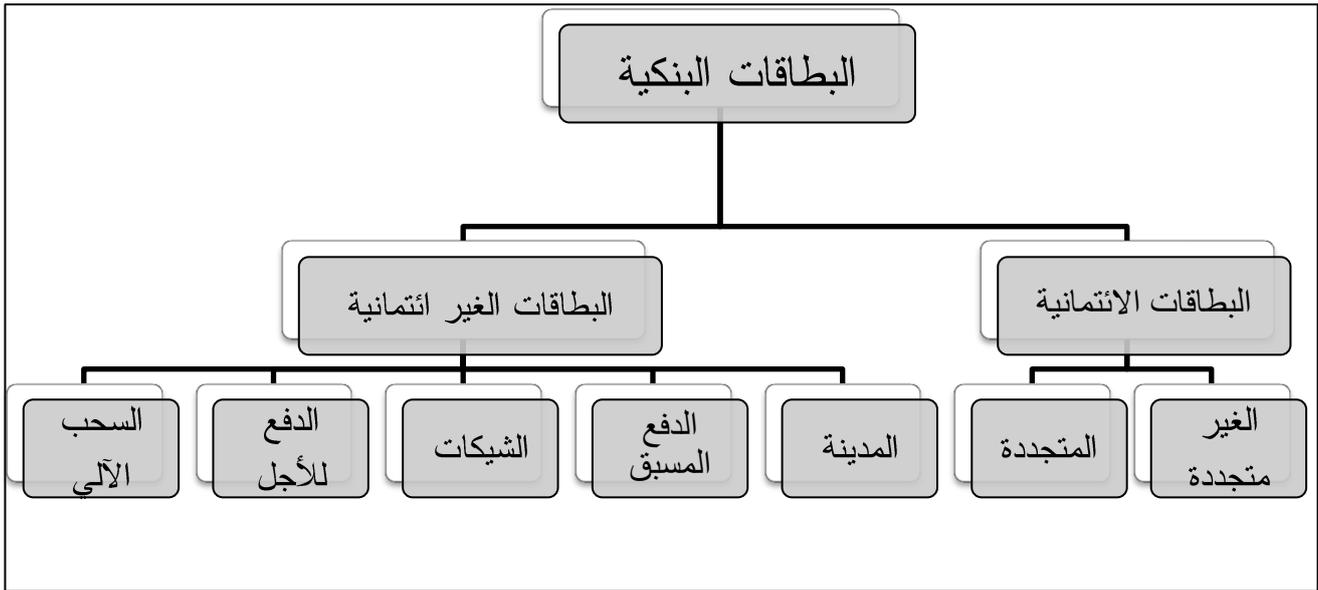
الجول رقم 02: أنواع بطاقات الغير ائتمانية

| الدفع المسبق | المدينة | الشيكات | الدفع للأجل | السحب الآلي |
|--|--|---|--|--|
| حيث يقوم صاحب البطاقة الإلكترونية بشحنها بمبلغ مالي وعند إتمام أي معاملة تجارية يتم سحب المقابل المالي من هذه المبلغ المشحون أو المعبأ في البطاقة ولإعادة استخدامها يجب شحنها وهكذا. | ويتطلب هذا النوع من البطاقات وجود حساب بنكي جاري بصاحب البطاقة حيث يتيح استدام البطاقة عملية التسوية أو الدفع من خلال تمكين المستفيد من سحب الأموال من حساب احب البطاقة الذي يفترض فيه أن يكون حسابه مدينا و في حالة العكس لا تتم عملية التسوية. | يتعهد فيها البنك بسداد الشيكات التي يحررها العميل بشرط معينة ويطلق عليها بطاقات ضمان الشيكات. | الأصل فب بطاقة الائتمان على أساس الدفع الشهري بأن يقوم البنك المصدر بجمع الفواتير الموقعة من قبل حامل البطاقة ومطالبتة بها مرة كل شهر في تاريخ معين ويقوم العميل بدفع ما عليه من المستحقات بما لا يتجاوز تاريخ الاستحقاق يحدده البنك المصدر. | وتستعمل فقط في عملية سحب النقود من أجهزة الصراف الآلي أو الأجهزة القارئة للشريط المغناطيسي المزود بها للبنوك المشتركة في عضوية هذه البطاقات. |

المصدر: عبد الهادي مسعودي، أعمال المصرفية الإلكترونية، الطبعة العربية، دار اليازوري للنشر والتوزيع، عمان الأردن، 2016، ص 59.

¹ خولة فرحات، أثر التجارة الإلكترونية على تحسين نوعية الخدمة المصرفية، رسالة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، تخصص إدارة الأعمال، جامعة الحاج لخضر باتنة، 2008/2007، ص 71.

² علي محمد أبو العز، تجارة الإلكترونية وأحكامها في الفقه الإسلامي، دار النفائس للنشر والتوزيع، 2008، ص ص 233-234.



المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على ما سبق ذكره.

الفرع الثاني: البطاقات الذكية والنقود الإلكترونية:

تطور البطاقة الذكية والنقود الإلكترونية هي من بين أبرز الابتكارات الحديثة في قطاع الدفع بالبطاقات، وتشهد وسائل الدفع الإلكتروني مثل النقود الإلكترونية زيادة في الشهرة والانتشار عبر العالم.

أولاً: البطاقة الذكية

أ. تعريفها: هذا الجيل الجديد من البطاقات يتضمن شريحة إلكترونية تخزن معلومات الحامل وبيانات حسابه المالي، وتستخدم للدفع الفوري والتعامل الائتماني يمكن تحويلها أيضاً إلى حافظة إلكترونية تستقبل وتفرغ من النقود، وتستخدم في تأمين المعاملات المالية داخل شبكة الإنترنت.¹ تعتبر هذه البطاقات بلاستيكية ممغنطة وتحتوي على شرائح إلكترونية دقيقة تمتاز بالذاكرة والقدرات التفاعلية. تمكن هذه البطاقات من التعامل مع أجهزة نقاط البيع وآلات الصراف الآلي، بالإضافة إلى توصيلها بحسابات آلية شخصية أخرى.²

ب. استخدامات البطاقة الذكية : من خلال ما سبق لا بد من الإشارة إلى أهم الاستعمالات التي يمكن استخدام البطاقة الذكية فيها للاستفادة من فوائدها:³

✓ تستخدم كبطاقة تعريفية للشخص من خلال طباعة البيانات الشخصية عليها؛

✓ تُستخدم في إجراءات التحويلات المصرفية وعمليات البيع والشراء عبر الإنترنت؛

¹ أحمد عبد العزيز الفالح، البطاقة الائتمانية مسبقة الدفع وأحكامها وأثارها الفقهية، مجلة كلية الدراسات الإسلامية والعربية للبنات بالإسكندرية، المجلد 07، العدد 36، الجامعة الإسلامية، السعودية، دون تاريخ نشر، ص: 492.

² طارق طه، إدارة البنوك في بيئة العولمة والأنترنيت، دون طبعة، دار الجامعة الجديدة للنشر والتوزيع، مصر، 2007، ص 273.

³ محمد ناصر، أمل حسن وأخرون، البطاقات الذكية وأثرها في تقليل من المخاطر المصرفية، مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية، معهد الإدارة الرصافة، بغداد، العراق، 2013، ص ص 83-84.

✓ تعمل كبطاقة صحية حيث يتم تخزين بيانات المريض على الشريحة الإلكترونية مع رصيد مالي لتسديد رسوم الخدمات الطبية؛

✓ تستخدمها بعض الشركات كمفاتيح حماية، حيث تمر في القارئ لفتح الأبواب وفقاً لمرتبة الموظف في الشركة .

ج. مميزات: تتميز البطاقة الذكية بعدة مميزات نحصر أهمها في:

✓ البطاقة الذكية تتضمن شريحة تسمح بتخزين المعلومات الرقمية والأبجدية وتتوافق مع أجهزة الحاسوب .

✓ يمكن للعملاء استخدام البطاقات الذكية في التعاملات المالية الشخصية عبر الصراف الآلي أو الإنترنت .

✓ تسهل على العملاء تأمين تخزين المعلومات والنقود للشراء، وتمكنهم من الوصول السهل إلى البيانات الشخصية والائتمانية .

✓ تحتوي غالباً على معلومات حساسة مثل السجلات الطبية أو بيانات الحسابات البنكية، مع توفير حماية عبر إدخال الرقم السري .

ثانياً: النقود الإلكترونية

أ. تعريفها : يمكن تعريف النقود الإلكترونية بأنها قيمة نقدية مدفوعة مسبقاً ومخزنة على وسيط إلكتروني في حوزة المستهلك، تمثل التزاماً على مصدرها، وتتمتع بقبول واسع من غيره، وتكون متاحة للتبادل الفوري لعمليات الدفع المحدودة القيمة دون الحاجة لإدخال حسابات بنكية، ويحق لحائزها استرداد المبلغ المدفوع عند الطلب.¹

كما ان بعض الأشخاص يعتبرون النقود الإلكترونية مستودعاً للقيمة النقدية، حيث يتم الاحتفاظ بها في شكل رقمي، مما يجعلها متاحة للتبادل الفوري في المعاملات.²

ب. خصائصها : من خلال العرض السابق، يمكننا استنتاج مجموعة من الخصائص التي تميز النقود الإلكترونية، والتي سنقدمها في السطور التالية:³

✓ النقود الإلكترونية تُعتبر قيمة نقدية مخزنة إلكترونياً، حيث تكون بيانات مشفرة وتُضاف على وسائل إلكترونية مثل بطاقات بلاستيكية أو ذاكرة الكمبيوتر الشخصي؛

✓ تتمتع النقود الإلكترونية بالطابع الثنائي الأبعاد، حيث يتم نقلها مباشرة من المستهلك إلى التاجر دون الحاجة لوجود طرف ثالث كوسيط، مما يمثل ميزة في عملية النقل والتبادل .

¹ أحمد السيد لبيب ابراهيم، الدفع بالنقود الإلكترونية، دون طبعة، دار الجامعة الجديدة للنشر والتوزيع، الإسكندرية، مصر، 2009، ص 52.

² نادر عبد العزيز شافي، مرجع سبق ذكره، ص: 84.

³ وائل رفعت علي، الإدارة المالية وسوق المال، دون طبعة، دار التعليم الجامعي للنشر والتوزيع، الاسكندرية، مصر، 2018، ص: 177.

كما نجد كذلك :

- ✓ النقود الإلكترونية غير متجانسة حيث يُصدر كل مصدر نقودًا إلكترونية مختلفة في القيمة أو عدد السلع والخدمات التي يمكن شراؤها بها؛
- ✓ تُعتبر سهلة الاستخدام نظرًا لصغر حجمها وخفة وزنها، مما يجعلها ملائمة للحمل والاستخدام اليومي؛
- ✓ تعتبر عرضة للمخاطر والأخطاء البشرية والتقنية نظرًا لطبيعتها الرقمية والتي تتطلب إجراءات أمنية دقيقة؛
- ✓ تُصدر النقود الإلكترونية عادةً عن طريق شركات أو مؤسسات مالية خاصة، مما يمنحها طابعًا خاصًا وقد يزيد من التحديات في التنظيم والتعامل معها؛
- ✓ تُعترف بها من قبل المؤسسات المالية، ولكن يصاحب ذلك مخاطر محتملة تتعلق بأمن وسلامة البيانات والتحويلات المالية.

ويرى البعض ايضا :

- ✓ تستخدم النقود الإلكترونية في أي وقت، مما يتوافق مع طبيعة الأنترنت والتباين في التوقيتات بين دول العالم، مما يسهل عمليات التجارة الدولية؛
- ✓ توفر وسائل الأمان اللازمة عند استخدامها، مما يجعل من الصعب على القرصنة اختراقها، وبالتالي يتم ضمان سلامة العمليات المالية.

الفرع الثالث: المحافظ الإلكترونية والشيكات الإلكترونية :

مقتضيات تطبيق التسويق والتجارة الإلكترونية في العصر الحديث تتطلب استخدام وتطوير الشيكات الإلكترونية بدلاً من الشيكات الورقية، بالإضافة إلى استخدام المحافظ الإلكترونية التي بدأت تنتشر.

أولاً: المحافظ الإلكترونية :

أ. تعريفها : يمكن أن تتخذ المحفظة الإلكترونية شكل بطاقة ذكية يمكن تثبيتها على الكمبيوتر الشخصي، أو تكون قرصاً مرناً يمكن إدخاله في فتحة القرص المرن في الكمبيوتر، ومن ثم يتم نقل القيمة المالية عبر الإنترنت، المحفظة الإلكترونية تعد كناية عن بطاقة مسبقة الدفع، حيث تتضمن مبلغاً محدداً من النقود مدفوع مسبقاً كاحتياط مالي لصاحب المحفظة. يمكن تثبيتها على الكمبيوتر الشخصي أو تكون قرصاً مرناً يمكن إدخاله في فتحة القرص المرن في الكمبيوتر لنقل القيمة المالية عبر الإنترنت. ومؤخراً، أصبح من الممكن تثبيت هذا النوع من المحافظ على الهواتف الذكية¹.

¹ عدنان محمد يوسف رابعة، مهند مصطفى أحمد عقابية، النقود الإلكترونية، المجلة الإفريقية للدراسات المتقدمة في العلوم الإنسانية والاجتماعية، المجلد 02، العدد 03، قسم الاقتصاد والمصارف الإسلامية، كلية الشريعة، جامعة اليرموك، الأردن، 2022، ص: 73.

ب. خصائصها¹ :

- ✓ تمثل المحفظة الإلكترونية حلاً متطوراً للدفع بالمبالغ الصغيرة، مما يُمكن من التخلص من تكاليف معالجة الشيكات والدفعات الورقية في كل عملية تجارية بها مبالغ صغيرة؛
 - ✓ تساهم في تقليل الاعتماد على النقود وبالتالي تقليل التكاليف المرتبطة بمعالجة النقود؛
 - ✓ تُعتبر وسيلة مناسبة تماماً للصفقات التجارية التي تتطلب سرعة في العمل؛
 - ✓ تستخدم للدفع بالمبالغ الصغيرة، مما يُسهل عمليات الدفع في الحالات التي لا تتطلب مبالغ كبيرة .
- ج. استخدامات ومزايا المحفظة الإلكترونية :

المحافظ الإلكترونية توفر مجموعة شاملة من الاستخدامات والفوائد التي يمكن للمستخدم الاستفادة منها بشكل مثالي، نوضحها فيما يلي² :

- ✓ إمكانية إجراء التحويلات المصرفية إلى محافظ إلكترونية أخرى في جميع أنحاء العالم بسرعة؛
- ✓ الاستغناء عن حمل المحافظ التقليدية بفضل قدرة المحافظ الرقمية على تخزين جميع البطاقات التي يتم استخدامها بشكل يومي؛
- ✓ إيداع النقود الورقية في المحافظ الرقمية عبر أجهزة الصراف الآلي باستخدام رقم الهاتف المحمول؛
- ✓ تحويل الأموال من البنك إلى المحافظ الرقمية عبر خدمة ربط الحساب المصرفي بالمحافظ الرقمية؛
- ✓ توفير الراحة والسهولة لمستخدمي المحافظ الإلكترونية، خاصة أثناء السفر وتوفير الوقت والجهد في إتمام المعاملات اليومية؛
- ✓ تخزين أرقام عدة بطاقات ائتمانية للمستخدم الواحد، مما يتيح له اختيار أي من البطاقات المتنوعة المخزنة في المحفظة الإلكترونية وفقاً لاحتياجاته؛
- ✓ تعزز المحافظ الإلكترونية قدرة الشركات على جمع معلومات إضافية حول سلوك العملاء واعتياداتهم في الشراء، مما يمكنها من تحسين السوق المحلية والعالمية؛
- ✓ تمكن المحافظ الإلكترونية العديد من الأفراد في الدول النامية من المشاركة بفعالية في النظام المالي العالمي، من خلال فتح أبواب جديدة للمستهلكين والتجار على حد سواء .

ثانياً: الشيكات الإلكترونية :

- أ. تعريفها: تستخدم الشيكات الإلكترونية لإتمام عمليات السداد بين الطرفين والوسيط، وتتم عملية توليدها وتبادلها عبر الإنترنت، مع خصم المبلغ من حساب العميل وإضافته إلى حساب التاجر.

¹ أحمد بوراس، السعيد بريكة، مرجع سبق ذكره ص: 235.

² أمير علي خليل، دور محفظة الموبايل الرقمية في تعزيز حجم التجارة الإلكترونية، مجلة الإدارة والاقتصاد، كلية الإدارة والاقتصاد، المجلد 08، العدد 30، جامعة كربلاء، العراق، جوان 2019، ص: 468.

الشيك الإلكتروني هو نوع من الشيكات المعالجة إلكترونياً، حيث يتضمن أمراً من شخص محدد (الساحب) إلى البنك المسحوب عليه بدفع مبلغ نقدي لصالح شخص آخر يُسمى المستفيد . وهو عبارة عن رسالة إلكترونية مؤمنة وموثقة تحتوي على بيانات مثل رقم الشيك، واسم الدافع، واسم المصرف، ورقم حساب الدافع، واسم المستفيد، والمبلغ المالي. يرسلها مصدر الشيك إلى مستلم الشيك لكي يعتمده ويقدمه للمصرف عبر الإنترنت، الذي يقوم بتحويل قيمة الشيك إلى حساب حامله، ثم يتم إلغاء الشيك وإعادةه إلكترونياً إلى مستلمه¹.

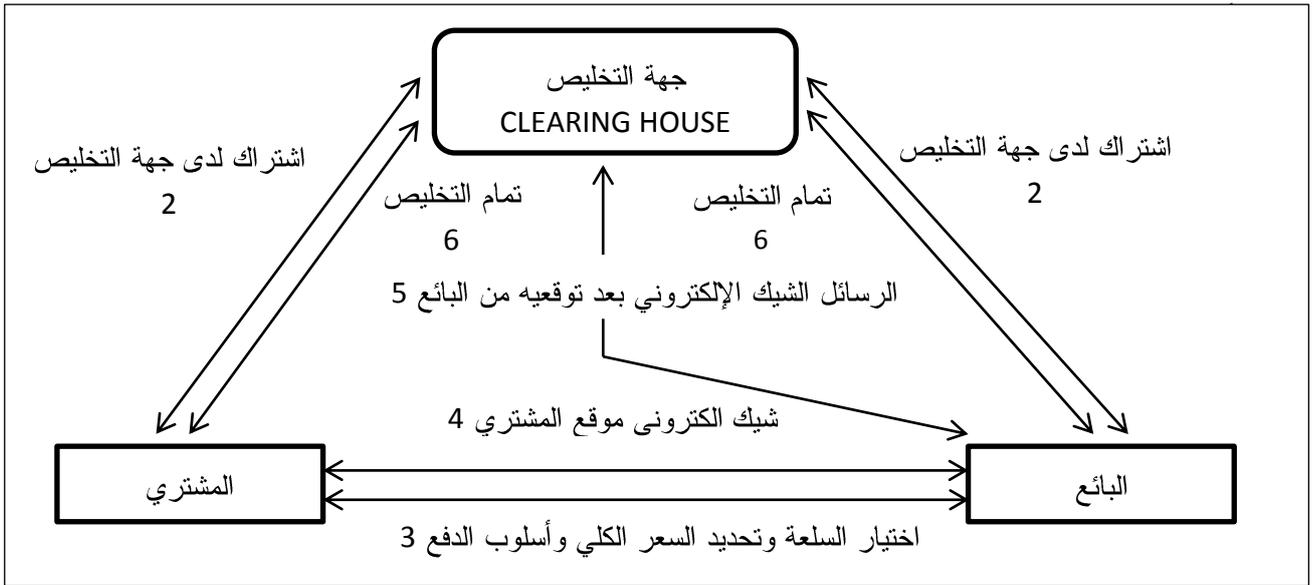
ب. خصائصها : تتميز الشيكات الإلكترونية بعدة خصائص نذكر منها²:

- ✓ الشيكات الإلكترونية تخضع للإطار القانوني نفسه المعمول به في الشيكات الورقية؛
 - ✓ دفتر الشيكات الإلكتروني يقدم نفس الوظائف للشيك الورقي، مع توفير السرية والأمان؛
 - ✓ تقليل تكاليف الإدارة وحل مشاكل الدفع؛
 - ✓ التزويد والنقل والطباعة وزيادة السرعة من مزايا الشيكات الإلكترونية.
- ### ج. خطوات استخدام الشيك الإلكتروني: يمر استخدام الشيك الإلكتروني بعدة مراحل هي³ :
- ✓ يقوم العميل بفتح حساب خاص لدى البنك وتسجيل التوقيع الإلكتروني في قاعدة البيانات؛
 - ✓ يتم إشراك البائع لدى البنك وفتح حساب له مع تحديد التوقيع الإلكتروني أيضاً؛
 - ✓ يقوم المشتري بتحديد السلعة أو الخدمة والتاجر للشراء منه، وتحديد السعر الكلي وطريقة الدفع؛
 - ✓ يقوم العميل بملء الشيك إلكترونياً بالبيانات المطلوبة وتوقيعه إلكترونياً، ثم يتداوله بين الساحب والمستفيد؛
 - ✓ يرسل المستفيد الشيك إلى البنك الذي يحتوي على حسابه، ويقوم البنك بخصم قيمة الشيك من حساب العميل الساحب؛
 - ✓ يتم نقل القيمة المالية إلى المستفيد عبر البنك الذي يمتلك فيه حسابه .

¹ مصطفى كمال طه، وائل أنور بندق، الأوراق التجارية، مكتبة الوفاء القانونية للنشر والتوزيع، الإسكندرية، مصر، 2016، ص 495.

² أحمد بوراس، السعيد بريكة، مرجع سبق ذكره، ص ص 221-222.

³ بحماوي الشريف، سليمان مصطفى، خصوصية وسائل الوفاء الإلكتروني ودورها في المعاملات التجارية، مجلة الأستاذ الباحث للدراسات القانونية والسياسية، المجلد 01، العدد 07، 30 أوت 2017، ص 136.



المصدر: نادر شعبان ابراهيم السواح، النقود البلاستيكية، دون طبعة، الدار الجامعية للنشر والتوزيع، دون بلد نشر، 2006، ص: 121.

د. وظائف الشيك الإلكتروني: يعمل على تحقيق مجموعة من الوظائف الأساسية تتمثل في¹:

➤ الشيك، سواء كان ورقياً أو إلكترونياً، يعتبر بديلاً عن استخدام النقود الورقية، حيث يمثل مبلغاً مالياً ويحقق الوظيفة التقليدية للشيك بتوفير وسيلة للدفع والتسديد بدون الحاجة إلى حمل النقود الورقية وتعرضها للمخاطر.

➤ الشيك، سواء كان ورقياً أو إلكترونياً، يعتبر أداة موثوقة للوفاء بالتزامات الديون، حيث يمثل تحرير الشيك عملية وفاء بالحقوق، ويعتبر استخدامه إشارة إلى الانتهاء من الالتزام المالي في التاريخ المحدد.

الفرع الرابع: التحويلات المالية الإلكترونية والفاتورة الإلكترونية والنقود الافتراضية:

من بين وسائل الدفع الحديثة، يشتهر النقل المالي الإلكتروني والفواتير الإلكترونية، وهما شائعان بشكل خاص في الدول المتقدمة.

أولاً: التحويلات المالية الإلكترونية

أ. تعريفها: يُعرف قانون تحويل الأموال الإلكترونية الأمريكي بأنها عملية نقل الأموال التي تبدأ أو تُنفذ من خلال وسيلة إلكترونية مثل الهاتف أو الحاسوب أو شريط مغناطيسي، بهدف توجيه أو تفويض

¹ محمد الأمين مومني، الشيك الإلكتروني المفهوم والأهمية، المجلة الجزائرية لقانون الأعمال، العدد 01، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة طاهري محمد، بشار، الجزائر، جوان 2020، ص ص 138-139.

الفصل الأول : الإطار النظري للصيرفة الإلكترونية

منشأة مالية لإجراء عملية مالية في الحساب. تتضمن الاتصالات الإلكترونية الرسائل المرسله بين العميل والمؤسسة المالية بشكل يسمح بعرض أو توثيق النص على شاشة الحاسوب¹.

التحويل الإلكتروني للأموال النقدية يشمل أي أمر يتم إنشاؤه جزئياً أو كلياً بواسطة وسيلة إلكترونية، حيث يُفوض العميل فيه المصرف أو المؤسسة المالية أو أي مؤسسة مرخصة لإجراء عملية دفع إلكترونية أو تحويل إلكتروني للأموال النقدية أو تنفيذ عملية دائن أو مدين على حسابه أو حساب آخر، وفقاً لترخيص من مصرف لبنان أو تفويض قانوني².

نقصد بـ"أداة التحويل الإلكتروني" كل وسيلة تقوم بطريقة الكترونيا بصيغة كلية أو جزئية بالعمليات الآتية³:

- ✓ تحويل المبالغ المالية .
 - ✓ سحب وإيداع الأموال.
 - ✓ الوصول إلى الحساب .
 - ✓ إعادة شحن أو تفريغ وسيلة الدفع القابلة للشحن .
- ب. فوائد التحويلات المالية الالكترونية :

تتيح هذه التحويلات جملة من الفوائد تتمحور فيما يأتي :

- النظام يوفر النقدية على الفور، مما يزيد من سرعة التدفق النقدي ودوران الأموال .
- يقلل النظام من تكاليف الخدمات المصرفية بفضل إلغاء العديد من العمليات التقليدية، مثل معالجة الشيكات والحسابات الخسارة .

ثانياً: الفاتورة الالكترونية

أ. تعريفها: الفاتورة الإلكترونية هي تلك التي تُصدر عبر وسائل إلكترونية، تحتوي على المعلومات الرئيسية كفاتورة الورقية، وتستخدم في التعاملات التجارية بديلاً عن الفواتير الورقية، محافظة على الثقة والموثوقية والوضوح، وتقدم نفس الوظائف والخدمات لكل من يصدرها أو يستلمها أو يتعامل معها⁴.

¹ محمد فهمي سليم عزوي، ماهية عقد التحويل الإلكتروني للأموال وأثاره بواسطة البنوك التجارية الأردنية، مجلة جامعة الزيتونة الأردنية للدراسات القانونية، المجلد 02، الإصدار 03، كلية الحقوق، جامعة الزيتونة، الأردن، 2021، ص 287.

² لبنان، المعاملات الإلكترونية والبيانات ذات الطابع الشخصي، قانون رقم 81 تاريخ: 2018/10/10، صدر عن رئيس الجمهورية رئيس مجلس الوزراء سعد الدين الحريري، الفصل الثالث، المادة 41، الجزء 01، ص: 541.

³ تونس، القانون المتعلق بالتحويل الإلكتروني للأموال، قانون رقم 51 المؤرخ في 2005/06/27، يصدر عن رئيس الجمهورية زين العابدين بن علي، الفصل الأول.

⁴ مبروك محمد السيد نصير، استخدام برنامج الرقمنة الحكومية لمنظومة الإقرارات الإلكترونية والفاتورة الإلكترونية في تطبيق الفحص الضريبي الإلكتروني بمصلحة الضرائب، المجلة العلمية للدراسات والبحوث المالية والتجارية، المجلد 04، العدد 01، كلية التجارة، جامعة دمياط، مصر، جانفي 2023، ص 623.

ب. مميزاتهما: من التعريف السابق نستنتج ان منظومة الفواتير الإلكترونية تتميز بجملة من الخصائص هي¹ :

- ✓ الفواتير الإلكترونية تُثبت بشكل فوري صحة العملية التجارية ويتم إرسالها واستلامها بعد توقيعها إلكترونياً؛
- ✓ يتم تخصيص رقم فريد لكل فاتورة يُعرف باسم "الرقم التعريفي" ؛
- ✓ تظهر الفواتير الإلكترونية بتنسيق موحد من حيث الشكل والمحتوى؛
- ✓ توفر الفواتير الإلكترونية مستويات عالية من الأمان بفضل التوقيع الإلكتروني، مما يضمن سلامة البيانات؛
- ✓ تتميز الفواتير الإلكترونية بسهولة الاستخدام والمرونة في الإدارة؛
- ✓ يمكن حفظ بيانات الفاتورة الإلكترونية واسترجاعها واستعراضها وطباعتها بسهولة لكل من البائع والمشتري والجهة المعنية .

ثالثاً: النقود الافتراضية :

تُعتبر النقود الافتراضية المشفرة من أحدث أشكال النقود الرقمية، وقد انتشرت استخداماتها في العقدين الأخيرين في العديد من الدول نظراً لانخفاض تكلفتها وسهولة استخدامها وسرعتها، تتم إنشاء هذه العملات عبر نظام تقني متكامل، بدون الحاجة لهوية معينة للفرد أو المجموعة التي تقوم بإنشائها .

أ. تعريفها : عرفت النقود الافتراضية بعدة تعاريف نذكر أهمها :

- هي تمثيل رقمي للقيمة يصدر بواسطة مطورين خاصين كوسيلة للحساب، ويمكن الوصول إليه وتخزينه والتعامل به إلكترونياً، ويستخدم لمجموعة متنوعة من الأغراض عندما يتفق الأطراف على استخدامه .
 - العملة الافتراضية هي عملة مشفرة تستخدم كنظام دفع عالمي يتم تداولها عبر الإنترنت، وتخلو من وجود فيزيائي في الواقع، ولا يتحكم فيها أحد، ولا تُطبع مثل العملات الورقية التقليدية، تختلف عن العملات التقليدية بعدم وجود أرقام تسلسلية وعدم دعمها من الدولة، ويمكن الحصول عليها عن طريق المشاركة في عملية إنتاجها أو شرائها من المواقع المتخصصة أو تبادلها مع أشخاص آخرين، أحد الأمثلة البارزة على العملة الافتراضية هي البيتكوين .
 - وعرفت أيضاً:
- العملة الرقمية:** تمثل قيمة نقدية بشكل رقمي، غير مصدرة من بنك مركزي أو سلطة عامة، وغير مرتبطة بالعملة الورقية، ولكنها مقبولة كوسيلة للدفع من قبل الأشخاص الطبيعيين أو الاعتباريين، ويمكن نقلها وتخزينها وتداولها إلكترونياً .

¹ مبروك محمد السيد نصير، مرجع سبق ذكره، ص ص 623-624.

كما انها: العملة الوسيطة هي وسيلة تبادل تعمل مشابهة للعملة في بعض البيئات، لكنها لا تتمتع بكل صفات العملة الحقيقية .

ب. خصائص العملة الافتراضية : تمتاز العملات الافتراضية بعدة خصائص نذكر منها :

- ✓ عملة رقمية غير مادية ولا تمتلك قيمة ذاتية، وتعتبر غير نظامية حيث لا تدعمها جهة رسمية، ويتم تبادلها بالعملات الرسمية عبر الإنترنت عبر مواقع متخصصة أو أجهزة صراف آلية؛
- ✓ يمكن لجميع المتعاملين التعدين عليها بحسب قدراتهم التقنية، وتستخدم فقط من خلال الإنترنت في نطاق المؤسسات والشركات والهيئات والمواقع الإلكترونية المقبولة؛
- ✓ لا يوجد حد معين للإنفاق أو الشراء مثلما هو الحال في بطاقات الائتمان، ولا يمكن للجهات الرقابية تتبع أو مراقبة العمليات التجارية التي تتم بها؛
- ✓ نظراً لطبيعتها اللامركزية وتقنياتها المتطورة، فهي تعتبر وسيلة مناسبة للشراء والبيع بطريقة سهلة وسريعة.

المطلب الثالث : العوامل المساعدة والمعركة لنجاح وسائل الدفع الإلكتروني

على الرغم من حداثة وسائل الدفع الإلكتروني، إلا أنها وصلت إلى مرحلة يمكن فيها تقييمها وتحديد العوامل المساعدة في نجاحها أو عرقلتها في التطور .

الفرع الأول : العوامل المساعدة في نجاح وسائل الدفع الإلكتروني

لقد تعددت العوامل المساعدة في نجاح وسائل الدفع الإلكتروني التي نجد منها¹:

1. ظهور البنوك الإلكترونية وخدمات مصرفية جديدة : استفادت البنوك من انتشار الإنترنت وتطوره في المجال التجاري الإلكتروني، حيث شهدت ثورة في العمليات المصرفية، مما جعلها أكثر فعالية وسرعة في تقديم الخدمات. ظهرت البنوك الإلكترونية التي تقدم مزايا مثل تنظيم الدفعات، وتسيير العمل، وضمان الأمان، بالإضافة إلى تقليل الأعمال الورقية، وزيادة رضا العملاء، وتوفير التكاليف .
2. ظهور منظمات ومؤسسات مالية عالمية في مجال المدفوعات: ظهور منظمات ومؤسسات عالمية رائدة في إنتاج وتسويق وسائل الدفع الإلكتروني، جنباً إلى جنب مع الجهات المصدرة للبطاقات البنكية، ساهم في انتشار واستخدام هذه الوسائل في مختلف دول العالم. ويمكن ان نقسم هذه المؤسسات كما يلي :

¹ هادف حيزية، نجاح وسائل الدفع الإلكتروني والتحول الجوهري إلى عمليات التفاعل مع التجارة الإلكترونية، مجلة الاقتصاد الجديد، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير جامعة المدينة، الجزائر دون تاريخ نشر، ص: 8.

✓ المنظمات العالمية المصدرة للبطاقات ليست مؤسسات مالية بل نوادٍ، تمتلك العلامات التجارية للبطاقات وتمنح تراخيص للبنوك لإصدارها .

✓ المؤسسات المالية العالمية لا تحتاج لتراخيص لإصدار البطاقات المصرفية، ومن بين أشهرها "أمريكان إكسبرس" و"الدينرز كلوب" .

ونرى كذلك من بين أهم المقومات في نجاح وسائل الدفع الإلكتروني ما يلي¹:

✓ توعية الجمهور بخدمات المصارف الإلكترونية؛

✓ تحسين موقع البنك على الإنترنت؛

✓ إلغاء الرسوم على الخدمات المصرفية الإلكترونية؛

✓ توفير بنية تحتية مناسبة من قبل الحكومة والمؤسسات المالية .

الفرع الثاني : العوامل المعرّقة لنجاح وسائل الدفع الإلكتروني

بالرغم من النجاح والراحة التي توفرها وسائل الدفع الإلكتروني، إلا أن هناك عوامل تعيق هذا النجاح

وتقلل من الثقة بها نذكرها كالتالي² :

1. مخاطر المعاملات الإلكترونية والجرائم الإلكترونية : الجرائم الإلكترونية هي النوع الشائع

للجرائم في الوقت الحاضر، حيث توفر مزايا كثيرة للمجرمين تدفعهم إلى ارتكابها. يمكن تعريف الجرائم الإلكترونية على أنها الجرائم التي لا تقتصر على حدود جغرافية، وتُرتكب عبر الحاسوب وشبكة الإنترنت، بواسطة أشخاص ملمين بتلك التقنيات .

وقد كان لظهور وسائل الدفع الإلكتروني عاملاً مساهماً في ظهور هذا النوع من الجرائم كما يلي :

➤ **انتحال شخصية الفرد:** يتم عندما يستغل اللصوص بيانات شخصية مثل العنوان وتاريخ الميلاد لشخص ما على الإنترنت، للحصول على بطاقات ائتمانية .

➤ **جرائم السطو على أرقام البطاقات:** يصبح الأمر سهلاً عبر الإنترنت، حيث يزداد تكرار حوادث الاختراق والاستيلاء على أرقام البطاقات، مما يؤدي في بعض الحالات إلى محاولات ابتزاز للمستخدمين للحصول على تلك الأرقام أو منع نشرها .

➤ **غسيل الأموال باستخدام البطاقات البنكية:** يشمل عمليات سحب مبالغ كبيرة من الصراف الآلي في بلد أجنبي، ثم تحويل هذه المبالغ بطرق غير مشروعة لتبدو كأموال مشروعة .

➤ **السلب بالقوة الإلكترونية:** يشمل تزوير البيانات واستخدام الحاسوب للتلاعب بالمعلومات، مثل إدخال بيانات زائفة للحصول على مبالغ مالية أو دفع فواتير مزيفة .

¹ منصورى الزين، وسائل وأنظمة الدفع والسداد الإلكترونية (عوامل انتشار وشروط النجاح)، مجلة الاقتصاد الجديد، العدد 00، جامعة البليدة، الجزائر، ديسمبر 2009، ص 152.

² عبد الرحيم وهبية، تقييم وسائل الدفع الإلكترونية ومستقبل وسائل الدفع التقليدية في ظل وجودها، مجلة الاقتصاد الجديد، العدد 02، المركز الجامعي لتمنراست، الجزائر، العدد 02، 2010، ص 197.

2. جرائم البطاقات البنكية: إضافة إلى الجرائم الإلكترونية نجد ما يسمى بجرائم البطاقات البنكية، حيث تتمثل هذه الجرائم فيما يلي¹ :

أ. الجرائم التي يرتكبها العميل نفسه باستخدام البطاقات البنكية: يمكن للعميل أن يستخدم بطاقته بطرق غير مشروعة للحصول على أموال، مخالفاً بذلك العقد الذي يربطه بالبنك نذكرها فيما يلي:

✓ تجاوز حامل البطاقة لرصيد السحب عبر أجهزة الصراف الآلي؛

✓ سوء استخدام بطاقات انتهت صلاحيتها؛

✓ استخدام البطاقة بعد إلغائها؛

✓ سوء استخدام بطاقة ضمان الشيك .

ب. الجرائم التي يرتكبها الآخرون باستخدام البطاقات الإلكترونية : تشمل :

✓ استخدام بطاقات مسروقة أو مفقودة؛

✓ السحب باستخدام بطاقة إلكترونية مزورة .

3. مخاطر وسائل الدفع الإلكتروني:

لا تخلو الخدمات المصرفية الإلكترونية المقدمة من طرف البنوك والمؤسسات المالية من العديد من المخاطر نذكر منها² :

➤ **المخاطر القانونية:** عند قيام البنك بعمليات بنكية خارج حدوده، يجب عليه الامتثال لقوانين البلد والرقابة التنظيمية المحلية المنظمة لتلك العمليات .

➤ **مخاطر السمعة :** عدم توافر وسائل الحماية الكافية لبيانات العملاء يمكن أن يؤدي إلى تشكيل رأي سلبي تجاه البنك، مما يؤثر على سمعته وأدائه المالي، ويقلل من ثقة العملاء وبالتالي قد يؤدي إلى تقليل الأرباح وفقدان الثقة .

➤ **مخاطر المعاملات المصرفية الإلكترونية :** نتيجة لطبيعة هذه المعاملات، ينشأ تهديدات أمنية سواء من النظام الداخلي للبنك أو من خارجه، ويتعين على البنوك اتباع ممارسات سليمة لضمان سرية البيانات والاعتماد على خبراء في هذا المجال .

➤ **المخاطر التنظيمية:** علاقة البنوك الإلكترونية بالبنك المركزي تتسبب في تحديات تنظيمية، حيث يصعب مراقبة وتحديد الكتلة النقدية مع وجود النقود الإلكترونية وتداول أشكال متعددة من النقود

¹ بوزيتونة رباح نصر الدين، دور وسائل الدفع الإلكترونية في تطوير وعصرنة الخدمات البنكية، مذكرة ماستر أكاديمي كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد الصديق بن يحيى، جيجل، الجزائر، 2021/2020، ص 33.

² جودي نبيل، صبيحي زكرياء، دور أنظمة الدفع الإلكترونية في تحسين المعاملات المصرفية، مذكرة ماستر أكاديمي، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، الجزائر، 2022/2021، ص 23.

الفصل الأول : الإطار النظري للصيرفة الإلكترونية

التي تصدرها مؤسسات مصرفية وغير مصرفية، مما يسهل خروج الأموال خارج نطاق رقابة السلطة النقدية.

خلاصة الفصل

مع تطور التجارة الإلكترونية وتوسع عملياتها، أصبح لابد من نوعية جديدة من البنوك الغير التقليدية تفوق نمط الأداء الاعتيادي ولا تكون مقيدة بمكان أو زمان محدد، وكحصىلة للنمو المتزايد لتكنولوجيا المعلومات والاتصال جاءت البنوك الإلكترونية التي ساهمت وبشكل كبير في تقديم خدمات مصرفية إلكترونية متنوعة باستعمال أنظمة دفع حديثة منحت العديد من المزايا للمتعاملين لم يتحصلوا عليها باستعمالهم الوسائل التقليدية مختصرة بذلك الوقت والمكان وبتكاليف أقل.

كما أن البنوك من خلال انتهاج أساليب الصيرفة الإلكترونية استطاعت تقديم خدمات مصرفية متطورة ومواكبة للعصر، كما رفعت من حجم السوق المستهدف لديها، من خلال تقديم خدمات المصرفية عن بعد وكذل تنويع خدماتها وتحديث المستمر لها، الأمر الذي ساهم في بناء قاعدة عملاء جيدة وزيادة ولائهم من خلال عناصر السرعة والفاعلية وخاصة قلة التكاليف.

الفصل الثاني: الخدمات
المصرفية

تمهيد :

شهد العالم ثورة تكنولوجية نوعية وهائلة بدءا بنهاية القرن التاسع عشر وبداية القرن العشرين، هذه الثورة ازدادت زخما خلال القرن الحالي، وتداخلت التكنولوجيا والابتكارات الرقمية مع مختلف مناحي الحياة، فلقد أثرت التكنولوجيا في جميع النواحي سواء السياسية أو الاجتماعية وكذلك في الاقتصاد والثقافة.

وكان الاقتصاد أكثر المتأثرين بثورة التكنولوجيا والرقمنة، حيث أصبحت جل القطاعات الاقتصادية تستعمل الوسائل التكنولوجية وكذا البرامج والتطبيقات ووسائل التواصل وكذا الانترنت في تسيير شؤونها.

وكغيره من القطاعات لم يكن القطاع المصرفي في منأى من تدخل التكنولوجيا الرقمية في تسيير شؤون المصارف ومختلف المؤسسات المالية، وكذا مختلف الهيئات الناشطة في هذا القطاع، ولأن أهم ما يميز القطاع المصرفي هو شدة المنافسة بين مختلف الفاعلين فيه خاصة المصارف، كانت جودة الخدمة المصرفية المقدمة للعملاء وتنوع المنتجات المصرفية أهم متغير في هذه لمنافسة وأهم عامل في جذب العملاء وتوسيع قاعدتهم لدى مختلف البنوك.

الأمر الذي اضطر البنوك إلى تبني الصيرفة الإلكترونية كمنهج بديل عن الصيرفة التقليدية للحفاظ على مكانتها وتعزيز تموقعها في القطاع المصرفي.

ولقد تطرقنا في هذا الفصل من خلال مباحثه الثلاث إلى ماهية الخدمة المصرفية وعصرنتها وتأثير الصرافة الإلكترونية على الخدمات المصرفية.

المبحث الأول: ماهية الخدمة المصرفية

إن أهم ما يميز حياة المجتمعات هو الخدمات المقدمة لتسهيل شؤون الحياة وقضاء الحاجيات، ويشمل مصطلح الخدمة كل ما يقدم للأفراد والجماعات في سبيل قضاء مصالحهم، ومن بين الخدمات الحديثة التي يشهدها القطاع الاقتصادي وتعتبر مقياساً لتطور البلد الخدمة المصرفية.

المطلب الأول: مفهوم الخدمة المصرفية وأنواعها

الفرع الأول: مفهوم الخدمة المصرفية

الخدمة هي مجموعة من الأنشطة التي تؤدي إلى إشباع حاجة أو مجموعة حاجات لدى العميل، أو هي أنشطة وفعاليات غير ملموسة تهدف إلى إشباع حاجات المستهلك الأخير أو المستعمل (المشتري) مقابل دفع مبلغ معين من المال. والخدمة هي أنشطة تتمتع بطبيعة غير ملموسة إلى حد قريب أو بعيد وتتم عادة من خلال التعامل بين العميل وموظفي المؤسسة.¹

ومن بين الخدمات نجد الخدمة المصرفية التي هي عبارة عن أنشطة ومنافع أو إشباعات يقدمها البنك لعملائه، وهي بطبيعتها غير ملموسة ولا يترتب عن بيعها نقل ملكية وقد يرتبط إنتاجها وتقديمها بمنتج مادي ملموس.²

كما تعرف الخدمات البنكية على أنها التعاملات المالية التي تقدمها البنوك إلى المؤسسات.

وفي حال كان تعامل البنك مع الأفراد فإنه يعرف باسم بنك التجزئة، أما بنك الاستثمار فهو البنك الذي يتعامل مع أسواق رأس المال وتشمل الخدمات المصرفية التي يتم تقديمها للأعمال، تقديم القروض والائتمان وحساب التوفير والحسابات الجارية.³

وقد عرفت الخدمات البنكية تأثيراً كبيراً بتطور مفهوم التسويق على مر العصور، ويمكن في هذا الصدد تقسيم مراحل تطور الخدمات البنكية إلى ما يلي:

- 1. الخدمات المصرفية في مرحلة ما قبل التصنيع:** هذه المرحلة شهدت ظهور النقود كوسيط مقبول للتبادل لتحل محل المقايضة التي كانت سائدة في تلك المرحلة، ثم بدأ تشكل الفرائض النقدية وبدأت الثروات تظهر لدى الأسر والأشخاص، مما اضطرهم إلى إيداعها في المعابد ومن هنا بدأت فكرة البنوك تتبلور ثم ظهرت القروض ومن بعد ذلك البنوك.
- 2. الخدمات المصرفية في فترة التصنيع:** شهدت هذه المرحلة تراكم رؤوس الأموال والثروات نتيجة تزايد السلع والخدمات جراء الثورة الصناعية، مما أدى إلى تزايد الودائع وهذا بدوره يتطلب وجود بنوك

¹ حسام علي اللامي، محاضرات في التسويق المصرفي في جامعة بغداد، كلية الإدارة والاقتصاد، قسم التمويل والمصارف، جامعة بغداد، سنة 2005، ص 15.

² مرجع سبق ذكره، ص 16.

³ مروة حمزة، مفهوم الخدمة المصرفية وأنواعها، نقلاً عن الرابط التالي:

منظمة ومتخصصة تكون على هيئة مؤسسات لها تنظيم إداري وتتمتع بالخبرة والكفاءة التي تؤهلها للتعامل مع الأراضية المالية الكبيرة.

3. الخدمات المصرفية في مرحلة التقدم الصناعي: ما يميز هذه المرحلة هو تعاظم استخدام التكنولوجيا المتطورة في تقديم الخدمات البنكية وازدادت حدة المنافسة بين مختلف المؤسسات المصرفية، مما انعكس على الخدمات البنكية كما ونوعا.

4. الخدمات المصرفية في مرحلة ما بعد التقدم الصناعي: في هذه المرحلة تطورت الخدمات المصرفية بشكل كبير وازداد عدد الخدمات التي تقدمها البنوك، لتشمل مجموعة واسعة من الخدمات الجديدة وأدخلت تطورات جديدة على الخدمات المصرفية القديمة.

5. الخدمات المصرفية في العصر الحديث: في هذه المرحلة شهدت الخدمات المصرفية تحولا كبيرا نتيجة للتكنولوجيا والابتكارات الرقمية، مما جعلها أكثر سهولة وتنوعا وزادت من إمكانية وصولها للعملاء وتم تبني التكنولوجيا الحديثة في مختلف نواحي أعمال البنوك، فظهرت الخدمات البنكية عبر الانترنت وعبر الهاتف وظهور البنوك الرقمية وغيرها¹.

الفرع الثاني: أنواع الخدمة المصرفية

يمكن تعريف الخدمات المصرفية على أنها مجموعة من العمليات ذات المضمون النفعي الذي يتصف بتغلب العناصر غير الملموسة التي لا وجود مادي لها والتي تدرك من قبل الأفراد والمؤسسات من خلال دلالاتها وقيمتها النفعية، بحيث تشكل مصدرا لإشباع حاجاتهم المالية والانتمائية الحالية².
إن الخدمات المصرفية تتنوع وتختلف ويمكن تقسيمها بشكل أساسي إلى أربعة أنواع كما يلي: خدمات البنوك، خدمات التامين، خدمات الاستثمار وخدمات تبديل العملات، كما أن لكل خدمة مزايا وأطرافها الذين يختلفون باختلاف الخدمة المطلوبة³

أولا: خدمات البنوك

خدمات البنوك هي إحدى أنواع الخدمات المصرفية التي تعمل البنوك في أنحاء العالم على تقديمها للعملاء كلا وفق احتياجاته، ومن بينها:

➤ تقديم القروض: تعد البنوك منظمات تجارية تهدف إلى الربح لذا يعد تقديم القروض احد أهم الخدمات التي يتم تقديمها، وذلك بهدف جني الفوائد، وتقوم البنوك على تقديم القروض قصيرة الأجل، متوسطة الأجل وطويلة الأجل بعد الاحتفاظ بالاحتياطيات النقدية⁴

¹ نادية عبد الرحيم، تطور الخدمات المصرفية ودورها في تفعيل النشاط الاقتصادي، دراسة حالة الجزائر، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، قسم العلوم الاقتصادية، جامعة الجزائر 03، سنة 2010/2011، ص 09.

² حسام علي اللامي، مرجع سبق ذكره، ص 07.

³ مروة حمزة، مرجع سبق ذكره.

⁴ حسام علي اللامي، مرجع سبق ذكره، ص 07.

- **الشيك المصرفي:** هذه الخدمة تمكن العميل من إصدار شيك مسحوب على البنك للمستفيد الأول والذي يمكن العميل من دفع قيمة سلعة أو خدمة معينة تقدم للعميل من جهة أخرى.
- **صناديق الأمانات:** تقوم بعض البنوك بتوفير صناديق أمانات لبعض عملائها لحفظ الأوراق الهامة والمجوهرات¹.
- **تحصيل ودفع أدوات الائتمان:** تقدم البنوك العديد من أدوات الائتمان المختلفة مثل: الكمبيالات والسندات والشيكات.
- **صرف العملات الأجنبية:** تقوم البنوك على صرف العملات الأجنبية بالعملات المحلية من أجل تسوية المستحقات في التجارة الدولية.
- **الاستفسارات:** تعمل البنوك على توظيف خبراء ماليين وقانونيين يعملون على تقديم المشورة للعملاء فيما يتعلق بالاستثمار والصناعة والتجارة والضرائب.
- **تسهيلات الضمان البنكي:** تعمل البنوك التجارية الحديثة على تقديم نفسها كضمان للعميل في حال اضطر العميل لإيداع أموال معينة في أحد المكاتب الحكومية أو المحاكم، فإن البنك يكون هو الضمان لهذا العميل.
- **تحويل الأموال:** من خدمات البنوك التي تقدمها لعملائها حيث يتم تحويل الأموال من مكان إلى آخر باستخدام الشيكات والحوالات.
- **بطاقات الائتمان:** تعمل بطاقات الائتمان على السماح لحاملها بإجراء عمليات شراء للسلع والخدمات.
- **خدمات أجهزة الصراف الآلي:** تعمل أجهزة الصراف الآلي على تقديم العديد من الخدمات المصرفية كالإيداع والسحب والاستعلام عن الرصيد.
- **خدمات بطاقات الخصم:** وهي البطاقات التي تمكن حاملها من سحب الأموال إلكترونياً من حساب حامل البطاقة.
- **الخدمات المصرفية عبر الإنترنت:** وهي خدمات تقدمها البنوك لأصحاب الحسابات بحيث تمكنهم من الوصول إلى بيانات حساباتهم عبر الإنترنت وتتيح لهم القيام بالعديد من العمليات، مثل تحويلات الحساب، دفع الفواتير والاستعلام حول الرصيد.
- **الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول:** تتيح الوصول إلى الحسابات ومعرفة المدفوعات والمعاملات المصرفية الأخرى عبر الهاتف المحمول².

ثانياً: خدمات التأمين

تعتبر فرنسا من أوائل الدول التي أطلقت مشروع التأمين البنكي، ففي سنة 1970 قام بنك Great Mutue بإطلاق منتجين أولهما منح التأمين على الحياة والثاني منح التأمين ضد الخطر والحريق وضد

¹ إياد عبد الفتاح النصور، تسويق المنتجات المصرفية، دار الصفاء للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، سنة 2015، ص 10.

² مرجع سبق ذكره، ص 12.

الفصل الثاني: الخدمات المصرفية

الأخطار الأخرى، وبهذا وضعت أولى الخطوات في مجال التأمين البنكي كما قامت أيضا بالتأمين على القروض الموجهة للمقترضين لمواجهة حالات القروض المتعثرة، وبهذا كانت شركة MAC السبابة لما أطلق عليه فيما بعد التأمين البنكي¹.

أما في اسبانيا فقد بدأ ظهور نشاط التأمين البنكي في ثمانينات القرن الماضي، ثم توالى ظهوره في الدول الغربية الأخرى كبلجيكا، ألمانيا، إيطاليا... الخ².

وقد تعددت تعاريف التأمين البنكي بتعدد نماذجه الاستراتيجية وتعدد جهات نظر الاقتصاديين والمفكرين، حيث تعرف خدمات التأمين التي تقدمها البنوك على أنها خدمات من قبل المؤسسات الفيدرالية للتأمين على الودائع الموجودة في البنوك، بحيث يساعد التأمين المصرفي على توفير الحماية للأفراد الذين يودعون أموالهم في البنوك في حال تعرض هذه البنوك للإفلاس، ومن خدمات التأمين التي تقدمها البنوك ما يلي:

- ✓ التدقيق في حسابات السحب.
- ✓ تأمين حسابات التوفير.
- ✓ تأمين حسابات ايداع تسوق المال.
- ✓ تأمين الودائع مثل شهادات الايداع.
- ✓ تأمين شبكات تأمين الصندوق.
- ✓ تأمين الحوالات البريدية.
- ✓ تأمين الحسابات المشتركة.
- ✓ تأمين الأصول المحتفظ بها للآخرين من اجل دفع حسابات الوفاة.
- ✓ تأمين انواع معينة من حسابات مدخرات التقاعد.

ثالثا: خدمات الاستثمار

تهدف بنوك الاستثمار إلى ربط المستثمرين بالإعمال، حيث تقوم البنوك الاستثمارية على العمل مع الشركات من خلال بيع السندات التي تعد من أنواع القروض، فالبنوك الاستثمارية تعمل على توزيع السندات من الشركة على العملاء وتعرف الخدمات التي تقدمها هذه البنوك باسم خدمات الاستثمار investment Banking، التي تعرف على أنها العمليات المصرفية التي تهدف إلى مساعدة الأفراد أو المنظمات على زيادة رأس المال وتقديم خدمات الاستشارات المالية لهم وغيرها من الخدمات المصرفية الأخرى، ونذكر منها ما يلي:

¹ نبيل قبلي، تقماري سفيان، التأمين المصرفي في الجزائر بين النظرية والواقع، الملتقى الدولي السابع حول الصناعة التأمينية الواقع العملي وآفاق التطوير، جامعة حسبية بن بوعلي شلف، 4/3 ديسمبر 2012، ص ص 3-4.

² يوميس كنزه، زروقي نادية، تطبيق التأمين في البنوك كتاب بونك مذكرة نهاية الدراسة مالية وبنوك، كلية العلوم الاقتصادية جامعة مولود معمري تيزي وزو، سنة 2018، ص 20.

الفصل الثاني: الخدمات المصرفية

- ✓ طرح أسهم الشركات الجديدة للاكتتاب العام.
- ✓ تداول الملكية.
- ✓ تداول الأوراق المالية.
- ✓ تقديم الاستشارات المتعلقة بعمليات الاندماج والاستحواذ.
- ✓ تقديم الأموال بالرافعة المالية الذي يعمل على إقراض الأموال للشركات من أجل شراء الأموال وتسوية عمليات الاستحواذ.
- ✓ إعادة هيكلة الشركات بهدف تحسين هيكلها من أجل جعل الأعمال التجارية أكثر كفاءة وتحقيق المزيد من الربح.
- ✓ استلام ونقل الأوامر المتعلقة بالأدوات المالية .
- ✓ إدارة المحافظ.
- ✓ الاكتتاب بالأدوات المالية.
- ✓ وضع أدوات مالية دون التزام ثابت.¹

رابعاً: تبديل العملات

يقوم العديد من الأشخاص بعملية تبادل العملات من أجل استخدامهم الشخصي على اعتبارهم جزء من عملياتهم التجارية الخاصة بشركاتهم أو من أجل التبادل في الأسواق المالية. هنا يعرف الفرق في السعر بين العمليتين باسم سعر الصرف، وتقوم البنوك الكبيرة على تقديم خدمات تبديل العملات (exchange Currency) من خلال إدارة التبادلات الالكترونية، بينما تقوم البنوك الصغيرة بشراء وبيع العملات من البورصات المحلية ومن بين خدمات تبديل العملات التي تقدمها البنوك، نذكر ما يلي:

- شراء العملات أو بيعها وفق سعر الصرف الآني أو الآجل.
- توفير العديد من خيارات صرف العملات الأجنبية.

المطلب الثاني: خصائص ومميزات الخدمة المصرفية

إن الخدمات المصرفية تدرج في الغالب تحت نطاق الخدمات عموماً والتي تتميز بمجموعة من الخصائص التي تجعلها تختلف عن السلع، ويمكن تلخيص أهم خصائص الخدمات المصرفية على النحو التالي:

أولاً: الخدمة المصرفية غير ملموسة (Intrangible)

وهذا يعني بأن الخدمة المصرفية ليس لها وجود مادي فعلي ولا يمكن إدراكها بالحواس على العكس من السلع والبضائع التي لها وجود مادي، فالشخص يمكن أن يقارن بين سلعتين من حيث الكمية والحجم

¹ نبيل قبلي، نقماري سفيان، مرجع سبق ذكره، ص 21.

والمذاق والملمس وغيرها بينما لا يستطيع أن يفاضل بين خدمتين مصرفيتين من هذه النواحي لأنه ليس لها وجود مادي، الأمر الذي يجعل عمليات تسويق الخدمات عموما والخدمات المصرفية على وجه الخصوص أكثر صعوبة وتعقيدا.¹

ثانيا: الخدمات المصرفية تنتج وتستهلك في نفس الوقت (التلازم)

الإنتاج والاستهلاك للخدمة المصرفية متلازمان، فالعميل لا يستطيع أن يتداول هذه الخدمة مع طرف ثالث وكل ما يتبقى له هو سعادته أو تعاسته من الخدمة التي يصعب عليه حتى أن يعيد وصفها للآخرين بأكثر من شعوره بالسعادة أو التعاسة، ولذلك فالاهتمام الرئيسي لمسؤولي التسويق في البنوك هو في العادة خلق المنفعة الزمنية والمكانية للخدمة (الخدمة الملائمة في المكان والزمان الصحيحين).

ثالثا: نقص التماثل الخاص

خدمات الجمهور إلى حد ما تتشابه كثيرا، لذا يجب على المصارف أن تجد طريقا لإيجاد التوافق وترسيخ ذلك في ذاكرة الجمهور.

رابعا: الاعتماد على الودائع

تعتمد المصارف على الودائع في تأدية جميع خدماتها، والتي تمثل المصدر الأساسي لتمويل المصارف وتحقيق الأرباح للمصرف.

خامسا: تنوع وتعدد الخدمات المصرفية

المؤسسات المصرفية تعمل على تقديم مدى واسع للخدمات والمنتجات لمجابهة الحاجات المصرفية المتنوعة من قبل مختلف الزبائن في مناطق مختلفة، الأمر الذي يزيد من صعوبة تسويق هذه الخدمات.²

سادسا: التشتت الجغرافي (الانتشار)

تسعى المصارف إلى امتلاك شبكة من الفروع من أجل تقديم خدمات مصرفية تتناسب وتلبي مختلف احتياجات الزبائن باختلاف مناطقهم الجغرافية.³

سابعا: التدريب والتطوير للعمالة المصرفية

تقديم الخدمة المصرفية يتطلب نوعية خاصة من العمال المهرة الذين يتميزون بسرعة الأداء والدقة في العمل مع توفر الكفاءة العالية، وهذا لا يتأتى إلا من خلال تبني سياسة واضحة ومرنة في تدريب العمال وتطوير قدراتهم بما يتواءم وطبيعة المنتجات التي يقدمها المصرف.

¹ منصة الوعي المالي، مفهوم وخصائص الخدمات المصرفية، عن الموقع:

<https://finapp.jordan>, consulter le: dimanche 24/03/2024, 16:00 pm.

¹ تيسير العجرامة، التسويق المصرفي، الطبعة الأولى، دار الحامد للتوزيع والنشر، عمان الاردن، سنة 2005، ص55

³ عوض بدير الحداد، تسويق الخدمات المصرفية، الطبعة الثانية، دار البيان للطباعة والنشر، مصر، سنة 1999، ص76.

ثامنا: الموازنة بين المخاطرة والنمو

عندما تكون المنتجات المصرفية ذات مخاطرة وجب أن تكون هناك رقابة جيدة لإيجاد التوازن بين التوسع في البيع والتسويق والحذر من ارتفاع المخاطرة، وهذا يتطلب التوسع والمرونة في استخدام أدوات التحرير المالي للتنبؤ بالمخاطر والعائد خلال جميع الظروف المتوقع حدوثها أو في ظروف عدم التأكد¹.

تاسعا: استخدام أحدث التقنيات

في ظروف الصيرفة الالكترونية تتطلب الأنشطة المصرفية استخدام أحدث التقنيات التكنولوجية لتنفيذها، ويتكامل ذلك مع التدريب والتطوير للإطار المصرفي المتخصص الملم بالتطورات المالية والمصرفية بالإطار الجغرافي الإقليمي والدولي.

عاشرا: المسؤولية الائتمانية

من أهم المسؤوليات لأي مصرف هي حماية ودائع ومكتسبات الزبائن لديه وهذا ليس للمصارف فقط بل في أغلب المؤسسات المالية، مما يتوجب عليه حفظ السرية المصرفية في التعامل وحسابات الزبائن والمعلومات التي يتقدم بها للبنك، وهذا ليس فقط أثناء فترة تعامل الزبون مع البنك وإنما يمتد إلى ما بعد انتهاء تعاملات الزبون مع البنك.²

هذه أغلب الخصائص والميزات التي تميز الخدمات والعمليات المصرفية، التي تعتبر فريدة من نوعها مقارنة بباقي الخدمات على مستوى مختلف المؤسسات الخدمية والتي تقدم على مستوى القطاع الاقتصادي.

المطلب الثالث: البيئة التسويقية للخدمة المصرفية

يقصد بالبيئة التسويقية مجموعة المتغيرات الداخلية والخارجية بالنسبة للمؤسسة والمؤثرة عليها والمحددة للأنشطة التسويقية، وتنقسم إلى البيئة الداخلية للمؤسسة وتشمل عدة متغيرات يمكن التحكم فيها بواسطة إدارة المؤسسة والبيئة الخارجية للمؤسسة، وتتمثل في المتغيرات الخارجية ذات العلاقة المباشرة والمستمرة مع المؤسسة.³

أما البيئة التسويقية للمصرف فهي ذلك الإطار العام الذي يعمل فيه المصرف والذي يؤثر فيه ويتأثر به من خلال مجموعة من العوامل التي تؤثر في المصرف بشكل مباشر أو غير مباشر، مع العلم أن هذه العوامل تتميز بالتغير وعدم الثبات.

تكمن أهمية تحليل البيئة التسويقية للمصرف ودراستها في الفرص التي قد تجدها المؤسسة البنكية، والتي عند استغلالها تستفيد من تطورها عن طريق الزيادة في حصتها التسويقية، لكن البيئة لا توجد فيها الفرص فحسب بل هناك أيضا التهديدات التي يمكن تجنبها في ظل بيئة غير قابلة ودائمة التغيير.

¹ محمود جاسم الصميدعي، ردينة عثمان يوسف، التسويق المصرفي، الطبعة الأولى، دار المناهج، عمان، الاردن، سنة 2001، ص ص108-109.

² بن أحمد لخضر، متطلبات تحرير الخدمات المصرفية في الجزائر دراسة الواقع والأفاق، أطروحة مقدمة لنيل هادة الدكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، قسم علوم التسيير، جامعة الجزائر 03، سنة 2011/2012، ص 18.

³ حسام علي اللامي، مرجع سبق ذكره، ص 30.

وتنقسم البيئة التسويقية للمصرف إلى نوعين، البيئة الكلية والبيئة الجزئية للمصرف.

أولاً: البيئة الكلية للمصرف: تتكون البيئة الكلية للمصرف من كافة القوى الفاعلة والمؤثرة على الوضع العام الذي يزاول فيه البنك أعماله، وبالتالي فإن تأثيرها لا يقتصر على البنك وحده بل يتعداه إلى كافة المؤسسات العاملة في تلك البيئة التسويقية، وتتمثل قوى هذه البيئة في العوامل الديمغرافية والاقتصادية والطبيعية والتكنولوجية وكذا السياسية والقانونية والثقافية، ومما لا شك فيه أن هذه العوامل تؤثر على البنك من خلال ما توفره من فرص وما تفرضه من تهديدات فعلية وجب على المصرف مراقبة هذه العوامل واتجاهاتها حتى تستطيع الرد على ما يفرزه تفاعل هذه العوامل من آثار عليه.¹

ثانياً: البيئة الجزئية للمصرف: تتشكل البيئة الجزئية للمصرف من جميع المتغيرات التي تقع خارج المصرف ولها تأثير مباشر على أنشطته، حيث يتفاعل معها لضمان استمرار نشاطه وتحقيق أهدافه ويطلق عليها بعض الباحثين البيئة التنافسية لأنها تؤثر على المصرف بشكل كبير، وأهم العناصر المكونة للبيئة الجزئية المصرفية هي:

1. **المصرف:** حيث يجب على رجال التسويق عند وضع خططهم التسويقية الأخذ بعين الاعتبار مصالح وإمكانيات الإدارات الأخرى للمصرف.
2. **العملاء:** يتمثل العملاء في كل المتعاملين مع المصرف سواء الأفراد أو مؤسسات أو هيئات حكومية أو خاصة ويعتبر العملاء حسب المفهوم الحديث للتسويق أساس وجود المصرف.
3. **الموردين:** وهم الأفراد والمؤسسات العاملين في مجال توريد البنك بما يحتاج إليه من مستلزمات لإنتاج منتجاته وأداء خدماته.
4. **المنافسون:** يواجه كل مصرف منافسة من قبل المصارف الأخرى وذلك للظفر بأكبر عدد ممكن من العملاء المصرفيين، وتواجه البنوك نوعين من المنافسة.²
 - أ. **منافسة مباشرة:** وهي التي تدور بين المصارف فيما بينها والتي تقدم منتجات مصرفية متماثلة.
 - ب. **منافسة غير مباشرة:** وهي المنافسة التي تدور بين المصارف والمؤسسات الأخرى تشبه المصرفية التي تقدم خدمات مشابهة مثل خدمات التأمين، صناديق التوفير، بيوت الاستثمار وغيرها.
5. **الوسطاء:** ويمثلون أفراد ومؤسسات تسهل عملية الاتصال بالمستفيدين من الخدمات والمستهلكين وتسهل عملية توزيع مخرجات المصرف من خدمات.
6. **الجمهور:** يتعامل البنك مع مجاميع مختلفة من الجمهور لديهم اهتمام مباشر أو غير مباشر بالمصرف ومن ثم لديهم تأثير في مقدرة المصرف على تحقيق أهدافه، ويمكن تقسيم تلك المجاميع إلى:³

¹ المحاضرة الخامسة، البيئة التسويقية للمصرف، الجامعة السورية، نقلا عن الرابط التالي:

<https://www.spu.edu.sy>, consulter le : Mardi 05/05/2024, 15:30 Pm.

² حسام علي اللامي ، مرجع سبق ذكره، ص31.

³ حسام علي اللامي ، مرجع سبق ذكره، ص32.

- أ. **الجمهور المالي:** وهم الذين يؤثرون على قدرة المصرف في الحصول على الأموال أو التحويل اللازم لأعماله، مثل (المصارف، المؤسسات والمساهمون).
- ب. **الجمهور الإعلامي:** وهم الذين يتولون نقل الأخبار عن المصرف، مثل الصحف والمجلات ومحطات الإذاعة والتلفزيون ووسائل التواصل الاجتماعي حاليا.
- ج. **الجمهور الحكومي:** وهم الجهات الحكومية المسؤولة عن سلامة منتجات المصرف ومصداقية إعلاناته.
- د. **المؤسسات الاجتماعية وجماعات الضغط:** مثل مؤسسات حماية المستهلك وجمعيات حماية البيئة الذين يؤثرون بطريقة مباشرة أو غير مباشرة على مدى قبول منتجات المصرف .
- هـ. **الجمهور الداخلي:** وهم جميع العاملين في المصرف (الملاك، المساهمين، الموظفين) والذين لهم قدرة في التأثير على أداء المصرف لأعماله.
- و. **الجمهور المحلي للمصرف:** وهم جميع الأفراد الذين يقطنون بجانب المصرف أو البيئة التي يعمل بها المصرف والمؤثرين بدرجة كبيرة على حصة المصرف في الأسواق من خلال الأقاويل الإيجابية عن المصرف.

المبحث الثاني: عصرنة الخدمة المصرفية

إن حدة المنافسة بين المصارف سواء محليا او عالميا والثورة التكنولوجية الهائلة التي عرفها العالم اجبر القطاعات المصرفية والمصارف على تحديث وتطوير مستمر لمنتجاتها الخدمائية وهذا ما اصطلح عليه بالعصرنة .

المطلب الأول: ماهية عصرنة الخدمة

إن التطور الكبير الذي يشهده العالم في عدة نواحي اقتصادية، اجتماعية وتكنولوجية أدى إلى نقلة نوعية في حياة الأمم والشعوب نتيجة للثورة الرقمية الهائلة التي تشهدها المجتمعات، الأمر الذي اضطر مختلف الفاعلين في الجانب الخدماتي على عصرنة خدماتها وتطويرها بما يتماشى مع متطلبات العصر وآراء العملاء وسعيا لزيادة التنافسية وتحقيق رضا الزبائن، فعصرنة الخدمة تعرف على أنها استخدام وإقحام جميع الوسائل والسبل التي من شأنها مساعدة مقدمي الخدمة على تحقيق رضا العملاء وتحقيق تسويق جيد لمنتجاتها وخدماتها، وكذلك مواجهة المنافسة الحادة المفروضة عليهم من قبل المنافسين في نفس المجال، وإن من أهم مظاهر العصرنة في مجال الخدمات في الوقت الحالي هو إقحام جل الوسائل التكنولوجية الحديثة في مجال الاتصالات وكذلك الإعلام الآلي والمواصلات، وكذلك استخدام وسائل الاتصال الحديثة كالإنترنت ومختلف التطبيقات والبرامج وتقديم مختلف الخدمات وتسويق مختلف المنتجات المتاحة.

وتتجسد أهم مظاهر عصرنة الخدمة في رقمته جميع المصالح والهيئات، وكذلك في زيادة فاعلية العنصر البشري من خلال رفع مستوى المهارات وزيادة إتقان الخدمة الموكلة إليه وزيادة كفاءته في استعمال مختلف الوسائل والسبل التكنولوجية.

العصرنة ساهمت أيضا في تطوير وزيادة كفاءة وفاعلية مختلف الهيئات الإدارية المسؤولة عن تقديم مختلف الخدمات من خلال تعزيز استخدام التكنولوجيا، استكمال البنية الأساسية للمعلومات ووضع نظم إعلامية مندمجة وتنمية الكفاءات البشرية.

- ✓ نشر تطبيقات متميزة حسب كل قطاع والخدمة التي يقدمها.
- ✓ تطوير الخدمات الالكترونية لفائدة العملاء والشركات والعمال والإدارات الأخرى.
- ✓ تحقيق الشفافية الإدارية من خلال توفير الوقت والتكاليف وتجنب الفوضى واتخاذ القرارات الرشيدة والصحيحة والتي تعود بالنفع على الجهاز الإداري للهيئة مقدمة الخدمة.¹

المطلب الثاني: آليات عصرنة الخدمة البنكية

من بين الخدمات التي وجب على القائمين عليها مواكبة العصر والتماشي مع متطلبات العملاء والتطور المستمر لمواجهة تحدي المنافسة الخارجية والعمل من أجل البقاء، وكذا نظرا لأهميتها في اقتصاديات الدول والأهمية الكبيرة التي تمدها الحكومات لها.

الخدمة البنكية هذه الخدمة التي من شروط استمرارها وقدرتها على المنافسة هو التماشي ومواكبة مختلف التغييرات الحاصلة على مستوى السوق الإقليمي والدولي، وعصرنتها واجبة من أجل الاستمرار. وعصرنة قطاع الخدمات البنكية يستدعي اتخاذ تدابير وإتباع آليات مناسبة ومواكبة العصر. ومن آليات عصرنة الخدمة البنكية نجد:

1. رقمته جميع المصالح والهيئات الإدارية المسيرة لقطاع البنوك والمعنية بتقديم الخدمات البنكية للعملاء لتجنب التلف والأخطاء الإدارية في مختلف الوثائق و ربحا للوقت.
2. التنسيق بين مختلف القطاعات والوزارات المعنية كوزارة المالية ووزارة تكنولوجيا الإعلام والاتصال لمواكبة التطورات الحاصلة في مجال التكنولوجيا المالية إقليميا وعالميا.
3. دعم مختلف أنظمة المعلومات المبتكرة التي تطورها مختلف المصالح على مستوى الوزارات المعنية من أجل تعزيز كفاءة العمليات وتشجيع الابتكار.
4. توعية العملاء والزبائن وكذا المواطنين بالمزايا والنقضيات التي توفرها عمليات الدفع الالكتروني وكذا كل العمليات المصرفية الالكترونية.
5. تقوية عامل الثقة مع مختلف المستخدمين لأنها ركيزة أساسية لنجاح أي نهج يهدف إلى تحديث الخدمات المالية وتعزيز عصرنة الخدمة البنكية و عملية الدفع الالكتروني.
6. العمل على ضمان تحول متناسق نحو خدمات مالية أكثر ابتكار ومتاحة لجميع العملاء والزبائن.
7. تعميم المدفوعات الالكترونية و تعزيز آلياتها بالتنسيق مع جميع الأطراف المعنية بذلك.

¹ فوراغ اليامنة، دور عصرنة الجماعات المحلية في تحسين أداء المورد البشري، مذكرة في نيل شهادة ماستر أكاديمية، كلية علوم التسيير، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، الجزائر، ص45.

8. تحديث أنظمة المعلومات لكل مؤسسة مصرفية وكذلك معرفة وضع شبكات الاتصالات المخصصة للقطاع المصرفي.¹
9. التوسع في الخدمات الالكترونية إذ تعتبر المصارف من أكثر المؤسسات استخداماً لتكنولوجيا المعلومات فقد استفادت المصارف من هذه التكنولوجيا في تطوير وتوسيع الخدمات التي تقدمها وفي زيادة انتشار الخدمات المصرفية وكذلك زيادة كفاءة وفاعلية العمل المصرفي.²
10. استغلال شبكة الانترنت من اجل تحديث وعصرنة الخدمات المصرفية وابتكار خدمات جديدة تعزز من مكانة المصرف ضمن شبكة المصارف التي تعمل في نطاقها وحتى إقليمياً وعالمياً.
11. استعمال شبكة الانترنت كنافذة إعلامية لتعزيز الشفافية وذلك من خلال التعريف بالمصارف والترويج لخدماتها والإعلام بنشر المؤشرات المالية بوضعها تحت تصرف الباحثين والدارسين وسائر الأطراف الأخرى المعنية بالأمر.
12. تطبيق ثقافة مصرفية تأخذ بعين الاعتبار التغيرات المستمرة في أوضاع السوق المصرفية.
13. العمل على إرساء قواعد نظام مصرفي قوي قادر على المنافسة في ظل العولمة المالية والمصرفية من خلال تبني استراتيجيات مدروسة ومناسبة وتأخذ بعين الاعتبار التكنولوجيا الحديثة في الإدارة والتسيير.
14. توسيع استعمال شبكات الانترنت لتشمل كامل القطر والوطن.
15. الدخول في عمليات الاندماج المصرفي والتحول إلى البنوك الشاملة لمواجهة المنافسة العالمية الشرسة بالإضافة إلى تقويم شبكة المعلومات المصرفية إلكترونياً.
16. تحديد استراتيجية واضحة للدخول إلى عالم الصيرفة الالكترونية واستخدام التقنيات الحديثة المناسبة.³
17. السماح بفتح فروع لبنوك أجنبية ذات صيت جيد للاستفادة من تجارب هذه البنوك في مجال الصيرفة الالكترونية وكذلك التسويق.
18. عقد ندوات ودورات تكوين لموظفي البنوك خاصة في مجال التكنولوجيا المالية والتسويق والتعامل مع العملاء .
19. ضبط وتعزيز مجال الصيرفة الالكترونية وكذا الإسلامية بقوانين محددة ومنظمة وتحسين القوانين حسب المتغيرات التي تطرأ على السوق المصرفي الإقليمي والدولي.
20. ابتكار خدمات بنكية تتناسب مع طبيعة وعادات المجتمع ومعتقداته كالصيرفة الإسلامية في الدول الإسلامية.

¹ اجتماع رفيع بوزارة المالية، عصرنة الخدمة المصرفية، عن موقع وزارة المالية، نقلاً عن الرابط التالي:

، <https://www.m.f.gov.dz> , consulter le : Mardi 05/03/2024, 20:30 pm.

² نادر الفردي فاحوش ، العمل المصرفي عبر الانترنت، الطبعة الأولى، الدار العربية للعلوم، عمان، الأردن، سنة 2001، ص35.

³ الدكتور عرابية رابح، مرجع سبق ذكره، ص ص 19-20.

المطلب الثالث: أهمية عصنة الخدمة المصرفية ومراحلها

تكتسي الخدمة المصرفية أهمية بالغة لدى المصارف و الاقتصاديات التي تعمل فيها إذ تعتبر جودتها مقياساً يؤخذ به لتحديد مدى تطور القطاع المصرفي والبلد بحد ذاته لذا وجب عصنتها باستمرار.

الفرع الأول: أهمية عصنة الخدمة المصرفية

تعد العصنة والتطوير المستمر للخدمات والعروض المقدمة عاملاً هاماً من أجل استمرار المصارف في الوجود والقدرة على المنافسة في ظل وضع مصرفي شديد المنافسة، يفرض على المصرف بذل قصار جهده من أجل مواكبة تغيرات العصر وتغيير تفضيلات ورغبات الزبائن والعملاء، وتكتسب العصنة أهمية كبيرة في مجال الصناعة المصرفية وتكمن أهميتها في:

- ✓ أصبحت عصنة الخدمة المصرفية وتطويرها ضرورة حتمية نتيجة للظروف المتغيرة التي شهدتها العالم، إذ أن مستوى تطور الخدمة أصبح هو المعيار الأساسي للمفاضلة والاختيار بين البنوك
- ✓ استقطاب المزيد من الزبائن.
- ✓ زيادة ولاء الزبائن الحاليين نحو خدمات المصرف.
- ✓ تحقيق تكلفة تقديم الخدمات المماثلة التي تقدمها البنوك المنافسة.
- ✓ تحسين الوضع التنافسي للبنك وزيادة حصته السوقية.
- ✓ تأكيد ريادة البنك وتفوقه وسبقه الدائم نحو الجديد والتجديد .
- ✓ تحسين ربحه على المدى القصير.¹
- ✓ الرفع من مستوى الخدمة وتجديدها بتطبيق تقنيات حديثة مسايرة للتوجهات العالمية
- ✓ ابتكار خدمات جديدة تعزز من سمعة ومكانة المصرف.
- ✓ حذف خدمات بنكية حالية غير منافسة للعصر.
- ✓ تعديل أو تحسين الخدمات المصرفية الحالية.²

الفرع الثاني: مراحل عصنة الخدمة المصرفية

تتم عملية عصنة الخدمة المصرفية من خلال مجموعة من المراحل نذكر منها:

1. مرحلة توليد الأفكار: وتشمل البحث عن أفكار جديدة ذات مضامين خدمتية عالمية وحتى يكون البنك نظام تكوين الفكرة يجب أن يقوم بالخطوات التالية:
 - ✓ يجب أن يوجد التزام للبحث عن الأفكار بشكل دائم ورسمي.
 - ✓ تحديد مسؤولية القيام بهذا العمل، بحيث يجب أن تكون موكلة لشخص أو جماعة معينة أو مصلحة معينة.

¹ عوض بدير الحداد، تمويل الخدمات المصرفية، الطبعة الأولى، بيان للطباعة والنشر، القاهرة، 1999، ص48.

² كمال رزيق، عبد الحليم فضلي، تحديث النظام المصرفي في الجزائر، ورقة عمل مقدمة ضمن فعاليات الملتقى الوطني حول المنظومة الجزائرية والتحويلات الاقتصادية، جامعة الشلف 14/15/ديسمبر 2004، ص337.

- ✓ يجب وضع إجراءات معينة للبحث عن الأفكار الجديدة بشكل نظامي.
2. **غربة الأفكار:** وتتضمن عملية فرز الأفكار وتخفيض عددها إلى أقل عدد ممكن لكي يتم تحديد الخدمات ذات الجودة العالية.
3. **تطوير مفهوم الخدمة المصرفية:** لغرض توضيح أهمية الخدمة ومدلولها للزبائن.¹
4. **اختيار مفهوم الخدمة:** من أجل تحديد رد فعل واستجابة العملاء المرتضين وإجراء التعديلات اللازمة.
5. **التحليل التجاري:** وينطوي على مواجهة التقديرات الخاصة بحجم مبيعات الخدمة والتكاليف الخاصة بإنتاج وتسويق الخدمة والأرباح المتوقعة منها.
6. **التطوير النمائي للخدمة:** وهنا يتم إخراج مفهوم الخدمة إلى صورته بوصفه منتج فعلياً.
7. **الاختبار التسويقي للخدمة:** يهدف إلى اختيار قدرة الخدمة على إيجاد موطئ قدم لها في السوق الحقيقي، أي معرفة مدى ميولها من قبل المستفيدين ومن ثم معرفة ردود أفعال الزبائن نحو الخدمة الجديدة.
8. **تقديم الخدمة الجديدة:** يجب تقديم الخدمة الجديدة إلى السوق على النطاق الواسع والتي تشير إلى بدء دورة حياة الخدمة المصرفية.

إن الطبيعة الحقيقية للخدمة المصرفية تدل على أنها يجب أن تستجيب للعملاء والتكيف مع التطورات الحاصلة في السوق المصرفي، وهذا يعني أن مستوى الخدمة المصرفية يجب أن يلتقي أو يفوق توقعات العملاء، وهذه التوقعات يجب أن تترجم إلى معايير أداء ومواصفات جودة عالية.

المبحث الثالث: تأثير الصيرفة الإلكترونية على الخدمات المصرفية

لقد أثرت التكنولوجيا وابتكاراتها على جميع مناحي الحياة الاقتصادية والاجتماعية والسياسية وغيرها، ولقد أثرت بشكل واضح على القطاع الاقتصادي وفي مقدمته المصارف، إذ أصبحت الصيرفة الإلكترونية أهم محدد لجودة الخدمة المصرفية واكبر جاذب للعملاء.

المطلب الأول: تأثير الصيرفة الإلكترونية على سلوك العملاء وأداء المصارف

تهدف المصارف في تقديم خدماتها إلى بلوغ مستوى جيد من الجودة لأجل جذب أكبر قدر ممكن من العملاء والزبائن أو على الأقل الحفاظ على ما لديها من عملاء وكبح ذهابهم إلى مصارف منافسة. وتعتبر المصارف إحدى أهم ركائز الأنظمة المصرفية للدول، وكذا ركيزة أساسية للاقتصاديات المحلية الإقليمية وحتى الدولية، لذلك كان أدائها مهما جداً في تحديد مكانتها وكذا قوة الاقتصاديات التي تعمل فيها.²

ولقد شهدت الخدمات البنكية عبر الزمن تطورات عدة مواكبة لتغيرات العصر ومتناسقة مع المنافسة المفروضة عليها. ولعل أبرز العوامل التي أثرت على سلوك عملاء المصارف وتوجهاتهم وكذا أداء المصارف في حد ذاتها وجودة الخدمات لديها الصيرفة الإلكترونية فلقد تأثر القطاع المصرفي بشكل كبير

¹ هواري معراج، تأثيرات السياسات التسويقية على تطور الخدمات المصرفية في البنوك التجارية، أطروحة دكتوراه (غير منشورة)، جامعة الجزائر، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، الجزائر، سنة 2004، ص 123.

² فضيلة شريف، أثر التسوق الإلكتروني على جودة الخدمات المصرفية، دراسة حالة بعض البنوك في الجزائر، مذكرة مكملة لنيل شهادة ماجستير في التسويق، قسم العلوم التجارية، كلية الاقتصادية علوم التسيير، جامعة منتوري، قسنطينة، الجزائر، 2010/2005، ص 119.

بالتكنولوجيا. وتقريبا أصبحت هي المحدد الأول لجودة الخدمة على مستوى المصارف وترتيبها بين المصارف المنافسة وبالتالي على سلوك العملاء وشعورهم بالرضا من غيره من خلال عدة معطيات نذكر منها:¹

الفرع الأول: تأثير الصيرفة الالكترونية على سلوك العملاء

1. الصيرفة الالكترونية بمعية التكنولوجيا المالية ساهمت في تعزيز قاعدة العملاء لدى البنوك نظرا للتأثير الايجابي الذي أضفته على جودة الخدمات المصرفية المتاحة عما كانت عليه من قبل.
2. وفرت الصيرفة الالكترونية العديد من البدائل التقنية التي ساعدت البنوك في جذب العملاء وساعدت العملاء في حد ذاتهم في اختيار البدائل والمفاضلة بين مختلف الخيارات لإجراء معاملاتهم المالية.
3. اتسمت الصيرفة التقليدية بتكاليفها المرتفعة المرتبطة بالتحويلات المالية، فساعدت التكنولوجيا المالية والصيرفة الالكترونية في خفض هذه التكاليف بشكل كبير. الأمر الذي ساعد العملاء على إتمام عملياتهم المالية بأقل التكاليف وفي وقت وجيز وفي خارج حدود البلد.
4. ساهمت الصيرفة الالكترونية في إعفاء العملاء من عديد الرسوم التي كانت من قبل في الصيرفة التقليدية².
5. الصيرفة الالكترونية مكنت العملاء من تجنب عناء التنقل إلى فروع المصارف التي يتعاملون معها حيث أصبح بإمكانهم إتمام معاملاتهم المالية غير شبكة الانترنت في أي وقت وفي أي مكان وفي أسرع وقت.
6. من خلال الصيرفة الالكترونية ونتيجة حدة المنافسة بين مختلف المصارف تم وضع خدمات مصرفية في شكل تطبيقات وبرامج مصرفية رقمية عززت العلاقات الاجتماعية بين العملاء.
7. من الميزات التي ظهرت بظهور التكنولوجيا في القطاع المصرفي هي الحصول الفوري للعملاء على أموالهم وهو ما لم يكن موجودا في ظل الصيرفة التقليدية.
8. الصيرفة الالكترونية مكنت العملاء من الاطلاع على حساباتهم الشخصية وعلى مختلف العروض بأسهل الطرق الممكنة³.

بشكل عام ساهمت الصيرفة الالكترونية في تعزيز نشاط القطاع المصرفي وزيادة أعداد العملاء لدى المصارف وزيادة شعورهم بالرضا للخدمات المقدمة من قبلها، وبالتالي زيادة رؤوس الأموال المطروحة في الاقتصاد رغم بعض المشاكل التقنية كالقرصنة والاختلاس وكشف المعلومات والأسرار وكذا تبييض الأموال التي تخيف شريحة لا بأس بها من العملاء خاصة حول العالم الثالث.

¹ هواري معراج، مرجع سبق ذكره، ص: 125.

² دور التكنولوجيا المالية في تطوير أداء القطاع المصرفي، اضاءات نشرة توعوية يصدرها معهد الدراسات المصرفية، دولة الكويت، جويلية 2022.

³ نصيرة سلوب، الادارة الالكترونية البنكية في الجزائر، دراسة ميدانية حول أنظمة النقد الألي، وسائل لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم السياسية، جامعة الجزائر 03، سنة 2012/2013، ص 63.

الفرع الثاني: تأثير الصيرفة الالكترونية على أداء المصارف

أما من جانب المصارف فقد أثرت الصيرفة الالكترونية بشكل كبير على أدائها وعلى قدراتها التنافسية سواء محليا أو إقليميا وحتى دوليا، فالأداء البنكي يعرف على انه مجموعة الوسائل اللازمة وأوجه النشاط المختلفة والجهود المبذولة لقيام البنوك بدورها وتنفيذ وظائفها في ظل البيئة البنكية الخارجية المحيطة من اجل تقديم الخدمة البنكية.¹

وينقسم الأداء البنكي إلى عدة أنواع:

1. الأداء المالي: والذي يحدد قدرة المصرف على استعمال جميع الموارد المتاحة له آملا لتحقيق الأهداف الموجودة²

2. الأداء الاقتصادي: والذي يعتبر المهمة الأساسية التي يسعى المصرف إلى بلوغها.

3. الأداء التجاري: والتي يصف كفاءة وفعالية الوظيفة التجارية والتسويقية في تحقيق أهداف المبيعات ورضا الزبائن.

4. الأداء التسويقي: والذي يحدد قدر المصرف على تحقيق أهداف وظيفة التسويق.

5. الأداء الوظيفي: والذي عرف بأنه نشاط يمكن الفرد من انجاز المهمة أو الهدف المخصص له بنجاح.

6. الأداء الاستراتيجي: هو الأداة الأفضل لجعل استراتيجية المصرف مفهومة من قبل الجميع بدءا من أعلى مستوى إلى أدنى مستوى.³

ولقد تأثر الأداء البنكي وبجميع أنواع الثورة التكنولوجية الهائلة التي شهدتها العالم ومن بين مظاهر التأثير على الأداء البنكي من قبل الصيرفة الالكترونية نجد:

- أ. تحقيق المصارف لميزة تنافسية في السوق المصرفي من خلال توفير الخدمات المرتبطة بالتقنيات الحديثة حيث تلعب التكنولوجيا دورا أساسيا في جعل الخدمات البنكية أكثر جاذبية للعملاء.
- ب. أدى تطبيق الصيرفة الالكترونية إلى التقليل من التكاليف وزيادة عدد المصارف.
- ج. ساعدت الصيرفة الالكترونية في التسويق وتقديم خدمات مصرفية جديدة ومتنوعة مما ساعد العملاء على سرعة اتخاذ القرارات المتعلقة بالتعامل مع خدمات المصرف المقدمة لهم.
- د. ساهمت الصيرفة الالكترونية في الرفع من رحمة البنوك حيث تستفيد هذه الأخيرة عند إصدارها للأدوات والمنتجات الالكترونية من رسوم عديدة مثل رسوم الإصدار ورسوم الاشتراك.⁴

¹ صوتية كيلاني، استراتيجية الجودة الشاملة ودورها في تحسين الاداء التسويقي للمؤسسات الاقتصادية، مذكرة لنيل شهادة الدكتوراه، جامعة باتنة، كلية علوم التسيير، الجزائر، سنة 2016، ص 30.

² حناء عالية مسحور هوارية، دور التكنولوجيا المالية في الرفع من جودة الاداء البنكي، مذكرة لنيل شهادة الماستر، جامعة احمد دراية، قسم العلوم التجارية، ادرار، ص ص 30-31.

³ مرجع سبق ذكره، ص 40.

⁴ علي منار حيدر، علوات محسن عقيل، رحيم حمزة عبد الهادي، التوجهات الجديدة للصناعة المصرفية للصناعة المصرفية في ظل العولمة المالية ودورها في تعزيز أبعاد التوجه الريادي المصرفي، المجلة العراقية الإدارية، العدد 06، العراق، سنة 2014، ص 247.

المطلب الثاني: تأثير الصيرفة الالكترونية على الخدمات البنكية

لقد ساهمت الصيرفة الالكترونية بشكل كبير في عصنة الخدمات المصرفية وإضفاء المرونة والسهولة في استخدامها، كما ساهمت في التطوير النوعي والمستمر والموكب للعصر لمختلف الخدمات والابتكارات المصرفية، وتتجلى أهم مظاهر تأثير الخدمة البنكية بالصيرفة الالكترونية في:

1. تساهم الصيرفة الالكترونية في زيادة جودة الخدمات البنكية وتخفيض التكاليف، حيث يلجا القطاع البنكي إلى استخدام مختلف وسائل التكنولوجيا والاتصال والمعلومات لتحسين جودة خدماته وتوسيع مجموعة عروضه.

2. تسهل الصيرفة الالكترونية عملية الحصول على الخدمة المصرفية والاستجابة السريعة، وكذلك تسمح بكسب الوقت وتوفير نوعا من المرونة في الحصول على الخدمة الموجودة من خلال استخدام مختلف أنظمة المعلومات.¹

3. يسمح استعمال قنوات التوزيع الالكتروني للمنتجات المصرفية بتحسين الخدمات المقدمة وتحقيق وفرة الحجم.²

4. ساعدت الصيرفة الالكترونية بواسطة مختلف الوسائط التكنولوجية البنوك في زيادة انتشار خدماتها المصرفية وزيادة كفاءة العمل المصرفي.

5. تساهم الصيرفة الالكترونية في زيادة كفاءة التنفيذ والأداء لمختلف الخدمات المصرفية إذ أنها تمنح للمصرف القدرة على إيجاد وتقديم خدمات مالية جديدة للعملاء.

6. تؤثر التكنولوجيا في نمو وتطور تشكيلة الخدمات المصرفية الممنوحة مما يسمح للبنك بتقديم تشكيلة واسعة من الخدمات.

7. تنتج الصيرفة الالكترونية وصل للاستثمار من خلال توفير منصات للتمويل الجماعي سواء كان في شكل قروض أو الاستثمار في رأس المال.

8. أثرت الصيرفة الالكترونية على الكفاءة التشغيلية حيث ساهمت التقنيات التكنولوجية الحديثة في التعزيز من كفاءة هذه الأخيرة.

9. أثرت الصيرفة الالكترونية على الاستقرار المالي من خلال تخفيض التأثيرات السلبية للعديد من المخاطر على رأسها مخاطر الائتمان والسيولة والتشغيل.

10. ساهمت ابتكارات التكنولوجيا في تنويع المنتجات والخدمات المصرفية المقدمة للعملاء أفرادا أو مؤسسات.³

¹ رجال فواد، تأثير تحرير تجارة الخدمات المصرفية على تنافسية البنوك، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير للعلوم الاقتصادية، تخصص نفود ومالية، جامعة بسكرة، سنة 2005، ص ص 91-92

² مرجع سبق ذكره، ص 40.

³ صوتية كيلاني، مرجع سبق ذكره، ص 30.

11. ساهمت الصيرفة الالكترونية في عصرنة وتطوير خدمات الدفع على مستوى البنوك. إذ تعتبر الأكثر

نشاطا على مستواها، وأهم هذه الخدمات هي :

أ. الدفع بواسطة الهاتف النقال.

ب. التحويلات المالية الدولية أصبحت أقل تكلفة.

ج. تبادل العملات بأقل تكاليف.

د. إدارة نفقات الدفع للتجارة الدولية عبر الانترنت.¹

هذه أهم تأثيرات الصيرفة الالكترونية على مختلف الخدمات على مستوى القطاع البنكي.

المطلب الثالث: تأثير الصيرفة الالكترونية على تسويق الخدمات البنكية ومبررات البنوك للجوء إليها

لقد تزايد استخدام جودة الخدمة البنكية كوسيلة رئيسية لتمييز خدمات المصرف عن منافسيه ولتحقيق ميزة تنافسية، والمصارف يمكنها أن تجني العديد من المزايا في حالة تقديم خدمات مصرفية عالية الجودة، حيث تمكنها زيادة ولاء الزبائن ودفعهم للاستمرار في التعامل مع المصرف وتقليل حساسيتهم لأسعار الخدمات التي يقدمها المصرف.²

الفرع الأول: تأثير الصيرفة الالكترونية على تسويق الخدمات المصرفية

التسويق المصرفي الالكتروني هو النشاط الرئيسي الذي يحدد مختلف المعايير والأسس التي توضح احتياجات السوق ورغباته من خلال اعتماد المصارف على الأساليب التكنولوجية والمعلوماتية الحديثة بقصد تحقيق أهدافها وتطوير خدماتها، وذلك من أجل جذب أكبر عدد ممكن من الزبائن والعملاء ورفع حصتها السوقية وكذا تعزيز مركزها التنافسي وتخفيض تكلفة تقديم خدماتها المصرفية مقارنة بالمصارف المنافسة، وهذا من أجل تحقيق الهدف النهائي لها بزيادة أرباحها وكل هذا عن طريق منافذ تسويقية فعالة.³

لقد أثرت الصيرفة الالكترونية بشكل مباشر على تسويق الخدمات المصرفية مما ساعد المصارف في الترويج لمنتجاتها الجديدة، وأهم هذه التأثيرات هي:

1. تقديم المعلومات إلى المستويات الإدارية المختلفة وكذا إلى الأقسام المختلفة من أجل إصدار التقارير الخاصة بالمصرف.

2. تجهيز المعلومات الملائمة بشكل مختصر وفي الوقت المناسب لتهيئة الظروف المناسبة لصنع القرار.

3. ساعدت الصيرفة الالكترونية في تقييم النتائج والنشاطات مما سمح بتصحيح الانحرافات المختلفة.

4. المساعدة على التنبؤ بمستقبل المصرف.

¹ دكتور شاكر تركي إسماعيل، مرجع سبق ذكره، ص 246.

² بن أحمد لخضر، مرجع سبق ذكره، ص 35.

³ أسماء دردور، أثر تكنولوجيا المعلومات في ترقية تسويق الخدمات المصرفية والمالية دراسة حالة مصرف صوصبيتي جينيرال الجزائر وكالة قسنطينة، أطروحة لنيل شهادة دكتوراه، جامعة أم البواقي، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، الجزائر، سنة 2015/2016، ص 51-52.

5. تزويد المستفيدين بالمعلومات الضرورية التي يحتاجون إليها وبالتالي الرد على الاستفسارات المختلفة.
6. حفظ البيانات والمعلومات المختلفة في المؤسسة وإمكانية استرجاعها في أي وقت.
7. تحديد قنوات الاتصال وتسهيل عملية استرجاع البيانات.
8. ساعدت الصيرفة الالكترونية في تطبيق سياسة الانتشار التي يهدف المصرف من خلالها الوصول الى عدد اكبر من العملاء في الأماكن التي يتواجدون فيها، وتلعب هذه السياسة دورا أساسيا في اختيار العميل للمصرف الذي ينوي التعامل معه.

الفرع الثاني: مبررات لجوء المصارف إلى التسويق الالكتروني

- هناك العديد من المبررات التي أدت بالمصارف سواء الصغيرة أو الكبيرة إلى التوجه نحو التسويق الالكتروني، وفي هذا الصدد نذكر:¹
1. تحقيق التواجد الالكتروني على الانترنت ويعني ذلك توفر موقع المصرف الذي به العديد به من البيانات على المصرف وأنشطته وكذا طرق التواصل معه.
 2. توفير معلومات عن المصرف وذلك من أجل تمكين الزبائن الذين يتصفحون موقع المصرف من الحصول على العديد من الايجابيات لتساؤلاتهم.
 3. الوصول إلى السوق العالمية ففي شبكة الانترنت لا وجود لقيود جغرافية تقيد حركة المعلومات.
 4. توفير الكتالوجات والصور والفيديوهات الخاصة بالمصرف على موقعها على الانترنت بدون أي تكاليف إضافية .
 5. تمكين المصرف من القيام بعملياته على مدار أسبوع وكل أيام السنة دون عناء التنقل اليه.³

الفرع الثالث: استراتيجيات التسويق المصرفي الالكتروني

- يعتمد رجال التسويق على مستوى المصارف على عدة استراتيجيات للترويج والدعاية لمنتجاتهم المصرفية، وتتمثل هذه الاستراتيجيات في:²
1. استراتيجيات الأجواء العامة للموقع الالكتروني: وترتكز هذه الاستراتيجية على إيجاد أجواء عامة وبنية مصرفية لطبقة الزبائن، وأهم هذه العوامل التي تساعد على تطبيق هذه الاستراتيجية نجد:³
 - ✓ الإبداع في تصميم الموقع الكترونيا.
 - ✓ سهولة الانتقال في المواقع الالكترونية.
 - ✓ وجود النماذج ثلاثية الأبعاد.

¹ أسماء دردور، مرجع سبق ذكره، ص 54.

² فضيلة شريف، مرجع سبق ذكره، ص 65.

³ علي منار حيدر، علوان محسن عقيل، مرجع سبق ذكره، ص 244.

2. استراتيجية بناء الثقة: الخدمة المصرفية بطبيعتها تحتاج إلى الأمن والسرية لذا فان عامل الثقة يعتبر أساسيا في مجال التسويق المصرفي الالكتروني، ويجب على البنوك ربط علاقات تقوم على أساس الثقة وتسهر على ضمانها.
 3. استراتيجية سهولة ودقة الطلبات وتنفيذها بأسرع وقت: تعتمد الخدمة المصرفية على السرعة والدقة في آن واحد، وبالتالي فان المصارف من خلال التسويق المصرفي الالكتروني تركز على عنصري الدقة والسهولة في تنفيذ الطلبات.
 4. استراتيجية التسعير: إن الزبون في العادة يدفع الثمن والمصرف يقتص السعر والثمن الذي يدفعه الزبون في العادة هو إجمالي السعر والجهد والوقت، وهنا تركز المصارف التي تتبنى التسويق الالكتروني على أن تعمل على عرض أسعار تنافسية.
 5. استراتيجية بناء العلاقات طويلة الأمد: تقوم المصارف بوضع هذه الاستراتيجية كأولوية وتوفير الآليات المناسبة التي تمكن من متابعة احتياجات الزبائن وتنفيذ الاستراتيجية بشكل متواصل وقابل للتعديل والتكيف¹
- هذه أهم الاستراتيجيات التي تعتمد عليها البنوك من أجل تسويق منتجاتها وعرض خدماتها وكذا الترويج لمنتجاتها وعروضها الخدمائية الجديدة لجذب أكبر عدد ممكن من العملاء، وتعزيز موقعها المصرفي محليا وإقليميا وعالميا.

¹ مرجع سبق ذكره، ص 256.

خلاصة الفصل :

لا شك أن الصيرفة الالكترونية ساهمت بشكل كبير في زيادة جودة الخدمات المصرفية المقدمة لعملاء البنوك، كما ساهمت في تنويع منتجات المصارف وتعزيز مواقع المصارف في القطاع المصرفي وفي اقتصاديات الدول، وتزايد أهمية المصارف في حياة الأفراد وكذا في الاقتصاديات محليا وإقليميا ودوليا.

بشكل كبير ساهمت الصيرفة الالكترونية بمعيرة التكنولوجيا المالية ومختلف ابتكاراتها الحديثة في عصره البنوك وزيادة مستوى الشعور بالرضا لدى العملاء حول الخدمات المقدمة لهم على مستوى البنوك، وتقليل التكاليف والأعباء سواء على البنوك وحتى العملاء والتقليل من الوقت المستهلك للحصول على الخدمة عما كان عنه سابقا في خضم الصيرفة التقليدية.

رغم الايجابيات الكبيرة التي ميزت الصيرفة الالكترونية تبقى تعاني من بعض النقائص وعلى رأسها مخاطر الاختلاس وكشف الأسرار الخاصة بالعملاء والقرصنة والاحتيال وكذا تبييض الأموال، لذا وجب تكثيف الرقابة وتحسين القوانين والتنظيمات المنظمة لها لبلوغ أقصى حد من العصرية والتطور في الخدمات البنكية، وبالتالي تعزيز مكانة البنوك في الاقتصاد.

الفصل الثالث: دراسة تطبيقية حول الصيرفة
الإلكترونية وتأثيرها على تقديم الخدمات
المصرفية حالة بنك الجزائر الخارجي " وكالة
البويرة "

تمهيد:

تطرقنا في الفصلين السابقين إلى مختلف المفاهيم النظرية المتعلقة بالصيرفة الإلكترونية والخدمات المصرفية بالإضافة إلى أساسيات عصرنتها وتأثيرها على مختلف جوانب العمل المصرفي الداخلي والخارجي، بينما سنقوم بمحاولة اسقاط هذه الدراسة النظرية المدروسة على أرض الواقع من خلال دراسة ميدانية على مستوى بنك الجزائر الخارجي.

وحتى يتسنى لنا معرفة واقع تطبيق الصيرفة الإلكترونية في البنك الجزائري الخارجي ووكالة البويرة، قمنا بتقسيم العمل إلى ثلاث مباحث لننتقل بها من العموم إلى التخصص حيث يتضمن المبحث الأول عرض عام لواقع الصيرفة في الجزائر وحال الخدمة المصرفية والعراقيل التي تواجهها والحلول المقترحة، والمبحث الثاني قمنا من خلاله إعطاء تقديم عام لبنك الجزائر الخارجي ووكالة البويرة حيث تطرقنا إلى نشأته وأهدافه وكذا الهيكل التنظيمي الخاص به، أما المبحث الثالث يعرض دراسة حالة لتأثير الصيرفة الإلكترونية على الخدمات المصرفية للبنك الجزائري ووكالة البويرة ومن خلال معطيات وإحصائيات وردت من طرف البنك محل الدراسة.

المبحث الأول: واقع الصيرفة الإلكترونية في الجزائر

تعرف الصيرفة الإلكترونية في الجزائر وضعا متذبذبا مقارنة بنظيراتها على مستوى دول العالم المتقدم وهذا راجع إلى عدة اعتبارات، هذا رغم الجهود المبذولة من قبل الدولة لعصرنة الجهاز المصرفي.

المطلب الأول: حال الصيرفة الإلكترونية في الجزائر

تعد الصيرفة الإلكترونية إحدى أهم مظاهر الانتقال إلى اقتصاد متطور وعصري و يواكب التطورات الحالية، والجزائر كغيرها من دول العالم اتجهت إلى انتهاج الصيرفة الإلكترونية على مستوى بنوكها وهذا محاولة من قبل البنوك مواكبة التغيرات الحاصلة في المجال المصرفي العالمي، وقد بادر النظام المصرفي الجزائري لتقديم عدة خطوات في هذا الاتجاه:

الفرع الأول: أنظمة الدفع الإلكتروني

أولاً: مؤسسة SATIM: أسست مؤسسة SATIM من أجل آلية ورقمنة المعاملات المصرفية وتعد عنصرا هاما ضمن إصلاح وعصرنه القطاع المصرفي في الجزائر ومهمتها تحقيق مشروع ربط بين كل المؤسسات البنكية عبر شبكة بنكية متخصصة، هذا المشروع اعد سنة 1996 وانطلق بواسطة ABEF (منظمة البنوك والمؤسسات المالية) وتعمل SATIM على إدخال وظيفة الدفع الإلكتروني عمليا منذ سنة 2002.¹

ثانياً: نظام التسوية الإجمالية الفورية: يعتبر نظام التسوية الإجمالية الفورية للمبالغ الكبيرة والدفع المستعجل الذي وضعه بنك الجزائر والمسمى بنظام الجزائر للتسوية الفورية ARTS نظاما للتسوية بين البنوك لأوامر الدفع عن طريق التحويلات المصرفية أو البريدية للمبالغ الكبيرة أو الدفع المستعجل التي يقوم بها المشاركون في هذا النظام، ويهدف هذا النظام إلى تعريف ووضع نظام للتسوية الإجمالية والدفع المستعجل وتحديد مسؤوليات المتعاملين أو المشاركين في هذا النظام وكذا قواعد استعماله.

يشرف بنك الجزائر على إدارة نظام التسوية الفورية الإجمالية حيث يفتح في سجلاته باسم كل مشارك حسابات تسوية تقسم إلى حسابات فرعية وبنك الحسابات تحول حسب الحالات في زيادة أو نقص مبالغ الحسابات الجارية للمشاركين، والتي تضبطها المحاسبة العامة لبنك الجزائر وبعد التأكد المالي بوجود مخزون كافي في حسابات المشارك المعني يطبق هذا المبدأ "أول من يدخل أو من يخرج" مع الأخذ بعين الاعتبار الأولويات، الأولوية الأولى عمليات بنك الجزائر والأولوية الثانية هي المبالغ المخصصة للمقاصة أما الأولوية الثالثة فهي الأوامر المستعجلة بطبيعتها.

¹ زهير زاوش، دور نظام الدفع الإلكتروني في تحسين المعاملات المصرفية، 'دراسة حالة الجزائر'، مذكرة ماجستير في العلوم الاقتصادية، جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي، 2010/2011، ص 46.

إن دخول نظام الدفع الإجمالي للمبالغ الكبيرة قيد التشغيل في فيفري 2006 وزيادة وتيرة تشغيله تدريجيا أثر إيجابا على إدارة خزينة المصارف، وهو نظام خاص بكل المدفوعات ما بين البنوك التي تعادل أو تفوق مليون دينار، والمدفوعات المستعجلة تتمثل أيضا في التحويلات لحساب زبائنها.

بلغ عدد العمليات المسجلة على مستوى نظام ARTS سنة 2012 حوالي 269557 عملية، وبلغ سنة 2013 290418 عملية، بلغ سنة 2015 حوالي 334749 عملية، لينخفض قليلا سنة 2016 ليسجل نظام ARTS: 328404 عملية، ليعاود الارتفاع سنة 2017 حيث سجل ما مقداره 339227 عملية، ليواصل الارتفاع ليسجل سنة 2021 363894 عملية ما قيمته 71090.145 مليار دينار.¹

ثالثا: المقاصة الإلكترونية في الجزائر: عرفت المؤسسات البنكية ومكاتب بريد الجزائر وهيئات الخزينة العامة في 15 ماي 2008 انطلاق صيغة نظام الدفع النقدي بواسطة المقاصة الآلية (Algérie tel compensation inter bancaire)، ويعتمد هذا النظام على الإدخال الآلي للبيانات الرقمية وصور الشبكات على الماسح الضوئي.

حسب المادة 02 من الجريدة الرسمية الصادرة في 2006/06/23، فإن بنك الجزائر ينجز نظام المقاصة الإلكترونية الذي يدعى نظام الجزائر للمقاصة المساقية ما بين البنوك ATCI، ويتعلق الأمر بنظام ما بين البنوك للمقاصة الإلكترونية للصكوك والمستندات والتحويلات والاقطاعات الأوتوماتيكية، والسحب والدفع باستعمال البطاقة البنكية ولا يعدل هذا النظام إلا التحويلات التي تقل قيمتها الاسمية عن 04 مليون دينار.

يهدف هذا النظام (ATCI) إلى:

- ✓ التسيير المحاسبي اليومي لإعطاء نظرة شاملة عن وضعية الخزينة العمومية في السوق المالي الوطني؛
- ✓ تقليص آجال المعالجة ثم قبول أو رفض العملية في اجل أقصاه 5 أيام على أن يتم اختزال هذه المدة إلى 3 أيام أو 48 ساعة؛
- ✓ تأمين أنظمة الدفع العام؛
- ✓ إعادة الثقة للعملاء في وسائل الدفع الخاصة بالصكوك.
- ✓ مواجهة عملية تبييض الأموال.²

¹ إيمان نور الدين، إيمان نعمون، واقع الخدمات المصرفية في الجزائر دراسة في الفترة ما بين 2012-2022، سنة 2023 ص ص 108-109

² اوصغير الويزة، خدمات الصيرفة الإلكترونية في البنوك الجزائرية، دراسة حالة القرض الصغير الجزائري، مجلة اقتصاديات المال والأعمال، سبتمبر 2018، ص ص 366-367.

الفرع الثاني: الخدمات المصرفية الإلكترونية في الجزائر

سنحاول إبراز أهم الخدمات المصرفية الإلكترونية وقنواتها:

1. أهم الخدمات التي تقدمها المصارف الجزائرية الكترونيا هي:

✓ طلب دفتر الشيكات؛

✓ طلب كشف للعمليات المصرفية؛

✓ سعر الصرف للعملات.

وهذه الخدمات متاحة 24/سا و 7ايام/7ايام.

✓ التحويل وهو أمر يعطيه عميل المصرف من اجل اقتطاع قيمة معدودة من حسابه لكي يتم نقلها

الالكترونيا ودفعها في حساب المستفيد المسير من طرف مصرف آخر؛

✓ الاستشارة وهي مساحة حرة مع جهاز كمبيوتر وطابعة، حيث يمكن للعميل أن يرى تحركات حسابه

من خلال إعطاء البنك الرمز الشخصي له؛

✓ الاطلاع على سير العمليات؛

✓ عرض جميع المعلومات الخاصة بالعميل لمدة 30 يوم؛

✓ سحب الأوراق النقدية بالدينار؛¹

✓ النظام الآلي لتحويل الأجور وهو نظام الذي أطلقه البنك الوطني الجزائري في 13 جانفي 2010

يسمح بتحويل الأجور، ويعتبر هذا أول مراحل المصرف الالكتروني والتعاملات الالكترونية عن

بعد.

2. قنوات الاتصال التي توفرها المصارف الجزائرية:

✓ عن طريق الانترنت حيث يمكن معرفة حساباتك الخاصة على الانترنت وهي متوفرة طيلة أيام

الأسبوع و 24/سا و 24/سا؛

✓ عن طريق الهاتف حيث يمكن معرفة الرصيد عن طريق الهاتف؛

✓ عن طريق أجهزة الصراف الآلي؛

✓ عن طريق الفاكس وذلك بإرسال كشوف الحساب الأسبوعي عن طريق الفاكس؛

✓ الرسائل القصيرة، وهذه الخدمة تتيح لك الحصول دوريا عبر الرسائل القصيرة على رصيدك فضلا

عن معلومات حول المعاملات في الحسابات الخاصة بك.

3. البطاقات التي تقدمها المصارف الجزائرية:

✓ بطاقة فيزا العالمية بأنواعها الذهبية والفضية.

¹ بركان أمينة، مجلة الاقتصاد الجديد تحديث الخدمة المصرفية في الجهاز المصرفي الجزائري، العدد 07، جامعة خميس مليانة، الجزائر، سبتمبر

✓ البطاقة البنكية.

✓ البطاقة الكلاسيكية.

✓ البطاقة البنكية الزرقاء والفضية¹

الفرع الثالث: تطور الصيرفة الإلكترونية في الجزائر

أولا: تطور التعامل بالبطاقات البنكية:

تشير الإحصائيات إلى محدودية التعامل بالبطاقات البنكية خلال الفترة ما قبل انتشار فيروس كورونا، نتيجة لغياب الثقافة البنكية لدى العملاء ومحدودية عدد الموزعات الآلية التي تتعطل أحيانا وتتطلب تكاليف صيانة مرتفعة، الأمر الذي يحول دون استعمالها وتفضيل الدفع التقليدي بدل الإلكتروني، وحيث وحسب التقرير السنوي 2016 لبنك الجزائر، عرفت التعاملات عن طريق البطاقة البنكية الضعيف أصلا انخفاضا كبيرا سنة 2016 (-28.9% مقابل 32.3% سنة 2015) أي 2.2 مليون عملية سنة 2016 مقابل 3.1 مليون عملية سنة 2015.²

إلا انه ابتداء من سنة 2017 عاودت العمليات عن طريق البطاقات الارتفاع، حيث سجلت 2.994 مليون سنة 2017 و 3.592 مليون عملية سنة 2018 (ارتفاع ب 19.98% من حيث الحجم و 27.25% من حيث القيمة)، ما يعكس عودة الاستهوان بها في مجال استعمال البطاقات البنكية.³

ويمكن تفسير هذه الزيادة بـ:

✓ المجهودات المبذولة من طرف مجمع النقد الآلي في أطار ترقية خدمات البطاقة و تعميم استعمالها.

✓ الترخيص ل 27 موقع للتجارة الإلكترونية تعمل في مجال الخدمات.

✓ صدور القانون المتعلق بالتجارة الإلكترونية في ماي 2018 والذي يسمح على المدى المتوسط بتواجد مكثف لمواقع التجارة الإلكترونية لقطاع السلع والخدمات وما ينتج عنه من استعمال واسع للإنترنت.

انطلاقا من سنة 2020 سجلت عملية الدفع عن طريق البطاقة البنكية ارتفاعا كبيرا مقارنة بسنة 2019، حيث سجلت 12.920 مليون عملية سنة 2020 و 23.867 مليون عملية سنة 2021، هذا الارتفاع يمكن تفسيره بتداعيات فيروس كورونا والعوامل المحيطة به.

¹ بركان أمينة، مرجع سبق ذكره.

² التقرير السنوي لبنك الجزائر سنة 2016 ص 104.

³ التقرير السنوي لبنك الجزائر سنة 2019. ص 33.

ثانيا: تطور عدد الصرافات الآلية ATM:

تعتبر الصرافات الآلية أهم الوسائل التي اعتمدها البنوك من أجل تسهيل خدمات الزبائن على مدار 24 ساعة، ومن خلال الإحصائيات نلاحظ أن عدد الصرافات الآلية على مستوى البنوك الجزائرية في الفترة ما قبل 2012 عرف تذبذبا، حيث كان هناك 543 صراف على مستوى البنوك، ثم انخفض ليسجل 539 صراف، وبدءا من سنة 2015 بدأ بالارتفاع حيث كان هناك 570 صراف آلي، ومن سنة 2016 عرف عدد الصرافات الآلية في البنوك الجزائرية تطورا ملحوظا، حيث وصل في نهاية 2019 إلى 1621 صراف آلي.¹

وابتداء من سنة 2020 عرف عدد الصرافات ارتفاعا هاما حيث وصل إلى 3030 صراف واستمر في الارتفاع ليبلغ سنة 2022 حوالي 3658 صراف آلي على مستوى البنوك.

ثالثا: تطور عدد طرفيات البيع (أجهزة البيع الإلكتروني) Tpe:

جهاز الدفع الإلكتروني هي عبارة عن جهاز مدمج لدى التجار، تجرى من خلاله عمليات التحويل وإعادة التحويل عبر شبكة وقنوات الاتصال المختلفة، حيث يتم من خلاله تكوين اتصال مباشر بين حاسبات آلية موجودة في المحلات والأسواق والمتاجر الكبرى بالحاسب الآلي للبنك، من خلال استخدام هذه الوحدات الطرفية يمكن إدخال قيمة مشتريات الزبون لتخصم من رصيد حسابه مباشرة في البنك وإضافة القيمة إلى حساب المتجر في نفس البنك.²

وحسب الإحصائيات نلاحظ تزايد عدد أجهزة الدفع الإلكتروني إلى غاية سنة 2013 لتصل إلى 2986، ثم انخفض سنة 2014 ليبلغ 2737 جهاز دفع إلكتروني، ثم عاودت الارتفاع سنة 2015 لتصل إلى 3035 جهاز دفع وابتداء من سنة 2016 شهد عدد أجهزة الدفع ارتفاعا ملحوظا ليبلغ سنة 2015 إلى 15397 جهازا، ويفسر هذا الارتفاع بمحاولة البنوك الجزائرية تطوير وتشجيع عمليات الدفع، إلا أنها لا تزال بعيدة عن المستوى المطلوب مقارنة بالتطورات العالمية في هذا المجال.

وفي سنة 2019 بلغ عدد أجهزة الصراف الإلكتروني 23762 جهازا، ليواصل الارتفاع سنوات 2020 و 2021 ليبلغ العدد 46636 جهازا سنة 2022.

¹ إيمان نعمون، إحسان نور الدين، مرجع سبق ذكره، ص 111.

² صليح بونفلة، النظام القانوني للعمليات المصرفية الإلكترونية، أطروحة لنيل هادة الدكتوراه، جامعة قلمة، كلية الحقوق والعلوم السياسية، الجزائر، سنة 2019/2020، ص 10.

رابعاً: تطور الدفع عبر الإنترنت:

أصبح الدفع عن طريق الإنترنت بواسطة البطاقة البنكية عملياً سنة 2016، وقد تم فتح هذه العملية في البداية للقائمين على الفوترة الكبيرة (شركات توزيع الماء والطاقة، الغاز والكهرباء، الهاتف الثابت والنقل، شركات التأمين والنقل الجوي وبعض الإدارات).

بحسب إحصائيات هيئة تجمع النقد الآلي Giemonetique فإنه يتواجد 291 تاجر ويب منخرط في نظام الدفع الإلكتروني البنكي سنة 2022، حيث أنه منذ انطلاق الدفع الإلكتروني عبر الإنترنت نتج حوالي 21958103 معاملة.¹

خامساً: تطور عدد عمليات السحب على الجهاز النقدي:

تشير إحصائيات Giemonetique إلى أن هناك تزايد محتشم في عدد عمليات السحب على الجهاز النقدي منذ سنة 2016 حيث بلغت 6868031 عملية، إلى غاية سنة 2019 أين بلغت عدد العمليات في هذا العام 9929652 عملية، ليشهد ارتفاعاً كبيراً سنة 2020 حيث بلغ عدد عمليات السحب 58428933 عملية، ليبلغ سنة 2022 حوالي 128035361.

هذه هي على العموم وضعية الصيرفة الإلكترونية في الجزائر إذ الملاحظ تطور هام وملحوظ في السنوات الأخيرة انطلاقاً من سنة 2019، هذا على الأغلب بسبب تداعيات فيروس كورونا المستجد حيث خلال هذه الفترة اكتسب زبائن البنوك الجزائرية ثقافة مصرفية إلكترونية ملحوظة، وأيضاً بسبب جهود الدولة من أجل رقمته مصلحتها وفرض التكنولوجيا كمنهج في القطاع المصرفي.

المطلب الثاني: جهود الجزائر في مجال الصيرفة الإلكترونية

لقد سعت الدولة الجزائرية جاهدة من أجل مواكبة تطورات العصر واللاحق بركب الاقتصاديات العالمية، ولأن القطاع المصرفي في دول العالم شهد تطوراً كبيراً وملحوظاً من خلال استعمال التكنولوجيا وابتكاراتها وانتهاج الصيرفة الإلكترونية كمنهج لها، سعت البنوك الجزائرية بدءاً برأس هرمها بنك الجزائر إلى انتهاج سبيل الصيرفة الإلكترونية من أجل عصنة النظام المصرفي وعصنة الخدمات البنكية، وأهم الجهود المبذولة من قبل الدولة في هذا المجال نذكر:

¹ إيمان نعمون، إحسان نور الدين، مرجع سبق ذكره، ص 112.

أولاً: من المجال التقني:

1. أبدت الجزائر اهتماما مبكرا بمحاولة عصرنة قطاع البنوك والمؤسسات المالية من خلال إنشاء شركة النقد الآلي والعلاقات التلقائية بين البنوك (SATIM) سنة 1994 من طرف ثمانية بنوك جزائرية، حيث أوكلت لهذه الشركة مهمة تطوير وتحديث وسائل الدفع الإلكتروني غير أن انطلاقها كانت جد متواضعة.
2. تم البدء فعليا العمل بالبطاقة البنكية بين البنوك (CIB) من خلال الموزعات والشبائك البنكية سنة 2006، ليبقى استعمال البطاقة البنكية المظهر الوحيد لوسائل الدفع الإلكتروني في الجزائر.
3. حاولت الجزائر إعادة بعث مشروع الصيرفة الإلكترونية من جديد سنة 2016 من خلال إنشاء وزارة للاقتصاد الرقمي.
4. محاولة تعميم استعمال وسائل الدفع العصرية عن طريق تطوير شبكة المواقف على الدفع الإلكتروني.
5. إن تعميم استعمال وسائل الدفع العصرية أصبح من أهم محاور الإصلاح المالي والمصرفي في إطار آليات متابعة التمويل غير التقليدي الذي جاء به تعديل قانون النقد والقرض لسنة 2017.

ثانيا من الجانب القانوني:

1. اعترف المشرع الجزائري بالبطاقات البنكية سنة 2005 من خلال الاعتراف ببطاقتي الدفع والسحب بعد تعديل القانون التجاري في خطوة تعتبر متأخرة.¹
 2. اصدر بنك الجزائر بعض الأنظمة التي تحدد الخصائص التقنية والفنية للبطاقات البنكية والتي يجب أن يلتزم بها مصدر والبطاقة، وكذا تحديد المواصفات التقنية للموزعات والشبائك الآلية للبنوك ونهايات الدفع الإلكتروني.
 3. إصدار قانون التوقيع والتصديق الإلكتروني سنة 2005.
 4. إصدار قانون التجارة الإلكترونية سنة 2018 الذي جاد فيه ان توسيع استخدام المبادلات التجارية والدفع عن طريق الاتصال الإلكتروني في معظم دول العالم كان له دور عظيم في تنامي الاقتصاديات الحديثة.²
- رغم الجهود المبذولة من قبل الدولة الجزائرية من أجل عصرنة النظام والخدمة البنكيين من خلال انتهاج الصيرفة الإلكترونية، إلا إن الوضع يبقى بعيدا جدا عن التطور الذي تشهده القطاعات المصرفية العالمية وحتى العربية منها في الوقت الراهن، لذا وجب تعزيز هذه الجهود وبذل المزيد من أجل ضبط و تأطير الصيرفة الإلكترونية لبلوغ مصاف النظم المصرفية العالمية.

¹ صليح بونفلة، مرجع سبق ذكره، ص 11.

² مرجع سبق ذكره ص 12.

المطلب الثالث: العراقيل التي تواجه الصيرفة الإلكترونية في الجزائر والحلول المقترحة لتجاوزها

تواجه المصارف الجزائرية كغيرها من المصارف في دول العالم الثالث عراقيل كثيرة في سبيل عصرنة خدماتها المصرفية، وفرض الصيرفة الإلكترونية كمنهج تقوم عليه خدماتها البنكية

الفرع الأول: العراقيل التي تواجه الصيرفة الإلكترونية في الجزائر

هناك العديد من السلبيات التي تميز القطاع المصرفي الجزائري مقارنة بالقطاعات المصرفية في دول العالم المتقدم، وهذا راجع لتأخره في مجال التكنولوجيا وتطبيق الصيرفة الإلكترونية، وإن من العراقيل التي تواجه الصيرفة الإلكترونية في الجزائر ما يلي:

1. الفجوة التكنولوجية بين البنوك في الجزائر ونظيراتها الأجنبية عميقة ولا تزال كبيرة جدا، وذلك لان إقامة الأعمال الإلكترونية على مستوى البنوك يستوجب وجود مجموعة من المتطلبات التي نلتبس غيابها أو ضعفها على مستوى البنوك في الجزائر، وهذه المتطلبات هي:
 - ✓ البنية التحتية في تكنولوجيا الإعلام والاتصال؛
 - ✓ الأطر البشرية الكفوءة؛
 - ✓ التطور والبحث والدراسات اللازمة؛
 - ✓ التشريعات الضرورية لتسهيل انتشار الأعمال الإلكترونية؛
 - ✓ الدعم الحكومي وفق مبادرة وطنية مبنية على رؤية استراتيجية.¹
2. ضعف التكوين القاعدي، أي معاناة المورد البشري الجزائري من ضعف التكوين على مستوى المعاهد والمؤسسات التي تلقاها على مستواها والتي لا تعرف الشيء الكثير عن تسيير المصارف.
3. ضعف عملية التأهيل والرسكلة بالنسبة للمورد البشري على مستوى البنوك الجزائرية.
4. غياب الثقافة المصرفية لدى الكفاءات البشرية على مستوى البنوك الجزائرية.²
5. العراقيل الإدارية حيث يعترض توسيع الصيرفة الإلكترونية في البنوك الجزائرية مجموعة من المعوقات الإدارية، نذكر منها:

✓ عدم وجود تعاون وتنسيق بين فروع ووحدات المنظومة المصرفية الجزائرية في مجال الصناعة الإلكترونية المصرفية واستثمار المعلومات مع صعوبة الوصول إلى صيغة توافقية لإدارة الكترونية متكاملة داخل البنوك الجزائرية.

¹ بن عمر خالد، بورزامة جيلالي، واقع الصيرفة الإلكترونية في الجزائر بين معوقات التوسع ومتطلبات النجاح، مجلة بحوث اقتصادية عربية، العدد 20، 25 جوان 2019، ص106

² إيمان نور الدين، إيمان نعمون، مرجع سبق ذكره، ص116.

الفصل الثالث: دراسة تطبيقية حول الصيرفة الإلكترونية وتأثيرها على تقديم الخدمات المصرفية حالة بنك

الجزائر الخارجي - وكالة البويرة -

✓ غياب الحوافز القوية و الجهودات اللازمة من تخطيط وتنسيق من الإدارة لتهيئة المحيط البنكي للتحويل إلى الإدارة الإلكترونية، الأمر الذي سبب في تكرار عمليات التأجيل لتوسيع الصيرفة الإلكترونية.

✓ الإجراءات الإدارية غير المرنة وغير المتحمسة لمشروع الإدارة الإلكترونية الذي يعد إحدى المعوقات التي تقف في وجه تطبيق هذا المشروع.

✓ سيطرة الأساليب التقليدية على أجواء العمل الإداري داخل الجهاز البنكي الجزائري وعدم التمكن من تجاوزها، مع غياب استراتيجية تسويقه لدى العملاء لتتقيد العملاء بخدمات الصيرفة الإلكترونية المتاحة.¹

6. عدم وجود بيئة تنظيمية تشجع على الابتكار.

7. عدم تخصيص الموارد المالية والمادية والإمكانات اللازمة لتطبيق الابتكارات الجديدة.

8. انخفاض مستوى البحث والتطوير.

9. عدم وضوح البيئة القانونية والتشريعية المتعلقة بتنظيم التجارة الإلكترونية.

10. تعدد المخاطر المرتبطة بتقديم الخدمات المصرفية الإلكترونية.

11. ارتفاع تكلفة إنشاء وصيانة الشبكات الخاصة بالعمليات المصرفية.²

بالإضافة إلى هذه العراقيل نجد عراقيل ثقافية واجتماعية تقف في وجه تطوير الصيرفة الإلكترونية في

الجزائر وهي:

✓ ارتفاع الاستعمالات المتكررة للشيكات بدون رصيد أو غير مجانية الرصيد مما ساهم في عدم تقدم وسائل الدفع.

✓ مشكل الأمية الذي يجعل الأشخاص لا يتقون سوى في السيولة النقدية وغير قادرين على استيعاب أو استعمال البطاقات البنكية.

✓ التهرب الضريبي.

هذه اغلب العراقيل التي تواجه الصيرفة الإلكترونية في الجزائر كغيرها من دول العالم الثالث، ووجب

على المصارف والحكومة العمل على تجاوز هذه العقبات للبلوغ بالقطاع المصرفي الجزائري مصاف القطاعات المصرفية العالمية .

¹ بن أعر خالد، د بورزامة الجيلالي، مرجع سبق ذكره، ص 107.

² تقماري سفيان، مرجع سبق ذكره، ص 60.

الفرع الثاني: الحلول المقترحة لتجاوز العراقيل التي تواجه الصيرفة الإلكترونية في الجزائر

إن حجم العراقيل التي تواجه نهج الصيرفة الإلكترونية على مستوى القطاع المصرفي الجزائري يبقى كبير، ورغم الجهود المبذولة سواء من قبل الدولة أو من قبل المصارف في حد ذاتها، يبقى واقع الصيرفة الإلكترونية في الجزائر سلبي إلى درجة ما، رغم العديد من الإيجابيات المسجلة وخاصة في السنوات الأخيرة بعد تفشي فيروس كورونا المستجد سنة 2019، هذه العراقيل لا بد لها من حلول تساعد على تجاوزها، ومن بين الحلول المناسبة لتجاوز هذه العقبات في طريق الصيرفة الإلكترونية نذكر:

1. وضع قوانين ضابطة للعمل البنكي الإلكتروني في الجزائر كفيلة بتنظيم العلاقات بين مصدري الخدمات البنكية ومستخدميها، وحل النزاعات التي قد تنشأ أثناء التعامل إضافة إلى تغطية كافة الجوانب المتعلقة بجرائم السرقة والاحتيال وما شابههما.
2. توفير الحماية للعمليات البنكية، من خلال تبني أنظمة أمنية كفؤة وتطويرها باستمرار لحماية قاعدة معلومات البنوك من عمليات الاختراق والقرصنة .
3. تشجيع شركات صناعة البرمجيات لتوظيف خبراتها في توفير البرمجيات اللازمة لحماية أنظمة البنوك.
4. توفير بيئة قانونية وتشريعية قوية تحتضن الصيرفة الإلكترونية وتنظمها وتضمن حقوق جميع الأطراف¹.
5. تشجيع الابتكار وتوفير التمويل والمرافقة للمشاريع المبتكرة والمتعلقة بالصيرفة الإلكترونية على مستوى المصارف.
6. مرافقة إطارات وعمال المصارف من خلال التكوين و التأطير الجيد الخاص بكل ما يتعلق بالجوانب التكنولوجية لدى المصرف.
7. استحداث نظم جديدة وتشجيع استخدامها.
8. العمل على تحقيق أقصى استفادة ممكنة من التكنولوجيات المستخدمة من خلال التحديث المستمر للأساليب العمل.
9. الاستعانة بالخبراء سواء من داخل الوطن أو خارجه لتعزيز الأفكار الإبداعية الجديدة²
10. يجب على البنوك في الجزائر أن تضع عرض الخدمات المصرفية الإلكترونية ضمن استراتيجيتها متوسطة وطويلة المدى لتكون قادرة مستقبلا على المنافسة إقليميا ودوليا.
11. العمل على الترويج والإشهار لمختلف المنتجات المصرفية الإلكترونية لزيادة وعي وثقة المواطنين بالمصارف الجزائرية.

¹ إيمان نور الدين، إيمان نعمون، مرجع سبق ذكره، ص116.

² أستاذة بركان أمينة، مرجع سبق ذكره، ص279.

هذه بعض الحلول المقترحة من أجل تجاوز العقبات والعراقيل التي تعطل عصرنة النظام المصرفي الجزائري ونهج الصيرفة الإلكترونية في المصارف الجزائرية.

المبحث الثاني : نظرة عامة حول البنك الخارجي الجزائري لولاية البويرة

البنك الخارجي الجزائري يعتبر واحداً من أبرز المؤسسات المالية في البلاد، حيث يمتاز بتغطيته الواسعة للعمليات الداخلية والخارجية، ويحتل المرتبة الحادية عشرة ضمن أفضل مئة بنك في إفريقيا، ويعزى هذا النجاح جزئياً إلى دوره في تمويل قطاع المحروقات بشكل خاص.

في هذا الدراسة، سنتناول تاريخ وتطورات البنك الجزائري الخارجي بشكل عام، بما في ذلك وكالاته وأدوارها الخاصة، وسنقدم نظرة مفصلة على مختلف مصالح البنك ومهامها، مع التركيز على كيفية تطبيق التقنيات الرقمية، وسنقوم بمقارنة أداء البنك مع بعض البنوك الأخرى .

المطلب الاول : نشأة وتعريف البنك الخارجي الجزائري

نرجع في هذا المطلب على نشأة البنك الخارجي الجزائري والإطار القانوني لتأسيسه، ثم نتطرق الى تعريفه بالإضافة الى المهام التي يقوم بها.

الفرع الأول: نشأة البنك الخارجي الجزائري :

تم تأسيس البنك الخارجي الجزائري في 1 أكتوبر 1967، برأسمال قدره 20 مليون دينار جزائري، بموجب الأمر 67-204 الصادر في نفس اليوم. يُعتبر البنك شركة وطنية خاضعة للقوانين الأساسية والتجارية، وجاء تأسيسه كجزء من عملية التأميم التي نفذتها الحكومة الجزائرية لاسترجاع السيادة الوطنية في القطاع المصرفي بعد الاستقلال، نظراً لدور النظام المصرفي كعصب حيوي في الاقتصاد الوطني.

في عام 1970، أدرج البنك الخارجي الجزائري حسابات الشركات الصناعية الكبرى، مثل سوناطراك ونفطال والشركة الوطنية للحديد والصلب، وشركة النقل البحري، ومنذ ذلك الحين، قام البنك بتقديم كل الخدمات المصرفية الخاصة بها.

في 12 يناير 1988، تحول البنك الخارجي الجزائري إلى شركة ذات مسؤولية محدودة، وذلك وفقاً لأحكام القانون رقم 88-01. بموجب هذا التحول، بدأ البنك بالعمل وفقاً لنظام الاقتصاد الحر، وأصبحت أسهمها من نوع "شركة مساهمة"، وهي تمتلك شخصية معنوية، وتتألف من رأس مال يملكه عدة بنوك أجنبية بالإضافة إلى مساهمة البنك الخارجي الجزائري. تتمثل في:

- البنك العربي الدولي.
- البنك العربي للاستثمار والتجارة الخارجية .
- البنك الدولي عبر القارات.
- اتحاد البنوك الدولي عبر القارات.

• اتحاد البنوك العربية في فرنسا ولندن.

الفرع الثاني: تعريف البنك الخارجي الجزائري :

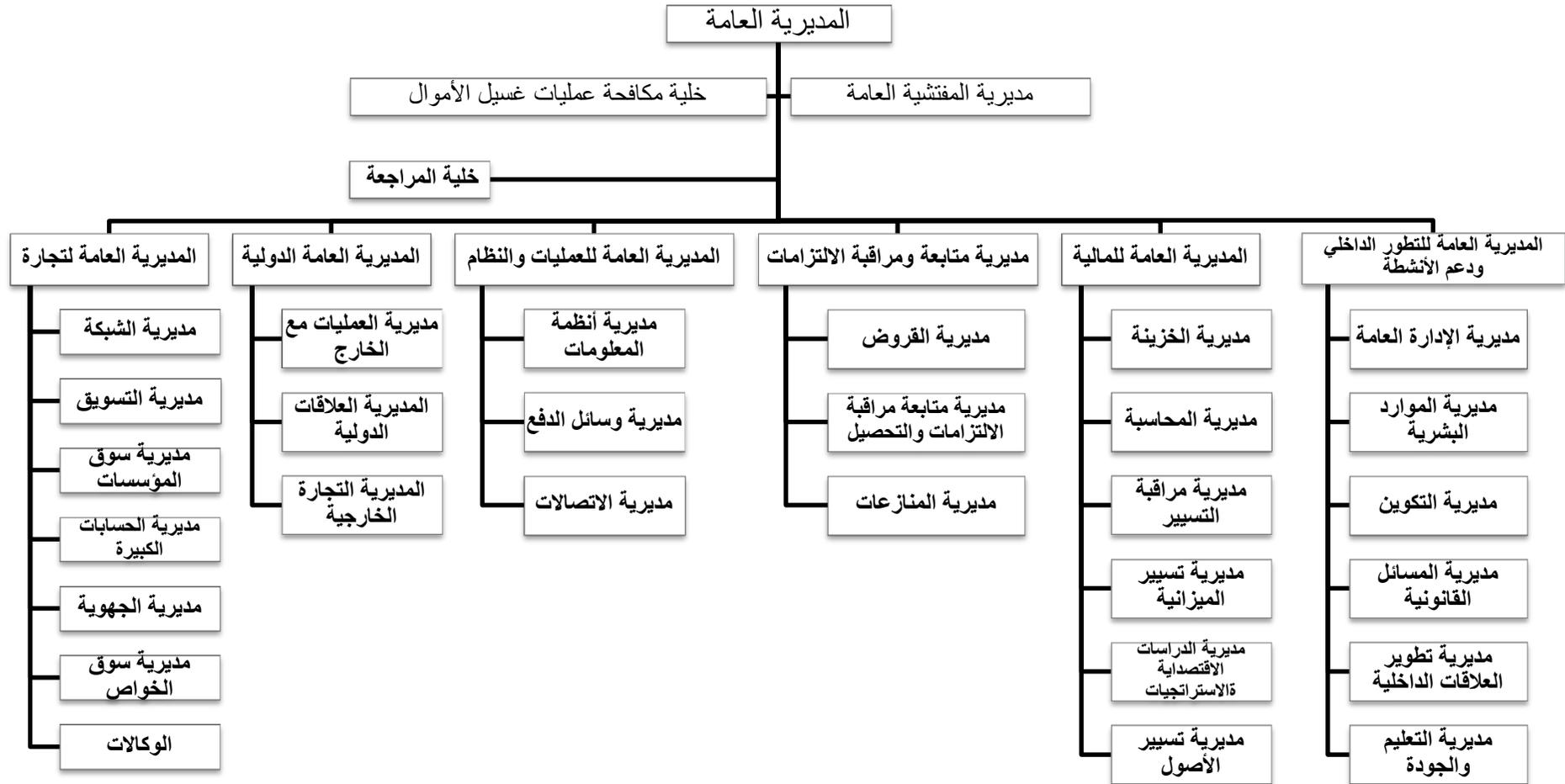
يعتبر البنك الخارجي الجزائري بنك ودائعي تمتلكه الدولة ويخضع للقانون التجاري يقوم بتسهيل العلاقات الاقتصادية مع مختلف دول العالم، تأسس بموجب مرسوم 67-204 الصادر في 1 أكتوبر 1967 م برأس مال قدره 20 مليون دينار جزائري ويعتبر من البنوك أولى التي تحولت إلى مؤسسة مستقلة ضمن مرسوم 88-61 في جانفي 1988 وفي 05 جانفي 1989 تحول البنك إلى شركة مساهمة برأس مال قدره 24.500.000.000 دج حيث عدل في آخر سنة 2011 إلى 76.000.000.000 دج .

إجمالي موارد البنك الخارجي الجزائري قد قدر بـ 255 مليار دينار جزائري بتاريخ 31 ديسمبر 2001، بينما بلغ إجمالي الاستخدامات 375 مليار دينار جزائري .

- تسهيل وتطوير الروابط والعلاقات الاقتصادية الجزائرية مع البلدان الأخرى .
- تقديم منتجات وخدمات تمكن المؤسسات الجزائرية من الحصول على خدمات مركزية ومعلومات تجارية دقيقة .
- تنفيذ عمليات الصرف والتحويلات النقدية .
- مساعدة في تسهيل عمليات التصدير للمنتجات المصنعة في أفضل الظروف.

الفرع الثالث: الهيكل التنظيمي للبنك الجزائري الخارجي

الشكل رقم 03: الهيكل التنظيمي لبنك الجزائر الخارجي



المصدر: البنك الجزائري الجزائري، وكالة البويرة تحت رقم 037.

المطلب الثاني : أهداف مهام ووظائف البنك الخارجي الجزائري

للبنك العديد من الوظائف التي يقدمها للعملاء والزبائن، سنقوم في هذا المطلب بعرض وظائف البنك الخارجي الجزائري والمهام المنوطة به وكذا الاهداف التي يعمل عليها .

الفرع الأول: اهداف البنك الخارجي الجزائري

- أعلن المدير العام للبنك الخارجي الجزائري أن مؤسسته تعمل على إنعاش الاقتصاد الوطني من خلال تمويل المؤسسات الاقتصادية في مجال الاستثمار. وفي هذا السياق، قام البنك بتقديم خدمة جديدة في فبراير 2018 وهي "ماستر كارد"، تتيح لأي عميل لديه حساب بالعملة الصعبة في البنك الخارجي الجزائري القيام بعمليات السحب من البنوك المحلية في الجزائر .
- المساهمة في توفير فرص عمل للشباب من خلال تقديم عروض وبرامج مخصصة لهم .
- تمويل المشاريع الشبابية للحد من معدلات البطالة وتعزيز التنمية الاقتصادية .
- نشر الوعي بأهمية الادخار لتوفير مصادر تمويل إضافية .
- زيادة الوعي الاقتصادي للعملاء لتحسين جودة الخدمات المصرفية وتوفير تحفيزات وراحة لجذب المزيد من العملاء .
- التوعية بأهمية تطوير الخدمات المصرفية لتلبية احتياجات العملاء وجذب المزيد منهم .
- في 20 مارس 2019، قرر البنك الجزائري الخارجي زيادة رأسماله من 150 مليار دج إلى 230 مليار دج.
- في 31 ديسمبر 2020، تم زيادة رأسمال البنك الجزائري الخارجي إلى 3.154.689.248.280 دينار جزائري، مع أرباح بلغت 68.620.094.978 دينار جزائري، وتمت الموافقة على القوائم المالية من قبل مجلس الإدارة في اجتماعه في 24 مايو 2021 .
- السعي إلى تحسين وتطوير الخدمات المصرفية المقدمة للزبائن، وتقديم حوافز لهم لزيادة الأمان والراحة وجذب المزيد من الزبائن .

الفرع الثاني : مهام البنك الخارجي الجزائري : نذكر منها :

- تعزيز العلاقات التجارية بين القطاعين الخاص والعام؛
- تقديم خدمات مصرفية للمؤسسات الحكومية والعملاء الخاصين؛
- تمويل عمليات الاستيراد والتصدير بالتعاون مع هيئات وشبكات البنك؛
- استقبال وإدارة مختلف الودائع المالية؛
- تلقي وإدارة الودائع على الطلب من الأفراد والشركات؛

- تقديم قروض قصيرة ومتوسطة الأجل للأفراد والشركات؛

الفرع الثالث: وظائف البنك الخارجي الجزائري : وتتمثل في :

- تسهيل وتعزيز العلاقات الاقتصادية بين الجزائر والدول الأخرى .
- تنفيذ جميع العمليات المصرفية المحلية والدولية بما يتوافق مع القوانين النافذة .
- إدارة المخازن العامة والاستثمار في العقارات أو اتخاذ إجراءات اجتماعية لصالح المجتمع .
- تقديم ضمانات و ضمانات الوفاء والتدخل في اتفاقيات القروض .
- توفير خدمات مركزية للمعلومات التجارية في الخارج وتطوير العمليات للمؤسسات المهتمة .

المطلب الثالث : الهيكل التنظيمي للبنك الخارجي الجزائري - وكالة البويرة- ومصالحه.

سوف نتطرق في هذا المطلب إلى تعريف الوكالة محل الدراسة والهيكل التنظيمي لها.

الفرع الأول: تعريف الوكالة محل الدراسة

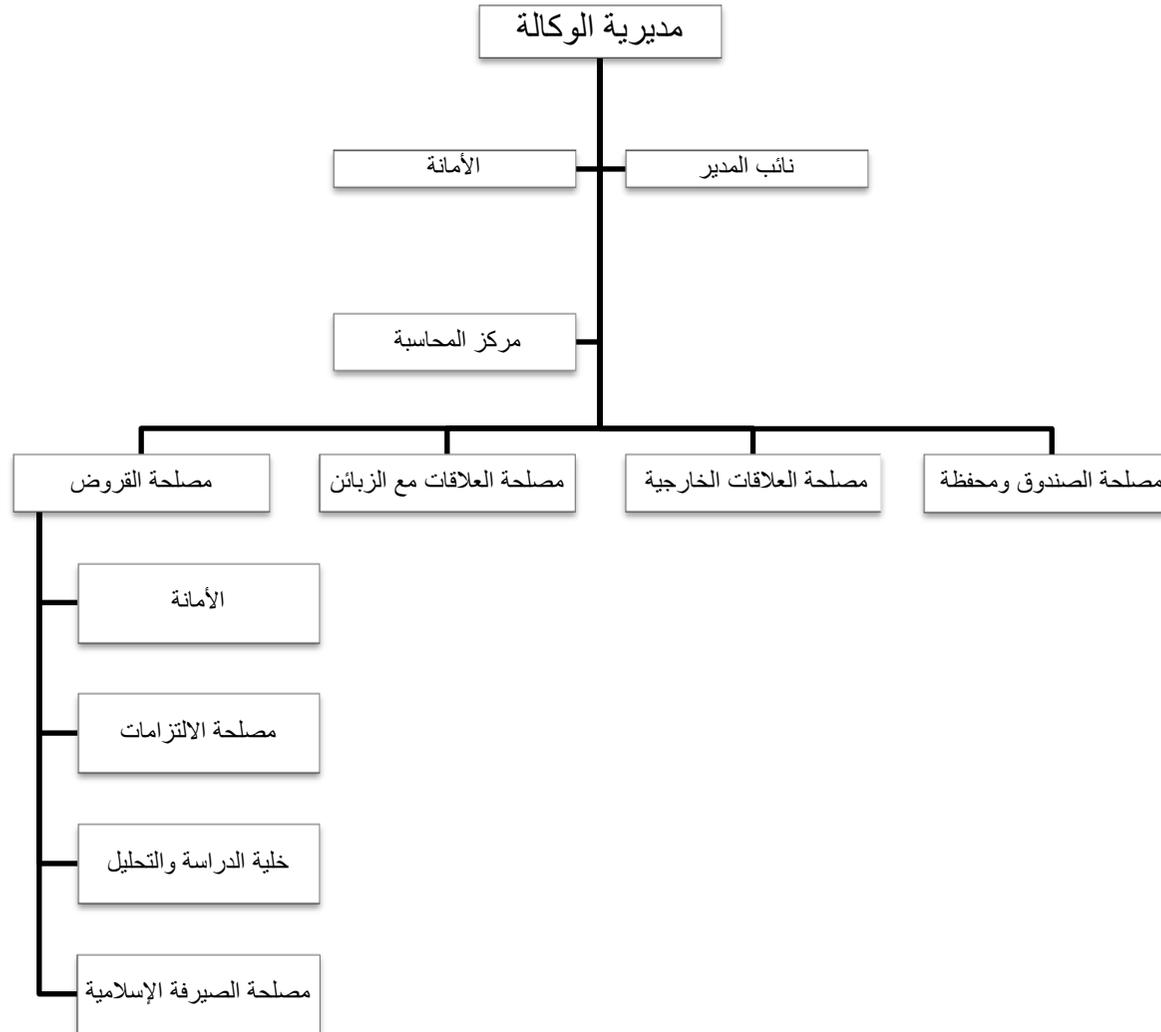
الوكالة التي تم أذها للدراسة هي الوكالة رقم 037 الموجودة بولاية البويرة، والتي أنشئت في 1980/07/07 م الموجودة بشارع عبان رمضان، وباعتبار أن الوكالة رقم 037 عبارة عن بنك تجاري يسعى إلى تحقيق الأرباح فهي تقدم بـ:

- ✓ قبول الودائع ومنح كل أنواع الائتمان على مستوى كل تراب الولاية؛
- ✓ التعامل مع المصدرين الخارجيين وتأمينهم؛
- ✓ تأجير الخزائن.

الفرع الثاني: الهيكل التنظيمي للوكالة محل الدراسة

يتكون الهيكل التنظيمي للوكالة من أربع مصالح، كل منها لديها صلاحيات ومهام محددة. ويمكن توضيح ذلك من خلال الشكل التالي:

الشكل رقم 04: الهيكل التنظيمي للوكالة المستقبلية



المصدر: البنك الجزائري الجزائري، وكالة البويرة تحت رقم 037.

الفرع الثالث: دور مختلف مصالح الوكالة (037)

تختلف مصالح الوكالة ويختلف تبعاً لذلك دور كل منها، فكل واحدة لها غرض معين.

1. مصلحة العلاقات الخارجية

تلعب المصلحة دوراً هاماً في تطوير العلاقات الاقتصادية الجزائرية مع الخارج وذلك بـ:

- فتح وانجاز اعتماد مستندي في الاستيراد والتصدير؛
- انجاز عمليات توظيف وتصفية حساب الصادرات والواردات؛
- معالجة الاستلامات المستندية في الاستيراد والتصدير؛
- تنفيذ الاستلامات المستندية المرسلة والمستقبلة؛
- انجاز عمليات الزبائن في الحساب بالعملة الصعبة.

2. مصلحة الصندوق والمحفظة

مصلحة الصندوق: تزود مصلحة الصندوق العمليات التي يطلبها الزبون في نفس الوكالة أو في شبكة البنك أو البنوك التي يتعامل معها، وللمصلحة علاقة وطيدة مع الزبائن وهذه العملية هي حركة نقدية (إيداع، سحب) وأيضاً حركة من حساب لحساب.

المحفظة: يتمثل دورها فيما يلي:

- انجاز العمليات المتعلقة بالشيكات وأوامر الدفع للزبائن؛
- تسيير ومتابعة التوظيفات؛
- معالجة وتنفيذ تحويلات الزبائن؛
- انجاز عمليات المقاصة والمقاصة من طرف المصلحة الشيك وأنواعه تتمثل في: شيك بنكي، شيك الموحد، الشيك الغير موحد.

3. مصلحة العلاقات مع الزبائن

المكلفين بالزبائن هم أول من يتحدثون مع الزبائن على مستوى الوكالة وتتمثل مهمتهم في:

- تقرير الدخول في علاقة مع الزبائن وفقاً لتوجيهات إدارة الوكالة؛
- القيام بتحليل الأخطار وإصدار إشعار مبرر لجميع مستويات الوكالة؛
- القيام بتحليل مرد ودية الزبائن؛
- القيام بتسيير ومتابعة استعمال القروض طبقاً للموافقات المتحصل عليها.

4. مصلحة القروض

تمتلك مصلحة القروض مكانة في كل وكالة بنكية وتعتبر كوسيلة مهمة للغنى، وذلك لتكوين الأموال وتنمية الاستثمار ولهذا الغرض يجب أن تجهز المصلحة بالتنظيم الملائم وتوزيع عقلائي للمهام، ومصلحة القرض تختلف من وكالة بنكية أخرى.

فرع الرابع: البيئة العملية لكل مصلحة

توجد لدى الوكالة أربعة مصالح وتختلف كل مصلحة عن الأخرى إلا أن هناك فروع من الترابط بين بعض المصالح.

1. مصلحة العلاقات الخارجية

عمليات في حساب بالعملة الصعبة: هو كشف حساب تسجل فيه كل العمليات التي بين البنك والزيون، يسمح المرسوم رقم 01/87 المؤرخ في 03-03-1987 لجميع مقرات البنوك بفتح حساب بالعملة الصعبة وذلك بالعملات القابلة للصرف، أي العمليات التي يمكن صرفها وسحبها بأي عملة أخرى دون تصريح مسبق من بنك جزائري ومنها:

✓ حساب العملة الصعبة بالاطلاع.

✓ حساب العملة الصعبة بالقسط.

عمليات التجارة الخارجية: يجب في كل عملية استيراد أو تصدير للملكيات أو الخدمات يجب القيام بتوطين، الذي يعرف بأنه إجراء إداري يتمثل بالنسبة للبنوك في تسجيل ومنح مساعدة قانونية لجميع عمليات الاستيراد والتصدير، وذلك وفقا لملف التوطين الذي يحتوي على طلب فتح التوطين مصادق عليه، فاتورة شكلية، الالتزام بالتنفيذ، ملخص عن العملية.

طريقة تسوية المعاملات التجارية:

- التحويل الحر: عبارة عن أمر يعطيه الزبون المستورد إلى موظف البنك بتحويل مبلغ معين للمصدر في بنك خارجي، هذا التحويل اعتمادا على معاملة تجارية حرة بين شركتين تم تجسيدها ووصول السلع المستوردة.

- تسليم الوثائق.

- الاعتماد المستندي.

2. مصلحة الصندوق والمحفظة

أ. مصلحة الصندوق:

✓ الحسابات: الحساب هو عقد بين موظف البنك والزيون بغرض إدخال المال ورد جزء منه أو كله للزيون إذا طلب ذلك.

✓ عمليات الشباك: وتشمل الايداعات، السحب، التحويل.

✓ التوظيف: هو بالنسبة لصاحب الأموال المدخرة وسيلة لتوظيفها في البنك حتى تصبح منتجة فوائد. وتشمل: حسابا لأجل، سند الصندوق، حساب ادخار بالدفتر.

ب. المحفظة:

- ✓ عملية استلام الشيكات وأوامر دفع الزبائن: هما العمليتان الرئيسيتان التي تقوم بها مصلحة المحفظة في البنك، وتقوم بعملية استقبال الزبائن وإعطائهم الشيكات والأوراق التجارية والقيام بمراجعتها والمحافظة عليها ومن الممكن تحصيلها، ويوجد نوعين من الاستلام للتحويل، استلام للحسم.
- ✓ المقاصة: حس استلام الأوراق التجارية جميع القيم المدفوعة من صناديقنا أو في صناديق البنوك الأخرى جمعت في حسابات التحويل، ثم القيم المدفوعة في صناديقنا يتم تحويلها إلى "الحجز"، وفيما يخص القيم المسحوبة من البنوك الأخرى في نفس المكان فإننا نقدم لكل واحد منها القيم التي تخصه، كل بنك في المدينة يقوم بنفس الشيء فعليه تقديم كل شيء يخص الآخرين بما فيهم نحن.
- ✓ المقاصة عن بعد: بعد إنشاء المقاصة عن بعد أصبحت الشيكات الموحدة لا تقبل من طرف غرفة المقاصة اليدوي، فأصبحت تعالج بنظام جديد "المقاصة عن بعد" ونفس الشيء بالنسبة لشيكات الزبائن، وفي هذا المستوى يقوم الزبون بإعطاء أمر للبنك باقتطاع مبلغ محدد من المال من صاحبه ونقله إلكترونياً وإدراجه في حساب المستفيد الذي ينتمي إلى بنك آخر.
- ✓ إقفال حساب اليومية: هو تسجيل يومي لجميع العمليات في نفس اليوم، نقوم بإعداد تقرير يلخص جميع عمليات الصندوق ونقوم بمقارنتها مع المستند الحسابي لذلك اليوم، المجموع الذي يظهر يجب أن يساوي المجموع المستند الحسابي بالضبط.

3.3. مصلحة العلاقات مع الزبائن

- القروض للخواص: فيما يخص القروض الاستهلاكية ألغيت عند صدور قانون المالية التكميلي 2009 ولم تبقى إلا المقرض العقاري الذي يكون على المدى الطويل يهدف إلى تمويل: السكن، التوسيع، البناء، الشراء.
- قروض الاستثمار: تعتبر قروض متوسطة وطويلة المدى، هذه الأخيرة تمول الأصول المتداولة للميزانية، دفع قروض الاستثمار يتم بالنتائج المستخلصة من قبل المؤسسة.
- قروض المدى المتوسط: تتراوح ما بين 2 إلى 7 سنوات وأكثر من ذلك تعتبر قروض المدى الطويل وفي معظم الحالات لا تتعدى 20 سنة.
- قروض الاستغلال: قروض متوسطة المدى موجهة لتمويل الأصول المتحركة للميزانية وبضبط القيم المستغلة أو المنتجة، دفع قروض الاستغلال مدتها عام عموماً، تضمنها مداخل المستغلة ونميز نوعين هامين من قروض الاستغلال:
- القروض من الصندوق: تقنيات بسيطة تسمح للمؤسسة أن تجعل رصيدها في وضعية سحب بسقف محدد مسبقاً رغم كبر خطورتها بالنسبة للبنك.

• **القروض بالإمضاء:** البنك يضمن التزامات زبائنه تجاه طرف ثالث بإعادة إمضائه للزبون، في البداية لا تدفع أموال لكنه سيضطر لذلك إن لم يحترم زبونه التزاماته.

4. مصلحة القروض: في الهيكل التنظيمي للوكالة تبين أن المصلحة تتكون من الأمانة، مصلحة الالتزامات، خلية الدراسة والتحليل كل واحدة على حدة.

- **خلية الدراسة والتحليل:** قسم الدراسة والتحليل هو أول من يسجل ملف القرض، ويتمثل عمله أساسا في دراسة وتحليل الأخطار الناجمة عن القروض المطلوبة.

- **مصلحة الالتزامات:** تبدأ عملها عند انتهاء مرحلة الدراسة والتحليل ويضمن متابعة القرض بعد الموافقة عليه لمصلحة القروض علاقات منها:

• **علاقات حسب التسلسل الإداري:** ترتبط مصلحة القروض تسلسليا بإدارة الوكالة والتي ترتبط بدورها بمجموعة الاستثمار وترتبط هذه الأخيرة بالإدارة المركزية للشبكة.

• **علاقات داخلية في الوكالة:** تتمثل في مختلف العلاقات بين مصلحة القروض وبين مختلف المصالح في نفس الوكالة.

• **علاقات خارجية عن البنك:** ترتبط مصلحة القروض ومختلف المؤسسات المالية والإدارية المركزية مثل البنوك التجارية للاستعلامات التجارية، بنك الجزائر من أجل الاستشارة.

5. مصلحة المحاسبة

- **مصلحة مركز المحاسبة:** تتمثل وظيفة مصلحة مركز المحاسبة فيما يلي:

✓ المراقبة المحاسبية للوثائق المحاسبية ومدى صحتها؛

✓ اعداد جداول المقاربة مع المؤسسات المالية الأخرى؛

✓ العمل على تطبيق المبادئ المحاسبية ومختلف القواعد البنكية؛

✓ إعداد قوائم الأرصدة الشهرية والسادسية والسنوية والتحقق من مكونات الرصيد؛

✓ تحديد رقم الأعمال الشهري؛

✓ التحقق من ترصيد الحسابات الوسيطة التي تمثل جل التحويلات بين المؤسسات المالية.

- **مصلحة الصيرفة الإسلامية:**

✓ فتح حسابات بنكية اسلامية سواء حسابات ودائع أو حسابات استثمار؛

✓ منح القروض للزبائن في إطار الصيرفة الإسلامية باختلاف فئة الزبائن والتي تعتمد على المرابحة؛

✓ منح سهولة الاطلاع على الحسابات الإسلامية بواسطة تطبيق BÉA mobile.

المبحث الثالث: دراسة حالة لتأثير الصيرفة الإلكترونية على الخدمات المصرفية للبنك الخارجي الجزائري وكالة البويرة.

تسعى الجزائر إلى مواكبة متطلبات العصر بصفة تدريجية هذا من جهة، ونجد أنها تعتبر الصيرفة الإلكترونية من بين أهم الأنظمة الواجب التركيز عليها للقيام بعصرنة النظام البنكي، ويعد البنك الخارجي الجزائري من البنوك الجزائرية التي مارست الصيرفة الإلكترونية مستعملة مختلف الأنظمة ووسائل الدفع الحديثة عن طريق ادخال تقنيات من شأنها مواكبة التطورات الحاصلة، نظرا لما توفره من سرعة في الإنجاز وتوفير للوقت من خلال الخدمات المقدمة من طرف البنك وهذا ما سوف نتطرق إليه في هذا المبحث:

المطلب الأول: أنظمة ووسائل الدفع الإلكتروني المستخدمة من طرف البنك الخارجي الجزائري وكالة البويرة

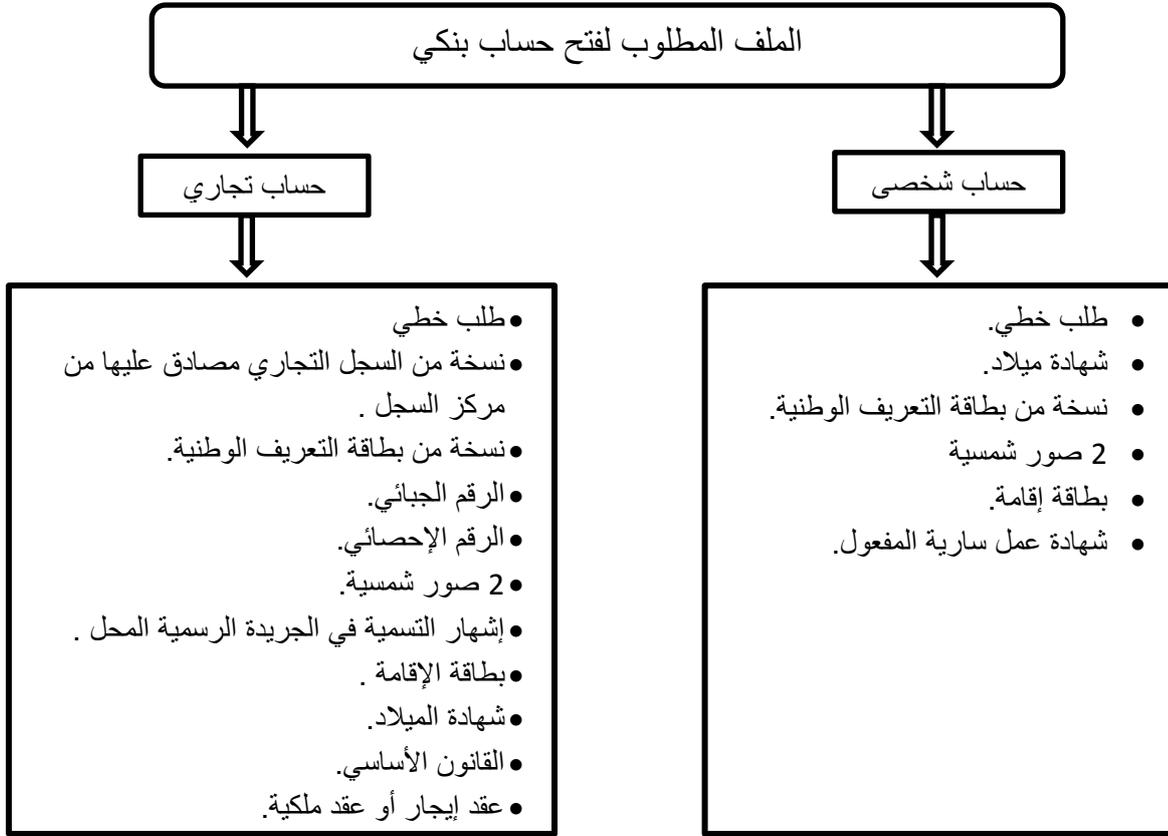
شهد القطاع المصرفي في الآونة الأخيرة تطور ملحوظ في مجال الخدمات الإلكترونية، حيث تم اعتماد وسائل وأنظمة دفع متطورة في مختلف البنوك ومن بينها البنك الخارجي الجزائري والذي اعتمد تطبيق عدة أنظمة ووسائل دفع إلكتروني، نجدها كما يلي:

الفرع الأول: الإجراءات اللازمة لفتح حساب بنكي والنظام المعتمد لذلك

أولاً: الإجراءات اللازمة لفتح حساب بنك الجزائر الخارجي وكالة البويرة

يعد بنك الجزائر الخارجي أحد أهم نماذج بنوك الجزائر، وما يميزها خدماتها المصرفية المقدمة ووجود صيغة عملية بنكية، ونجد أن العملاء أمام خدمة فتح حساب بنكي يتيح لهم تأمين أموالهم واستغلالها ومتابعتها والوصول إليها بطريقة سهلة، إذ نجد أن وكالة البويرة عند تقدم شخص معين إلى الوكالة لفتح حساب بنكي يتوجب القيام ببعض الإجراءات تتمثل في:

- ✓ التوجه لقسم القروض لطلب فتح حساب وطلب الملف الواجب تقديمه.
- ✓ بلوغ صاحب الحساب سن الرشد القانوني وهو 18 سنة.
- ✓ تحديد الصيغة المطلوبة للحساب.
- ✓ دفع قيمة مالية معينة قد تصل إلى 4000 دج.
- ✓ انتظار تدقيق الملف ثم إمكانية الحصول على وثيقة تثبت إمكانية فتح حساب في البنك.



المصدر: من إعداد الطالبين اعتمادا إلى الوثائق المقدمة من طرف المؤسسة. (أنظر الملحق 1+2).

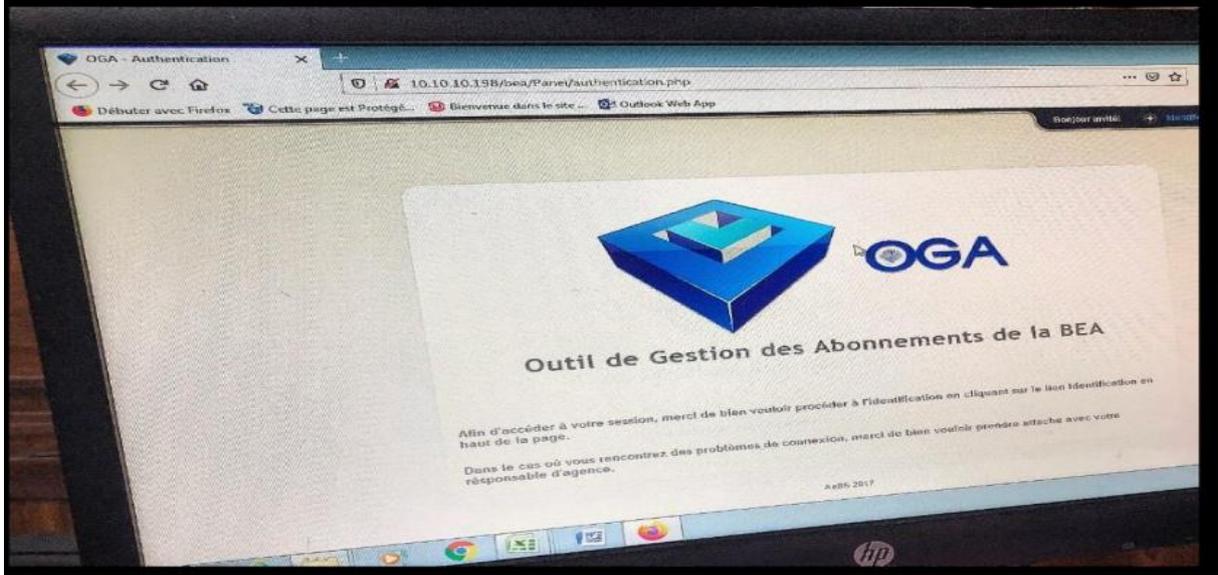
ثانيا: نظام أداة إدارة المشتركين Outil de Gestion des Abonne de la BEA

تعريف النظام: بعد استقاء الشروط والتدقيق في الملف المقدم من طرف العميل الخاص بالبنك، والتأكد من صحة المعلومات يتم فتح ملف للشخص الراغب في ذلك وتسجيل المعلومات الخاصة به في نظام البنك عبر حافظة الكترونية يحتويها النظام، لتمكن الموظف من ترصد العمليات الحسابية الخاصة بفتح الحساب وذلك عبر نظام (OGA). حيث نجد أن هذا النظام يساعد الموظفين على تخزين المعلومات الفردية الخاصة بالزبائن بشكل آمن ومستدام.

يتميز هذا النظام أنه يمكن فتح الحسابات البنكية للعملاء بسهولة ويمكن الموظفين من القيام بعملهم بأريحية والتتبع الدقيقي لمختلف العمليات التي يقوم بها صاحبو الحسابات من دخول وخروج للأموال عبر الحسابات، إضافة إلى الأمر بالدفع أو التحويل بشكل آمن وموثوق.

الفصل الثالث: دراسة تطبيقية حول الصيرفة الإلكترونية وتأثيرها على تقديم الخدمات المصرفية حالة بنك الجزائر الخارجي - وكالة البويرة -

الشكل رقم 06: صورة تمثل الصفحة الرئيسية لنظام OGA.



المصدر: مكتب القروض (مكلف الدراسات رقم 02، في ماي 2024)

الفرع الثاني: الصيرفة الإلكترونية من خلال أجهزة الصراف الآلي:

حيث نجد أن هذه الخدمة المقدمة آلية من آليات اتمام العمل المصرفي فهي تعتمد على وجود أجهزة متاحة للعملاء للقيام بمعاملاتهم آليا دون التواصل مع البنك مباشرة ونجد هناك نوعين من الأجهزة:

- الموزعات الآلية النقدية DAB.
- الموزعات الآلية البنكية GAB.

وبالنسبة لبنك BEA وكالة البويرة وجدنا خلال دراستنا أنها تستخدم الشبايك الآلية البنكية GAB فقط، والذي يوفر للعملاء سحب النقود وفق سقف معين بالإضافة إلى توفير خدمات أخرى كالتمكن من التحويل من حساب لأخر، التعرف على الرصيد ... إلخ حيث يتم تغذيتها بالنقديات اللازمة وخاصة أيام العطل والمناسبات لتوفير الخمة للعملاء على أكمل وجه.

الشكل رقم 07: شكل صراف الآلي



الفرع الثالث: نظام سويفت Swift:

هو عبارة عن شبكة عالمية تربط المصارف الدولية مع بعضها وذلك من أجل ارسال واستقبال الرسائل والمعلومات المالية والغير المالية كما أن هذا النظام يمتاز بقدر وافي من الحماية في تحويل المبالغ بطريقة سريعة.

- كيفية استخدام نظام سويفت للتحويل الآلي للمدفوعات الدولية: تتم هذه العملية من التحويلات الخارجية لدى وكالة البويرة من خلال إعطاء العميل تعليمات للمصرف أو الوكالة وذلك عن طريق إصدار تحويل خارجي لصالح العميل الخارجي بحيث يضم قيمة التحويلات من حساب العميل بالعملة المحلية وإضافتها إلى رصيد العميل الخارجي بعد تحويلها إلى عملة بلده على أن يتحمل المعني بالأمر عمولات التحويل التي يحسبها البنك.

حيث نجد هذا النظام يمتاز بـ:

- السرعة في انجاز العمليات؛
- اختصار المسافة وسرعة تحويل الأموال؛
- جاهزية النظام فهو متوفر على مدار الساعة.
- حماية كلمة السر تكون عبارة من نوع الحماية للمصرف.

الفرع الرابع: التحويلات المالية البنكية

تتم هذه العملية من حساب إلى حساب عن طريق ملء "أمر التحويل" ونجد هذه الاستعارة تحتوي على مجموعة من المعلومات تخص المانح للأمر ونجد جزء آخر يخص المستفيد، وخانة أخرى خاصة بالمبلغ المطلوب للتحويل ويشترط صدور هذا الطلب من صاحب الحساب في البنك، وبعدها يتم التحويل من حساب إلى حساب آخر، ونجد أن المصرف يشترط على العميل ألا يتجاوز المبلغ المحول 1000000.00 دج وعلى أن يتم العملية يمون استخراج لثلاث نسخ (نسخة للوكالة، نسخة للعميل ونسخة للمديرية).

أثناء تواجدها بالوكالة محل الدراسة على مستوى البنك الجزائري وكالات البويرة وجدنا أن إجراء الأمر بالتحويل إلكترونيا لا يستخدم في الوكالة ويتم الاستمارة كتابيا.¹

الفرع الخامس: المقاصة الإلكترونية: Compensation

هذه العملية تتمثل في المعالجة الإلكترونية للعمليات، حيث أن هذه التقنية مكنت البنوك فيما بينها بإتمام أشغال تكرارية باهظة، وعملية المقاصة الإلكترونية جاءت كحل للمشاكل واستجابة إلى متطلبات البنوك والزبائن في آن واحد. تقوم هذه العملية على علاقة مع نظام الإعلام الآلي عن بعد تستخدمه البنوك فيما بينها.

¹ أنظر الملحق رقم (03) يمثل أمر بالتحويل Order de virment مقدمة من طرف الوكالة.

يمكن النظام الذي له خاصية أن يحسب عند نهاية كل مرحلة تبادل الأرصدة الصافية التي تسمى "أرصدة التسديد" (Soldes Regleme).

عند قيامنا بالدراسة التطبيقية حول استخدام المقاصة الإلكترونية في البنك الخارجي الجزائري -وكالة البويرة- وجدنا أن العملية تتم عن طريق الشبكة الداخلية التي تربط البنك بالبنوك الأخرى، وتقوم مصلحة الصندوق بهذه العملية حيث يجب توافر ما يلي:

- جهاز كمبيوتر.
- جهاز Scanner (قاري للشيكات).

تتم عملية المقاصة بشكل إلكتروني حيث يتم تغيير الشيكات من الشيك العادي إلى الشيك الرقمي Le chèque numérique. فيم إرسال الشيكات عبر شبكة الأنترنت بعدها يتم فرز المخالصات في غرفة المقاصة على مستوى البنك المركزي، ليتم إرسالها إلى مديرية وسائل الدفع DMP، المسؤولة عن توزيع الشيكات كل لبنكه.

الشيكات الإلكترونية التي لا تتجاوز قيمتها 50000 دج تصل للوكالة على شكل جدول يحتوي بيانات الشيك العادي، ولكن التي تتجاوز 50000 دج فتصل للبنك إلكترونيا بها المعلومات الموجودة على الشيك مدرجة جدول مع الصورة الخاصة به.

ومن المميزات التي تمنحها المقاصة الإلكترونية نجد:

- تقليص آجال المعالجة، خلال 03 أيام بعدما كانت تتطلب شهور وتنقل الموظف لإتمام العملية؛
- إعطاء ميزة الثقة للشيكات وإعادة الثقة للزبائن للتعامل بها؛
- محاربة تبيض الأموال.

الفرع السادس: البطاقة البنكية المستخدمة في بنك BEA البويرة

تعتبر البطاقات البنكية من أهم الوسائل التي يتم خلالها تسهيل القيام بالمعاملات إلكترونيا وفق شكل سريع ومتطور، وخلال هذه الدراسة وجدنا أن الوكالة تقوم باستخدام والتعامل بالبطاقات البنكية الآتية:

- البطاقة هي عبارة عن مجموعة من تقنيات الإعلام الآلي والإلكترونيات، تسمح بالمبادلات وتوفر علاقة بين (البنك - الحامل - التاجر).

- يمكن استخدام هذه البطاقات على مستوى الموزعات الآلية في مختلف البنوك وحتى مستوى أجهزة الدفع الإلكتروني TPE للقيام بتخليص الخدمات والمشتريات في مختلف المراكز التجارية والخدمية.

أما البطاقات المتعامل بها بالوكالة فهي:

الفصل الثالث: دراسة تطبيقية حول الصيرفة الإلكترونية وتأثيرها على تقديم الخدمات المصرفية حالة بنك الجزائر الخارجي - وكالة البويرة -

أولاً: بطاقات دولية: هي عبارة عن بطاقات ائتمانية تستخدم في الخارج تعرف بـ Master Card

الشكل رقم 08: شكل البطاقات الدولية



المصدر: الموقع الإلكتروني للبنك الجزائري WWW.BEA.COM

يكون إصدار البطاقة صالح لعامين في حدود مخصصة وتسعيرة ثابتة لسداد وتنقسم إلى:

- ❖ بطاقة ماستر كارد الكلاسيكية: بطاقة دفع أساسية تسمح بسحب الأموال من أجهزة الصراف الآلي ودفع المشتريات في المتاجر، الحد الأقصى هو بـ 2000 أورو شهريا.
- ❖ بطاقة ماستر كارد مسبقة الدفع: تقدم مزايا إضافية للبطاقة الكلاسيكية، بما في ذلك:
 - ✓ سحب نقدي مجاني من جميع أجهزة الصراف الآلي بالأورو؛
 - ✓ دفع المشتريات عبر الأنترنت؛
 - ✓ تأمين السفر المجاني؛

الفصل الثالث: دراسة تطبيقية حول الصيرفة الإلكترونية وتأثيرها على تقديم الخدمات المصرفية حالة بنك

الجزائر الخارجي - وكالة البويرة -

✓ عروض وخصومات حصرية: الحد الأقصى مابين 200 أورو و 2000 أورو.

❖ بطاقة ماستر كارد بلاتينيوم: توفر مزايا حصرية أكثر من البطاقة الذهبية، مثل:

✓ خدمة الكونسيرج الشخصية؛

✓ دخول مجاني إلى صالات كبار الشخصيات في المطارات؛

✓ حد أعلى للسحب النقدي والشراء، الحد الأقصى هو 5000 أورو شهريا.

❖ بطاقة ماستر كارد مايلز: مثالية للمسافرين المتكررين، حيث تكسب أميالا على كل عملية شراء يمكن

استبدالها بتذاكر طيران أو ترفيات سفر.

❖ بطاقات كاود ورايد البيت:

✓ خدمة الكونسيرج الشخصية؛

✓ دخول مجاني إلى صالات كبار الشخصيات في المطارات؛

✓ حد أعلى للسحب النقدي والشراء. الحد الأقصى هو 10000 أورو شهريا.

مميزات عامة لبطاقات ماستر كارد من بنك الجزائر الخارجي:

✓ قبول عالمي: تقبل بطاقات ماستر كارد في أكثر من 210 دولة ومنطقة حول العالم، مما يجعلها

مثالية للسفر والتسوق الدولي.

✓ الأمان: تتمتع بطاقات ماستر كارد بتقنيات أمان متقدمة لحماية أموالك من الاحتيال، بما في ذلك

شريحة EMV والرمز السري.

✓ الراحة: تتيح لك بطاقات ماستر كارد سحب الأموال ودفع المشتريات دون الحاجة إلى حمل نقود.

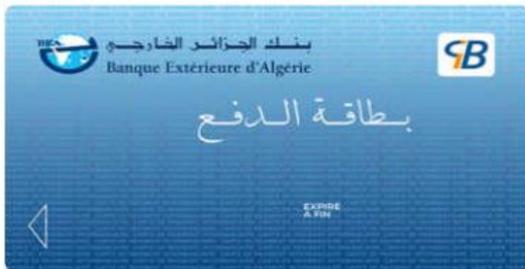
✓ الميزات الإضافية: تقدم بعض بطاقات ماستر كارد ميزات إضافية مثل تأمين السفر، وعروض

السفر، وخدمات المساعدة الشخصية.

ثانيا: بطاقات محلية: وهي بطاقات غير ائتمانية يطلق عليها Carte de Retré، بمعنى بطاقة السحب وتكون

صلاحية إصدارها لمدة سنتين أيضا.

الشكل رقم 09: شكل بطاقات المحلية



المصدر: الموقع الإلكتروني للبنك الجزائري WWW.BEA.COM

الفصل الثالث: دراسة تطبيقية حول الصيرفة الإلكترونية وتأثيرها على تقديم الخدمات المصرفية حالة بنك

الجزائر الخارجي - وكالة البويرة -

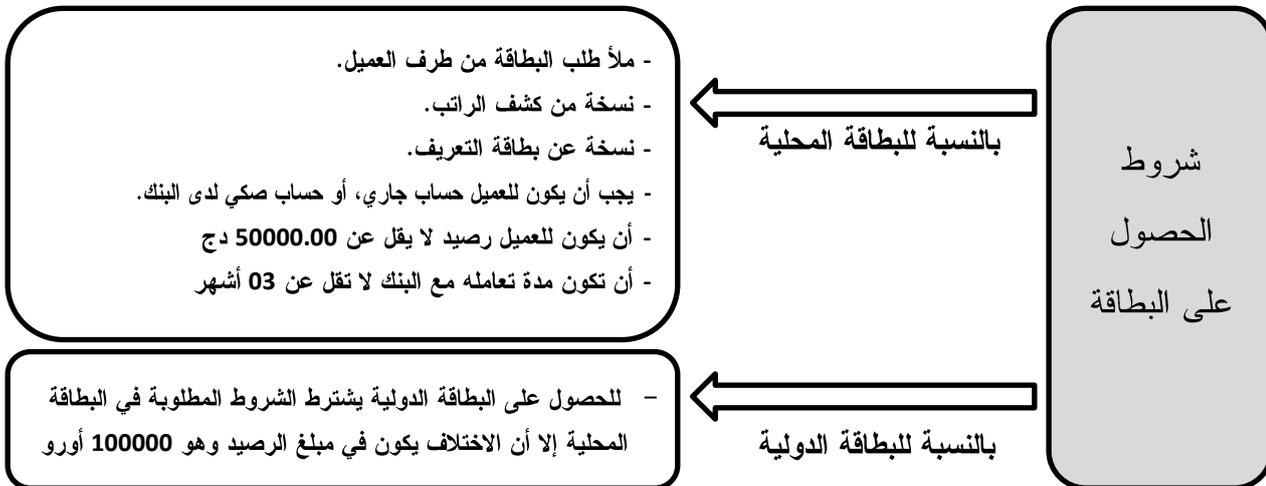
وتنقسم إلى:

- **بطاقة CIB الكلاسيكية:** ويطلق عليها اسم البطاقات الزرقاء وتعد بطاقة للقيام بالعمليات بين البنوك، تمكن البطاقة العميل من القيام بعملية السحب من الموزعات الآلية النقدية والشبائيك الآلية البنكية لدى البنوك والمؤسسات المالية الأخرى، على أن لا تتجاوز سقف السحب 50000 دج مع أخذ عمولة 25 دج، كما تمكن البطاقة حاملها في القيام بدفع خدماته ومشترياته عن طريق جهاز TPE (جهاز الدفع الإلكتروني)
- **بطاقة CIB الذهبية (GOLD):** يتم منح هذه البطاقة لأصحاب المدخول المرتفعة والتجار أي الذين يملكون ملاءة مالية عالية، ويكون فيها سقف السحب من 60000 إلى 70000 دج، وبناء على الشروط السنوية يتم خصم اشتراك سنوي قدره 1200 دج.
- **بطاقة CIB مسبقة الدفع:** بطاقة مناسبة للتحكم في الإنفاق، حيث يتم حنها بمبلغ محدد مسبقا.
- **بطاقة CIB للشركات:** مخصصة للشركات والأعمال التجارية، وتوفر ميزات مثل: دفع رواتب الموظفين، إدارة النفقات بشكل فعال، تحويل الأموال بين الحسابات.

مميزات عامة لبطاقات CIB:

- **قبول واسع:** تقبل بطاقات CIB على نطاق واسع في جميع أنحاء الجزائر، وفي العديد من المتاجر والمواقع الإلكترونية الدولية.
- **الأمان:** تتمتع بطاقات CIB بتقنيات أمان متقدمة لحماية أموالك من الاحتيال.
- **الراحة:** تتيح لك بطاقات CIB سحب الأموال ودفع المشتريات دون الحاجة إلى حمل نقود.
- **الميزات الإضافية:** تقدم بعض بطاقات CIB ميزات إضافية مثل تأمين السفر والعروض وخصومات حصرية.

الشكل رقم 10: شروط الحصول على البطاقة



المصدر: من إعداد الطالبين استنادا إلى الوثائق المقدمة من طرف المؤسسة (في ماي 2024).

الفرع السابع: خدمة التطبيق الإلكتروني BEA Mobile:

هذا التطبيق يعد من البرمجيات الحديثة والخدمة المقدمة من طرف البنك الخارجي الجزائري وهو متوفر على تطبيق Play Store، باستطاعة العملاء البنك تحميله والذي يتيح لهم التحكم في حساباتهم وإدارة عملياتهم المصرفية بشكل آمن وبسيط عبر الوصول إلى حساباتهم على مدار 24 ساعة و 07 أيام في الأسبوع، يمكن التطبيق من القيام بمجموعة من العمليات المتنوعة مثل:

الشكل رقم 11: الصفحة الرئيسية لتطبيق BEA Mobile



التطبيق بعد القيام بتحميله يمكن العميل من:

- ✓ معرفة مختلف مواقع الوكالات المنتشرة على التراب الوطن؛
- ✓ دليل استخدام للتطبيق؛
- ✓ بعد فتح التطبيق باستعمال الحساب المصرفي الخاص بك والرمز السري المعطى يتم الفتح على الشاشة حساباتي والمقسمة إلى 03 أقسام:
 - 1) رصيدي: رؤية رصيد الحساب مع توضيح العملة ونوع الحساب.
 - 2) تطور الرصيد: يعرض رسم بياني لتطور الرصيد على فترة زمنية معينة.
 - 3) عملياتي: يسمح برؤية جميع العمليات المصرفية التي تمت على هذا الحساب.
- ✓ في حين قائمة التطبيق مقسمة إلى 05 أقسام: يمكن للعميل من الاطلاع على حسابه والبطاقات الخاصة به وتاريخ صلاحيتها وإجراء مختلف التحويلات وتعبئة بطاقة الهاتف، ومعلومات حول

البنك والاتصال به والتعرف على مختلف الخدمات المقدمة من طرفه وطلب دفتر الصكوك والتعرف على قيمة العملات مقارنة بالأجنبية.¹

الفرع الثامن: البنك عبر الخط Ma Banque en ligne:

يوفر البنك الخارجي الجزائري للعملاء من خلال الولوج إلى الموقع الخاص به WWW.BEA.DZ خدمات مبتكرة واستشارة للحساب على مدار 24 ساعة وطول أيام الأسبوع، من خلال توفر المعلومات اللازمة في العمليات الأمان والوصول السري للحساب عن بعد.

الفرع التاسع: خدمة الدفع عن بعد (virment DGI) Service télépaiement

توفر هذه الخمة تسديد قيمة المعاملات عبر الأنترنت، حيث يضع البنك الخارجي الجزائر خدمة الدفع عن بعد التي تتيح للعملاء تسديد فواتيرهم ومشترياتهم عبر الأنترنت باستخدام البطاقات البنكية، وما يميز هذه الخدمة هو الحماية وسهولة الدفع بكل بساطة وامكانية الولوج إلى الخدمة في أي وقت وأي مكان واقتصاد الطاقة والوقت والنقل.

الفرع العاشر: نهائي نقاط البيع:

وهي عبارة عن الآلات صغيرة الحجم مرتبطة بالنظام البنكي يتم وضعها في نقاط البيع لدى المتجر والمحلات الكبرى، فنجدها عبارة عن نظام تحويل أموال إلكترونيا، يمكن لحامل البطاقة البنكية من تسديد قيمة مشترياته والخدمات المقدمة له والدفع من حسابه إلى حساب العميل إلى حساب البائع أو مقدم الخدمة. يقوم البائع آليا من خلال هذه الخدمة بخصم قيمة مشترياته من حساب العميل ويضعها في حساب البائع مقابل عمولة معينة لحساب البنك، ويطلق عليها نظام الوفاء المباشر. حيث تتميز هذه الخدمة المصرفية بـ:

- تخفيض وجود النقديات وتقليل مخاطر على العميل (السرقه، الفقدان، السطو...)
- إمكان قيام الأجهزة ونقاط البيع بعمل الموازنات تلقائيا؛
- إمكان الاستعلام عن قيمة الرصيد قبل الشراء وبعده؛
- زيادة حجم المبيعات من خلال جذب متعاملي البطاقات وتجنب وجود نقد غير في المتجر وسهولة التعامل؛
- تحقيقي منفعة للبنك من خلال العمولة المحصلة عن طريق القيام بالمعاملات التجارية آليا.

¹ أنظر الملحق رقم 06.

الفصل الثالث: دراسة تطبيقية حول الصيرفة الإلكترونية وتأثيرها على تقديم الخدمات المصرفية حالة بنك الجزائر الخارجي - وكالة البويرة -

المطلب الثاني: تحليل تأثير الصيرفة الإلكترونية على تقديم الخدمات للعملاء والأداء الوظيفي بالبنك الجزائري الجزائري - وكالة البويرة

من خلال ما تطرقنا إليه في المبحثين السابقين من خدمات المطروحة وأنظمة وسائل الدفع في البنك الخارجي الجزائري وكالة البويرة ، تأثرت بشكل واضح بالصيرفة الإلكترونية وقد ساهمت في تحسين الأداء الوظيفي للوكالة وكان لها دور كبير في جذب العملاء.

الفرع الأول: واقع وسائل الدفع الحديثة في البنك الجزائري الخارجي وكالة البويرة

من خلال هذا العنصر نقوم بعرض مختلف الإحصائيات المتعلقة بوسائل الدفع الحديثة المستخدمة في البنك الخارجي الجزائري وكالة البويرة، ونأخذ الطلب على البطاقات وتطور الحسابات وعملية المقاصة الإلكترونية ونتناولها كالتالي:

أولاً: تطور البطاقات البنكية

الجدول رقم 03: إحصائيات الطلب على البطاقات البنكية الخاصة ببنك الجزائر الخارجي وكالة البويرة

| 2024 | 2023 | 2022 | 2021 | 2020 | |
|------|------|------|------|------|-------------------------------|
| 240 | 263 | 213 | 205 | 3310 | بطاقة القوود وكلاسيك بالدينار |
| 41 | 50 | 105 | 80 | - | ماستر كارد بالعملة الصعبة |
| - | - | 02 | 10 | - | وورلد اليت World elite |
| 01 | 01 | 02 | - | - | وورلد كلاسيك |
| | | 01 | | | البلاستيوم بالعملة الصعبة |

المصدر: من إعداد الطالبين اعتماداً إلى الوثائق المقدمة من طرف المؤسسة. (أنظر الملحق رقم 08)

يعرض الجدول أعلاه تطور الطلب على مختلف أنواع البطاقات الموجودة ببنك الجزائر الخارجي وكالة البويرة من سنة 2020 إلى 2024، والملاحظ فيه أن الطلب على البطاقات المحلية الكلاسيكية والذهبية كبير جداً مقارنة بالبطاقات الأخرى.

حيث نلاحظ أن الطلب عليها سنة 2020 نسبة عالية بلغت 3310، ترجع إلى أزمة كورونا حيث صار العملاء يقومون بالطلب عليها من أجل إجراء معاملاتهم عن بعد بسبب صعوبة التنقل المكاني، في حين نجدها في السنوات الأخرى تتراوح بين 2013 إلى 263 كل سنة.

في حين نجد البطاقات ماستر كارد بالعملة الصعبة لها طلب متدني كذلك في السنوات محل الدراسة، حيث أكبر نسبة بلغت 105 بطاقة سنة 2022 في حين باقي البطاقات لها نسبة منعدمة أو ضئيلة الطلب كالبلاتينيوم وولد كلاسيك، وهذا راجع إلى تدني مستويات التجارة الخارجية أو عزوف سكان الولاية عن

الفصل الثالث: دراسة تطبيقية حول الصيرفة الإلكترونية وتأثيرها على تقديم الخدمات المصرفية حالة بنك

الجزائر الخارجي - وكالة البويرة -

الاستفادة من الخدمات الدولية لهذه البطاقات أو عدم المعرفة بمزاياها لكون هذه البطاقات تمتاز بخدمتها لفئات معينة من المجتمع.

ثانيا: الحسابات البنكية الموجودة بالوكالة ونسبة تغطية البطاقات البنكية لها

يتوافر البنك الجزائري الخارجي على مجموعة متنوعة من الحسابات البنكية، وهذا ما يوضحه الجدول التالي:

الجدول رقم 04: نسبة تغطية حسابات البنك الجزائري الخارجي وكالة البويرة

| عدد البطاقات | إجمالي عدد الحسابات | الحسابات الإسلامية | حسابات لعملة الصعبة | حسابات خاصة | حسابات cnac | حسابات المستقبل | حسابات السكن | دفتر التوفير | حسابات الودائع | حسابات تجارية أولجام | حسابات تجارية المقاولين | حسابات شركات الخاصة | حسابات تجارية للشركات العمومية | وكالة البويرة 037 |
|--------------|---------------------|--------------------|---------------------|-------------|-------------|-----------------|--------------|--------------|----------------|----------------------|-------------------------|---------------------|--------------------------------|-------------------|
| 16442 | 33387 | 0 | 12730 | 0 | 394 | 43 | 26 | 3174 | 11313 | 578 | 1490 | 3553 | 86 | 2021 |
| 17013 | 34860 | 108 | 13648 | 0 | 395 | 43 | 26 | 3360 | 11439 | 591 | 1519 | 3632 | 99 | 2022 |
| 17923 | 36764 | 289 | 14909 | 0 | 395 | 43 | 26 | 3640 | 11544 | 600 | 1529 | 3688 | 101 | 2023 |

المصدر: من إعداد الطالبين اعتمادا إلى الوثائق المقدمة من طرف المؤسسة. (أنظر الملحق رقم 07).

نلاحظ من خلال الجدول التنوع الموجود للحسابات المفتوحة على مستوى بنك الجزائر الخارجي وكالة البويرة وان أغلبيتها في تزايد مستمر طيلة السنوات المدروسة 2021، 2022 و 2023، حيث نجد حسابات العملة الصعبة تكتسح غالبية الحسابات بـ 14909 سنة 2023 تليها حسابات الودائع بـ 11544 سنة 2023، في حين تبقى بعض الحسابات ثابتة مثل حسابات السكن وفي حين ظهور حسابات اسلامية سنة 2022 وتضاعفها سنة 2023، هذه الباقية المتنوعة المقدمة تدل على تنويع الخدمات وتحسين المردودية والموقع التنافسي للبنك ضمن الجهاز المصرفي.

في حين ما نلاحظه حول العدد الإجمالي للحسابات وعدد البطاقات أيضا في نمو، لكن نسبة تغطية

الحسابات لعدد سكان ولاية البويرة نستعرضه في الجدول الموالي:

الجدول رقم 05: جدول نسبة سكان البويرة الذين يملكون حساب بنكي بالوكالة.

| البيان | 31/12/2021 | 31/12/2022 | 31/12/2023 |
|-----------------------------------|------------|------------|------------|
| إجمالي الحسابات | 33387 | 34860 | 36764 |
| إجمالي سكان ولاية البويرة | 818415 | 829552 | 845635 |
| عدد الأشخاص البالغين (فوق 15 سنة) | 595512 | 601903 | 609766 |
| نسبة التغطية | 5.6% | 5.7% | 6% |

المصدر: من إعداد الطالبين اعتمادا إلى الوثائق المقدمة من طرف المؤسسة. (أنظر الملحق رقم 08)

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه المقدم لنا ضمن المعلومات الممنوحة من طرف الوكالة نسبة تغطية الحسابات البنك الجزائري وكالة البويرة للسكان بالولاية لسنوات 2021، 2022 و 2023، حيث نلاحظ أن عدد الحسابات في ارتفاع جيد حيث بلغت عدد الحسابات 33387 بنسبة لعدد السكان بـ 5.6،

الفصل الثالث: دراسة تطبيقية حول الصيرفة الإلكترونية وتأثيرها على تقديم الخدمات المصرفية حالة بنك

الجزائر الخارجي - وكالة البويرة -

لنجدها ترتفع سنة 2022 لتصبح نسبة التغطية 5.7، وأخيرا سنة 2023 بلغ عدد الحسابات 36764 بنسبة تغطية 6%.

يمكن ارجاع هذا الارتفاع المتزايد للحسابات إلى عامل قيام البنك بتحسين خدماته والتنويع فيها والترويج لها.

الجدول رقم 06: معدل تزويد الحسابات بالبطاقات

| معدل تزويد الحسابات بالبطاقات | اجمالي الحسابات للوكاية | اجمالي البطاقات المعرفية | |
|-------------------------------|-------------------------|--------------------------|------------|
| %49.24 | 33387 | 16442 | 31/12/2021 |
| %48.8 | 34860 | 17013 | 31/12/2022 |
| %48.75 | 36764 | 17923 | 31/12/2023 |

المصدر: من إعداد الطالبين اعتمادا إلى الوثائق المقدمة من طرف المؤسسة. (أنظر الملحق رقم 08)

ومن خلال الجدول وبعد حساب معدل تزويد الحسابات بالبطاقات، حيث لاحظنا تزايد ملحوظ لمعدل الإجمالي للحسابات البنكية والبطاقات البنكية بنسب مقبولة، لكن ما يعاب على ذلك هو نسبة تغطية البطاقات للحسابات حيث بلغت %49.24 سنة 2021 و %48.75 سنة 2023، وهو ما يدل عن زيادة في عدد الحسابات لم يقابله زيادة في عدد البطاقات ترجع عدم ارتفاع نسبة تغطية البطاقات للحسابات عدم وجود سياسة تسويقية فعالة لفوائد البطاقات ومميزاتها، التي تمكن فاتح الحساب لدى الوكالة من طلب بطاقة تصاحب حسابه البنكي.

أو نرجعه أيضا إلى عدم توفير البطاقات للطلبات التراكمية في الوقت المناسب وبالعدد المطلوب، وكذلك البطيء في معالجة طلبات الزبائن.

ثالثا: تطور عمليات المقاصة الإلكترونية بالوكالة

نعرض من خلال الإحصائيات المقدمة بالمقاصة الإلكترونية في بنك الجزائر الخارجي وكالة البويرة نجد التي نعرضها في الجدول أسفله التي تبين تطور هذه العملية كالتالي:

الجدول رقم 07: عدد عمليات المقاصة الإلكترونية في بنك الجزائر الخارجي وكالة البويرة

| السنوات | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 |
|--------------------------------|------|------|------|------|------|
| عدد عمليات المقاصة الإلكترونية | 9367 | 9888 | 9352 | 9775 | 9633 |

المصدر: من إعداد الطالبين اعتمادا على المعلومات المقدمة من طرف البنك. (أنظر الملحق رقم 09)

انطلاقا من الجدول والذي يمثل عدد عمليات المقاصة الإلكترونية خلال السنوات الأخيرة نستخلص ما

يلي:

- قدر عدد عمليات المقاصة في سنة 2019: 9367 عملية ويعتبر عدد لا بأس به لنجده يرتفع سنة 2020 إلى 9888 عملية، حيث يعتبر عدد مرتفع نسبيا مقارنة بالسنوات المذكورة ويرجع السبب الرئيسي لهذا الارتفاع إلى جائحة كورونا التي استوجبت على العملاء والبنوك على القيام أو اللجوء

إلى المعاملات والأنشطة إلكترونية وعن بعد، وكذا توجه العملاء نحو استعمال مختلف الوسائط الدفع الإلكترونية.

- أما في سنة 2021 لوحظ انخفاض في عدد عمليات المقاصة الإلكترونية لنجده في حدود 9352 عملية، وقد تم إرجاع السبب إلى ضعف النظام الإلكتروني والأخطاء المتكررة التي تم معالجتها حسب تصريح معظم رؤساء الأقسام بالبنك محل الدراسة، في حين لوحظ ارتفاع العمليات على المقاصة في سنتي 2022 و2023 لتستقر عند 9775 و 9633 على التوالي، وهذا للإصلاحات والدورات التكوينية للموظفين على استخدام الأنظمة الرقمية وطريقة التعامل مع الأعطال.

الفرع الثاني: أثر استخدام الصيرفة الإلكترونية على الأداء الوظيفي في البنك الخارجي الجزائري وكالة البويرة

إن للصيرفة الإلكترونية وكذا استخدام وسائل الدفع الإلكترونية الحديثة تأثيرات إيجابية نلمسها على أداء البنك وكذا مستوى العاملين به، غير أن هذا الأثر الإيجابية لا تنفي وجود عديد مشاكل والآثار السلبية ونستعرضها كالآتي:

1. التأثير الإيجابي للصيرفة الإلكترونية:

✓ تبسيط الإجراءات الإدارية من خلال السهولة والسرعة في إدخال بيانات العملاء مقارنة مع التسجيل الورقي؛

✓ سرعة الوصول إلى معطيات العملاء وبياناتهم كل على حدى؛

✓ توفير الوقت والجهد للموظفين من خلال تحويل الشيك من شكله الورقي إلى الإلكتروني؛

✓ عدم التنقل لمديرية الدفع وأخذ الشيكات لها وهو ما توفره المقاصة الإلكترونية؛

✓ استخدام الصراف الآلي تقلل الطوابير وتقلل الضغط على الموظفين بالشبابيك؛

✓ حصول البنك على عمولات نتيجة الاستخدام الواسع للبطاقات البنكية وعلى أوجه كثيرة.

2. التأثير السلبي للصيرفة الإلكترونية:

✓ نقص تدفق الأنترنت العامل الرئيسي للعمل على الأنظمة التي تقوم عليها وسائل الدفع الإلكتروني مما يؤدي إلى تعطل عمل النظام وتقليل أداء الموظفين؛

✓ عدم وجود خاصية فحص صحة وجود الحسابات مما يؤدي أحيانا إلى إدخال بيانات خاطئة؛

✓ وجود إمكانية اختراق لأنظمة البنك.

المطلب الثالث: آفاق استعمال تقنيات الصيرفة الإلكترونية في بنك الجزائر الخارجي وكالة البويرة

مما لا يخفى هو توجه الدولة الجزائرية نحو رقمنة الاقتصاد ومما يلاحظ هو نمو الملحوظ لقطاع الدفع الإلكتروني في الجزائر، مدعوم بتزايد انتشار شبكة الأنترنت وكذا التغطية في شبكة الهواتف الذكية، وأن بنك الجزائر الخارجي وكالة البويرة، وكجزء من نظام المصرفي الجزائري يمضي في هذا النهج من خلال تقديم خدمات وطرح منتجات مصرفية مبتكرة، تهدف في مجملها إلى تسهيل المعاملات المالية وتعزيز دور تقنيات الصيرفة الإلكترونية المطبقة بالبنك.

وتبرز أهم آفاق وسائل الدفع الإلكتروني في بنك الجزائر الخارجي فيما يلي:

- **توسيع نطاق قبول المدفوعات الإلكترونية:** حيث يسعى البنك إلى زيادة عدد التجار الذين يقبلون المدفوعات الإلكترونية، من خلال بطاقات الدفع والمحافظ الإلكترونية.
- **تعزيز نمو التجارة الإلكترونية:** وهذا من خلال تقديم البنك لحلول مخصصة لدعم منتجاتها وتوفير خدماتها عبر الأنترنت.
- **تطوير حلول الدفع الهاتف المحمول:** يركز البنك على تطوير مختلف تطبيقات الهاتف المحمول التي تمكن العملاء من إجراء المدفوعات وتحويل الأموال وإدارة حساباتهم المصرفية بسهولة.
- **دمج تقنيات الدفع الحديثة:** يهدف البنك مستقبلا إلى دمج تقنيات جديدة، مثل الدفع بدون تلامس والدفع باستخدام الرمز QR ومدفوعات الحسابات الشخصية لتوفير تجربة دفع أكثر سهولة وفعالية.
- **تعزيز الأمن السيبراني أو الإلكتروني:** إن من الاهتمامات التي يولي البنك التركيز عليها أمن المعلومات الإلكترونية، وذلك بالاستثمار وتطوير أحدث تقنيات الحماية ومكافحة الاحتيال واعطاء جو من المعاملات الأمانة للعملاء، والبنك ككل من أجل جلب الزبائن والحفاظ عليهم وكذا تعزيز المركز التنافسي في وسط الجهاز المصرفي.

بالإضافة لذلك يساهم بنك الجزائر الخارجي في مباراة وطنية تهدف إلى تعزيز تطبيق تقنيات الصيرفة الإلكترونية ووسائلها، وذلك حسب تصريح مدير وكالة البويرة السيد: "بن زيد عبد الرحمان" أثناء القيام بطرح الآفاق التي يعمل بنك الجزائر الخارجي وكالة البويرة إلى الوصول أو العمل على تطبيقها ميدانيا، ومن بين هذه المبادرات نجد:

1. برنامج "الجزائر الرقمية": يهدف هذا البرنامج إلى نشر استخدام التكنولوجيا الرقمية في جميع قطاعات الاقتصاد، بما في ذلك قطاع الخدمات المالية والمصرفية.
2. الاستراتيجية الوطنية للتحويل الرقمي: تهدف هذه الاستراتيجية إلى تحويل الجزائر إلى مجتمع رقمي متكامل، بما في ذلك رقمنة المدفوعات.

خلاصة الفصل:

من خلال هذا الفصل حاولنا تطبيق الجانب الذي تناولناه في الجزء النظري، كما حاولنا تحديد واقع الصيرفة الإلكترونية وأنظمة ووسائل الدفع الإلكتروني المستخدمة في الجزائر، حيث قمنا بإعطاء صورة عن واقع الصيرفة الإلكترونية في الجزائر عموماً، وقد استعنا في ذلك بجملته من المراجع وهذا جراء عدم توفر تقارير التفصيلية على مستوى الهيئات العامة التي من شأنها ان تمكن الباحثين والطلبة من أخذ صورة حسنة حول القطاع المصرفي، بعدها حاولنا التعمق في الدراسة من خلال أخذ البنك الخارجي الجزائري كنموذج، حيث كان سبب اختياره أنه من أهم البنوك الجزائرية التي تلعب دور هام على المستوى الوطني والخارجي، وتطرقنا إلى وسائل الدفع الحديثة المقدمة كخدمات مصرفية للزبائن التي أوجبتها التغيرات الحاصلة في السوق والتكنولوجيا المستمرة في هذا المجال من أجل تلبية احتياجات العملاء وخدمتهم بالدرجة الأولى، حيث من خلال دراستنا وجدنا دور الصيرفة الإلكترونية في عصرنة الخدمات المقدمة من طرف بنك الجزائر الخارجي وكالة البويرة ساهم في وضع باقة متنوعة من الخدمات الحديثة التي ساهمت في رضا العميل وولائه وتحسين الأداء الوظيفي للبنك وتحقيق أهدافه، ولايزال البنك محل الدراسة في مواكبة وعصرنة الخدمات كالتحسين الدوري للتطبيق الإلكتروني والدفع عبر الهاتف النقال.

الخاتمة

الخاتمة:

إن اتخاذ المصارف للصيرفة الإلكترونية كمنهج لتقديم خدماتها البنكية ضرورة أملتها الثورة التكنولوجية الهائلة التي يشهدها العالم ففي غضون العقود الأخيرة، إذ أن التكنولوجيا تداخلت مع جميع مناحي الحياة وأصبحت في كل المجالات، وإن حسن استغلال تقنية الصيرفة الإلكترونية هي من عوامل عصرنة المنظومة المصرفية لمواكبة تحديات العصر ومواجهة ضغط منافسة البنوك الأجنبية الموجهة أساسا إلى جذب العملاء.

فالعمل المصرفي الإلكتروني يتجاوز الوظائف التقليدية، ويهدف إلى تطوير وسائل تقديم الخدمات المصرفية ورفع كفاءة أدائها بما يتماشى والتكنولوجيا الحديثة، والتي أملت على الفاعلين في القطاع المصرفي إلى ضرورة اللجوء إلى أساليب الصيرفة الإلكترونية والتحديث المستمر لها بما يتوافق مع تغيرات العصر واملاءاته.

ولقد ظهر تأثير الصيرفة الإلكترونية جليا على نوعية الخدمات المصرفية سواء من حيث الكم أو النوع، وأصبحت هذه الخدمات لا تكلف الوقت والجهد وحتى المال الذي كانت تفرضه الصيرفة التقليدية مما ساهم في تعزيز مكانة المصارف في القطاع الاقتصادي، وأصبحت الخدمة المصرفية وجودتها مقياسا لأداء المصرف مقارنة ببقية المنافسين، وأصبحت أيضا طريقة لجذب العملاء وكسب رضا الزبائن.

إن النظام المصرفي الجزائري مقارنة بالأنظمة المصرفية العالمية وحتى بعض العربية منها يبقى متخلفا نوعا ما، وجودة الخدمات المقدمة على مستوى جهازه لا يرقى إلى مستوى ما تقدمه المصارف العالمية، وحتى في استعمال أساليب الصيرفة الإلكترونية ليس بالقدر أو الكيفية الموجودة في مصارف الدول المتقدمة، ونجد أن رضا العملاء على الخدمات المقدمة له في البنوك الجزائرية ليس مثله في الدول المتقدمة التي تجاوزت حدود البلد الأم وانتقلت لتنافس دول أخرى، وأمعت في استخدام أحدث الأساليب التكنولوجية المتوفرة بل وفرت بيئة مناسبة خصيصا للابتكار المالي التكنولوجي من أجل التحديث المستمر للخدمات، لكن كل هذه السلبيات المذكورة سابقا لا تنفي جهود الجزائر في السنوات الأخيرة التي تبذلها سواء الدولة الجزائرية أو المصارف الجزائرية في تطوير عصرنة الخدمات وآلية عمل المصارف، من أجل مواكبة التطورات الحاصلة بدأ من البنية التحتية للمنظومات وشبكات الربط الواسعة وصولا إلى أرقى النظم المصرفية، وتوفير أفضل الخدمات من أجل تحقيق المنافسة وعصرنة الخدمات وجلب الزبائن وتقديم أفضل العروض، وهذا ما تم تأكيده من خلال الدراسة الميدانية التي أجريناها على مستوى بنك الجزائر الخارجي وكالة البويرة.

1. نتائج اختبار الفرضيات:

بعد دراسة موضوع البحث ومحاولة الإحاطة ببعض جوانبه يمكننا إجراء اختبار للفرضيات كالتالي:

- **الفرضية الأولى:** والتي تنص أن الصيرفة الإلكترونية هي القيام بالعمليات البنكية بوسائل إلكترونية تساهم في عمل المصارف وتحسين أدائها ومستوى الرضا لدى الجمهور. وهذه الفرضية صحيحة، حيث من خلال دراستنا وجدنا أن الصيرفة الإلكترونية هي تقديم الخدمات عن طريق وسائل الدفع المتنوعة التي تطرقنا إليها، وساهمت بشكل بارز في أداء المصارف وعززت من مكانتها وزيادة ولاء العملاء لديها ورضا الزبائن على مستواها.
- **الفرضية الثانية:** عصرنة الخدمة المصرفية تتمثل في زيادة كفاءة وفاعلية الهيئات المقدمة للخدمة ومواكبة كل جديد، حيث تلعب الصيرفة الإلكترونية دور بارز في التأثير عليها. ونجد أن الفرضية الثانية صحيحة، حيث أن الصيرفة الإلكترونية لعبت دور بارزا في عصرنة الخدمات المصرفية من خلال التأثير الظاهر على جوانبها المختلفة بواسطة مختلف الابتكارات التكنولوجية الجديدة، وهذا ما أدى إلى ظهور العديد من المنتجات المصرفية الجديدة بشكل مستمر.

- **الفرضية الثالثة:** التي مفادها تساهم وسائل الدفع الإلكتروني المطبقة في بنك الجزائر الخارجي وكالة البويرة في تحديث وعصرنة الخدمات المصرفية للبنك وتعزيز موقعه التنافسي. من خلال الدراسة الميدانية وجدنا أن هذه الفرضية صحيحة، كون بنك الجزائر الخارجي BEA يقدم مجموعة من الخدمات المصرفية باستعمال وسائل وأنظمة دفع إلكترونية حديثة، من أهمها التطبيق الهاتفي BEA Mobil، وتوفير منصة عن بعد ونهائيات نقاط البيع، هذه الأخيرة ساهمت في عصرنة الخدمات البنكية المقدمة والقيام بالمعاملات المالية عن بعد.

2. النتائج العامة:

من خلال دراستنا تبين لنا مجموعة من نتائج العامة التي تتضمن فيما يلي:

- الصيرفة الإلكترونية نمط جديد في المجال البنكي يشهد إقبالا متزايدا من طرف الأفراد والمنشآت، لما لها من فوائد ومميزات لم تكن متوفرة في الصيرفة التقليدية كإقتصار الزمن والمسافة وتخفيض الأسعار وتلبية طلبات الزبائن والتعرف على احتياجاتهم؛
- ان تبني البنوك للصيرفة الإلكترونية أصبحت وسيلة فعالة من وسائل المعاملات البنكية بين البنك وزبائنه، كنتيجة حتمية للتطور التكنولوجي والاقتصاد الرقمي؛
- هناك محاولات جيدة لتطوير وسائل الدفع الإلكتروني والتي تعتبر حاليا ضعيفة نسبيا ومحدودة، وهذا لما لها من أثر بالغ في تطوير الخدمة المصرفية؛
- يرتبط مفهوم عصرنة الخدمة المصرفية بمدى قدرة البنك على تقديم خدمات للعملاء تقابل توقعاتهم أو تتجاوزها، فنقديم خدمات مميزة ومتطورة يعني تطابق مستوى الجودة الفعلي؛

الخاتمة

- إن اعتماد وسائل الدفع الإلكتروني يساهم في تحسين جودة الخدمات المصرفية البنكية، حيث يجعل العميل يستغني عن الذهاب إلى نقطة البيع، أي باستطاعته الاستفادة من الخدمات البنكية من مكان إقامته أو عمله أو أي مكان تتوفر فيه خدمة الأنترنت؛
- لا تزال الصيرفة الإلكترونية بمراحلها تحتاج تظافر الجهود من كل الأطراف البنكية، حيث من خلال مراجعة لواقعها في الجزائر بينت أن الدولة تقوم بجهود جيدة للقيام بالعمل البنكي وعصرنته، لكن تبقى ضئيلة مما يستلزم الارتقاء بالمستوى وبناء الاستراتيجيات الكفيلة التي تساعد للمنافسة العربية والعالمية؛
- للتماشي مع التطور التكنولوجي يبدي بنك الجزائر الخارجي وكالة البويرة، اهتماما بتوافقه مع التطورات التكنولوجية من خلال تقديم بعض الخدمات الإلكترونية وخدمات عن بعد؛
- يتيح بنك الجزائر الخارجي وكالة البويرة لعملائه الاستفادة من مختلف خدماته والقيام بمعاملاتهم المالية وهذا عن طريق توفير وسائل الدفع الإلكتروني وخدمات عن بعد أهمها التطبيق الهاتفي BEA Mobil ومنصة عن بعد، تتضمن مختلف الخدمات المتوفرة لديه.
- لقد قطع بنك الجزائر الخارجي أشواطاً لا بأس بها في ميدان الصيرفة الإلكترونية، ولحد معين تمكن من إقامة معالمها، ورغم ذلك لا يزال يواجه تحديات عديدة تجعله لا يرقى للمستوى المطلوب مقارنة بما تنتجه المصارف على المستوى العالمي وبعض المصارف وطينا.

3. الاقتراحات:

- على ضوء النتائج المتوصل إليها من خلال الدراسة ارتئينا أن نقدم بعض الاقتراحات والتوصيات التي نراها مناسبة:
- يجب العمل الدائم على التجديد للخدمات المصرفية الإلكترونية لمواكبة التطورات التكنولوجية في هذا المجال؛
- العمل على انشاء بنية تحتية وتقنية ملائمة لتطبيق مختلف أساليب الصيرفة الإلكترونية من أجل الخروج بخدمات مصرفية عصرية ومتطورة؛
- العمل على توفير بيئة مشجعة للابتكار التكنولوجي في المجال الاقتصادي بشكل عام والمصرفي بشكل خاص؛
- لا بد من إعادة النظر في القوانين والنظم التي تسيّر الصيرفة الإلكترونية في الجزائر وإعادة اثرها واستدراك الفجوة المعطلة للصيرفة الإلكترونية المعطلة وتطبيقها، ومن القوانين التي تخص الجرائم المرتكبة في حق وسائل الدفع الإلكتروني؛
- نشر ثقافة مالية ومصرفية من خلال الوسائل الإعلامية وتنظيم حملات توعوية مستمرة حول أهمية الصيرفة الإلكترونية وفوائدها، بالإضافة لتتقيف العملاء حول استخدام التكنولوجيا المصرفية ومزاياها؛

الخاتمة

- عقد اتفاقيات شراكة مع بنوك عالمية موثوقة للاستفادة من تجاربها الخاصة بالصيرفة بشكل عام والإلكترونية وتقديم الخدمات بشكل خاص؛
- تعزيز نظم الرقابة لنفادي استخدام الصيرفة الإلكترونية ضمن أعمال غير مشروعة كتهريب الأموال؛
- يمكن لبنك الجزائر الخارجي استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لتعزيز التواصل مع العملاء، وتقديم الدعم والمساعدة فيما يتعلق بالخدمات المصرفية والتكنولوجيا المالية؛
- ينبغي على بنك الجزائر الخارجي الاستثمار في تطوير بنيته التحتية الرقمية، لضمان توفر خدمات مصرفية مبتكرة وفعالة وآمنة لجميع العملاء.

4. أفاق البحث:

- إن موضوع دور الصيرفة الإلكترونية في عصرنة الخدمات المصرفية يعد موضوعا متشعبا ومتراحي الأطراف، ورغم محاولتنا الإلمام بقدر كافي بجوانب الموضوع تبقى هذه الدراسة تمهيدا لعدة مواضيع أخرى، يمكن التعمق فيها ليشمل عدة جوانب والأفاق مفتوحة لطرح مواضيع نذكر منها:
- دور الصيرفة الإلكترونية في مجال الصيرفة الإسلامية في الجزائر؛
 - القوانين والنظم الخاصة بالصيرفة الإلكترونية في الجزائر وتأثيرها على الخدمات المصرفية؛
 - تأثير الصيرفة الإلكترونية على النشاط البنكي في الجزائر؛
 - واقع الصيرفة الإلكترونية ومتطلبات نجاحها في الجزائر؛
 - دراسة مقارنة بين البنوك الأجنبية الرائدة في تبني الصيرفة الإلكترونية وبين البنوك الجزائرية لرصد الاختلال في مستوى الجودة؛
 - أثر استخدام الصيرفة الإلكترونية على تنافسية البنوك.

قائمة المراجع

1- الكتب:

1. أحمد السيد لبيب ابراهيم، الدفع بالنقود الإلكترونية، دون طبعة، دار الجامعة الجديدة للنشر والتوزيع، الإسكندرية، مصر، 2009.
2. أحمد بوراس، السعيد بريكة، أعمال الصيرفة الإلكترونية الأدوات والمخاطر، الطبعة 01، دار الكتاب الحديث، القاهرة، مصر، 2014.
3. تيسير العجارمة، التسويق المصرفي، الطبعة الأولى، دار الحامد للتوزيع والنشر، عمان الاردن، سنة 2005.
4. جعفر حسن جاسم، مقدمة في الاقتصاد الرقمي، الطبعة الأولى، دار البداية ناشرون وموزعون، الأردن، 2010.
5. السيد محمد أحمد السريتي، محمد عزت محمد غزلان، اقتصاديات النقود والبنوك والأسواق المالية، رؤية للطباعة والنشر والتوزيع، الاسكندرية، مصر، 2010.
6. طارق طه، إدارة البنوك في بيئة العولمة والأنترنت، دون طبعة، دار الجامعة الجديدة للنشر والتوزيع، مصر، 2007.
7. عامر ابراهيم قنديلجي، التجارة الإلكترونية وتطبيقاتها، الطبعة الأولى، دار الميسرة للنشر والتوزيع والطباعة، الأردن، 2015.
8. عبد الهادي مسعودي، الأعمال المصرفية الإلكترونية، الطبعة العربية، دار اليازوري للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2016.
9. عبد الوهاب ابراهيم ابو سليمان، بطاقة البنكية، الطبعة 02، دار القلم، سوريا، 1419 هـ.
10. علي محمد أبو العز، تجارة الإلكترونية وأحكامها في الفقه الإسلامي، دار النفائس للنشر والتوزيع، 2008.
11. عوض بدير الحداد، تسويق الخدمات المصرفية، الطبعة الثانية، دار البيان للطباعة والنشر مصر، سنة 1999.
12. عوض بدير الحداد، تمويل الخدمات المصرفية، الطبعة الأولى، بيان للطباعة والنشر، القاهرة، 1999.
13. محمد حسين منصور، المسؤولية الإلكترونية، دار الجامعة الجديدة، القاهرة، 2007.
14. محمد عبد حسين الطائي، التجارة الإلكترونية المستقبل الواعد لأجيال القادمة، الطبعة الاولى، دار الثقافة للنشر والتوزيع، الأردن.
15. محمود جاسم الصميدعي، ردينة عثمان يوسف، التسويق المصرفي، الطبعة الأولى، دار المناهج، عمان، الاردن، سنة 2001.

قائمة المراجع والمصادر

16. مصطفى كمال طه، وائل أنور بندق، الأوراق التجارية، مكتبة الوفاء القانونية للنشر والتوزيع، الإسكندرية، مصر، 2016.
17. نادر الفردي فاحوش، العمل المصرفي عبر الانترنت، الطبعة الأولى، الدار العربية للعلوم، عمان، الأردن، سنة 2001.
18. نادر عبد العزيز شافي، المصارف والنقود الإلكترونية، الطبعة الأولى، المؤسسة الحديثة للكتاب للنشر والتوزيع، طرابلس، لبنان، 2007.
19. ناظم محمد نوري الشمري، عبد الفتاح زهير العبدالات، الصيرفة الإلكترونية، الطبعة الأولى، دار وائل للنشر، عمان، الأردن، 2008.
20. وائل رفعت علي، الإدارة المالية وسوق المال، دون طبعة، دار التعليم الجامعي للنشر والتوزيع، الاسكندرية، مصر، 2018.

2- أطروحات الدكتوراه:

1. اسماء دردور، اثر تكنولوجيا المعلومات في ترقية تسويق الخدمات المصرفية والمالية دراسة حالة مصرف صوصييتي جينيرال الجزائر وكالة قسنطينة، أطروحة لنيل شهادة دكتوراه، جامعة ام البواقي، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، الجزائر، سنة 2016/2015.
2. أمينة بركان، الصيرفة الإلكترونية كحتمية لتفصيل اداء الجهاز المصرفي حالة الجزائر، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم التسيير تخصص نقود ومالية، علوم التسيير (غير منشورة)، جامعة الجزائر 03، كلية العلوم الاقتصادية، 2013/2014.
3. بن أحمد لخضر، متطلبات تحرير الخدمات المصرفية في الجزائر دراسة الواقع والأفاق، أطروحة مقدمة لنيل هادة الدكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، قسم علوم التسيير، جامعة الجزائر 03، سنة 2012/2011.
4. صليح بونفلة، النظام القانوني للعمليات المصرفية الإلكترونية، أطروحة لنيل هادة الدكتوراه، جامعة قالمة، كلية الحقوق والعلوم السياسية، الجزائر، سنة 2019/2020.
5. صوتية كيلاني، استراتيجية الجودة الشاملة ودورها في تحسين الاداء التسويقي للمؤسسات الاقتصادية، مذكرة لنيل شهادة الدكتوراه، جامعة باتنة، كلية علوم التسيير، الجزائر، سنة 2016.
6. محمد طاهر عبد الله، التأثير المتبادل بين الكتلة النقدية والصيرفة الإلكترونية، أطروحة مقدمة لنيل درجة دكتوراه في الاقتصاد، جامعة دمشق، قسم الاقتصاد، سوريا، 2015/2014.

7. هوارى معراج، تأثيرات السياسات التسويقية على تطور الخدمات المصرفية في البنوك التجارية، أطروحة دكتوراه (غير منشورة)، جامعة الجزائر، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، الجزائر، سنة 2004.

3- رسائل الماجستير:

1. خولة فرحات، أثر التجارة الإلكترونية على تحسين نوعية الخدمة المصرفية، رسالة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، تخصص إدارة الأعمال، جامعة الحاج لخضر باتنة، 2008/2007.

2. زهير زاوش، دور نظام الدفع الإلكتروني في تحسين المعاملات المصرفية، "دراسة حالة الجزائر"، مذكرة ماجستير في العلوم الاقتصادية، جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي، 2011/2010.

3. فضيلة شريف، أثر التسوق الإلكتروني على جودة الخدمات المصرفية، دراسة حالة بعض البنوك في الجزائر، مذكرة مكملة لنيل شهادة ماجستير في التسويق، قسم العلوم التجارية، كلية العلوم الاقتصادية علوم التسيير، جامعة منتوري، قسنطينة، الجزائر، 2010/2005.

4. نادية عبد الرحيم، تطور الخدمات المصرفية ودورها في تفعيل النشاط الاقتصادي، دراسة حالة الجزائر، رسالة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، قسم العلوم الاقتصادية، جامعة الجزائر 03، سنة 2011/2010.

5. نصيرة سلوب، الإدارة الإلكترونية البنكية في الجزائر، دراسة ميدانية حول أنظمة النقد الآلي، وسائل لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم السياسية، جامعة الجزائر 03، سنة 2013/2012.

4- مذكرات الماستر:

1. اوصغير الويزة، خدمات الصيرفة الإلكترونية في البنوك الجزائرية، دراسة حالة القرض الصغير الجزائري، مجلة اقتصاديات المال والأعمال، سبتمبر 2018.

2. ايمان نور الدين، إيمان نعمون، واقع الخدمات المصرفية في الجزائر دراسة في الفترة ما بين 2012-2022، سنة 2023.

3. بوزيتونة راجح نصر الدين، دور وسائل الدفع الإلكترونية في تطوير وعصرنة الخدمات البنكية، مذكرة ماستر أكاديمي كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد الصديق بن يحي، جيجل، الجزائر، 2021/2020.

4. جودي نبيل، صبيحي زكرياء، دور أنظمة الدفع الإلكترونية في تحسين المعاملات المصرفية، مذكرة ماستر أكاديمي، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، الجزائر، 2022/2021.

5. حناء عالية مسحور هوارية، دور التكنولوجيا المالية في الرفع من جودة الاداء البنكي، مذكرة لنيل شهادة الماستر، جامعة احمد دراية، قسم العلوم التجارية، ادرار.

6. رحال فؤاد، تأثير تحرير تجارة الخدمات المصرفية على تنافسية البنوك، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير للعلوم الاقتصادية، تخصص نقود ومالية، جامعة بسكرة، سنة 2005.

7. فوراج اليامنة، دور عصرنة الجماعات المحلية في تحسين أداء المورد البشري، مذكرة في نيل شهادة ماستر أكاديمية، كلية علوم التسيير، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، الجزائر.

5- المقالات في المجالات العلمية:

1. أحمد بوراس، العمليات المصرفية الإلكترونية، مجلة العلوم الإنسانية، العدد 11، جامعة محمد خيضر، بسكرة، ماي 2017.

2. أحمد عبد العزيز الفالح، البطاقة الائتمانية مسبقة الدفع وأحكامها وأثارها الفقهية، مجلة كلية الدراسات الإسلامية والعربية للبنات بالإسكندرية، المجلد 07، العدد 36، الجامعة الإسلامية، السعودية، دون تاريخ نشر.

3. أمير علي خليل، دور محفظة الموبايل الرقمية في تعزيز حجم التجارة الإلكترونية، مجلة الإدارة والاقتصاد، كلية الإدارة والاقتصاد، المجلد 08، العدد 30، جامعة كربلاء، العراق، جوان 2019.

4. بحماوي الشريف، سليمان مصطفى، خصوصية وسائل الوفاء الإلكتروني ودورها في المعاملات التجارية، مجلة الأستاذ الباحث للدراسات القانونية والسياسية، المجلد 01، العدد 07، 30 أوت 2017.

5. بركان أمينة، مجلة الاقتصاد الجديد تحديث الخدمة المصرفية في الجهاز المصرفي الجزائري، العدد 07، جامعة خميس مليانة، الجزائر، سبتمبر 2012.

6. بشرى محمد سامي، امكانية تبني وتطبيق مفهوم المصارف الإلكترونية، دراسة استطلاعية لعينة من المصارف التجارية، مجلة كربلاء العلمية، مجلد 08، العدد 01، العراق، 2010.

7. بن عمر خالد، د بورزامة جيلالي، واقع الصيرفة الالكترونية في الجزائر بين معوقات التوسع ومتطلبات النجاح، مجلة بحوث اقتصادية عربية، العدد 20، 25 جوان 2019.

8. بوعكة كاملة، النظام القانوني لوسائل الدفع الإلكترونية في الجزائر، مجلة الأستاذ الباحث للدراسات القانونية والسياسية، المجلد 07، العدد 01، جامعة محمد بوضياف، المسيلة، الجزائر، 2022 .
9. ثائر عدنان قدومي، العوامل المؤثرة في انتشار الصيرفة الإلكترونية، دراسة تطبيقية على البنوك التجارية الأردنية، المجلة الأردنية للعلوم التطبيقية، المجلد 11، العدد 23، جامعة العلوم التطبيقية الخاصة، عمان، 2008.
10. زايد محمد، البطاقات البنكية كأداة لتفعيل إدارة الإلكترونية، مجلة ضياء للدراسات القانونية، المجلد 03، العدد 02، مركز الجامعي نور البشير، البيض، الجزائر، 30 ديسمبر 2021.
11. زبير عياش، سمية عبابسة، الصيرفة الإلكترونية كمدخل لعصرنة وتطوير البنوك الجزائرية، مجلة العلوم الإنسانية، المجلد أ، العدد 46، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي الجزائر، 2016.
12. ستارجا برخلاوي، مخاطر الصيرفة الإلكترونية وعمليات غسل الأموال، مجلة الكويت للعلوم الاقتصادية والإدارية، جامعة واسط.
13. عبد الرحيم وهيبة، تقييم وسائل الدفع الإلكترونية ومستقبل وسائل الدفع التقليدية في ظل وجودها، مجلة الاقتصاد الجديد، العدد 02، المركز الجامعي لتمنرات، الجزائر، العدد 02، 2010.
14. عدنان محمد يوسف ربابعة، مهند مصطفى أحمد عقايلة، النقود الإلكترونية، المجلة الإفريقية للدراسات المتقدمة في العلوم الإنسانية والاجتماعية، المجلد 02، العدد 03، قسم الاقتصاد والمصارف الإسلامية، كلية الشريعة، جامعة اليرموك، الأردن، 2022.
15. عرابة رابح، دور تكنولوجيا الخدمات المصرفية الإلكترونية في عصرنة الجهاز المصرفي الجزائري، مجلة الأكاديمية للدراسات الاجتماعية والإنسانية، عدد 08، جامعة حسيبة بن بوعلی، الشلف 2012.
16. علي منار حيدر، علوات محسن عقيل. رحيم حمزة عبد الهادي، التوجيهات الجديدة للصناعة المصرفية للصناعة المصرفية في ظل العولمة المالية ودورها في تعزيز أبعاد التوجه الريادي المصرفي، المجلة العراقية الإدارية، العدد 06، العراق، سنة 2014.
17. العياطي جهيدة، محمد بن عزة، تطور الخدمات المصرفية الإلكترونية بين وسائل الدفع الحديثة والتقليدية تحليل إحصائي حديث لواقع وآفاق تطور الصيرفة الإلكترونية في الجزائر، مجلة البحوث في العلوم نقدية والمحاسبية عدد 02، جامعة محمد بوضياف، المسيلة، 2016.
18. فواز حمودي، محمد اسماعيل، معوقات الصيرفة الإلكترونية في القطاع المصرفي السوري، مجلة جامعة دمشق، 2017.

19. مبروك محمد السيد نصير، استخدام برنامج الرقمنة الحكومية لمنظومة الإقرارات الإلكترونية والفاثورة الإلكترونية في تطبيق الفحص الضريبي الإلكتروني بمصلحة الضرائب، المجلة العلمية للدراسات والبحوث المالية والتجارية، المجلد 04، العدد 01، كلية التجارة، جامعة دمياط، مصر، جانفي 2023.
20. محمد الأمين مومني، الشيك الإلكتروني المفهوم والأهمية، المجلة الجزائرية لقانون الأعمال، العدد 01، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة طاهري محمد، بشار، الجزائر، جوان 2020.
21. محمد عبد العباس تركي، دور الأنترنت في تدعيم الصيرفة الإلكترونية، مجلة العربي للعلوم الاقتصادية والإدارية جامعة كربلاء، العدد 67، كربلاء العراق، 2015.
22. محمد فهمي سليم عزوي، ماهية عقد التحويل الإلكتروني للأموال وأثاره بواسطة البنوك التجارية الأردنية، مجلة جامعة الزيتونة الأردنية للدراسات القانونية، المجلد 02، الإصدار 03، كلية الحقوق، جامعة الزيتونة، الأردن، 2021.
23. محمد منصف تطار، النظام المصرفي الجزائري والصيرفة الإلكترونية، مجلة العلوم الإنسانية، العدد 02، جامعة محمد خيضر، بسكرة، جوان 2002.
24. محمد ناصر، أمل حسن وآخرون، البطاقات الذكية وأثرها في تقليل من المخاطر المصرفية، مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية، معهد الإدارة الرصافة، بغداد، العراق، 2013.
25. منصور الزين، وسائل وأنظمة الدفع والسداد الإلكترونية (عوامل انتشار وشروط النجاح)، مجلة الاقتصاد الجديد، العدد 00، جامعة البليدة، الجزائر، ديسمبر 2009.
26. هادف حيزية، نجاح وسائل الدفع الإلكتروني والتحول الجوهري إلى عمليات التفاعل مع التجارة الإلكترونية، مجلة الاقتصاد الجديد، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير جامعة المدية، الجزائر دون تاريخ نشر.

6- المداخلات في الملتقيات العلمية:

1. ثائر سعدون محمد، دور الخدمات المصرفية الإلكترونية في تحقيقي الثنائية للمصارف الخاصة، دراسة تطبيقية في مصرف الشرق الأوسط العراقي للاستثمارات. المؤتمر العالمي الثاني لجامعة جيهان اربيل في العلوم الإدارية والمالية، 2015.
2. صلاح الياس، مستقبل وسائل الدفع التقليدية، في ظل وجود الوسائل الحديثة مداخلة مقدمة إلى الملتقى العالمي الدولي الرابع حول عصرنة نظام الدفع في البنوك الجزائرية، المركز الجامعي خميس مليانة، الجزائر يومي 27 و28 أفريل 2011.

قائمة المراجع والمصادر

3. عبد الغني ربوح، مداخلة بعنوان: تطبيق أنظمة الصيرفة الإلكترونية في البنوك الجزائرية، المؤتمر الدولي العلمي حول إصلاح نام المصرفي الجزائري في ظل تطورات العالمية الراهنة، قسم علوم التسيير، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة

4. كمال رزيق، عبد الحليم فضلي، تحديث النظام المصرفي في الجزائر، ورقة عمل مقدمة ضمن فعاليات الملتقى الوطني حول المنظومة الجزائرية والتحول الاقتصادي، جامعة الشلف 14 ديسمبر 2004.

7- المحاضرات والمطبوعات الجامعية:

1. أمير فرح يوسف، عالمية التجارة الإلكترونية وعقودها- أساليب مكافحة الغش التجاري الإلكتروني، المكتب الجامعي الحديث، الأزرابطة- مصر، 2009.
2. دور التكنولوجيا المالية في تطوير أداء القطاع المصرفي، اضاءات نشرة توعوية يصدرها معهد الدراسات المصرفية، دولة الكويت، جويلية 2022.

8- المراسيم والقوانين والتقارير:

1. التقرير السنوي لبنك الجزائر سنة 2016.
2. التقرير السنوي لبنك الجزائر سنة 2019.
3. تونس، القانون المتعلق بالتحويل الإلكتروني للأموال، قانون رقم 51 المؤرخ في 27/06/2005، يصدر عن رئيس الجمهورية زين العابدين بن علي، الفصل الأول.
4. لبنان، المعاملات الإلكترونية والبيانات ذات الطابع الشخصي، قانون رقم 81 تاريخ: 2018/10/10، صدر عن رئيس الجمهورية رئيس مجلس الوزراء سعدالدين الحريري، الفصل الثالث، المادة 41، الجزء 01.

9- الملفات والمواقع الإلكترونية:

1. اجتماع رفيع بوزارة المالية، عصرنة الخدمة المصرفية، عن موقع وزارة المالية، نقلا عن الرابط التالي:

<https://www.m.f.gov.dz> , consulter le : Mardi 05/03/2024.

2. البنك الخارجي الجزائري، WWW.BEA.COM.

3. المحاضرة الخامسة، البيئة التسويقية للمصرف، الجامعة السورية، نقلا عن الرابط التالي:

<https://www.spu.edu.sy>, consulter le : Mardi 05/05/2024.

قائمة المراجع والمصادر

1. مروة حمزة، مفهوم الخدمة المصرفية وأنواعها، نقلا عن الرابط التالي:

<https://stor.com> consulter le: vendredi 22/03/2024.

2. منصة الوعي المالي، مفهوم وخصائص الخدمات المصرفية، عن الموقع:

<https://finapp.jordan> ,consulter le: dimanche 24/03/2024.

.

الملاحق

الملاحق

الملحق رقم (1): الإجراءات اللازمة لفتح حساب شخصي بنكي

فتح حساب شخصي

- ❖ طلب خطي
- ❖ شهادة ميلاد
- ❖ نسخة من بطاقة التعريف الوطنية
- ❖ (02) صور شمسية
- ❖ بطاقة الإقامة
- ❖ شهادة عمل سارية المفعول

فتح حساب شخصي

- ❖ طلب خطي
- ❖ شهادة ميلاد
- ❖ نسخة من بطاقة التعريف الوطنية
- ❖ (02) صور شمسية
- ❖ بطاقة الإقامة
- ❖ شهادة عمل سارية المفعول

الملحق رقم (2): الإجراءات اللازمة لفتح حساب تجاري بنكي

فتح حساب تجاري (شخص معنوي)

- ❖ طلب خطي
- ❖ نسخة من السجل التجاري مصادق عليها من مركز السجل التجاري
- ❖ نسخة من بطاقة التعريف الوطنية
- ❖ الرقم الجبائي
- ❖ الرقم الاحصائي
- ❖ (02) صور شمسية
- ❖ بطاقة الإقامة
- ❖ شهادة ميلاد
- ❖ القانون الأساسي
- ❖ إشهار التسمية في الجريدة الرسمية
- ❖ عقد ايجا راو عقد ملكية المحل

الملاحق

الملحق رقم (5): الشيك الخاص بإرجاع قائمة المقاصة بين البنوك

Reçu de Bordereau de Remise de Chèques

Agence de dépôt : 0020032 BEA
 Réf. lot : 010020003220110524001
 Réf. remise : bul030NUM0000200032012011052400000004

N° compte bénéficiaire : [REDACTED] Date & heure de saisie : 24/05/2011 10:01:44
 Nom bénéficiaire : [REDACTED]
 Nombre de chèques : 2 N° séquence remise : 1
 Montant total de la remise : 263 250,00 Devise : DZD

| N° de chèque émis | C.I.B. émis | N° de compte émis | Montant émis |
|-------------------|-------------|-------------------|--------------|
| 1382844 | 0140030185 | [REDACTED] | 231 120,00 |
| 0788072 | 0050018898 | [REDACTED] | 32 130,00 |

الملحق رقم (6): دليل استخدام التطبيق الهاتف BEA



الملاحق

الملحق (7): جدول تطور البطاقات والحسابات البنكية وتغطية البطاقات للحسابات

BANQUE EXTERIEURE D'ALGERIE
DIRECTION REGIONALE SETIF
AGENCE DE BOUIRA 37

NOMBRE DE COMPTE AU 31/12/2022

| AGENCE | CCB PUBLIC | CCB PRIVE | CCB J. PROMOTEURS | C.C. ANGEM | DEPOT | LIVRET EPARGNE | EPARGNE LOGEMENT | AVENIR | CNAC | COMPTES SPECIAUX | DEVICES | NBRE CARTES | CPTS COURANTS ISLAMICIQUES PR | COMPTES DE DEPOTS ISLAMIQUE | CPT INVESTISSEMENT AMIQUE-PRIV | CPTS EPARGNES PARTISLAM IQUES |
|-----------|------------|-----------|-------------------|------------|------------|----------------|------------------|--------|------|------------------|---------|-------------|-------------------------------|-----------------------------|--------------------------------|-------------------------------|
| BOUIRA 37 | 99 | 3 632 (1) | 1 519 | 591 | 11 439 (2) | 3 360 | 26 | 43 | 395 | 0 | 13 648 | 3 728 (3) | 3 | 12 | 8 | 85 |

BANQUE EXTERIEURE D'ALGERIE
DIRECTION REGIONALE SETIF
AGENCE DE BOUIRA 37

NOMBRE DE COMPTE AU 31/12/2023

| AGENCE | CCB PUBLIC | CCB PRIVE | CCB J. PROMOTEURS | C.C. ANGEM | DEPOT | LIVRET EPARGNE | EPARGNE LOGEMENT | AVENIR | CNAC | COMPTES SPECIAUX | DEVICES | NBRE CARTES | CPTS COURANTS ISLAMICIQUES PR | COMPTES DE DEPOTS ISLAMIQUE | CPT INVESTISSEMENT AMIQUE-PRIV | CPTS EPARGNES PARTISLAM IQUES |
|-----------|------------|-----------|-------------------|------------|------------|----------------|------------------|--------|------|------------------|---------|-------------|-------------------------------|-----------------------------|--------------------------------|-------------------------------|
| BOUIRA 37 | 101 | 3 688 (1) | 1 529 | 600 | 11 544 (2) | 3 640 | 26 | 43 | 395 | 0 | 14 909 | 3 991 (3) | 10 | 67 | 18 | 194 |

30764

BANQUE EXTERIEURE D'ALGERIE
DIRECTION REGIONALE SETIF
AGENCE DE BOUIRA 37

NOMBRE DE COMPTE AU 31/12/2021

| AGENCE | CCB PUBLIC | CCB PRIVE | CCB J. PROMOTEURS | C.C. ANGEM | DEPOT | LIVRET EPARGNE | EPARGNE LOGEMENT | AVENIR | CNAC | COMPTES SPECIAUX | DEVICES | NBRE CARTES |
|-----------|------------|-----------|-------------------|------------|------------|----------------|------------------|--------|------|------------------|---------|-------------|
| BOUIRA 37 | 86 | 3 553 (1) | 1 490 | 578 | 11 313 (2) | 3 174 | 26 | 43 | 394 | 0 | 12 730 | 3 515 (3) |

N.B.:

(1) : Dont 1323 inactifs

(2) : Dont 4662 inactifs

(3) : Dont (1204) des cartes renouvelées

1007 cartes détruites suivant le PV de mission du 03/08/2016

217 cartes détruites (dont 131 cartes révisées et 86 cartes expirées) suivant le PV de mission du 08/05/2017

153 cartes détruites; dont 57 cartes classiques et 86 cartes goids détruites suivant le PV de destruction des cartes CIB le 05/10/2021

...

الملاحق

الملحق رقم (08): تطور أنواع البطاقات البنكية المحلية والدولية

إحصائيات البطاقات البنكية الخاصة ببنك الجزائر الخارجي وكالة البويرة

| 2024 | 2023 | 2022 | 2021 | 2020 | |
|------|------|------|------|------|----------------------------------|
| 240 | 263 | 213 | 205 | 3310 | بطاقة القولد وكلاسيك بالدينار |
| 41 | 50 | 105 | 80 | - | ماستر كارد بالعملة الصعبة |
| - | - | 02 | 10 | - | وورلد اليت world elite |
| 01 | 01 | 02 | - | - | وورلد كلاسيك |
| | | 01 | | | البلاتينيوم بالعملة الصعبة |

الملحق رقم (9): تطور المقاصة الإلكترونية

| 2023 | 2022 | 2021 | 2020 | 2019 | السنوات |
|------|------|------|------|------|--------------------------------|
| 9633 | 9775 | 9352 | 9888 | 9367 | عدد عمليات المقاصة الإلكترونية |