



كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

قسم: العلوم الاقتصادية

تخصص: اقتصاد نقدي وبنكي

مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة ماستر تحت عنوان:

دور الصيرفة الإلكترونية في تحسين جودة الخدمة المالية

دراسة تطبيقية على تطبيق بريدي موب في بريد الجزائر - وكالة البويرة -

تحت إشراف الأستاذ:

- هاني محمد

من إعداد:

- وزاني ياسمين

- لونيبي أمينة

الاسم واللقب	الجامعة	الصفة
د. رسول حميد	جامعة البويرة	رئيسا
د. محمد هاني	جامعة البويرة	مشرفا
د. شرفي آسيا	جامعة البويرة	مناقشا

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

شكر وتقدير

الحمد لله عز وجل الذي اثار علمه وشرح صدورنا بنعمة التوفيق في انجاز وإتمام هذا العمل.

نتقدم باسمي معالي الشكر وآيات التقدير والاحترام إلى الأستاذ المشرف الدكتور هاني محمد الذي تفضل بمتابعتنا ولم يبخل علينا بتقديم التوجيهات والنصائح القيمة خدمة للعلم وطلابه، والذي أفاض علينا من نور علمه، ليكون البحث على هذا الوجه الذي هو عليه الآن.

نعبر عن شكرنا الجزيل لأعضاء لجنة المناقشة على قبولهم مناقشة هذه المذكرة و على الارشادات القيمة التي قدموها لنا.

كما نتوجه بالشكر الى جميع اساتذتنا في مختلف مراحل دراستنا, املين لهم دوام العطاء و التوفيق.

الإهداء

الحمد لله حبا وشكرا وامتنانا على البدء والختام

بعد تعب ومشقة دامت خمسة سنوات في سبيل العلم والعلم حملت في طياتها أمنيات الليالي، وأصبح عنائي اليوم للعين قرّة، ها انا اليوم أقف على عتبة تخرجني اقطف ثمار تعبي وارفع قبعتي بكل فخر، فاللهم لك الحمد قبل أن ترضى ولك الحمد إذا رضيت ولك الحمد بعد الرضا لأنك وفقفتني على أمام هذا النجاح وتحقيق حلمي.

وبكل حب اهدي ثمرة نجاحي وتخرجني

إلى الذي زين اسمي بأجمل الألقاب، من دعمني بلا حدود وأعطاني بلا مقابل إلى من علمني أن الدنيا كفاح وسلاحها العلم والمعرفة، داعمي الأول في مسيرتي وسندي وملاذي بعد الله فخري واعتزازي "والدي"

إلى من جعل الله جنة تحت أقدامها، واحتضنني قلبها قبل يديها وسهلت لي الشدائد بدعائها، إلى القلب الحنون والشمعة التي كانت لي في الليالي المظلمات سر قوتي ونجاحي "والدتي"
إلى من ساندتني بكل حب عند ضعفي وأزاحت عن طريقي المتاعب ممهدة لي الطريق زرعت الثقة والإصرار بداخلي وأمنت بقدرتي "أختي"

إلى الملائكة التي رزقني بها الله بهم لأعرف من خلالهم طعم الحياة الجميلة "إخوتي الصغار"

إلى رفاق الخطوة الأولى والخطوة ما قبل الأخيرة، إلى من كانوا خلال السنين العجاف سحابا ممطرا، أنا ممتنة "صديقاتي"

ياسمين

إهداء

إلى من رعى كل خطوة من رحلتي، ووقف بجانبني في كل تحدي إلى القائد الذي ألهمني الإيمان بقدراتي،
والذي دفعني إلى الأمام بروحه الإنسانية وتضحياته الكبيرة، إلى أبي العزيز الذي أتمنى له طول العمر
والسعادة

إلى أمي الحنونة التي بذلت كل جهدا وعطفها، ووقفت صامدة بجانبني في كل المواقف، داعية لي
بالتفويق، وتُضفي الدفء على حياتي بحنانها اللامتناهي

إلى أخوتي وأخواتي، الذين شاركوني الحب والتضحية، وكانوا دائما مصدر دعم وتشجيع، لكم كل التقدير
والاحترام

ولجميع الأصدقاء والزملاء، وكل أفراد الأسرة الجامعية، الذين كانوا جزءا لا يتجزأ من رحلتي الأكاديمية،
أشكركم على الوقوف بجانبني ودعمي خلال هذه الرحلة

أمينة

المخلص:

نهدف من خلال هذه الدراسة إلى دراسة وإبراز دور الخدمات المالية الإلكترونية في تحسين جودة وأداء الخدمات المالية، حيث تطرقنا إلى مختلف مفاهيم الصيرفة الإلكترونية ومتطلباتها وسبب إبداء الاهتمام بهذا المفهوم، كما تم التطرق إلى الإطار النظري للخدمة المالية وإلى مفهوم جودة الخدمة المالية وعلاقته بالصيرفة الإلكترونية، وفي الشق الأخير إلى دراسة تأثير الصيرفة الإلكترونية في جودة الخدمات المالية في بريد الجزائر عبر تطبيق بريدي موب.

الكلمات المفتاحية: الصيرفة الإلكترونية، جودة الخدمات المالية، تطبيق بريدي موب.

Summary:

Through this research, we aim to study and highlight the E-banking in improving the quality and performance of financial services, where we touched in the theoretical part on the various concepts of E-banking and the requirements for its establishment and the reasons for interest in this new concept, as well as the theoretical framework of electronic financial services and its relationship with E- banking, and in the last part of study we examined the impact of E-banking on the quality of financial services at Algerian post through the application of BARIDI MOB.

Keywords: E-banking, quality of financial services, application BRIDI MOB.

فهرس المحتويات

فهرس المحتويات

الشكر و التقدير

الإهداء

ملخص

I فهرس المحتويات

VI قائمة الجداول

VI قائمة الأشكال

VI قائمة الملاحق

أ..... مقدمة

الفصل الأول: الإطار النظري للصيرفة الإلكترونية وجودة الخدمة المالية

..... تمهيد

8..... المبحث الأول : الإطار المفاهيمي للصيرفة الإلكترونية.

8..... المطلب الأول: ماهية الصيرفة الإلكترونية.

12 المطلب الثاني: متطلبات الصيرفة الإلكترونية وعوامل نجاحها

15 المطلب الثالث: وسائل وأنظمة الدفع الإلكتروني.

20..... المبحث الثاني: الإطار النظري للخدمة المالية

20 المطلب الأول: تعريف الخدمة المالية

22 المطلب الثاني: أنواع وتصنيف الخدمات المالية ودوره حياته.

26 المطلب الثالث: تعريف الخدمة المالية الإلكترونية.

المطلب الرابع: انواع الخدمات المالية الالكترونية.....	28
المبحث الثالث : دور الصيرفة الالكترونية في تحسين جودة الخدمة المالية.....	30
المطلب الأول: مدخل الى جودة الخدمة المالية.....	30
المطلب الثاني : أثر الصيرفة الإلكترونية في تحسين جودة الخدمة المالية.....	42
المطلب الثالث: تحديات ومعوقات الصيرفة الإلكترونية.....	44
خلاصة الفصل :	49
الفصل الثاني: دراسة تطبيقية على تطبيق BaridiMod في بريد الجزائر - وكالة البويرة -	
تمهيد :	Error! Bookmark not defined.
المبحث الأول: التعريف بـ بريد الجزائر -وكالة البويرة-.....	53
المطلب الأول: نشأة بريد الجزائر.....	53
المطلب الثاني: الهيكل التنظيمي لـ بريد الجزائر بالبويرة.....	54
المطلب الثالث: الخدمات التي تقدمها مؤسسة بريد الجزائر:	59
المطلب الرابع: سياسة الجودة لـ بريد الجزائر.....	62
المبحث الثاني : تطبيق الالكتروني المساهم في تحسين جودة الخدمة المالية.....	63
المطلب الأول : تطبيق بريدي موب baridi mob.....	63
المطلب الثاني: خصائص والشروط الاستفادة من الخدمات تطبيق بريدي موب.....	63
المطلب الثالث: الخدمات تطبيق بريدي موب ومعوقاته.....	64
المطلب الرابع: دراسة التطبيقية لكيفية استخدام تطبيق بريدي موب.....	66
خلاصة الفصل.....	71

72.....	الخاتمة
76	قائمة المراجع
83.....	الملاحق

قائمة الجداول:

الصفحة	عنوان الجدول	الرقم
38	مؤشرات تقييم جودة الخدمة	01
39	نموذج استبيان أسلوب (servqual)	02

قائمة الأشكال:

الصفحة	عنوان الشكل	الرقم
14	متطلبات الصيرفة الإلكترونية	01-01
25	منحنى بياني لدورة حياة الخدمة المالية	01-02
39	نموذج الفجوات الخمس (servqual)	01-03
39	نموذج الأداء الفعلي للخدمة	01-04
58	الهيكل التنظيمي لبريد الجزائر	01-01

قائمة الملاحق:

الصفحة	عنوان الملحق	الرقم
84	البطاقة الذهبية	01
84	طوابع البريدية	02
85	موزع الآلي	03
85	جهاز الدفع الإلكتروني	04
86	حوالة البريدية	05
86	الصك البريدي	06
87	بريد الجزائر	07
87	تطبيق بريدي موب	08

مقدمة عامة

توطئة:

العالم اليوم يشهد طفرة من التغيرات والتطورات مواكبة للعصر، ومن أهمها التغيرات الكبيرة في ثروة التكنولوجيا والاتصال والمعلومات والتي تعتبر من أهم مميزات العصر الحالي، حيث أثرت على العديد من الجوانب خاصة في جانب الاقتصاد العالمي، ونتيجة لذلك امتد التطور لقطاع المالي والمصرفي ليستفيد من السرعة والفعالية في الأداء التي توفرت له من خلال التغيرات التي طرأت في طبيعة العمل المالي والمصرفي.

فمع تبني العولمة أصبح اهتمام المؤسسات المالية على ضرورة تحسين جودة خدماتها المالية، بالإضافة الى انظمة الالكترونية مثل اجهزة الصراف الالي و الخدمات المالية عبر الانترنت, فقد تبنت استراتيجية لتقديم الخدمات المالية الكترونيا من خلال الابتكارات في طرق الدفع الالكترونية مثل الشيكات الالكترونية و النقود الالكترونية و الشيكات الالكترونية الخ.

وفي هذا الإطار بادرت بعض المؤسسات المالية في الجزائر منها بريد الجزائر بطرح شبكات إلكترونية للدفع في جميع أنحاء الوطن مع ابتكار تطبيق للخدمات المالية الإلكترونية يسمى بـ بريد موب رغبة في تسهيل المعاملات المالية على زبائنها ولتحسين جودة الخدمة المقدمة لهم.

ونتيجة لهذا التطور التكنولوجي، فرض على المصارف والمؤسسات المالية تحديات كبيرة في العالم، فاستوجب عليها القيام بتحولات كبيرة مسايرة للتقدم الهائل في أنظمة الحديثة لتحسين أدائها، وذلك بتحويل الخدمات المالية التقليدية إلى الخدمات المالية الإلكترونية بهدف نيل رضا الزبون.

إشكالية الدراسة:

وعليه مما سبق تتحدد الإشكالية الرئيسية للدراسة كما يلي:

- ما دور الصيرفة الالكترونية في تحسين جودة الخدمات المالية؟

الإشكالية الفرعية:

وللإجابة على الإشكالية الرئيسية للدراسة قمنا بتقسيم الإشكالية الى أسئلة فرعية:

- ما المقصود بجودة الخدمات المالية؟ وهل تأثرت بتطور الصيرفة الالكترونية؟
- ما مدى مساهمة تطبيق بريدي موب في تحسين جودة الخدمات المالية المقدمة من طرف مؤسسة بريد الجزائر؟

فرضيات الدراسة:

قمنا بوضع مجموعة من الفرضيات للدراسة كالتالي:

- توجد علاقة بين وسائل الدفع الإلكتروني وابعاد جودة الخدمات المالية.
- بريد الجزائر لا يولي اهتماما في تحسين جودة خدماته المالية.

أسباب اختيار الموضوع:

أهم الأسباب التي دفعتنا للاختيار هذا الموضوع ودراسته هي:

- الفضول والرغبة في الاطلاع في مثل هذا المواضيع.
- تماشي موضوع المذكرة مع التخصص الذي ندرس فيه.
- إبراز دور التكنولوجيا في تحسين جودة الخدمات المالية.
- تقديم لمحة عامة عن كيفية تحسين جودة خدمات بريد الجزائر من خلال تطبيق بريدي موب.

أهداف الدراسة:

من خلال الدراسة تسعى إلى جملة من الأهداف نذكر منها:

- إظهار دور الصيرفة الإلكترونية في تحسين جودة الخدمات المالية.
- تحديد أهمية أبعاد جودة الخدمات المالية.
- محاولة إظهار مدى مساهمة تطبيق بريدي موب في تحسين جودة خدمات مالية لبريد الجزائر.

أهمية الدراسة:

تكتسي أهمية الدراسة في:

- التعرف على وسائل الدفع الإلكترونية التي انتهجتها الصيرفة الإلكترونية لتسهيل المعاملات المالية الإلكترونية.
- عرض الخدمات المتنوعة التي يقدمها بريد الجزائر والتي يحتويها تطبيق بريدي موب.

- ضرورة مسايرة المؤسسات المالية لتطورات الخدمات المقدمة ومدى فعاليتها في تحسين جودتها.

منهج وأدوات الدراسة:

إن المنهج المعتمد في هذه الدراسة هو **المنهج الاستنباطي** باعتماد على أداة الوصف لعرض الجانب النظري المتعلق بكل من الصيرفة الإلكترونية وأهمية جودة الخدمة المالية بالاعتماد على الكتب والملتقيات والأطروحات، أما بالنسبة لجانب التطبيق تم اعتماد الطريقة الترتيب والتحليل لكيفية استخدام الاستناد من تطبيق بريدي موب الخاص ببريد الجزائر.

حدود دراسة:

قمنا بإنجاز هذه الدراسة في حدود ما يلي:

- الحدود المكانية: القيام بدراسة ميدانية في بريد الجزائر وكالة البويرة بالجزائر.
- الحدود الزمنية: استغرق لفترة ممتدة بين شهرين من 05 فيفري 2024 إلى 09 أفريل 2024.

الدراسات السابقة:

تم الاطلاع على بعض الدراسات السابقة الجامعية التي تضمن مجال الصيرفة الإلكترونية نذكر منها:

- **الدراسة الأولى:** سارة مولاي مصطفى، دور رأس المال الفكري في تطوير الصيرفة الإلكترونية وانعكاس ذلك على جودة الخدمات المصرفية، دراسة مقارنة بين الوكالات المصارف العمومية والمصارف الخاصة بمدينة المدية، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه الطور الثالث في العلوم التجارية، تخصص علوم مالية، كلية العلوم التجارية، جامعة يحي فارس، المدية الجزائر، 2019/2018، حيث قام الباحث بتقسيم دراسة إلى فصول تناولت فيهم الإطار النظري للصيرفة الإلكترونية، رأس المال ودون في تطوير الصيرفة الإلكترونية ولمحة نظرية عن جودة الخدمات المصرفية و قد توصل الباحث في دراسته إلى نتائج نذكر منها:
 - توفر رأس المال الفكري في المصارف جنب إلى جنب مع التقنيات الحديثة والمتطورة، والتي تساعد على تقديم خدمات سريعة لمثل أهم عناصر النجاح بالنسبة للصيرفة الإلكترونية.
 - الصيرفة الإلكترونية هي ذلك النظام الذي يتيح للعميل الوصول إلى حاجاته أو أي معلومات يريد، وكذا الحصول على مختلف الخدمات المصرفية عن طريق شبكة الانترنت.
 - يوجد تأثير للصيرفة الإلكترونية في تحسين جودة الخدمات المصرفية.

- **الدراسة الثانية:** زهير زاوي، دور نظام الدفع الإلكتروني في تحسين المعاملات المصرفية، دراسة حالة الجزائر، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية، تخصص تمويل الدولي والمؤسسات المالية والنقدية، كلية علوم الاقتصادية، جامعة العربي بن مهيدي، أم بواقي الجزائر، 2011/2010، هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على وسائل الدفع الإلكتروني وانعكاساته على المعاملات المصرفية في الجزائر وأظهرت النتائج أن:
 - مع ظهور وسائل الدفع الإلكترونية لم تعمل البنوك المصرفية في الجزائر الوسائل التقليدية بل قامت باستغلال هذه التطورات من أجل تحديث المعاملات بها.
 - غياب الثقافة المصرفية في المجتمع لا يتعامل بالشيك إلا القليل.
- **الدراسة الثالثة:** بشريرة عمران، تهتان مراد، أثر الخدمات المصرفية الإلكترونية على تحسين جودة الخدمات المصرف، دراسة حالة الوكالات العمومية والخاصة بولاية البليدة، معارف مجلة علمية محكمة، جامعة أكلي محند أولحاج، البويرة السنة العاشرة، العدد 20، جوان 2016، هدفت هذه الدراسة لرصد واقع الخدمات المصرفية الإلكترونية في الجزائر، ومعرفة مدى مساهمة الخدمات المصرفية الإلكترونية في تحسين جودة هذه الخدمات عند المتعاملين، فمن أهم النتائج التي توصلت إليها هذه الدراسة:
 - الخدمات المصرفية الإلكترونية ساهمت بدرجة كبيرة في تحسين جودة الخدمات المصرفية المقدمة لزبون وأن عملاء والمصارف ترى أن جودة الخدمة المصرفية تتأثر بمستوى الخدمات المصرفية الإلكترونية المقدمة وهذا حسب أبعاد الجودة الخدمة المختلفة "الملموسية، الاستجابة، الاعتمادية، الثقة، الأمان، التعاطف والاتصال".

صعوبات الدراسة:

- في هذه الدراسة واجهتنا بعض من العراقيل والصعوبات كانت في:
- صعوبة جمع المعلومات في الفصل التطبيقي عن تطبيق بريدي موب.
 - قلة المراجع المرتبطة بالصيرفة الإلكترونية في المؤسسات المالية إذ نرى أغلبهم تهتم بالبنوك والصيرفة الإسلامية أكثر.

تقسيم الدراسة:

من الإجابة عن الإشكالية الرئيسية المطروحة واختيار الفرضيات قمنا بتقسيم بحث إلى فصلين على نحو التالي:

- **الفصل الأول:** تم تقسيمه إلى ثلاث مباحث تطرقنا فيهم إلى ماهية الصيرفة الإلكترونية أهميتها ومتطلبات قيامها وأنظمة دفعها، وتطرقنا أيضا إلى مفاهيم الخدمة المالية، والخدمة المالية الإلكترونية وأخيرا إلى دور الصيرفة الإلكترونية في تحسين جودة الخدمة المالية.
- **الفصل الثاني:** تطرقنا فيه دراسة حالة على تطبيق بريدي موب في الجزائر، حيث قمنا بتقديم بريد الجزائر وهيكله وأهم خدماته، وتعريف تطبيق بريدي موب الذي يساهم في تحسين جودة الخدمات المالية وأخيرا إلى كيفية استخدامه والاستفادة من خدماته.

الفصل الأول

الإطار النظري للصيرفة الالكترونية

وجودة الخدمة المالية

تمهيد:

فمنذ نهاية القرن العشرين وبداية القرن الحالي، شهدت الصناعة المالية والمصرفية عدة تغيرات وتطورات هائلة في مجال تكنولوجيا الاتصال والمعلومات ونتيجة لهذا ظهرت سلسلة من التغيرات في المجالات ومنها مجال قطاع المالي والمصرفي وذلك تماشياً مع التطور المشهود لاقتصاد العالمي. باعتبار القطاع المالي من أكثر القطاعات تأثيراً بالتغيرات الناجمة من تطور التكنولوجيا المعاصرة، أدى لي بما يسمى بالصيرفة الإلكترونية، نتيجة لاستعمال واستخدام وسائل الدفع الإلكترونية، وهذا من أجل تسهيل في عمليات المعاملات المالية من حيث الجهد والوقت والتكلفة فبذلك ازدادت لدى المصارف والمؤسسات المالية أهمية جودة الخدمة المقدمة لعملائهم فقامت بتوسيع نطاق خدماتها المالية والسعي إلى تحسين جودتها، وذلك لضمان استمراريتها ونموها.

تم تقسيم هذا الفصل الى ثلاث مباحث سنتناول فيهم ما يلي:

المبحث الأول: الإطار المفاهيمي للصيرفة الإلكترونية

المبحث الثاني: الإطار النظري للخدمة المالية الإلكترونية

المبحث الثالث: دور الصيرفة الإلكترونية في تحسين جودة الخدمة المالية

المبحث الأول: الإطار المفاهيمي للصيرفة الإلكترونية.

في المطلب الأول تطرقنا إلى ماهية الصيرفة الإلكترونية وفي المطلب الثاني إلى متطلبات الصيرفة وعوامل نجاحها وفي المطلب الثالث سنتطرق إلى وسائل وأنظمة الدفع الإلكتروني.

المطلب الأول: ماهية الصيرفة الإلكترونية.

لقد ساهم التطور التكنولوجي في تطور الخدمات المالية المقدمة وجودتها، وهذا بإدخال الصيرفة الإلكترونية في المجال المالي لتسهيل المعاملات على العملاء، وفي هذا المجال نقوم بتقديم تعاريف الصيرفة الإلكترونية ونشأتها.

الفرع الأول: نشأة الصيرفة الإلكترونية:

في ظل وجود شبكة الانترنت شهادة العالم توسعا وتطورا في مجال المعلوماتية والاتصالات فأخذت البنوك المؤسس المالية تربط مختلف أنشطتها بتكنولوجيا.

ظهرت الصيرفة الإلكترونية في بداية الثمانينات ببروز مفهوم (Monétique)، مع ظهور النقد الإلكتروني، بدأت استخدامات البطاقات في فرنسا في بداية القرن الماضي كبطاقات كرتونية تُستخدم في الهواتف العمومية، بينما استُخدمت البطاقات المعدنية في الولايات المتحدة الأمريكية في قطاع البريد. في عام 1958، أُصدرت أول بطاقة بلاستيكية من قبل (American Express) وانتشرت بشكل واسع. في عام 1968، أُصدرت ثمانية بنوك بطاقة (BankAmericard) التي تحولت لاحقاً إلى شبكة Visa العالمية. في نفس العام، أُصدرت ستة بنوك بطاقة (Carte Bleue).¹

وفي نهاية العشرينات كانت هذه المرحلة ولادة الحاسب الآلي وفكرة بطاقة الدفع في الولايات المتحدة الأمريكية في سنة 1914، وكانت هذه النشأة الأولى لصيرفة الإلكترونية ثم في سنة 1915 صدرت بطاقة تلغراف وهي بطاقة معدنية عملت بها الفنادق سنة 1917 والشركات البترول سنة 1924. وفي بداية الثلاثينات إلى نهاية الخمسينات ظهرت أول بطاقة بلاستيكية سنة 1936 لكن استعمالها كان محدودا على شراء تذاكر الطيران فقط، ثم في سنة 1950 كانت بداية ظهور البطاقات المصرفية، وذلك كان في بنك National franklin بنيويورك عندما صدرت بطاقة² national credit card club.

¹ مصطفى يوسف كافي، النقود الإلكترونية في ظل التقنيات الحديثة، دار المؤسسة رسلان لنشر والطباعة والتوزيع، سوريا، دمشق، 2011، صفحة 114.

² عبد الهادي مسعودي، الأعمال المصرفية الإلكترونية، بنوك الإلكترونية، نقود الإلكترونية، بطاقات الإلكترونية، دار النشر اليازوري، الجزائر، 2016، صفحة 17.

الفرع الثاني: تعريف الصيرفة الإلكترونية:

لقد تعددت التعاريف للصيرفة الإلكترونية نذكر منها:

التعريف الأول: الصيرفة الإلكترونية، أو ما يُعرف بالعمليات المصرفية الإلكترونية، تتمثل في تقديم البنوك للخدمات المصرفية المبتكرة عبر شبكات الاتصال الإلكترونية. تُحدد صلاحية الوصول إلى هذه الخدمات للمشاركين الذين يستوفون شروط العضوية التي تضعها البنوك، وذلك باستخدام منافذ الشبكة كوسيلة للتواصل مع العملاء.¹

التعريف الثاني: تعرف الصيرفة الإلكترونية بأنها جميع العمليات والنشاطات التي تتم أو يتم الترويج لها باستخدام الوسائل الإلكترونية أو الضوئية مثل الهاتف، الحاسوب، والصراف الآلي، وذلك من قبل المصارف أو المؤسسات المالية. كما تشمل العمليات التي يجريها مصدر بطاقات الدفع أو الائتمان الإلكتروني بمختلف أنواعها، بالإضافة إلى المؤسسات التي تتعاطى التحويلات النقدية الإلكترونية.²

التعريف الثالث: هي تقديم خدمة مصرفية عبر خط on line systems يتم تقديم الخدمة المصرفية عبر الخطوط الهاتفية مما يتيح للعملاء اجراء مختلف العمليات المصرفية، ويعزز هذا النوع من الخدمات راحة للعملاء بشكل كبير، لا يقتصر الأمر على التنقل فقط، بل تتيح الصيرفة الإلكترونية الوصول إلى أجهزة الصراف الآلي والمصارف الفعلية في معظم الحالات التي لا تتطلب وجوداً بشرياً. كما تمكن أيضاً من إجراء العمليات المالية ليس فقط على المستوى المحلي، بل على المستوى العالمي دون انقطاع.³

التعريف الرابع: هي إجراء عمليات المصرفية بطرق الكترونية باستخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال ويتم تقديم من خلال شبكات اتصال الكترونية عبر منافذ تخضع لشروط العضوية يحددها البنك.⁴

من خلال هذه التعاريف نستنتج أن الصيرفة الإلكترونية هي منافذ توزيع خدمات مصرفية مبتكرة، تعتمد على تكنولوجيا المعلومات والاتصال أي تقدمها عن بعد باستعمال التكنولوجيا المعلومات والاتصال بالسرعة والدقة اللازمة وبأقل تكلفة والجهد بأمان مطلق.

¹ محمد الصيرفي، إدارة العمليات المصرفية العادية وغير العادية، دار الفجر ونشر والتوزيع، الطبعة الأولى، مصر، 2016، صفحة 213.
² ظريفة غزالي، العامرية لعجال، دور الصيرفة الإلكترونية في تحسين جودة الخدمة المصرفية، مجلة الاقتصاديات الاعمال والتجارة، جامعة مسيلة، الجزائر، ال عدد2، المجلد7، 2022، صفحة 143.
³ وصغير لويضة، الخدمات الصيرفة الالكترونية في البنوك التجارية دراسة حالة القرض الشعبي الجزائري، مجلة الاقتصاديات المالي والأعمال، ال عدد7، سبتمبر2018، صفحة 368.
⁴ أوصغير لويضة، مرجع سبق ذكره، ص 168

الفرع الثالث: خصائص الصيرفة الإلكترونية:

ومن بين هذه الخصائص المالية، التي تتم من خلال الوسائط الإلكترونية، من خلال شبكات النقل، بما في ذلك الأنترنت، وكذلك من خلال تبادل المعلومات وكذلك من خلال الوسائل التقليدية الأخرى:

1. **التقليل من التكلفة:** من أهم ما يميز البنوك الإلكترونية أن تكاليف تقديم الخدمة منخفضة مقارنة بالبنوك العادية، فالصيرفة الإلكترونية تقوم بتوفير النفقات حيث تساهم في تخفيض النفقات الرأسمالية لإقامة علاقات مستمرة بين البنك والعميل.
2. **التلازم:** الخدمة تنتج وتستهلك معاً، مما يعني أنه لا يمكن تخزينها للاستخدام المستقبلي، وهذا قد يحد من تلبية الطلبات المستقبلية.
3. **عدم إمكانية تحديد الهوية:** في التعاملات الإلكترونية، لا يتمكن كل طرف من رؤية الآخر مباشرة، وهذا الأمر يتطلب توفير وسائل تأمين للتعرف على الهوية إلكترونياً.¹
4. **الطبيعة الإلكترونية:** تتميز الصيرفة الإلكترونية بأنها ذات طابع دولي، حيث تُقبل الخدمات المصرفية الإلكترونية عالمياً وتُستخدم في تسوية الحسابات للمعاملات التي تجري عبر الفضاء الإلكتروني بين المستخدمين من مختلف أنحاء العالم.²
5. **العقود بدون مرتكزات أو مستندات مادية:** تقوم الخدمات الإلكترونية على عقود تنافسية بدون الحاجة إلى مرتكزات مادية، وهذا يثير مسألة كيفية إثبات الالتزامات للأطراف المتعاملة.³

الفرع الرابع: أهمية للصيرفة الإلكترونية:

إن قيام البنوك بتسوية أنشطتها وخدماتها المالية عبر الانترنت يحقق فوائد كثيرة من أهمها نذكر⁴:

- ❖ تقليل النفقات التي يتحملها البنك يجعل تكلفة تطوير موقع إلكتروني للبنك أقل بكثير من تكلفة إنشاء فرع جديد، الذي يتطلب بناء مباني وتوفير أجهزة والحصول على كفاءات إدارية. بالإضافة إلى ذلك، يساهم تسويق البنك لخدماته عبر موقعه الإلكتروني في تعزيز ميزته التنافسية وتحسين مكانته في السوق، مما يؤهله للتعامل في المعاملات التجارية العالمية.
- ❖ توجه البنوك العالمية نحو الانترنت والمزايا التنافسية التي تتمتع بها يجبر البنوك الصغيرة على تطوير أنفسها لمواكبة هذه التحديات. يتضمن ذلك تحسين الخدمات المقدمة للعملاء لتلبية

¹ بسمة سامي الخطيب، دور الصيرفة الإلكترونية في تحقيق الميزة التنافسية؛ أطروحة دكتوراه غير منشورة إدارة الاعمال، جامعة دمشق، سوريا، 2014، ص39.

² بلعياش ميادة، أثر الصيرفة الإلكترونية على السياسة النقدية، أطروحة دكتوراه، اقتصاديات النقود والبنوك والاسواق المالية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2015، ص 26.

³ بسمة سامي، مرجع سبق ذكره، ص39.

⁴ ابراهيم المصري، الاقتصاد النقدي في الوطن العربي، الطبعة الأولى، دار الحكمة للطباعة والنشر والتوزيع، مصر، 2016، ص187.

تطلعاتهم، وهم يقارنون بين خدمات البنوك لاختيار الأفضل بالنسبة لهم، مما يجعل الإنترنت عاملاً منافساً قوياً في جذب العملاء.

- ❖ يعمل الإنترنت على تعزيز التوعية بالبنوك والخدمات المصرفية من خلال تقديم معلومات إعلامية حولها، مما يساهم في تحسين جودة الخدمات المصرفية المقدمة.
- ❖ إن الصيرفة الإلكترونية تؤدي إلى تسيير المتعاملين في المصارف، وبناء علاقات مباشرة وتوفير المزيد من فرص العمل والاستثمار وهو ما يساعد على النجاح والبقاء في السوق المصرفية.
- ❖ استخدام الإنترنت يساهم في التعزيز رأس المال الفكري وتطوير التكنولوجيا المعلومات والاستفادة من الابتكار الجديد الذي يكون لها انعكاس على الأعمال البنوك.

الفرع الخامس: دوافع ظهور الصيرفة الإلكترونية

إن ظهور الصيرفة الإلكترونية كان نتيجته تفاعل عدة عناصر منها:¹

- ❖ ثورة الاتصالات والمعلومات أحدثت تغييرات جذرية في طبيعة عمل القطاع المصرفي والمالي، مما أدى إلى توجه نحو تطوير وتقديم خدمات مالية متقدمة ومتنوعة، استناداً إلى التقنيات والابتكارات التي أفرزتها هذه الثورة المعلوماتية.
- ❖ التجارة الإلكترونية، التي تتم باستخدام الوسائل الإلكترونية وخاصة الإنترنت، تتميز بخصائص عديدة تختلف عن التجارة التقليدية التي اعتادت المؤسسات التعامل معها. هذا التغيير جعل من تطوير استراتيجيات وأساليب عمل البنوك ضرورة خدمية وليس مجرد رفاهية أو إهدار للأموال.
- ❖ وجود منافسة شديدة بين البنوك وبعضها البعض ومع المؤسسات المالية الأخرى، لم يعد يقتصر على الاقتصاديات الوطنية فقط، بل اكتسب أبعاداً دولية في ظل تحرير التجارة العالمية.
- ❖ تدخل العديد من المؤسسات المالية غير المصرفية، مثل شركات التأمين وشركات الوساطة، بشكل متزايد في منافسة مع البنوك لأنها تقدم خدمات مماثلة لتلك التي تقدمها البنوك.
- ❖ على وجه الخصوص، والاستفادة من المنافسة المتزايدة مع المؤسسات المالية، يطلب العديد من العملاء مستوى عال من الخدمة بتكاليف تنافسية، لذلك من الضروري التحسين المستمر لأداء المؤسسات المالية مثل البنوك وزيادة مستوى الكفاءة التشغيلية لتقديم أفضل خدمة لعملائها.

¹ محمد الصيرفي، المرجع سبق ذكره، ص 214 215

❖ دخول العديد من المؤسسات التجارية واقتصادات السوق إلى مجال الأعمال المصرفية يعد من أبرز الأمثلة على التغيير في القطاع. فبعض المحلات الكبيرة أصبحت تقدم لعملائها خدمات مثل الكربونات التي يمكن استخدامها عند التسوق، مما يقلل الحاجة للتعامل المباشر مع البنوك.

المطلب الثاني: متطلبات الصيرفة الإلكترونية وعوامل نجاحها

للصيرفة الإلكترونية مجموعة من المتطلبات اللازمة لقيامها وبجملتها من عوامل لنجاحها فصلها فيما يلي:

الفرع الأول: متطلبات الصيرفة الإلكترونية:

هناك بعض المتطلبات الأساسية التي يجب الوفاء بها من أجل تشغيل الخدمات المالية الإلكترونية:

1/ البنية التحتية التقنية: تعتبر البنية التحتية التقنية أساس في العمليات الصيرفة الإلكترونية وتحتاج إلى دراسة وتطوير دوري لضمان مستوى عالي من الأمان والأداء وتشمل البنية التحتية التقنية عدة عناصر تحتاج إلى الاهتمام والتطوير ومنها:

- **تحديث الأجهزة:** يتعين تحديث الأجهزة الخاصة بمعالجة البيانات وتخزينها لضمان أنظمة عمل سلسة وفعالة.
- **تطوير برمجيات:** يجب تطوير وصيانة البرمجيات المستخدمة في عمليات الصيرفة الإلكترونية بشكل مستمر لضمان سلامة العمليات وحماية المعلومات
- **تعزيز الأمان:** يجب توفير إجراءات أمان قوية لحماية البيانات والمعلومات الحساسة من التسريب أو الاختراق.
- **تنظيم البيانات:** يتعين تنظيم البيانات وإدارتها بشكل فعال لضمان سهولة الوصول إليها واستخدامها في العمليات المصرفية.
- **تدريب الموظفين:** يجب توفير التدريب المستمر للموظفين لضمان فهم الكامل للتقنيات والأدوات المستخدمة في الصيرفة الإلكترونية.

ان تطور البنية التحتية التقنية يتطلب جهودا مستمرة في البحث والتطوير والاستثمار في التكنولوجيا لضمان الاستمرارية وتحسين جودة الخدمات المصرفية.

2/ الكوادر البشرية الكفؤة: توفير الكوادر البشرية المؤهلة والقادرة على أداء أنماط جديدة من العمل القائم على التقنية الحديثة يعد من المتطلبات الضرورية لضمان التحول نحو الصيرفة

الإلكترونية. هذا يتطلب تأهيلاً وتدريباً مستمراً للكوادر في مختلف الوظائف الفنية، والمالية، والتسويقية، والاستشارية، والإدارية.¹

3/الملائمة بين التطبيق العملي و المعايير الدولية : يشار إلى أن البنوك العربية لا تتحرك نحو القيادة عندما تقتحم الجديد ، في انتظار أداء الآخرين ، ربما يكون لها ما يبررها خوفاً من أموال المساهمين وخطر المرور ، وهو أمر مهم وضروري ، لكنه ليس محصناً من القيادة ، فضلاً عن أنه ليس محصناً من القيادة الجديدة. هذا لا يعني القيادة في اقتحام الجديد ، ولكن على عجل للتخطيط للتعامل مع الجديد وإعداد عدة ، فإنه يتطلب بالضرورة سرعة لتحقيق ذلك.²

4/التفاعل مع متغيرات الوسائل والاستراتيجيات الفنية والإدارية والمالية: التفاعل لا يتعلق فقط بالتعامل مع الأشياء والبنية التحتية الجديدة ، ولكن أيضاً مع الأفكار التي تأتي من التفكير الإبداعي ، وليس من الأفكار والنظريات الحديثة والتفكير النمطي في مجال التكنولوجيا والتسويق والتمويل وأداء الخدمة.³

5/الرقابة التقييمية الحيادية: يعتبر الاعتماد على الخبراء القادرين على التقييم الموضوعي في التخصصات التقنية، التسويقية، القانونية، والنشر الإلكتروني أحد العناصر الأساسية لنجاح المواقع الإلكترونية للبنوك. يجب الحذر من الوقوع في فخ اعتبار عدد زوار الموقع مؤشراً رئيسياً للنجاح، حيث يسود الفهم الخاطئ بأن كثرة الزيارات تعني بالضرورة نجاح الموقع. رغم أن كثرة الزيارات قد تكون مؤشراً على فعالية الموقع في محركات البحث وصحة الخطط الدعائية والترويجية، إلا أنها ليست دائماً دليلاً على نجاح الموقع الفعلي.⁴

¹ بلهادي عبد القادر، نزع عي الدين، متطلبات الصيرفة الإلكترونية في البنوك الجزائرية من وجهة نظر عمالها-دراسة على عينة في البنوك الجزائرية-، مجلة الحقوق والعلوم الانسانية، جامعة زيان عاشور، الجلفة، ال عدد35(1)، ص446.

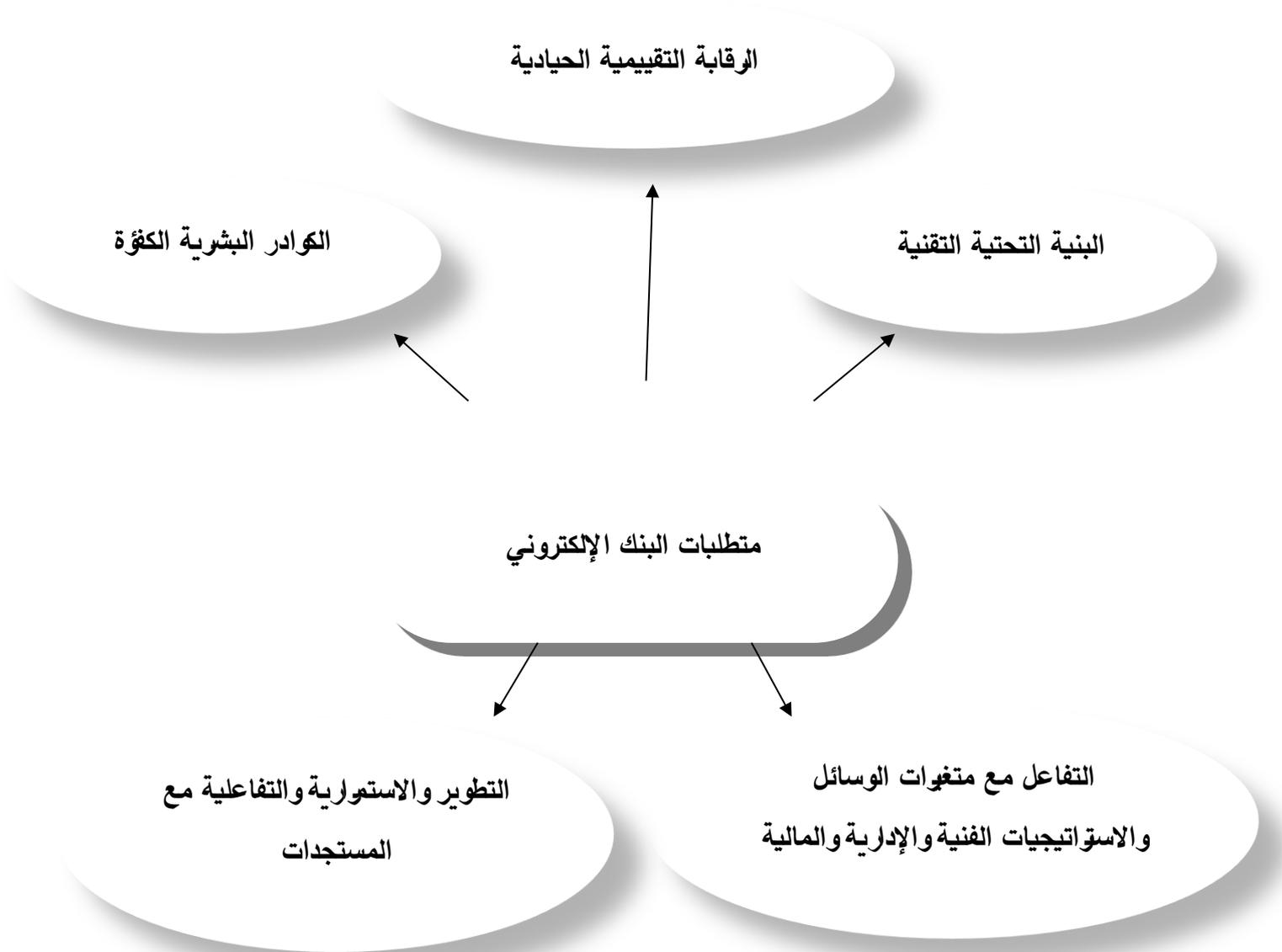
²المرجع نفسه، ص446.

³مصطفى يوسف الكافي، النقود والبنوك الإلكترونية في ظل التقنيات الحديثة، مرجع سابق ذكره، 2011، ص128.

⁴مصطفى يوسف الكافي، مرجع سبق ذكره، ص 128.

وهذا مخطط موضح لمتطلبات الصيرفة الإلكترونية:

الشكل 01-01: متطلبات الصيرفة الإلكترونية.



المصدر: من إعداد الطالبتين

الفرع الثاني: عوامل نجاح الصيرفة الإلكترونية:

يتطلب نظام الصيرفة الإلكترونية الالتزام بمجموعة من العوامل التي تعتبر قواعد أساسية للعمل الإلكتروني، والتي تشمل ما يلي:

- وضع خطط تنمية الموارد البشرية.
- وضع اللوائح القياسية التي تسمح لربط الكيانات المختلفة والعالم ككل.
- العمل على إنشاء منظمات إدارية للتنسيق بين الطرفين.
- مع الأخذ في الاعتبار التأمين في تصميم هذه الشبكة ، وفقا لقاعدة قياسية تشمل جميع الجهات ذات الصلة ومجهزة بشبكة واسعة متصلة بالإنترنت.
- وجود خطط للبدء في تقديم الخدمات المصرفية الإلكترونية ، بدءا من تطوير الاستراتيجيات على مستوى البنك المركزي أو التحالفات الوطنية أو الدولية¹.

المطلب الثالث: وسائل وأنظمة الدفع الإلكتروني.

مع ظهور الخدمات المصرفية الإلكترونية ، ظهرت العديد من طرق الدفع الحديثة وقنوات الدفع الإلكتروني، سوف نذكرهم في هذا المطلب.

الفرع الأول: وسائل الدفع الإلكتروني

1. تعريف الدفع الإلكتروني: يشير النظام إلى أن عملية الدفع تتم إلكترونيا دون استخدام الورق.

-**تعرف** وسائل الدفع الإلكتروني كما يلي: "تحويل الأموال هو في الأساس وسيلة لنقل السلع والخدمات بطريقة رقمية ، مثل استخدام الكمبيوتر ، أو إرسال البيانات عبر خط هاتف أو شبكة ، أو إرسال البيانات².

-**تعرف** المادة 02 من قانون التجارة الإلكتروني التونسي، طريقة الدفع الإلكترونية هي وسيلة للسماح للمالك بإجراء عمليات الدفع عن بعد ومباشرة من خلال شبكة اتصالات عامة.

-**وعرفها** المشرع الجزائري من قانون التجارة الإلكترونية بموجب المادة 06 من وسائل الدفع الإلكتروني " أنها كل وسيلة دفع مرخص بها طبق لتشريع المعمول به تمكن صاحبها من القيام بالدفع عن قرب أو عن بعد، عبر منظومة الكترونية"³.

¹أياد منصور، إدارة العمليات البنكية والنقدية، دار النفيس للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، 2019، ص199-200.

²نعيم مؤلف، إحلال وسائل الدفع المصرفية التقليدية والإلكترونية، مجلة البحوث في الحقوق والعلوم السياسية، جامعة التكوين المتواصل، تيارت، ال عدد6، 2016، ص488.

³قانون رقم 05-18، المؤرخ في 10 مايو 2018، يتعلق بالتجارة الكترونية، ج. ر. عدد18، الصادر في 16 مايو 2018.

2. خصائص الدفع الإلكتروني:

ما زاد من أهمية وسائل الدفع الإلكترونية الخصائص التي تميزها عن وسائل الدفع التقليدية ونذكرها كما يلي:

- يتسم الدفع الإلكتروني بالطبيعة الدولية: أي أنها وسيلة مقبولة من جميع البلدان ، حيث يتم استخدامها لتسوية الحسابات في المعاملات التي تتم عبر الفضاء الإلكتروني بين المستخدمين حول العالم.¹

- يتم الدفع من خلال النقود الإلكترونية: هذه هي القيمة النقدية الموجودة في البطاقة ذات الذاكرة الرقمية أو الذاكرة الرئيسية للمؤسسة ، والتي تحكم إدارة عمليات التبادل.²

- يستخدم هذا الأسلوب لتسوية المعاملات الإلكترونية عن بعد: إذا تم إبرام العقد بين الأطراف المتفرعة ، وتم الدفع عبر الإنترنت ، أي من خلال مسافة تبادل المعلومات الإلكترونية بفضل وسائل الاتصال اللاسلكية ، يتم تقديم أمر الدفع وفقا للبيانات الإلكترونية التي تسمح بالاتصال المباشر بين أطراف العقد.³

ويتم الدفع الإلكتروني بأحد الأسلوبين:⁴

- الأسلوب الأول: تم تخصيصها مسبقا لهذا الغرض: الدفع عبر الإنترنت وتبادل المعلومات الإلكترونية بفضل وسائل الاتصال اللاسلكية.

- الأسلوب الثاني: لا توجد مبالغ مخصصة مسبقا لهذا الغرض ، ولكن يمكن استخدام المبلغ المسحوب بواسطة هذه البطاقات لأغراض أخرى ، مثل التحقق من تسوية المعاملات المالية.

3. أهمية وسائل الدفع الإلكتروني:

أن اتساع نطاق التجارة الإلكترونية و تشعب أنواعها و مجالاتها و تعدد التشريعات الدولية المنظمة لها⁵ ، أدى ازدهار الدفع الإلكتروني إلى تقليص دور النقود الورقية والدفع التقليدي، حيث كانت النقود الوسيلة الرئيسية لتسوية المعاملات المالية، وكان الدفع يتم بصورة نقدية أو بواسطة وسائل بديلة مثل الشيك وغيرها من الوسائل التقليدية الأخرى ، لذلك تلك الوسائل لا تصلح لتسهيل

¹لوصيف عمار، استراتيجيات نظام المدفوعات للقرن الحادي والعشرين-مع الإشارة الى التجربة الجزائرية-، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية، جامعة قسنطينة، 2008/2007، مذكرة غير منشورة، ص30-31.

²لوصيف عمار، مرجع نفسه، ص30-31.

³لوصيف عمار، مرجع نفسه، ص30-31.

⁴لوصيف عمار، مرجع نفسه، ص31.

⁵محمد حسين منصور، المسئولية الإلكترونية، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2007، ص101.

التعاملات التي تتم عن بعد في بيئة غير مادية، مثل العقود الإلكترونية التي تُبرم عبر شبكة الإنترنت حيث تتوارى المعاملات الورقية. من هنا تبرز أهمية ابتكار وسائل دفع تتوافق مع طبيعة التجارة الإلكترونية، ولهذا السبب جاء الدفع الإلكتروني.

يمكن للعميل سداد مقابل سلعة أو خدمة باستخدام الطرق التقليدية المتبعة في التعاقد بين أطراف متبايعين، مثل إرسال شيك عبر البريد أو الفاكس، أو إرسال بيانات خاصة بحسابه البنكي. ومع ذلك، فإن هذه الوسائل لا تتناسب مع خصوصية التجارة الإلكترونية ومتطلبات السرعة فيها. لذا، يتضح أن الدفع الإلكتروني عبر وسائل الاتصال الآمنة عبر الإنترنت (télématique) يمثل خيارًا أفضل في العديد من المجالات.¹

4. وسائل الدفع الإلكتروني:

نتيجة التقدم التكنولوجي في عالم الانترنت زاد إقبال الأفراد والمشروعات على المصارف الآلي مما زاد تعاملهم في التجارة الإلكترونية عن بعد، أدى ذلك لظهور أشكال جديدة من وسائل الدفع الإلكتروني ونذكرها فيما يلي:

p-البطاقات البنكية: أو البطاقات البلاستيكية هي بطاقة مغناطيسية يمكن لحاملها استخدامها لشراء مختلف احتياجاته أو تسديد المبالغ المستحقة لخدماته دون الحاجة لحمل مبالغ نقدية كبيرة التي قد تتعرض لمخاطر مثل السرقة أو الضياع أو التلف.

وتنقسم البطاقات الإلكترونية إلى ثلاثة أنواع:²

-بطاقة الدفع: تسمح هذه البطاقة للمالك بالدفع مقابل السلع والخدمات عن طريق التحويل من حسابه إلى حساب التاجر للعميل، بناء على التوافر الفعلي لرصيد العميل في البنك.³

-بطاقة الائتمان: هذه البطاقة التي تصدرها البنوك تسمح لحاملها بالشراء الفوري لما يحتاجه ضمن حدود مبلغ معين، ويتم الدفع لاحقًا لقيمة المشتريات. تضاف فائدة دائنة على الأموال التي يستخدمها العميل من هذا الحد المسموح به في نهاية كل شهر حسب الكمية التي تم تجاوزها.⁴

¹ريتم سارة، دور وسائل الدفع الإلكترونية في تحسين جودة الخدمات المصرفية -دراسة حالة بنك خليج الجزائر-، مذكرة لنيل شهادة ماستر في العلوم الاقتصادية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2014/2015، ص18.

²منصوري الزين، وسائل وأنظمة الدفع والسداد الإلكتروني، ملتقى العلمي الدولي الرابع، الجزائر، 2011، ص2.

³عريوة محاد، محمد خاوي، واقع وسائل وأنظمة الدفع الإلكتروني في النظام البنكي الجزائري، مجلة الدراسات الاقتصادية المعاصرة، جامعة محمد بوضياف، المسيلة، الجزائر، العدد 4، 2017، ص142.

⁴منصوري الزين، مرجع نفسه.

أ-بطاقة الانترنت: أصدرت شركتي ماستر كارد وفيزا كارد بطاقات خاصة يتسوق عبر الانترنت فيسجل ضمن عملاء الموقع ومنه إمكانية شراء أي سلعة او خدمة من أي موقع على شبكة الانترنت يقبل التعامل بهذه البطاقة وقد تم تطوير هذه الخدمة من اجل العملاء الذين لا يرغبون بالتعامل ببطاقة الائتمان الخاصة به.¹

ب-النقود الإلكترونية: وهي قيمة نقدية مخزنة على البطاقة المغناطيسية بشكل الكتروني وتستخدم كأداة لدفع، بحيث تتم عميلة خصم الموال اليا بعد القيام بعملية الشراء، تحضي من قبل الأشخاص الطبيعيين والمعنويين بالقبول كأداة للدفع، بخلاف الجهة المصدرة لها.²

ج-الشبكات الإلكترونية : يُعتبر الشيك الإلكتروني نسخة رقمية من الشيكات الورقية التقليدية التي اعتدنا التعامل بها. يتمثل الشيك الإلكتروني في رسالة إلكترونية مؤمنة وموثقة يرسلها مصدر الشيك إلى حامله ليعتمده. بعد ذلك، يقدم حامل الشيك هذه الرسالة إلى بنكه الذي يعمل عبر الإنترنت، حيث يقوم البنك بتحويل القيمة المالية المحددة إلى حساب الحامل. بمجرد التحويل، يُلغى الشيك ويُعدّل إلكترونياً ويُرسل إلى الحامل ليبلغه بأن المبلغ قد تم صرفه بالفعل. هذا يمكن حامل الشيك من التأكد من وصول الأموال إلى حسابه بنجاح.³

د-البطاقات الذكية: تطبيقاً للتقدم التكنولوجي، ظهرت البطاقات الذكية "Smart Cart"، وهي بطاقات بلاستيكية بحجم قياسي⁴، تحتوي على خلية إلكترونية. يتم تخزين جميع البيانات الشخصية لحامل البطاقة في هذه الخلية، مثل الاسم، العنوان، المعلومات المصرفية، وتفاصيل الصرف والتواريخ ذات الصلة بالحساب المصرفي. تُستخدم هذه البطاقة على نطاق واسع في معظم الدول الأوروبية، مثل بطاقة المندكس.⁵

هـ-المحفظة الإلكترونية: هي برنامج يمكن تحميله بسهولة، تستخدم لتخزين المعلومات الخاصة بالشحن والفواتير وأسماء المستهلكين والعنوان الدقيق، كما تتضمن حافظة النقود الإلكترونية أسماء وارقام البطاقات الائتمانية والنقد الرقمي المستخدم في شراء عبر الانترنت وشهادات الرقمية المشفرة وقد تكون في شكلين إما بطاقة بلاستيكية مغناطيسية (مزودة بشريحة كمبيوتر) أو قرص مرن يتم إدخاله في فتحة القرص المرن للكمبيوتر.⁶

¹عريوة محاد، محمد خاوي، مرجع نفسه.

²قطاف عقبة، بومعزة فاطمة الزهراء، الواقع المحاسبي لوسائل وأنظمة الدفع الإلكتروني في المؤسسة الاقتصادية، مجلة ميلان للبحوث والدراسات، جامعة محمد خيضر، بسكرة، الجزائر، المجلد 7، العدد 1، جوان 2021، ص310.

³بن نقي سفيان، احكام الشيك الإلكتروني، جامعة طاهري محمد، بشار، الجزائر، ص136.

⁴عريوة محاد، محمد خاوي، مرجع نفسه.

⁵منصوري الزين، مرجع نفسه، ص3.

⁶سمية ديمش، التجارة الإلكترونية حتميتها وواقعها في الجزائر، مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماجستير في العلوم الاقتصادية، جامعة منثوري، قسنطينة، الجزائر، 2010/2011، ص79.

و-التحويلات الإلكترونية: هي مجموعة من الإجراءات والضوابط التي تُعتمد في تحويل الأموال عبر البنوك الإلكترونية المرخصة لتنفيذ هذه العمليات. يتم إصدار أوامر تحويل الأموال عبر الحاسوب لتنفيذ هذه العمليات بشكل آمن وفعال. ومن خصائصها هي: ضمان الأمان وأكثر مصداقية للمعاملين.¹

الفرع الثاني: أنظمة الدفع الإلكتروني

توجد العديد من أنظمة الدفع الإلكترونية التي تستخدم في تنفيذ المعاملات المالية الإلكترونية، وقد شهدت هذه الأنظمة تطوراً كبيراً بمرور الوقت. من أبرز هذه الأنظمة ما يلي:

p-الهاتف المصرفي phone banking: مع تطور الخدمات المصرفية عالمياً، أدرجت المصارف خدمة الهاتف المصرفي، وهي خدمة متوفرة على مدار الساعة طوال أيام الأسبوع، بما في ذلك العطلات والعطلات الرسمية، تقدم خدمة الهاتف المصرفي للعملاء إمكانية الاستفسار عن جميع المعلومات المتعلقة بحساباتهم وخدمات المصرف. كما تمكنهم هذه الخدمة من سحب مبالغ مالية وتحويلها لسداد الالتزامات الدورية مثل فواتير الهاتف، الغاز، والكهرباء، بالإضافة إلى إجراء جميع العمليات المصرفية الأخرى.²

ب-آلة الصرف الآلي Automated Teller Machine: وهي الأكثر شيوعاً في مجال خدمة المصرفية، فهي تقنية تمكن العملاء عن إجراء مجموعة متنوعة من العمليات المصرفية عبر استخدام البطاقات البلاستيكية أو الذكية، وتعد هذه الأجهزة جزءاً أساسياً من الحياة اليومية للأفراد منذ بداية تشغيلها في عام 1975 في الولايات المتحدة الأمريكية³ وتعرف أيضاً أنها "محطات الصرف الإلكترونية متصلة بالحاسوب وتقدم خدمات مصرفية مستمرة دون الحاجة إلى تدخل أو مساعدة من الموظفين البشريين".⁴

ج-الصيرفة عبر الإنترنت Internet Bank: هذا الأسلوب التقني هو تحول من الصيرفة التقليدية إلى الصيرفة الإلكترونية، حيث يتيح انتشار الحسابات الشخصية في المنازل للأفراد إمكانية إدارة حساباتهم المصرفية عبر الإنترنت. يشمل ذلك الدخول إلى حساب العميل، وإجراء التحويلات المالية، ودفع الفواتير، وعرض البيانات المالية الشخصية، والتحقق من الأرصدة في البنوك دون الحاجة إلى زيارة الفرع المصرفي التقليدي.⁵

¹ عماد الدين بركات، طيبي حورية، وسائل الدفع الإلكترونية ودورها في تفعيل التجارة الإلكترونية، مجلة القانون والتنمية المحلية، مخبر القانون والتنمية المحلية، ادرار، الجزائر، المجلد 1، العدد 2، جوان 2019، ص 129.

² الهام خضير شبر، مها عبد الستار السامرائي، اقتصاد المعرفة والسياحة (تحليل معاصر لعلاقات وتطبيقات)، دار الدجلة، الطبعة الأولى، عمان 2019، ص 209.

³ الهام خضير شبر، مها عبد الستار السامرائي، مرجع نفسه، ص 210.

⁴ ناظم محمد نوري الشمري، عبد الفتاح زهير العبد اللات، الصيرفة الإلكترونية-الأدوات والتطبيقات ومعيقات التوسع -، دار وائل للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، الأردن-عمان، 2008، ص 30.

⁵ احمد بوراس السعيد بريكة، اعمال الصيرفة الإلكترونية-الأدوات والمخاطر-، دار الكتاب الحديث، ط1، القاهرة، مصر، 2014، ص 218.

المبحث الثاني: الإطار النظري للخدمة المالية

يعتبر القطاع المالي من بين القطاعات الرئيسية التي تلعب دورا حيويا في نشاط الاقتصادي، فالمؤسسات المالية تكتسب أهميتها من خلال تقديم مجموعة متنوعة ومتعددة من الخدمات المالية، ومع التطورات التي شهدتها العالم فرض عليها مواكبة هذه التغيرات لأجل تحسين الخدمات التي تقدمها.

المطلب الأول: تعريف الخدمة المالية

للخدمات المالية عدة تعريفات وهي تقتصر للوضوح والدقة فجعل ذلك من الصعب حصر خصائصها.

الفرع الأول: تعريف الخدمة المالية

تعرف الخدمة المالية من خلال تفصيل المصطلح الى كلمتين:

- **الخدمة:** عرفت الخدمة بأنها كل الأنشطة التي تكون مخرجتها ليست منتجات مادية وهي بشكل عام تستهلك عند وقت انتاجها وتقدم قيمة مضافة مثل " الراحة والصحة والتسلية واختصار الوقت...." وهي بشكل أساسي غير ملموس.¹

- وتعرف أيضا حسب PHKTLEL للخدمة بأنها " أي نشاط أو إنجاز أو منفعة يُقدمها طرف إلى طرف آخر، وعادةً ما تكون غير ملموسة، ولا تنتج عنها ملكية. قد تكون الخدمات مرتبطة بمنتج مادي ملموس.²

- **المالية:** تعد المالية العلم والطريقة التي تصف الادارة، وجلب، ودراسة المال، والأمور البنكية، والاستثمارات، الائتمان التي تشكل الأنظمة المالية.

- كما يعرف بأنه علم دراسة القواعد التي تحكم الأنشطة المالية للمؤسسات العامة ومؤسسات الدولة، والأنشطة التي تقوم بها هذه المؤسسات من أجل الحصول على الموارد اللازمة للإنفاق من أجل الحصول على تلبية الاحتياجات العامة. ومما سبق نرى أن الخدمة المالية لها عدة تعاريف منها:

التعريف الاول: أن الخدمة المالية نشاط ومنفعة او أداء له طبيعة مالية تقدمه طرف الى طرف اخر، ويخضع الى قوانين أو محكوم بتشريعات أو أنظمة وتعليمات او سياسات صادرة من قبل جهة أو قبل مؤسسة عامة تمارس سلطة تنظيمية أو رقابية منحت لها بموجب القوانين المعمول بها في دولة معينة.

¹ أحمد الطاهر عبد الرحيم، تسويق الخدمات السياحية، دار الوفاء لدينا الطباعة والنشر، الطبعة الأولى، 2012، ص48.
² حمد بن محمد، تطبيقات البرامج الإلكترونية وعلاقتها بجود الخدمة، دار الكتاب الجامعي للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، 2016، ص73.

التعريف الثاني: هي عبارة عن مجموعة الخدمات التي تُقدمها المؤسسات المالية لعملائها، وتتضمن مجموعة من المنافع التي يسعى العميل لتحقيقها. تقدم هذه الخدمات بإتقان من قبل موظفي المصارف، وتتضمن عمليات مثل السحب والإيداع والتحويلات المالية، بالإضافة إلى دفع قيمة المشتريات الإلكترونية.

التعريف الثالث: هي سلسلة من الأنشطة والعمليات التي تقدم قيمة مفيدة، سواء كانت ملموسة أو غير ملموسة، من قبل المصرف، ويتم تقديرها من قبل المستفيدين عبر خصائصها والمنافع المرجوة. هذه الخدمات تلبي الحاجات المالية والائتمانية الحالية والمستقبلية للعملاء، كما أنها تشكل مصدراً للأرباح للمصرف من خلال التفاعل المتبادل بين الطرفين.¹

ومن خلال ما سبق ان الخدمة المالية تتضمن جميع الخدمات أو الأنشطة العمليات ذات طبيعة مالية غير ملموسة، تقديمها المؤسسات لتلبية حاجات المالية لعملائها ونيل رضاهم وذلك في إطار القوانين والتشريعات الصادرة من قبل المؤسسة.

الفرع الثاني: خصائص الخدمة المالية

تتمتع الخدمات المالية بالجميع من خصائص الخدمات ومميزاتها نذكر منها:

- ❖ **اللاملموسية:** أصل الخدمات غير ملموس ، أي أنه من الصعب الشعور بها ، أو رؤيتها أو سماعها قبل شرائها ، وهذا ما يميزها عن السلع الاتجاهية ، والتي يتم البحث عنها قبل الحصول عليها وتكرار عمليات الشراء ، والاعتماد على الخبرة السابقة ، ويمكن للمستهلكين الحصول على شيء ملموس ، غير ملموس ، لتمثيل الخدمة. ولكن في النهاية ، شراء شيء ملموس ، هناك خدمة.
- ❖ **التلازمية:** "عدم الانفصال" ، وتعني مستوى الارتباط بين الخدمة نفسها والشخص المسؤول عن تقديمها، حيث يصعب في بعض الأحيان فصل الخدمة عن شخصية من يقدمها. وبالتالي، قد يتم تقديم الخدمة جزئياً أو كاملاً في اللحظة التي يتم استهلاكها فيها. على عكس السلع، التي يتم إنتاجها وبيعها واستهلاكها، تُباع الخدمات أولاً ثم تُنتج وتُستهلك في نفس الوقت بوجود العميل.
- ❖ **عدم التجانس المخرجات:** "الاختلاف والتنافر" من الصعب تطبيق معايير إنتاج موحدة على الخدمات، حتى مع استخدام أنظمة معيارية، كالتالي تستخدم في حجوزات الطائرات على سبيل المثال، إعطاء سعر تأمين على الحياة فكل من أنواع الخدمات لها طرق مختلفة في كيفية قياسها

¹ ديدوش هاجرة، حريري عبد الغني، دور الصيرفة الإلكترونية في تحسين الخدمة المصرفية، مجلة اقتصاديات شمال افريقيا، المجلد 17، العدد 26، 2021، ص 104

وعلى الرغم من محاولة العديد من المؤسسات الخدمات وضع معايير لمستوى مخرجاتها فإنه من صعب عليها أن يحكم على جودة قبل عملية شراء، فأصبح من الواضح أن العميل ليس فقط هدف مقدم للخدمة لكنه يقوم بدور في عملية إنتاج الخدمة، فهو جزء الرئيسي من العملية الكلية¹.

- ❖ **المسؤولية الائتمانية:** ونقصد بها التزام مقدم للخدمة بإعطاء الاهتمام الكافي والعناية اللازمة بالعميل لتحقيق التوازن الصحيح بين مصالح مؤسسة وتحمل مسؤولية الائتمانية القائمة على ثقة
- ❖ **قابلية الخدمة المالية للنفاذ أو الاستخدام بسرعة:** بمعنى تلاشي الخدمة بعد تقديمها ومن ثم عدم إمكانية تخزينها للاستفادة من نتائجها مرة أخرى.
- ❖ **التأكد من تقديم ما يطلبه العميل:** فالخدمة المالية وثقة المؤسسة المالية ليس من ممكن الحكم عليها للعميل بمعنى أن الصعوبة تقييم الخدمات المالية بسبب عدم ملموسيتها وعدم قدرة المؤسسة المالية على تقديم عرض ملموس للخدمة المالية فإن الحكم النهائي على ما يقدمه الموظف يرتبط بما يطلبه ويتوقعه العميل من هذه الخدمة.
- ❖ **الاعتماد على الودائع:** تعتمد المصارف في عملياتها على استقطاب الودائع من الأفراد ذوي الفائض المالي ومن ثم إعادة توجيه هذه الأموال عبر الإقراض للأشخاص الذين يواجهون نقصاً في الموارد المالية.
- ❖ **تنوع وتعدد الخدمات:** يجب توفير تشكيلة متنوعة من المنتجات والخدمات التي تستجيب للمتطلبات المتعددة من الاحتياجات التمويلية والائتمانية وغيرها من الخدمات التي يحتاجها العملاء.
- ❖ **التدريب والتطوير للعمال**
- ❖ **الحاجة إلى الهوية:** هي أفضل طريقة لجذب العملاء وتوطيد العلاقات بهم عن طريق إرساء هوية متميزة له وترسيخها الذهن العميل.
- ❖ **استخدام أحدث التقنيات:** وهي في تقديم الخدمات عبر توسع الكبير في استخدام الكمبيوتر من العميل وهذا يؤدي إلى سرعة تقديم الخدمات ، ويقلل من العبء ويوفر الوقت لكل من العملاء والعمال².

¹ محمد الفاتح محمود بشير المغربي، تسويق الخدمات المصرفية، الأكاديمية الحديثة لكتاب الجامعي، القاهرة، مصر، 2022، ص14-15-16.
² أسماء دردور، أثر التكنولوجيا المعلومات في ترقية تسويق الخدمات المصرفية والمالية، رسالة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي، الجزائر، 2015-2016، ص34-35.

المطلب الثاني: أنواع وتصنيف الخدمات المالية ودورة حياته.

من خلال هذا المطلب نتطرق إلى أنواع وتصنيفات الخدمات المالية المقدمة للعملاء، وإلى مفهوم دورة حياة الخدمة المالية.

الفرع الأول: أنواع الخدمات المالية

من صعب حصر الخدمات المالية التي تقدمها المؤسسات نظراً أنها متعددة ومتنوعة لأنها تخضع لتطورات مستمرة نتيجة لاستخدام التكنولوجيا في تقديم الخدمة، ولذا نقسم الخدمات المالية كما يلي:

❖ **قبول الودائع:** تشمل تشكيلة منتجات وخدمات المصارف مجموعة واسعة من الحسابات والودائع، بما في ذلك:

- الودائع الجارية: وتُعرف أيضاً بالحسابات الجارية أو الحسابات الجارية التي يمكن الوصول إليها في أي وقت.

- الودائع الادخارية: وتشمل الودائع لفترات زمنية محددة، والودائع الادخارية التي يتم فيها توفير الأموال للمستقبل، بالإضافة إلى شهادات الإيداع.

❖ **تقديم التسهيلات الائتمانية:** تشمل الخدمات المالية المقدمة من المصارف مجموعة متنوعة من القروض بمختلف مدد استحقاقها، من قصيرة إلى متوسطة وطويلة الأجل. بالإضافة إلى ذلك، تقدم المصارف خدمات مثل خطابات الضمان وفتح الاعتمادات المستندية لدعم المعاملات التجارية.

❖ **الخدمات المصرفية التقليدية:** هذه هي جميع الخدمات التي تقدمها البنوك التجارية يوميا لعملائها مقابل تلقي عمولات مثل:

- صرف الشيكات المرفقة بالبنك بالعملة المحلية والأجنبية.
- تحصيل الشيكات لصالح عملاء البنك.
- يتم تحويل جميع المعاملات وفقاً لأوامر العملاء الداخلية والخارجية.
- إصدار الشيكات للعملاء.
- فتح حساب بالعملة المحلية والأجنبية.
- إصدار الشهادات التي تثبت القيام بالعمليات المالية مع الزبائن.

❖ **الخدمات المتعلقة بالاستثمارات في الأوراق المالية:** وتتمثل في الاستثمارات في الأوراق المالية، إدارة المحافظ الأوراق المالية لصالح الزبائن، المساهمة في رؤوس الأموال المشاريع الاستثمارية، خدمات الهندسة المالية، خدمات الاستثمار لصالح الزبائن، تقديم الاستثمارات المالية، دراسة الجدوى الاقتصادية للمشاريع لصالح العملاء. وتجدر الإشارة ان هذه الخدمات جد محدودة في المصارف الجزائرية نظرا لضعف التعامل بالأدوات المالية الاستثمارية وضعف السوق المالي أي البورصة.

❖ **الخدمات المصرفية الحديثة:** في السنوات الأخيرة، شهدت صناعة الخدمات المالية تطورات هامة في أساليب ونطاق أنشطة المصارف. ويعزى هذا التطور إلى عدة أسباب:
- استفادة من التطورات الكبيرة في مجال التكنولوجيا والحوسبة، مما أتاح للمصارف تقديم خدمات متطورة ومبتكرة عبر الإنترنت والهواتف المحمولة وغيرها.
- زيادة مستمرة في احتياجات وتطلعات العملاء، مما دفع المصارف إلى تقديم مجموعة أوسع من الخدمات لتلبية هذه الاحتياجات.
- تغيير في فلسفة العمل المصرفي والتسويق المصرفي، حيث باتت المصارف تستهدف فئات واسعة من الزبائن ولم تعد مقتصرة على فئة معينة. وتركز الآن على تلبية احتياجات العملاء وتوفير تجارب مصرفية مميزة لهم.¹

❖ **تأجير الخزائن الحديدية:** لتمويل الإسكان الشخصي، تحويل العملات للخارج.²

فرع الثاني: تصنيف الخدمات المالية

بسبب التداخل والتنوع الذي تم استعراضه، فيما بين الخدمات نصنف الخدمات على حسب ما تقدم للزبون وتقسّم إلى ما يلي³:

1. **من حيث الاعتمادية:** حيث تتنوع أما أساس اعتمادها على المعدات مثل الصراف الآلي أو اعتمادها على الأفراد "الشبابيك" كما تتنوع الخدمات التي تعتمد على الأفراد حسب أدائها من قبل الأفراد الماهرين أو غير الماهرين.
2. **من حيث التواجد:** يعني حضور الزبون حيث تتطلب اغلب الخدمات المصرفية حضور الزبون لكي تؤدي الخدمة.

¹ حدو علي، انعكاسات الاتفاقية العامة لتجارة المالية على تأهيل المنظومة المصرفية الجزائرية، مذكرة مقدمة ضمن نيل شهادة ماستر في العلوم التجارية، تخصص مالية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر-3، 2013/2014، ص12-13.
² ديدوش هاجرة، حريري عبد الغني، نفس المرجع السابق، ص 105.
³ أحمد محمد فهمي، سعيد البرزنجي، التسويق المصرفي، الطبعة الأولى، مطبعة المنهج للنشر والتوزيع، بغداد، 2019، ص 113-114.

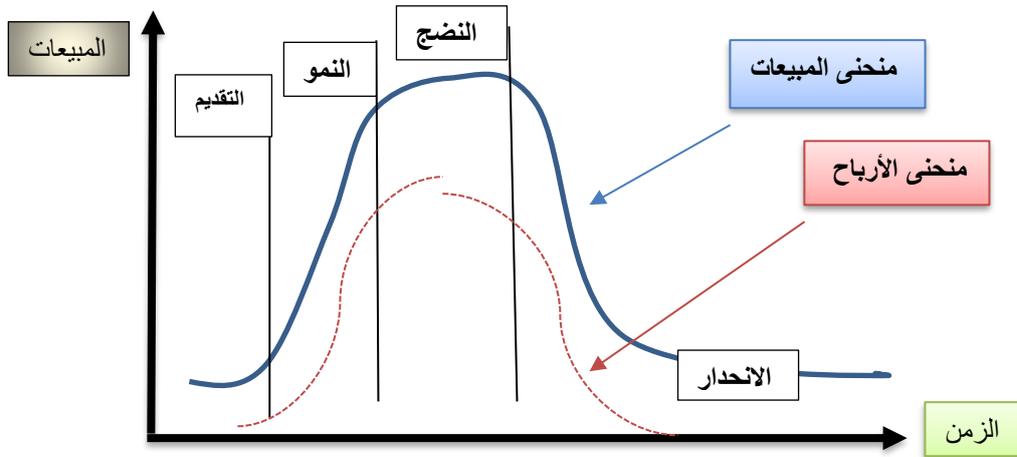
3. من حيث نوع الحاجة: حيث تتباين الخدمات فيما إذا كانت تحقق حاجة شخصية أو حاجة للأعمال التجارية.

4. من حيث أهداف مجهزي الخدمة: حيث يختلف مجهزو الخدمة من حيث أهدافهم الربحية والربحية، أو من حيث الملكية الخاصة، أو العامة أو مصارف تجارية حكومية، أو مصارف تجارية خاصة.

فرع الثالث: دورة حياة الخدمة المالية.

تقوم دور حياة الخدمة المصرفية أحد أهم المفاهيم في مجال التسويق المصرفي، حيث تم استلهام المفهوم من مبادئ نظرية تفسير سلوك المبيعات والأرباح خلال مراحل حياة الخدمات، مستوحى بدورها من التغيير البيولوجي لحياة الكائنات الحية، بدايتها بالولادة وتنتهي دورتها بالموت. تبدأ دور حياة خدمة المالية بإطلاقها في السوق فقبل ذلك تقوم البنوك والمؤسسات المالية بتطوير استراتيجيات لكل مرحلة من مراحل من هذه الدورة، لتقييم وتحليل متطلبات السوق المصرفية مع مراعاة ظروفها التنافسية فحسب الباحثان « Meier & Mass berg » الخدمة لها دورة الحياة مثل المنتج تبدأ بتقديمها الي السوق و تنتهي عند انحدارها¹، ونوضحها في الشكل البياني التالي:

الشكل 01-02: منحنى بياني لدورة حياة الخدمة المالية



Source : Michel Badoc, Management pour les sociétés financiers, Édition Organisation, Paris, P256.

¹عبد الحفيظ حسام الدين، جودة الخدمة المصرفية كمدخل لزيادة القدرة التنافسية للبنوك التجارية-دراسة حالة مجموعة من البنوك التجارية الجزائرية -، أطروحة مكملة لنيل شهادة دكتوراه الطور الثالث في علوم التجارية، تخصص بنوك، جامعة محمد بوضياف، مسيلة، الجزائر، 2021/2020، ص18.

ومن الشكل نرى أن الخدمة المالية تمر بأربعة مراحل هي:

- ❖ **مرحلة التقديم:** في هذه المرحلة الأولى تطرح الخدمة لأول مرة في السوق فالطلب على الخدمة المصرفية يكون ضعيفا لكون الخدمة جديدة، فلا يكون لأفراد على معرفة بها فهنا يكون دور وقت الإعلان للخدمة وكيفية تنفيذها لتعريف بها.¹
- ❖ **مرحلة النمو:** وهي أهم مرحلة في دور الحياة، فهنا يبدأ التعامل في الخدمة يزداد وتنمو نسبة المبيعات ومنه يزيد إيرادات المصرف والمؤسسات المالية ويحفزها على تقديم الخدمة تتميز هذه المرحلة بالتزايد في معدلات نمو الأرباح والمبيعات، المنافسة بين البنوك والأهم تحسين جودة الخدمة المقدمة.²
- ❖ **مرحلة النضج:** وهي المرحلة التي تصل إلى القدرة على التعامل بالخدمة والأرباح المحصلة عليها منها، فيترتب عنها استقرار في مستويات المبيعات والأرباح وتتجه إلى الانخفاض بالرغم عن التعامل بها في تزايد وذلك نتيجة المنافسة المشددة بين البنوك.
- ❖ **المرحلة الانحدار:** أو بما تسمى بمرحلة التدهور فهنا يبدأ حجم تقديم الخدمة وحصتها السوقية في الانخفاض بصورة ملحوظة نتيجة عدد من المؤثرات منها مثل المتغيرات الثقافية، التطور التكنولوجي، القوانين التشريعات...

المطلب الثالث: تعريف الخدمة المالية الإلكترونية.

ومع التطور التكنولوجي تأثر القطاع المالي، فأصبح يقدم معاملاته وخدماته بطريقة حديثة تنافس الخدمات التقليدية من حيث السرعة، السهولة والتكلفة وبهذا نتطرق أولا إلى تعريفات الخدمة المالية الإلكترونية وخصائصها.

الفرع الأول: تعريف الخدمة المالية الإلكترونية

أحدثت التكنولوجيا المعاصرة ووسائل الاتصال ثروة كبيرة في النظام الاقتصادي خاصة في القطاع المالي، فقد شهدنا تحولا جذريا في كيفية تقديم المعاملات والخدمات المالية حيث توفر تقنيات الجديدة طرق مبتكرة وفعالة تضاهي وأحيانا تتفوق على الأساليب المالية التقليدية من حيث الكفاءة والتكلفة وعلى هذا الأساس نتطرق لتعريفات الخدمة المالية الإلكترونية في إطارها الواسع:

¹المرجع نفسه، ص18

²سقله أسماء، إثر تحرير الخدمات المصرفية في ظل انضمام الجزائر للمنظمة العالمية للتجارة، رسالة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم التسيير، تخصص نقود ومالية، جامعة الجزائر3، الجزائر، 2013/2014، ص ص110-111.

- عرفت بانها جميع الخدمات التفاعلية عن طريق استخدام الاتصالات السلكية واللاسلكية والمعلومات وتقنيات الوسائط المتعددة.¹
- وفي تعريف اخر هي مجموعة من التقنيات والأساليب التكنولوجية التي تولدها الثروة التكنولوجية وتدخل في النظام المالي لتسهيل العمليات المالية بين مختلف الأطراف بشكل عام ، بما في ذلك جميع المعلومات المالية بين المنظمات والأفراد والشركات.²
- وعرفت بانها قيام البنوك والمؤسسات المالية بتقديم الخدمات المالية المبتكرة او بما يعرف من خلال شبكات الاتصال الالكتروني وتقتصر صلاحية الدخول اليها على المشتركين فيها وفق لشروط العضوية التي تحدد البنوك وذلك من خلال أحد النافذ على الشبكة كوسيلة اتصال للعملاء.³
- واتساقا مع ما تم تقديمه من التعاريف السابقة للخدمة المصرفية الالكترونية هي وسيلة تقدم للعملاء لتلبية احتياجاتهم المتنوعة من المنتجات المصرفية باستخدام التقنيات الحديثة المتاحة في المؤسسات المالية والبنوك، حيث يمكن للعملاء الوصول اليها عبر منصات الويب وتطبيقات المصرفية في أي وقت وفي أي مكان يختارونه.

الفرع الثاني: خصائص الخدمة المالية الالكترونية

- تتميز الخدمات المالية الالكترونية بجملة من الخصائص وتتمثل فيما يلي:⁴
- **اختفاء الوثائق الورقية للمعاملات:** يتم تنفيذ جميع الإجراءات والاتصالات بين أطراف خدمة، أي بين العميل ومزود الخدمة المالية ، إلكترونيا دون استخدام الورق أو المستندات الرسمية.
- **فتح المجال امام البنوك صغيرة الحجم:** وذلك لتوسيع نشاطها عالميا دون الحاجة الى التفرع الخا رجى او زيادة الموارد البشرية اوزيادة فروع داخلية جديدة حيث يمكن استهداف جميع العملاء من خلال الخدمات المالية الالكترونية.
- **عدم امكانية تحديد الهوية:** اذ لا يرى من المتلقي الخدمة ومقدم الخدمة الاخر حيث تقوم الخدمات المالية الالكترونية بالتعرف على متلقي الخدمة وتقديم الخدمة له وهذا ما تعالجه التكنولوجيا بالعديد من وسائل التأمين للتعرف على الهوية الإلكترونية.

¹ديدوش هاجرة، حريري عبد الغني، واقع الخدمات المصرفية الالكترونية بالبنوك التجارية، مجلة استراتيجيات التحقيقات الاقتصادية والمالية، مجلد 4، ال عدد1، الشلف، الجزائر، 2022، ص23.

²صلاح الدين مفتاح سعد الباهي، أثر جودة الخدمات المصرفية الالكترونية على رضا الزبائن، رسالة لنيل على درجة الماجستير في إدارة الاعمال، كلية الاعمال، جامعة الشرق الاوسط، عمان-الأردن، 2016، ص27

³عمر بن موسى، احمد علماوي، الخدمات المصرفية الالكترونية بين التحدي ومتطلبات النجاح، مجلة إدارة الاعمال والدراسات الاقتصادية، مجلد6، العدد2، جامعة غرداية، الجزائر، 2020، ص446.

⁴ حواصة شهبناز، معوقات تبني الخدمات المصرفية الالكترونية في البنوك التجارية الجزائرية، مذكرة تخرج مقدمة لاستكمال متطلبات نيل شهادة الماستر في العلوم التسيير، جامعة 8 ماي 1945، قالمة، الجزائر، 2021/2022، ص34-35.

- إمكانية تسليم الخدمة الكترونياً وفورياً على مدار 24 ساعة: وذلك دون الحاجة للعميل بالذهاب الى البنك وبذل الجهد والوقت اذ يمكن تسليم الخدمة الكترونياً وتوفير الوقت والجهد وعلى سبيل المثال: كشوف الحساب والارصدة.
- سرعة تغيير القواعد الحاكمة: من خلال تقديم الخدمات الإلكترونية، يمكن للمؤسسات المالية الاستجابة للتطور السريع لقطاع الخدمات المالية وتقديم خدمات جديدة بسرعة عالية من خلال الخدمات الإلكترونية.

المطلب الرابع: انواع الخدمات المالية الإلكترونية

تمثل الخدمات المالية الإلكترونية جزء من أنشطة المؤسسات المالية وبهذا نذكر أنواعها وأهميتها في هذا المطلب.

الفرع الاول: انواع الخدمات المالية الالكترونية

تتعدد الخدمات المالية الالكترونية التي يمكن تقديمها من خلال القنوات الالكترونية، وتأخذ عدة اشكال، ومن بين انواع هذه الخدمات مايلي:¹

- ❖ **مراجعة الحسابات:** يمكن للعملاء التحقق من حساباتهم في أي وقت ، والاطلاع على آخر المعاملات التي تم إجراؤها ، وحتى فتح حساب لدى البنك باستخدام بطاقة ائتمان.
- ❖ **دفع الفواتير:** في هذا السياق، يمكن للعميل دفع فواتيره الخاصة عبر موقع المصرف على الإنترنت، ويتم ذلك عادةً مقابل رسوم محددة. بعض المصارف قد تقدم هذه الخدمة مجاناً، بينما تحدد بعضها حدًا معيناً للمبلغ الذي يمكن دفعه لكل فاتورة.
- ❖ **فتح حساب جاري بفوائد:** تقوم بعض المصارف بجذب العملاء وتشجيعهم على استخدام الخدمات المصرفية عبر الإنترنت من خلال فتح حساب جاري، وذلك بتقديم خدمات مثل الآلة الحاسبة لإجراء العمليات الحسابية فوراً.
- ❖ **تحويل المدخلات:** بعض المصارف تقدم خدمة تحويل الأموال بشكل فوري بمجرد طلب العميل، في حين يستغرق الأمر بعض الوقت في بعض الحالات مع المصارف الأخرى.
- ❖ **الحصول على البطاقات الائتمانية:** يمكن للعميل ملء طلب الحصول على بطاقة ائتمان عبر الإنترنت واستلامها في المنزل. يعتبر أحد أفضل الميزات هنا قدرة العميل على المقارنة بين

¹ديدوش هاجرة، حريري عبد الغني، مرجع السابق، ص25-26.

مختلف المصارف فيما يتعلق بالرسوم والفوائد. بالإضافة إلى ذلك، يمكن للعميل الحصول على بطاقة جديدة عند انتهاء صلاحية البطاقة القديمة مباشرة.

❖ **الحصول على القروض:** يمكن للعميل الحصول على القروض عبر موقع الإنترنت للمصرف فوراً. بالإضافة إلى ذلك، يُسمح للعميل بمقارنة أسعار الفائدة المقدمة من قبل المصارف الأخرى من خلال الموقع الخاص بالمصرف الذي يتعامل معه.

❖ **الحماية والخصوصية:** تحرص المصارف بشكل كبير على تقديم هذه الخدمة ليس لأنها خاصة، ولكن لتوفير درجة عالية من الأمان لعمليات العملاء، مما يمثل فارقاً بين المصرف وآخر ويعزز الثقة بين العميل والمصرف.

الفرع الثاني: أهمية الخدمات المالية الإلكترونية

ان قيام المؤسسات المالية بتسوية انشطتها وتقديم خدماتها المالية الكترونيا يحقق فوائد نذكر منها:¹

❖ سيؤدي تسويق الخدمات من موقع البنك على الويب إلى تقليل التكاليف التي يتكبدها البنك من تكلفة إنشاء فرع جديد والتكاليف والمعدات والموارد البشرية اللازمة ، كما سيساعد في تقليل تكاليف التشغيل.

❖ تسهّل الخدمات المالية الإلكترونية تسيير العمل وتيسير التعامل بين المصارف والعملاء، مما يساعد في بناء علاقات مباشرة وتعزيز الثقة. كما تتيح هذه الخدمات فرص استثمارية إضافية، مما يساهم في نجاح واستمرارية المصارف في السوق المالية.

❖ توفر إمكانية الوصول لقاعدة واسعة من العملاء، سواء كانوا مودعين، مقترضين، أو مستخدمين للخدمات المالية الأخرى، مما يعزز الفعالية والشمولية المالية.

❖ توسيع نطاق الأنشطة المصرفية داخل وخارج الحدود الوطنية يساهم في تعزيز حصة السوق للمصرف وزيادة فرص النمو والتوسع.

❖ توفير كمية كبيرة من المعلومات للعملاء يمكنهم من اختيار المصرف المناسب الذي يلبي احتياجاتهم ومتطلباتهم.

❖ توفير خدمات مثل سحب وإيداع الأموال بشكل إلكتروني يمنح العملاء مرونة وسهولة الوصول إليها في أي وقت ومن أي مكان.

❖ استخدام التشفير للبيانات يساهم في ضمان سرية المعلومات ويحمي العملاء من أي نوع من التهديدات الأمنية، مما يوفر الجهد والوقت المستهلكين في العمليات الورقية.

¹حمودي بسمة، الخدمات المصرفية الإلكترونية ودورها في كسب ولاء الزبون، مذكرة لنيل شهادة الماستر في العلوم التجارية، جامعة 8 ماي 1945، قالمة، الجزائر، 2022/2021، ص19.

المبحث الثالث: دور الصيرفة الإلكترونية في تحسين جودة الخدمة المالية.

نظراً لأهمية الخدمات التي تقدمها المؤسسات المالية فمن أهم الاستراتيجيات لضمان التميز في المجال المالي هو الاهتمام بالجودة، فالإدارة الخدمات المالية تتطلب تحسين جودة الخدمات وجعلها على مستوى توقعات العملاء بهدف الحفاظ عليهم ونيل رضاهم.

المطلب الأول: مدخل الى جودة الخدمة المالية.

سنتطرق إلى أهم تعاريف جودة الخدمة المالية بعد التطرق إلى تعريف كل من الجودة وجودة الخدمة.

الفرع الأول: عموميات حول الجودة.

أولاً: تعريف الجودة

لقد تعددت واختلفت تعاريف الجودة لذا أدى ذلك لتصنيف تعريفاتها ونذكر منها:

- لقد قامت الجمعية الأمريكية لمراقبة الجودة بوضع تعريف للجودة مفاده ان "الجودة هي السمات او الخصائص الكلية للسلعة او الخدمة التي تتطابق مع المطلوب من قبل العملاء وتستجيب لاحتياجاتهم¹.
- تعرف الجودة انها القدرة على تحقيق تطلعات المستهلك بشكل يتماشى مع توقعاته، وتحقيق الرضا الكامل على المنتج أو الخدمة المقدمة له.²
- وتضمن تعريف منظمة الايزو "ISO 1944" للجودة بانها: "أنها مجموع الخصائص والصفات التي تمتلكها وحدة معينة والتي تظهر قدرتها على تلبية الاحتياجات المعلنة والكامنة. يرتبط بهذا المفهوم ما يعرف بـ "الجودة النسبية"، وهو مصطلح يستخدم لوصف كيفية ترتيب الوحدات بشكل نسبي وفقاً لمعايير متفق عليها من الامتياز، بحيث تعكس تصنيفاتها ترتيباً منطقياً وليس عشوائياً.³

ومنه نرى ان الجودة هي مجموعة من السمات أو الخصائص التي تميز المنتج والخدمة وتلبي توقعات المستهلك وتلبي رغباته، هي تتألف من عدة جوانب تساهم في توفير تجربة إيجابية للمستهلك وتلبية احتياجات المستهلك بطريقة متكاملة وفعالة، مثل السعر والسلامة والتوافر والموثوقية واليقين وسهولة الاستخدام.

¹ طارق قندوز، النظام التسويقي وتجويد الخدمات القطاع المصرفي، مؤسسة الثقافة الجامعية الإسكندرية، مصر، 2015، ص91.

² طارق قندوز، مرجع نفسه، ص91.

³ عن الصرن، إدارة الجودة الشاملة-مدخل الوظائف والأدوات-، دار مؤسسة رسلان للطباعة والنشر والتوزيع، دمشق، سوريا، 2016، ص18-

ثانياً: أهمية الجودة

تلعب المنظمات غير الربحية دوراً هاماً في المجتمع من خلال تقديم الخدمات والمنتجات التي تلبى احتياجات المجتمع. ولتحقيق هذه الأهداف، تحتاج هذه المنظمات إلى الاهتمام بجودة الخدمات والمنتجات التي تقدمها.

والواقع أن الجودة هي مفتاح نجاح المنظمات غير الهادفة للربح. فإذا قدمت المنظمة خدمات عالية الجودة، ستزداد ثقة العملاء ورضاهم. ونتيجة لذلك، تزداد الإيرادات وتتنعز الموارد المالية للمنظمة. علاوة على ذلك، يؤدي تحسين جودة الخدمات إلى زيادة الإنتاجية وتحسين كفاءة العمليات الداخلية للمنظمة. وهذا يساعد المنظمة على تحسين أدائها وتحقيق أهدافها بطريقة أكثر فعالية. علاوة على ذلك، يؤدي تحسين جودة الخدمة أيضاً إلى تحسين الصورة العامة للمنظمة في المجتمع المحلي والدولي. عندما تقدم المنظمة خدمات عالية الجودة، فإنها تسلط الضوء على مسؤوليتها الاجتماعية وتساهم في تحسين نوعية الحياة في المجتمع.

واخيراً، سيؤدي تحسين جودة الخدمات إلى جذب المزيد من الموارد البشرية والمالية للمنظمة. وبمجرد أن يدرك المجتمع أن المنظمة تقدم خدمات عالية الجودة، سيتم تحفيز الأفراد والمنظمات الأخرى على المساهمة في المنظمة بطرق مختلفة، مثل التبرعات والتطوع.

ثالثاً: اهداف الجودة

تنطوي الأهداف الرئيسية لهذه الجودة على ثلاث فوائد رئيسية هي:

- **تخفيض التكاليف:** وهذا يعني تقليل المنتجات المعيبة وإعادة العمل وتقليل التكاليف.
- **تقليل الوقت اللازم لإنجاز العمل للعميل:** حيث كانت الإجراءات التي تضعها المؤسسات لخدمة العملاء تركز على تلبية الأهداف ومراقبتها، لذلك كانت هذه الإجراءات في كثير من الأحيان طويلة وجامدة ولها تأثير سلبي على العملاء.
- **تحقيق الجودة:** من خلال تطوير المنتجات والخدمات استجابةً لمتطلبات العملاء، فانعدم الاهتمام بالجودة يزيد من الوقت اللازم لتنفيذ وإنجاز المهام، ويزيد من مهام المراقبة ويؤدي إلى زيادة الشكاوى من المستفيدين من هذه الخدمات.

الفرع الثاني: جودة الخدمة

ونعرض بعض من تعاريف جودة الخدمة:

تعرف جودة الخدمة على انها" عبارة عن وضع معايير بالنسبة لاحتياجات العملاء، ومن ثم الاحتياجات بسعر مقبول ضمن حدود العمل"¹

وتعرف ايضا انها تلك جودة الخدمات المقدمة سواء كانت المتوقعة او المدركة أي التي يتوقعها العملاء او التي يدركونها في الواقع الفعلي، هي المحدد الرئيسي لرضا المستهلك او عدم رضاه وتعتبر الوقت نفسه من الاولويات الرئيسية للمؤسسات التي تريد تعزيز مستوى النوعية في خدماتها.²

الفرع الثالث: جودة الخدمة المالية

اولا: التعريفات

لقد نتجت عدة دراسات للباحثين الأكاديميين والممارسين لموضوع جودة الخدمات المالية، فقد نصبوا اهتمامهم على وضع تعريفات لجودة الخدمة المالية بالدرجة الأولى ثم على ابعاد جودة الخدمة وطرق قياسها.

وبذلك اختلفت اراء الكتاب في تعريف جودة الخدمة المالية:

- حيث عرفها «PAYNE» ان جودة الخدمات المالية ينظر اليها من وجهة نظر داخلية وأخرى خارجية، اذ تقوم وجهة النظر الأولى على أساس الالتزام بالمواصفات التي تم تصميم الخدمة المصرفية على أساسها، وهي تعبر عن وجهة نظر الإدارة، فيما تركز وجهة النظر الثانية على جودة الخدمة المصرفية المدركة من قبل الزبائن.³
- وطبقا لكل من «BOOMS&PERSPECTIVE» فجودة الخدمة المالية هي: "قياس لمدى مستوى الجودة المقدمة مع توقعات العميل، فتقديم خدمة ذات جودة يعني في المحصلة النهائية ان تكون الخدمة متوافقة مع توقعات العملاء.⁴
- فأما " الناجي زيب صالح" عرفها: "بانها مجموعة من العمليات ذات مضمون الاستثماري، الكامن في مجموعة من العناصر الملموسة والغير الملموسة، التي يدركها العملاء من خلال

¹رسمية احمد امين أبو موسى، إثر جودة لخدمة على الربحية ورضا العملاء في المصارف الاردنية، رسالة لنيل درجة ماجستير في قسم التمويل والمصارف، كلية الاقتصاد، جامعة ال البيت، الاردن 2000، ص34.

²ساخي بو بكر، دور وأهمية جودة الخدمة التأمينية في جلب العملاء، مجلة الأبحاث الاقتصادية، المجلد 17، العدد 1، جامعة لونيبي علي، البلية، الجزائر، 2022، ص237.

³خيربي علي اوسو، لؤي لطيف بطرس، تقييم مستوى جودة الخدمات المصرفية من وجهة نظر الزبائن -دراسة استطلاعية لآراء عينة من الزبائن مصارف مدينة دهلوك-، تنمية الرافين، 2008، ص16

⁴مرطاني نور الدين، إثر جودة الخدمة المصرفية على أداء البنوك التجارية، دراسة ميدانية بنك CPA وبنك BADR-وكالة قالمة-، مذكرو لنيل شهادة ماستر الأكاديمي في علوم التسيير، جامعة 8 ماي 1945، قالمة، الجزائر 2020/2021، ص10.

دلالاتها وقيمتها المنفعية، وتمثل مصدر الاشباع حاجاتهم المالية والائتمانية الحالية والمستقبلية كما تشكل مصدر الربحية للمصرف من خلال العلاقة التبادلية بين الطرفين¹.
ومما سبق نستنتج ان الخدمة المصرفية هي مقدار الارتياح والرضا الذي يشعر به العميل بعد تلقيه للخدمات المالية فهو يشير الى مدى تميز وكفاءة الخدمات المالية التي تقدمها المؤسسات المالية.

ثانيا: أهمية واهداف جودة الخدمة المالية

1. الأهمية:

يتضح مما سبق ان مفهوم جودة الخدمة يعني العمل على تلبية احتياجات ورغبات العملاء، خاصة وان رغباتهم احتياجاتهم في تزايد مستمر فأهمية جودة الخدمات المالية تتصدر قائمة الأولويات لدى جميع المؤسسات المالية والمصارف التي تسعى لتحقيق النجاح والاستقرار في السوق المالي. يتطلب ذلك تفاعل فعال بين العملاء والموظفين لضمان تقديم خدمات متميزة لذا يتعين على مقدمي الخدمات المالية التفاعل بشكل فعال مع العملاء لضمان تلبية احتياجاتهم بشكل يفوق توقعاتهم، هذا التواصل الفعال يعتمد بشكل كبير على مهارات احتياجاتهم، او في تقديم الخدمات المطلوبة والعمليات الداعمة لها.²
فلجودة الخدمة أسباب تكسبها من أهميتها الكبيرة منها:

❖ **تحقيق الفوائد المالية:** يتمثل في قدرة الشركة على تقديم الخدمات عالية الجودة التي تفوق جودة منافسيها، مما ينجم عنه احتفاظ الشركة بعملائها الحاليين وجذب العملاء الجدد، هذا بدوره يسهم في زيادة إيرادات الشركة نتيجة لزيادة مبيعات الخدمات التي تقدمها.

❖ **الاحتفاظ بالعميلين والعملاء:** للاحتفاظ بالعميلين يتطلب ذلك تطويرهم وتحسين أدائهم وكفاءتهم مع معاملتهم باحترام وتقدير فهذا يساعد في تقليل معدل الانتقال بين الوظائف وتقليل التدريب، فالعملين لهم دور في الاحتفاظ بالعملاء وذلك بفهمهم وارضائهم من خلال تقديم جودة عالية من الخدمات لإبقائهم مستمرين في التعامل في القطاع الخدمات المالية فهم محور النشاط المالي.

❖ **خلق صورة إيجابية وواضحة للمؤسسة المالية في اذهان العملاء:** وذلك من خلال تقديم خدمات ممتازة، الشفافية والامان، الابتكار والتطوير.

¹رعد حسن الصرن، عولمة جودة الخدمة المصرفية، دار التواصل العربي للنشر والتوزيع، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، سوريا، 2007، ص99.

²بلال سوفي، دليلة جديلي، إثر الخدمات الإلكترونية على جودة الخدمات المصرفية، مذكرة لنيل شهادة ماستر أكاديمي في العلوم تجارية، جامعة العربي تبسي، باتنة، الجزائر 2018، ص44.

2. الاهداف:

نظرا لأن صناعة المؤسسات المالية والبنوك تسعى عموما إلى تبني الجودة من وجهة نظر العمل لتحقيق اقتصاد التكلفة ، عند تقييم احتياجات العملاء وتقسيمها إلى أنواع وأنواع ، يمكن للبنوك والمؤسسات تحديد جودة الخدمات المقدمة لكل عميل كتصميم مناسب للخدمات المقدمة من خلال تحديد العناصر الأساسية للخدمات المقدمة. بالإضافة إلى ذلك ، حققت البنوك والمؤسسات الربحية المرغوبة ، والتصميم الجيد للخدمات المالية والمصرفية له عدة أهداف، مثل :

- تطوير خدمات مالية ومصرفية جديدة للأسواق القائمة والجديدة.
- تطوير تطبيقات جديدة للخدمات المالية والمصرفية الجديدة.
- تحسين جودة الخدمات المالية والمصرفية.
- تقليل المخاطر المرتبطة ببعض الخدمات المالية والمصرفية.
- الحد من الصعوبات المرتبطة بإنتاج الخدمات.
- تشجيع أو تقليل الطلب على خدمة معينة.
- ضبط معايير خطة خدمة مالية ومصرفية محددة.
- تكييف الخدمات المالية والمصرفية مع المتطلبات القانونية أو الفرص الجديدة.
- تحسين العلاقات مع العملاء والجمهور .

ثالثا: أصناف جودة الخدمة المالية والمصرفية من حيث مستوياتها.

يمكن تصنيف جودة الخدمات المصرفية الى عدة مستويات والى عدة عناصر وذلك نوضحه كما يلي:¹

أ. أصناف جودة الخدمة المصرفية من حيث عناصرها: يشير GRONOROS الى ان جودة الخدمة يتضمن عنصرين اساسين هما:

1. الجودة الفنية «**Technical Quality**»: يتطلب تحقيق هذا النوع من الجودة الاعتماد على موظفي المصرف ذوي الخبرات والمعارف المتقدمة في الخدمات المصرفية وإجراءاتها المتنوعة. يبرز هذا النوع من الجودة بشكل خاص في الخدمات المصرفية المعقدة مثل خطط التقاعد والمعاشات، حيث تكون المعرفة الفنية متطلباً رئيسياً. كما يشير جانب الجودة الفنية إلى مستويات الأداء الناتجة عن استخدام الوسائل التكنولوجية والمادية في تقديم الخدمات، مثل تقليل زمن الانتظار في طابور البنك.

¹بريش عبد القادر، جودة الخدمات المصرفية كمدخل لزيادة القدرة التنافسية للبنوك، مجلة اقتصاديات شمال افريقيا، جامعة حسيبة بن بوعلي، الشلف، ال عدد3، المجلد2،2005، ص258.

2. **الجودة الوظيفية « Functional Quality »** : يركز على كيفية عمل الخدمات المالية والمصرفية، ويتطلب التفاعل بين مقدم الخدمة (العامل) والمستفيدين منه (العميل)، وهنا خاصية الجودة الوظيفية التي تعتمد بشكل أساسي على العنصر البشري، حيث تتكون الخدمة من 2 العناصر الرئيسية: إجراء وشخصية مقدم الخدمة. يتم التأكيد على أن الإدارة يجب أن تسعى جاهدة لتعزيز جودة خدماتها المالية من خلال تحديد أهداف استراتيجية لجودة خدماتها ، واتباع احتياجات وتوقعات عملائها ورضاهم ، من أجل بناء أساس متين لكسب ولائهم. وأضيف للبعدين السابقين بعد الثالث وهو الجودة المروجة والذي يطلق عليه الصورة الذهنية للمنظمة «ComporateImage» وهو يعكس انطباعات العملاء عن المنظمة والتي تتوقف بدورها على تقييم العملاء للجوانب الفنية والفنية للخدمة، ويعبر هذا البعد عن الصورة المنقولة عن الجودة الى الزبائن من خلال وسائل الترويج المختلفة

ب. **أصناف جودة الخدمة المالية والمصرفية من حيث مستوياتها**: ومن ناحية أخرى فإنه يمكن التمييز بين خمس مستويات لجودة الخدمات المالية والمصرفية والتي تمثل في:

1. **جودة المتوقعة للخدمة المالية والمصرفية**: هذه هي الجودة التي يتوقعها العميل وتمثل مستوى

جودة الخدمات المالية المتوقع استلامها من البنك أو مؤسسة الطرف المقابل.

2. **الجودة المدركة للخدمة المالية والمصرفية**: وهي نحن نؤمن بأن ما تدركه إدارة البنوك

والمؤسسات في جودة الخدمات التي تقدمها لعملائها يلبي احتياجات ورغبات عملائها على مستوى عال.

3. **الجودة القياسية للخدمة المالية والمصرفية**: هذه هي المواصفات النوعية للخدمات المصرفية،

أي الجودة الفنية للخدمات المحددة وفقا للطريقة التي يتم بها أداء الخدمات المالية والمصرفية من قبل الموظفين، والتي تخضع للمواصفات النوعية للخدمات المالية المقدمة..

4. **الجودة الفعلية للخدمة المالية والمصرفية**: وهذا يعني أداء موظفي البنوك والمؤسسات، أي

الجودة التي يتم بها تنفيذ الخدمات، ويعبر عن التوافق والقدرة على استخدام طرق تقديم الخدمات بطريقة جيدة لإرضاء العملاء.

5. **الجودة المروجة للخدمة المالية والمصرفية**: أي يعتمد ذلك على ما تعد المؤسسة بتقديمه

لعملائها ، أي الرضا والقبول الذي يمكن أن يحصل عليه البنك من عملائه بشأن تلقي هذه الخدمات.

رابعاً: ابعاد جودة الخدمة المالية

لقد اختلفت أوجه نظر الباحثين بشأن ابعاد جودة الخدمات المالية فالباحثون مثل «Christian & Gronross» توصل ان هناك 3 ابعاد للجودة المتمثلة في: «الجودة الفنية» **Technical Quality** ، «الجودة الوظيفية» **Functional Quality**، «الجودة المنشأة» و«انهم مهمين للمستفيد من الخدمة أي العميل، فالجودة الفنية تشير الى الجانب الكمي للخدمة و" اما الوظيفية تشير لكيفية عميلة تحويل الجودة الفنية الى العميل او المستفيد من تلك الخدمة فهي تتمثل بسلوك العاملين في المؤسسات المالية".¹

ويرى الباحثان «Sasser & Olsen» ان هناك 3 ابعاد رئيسية لجودة الخدمة المالية وتتمثل هذه الابعاد في:

- المستوى المادي.
- التسهيلات.
- العاملون.

واما بالنسبة للباحثان «Parasuraman & Berry» توصلت دراساته ان هناك عشرة (10) ابعاد وهي كالتالي:

1. **الاعتمادية «Reliability»:** أي الموثوقية وهي قدرة المؤسسات المالية على تقديم الخدمة المالية المطلوبة باتساق ودقة، بحيث العملاء يتوقعون من المؤسسة المالية ان يقدم لهم خدمات بأقصى درجة من السرية والدقة مع الالتزام التام بالوقت المحدد وان يكون موثوقا ويعتمد عليه في هذا المجال.
2. **الاستجابة «Responsiveness»:** وهي تشير الى مدى قدرة واستعداد مقدمي الخدمة في التعامل مع العملاء وتقديم الخدمة لهم وفي أي الوقت المحدد مع الرد الفوري على استفساراتهم وشكاويهم.
3. **الكفاءة «Competence»:** وهي مرتبطة بكفاءة ومهارة مقدمي الخدمة تتضمن امتلاك الموظفين المهارات والمعرفة فهي تعكس أدائهم وقدرتهم على تقديم أحسن الخدمات للعملاء.
4. **الوصول للخدمة «access»:** وهي إمكانية العميل على الوصول الى مقدم الخدمة والاتصال به، "وتعني ذلك مدى توفر الخدمة من حيث الزمان والمكان الذين يريد هما العميل دون انتظارها"²
5. **المجاملة «courtesy»:** وتتمثل في ابداء الاحترام وصدقة مقدمي الخدمة للعملاء ومراعاتهم.

¹ احمد محمود الزامل واخرون، تسويق الخدمات المصرفية، طبعة 1، اثناء للنشر والتوزيع، عمان-الاردن، 2011، ص130.

² احمد محمود الزامل والاخرون، تسويق الخدمات المصرفية، مرجع سبق ذكره، ص132.

6. الاتصال «**communication**»: و" يقصد به مدى قدرة المؤسسة المالية على امداد العملاء بالمعلومات حول طبيعة الخدمة المالية المقدمة له"¹ ومخاطبتهم بلغة على حسب مستواهم ويستطيعون فهمها باختصار الاتصال أي "وصف الخدمة بدقة ولغة يفهمها الزبون"²
 7. المصداقية «**Credibility**»: وذلك بتوفر مستوى عالي من الثقة لمقدم الخدمة من خلال مراعاة مصالح واحتياجات العميل والالتزام بالمواعيد.³
 8. الأمان «**Security**»: ويعني ذلك بان المعاملات التي تتم بين العميل ومقدم الخدمة خالية من الخطر والشك، تتضمن السرية والخصوصية أي تتم المعاملة بمأمن من التطفل.
 9. فهم العميل «**Understanding the custmor**»: وهي تعني بذل المجهود للبحث على احتياج عملائه وبوضع مناهج لتحديد والتعرف على احتياجاتهم والاهتمام بهم.
 10. الملموسية «**Tangibility**»: اظهر التسهيلات المادية والمعدات والأجهزة والافراد ومستوى التكنولوجيا، وتصميم المباني⁴
- خامسا: قياس جودة الخدمة المالية

يعد قياس جودة الخدمة أكثر تعقيدا نسبيا من قياس جودة المنتج وذلك لأنه يرتبط ارتباطا وثيقا بسلوك مقدمي الخدمات وفي هذا الصدد ابتكر الباحثون النماذج التالية:

1. نموذج جودة الخدمة (ServQual): كان اول ظهور له سنة 1988، وينسب هذا المدخل لكل من «**Berry, Parassuramn,Zeithaml**»، ويعتمد على توقعات الزبائن (...). وتصوراتهم الفعلية لمستوى الخدمة المقدمة، فهي نتيجة لأربع ثغرات تقلل من مستوى الجودة المرغوبة أي المتوقعة، نوضحها في جدول كما يلي:⁵

¹ نفس المرجع السابق، ص 133

² عقيل سالم محمد، جودة الخدمات المصرفية كمدخل لزيادة القدرة التنافسية للمصارف، مجلة الكوت، جامعة واسط، العراق، ال عدد49، المجل 15، 2023، ص 215.

³ سميحة خلو، قياس جودة الخدمات المصرفية في البنوك التجارية -دراسة ميدانية مقارنة بين البنك CPA وبنك BEA في ال فترة 2015-2016، مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات نيل شهادة الماجستير أكاديمي طور2، تخصص مالية وبنوك، جامعة قاصدي رابح، ورقلة، الجزائر 2016/2015، ص9.

⁴ نايل سهام، إثر جودة الخدمة المصرفية على تحقيق الميزة التنافسية للبنوك التجارية الجزائرية -دراسة حالة بنوك ولاية قسنطينة -، أطروحة مكملة لنيل شهادة الدكتوراه في العلوم الاقتصادية، تخصص تسويق، جامعة العربي بن مهيدي، ام بواقي، الجزائر، 2016/2015، ص38.

⁵ عبد الرحمان رايس، تقييم جودة الجيل الثالث من الهاتف النقال في الجزائر-دراسة استطلاعية حول ردود أفعال المستهلكين اتجاه الابتكارات التسويقية للمتعاملين: موبيليس واوريدو، مجلة العلوم الاجتماعية والإنسانية، باتنة، العدد13، 2017، ص143.

جدول 01-01: مؤشرات تقييم جودة الخدمة

أسبابها	الفجوة
<ul style="list-style-type: none"> - بسبب ظروف السوق او التذبذب الكبير في الطلب. - بسبب تنظيمي يتمثل في عدم وجود مقدمي خدمة مدربين، غياب الالتزام الإداري، محدودية الموارد. 	1- فجوة بين مواصفات الخدمة المقدمة فعليا وبين ادراكات الادارة لتوقعات الزبائن.
<ul style="list-style-type: none"> - حدوث انحراف عند تسليم بسبب صعوبة وضع معايير محددة لتوحيد أداء وتقديم الخدمة. 	2- فجوة ادراكات الإدارة لمواصفات الجودة وفعالية الخدمات المقدمة.
<ul style="list-style-type: none"> - قصور وضعف سياسة الاتصال داخل المؤسسة - ضعف اتصال الموظفين بالمدراء/ ضعف الكفاءات التسويقية. - نقص استخدام إدارة البنك لبحوث التسويق. - قصور في نقل صحة المعلومات من الموظفين للزبائن. 	3- الفجوة بين توقعات الزبون لجودة الخدمة وإدراك الإدارة لهذه التوقعات.
<ul style="list-style-type: none"> - خلل في مصداقية البنك مقدم الخدمة. - تناقض بين الحملات الترويجية والوعد. 	4- فجوة بين أداء الخدمة والاتصالات الخارجية (الخدمة المروجة).
<ul style="list-style-type: none"> - ضعف الالتزام الإداري. - نتيجة للفجوات السابقة. 	5- فجوة بين الخدمة المقدمة والخدمة المتوقعة.

المصدر: من اعداد الطالبتان بالاعتماد على (نايلي الهام، أثر جودة الخدمة المصرفية على تحقيق

الميزة التنافسية للبنوك التجارية الجزائرية، مرجع سبق ذكره، ص ص 44-45)

وقد تضمن نموذج «ServQual» خمسة ابعاد لقياس جودة الخدمة المالية تحتوي على 22 عبارة نبينها

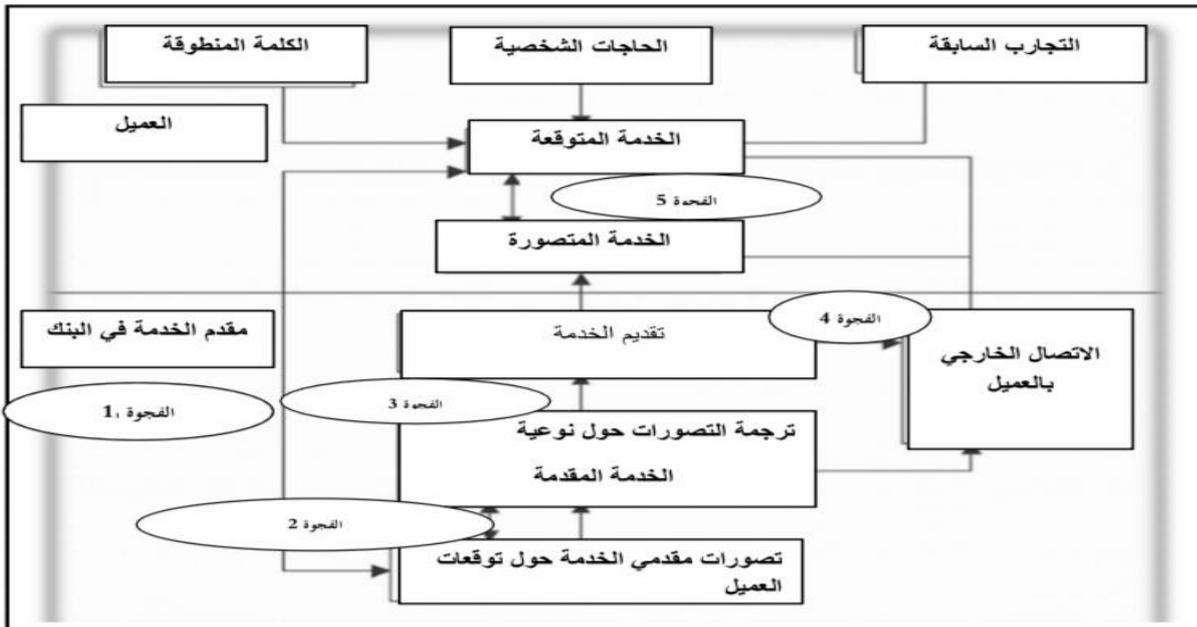
في الجدول على النحو التالي:

جدول 02-01: نموذج استبيان أسلوب ServQual

العبارات	البعد
4-1	العناصر الملموسية
9-5	الاعتمادية
13-10	الاستجابة
17-14	الأمان
22-18	التعاطف

Source: Joseph cronin and Steve Taylor, 'Measuring service quality : A-re-examination and extension', journal of Marketing, vol56, 1992, pp 55-68

الشكل 03-01: نموذج الفجوات الخمسة (ServQual)



المصدر: عبد الله مسلم، إدارة الجودة الشاملة، دار المعزز للنشر، عمان، الاردن، 2015، ص 224.

فهذه الأبعاد تنقسم إلى مجموعتين فالمجموعة الأولى تهدف لقياس توقعات الزبائن لخدمة المؤسسات المالية، بينما المجموعة الثانية هدفها قياس اتجاهات الزبائن نحو أداء المؤسسة (George & Shirley 1997)¹.

ومن عيوب هذا النموذج هي ضعف قدرته التنبؤية، تعقيده في العمليات الإحصائية.

2. نموذج أداء الخدمة (ServPerf): بعد الانتقادات التي تعرض لها نموذج ServQual ظهر

نموذج ServPerf سنة 1992 الذي وضعه كل من (Cronin & Taylor) جاء ليظهر تصورات العملاء عن أداء الخدمة الفعلي، كقياس معدل للمقياس الأول (ServQual)، والذي يعتمد على 5 أبعاد لقياس العمليات المرتبطة بأداء الخدمة (العناصر الملموسة، الاعتمادية، الاستجابة، الأمان، التعاطف) فالنموذج (ServPerf) يركز على تقييم الأداء الفعلي للخدمة مع التركيز على الإدراكات المتعلقة بالزبون فقط. فكلما ركز البنك على تطبيق الأبعاد الخمسة تمكن من تطوير وتقديم الخدمات بجودة عالية للعملاء، فمع 5 أبعاد السابقة تم إضافة طرق أخرى لقياس جودة الخدمات المصرفية منها:²

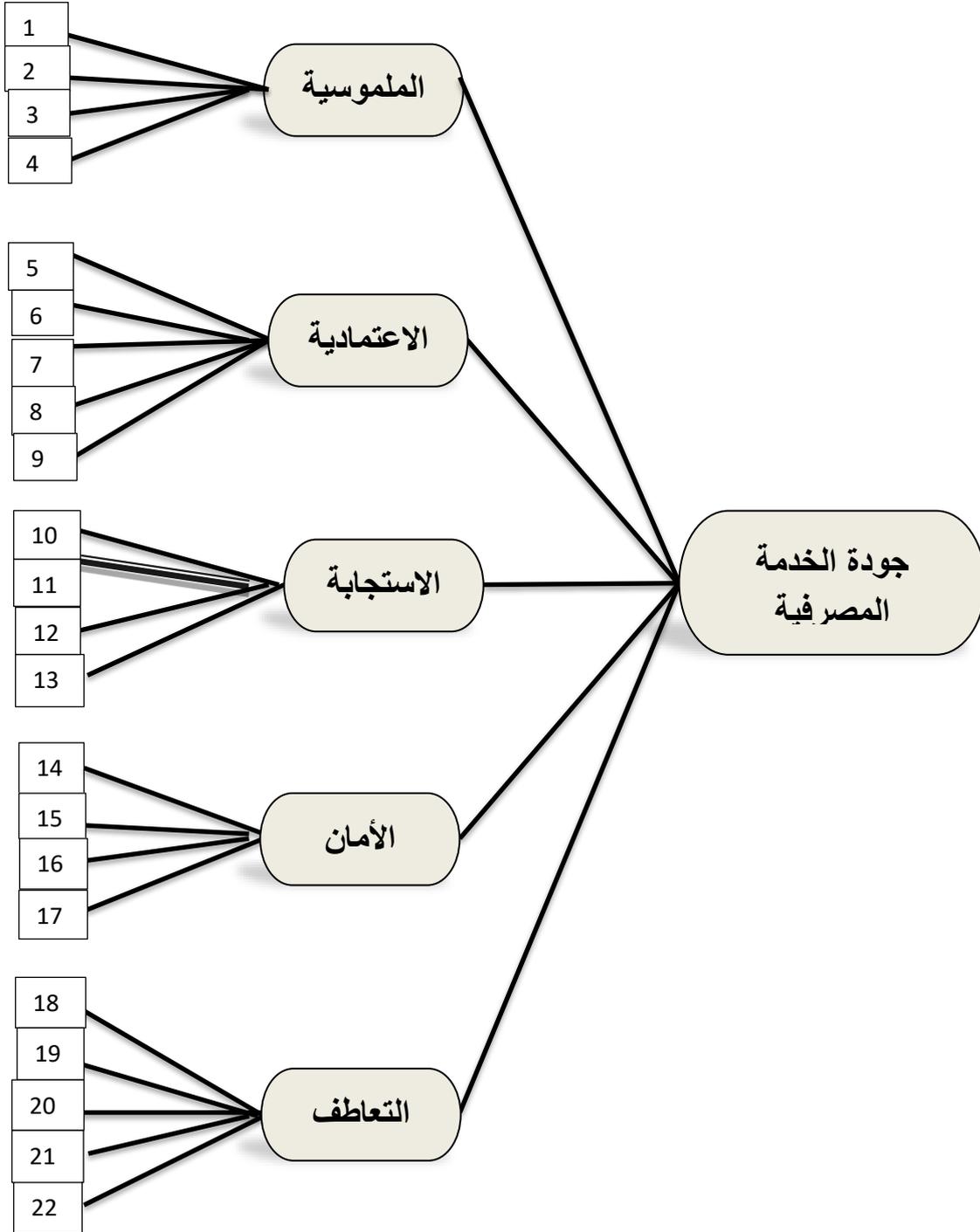
- **مقياس عدد الشكاوى:** تعتبر شكاوى العملاء على مدى فترة الزمنية مؤثراً مهماً على ما إذا كانت الخدمة المقدمة دون المستوى المطلوب، أو ما إذا كانت الخدمة المقدمة للعميل لا تتناسب مع تصور العميل، يتيح هذا المقياس لمؤسسات الخدمة اتخاذ الإجراءات المناسبة لتجنب المشاكل وتحسين جودة الخدمة المقدمة للعملاء.
- **مقياس الرضا:** هذا هو المقياس الأكثر استخداماً لأنه يستخدم بعد استلام العميل على الخدمات عن طريق طرح أسئلة التي تظهر للمؤسسة ماهية إحساس العملاء نحو الخدمة المقدمة لهم وجوانبها القوية وضعيفة حيث يمكن للمؤسسة من صياغة وتطوير خطة للجودة لتقديم الخدمات الملائمة لاحتياجات العملاء ولضمان رضاهم نحوها.
- **مقياس القيمة:** فالأساس في هذا المقياس هي القيمة المقدمة للزبائن من طرف المؤسسة، تستند على أساس المنافع التي يحصل عليها العميل والتكلفة المرتبطة في الحصول على تلك الخدمات فالقيمة تحدد من خلال العلاقة التي تربط بين المنفعة والسعر، فكلما زادت نسبة المنفعة الخاصة بالخدمة المدركة، كلما زادت القيمة المقدمة للعميل، زاد الطلب على تلك الخدمة والعكس صحيح.

¹نايلي الهام، مرجع سبق ذكره، ص46.

²ديدوش هاجرة، أثر استخدام نظم وتكنولوجيا المعلومات على جودة الخدم المصرفية-دراسة حالة عينة من البنوك التجارية-، أطروحة لنيل شهادة دكتوراه الطور الثالث في علوم التسيير، تخصص إدارة مالية، جامعة حسيبة بن بوعلي، الشلف، الجزائر، 2022/2021، ص96.

ونوضح نموذج أداء الخدمة (ServPerf) في الشكل التالي:

الشكل 04-01: نموذج الأداء الفعلي للخدمة



Source: Carman & Langeard (1980), Growth strategies for service firms, Strategies Management Journal, vol1, Issue 1, p7-22

المطلب الثاني: أثر الصيرفة الإلكترونية في تحسين جودة الخدمة المالية

ان العديد من الخدمات المالية اثرت بالتطورات التي شهدها قطاع الاتصالات السلكية واللاسلكية، مما جعل تقديمها أكثر كفاءة واستلزم توفير طرق دفع أكثر ملاءمة للتطورات الإلكترونية.¹

الفرع الأول: العلاقة بين جودة الخدمة والأعمال المالية الإلكترونية

تدرس جودة الخدمة بشكل أساسي من خلال وجهتي نظر:

1. وجهة نظر الزبون: يعتبر الزبائن أهم عامل في تصميم وتقديم وتقييم مستويات الجودة، وهم أكثر

حساسية وعرضة للتقلبات خاصة في صناعة الخدمات. الجودة الإدراكية هي مستوى جودة متطلبات العملاء الصريحة أو الضمنية التي يتوقعها مقدم الخدمة من العميل ، أي توقعات العملاء بسبب عوامل متعددة ، أهمها تجربة العميل الشخصية السابقة مع الخدمة ، وتوقعات المستخدمين الآخرين للخدمة ، وسمعة البنك. تشير الجودة المتصورة إلى الانطباع العام للعميل عن مستوى الجودة بعد التحقق من الخدمة ، وإمكانية الجودة القائمة على صياغة وتكوين تعريف دقيق للجودة المدركة يعطي مقدمي الخدمة فرصة مهمة لقياس رضا العميل الفعلي بناءً على نتائج تقييم العميل للخدمة. من أجل تحسين جودة الخدمات المالية عبر الإنترنت بشكل فعال، من الضروري توصيف الخصائص والسمات التي يستخدمها العملاء فيما يتعلق بجودة الخدمة. وبما أنه يجب على المالىين أن يفهموا أولاً الطبيعة الشخصية لمواجهات الخدمة، فقد تم إجراء عدد من الدراسات لتحديد الأبعاد المفاهيمية للجودة في البيئات المالية التقليدية. وفي الوقت الحالي، تعتبر بحوث جودة الخدمة في البيئات الإلكترونية جزءاً مهماً من أنشطة وبحوث علم الإدارة والمعلومات، ولا توفر صيغة أو صيغة موحدة لتوقعات العملاء فيما يتعلق بجودة الخدمة.

2. وجهة نظر مقدم الخدمة: إن التركيز على العملية المالية أو عرض الخدمة قاد إلى تعريف

الجودة داخلي على أنها المطابقة للمتطلبات، وهذا يؤكد على أهمية الإدارة والجودة من جانب عرض الخدمة، أو أن هناك دوراً هاماً للعملية فيحدد جودة النتائج، وتمثل جودة المطابقة إدراك الجودة من وجهة نظر مقدم الخدمة، ويعد حاملو الأسهم بمثابة مقدمي خدمات، ويعتمد تحقيق جودة المطابقة بين مستوى الجودة المخطط والجودة الحقيقية المسلمة للزبائن على نظام إدارة جودة الخدمة في البنك، ويعد نظام الجودة لأي مشروع المخطط كنظام فرعي من النظام التنظيمي العالمي الذي يراقب ويؤكد على جودة الخدمة المالية، ومن الضروري أن يرتبط هذا النظام الفرعي للجودة بالوظائف المناسبة للنظام العالمي، تضمن نظام الجودة عناصر فرعية من

¹ كراش مريم، قايدى فضيلة، الصيرفة الإلكترونية ودورها في تحسين جودة خدمة البنكية، مذكرو مقدمة ضمن نيل شهادة الماستر أكاديمي، تخصص اقتصاد نقدي وبنكي، جامعة عبد الحميد بن باديس، مستغانم، 2022-2023، ص30.

طبيعة مختلفة مثل الأهداف الشخصية أو الأهداف الموضوعية للخدمة المالية، والقواعد التشغيلية ومؤشرات الأداء وشبكة الاتصالات.

الفرع الثاني: أثر الصيرفة الإلكترونية على سلوك العملاء وأداء المؤسسات المالية

للصيرفة الإلكترونية أثر كبير على سلوك العملاء من خلال الفوائد المتوقعة منه والأمن والتكاليف والشروط التسهيلية التي وفرها والتي تدفع العميل لبناء الثقة في المؤسسة المالية أو العكس، كما أن أداء المؤسسات المالية لا يتحقق إلا بتحسين جودة الخدمات وفتح أسواق جديدة مع تعزيز العلاقة مع العملاء. وهذا ما سنعرضه فيما يلي¹:

❖ المحددات السلوكية للعميل البنكي:

أ. النتائج المتوقعة :

- الفائدة المتوقعة: هي القيمة المتوقعة أي احتمال أن استخدام التكنولوجيا يزيد من أداء المستخدم في التنظيم.
- أمن المعاملات: هي من العقبات التي تواجهها المؤسسات المالية، لقد ثبت أن الأمن هو أحد العوامل التي تحدد للمستخدم أن يبدأ أو يواصل معاملاته المالية.

ب. الظروف المواتية- :

- التعقيد: يعكس مدى التجديد في المؤسسات المالية الذي تعتبر حالياً من الصعب فهمه أو استخدامه، لأن سهولة الاستخدام يعكس درجة عدم التعقيد، فالمعاملات المالية الإلكترونية هي الطريقة الأكثر سهولة لأنها خالية من أي جهد.
- الوصول: هو أحد سمات النظام نفسه، يشير إلى سرعة وسهولة الاتصال والتصفح والعكس صحيح لأنه يمكن أن يتخذ الفرد موقفاً سلبياً اتجاه المعاملات المصرفية عبر الأنترنت لصعوبة أو عدم القدرة على استخدام هذه التكنولوجيا
- الثقة: تأخذ معناها الكامل، إن افتراضية الصفقات تدفع بالعملاء للاعتماد على الثقة في البنك، مع محدودية القدرات البنكية، المستهلك سوف يسعى للحد من عدم اليقين وتعقيد المعاملات الإلكترونية، فالثقة هي الكفاءة، النزاهة وحسن الثقة.

ج. الخبرة في استخدام التكنولوجيا:

هي التجربة من حيث الاستخدام ووقت الاستخدام، حيث يوفر للمستخدم المهارات والمعرفة التي تجعل من الصيرفة الإلكترونية أكثر إنتاجية وأقل تكلفة، مما تنتج عنها سهولة في التعامل معه.

¹ ريغي أم الخير، دور الصيرفة الإلكترونية في تحسين الخدمات المصرفية-دراسة حالة بنك القرض الشعبي-تقرت-، مذكرة تدخل ضمن نيل شهادة الماجستير، الطور الثاني، جامعة قاصدي مرباح، ورقة الجزائر، 2022 ص25-26.

د. العوامل الاجتماعية :

هي قابلية الفرد للامتثال للمعايير المرجعية للجماعة في استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال.
❖ تأثير الصيرفة الإلكترونية على أداء البنوك :

بصفة عامة البنوك الإلكترونية هي مجموعة قنوات الإلكترونية، فالمعاملات البنكية الإلكترونية هي مفهوم يشمل العملية التي تمكن المستهلك من إدارة المعاملات المالية إلكترونياً لمدة 24 ساعة/ 24 ساعة و 7 أيام، بأي وسيلة فعالة لنظام المعلومات كي يجري كل نوع من المعاملات المالية وفقاً للمستويات المختلفة بتطبيق تكنولوجيا المعلومات والاتصالات.

أ. تحسين جودة الخدمات وتخفيض التكاليف :

من أجل تحسين جودة الخدمات ، نعتقد أن القطاع المالي يعتمد على الابتكار ، أي استخدام تكنولوجيا الاتصالات والمعلومات لتحسين جودة الخدمات وتوسيع نطاق العروض. إنها خدمات خالدة تسمح بها مختلف المعدات وأنظمة المعلومات ، وغير المحلية ، واكتساب الوقت ، والمرونة ، والخدمات ، والتفاعل في الوقت الفعلي ، والاستجابة السريعة ، وتبادل المعلومات الموثوق والأمن ، وما إلى ذلك. يتفق الجميع على أن اعتماد كفاءة الشبكة ، التي تساهم في جميع المسوقين ، سيؤدي إلى انخفاض في تحقيق وفورات الحجم ، وتوفير فرص لنقل المعلومات بتكلفة منخفضة وبناء قاعدة عملاء واسعة.

ب. فتح أسواق جديدة وتوسيع نطاق الخدمات:

من هنا يمكن ملاحظة أن المؤسسات التي تعتمد على قنوات التوزيع الإلكترونية والاتصالات قادرة على كسر الحواجز المكانية والزمانية وبالتالي التغلب على السوق (الانفتاح) وهذا هو الاحتفاظ بالعملاء وحتى استهداف شرائح جديدة في الداخل والخارج يمكن القول أن التبني المتقدم للمعاملات المالية الإلكترونية سيكون له تأثير إيجابي على فتح أسواق جديدة للمؤسسات المالية. في هذه الحالة ، تقوم المنظمة بتغيير نظام العرض ليعمل في نطاق أكثر شمولاً وأكثر اتساقاً وبراءاً وابتكاراً لكل من المنظمة والعميل ، وبالتالي فإن التكنولوجيا تساعد المنظمة على خدمة عملائها بشكل أفضل ، وبالتالي إنكار المنافسة والتغلب عليها. نحن نؤمن بأن اعتماد البنك على التكنولوجيا يفتح فرصاً جديدة للبنوك لتوسيع نطاق المنتجات والخدمات المقدمة للعملاء لتلبية متطلباتهم واحتياجاتهم ، على عكس عروض المنافسين التي يمكن أن تبرز.

ج. تعزيز العلاقة مع العملاء :

أثبتت الدراسات أن غالبية المؤسسات المشاركة في التجارة الإلكترونية تستخدم هذه التقنية لتعزيز علاقاتها مع العملاء المحتملين وزيادة رضا العملاء الحاليين. لذا، فإن اعتماد المعاملات المالية الإلكترونية يمكن المؤسسات المالية من تعزيز علاقاتها مع عملائها من خلال استخدام قنوات اتصال متعددة، متكاملة، ومتاحة في جميع الأوقات.

المطلب الثالث: تحديات ومعوقات الصيرفة الإلكترونية

بالرغم من أن الصيرفة الإلكترونية توفر عدة مزايا لاقتصاد العالمي إلا أن لها مجموعة تحديات ومخاطر لا يمكن تجاهتها دون وضع إطارات قانونية وتقنية.

الفرع الأول: تحديات الصيرفة الإلكترونية

تتمثل تحديات الصيرفة الإلكترونية فيما يلي¹:

- ❖ الأهمية المعلوماتية وضعف استخدام الحاسوب الشخصي والانتشار النسبي في الوسائل الاتصال
- ❖ صعوبات التنسيق بين المصارف وإيجاد آليات للتعاون في مجال أساليب تفعيل عمليات الصيرفة الإلكترونية.
- ❖ ضرورة إعادة هندسة العمليات والوظائف البنكية والإدارية رفع نسبة مخاطرة أمن البيانات ويعد هذا تحدياً للبنوك والمؤسسات المالية إلى ارتفاع تكاليف إدارة البيانات.
- ❖ صعوبة إعادة النظر ببرامج ومقرات واستراتيجيات المؤسسات البنكية وضعف تحديث برامج جودة خدماتها المالية، فلا بد من إدخال أنظمة تقنية المعلومات ونظم الاتصالات وهندسة البرمجيات والاستعانة ببرامج الإدارة الإلكترونية.
- ❖ وفرة الأنترنت فرصة أكبر للتنافس من خلال أوسع من الخدمات التي أصبح بإمكان وتقديمها، وهذا الوضع عرض البنوك المحلية تحديداً والعربية عموماً إلى مخاطر حتمية، إذ تجد هذه البنوك نفسها في المنافسة غير متكافئة مع البنوك العالمية التي تنوعها بشكل كبير.
- ❖ مكتب التكنولوجيا الأنترنت مؤسسات غير بنكية من الدخول لسوق تقديم الخدمات البنكية، بسبب عز القطاع البنكي عن سد متطلبات السرعة الناشئة عن هذه التكنولوجيا.

¹ كراش مريم، قاندي فضيلة، نفس المرجع السابق، ص 10-11.

الفرع الثاني: معوقات الصيرفة الإلكترونية

الصيرفة الإلكترونية تواجه العديد من الصعوبات التي تؤثر في تطويرها وانتشارها ويمكن سرد أهم المعلومات فيما يلي¹:

- ❖ **المتطلبات المادية والبشرية:** من أهم متطلبات تطبيق الصيرفة الإلكترونية هو إيجاد بنية تحتية تستند الى قطاع تكنولوجيا المعلومات والاتصال بمعنى اخر توفير كافة الأجهزة والمعدات والبرمجيات وخدمات الأنترنت القادرة على تأمين التواصل ونقل المعلومات بين المصارف نفسها من جهة وبين المصارف والزبون من جهة اخرى، فضلا على توفير الكوادر البشرية مؤهلة علميا وعمليا بحيث يكون قادر على تقديم خدمة مصرفية إلكترونية بكفاءة.
- ❖ **الجوانب القانونية والأمنية:** لقد اصبحت مشاكل انعدام الاستقرار الأمني والسياسة واحدة من ابرز اهتمامات المصارف عند إقبالها للتحويل نحو الصيرفة الإلكترونية، فهي تعتبر من أهم معوقات تطبيقها، خصوصا فيما يتعلق بعدم توفير الأمان عند استخدام الأنترنت والتعاملات المصرفية مما يؤدي إلى عزوف الكثير من الزبائن عند تلك الخدمات خشية كشف المعلومات الخاصة بهم، كما يشمل هذا الجانب كل ما يتعلق بالضمانات المصرفية الإلكترونية ومسائل ملكية الفكرية للبرمجيات وقواعد البيانات المستخدمة من قبل المصرف، لذا نجد أن الكثير من الزبائن يفضلون الحصول على الخدمات المصرفية التقليدية بدلا من الإلكترونية لأن لديهم تصور بأن المعاملات المصرفية عبر الأنترنت تكون محفوفة بالمخاطر بسبب عمليات الاحتيال، لذا تلعب الخصوصية والأمان دورا بارزا في نمو ثقة بالخدمات المصرفية الإلكترونية.
- ❖ **البيئة الثقافية والاجتماعية:** يعتبر انخفاض الوعي الزبائن بأهمية التكنولوجيا الحديثة من أبرز معوقات تطبيق الصيرفة الإلكترونية وتطورها وهذا يمثل بانعدام الخبرة والصعوبة استخدام الخدمات المصرفية عبر الأنترنت يضاف إلى ذلك تفضيل بعض الزبائن التواصل مع موظفي المصرف للحصول على الخدمة المصرفية، وهذا كله يعود إلى عدم القيام المصارف المعينة بنشر وتسويق ثقافة الخدمات المصرفية الإلكترونية مما يترتب على ذلك نقص الوعي المصرفي لدى الزبائن، لذا ينبغي على المصارف التركيز على العوامل الثقافية و الاجتماعية للمجتمع الذي تعمل فيه لما لها من أثر كبير في سلوك وتصور زبائن المصرف.

¹ وفاء جيثرمزل، المعوقات التي تواجه تطبيق الصيرفة الإلكترونية-دراسة حالة استطلاعية للأراء عينة من موظفي المصرف العاملة في المدينة الناصرية-، مجلة دراسات محاسبية ومالية، مجلد16، ال عدد57، سنة2021، ص79.

الفرع الثالث: مزايا وعيوب الصيرفة الإلكترونية

1/ مزايا الصيرفة الإلكترونية:

هناك العديد من المزايا التي يستفيد منها العملاء من خلال استخدام الصيرفة الإلكترونية أهمها:

1. مواكبة التطورات العالمية في مجال الخدمات المصرفية الإلكترونية
2. تعزيز الشفافية حيث أن استخدام الأنترنت في مصارف يشكل نافذة إعلامية لتعزيز الشفافية.
3. تساعد الصيرفة الإلكترونية على توفير الوقت والجهد، سهولة الوصول إليها على مدار ساعة ويساعد العملاء.
4. تزيد الميزات التنافسية للبنوك حيث يحاول كل بنك نجاح التميز بما فيها خدماته، فاتصال الزبون ببنكه عبر الأنترنت يزيد حسب جودته وسرعته من التميز البنكي للجودة الشاملة التي تزيد من قوته التنافسية.

2/ العيوب الصيرفة الإلكترونية

تتمثل عيوب الصيرفة الإلكترونية في نقاط التالية:

1. عدم توفر والأمان والسرية عند استخدام القنوات الإلكترونية.
 2. عدم توفر المهارات اللازمة لاستخدام الخدمة كعدم معرفة الإلكترونية.
 3. يتعين على المستخدم أن تكون له القدرة والراحة الاستخدام الكمبيوتر.
 4. تغيير البرامج أو تغيير البنك يتطلب جهد لإعادة إدخال معلومات جديدة.
- بإضافة إلى جملة من مخاطر التي تصاحب تطبيق الصيرفة الإلكترونية على مستوى المصارف تتمثل في:
- ❖ **مخاطر التقنية:** يمكن أن يكون هذا في احتمال حدوث خسائر بسبب الأعطال في شمولية النظام، أو أخطاء العميل ، أو البرامج الإلكترونية غير المناسبة لتبادل الأموال.
 - ❖ **مخاطر الاحتيال:** تتمثل في تقليد برامج الحواسيب الإلكترونية أو تزوير معلومات مطابقة للبرامج الإلكترونية، أو تعديل بعض المعلومات بخصوص الأموال الإلكترونية.

- ❖ **مخاطر قانونية:** تحدث المخاطر القانونية عندما لا يمتثل البنك للقواعد والقوانين القانونية المنصوص عليها. أو في حالة عدم وجود لوائح قانونية واضحة ودقيقة للعمليات المصرفية الجديدة.
- ❖ **مخاطر السمعة:** تنشأ مخاطر السمعة عندما يتشكل رأي عام سلبي تجاه البنك بسبب عدم قدرته على تقديم الخدمات المصرفية عبر الإنترنت وفقاً لمعايير الأمان والسرية والدقة، بالإضافة إلى الاستمرارية والاستجابة الفورية لاحتياجات ومتطلبات العملاء. لا يمكن تجنب هذه المخاطر إلا من خلال تكثيف اهتمام البنك بتطوير، ورقابة، ومتابعة معايير الأداء المتعلقة بهذه الأنشطة¹.

¹ دين على بلعيز، عبد الكريم قندوز، عبد الرزاق حبار، إدارة المخاطر-إدارة المخاطر، المشتقات المالية، الهندسة المالية، دار النشر والتوزيع الوراق، الطبعة الأولى، الأردن، 2013، ص189.

خلاصة الفصل:

بعد دراستنا ما تناوله في هذا الفصل من الجانب النظري للصيرفة الإلكترونية ودورها في تحسين الخدمة المالية وجودتها في المؤسسات من خلال إعطاء التعريفات وأبعاد قياس جودة الخدمة المقدمة للعملاء.

فقد توصلنا أن بيئة القطاع المصرفي شهدت تطورا كبيرا في جهة مجال تكنولوجيا المالية فاستغلت ظهور الصيرفة الإلكترونية لتحقيق مناهج وطرق حديثة لتقديم أفضل جودة الخدمات المالية الإلكترونية التي أصبحت تغطي مجموعة واسعة من الخدمات التقليدية" باستعمال وسائل حديثة مثل بطاقات الإلكترونية، النقود الإلكترونية، الشيكات الإلكترونية وغيرها من الوسائل الإلكترونية وذلك غاية في تخفيض التكلفة واختصار البعد المكاني والزمني، وأيضا لتحسين جودتها لتقديم أحسن الخدمات المالية لتلبية الاحتياجات عملائها.

الجانب التطبيقي

الفصل الثاني:

دراسة تطبيقية على تطبيق

BaridiMod في بريد الجزائر

وكالة البويرة

تمهيد:

تطرقنا في الفصل الأول الإطار النظري لتعريفات كل من الصيرفة الإلكترونية والخدمات المالية الإلكترونية وجودتها.

أما في هذا الفصل تم تخصيصه لإبراز مدى مساهمة تطبيق بردي موب Bardi Mob التابع لمؤسسة الجزائر في تحسين جودة خدمات المالية وذلك بإجراء دراسة على هذا التطبيق، حيث قمنا بتقديم بريد الجزائر أولاً مع ذكر سياسته في تحسين جودة خدماته، ثم ثانياً تم تناول تعريف تطبيق بردي موب ومميزاته وشروط الاستفادة من خدماته وأخيراً كيفية استخدامه.

المبحث الأول: التعريف بـ بريد الجزائر - وكالة البويرة -

سوف نتحدث في هذا الفصل على مؤسسة بريد الجزائر والدور الذي الحقته بخدماتها المقدمة، حيث اخذنا مؤسسة بريد الجزائر لولاية البويرة كمحلل إجراء هذه الدراسة.

المطلب الأول: نشأة بريد الجزائر

1. نشأة بريد الجزائر: تسيير مؤسسة بريد الجزائر حسب احكام الامر رقم 89_75 المؤرخ في 30 ديسمبر 1975 والمتضمنة قانون البريد والمواصلات، الذي يجعل من قطاع البريد مؤسسة واحدة عمومية ذات طابع صناعية وتجاري تحت إشراف وزارة البريد والمواصلات، حيث تتمتع بميزانية ملحقة ويخضع تنفيذها الى قواعد المناسبة العمومية وتتمتع أيضا في استغلالها لمختلف نشاطات البريد والمواصلات السلكية واللاسلكية حسب المادة 01 والمادة 39 على التالي من ذات القانون. والمرسوم التنفيذي رقم 2002_43 المؤرخ في 14 جافني 2002، والمتضمن إنشاء مؤسسة بريد الجزائر.

تقع مؤسسة بريد الجزائر العامة في باب زوار على بعد 20 كيلومتر من الجزائر العاصمة، بمحاذاة المطار الدولي هواري بومدين.

2. نشأة بريد الجزائر بالبويرة: نشأت مؤسسة بريد والمواصلات بالبويرة سنة 1974 وهي مؤسسة عمومية ذات طابع تجاري خدماتي ونتيجة لإصلاحات قامت بها الجزائر أعطيت لها تسمية بريد الجزائر، كما تم إنشاء مقر جديد لهذه المؤسسة بجانب الأروقة سابقا.

3. مهام مؤسسة بريد الجزائر بالبويرة: للمؤسسة العديد من المهام يمكن ايجادها فيما يلي:

- باعتبارها مؤسسة تقدم خدمة عمومية فهي تعمل على توفير للمجتمع أحسن الخدمات وبأقل التكاليف.
- باعتبار مؤسسة ذات طابع صناعية وتجاري فيجب أن تعمل على تخطيط، ترقية، تنميتها وتقليل تكاليفها للحصول على نتائج ايجابية لمتابعة تطورها.
- تلعب دور محرك الاقتصاد الوطني من خلال مضاعفة الجهود في مجال البحث وتطوير الاستثمار.
- استغلال كل النشاطات المدرجة تحت نظام التخصيص او الحصر حسب المادة 63 من القانون سنة 2003. بخصوص بريد السائد بكل اشكالها في النظام الداخلي وفي علاقاتها مع الخارج.

- القيام بكل النشاطات الملحقة والتي لها علاقة بالنشاط الرئيسي سواء تعلق الأمر بالنشاطات المختلطة لبريد السريع، الطرود البريدية والمصالح المالية البريدية بما في ذلك مصلحة التوفير.
- القيام بكل النشاطات الموكلة إليها لصالح الزينة العمومية.
- إنشاء وخلق هيئات وهيكل تتماشى مع نشاطاتها وأهدافها على مستوى كل التراب الوطني مع توفير كل الوسائل الضرورية التأمينية الاستغلال وصيانة كل الهياكل القاعدية الموجودة تحت تصرفها.
- صياغة المخططات الرئيسية لتطوير مختلف الهياكل المختلطة بنشاطها.
- صياغة والإشراف على السياسة التجارية تماشياً مع عقد نجاعة المصادق عليه بقرار من الوزير المكلف بالبريد.
- الإشراف على تنفيذ سياسة الخدمة الدولية في إطار السياسة القطاعية وفي إطار التنظيمات الجاري بها العمل فوق دفتر الاعباء الممضي مع سلطة الضبط البريد والمواصلات.

المطلب الثاني: الهيكل التنظيمي لبريد الجزائر بالبويرة

يحتوي بريد الجزائر على هيكل تنظيمي يسمح له بالانتشار والتواجد في كل النقاط عبر القطر الجزائري وبهذا فقط أسست مؤسسة بريد الجزائر هيكلها على مستوى ولاية البويرة كما يلي:

1. **المدير:** يتم تنفيذ توجيهات وقرارات مجلس الإدارة من قبل مدير معين بمرسوم تنفيذي. يمتلك المدير كافة الصلاحيات على مستوى المديرية الولائية لولاية البويرة لإدارة الشؤون الإدارية والتقنية والمالية للمؤسسة، من مهامه:
 - إعداد تنظيم المؤسسة، وتقديم مقترحات إلى مجلس الإدارة للموافقة عليها وتقديمها إلى منصب الأمين العام.
 - الممارسة السلمية للسلطات على جميع موظفي المؤسسة;
 - توقيع العقود وتنفيذ المعاملات والمعاهدات والاتفاقيات في إطار قوة الإجراءات القانونية والتنظيمية;
 - ضمان احترام التنظيم الداخلي للمؤسسة;
 - إعداد الميزانية وجدول النتائج والإفصاح السنوي عن حقوق ديون المنظمة.
 - كما يتضمن قائمة بالمشاريع المقترحة على المجلس، بما في ذلك برامج الاستغلال العامة، والمشاريع والمخططات، وبرامج الاستثمار، والميزانيات التقديرية، واستخدام وتوزيع النتائج، وجدول الوظائف.

2. الأمانة: تشرف عون أمينة المكتب على:

- تسجيل البريد الصادر والوارد للمؤسسة.
- استخدام جهاز الفاكس.
- استقبال الزوار وتوجيههم.
- استعمال آلة النسخ.
- ترتيب الأرشيف.

3. الممثل القانوني: تفويضه بتمثيل بريد الجزائر في المفاوضات المتعلقة بالمصالح البريدية والمالية، كما يتكفل ب:

- مراقبة دفاتر الشرطة على مستوى المؤسسة.
- تطبيق نصوص مؤتمر الاتحاد البريدي.
- تسيير ملفات النزاعات القانونية وإعداد الإجراءات القانونية لتقديمها الى مصالح القضاء.
- تحضير الإمكانيات والوثائق اللازمة في مجال إنشاء فروع النشاطات البريدية والمالية إعداد ومتابعة الملفات المودعة لدى سلطة الضبط بخصوص احترام النصوص القانونية.

4. الأمن الداخلي: يتكفل هذا المكتب ب:

- السهر على أمن مكاتب البريد.
- مراسلة السلطات من أجل توفير الأمن.
- تنظيم عمل أعوان الأمن.
- مراقبة مكاتب البريد.
- توفير وسائل الأمن المختلفة في مكاتب البريدية.
- تنصيب جهاز المداومة مستمرة.

5. المصالح البريدية: يتكفل هذا المكتب بالسهر على حسن أداء المصالح البريدية على مستوى الداخلي المؤسسة، بالإضافة إلى:

- إعداد ومتابعة مخطط تطوير هيكل القاعدة الإلكترونية.
- تطوير وتعزيز البريد الشخصي والشركات مع توزيع خاص;
- إعداد البرنامج السنوي لإصدار الطوابع البريدية;
- تنفيذ نص الاتفاقيات البريدية والاتفاقيات الثنائية والمتعددة الأطراف المتعلقة بتبادل الطرود مع ساعي البريد ، وكذلك إعداد المحاسبة المتعلقة بذلك.

6. المصالح المالية: تتكفل هذه المديرية ب:

- تنظيم وضمان الأداء الجيد لمختلف المراكز المرتبطة به (مركز الصكوك ، مركز الادخار ، مركز التحويلات)؛
- العمل على تنفيذ المشاريع التي تهدف إلى تحسين جودة الخدمات وتحسين الإنتاجية.
- ضمان الاتصال الدائم مع المديرية العامة لصندوق الادخار ومكتب التبادل الدولي للتحويلات والنيابة العامة للمالية في البنك.
- التعامل مع مختلف المنازعات القانونية والاستفسارات ، وتضم هذه الإدارة العامة ثلاثة نواب المديرية العامة.

7. المصالح المالية والمحاسبة: يتكفل هذا المكتب ب:

- استكمال وتنفيذ السياسة المالية للمؤسسة؛
- تأطير مختلف الهياكل والمجالات المحاسبية والمالية.
- تكامل الميزانيات المختلفة وتنفيذ التحليل المالي والمحاسبة للمؤسسات؛
- تكامل ومتابعة الموازنة التقديرية بالتعاون مع مختلف الهياكل.
- متابعة مساهمة المؤسسة في فرع المؤسسة؛

8. الموارد البشرية: يتكفل هذا المكتب ب:

- أنجاز والسهر على تطبيق السياسات في مجال تسيير الموارد البشرية والشؤون الاجتماعية.
- السهر على تطبيق قانون العمل (قانون التوظيف العمومي 85-59 والقانون 90-11).
- المشاركة في إعداد الهيكل التنظيمي للمؤسسة.
- إعداد وتطبيق بنود الاتفاقية الجماعية والنظام الداخلي.
- استخراج شهادات العمل (attestation de travail).
- استخراج الراتب الشهري (fiche de paie).
- دفع اوراق العطلة السنوية.

9. الوسائل العامة: تعمل كل الوسائل اللازمة من أجل ضمان خدمة المصالح المختلفة للمديرية

- وكذلك المكاتب البريدية من أجل ذلك يقوم قسم الوسائل العامة بما يلي:
- إعداد مختلف الحاجيات الواجب اقتنائها في كل نهاية سنة والسنة المقبلة.
 - إعداد دفاتر الشروط المختلفة (الأثناء لوازم، اشغال، دراسات الخ) ومتابعة مختلف المشاريع على مستوى إقليم الولاية.
 - متابعة وضعية حضيرة السيارات (تصليح، تأمين، المراقبة التقنية، حوادث السير، استهلاك الوقود الخ)

- متابعة فواتر الكهرباء والغاز، الماء، الهاتف لجميع المكاتب البريدية وتسوية كل المشاكل المتعلقة بها (طلب الرابط الى المصالح المعنية).
- تزويد المكاتب البريدية ومصالح المديرية بمختلف الوسائل المكتبية ومواد التنظيف.
- إعداد مخطط عمل السنة المقبلة.

10. خلية الاعلام الآلي: يتكفل هذا المكتب بما يلي:

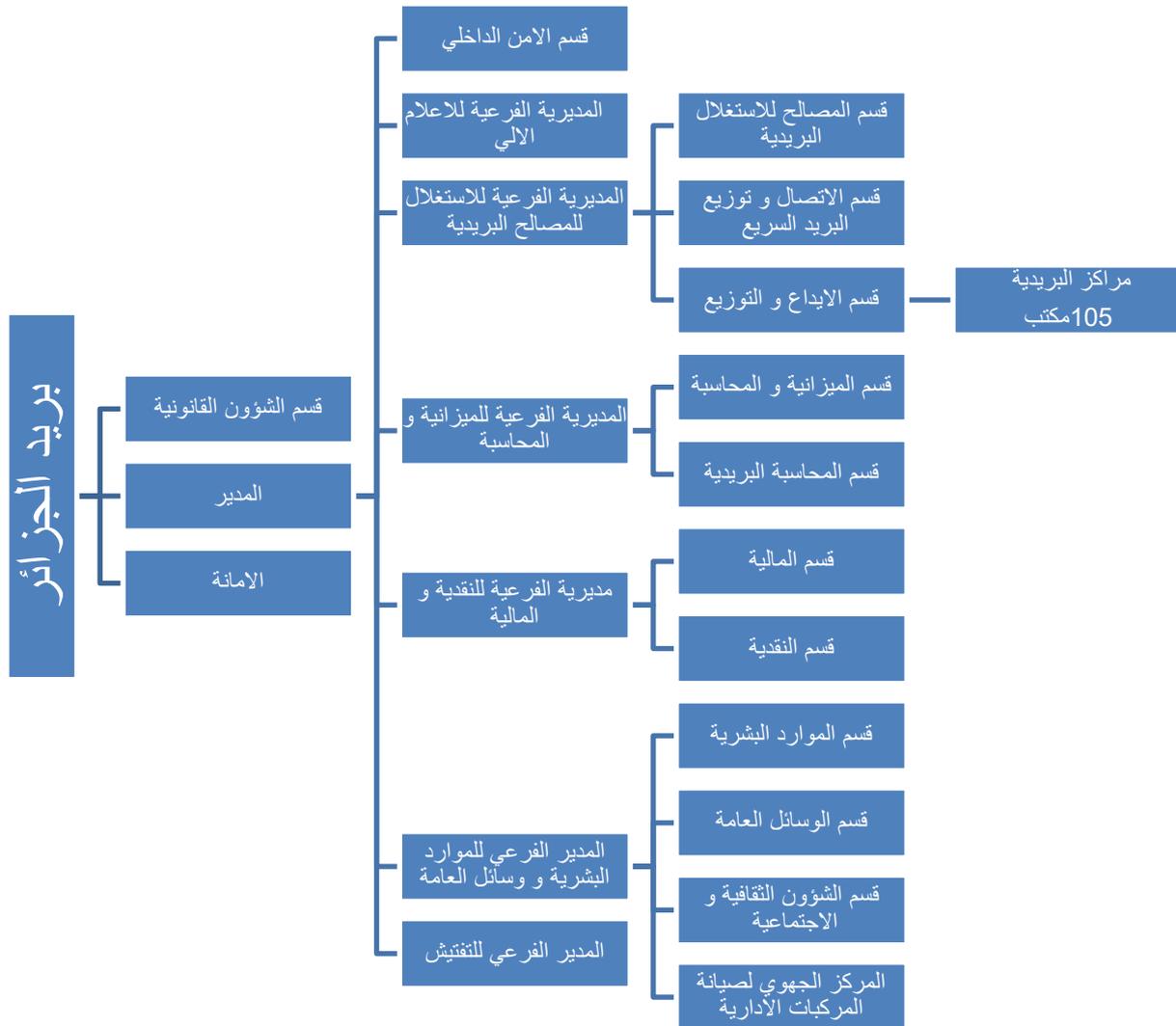
- إعداد برامج معالجة نظم المعلومات.
- استكمال وإنشاء مساحة لتطبيق نظم المعلومات الآلية اللازمة لأداء الأرباح;
- إنجاز برامج الاستغلال والعمل على صيانة نظم المعلومات وتخزينها وحمايتها;
- يشرف على إدارة وإدارة مركز المعلومات ، ويعمل على تطوير البرامج.
- رصد التطور التكنولوجي وتطور تكنولوجيات المعلومات والاتصالات المستخدمة.
- تصليح أنظمة الصراف النقدي GAB.
- تركيب أجهزة الدفع الالكتروني TPE.

11. خلية التفتيش: تعمل على:

- مراقبة وتفتيش المكاتب البريدية في كل مجالات نشاطاتها بدا بالمحاسبة وحساب الاموال والخدمات المقدمة من التنظيم وغيره.
- اجراء التحقيقات المختلفة المطلوبة من طرف المدير ومعالجة شكاوى الزبائن الخ.
- تنصيب رؤساء المكاتب البريدية واتخاذ مهامهم.
- تقديم وتنقيط رؤساء المؤسسات البريدية.
- القيام بزيارات مفاجئة للوقوف على سير المؤسسات.
- تمثيل مدير وحدة البريد لدى السلطات المختلفة.

وهذا مخطط موضح للهيكل التنظيمي لبريد الجزائر:

الشكل 01-02: الهيكل التنظيمي لبريد الجزائر - البويرة -



المصدر: من إعداد الطالبتين اعتمادا على وثائق مقدمة من طرف المؤسسة

المطلب الثالث: الخدمات التي تقدمها مؤسسة بريد الجزائر:

تقدم مؤسسة بريد الجزائر مجموعة من الخدمات يمكن تصنيفها إلى:

أ. خدمات مالية: وتتمثل فيما يلي:

1. خدمة الحساب البريدي الجاري (ccp): تُعتبر هذه الخدمة الأكثر إقبالاً وأهمية لدى العملاء،

حيث تستحوذ على الجزء الأكبر من الخدمات المقدمة من قبل مؤسسة بريد الجزائر. لا يمكن

لأي جزائري يعمل في مؤسسة عمومية الاستغناء عنها. يتيح الحساب البريدي الجاري لكل

عميل سحب مبلغ معين من رصيده أو الاستعلام عنه في أي مكتب بريد منتشر عبر التراب

الوطني، وذلك بفضل الشبكة الواسعة التي تربط بين مختلف مؤسسات البريد. وتتم عملية

السحب وفق شروط معين وهي:

- إذا لم يكن صاحب الشيك صاحب حساب، يجب ألا يتجاوز مبلغ السحب 5000.00 دج.

- إذا كان مالك الجهاز هو صاحب الحساب، وفي كلتا الحالتين لا يراقب المساعد مطابقة

توقيع رقم 25ch، حيث تم فتح الحساب لأول مرة، يجب ألا تتجاوز قيمة السحب

20.000.00 دج.

- إذا تجاوزت قيمة السحب 20.000.00 دج لمالك الحساب، فسيقوم المساعد بمراقبة

التحقق من توقيع 25 ch، وهذه عملية تسمى سحب المنظور، بالإضافة إلى خدمة السحب

والاستعلام عن الرصيد، يمكنك طلب دفتر شيكات والقيام بكل هذه الخدمات بأسرع وأحدث

طريقة. هذا هو استخدام نافذة الآلي باستخدام بطاقة CCP، وهو لتوفير الوقت والجهد.

2. خدمة الحوالات: وهي عدة أنواع:

- الحوالات البطاقية: تحمل الرقم (1406): يسمح هذا النوع من التحويل للعملاء بإرسال

مبالغ معينة غير محدودة للآخرين في جميع أنحاء أراضي الدولة.

- الحوالات التلغرافية: تحمل الرقم (1412): وهذا النوع من الحوالات أصبح نادر الاستعمال،

حيث يمكن للزبون إرسال الأموال بطريقة التلغراف.

- الحوالات البطاقة لتزويد الحسابات البريدية الجارية: تحمل رقم (1418) وهي تسمح للزبون

بتزويد حسابه البريدي الجاري أو حساب شخص آخر بمبالغ غير محدودة وهناك نوعان

منها العادية التي ترسل عن طريق البريد ومنها من ترسل عن طريق الدفع السريع باستخدام

شبكة تدعى بـ (VAC).

- الحوالات الإلكترونية (التحويل الإلكتروني للأموال) TRF : وهي تشبه الحوالات البطاقية ولكنها تتميز بتحويل الأموال بطريقة إلكترونية من مكتب بريدي إلى آخر عبر شبكة الإعلامية.
- خدمة وسترن يونيون (الاستلام السريع للأموال): بدأت هذه الخدمة في شهر ماي 2001 على مستوى 46 مكتب بريدي، أما على مستوى مؤسسة محل الدراسة فانطلقت سنة 2002 وتسمح هذه الخدمة لزيائن البريد تحصيل الأموال الصادرة من أكثر من 190 بلد عبر العالم بالعملة الوطنية لدى مكاتب البريد في أجل قريب.
- خدمات التوفير: توفر بريد الجزائر بالتعامل مع البنك الوطني للتوفير والاحتياط عبر جميع مكاتب البريد العمليات التالية:
 - فتح حساب التوفير مع تسليم الدفتر.
 - دفع مبلغ غير محدود القيمة على مستوى المراكز البريدية.
 - سحب الأموال أنيا مهما كان المبلغ على مستوى المكتب الحائز على الحساب.
 - سحب مبلغ لا يتجاوز 20.000 دج في باقي مكاتب البريد.
 - تسوية الفوائد.

وبالتالي يسمح لأي فرد فتح دفتر التوفير والاحتياط وذلك بتحريم طلب على المطبوعة رقم 01 لفائدة الشخص الراشد والمطبوعة رقم 02 مكرر بالنسبة الأطفال ثم يحدد نوع الدفتر LEP أو LGL يسلم له، فالدفتر LEL هو الذي لا تقل الدفعة الأولى فيه على 5000.00 دج ويتحصل على فوائد بنسبة 2%.

أما دفتر LEP هو الذي لا تقل مبلغ الدفعة الأولى 10.000.00 دج ويتحصل على فوائد بنسبة 2.5%.

ب. الخدمات البريدية: وهي خدمات متنوعة تتكون من:

1. خدمة الطرود البريدية: حيث تساهم جميع المكاتب الموزعة عبر التراب الوطني في عملية تبادل الطرود عبر كامل التراب الوطني والبلاد الأجنبية.
2. خدمة كراء صناديق البريد والخدمات البريدية: حيث تمنح للزبون صناديق بريدية للتأجير مقابل مبلغ اشتراك سنوي في مكتب بريد المكلف بعملية التوزيع لدى الأشخاص الطبيعيين والمعنويين وأصحاب المؤسسات المقيمين بالدائرة البريدية، يكون مبلغ الاشتراك للأفراد 800 دج أما المؤسسات 1600 دج.

ج. الخدمات المؤدية لفائدة الغير:

- تقوم الوكالات البريدية بعمليات جمع ودفع مختلفة لصالح الإدارات الأخرى أو المصلحة العامة.
- وزارة المالية: دفع المعاشات الجزائرية والأجنبية ، مبيعات الضرائب ، الضرائب ، بيع الطابع الباهظة وقسائم السيارات.
- التحصيل لكبار العملاء: يشارك البريد في عملية تحصيل الفواتير لكبار العملاء مثل أوراسكوم، اتصالات الجزائر ، موبيليس ، المياه الجزائرية ، سيال ، سوسيتي جنرال ، استلام الجزائر ، بنك البركة.
- خدمة **racimo**: إنه عبارة عن تنزيل إلكتروني يوفر للعملاء الدفع المسبق إلى موبيليس ، وهو ما يسمى التعبئة التلقائية.
- د. خدمة **أرسلي**: تقدم المؤسسة إمكانية تجديد رصيد الهاتف المحمول إلى خط موبيليس دون دفع رسوم.
- هـ. الخدمة عن بعد: وتمثلت في:

1. الموزع الصوتي: تتيح هذه الخدمة لعملاء بريد الجزائر الاتصال مباشرة عبر الهاتف:

- عرض الحساب البريدي الحالي.
- طلب دفتر شيكات.
- اطلب الرقم السري.
- طلب مساعدة العمال للاستفسار عن الخدمة النقدية.
- 2. الموزع الصوتي: تسمح لزبائن بريد الجزائر بتعبئة حساباتهم المسبقة الدفع لموبيليس أو حساب آخر من حسابكم الجاري ccp بكل مرونة وسهولة للاستعمال في أي وقت تصل الزبون رسالة قصيرة (sms) لتأكد له عضوية الانضمام إلى الخدمة مع الرمز السري الشخصي.
- الثمن للتحميل هو 100 دج والثمن الأعلى هو 2000 دج يوميا.
- يخصم من الحساب الجاري الدفع للزبون بالقيمة المعبئة بدون اقتطاع الرسوم.
- 3. خدمة الإنترنت: موقع الأنترنت www.poste.dz يسمح لزبائن بريد الجزائر بـ:

- الاستعلام عن الرصيد الحالي.
- طلب دفتر شيكات.
- طلب أو تغيير الرقم السري.
- الحصول على كشف حساب.
- إيقاف البطاقة البنكية في حال فقدانها أو سرقتها.
- التحقق من استلام البطاقة البنكية ومكان تواجدها في أي فرع بريدي.

و. خدمات الأخرى:

خدمة "رصيدي" (طلب الرقم السري): تم تقديم هذه الخدمة في المؤسسة محل الدراسة في جوان 2011، وهي تتيح لأي عميل يملك حساباً بريدياً جاريّاً الحصول على رقم سري للاطلاع على رصيده عبر الإنترنت أو الهاتف المحمول. يمكن للعملاء الحصول على هذه الخدمة من خلال تقديم طلب كتابي في أحد المكاتب البريدية المجهزة بشبكة المعلومات، مرفق برقم الحساب البريدي الجاري ورقم الهاتف المحمول، بالإضافة إلى نسخة مصدقة من بطاقة الهوية الوطنية.

المطلب الرابع: سياسة الجودة لبريد الجزائر

في سياق عالمي تنافسي يميزه الاقتصاد الرقمي، فإن بريد الجزائر المنوط بمهمة الخدمة العمومية والمفوض تاريخياً بالالتزام بالخدمة الشاملة، يشارك بفعالية في وضع السياسات المسطرة من طرف السلطات العمومية ويساهم في التطور الرقمي للاقتصاد الوطني وذلك بتقديم حلول مبتكرة تحسن استعمال الخدمات البريدية والخدمات المالية البريدية لجميع المواطنين في كامل التراب الوطني. في هذا الصدد التزم بريد الجزائر بوضع نظام إدارة الجودة، تبنى على أساس منهج التحسين المستمرة الامتثال لمتطلبات المواصفات الدولية ISO9001، الذي يسمح بتحسين فعال في أداء لخدمة زبائنه والأطراف المعنية.

بالتالي فإن سياسة الجودة لبريد الجزائر تشمل المحاور الاستراتيجية التالية:¹

- ❖ تعزيز الشمول المالي وتحويل وسائل الدفع إلى الرقمية.
- ❖ تحسين خدمات التوصيل والتوزيع وتعزيز التجارة الإلكترونية.
- ❖ تنشيط هواية جمع الطوابع البريدية على المستوى الوطني والترويج لها دولياً.
- ❖ تحسين جودة الخدمات.
- ❖ تطوير وتحديث شبكة البريد.
- ❖ دعم أنظمة الحكومة وإدارة الأداء والتحكم في المخاطر.
- ❖ تعزيز قيمة الموارد البشرية.
- ❖ المساهمة في الحفاظ على البيئة وحمايتها.

ومن هذه المحاور الاستراتيجية، تتفرع أهداف الجودة لبريد الجزائر فيما يلي:

- ❖ إدخال نظام إدارة الجودة وتحسين الأداء.
- ❖ الامتثال للمتطلبات القانونية والتنظيمية المتعلقة بأنشطتها

¹<https://www.poste.dz/>

❖ الالتزام بالموصفات والمعايير الوطنية والدولية..

❖ إرضاء وكسب ثقة زبائننا والأطراف المعنية.

❖ تعزيز التحسين المستمر من خلال حشد وإشراك موظفينا.

لهذا الغرض تلتزم بتوفير جميع الوسائل اللازمة لتنفيذ هذه السياسة وتحقيق الأهداف وبالتحسين المستمر لنظام إدارة الجودة لأجل تلبية احتياجات وتوقعات زبائنهم وضمان تطوير واستدامة بريد الجزائر.

المبحث الثاني: تطبيق الالكتروني المساهم في تحسين جودة الخدمة المالية

السنوات الأخيرة ظهرت منصات تقدم خدمات للمستخدمين في مجالات معينة، تعمل على دعم الاتصال فيما بين الشبكات وبين المستخدمين، وهذا ما يسمى بالتطبيقات الإلكترونية، فهي برامج مستقلة مصممة لتعمل على الأجهزة المحمولة مثل: الهواتف الذكية مما جعل الإتاحة على الأنترنت أسهل، بالإضافة إلى ربط تقنيات الأنترنت بتقنيات ذكية.

المطلب الأول: تطبيق بريدي موب Baridi mob

الفرع الاول: تعريف تطبيق بريدي موب

في 18 أبريل 2018، أطلقت مؤسسة بريد الجزائر تطبيقها الجديد "بريدي موب (Baridi mob)" لفائدة زبائننا الذين يمتلكون هواتف ذكية. يمكن تحميل هذا التطبيق من خلال متجر "Google Play" أو بزيارة موقع بريد الجزائر www.poste.dz. يتيح التطبيق للزبائن الاستفادة من مجموعة متنوعة من الخدمات المالية والنقدية.

يعد "بريدي موب" تطبيقا على الهاتف النقال يتيح للزبائن الوصول إلى الخدمات النقدية والمالية لبريد الجزائر. يساهم هذا التطبيق في تحسين استخدام الوقت بكفاءة وإدارة الحسابات البريدية الجارية بشكل أفضل، مما يتيح للزبائن إجراء المعاملات المالية في أي وقت ومن أي مكان.

المطلب الثاني: خصائص والشروط الاستفادة من الخدمات تطبيق بريدي موب

الفرع الاول: شروط الاستفادة من خدمات

لكي يستفيد زبائن بريد الجزائر من خدمات هذا التطبيق يجب توافر مجموعة من الشروط نذكر منها:

- أن يكون للزبون حساب بريدي جاري.
- أن يستفيد الزبون من البطاقة الذهبية وتكون صالحة للاستعمال.

- أن يكون بحوزته رقم الهاتف الذي طلب به البطاقة الذهبية.
- أن يمتلك مستعمل التطبيق هاتف ذكي.
- أن تتوفر في الهاتف شبكة الأنترنت.
- أن يكون الهاتف الذكي مزود بالكاميرا لكي يتم قراءة رمز الاستجابة السريع.

الفرع الثاني: خصائص ومميزات تطبيق Baridi mob

يتميز هذا التطبيق بمجموعة من الخصائص نذكر منها:

- يمكن تحميله بسهولة من خلال متجر التطبيقات.
- تطبيق خاص بمؤسسة بريد الجزائر.
- تطبيق يعالج معاملات مالية كتحويل الأموال ودفح الفواتير وكذا يقوم بعمليات تتعلق بمتابعة البطاقة الذهبية وتسجيل الشكاوى والاحتجاجات.
- تطبيق يسمح بمعرفة الرصيد الخاص ومشاهدة حالته.
- تطبيق يسمح بإجراء تحويلات من حساب إلى آخر.
- ألا يتجاوز المبلغ التراكمي لعمليات التحويل الخاصة الحد اليومي الثابت المذكور في حدود البطاقة.
- تخضع كل معاملة تحويل لضريبة متغيرة حسب المبلغ المحدد.
- أي عملية نقل تخضع لتفويض.
- متوفر في كل المنصات ومتاجر التطبيقات مثل App Store وPlay Store.

المطلب الثالث: الخدمات تطبيق بريدي موب وموقعاته

الفرع الاول: الخدمات التي يقدمها تطبيق Baridi mob :

- خدمة تحويل الأموال بين الحسابات.
- خدمة الاستعلام عن الرصيد وعرض أحدث العمليات.
- خدمة شحن رصيد الهواتف النقالة (موبيليس، جيزي، أوريدو).
- خدمة شحن رصيد الإنترنت ADSL.
- خدمة سحب النقود من الصراف الآلي بدون الحاجة إلى البطاقة الذهبية.
- خدمة دفع الزكاة للمساجد أو توزيع زكاة المال.
- خدمة تحديد مواقع وكالات بريد الجزائر والشبابيك الالية.

- خدمة الاطلاع على البطاقات أي المعلومات المتعلقة بالبطاقة الذهبية مثل الرمز المتكون من 16 رقم، تاريخ انتهاء الصلاحية، والعمليات المجرة في اليوم، في الاسبوع، في الشهر.

الفرع الثاني: معوقات تطبيق بريدي موب

هناك العديد من السلبيات والإيجابيات التي تواجهها أو تجدها في تطبيق بريدي موب فنذكر منها:

1. إيجابيات تطبيق بريدي موب:

- تحسين نوعية الخدمات.
- توفير الخدمة في أي زمان أو مكان.
- الخصوصية والأمان.
- كشف عشر عمليات التي قمت بها.
- تحديد مواقع جغرافيا لأجهزة الصراف الآلي عبر تطبيق.
- تحويل من حساب إلى آخر في وقت أقصر.
- السهولة في الاستخدام.
- تقليص الأخطار المترتبة عن استعمال الأموال.
- تحسين ظروف الاطلاع على العمليات المالية الإلكترونية.
- تسير سريع، ملائم ومرن لعمليات الدفع وتحويل الأموال.

2. سلبيات تطبيق بريدي موب:

- عدم وصول المبالغ المالية المرسلة وعدم تغير الرصيد بعد الإرسال.
- تكرار عمليات واعتقاد أنها مجانية وهي مدفوعة.
- عدم إمكانية تسجيل الدخول إلى تطبيق وظهور رسالة الخطأ عند اي محاولة.
- صعوبة التنقل داخل التطبيق بسبب واجهة المستخدم.
- عدم تغير الرصيد بعد تلقي الأموال.
- رمز التنغيل تنتهي صلاحيته بعد مرور دقيقة واحدة بعدها يصبح غير صالح.
- أحيانا قد تواجه مشاكل في التسجيل في الدخول بسبب مشاكل فنية.
- عدم وجود رقابة.
- قلة الوعي وثقة في استعمال تطبيق.
- نقص في الرصيد أحيانا أو وصوله إلى مستوى -000 بسبب مشكل ظرفي يعود إلى برمجة النظام.
- صعوبة تغيير كلمة السر.

المطلب الرابع: دراسة التطبيقية لكيفية استخدام تطبيق بريدي موب

الفرع الاول: كيفية انشاء حساب في تطبيق بريدي موب.

للاستفادة من خدمات بريدي موب، يتعين عليك زيارة موقع بريد الجزائر على الرابط التالي :

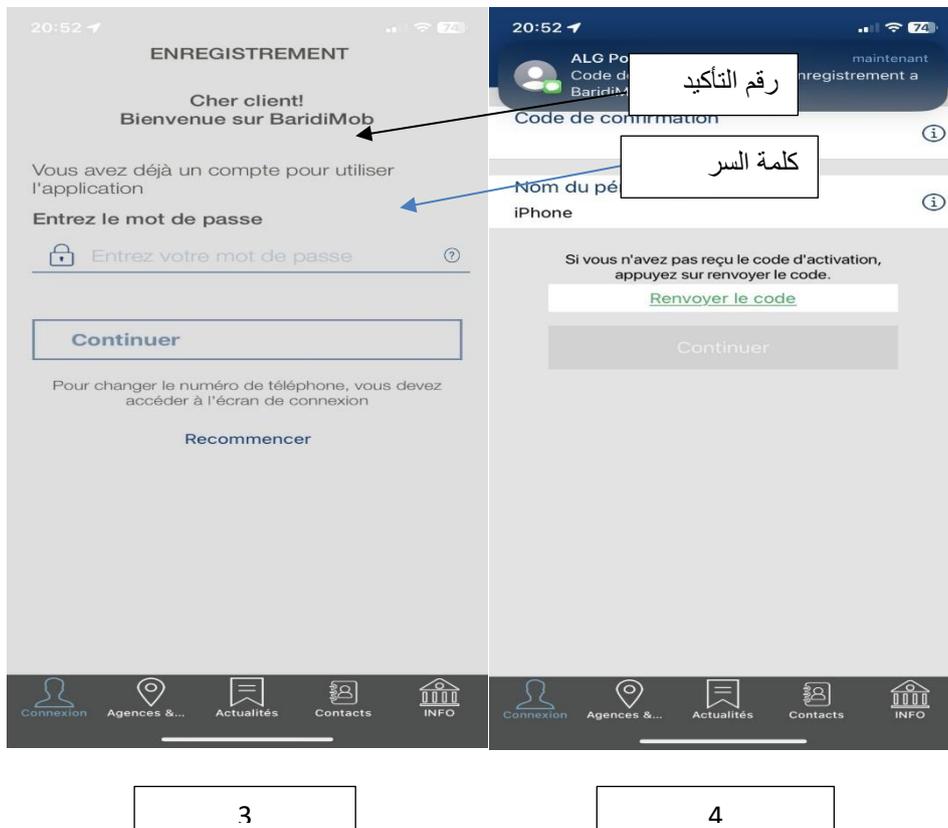
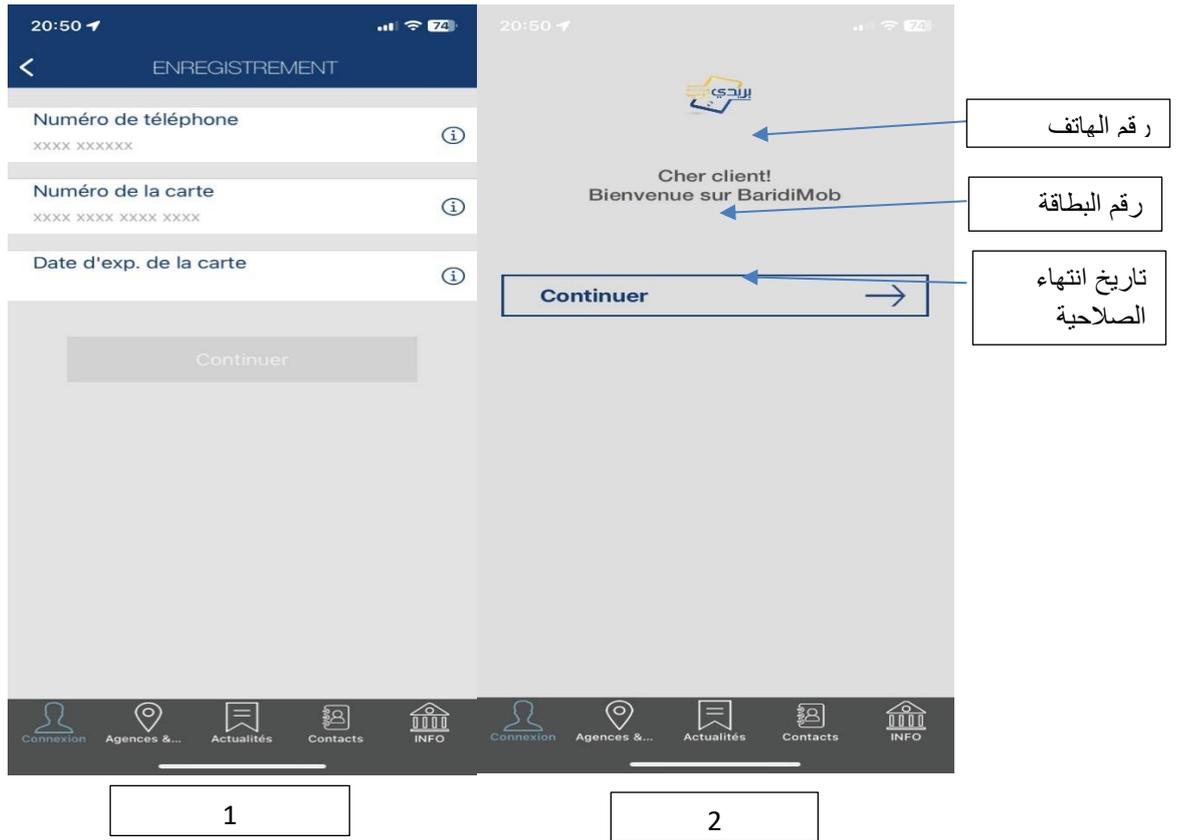
من هناك ستتم توجيهك إلى متجر التطبيقات "Play Store & App Store" حيث يمكنك تنزيل التطبيق بسهولة. بعد ذلك، يمكنك فتح التطبيق والبدء في استخدام خدمات بريدي موب.

1. تحميل التطبيق: نقوم بتحميل التطبيق على الهاتف المحمول.

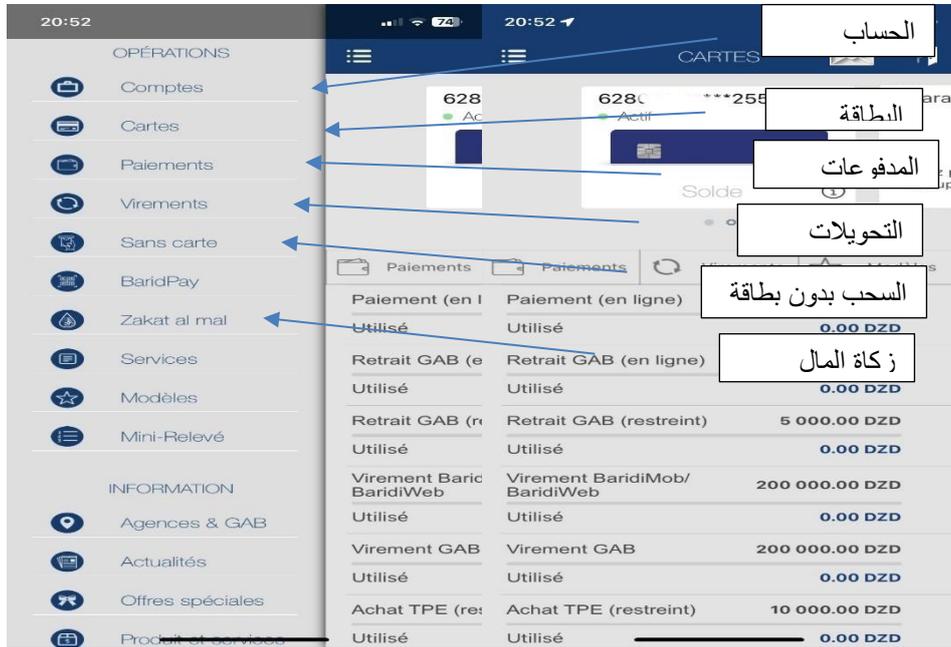


2. الدخول للتطبيق: نقوم بالدخول للتطبيق والتسجيل فيها عبر ادخال المعلومات المطلوبة مثل: رقم

الهاتف - رقم البطاقة الذهبية - تاريخ انتهاء الصلاحية - تأكيد رقم الهاتف - كلمة السر .

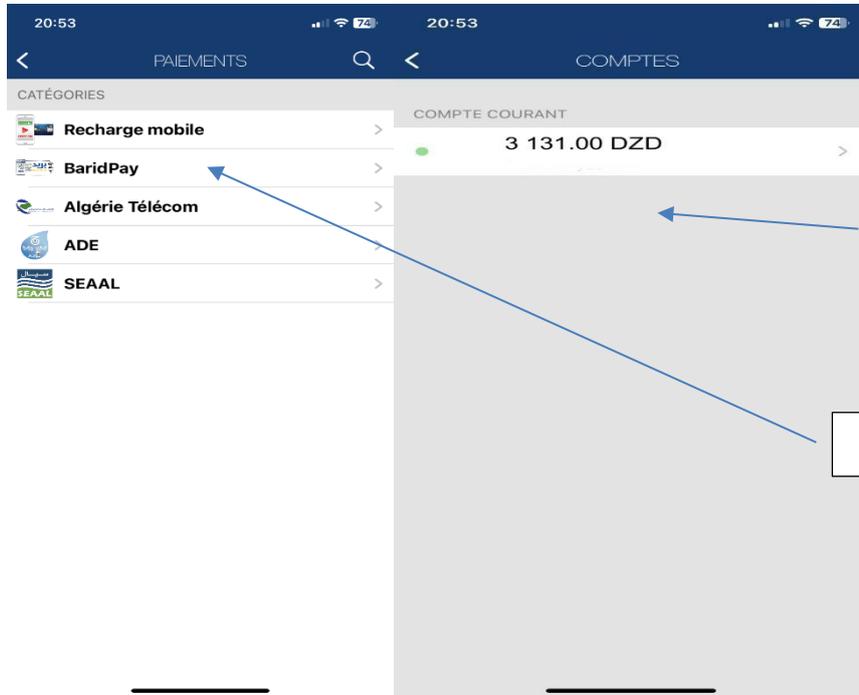


3. ظهور الحساب: بعد ادخال المعلومات يفتح الحساب ويظهر حساب المتعامل ورقم بطاقته الذهبية فبعدها يصبح بإمكانه الاستفادة من الخدمات المتوفرة في تطبيق Baridi Mob.



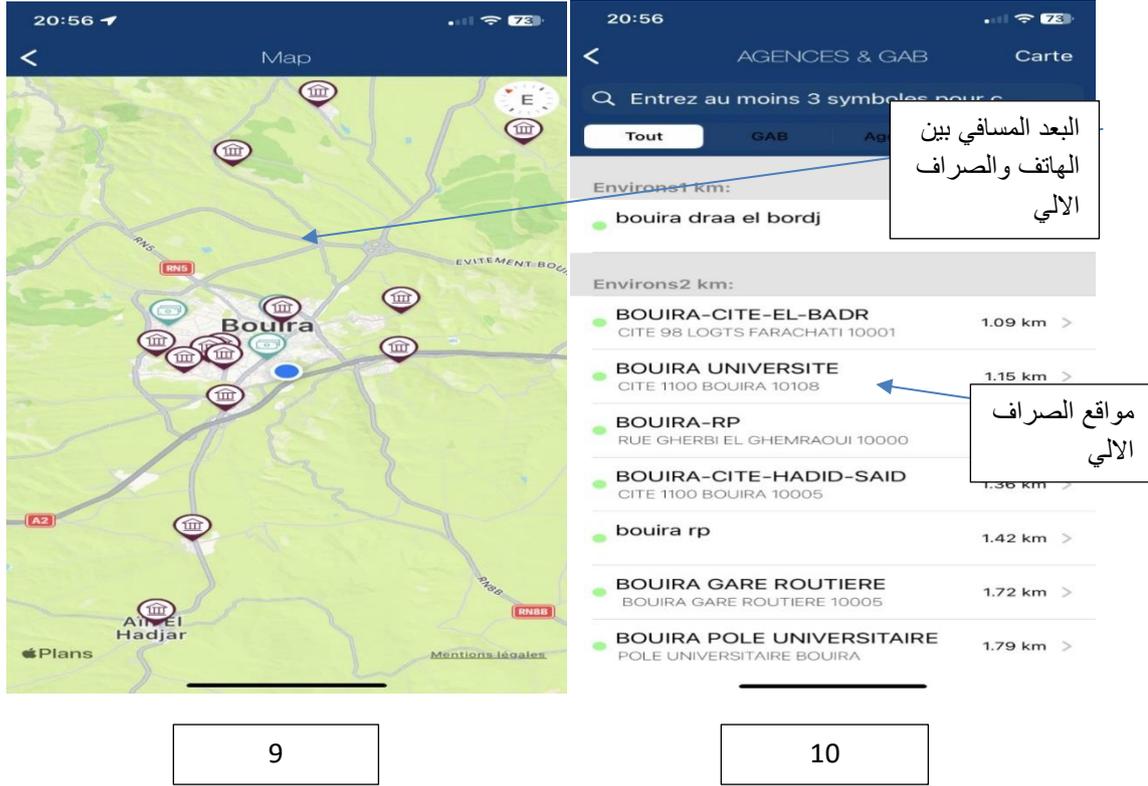
5

6



7

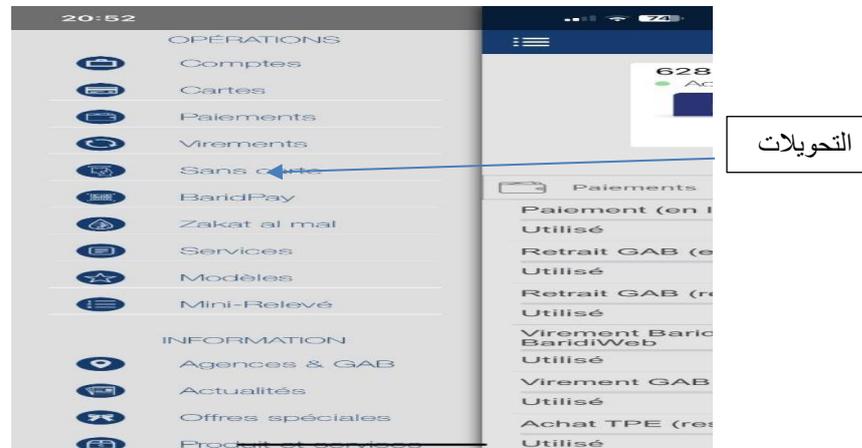
8



الفرع الثاني: كيفية التحويل من حساب الى اخر.

من الخدمات التي يقوم بها العميل لدى مؤسسة الجزائر هي تحويل الأموال من الحساب الى حساب اخر فتطبيق بريدي موب تضمن هذه الخدمة أيضا واختصر البعد المكاني والزمني، سنوضح كيفية القيام بهذه العملية على تطبيق Baridi Mob بصور توضيحية كما يلي:

1. المرحلة الاولى: فتح التطبيق والدخول على خدمة التحويلات «virements» أي التحويل من حساب الى حساب.



2. المرحلة الثانية: نقوم بكتابة رقم الحساب الذي سنقوم بتحويل الأموال اليه وكتابة المبلغ الذي سنحوه له.

رقم الحساب المحول اليه

المبلغ المحول

12

3. المرحلة الثالثة: وعند ملئ المعلومات نقوم بتأكيد العملية بعدها نحصل على وصل للعملية متضمن المبلغ المحول ورقم الحساب الذي تم التحويل اليه، نوع العملية، تاريخ ووقت العملية.

وصل تأكيد عملية التحويل المبلغ للحساب

13

خلاصة الفصل

من خلال دراستنا هذه التي تناولنا فيها دراسة لتطبيق بريدي موب يمكننا القول إن التطبيق له عدة خدمات يستخدمها المبحوثين منها الاطلاع على الرصيد تفاديا للطوابير على الشبابيك المؤسسة لان ذلك يسهل الخدمة الاطلاع على الرصيد عكس مكاتب البريد، فهو يوفر ميزات وتسهيلات أدى الى بروز نجاحه أكثر من معوقاته، من خلال استخدام زبائن بريد الجزائر لتطبيق بريدي موب، يتضح السبب والدوافع وراء اعتمادهم على هذه الأداة التكنولوجية. وفي الختام، يمكننا تسليط الضوء على الدور الذي يلعبه التطبيق في تعزيز جودة الخدمات المالية التي يقدمها بريد الجزائر.

خاتمة عامة

خاتمة:

إن التغيرات والتطورات التي شهدتها العالم وخاصة في جانب الاقتصاد العالمي، أحدثت قفزة كبيرة في قطاع المالي وأدى تغيير في جانب خدماتها وذلك بسبب ظهور أدوات مالية حديثة لتسهيل القيام بالمعاملات المالية والإلكترونية وإحدى هذه الأدوات هي الصيرفة الإلكترونية، التي عملت على تحويل نمط الخدمات من التقليدية إلى الإلكترونية عبر تقنيات حديثة كالصراف الآلي، الصيرفة عبر الأنترنت وغيرها.

وساهمت هذه الأخيرة بشكل واسع وبسهولة في أي زمان وأي مكان، وتكاليف قليلة، وهذا غاية لتحسين جودة الخدمات المالية المقدمة للعملاء، ففي القت الحالي أصبح الزبون ملموسا بالخدمات المالية الإلكترونية أكثر، فجودة الخدمات المالية أصبحت محور التميز المؤسسات المالية واستمرارية جودتها سبيل لاستمراره نشاطها في خدمة عملائها.

فبهذا لجأت المؤسسة المالية في بريد الجزائر إلى ابتكار تطبيق إلكتروني ساعدها على تقديم مختلف المالية للزبائن باختصار البعد الزمني والمكاني وبجودة أيضا، فبهذا نقول إن أصبح استخدام التكنولوجي في المجال المالي ضروري، فبإدخال الصيرفة الإلكترونية يتحسن مستوى جودة الخدمة المقدمة للزبائن فبذلك نيل رضائهم وولائهم.

نتائج الدراسة:

وقد توصلنا من دراستنا إلى مجموعة من النتائج، نذكر منها:

- ❖ للصيرفة الإلكترونية دورا في المجال المالي، وهذا يرجع للمزايا والإيجابيات التي تعكسه فيه.
- ❖ تقدم الصيرفة الإلكترونية دوراً فعّالاً في تطوير الخدمات المالية، وذلك من خلال إتاحة فرص للابتكار وتطوير وسائل دفع حديثة.
- ❖ تساهم وسائل الدفع الإلكترونية من تحويل الخدمات المالية التقليدية إلى خدمات المالية الإلكترونية.
- ❖ التطوير في وسائل الدفع الإلكترونية أدى إلى تسهيل المعاملات المالية الإلكترونية.
- ❖ تساهم الصيرفة الإلكترونية في إتاحة للعميل نظاما للحصول على الخدمة المالية التي يرغب فيها عبر الأنترنت فقط.
- ❖ تساعد للصيرفة الإلكترونية في تقليل الأخطاء وتقديم الخدمة المالية المتوقعة للزبون.
- ❖ تعود الصيرفة الإلكترونية إلى تحسين جودة الخدمات المالية بتقليص البعد المكاني والزمني وتقليل التكاليف.

- ❖ تميز قنوات التوزيع الإلكتروني كالصراف الآلي بخاصية الاعتمادية.
- ❖ محاولة بريد الجزائر لمواكبة التطور التكنولوجي بتقديم الخدمات المالية الإلكترونية.
- ❖ يوفر بريد الجزائر خدمات مالية إلكترونية عبر تطبيقه الإلكتروني بريدي موب لمدة 24 ساعة طيلة أيام الأسبوع.
- ❖ وجود علاقة بين الصيرفة الإلكترونية وتحسين جودة الخدمات المالية.

اختبار الفرضيات:

❖ **الفرضية الأولى:** توجد علاقة بين وسائل الدفع الإلكتروني وجودة الخدمات المالية ناكذ هذه الفرضية، فعندما تكون وسائل الدفع الإلكتروني متطورة وسهلة الاستخدام، يمكن أن تساهم في تحسين تجربة العملاء وزيادة رضاهم عن الخدمات المالية كما تؤدي إلى تحسين كفاءة وتقليل الأخطاء والتأثير في المعاملات المالية.

❖ **الفرضية الثانية:** بريد الجزائر لا يولي اهتماما في تحسين جودة الخدمات المالية، ننفي هذه الفرضية كون بريد الجزائر يستخدم التكنولوجيا الحديثة لتسريع و تحسين العمليات المالية مثل توفير خدمة من العملاء عبر الهاتف أو البريد الإلكتروني للإجابة على استفسارات العملاء و حل المشكلات بسرعة وفعالية، كما توفر وسائل دفع إلكترونية كالبطاقة الذهبية و أنظمة دفع إلكترونية كالصراف الآلي، كما تحسن تجربة العملاء من خلال توفير تطبيق بريدي موب الإلكتروني سهل الاستخدام لإجراء معاملات مالية بسرعة و أمان، فهذا من شأنه تحسين جودة الخدمات المالية.

اقتراحات وتوصيات:

اقتراحات:

من خلال تناولنا الموضوع دور الصيرفة الإلكترونية في تحسين جودة الخدمات المالية، تبادرت لنا بعض المواضيع جديدة بالدراسة وهي:

- تأثير الصيرفة الإلكترونية على الشمول المالي وتحسين الوصول إلى الخدمات المالية.
- قياس جودة الخدمات المالية في المؤسسات المالية.
- دراسة مقارنة بين جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية في دول الخارج والجزائر.

توصيات:

من خلال النتائج المتوصل لها من دراستنا، نطرح جملة من توصيات تتمثل في:

- ضرورة تطوير والتوسع في الخدمات المالية الإلكترونية.
- نشر ثقافة المالية الإلكترونية في إدارة المؤسسات المالية.
- العمل على نشر الوعي استخدام الخدمات المالية الإلكترونية وتبيان مزاياها وتعزيز ثقة الزبائن بأمنها.
- تكوين وتدريب موظفين لتمكينهم على التكيف مع التكنولوجيا الحديثة.
- إقامة مكتب دراسات لتطبيق بريدي موب لتحديثه وصيانته ووضع أليات مشددة لحماية بيانات العملاء.



قائمة المراجع

قائمة المراجع

أولاً: المراجع باللغة العربية

الكتب:

1. ابراهيم المصري، الاقتصاد النقدي في الوطن العربي، الطبعة الأولى، دار الحكمة للطباعة والنشر والتوزيع، مصر، 2016.
2. أحمد الطاهر عبد الرحيم، تسويق الخدمات السياحية، دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر، الطبعة الأولى، 2012.
3. احمد بوراس السعيد بريكة، اعمال الصيرفة الالكترونية-الأدوات والمخاطر-، دار الكتاب الحديث، ط1، القاهرة، مصر، 2014.
4. أحمد محمد فهمي، سعيد البرز نجى، التسويق المصرفي، الطبعة الأولى، مطبعة المنهج للنشر والتوزيع، بغداد، 2019.
5. احمد محمود الزامل واخرون، تسويق الخدمات المصرفية، طبعة1، اثناء للنشر والتوزيع، عمان-الاردن، 2011.
6. اياد منصور، إدارة العمليات البنكية والنقدية، دار النفيس للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى 2019،
7. حمد بن محمد، تطبيقات البرامج الإلكترونية وعلاقتها بجود الخدمة، دار الكتاب الجامعي للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، 2016.
8. دبن على بلعيز، عبد الكريم قندوز، عبد الرزاق حبار، إدارة المخاطر-إدارة المخاطر، المشتقات المالية، الهندسة المالية-، دار النشر والتوزيع الوراق، الطبعة الأولى، الأردن، 2013.
9. رعد حسن الصرن، عولمة جودة الخدمة المصرفية، دار التواصل العربي للنشر والتوزيع، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، سوريا، 2007.
10. رعن الصرن، إدارة الجودة الشاملة-مدخل الوظائف والأدوات-، دار مؤسسة رسلان للطباعة والنشر والتوزيع، دمشق، سوريا، 2016.
11. طارق قندوز، النظام التسويقي وتجويد الخدمات القطاع المصرفي، مؤسسة الثقافة الجامعية الإسكندرية، مصر، 2015.
12. عبد الله مسلم، إدارة الجودة الشاملة، دار المعترف للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2015.
13. عبد الهادي مسعودي، الأعمال المصرفية الإلكترونية، بنوك الإلكترونية، نقود الإلكترونية، بطاقات الإلكترونية، دار النشر اليازوري، الجزائر، 2016.

14. محمد الصيرفي، إدارة العمليات المصرفية العادية وغير العادية، دار الفجر ولنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، مصر، 2016.
15. محمد الفاتح محمود بشير المغربي، تسويق الخدمات المصرفية، الأكاديمية الحديثة لكتاب الجامعي، القاهرة، مصر، 2022.
16. محمد حسين منصور، المسؤولية الالكترونية، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2007.
17. مصطفى يوسف كافي، النقود الالكترونية في ظل التقنيات الحديثة، دار المؤسسة رسلان للنشر والطباعة والتوزيع، سوريا، دمشق، 2011.
18. ناظم محمد نوري الشمري، عبد الفتاح زهير العبد اللات، الصيرفة الالكترونية-الأدوات والتطبيقات ومعيقات التوسع -، دار وائل للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، الأردن-عمان، 2008.
19. الهام خضير شبر، مها عبد الستار السامرائي، اقتصاد المعرفة والسياحة (تحليل معاصر لعلاقات وتطبيقات)، دار الدجلة، الطبعة الأولى، عمان، 2019.

رسائل واطروحات جامعية:

1. أسماء دردور، أثر التكنولوجيا المعلومات في ترقية تسويق الخدمات المصرفية والمالية، رسالة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، جامعة العربي بن مهدي، أم البواقي، الجزائر، 2015-2016.
2. بسمة سامي الخطيب، دور الصيرفة الإلكترونية في تحقيق الميزة التنافسية؛ أطروحة دكتوراه غير منشورة إدارة الاعمال، جامعة دمشق، سوريا، 2014.
3. بلال سوفي، دليلة جديلي، إثر الخدمات الالكترونية على جودة الخدمات المصرفية، مذكرة لنيل شهادة ماستر أكاديمي في العلوم تجارية، جامعة العربي تبسي، باتنة، الجزائر، 2018.
4. بلعياش ميادة، إثر الصيرفة الإلكترونية على السياسة النقدية، اطروحة دكتوراه، اقتصاديات النقود والبنوك والاسواق المالية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2015.
5. حدو علي، انعكاسات الاتفاقية العامة لتجارة المالية على تأهيل المنظومة المصرفية الجزائرية، مذكرة مقدمة ضمن نيل شهادة ماستر في العلوم التجارية، تخصص مالية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر-3، الجزائر، 2013/2014.
6. حمود بسمة، الخدمات المصرفية الالكترونية ودورها في كسب ولاء الزبون، مذكرة لنيل شهادة الماستر في العلوم التجارية، جامعة 8 ماي 1945، قالمة، الجزائر، 2021/2022.

7. حواوسة شهيناز، معوقات تبني الخدمات المصرفية الالكترونية في البنوك التجارية الجزائرية، مذكرة تخرج مقدمة لاستكمال متطلبات نيل شهادة الماستر في العلوم التسيير، جامعة 8 ماي 1945، قالمة، الجزائر، 2021/2022.
8. درقالي خولة، المعاملات الإلكترونية وأثرها على الخدمة المالية في البريد الجزائر، مذكرة لنيل شهادة الماستر في العلوم التجارية، جامعة 8 ماي 1945، قالمة، 2020-2021.
9. ديدوش هاجرة، إثر استخدام نظم وتكنولوجيا المعلومات على جودة الخدم المصرفية-دراسة حالة عينة من البنوك التجارية-، أطروحة لنيل شهادة دكتوراه الطور الثالث في علوم التسيير، تخصص إدارة مالية، جامعة حسيبة بن بوعلي، الشلف، الجزائر، 2021/2022.
10. رسميه احمد امين أبو موسى، إثر جودة لخدمة على الربحية ورضا العملاء في المصارف الاردنية، رسالة لنيل درجة ماجستير في قسم التمويل والمصارف، كلية الاقتصاد، جامعة ال البيت، الأردن، 2000.
11. ريغي أم الخير، دور الصيرفة الإلكترونية في تحسين الخدمات المصرفية-، دراسة حالة بنك القرض الشعبي-تقرت-، مذكرة تدخل ضمن نيل شهادة الماستر، الطور الثاني، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة الجزائر، 2022.
12. زيتم سارة، دور وسائل الدفع الالكترونية في تحسين جودة الخدمات المصرفية - دراسة حالة بنك خليج الجزائر-، مذكرة لنيل شهادة ماستر في العلوم الاقتصادية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2014/2015.
13. سعيد محمد سعيد البرديل، الخدمات المصرفية الإلكترونية المطبقة في البنوك الإسلامية وعلاقتها برضا عملاء، رسالة مقدمة لنيل شهادة ماجستير في إدارة الأعمال، كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية، جامعة الأزهر، غزة. فلسطين، 2015.
14. سقله أسماء، إثر تحرير الخدمات المصرفية في ظل انضمام الجزائر للمنظمة العالمية للتجارة، رسالة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم التسيير، تخصص نقود ومالية، جامعة الجزائر3، 2013/2014.
15. سمية ديمش، التجارة الالكترونية حتميتها وواقعها في الجزائر، مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماجستير في العلوم الاقتصادية، جامعة منتوري، قسنطينة، جزائر، 2011/2010.
16. سميحة خلو، قياس جودة الخدمات المصرفية في البنوك التجارية -دراسة ميدانية مقارنة بين البنك CPA و بنك BEA في ال فترة 2015-2016، مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات نيل شهادة الماستر أكاديمي طور2، تخصص مالية وبنوك، جامعة قاصدي رايح، ورقلة، الجزائر، 2015/2016.

17. صلاح الدين مفتاح سعد الباهي، إثر جودة الخدمات المصرفية الالكترونية على رضا الزبائن، رسالة لنيل على درجة الماجستير في إدارة الاعمال، كلية الاعمال، جامعة الشرق الاوسط، عمان-الأردن، 2016.
18. عبد الحفيظ حسام الدين، جودة الخدمة المصرفية كمدخل لزيادة القدرة التنافسية للبنوك التجارية-دراسة حالة مجموعة من البنوك التجارية الجزائرية -، أطروحة مكملة لنيل شهادة دكتوراه الطور الثالث في علوم التجارية، تخصص بنوك، جامعة محمد بوضياف، مسيلة، الجزائر، 2021/2020.
19. كراش مريم، قايدي فضيلة، الصيرفة الإلكترونية ودورها في تحسين جودة خدمة البنكية، مذكرة مقدمة ضمن نيل شهادة الماستر أكاديمي، تخصص اقتصاد نقدي وبنكي، جامعة عبد الحميد بن باديس، مستغانم، 2022-2023.
20. لوصيف عمار، استراتيجيات نظام المدفوعات للقرن الحادي والعشرين-مع الإشارة الى التجربة الجزائرية-، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية، جامعة قسنطينة، 2008/2007، مذكرة غير منشورة.
21. مرطاني نور الدين، إثر جودة الخدمة المصرفية على أداء البنوك التجارية، دراسة ميدانية بنك CPA وبنك BADR-وكالة قالمة-، مذكرة لنيل شهادة ماستر الأكاديمي في علوم التسيير، جامعة 8 ماي 1945، قالمة، الجزائر، 2021/2020.
22. نايل سهام، إثر جودة الخدمة المصرفية على تحقيق الميزة التنافسية للبنوك التجارية الجزائرية -دراسة حالة بنوك ولاية قسنطينة -، أطروحة مكملة لنيل شهادة الدكتوراه في العلوم الاقتصادية، تخصص تسويق، جامعة العربي بن مهدي، ام بواقي، الجزائر، 2015/2016.

ملتقيات:

1. منصورى الزين، وسائل وأنظمة الدفع والسداد الالكترونية -عوامل الانتشار وشروط النجاح-، ملتقى العلمي الدولي الرابع حول عصرنة نظام الدفع في البنوك الجزائرية وإشكالية اعتماد التجارة الالكترونية في الجزائر-عرض تجارب دولية-، المركز الجامعي خميس مليانة، الجزائر، 2011.

مجلات:

1. اممر بن موسى، احمد علماوي، الخدمات المصرفية الالكترونية بين التحدي ومتطلبات النجاح، مجلة إدارة الاعمال والدراسات الاقتصادية، مجلد6، العدد2، جامعة غرداية، الجزائر، 2020.
2. اوصغير لويزة، الخدمات الصيرفة الالكترونية في البنوك التجارية دراسة حالة القرض الشعبي الجزائري، مجلة الاقتصاديات المالي والأعمال، ال عدد7، سبتمبر 2018، صفحة 368.

3. بريش عبد القادر، جودة الخدمات المصرفية كمدخل لزيادة القدرة التنافسية للبنوك، مجلة اقتصاديات شمال افريقيا، جامعة حسيبة بن بوعلي، الشلف، المجلد2، العدد3، 2005.
4. بلهادي عبد القادر، نزعي عز الدين، متطلبات الصيرفة الإلكترونية في البنوك الجزائرية من وجهة نظر عمالها-دراسة على عينة في البنوك الجزائرية-، مجلة الحقوق والعلوم الانسانية، جامعة زيان عاشور، الجلفة، المجلد 1، العدد35.
5. بن نقي سفيان، احكام الشيك الالكتروني، جامعة طاهري محمد، مجلة القانون والعلوم السياسية، بشار، الجزائر.
6. خيري علي اوسو، لؤي لطيف بطرس، تقييم مستوى جودة الخدمات المصرفية من وجهة نظر الزبائن -دراسة استطلاعية لآراء عينة من الزبائن مصارف مدينة دهلوك-، تنمية الرافدين، 2008.
7. ديدوش هاجرة، حريري عبد الغني، دور الصيرفة الإلكترونية في تحسين الخدمة المصرفية، مجلة اقتصاديات شمال افريقيا، المجلد17، العدد26، 2021.
8. ديدوش هاجرة، حريري عبد الغني، واقع الخدمات المصرفية الالكترونية بالبنوك التجارية، مجلة استراتيجيات التحقيقات الاقتصادية والمالية، مجلد 4، العدد1، الشلف، الجزائر، 2022.
9. ساخي بو بكر، دور وأهمية جودة الخدمة التأمينية في جلب العملاء، مجلة الأبحاث الاقتصادية، المجلد17، العدد1، جامعة لونييسي علي، البليدة، الجزائر، 2022.
10. ظريفة غزالي، العامرية لجمال، دور الصيرفة الإلكترونية في تحسين جودة الخدمة المصرفية، مجلة الاقتصاديات الاعمال والتجارة، جامعة مسيلة، الجزائر، العدد2، المجلد7، 2022.
11. عبد الرحمان رايس، تقييم جودة الجيل الثالث من الهاتف النقال في الجزائر-دراسة استطلاعية حول ردود أفعال المستهلكين اتجاه الابتكارات التسويقية للمتعاملين: موبيليس واوريديو، مجلة العلوم الاجتماعية والإنسانية، باتنة، العدد13، 2017.
12. عريوة محاد، محمد خاوي، واقع وسائل وانظمة الدفع الالكتروني في النظام البنكي الجزائري، مجلة الدراسات الاقتصادية المعاصرة، جامعة محمد بوضياف، المسيلة، الجزائر، العدد4، 2017.
13. عقيل سالم محمد، جودة الخدمات المصرفية كمدخل لزيادة القدرة التنافسية للمصارف، مجلة الكوت، جامعة واسط، العراق، ال عدد49، المجلد15، 2023.
14. عماد الدين بركات، طيبي حورية، وسائل الدفع الالكترونية ودورها في تفعيل التجارة الالكترونية، مجلة القانون والتنمية المحلية، مخبر القانون والتنمية المحلية، ادار، الجزائر، المجلد1، العدد2، جوان2019.

15. قطاف عقبة، بومعزة فاطمة الزهراء، الواقع المحاسبي لوسائل وأنظمة الدفع الإلكتروني في المؤسسة الاقتصادية، مجلة ميلان للبحوث والدراسات، جامعة محمد خيضر، بسكرة، الجزائر، المجلد 7 العدد1، جوان2021.
16. مساعد العياشي، شامي رشيدة، اتجاهات الموظفي المؤسسات المصرفية نحو التسويق الإلكتروني للخدمات المصرفية، مجلة الدراسات الاقتصادية، مجلد21، العدد1، جامعة الجزائر-3، الجزائر،2021.
17. نعيمة مولفوعة، إحلال وسائل الدفع المصرفية التقليدية والإلكترونية، مجلة البحوث في الحقوق والعلوم السياسية، جامعة التكوين المتواصل، تيارت، ال عدد6، 2016.
18. هالة عبدلي، الصيرفة الإلكترونية آلية ضمان جودة الخدمات المصرفية، مجلة الأصيل للبحوث الاقتصادية والإدارية، العدد الأول، جوان 2017، خنشلة.
19. وفاء جيثرمزعل، المعوقات التي تواجه تطبيق الصيرفة الإلكترونية-دراسة حالة استطلاعية للأراء عينة من موظفي المصرف العاملة في المدينة الناصرية-، مجلة دراسات محاسبية ومالية، مجلد16، ال عدد57، سنة2021.

قوانين:

1. قانون رقم 05-18، المؤرخ في 10 مايو2018، يتعلق بالتجارة الكترونية، ج. ر. عدد 18، الصادر في 16 مايو 2018.

ثانيا: المراجع باللغة الأجنبية

1. Carman & Langeard (1980), **Growth strategies for service firms**, Strategies Management Journal, vol1, Issue 1
2. Joseph Cronin and Steve Taylor, **Measuring service quality : An examination and extension**, journal of Marketing, vol56, 1992.
3. Michel Badoc, **Management pour les sociétés financières**, Édition Organisation, Paris.

ثالثا: مواقع الانترنت

- <https://www.poste.dz/>

الملاحق

الملحق رقم 01: البطاقة الذهبية



الملحق رقم 02: طوابع البريدية



الملحق رقم 03: موزع الآلي



الملحق رقم 04: جهاز الدفع الالكتروني



الملحق 07: بريد الجزائر



الملحق 08: تطبيق بريدي موب

