

جامعة غرداية
كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير
الميدان : العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير
قسم : العلوم الاقتصادية
شعبة : العلوم الاقتصادية



مذكرة مقدم لاستكمال متطلبات شهادة الليسانس أكاديمية
التخصص : اقتصاد نقدي ومالي
بمعنوان :

واقع الخدمات المصرفية الالكترونية وأثرها على البنوك التجارية-
دراسة حالة البنك الخارجي الجزائري BEA لولاية غرداية

تحت اشراف الأستاذ: نعاس صلاح الدين

من إعداد الطالبة:

✓ النايلي إحسان
✓ شرع محمد أكرم

السنة الجامعية: 2025/2024.

الملخص

تهدف هذه الدراسة إلى تحليل أثر الخدمات المصرفية الإلكترونية على أداء البنوك التجارية الجزائرية، من خلال دراسة حالة البنك الخارجي الجزائري - وكالة غرداية. اعتمدت الدراسة على منهج وصفي مدعم بجانب ميداني استقصائي عبر استبيان موجّه للموظفين. توصلت النتائج إلى أن الخدمات الإلكترونية ساهمت في تحسين جودة الخدمة في البنك المدروس، جذب العملاء، وتقليل الضغط على الفروع، مع بقاء بعض التحديات المرتبطة بالدعم الفني والتكوين. أوصت الدراسة بضرورة تعزيز البنية التحتية الرقمية وتكثيف التكوين المستمر للعاملين.

الكلمات المفتاحية: الخدمات المصرفية الإلكترونية، البنوك التجارية، البنك الخارجي الجزائري، الأداء البنكي، التحول الرقمي.

Abstract

This study aims to analyze the impact of electronic banking services on the performance of Algerian commercial banks, through a case study of the BEA – Ghardaïa branch. It adopts a descriptive-analytical approach supported by a field survey based on a questionnaire addressed to bank employees. The findings indicate that e-banking services have improved service quality, attracted new clients, and reduced pressure on branches, though some challenges remain regarding technical support and staff training. The study recommends enhancing digital infrastructure and continuous employee training.

Keywords: Electronic banking, commercial banks, BEA, banking performance, digital transformation.

الإهداء

لم تكن الرحلة قصيرة ولا ينبغي لها أن تكون ، لم يكن الحلم قريباً والطريق كان محفوفاً
بالتسهيلات لكي فعلتها

إلى من كلله الله بالهيبة والوقار الى من احمل اسمه بكل فخر إلى من لا ينفصل اسمه عن
اسمي من كان مصدر الدعم والعطاء سندي وقوتي وملاذي بعد الله

" أبي الغالي "

أهدي تخرجي وحصاد ما زرعته سنين طويلة في سبيل العلم الى اليد الخفيفة التي زالت
عني طريق الأشواك وغرست فيا حب العلم والتعلم داعمي الاول والسند في رحلتي من
.أخذت بيدي لإكمال هذا الطريق

" أمي الغالية "

إلى من وهبني الله نعمة وجودهم في حياتي الى العقد المتين إخوتي

ولا أنسى رفقاء روحي و كل من

أحمل حبه وكل العائلة الذي شاركوني خطوات هاذا الطريق وهونو تعب الطريق

الى مشرف ، المشروع الذي لم يتواني في مد يد العون ... الاستاذ صلاح الدين

النعاس

...إحسان

الإهداء

إلى من كان سندي ورفيقي في مساري الجامعي،
إلى من تقاسم معي لحظات الجد والاجتهاد،
إلى أخي وزميلي في درب العلم،
أهدي لك هذا العمل المتواضع، عرفاناً وتقديرًا لمواقفك النبيلة
ودعمك المستمر.

محمد أكرم

الشكر والتقدير

الحمد لله الذي وفقني لإتمام هذا العمل العلمي، وأتقدم بخالص الشكر والتقدير لكل من ساهم في دعمي خلال إنجاز هذه الدراسة.

أتوجه بجزيل الامتنان إلى أستاذي الفاضل صلاح الدين نعاس، على ما قدمه لي من توجيه أكاديمي ونصح علمي، وعلى دعمه المستمر وتشجيعه المتواصل، فله مني أصدق عبارات العرفان والتقدير.

كما لا يفوتني أن أشكر كافة موظفي وكالة البنك الخارجي الجزائري بغرداية الذين ساهموا في إنجاح الجانب الميداني من هذه الدراسة، ولكل من آزرني وساندني ولو بكلمة طيبة، جزيل الشكر والتقدير.

فهرس المحتويات

الصفحة	العنوان
	الملخص
IV	قائمة المحتويات
VII	قائمة الجداول
VIII	قائمة الأشكال
أ	المقدمة
01	الفصل الأول: الإطار النظري للخدمات المصرفية الالكترونية
02	تمهيد
03	المبحث الأول: مفاهيم أساسية للخدمات المصرفية الالكترونية
03	المطلب الأول: مفهوم الخدمات المصرفية الالكترونية وأشكالها
07	المطلب الثاني: متطلبات نجاح الخدمات المصرفية الالكترونية
08	المطلب الثالث: مزايا ومخاطر الخدمات المصرفية الالكترونية
10	المبحث الثاني: الدراسات السابقة
10	المطلب الأول: الدراسات العربية
11	المطلب الثاني: الدراسات الأجنبية
14	المطلب الثالث: ما يميز هذه الدراسة
15	الخلاصة

16	الفصل الثاني: واقع الخدمات المصرفية الالكترونية في البنوك التجارية-دراسة ميدانية بنك الجزائر الخارجي "ولاية غرداية"
17	تمهيد
18	المبحث الأول: تقديم البنك الخارجي الجزائري
19	المطلب الأول: تعريف البنك الخارجي الجزائري
20	المطلب الثاني: توزيع شبكته وطنيا والخدمات التقليدية والحديثة التي يقدمها
22	المبحث الثاني: الدراسة الميدانية على مستوى البنك
22	المطلب الأول: تقديم أداة الدراسة
24	المطلب الثاني: تحليل نتائج الاستبيان
33	خلاصة
34	الخاتمة
37	قائمة المراجع
	الملاحق

قائمة الأشكال والجداول والملاحق

قائمة الأشكال

الرقم	عنوان الجدول	الصفحة
01	أعمدة بيانية تمثل توزيع العمال حسب الجنس	25
02	أعمدة بيانية توضح توزيع العمال حسب السن	26
03	دائرة نسبية توضح توزيع السكان حسب المؤهل العلمي	27
04	دائرة نسبية توضح توزيع السكان حسب سنوات العمل في البنك	28

قائمة الجداول

الرقم	عنوان الجدول	الصفحة
01	توزيع العمال حسب الجنس	24
02	توزيع العمال حسب السن	25
03	توزيع العمال حسب المؤهل العلمي	26
04	توزيع العمال حسب سنوات العمل في البنك	27
05	واقع الخدمات المصرفية في البنك الخارجي الجزائري	29
06	أثر الخدمات المصرفية في بنك الخارجي الجزائري	31

مقدمة

يشهد الإنسان في القرن الحادي والعشرين تحولاً كبيراً، تزامناً مع الطفرة في تطور وسائل الإنتاج ودخول العالم المجال الرقمي، مما دفع القطاع المصرفي إلى الانخراط في التحول التكنولوجي من خلال زيادة الإنفاق على التقنيات الحديثة. فقد أدت التطورات المتسارعة في بيئة الأعمال المصرفية، إلى جانب المنافسة الشديدة والتحديات غير المسبوقة، إلى انتشار الخدمات المصرفية الإلكترونية بهدف استقطاب المزيد من العملاء عبر تطوير الخدمات وتحسين خصائصها التسويقية، بالإضافة إلى تدريب الموظفين على تقديمها بكفاءة.

أثرت التكنولوجيا الحديثة بشكل كبير على الأداء الاقتصادي والتجاري للمؤسسات عامةً، وللقطاع المصرفي خاصةً، حيث ساهمت في تمكين المصارف من التحول والتكيف مع متطلبات الخدمات الحديثة. وفي هذا السياق، تم إدخال نموذج جديد للخدمات المصرفية الإلكترونية في السوق خلال السنوات الأخيرة، ما أتاح للمستخدمين إجراء معاملاتهم اليومية بسرعة وكفاءة أكبر.

أصبحت الخدمات المصرفية الإلكترونية عنصراً أساسياً في تعزيز القدرة التنافسية للقطاع المصرفي عالمياً، وبشكل خاص في الجزائر، حيث باتت الرقمنة واستغلال التكنولوجيا ضرورة ملحة، نظراً لحجم البيانات الضخم وحركة رؤوس الأموال التي تحتاج إلى إدارة فعالة. يهدف هذا التوجه إلى تحسين الخدمات المصرفية الإلكترونية لتلبية احتياجات العملاء وتعزيز رضاهم وولائهم، مما يساهم في توسيع الحصة السوقية للمصارف ومواجهة المنافسة.

جاءت الخدمات المصرفية الإلكترونية كنتيجة للتطور التكنولوجي، وكحل للعراقيل التي أفرزتها الطرق التقليدية، مما سهل انتشارها السريع. وقد ساهمت البنوك بشكل كبير في هذا التحول من خلال جهودها الحثيثة لجذب أكبر عدد من العملاء وتعريفهم بمزايا وفعالية هذه الوسائل الحديثة.

أ. الإشكالية:

مما سبق يمكن طرح التساؤل التالي حول ما واقع الخدمات المصرفية الإلكترونية في البنك الخارجي الجزائري – وكالة غرداية ؟

وتتفرع هذه الإشكالية إلى جملة من الأسئلة الفرعية التي نوجزها فيما يلي:

- ❖ ما مدى توفر مختلف أشكال الخدمات المصرفية الإلكترونية في البنوك التجارية؟
- ❖ هل تتوفر مختلف شروط نجاح هذه الخدمات في البنوك التجارية؟

❖ ما اثر الخدمات المصرفية الإلكترونية على اداء بنك الجزائر الخارجي لولاية غرداية وما الأثر الذي تخلفه فيه؟

ب. الفرضيات: من أجل الإجابة على التساؤلات السابقة نضع الفرضيات التالية:

❖ الفرضية الرئيسية: ككل المؤسسات التي واكبت التطور التكنولوجي والرقمي نجد البنوك التجارية هي الأخرى تسعى لتوفير مزايا وخدمات مصرفية إلكترونية تسهل من عملها وتوفر راحة عملائها الشيء الذي يؤثر إيجابيا عليها.

❖ الفرضيات الفرعية:

- تتوفر البنوك التجارية بصفة كبيرة على أشكال عديدة من الخدمات المصرفية الإلكترونية.
- تسعى البنوك التجارية لتوفير كل الشروط والمتطلبات التي تساهم في نجاح الخدمات المصرفية الإلكترونية.
- تتميز الخدمات المصرفية الإلكترونية كونها توفر الوقت والجهد والتكلفة، ومن بين مخاطرها عدم التأمين الكافي للأنظمة الذي يجعلها عرضة للاختراقات.

ت. أهداف الدراسة:

- ❖ تحليل واقع الخدمات الإلكترونية في البنوك من خلال التعرف على أنواع الخدمات المقدمة، قياس مدى انتشار واستخدام هذه الخدمات بين العملاء.
 - ❖ تقييم تأثير الإلكترونيات على الأداء البنكي من خلال تحليل تأثيرها على سرعة الخدمات المصرفية وكفاءتها.
 - ❖ تحليل المخاطر والتحديات المرتبطة بالخدمات الإلكترونية.
- ث. أهمية الدراسة:

مع التطور التكنولوجي المتسارع أصبحت الخدمات الإلكترونية عاملا رئيسيا في تطوير القطاع المصرفي، حيث تلعب دورا حيويا في تحسين الأداء وزيادة رضا العملاء وتعزيز القدرة التنافسية للبنوك التجارية، ودراسة هذا الموضوع مهم من عدة نواحي حيث إن الخدمات المصرفية الإلكترونية تساهم في تحسين جودة الخدمات المقدمة للعملاء وكذا تخفيض التكاليف التشغيلية، إضافة إلى تعزيز الأمان والشفافية.

ج. أسباب اختيار الموضوع

❖ أسباب ذاتية:

- الاهتمام الشخصي بالتكنولوجيا والتحول الرقمي في القطاع المصرفي.
- الرغبة في التخصص المهني في مجال البنوك.

- إثراء المعرفة وبناء قاعدة معرفية قوية حول الموضوع.

❖ أسباب موضوعية:

- التطور التكنولوجي السريع واعتماد البنوك التجارية بشكل متزايد على الخدمات المصرفية الالكترونية.
- تشجيع الحكومات والمؤسسات المالية على التحول الرقمي ما يجعل الدراسة في هذا المجال ذات أهمية كبيرة.

- تغيير سلوك العملاء حيث أصبحوا يفضلون الخدمات المصرفية الالكترونية على الفروع التقليدية.

ح. حدود الدراسة:

❖ الحدود المكانية: أجريت هذه الدراسة على مستوى البنك الخارجي الجزائري BEA لولاية غرداية.

❖ الحدود الزمانية: امتدت الدراسة الاستطلاعية من أول يوم تم الاشعار فيه بموضوع البحث، أما

الدراسة الميدانية فامتدت من 25 أفريل 2025 إلى 13 ماي 2025

خ. منهجية البحث:

للإجابة على الأسئلة المطروحة، ونظرا لأهمية الموضوع وبغية الإلمام بكافة جوانبه، تم الاعتماد على المنهج التحليلي وهو المنهج الأكثر انتشارا في الدراسات الخاصة بالعلوم الاجتماعية، كما تم الجمع بين الدراسة النظرية والتطبيقية للموضوع، كما تم الاعتماد على أسلوب دراسة حالة في الدراسة الميدانية، حيث تم الاعتماد على المقابلة مع موظفي بنك الجزائر الخارجي لولاية غرداية لمعرفة وجهة نظرهم حول الخدمات المصرفية الإلكترونية، كما تم الاعتماد على الاستبيان الذي يعتبر عنصر أساسي في الدراسة والذي سيوجه لموظفي البنك.

د. صعوبات الدراسة:

- نقص البيانات والمعلومات الحديثة.
- القضايا الأمنية والخصوصية والسرية في بعض المعلومات.
- صعوبة في توزيع الاستبيان على الموظفين الأمر الذي أخذ وقت طويل.

الفصل الأول: الإطار النظري للخدمات الإلكترونية في البنوك التجارية

الفصل الأول: الإطار النظري للخدمات الإلكترونية في البنوك التجارية

تمهيد

إن التطور الكبير الذي شهده القطاع المصرفي خلال العقود الأخيرة، والمدفوع بوتيرة التقدم التكنولوجي المتلاحق، ساهم في بروز الخدمات المصرفية الإلكترونية كركيزة أساسية ضمن منظومة العمل البنكي الحديث. فقد غدت هذه الخدمات أداة محورية في تعزيز كفاءة الأداء المالي، وتوسيع نطاق الوصول إلى العملاء، وتحسين تجربة المستخدم، عبر تقديم وسائل أكثر سهولة وأماناً لإدارة الحسابات البنكية، وتحويل الأموال، وتنفيذ مختلف المعاملات في أي وقت ومن أي مكان.

وتعتمد البنوك التجارية بشكل متزايد على هذه الخدمات الرقمية لتوفير حلول مالية مبتكرة تلبي احتياجات الأفراد والمؤسسات، من خلال قنوات إلكترونية متعددة تشمل التطبيقات المصرفية الذكية، والمواقع الرسمية، وأجهزة الصراف الآلي المتطورة، ونظم الدفع الإلكتروني الحديثة. كما أن التحول الرقمي في القطاع البنكي لم يقتصر على رقمنة الخدمات التقليدية، بل شمل أيضاً تطوير منتجات مالية جديدة تستفيد من تقنيات متقدمة مثل الذكاء الاصطناعي، وتقنية البلوك تشين، والحوسبة السحابية، وهو ما ساهم في رفع مستويات الأمان، وتحقيق مزيد من الشفافية، وتسريع إنجاز العمليات.

ومع هذا الاعتماد المتزايد على الحلول الرقمية، برزت تحديات متعددة مثل حماية المعلومات، وأمن الفضاء السيبراني، والامتثال للضوابط التنظيمية، ما يفرض على البنوك التجارية ضرورة تبني سياسات مرنة ومتقدمة لضمان استمرارية الخدمات بكفاءة وموثوقية. وعليه، يتناول هذا الفصل من الدراسة موضوع الخدمات المصرفية الإلكترونية في البنوك التجارية، من حيث مفاهيمها، وتصنيفاتها، وأهميتها، وانعكاساتها على الواقع المصرفي، فضلاً عن التحديات التي تواجهها وآفاق تطورها في المستقبل.

وسنحاول فيما يلي التعرف على الخدمات المصرفية الإلكترونية حيث نقسم الفصل إلى مبحثين، مبحث أول يتناول مفاهيم أساسية حول الخدمات المصرفية الإلكترونية، ومبحث ثاني يعرض بعض من الدراسات السابقة التي تناولت الموضوع.

المبحث الأول: مفاهيم أساسية حول الخدمات المصرفية الإلكترونية

تعد الخدمات المصرفية من الركائز الأساسية للنظام المالي الحديث، حيث تلعب دوراً محورياً في تسهيل العمليات الاقتصادية وتلبية احتياجات الأفراد والشركات. يشمل هذا المجال مجموعة واسعة من الأنشطة، مثل قبول الودائع، منح القروض، تحويل الأموال، وإدارة الاستثمارات. كما تعتمد الخدمات المصرفية على مفاهيم رئيسية، مثل أنواع البنوك، الأدوات المالية، السيولة، ومخاطر الائتمان، التي تؤثر على كفاءة وأمان المعاملات المالية. يهدف هذا المبحث إلى تقديم نظرة شاملة حول هذه المفاهيم، مما يساعد على فهم آلية عمل المصارف ودورها في تعزيز الاستقرار الاقتصادي.

وفيما يلي سنحاول التعرف على أهم جوانب الخدمات المصرفية الإلكترونية حيث نقسم المبحث إلى ثلاث مطالب، يعرض الأول مفهوم الخدمات المصرفية وأشكالها، بينما يعرض الثاني متطلبات نجاحها ويتناول الثالث مزايا ومخاطر الخدمات المصرفية الإلكترونية.

المطلب الأول: مفهوم الخدمات المصرفية الإلكترونية وأشكالها

أولاً مفهوم الخدمات المصرفية الإلكترونية

قبل التطرق لمفهوم الخدمات الإلكترونية لابد ان نشير الى مفهوم الخدمات المصرفية:

- ✓ يعرف كل من Kotler & Armstrong الخدمة المصرفية بأنها أنشطة أو منافع أو إشباعات يقدمها طرف (البائع) لطرف آخر (المشتري)، وهي بطبيعتها غير ملموسة، ولا يترتب على بيعها نقل ملكية شيء، وقد يرتبط أو لا يرتبط إنتاجها وتقديمها بمنتج مادي ملموس.¹
- ✓ تعرف أيضاً بأنها "مجموعة من الأنشطة والعمليات التي يقدمها المصرف، والتي يدركها المستفيدون من خلال خصائصها وقيمتها الفائدة، حيث تشكل مصدراً لتلبية احتياجاتهم ورغباتهم المالية والائتمانية".²
- هناك العديد من التعاريف التي قدمت حول مفهوم الخدمة المصرفية الإلكترونية سنقوم بعرض البعض منها في سبيل توضيح هذا المصطلح:
- ✓ عرفت بأنها جميع الخدمات التفاعلية عن طريق استخدام الاتصالات السلكية واللاسلكية.

¹ ديدوش هاجرة، حريري عبد الغني، واقع الخدمات المصرفية بالبنوك الجزائرية، مجلة استراتيجيات التحقيقات الاقتصادية والمالية، المجلد 04، العدد 01، جامعة حسينية بن بو علي-الشلف، 2022، ص 23.

² المرجع نفسه.

الفصل الأول: الإطار النظري للخدمات الإلكترونية في البنوك التجارية

✓ وفي تعريف آخر عرفت الخدمات المصرفية الإلكترونية بتقديم البنوك الخدمات المصرفية التقليدية، أو المبتكرة من خلال شبكات الاتصال الإلكترونية تقتصر صلاحية الدخول إليها على المشاركين فيها فقط وفقا لشروط العضوية التي تحددها البنوك.¹

✓ في ذات السياق تعرف على أنها تلك الخدمات التي يتلقاها الزبون عبر وحدة طرفية كالصرافات الآلية، التي تتصل بأحد قنوات الاتصال بنظام البنك.²

ثانيا: خصائص الخدمات المصرفية الإلكترونية Electronic Banking Services

توجد جملة من الخصائص نذكر منها ما يلي:

✓ **ليس لها قيود زمنية:** من أهم الخصائص التي تتميز بها المصارف الإلكترونية أنها تقدم خدماتها لعملائها طوال الوقت دون التقيد بأوقات عمل معينة كالبنوك التقليدية، أي دون أن تكون هناك إجازات للموظفين مثلا أو غياب موظف ما، أي أنه لا توجد أي معوقات من أي نوع لأي نوع من الخدمات التي تقدمها تلك المصارف الإلكترونية، فهي تقدم كافة خدماتها في كافة أيام الأسبوع وطوال ساعات اليوم.

✓ **سهولة الاتصال بالمصرف:** حيث يقوم العميل بالاتصال بالمصرف من أي مكان عن طريق الأنترنت، فيرد عليه البنك ممثل في جهاز الرد الآلي ليستعلم من العميل عن رقمه السري المخصص له من البنك فيدخله العميل وعندئذ يكون العميل قد دخل المصرف الإلكتروني، وتتم كافة الإجراءات التي يريدها في ثوان محددة.

✓ **التقليل من الوثائق الورقية للمعاملات:** إذ أن كافة الإجراءات والمراسلات تتم بين الزبون ومقدم الخدمة المصرفية إلكترونيا دون استخدام ورق ووثائق رسمية.

✓ **إمكانية تسليم الخدمات إلكترونيا:** وذلك دون حاجة الزبون للذهاب إلى البنك، وبذل جهد ووقت، إذ يمكن تسليم الخدمة إلكترونيا، وتوفير الوقت والجهد على سبيل المثال كشوفات الحساب والأرصدة.³

ثالثا: اشكال الخدمات المصرفية الإلكترونية

لقد تطورت وسائل وأدوات العمل البنكي الإلكتروني بتطور تكنولوجيا المعلومات والاتصالات فظهرت عدة قنوات للعمل البنكي الإلكتروني من أهمها ما يلي:

✓ الصيرفة عبر الصراف الآلي :

تعد أكثر الوحدات الإلكترونية شيوعا واستخداما في مجال الخدمة البنكية، وهو جهاز أوتوماتيكي الخدمة العملاء دون أي تدخل للعنصر البشري، وذلك بمساعدة برامج معدة سلفا تلبي الاحتياجات البنكية للعملاء

¹رمضاني محمد البخاري، قطاني محمد كمال، دور الخدمات المصرفية الإلكترونية في تحسين أداء البنوك التجارية-دراسة حالة عينة من البنوك التجارية في منطقة ورقلة، مذكرة ماستر، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، تخصص نقدي وبنكي، 2022، ص 4.

² المرجع نفسه.

³ديوش هاجرة، حريري عبد الغني، مرجع سبق ذكره، ص 24.

الفصل الأول: الإطار النظري للخدمات الإلكترونية في البنوك التجارية

على مدار الساعة، باستخدام بطاقة الصراف الآلي وهي بطاقة بلاستيكية بمواصفات معينة تصدر من البنك، تحمل عادة هذه البطاقة اسم العميل ورقم حسابه ورمز الفرع، وعليها شريط ممغنط ذو لون بني داكن يحمل نفس المعلومات السابقة، ولكل بطاقة رقم سري يعرفه حاملها فقط، وتعتمد آلية عمل آلات الصرف الذاتي على وجود اتصال بين الحاسب الرئيسي للبنك وآلة الصرف الذاتي المتواجدة في أماكن جغرافية، بحيث يمكن استقبال بيانات العميل كرقم التعريف الشخصي PIN ورقم الحساب ثم إدخال رمز الخدمة، لتقوم بعد ذلك بإعطاء استجابة فورية تتمثل إما في السحب النقدي، الإيداع النقدي، كشف الحساب، بيان الأرصدة.¹

✓ الصيرفة عبر الهاتف النقال:

بدأت البنوك استخدام الهاتف النقال في المحال البنكي من خلال إرسال رسائل قصيرة تبين الحركات التي تمت على الحساب حيث يستقبلها العميل بشكل منتظم على هاتفه النقال ويطلق على نشاط البنك من خلاله بالصيرفة الخلوية، وقد تم في سنوات ربط الانترنت بالهاتف النقال WAP حيث يشترط البنك لعرض هذه الخدمة وجود بطاقة فيزا الالكترونية لمن يريد ربطها بالإنترنت أما في الوقت الحالي ومع ظهور الجيل الجديد للهواتف النقالة والتي أصبحت تتميز بنفس خصائص الحاسب الآلي إلا أنها بحجم مصغر وبسعة أقل، فبمجرد توفر خدمة التغطية بالشبكة يمكن للعميل الحصول على أي خدمة بنكية يريدها، فقد أصبح يعتمد من قبل العملاء دون شروط حيث يتم من خلاله معرفة الرصيد، التحويل من حساب إلى حساب وكذا القيام بعمليات الدفع المختلفة، وقد عرف هذا النوع من الصيرفة تطورا واسعا من حيث عدد المستخدمين عبر العالم.

✓ خدمة الرسائل القصيرة:

هي خدمة تتيح للعميل استقبال رسائل قصيرة SMS للعديد من الخدمات البنكية والحركات التي تمت على حساباته، إضافة إلى معلومات ترويجية عن البنك بحيث يستقبلها بشكل منتظم على هاتفه الخليوي في أي مكان وفي أي وقت، ويشترط لتقديم هذه الخدمة وجود بطاقة فيزا لمن يود الاشتراك عن طريق الانترنت ومن أهم أنواع الرسائل تجد رسائل تحويل الراتب التحويلات بين الحسابات الإيداع النقدي السحب النقدي ... إلخ .

✓ البنوك المنزلية:

طبق هذا النظام لأول مرة سنة 1980 في الولايات المتحدة الأمريكية ولكن استخدامه على النطاق التجاري الواسع لم يتحقق إلا بعد انتشار أجهزة الحاسبات الشخصية، ويعتمد نظام البنوك المنزلية على ما يعرف بعملية تحويل وإعادة تحويل البيانات حتى يتم ربط الحاسب الآلي للبنك بالحاسب الشخصي الموجود بمنازل العملاء من خلال وسائط الاتصال كشبكة الخطوط الهاتفية، ويعمل هذا الحاسب الشخصي كمحطة طرفية يتم عن طريقها تقديم الخدمات البنكية عرض أرصدة العميل، بيان الشيكات المحصلة وتحت التحصيل إرسال تعليمات للبنك كتحديد الودائع، تحويل مبلغ من حساب الآخر، طلب دفتر الشيكات (...)، ويتم تداول البيانات بين

¹ علي محبوب، علي سنوسي، واقع الصيرفة الالكترونية في البنوك التجارية مصرف السلام الجزائر نموذجا، مجلة شعاع الدراسات الاقتصادية، المجلد 04، العدد 02، جامعة المسيلة مخبر الاستراتيجيات والسياسات الاقتصادية في الجزائر، 2022، ص 13 .

الفصل الأول: الإطار النظري للخدمات الإلكترونية في البنوك التجارية

حاسب البنك وحاسب العميل عن طريق تحويلها من شكلها الرقمي إلى إشارات يمكن نقلها إلكترونياً إلى حاسب العميل وتستخدم في ذلك المحولات modems والتي تقوم أيضاً بالعملية العكسية.

✓ خدمات نقاط البيع:

تمنح عملاء البنوك مرونة كبيرة لتسديد قيمة مشترياتهم إلكترونياً كبديل للنقود الورقية أو الشيكات وخاصة إذا كانت المبالغ المطلوبة كبيرة، حيث يتم استخدام جهاز للدفع الآلي متصل بشبكة إلكترونية مع البنوك، يتم من خلاله التحويل الإلكتروني للنقود من حساب العميل إلى حساب التاجر باستخدام بطاقة العميل البنكية، والتي يستخدمها العميل عند دفع قيمة الخدمات والبضائع التي يحصل عليها لدى محلات البيع بالتجزئة.

✓ الصيرفة عبر شبكة الإنترنت:

تسمح هذه الخدمة العملاء المؤسسات البنكية بالقيام بالمعاملات المالية من خلال الدخول إلى الصفحة الإلكترونية التي تشغلها المؤسسة البنكية عبر الإنترنت حيث تسمح هذه الخدمة المريحة الأمانة للعملاء الذين لديهم بطاقات السحب الآلي من الدخول لمعلوماتهم البنكية من أي مكان وعلى مدار الساعة، ومن أهم هذه المعاملات تجد: التحقق من أرصدة الحسابات، فتح حسابات جديدة، تحويل الاموال بين الحسابات ودفع الفواتير إلكترونياً، تسديد فواتير بطاقات الائتمان، شراء أو بيع الاستثمارات إرسال رسائل الكترونية للاستفسار عن أية معلومات مثل أسعار الفوائد على الودائع والفروض وغيرها¹.

¹ العلمي، منال عبد الحميد. الصيرفة الإلكترونية بين الفقه الإسلامي والنظام المصرفي المعاصر. دمشق: دار العصماء، 2018، ص 63.

المطلب الثاني: متطلبات نجاح الخدمات المصرفية الإلكترونية

هناك العديد من متطلبات نجاح الخدمات المصرفية الإلكترونية، تذكر أهمها:

أولاً: البنية التحتية التقنية

ان المتطلب الرئيسي الأول مرهون بمعنى التحكم في إدماج شبكات الاتصال في الحياة المصرفية بشكل يضمن الأمن والسلاسة في أداء الأعمال الإلكترونية، أما العنصر الثاني للبناء التحتي يتمثل في تقنية المعلومات من حيث الأجهزة البرامج والكفاءات البشرية المدربة التي تواكب العمل في بيئة تكنولوجيا المعلومات والاتصال المتجددة والمتسارعة، وفيما يتعلق بعنصر استراتيجيات البناء التحتي في حقل الاتصالات وتقنية المعلومات، فإنه يتم تحديد أولويات و أغراض تطوير سوق الاتصالات في الدولة، وتنظيم الالتزامات المقدمي الخدمات مع تحديد معايير و مواصفات الخدمة المتميزة، و في مقدمتها أمن وسلامة تبادل المعلومات و سريتها و توفير الإطار القانوني الواضح الذي يحدد الالتزامات على أطراف العلاقة.

ثانياً: الكفاءة الأدائية المتفقة مع عنصر التقنية

في الكفاءة القائمة على فهم احتياجات الأداء والتواصل التأهيلي والتدريبي، والأهم من ذلك أن تعقد كفاءة الأداء إلى كافة الوظائف الفنية المالية التسويقية القانونية الاستشارية والإدارية المتصلة بالعمل المصرفي الإلكتروني¹.

ثالثاً: التطوير والاستمرارية والتفاعلية عن المستجندات

ويتقدم عنصر التطوير والاستمرارية والنوعية على العديد من العناصر فالجهود وانتظار الآخرين لا يتفق مع النقاط فرمس التمييز، ويلاحظ الباحث العربي أن البنوك العربية لا تتجه دائماً نحو الزيادة في اقتحام الجديد، أنها تنتظر أداء الآخرين، وربما يكون المبرر الخشبة والخوف على أموال المساهمين واجتياز المخاطر، وهو أمر هام وضروري، لكنه ليس مانعاً من الزيادة، وبنفس القدر لا تعني الريادية في التحام الجديد والتسرع في التخطيط للتعامل مع الجديد وإعادة العدة لكنها حتماً تتطلب السرعة في انجاز ذلك.

رابعاً: التفاعل مع متغيرات الوسائل والاستراتيجيات

هو الاهتمام بتجديد الوسائل والبرامج مواكبة لتطورها العالمي وتطلعات الزبائن التي تفرض على البنوك الإلكترونية والبنوك التقليدية، فالجمود وانتظار الآخرين لا يتفق مع اكتساب المزايا التنافسية، وفرض المكانة داخل القطاع المصرفي.

خامساً: الرقابة التقييمية الحيادية.

تقوم البنوك بتقييم عملها المصرفي الإلكتروني من خلال الاستعانة بخبرات وجهات مشورة في تخصصات ثانية، التسويق القانون، والنشر الإلكتروني من أجل الاستفادة من توجيهات هذه الخبرات وتقييم ما من شأنه أن يكون مؤشراً سلبياً على توجود البنك في واجهة تقديم الخدمات الإلكترونية².

¹ عبد الله خبانة، الاقتصاد المصرفي مؤسسة شباب الجامعة، الاسكندرية، 2008، ص 107.

² مصطفى يوسف كافي النقود والبنوك الإلكترونية، دار مؤسسة رسلان، سوريا 2011، ص 128.

المطلب الثالث: مزايا ومخاطر الخدمات المصرفية الإلكترونية

أولاً: مزايا الخدمات المصرفية الإلكترونية

تتمثل مزايا الخدمات المصرفية الإلكترونية في¹:

✓ تخفيض النفقات التي يتحملها البنك لإجراء بعض المعاملات البنكية المختلفة بدون الحاجة للانتقال إلى البنك وهذا ما يؤدي إلى توفير تكلفة إنشاء فروع جديدة للبنك في المناطق البعيدة لأن تكلفة إنشاء موقع للبنك عبر الأنترنت لا تقارن بتكلفة إنشاء فروع جديدة للبنك في المناطق البعيدة لأن تكلفة إنشاء موقع للبنك عبر الأنترنت لا تقارن بتكلفة إنشاء فرع جديد له بما يحتاجه من مباني وأجهزة وعمالة مدربة ومستندات وصيانة. فممارسة البنك تسويق خدماته البنكية، وبعض المعاملات المالية عبر موقعه على الأنترنت تساعده على امتلاك ميزة تنافسية وتدعيم علاقاته مع عملائه مما يؤدي لزيادة ارتباطهم به والارتقاء على مستوى المعاملات التجارية.

✓ إن دخول البنوك العالمية شبكة الأنترنت وبما تملكه من قدرات على المنافسة يلزم بضرورة دخول البنوك العربية لهذه الخدمة لمواجهة التحديات الجديدة الناجمة عن عرض البنوك الأجنبية لخدماتها وقيام العملاء وفقاً لذلك بالمقارنة بين خدمات جميع البنوك لاختيار ما يناسبهم؛

✓ تعزيز رأس المال الفكري وتطوير تكنولوجيا المعلومات.

✓ إن الصيرفة الإلكترونية تؤدي لتيسير التعامل بين البنوك وجعله متوصلاً على مدار الوقت.

✓ اختصار المسافات الجغرافية ورفع الحواجز التقليدية.

✓ قيام علاقات مباشرة بين المشتري والبائع.

✓ توفير المزيد من فرص العمل والاستثمار.

✓ يشكل استخدام الأنترنت في البنوك نافذة إعلامية لتعزيز الشفافية وذلك من خلال التعريف بهذه البنوك وترويج خدماتها والإعلام بنشأة البنك وتطوره ومؤشراتته المالية لوضعها تحت تصرف الباحثين والدارسين وسائر الأطراف الأخرى المعنية بالأمر.

ثانياً: مخاطر الخدمات المصرفية الإلكترونية

¹لوييزة أو صغير، الخدمات الصيرفة الإلكترونية في البنوك الجزائرية -دراسة حالة القرض الشعبي الجزائري محنة اقتصاديات المال والأعمال العدد 372، 2018، ص 7.

الفصل الأول: الإطار النظري للخدمات الإلكترونية في البنوك التجارية

أشارت لجنة بازل للرقابة المصرفية إلى أنه ينبغي وضع السياسات والإجراءات اللازمة لإدارة مخاطر العمليات المصرفية الإلكترونية والرقابة عليها وأصدرت هذه اللجنة خلال سنة 2001 مبادئ لإدارة هذه المخاطر، تتمثل هذه المخاطر في:

❖ مخاطر السمعة :

تنشأ مخاطر السمعة في حالة توافر رأى عام سلبي تجاه البنك الأمر الذي قد يمتد إلى التأثير على بنوك أخرى نتيجة عدم مقدرة البنك على إدارة نظمه بكفاءة أو حدوث إختراق مؤثر لها.

❖ مخاطر التشغيل :

ويندرج تحت هذا البند جميع المخاطر التي لا يمكن تصنيفها ضمن البندين السابقين وتشمل على سبيل المثال لا الحصر: مخاطر العمليات مخاطر فشل النظم وبرامج الميكنة، مخاطر فقدان الكوادر البشرية الجيدة، مخاطر النقاضي مخاطر الاختلاس، مخاطر تبييض الأموال¹.

❖ المخاطر القانونية:

تحدث هذه المخاطر في حالة عدم احترام القوانين أو القواعد أو الضوابط المقررة خاصة تلك المتعلقة مكافحة غسيل الأموال أو نتيجة عدم التحديد الواضح للحقوق والالتزامات القانونية الناتجة عن العمليات المصرفية الإلكترونية ومن ذلك عدم وضوح ما إذا كانت هناك قواعد لحماية المستهلكين في بعض الدول أو لعدم المعرفة القانونية لبعض الاتفاقيات المبرمة باستخدام وسائل الوساطة الإلكترونية².

❖ مخاطر أخرى:

كما هو الحال بالنسبة للمخاطر الخاصة بالعمليات المصرفية التقليدية فإن العمليات المصرفية الإلكترونية تواجه كذلك مخاطر الائتمان السيولة، سعر الفائدة ومخاطر السوق، حيث أن قنوات حديثة للاتصال بالعملاء وامتداد نشاط منح الائتمان إلى عملاء غير الحدود قد يزيد من احتمالات إخفاق بعض العملاء في سداد التزاماتهم³.

¹ مزريق عاشور، معموري صورية، مداخلة بعنوان: عصرنة القطاع المالي والمصرفي وواقع الخدمات البنكية الإلكترونية بالجزائر، جامعة حسينية بن بوعلي-الشلف، 2019، ص 7.

² وسيم محمد الحداد وآخرون، الخدمات المصرفية الإلكترونية، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، الطبعة الأولى، 2012، ص 149.

³ عمر بن موسى الخدمات المصرفية الإلكترونية ومتطلبات تطويرها في الجزائر -دراسة ميدانية -، أطروحة دكتوراه جامعة غرداية، 2020، ص 4

المبحث الثاني: الدراسات السابقة

شهدت الخدمات الإلكترونية تطوراً ملحوظاً في القطاع المصرفي، مما ساهم في تحسين جودة الخدمات وزيادة كفاءة العمليات المصرفية. ومع التحول الرقمي، أصبح من الضروري دراسة واقع الخدمات الإلكترونية وأثرها على البنوك التجارية من حيث الأداء المالي، رضا العملاء، والقدرة التنافسية.

تعتمد هذه الدراسة على مراجعة الدراسات السابقة التي تناولت هذا الموضوع، بهدف تحليل الاتجاهات البحثية، واستخلاص أهم النتائج والتوصيات التي يمكن أن تسهم في تطوير الخدمات الإلكترونية وتعزيز دورها في تحقيق الأهداف الاستراتيجية للبنوك التجارية، حيث نقسم هذا المبحث إلى ثلاث مطالب يتناول الأول الدراسات العربية للموضوع بينما المطلب الثاني يتناول الدراسات الأجنبية في حيث يعرض المطلب الثالث ما يميز الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة.

المطلب الأول: الدراسات العربية

دراسة رمضان محمد البخاري ومحمد كمال، بعنوان دور الخدمات المصرفية الإلكترونية في تحسين أداء البنوك التجارية-دراسة حالة عينة من البنوك التجارية في ولاية ورقلة، مذكرة ماستر في ميدان العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير تخصص نقدي وبنكي، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، 2021\2022.

تهدف الدراسة إلى التعرف على مدى مساهمة الخدمات المصرفية الإلكترونية كمغير مستقل، في تحسين أداء البنوك التجارية بولاية ورقلة الذي يشكل المتغير التابع، والتي تسمح لها بتحسين أدائها. ولتحقيق أهداف الدراسة تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي، واستعمال أسلوب دراسة حالة، إذ تم اختيار عينة عشوائية مكونة من (03) مؤسسات بنكية موزعة بشكل عشوائي على إقليم ولاية ورقلة، وبلغ عدد الاستبيانات التي تم توزيعها (41) استبياناً، والتي أخضعت للمعالجة الإحصائية باستعمال برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS) الإصدار 26 وخلصت الدراسة إلى مجموعة من النتائج كان أهمها : أن المؤسسات البنكية تتوفر على خدمات إلكترونية تؤثر بصفة جيدة على أدائها المالي، الوظيفي، التجاري والاستراتيجي) حيث أثبتت الدراسة وجود أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية (0.05) لمساهمة الخدمات المصرفية الإلكترونية في تحسين أداء البنوك. وقد أوصت الدراسة بضرورة سعي المؤسسات البنكية إلى تطوير أنظمتها التكنولوجية، لتواكب التطور التكنولوجي وتسمح بتوفير أداء متميز وجودة عالية، مما يمكنها من تحسين أدائها الذي ينعكس على تطورها واستمراريتها، كما أوصت الدراسة متخذ القرار بضرورة تأهيل مواردها البشرية من خلال تدريبهم على تقنيات استخدام أنظمة المعلومات الحديثة، وتشجيعهم على الإبداع والتميز بتقديم الحوافز المادية والمعنوية لهم.

ثانيا: دراسة علي محبوب وعلي سنوسي، بعنوان واقع الصرفية الإلكترونية في البنوك التجارية مصرف السلام الجزائر نموذجا، مقال، مجلة شعاع للدراسات الاقتصادية، المجلد 04، العدد 02، جامعة المسيلة، مخبر الاستراتيجيات والسياسات الاقتصادية في الجزائر، 2020.

تهدف الدراسة إلى تسليط الضوء على واقع الصرفية الإلكترونية في البنوك التجارية، ومع إسقاط هذه الدراسة على حالة مصرف السلام حول استخدام أحدث التكنولوجيات بالنشاط المصرفي، تم التوصل إلى أن المصرف من خلال تبنيه لهذا المنتج كان يستهدف تحقيق أهدافه الاستراتيجية بتقديم هذه الخدمة مغطيا كافة جوانبها التجارية والقانونية وبالتالي تسمح هذه الخدمة بتغيير العمل المصرفي باعتبارها تتوجه لخدمة عملاء المصرف بالدرجة الأولى وتضمن توصيل المنتج الملائم للعميل في الوقت والمكان المناسبين، وبالجودة المطلوبة وبأقل تكلفة ممكنة.

ثالثا: دراسة مسعي سمير، بعنوان الصرفية الإلكترونية، المزايا وشروط النجاح، ورقة بحثية، أبحاث الملتقى الوطني حول: جودة الخدمات في ظل التحول الرقمي والإدارة الإلكترونية في المؤسسات الجزائرية رهانات وتحديات، جامعة بن عزوز خنشلة.

تهدف هذه الورقة البحثية إلى معرفة ماهية البنوك الإلكترونية، وأهم المزايا التي تقدمها هذه الأخيرة، إضافة إلى أهم المتطلبات اللازمة للبنوك لتبني هذه الفكرة حيث توصلنا إلى أن التحول نحو الأعمال الإلكترونية نظاما واستراتيجية أصبح واجبا محتوما خاصة مع تنامي خاصية النفاذ التي تتمتع بها الأدوات الجديدة.

رابعا: دراسة ديدوش هاجرة وحريري عبد الغني، بعنوان واقع الخدمات المصرفية الإلكترونية بالبنوك الجزائرية، مقالة، مجلة استراتيجيات التحقيقات المالية والاقتصادية، المجلد 04، العدد 01، جامعة حسيبة بن بوعلي الشلف، 2022.

هدفت الدراسة إلى التعرف على مفهوم الخدمات المصرفية الإلكترونية، والتطرق إلى واقع هذه الخدمات المصرفية بالبنوك الجزائرية العامة والخاصة، باستخدام المنهج الوصفي التحليلي وتوصلت الدراسة إلى العديد من النتائج أهمها: يتميز العمل المصرفي الجزائري بأنه يقدم خدمات مصرفية إلكترونية، لكن التطور التكنولوجي في مجال الاعلام والاتصال جعله يتبنى خدمات مصرفية حديثة. أطلق عليها الخدمات المصرفية الإلكترونية، بحيث لاحظنا أن كلا المصارف العاملة في القطاع المصرفي الجزائري سواء العامة والخاصة تقوم بتقديم خدمات مصرفية إلكترونية من بينها: معظم المصارف العامة والخاصة تمتلك مواقع إلكترونية تساعدها في الترويج منتجاتها المصرفية، خدمة البطاقات الإلكترونية التي تسمح بعملية السحب والدفع إلكترونيا، وخدمة المقاصة الإلكترونية التي تسمح بتسوية المعاملات إلكترونيا، خدمة التوزيع المصرفي عبر الموزعات الآلية التي ترتبط بذات المصرف.

المطلب الثاني: الدراسات الأجنبية

Sadoukighrissi, Bouchikhimohammedredha, L'effet des services bancaires électroniques sur la performance financière des banques commerciales en Algérie - une étude empirique sur un échantillon de banques, Revue Administration et Développement Pour les Recherches et les études, Volume: 11/ N°: 01, Université de Mascara, 2022.

هدفت هذه الدراسة إلى تحديد تأثير توجه البنوك التجارية محل الدراسة نحو تبني الخدمات المصرفية الإلكترونية على أدائها. تم اختيار عينة إحصائية مكونة من 135 إطارًا على مستوى الإدارة العليا في هذه البنوك التجارية، وذلك باستخدام استبيان لجمع البيانات والمعلومات.

خلصت الدراسة إلى وجود علاقة ارتباط قوية ودالة إحصائية بين الخدمات المصرفية الإلكترونية وأداء هذه البنوك، إلا أن هذه المؤسسات المصرفية تواجه العديد من العقبات التي تحد من توسعها في تقديم هذا النوع من الخدمات.

❖ ثانيا دراسة:

Brahimithiziriboumgharlynda, l'impact des nouvelles technologies sur l'activité bancaire en algérie : cas de la bea (agence « 034 » de tizi-ouzou), mémoire de fin d'études en vue de l'obtention d'un diplôme de master académique en sciences économiques, faculté des sciences économiques, des sciences de gestion et des sciences commerciales ;département des sciences économiques, université mouloud mammeri de tizi-ouzou.

تم إجراء دراسة تجريبية على مستوى بنك عمومي، وهو بنك BEA ، بهدف إبراز دور تكنولوجيا المعلومات والاتصالات (NTIC) كوسيلة لزيادة فعالية نشاط هذا البنك.

في ختام هذه الدراسة، لوحظ أن إدماج الوسائل الجديدة للاتصال فيما يتعلق بعلاقة البنك بعملائه، بالإضافة إلى استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في نشاط BEA ، قد بدأ بالفعل، رغم أن درجة هذا الإدماج تختلف من بنك لآخر.

ووفقًا لنتائج الاستبيان، فإن هذا الإدماج يبدو متوسط الوضوح في هذا البنك. ومع تحول البنوك إلى بيئة تنافسية، أصبح من الضروري تبني تكنولوجيا المعلومات والاتصالات بأسرع وقت ممكن، سواء فيما يخص عملياتها الداخلية، أو عروض الخدمات، أو علاقاتها مع العملاء.

وقد أظهرت الدراسة أن البنك الذي أجرينا عليه البحث يسعى إلى مواكبة إدارة متماشية مع التقدم التكنولوجي. ومع ذلك، فإن أخذ هذه التطورات بعين الاعتبار لن يكون له تأثير حقيقي إلا إذا تم متابعة تطورها والتكيف المستمر معها.

الفصل الأول: الإطار النظري للخدمات الإلكترونية في البنوك التجارية

فالتحولات التي أحدثتها تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في طريقة عمل البنك، وكذلك في سلوك العملاء تجاه مقدمي الخدمات، تتطلب من البنوك اهتمامًا مستمرًا للبقاء في المنافسة، من خلال استراتيجيات تتناسب مع حجم التحديات.

❖ ثالثاً: دراسة

Rami Hejazeen, Ismail Younes Yamin, The Impact of Electronic Banking Services Development on Financial Inclusion in Jordan, Journal of Ecohumanism, Volume: 3, No: 6., 2024.

فحصت هذه الدراسة تأثير تطور الخدمات المصرفية الإلكترونية على الشمول المالي، وتكونت عينة الدراسة من البنوك العاملة في الأردن. اعتمدت الدراسة على مسح شامل بسبب صغر حجم العينة، حيث تم استخراج بياناتها للفترة من (2015) إلى (2022).

بحثت الدراسة تأثير تطور الخدمات المصرفية الإلكترونية بأبعادها المختلفة (تنوع الخدمات المصرفية الإلكترونية، الخدمات المصرفية الإلكترونية المقدمة من خلال أجهزة الصراف الآلي، الخدمات المالية عبر الهاتف المحمول، والإنترنت) على الشمول المالي في الأردن بأبعاده المختلفة (إمكانية الوصول إلى الخدمات المصرفية، استخدام الخدمات المصرفية، وتوافر الخدمات المصرفية).

اتبعت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي باستخدام برنامج E-Views لوصف البيانات وتقدير نموذج الدراسة لاختبار فرضياتها.

وخلصت الدراسة إلى وجود تأثير إيجابي معنوي إحصائياً لتطور الخدمات المصرفية الإلكترونية بأبعادها المختلفة على الشمول المالي في الأردن بأبعاده المتعددة.

وأوصى الباحث بضرورة دعم البحث والابتكار في مجال التكنولوجيا المالية، وتطوير خدمات مصرفية إلكترونية جديدة ومبتكرة لتلبية احتياجات العملاء وتعزيز الشمول المالي. كما أوصى بتعزيز تنوع الخدمات المصرفية، وتسهيل الوصول إلى الخدمات المصرفية، وزيادة الوعي المالي، بالإضافة إلى إجراء دراسات مستقبلية تتعلق بدور تطور الخدمات المصرفية الإلكترونية في تعزيز الشمول المالي.

❖ رابعاً: دراسة:

Wafaa Chetheer Muzeal, Evaluation of the reality of electronic banking services provided by banks operating in the city of Nasiriya from the users' point of view of these services, Technium Business and Management (TBM), Vol. 11, Southern Technical University-Iraq AL- IRAQIA University/College Of Economic, 2025.

الفصل الأول: الإطار النظري للخدمات الإلكترونية في البنوك التجارية

استهدف هذا البحث التعرف على مستوى وواقع الخدمات المصرفية الإلكترونية التي تقدمها البنوك العاملة في مدينة الناصرية، من خلال استطلاع آراء مستخدمي هذه الخدمات، وذلك لمعرفة مدى رضاهم عن الخدمات المصرفية الإلكترونية التي تقدمها فروع البنوك العاملة في المدينة، وهي: مصرف الرافدين، مصرف الرشيد، والمصرف العراقي للتجارة.

تألف مجتمع الدراسة من عملاء هذه البنوك والمتعاملين مع الخدمات المصرفية الإلكترونية، وتم استخدام المنهج الوصفي التحليلي لتقييم جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية المقدمة من قبل البنوك المشمولة بالدراسة، وذلك من خلال تصميم وتوزيع استبيان على العينة المستهدفة لقياس درجة جودة الخدمات، وأنواعها، والصعوبات التي تواجه العمل المصرفي الإلكتروني. وقد تم تحليل البيانات المستخرجة من الاستبيان باستخدام البرنامج الإحصائي (SPSS).

بعد تحليل البيانات، توصل البحث إلى مجموعة من النتائج، كان من أهمها تدني جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية المقدمة من قبل البنوك العاملة في مدينة الناصرية، حيث تبين أنها أقل من المستوى المطلوب مقارنة بالخدمات المصرفية الإلكترونية التي تقدمها البنوك المحلية والدولية الأخرى المنافسة.

المطلب الثالث: ما يميز هذه الدراسة

تستحوذ الدراسة التي بين أيدينا على عنوان " واقع الخدمات المصرفية الإلكترونية وأثرها على البنوك التجارية"، وهو موضوع مهم حظي بالعديد من الدراسات السابقة بلغات مختلفة، وفي فترات زمنية مختلفة وتتميز الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة بمجموعة من المميزات نوجزها فيما يلي:

✓ حدثت الدراسة الحالية حيث إن معظم الدراسات السابقة أجريت في فترات زمنية قديمة نوعاً ما.

✓ مواكبة الدراسة للتطور التكنولوجي والذكاء الاصطناعي الذي دخل على الخدمات المصرفية الإلكترونية.

✓ تستند الدراسة إلى بيانات محدثة ما يجعل نتائجها أكثر دقة وملاءمة للواقع.

✓ أجري الجانب الميداني للدراسة على مستوى أحد أهم البنوك التجارية والذي يحظى بعملاء يختلفون بين أفراد ومؤسسات محليين وأجانب.

تناول هذا الفصل الإطار النظري المرتبط بالخدمات المصرفية الإلكترونية، باعتبارها من أبرز أدوات التحديث المصرفي في العصر الرقمي، وقد شمل عدة محاور رئيسية تسمح ببناء قاعدة معرفية لفهم التحول الذي يشهده القطاع البنكي.

في البداية، تم التطرق إلى المفاهيم الأساسية، من خلال تحديد معنى الخدمة المصرفية الإلكترونية باعتبارها كل تعامل أو خدمة تقدمها المؤسسة البنكية للزبون عبر وسائط إلكترونية دون الحاجة للحضور الفيزيائي. كما تم التفريق بين الخدمة المصرفية التقليدية التي تعتمد على التفاعل المباشر، والخدمة الإلكترونية التي تركز على التكنولوجيا الحديثة.

ثم تناول الفصل مفهوم الخدمة المصرفية من حيث خصائصها، وأبرز أشكالها في السياق الإلكتروني، مثل: فتح الحسابات عن بعد، التحويل البنكي عبر الإنترنت، دفع الفواتير إلكترونياً، الاستعلام عن الرصيد، وخدمات الهاتف النقال. وقد تم التأكيد على أن نجاح هذه الخدمات يستند إلى عدة متطلبات، أهمها: توفر البنية التحتية التقنية، الأمن المعلوماتي، تكوين العنصر البشري، ووضوح التشريعات التنظيمية.

علاوة على ذلك، تم التطرق إلى مزايا الخدمات المصرفية الإلكترونية، ومنها: السرعة، التوفر المستمر، تقليل التكاليف، وتوسيع قاعدة الزبائن. وفي المقابل، تم تحليل المخاطر المرتبطة بها، كالاختراقات الأمنية، الاحتيال الإلكتروني، ضعف الوعي الرقمي، والمشاكل القانونية في إثبات المعاملات.

وفي المبحث الثاني من الفصل، تم استعراض عدد من الدراسات السابقة التي تناولت أثر الخدمات المصرفية الإلكترونية في السياقات العربية والدولية، مع التركيز على التجربة الجزائرية. وقد أظهرت هذه الدراسات تبايناً في النتائج، حيث أشارت أغلبها إلى وجود علاقة إيجابية بين تبني هذه الخدمات وتحسين الأداء البنكي، لكن مع استمرار بعض المعوقات التقنية والبشرية.

الفصل الثاني: واقع الخدمات المصرفية ض في
البنوك التجارية-دراسة حالة البنك الخارجي
الجزائري "ولاية غرداية"

الفصل الثاني: واقع الخدمات المصرفية الإلكترونية في البنوك التجارية-دراسة ميدانية البنك الخارجي الجزائري "وكالة غرداية"

تمهيد

شهد القطاع المصرفي في السنوات الأخيرة تحولات عميقة فرضتها المتغيرات التكنولوجية المتسارعة، حيث أصبحت الرقمنة خيارًا استراتيجيًا لا غنى عنه لتحسين جودة الخدمات وتعزيز التنافسية. وتندرج الخدمات المصرفية الإلكترونية ضمن أبرز مظاهر هذا التحول، إذ باتت البنوك تسعى إلى تبني وسائل رقمية متطورة لتلبية حاجات الزبائن المتزايدة، وتحقيق مستويات أعلى من الكفاءة والمرونة.

وفي هذا السياق، يهدف هذا الفصل إلى تسليط الضوء على واقع الخدمات المصرفية الإلكترونية في البنوك التجارية الجزائرية، من خلال دراسة حالة البنك الخارجي الجزائري -وكالة غرداية، وذلك للوقوف على مدى تطور هذه الخدمات، ومعرفة طبيعة التحديات التي تواجهها على المستوى المحلي.

وينقسم هذا الفصل إلى مبحثين رئيسيين: يتناول المبحث الأول تعريفًا بالبنك الخارجي الجزائري من حيث نشأته، تطوره، أهم خدماته، وطبيعة انتشاره الجغرافي، مع إبراز التوجه الرقمي الذي يعتمده؛ أما المبحث الثاني فيعالج الدراسة الميدانية الخاصة بوكالة غرداية، من خلال تحليل واقع الخدمات المصرفية الإلكترونية بها، اعتمادًا على بيانات نوعية وكمية، قصد تقديم صورة دقيقة عن واقع الأداء الرقمي وتفاعل الزبائن معه.

الفصل الثاني: واقع الخدمات المصرفية الإلكترونية في البنوك التجارية-دراسة ميدانية البنك الخارجي الجزائري "وكالة غرداية"

المبحث الأول: تقديم البنك الخارجي الجزائري

قبل التطرق إلى واقع الخدمات المصرفية الإلكترونية على مستوى بنك الجزائر الخارجي - وكالة غرداية، من الضروري تقديم نظرة شاملة حول هذا البنك من حيث نشأته وتطوره التنظيمي والتقني، لفهم الإطار العام الذي تندرج ضمنه خدماته الرقمية. فمع تطور النظام المصرفي الجزائري، سعى بنك الجزائر الخارجي، باعتباره من أهم البنوك العمومية، إلى تحديث آلياته ورفع مستوى خدماته بما يواكب المعايير الدولية، لا سيما في مجال الرقمنة.

يهدف هذا المبحث إلى التعريف بالبنك من حيث النشأة، الأهداف، الهيكل التنظيمي، وتوزيع شبكته وطنياً ودولياً، إضافة إلى تسليط الضوء على الخدمات التقليدية والحديثة التي يقدمها، مع التركيز على تبنيه للخدمات المصرفية الإلكترونية كخيار استراتيجي في ظل بيئة مصرفية تنافسية.

المطلب الأول: نشأة وتعريف البنك الخارجي الجزائري

المطلب الثاني: توزيع شبكته وطنياً والخدمات التقليدية والحديثة التي يقدمها

المطلب الأول: تقديم المؤسسة محل الدراسة

يُعد بنك الجزائر الخارجي (Banque Extérieure d'Algérie - BEA) واحدًا من أبرز البنوك التجارية العمومية في الجزائر، وقد تأسس سنة 1967 عقب الاستقلال، في سياق إعادة تنظيم القطاع المصرفي الوطني وتكريس السيادة المالية للدولة الجزائرية. وقد كان الهدف الأساسي من إنشائه هو دعم المبادلات التجارية الخارجية وتمويل العمليات المرتبطة بالتصدير والاستيراد، ليصبح لاحقًا مؤسسة مالية متعددة المهام، تلعب دورًا هامًا في تمويل الاقتصاد الوطني.

يقع المقر الاجتماعي للبنك في العاصمة الجزائر، وتنتشر فروعها على مستوى معظم ولايات الوطن، إضافة إلى فروع بالخارج، لاسيما في فرنسا، مما يُعزز موقعه كبنك تجاري ذي بُعد دولي. ويُعتبر BEA من البنوك الرائدة في المجال المصرفي من حيث حجم الأصول، وعدد الزبائن، وتنوع الخدمات.

من حيث الهيكل التنظيمي، يتميز بنك الجزائر الخارجي بنظام إداري هرمي، يتكون من مدير عام على رأس المؤسسة، مدعوم بإدارات مركزية متخصصة (كالإدارة التجارية، إدارة المخاطر، إدارة الرقمنة والمعلوماتية...)، إضافة إلى شبكات الفروع المحلية والوكالات التجارية.

وفي إطار التحديث المالي، شرع البنك منذ مطلع الألفية في تبني برامج الرقمنة وتطوير خدماته الإلكترونية، حيث أطلق العديد من المنصات الرقمية لتقديم خدماته عن بُعد، مثل:

- الخدمة المصرفية عبر الإنترنت (e-Banking) ،
- تطبيق الهاتف المحمول،
- بطاقات الدفع الإلكتروني،
- خدمة الرسائل القصيرة (SMS Banking) ،
- أجهزة الصراف الآلي الذكية. (GAB)

وتهدف هذه الجهود إلى تحسين تجربة الزبائن، وتسهيل الوصول إلى الخدمات المصرفية، وتقليل التكاليف، مع تعزيز مستوى الأمان والفعالية في إنجاز المعاملات.

من خلال هذه الديناميكية، يُمثّل بنك الجزائر الخارجي نموذجًا مناسبًا لدراسة أثر الخدمات المصرفية الإلكترونية على أداء البنوك التجارية، لاسيما من حيث جودة الخدمة، رضا العملاء، وسرعة المعاملات، وهو ما سيتم تفصيله في المطالب اللاحقة.

الفصل الثاني: واقع الخدمات المصرفية الإلكترونية في البنوك التجارية-دراسة ميدانية البنك الخارجي الجزائري "وكالة غرداية"

المطلب الثاني: توزيع شبكته وطنيا والخدمات التقليدية والحديثة التي يقدمها

يُعتبر بنك الخارجي (BEA) من أبرز الفاعلين في الساحة المصرفية الجزائرية، بفضل شبكته الوطنية الواسعة والخدمات المتنوعة التي يقدمها لزبائنه من الأفراد والمؤسسات. ويكتسي هذا التوسع الجغرافي والوظيفي أهمية استراتيجية في دعم دوره كفاعل اقتصادي، سواء من خلال الخدمات التقليدية أو الابتكارات المصرفية الحديثة.

أولاً: التوزيع الوطني لشبكة فروع البنك

يملك البنك الخارجي الجزائري شبكة فروع منتشرة عبر كامل التراب الوطني، حيث تشمل معظم ولايات الجزائر، بما في ذلك المناطق الحضرية الكبرى والمناطق الداخلية ذات الكثافة السكانية المتوسطة والمنخفضة. وتضم الشبكة:

- أكثر من 100 وكالة مصرفية موزعة عبر ولايات الوطن.
- تركز ملحوظ في المدن الكبرى مثل الجزائر العاصمة، وهران، قسنطينة، عنابة، سطيف، ورقلة وغيرها.
- فروع متخصصة أو تجارية في بعض الولايات الصناعية أو ذات النشاط الاقتصادي المكثف.
- بالإضافة إلى مكاتب تمثيلية بالخارج، خاصة في فرنسا، لخدمة الجالية الجزائرية.
- يساعد هذا الانتشار في ضمان التغطية المالية، وتقريب الخدمات المصرفية من المواطنين، والمساهمة في سياسة الشمول المالي التي تنتهجها الدولة الجزائرية.

ثانياً: الخدمات المصرفية التقليدية التي يقدمها البنك

لا تزال الخدمات التقليدية تُشكّل أساس العلاقة بين البنك والزبون، وتشمل:

- فتح الحسابات الجارية وحسابات التوفير للأفراد والمؤسسات.
- إيداع وسحب الأموال، والتحويلات البنكية المحلية والدولية.
- منح القروض بمختلف أنواعها: قروض السكن، القروض الاستهلاكية، القروض الاستثمارية.
- تحصيل الشيكات وتوفير دفتر الشيكات والبطاقات البنكية التقليدية.
- تمويل التجارة الخارجية (الاستيراد والتصدير) من خلال الاعتمادات المستندية وخطابات الضمان.
- تقديم استشارات مالية وخدمات لصالح المؤسسات مثل إدارة الرواتب وخدمات المقاصة.

الفصل الثاني: واقع الخدمات المصرفية الإلكترونية في البنوك التجارية-دراسة ميدانية البنك الخارجي الجزائري "وكالة غرداية"

ثالثاً: الخدمات المصرفية الحديثة (الإلكترونية)

تماشياً مع التحول الرقمي، أطلق بنك الجزائر الخارجي حزمة من الخدمات الإلكترونية تهدف إلى تطوير العلاقة مع الزبائن، وتسهيل العمليات المصرفية، ومن أبرزها:

- الخدمات المصرفية عبر الإنترنت (BEA Net) تمكّن الزبائن من الإطلاع على حساباتهم، تنفيذ التحويلات، دفع الفواتير، وطلب كشوفات إلكترونية.
- تطبيق الهاتف المحمول الذي يتيح نفس الوظائف بطريقة مرنة وأنية.
- بطاقات الدفع الإلكتروني (CIB) القابلة للاستعمال في أجهزة الصراف الآلي (GAB) والمراكز التجارية.
- خدمة الرسائل النصية القصيرة (SMS Banking) لتلقي التنبيهات والمعلومات المتعلقة بالحسابات.
- الدفع الإلكتروني عبر الإنترنت (E-paiement) لبعض المؤسسات والهيئات، في إطار تشجيع التجارة الإلكترونية.

يُعد دمج هذه الخدمات دليلاً على التوجه الجاد نحو تحديث البنية المصرفية وتحقيق التحول الرقمي التدريجي.

رابعاً: الهيكل التنظيمي لبنك الجزائر الخارجي BAE

الفصل الثاني: واقع الخدمات المصرفية الإلكترونية في البنوك التجارية-دراسة ميدانية البنك الخارجي
الجزائري "وكالة غرداية"



المبحث الثاني: الدراسة الميدانية على مستوى البنك

في إطار هذه الدراسة، تم تخصيص مبحث تطبيقي ميداني يهدف إلى استكشاف أثر الخدمات المصرفية الإلكترونية على أداء البنوك التجارية، من خلال دراسة حالة بنك الجزائر الخارجي - وكالة غرداية. وقد تم الاعتماد على أداة الاستبيان الموجه إلى عينة من موظفي البنك، وذلك بغرض جمع معطيات دقيقة تعكس واقع استخدام الخدمات الإلكترونية، ومدى فعاليتها في تحسين جودة الخدمة وتطوير الأداء البنكي. يهدف هذا المبحث إلى الربط بين الجوانب النظرية والتحليل الواقعي، بما يسمح بتقديم رؤية أكثر شمولاً حول تحديات وآفاق التحول الرقمي في المؤسسات المصرفية الجزائرية.

المطلب الأول: تقديم أداة الدراسة

في سبيل جمع البيانات الميدانية المتعلقة بواقع الخدمات المصرفية الإلكترونية على مستوى وكالة بنك الجزائر الخارجي بغرداية، تم اعتماد الاستبيان كأداة رئيسة في هذه الدراسة، نظراً لقدرته على الوصول إلى عدد معتبر من الأفراد في وقت وجيز، وتوفير معلومات كمية تساعد في تحليل الظاهرة المدروسة بشكل منهجي.

ويهدف هذا المطلب إلى تقديم هذه الأداة من خلال توضيح دواعي اختيارها، وبيان محاورها الأساسية، والفئة المستهدفة، مع الإشارة إلى كيفية تصميمها وتوزيعها. كما يشكل هذا التقديم تمهيداً ضرورياً لعرض نتائج الاستبيان وتحليلها في المطلب الموالي.

أولاً: تعريف الاستبيان

• هو أداة من أدوات البحث العلمي تُستخدم لجمع البيانات من عينة معينة من الأفراد، وذلك من خلال مجموعة من الأسئلة المكتوبة تُطرح على المبحوثين للإجابة عنها. ويُعدّ الاستبيان وسيلة فعّالة للحصول على معلومات كمية أو نوعية حول الظواهر أو السلوكيات أو الاتجاهات أو الآراء. ويتميّز بسهولة الاستخدام، وقلة التكلفة، وإمكانية توزيعه على نطاق واسع، مما يجعله شائعاً في الدراسات الاجتماعية والنفسية والتربوية وغيرها من المجالات البحثية.¹

• وقد عرّفه البعض بأنه: «مجموعة من الأسئلة المكتوبة التي تُقدّم للمبحوثين للإجابة عنها بشكل ذاتي، إما بإجابات مغلقة أو مفتوحة، بهدف جمع بيانات محددة تتعلق بموضوع البحث».²

ثانياً: مراحل تصميم الاستبيان:

¹ عبيدات، نوقان وآخرون، البحث العلمي: مفهومه، أدواته، أساليبه، ط5، دار الفكر، عمان، 2004، ص144.

² خوالدة، خليل أحمد، مناهج وأساليب البحث العلمي، ط2، دار الحامد، عمان، 2011، ص210.

الفصل الثاني: واقع الخدمات المصرفية الإلكترونية في البنوك التجارية-دراسة ميدانية البنك الخارجي الجزائري "وكالة غرداية"

1. تحديد أهداف الاستبيان: يتوجب على الباحث أن يحدّد بدقة الأهداف التي يسعى لتحقيقها من خلال الاستبيان، حتى يتمكن من صياغة الأسئلة بشكل يخدم مشكلة البحث وفرضياته¹.
2. تصميم الأسئلة: تشمل هذه المرحلة اختيار نوع الأسئلة (مغلقة أو مفتوحة)، وصياغتها بلغة واضحة ومباشرة، بعيداً عن الغموض أو التوجيه، مع مراعاة تسلسل منطقي في عرضها².
3. اختيار العينة المستهدفة: يُحدد الباحث الأفراد الذين سيُرسل إليهم الاستبيان، ويجب أن تكون العينة ممثلة لمجتمع البحث من حيث الخصائص والمعايير المتعلقة بالظاهرة المدروسة³.
4. اختبار الاستبيان (الدراسة الاستطلاعية): يقوم الباحث بتجريب أولي للاستبيان على عينة صغيرة بهدف اكتشاف نقاط الضعف أو الغموض في الأسئلة، ومعالجة الثغرات قبل تعميمه⁴.
5. توزيع الاستبيان وجمع البيانات: يتم توزيع الاستبيان باستخدام الطريقة المناسبة (ورقياً أو إلكترونياً)، مع الحرص على متابعة المبحوثين للحصول على أكبر نسبة استجابة ممكنة⁵.
6. تحليل البيانات وتفسيرها: تُعالج البيانات المستخلصة باستخدام تقنيات تحليلية (إحصائية أو كيفية) تتلاءم مع نوع المتغيرات وطبيعة الدراسة، ثم تُفسّر في ضوء أهداف البحث⁶.
7. تقويم الاستبيان: بعد الانتهاء من الدراسة، يُراجع أداء الاستبيان من حيث فاعليته وكفاءته في تحقيق الأهداف، وتُسجّل الملاحظات لتحسين أدوات البحوث المستقبلية⁷.

ثالثاً: الاستبيان الموجه لعمال وكالة غرداية

في إطار الدراسة الميدانية الخاصة بموضوع "أثر الخدمات المصرفية الإلكترونية على أداء البنك التجارية"، تم إعداد هذا الاستبيان كأداة بحثية تهدف إلى جمع المعلومات والبيانات الضرورية من أجل تحليل واقع الخدمات المصرفية الحديثة، وفهم مدى تأثيرها على فعالية العمل المصرفي من وجهة نظر العاملين في هذا القطاع.

¹ عبيدات، نوقان وآخرون، مرجع سبق ذكره، ص 145.

² خالدة، خليل أحمد، ص 212.

³ النيف، خالد بن ناصر، مناهج البحث العلمي في التربية والعلوم الإنسانية، ط1، دار الزهراء، الرياض، 2003، ص 189.

⁴ بلال، عمار، منهجية البحث العلمي في العلوم الاجتماعية، ط1، دار الكتب الوطنية، الجزائر، 2010، ص 157.

⁵ العساف، صالح بن حمد، مدخل إلى البحث في العلوم السلوكية، ط4، مكتبة العبيكان، الرياض، 1995، ص 264.

⁶ قندوز، عبد الكريم، مناهج وتقنيات البحث العلمي، ط1، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2005، ص 202.

⁷ خضير، كاظم ناصر، أصول البحث العلمي، ط1، دار الوفاء، القاهرة، 2009، ص 178.

الفصل الثاني: واقع الخدمات المصرفية الإلكترونية في البنوك التجارية-دراسة ميدانية البنك الخارجي الجزائري "وكالة غرداية"

وقد تم توجيه هذا الاستبيان إلى عينة قصدية مكونة من (18) عاملاً من موظفي البنك التجاري، ممن لهم اطلاع مباشر على الخدمات المصرفية الإلكترونية أو يساهمون في تقديمها أو إدارتها. ويشتمل الاستبيان على ثلاثة محاور رئيسية:

1. المحور الأول: المعلومات الشخصية

يهدف هذا المحور إلى جمع بيانات ديموغرافية حول المبحوثين مثل الجنس، الفئة العمرية، المؤهل العلمي، وعدد سنوات العمل في البنك، وذلك لتحديد الخصائص العامة للعينة المدروسة.

2. المحور الثاني: واقع الخدمات المصرفية الإلكترونية

يتناول هذا المحور تقييم العاملين لمستوى تقديم الخدمات المصرفية الإلكترونية داخل البنك، ومدى توفر البنية التحتية والدعم الفني، وكذلك مستوى الوعي والتدريب على هذه الخدمات.

3. المحور الثالث: أثر الخدمات المصرفية الإلكترونية على البنك التجارية

يركز هذا المحور على استقصاء تصورات العاملين حول التأثيرات المختلفة للخدمات الإلكترونية على البنك، مثل تقليص الضغط على الفروع، جذب العملاء، تحسين الأداء، تقليل التكاليف، وزيادة القدرة التنافسية.

وقد تم تصميم فقرات الاستبيان بأسلوب بسيط ومباشر، مع الاعتماد على مقياس ثلاثي (نعم - لا - أحياناً) لقياس مدى الموافقة على العبارات. وتم الحرص على ضمان سرية البيانات وأخذ موافقة المبحوثين ضمن أخلاقيات البحث العلمي.

المطلب الثاني: تحليل نتائج لاستبيان

أولاً: المعلومات الشخصية

1. الجنس

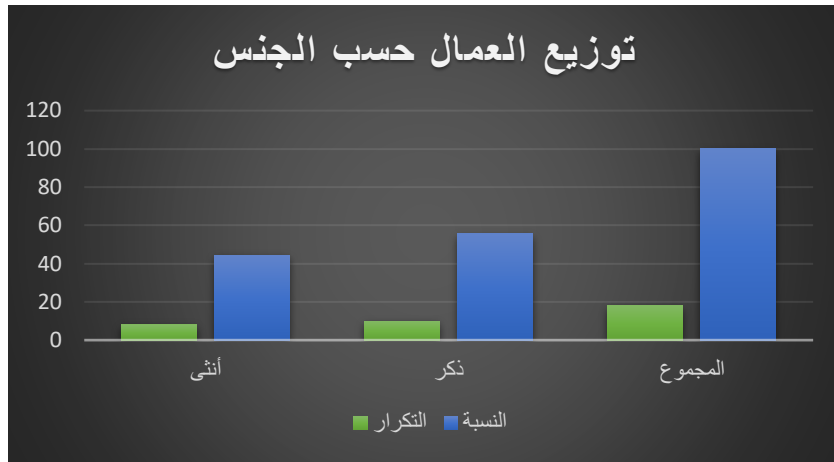
جدول رقم (01): توزيع العمال حسب الجنس

الجنس	التكرار	النسبة
أنثى	8	44,44%
ذكر	10	55,55%
المجموع	18	100%

المصدر: من اعداد الطلبة

الفصل الثاني: واقع الخدمات المصرفية الإلكترونية في البنوك التجارية-دراسة ميدانية البنك الخارجي الجزائري "وكالة غرداية"

شكل رقم (01): أعمدة بيانية تمثل توزيع العمال حسب الجنس



المصدر: من اعداد الطلبة

تشير هذه النتائج إلى وجود توازن نسبي في تمثيل الجنسين داخل العينة، مع تفوق طفيف لعدد الذكور. يمكن تفسير ذلك بأن القطاع المصرفي في الجزائر، رغم انفتاحه على العنصر النسوي، لا يزال يشهد حضوراً أكبر نسبياً للذكور في بعض المناصب التقنية أو الإدارية العليا، خاصة في مجالات تتطلب تدخلاً مباشراً في البنية التكنولوجية والخدمات الإلكترونية.

2. السن

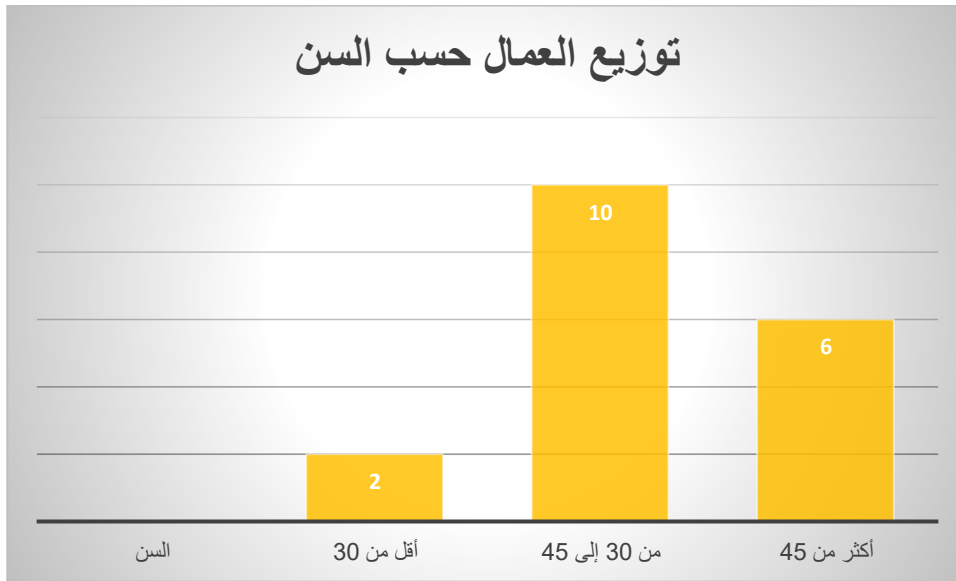
جدول رقم (02): توزيع العمال حسب السن

السن	التكرار	النسبة
أقل من 30 سنة	02	11,11%
بين 30 و 45 سنة	10	55.55%
أكثر من 45 سنة	6	33,33%
المجموع	18	100%

المصدر: من اعداد الطلبة

الفصل الثاني: واقع الخدمات المصرفية الإلكترونية في البنوك التجارية-دراسة ميدانية البنك الخارجي الجزائري "وكالة غرداية"

شكل رقم (02): أعمدة بيانية توضح توزيع العمال حسب السن



المصدر: من اعداد الطلبة

تمثل الفئة المتوسطة (30-45 سنة) غالبية المبحوثين، وهو ما يعكس استقرارًا وظيفيًا ونضجًا مهنيًا داخل البنك.

هذه الفئة العمرية غالبًا ما تكون في ذروة الإنتاجية، وتمتلك خبرة كافية للتفاعل مع التغيرات التكنولوجية. أما الفئة الأقل من 30 سنة، فضعف تمثيلها قد يشير إلى قلة توظيف الكفاءات الشابة أو إلى انتقالهم بسرعة لمؤسسات أخرى. أما الفئة التي تتجاوز 45 سنة، فحضورها القوي يعكس وجود خبرات طويلة يمكن أن تؤثر في تبني أو مقاومة التحول الرقمي، حسب التكوين الذي تلقوه.

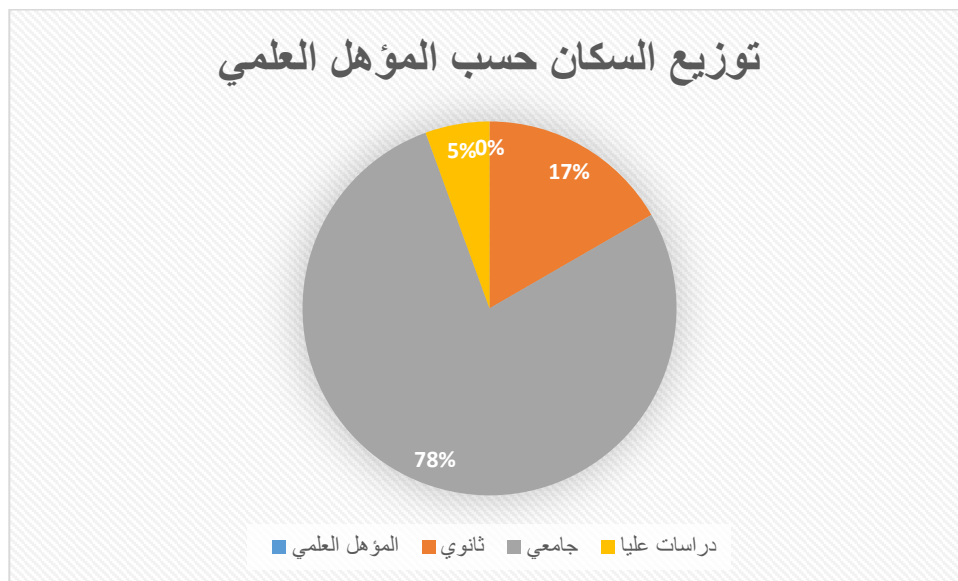
جدول رقم (03): توزيع العمال حسب المؤهل العلمي

المؤهل العلمي	التكرار	النسبة
ثانوي	3	16,16%
جامعي	14	77,77%
دراسات عليا	1	5,55%
المجموع	18	100

المصدر: من اعداد الطلبة

الفصل الثاني: واقع الخدمات المصرفية الإلكترونية في البنوك التجارية-دراسة ميدانية البنك الخارجي
الجزائري "وكالة غرداية"

شكل رقم (03): دائرة نسبية توضح توزيع السكان حسب المؤهل العلمي



المصدر: من اعداد الطلبة

تبرز النتائج سيطرة واضحة لفئة الجامعيين داخل عينة المبحوثين، ما يدل على أن البنك يعتمد في تركيبته البشرية على مؤهلات أكاديمية عليا، بما يتماشى مع متطلبات تقديم خدمات مصرفية حديثة. العدد المحدود لحاملي الدراسات العليا قد يُعزى إلى محدودية التكوين التخصصي العالي في القطاع المصرفي، أو إلى تركّزهم في مناصب إدارية عليا لا تدخل ضمن نطاق العينة.

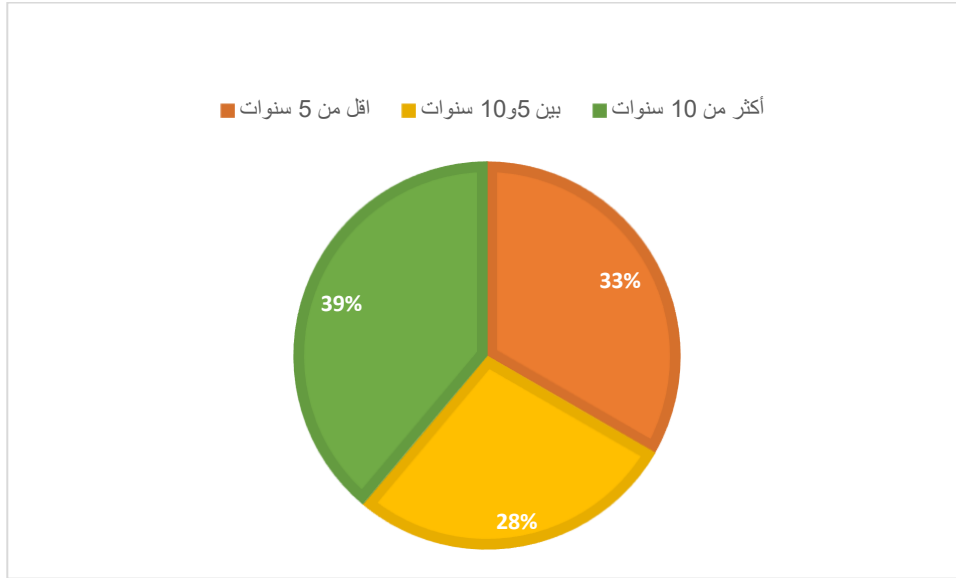
جدول رقم (04): توزيع العمال حسب سنوات العمل في البنك

المؤهل العلمي	التكرار	النسبة
أقل من 5 سنوات	6	33,33%
بين 5 و 10 سنوات	5	27,77%
أكثر من 10 سنوات	7	38,88%
المجموع	18	100%

المصدر: من اعداد الطلبة

الفصل الثاني: واقع الخدمات المصرفية الإلكترونية في البنوك التجارية-دراسة ميدانية البنك الخارجي الجزائري "وكالة غرداية"

شكل رقم (04): دائرة نسبية توضح توزيع السكان حسب سنوات العمل في البنك



المصدر: من اعداد الطلبة

تعكس هذه النتائج توازنًا بين الخبرة الحديثة والخبرة الطويلة داخل البنك. الموظفون الجدد (أقل من 5 سنوات) قد يكونون أكثر تقبلاً للتكنولوجيا الحديثة، بينما الموظفون ذوو الخبرة الطويلة يمثلون قاعدة معرفية مهمة لفهم التحول الذي شهده البنك على مستوى الخدمات الإلكترونية. التوزيع المتقارب بين الفئات الثلاث يدل على تجانس وظيفي، ما يعزز من إمكانية تعميم نتائج الاستبيان على مستويات مختلفة من الخبرة المهنية.

الفصل الثاني: واقع الخدمات المصرفية الإلكترونية في البنوك التجارية-دراسة ميدانية البنك الخارجي الجزائري "وكالة غرداية"

ثانيا: واقع الخدمات المصرفية الإلكترونية

يتضمن هذا المحور 6 أسئلة تهدف إلى قياس مدى توافر الخدمات المصرفية الإلكترونية داخل البنك وجودتها من وجهة نظر الموظفين .

جدول رقم (05): واقع الخدمات المصرفية في بنك الجزائر الخارجي

العبارة	نعم	لا	النسبة	أحيانا	النسبة
يقدم البنك خدمات إلكترونية متعددة (مثل التحويل، الاستعلام، دفع الفواتير...).	17	1	94.4%	0	5.6%
تتوفر البنية التحتية التقنية الملائمة لتقديم هذه الخدمات بكفاءة.	12	2	66.7%	4	11.1%
يتم إعلام العملاء بشكل كاف حول الخدمات الإلكترونية المقدمة.	13	2	72.2%	3	11.1%
يتم تقديم الدعم الفني للعملاء في حال وجود مشاكل بالخدمات الإلكترونية.	8	4	44.4%	6	22.2%
تتلقى تدريباً دورياً حول استخدام وتقديم الخدمات المصرفية الإلكترونية.	10	5	55.6%	3	27.8%
توجد حماية كافية للبيانات والمعلومات الخاصة بالعملاء عبر الأنظمة الإلكترونية.	12	6	66.7%	0	33.3%

المصدر: من اعداد الطلبة

السؤال 1: يقدم البنك خدمات إلكترونية متعددة (مثل التحويل، الاستعلام، دفع الفواتير...).

التحليل: هذه النسبة المرتفعة تعكس إدراكاً شبه جماعي بأن البنك يوفر فعلياً مجموعة متنوعة من الخدمات الإلكترونية، مما يدل على تطور العرض الرقمي لدى المؤسسة.

السؤال 2: تتوفر البنية التحتية التقنية الملائمة لتقديم هذه الخدمات بكفاءة.

التحليل: أغلب الموظفين يرون أن البنية التحتية التقنية مناسبة، غير أن وجود 33.3% بين "لا" و"أحياناً" يبرز تحديات جزئية في التغطية أو التحديث، خصوصاً في بعض الفروع أو الأقسام.

الفصل الثاني: واقع الخدمات المصرفية الإلكترونية في البنوك التجارية-دراسة ميدانية البنك الخارجي الجزائري "وكالة غرداية"

السؤال 03: يتم إعلام العملاء بشكل كاف حول الخدمات الإلكترونية المقدمة.

التحليل: النتائج إيجابية إلى حد كبير، لكنها تُظهر أن حوالي 27.8% من العمال يعتقدون بوجود نقص أو عدم انتظام في التواصل مع العملاء، مما قد يؤثر على استخدام هذه الخدمات.

السؤال 04: يتم تقديم الدعم الفني للعملاء في حال وجود مشاكل بالخدمات الإلكترونية.

التحليل: هذه الأرقام تُظهر ضعفًا نسبيًا في تقديم الدعم الفني، حيث أن أقل من نصف العمال فقط يرون أن الدعم كافٍ، مما يشير إلى حاجة ملحة لتحسين قنوات الدعم الفني وتكوين فرق مختصة بذلك.

السؤال 05: تتلقى تدريبًا دوريًا حول استخدام وتقديم الخدمات المصرفية الإلكترونية.

التحليل: رغم أن أكثر من نصف الموظفين يتلقون تدريبًا دوريًا، إلا أن النسبة المتبقية (44.5%) بين "لا" و"أحيانًا" تبرز خللاً في انتظام البرامج التدريبية، وهو ما يؤثر مباشرة على جودة تقديم الخدمة للعملاء.

السؤال 06: توجد حماية كافية للبيانات والمعلومات الخاصة بالعملاء عبر الأنظمة الإلكترونية.

التحليل: وجود نسبة معتبرة (ثلث المبحوثين) لا يثقون كليًا في أنظمة حماية البيانات قد يُعد مؤشرًا خطيرًا، ويستدعي مراجعة صارمة للبروتوكولات الأمنية وتدريبًا أعمق حولها.

➤ التحليل العام لمحور "واقع الخدمات الإلكترونية في البنك:"

بصفة عامة، تُظهر النتائج أن بنك الجزائر الخارجي حقق تقدمًا ملحوظًا في توفير الخدمات الإلكترونية وتوسيع استعمالها، حيث يقر بذلك غالبية الموظفين. ومع ذلك، فإن هناك نقاط ضعف واضحة تمس:

- الدعم الفني غير الكافي للعملاء،
- عدم انتظام برامج التدريب الداخلي،
- ومستوى الثقة في حماية البيانات.

ويُحتمل أن هذه الإشكالات ناتجة عن التوسع السريع في تقديم الخدمات دون مواكبة ذلك بتكوين مستمر وهيكل مساعد موازية. لذا، من الضروري تعزيز الكوادر التقنية والتدريب، وتحسين الشفافية والتواصل مع العملاء، ما يعزز فعالية هذه الخدمات وثقة المستخدمين بها.

الفصل الثاني: واقع الخدمات المصرفية الإلكترونية في البنوك التجارية-دراسة ميدانية البنك الخارجي الجزائري "وكالة غرداية"

ثالثا: أثر الخدمات المصرفية الإلكترونية على البنك التجاري

يهدف هذا المحور إلى رصد التأثيرات الفعلية التي أحدثتها الخدمات المصرفية الإلكترونية على أداء البنك التجاري من وجهة نظر الموظفين.

جدول رقم (06): أثر الخدمات المصرفية في بنك الجزائر الخارجي

العبارة	نعم	لا	التكرار	أحيانا	التكرار
ساهمت الخدمات الإلكترونية في تقليص الضغط على الفروع التقليدية.	14	77.8%	1	5.6%	3
ساعدت هذه الخدمات في جذب عملاء جدد للبنك.	15	83.3%	2	11.1%	1
أدت الخدمات المصرفية الإلكترونية إلى رفع كفاءة العمل وتحسين الأداء الوظيفي.	13	72.2%	3	16.7%	2
ساهمت في تقليل التكاليف التشغيلية داخل البنك.	8	44.4%	9	50%	1
أثرت الخدمات المصرفية الإلكترونية إيجابيًا على قدرة البنك التنافسية في السوق.	12	66.7%	2	11.1%	4

المصدر: من اعداد الطلبة

السؤال 1: هل ساهمت الخدمات الإلكترونية في تقليص الضغط على الفروع التقليدية؟

التحليل: تُشير هذه النتائج إلى إدراك واسع بين الموظفين بأن الخدمات المصرفية الإلكترونية ساهمت بشكل واضح في تقليل الاكتظاظ والضغط داخل الفروع التقليدية، وذلك من خلال تسهيل المعاملات عن بُعد، وتوفير خدمات بديلة للعملاء خارج أوقات الدوام.

السؤال 2: هل ساعدت هذه الخدمات في جذب عملاء جدد للبنك؟

التحليل: النسبة المرتفعة جدًا (83.3%) تعكس نجاحًا حقيقياً لهذه الخدمات في توسيع قاعدة الزبائن، خاصة من الفئات الشابة أو من أصحاب المشاريع الذين يفضلون الخدمات الرقمية لتوفير الوقت والمرونة في المعاملات.

السؤال 3: هل أدت هذه الخدمات إلى رفع كفاءة العمل وتحسين الأداء الوظيفي؟

التحليل: تترى أغلبية الموظفين أن التحول الرقمي كان له أثر إيجابي على كفاءتهم وأدائهم، وهو ما يدل على سهولة استخدام الأنظمة الرقمية في إنجاز المهام، وتقليص الوقت المستغرق في العمليات التقليدية. ومع ذلك،

الفصل الثاني: واقع الخدمات المصرفية الإلكترونية في البنوك التجارية-دراسة ميدانية البنك الخارجي الجزائري "وكالة غرداية"

فإن وجود 27.8% ممن لم يلمسوا هذا الأثر الإيجابي ربما يعود إلى ضعف التكوين أو عدم تكامل الأنظمة في بعض الفروع.

السؤال 4: هل ساهمت في تقليل التكاليف التشغيلية داخل البنك؟

التحليل: تُعد هذه النتيجة من أضعف النتائج في هذا المحور، حيث يرى نصف المبحوثين أن الخدمات الإلكترونية لم تساهم فعليًا في تقليص التكاليف. يُحتمل أن يكون السبب في ذلك هو ارتفاع تكاليف التجهيزات التكنولوجية والصيانة، أو ضعف الفعالية في استغلال هذه الخدمات لتحل محل العمليات الورقية والتقليدية بشكل كامل.

السؤال 5: هل أثرت الخدمات المصرفية الإلكترونية إيجابيًا على قدرة البنك التنافسية؟

التحليل: النسبة العالية (قاربة الثلثين) التي ترى أثرًا إيجابيًا في التنافسية تعكس إدراكًا بأن رقمنة الخدمات المصرفية أصبحت ضرورية لمجاراة المنافسة، خاصة مع وجود بنوك محلية وخاصة تُركز على الابتكار الرقمي. لكن التردد النسبي عند بعض الموظفين (33.3%) قد يشير إلى الحاجة لمزيد من التحسين والتحديث لتأخذ هذه الخدمات بعدًا تسويقيًا وتنافسيًا أقوى.

✓ التحليل العام لمحور "أثر الخدمات المصرفية الإلكترونية على البنك التجاري:"

تشير النتائج إلى أن الخدمات المصرفية الإلكترونية كان لها أثر واضح وإيجابي في عدة جوانب استراتيجية، منها:

- تقليص الضغط على الفروع،
- جذب عملاء جدد،
- تحسين الكفاءة الوظيفية،
- وتعزيز التنافسية.

ومع ذلك، فإن تأثيرها على تقليل التكاليف التشغيلية لا يزال محل جدل بين الموظفين، وهو ما يعكس إما سوء توظيف هذه الخدمات من ناحية اقتصادية، أو أن البنك لا يزال في مرحلة انتقالية لم يصل فيها إلى استغلال الرقمنة بكامل إمكاناتها لخفض التكاليف

الفصل الثاني: واقع الخدمات المصرفية الإلكترونية في البنوك التجارية-دراسة ميدانية البنك الخارجي الجزائري "وكالة غرداية"

خلاصة:

توزيع شبكة البنك محلياً، وتنوع خدماته التقليدية والرقمية، يعكسان تطوراً ملحوظاً في بنيته التشغيلية، غير أن فعالية هذا التطور تبقى مرهونة بتحسين الأداء التنظيمي الداخلي وتكثيف برامج التكوين والتوعية لفائدة المستخدمين والزبائن على حد سواء.

وقد أظهرت نتائج الدراسة الميدانية التي تم إجراؤها على عينة من موظفي وكالة بنك الجزائر الخارجي بولاية غرداية، أن البنك قطع أشواطاً مهمة في مجال تقديم الخدمات المصرفية الإلكترونية، سواء من حيث تنوع هذه الخدمات أو توفر البنية التحتية الداعمة لها. وقد عبّر غالبية الموظفين عن إدراكهم لأهمية هذه الخدمات في تقليص الضغط على الفروع، وجذب الزبائن، وتحسين الأداء الوظيفي.

غير أن الدراسة كشفت أيضاً عن نقاط ضعف ينبغي معالجتها، أبرزها: ضعف الدعم الفني الموجه للزبائن، عدم انتظام التكوين والتدريب، وتباين الآراء حول فاعلية هذه الخدمات في خفض التكاليف التشغيلية. كما أوضحت النتائج أن مستوى الثقة في حماية البيانات لا يزال غير مكتمل لدى جميع الموظفين.

الخاتمة

الخاتمة

تُعد الخدمات المصرفية الإلكترونية من أبرز مظاهر التحول الرقمي الذي يشهده القطاع المالي في العصر الحديث، وقد أصبحت خيارًا استراتيجيًا لا غنى عنه في سبيل تحسين جودة الخدمات البنكية، وتلبية حاجات الزبائن المتزايدة، وتحقيق الكفاءة التشغيلية والتنافسية. ومن خلال الجانب النظري، تم التطرق إلى المفاهيم الأساسية المرتبطة بالخدمات المصرفية الإلكترونية، تطورها، وأنواعها، إضافة إلى التحديات التي تواجه البنوك التجارية في هذا المجال.

أما في الجانب التطبيقي، فقد تم التركيز على دراسة ميدانية بفرع البنك الخارجي الجزائري بولاية غرداية، بهدف رصد مدى توفر هذه الخدمات، وانعكاسها على أداء البنك، من خلال تحليل معطيات استبائية موجهة لعينة من الموظفين.

أولاً: النتائج

1. يُوفر البنك مجموعة من الخدمات المصرفية الإلكترونية المتنوعة (التحويل، الدفع، الاستعلام...) مع بنية تحتية مقبولة لكنها تحتاج إلى تعزيز في بعض الجوانب.

2. يرى أغلب الموظفين أن هذه الخدمات ساهمت في:

➤ تقليل الضغط على الفروع.

➤ جذب عملاء جدد.

➤ تحسين كفاءة العمل.

3. تم تسجيل نقائص واضحة على مستوى:

➤ الدعم الفني الموجه للعملاء.

➤ انتظام التكوين والتدريب للموظفين.

➤ ضعف تأثير هذه الخدمات على خفض التكاليف التشغيلية.

➤ تفاوت الثقة في حماية البيانات البنكية.

4. أظهرت معطيات المعلومات الشخصية للعينة وجود تمثيل قوي للموظفين الجامعيين ذوي الخبرة المتوسطة، وهو ما يعكس قدرة الموارد البشرية على مواكبة التغيرات التقنية إذا توفرت شروط الدعم والتدريب.

ثانيا: اختبار الفرضيات

1. **الفرضية الرئيسية:** "ككل المؤسسات التي واكبت التطور التكنولوجي والرقمي، نجد البنوك التجارية هي الأخرى تسعى لتوفير مزايا وخدمات مصرفية إلكترونية تسهل من عملها وتوفر راحة لعملائها، الشيء الذي يؤثر إيجاباً عليها".

التحقق من صحتها:

تم تأكيد هذه الفرضية من خلال النتائج الميدانية، حيث أقرّ 94.4% من الموظفين بأن بنك الجزائر الخارجي يقدم خدمات إلكترونية متعددة، وأكد أكثر من 77% أن هذه الخدمات ساهمت في تقليص الضغط على الفروع، بينما أشار 83.3% إلى أنها جذبت عملاء جدد. كما أظهرت النتائج تأثيراً إيجابياً على الأداء الوظيفي والتنافسية.

الخلاصة: الفرضية الرئيسية صحيحة وتدعمها معطيات الواقع الميداني.

2. **الفرضية الفرعية الأولى:** "تتوفر البنوك التجارية بصفة كبيرة على أشكال عديدة من الخدمات المصرفية الإلكترونية".

التحقق من صحتها:

أجابت الأغلبية (17 من 18) بـ"نعم" على وجود خدمات إلكترونية متعددة مثل التحويل، دفع الفواتير، الاستعلام... ما يبرز تنوعاً فعلياً في الخدمات المقدمة.

الخلاصة: الفرضية صحيحة.

3. **الفرضية الفرعية الثانية:** "تسعى البنوك التجارية لتوفير كل الشروط والمتطلبات التي تساهم في نجاح الخدمات المصرفية الإلكترونية".

التحقق من صحتها:

أظهرت النتائج أن البنك يوفر البنية التحتية بنسبة 66.7%، ويقوم بتكوين الموظفين بنسبة 55.6%، ويؤمن البيانات بنسبة 66.7%، لكن الدعم الفني ما زال محدوداً (44.4%) والإعلام غير كافٍ بنسبة تقارب 28%.

الخلاصة: الفرضية صحيحة جزئياً، حيث يتضح أن البنك يسعى فعلياً لتوفير متطلبات النجاح، لكن مع وجود نقائص في التكوين والدعم الفني.

4. الفرضية الفرعية الثالثة: "تتميز الخدمات المصرفية الإلكترونية كونها توفر الوقت والجهد والتكلفة، ومن بين مخاطرها عدم التأمين الكافي للأنظمة الذي يجعلها عرضة للاختراقات".

التحقق من صحتها:

- من حيث الفعالية: أقرّ 72.2% بأنها رفعت من كفاءة العمل، و77.8% بأنها قللت الضغط.
 - من حيث التكلفة: فقط 44.4% رأوا أنها تقلل التكاليف، وهي نسبة ضعيفة نسبياً.
 - من حيث الأمان: 33.3% عبّروا عن غياب الحماية الكافية، ما يعكس وجود مخاطر أمنية واقعية.
- الخلاصة: الفرضية صحيحة بدرجة معتبرة، حيث توفّر الخدمات الوقت والراحة، لكن لا تزال المخاطر الأمنية حاضرة في أذهان الموظفين.

الاستنتاج العام:

الفرضيات كلها إما صحيحة كلياً أو صحيحة جزئياً وفقاً لنتائج الاستبيان.

النتائج الميدانية تدعم إلى حد كبير التوجه العام للدراسة حول أثر إيجابي ملحوظ للخدمات المصرفية الإلكترونية مع توصيات بتحسين التكوين والدعم الفني والأمن السيبراني.

ثالثاً: توصيات الدراسة

- تعزيز الدعم الفني عبر إنشاء خلايا متخصصة بمساعدة العملاء في استخدام الخدمات الإلكترونية.
- تعميم التكوين المستمر للموظفين في مجال الرقمنة المصرفية، وربطه بتقييم الأداء الوظيفي.
- تطوير البنية التحتية الرقمية داخل كافة الفروع، خصوصاً في المناطق الداخلية.
- تحسين التواصل مع الزبائن من خلال حملات توعوية رقمية وتطبيقات سهلة الاستخدام.
- مراجعة نظام الحماية الرقمية لضمان الأمن المعلوماتي وتعزيز الثقة في التعاملات الإلكترونية.

رابعاً: آفاق مستقبلية للبحث

يفتح هذا الموضوع آفاقاً متعددة للبحث المستقبلي، من بينها:

- دراسة أثر التحول الرقمي على العلاقة بين البنك والزبون من زاوية التسويق المصرفي.
- تحليل مستوى رضا الزبائن عن الخدمات الإلكترونية مقارنة بالخدمات التقليدية.
- دراسة مقارنة بين بنك الجزائر الخارجي وبنوك خاصة أو أجنبية في مجال تبني الرقمنة.
- البحث في الإطار القانوني والتنظيمي الذي يحكم المعاملات المصرفية الإلكترونية في الجزائر.

أولاً: الكتب

1. الحداد، وسيم محمد وآخرون، الخدمات المصرفية الإلكترونية، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، الطبعة الأولى، 2012.
2. خبانة، عبد الله، الاقتصاد المصرفي، مؤسسة شباب الجامعة، الإسكندرية، 2008.
3. كافي، مصطفى يوسف، النقود والبنوك الإلكترونية، دار مؤسسة رسلان، سوريا، 2011.

ثانياً: المذكرات والأطروحات الجامعية

1. بن موسى، امير، الخدمات المصرفية الإلكترونية ومتطلبات تطويرها في الجزائر - دراسة ميدانية - ، أطروحة دكتوراه، جامعة غرداية، 2020.
2. بريكة، السعيد، واقع عمليات الصرفة الإلكترونية وآفاق تطورها في الجزائر، أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، تخصص تأمينات وبنوك، جامعة أم البواقي، 2011.
3. رمضان، محمد البوخاري، قطاني، محمد كمال، دور الخدمات المصرفية الإلكترونية في تحسين أداء البنوك التجارية - دراسة حالة عينة من البنوك التجارية في منطقة ورقلة، مذكرة ماستر، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، تخصص نقدي وبنكي، 2022.

ثالثاً: المقالات والمجلات العلمية

1. أو صغير، لويضة، الخدمات الصيرفة الإلكترونية في البنوك الجزائرية - دراسة حالة القرض الشعبي الجزائري، محنة اقتصاديات المال والأعمال، العدد 7، 2018.
2. ديدوش، هاجرة، حريري، عبد الغني، واقع الخدمات المصرفية بالبنوك الجزائرية، مجلة استراتيجيات التحقيقات الاقتصادية والمالية، المجلد 04، العدد 01، جامعة حسيبة بن بوعلي - الشلف، 2022.
3. محبوب، علي، سنوسي، علي، واقع الصرفة الإلكترونية في البنوك التجارية - مصرف السلام الجزائر نموذجاً، مجلة شعاع الدراسات الاقتصادية، المجلد 04، العدد 02، جامعة المسيلة، 2022.
4. مزريق، عاشور، معموري، صورية، عصرنة القطاع المالي والمصرفي وواقع الخدمات البنكية الإلكترونية بالجزائر، مداخلة، جامعة حسيبة بن بوعلي - الشلف، 2019.

الملاحق

الاستبيان

أولاً: المعلومات الشخصية الرجاء وضع علامة (X) أمام الخيار المناسب

1. الجنس:

☐

ذكر

☐

أنثى

2. الفئة العمرية:

☐

أقل من 30 سنة

☐

من 30 إلى 45 سنة

☐

أكثر من 45 سنة

3. المؤهل العلمي:

☐

ثانوي

☐

جامعي

☐

دراسات عليا

4. عدد سنوات العمل في البنك:

☐

أقل من 5 سنوات

☐

من 5 إلى 10 سنوات

☐

أكثر من 10 سنوات

الملاحق

ثانياً: واقع الخدمات المصرفية الإلكترونية

العبارة	نعم	لا	أحياناً
يقدم البنك خدمات إلكترونية متعددة (مثل التحويل، الاستعلام، دفع الفواتير...).			
تتوفر البنية التحتية التقنية الملائمة لتقديم هذه الخدمات بكفاءة.			
يتم إعلام العملاء بشكل كاف حول الخدمات الإلكترونية المقدمة.			
يتم تقديم الدعم الفني للعملاء في حال وجود مشاكل بالخدمات الإلكترونية.			
تتلقى تدريباً دورياً حول استخدام وتقديم الخدمات المصرفية الإلكترونية.			
توجد حماية كافية للبيانات والمعلومات الخاصة بالعملاء عبر الأنظمة الإلكترونية.			

ثالثاً: أثر الخدمات المصرفية الإلكترونية على البنك التجاري

العبارة	نعم	لا	أحياناً
ساهمت الخدمات الإلكترونية في تقليص الضغط على الفروع التقليدية.			
ساعدت هذه الخدمات في جذب عملاء جدد للبنك.			
أدت الخدمات المصرفية الإلكترونية إلى رفع كفاءة العمل وتحسين الأداء الوظيفي.			
ساهمت في تقليل التكاليف التشغيلية داخل البنك.			
أثرت الخدمات المصرفية الإلكترونية إيجابياً على قدرة البنك التنافسية في السوق.			