

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة غرداية
كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير
قسم العلوم الاقتصادية



مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة ماستر أكاديمي
ميدان العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير والعلوم التجارية
شعبة: علوم الاقتصادية
تخصص: اقتصاد نقدي وبنكي
من إعداد الطالبين:
- أولادعلي سميرة
- جديد لحسن
بغنوان:

أثر استخدام بطاقات الدفع الإلكتروني في تحسين الخدمة المصرفية
دراسة ميدانية دراسة حالة CNEP BANQUE وكالة غرداية 551

نوقشت وأجرت علنا بتاريخ: 2018/06/04

أمام اللجنة المكونة من السادة:

الاسم واللقب	الجامعة	الصفة
د/ علماوي أحمد	غرداية	رئيسا
د/ مصيطفى عبد اللطيف	غرداية	مشرفا ومقررا
د/ حنيش فتحي	غرداية	مناقشا

السنة الجامعية: 2017-2018 م

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الإهداء

"وقل ربي ارحمهما كما ربياني صغيرا "

إلى دولة الصبر ومدرسة الكفاح إلى النور الذي استضيء به طريقي في هذه

الدنيا أُمي الغالية أطال الله في عمرها

إلى سندي في الحياة ومثلي الأعلى أدامه الله فوق رؤوسنا أبي أطال الله في عمره

إلى إخوتي حفظهم الله السعيد، مصطفى ، العربي وبجي

إلى أختي حفيظة وأم الخير

إلى كل العائلة

إلى صديقاتي بالحي الجامعي

إلى كل زملاء الدراسة دفعة 2018 اقتصاد نقدي وبنكي

سمبرلة



الإهداء

"وقل ربي ارحمهما كما ربياني صغيرا "

إلى التي حملتني وهنا على وهن، وقاست تألمت لألمي إلى نور حياتي

أمي الغالية أطال الله في عمرها

إلى الذي عمل وكد وجد إلى الذي علمني بسلوكه خصالا أعتز

بها في حياتي إلى مصدر فخري واعتزازي أبي أطال الله في عمره

إلى من تقاسمني مرة الحياة وحلوها سندي في الحياة زوجتي

إلى قرة عيني أبنائي محمد أسامة، نصر الله

ياسمين، هشام حفظهم الله وبارك لي فيهم

إلى إخوتي وأخواتي حفظهم الله

إلى كل العائلة والأصدقاء

إلى كل زملاء الدراسة دفعة 2018 اقتصاد نقدي وبنكي

لكم



نشرة رأت



شكرا أولا ودائما وأبدا إلى الله تعالى الذي هدانا لهذا وما كنا لنهتدي لولا أن هدانا ومنحا الصبر والوسيلة

للقيام بهذا العمل

فبداية نتقدم بالشكر الجزيل إلى الأستاذ المشرف على مساعدته لنا وتوجيهه لأعمالنا

والشكر للدكتور طويطي مصطفى على المساعدة والتوجيه والشكر الجزيل للسادة أعضاء اللجنة المناقشة



الذين سننال شرف قراءتهم مذكرتنا و مناقشتها

الشكر الخاص للسيد شرع لمين مدير CNEP Banque وكالة غرداية 551 على المساعدة والتوجيه

كما نخص بالشكر كل أساتذة كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير على كل المجهودات المبذولة منهم

إلى كل من ساعدنا من قريب أو بعيد

بسميرة ، الحسن



الملخص:

تهدف الدراسة إلى إبراز أثر استخدام بطاقات الدفع الإلكتروني في تحسين الخدمة المصرفية، وذلك بالإجابة على التساؤلات المطروحة في الإشكالية، كما تهدف إلى التعرف على أنواع ووسائل الدفع الإلكتروني المستخدمة في الصندوق الوطني للتوفير والاحتياط CNEP Banque وكالة غرداية 515 الذي يعتمد على تقديم خدمات مميزة في مجال الصيرفة الإلكترونية واستخدام وسائل الدفع الإلكتروني عن طريق أجهزة الصراف الآلي باستخدام بطاقات الدفع الإلكتروني بهدف تحسين الخدمة المصرفية، إضافة إلى تقديم بعض الخدمات على الموقع الإلكتروني مثل: طلب دفتر الشيكات، البطاقات البنكية، تقديم مختلف ملفات القرض، وتم التوصل أن التطورات الجديدة في العمل المصرفي تفرض ضرورة إيجاد آليات متطورة في تقديم خدمات مصرفية متنوعة، وكانت الأدوات المستخدمة في الدراسة الملاحظة، جمع الوثائق، الاستبيان والمقابلة مع مدير CNEP وكالة غرداية و رئيس دائرة الودائع ووسائل الدفع و الموظف المشرف على وسائل الدفع على مستوى المديرية الجهوية.

الكلمات المفتاحية:

دفع الإلكتروني، وسائل الدفع الإلكتروني، خدمة مصرفية، خدمات مصرفية الكترونية، صيرفة الإلكترونية.

Abstract :

The aim of this study is to show the impact of using e-payment card in how to progress and improve the banking service by responding to different questions, and in other hand to let know the all various e-payment methods used in the CNEP Bank branch of Ghardaia 515 which is use high electronic banking service based on E-payment card and automated teller machine ATM. And in order to improve e-banking service, electronic service on web site is provided such as apply for checks or e-payment card or subscribe in different leasing program. The new technologies in the banking field need to be accompanied with new mechanism in work for proving different and high quality service .The tool of this research was by documentation , survey , interview with the manager of CNEP Bank , branch of Ghardaia and Head of payment method and deposit Departmen and the employee in charge of payment method at the Regional directorate.

Key word : e-payment - Electronic payment method - banking service - e-banking service - e-banking.

قائمة المحتويات

الصفحة	قائمة المحتويات
	إهداء
	شكر
II	الملخص
II	قائمة الجداول
II	قائمة الأشكال
II	قائمة الملاحق
II	قائمة الاختصارات والرموز
أ- ج	مقدمة عامة
05	الفصل الأول : الإطار النظري لوسائل الدفع الالكترونية وتطور الخدمات المصرفية
35-06	المبحث الأول : وسائل الدفع الالكترونية وتطور الخدمة المصرفية
06	المطلب الأول : ماهية وسائل الدفع الالكترونية
19	المطلب الثاني : تطور الخدمات المصرفية وأهم المخاطر التي تواجهها
32	المبحث الثاني : الدراسات السابقة
32	المطلب الأول : عرض الدراسات السابقة
35	المطلب الثاني : المقارنة بين الدراسة الحالية والدراسات السابقة
36	خلاصة الفصل
38	الفصل الثاني : الدراسة الميدانية دراسة حالة الصندوق الوطني للتوفير والاحتياط CNEP Banque وكالة غرداية 551
39	المبحث الأول : تقديم بطاقة فنية عن الصندوق الوطني للتوفير والاحتياط CNEP وكالة غرداية
39	المطلب الأول : لمحة عن الصندوق الوطني للتوفير والاحتياط
42	المطلب الثاني : أنواع ووسائل الدفع الالكترونية التي يقدمها البنك وتطورها
46	المبحث الثاني : الطريقة والأدوات المستخدمة في الدراسة
46	المطلب الأول : مجتمع وعينة الدراسة
47	المطلب الثاني : الأدوات المستخدمة في الدراسة
48	المطلب الثالث : عرض ومناقشة الدراسة
57	خلاصة الفصل

59	خاتمة
62	قائمة المصادر والمراجع
66	الملاحق

قائمة الجداول

الصفحة	عنوان الجدول	رقم الجدول
10	الفرق في التكاليف بين اعتماد الوسائل التقليدية في أداء الخدمات المصرفية وبين اعتماد الوسائط الالكترونية في أدائها	01
43	تطور عدد البطاقات البنكية في CNEP Banque وكالة غرداية	02
44	حجم عمليات الدفع الالكتروني	03
48	ثبات ألفا كرونباخ للأبعاد والثبات الكلي للاختبار	04
48	توزيع أفراد العينة حسب الجنس	05
49	توزيع أفراد العينة حسب العمر	06
49	توزيع أفراد العينة حسب المستوى الدراسي	07
50	توزيع أفراد العينة حسب الوظيفة	08
51	تحليل فقرات الجزء الأول	09
52	تحليل فقرات الجزء الثاني	10
53	تحليل فقرات الجزء الثالث	11
54	تحليل فقرات الجزء الرابع	12
55	معامل الارتباط برسون بين تقديم الخدمة مع مستوى الخدمة	13

قائمة الأشكال

الصفحة	عنوان الشكل	رقم الشكل
12	أنواع بطاقات الائتمان	01
42	الهيكل التنظيمي للوكالة	02
46	منافذ توزيع الخدمة المصرفية	03
48	توزيع أفراد العينة حسب الجنس	04
49	توزيع أفراد العينة حسب العمر	05
49	توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي	06
50	توزيع أفراد العينة حسب الوظيفة	07

قائمة الملاحق

عنوان الملحق	رقم الملحق
بطاقة CIB	01
بطاقات التوفير	02
طلب الحصول على بطاقة CIB	03
اتفاقية بطاقة ما بين البنوك CIB	04
استمارة الاستبيان	05
خصائص عينة الدراسة	06
التكرارات المتوسط الحسابي الانحراف المعياري واختبار t	07
معامل الارتباط بيرسون	08

قائمة الاختصارات والرموز

الدلالة باللغة العربية	الدلالة باللغة الأصلية	الاختصار
أجهزة الصراف الآلي	Automatique Teller Machine	ATM
الموزع الآلي للنقود	Distributeur Automatique de Billet	DAB
الشباك الأوتوماتيكي للأوراق	Guichet Automatique de Banque	GAB
بطاقة مابين البنوك	Carte inter bancaire	CIB

مقدمة

توطئة:

تعد التطورات التي يشهدها العالم في مجال التقدم التكنولوجي، من أهم متطلبات العصر الحديث، بحيث أصبحت الصيرفة الالكترونية، والدفع الالكتروني واقعا في البلدان المتطورة، ويعتبر هذا الواقع إحدى المظاهر الرئيسية للاقتصاد الرقمي، وأصبح إجراء العمليات المصرفية يتم بطريقة الكترونية سواء تعلق الأمر بالسحب، أو الدفع، أو الائتمان ، أو التحويل، تمكن هذه التعاملات من تجاوز بعدي الزمان والمكان في إجراء المعاملات، وعملت البنوك على تحسين خدماتها بما يكفل وصولها إلى العميل بدقة وسهولة بما يتناسب مع متطلبات العملاء وتحقيق البنك لأهدافه.

كما شهد العمل والخدمة المصرفية ثورة باتجاه استغلال الكمبيوتر ونظم معلومات الاتصال، والمقاصة الفورية عند نقاط البيع، بل وجدت بنوك الكترونية تدار عبر استغلال نظم الوسائط المتعددة، تلبي كل ما يحتاجه الزبون من خدمات الدفع، والسحب ومختلف المتطلبات المصرفية الأخرى، أمام نمو الوسائل الالكترونية المستغلة في الواقع الحقيقي، وأمام حاجة أنشطة الاستثمار والتجارة للتقنيات المتقدمة في الدفع وازدياد الاعتماد على وسائل الدفع الالكتروني، كان لابد من وضع مفاهيم جديدة ما ساعد على ظهور البنوك الالكترونية، القائمة على أساس بطاقات الائتمان.

لذا تعمل البنوك على مواكبة التطورات الحادثة في مجال تكنولوجيا الإعلام والاتصال من أجل تطوير المنتجات البنكية و الوسائل ذات العلاقة بها و خاصة بطاقات الدفع الالكتروني.

وبناء على ما سبق فإن هذه الدراسة جاءت لتوضح العلاقة بين وسائل الدفع الالكتروني وبين أثرها في تحسين الخدمة المصرفية.

وعليه يمكن صياغة الإشكالية على النحو التالي: إلى أي مدى يمكن لبطاقات الدفع الالكتروني أن تساهم في تحسين الخدمة المصرفية؟

للإجابة على السؤال الرئيسي لهذه الإشكالية نقوم بطرح الأسئلة الفرعية التالية:

- هل استخدام بطاقات الدفع الالكتروني يؤدي إلى اختصار الوقت وتخفيض التكاليف ؟
- هل استخدام بطاقات الدفع الالكتروني يساهم في تحسين الخدمة المصرفية؟
- هل استخدام البطاقات البنكية يؤدي إلى تحقيق رضا العملاء؟
- هل يشعر العملاء بالأمان والسرية عند استخدام بطاقات الدفع؟

بناء على ما تقدم فيما سبق طرحه من أسئلة من أجل تحقيق أهداف البحث يمكن تحديد مجموعة من

الفرضيات وهي كالتالي:

- لا توجد فروق جوهرية لاستخدام بطاقات الدفع الالكتروني تؤدي إلى اختصار الوقت وتخفيض التكاليف في CNEP Banque.

- لا توجد فروق جوهرية لاستخدام وسائل الدفع الالكتروني تساهم في تحسين الخدمة المصرفية في CNEP Banque.

- لا توجد فروق جوهرية لاستخدام البطاقات البنكية تؤدي إلى تحقيق رضا العملاء في CNEP Banque.
- لا يشعر عملاء CNEP Banque بالأمان والسرية في معاملاتهم مع البنك عند استخدام البطاقات الدفع الإلكترونية.

أهمية الموضوع:

تكمن أهمية الموضوع في استخدام بطاقات الدفع الإلكترونية التي أصبحت ضرورة وحتمية أفرزتها التطورات التكنولوجية في العصر الحالي من أجل مسايرة البنوك لهذه التطورات وتقديم البنوك للخدمات المصرفية الحديثة المنافسة لجذب أكبر قدر من العملاء.

كما أن للبحث أهمية في التعرف إلى المخاطر التي تتطور بتطور الصيرفة الإلكترونية، وكيفية إدارة هذه المخاطر.

أهداف الدراسة:

- تهدف الدراسة لتحقيق أهداف عدة يمكن تحديدها فيما يلي:
- معرفة كيف تساهم بطاقات الدفع الإلكترونية في تحسين الخدمة المصرفية.
 - التعرف على أنواع ووسائل الدفع الإلكترونية المستخدمة.
 - كيفية إدارة مخاطر العمليات المصرفية الإلكترونية والتحديات التي تواجهها.

حدود الدراسة:

الحدود المكانية: تمت الدراسة في الصندوق الوطني للتوفير والاحتياط CNEP وكالة غرداية.

الحدود الزمنية: خلال شهر مارس 2018.

منهج البحث:

نظرا لطبيعة الموضوع والإشكالية المطروحة فإنه قد تم الاعتماد في هذه الدراسة على المنهج الوصفي بالاعتماد على التحليل الذي سيناسب طبيعة الموضوع والتحليل المستخدم كما تم الاستعانة في ذلك بالعديد من الأدوات من مراجع، كتب، مذكرات، مجلات، ملتقيات، ومواقع شبكة الانترنت، وآخر الإحصائيات لتغطية الجوانب النظرية للموضوع، أما في الجانب التطبيقي فقد تم الاعتماد والاستعانة ببعض أدوات البحث مثل برنامج SSPS في تحليل آراء عملاء كتاب بنك حول الخدمات المصرفية المقدمة لهم عن طريق بطاقات الدفع الإلكترونية للوصول إلى استنتاجات لتطوير وتحسين الخدمة المصرفية.

صعوبات الدراسة:

- واجهتنا بعض الصعوبات خاصة في الجانب التطبيقي تمثلت في:
- صعوبة الاتصال بعملاء البنك.
 - طبيعة السرية في تعاملات البنك.

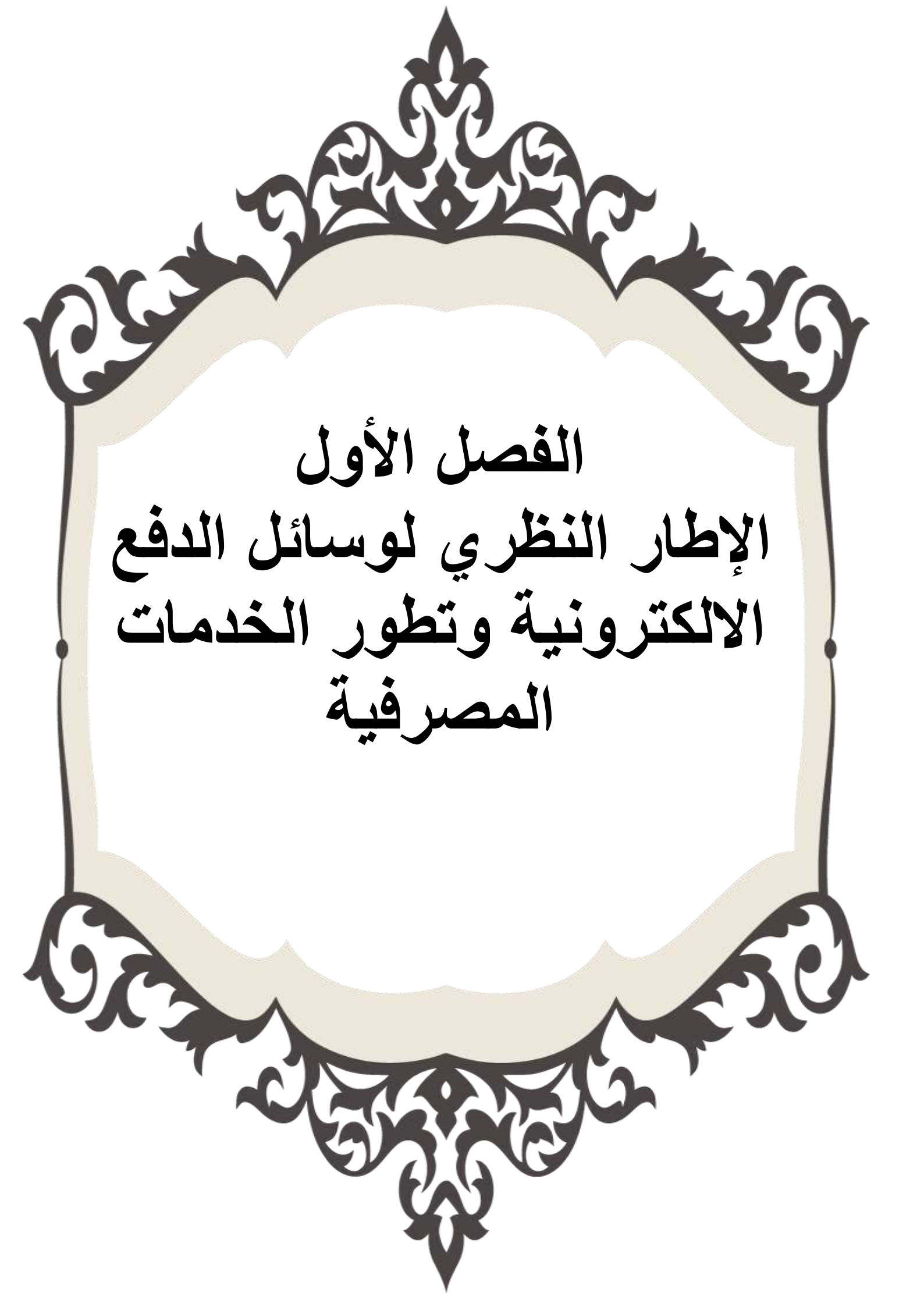
هيكل البحث:

من أجل الإجابة على الإشكالية المطروحة قسمنا البحث إلى فصلين نظري وفصل تطبيقي،
الفصل الأول الإطار النظري لوسائل الدفع الالكترونية وتطور الخدمات المصرفية.

قسمنا هذا الفصل إلى مبحثين تطرقنا في المبحث الأول إلى وسائل الدفع الالكترونية وتطور الخدمة
المصرفية.

أما في المبحث الثاني إلى الدراسات السابقة الذي سنعرض فيه أهم الدراسات السابقة وأوجه التشابه
والاختلاف بينها وبين الموضوع محل الدراسة.

أما الفصل الثاني الدراسة الميدانية دراسة حالة الصندوق الوطني للتوفير والاحتياط Banque
CNEP وكالة غرداية 551 تطرقنا فيه إلى مبحثين في المبحث الأول تناولنا الأدوات المستخدمة في الدراسة
أما المبحث الثاني فتناولنا فيه عرض ومناقشة نتائج الدراسة وفي الأخير خاتمة البحث التي تحتوي على
النتائج والتوصيات.



الفصل الأول
الإطار النظري لوسائل الدفع
الإلكترونية وتطور الخدمات
المصرفية

الفصل الأول: الإطار النظري لوسائل الدفع الالكترونية وتطور الخدمات المصرفية

تمهيد:

لقد انتشرت في السنوات الأخيرة خاصة بعد ظهور الانترنت طرق ووسائل متعددة لدفع وصاد المستحقات المالية بطرق الكترونية بين المشتري والبائع وتعمل بنوك معينة إلى تطوير هذه الوسائل باستمرار بهدف تقديم وسائل أكثر أماناً وتقديم خدمات تتناسب وحاجات المستهلك ومن هذه الوسائل البطاقات الالكترونية المتعددة مثل البطاقات البلاستيكية بأنواعها المختلفة والبطاقات الذكية والشيكات الالكترونية . إن تلك الوسائل الالكترونية قدمت العديد من الفوائد للمستهلك فالمستهلك يستطيع شراء مختلف حاجاته من محلات ومتاجر معينة ودفع قيمتها باستخدام بطاقات الكترونية صغيرة دون عناء حمل مبالغ كبيرة ومن خلال الانترنت فإنه يستطيع أن يشتري ما يشاء وصاد الثمن في أي وقت يشاء.

المبحث الأول: وسائل الدفع الالكترونية وتطور الخدمة المصرفية

مع تطور والتقدم التكنولوجي في مجال تكنولوجيا الإعلام والاتصال ومن أجل تحقيق السرعة في أداء المعاملات كان لازماً على البنوك من أجل تطوير وسائل الدفع التقليدية واستبدالها بالأدوات الحديثة.

المطلب الأول : ماهية وسائل الدفع الالكترونية

وسائل الدفع الالكترونية عبارة عن وسيلة تتم كل عملياتها بطريقة الكترونية.

الفرع الأول: تعريف وسائل الدفع الالكترونية

يعرف الدفع الالكتروني أنه كل عملية دفع صدرت وعولجت بطريقة إلكترونية، وهذا يعني أن العملية هي عبارة عن تحويل نقدي من خلال نقل معطيات من طرف إلى آخر، أو من نظام إلى آخر، وهذه المعطيات تتم معالجتها من طرف نظام وسط (نظام معالجة) يتمثل في شبكة مصرفية . وتتم هذه العملية عن طريق مجموعة الأدوات الالكترونية التي تصدرها المصارف ومؤسسات الائتمان، وبسبب تنوع هذه الوسائل واختلاف طبائعها أضحى من الصعب تقديم تعريف موحد للنقد الالكتروني.

تتضمن عملية الدفع الالكتروني أربعة أطراف: المتعامل (الدافع أو المشتري)، البنك الذي أصدر وسيلة

الدفع (البطاقة)، البنك الذي يتحصل على المبلغ لحساب المستفيد من الدفع (البائع)، وشبكة البطاقات.¹

الفرع الثاني: أطراف التعامل بأنظمة الدفع الالكترونية و الوسائط الالكترونية المصرفية

أولاً: أطراف التعامل بأنظمة الدفع الالكتروني

أطراف التعامل في بطاقة الائتمان بشكل عام هم:

1- المركز العالمي للبطاقة: هي مؤسسة عالمية تقوم بعملية إنشاء البطاقات ، وتتولى رعايتها وتصدر تراخيص للبنوك الموجودة في جميع أنحاء العالم بالموافقة على دخولها في عضوية هذه البطاقات ، وهي تتولى تسوية العمليات المالية المستحقة جراء استخدامها، كما لها دور في عملية حل النزاعات والخلافات الناشئة بين أطراف العلاقة بالبطاقة فيكون دورها في هذه الحالة دور المحكم، ويتم ذلك مقابل عمولة تتراوح عادة ما بين 1- 4% من قيمة العملية يدفعها التاجر إضافة إلى اشتراك سنوي في معظم الحالات يدفعه المستخدم(حامل البطاقة)، ومن الأمثلة على ذلك مؤسسة Visa Card.

وفيما يلي تعريفها:

توجد هذه المنظمة في الولايات المتحدة الأمريكية في ولاية كاليفورنيا بمنطقة سان فرانسيسكو ، وهي تقسم العالم كله إلى عدة مناطق هي : كندا وأوروبا وآسيا وأمريكا اللاتينية وإفريقيا والشرق الأوسط والولايات المتحدة الأمريكية، وتقوم بمنح تراخيص للبنوك المشتركة في عضوية إصدار البطاقات لتسوية الحسابات، لتتمكن من إصدار هذه البطاقات للعملاء، كما تقوم بدور الوسيط بين البنوك لتسوية الحسابات، ونقل المعلومات، ومنح الموافقات.

ومن أهم إصدارات هذه المؤسسة البطاقات الذهبية Golden Card، وبطاقات رجال الأعمال

Business Card، والبطاقات العادية Classic Card، وما يحكم هذه البطاقات من الناحية القانونية

¹ - رحيب حسين، الاقتصاد المصرفي مفاهيم تحاليل تقنيات، دار بهاء الدين، قسنطينة، 2008، ص 150.

الفصل الأول: الإطار النظري لوسائل الدفع الالكترونية وتطور الخدمات المصرفية

وينظم العلاقات الناشئة عنها هو القانون الوطني الذي نظمت وأنشئت في ظلّه إذ كان هنالك قانون ينظم مثل هذه العمليات.¹

2- مصدر البطاقة: يقصد بمصدر البطاقة البنك الذي ينشئها كوسيلة للتعامل مع زبونه ويكون اصداره لها إما مباشرة أو عبر المؤسسة الراعية لها أي بترخيص منها على أساس أن البنك عضو فيها ويتم هذا الإصدار بناء على إيجاب من العميل .

ويتمثل دوره في الالتزام بسداد ما ترتب في ذمة العميل من حقوق للتجار و أصحاب الخدمات.²

3- التاجر: وهو الذي يكون حائزاً نهائياً الدفع الالكتروني الذي يمكن الحامل من استخدامه لتمويل مشترياته بواسطة البطاقة ويكون متعاقدًا إما مع نفس البنك أو بنك آخر لقبول التعامل أو قبول البطاقات البنكية.³

4- حامل البطاقة: الشخص أو الأشخاص الذين حصلوا على البطاقة بناء على طلب تم تقديمه للمصدر ووافق على منحهم إياها، لتمكينهم من الشراء بواسطتها ، أو الحصول على الخدمات، وكذلك تمكينهم من السحب النقدي من الصراف الآلي باستخدام البطاقة الممنوحة لهم من مصدر البطاقة. ويدفع حامل البطاقة للمصدر المستحقات المترتبة عليه جراء استخدام هذه البطاقة أحياناً وقد يتطلب الأمر الحصول على موافقة البنك أو المؤسسة المالية لإجراءات خاصة.⁴

ثانياً: الوسائط الالكترونية المصرفية

مع التطور التكنولوجي المستمر تطورت الوسائل الالكترونية المصرفية ومن أهمها ما يلي:

1- نقاط البيع: إن جهاز نقاط البيع هو كناية عن نظام للتحويل الالكتروني للأموال يمكن صاحب بطاقة الصراف الآلي أو بطاقة الائتمان ، من أن يسدد قيمة مشترياته من المتجر أو المؤسسة ، ثم يحولها من حساب صاحب البطاقة إلى حساب التاجر أو المؤسسة .

يتكون جهاز نقاط البيع من المكونات الثلاث التالية:

- قارئ البطاقات.

- لوحة المفاتيح.

- شاشة العرض.

من أهم مزايا خدمة نقاط البيع ما يلي:

- تقليص وجود النقد ما يعني تقليل المخاطر على العميل والمصرف.

¹ - جلال عايد الشورة، وسائل الدفع الالكتروني، دار الثقافة، الأردن، 2008، ص36.

² - رضوان غنيمي، بطاقات الائتمان بين الوضع القانوني المصرفي والتأصيل الفقهي، دار الفكر الجامعي، مصر، 2012، ص83.

³ - بورزق إبراهيم فوزي، دراسة تحليلية حول التجربة الجزائرية في مجال النقد الآلي البنكي دراسة حالة القرض الشعبي

الجزائري CPA، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات شهادة الماجستير، علوم اقتصادية، تخصص تحليل اقتصادي، جامعة الجزائر، 2008، ص28.

⁴ - جلال عايد الشورة، مرجع سبق ذكره، ص37.

الفصل الأول: الإطار النظري لوسائل الدفع الالكترونية وتطور الخدمات المصرفية

- زيادة حجم مبيعات التاجر من خلال اجتذاب حاملي البطاقات.
- إمكان أجهزة نقاط البيع عمل الموازنات أوتوماتيكيا أو يدويا.
- إمكان الاستعلام عن الرصيد قبل تنفيذ العملية الشرائية.¹

2- الانترنت المصرفي: يراد بهذا النظام هو تعامل الزبون مباشرة مع حسابه من مكان تواجد وإجراء العديد من العمليات المصرفية الخاصة به عن طريق الانترنت، إذ أتاح انتشار استخدام الانترنت للبنوك التعامل مع العملاء من خلال خدمات المصرف المنزلي (Home Banking) ، حيث يتم إنشاء مقر لها عبر الانترنت وهو في منزله ، ويمكن محاورة موظف البنك على شاشة الكمبيوتر، ويتم إجراء كافة العمليات بسهولة ودون بذل جهد أو وقت ، وتتولى أجهزة هذه العمليات التي تتم عن بعد بتسهيل تعامل الأطراف وتوفير الثقة فيما بينهم وتتولى البنوك بصفة أساسية، عبئ القيام بهذه المهمة، بالإضافة إلى منشآت أخرى يتم إنشائها لهذا الغرض.

لذا لجأت المصارف في الآونة الأخيرة إلى تقديم خدمات مصرفية عن طريق شبكة الانترنت نظر لقلّة تكلفتها.²

3- المقاصة الالكترونية: كانت خدمات المقاصة تتم في السابق يدويا وبالتالي كانت عملية المقاصة للشيك المسحوب على بنك آخر تستغرق في حدود أربعة أيام لحين إرسال الشيك الأصلي إلى غرفة المقاصة بالبنك المركزي وإجراء العمليات اللازمة.

أما الآن فقد أصبحت البنوك تستخدم نظام خدمات المقاصة الالكترونية المصرفية حيث تتم عملية الدفع في نفس اليوم.³

4- نظام الصراف الآلي (Automatic Teller Machine (ATM): أتاح تطور عمل نظام الصراف الآلي تقديم العديد من الخدمات المصرفية الحديثة ، كدفع الفواتير وتسديد الرسوم الجمركية ، حتى الاكتتاب بأسهم بعض الشركات من خلال هذه الأجهزة حتى أصبح باستطاعة العميل شحن بطاقته الذكية من التصرفات ليقوم باستخدامها لأداء وتسديد التزاماته في نقاط دفع متعددة.⁴

ويمكن تعريفه على أنه نظام يتيح للعملاء حملة البطاقات التعامل مع حساباتهم البنكية في أي وقت سواء في مواعيد العمل الرسمية أو غيرها من عطل وإجازات وعلى مدار 24 ساعة.⁵

1 - أحمد سفر، أنظمة الدفع الالكترونية، منشورات الحلبي الحقوقية، لبنان، 2008، ص ص 148، 153.

2 - نهى خالد عيسى الموسوي، إسرائ خضير مظلوم الشمري، النظام القانوني للنقود الالكتروني ، مجلة جامعة بابل، المجلد 22 العدد السادس ، 2014، ص ص 273، 274.

3 - زياد رمضان، محفوظ جودة، الاتجاهات المعاصرة في إدارة البنوك، الطبعة الرابعة، دار وائل للنشر، الأردن، 2013، ص 348

4 - أحمد سفر، مرجع سبق ذكره، ص 146.

5 - أم الخير دراجي، أثر عصريّة الخدمات المصرفية على الأداء البنكي دراسة حالة البنك الخارجي الجزائري لفترة

2003-2008 ، مذكرة لنيل شهادة الماستر، علوم اقتصادية، تخصص مالية وبنوك، ورقة، 2015، ص 10.

الفصل الأول: الإطار النظري لوسائل الدفع الالكترونية وتطور الخدمات المصرفية

أ- أنواع الصراف الآلي: يمكن التمييز بين نوعين أساسيين هما:

1- الموزع الآلي للنقود (DAB): الموزعات الآلية للأوراق هي صورة بسيطة للمكننة في القطاع البنكي. فهي آلات أوتوماتيكية تستخدم عن طريق بطاقة الكترونية تسمح للمستهلك بسحب مبلغ من المال بدون اللجوء إلى الفرع ، و هكذا فالمهمة الرئيسية للموزع الآلي للأوراق هي تقديم الخدمة الأكثر ضرورية للمستهلك.

2- الشباك الأوتوماتيكي للأوراق (GAB): الشبائيك الأوتوماتيكية للأوراق هي أجهزة أوتوماتيكية تقدم خدمات أكثر تعقيدا و أكثر تنوعا بالنسبة للموزع الآلي للنقود، يتعلق الأمر بأجهزة أوتوماتيكية متصلة بشبكة تستخدم عن طريق بطاقات الكترونية و التي بالإضافة إلى مهمة سحب الأموال تسمح بالقيام بالعديد من العمليات، هذه العمليات تشمل مثلا قبول الودائع ، طلب صك، عمليات التحويل من حساب إلى حساب ..الخ. فالشبائيك الأوتوماتيكية للأوراق متصلة مباشرة بالحاسوب الرئيسي للبنك و هي تمثل في الوقت الحاضر أحد المنتجات البنكية الإلكترونية الأساسية للنظام البنكي، و دورها مهم على مستوى التسويق لأنها أصبحت تمثل وسيلة للحوار مع المستهلك.¹

تعمل أجهزة الصراف الآلي على مدار 24 ساعة في اليوم، وتقع في مواقع مختلفة وخاصة في المناطق الأكثر اكتظاظا بالسكان مما يسهل العثور عليها. يتطلب استخدام جهاز الصراف الآلي بطاقة الصراف الآلي ورمز التعريف الشخصي مما يسمح للعملاء الوصول إلى الخدمات المصرفية مثل التحويلات، الاستفسارات على أرصدة الحسابات، طلبات دفاتر الشيكات.....الخ.²

ب- خصائص الصراف الآلي ما يلي:

- الخدمة السريعة مقارنة بإجراءات الصرف داخل المصرف.
- خدمات الصراف الآلي عملية وسهلة الاستخدام من قبل أي شخص.
- أجهزة الصرف الآلي قريبة وملائمة لأماكن الشراء والتسوق، حيث أنها متوفرة في كل فروع المصرف المصدر للبطاقة والمصارف المرتبطة معه وفي المراكز التجارية والفنادق والمطارات...الخ.
- خدمات الصراف الآلي تلغي الحاجة لحمل النقود.
- أجهزة الصراف الآلي يمكن الوثوق بها بدرجة أكبر من غيرها نظرا لأنها على درجة عالية من الأمان وغير معرضة للأخطاء المحاسبية.³

¹ - نعمون وهاب، النظم المعاصرة لتوزيع المنتجات المصرفية واستراتيجية البنوك، مداخلة مقدمة إلى ملتقى المنظومة المصرفية الجزائرية والتحويلات الاقتصادية - واقع وتحديات - جامعة حسيبة بن بوعلي، الشلف- الجزائر، 14- 15 ديسمبر 2004.

² - Bouchelit rym: Les perspectives d'e- banking dans la stratégie algerie 2013 - Thèse doctorat - Département sciences économiques - Université d' tlemcen - 2015 - p 73.

³ - أحمد سفر، مرجع سبق ذكره، ص 151.

الفصل الأول: الإطار النظري لوسائل الدفع الالكترونية وتطور الخدمات المصرفية

الجدول رقم (01): الفرق في التكاليف بين اعتماد الوسائل التقليدية في أداء الخدمات المصرفية وبين اعتماد الوسائط الالكترونية في أدائها

نوع الخدمة	قناة الخدمة	تقدير التكلفة
تقليدية	خدمة عبر فرع البنك	259 وحدة
تقليدية	خدمة الاتصال الهاتفي	56 وحدة
الالكترونية	خدمة الصرافات الآلية	4 وحدات
الالكترونية	خدمة الانترنت	1 وحدة

المصدر: أحمد سفر، أنظمة الدفع الالكتروني، ص 150

يتبين من خلال تحليل هذا الجدول الفرق الكبير و الواضح من ناحية التكاليف بين اعتماد الوسائل التقليدية في أداء الخدمات المصرفية و بين اعتماد الوسائط الالكترونية في أدائها.

بحيث أن الصراف الآلي اليوم يؤدي معظم الخدمات والمهام التي يقوم بها الموظف في أي فرع من فروع البنك ، و بنوعية خدمة أفضل وتكلفة أقل.¹

الفرع الثالث: أنواع وسائل الدفع الالكترونية
أولاً: البطاقات البنكية وأنواعها
1- تعريف البطاقات البنكية:

هي بطاقات تصدر من إحدى مؤسسات الائتمان أو إحدى الجهات المرخص لها قانوناً بحيث يسمح لحاملها بسحب أو تحويل نقود من حسابه.²

2- بطاقات الائتمان

تسمح بطاقات الائتمان اليوم بتسوية المعاملات مع التاجر ، والدفع عبر شبكة الانترنت وسحب الأموال في البداية كان استخدامها محدود.³

نشأة بطاقات الائتمان: بدأت تظهر بطاقات الائتمان مند عام 1914، وكان عندما أصدرت بعض شركات البترول الأمريكية في الولايات المتحدة الأمريكية بطاقات لعملائها من أجل استخدامها في شراء بعض مشتقات البترول من المحطات التابعة لها، وتتم تسوية هذه العملية في نهاية كل مدة زمنية متفق عليها لكن النشأة الحقيقية كانت في عام 1950 إذ بدأت تظهر صور بطاقات الائتمان في صورة بطاقات المحلات التجارية ثم بعد ذلك في بطاقات السفر ، ومن بعدها في بطاقات الترفيه التي يطلق عليها اسم Charge Cards ثم بطاقات الائتمان Credit Cards وعليه فإننا نجد بأن العلاقة في بطاقات المحلات التجارية

¹ - أحمد سفر، مرجع سبق ذكره، ص 150.

² - نفس المرجع، ص 79.

³ - Moali Mokrane: Le système de paiement par carte bancaire en algerie – Thèse master – Département sciences économiques - Université de béjaia– 2013 – p 18.

الفصل الأول: الإطار النظري لوسائل الدفع الالكترونية وتطور الخدمات المصرفية

ثنائية الأطراف، إذ وجدت من أجل ضبط العمليات التجارية الخاصة بها مع عملائها، إضافة إلى ربط الزبائن بمحلاتهم .

أما الأنواع الأخرى من البطاقات التي تصدر عن الشركات المالية التي تسمى ببطاقات السفر، أو التي تصدر عن البنوك التجارية أو الشركات المالية و التي تسمى ببطاقات الائتمان، فهذه الأنواع من البطاقات تعد ربحية تقوم على علاقة ثلاثية (بنك أو منظمة)، وحامل البطاقة، والتجار ، وقد تجد أن البنوك تصدر أنواعا أخرى من البطاقات تختلف عن بطاقات الائتمان، مثل البطاقات المضمونة والبطاقات الخاصة التي ترتبط بالحساب مباشرة التي تمكن العميل من معرفة رصيده بالإضافة إلى البطاقات الذكية Smart Cards، فإنها تحتوي على شريحة بها ذاكرة حاسوبية، لتمكن هذه البطاقة من التعامل مع حاسوب البنك صاحب جهاز الصراف الآلي، ويوجد على هذه الشريحة كمية مخزنة من النقود المخزنة بصورة الكترونية تمكن من استخدام هذه البطاقة في جميع التصرفات الآلية التي يتعامل معها البنك المصدر فيستطيع حامل البطاقة إجراء عدة عمليات كإجراء، أو سحب.... الخ ، وبذلك تعتبر بطاقة الائتمان من أكثر البطاقات شهرة.¹

3- الجهة المصدرة لبطاقات الائتمان:

تصدر بطاقات الوفاء على الأغلب عن البنوك والمؤسسات ،من أجل تقديم مثل هذه الخدمة لزيائنها لتسهيل عليهم الوفاء باحتياجاتهم ،ومنها ما يصلح للتعامل به داخليا، ومنها ما يصلح للتعامل به في جميع الاستخدامات .فمصدر هذه البطاقة سواء أكان بنكا أو مؤسسة مالية هو شخص اعتباري يرخص له القانون، أو البنك المركزي للقيام بمثل هذه الأعمال كلها أو بعضها.

وقد تصدر مثل هذه البطاقات من قبل المؤسسات التجارية الكبرى ، التي تقوم بإصدار بطاقات لزيائنها من أجل تسهيل عمليات الشراء من مؤسساتها، وتسوية مشترياتهم التي اشتروها من الفروع التابعة لهذه المحلات التجارية الكبرى الموزعة التي يطلق عليها Store Cards ، فتقوم متاجر السلسلة، أو متاجر الأقسام Department Stores بإصدار بطاقات ائتمان لزيائنها، ليتمكنوا من الشراء من أي محل ، أو فرع تابع لهذه السلسلة، في حدود مبلغ معين خلال الشهر على أن يقوم الزبون بتسديد قيمة ما تم شراؤه في الشهر السابق، أما إذا لم يتم التسديد ما تم شراؤه في الشهر السابق ،فإنه يتحمل فوائد متفق عليها مسبقا بين العميل ومصدر البطاقة ويطلق في بعض الأحيان على هذا النوع من البطاقات Credit Card In House ومثل هذه المتاجر مشهورة في الولايات المتحدة و أوروبا ولندن.

أما ما تصدره المحلات التجارية من بطاقات ائتمان، لتسهيل عملية الوفاء ، على زيائنها، فإن تلك البطاقات، لا تندرج تحت مسمى بطاقات الوفاء ،وذلك أن مصدر البطاقة، هو التاجر نفسه، صاحب المحلات التجارية.²

¹ - جلال حايدي عاشور مرجع سبق ذكره، ص 25.

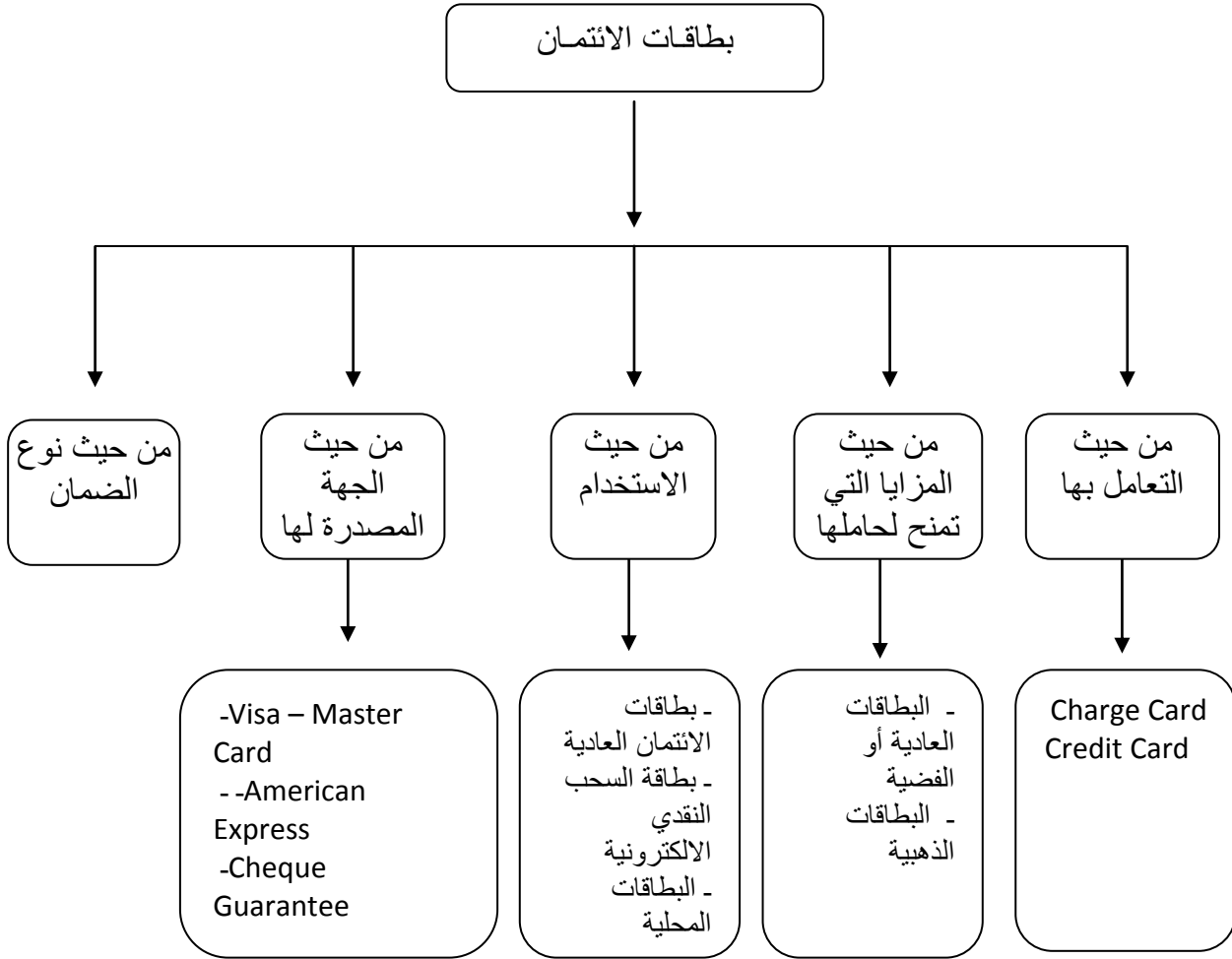
² - نفس المرجع، ص 27.

الفصل الأول: الإطار النظري لوسائل الدفع الالكترونية وتطور الخدمات المصرفية

وتجدر الإشارة إلى أن بطاقات الائتمان سوف تصبح وسيلة عالمية للدفع، الرسوم المفروضة عليها ما بين 2% و 5% من الصفقة فقط في غياب البديل أكثر اقتصادا. وهذه التكلفة مبررة بسبب عدم وجود رقابة على الوضع المصرفي لحامل البطاقة.

العقبة الرئيسية أمام تطوير دفع البطاقة الإلكترونية المصرفية هو الخوف من التواصل على شبكة الانترنت.¹

الشكل رقم (01): أنواع بطاقات الائتمان



المصدر: إعداد الطالبين بالاعتماد على جلال عيد الشورة، وسائل الدفع الالكتروني ص 28- 35

ثانيا: البطاقات الذكية smart cards

1- تعريفها:

تعريف 1: هي عبارة عن بطاقة بلاستيكية تحتوي على خلية الكترونية يتم تخزين جميع البيانات الخاصة بحاملها مثل الاسم، العنوان، المصرف المصدر، أسلوب الصرف، المبلغ المنصرف، وتاريخه، وتاريخ حياة العميل المصرفية.¹

¹ – Boubamer Nobel El Houssine: Le paiement sur internet – Thèse master – Département sciences économiques – Université center institut superieur de gestion de sousse – 2003 –p7.

الفصل الأول: الإطار النظري لوسائل الدفع الالكترونية وتطور الخدمات المصرفية

تعريف 2: هي عبارة عن بطاقة تحتوي على معالج، وفيه يسمح بتخزين الأموال من خلال البرمجة الآمنة، وتستطيع التعامل مع بقية الكمبيوترات، ولا تتطلب تعويض أو تأكيد صلاحية البطاقة من أجل نقل الأموال من المشتري إلى البائع.²

2- استخدامات البطاقات الذكية:

من أهم الاستعمالات التي يمكن استخدام البطاقات الذكية فيها للاستفادة من فوائدها:

- تستخدم كبطاقة تعريفية من خلال طباعة البيانات الشخصية على البطاقة بالإضافة إلى طباعة البيانات نفسها داخل الشريحة، فتقوم الحكومات باستخدامها كهوية تعريف (جوازات السفر، الضمان الاجتماعي،... الخ).
- أصبح استخدامها من أهم الطرق التي يمكن من خلالها التأكد من شخصية طالب الخدمة عبر الانترنت، بالإضافة استخدامها عند إجراء التحويلات المصرفية وعمليات البيع والشراء عبر شبكة الانترنت.
- يمكن تحميل البطاقة بأرقام نقود تستخدم مثلما يستخدم صك المسافر وتتغير تلك الكميات من النقود عندما تصرف بالتكرار إلى أن يصبح الرصيد صفر.
- تستخدم كبطاقة صحية إذ يتم تخزين بيانات المريض على الشريحة الالكترونية إلى جانب رصيد من المال يتم اقتطاعه لتسديد الخدمات الطبية، من خلال وحدة دفع آلية، وتعاد تعبئة الرصيد عبر وحدات بيع متوافرة في المؤسسات.
- الدفع عند وقوف السيارات أو في محطات القطارات أو الباصات كذلك عند شراء البنزين من محطات الوقود، وفي الطيران، وعند المرور من المنافذ الجمركية دون الحاجة لجواز السفر.
- تستخدم عن طريق الصراف الآلي من قبل المستفيدين من مرتبات الرعاية الاجتماعية والمتقاعدين.
- تستخدم للصفقات المالية عندما يتم إدخالها إلى القارئ التي تقوم بتحويل البيانات من وإلى الحاسبة المركزية فهي توفر الأمان.³

¹<https://books.google.dz/books?id=0kqsDQAAQBAJ&pg=PA152&dq=%D8%A7%D9%84%D8%A8%D8%B7%D8%A7%D9%82%D8%A7%D8AA+%D8%A7%D9%84%D8%A8%D9%86%D9%83%D9%8A%D8%A9&hl=ar&sa=X&ved=0ahUKEwi4xO7ysKHUAhVLbRQKHTIMBasQ6AEIPzAI#v=onepage&q=%D8%A7%D9%84%D8%A8%D8%B7%D8%A7%D9%82%D8%A7%D8AA%20%D8%A7%D9%84%D8%A8%D9%86%D9%83%D9%8A%D8%A9&f=false> يوسف كافي، النقود والبنوك الالكترونية في ظل التقنيات الحديثة ، بتاريخ 2017/11/10 مصطفي

الساعة: 16:25

² - تيسير العفشيات العجائمة، التسويق المصرفي، الطبعة الثانية، دار الحامد للنشر والتوزيع، الأردن، 2013، ص 361.

³ - محمد ناصر واخرون، البطاقات الذكية وأثرها في التقليل من بعض <https://www.iasj.net/iasj?func=fulltext&aId=828>

المخاطر المصرفية، يوم: 2017/11/10، الساعة: 17:42.

الفصل الأول: الإطار النظري لوسائل الدفع الالكترونية وتطور الخدمات المصرفية

ثالثا: النقود الالكترونية

بسبب التقدم والتطور التكنولوجي في مجال الاتصالات وسرعة تطور الصناعة البنكية وظهور التجارة الالكترونية أصبح من الصعب استخدام النقود بشكلها الحالي لإتمام المعاملات الالكترونية هذا ما ساعد على ظهور النقود الالكترونية.

1- تعريف النقود الالكترونية

التعريف الأول: هي قيمة نقدية مخزنة على وسيلة الكترونية مدفوعة مقدما وغير مرتبطة بحساب بنكي وتحظى بقبول واسع من غير من قام بإصدارها وتستعمل كأداة للدفع لتحقيق أغراض مختلفة.¹

التعريف الثاني: هي بطاقات تحتوي على مخزون الكتروني أو أرصدة نقدية محملة الكترونيا على بطاقة تخزين القيمة.

التعريف الثالث: عبارة عن سلسلة من الأرقام التي تعبر عن قيم معينة تصدرها البنوك التقليدية أو الافتراضية لمودعيها، ويحصل هؤلاء عليها في صورة نبضات كهرومغناطيسية على كارت ذكي أو على القرص الصلب.²

تتطلب النقود الالكترونية وجود ثلاث أطراف هم: مصدر النقود والمستهلك الذي يدفع هذه النقود، والتاجر الذي يقبل الدفع بهذه النقود ولا يتم استعمال هذه النقود الا الكترونيا إلا في ضوء اتفاقات سابقة تكفل وتبرر التعامل بها.³

إذا فالنقود الالكترونية هي إحدى الوسائل الحديثة للتعامل التجاري عبر شبكة الانترنت فهي تشبه النقود التقليدية في معظم خصائصها فهي نقود غير ملموسة.

2- خصائص النقود الالكترونية

تتميز بخاصيتين هما كالتالي:

أ- دفعها عبر شبكة الكترونية:

من خلال تعريف النقود الالكترونية يتبين لنا أنه لا يمكن أن تستخدم إلا بوجود جهاز حاسوب مرتبط عبر شبكة الكترونية خاصة أو عامة.

إن هذه الخاصية تجعل من النقود الالكترونية ذات طابع دولي، وذلك أن فضاء الشبكات الالكترونية لا يتقيد بالحدود الجغرافية لدولة معينة بل يمتد ليشمل أرجاء المعمورة، وهو ما يستلزم تنظيما دوليا لهذه النقود. كما يترتب على هذه الخاصية عدم ضرورة المعاصرة الزمانية أو التواجد في مكان واحد أثناء استعمال العملة الالكترونية، فلا يشترط أن يكون دافع النقود، ومن تدفع له متواجدين في مكان أو زمان واحد حتى تتم عملية الدفع، بل يمكن أن تتم العملية من خلال وجود طرف واحد.

¹ - محمود محمد ابو فروة، الخدمات البنكية الالكترونية عبر الانترنت، دار الثقافة، الأردن، 2009، ص 63.

² - خيرى مصطفى كنانة، التجارة الالكترونية، دار المسيرة، الاردن، 2009، ص ص 190، 191.

³ - مصطفى كمال طه، وائل انور بندق، الأوراق التجارية ووسائل الدفع الالكترونية الحديثة، دار الفكر، الجامعي،

مصر، 2005، ص 342.

الفصل الأول: الإطار النظري لوسائل الدفع الالكترونية وتطور الخدمات المصرفية

ب- وجود نظام مصرفي معد لغرض التعامل بالنقود الالكترونية:

إن الآلية التي تستخدم بها النقود الالكترونية تستلزم نظاما مصرفيا خاصا تضعه البنوك ، سواء أكانت بنوكا حقيقية أو افتراضية ، يقوم على الحماية السرية والأمن، لأن فضاء الانترنت يقوم على وجود أرقام متسلسلة ترمز إلى القيمة النقدية .وهذه الأرقام تستخدم لمرة واحدة بحيث يقوم المصرف بتغيير الرقم المتسلسل عند انتقال النقود الالكترونية من شخص لآخر ، وهذا ما يستلزم نظاما مصرفيا خاصا.¹

3- مزايا النقود الالكترونية:

تكلفة تداولها زهيدة: تحويل النقود الالكترونية عبر الانترنت أو الشبكات الأخرى أرخص كثيرا من استخدام الأنظمة البنكية التقليدية.

لا تخضع للحدود: يمكن تحويل النقود الالكترونية من أي مكان إلى آخر في العالم، وفي أي وقت كان وذلك لاعتمادها على الانترنت أو على الشبكات التي لا تعترف بالحدود الجغرافية ولا تعترف بالحدود السياسية. بسيطة وسهلة الاستخدام: تسهل النقود الالكترونية التعاملات البنكية إلى حد كبير، فهي تغني عن ملئ الاستثمارات و إجراء الاستعلامات البنكية عبر الهاتف.

تسريع عمليات الدفع: تجري حركة التعاملات المالية ويتم تبادل معلومات التنسيق الخاصة بها فورا في الزمن الحقيقي دون الحاجة إلى أي وساطة ،مما يعني تسريع هذه العملية.²

رابعا: الشبكات الالكترونية والمحافظ الالكترونية

أولا: الشبكات الالكترونية

1- تعريف الشبكات الالكترونية:

التعريف الأول: هي عبارة عن رسالة تحوي تحتوي جميع البيانات الموجود في الشيك الورقي العادي حيث يقوم أحد طرفي العلاقة بتحريره للطرف الثاني وإرساله له عبر البريد الالكتروني، وتكون جميع التوقعات التي يتضمنها الشيك توقعات الكترونية.³

يعتبر من الخدمات المالية هو دفتر شيكات الكتروني يتم فتح الحساب من خلال موقع الكتروني، كما يتم تحديد التوقيع الالكتروني، يتم تحريره و إرساله عبر البريد الالكتروني كما جاء لتقليص المعاملات الورقية حيث يقوم المستخدم بتحرير الشيك الالكتروني باستخدام حسابه الشخصي وتوقيعه إلكترونيا ثم إرساله إلى التاجر المستفيد الذي يقوم بتسليم الشيك إلى البنك الالكتروني.⁴

تعتمد هذه الشبكات على وجود وسيط بين المتعاملين ويطلق عليه جهة التخليص، و غالبا ما يكون البنك حيث يتم فتح الحساب وتحديد التوقيع الالكتروني المؤمن إلى البائع الذي يوقعه كمستفيد الكترونيا ثم

¹ - خيرى مصطفى كنانة ، مرجع سبق ذكره، ص 192.

² - نفس المرجع، ص 200.

³ - محمود محمد أبو فروة، مرجع سبق ذكره ، ص 50.

⁴ - Gérard-michel Cochard: paiement électronique et sécurisation des échanges- management et productivité TTC - Université de Picardie –2006 –p18.

الفصل الأول: الإطار النظري لوسائل الدفع الالكترونية وتطور الخدمات المصرفية

يقوم بإرساله إلى البنك الذي يتولى مراجعته ويخبر كل من الطرفين بتمام إجراء المعاملة المصرفية ،أي خصم الرصيد من المشتري وإضافته لحساب البائع.¹

التعريف الثاني: هو مثل الشيك التقليدي ،أمر بالدفع من الساحب إلى المسحوب عليه لدفع مبلغ مسمى إلى المستفيد (أو حامله)، غير أنه يختلف عنه في أنه يختلف عنه في أنه يرسل إلكترونيا عبر الانترنت .فبعد أن يستلم المستفيد الشيك يرسله إلى البنك ليتم تحويل المبلغ لفائدته ثم يعيده إلى المستفيد مؤكدا له عملية التحويل.²

تتمثل آلية الشيك الالكتروني في قيام كل من التاجر والمستهلك بفتح حساب جار لدى البنك الالكتروني "الوسيط"، ويحتفظ كل منهما بتوقيعه الالكتروني في قاعدة البيانات الخاصة بالبنك، وبعد حصول المستهلك على السلع والخدمات التي يريدها، فإنه يقوم بتحرير الشيك الالكتروني باستخدام حسابه الشخصي وتوقيعه إلكترونيا ثم إرساله إلى التاجر المستفيد الذي يقوم بتسليم الشيك إلى البنك الالكتروني لمراجعته والتحقق من الرصيد وصحة التوقيعات . ومتى تم ذلك يقوم البنك بتحويل المبلغ إلى حساب التاجر المستفيد مع توجيه إخطار إلى الطرفين بإتمام عملية الدفع وتسوية الدين.³

2- فوائد الشيكات الالكترونية:

من بين أهم فوائد الشيكات الالكترونية:

- 1- خفض تكاليف المصروفات الإدارية من خلال زيادة السرعة وتقليل كلف المواد الورقية والطباعة.
- 2- زيادة كفاءة إنجاز عمليات الحسابات والودائع للتجار والمؤسسات المالية .
- 3- تسريع عملية الدفع والمحاسبة التي يقوم بها الزبون.
- 4- تزويد الزبون بمعلومات وتفصيلات أكثر في كشف الحساب .
- 5- الصرف الفوري للشيك والتخلص من الزمن الذي يستغرقه الشيك المرتجع وإعادة المطالبة وتقليص عدد الشيكات المرتجعة والتي تستخدم بشكل أساسي في نموذج منظمات الأعمال لمنظمات الأعمال (B2B).⁴

¹ - فارس فضيل، حمزة ضويفي، الأبعاد القانونية والضريبية للتجارة الالكترونية في ظل وسائل الدفع المعتمدة ، مداخلة مقدمة إلى ملتقى عصرنه نظام الدفع في الجزائر وإشكالية اعتماد التجارة الالكترونية في الجزائر عرض تجارب دولية-المركز الجامعي خميس مليانة 26-27 افريل 2011.

² - رحيم حسين، مرجع سبق ذكره، ص156.

³ - أحمد السيد لبيب إبراهيم، الدفع بالنقود الالكترونية الماهية و التنظيم القانوني دراسة تحليلية مقارنة، دار الجامعة الجديدة ،مصر، 2009، ص19.

⁴ - محمد نور صالح الجداية، سناء جودت خلف، تجارة الكترونية، الطبعة الثانية، الحامد، الاردن، 2012، ص251.

الفصل الأول: الإطار النظري لوسائل الدفع الالكترونية وتطور الخدمات المصرفية

ثانيا: المحافظ الالكترونية

1- **المحافظ الالكترونية:** هي برنامج يقوم المستخدم بتنزيله في جهازه الحاسوبي ويخزن به رقم بطاقته الحسابة ومعلوماته الشخصية وعند التسوق عبر الانترنت وفي المواقع التي تقبل الحافظة الالكترونية، يقوم المشتري بالضغط على حافظته الالكترونية لتقوم بتعبئة النموذج بشكل أوتوماتيكي. من أهم الشركات الداعمة للحافظة الالكترونية شركات فيزا، ماستر كارد ، وغيرها .

2- **كيفية عمل الحافظة الالكترونية:**

تستخدم الحافظة الالكترونية نظام التشفير ذو المفتاح العام ويشمل هذا النظام أربعة خطوات:

- يتصل المستخدم بالتاجر أو موقع الشراء ليطلب الشراء.
- يقوم نظام الحافظة الالكترونية بتوليد زوج من المفاتيح تسمى مفاتيح الجلسة ، ويستخدم واحد من هذه المفاتيح مع المفتاح العام الذي لدى المستخدم ،ويولد نظام الحافظة الالكترونية رسالة تسمى تذكرة تحوي على المفتاح الثاني للجلسة واسم المستخدم .ثم تشفر التذكرة مع مفتاح التاجر العام ويتم إرسال مفتاح الجلسة المشفرة والرسالة للمستخدم.
- يقوم المستخدم بفك تشفير مفتاح الجلسة الأولى بواسطة مفتاحه الخاص، ويقوم بتوليد رسالة جديدة تسمى التديق تحتوي على اسم المستخدم ويشفرها بمفتاح الجلسة الأولى ، ومن ثم يرسل رسالة التديق والتذكرة للتاجر .
- يقوم التاجر عندها بفك التشفير بواسطة مفتاحه الخاص واسترجاع اسم المستخدم ورقم الجلسة الثاني، إذا كان الاسم يتفق مع الاسم الموجود في التذكرة عندها يتأكد التاجر من صحة المشتري. تتم هذه العملية في دقائق ، وبشكل أوتوماتيكي مما يؤدي لتقليل كلفة الاستخدام.¹

3- **مزايا المحافظ الالكترونية:**

- تفادي حمل النقود دوما.
- انعدام خطر عدم الدفع بالنسبة للتاجر حيث أن حقوقه مضمونة.
- الاقتصاد في عدد التعاملات البنكية بالنسبة للبنك.

من عيوبها:

- أهم ما يعاب على هذه الوسيلة كونها تعتبر استثمارا مكلفا نوعا ما.²
- الفرع الرابع: مزايا وعيوب وسائل الدفع الالكترونية
أولا: مزايا وسائل الدفع الالكترونية

1- **بالنسبة لحامل البطاقة**

- توفر سهولة ويسر في الاستخدام.
- توفر حد كبير من الأمان إذا ما قورنت بالنقود الورقية.
- يحد من التعامل بالفواتير و الإيصالات المختلفة .

¹ - محمد نور صالح الجداية، سناء جودت خلف ،مرجع سبق ذكره، ص ص243-244.

² - بورزق إبراهيم فوزي، مرجع سبق ذكره،ص31.

الفصل الأول: الإطار النظري لوسائل الدفع الالكترونية وتطور الخدمات المصرفية

- السماح لحاملها بالاقتراض لأجل سواء أكان ذلك من البنك أم من الشركة المصدرة.

2- بالنسبة لمصدر البطاقة:

- الأرباح المرتفعة بالإضافة إلى رسوم العضوية والتجديد والرسوم المفروضة على السحب النقدي كما قد يفرض مصدر البطاقة بعض الغرامات والفوائد نتيجة لما قد يرتكبه حامل البطاقة، منها غرامات التأخير في السداد، وغرامات فقدان البطاقة.

3- المخاطر بالنسبة للتاجر:

يحقق التاجر الذي يقبل بالبطاقات حدا كبيرا من الأمان وحماية قوية للحصول على حقوقه من الشركات المصدرة لهذه البطاقات وفي الوقت نفسه لا يملك البنك حق الرجوع إلى التاجر إذا تأخر حامل البطاقة في السداد ، بالإضافة إلى أن استخدام بطاقات الائتمان قد ينشط التجارة ويعمل على ارتفاع نسبة البيع وذلك لأن حامل البطاقة لا يشعر بقيمة ما أنفقه من خلال البطاقة على عكس ما قد يشعر به عندما يشتري السلع بالنقود الورقية.

ثانيا: عيوب وسائل الدفع الالكترونية

1- بالنسبة لحامل البطاقة:

رغبة حامل البطاقة بزيادة الاقتراض والإنفاق بما يفوق مقدرته المالية و إن كانت الفائدة مرتفعة إلا أنه يقدم على ذلك مما يجعله غير قادر على سداد ما أنفقه من زيادة لأنها تفوق مقدرته المالية، وكذلك الفوائد التي ينشئها القرض وارتفاع نسبتها يولد أكبر عيوب بطاقات الائتمان ومخاطرها.

إن بطاقة الائتمان قد تولد عند استخدامها شعورا وهميا أنه صاحب أموال فتشجعه على القيام بالإقراض حتى يفاجأ بأنه غير قادر على سداد ما تم اقتراضه في الوقت المحدد مما يؤدي إلى وضع اسمه على القائمة السوداء لذوي الائتمانات غير المقبولة عند البنوك والمؤسسات المالية الكبرى مما يؤدي إلى شعور صاحب البطاقة بالإرباك.

2- بالنسبة لمصدر البطاقة:

- ازدياد عدد حاملي بطاقات الائتمان ، و أخذهم فترة طويلة من الزمن لتسديد الديون المترتبة عليهم يؤدي إلى ارتفاع نسبة الديون المعدومة لدى مصدر البطاقة.

- عدم القدرة على توفير السيولة الكافية لتغطية احتياجات السحب النقدي والاقتراض على بطاقات الائتمان مما يولد مخاطر على سيولة البنك.

- في حالة ضياع البطاقة ، أو سرقتها، أو الاحتيال، أو التزوير فيها فأن مصدر البطاقة (البنك) هو الذي يتحمل النفقات.

3- بالنسبة للتاجر:

عندما يقبل التاجر التعامل بمثل هذه البطاقات فإنه يتعرض لبعض المخاطر التي تخضعه لعدة شروط يملئها البنك على التاجر تماشيا مع الشروط المفروضة على البنك من قبل المصدر (الشركة المنظمة لتلك البطاقات)، ومجرد حدوث أية مخالفة من قبل التاجر فإنها تعرضه للمساءلة من قبل البنك ذلك لأنه لم يلتزم

الفصل الأول: الإطار النظري لوسائل الدفع الالكترونية وتطور الخدمات المصرفية

بالشروط المتفق عليها مع المصدر لذا فمن الممكن أن يقوم البنك بإلغاء التعامل مع التاجر، بل قد يلجأ البنك إلى وضع شركته على القائمة السوداء الموحدة لشركات الائتمان مما يجعل التاجر غير قادر على ممارسة تجارته للصعوبة التي تعرض لها نتيجة مخالفته لهذه الشروط، بالإضافة إلى مخاطر تزوير البطاقات أو سرقتها.¹

المطلب الثاني: تطور الخدمات المصرفية وأهم المخاطر التي تواجهها

مما لا شك فيه أن جميع فروع النشاط الاقتصادي في الوقت الحالي وبصفة أساسية تعتمد على الخدمات البنكية والواقع أن هذه الخدمات المتنوعة التي يتيحها الجهاز المصرفي هي التي أدت إلى تطوير الاقتصاديات الحديثة.

بحيث أن البنوك الناجحة والتي تمتلك أكبر قدرة تنافسية هي البنوك التي تقدم خدماتها بنوعية وأداء مصرفي متميز معتمدة على قاعدة معلوماتية وإطارات مؤهلة مصرفيا وتتمتع بمهارات مميزة التعامل مع العملاء كما أنها تتميز بالقدرة على استخدام التكنولوجيا البنكية المتطورة، ولقد تطور مفهوم الخدمات البنكية بشكل كبير في الآونة الأخيرة بحيث أصبح البعض يطلق على العمل المصرفي ما يسمى بالصناعة المصرفية وهذا في ظل الانتقال إلى اقتصاد المعرفة. كما أدى النمو الكبير في أنشطة الصيرفة الالكترونية إلى خلق تحديات جديدة أمام البنوك والجهات الرقابية.

الفرع الأول: ماهية الصيرفة الالكترونية والخدمات المصرفية أولاً: ماهية الصيرفة الالكترونية

1- تعريف الصيرفة الالكترونية

هو إجراء العمليات المصرفية بطرق الكترونية أي استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال الجديدة سواء تعلق الأمر بالأعمال المصرفية التقليدية أو الجديدة وفي ظل هذا النمط لن يكون العميل مضطراً للتنقل إلى البنك إذا أمكنه القيام بالأعمال التي يريدها من بنكه من أي مكان وفي أي زمان.²

يقصد بالصيرفة الالكترونية إجراء العمليات المصرفية بطرق الكترونية، أي استخدام تكنولوجيات الإعلام والاتصال الجديدة، سواء تعلق الأمر بالسحب أو بالدفع أو بالائتمان أو بالتحويل أو بالتعامل في الأوراق المالية أو غير ذلك من أعمال المصارف. وفي ظل هذا النمط من الصيرفة لا يكون العميل مضطراً للتنقل إلى البنك، إذ يمكنه القيام ببعض العمليات مع مصرفه وهو في منزله أو في مكتبه، وهو ما يعني تجاوز بعدي الزمان والمكان.³

2- خصائص الصيرفة الالكترونية

تتميز الصيرفة الالكترونية بعدة خصائص أهمها ما يلي:

- أنها خدمات تتم عن بعد وبدون اتصال مباشر بين أطراف الخدمة المصرفية.

¹ - جلال عايد الشورة، مرجع سبق ذكره، ص ص 98، 99، 100.

² - وسيم محمد الحداد، وآخرون، الخدمات المصرفية الالكترونية، دار المسيرة، الاردن، 2012، ص55.

³ - رحيم حسين، مرجع سابق، ص147.

الفصل الأول: الإطار النظري لوسائل الدفع الالكترونية وتطور الخدمات المصرفية

- أنها خدمات بدون مستندات وهذا ما طرح عدة مسائل قانونية متعلقة بأداة الإثبات.
- أنها خدمات عبر الحدود ولا تعرف قيود جغرافية.¹

3- دوافع ظهور الصيرفة الالكترونية

إن ظهور الصيرفة الالكترونية كان نتيجة تفاعل عدة عناصر منها:

- أ- ثورة الاتصالات والمعلومات التي أدت إلى ظهور تغيرات جوهرية في طبيعة عمل القطاع المصرفي والمالي ومنه التطلع إلى تقديم خدمات مصرفية ومالية متطورة ومتنوعة.
- ب- التجارة الالكترونية التي تتم باستخدام الوسائل الالكترونية وخاصة الانترنت والتي أصبحت تتميز بخصائص عديدة تميزها عن التجارة التقليدية التي اعتادت هذه المؤسسات المالية التعامل في ظلها ومعها مما جعل التطوير الواعي لاستراتيجيات وأساليب عمل البنوك ضرورة خدمية.
- ج- وجود منافسة شديدة بين البنوك بعضها البعض ومع غيرها من المؤسسات المالية هذه المنافسة التي أصبحت لا تقتصر على الاقتصاديات الوطنية بل اكتسبت أبعاد دولية في ظل تحرير التجارة العالمية.
- د- تزايد دخول العديد من المؤسسات المالية غير المصرفية مثل شركات التأمين وشركات الأوراق المالية ومنافستها للبنوك، حيث أصبح العديد من هذه المؤسسات يقدم مجموعة الخدمات وثيقة الصلة بعمل البنوك.

هـ- وجوب تطوير الأداء بصفة مستمرة سواء للبنوك وغيرها من المؤسسات المالية لرفع مستوى الكفاءة التشغيلية لتقديم أفضل خدمة لعملائها، وخاصة أن الكثير من العملاء أصبحوا يطلبون خدمة رفيعة المستوى بتكلفة تنافسية.

و- دخول العديد من المؤسسات التجارية والاقتصاديات سوق الأعمال المصرفية.²

ثانيا: ماهية الخدمات المصرفية

1- تعريف الخدمة المصرفية:

تعريف 1: هي عبارة عن تصرفات أو أنشطة أو أداء يقدم من طرف إلى طرف آخر وهذه الأنشطة تعتبر ملموسة وغير ملموسة ولا يترتب عليها نقل ملكية أي شيء كما أن تقديم الخدمة قد يكون مرتبط بمنتج مادي ملموس.³

تعريف 2: إن الخدمة المصرفية تمثل مجموعة الخدمات التي تقدمها البنوك لعملائها غير خدمات الإيداع والائتمان والاستثمار، وهي خدمات عديدة ومتنوعة، وتشمل مجموعتين من الخدمات وهما مجموعة من الخدمات المصرفية التقليدية ومجموعة الخدمات المصرفية غير التقليدية أو المستحدثة.

¹ رايح عربية، ملتقى دور تكنولوجيا الخدمات المصرفية الالكترونية في <https://platform.almanhal.com/Files/2/23137>

عصرنة الجهاز المصرفي الجزائري، يوم: 2018/01/15 الساعة 18:46.

² - وسيم محمد الحداد، وآخرون، مرجع سابق، ص56.

³ - بريش عبد القادر، جودة الخدمات المصرفية كمدخل لزيادة القدرة التنافسية للبنوك، مجلة اقتصاديات شمال افريقيا، العدد 3، ص253.

الفصل الأول: الإطار النظري لوسائل الدفع الالكترونية وتطور الخدمات المصرفية

تعريف3: الخدمة المصرفية هي عبارة عن مجموعة من الأنشطة تتعلق بتحقيق منافع معينة للعميل سواء بمقابل مادي أو بدونه.¹

هي عبارة عن مجموعة الأنشطة تتعلق بتحقيق منافع معينة سواء بمقابل مادي أو بدونه.

2- خصائص الخدمة المصرفية:

من أهم خصائص الخدمات المصرفية ما يلي:
أولاً: الاملموسية

فالمنتجات المصرفية أو الخدمات المصرفية على اختلاف أنواعها ورغم أنها مصممة أساساً لإشباع احتياجات ورغبات معينة لدى مجموعة من العملاء إلا أنها غير ملموسة أو غير محسوسة بحواس الإنسان الخمسة حيث لا يمكن لمسها، أو تذوقها.²

ثانياً: التلازمية

تتصف الخدمة المصرفية بتلازم إنتاجها وتوزيعها أي عدم إمكانية فصل هاتين العمليتين، حيث يتم إنتاج الخدمة وتوزيعها في المصرف نفسه أو أحد فروعها أو عن طريق أي من نظم توصيل الخدمة لديه، حيث أن هذه الخاصية تفرض وجود علاقة شخصية مباشرة بين المصرف وعملائه من شأنها أن توفر تغذية عكسية تساعد الإدارة على الوقوف رد فعل العملاء.³

ثالثاً: التأكد من تقديم ما يطلبه العميل

لأن الخدمة بطبيعتها ليست شيئاً مادياً ملموساً يمكن الحكم على مواصفاته بمعايير مطلقة وثابتة بين كل العملاء، فإن حكم النهائي على ما يقدمه موظف البنك سوف يرتبط بما يطلبه ويتوقعه العميل من هذه الخدمة.⁴

ربعاً: عدم تماثل الخدمة

من الصفات الأساسية للخدمة هو تنوعها، إذ أن أي خدمة تتغير حسب الأوقات والظروف، وبتنوع الزبائن، لأن كل أداء يختلف عن غيره، وبالتالي لا نستطيع توحيد نمط الخدمات وهذا للأسباب التالية:

- للمستهلك تأثير على نوعية الخدمة، فهو يشارك في الإنتاج والشراء وتحديد النوعية.
- للمبالغ أيضاً تأثير على نوعية الخدمة.

1 - عبد الكريم أحمد جميل، التسويق المصرفي، الجندرية للنشر والتوزيع، الاردن، 2015، ص122.

2 - محسن أحمد الخضري، التسويق المصرفي مدخل متكامل للبنوك لامتلاك منظومة المزايا التنافسية في عالم ما بعد الجات، ايتراك للنشر والتوزيع، مصر، 1999، ص38.

3 - آسيا قاسمي، أثر العولمة على تطوير الخدمات المصرفية وتحسين القدرة التنافسية للبنوك الجزائرية، اطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه، علوم اقتصادية، تخصص اقتصاديات المالية والبنوك، جامعة امحمد بوقرة، بومرداس، 2015، ص262.

4 - صارية نريمان، أثر تحديث الخدمات البنكية على أداء البنوك التجارية دراسة حالة القرض الشعبي الجزائري، مذكرة لنيل شهادة الماستر، علوم تجارية، تخصص بنوك وأعمال، جامعة الطاهر مولاي سعيدة، 2015، ص19.

الفصل الأول: الإطار النظري لوسائل الدفع الالكترونية وتطور الخدمات المصرفية

- كما أن البائع له تأثير على نوعية الخدمة (نوعية الخدمة من طرف الموظف (أ) تختلف عن نوعية الخدمة المقدمة من طرف الموظف (ب).¹

يصعب على مقدم الخدمة أن يتعهد بأن تكون خدماته متماثلة أو متجانسة في كل مرة من مرات تقديمه لها وبالتالي فهو لا يستطيع ضمان مستوى جودة معين لها مثلما يفعل منتج السلع، وبذلك أصبح من الصعوبة على طرفي التعامل التنبؤ بما ستكون عليه الخدمات قبل تقديمها والحصول عليها.²

خامسا: التغيير أو التمايز (المدى الطويل)

المؤسسات المصرفية تعمل على تقديم مدى واسع من الخدمات والمنتجات لملاقة الحاجات المصرفية المتنوعة من قبل زبائن مختلفين في مناطق مختلفة، حيث تقدم من جهة خدمة خاصة للزبون صناعي مثلا وفي الجهة الأخرى تقديم خدمة الزبون فرد عادي.

سادسا: التشتت الجغرافي

لكي يحقق المصرف الهدف المنشود، فإنه يتعين عليه الوصول إلى العملاء القائمين والمحتملين في الأماكن التي يتواجدون فيها. وهذا لا يتحقق إلا إذا امتلك المصرف شبكة متكاملة من الفروع التي تنتشر جغرافيا بشكل يتلاءم ورغبات العملاء، فالعلاقة بين المصرف وعملائه شخصية في طبيعتها مما يسقط دور الوسطاء في توزيع الخدمة المصرفية والحقيقة أن ما جعل هذا ضروريا هو أن الملائمة المكانية تعتبر معيارا أساسيا في اختيار العميل للمصرف الذي ينوي التعامل معه.³

سابعا: الخدمات المصرفية تنتج وتستهلك في نفس الوقت

يقوم العميل باستهلاك الخدمات التي تقدم إليه في نفس لحظة انجازها أو إنتاجها، وبالتالي فالعميل لا يستطيع أن يتداول هذه الخدمة مع طرف ثالث وكل ما يبقى للعميل هو سعادته أو تعاسته من الخدمة التي يصعب عليه حتى أن يعيد وصفها للآخرين بأكثر من شعوره بالسعادة أو التعاسة.⁴

ثامنا: التوازن بين النمو والمخاطرة

إن أي عمل مصرفي موضوعي يتضمن بالضرورة إيجاد توازن بين توسع النشاط ودرجة المخاطرة التي يتحملها المصرف، باعتبار أن المصرف مؤسسة تمارس نشاطها في ظل سيادة الثقة بين العميل والمصرف، وبالتالي يكون من أولى مسؤولياته إجراء نوع من التوازن بين التوسع في نشاطه وبين أعباء هذا التوسع.⁵

¹ - معراج هوارى، أحمد أمجد، التسويق المصرفي مدخل تحليلي إستراتيجي، 2008، ص 65.

² - محمد صالح المؤذن، مبادئ التسويق، الطبعة الأولى، الإصدار الثاني، دار الثقافة للنشر والتوزيع، الأردن، 2002، ص 225.

³ - عبد الكريم أحمد جميل، مرجع سبق ذكره، ص 125.

⁴ - وصفي عبد الرحمان النعسة، التسويق المصرفي، دار كنوز المعرفة العلمية، الأردن، 2011، ص 130.

⁵ - عبد الكريم أحمد جميل، مرجع سبق ذكره، ص 125.

الفصل الأول: الإطار النظري لوسائل الدفع الالكترونية وتطور الخدمات المصرفية

3- أنواع الخدمات المصرفية:

يمكن تقسيمها إلى:

أ- الخدمات المصرفية التي تمارسها المصارف لصالح العملاء: يقوم المصرف بتقديم خدمات عدة في هذا المجال، منها تحصيل الشيكات والحوالات والكمبيالات بالإضافة إلى تقديم خدمات بيع وشراء الأوراق المالية وغيرها، وفيما يلي عرض لأهم الخدمات:

- خدمات قبول الودائع المصرفية.

- خدمات التحصيل.

- خدمات حفظ الأوراق المالية.

- خدمات بيع و شراء العملات الأجنبية.

ب- خدمات تقديم القروض والتسهيلات لمنظمات الأعمال: تقوم المصارف إلى جانب الخدمات السابقة بتسهيلات مصرفية وتقديم القروض وتتمثل أهمها فيما يلي:

- خدمات تقديم القروض والتسهيلات .

- خصم الأوراق التجارية.

- خصم الكمبيالات على أساس البيع.

ج- الخدمات المصرفية الحديثة: حيث أصبحت المصارف تستهدف شريحة واسعة من العملاء، وتحول الاهتمام إلى التركيز على وسائل الدفع الالكترونية (وسائل الدفع الالكترونية، وآلات الصراف الآلي أو ما يسمى بالصيرفة الالكترونية).¹

الفرع الثاني: تطور الخدمات المصرفية ومراحلها

أولاً: التطور التاريخي للخدمات المصرفية

مرت الخدمات المصرفية بعدة مراحل تاريخية نوجزها فيما يلي:

1- الخدمات المصرفية في مرحلة ما قبل التصنيع: كانت المجتمعات في هذه المرحلة تعتمد بدرجة كبيرة

على الزراعة والصيد في توفير احتياجاتها ولقد تميزت هذه المرحلة بالخصائص التالية:

- الاكتفاء الذاتي: حيث كل أسرة تنتج ما تحتاجه من سلع وخدمات لهذا تتصف هذه المرحلة بعدم وجود أي نشاط تسويقي وكذلك مالي أو مصرفي.

- تبادل الفائض من الإنتاج: بعد أن برزت ظاهرة التخصيص في الإنتاج حدث ظهور فائض في الإنتاج مما دفعهم إلى إجراء عملية المبادلة بالسلع أما بالنسبة للخدمات فكانت ذات طابع بسيط شخصي طوعي ولكن الخدمات المصرفية فإن معالمها لم تظهر بعد.

- ظهور النقود: نظرا لصعوبة إجراء عملية التبادل والمقايضة وذلك لعدم تكافؤ السلع والخدمات من حيث الجودة والقيمة الحقيقية.

¹ - مرابط مراد، أثر تكنولوجيا المعلومات على جودة الخدمات المصرفية، مذكرة لنيل شهادة الماستر، علوم اقتصادية،

تخصص نقود ومالية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2015، ص ص26، 27.

الفصل الأول: الإطار النظري لوسائل الدفع الالكترونية وتطور الخدمات المصرفية

- الإيداع: بعد ظهور المسكوكات الذهبية والنقود ومن ذلك ظهور أصحاب الثروات الذين يخشون عليها من السرقة والضياع قاموا بإيداعها في المعابد وهنا تظهر الفكرة الأولى للمصارف والخدمات المصرفية بشكل بسيط وهو الإيداع.
 - الإيداع والقروض: أصبح أصحاب الثروات والقروض يقومون بإيداع أموالهم لدى الصياغ لقاء فائدة معينة ويكون القرض لفترة قصيرة وفي هذه الفترة ظهرت خدمة القروض إلى جانب خدمة الإيداع.
 - بداية المصارف: تطور عمل الصياغ من الإيداع والقروض والتحصيل على الفائدة إلى التنسيق والتعاون فيما بينهم وقاموا بإنشاء المصارف لإجراء عملية المقايضة أما بالنسبة للخدمات المصرفية اقتصر على الإيداع ، الإقراض، الفائدة.¹
 - 2 الخدمات المصرفية في مرحلة التصنيع: تتميز هذه المرحلة بتراكم رأس المال مما دفع أصحابها إلى استثمارها في المشاريع الصناعية مما أدى إلى زيادة الثروات، وهنا ظهرت الحاجة بشكل أكبر إلى مصارف أكثر تخصصا من الفترة السابقة بالشكل الذي جعلها تمثل مؤسسات ذات كيان، لها تنظيم إداري لديه الخبرة بالعمل، وذلك نتيجة لزيادة مبالغ الإيداع وزيادة رأسمال البنوك، زيادة إمكانياتها في منح القروض وإعطاء الاستثمارات.²
 - 3 الخدمات المصرفية في مرحلة التقدم الصناعي: تتميز هذه المرحلة باستخدام التكنولوجيا المتطورة في تقديم الخدمات البنكية، ولقد أصبحت المؤسسات تتسابق فيما بينها في استخدام الأساليب الحديثة والتقنيات المتطورة، لكي تتمكن من تلبية حاجات ورغبات الزبائن وجلب أكبر قدر ممكن من الزبائن، لأن عملية الإيداع والاقتراض والاستثمار أصبحت غير مقتصرة على أصحاب الثروات الطائلة، وإنما أصبح اغلب الأفراد يطلبون الخدمات المصرفية وذلك من خلال الإيداع، طلب القروض، تحويل الأجرور إلى البنوك، طلب بطاقات الائتمان وغيرها من الخدمات المصرفية.³
 - 4 الخدمات البنكية في مرحلة ما بعد التقدم الصناعية والظروف الحالية: إن ما يميز القطاع المصرفي في هذه المرحلة، هو تعاظم دور التكنولوجيا المصرفي، والعمل على تحقيق الاستفادة القصوى من ثمار تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، بغية تطوير نظم ووسائل تقديم الخدمات المصرفية وابتكار تطبيقات، جديدة للخدمة المصرفية تتسم بالكفاءة والسرعة في الأداء.
- وتتميز هذه المرحلة بـ:

- تزايد الطلب على الخدمات البنكية.
- زيادة عدد البنوك وتنوع الخدمات المقدمة.

1 - آسيا قاسيمي، مرجع سابق، ص265.

2 - عبدات سليمة، تسويق الخدمات البنكية وأثره على رضا الزبائن، مذكرة لنيل شهادة الماستر، علوم تجارية، تخصص تسويق، المركز الجامعي العقيد أكلي محند أولحاج، لبيورة، 2012، ص26.

3 - آسيا قاسيمي، مرجع سابق، ص266.

الفصل الأول: الإطار النظري لوسائل الدفع الالكترونية وتطور الخدمات المصرفية

- زيادة عدد الفروع التابعة للبنك.
- اتساع الرقعة الجغرافية التي تنتشر عليها هذه البنوك وفروعها.
- استخدام الحاسوب الآلي في تنفيذ العمليات البنكية.
- الاشتراك في شبكة الانترنت لتسهيل عملية الترويج والاتصال بالزبائن.¹

ثانياً: مراحل تقديم الخدمة المصرفية

تمر عملية تقديم الخدمة المصرفية الجديدة للسوق بالمراحل التالية:

1- **مرحلة الحصول على أفكار الخدمات الجديدة:** تبدأ عملية تقديم الخدمة المصرفية الجديدة بفكرة، قد تأتي هذه الفكرة إما عن مصادر داخلية أو مصادر خارجية، ومن المصادر الداخلية الرئيسية لخلق أفكار الخدمات المصرفية الجديدة وظيفة البحوث والتطوير في البنك حيث يعكف المتخصصون على تصميم الخدمات المصرفية التي تحقق أهداف البنك وتتماشى مع الظروف الاقتصادية والبيئة المتغيرة، ومن المصادر الداخلية كذلك المسئولون عن التسويق في البنك حيث يسعى هؤلاء إلى ترجمة احتياجات العملاء وكذلك ظروف المنافسة في السوق إلى أفكار لخدمات جديده تقدم للسوق وأخيراً قد يلجأ البنك إلى موظفيه والعاملين بفرعه لتزويده بأفكار لخدمات جديدة بناء على خبراتهم وتجاربهم، أما بالنسبة للمصادر الخارجية للأفكار المتعلقة بالخدمات المصرفية الجديدة فقد تأتي من العملاء أو من البنوك المنافسة، وأخيراً قد تأتي أفكار الخدمات الجديدة من المؤسسات الأكاديمية والفنية الخارجية التي تقوم ببرامج البحوث والتطوير الخاصة بها.²

2- **مرحلة تصفية الأفكار:** وتكون هذه المرحلة في استخلاص الأفكار الواردة حول الخدمات الجديدة ومدى مطابقتها وعدم تعارضها مع التشريعات والقواعد الجارية في البلد، إذ أن ليس كل ما يعرض من أفكار يكون مقبولاً في التطبيق والإجراء، كذلك فإن غريبة الأفكار الواردة تستند في فكرتها على مدى الملائمة والمطابقة لحاجات الأفراد والمنظمات على حد سواء.³

وهناك العديد من الاعتبارات التسويقية يجب الانتباه إليها عند مرحلة تصفية الأفكار، فمثلاً يمكن للخدمة الجديدة أن تكون مكتملة للخدمات المصرفية الحالية وبذلك تسهل من بيع الخدمات الحالية، كذلك هناك الاعتبارات المالية التي تتعلق بقدرة الخدمة المصرفية الجديدة على الأداء ضمن محفظة الخدمات التي يقدمها البنك مع الأخذ بأهداف البنك المتعلقة بالربحية.

3- **مرحلة الدراسات الاقتصادية:** تشمل هذه المرحلة إعداد تقديرات على أساس نتائج تحليل السوق وإمكانية تقديم الخدمة وتقدير التكاليف والعائد، وهذا يعني تطوير تحليل وضع الخدمة الجديدة في ضوء

¹ - عبدات سليمة، مرجع سبق ذكره، ص 27.

² - وصفي عبد الرحمان النعسة، مرجع سابق، ص 156 .

³ - تيسير العفيشات العجارمة، مرجع سابق، ص 137.

الفصل الأول: الإطار النظري لوسائل الدفع الالكترونية وتطور الخدمات المصرفية

الأهداف الأولية وإستراتيجية البنك وأخطار الاستثمار وغير ذلك، والمهم في هذه المرحلة تحديد الربحية المتوقعة للخدمة، ويتطلب ذلك تقدير قيمة المبيعات والتكاليف.¹

4- **مرحلة تطوير واختبار مفهوم المنتج:** بشكل محدد ترتبط هذه المرحلة مع ما يمكن أن يضعه المستهلك من شروط للتعامل مع المنتج الجديد المقدم. وبعبارة أخرى تحديد الأبعاد المستقبلية ومن خلال المنافع التي يمكن أن يحصل عليها المستهلك إذا ما تعامل معها. وبخلاف ذلك فإن مصير الفكرة سيؤول إلى الفشل.²

5- **مرحلة التجربة واختبار الخدمة:** يمكن القول أن هذه المرحلة لها أهمية قصوى في تطوير الخدمات المصرفية الجديدة والتي تكون غالبا محفوفة المخاطر وتشكل عبئا على موارد البنك المالية والإدارية على السواء، وفي نفس الوقت ليس مؤكدا نجاح فكرة الخدمة، ومع أنه لا يمكن التنبؤ بنجاح أو فشل الخدمة الجديدة، إلا إن دور التسويق هو محاولة تخفيض نسبة عدم التأكد المحيط بطرح الخدمة الجديدة.

وهناك عدة أنواع من التجارب يمكن استخدامها لتجربة واختبار الفكرة الجديدة منها إجراء بحث على العملاء، كما يمكن عرض الفكرة على مدراء الفروع لأخذ رأيهم واقتراحاتهم بخصوصها، وكثيرا ما تتبع بعض البنوك تجربة الخدمة في مناطق مختلفة رد فعل العملاء بالنسبة لها.

6- **مرحلة التقييم:** وهي المرحلة الأخيرة من مراحل تطوير الخدمات المصرفية والتي تنطوي على مراقبة النتائج لفترة زمنية معينة، ويشمل ذلك مراجعة أداء الخدمة المصرفية الجديدة من عدة نواح تشمل:

- مدى رضا العملاء عن الخدمة بالمقارنة بالخدمات المنافسة.

- إمكانية استجابة البنك السريعة للتعديل في الخدمة لمقابلة التغيرات السوقية.

- مستويات الربحية والمبيعات والتكاليف .

- موقع الخدمة المصرفية في مراحل دورة الحياة التي سبق دراستها.³

الفرع الثالث: الخدمات المصرفية الالكترونية وإستراتيجية تطويرها

شهد عالم الأعمال المصرفية تحولات عدة ساهمت في تغيير أبعاد وأهداف وإستراتيجيات المصارف نتيجة ثورة تكنولوجيا الإعلام والاتصال مما دفع المصارف إلى تقديم نوع جديد من الخدمات يتماشى مع هذه التطورات في سوق الصيرفة بحيث يجب على البنوك تقديم خدمات تتماشى مع هذه الظروف.

أولاً: الخدمات المصرفية الالكترونية

1- **تعريف الخدمات المصرفية الالكترونية:** يقصد بالخدمات المصرفية الالكترونية تقديم البنوك للخدمات المصرفية التقليدية أو المبتكرة من خلال شبكات اتصال الكترونية، تقتصر صلاحية الدخول إليها على المشاركين فيها وفقا للشروط العضوية التي تحددها البنوك، وذلك من خلال أحد المنافذ على الشبكة كوسيلة لاتصال العملاء بها بهدف:

¹ - وصفي عبد الرحمان النعسة، مرجع سبق ذكره، ص 157.

² - تامر البكري، أحمد المرحومي، تسويق الخدمات المالية، إثناء للنشر والتوزيع، الاردن، 2008، ص 236.

³ - وصفي عبد الرحمان النعسة، مرجع سبق ذكره، ص 158، 159.

الفصل الأول: الإطار النظري لوسائل الدفع الالكترونية وتطور الخدمات المصرفية

- إتاحة المعلومات عن الخدمات التي يؤديها البنك بدون تقديم خدمات مصرفية على الشبكة .
- حصول العملاء على خدمات محدودة كالتعرف على معاملاتهم وأرصدة حساباتهم وتحديث بياناتهم وطلب الحصول على قروض.

- طلب العملاء تنفيذ عمليات مصرفية مثل تحويل الأموال.¹

2- أنواع الخدمات المصرفية الالكترونية:

يمكن تصنيفها إلى ثلاثة فئات:

أ- **الخدمات المعلوماتية (Information Service):** ومثالها عندما يقوم البنك بتسويق الخدمات والمنتجات المصرفية ضمن موقع الكتروني، وينطوي هذا النوع من الخدمات على مخاطر متدنية نسبياً، وذلك بسبب عدم وجود قناة اتصال الكتروني عبر الانترنت تمكن أحداً من الدخول إلى أنظمة المعلومات الداخلية للبنك، وبناء عليه فإن هذا النوع من الخدمات يمكن أن يقدمه البنك مباشرة على الانترنت وذلك باستحداث موقع إعلاني دعائي خاص به على الشبكة، كما يمكن الاستعانة بعمل ذلك بشركات خارجية مزودة لخدمة الانترنت.²

ب- **الخدمات الاتصالية (Communication Service):** في هذا النمط من النشاط الالكتروني يسمح للعميل بالتواصل مع البنك من خلال البريد الالكتروني، والاستفسارات أو عن طريق تعبئة طلبات بعض المعاملات كطلب تبديل بطاقة مصرفية، أو غيرها.³

ج- **الخدمات التنفيذية (Transactional Service):** وهذا النوع من الخدمات يسمح لعميل البنك بتنفيذ الخدمة المطلوبة عبر الانترنت، حيث يمكن للعميل إجراء عمليات التمويل النقدي من الحساب، ودفع الفواتير، وإجراء عمليات تنفيذية على حسابه وتعد الخدمات التنفيذية الأكثر خطورة، حيث أنه يمكن العميل من الدخول إلى أنظمة المعلومات الداخلية وتنفيذ العمليات المطلوبة.⁴

ثانياً: إستراتيجية تطوير الخدمات المصرفية الالكترونية

من أهم الاستراتيجيات التي يتعامل بها البنك مع السوق المصرفي ما يلي:

- 1- **إستراتيجية التغلغل في السوق:** طبقاً لهذه الإستراتيجية تبحث إدارة البنك عن الطرق والأساليب التي تحقق زيادة في حصة البنك في السوق من خلال الأسواق الحالية ومن خلال عملاء البنك الحاليين وهناك ثلاث أساليب رئيسية أمام البنك لإتباع هذه الإستراتيجية:

¹ - مرجع سبق ذكره يوم: 2015/01/15 الساعة: 18:46 <https://platform.almanhal.com/Files/2/23137>

² - زياد رمضان، محفوظ جودة، مرجع سبق ذكره، ص345.

³ - عماد أحمد أبو شنب، وآخرون، الخدمات الالكترونية، دار الكتاب الثقافي، الأردن، ص116.

⁴ - زياد رمضان، محفوظ جودة، مرجع سبق ذكره، ص345.

الفصل الأول: الإطار النظري لوسائل الدفع الالكترونية وتطور الخدمات المصرفية

- أن يحاول البنك حث عملائه الحاليين على زيادة حجم ودائعهم بشكل عام أو استخدام القروض بدرجة أكبر أو زيادة التعامل مع أجهزة الصرف الآلي في عمليات السحب النقدي أو الإيداع وغيرها، ويفيد ذلك إذا كان حجم استخدام العملاء لهذه الخدمات محدودا.
 - أن يحاول البنك جذب عملاء البنوك المنافسة إذا شعر أن هناك نقاط ضعف لذا المنافسين
 - يمكن للبنوك أن تحاول إقناع عملائها غير المستخدمين حاليا لبطاقات الائتمان أو غير المستخدمين لأجهزة الصرف الآلي بالإقبال على هذه الخدمات والاستفادة منها.¹
 - 2- إستراتيجية تنمية السوق: تركز هذه الإستراتيجية على قيام البنك بتطوير برنامج لخدماته يمكن من خلاله إشباع حاجات ورغبات قطاعات جديدة من الزبائن من خلال:
 - قيام البنك بتوسيع وتدعيم شبكة توزيعية لخدماته، لتصل إلى مناطق جغرافية جديدة لم يسبق التعامل فيها.
 - قيام البنك بزيادة جاذبية خدماته لفئات جديدة من الزبائن من خلال تطوير مواصفات جديدة في الخدمة المقدمة وتكثيف الحملات الترويجية بهدف تعريف الزبائن الجدد في السوق بتلك المواصفات.
 - البحث عن فئات جديدة من الزبائن الحاليين.
 - 3- إستراتيجية تطوير الخدمات الجديدة وتحسين الخدمات الحالية: تركز هذه الإستراتيجية على قيام البنك بتطوير خدمات مصرفية جديدة أو تعديل الخدمات الحالية لتلائم حاجات الزبائن، كما أنه يقوم باكتشاف استخدامات جديدة للخدمة المصرفية الحالية.²
 - 4- إستراتيجية التوزيع في تقديم الخدمات: هذه الإستراتيجية مختلفة تماما عن الاستراتيجيات السابقة، إذ أنها تركز على التعامل مع خدمات جديدة كلية وعملاء جدد خارج نطاق الأنشطة المصرفية العادية ولكنها تعتبر خدمات مكملة لما تعرضه من أنشطة وخدمات مصرفية تقليدية.³
- الفرع الرابع: مخاطر الصيرفة الالكترونية وأهم التحديات التي تواجهها**
أولاً: مخاطر الصيرفة الالكترونية
- يصاحب تقديم العمليات المصرفية الالكترونية مخاطر متعددة ومن أهم هذه المخاطر ما يلي:
- 1- **مخاطر التشغيل:** تنشأ مخاطر التشغيل من عدم التأمين الكافي للنظم أو لعدم ملائمة تصميم النظم أو انجاز العمل أو أعمال الصيانة وكذلك إساءة الاستخدام من قبل العملاء.⁴
- ويمكن أن تتمثل في الآتي:

1 - وصفي عبد الرحمان النعسة، مرجع سبق ذكره، ص146.

2 - سليمة عبد الله، دور تسويق الخدمات المصرفية الالكترونية في تفعيل النشاط البنكي، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، علوم تجارية، تخصص تسويق، جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2009، ص ص83، 84.

3 - وصفي عبد الرحمان النعسة، مرجع سبق ذكره، ص148.

4 - صلاح الدين حسن السيسى، التجارة الدولية والصيرفة الالكترونية النظريات والسياسات، دار الكتاب الحديث، مصر، 2014، ص135.

الفصل الأول: الإطار النظري لوسائل الدفع الالكترونية وتطور الخدمات المصرفية

- **عدم التأمين الكافي للنظم:** وهي تتعلق بعدم توفر وسائل الأمن الكافية لنظم حسابات المصرف مما يتيح إمكانية اختراقها من قبل أشخاص غير مرخص لهم بذلك، حيث يتم التعرف على المعلومات الخاصة بالعملاء واستغلالها سواء أكان ذلك من خارج البنك أو من العاملين فيه.
- **عدم ملائمة تصميم النظم أو إنجاز العمل أو أعمال الصيانة:** وهي تنشأ بسبب عدم كفاءة النظم أو إخفاقها (كبطء الأداء) لمواجهة متطلبات المستخدمين وعدم السرعة في حل المشكلات وصيانة النظم إذا ما تم الاعتماد على مصادر من خارج البنك لتقديم الدعم الفني بشأن البنية التحتية اللازمة، نتيجة عدم كفاية الاستخدام من العملاء أو الموظفين القائمين على تلك الأعمال.
- **إساءة الاستخدام من قبل العملاء:** ويحدث ذلك بسبب عدم إحاطة العملاء بإجراءات التأمين الوقائية الواجب القيام بها أو السماح لعناصر غير مرخصة بالدخول على الشبكة أو القيام بعمليات غسيل الأموال باستخدام معلومات العملاء الشخصية.¹
- 2- **مخاطر السمعة:** تنشأ مخاطر السمعة في حالة توافر رأي عام سلبي تجاه البنك، الأمر الذي قد يمتد إلى التأثير على بنوك أخرى نتيجة عدم مقدرة البنك على إدارة نظمه بكفاءة أو حدوث اختراق مؤثر فيه.
- 3- **المخاطر القانونية:** تقع هذه المخاطر في حالة انتهاك القوانين أو القواعد أو الضوابط المقررة خاصة تلك المتعلقة بمكافحة عمليات غسيل الأموال، أو نتيجة عدم التحديد الواضح للحقوق والالتزامات القانونية الناتجة عن العمليات المصرفية الالكترونية، ومن ذلك عدم وضوح مدى توافر قواعد لحماية المستهلكين في بعض الدول، أو لعدم المعرفة القانونية لبعض الاتفاقيات المبرمة باستخدام وسائل الوساطة الالكترونية.
- 4- **المخاطر الأخرى:** مثل ارتفاع تكاليف جذب عملاء جدد للمعاملات المصرفية من خلال الانترنت، لذا فقد بدأت بنوك الانترنت في التراجع عن تقديم خدماتها المجانية للعملاء في ظل تزايد النفقات وتراجع الإيرادات. لم تصل البنوك الالكترونية حتى الآن لفهم واضح لمتطلبات عملائها وكيفية تحقيق هذه المتطلبات على مواقعها بالشكل الأمثل، مما يعني أن هناك حلقة مفقودة بين متطلبات العملاء كما تراها هذه البنوك وبين الاستجابة الواقعية لها، صعوبة الاعتماد على الانترنت فقط كوسيلة لتقديم الخدمات المصرفية، فحتى الآن لا تستطيع هذه البنوك أن تحل محل البنوك التقليدية تماما، وذلك نظرا لما أثبتته الدراسات عن أهمية الوجود المادي لهذه البنوك، حيث أن العملاء يفضلون الحصول على خدمة بها تفاعل شخصي أكثر من الحصول على خدمة تلائم ظروفهم ولمدة 24 ساعة بالإضافة إلى عامل الأمان الذي يوفره لهم التواجد المادي للبنك الذي يتعاملون معه. تعد عمليات الإيداع إحدى المشاكل التي يواجهها عملاء بنوك الانترنت، فعلى عكس عمليات الإيداع المباشر التي تتم من خلال البنوك التقليدية يضطر عميل بنك الانترنت لإرسال

¹ - عبد الله شاهين، نظم الدفع الالكترونية ومخاطرها ووسائل الرقابة عليها دراسة تطبيقية على بنك فلسطين، مجلة جامعة الأزهر بغزة، سلسلة العلوم الإنسانية، المجلد 12، العدد 1، 2010، ص524.

الفصل الأول: الإطار النظري لوسائل الدفع الالكترونية وتطور الخدمات المصرفية

المبالغ التي يريد إيداعها بالبريد، فإذا كان العميل يقوم بعمليات إيداع نقدي بشكل متكرر فقط تصبح هذه المشكلة ذات وزن كبير بالنسبة له.¹

ثانياً: التحديات التي تواجه الخدمات المصرفية الالكترونية

1- **التحديات غير القانونية:** إن التكنولوجيا باتت إحدى أكبر القضايا الإستراتيجية في مجال الأعمال المصرفية، كما أن مستقبل منظمات الأعمال التي تخفق في التأقلم مع الفرص والتحديات التي يطرحها هذا الواقع الجديد سيكون محدوداً، وهذا بدوره سيفرض تحدياً جديداً على السلطات، فالإطار الإشرافي الحالي يقوم في أغلبه على المرجعية المادية التقليدية، بالتالي يجب التحقق من أن الإطار الإشرافي سيكون قادراً على مواصلة الارتقاء ومواكبة التطورات التكنولوجية والتسليم في الوقت نفسه بأن الابتكارات التكنولوجية مثل: الخدمات المصرفية الالكترونية، ومنتجات النقد الالكتروني هي في واقع الأمر تحسينات وتطورات مرغوبة، لا ينبغي عرقلتها أو اعتراض سبيلها.

2- **التحديات القانونية:** تبادر المصارف والمؤسسات المالية إلى الإسراع في التكيف مع قطاع المعلوماتية ومستخرجات الثورة التكنولوجية سعياً في الاندماج الاقتصاد الجديد أو اقتصاد الانترنت والتجارة الالكترونية أملاً في تنويع خدماتها ومنتجاتها وزيادة أرباحها.

لذا لابد من إحداث تشريعات جديدة تكون أكثر توازناً مع مستلزمات البيئة التكنولوجية، وأكثر حرصاً على إزالة معيقات الخدمات المالية والمصرفية عبر الانترنت سواء أكانت قيوداً إدارية أم قانونية الأمر الذي يستلزم ما يلي:

- إدارة حكومية نظيفة قادرة على إشاعة الشعور بالاطمئنان لدى المستثمرين المحليين والأجانب.
- استقرار سياسي واقتصادي ومناخ استثماري وضرائبي ومالي جاذب وملائم.
- بنى مؤسساتية كنظام قضائي ذي أجهزة متخصصة، اقتصادياً، مالي، ومصرفياً، وقادر على تطبيق القانون وتحقيق العدالة والمساواة بالسرعة الممكنة والمطلوبة.
- تبسيط المعاملات الإدارية والمالية والضريبية على أساس تسهيل الشفافية.
- تشجيع الأفراد والشركات على إجراء عملياتهم المصرفية الكترونياً.²

3- **تحديات وسائل الدفع:** وهذا تحدٍ قديم جديد، إذ تتسارع وسائل الخدمة الالكترونية منذ سنوات دون أن يواكبها في العديد من النظم القانونية تنظيم قانوني يناسب تحدياتها، فإذا كانت بطاقة الائتمان قد حققت رواجاً ومقبولية عالية فإنها الآن تثير العديد من المسائل القانونية في حقل الحماية المدنية والجزائية ومسؤوليات أطراف العلاقة فيها، وإذا كان مقبولاً فيما سبق الارتكان للعقود المبرمة بين أطراف علاقات البطاقات الائتمانية لتنظيم مسائلها فإنه ليس مقبولاً الآن التعامل بذات الوسيلة مع تحديات المفهوم الجديد

¹ - صلاح الدين حسن السيسى، مرجع سبق ذكره، ص 136.

² - ناظم محمد نوري الشمري، عبد الفتاح زهير العبدلات، الصيرفة الالكترونية الأدوات والتطبيقات ومعيقات التوسع، دار وائل، الاردن، 2007، ص 200، 204.

الفصل الأول: الإطار النظري لوسائل الدفع الالكترونية وتطور الخدمات المصرفية

للمال ووسائل الوفاء به بعد أن بدأ الاتجاه نحو المال الرقمي أو الالكتروني كبديل عن المال الورقي، فالمعايير والقواعد والنظريات تختلف وتتغير شيئاً فشيئاً، وهنا تظهر أهمية البنوك كمؤسسات ذات أثر في توجيه المؤسسة التشريعية التي تبني تشريعات متوائمة مع مفاهيم المال الالكتروني ووسائله وقواعد وأحكام التعامل مع مشكلاته القانونية كما تظهر الأهمية إلى تهيئة بناء قانوني لإدارات البنك القانونية يتيح لها إمكانية التعامل مع تحديات البنوك الالكترونية إذا اختارت دخول هذا الميدان.

4- **التحديات الضريبية:** إن الأعمال الالكترونية تلغي فكرة الموقع أو المكان بالنسبة للنشاط التجاري، وهذا يعني احتمال عدم الكشف على مصدر النشاط. إضافة إلى لما تثيره من مشاكل تحديد النظام القانوني المختص، كذلك فإن الأعمال الالكترونية المتحركة من حيث خادماها التقنية قد تهاجر نحو الدول ذات النظم الضريبية الأسهل والأكثر تشجيعاً، وهذا الأمر تنبته له أمريكا فقررت عدم فرض ضرائب على أنشطة الأعمال والتجارة الالكترونية.¹

في حين تتدارس أوروبا اليوم أهمية هذا التوجه الأمريكي وتأثيراته كون فرض الضرائب على هذه الأعمال يتطلب برامج ضريبية مختلفة في المتابعة والكشف والجمع، إضافة إلى ضرورة التعاون والتنسيق إقليمياً ودولياً بحيث أن منظمة التجارة العالمية تتجه إلى عدم فرض رسوم جمركية على التبادل الالكتروني. أما فيما يتعلق بمواقف الدول العربية من تشريعات الانترنت فإن ما تحقق في التعامل مع آثار التقنية بقي محصوراً بزوايا محددة.²

ثالثاً: إدارة المخاطر في الصيرفة الالكترونية

تشمل إدارة المخاطر على: التقييم، والرقابة، والمتابعة وذلك كما يلي:

- 1- **تقييم المخاطر:** ويشمل التقييم ما يلي:
 - تحديد المخاطر التي قد يتعرض لها البنك، ومدى تأثيرها عليه.
 - وضع حدود قصوى لما يمكن للبنك أن يتحمله من خسائر نتيجة التعامل مع هذه المخاطر.
- 2- **الرقابة على التعرض للمخاطر:** تشمل هذه الرقابة على ستة مجالات على النحو التالي:
 - تنفيذ سياسات وإجراءات التأمين.
 - تدعيم الاتصالات بين المستويات المختلفة بالبنك من مجلس إدارة وإدارة عليا وبين العاملين بشأن سلامة أداء النظم وتوفير التدريب المستمر للعاملين .
 - استمرار تقديم وتطوير الخدمات.
 - وضع ضوابط للحد من المخاطر في حالة الاعتماد على مصادر خارج البنك لتقديم الدعم الفني.
 - إحاطة العملاء من العمليات المصرفية الالكترونية وكيفية استخدامها.
 - إعداد خطط طوارئ بديلة في حالة إخفاق النظم عن أداء الخدمات.

1 - وسيم حداد، وآخرون، مرجع سبق ذكره، ص ص84، 86.

2 - ناظم محمد نوري الشمري، عبد الفتاح زهير العبدلات، مرجع سبق ذكره، ص206.

الفصل الأول: الإطار النظري لوسائل الدفع الالكترونية وتطور الخدمات المصرفية

3- متابعة الخطر: تتمثل متابعة الخطر في اختيار النظم وإجراءات المراجعة الداخلية والخارجية وذلك على النحو التالي:

- إجراء اختبارات دورية للنظم.
- إجراء اختبار إمكان الاختراق الذي يهدف إلى تحديد وعزل وتعزيز تدفق البيانات من خلال النظم وإتباع إجراءات لحماية النظم من المحاولات غير العادية للاختراق .
- إجراء مراجعة دورية من خلال النظم للتأكد من فعالية التأمين و الوقوف على مدى تناسقها مع سياسات وإجراءات التأمين المقررة .
- إجراءات المراجعة الداخلية والخارجية إذ تسهم المراجعة الداخلية والخارجية في تتبع الثغرات وحالات عدم الكفاءة وتخفيض حجم المخاطر بهدف التحقق من توافر سياسات وإجراءات مطورة والتزام البنك بها.¹

المبحث الثاني: الدراسات السابقة

في هذا المبحث سنتطرق إلى أهم الدراسات السابقة وأوجه الشبه والاختلاف بينها وبين الموضوع محل الدراسة

المطلب الأول: عرض الدراسات السابقة

أ- دراسات محلية:

1- دراسة بورزق إبراهيم فوزي، دراسة تحليلية حول التجربة الجزائرية في مجال النقد الآلي البنكي دراسة حالة القرض الشعبي الجزائري CPA، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات شهادة الماجستير، علوم اقتصادية، تخصص تحليل اقتصادي، جامعة الجزائر، 2008

تهدف هذه الدراسة إلى إبراز مقومات التجربة الجزائرية في مجال النقد الآلي والعلاقات التلقائية ما بين البنوك في ظل التفتح الدولي وعالمية التعاملات، وتعدد الشبكات البيبنكية الخاصة بوسائل الدفع الحديثة وقد توصل الباحث إلى النتائج التالية:

- إن تطور وسائل الدفع ارتبط منذ القدم بتطور التعاملات والمبادلات بين الأفراد في المجتمع، بداية من المقايضة إلى النقود السلعية والمعدنية ثم ظهور النقود الالكترونية التي تتماشى مع الاقتصاد الحديث والعولمة والشبكات الرقمية.
- البطاقات البنكية التي تعتبر إحدى أهم وسائل الدفع الحديثة.
- إن النقد الآلي هو عامل مهم للتطور الاقتصادي كونه يحسن من إيرادات البنوك، بالإضافة إلى تشجيع الادخار الوطني من خلال قلة تداول السيولة في السوق.

2- دراسة: أم الخير دراجي، أثر عصنة الخدمات المصرفية على الاداء البنكي دراسة حالة البنك الخارجي الجزائري لفترة 2003-2008 ، مذكرة لنيل شهادة الماستر، علوم اقتصادية، تخصص مالية وبنوك، ورقلة، 2015

¹ - صلاح الدين حسن السيسى، مرجع سابق، ص137.

الفصل الأول: الإطار النظري لوسائل الدفع الالكترونية وتطور الخدمات المصرفية

تهدف هذه الدراسة إلى إظهار مدى تأثير الخدمات المصرفية الالكترونية على أداء البنوك التجارية الجزائرية.

وقد تم التوصل إلى النتائج التالية:

- يوفر تقييم الأداء لإدارة البنك معلومات تساعد في مراقبة نشاطه وتوجيهه.
 - أظهرت مؤشرات الربحية ارتفاعا مقبولا في ربحية البنك الخارجي الجزائري.
 - مؤشرات منفعة الأصول منخفضة وهذا ما يحتم على البنك أن يهتم أكثر لجودة أصوله.
 - توجد علاقة عكسية بين البطاقات البنكية، الشيكات الالكترونية، التحويلات المالية وحقوق الملكية.
- 3- دراسة آسيا قاسمي، أثر العولمة على تطوير الخدمات المصرفية وتحسين القدرة التنافسية للبنوك الجزائرية، اطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه، علوم اقتصادية، تخصص اقتصاديات المالية والبنوك، جامعة امحمد بوقرة، بومرداس، 2015

تهدف هذه الدراسة إلى إبراز أهم إفرزات العولمة المالية التي من شأنها التأثير على البنوك بصفة عامة والبنوك الجزائرية بصفة خاصة، في محاولة لبناء توجهات جديدة للصناعة المصرفية من أجل البقاء والمنافسة لمواجهة هذا التأثير من جهة ومن جهة أخرى كيف يمكن توظيف هذه التوجهات الحديثة في تطوير الخدمة المصرفية ومن بين أهم النتائج التي توصلت لها الباحثة ما يلي:

- نتيجة التطور المصرفي الذي تشهده الصناعة المصرفية على صعيد الأدوات المالية المستخدمة، وتزايد نشاط البنوك وبحثها المتواصل عن عوائد مرتفعة ظهرت بيئة مصرفية تتسم بالاستقرار تكتنفها مخاطر عديدة، الأمر الذي تطلب تطوير مستمر لآليات العمل المصرفي الرقابي، بما يواكب تطوراتها.
- تؤدي العولمة المالية إلى تحسين الوظائف المرتبطة بالأسواق المالية عن طريق تحسين نجاعة هذه الأسواق إضافة إلى تنويع المحفظة من خلال توسيع فضاءات الاختيارات التي يريدها كل الفاعلين بما فيها مستثمرين ومدخرين، والتي ترمي إلى تحسينها محليا ودوليا.
- يعتبر التقدم التكنولوجي من أهم المتغيرات التي ساهمت في إحداث تحول جذري في أنماط العمل المصرفي، حيث اهتمت البنوك بتكثيف الاستفادة من أحدث تقنيات المعلومات والاتصالات وتطويرها بكفاءة عالية، إذ أن هذه التكنولوجيا تعمل على تطوير الخدمات.

- 4- دراسة صارية نريمان، أثر تحديث الخدمات البنكية على أداء البنوك التجارية دراسة حالة القرض الشعبي الجزائري، مذكرة لنيل شهادة الماستر، علوم تجارية، تخصص بنوك وأعمال، جامعة الطاهر مولاي سعيدة، 2015

تهدف هذه الدراسة إلى إبراز أهمية وسائل الدفع ومدى تطبيقها في المصارف الجزائرية وكانت نتائج هذه الدراسة كالتالي:

الفصل الأول: الإطار النظري لوسائل الدفع الالكترونية وتطور الخدمات المصرفية

- يجب أن تستجيب الخدمات المصرفية المقدمة من قبل الأجهزة المصرفية إلى التطور الحاصل في النشاط الاقتصادي والمجتمع ككل أين تجد تطورها الطبيعي، هذا للتمكن من القيام بالدور الذي وجدت من أجله ألا وهو الاستجابة لمتطلبات وتفعيل النشاط لارتقاء المجتمع.
- ان تطبيق الخدمات المصرفية الحديثة في المصارف سيكون له الأثر الايجابي الكبير على عملها كما سيكون له الأثر الأكبر على النشاط الاقتصادي، لكن التوجه يجب أن يتم بعقلانية.
- سعي المصارف الجزائرية لتقديم خدمات جديدة والحسنة لنيل رضا الزبون وتسهيل العمليات المصرفية عن طريق اعتماد تكنولوجيا الحديثة الإعلام والاتصال.

5- دراسة مرابط مراد، أثر تكنولوجيا المعلومات على جودة الخدمات المصرفية، مذكرة لنيل شهادة الماستر، علوم اقتصادية، تخصص نقود ومالية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2015

- تهدف هذه الدراسة إلى إبراز أثر استخدام تكنولوجيا المعلومات على جودة الخدمات المصرفية، ويظهر هذا الأثر من خلال تغيير شكل وكيفية تقديم الخدمات المصرفية من شكلها التقليدي والذي يستلزم الاتصال المباشر ما بين العميل والمصرف وكانت نتائج هذه الدراسة كالتالي:
- عملت تكنولوجيا المعلومات على توسيع نطاق الخدمات المقدمة من قبل المصارف وتنوعها، كما أتاحت تقديم الخدمات المصرفية من خلال منافذ توزيعية جديدة.
 - ساهمت أيضا تكنولوجيا المعلومات في توزيع حجم السوق المستهدف بالنسبة للبنوك، وكذلك على اعتبار أن الخدمات المصرفية أصبحت متاحة بشكل أكبر أمام العملاء.
 - ساهم انتشار استخدام تكنولوجيا المعلومات في زيادة توقعات العملاء بشأن جودة الخدمة المصرفية التي تقدمها المصارف، حيث أصبح معيار المفاضلة بين المصارف بالنسبة للعملاء.

ب- دراسات أجنبية:

1- دراسة عبد الله شاهين، نظم الدفع الالكترونية ومخاطرها ووسائل الرقابة عليها دراسة

تطبيقية على بنك فلسطين، مجلة جامعة الأزهر بغزة، سلسلة العلوم الإنسانية، المجلد

12، العدد 1، 2010

- حيث تهدف هذه الدراسة إلى الوقوف على طبيعة وأنواع أدوات الدفع الالكترونية المطبقة في بنك فلسطين ونظم الرقابة عليها والتحديات المرتبطة بها وقد تم التوصل في هذه الدراسة إلى النتائج التالية:
- أدت البيئة الجديدة للعمل المصرفي والمنافسة الشديدة والتطبيقات التقنية لأدوات الدفع الالكتروني إلى الضغط على المصارف لإيجاد آليات جديدة في استخدام وتنويع الخدمات المصرفية الالكترونية للمحافظة على العملاء وجذب عملاء جدد.
 - إن استخدام أدوات الدفع الالكتروني أصبح واقعا لا مفر منه مما يستلزم تطوير الكادر وتدريب العاملين للارتقاء بمستوى الخدمات المقدمة.

الفصل الأول: الإطار النظري لوسائل الدفع الالكترونية وتطور الخدمات المصرفية

- هناك ضعف نسبي في حجم الخدمات التي يقدمها البنك من خلال أدوات الدفع الالكترونية بالإضافة إلى ضعف في حجم الخدمات ما تملكه من تلك الأدوات.
- عدم ملائمة البيئة التشريعية والقانونية التي توفر المناخ الملائم للخدمات المصرفية الالكترونية وتساعد على انتشارها.
- أن تقديم الخدمات المصرفية من خلال شبكة الانترنت يتسبب في إحداث نقلة متطورة في بيئة العمل المصرفي بالإضافة إلى الخصائص الفنية لتكنولوجيا شبكة المعلومات، مما يستلزم وجود ضوابط قبل الدخول في العمل المصرفي الالكتروني لتخفيف المخاطر الناجمة عنها.

2- دراسة نهى خالد عيسى الموسوي، إسرائ خضير مظلوم الشمري، النظام القانوني للنقود الالكترونية، مجلة جامعة بابل، المجلد 22 العدد السادس، 2014

- تهدف هذه الدراسة إلى تحديد معنى النقود الالكترونية وطبيعتها القانونية أنواعها وما المخاطر التي تواجهها و من خلال هذه الدراسة تم التوصل إلى النتائج التالية:
- يقصد بالنقود الالكترونية بأنها قيمة نقدية مخزنة على وسيلة الكترونية مدفوعة مقدما وغير مرتبطة بحساب بنكي وتحظى بقبول واسع من غير من قام بإصدارها وتستعمل كأداة للوفاء.
 - أن النقود الالكترونية لها طبيعة قانونية خاصة، ولا يمكن لأي نظام من الأنظمة القانونية التقليدية أن يفسر جميع العلاقات القانونية الناشئة عنها.
 - تعد النقود الالكترونية وسيلة حديثة من وسائل الوفاء الالكتروني لها طابع خاص تتميز به عن وسائل الوفاء الأخرى.

المطلب الثاني: المقارنة بين الدراسة الحالية والدراسات السابقة أولاً: أوجه التشابه

كان وجه الشبه بين هذه الدراسة والدراسات السابقة في:

- أطراف التعامل بأنظمة الدفع الالكترونية.
- خصائص الخدمة المصرفية.

ثانياً: أوجه الاختلاف

تتمثل أوجه الاختلاف في الدراسة الحالية مع الدراسات السابقة في كون الدراسة الحالية تناولت بطاقات الدفع الالكتروني بينما الدراسات السابقة تناولت وسائل الدفع بصفة عامة. كما تطرقنا إلى الخدمات المصرفية الالكترونية وإستراتيجية تطويرها بالإضافة إلى مخاطر الصيرفة الالكترونية واهم التحديات التي تواجهها في حين تناولت الدراسات السابقة جودة الخدمة المصرفية وكان هناك اختلاف بالنسبة لعينة الدراسة.

خلاصة الفصل الأول:

تناولنا في هذا الفصل الإطار النظري لوسائل الدفع الالكترونية والخدمة المصرفية حيث تطرقنا في المبحث الأول إلى مفاهيم عامة حول وسائل الدفع الالكترونية كما تطرقنا أيضا إلى مفهوم وتطور الخدمات المصرفية وأهم المخاطر التي تواجهها.

وقد تم استخلاص النتائج التالية:

- بدأت المصارف تقديم العديد من خدماتها المصرفية الكترونيا، باستخدام أجهزة الصراف الآلي والانترنت.
 - أصبحت المصارف تسوي حساباتها، خاصة أعمال المقاصة، عبر الوسائل الالكترونية.
- أما المبحث الثاني فتم التطرق فيه إلى عرض الدراسات السابقة ذات الصلة بالموضوع، حيث تطرقنا فيه لأهم النتائج المتوصل إليها بالإضافة لأوجه الشبه والاختلاف.

الفصل الثاني

الدراسة الميدانية دراسة حالة
الصندوق الوطني للتوفير

والاحتياط CNEP Banque

وكالة غرداية 551

الفصل الثاني: الدراسة الميدانية دراسة حالة الصندوق الوطني للتوفير والاحتياط CNEP Banque وكالة غرداية 551

تمهيد:

من خلال هذا الفصل سنتعرض إلى تقديم المؤسسة البنكية التي قمنا بإجراء الدراسة فيها حول أثر استخدام بطاقات الدفع الالكتروني في تحسين الخدمة المصرفية، ألا وهي الصندوق الوطني للتوفير والاحتياط CNEP وكالة غرداية هذا البنك العمومي من أهم البنوك على الساحة الوطنية. يتميز هذا البنك بتقديم خدمات مميزة في مجال الصيرفة الالكترونية واستخدام وسائل الدفع الالكتروني، ومن أجل تحقيق ذلك فإن مسؤولي البنك بذلوا مجهودات جبارة بغية تحقيق المنافسة والحفاظ على مكانة البنك في السوق الجزائرية سواء بالانتشار الجغرافي لمتنيز عبر كافة التراب الوطني، أو عن طريق تنويع وتقديم خدمات مصرفية متميزة.

المبحث الأول: تقديم بطاقة فنية عن الصندوق الوطني للتوفير والاحتياط CNEP وكالة غرداية 551

سنطرق في هذا المبحث إلى إعطاء لمحة عن الصندوق الوطني للتوفير والاحتياط من حيث النشأة والتطور والهيكل التنظيمي لوكالة غرداية

المطلب الأول: لمحة عن الصندوق الوطني للتوفير والاحتياط الفرع الأول: النشأة والتطور

أسس الصندوق الوطني للتوفير والاحتياط في 10 أوت 1964، بموجب القانون 227/64، تمثلت مهمته في البداية في جمع الإدخارات الصغيرة للأفراد والعائلات، وابتداء من 1971، تم تكريس الصندوق الوطني للتوفير والاحتياط كبنك وطني للسكن، وفي 06 أبريل 1997، عدّل النظام الأساسي للصندوق الوطني للتوفير والاحتياط بعد حصوله على الاعتماد الممنوح من بنك الجزائر وتم تغيير اسمه إلى الصندوق الوطني للتوفير والاحتياط بنك، إذ أصبح بإمكانه القيام بكل العمليات البنكية باستثناء عمليات التجارة الخارجية، كما رفع سنة 2016 من رأسماله إلى 46.000.000.000 دج بموجب القانون 2016/131 الصادر في 25 ماي 2016، في إطار إعادة رسملة رأس مال البنوك الناشطة في الجزائر. أما بخصوص وكالة غرداية عينة الدراسة:

تم تأسيسها في 29 نوفمبر 1992، يتواجد مقرها وسط المدينة على مستوى الساحة بمحمد خميستي بلدية وولاية غرداية، وتصنف ضمن التصنيف "أ" للبنك من مهامها الأساسية جمع الودائع، ومنح الائتمان، مساحة النشاط تقدر ب 237م²، يتنوع تعدد الموظفين بالوكالة إلى مدير، نائب مدير، 05 إدارات، 11 موظفين تنفيذيين أي ما مجموعه 18 موظف، و يبلغ عدد العملاء بالوكالة 25.400 عميل. ينقسم الهيكل العقاري للوكالة إلى ثلاث مستويات يتم فيها مزاوله النشاط البنكي.

الفرع الثاني: الهيكل التنظيمي للصندوق الوطني للتوفير والاحتياط CNEP

مدير الوكالة: يمثل رأس هرم الوكالة من خلال الإشراف الإداري والوظيفي، المراقبة، والتوجيه من مهامه الأساسية:

- وضع إستراتيجية تجارية (تنافسية) للبنك على المستوى المحلي.
- قيادة فريق العمل لتحقيق أهداف البنك.
- تنفيذ الإجراءات، والقوانين واللوائح.
- مسؤول على العلاقات الخارجية للبنك (بنك الجزائر، والبنوك الأخرى وكل الهيئات ومؤسسات الدولة المالية والإدارية).
- السهر على تحقيق الأهداف السنوية المسطرة من المركزية.
- الحرص على إعداد الميزانية التقديرية السنوية للوكالة و إعداد ميزانية للتجهيز والتسيير السنوية للوكالة.

الفصل الثاني: الدراسة الميدانية دراسة حالة الصندوق الوطني للتوفير والاحتياط CNEP Banque وكالة غرداية 551

- اقتراح الترقيات وتأهيل الموظفين.
- التأشير على العمليات البنكية اليومية التي تفوق عتبة 100 000 دج
- نائب المدير:** يعتبر ثاني رتبة على مستوى الهيكل السلمي للوكالة من مهامه:
- ينوب على المدير في حالات الغياب (مهمة خارجية، عطلة سنوية أو مرضية).
- مشرف وظيفي أولي على كل مصالح الوكالة.
- يقوم بالتنسيق بين مصالح الوكالة.
- حل المشاكل الإدارية (عند التداخل في المهام، عند النزاعات بين الموظفين).
- يكلف من المدير في النيابة عنه في بعض المهام (لجنة القرض وبعض الاجتماعات).
- الأمانة العامة:** إضافة إلى المهام الكلاسيكية تقوم بالوظائف التالية:
- تسجيل المراسلات الواردة والصادرة.
- تسجيل اللوائح والقوانين في السجلات الخاصة.
- مساعدة المدير في ضبط الرزنامة الشهرية للمواعيد.
- تسجيل الأمر بالمهمة في السجل الخاص.
- أرشفة الوثائق والمراسلات.
- المكلف بالاستقبال والتوجيه:** يهتم المكلفون بهذه الوظيفة في البنك باستقبال وتوجيه العملاء العاديين، المهنيين وأصحاب المؤسسات من مودعين ومقرضين سواء منهم الجدد أو المعروفين لدى البنك وذلك من خلال التعريف بمنتجات البنك والخدمات المتوفرة لديه ومرافقة ملفاتهم إلى المصالح المعنية بالبنك.
- مصلحة الودائع ووسائل الدفع:**
- تنقسم إلى الصندوق والشباك.
- تقوم بالمهام التالية:
- العمل على تحقيق الأهداف المسطرة.
- جلب أكبر قدر ممكن من الودائع.
- فتح أكبر قدر من الحسابات الجديدة للعملاء.
- توفير الخدمات المصرفية التقليدية والالكترونية.
- التسيير المحكم للسيولة من خلال التسيير السليم للصندوق (حجم النقدية المتداول).
- التنسيق بين مصلحة الصندوق والشباك.
- القيام بالمراقبة الأولية على عمليات الصندوق وعمليات الشباك.
- المساهمة في معالجة العمليات البنكية التقنية المحاسبية والإدارية.

الفصل الثاني: الدراسة الميدانية دراسة حالة الصندوق الوطني للتوفير والاحتياط CNEP Banque وكالة غرداية 551

أمين الصندوق: من مهامه ضمان الحد الأدنى من السيولة التي تغطي الطلب اليومي، التخلص من السيولة الزائدة عن الحد الأقصى المؤمن وذلك من خلال صيها في الحساب الخاص بالوكالة في بنك الجزائر بالإضافة إلى التنسيق المستمر مع الشباك.

الشباك وعمليات الادخار: من مهامه:

- مراجعة طلبات فتح الحسابات البنكية المختلفة والتأكد من الوثائق المكونة للملف.
- التنسيق مع مركزية الدفع فيما يخص حسابات الشيكات والحسابات الجارية.
- حفظ الاتفاقيات الخاصة بالعملاء وكذلك بطاقات الإمضاء.
- الإجابة على اهتمام طلبات العملاء من وسائل الدفع مثل: الشيك، الدفتر، البطاقات الالكترونية.
- ضمان التسيير اليومي لحسابات الادخار.
- حساب الفوائد على الودائع.
- تغيير وتجديد الدفاتر والبطاقات التالفة والمنتهية الصلاحية.
- تحويل الحسابات بين مختلف وكالات البنك.
- الاستجابة إلى طلبات غلق الحسابات.

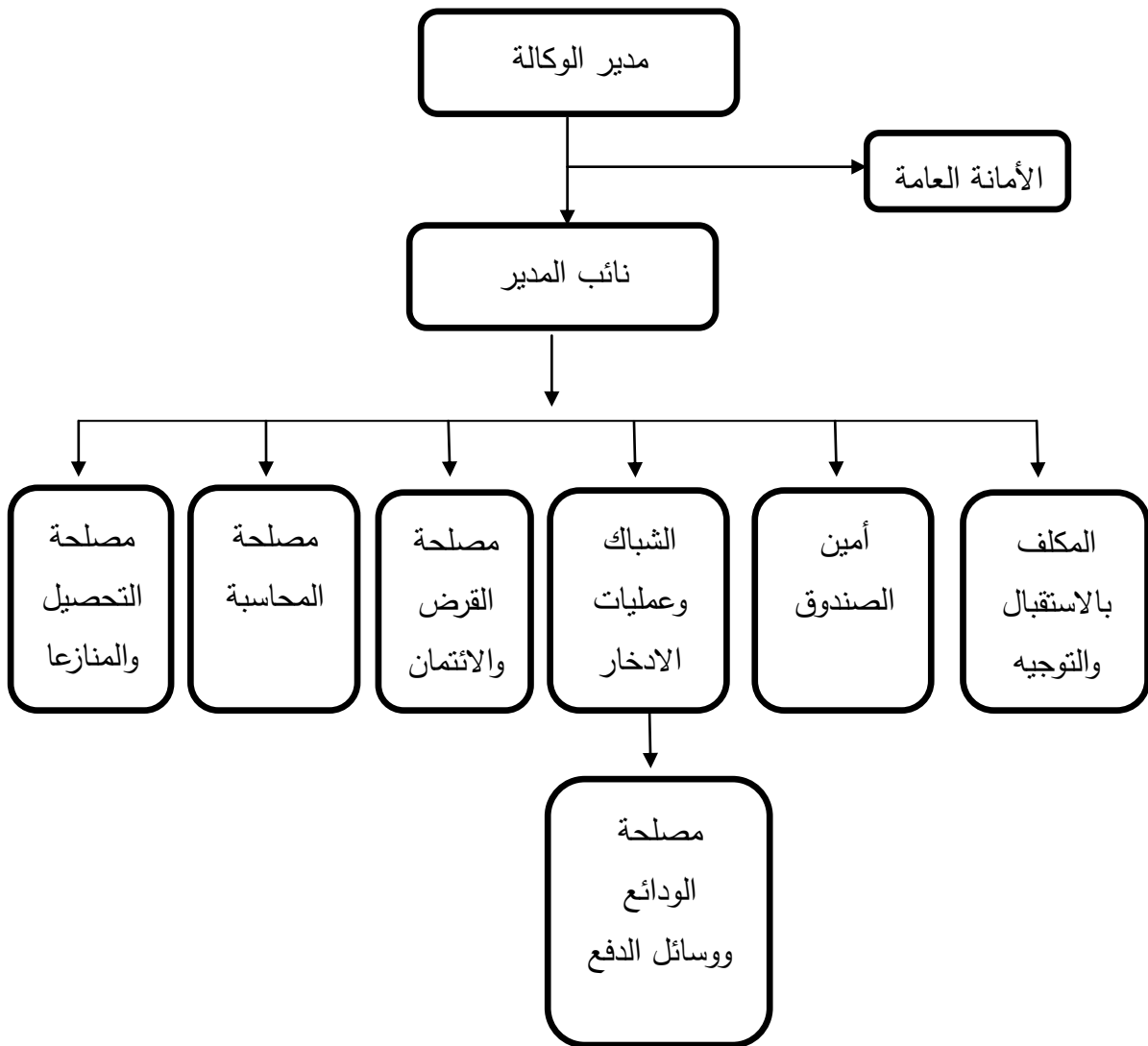
مصلحة القرض والائتمان: من مهامها الأساسية استقبال طلبات الائتمان بمختلف أنواعه ودراسته والعمل بجد لبلوغ الأهداف السنوية المسطرة من المديرية المركزية للقرض والائتمان بالبنك.

مصلحة المحاسبة: تهتم بمراجعة ومراقبة العمليات اليومية البنكية وحفظ الوثائق المحاسبية كما تهتم بالمعالجة الفوترية لنفقات تسيير الوكالة (أجور العمال، تسديد فواتير مختلف الخدمات والتصريحات الضريبية...).

مصلحة التحصيل والمنازعات: من مهامها متابعة التحصيل الشهري أو من خلال فترات لأقساط القروض، تقوم بتطبيق إجراءات المتابعة عند تعثر سداد القروض من العملاء باتخاذ الأساليب القانونية كاللجوء إلى حجز وتعطيل كل حسابات العميل لدى البنوك والمؤسسات المالية إلى غاية سداد الدين المستحق حتى يتم رفع اليد عن ذلك أو حجز الضمان كحل نهائي وفسخ العقد.

الفصل الثاني: الدراسة الميدانية دراسة حالة الصندوق الوطني للتوفير والاحتياط CNEP Banque وكالة غرداية 551

الشكل رقم (02): الهيكل التنظيمي للوكالة



المصدر: من إعداد الطالبين بناء على معلومات مقدمة من الوكالة

**المطلب الثاني: أنواع ووسائل الدفع الالكترونية التي يقدمها البنك وتطورها
الفرع الأول: البطاقات البنكية المستخدم في CNEP وكالة غرداية**

1- بطاقة ما بين البنوك « Carte inter bancaire » (ملحق رقم 01): هي بطاقة مصرفية مستقلة عن الشركة المصنعة لها مخصصة للبنك المصدر. وتعني CIB بطاقة ما بين البنوك وتتألف من أجهزة الصراف الآلي ومحطات الدفع الالكترونية وشبكة الانترنت التي يمكن استخدامها من قبل حاملي بطاقات الدفع بموافقة البنك.

يصدرها البنك بنوعها الذهبية والعادية فالأولى تتميز بكونها تمنح للعملاء الذين يفوق دخلهم 90.000 دج، أما الثانية فتمنح للعملاء الأقل دخل من الأولى.

الفصل الثاني: الدراسة الميدانية دراسة حالة الصندوق الوطني للتوفير والاحتياط CNEP Banque وكالة غرداية 551

2- بطاقات التوفير Carte épargne: (ملحق رقم 02) هي وسيلة سحب وإيداع المدخرات في حسابات الودائع للعملاء لدى البنك، أستخدمت مكان دفاتر التوفير، ويتم فيها حفظ العمليات على الحساب إلكترونياً.

مكونات البطاقة CIB:

تتكون البطاقة من:

- شريحة لتخزين المعلومات.
- شريط ممغنط.
- اسم حامل البطاقة.
- رقم البطاقة.
- اسم البنك.
- تاريخ نهاية الصلاحية.
- اسم الشركة المصنعة بالإضافة للرقم التسلسلي للبطاقة لدى المصنع.
- نص لإرسال البطاقة في حالة ضياعها.

شروط منح البطاقة CIB:

ليستفيد العميل من البطاقة يجب توفر الشروط التالية:

- طلب الحصول على البطاقة. ملحق رقم (3)
- أن يكون لدى العميل حساب جاري لدى البنك.
- أن يكون للعميل راتب يلتزم بتوطينه لدى الوكالة.
- التوقيع على اتفاقية يلتزم من خلالها باحترام شروط استعمال بطاقة الدفع حيث بنود هذه الاتفاقية توضح

التزامات وواجبات الزبون والبنك اتجاه بعضهم البعض. ملحق رقم (04)

الفرع الثاني: تطور عدد البطاقات البنكية في CNEP Banque وكالة غرداية

1- جدول رقم (02): عدد البطاقات المصرفية

العدد المتراكم للبطاقات البنكية				السنوات	نوع البطاقة
إلى مارس 2018	2017	2016	2015		
270	240	150	80	بطاقة CIB	
922	864	424	312	بطاقة التوفير CE	

المصدر: من إعداد الطالبين بناء على معطيات CNEP وكالة غرداية

بناء على معطيات الجدول أعلاه نلاحظ أن عدد البطاقات CIB في تطور مستمر نسبياً مقارنة مع عدد العملاء أصحاب الحسابات الجارية للوكالة، حيث ارتفع من سنة 2015 إلى 150 بطاقة في 2016 ثم

الفصل الثاني: الدراسة الميدانية دراسة حالة الصندوق الوطني للتوفير والاحتياط CNEP Banque وكالة غرداية 551

ارتفع إلى 240 بطاقة سنة 2017، وفي مارس 2018 بلغ 270 بطاقة وهذا راجع إلى الشروط المفروضة من البنك للحصول على هذا النوع من الخدمة (توطين الدخل) بالإضافة إلى نقص الوعي لدى الأفراد بأهمية البطاقات البنكية.

أما فيما يخص تطور بطاقات التوفير CE فهي جاءت كبديل للدفاتر التقليدية بحيث يتم تسليمها للعملاء الجدد ألياً عند فتح الحساب، وشرع مؤخرًا البنك في استرجاع الدفاتر واستبدالها بالبطاقات عبر مراحل وهذا سبب تباين حجم التطور مقارنة ببطاقات CIB للفترة المعنية بالدراسة.

2- جدول رقم (03): حجم عمليات الدفع الالكترونية

قيمة العملية في 2017	عدد العمليات في 2017	العمليات نوع الخدمة
150.000دج	04	خدمات الدفع المصرفية بالبطاقة عبر نقاط البيع
3.371.000دج	388	خدمات مصرفية عبر الصراف الآلي
92.239.000دج	276	المقاصة الالكترونية على حساب العميل
47.598.000دج	48	المقاصة الالكترونية لحساب العملاء

المصدر: من إعداد الطالبين بناء على معطيات CNEP وكالة غرداية

يتضح من خلال الجدول أعلاه أن حجم العمليات يتباين من خدمة إلى أخرى فيظهر في عدم إقبال العملاء على خدمة الدفع المصرفي بالبطاقة عبر نقاط البيع وهذا راجع إلى حداثة الخدمة على مستوى البنك ونقص انتشار الثقافة المصرفية الحديثة (عند العملاء، والتجار ومقدمي الخدمات) أما فيما يخص الخدمة عبر الصراف الآلي نلاحظ أن حجم العمليات ضعيف مقارنة مع حجم العملاء حاملي البطاقات CIB لدى الوكالة بحيث أن قيمة معدل العملية في 2017 لا يفوق 8.700دج ، أحدثت المقاصة الالكترونية ثورة في مجال سرعة تقديم الخدمة بأقل تكلفة وهذا يظهر من خلال معدل قيمة العملية الواحدة لسنة 2017 الذي يفوق 431.000دج وهذا التطور راجع إلى جهود البنوك في تحديث وسائل العمل المصرفي ومواكبة تطور الدول المتقدمة في هذا المجال.

الفرع الثالث: منافذ توزيع الخدمات المصرفية في CNEP Banque وكالة غرداية

1- أجهزة الصراف الآلي ATM: لدى الوكالة جهازين من الموزع الآلي للنقود (DAB) يتواجد جهاز بمقر الوكالة والموزع الثاني يوجد بمقر المديرية الجهوية بغرداية على بعد حوالي 4 كلم من مقر الوكالة يسمح هذا الجهاز بالسحب لكل حائز على بطاقة السحب، يعمل دون انقطاع جهاز موصول بوحدة مراقبة الكترونية تقرأ المدارات المغناطيسية للبطاقة، هذه الأخيرة تسجل عليها المبالغ المالية الممكن سحبها يوميا، وهذا النوع من الأجهزة ساهم بشكل كبير في تخفيض نشاط السحب في الفروع.

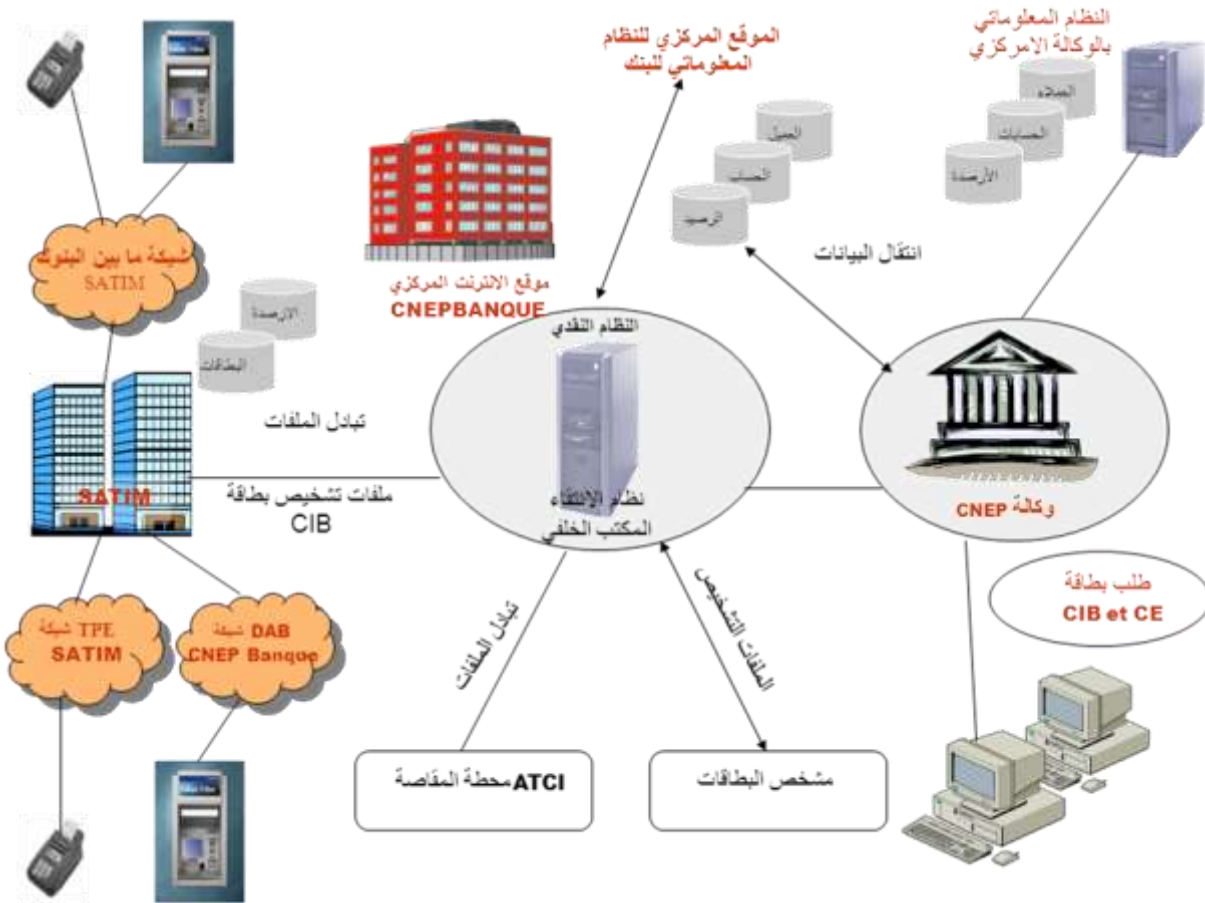
أما بخصوص الشباك الأوتوماتيكي للأوراق (GAB) فإن هذا النوع من الخدمة غير متوفر لدى البنك محل الدراسة.

الفصل الثاني: الدراسة الميدانية دراسة حالة الصندوق الوطني للتوفير والاحتياط CNEP Banque وكالة غرداية 551

- 2- **نهائي الدفع الالكتروني (نقاط البيع) TPE:** هي عبارة عن جهاز يتواجد بالمحلات التجارية ومقدمي الخدمات المتعاقدين مع البنوك من خلال اتفاقية إطار مابين البنوك الناشطة في الجزائر والتي توضح كيفية وشروط استخدام الدفع الالكتروني في هذه النقاط، لتسهيل عمليات دفع الفواتير بواسطة البطاقات البنكية.
- 3- **الانترنت المصرفي:** هي وسيلة من وسائل الدفع أتاحت لعملاء البنك يتم من خلالها التعامل مع موقع من مواقع مقدمي الخدمات عبر الانترنت مثل شركات الكهرباء، متعاملي الهاتف النقال، شركات التأمين، النقل الجوي والاتصالات في سداد الفواتير المستحقة على العملاء وذلك على أن يتم تعميم هذه الخدمة في المستقبل مع المؤسسات والتجار.
- بالإضافة إلى الخدمات المقدمة عبر الانترنت المتمثلة في موقعه تمكن العملاء من الاطلاع على الرصيد ، طلب دفتر الشيكات، كشف الحساب وتقديم معلومات ومختلف الوثائق المتعلقة بمختلف الخدمات للمنتجات المصرفية (الائتمان، مواقع تواجد أجهزة الصراف الآلي عبر الوطن ومعلومات عامة أخرى).
- 4- **المقاصة الالكترونية:** يختص هذا النظام بالمعالجة الآلية لوسائل الدفع العام صكوك، تحويل، عمليات السحب والدفع بالبطاقات البنكية وذلك باستعمال وسائل مثل الماسحات الضوئية والبرمجيات المختلفة، فهي عملية تبادل المعلومات التي تشمل بيانات وصور ورموز الشيكات بوسائل الكترونية من خلال مركز المقاصة الالكترونية في البنك المركزي، في السابق كانت عملية المقاصة تتم يدويا وبالتالي كانت عملية المقاصة للشيك المسحوب على بنك آخر تستغرق عدة أيام إلى أن يتم إرسال الشيك الأصلي إلى غرفة المقاصة بالبنك المركزي وإجراء العمليات اللازمة، أما الآن فقد أصبحت البنوك تستخدم نظام خدمات المقاصة الالكترونية المصرفية حيث تتم عملية الدفع في نفس اليوم.

الفصل الثاني: الدراسة الميدانية دراسة حالة الصندوق الوطني للتوفير والاحتياط CNEP Banque وكالة غرداية 551

شكل رقم(03): يوضح منافذ توزيع الخدمة المصرفية



المصدر: وثيقة مقدمة من الوكالة

المبحث الثاني: الطريقة والأدوات المستخدمة في الدراسة

اعتمدنا في دراستنا هذه على أدوات عدة منها: المقابلة الشخصية، الملاحظة، الوثائق الداخلية للبنك

وهو ما يعطي دور مهم في مصداقية المعلومات بالإضافة إلى الاستبيان.

المطلب الأول: مجتمع وعينة الدراسة

الفرع الأول: مجتمع الدراسة

فيما يخص مجتمع الدراسة فكان يتمثل في الصندوق الوطني للتوفير والاحتياط وكالة غرداية.

الفرع الثاني: عينة الدراسة

كانت عينة الدراسة هي عملاء الصندوق الوطني للتوفير والاحتياط وكالة غرداية، حيث تشكلت عينة

الدراسة من 37 عميل لدى الوكالة تم اختيارهم بطريقة عشوائية قد تم توزيع 37 استمارة استعيدت كلها.

الفصل الثاني: الدراسة الميدانية دراسة حالة الصندوق الوطني للتوفير والاحتياط CNEP Banque وكالة غرداية 551

المطلب الثاني: الأدوات المستخدمة في الدراسة الفرع الأول: المقابلة الشخصية

بهدف الحصول على معلومات دقيقة ذات مصداقية قمنا بإجراء مقابلة:

- على مستوى الوكالة: مع مدير الوكالة والمشرف على مصلحة الودائع ووسائل الدفع.
- على مستوى المديرية الجهوية: مع رئيس دائرة الودائع ووسائل الدفع و الموظف المشرف على وسائل الدفع.

وذلك من خلال طرح مجموعة من الأسئلة الشفوية والمكتوبة المتعلقة بموضوع الدراسة.

الفرع الثاني: الملاحظة

من خلال الملاحظة أتاحت لنا الفرصة أن نطلع على الطرق الميدانية المعمول بها في مجال استخدام وسائل الدفع وبشكل معمق الوسائل الالكترونية للدفع بالوكالة، ومدى استجابة العملاء لهذا النوع من الوسائل، والجهود المبذولة من المسؤولين من خلال مجموعة من الوسائل (الاحتكاك المباشر مع الزبون، ومن خلال عرض خدمة عن طريق المراسلة الشخصية للزبائن)، كما اطلعنا على مختلف الوثائق الداخلية في البنك من بينها: اللوائح والقوانين المتعلقة بوسائل الدفع الالكتروني، المراسلات، المطويات، الاتفاقيات، البطاقات الشخصية للزبون، طلب الحصول على البطاقة، والجداول الإحصائية.

الفرع الثالث: الاستبيان

تم من خلال هذه الدراسة الاعتماد على الاستبيان (الملحق 03) كأداة لجمع البيانات الأولية، وهذا لما يتيح هذا الأسلوب من معاينة ميدانية لآراء عينة من مجتمع الدراسة وذلك من خلال تحليل مخرجات المعلومات المجمعة بنظام SPSS V22.

وقد تم تقسيم الاستبيان إلى:

✓ القسم الأول: يتعلق بالمعلومات الشخصية لعينة الدراسة (الجنس، السن، المستوى التعليمي، الوظيفة).

✓ القسم الثاني: يحتوي على محورين، المحور الأول تقييم الخدمات المصرفية المقدمة من طرف البنك وخصصت له ستة أسئلة، أما المحور الثاني يتناول مستوى تقديم الخدمات المصرفية وخصص له عشرة أسئلة.

الفصل الثاني: الدراسة الميدانية دراسة حالة الصندوق الوطني للتوفير والاحتياط CNEP Banque وكالة غرداية 551

صدق وثبات الاستبيان:

جدول رقم (04) ثبات ألفا كرونباخ للأبعاد والثبات الكلي للاختبار

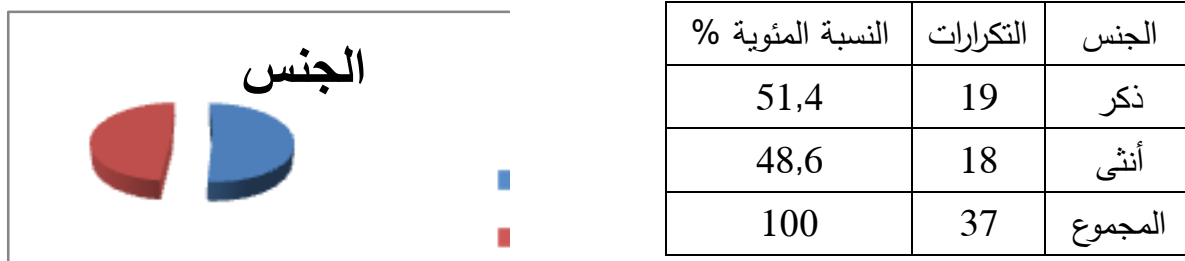
الرقم	البعد	عدد البنود	معامل ألفا كرونباخ
1	تقييم الخدمة	6	0,709
2	مستوى الخدمة	10	0,860
3	الاختبار كلي	16	0,873

نلاحظ من خلال الجدول رقم(04) أن قيم معامل ألفا كرونباخ لكل من البعد الأول والثاني وإجمالي الأبعاد فاقت 60% النسبة مقبولة إحصائيا وهذا يعني ثبات الأداة وبالتالي إمكانية الاعتماد عليها وهو ما يطمئن الباحث من استخدام أداة الدراسة.

المطلب الثالث: عرض ومناقشة الدراسة
الفرع الأول: تحليل الاستبيان واختبار الفرضيات
أولا: وصف خصائص عينة الدراسة:

بهدف التعرف على خصائص الأفراد المشاركين في الدراسة الميدانية ، تناولنا في القسم الأول من الاستبيان بعض البيانات الخاصة بعينة الدراسة وهي: الجنس، العمر، المهنة، المستوى الدراسي.

1- الجدول رقم (05): توزيع الأفراد حسب الجنس:



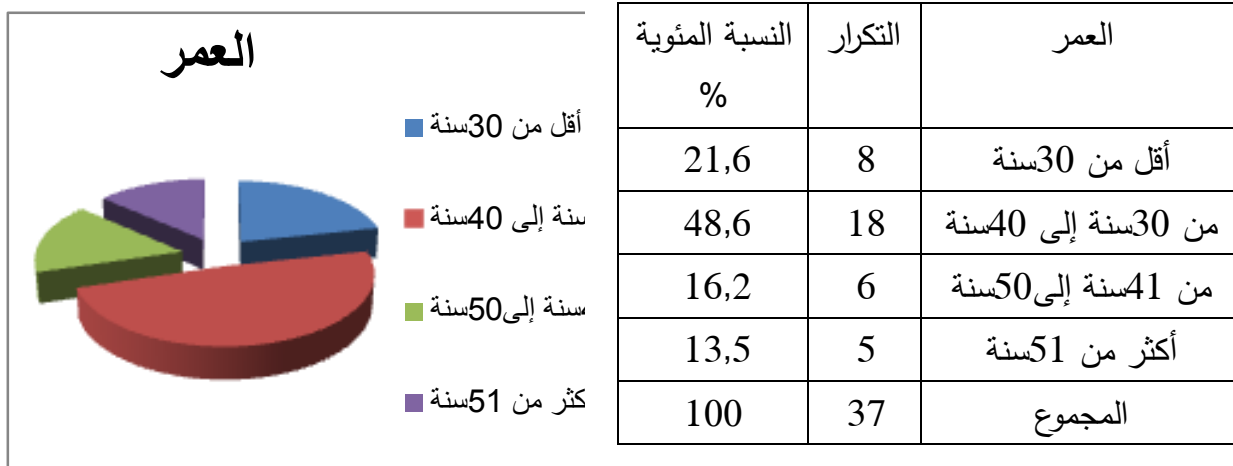
المصدر: من إعداد الطالبين بناء على نتائج التحليل الإحصائي لبرنامج (SPSS V22)

مصدر الشكل: من إعداد الطالبين باستخدام برنامج (EXCEL)

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن توزيع الذكور والإناث شبه متساوي حيث بلغ عدد الذكور 19 فردا ونسبة 51.4% في حين بلغ عدد الإناث 18 فردا ونسبة 48.6% ويعود ذلك في تقديرنا إلى دخول المرأة ميدان المال والأعمال.

الفصل الثاني: الدراسة الميدانية دراسة حالة الصندوق الوطني للتوفير والاحتياط CNEP Banque وكالة غرداية 551

2- الجدول رقم (06): توزيع أفراد العينة حسب العمر: الشكل رقم(05)

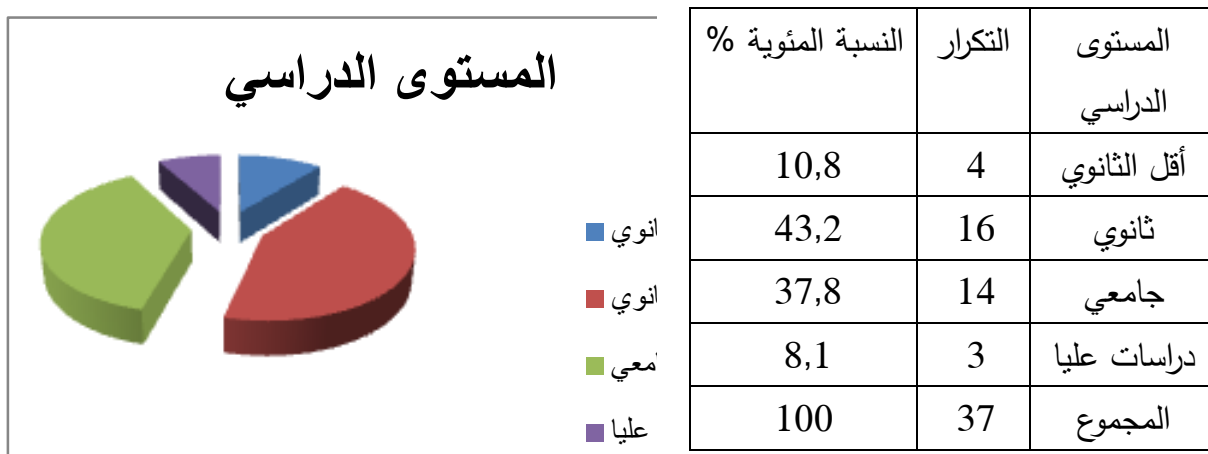


المصدر: من إعداد الطالبين بناء على نتائج التحليل الإحصائي لبرنامج (SPSS V22)

مصدر الشكل: من إعداد الطالبين باستخدام برنامج (EXCEL)

نلاحظ من الجدول أعلاه أن 48.6% من أفراد العينة تتراوح أعمارهم ما بين 30 و40 سنة (18 فردا) و 21.6% (8 أفراد) وقد بلغت نسبة 16.2% (6 أفراد) تتراوح أعمارهم ما بين 41 و50 سنة بينما نلاحظ (07 أفراد) يفوق عمرهم 51 سنة بنسبة 13.5% ومنه نستنتج أن أغلبية العملاء المستجوبين من الشباب وهي الفئة الأكثر استخداما لوسائل الدفع الالكترونية.

3- الجدول (07): توزيع أفراد العينة حسب المستوى الدراسي: الشكل رقم(06)



المصدر: من إعداد الطالبين بناء على نتائج التحليل الإحصائي لبرنامج (SPSS V22)

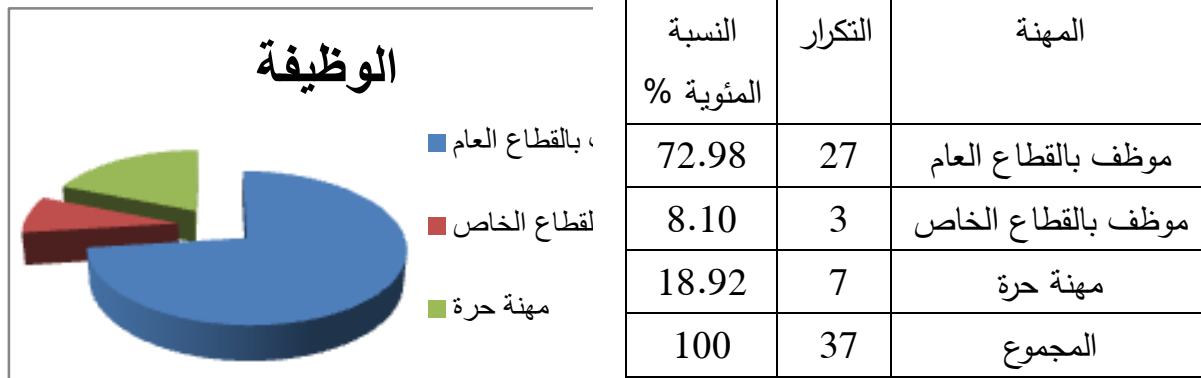
مصدر الشكل: من إعداد الطالبين باستخدام برنامج (EXCEL)

نلاحظ من خلال نتائج الجدول أعلاه بأن 37.8% من أفراد العينة هم من لديهم مؤهل جامعي ومستوى ثانوي (16 فردا) بنسبة 43.2% بينما 10.8% لديهم مستوى أقل من الثانوي (4 أفراد)، في حين بلغت

الفصل الثاني: الدراسة الميدانية دراسة حالة الصندوق الوطني للتوفير والاحتياط CNEP Banque وكالة غرداية 551

نسبة 8.1% مؤهلهم العلمي دراسات عليا (3 أفراد) حيث نلاحظ أن المستوى التعليمي لا يؤثر في توجهات العملاء حول استخدام وسائل الدفع الالكترونية.

4- الجدول رقم (08): توزيع أفراد العينة حسب الوظيفة: الشكل رقم (07)



المصدر: من إعداد الطالبين بناء على نتائج التحليل الإحصائي لبرنامج (SPSS V22)

مصدر الشكل: من إعداد الطالبين باستخدام برنامج (EXCEL)

يتضح من خلال الجدول أعلاه أن (27 فردا) من أفراد الدراسة يمثلون ما نسبته 72% من إجمالي عينة الدراسة هم من موظفي القطاع العام، بينما (7 أفراد) بنسبة 18.92% هم من أصحاب المهن الحرة، أما بالنسبة لموظفي القطاع الخاص فقد بلغ عددهم (3 أفراد) بنسبة قدرها 8.10%.

ثانيا: تحليل متغيرات الدراسة

1- تحليل عبارات المحور الأول تقييم الخدمات المصرفية المقدمة من طرف البنك

تم اختبار فرضيات الدراسة من خلال إدخال البيانات في برنامج (spss) للحصول على النتائج التالية، ثم عرضها في جداول وتحليلها.

الفصل الثاني: الدراسة الميدانية دراسة حالة الصندوق الوطني للتوفير والاحتياط CNEP Banque وكالة غرداية 551

الفرضية 1: لا توجد فروق جوهرية لاستخدام بطاقات الدفع الالكتروني تؤدي إلى اختصار الوقت

وتخفيض التكاليف في CNEP Banque

الجدول رقم (09): تحليل فقرات الجزء الأول

الرقم	العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة t	درجة الحرية	مستوى الدلالة
1	تسمح بطاقات الالكترونية من تأدية المعاملات المالية بأقل تكلفة وبأقل وقت ممكن	4.41	0.551	48.65	36	0.00
2	تتيح البطاقة الخدمات عبر الانترنت	2.86	1.378	12.64	36	0.00
	مجموع العبارات	7.27	1.426	30.99	36	0.00

المصدر: من إعداد الطالبين بناء على نتائج التحليل الإحصائي لبرنامج (SPSS V22)

لاختبار الفرضية لا توجد فروق جوهرية لاستخدام بطاقات الدفع الالكتروني تؤدي إلى اختصار الوقت وتخفيض التكاليف في كتاب بنك نلاحظ من خلال الجدول أن قيمة المتوسط الحسابي للعبارتين يقدر ب: 7.27 وانحراف معياري قدره 1.426 وهذا يعني أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية وما يؤكد ذلك هي قيمة t المحسوبة للعبارتين المقدر ب: 30.99 وهي دالة عند درجة الحرية 36 بمستوى دلالة قدره 0.00، وهي أقل من 0.05 مما يدل على أنه توجد فروق جوهرية لاستخدام بطاقات الدفع الالكتروني تؤدي إلى اختصار الوقت وتخفيض التكاليف في كتاب بنك، ويعود ذلك إلى التكلفة المنخفضة لاستخدام البطاقة (21) على كل عملية سحب من الصراف الآلي) والسرعة في إتمام العمليات.

الفصل الثاني: الدراسة الميدانية دراسة حالة الصندوق الوطني للتوفير والاحتياط CNEP Banque وكالة غرداية 551

الفرضية 2 : لا توجد فروق جوهرية لاستخدام وسائل الدفع الالكتروني تساهم في تحسين الخدمة المصرفية

الجدول رقم (10): تحليل فقرات الجزء الثاني

الرقم	العبرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة t	درجة الحرية	مستوى الدلالة
3	الخدمات المقدمة في CNEP Banque مميزة عن البنوك الأخرى	4.13	0.82	30.60	36	0.00
4	خدمة الصراف الآلي توفر عملية السحب أو الدفع في كل الأوقات	4.32	0.70	37.08	36	0.00
5	تسهل البطاقة CIB عملية الدفع عبر المحلات والمتاجر في المعاملات اليومية	3.70	1.26	17.78	36	0.00
6	يوفر البنك دليل أو مرشد لاستخدام البطاقة	3.73	0.93	24.33	36	0.00
	مجموع العبارات	15.89	36.42	36.42	36	0.00

المصدر: من إعداد الطالبين بناء على نتائج التحليل الإحصائي لبرنامج (SPSS V22)

لاختبار الفرضية لا توجد فروق جوهرية لاستخدام وسائل الدفع الالكتروني تساهم في تحسين الخدمة المصرفية نلاحظ من خلال الجدول أن قيمة المتوسط الحسابي لمتوسط المحور تقدر ب: 15.85 وانحراف معياري قدره 36.42 وهذا يعني أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية و ما يؤكد ذلك هي قيمة t المحسوبة المقدر ب: 36.42 وهي دالة عند درجة الحرية 36 بمستوى دلالة قدره، 0.00 وهي أقل من 0.05 مما يدل على أنه توجد فروق جوهرية لاستخدام وسائل الدفع الالكتروني تساهم في تحسين الخدمة المصرفية، ويعود ذلك إلى الجهود المبذولة من طرف البنك في توفير الوسائل والمعدات اللازمة لتوفير الخدمات، بالإضافة إلى الجانب التحسيني لنشر ثقافة استخدام الوسائل المصرفية الالكترونية لدى العملاء.

الفصل الثاني: الدراسة الميدانية دراسة حالة الصندوق الوطني للتوفير والاحتياط CNEP Banque وكالة غرداية 551

2- تحليل عبارات المحور الثاني مستوى تقديم الخدمات المصرفية
الفرضية3: لا توجد فروق جوهرية لاستخدام البطاقات البنكية تؤدي إلى تحقيق رضا العملاء
الجدول رقم (11): تحليل فقرات الجزء الثالث

الرقم	العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة t	درجة الحرية	مستوى الدلالة
7	تحفيز استخدام البطاقة يعود إلى الجهود المبذولة من البنك نفسه	3.97	1.067	22.65	36	0.00
8	يستجيب البنك لكل متطلبات عملائه وشكاويهم	4.38	0.545	48.84	36	0.00
9	الاستجابة للمشاكل المتعلقة باستخدام البطاقة	3.97	0.866	27.91	36	0.00
10	يطور البنك علاقاته مع الزبون مما يعزز ولاءه	4.54	0.605	45.63	36	0.00
	متوسط مجموع العبارات	16.86	2.28	44.85	36	0.00

المصدر: من إعداد الطالبين بناء على نتائج التحليل الإحصائي لبرنامج (SPSS V22)
لا توجد فروق جوهرية لاستخدام البطاقات البنكية تؤدي إلى تحقيق رضا العملاء نتيجة تسهيل إجراء المعاملات البنكية بين البنك والعملاء نلاحظ من خلال الجدول أن قيمة المتوسط الحسابي تقدر ب: 16.86 وانحراف معياري قدره 2.28 وهذا يعني أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية في وهذا ما يؤكد ذلك هي قيمة t المحسوبة المقدرة ب: 44.85 وهي دالة عند درجة الحرية 36 بمستوى دلالة قدره 0.00، وهي أقل من 0.05 مما يدل على أن استخدام البطاقات البنكية تؤدي إلى تحقيق رضا العملاء نتيجة تسهيل إجراء المعاملات البنكية بين البنك والعملاء، ويعود ذلك إلى قناعة و ثقة العملاء المستمدة من صمعة وحجم البنك وذلك من خلال قيام البنك بالاستجابة الفورية لمشاكل العملاء العالقة سواء كانت مشاكل خاصة بالبطاقات أو بالأجهزة المتاحة من طرف البنك لخدمة العملاء بالإضافة للمتابعة والمعاملة الحسنة من قبل موظفي البنك.

الفصل الثاني: الدراسة الميدانية دراسة حالة الصندوق الوطني للتوفير والاحتياط CNEP Banque وكالة غرداية 551

الفرضية 04: لا يشعر عملاء CNEP Banque بالأمان والسرية في معاملاتهم مع البنك عند استخدام البطاقات الدفع الالكترونية

الجدول رقم (12): تحليل فقرات الجزء الرابع

الرقم	العبرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة t	درجة الحرية	مستوى الدلالة
11	توفر البطاقة خدمات متعددة	3.78	1.058	21.76	36	0.00
12	قيمة عمولة خدمة البطاقة رمزية تحفز على استخدامها	4.68	0.47	59.92	36	0.00
13	يضمن البنك الأمن المادي والمالي وسرية التعاملات مع الزبائن	4.19	0.73	34.46	36	0.00
14	موظفي البنك يتميزون بكفاءة عالية ومعاملة حسنة	3.59	1.27	17.09	36	0.00
15	تتوفر وسائل الأمن والحماية الكافية للنظم التي تمنع اختراقها	4.11	0.90	27.57	36	0.00
16	يقدم البنك نفس الخدمات المقدمة في البنوك الأخرى	4.19	0.84	30.17	36	0.00
	متوسط مجموع العبارات	24.54	3.70	40.33	36	0.00

المصدر: من إعداد الطالبين بناء على نتائج التحليل الإحصائي لبرنامج (SPSS V22)

لاختبار الفرضية لا يشعر عملاء CNEP Banque بالأمان والسرية في معاملاتهم مع البنك عند استخدام البطاقات الدفع الالكترونية نلاحظ من خلال الجدول أن قيمة المتوسط الحسابي يقدر ب: 24.54 وانحراف معياري قدره 3.70 وهذا يعني أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية في وما يؤكد ذلك هي قيمة t المحسوبة المقدر ب: 40.33 وهي دالة عند درجة الحرية 36 بمستوى دلالة قدره 0.00 وهي أقل من 0.05 مما يدل على أن عملاء كنب بنك يشعرون بالأمان والسرية في معاملاتهم مع البنك، ويعود ذلك إلى طبيعة العمل المصرفي والإمكانيات المادية والبشرية المستعملة في حماية حسابات العملاء بالإضافة إلى البرامج المستخدمة التي تضمن الحماية الكافية بكل ما يتعلق بخصوصيات العملاء.

الفصل الثاني: الدراسة الميدانية دراسة حالة الصندوق الوطني للتوفير والاحتياط CNEP Banque وكالة غرداية 551

الجدول رقم (13): معامل الارتباط برسون بين تقييم الخدمة مع مستوى الخدمة

العلاقة	معامل برسون	مستوى الدلالة
تقييم الخدمة / مستوى الخدمة	0,599 **	دال عند 0,01

المصدر: من إعداد الطالبين بناء على نتائج التحليل الإحصائي لبرنامج (SPSS V22)

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن قيمة معدل الارتباط 0.599 وهو دال إحصائيا عند 0.01 بمعنى أن هناك ارتباط بين محور تقييم الخدمة ومستوى تقديمها، بحيث توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين تقييم الخدمة المصرفية ومستوى تقديمها لدى المؤسسة البنكية CNEP Banque.

الفرع الثاني: الصعوبات التي تواجه الصندوق الوطني للتوفير والاحتياط CNEP Banque وكالة غرداية

على الرغم من الجهود المبذولة من طرف البنك إلا أنه توجد صعوبات يمكن ذكرها كالتالي:

- نقص الإطارات المتخصصة في مجال الصيرفة مما يؤثر على تسويق المنتجات البنكية للوكالة بشكل صحيح.

- ضعف الإمكانيات التسويقية والتثقيفية لتقريب المنتج من المجتمع.

- تجد الوكالة صعوبة في مواجهة السلوك الحذر من العملاء لوسائل الدفع الحديثة.

- صعوبات تقنية تتمثل في الأعطاب المتكررة على مستوى شبكة الربط بالخادم المركزي و على مستوى الموزع في حد ذاته.

- عدم تواجد مؤسسات متخصصة في صيانة وتصليح أعطاب أجهزة الصراف الآلي.

- الأثر السلبي لمركزية معالجة الأخطاء والتجاوزات التي تحدث في عمليات المصرفية الالكترونية (عامل الوقت).

- عدم وجود الجدية عند بعض نقاط البيع في التعامل بهذا النوع من وسائل الدفع وذلك راجع إلى ضعف الثقافة المصرفية لدى بعض مسيري هذه النقاط.

- القوانين والتشريعات الحالية المسيرة لوسائل الدفع تفتقد لخاصية الإلزام مما يضع العميل أمام خيار استعمال الوسائل التقليدية.

الفرع الثالث: التحديات المستقبلية لوسائل الدفع الالكترونية في CNEP Banque وكالة غرداية

يطمح الصندوق الوطني للتوفير والاحتياط CNEP Banque وكالة غرداية إلى تحقيق جملة من المشاريع في مجال الدفع الالكتروني من أجل تقديم خدمات حديثة من بينها ما يلي:

- تطوير البنية التحتية لأنظمة الدفع (الشبكة).

- خلق استخدامات أخرى لبطاقات الدفع وتطوير خدماتها إلى بطاقات ائتمان بنكي.

- توسيع حجم نقاط البيع بالشراكة مع كل المتعاملين الاقتصاديين.

الفصل الثاني: الدراسة الميدانية دراسة حالة الصندوق الوطني للتوفير والاحتياط CNEP Banque وكالة غرداية 551

- يطمح البنك إلى إصدار أنواع أخرى من البطاقات البنكية كبطاقة VISA.
- العمل على تطوير محفظة البنك من خلال جلب أكبر قدر ممكن من العملاء من خلال توفير خدمات حديثة ومنتطورة.
- توسيع تواجد البنك من خلال تواجد أكبر عدد من الموزعات المصرفية في المناطق ذات الكثافة الديموغرافية.

الفصل الثاني: الدراسة الميدانية دراسة حالة الصندوق الوطني للتوفير والاحتياط CNEP Banque وكالة غرداية 551

خلاصة الفصل الثاني:

اهتم هذا الفصل بالدراسة التطبيقية على CNEP Banque وكالة غرداية 551، للتعرف على أثر استخدام بطاقات الدفع الالكتروني في تحسين الخدمة المصرفية، فرغم أن الساحة المصرفية شهدت تطورا كبيرا في مجال الدفع الالكتروني، خاصة البطاقات البنكية الالكترونية وهو ما يضمن السرعة، السرية والأمان في إجراء المعاملات المصرفية، حيث وقفنا في دراستنا الميدانية من خلال الإحصائيات التي تم التطرق لها في هذا الفصل أن الوكالة تعرف تأخرا نوعا ما في مجال وسائل الدفع الالكتروني رغم المجهودات التي تبذلها لتدارك الأهداف السنوية المسطرة من المديرية العامة في حدود الإمكانيات المسخرة لذلك.



خاتمة

نتيجة التطورات التكنولوجية في مجال الصناعة المصرفية أصبح الاهتمام بتطوير وسائل الدفع الالكتروني من أولويات المصارف بهدف تحسين الخدمة المصرفية وكسب ميزة تنافسية في ما بينها بحيث مكنت من تجاوز بعدي المكان والزمان وأصبح بإمكان العميل إجراء مختلف الخدمات المصرفية من خلال بطاقات الدفع الالكتروني و الحصول على خدمات على الخط المباشر وفي الوقت الحقيقي والوصول إلى معلومات حول حساباتهم.

تواجه الخدمات المصرفية الالكترونية مخاطر عديدة تطورت بتطور وسائل الدفع الالكتروني وهذا ما يجعل البنوك تسعى لإدارة هذه المخاطر ومواجهتها وذلك بالاعتماد على إدارة فعالة تمكنها من تطوير هذه الوسائل للتقليل من المخاطر بهدف كسب رضا العميل وتقديم خدمات مصرفية بجودة عالية. كما تعمل البنوك على تطوير هذه الوسائل باستمرار بهدف تقديم وسائل أكثر أمناً، وتقديم خدمات تتناسب وحاجات العملاء من خلال بطاقات الدفع بمختلف أنواعها.

النتائج المتوصل إليها:

1- نتائج الجانب النظري:

- تمكن البطاقات الالكترونية من تأدية المعاملات البنكية بأقل تكلفة وأقل وقت ممكن.
- تعد بطاقات الدفع الالكتروني من الوسائل المهمة في تحسين الخدمات المقدمة من طرف البنوك.
- ساهم استخدام بطاقات الدفع الالكتروني في تحسين الخدمة المصرفية من خلال أجهزة الصراف الآلي.

2- نتائج الجانب الميداني:

من خلال تحليل وتفسير البيانات التي تم الحصول عليها من عينة الدراسة (37 مشاهدة) عملاء الصندوق الوطني للتوفير والاحتياط توصلنا إلى النتائج التالية:

- نسبة عملاء البنك مابين الذكور والإناث شبه متساوية حيث بلغت نسبة عدد الذكور 51.4% وكانت تتراوح أعمار عينة الدراسة مابين 30 سنة و 40 سنة بنسبة 48.6% أما فيما يخص المستوى الدراسي فنلاحظ أن أغلب عملاء العينة هو المستوى الثانوي ما نسبته 43.2% يليه المستوى الجامعي بنسبة 37.8%، أما من حيث الوظيفة فإن أغلب عملاء البنك موظفين لدى القطاع العام.
- هناك ضعف في الإقبال على الخدمات المصرفية الالكترونية المقدمة من البنك.
- نقص الثقافة المصرفية كان من بين أهم العوائق التي تساهم في نجاح الخدمات المصرفية الالكترونية.

- إن استخدام بطاقات الدفع الالكتروني في البنك يواجه صعوبات في تطبيقها من قبل الجمهور.
- إن عملية التطوير المستمر لوسائل الدفع تمكن البنوك من تقديم خدمات ترقى إلى تطلعات العملاء.
- شعور عملاء CNEP Banque بالأمان والسرية في معاملاتهم مع البنك عند استخدام البطاقات الدفع الالكتروني.

- تسهيل العمليات المصرفية وتقريب العميل من المصرف عن طريق استخدام بطاقات الدفع الالكتروني له أثر كبير في تحسين الخدمة المصرفية.
- يضمن البنك الأمن والسرية في التعامل مع زبائنه.
- يتوفر المصرف على تجهيزات متطورة بالإضافة إلى يد عاملة مؤهلة ساهمت في تقديم خدمات مصرفية ترضي العملاء.
- تحسين الخدمة المصرفية مرتبط بتطور وسائل الدفع الالكتروني وكذا متطلبات العملاء.
- تعمل البنوك على إدارة المخاطر والحد منها عن طريق استخدام بطاقات الدفع الالكتروني.
- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين تقييم الخدمة المصرفية ومستوى تقديمها لدى المؤسسة البنكية

CNEP Banque

التوصيات:

- القيام بدورات تحسيسية حول قيمة وأهمية استخدام وسائل الدفع الالكتروني.
- العمل على تطوير وسائل الأمان للتخفيض من المخاطر التي قد تتجر جراء العمليات المصرفية الالكتروني.
- ضرورة متابعة التطورات الحديثة في مجال الخدمات المصرفية الالكتروني عن طريق استخدام أحدث وسائل الدفع الالكتروني ودعم بحوث تطوير الخدمات المصرفية لانتشارها.
- التكوين المستمر للعاملين في المصارف من أجل التحكم في المخاطر الناجمة عن العمليات الالكتروني.

أفاق الدراسة:

- من خلال معالجتنا في هذا الموضوع ارتأينا اقتراح المواضيع التالية:
- أثر استخدام بطاقات الدفع الالكتروني في زيادة القدرة التنافسية للبنوك.
- مدى مساهمة بطاقات الدفع الالكتروني في تطوير البنوك التجارية الجزائرية.
- أثر استخدام بطاقات الدفع الالكتروني في التقليل من المخاطر.



قائمة المصادر والمراجع

أولاً : الكتب

- أحمد السيد لبيب إبراهيم ،الدفع بالنقود الالكترونية الماهية و التنظيم القانوني دراسة تحليلية مقارنة، دار الجامعة الجديدة ،مصر،2009.
- أحمد سفر، أنظمة الدفع الالكترونية، منشورات الحلبي الحقوقية، لبنان، 2008.
- تامر البكري، أحمد المرحومي، تسويق الخدمات المالية، إثراء للنشر والتوزيع، الاردن، 2008.
- تيسير العفيشات العجارمة، التسويق المصرفي، ، الطبعة الثانية، دار الحامد للنشر والتوزيع، الأردن، 2013.
- جلال عايد الشورة، وسائل الدفع الالكتروني، دار الثقافة، الأردن، 2008.
- خيرى مصطفى كتانة، التجارة الالكترونية ، دار المسيرة، الاردن، 2009.
- رحيم حسين، الاقتصاد المصرفي مفاهيم تحاليل تقنيات، دار بهاء الدين ،قسنطينة،2008.
- رضوان غنيمي، بطاقات الائتمان بين الوضع القانوني المصرفي والتأصيل الفقهي، دار الفكر الجامعي، مصر، 2012.
- زياد رمضان، محفوظ جودة، الاتجاهات المعاصرة في إدارة البنوك، الطبعة الرابعة، دار وائل للنشر، الاردن، 2013.
- صلاح الدين حسن السيسى، التجارة الدولية والصيرفة الالكترونية النظريات والسياسات، دار الكتاب الحديث،مصر، 2014.
- عبد الكريم أحمد جميل، التسويق المصرفي، الجنادرية للنشر والتوزيع، الاردن، 2015.
- عماد أحمد أبو شنب، وآخرون، الخدمات الالكترونية، دار الكتاب الثقافي، الأردن.
- محسن أحمد الخصري، التسويق المصرفي مدخل متكامل للبنوك لامتلاك منظومة المزايا التنافسية في عالم ما بعد الجات، ايتراك للنشر والتوزيع، مصر، 1999.
- محمد صالح المؤذن، مبادئ التسويق، الطبعة الأولى ، الإصدار الثاني، دار الثقافة للنشر والتوزيع،الاردن، 2002.
- محمد نور صالح الجداية،سنا جودت خلف، تجارة الكترونية، الطبعة الثانية، الحامد، الاردن، 2012.
- محمود محمد ابو فروة، الخدمات البنكية الالكترونية عبر الانترنت، دار الثقافة، الاردن، 2009.
- مصطفى كمال طه، وائل انور بندق، الأوراق التجارية ووسائل الدفع الالكترونية الحديثة، دار الفكر الجامعي،مصر،2005.
- معراج هوارى، أحمد أمجدل، التسويق المصرفي مدخل تحليلي إستراتيجي، 2008.
- ناظم محمد نوري الشمري، عبد الفتاح زهير العبدلات، الصيرفة الالكترونية الأدوات والتطبيقات ومعيقات التوسع، دار وائل، الاردن،2007.

- وسيم محمد الحداد، وآخرون، الخدمات المصرفية الالكترونية، دار المسيرة، الاردن، 2012.
- وصفي عبد الرحمان النعسة، التسويق المصرفي، دار كنوز المعرفة العلمية، الاردن، 2011.

ثانيا: المذكرات والرسائل

- آسيا قاسمي، أثر العولمة على تطوير الخدمات المصرفية وتحسين القدرة التنافسية للبنوك الجزائرية، اطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه، علوم اقتصادية، تخصص اقتصاديات المالية والبنوك، جامعة امحمد بوقرة، بومرداس، 2015.
- أم الخير دراجي، أثر عصنة الخدمات المصرفية على الاداء البنكي دراسة حالة البنك الخارجي الجزائري لفترة 2003-2008 ، مذكرة لنيل شهادة الماستر، علوم اقتصادية، تخصص مالية وبنوك، ورقلة، 2015.
- بورزق إبراهيم فوزي، دراسة تحليلية حول التجربة الجزائرية في مجال النقد الآلي البنكي دراسة حالة القرض الشعبي الجزائري CPA ، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات شهادة الماجستير، علوم اقتصادية، تخصص تحليل اقتصادي، جامعة الجزائر، 2008.
- سليمة عبد الله، دور تسويق الخدمات المصرفية الالكترونية في تفعيل النشاط البنكي، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، علوم تجارية، تخصص تسويق، جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2009.
- صارية نريمان، أثر تحديث الخدمات البنكية على أداء البنوك التجارية دراسة حالة القرض الشعبي الجزائري، مذكرة لنيل شهادة الماستر، علوم تجارية، تخصص بنوك وأعمال، جامعة الطاهر مولاي سعيدة، 2015.
- عبدات سليمة، تسويق الخدمات البنكية وأثره على رضا الزبائن، مذكرة لنيل شهادة الماستر، علوم تجارية، تخصص تسويق، المركز الجامعي العقيد أكلي محند أولحاج، لبويرة، 2012.
- مرابط مراد، أثر تكنولوجيا المعلومات على جودة الخدمات المصرفية، مذكرة لنيل شهادة الماستر، علوم اقتصادية، تخصص نقود ومالية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2015.

ثالثا: المجلات

- بريش عبد القادر، جودة الخدمات المصرفية كمدخل لزيادة القدرة التنافسية للبنوك، مجلة اقتصاديات شمال افريقيا، العدد 3.
- عبد الله شاهين، نظم الدفع الالكترونية ومخاطرها ووسائل الرقابة عليها دراسة تطبيقية على بنك فلسطين، مجلة جامعة الأزهر بغزة، سلسلة العلوم الإنسانية، المجلد 12، العدد 1، 2010.
- نهى خالد عيسى الموسوي، إسراء خضير مظلوم الشمري، النظام القانوني للنقود الالكتروني، مجلة جامعة بابل ، المجلد 22 العدد السادس ، 2014.

رابعاً: الملتقيات

- فارس فضيل، حمزة ضويفي، الأبعاد القانونية والضريبية للتجارة الالكترونية في ظل وسائل الدفع المعتمدة ، مداخلة مقدمة إلى ملتقى عصرنة نظام الدفع في الجزائر وإشكالية اعتماد التجارة الالكترونية في الجزائر عرض تجارب دولية-المركز الجامعي خميس مليانة 26-27 افريل 2011
خامساً: المراجع باللغة الأجنبية

- Boubamer Nobel El Houssine: Le painent sur internet – Thèse master – Département sciences économiques –Université center institut superieur de gestion de sousse.
- Bouchelit rym: Les perspectives d'e- banking dans la stratégiee algerie 2013 – Thèse doctorat – Département sciences économiques - Université d' tlemcen.
- Gérard-michel Cochard: paiement électronique et sécurisation des échanges-managment et productivité TTC - Université de Picardie –2006.
- Moali Mokrane: Le système de paiement par carte bancaire en algerie – Thèse master – Département sciences économiques - Université de béjaia – 2013.

سادس: المواقع الالكترونية

- <https://books.google.dz/books?id=0kqsDQAAQBAJ&pg=PA152&dq=%D8%A7%D9%84%D8%A8%D8%B7%D8%A7%D9%82%D8%A7%D8%AA+%D8%A7%D9%84%D8%A8%D9%86%D9%83%D9%8A%D8%A9&hl=ar&sa=X&ved=0ahUKEwi4xO7ysKHUAhVLbRQKHTIMBasQ6AEIPzAI#v=onepage&q=%D8%A7%D9%84%D8%A8%D8%B7%D8%A7%D9%82%D8%A7%D8%AA%20%D8%A7%D9%84%D8%A8%D9%86%D9%83%D9%8A%D8%A9&f=false>

يوسف كافي، النقود والبنوك الالكترونية في ظل التقنيات الحديثة، ص154، بتاريخ مصطفى

- <https://platform.almanhal.com/Files/2/23137>
- <https://www.iasj.net/iasj?func=fulltext&aId=828>

الملاحق

ملحق رقم (01): بطاقة مابين البنوك



ملحق رقم (02): بطاقة التوفير





الصندوق الوطني للتوفير والإحتياط - بنك
Caisse Nationale d'Epargne et de Prévoyance-Banque

DEMANDE D'ADHESION AU SERVICE E-BANKING

Identification du Client

Nom : Prénom:

Raison sociale (si entreprise) :

N° de téléphone fixe : N° de téléphone mobile :

Adresse postale :

..... E-Mail:

Agence domiciliaire : Code :

Identification des comptes

N° de compte : Nature du compte :

N° de compte : Nature du compte :

N° de compte : Nature du compte :

N° de compte : Nature du compte :

N° de compte : Nature du compte :

N° de compte : Nature du compte :

N° de compte : Nature du compte :

OUI, je souscris au Service E-BANKING de la CNEP-Banque.

Je recevrais mon identifiant et mon code confidentiel E-BANKING sur ma boîte email.

Fait à : Je

Signature du client avec la mention
« Lu et approuvé »

Agence CNEP-Banque
(cachet et signature)



الصندوق الوطني للتوفير والإحتياط - بنك

Caisse Nationale d'Epargne et de Prévoyance-Banque

Convention ebanking

La CNEP-BANQUE, Société Par Actions au capital de 14.000.000.000,00 DA, dont le siège social est situé au 42 ; rue Khelifa Boukhalfa Alger, représenté par
(Indiquer sa qualité ou ses fonctions) :
Ci-dessous désignée « LA BANQUE »,

D'une part,

Et Mademoiselle, Madame, Monsieur :
Ou Raison sociale (Indiquer sa forme juridique) :
ou capital de DA, immatriculée au Registre du Commerce (wilaya :
sous le n° NIF :
dont le siège social est situé à :

Représentée par M (Indiquer ses nom et prénom) :
(Indiquer sa qualité ou sa fonction) :
ayant tous les pouvoirs aux fins de la présente convention,
ci-dessous dénommée « L'ABONNE »,

D'autre part,

Désignés ci-après collectivement « LES PARTIES », déclarent avoir convenu et arrêté ce qui suit :

ARTICLE 1- OBJET DE LA CONVENTION

Sur abonnement, la CNEP- Banque met à la disposition de son client ci-après individuellement dénommé "l'Abonné" un service E-Banking (web banking) ci-après dénommé **enepbanque** ayant pour objet de lui permettre l'accès aux fonctions suivantes:

E-Banking

- consultation de :
- Comptes courants, de comptes d'épargne, de produits divers,
- Commande de chèque,

Clientèle concernée :

L'abonnement au service **Ebanknep banque** est réservé au bénéfice exclusif de la clientèle de la Banque

ARTICLE 2-DUREE DE LA CONVENTION

La présente convention est établie pour une durée indéterminée. Toutefois, à tout moment, chacune des deux parties peut la dénoncer à l'autre partie sous un préavis d'un mois par lettre recommandée avec accusé de réception.

ARTICLE 3- DECLARATIONS DES PARTIES :

3.1 - DECLARATIONS CONJOINTES :

3.1.1 - Les parties conviennent que chacune d'elle n'est responsable de l'exécution ou de la mauvaise exécution d'une, de plusieurs ou de ses obligations contractuelle qu'autant que ladite inexécution ou la mauvaise exécution est due à la faute de la partie concernée, à sa négligence, à sa carence ou à un quelconque autre manquement à l'une ou plusieurs de ses obligations contractuelles et qu'autant que l'autre partie en aurait apporté la preuve.

3.1.2 - Les deux parties déclarent que l'exécution de leurs obligations respectives ne contrevient à aucune disposition législative ou réglementaire qui leur est applicable.

3.1.3 - Les parties s'engagent à se concerter en toute bonne foi et de manière raisonnable avant toute modification des paramètres techniques des prestations, objet de la présente convention.

3.1.4 - En cas de dénonciation ou de résiliation de la présente convention pour quelque cause et/ou motif que ce soit, les parties prendront toutes les dispositions utiles en vue du déroulement de toutes les opérations en cours dans les meilleurs délais.

ARTICLE 4 - OBLIGATIONS DES PARTIES

4.1 - OBLIGATIONS MUTUELLES :

4.1.1 - Les parties s'obligent à utiliser :

- les moyens de communication conformes aux normes édictées par la Banque d'Algérie et permettant l'accès aux données informatiques de la Banque par le réseau internet Public ;
- les formats des fichiers permettant le transfert des données informatiques,
- la signature électronique spécifiée à l'annexe 02 de la présente convention faisant également partie intégrante de la présente convention.

4.1.2 - En cas de constatation d'un défaut quelconque de fonctionnement technique ou autre, la partie concernée en relèvera les éléments, en rechercher les causes, avisera l'autre partie par tout moyen et dans les meilleurs délais, collaboreront le plus étroitement possible à l'effet d'y remédier et conviendront des procédures de substitution auxquelles elles recourront jusqu'à la liquidation du susdit défaut.

4.2 - OBLIGATIONS DU CLIENT :

4.2.1 - Le Client convient de disposer d'un accès à internet et à même de lui permettre de communiquer avec la Banque.

4.2.2 - Le Client déclare faire son affaire personnelle de :

- l'acquisition, de l'installation, de la maintenance de son système informatique de son raccordement au réseau internet et de sa protection aux moyens d'un pare-feu (firewall) ainsi que d'un antivirus à jour, et de la conformité et de la mise à jour aux normes de la Banque d'Algérie de la version dudit logiciel

4.2.3 - Le Client aura à communiquer à la Banque les identités du (de ses) mandataire(s), leur signature électronique, la nature ainsi que l'étendue de leurs pouvoirs respectifs ou conjoints.

4.2.4 - En cas de révocation du (de l'un de ses) ou de tous ses mandataire(s), Le Client informera la Banque immédiatement par écrit pour lui permettre de procéder à l'annulation de leur habilitation.

4.2.5 - Le Client signalera à la Banque toute perte ou usage abusif des identifiants et/ou des mots de passe dans les meilleurs délais par tout moyen et s'oblige à confirmer la perte ou l'usage abusif par lettre recommandée avec accusé de réception.

4.2.6 - Le Client s'oblige, à peine d'irrecevabilité, à adresser à la Banque toute réclamation concernant la transmission d'un fichier ou la communication d'informations à partir du serveur dans le délai d'un mois à compter de la date d'arrivée du dit fichier ou de la communication des sus-dites informations.

4.3 - OBLIGATIONS DE LA BANQUE :

4.3.1 - La Banque s'engage à désigner les personnes habilitées et à doter celles-ci de mots de passe distincts pour assurer l'authentification, le chiffrement et la signature électronique personnelle des données informatiques, objet de la présente convention.

4.3.2 - La Banque accusera réception au Client de tout fichier qui lui aura été transmis en son nom et pour son compte en précisant sa bonne ou mauvaise réception et le contrôle ainsi que la conformité des signatures électroniques du dit fichier.

4.3.3 - La Banque exécutera les fichiers conformes aux clauses de la présente convention selon les conditions et les modalités prévues par la convention de compte courant.

4.3.4 - En cas de suspension des prestations, objet de la présente convention, et ce, qu'elle qu'en soit la raison ou le motif, la Banque informera le Client dès que possible par tout moyen écrit (fax, lettre simple avec accusé de réception, etc.,...).

4.3.5 - La Banque s'oblige à maintenir en bon état de fonctionnement l'ensemble de ses moyens informatiques, humains et techniques nécessaires à l'exécution de la présente convention et, pour ce faire, à assurer toute la maintenance appropriée.

ARTICLE 5 - RESPONSABILITE DES PARTIES :

5.1 - RESPONSABILITE DU CLIENT :

5.1.1 - Le Client est engagé par toute utilisation de la signature et du code d'activation tels que définis dans la présente convention.

5.1.2 - Le Client assume la responsabilité de la garde, de la conservation et de la confidentialité des identifiants ainsi que des mots de passe définis avec la Banque pour l'exécution des prestations, objet de l'annexe 01 de la présente convention.

5.1.3 - Le Client déclare se considérer le seul et unique responsable de toutes les conséquences pouvant découler de l'utilisation par des tiers des identifiants et des mots de passe des suites de la divulgation de son fait personnel ou de ses préposés.

5.2 - RESPONSABILITE DE LA BANQUE :

5.2.1 - La Banque déclare assumer pleinement et totalement les conditions et les modalités d'accès à son serveur informatique.

5.3 - EXONERATION DE RESPONSABILITE :

5.3.1 - EXONERATION POUR CAUSE DE SITUATION DE FORCE MAJEURE :

Chacune des deux parties consent à ne pas engager la responsabilité de l'autre partie en cas d'inexécution totale ou partielle de l'une, de plusieurs ou de diverses obligations contractuelles de la partie concernée dès lors que la défaillance de ladite partie est due à un cas de force majeure. Les deux parties conviennent que le cas de force majeure est tout acte ou événement, imprévisible, irrésistible, insurmontable, indépendant de leur volonté et ayant une influence directe sur l'exécution des obligations de la présente convention, dont, notamment, le défaut de fourniture de courant électrique, toute intervention, décision et/ou fait de l'Etat, d'une autorité ou de toute institution publique, les contingences techniques, administratives ou autres ayant une influence directe sur les lignes et les réseaux de transmission informatiques, les guerres ou menaces de guerre, le terrorisme, le sabotage, les situations d'émeutes, de grèves, les incendies, les inondations, toute autre catastrophe naturelle, etc...

La partie, empêchée par le cas de force majeure, ne saurait être tenue à aucune réparation ni dédommagement à l'égard de l'autre partie et la durée de la présente convention sera alors prorogée d'une durée égale à celle de la force majeure.

La partie, qui invoque la force majeure, doit aviser la partie intéressée et/ou concernée du cas de force majeure dans les meilleurs délais et ce, par tout moyen (lettre recommandée avec accusé de réception, télex, fax, etc.). En joignant tout justificatif y afférent. Toutefois, si la situation de force majeure excède la durée d'un mois de trente jours à compter de la date de la survenance de la situation de force majeure, chacune des deux parties pourra résilier la présente convention en informant l'autre partie par lettre recommandée avec accusé de réception ou tout autre moyen écrit sans que cette dernière puisse prétendre à de quelconques réparations civiles.

5.3.2 - EXONERATION DU FAIT D'UNE PARTIE TIERCE :

La responsabilité d'une partie ne peut en aucun cas être alléguée par l'autre partie dès lors que l'inexécution ou la mauvaise exécution de l'une ou, de plusieurs ou des obligation(s) contractuelle(s) de ladite partie est due au fait d'une tierce partie.

ARTICLE 6 - SUSPENSION DES PRESTATIONS :

Pour préserver la sécurité et l'intégrité de ses systèmes informatiques ainsi que pour exécuter les tâches de maintenance nécessaires à la bonne marche de ses équipements, la Banque pourra suspendre l'exécution de tout ou partie des prestations, objet de la présente convention.

6.2 - Pendant toute la durée de la suspension, la Banque usera des procédures de substitution qu'elle aura convenues avec le client.

ARTICLE 7 - REPARATION DES PREJUDICES :

Chacune des parties s'oblige à réparer les dommages subis par l'autre partie du fait de sa défaillance, de l'inexécution ou de la mauvaise exécution de l'une, de plusieurs ou de ses diverses obligations contractuelles.

ARTICLE 8 - MODIFICATIONS ET/OU COMPLEMENT S A LA CONVENTION :

La présente convention pourra être modifiée et/ou complétée d'un commun accord par avenant dûment signé par les deux parties et, notamment, en cas d'évolution et/ou de modifications des normes interbancaires édictées par la Banque d'Algérie et/ou des dispositions réglementaires de l'Autorité de Régulation de la Poste et des Télécommunications (ARPT).

ARTICLE 9 - RESILIATION DE LA PRESENTE CONVENTION :

La présente convention pourra être résiliée sans délai de préavis par l'une ou l'autre des deux parties par lettre recommandée avec accusé de réception en cas :

- de la clôture de ses comptes par le client.
- de faillite ou de liquidation judiciaire du Client et après mise en demeure adressée au liquidateur par lettre recommandée avec accusé de réception restée sans suite plus d'un mois après sa date de réception par ledit liquidateur.
- de non adaptation par l'une des deux parties à toute nouvelle norme définie par le Comité de Normalisation de la Banque d'Algérie et/ou aux spécifications techniques de l'ARPT ainsi que du législateur algérien, de manière générale dans le délai de six (6) mois à compter de la notification des dites modifications.

ARTICLE 10 - REGLEMENT DES CONTESTATIONS ET LITIGES :

Toute contestation pouvant survenir à l'occasion de l'interprétation et/ou de l'exécution des termes de la présente convention, qui n'aurait pas pu être réglée à l'amiable dans un délai d'un mois à compter de sa survenance, sera soumise aux juridictions du siège social de la Banque et relèvera de la seule compétence de ces dernières.

ARTICLE 11 - ENTREE EN VIGUEUR DE LA PRESENTE CONVENTION :

La présente convention entrera en vigueur à compter de la date de sa signature par les deux parties.

Fait en deux exemplaires originaux en langue française, un exemplaire étant remis à chacune des parties.

Fait à le : / 20.....

LE CLIENT,
Nom, prénom,
(Cachet humide du client si entreprise)

P/LA BANQUE,
Nom, prénom, qualité du représentant
(Cachet humide de la Banque)

ملحق رقم (05) استمارة الاستبيان

الأخ الكريم، الأخت الكريمة

تحية طيبة وبعد

في إطار التحضير مذكرة ماستر تحت عنوان: أثر استخدام بطاقات الدفع الالكتروني في تحسين الخدمة المصرفية دراسة حالة CNEP وكالة غرداية نرجو منكم الإجابة على الأسئلة الواردة في الاستمارة للمساهمة في إنجاز هذا البحث.

الرجاء وضع (X) في المكان المناسب

القسم الأول: المعلومات الشخصية

الجنس	<input type="checkbox"/> ذكر	<input type="checkbox"/> أنثى
السن	<input type="checkbox"/> أقل من 30 سنة	<input type="checkbox"/> من 30 سنة إلى 40 سنة
	<input type="checkbox"/> من 41 سنة إلى 51 سنة	<input type="checkbox"/> أكثر من 51 سنة
المستوى التعليمي	<input type="checkbox"/> أقل من الثانوي	<input type="checkbox"/> ثانوي
	<input type="checkbox"/> جامعي	<input type="checkbox"/> دراسات عليا
الوظيفة	<input type="checkbox"/> موظف بالقطاع العام	<input type="checkbox"/> موظف بالقطاع الخاص
	<input type="checkbox"/> مهنة حرة	

القسم الثاني: أسئلة الاستبيان

أولاً: ما مدى قيام البنك بتقديم الخدمات المصرفية التالية

الرقم	عبارة الاستبيان	سلم الإجابة			
		موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق بشدة
01	تسمح البطاقة الالكترونية من تأدية المعاملات المالية بأقل وقت ممكن				
02	تتيح البطاقة الخدمات عبر الانترنت				
03	الخدمات المقدمة في CNEP Banque مميزة عن البنوك الأخرى				
04	خدمة الصراف الآلي توفر عملية السحب أو الدفع في كل الأوقات				
05	تسهل البطاقة CIB عملية الدفع عبر المحلات والمتاجر في المعاملات اليومية				
06	يوفر البنك دليل أو مرشد لاستخدام البطاقة				

ثانيا: مستوى تقديم الخدمات المصرفية

سلم الإجابة					عبارة الاستبيان	الرقم
موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة		
					تحفيز استخدام البطاقة يعود إلى الجهود المبذولة من البنك نفسه	07
					يستجيب البنك لكل متطلبات عملائه وشكاويهم	08
					الاستجابة للمشاكل المتعلقة باستخدام البطاقة	09
					يطور البنك علاقاته مع الزبون مما يعزز ولائه	10
					توفر البطاقة خدمات متعددة	11
					قيمة عمولة خدمة البطاقة رمزية تحفز على استخدامها	12
					يضمن البنك الأمن المادي والمالي وسرية التعاملات مع الزبائن	13
					موظفي البنك يتميزون بكفاءة عالية ومعاملة حسنة	14
					تتوفر وسائل الأمن والحماية الكافية للنظم التي تمنع اختراقها	15
					يقدم البنك نفس الخدمات المقدمة في البنوك الأخرى	16

ثالثا: قائمة أسماء محكمين الاستبيان

الجامعة	الدرجة العلمية	اسماء المحكمين
جامعة غرداية	أستاذ التعليم العالي	د/ مصيطفى عبد اللطيف
جامعة غرداية	أستاذ محاضر - أ -	د/ طويطي مصطفى

صدق وثبات الاستبيان ملحق رقم (06)

البعءالأول

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,709	6

البعء الثاني

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,860	10

الثبات كلي

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,873	16

ملحق رقم (07) خصائص عينة الدراسة

الجنس

sex

	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide 1,0	19	51,4	51,4	51,4
2,0	18	48,6	48,6	100,0
Total	37	100,0	100,0	

السن

age

	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide 1,0	8	21,6	21,6	21,6
2,0	18	48,6	48,6	70,3
3,0	6	16,2	16,2	86,5
4,0	5	13,5	13,5	100,0
Total	37	100,0	100,0	

المستوى التعليمي

niveau

	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide 1,0	4	10,8	10,8	10,8
2,0	16	43,2	43,2	54,1
3,0	14	37,8	37,8	91,9
4,0	3	8,1	8,1	100,0
Total	37	100,0	100,0	

fonction

	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide 1,0	27	73,0	73,0	73,0
2,0	3	8,1	8,1	81,1
3,0	7	18,9	18,9	100,0
Total	37	100,0	100,0	

ملحق رقم (08): التكرارات المتوسطة الحسابي الانحراف المعياري واختبار t

عبارات المحور الأول:

q01

	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide 3	1	2,7	2,7	2,7
4	20	54,1	54,1	56,8
5	16	43,2	43,2	100,0
Total	37	100,0	100,0	

q02

	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide 1	10	27,0	27,0	27,0
2	2	5,4	5,4	32,4
3	13	35,1	35,1	67,6
4	7	18,9	18,9	86,5
5	5	13,5	13,5	100,0
Total	37	100,0	100,0	

q03

	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide 2,0	2	5,4	5,4	5,4
3,0	4	10,8	10,8	16,2
4,0	18	48,6	48,6	64,9
5,0	13	35,1	35,1	100,0
Total	37	100,0	100,0	

q04

	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide 2	1	2,7	2,7	2,7
3	2	5,4	5,4	8,1
4	18	48,6	48,6	56,8
5	16	43,2	43,2	100,0
Total	37	100,0	100,0	

q05

	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide 1	4	10,8	10,8	10,8
2	1	2,7	2,7	13,5
3	9	24,3	24,3	37,8
4	11	29,7	29,7	67,6
5	12	32,4	32,4	100,0
Total	37	100,0	100,0	

q06

	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide 1	3	8,1	8,1	8,1
3	4	10,8	10,8	18,9
4	27	73,0	73,0	91,9
5	3	8,1	8,1	100,0
Total	37	100,0	100,0	

Statistiques sur échantillon uniques

	N	Moyenne	Ecart type	Moyenne erreur standard
q01	37	4,41	,551	,091
q02	37	2,86	1,378	,226
الجزء الأول	37	7,2703	1,42690	,23458

Test sur échantillon unique

	Valeur de test = 0				Intervalle de confiance de la différence à 95 %	
	T	ddl	Sig. (bilatéral)	Différence moyenne	Inférieur	Supérieur
q01	48,657	36	,000	4,405	4,22	4,59
q02	12,649	36	,000	2,865	2,41	3,32
الجزء الأول	30,993	36	,000	7,27027	6,7945	7,7460

Statistiques sur échantillon uniques

	N	Moyenne	Ecart type	Moyenne erreur standard
q03	37	4,135	,8220	,1351
q04	37	4,32	,709	,117
q05	37	3,70	1,266	,208
q06	37	3,73	,932	,153
الجزء الثاني	37	15,8919	2,65397	,43631

Test sur échantillon unique

	Valeur de test = 0				Intervalle de confiance de la différence à 95 %	
	t	ddl	Sig. (bilatéral)	Différence moyenne	Inférieur	Supérieur
q03	30,600	36	,000	4,1351	3,861	4,409
q04	37,088	36	,000	4,324	4,09	4,56
q05	17,786	36	,000	3,703	3,28	4,12
q06	24,332	36	,000	3,730	3,42	4,04
الجزء الثاني	36,423	36	,000	15,89189	15,0070	16,7768

عبارات الحور الثاني:

q07

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	1	2	5,4	5,4	5,4
	2	2	5,4	5,4	10,8
	3	3	8,1	8,1	18,9
	4	18	48,6	48,6	67,6
	5	12	32,4	32,4	100,0
	Total	37	100,0	100,0	

q08

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	3	1	2,7	2,7	2,7
	4	21	56,8	56,8	59,5
	5	15	40,5	40,5	100,0
	Total	37	100,0	100,0	

q09

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	2	2	5,4	5,4	5,4
	3	8	21,6	21,6	27,0
	4	16	43,2	43,2	70,3
	5	11	29,7	29,7	100,0
	Total	37	100,0	100,0	

q10

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	3	2	5,4	5,4	5,4
	4	13	35,1	35,1	40,5
	5	22	59,5	59,5	100,0
	Total	37	100,0	100,0	

q11

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	1	2	5,4	5,4	5,4
	2	2	5,4	5,4	10,8
	3	7	18,9	18,9	29,7
	4	17	45,9	45,9	75,7
	5	9	24,3	24,3	100,0
	Total	37	100,0	100,0	

q12

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	4	12	32,4	32,4	32,4
	5	25	67,6	67,6	100,0
	Total	37	100,0	100,0	

q13

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	2	1	2,7	2,7	2,7
	3	4	10,8	10,8	13,5
	4	19	51,4	51,4	64,9
	5	13	35,1	35,1	100,0
	Total	37	100,0	100,0	

q14

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	1	3	8,1	8,1	8,1
	2	6	16,2	16,2	24,3
	3	4	10,8	10,8	35,1
	4	14	37,8	37,8	73,0
	5	10	27,0	27,0	100,0
	Total	37	100,0	100,0	

q15

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	2	2	5,4	5,4	5,4
	3	7	18,9	18,9	24,3
	4	13	35,1	35,1	59,5
	5	15	40,5	40,5	100,0
		Total	37	100,0	100,0

q16

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	1	1	2,7	2,7	2,7
	2	1	2,7	2,7	5,4
	3	1	2,7	2,7	8,1
	4	21	56,8	56,8	64,9
	5	13	35,1	35,1	100,0
	Total	37	100,0	100,0	

Statistiques sur échantillon uniques

	N	Moyenne	Ecart type	Moyenne erreur standard
q07	37	3,97	1,067	,175
q08	37	4,38	,545	,090
q09	37	3,97	,866	,142
q10	37	4,54	,605	,100
الجزء الثالث	37	16,8649	2,28719	,37601

Test sur échantillon unique

	Valeur de test = 0					
	t	ddl	Sig. (bilatéral)	Différence moyenne	Intervalle de confiance de la différence à 95 %	
					Inférieur	Supérieur
q07	22,653	36	,000	3,973	3,62	4,33
q08	48,845	36	,000	4,378	4,20	4,56
q09	27,919	36	,000	3,973	3,68	4,26
q10	45,630	36	,000	4,541	4,34	4,74
الجزء الثالث	44,852	36	,000	16,86486	16,1023	17,6275

Statistiques sur échantillon uniques

	N	Moyenne	Ecart type	Moyenne erreur standard
q11	37	3,78	1,058	,174
q12	37	4,68	,475	,078
q13	37	4,19	,739	,122
q14	37	3,59	1,279	,210
q15	37	4,11	,906	,149
q16	37	4,19	,845	,139
الجزء الرابع	37	24,5405	3,70131	,60849

Test sur échantillon unique

	Valeur de test = 0					
	t	ddl	Sig. (bilatéral)	Différence moyenne	Intervalle de confiance de la différence à 95 %	
					Inférieur	Supérieur
q11	21,761	36	,000	3,784	3,43	4,14
q12	59,929	36	,000	4,676	4,52	4,83
q13	34,468	36	,000	4,189	3,94	4,44
q14	17,091	36	,000	3,595	3,17	4,02
q15	27,573	36	,000	4,108	3,81	4,41
q16	30,173	36	,000	4,189	3,91	4,47
الجزء الرابع	40,330	36	,000	24,54054	23,3065	25,7746

ملحق رقم (09) معامل الارتباط بيرسون

Corrélations

		الأول_المحور	الثاني_المحور
الأول_المحور	Corrélacion de Pearson	1	,599**
	Sig. (bilatérale)		,000
	N	37	37
الثاني_المحور	Corrélacion de Pearson	,599**	1
	Sig. (bilatérale)	,000	
	N	37	37

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