الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة غرداية
كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير
قسم العلوم المالية والمحاسبة التخصص: تكنولوجيا مالية

مذكرة التخرج لنيل شهادة الليسانس

تحت عنوان:

واقع جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية للبنوك الجزائرية

دراسة حالة القرض الشعبي الجزائري CPA

من إعداد الطالبتين: تحت إشراف الاستاذة:

- سيرين مراد - ا.د الشرع مريم
- آية ملائكة الرحمان بلكحل

الموسم الجامعي2024/2023

كلمة شكر

اشكر الله عز وجل واحمده على توفيقه لنا انجاز هذا العمل المتواضع كما أتقدم خالص الشكر إلى الأستاذة المشرفة الدكتورة الشرع مريم على إرشاداتها وتوجيهاتها الحكيمة والرشيدة، وإتاحتها طيلة فترة انجاز هذه المذكرة كما لا يفوتنا تقديم كامل الامتنان والتقدير الى عميد الكلية وكافة الأساتذة كلية العلوم الاقتصادية والتجارية والعلوم التسيير والى كل طاقم قرض الشعبي الجزائري وكالة غرداية " على سعة صدورهم وترحيبهم واستقبالهم وإمدادنا بالمعلومات اللازمة

لإتمام هذا العمل المتواضع إلى الأساتذة أعضاء لجنة المناقشة الذين تفضلوا ا بقراءة هذه وفي الأخرى أشكر كل من ساهم من قريب المذكرة ومناقشتها أو من بعيد في إنجاز هذه المذكرة

إهداء

الحمد لله والشكر الله الذي بتوفيقه تتم الاعمال حمدا وشكرا خالصا يليق بجلاله وعظمة سلطانه

اهدي ثمرة جهدي إلى الأميرة أمي وقد ورثت في جوفها كيف أكون إنسانا قبل أن أصرخ صرختي الأولى في هذا العالم

وإلى الطيب والدي وقد ربيت في كتفه على أن أكون صادقة قبل أن أخطو خطوتي الأولى في طريق الحياة ...وإلى كل يد صافحتها يوما عن ظهر قلب

وإلى أصدقائي الثابتين رغم تزعزع العالم، شكرا لوقوفكم بجانبي عاماً آخر، ما أعرفه هو أن وجودكم معي سند هائل لي، أتمنى ألا نفترق أبداً

وإلى الأموات، الأحياء في القلب ولكن ... لو يشعرون

بلكحل أية ملائكة الرحمان

إهداء

الحمد لله والشكر الله الذي بتوفيقه تتم الاعمال حمدا وشكرا خالصا يليق بجلاله وعظمة سلطانه

اهدي ثمرة جهدي إلى سر الوجود إلى بسمتي في الحياة إلى رمز الحب والحنان إلى من كان دعائهما سر نجاحي وحنانهما بلسم جراحي امي وابي بارك في عمرهما

إلى من هم أقرب من الروح إلى من شاركوني حضن الأم وبهم أستمد عزتي واصراري "إخوتي "

الى من سرنا سويا ونحن نشق الطريق معا نحو النجاح والإبداع
الى من تكاتفنا يدا بيد وحان نقطف زهرة تعلمنا الى صديقاتي

سيرين مراد

خلاصة الدراسة

تناولت الدراسة دور الصيرفة الإلكترونية في تحسين جودة الخدمات البنكية، مع التركيز على إبراز مساهمة التكنولوجيا الحديثة في تطوير القطاع المصرفي في الجزائر. سعت الدراسة لتسليط الضوء على جهود بنك القرض الشعبي الجزائري (CPA) في هذا المجال، مبينة تأثير هذه الجهود على تحسين جودة خدماته المصرفية، والحفاظ على عملائه، وجذب زبائن جدد.

ركزت الدراسة على الاعتماد على التقنيات الحديثة، مثل نظام الدفع الإلكتروني ووسائل الدفع الحديثة، والتي تسمح للعملاء بإجراء المعاملات البنكية من أي مكان دون الحاجة إلى زيارة الفروع. كما أبرزت الدراسة أهمية تحفيز العملاء على استخدام هذه التقنيات من خلال وضع تسهيلات قانونية، مما يساهم في زيادة إيرادات البنك.

الكلمات المفتاحية: بنك، خدمات بنكية، جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية، الجزائر، CPA، وكالة غرد

Summary of the Study

The study addressed the role of electronic banking in improving the quality of banking services, focusing on highlighting the contribution of modern technology to the development of the banking sector in Algeria. The study aimed to shed light on the efforts of the Algerian People's Credit Bank (CPA) in this field, showing the impact of these efforts on enhancing the quality of its banking services, retaining its customers, and attracting new ones.

The study emphasized the reliance on modern technologies, such as electronic payment systems and modern payment methods, which allow customers to conduct banking transactions from any location without the need to visit branches. The study also highlighted the importance of encouraging customers to use these technologies by providing legal facilitations, which contribute to increasing the bank's revenues.

Keywords: bank, banking services, quality of electronic banking services, Algeria, CPA, Ghardaya Agency.

قائمة الاشكال

رقم الشكل	العنوان	الصفحة
1	يوضح بعض أنواع الخدمات المصرفية الإلكترونية	8
2	الهيكل التنظيمي للبنك القرض الشعبي الجزائر	24

قائمة الجداول

رقم الجدول	العنوان	الصفحة
1	مقارنة بين الدراسة الحالية والدراسة السابقة	15-16
2	تطور عدد الزبائن البطاقات البنكية والشيكات الالكترونية والتحويلات المالية في البنك	28
3	أجوبة وتحليل على سؤال الأول	42
4	أجوبة وتحليل على سؤال الثاني	43
5	أجوبة وتحليل على سؤال الثالث	44
6	أجوبة وتحليل على سؤال الرابع	45
7	أجوبة وتحليل على سؤال الخامس	46
8	أجوبة وتحليل على سؤال السادس	47

الفهرس

العنوان	الصفحة
الشكر والعرفان	
الاهداء	
قائمة الاشكال	
قائمة الجداول	
الفهرس	
الفصل الأول: الإطار النظري	
تمهيد	5
المبحث الأول: ماهية الخدمات المصرفية الالكترونية	6
المطلب1: تعريف الخدمات المصرفية الالكترونية	6
المطلب2: خصائص وأنواع الخدمات المصرفية الالكترونية	7
المطلب3: أهداف الخدمات المصرفية الالكترونية	8
المبحث الثاني: ماهي جودة الخدمات المصرفية	9
المطلب1: تعريف الجودة	9
المطلب 2: ابعاد جودة الخدمات المصرفية	10
المطلب3: مستويات جودة الخدمة البنكية و مزايا تقديمها	11
المبحث الثالث: دراسات سابقة	12
المطلب الأول: الدراسات باللغة العربية	12
المطلب الثاني: الدراسات باللغة الأجنبية	14
المطلب الثالث: المقارنة بين الدراسات السابقة والحالية	15
خلاصة الفصل	17
الفصل: الثاني الدراسة الميدانية الإطار التطبيقي	
تمهيد	19
المبحث الأول: نظرة عامة عن البنك	20
المطلب 1: تعريف بنك القرض الشعبي الجزائري	20
المطلب2: الهيكل التنظيمي	22
المطلب 3: اهداف البنك CPA	25
المبحث الثاني: اليات تطبيق الخدمات المصرفية الالكترونية لبنك CPA	26
المطلب1: البطاقات التي يصدرها البنك CPA	26

المطلب2: العمليات على البطاقة	32
المطلب 3: تطبيق CPA MOBILE	39
المبحث الثالث: عرض ومناقشة نتائج الدراسة	40
المطلب 1: منهج واداة الدراسة	40
الفرع الأول: منهج الدراسة	40
الفرع الثاني: أداة الدراسة	40
المطلب2: اعداد المقابلة	41
المطلب 3: مضمون المقابلة	41
خلاصة الفصل	48
خاتمة	50
قائمة المراجع	53
ملاحق	56

مقدمة

المقدمة:

في ظل التطور السريع للتكنولوجيا المالية، تشهد الخدمات المصرفية الإلكترونية تحولاً جذرياً في كيفية تقديم الخدمات المالية واستخدامها. يعد هذا التحول من الأمور المثيرة للاهتمام في عالم الأعمال المالية، حيث تظهر الخدمات المصرفية الإلكترونية كعنصر أساسي لتحسين جودة الخدمات المصرفية بشكل عام.

إن التوجه نحو استخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية يأتي كجزء من تطور الاقتصاد الرقمي، حيث تسهم هذه الخدمات في تحسين تجربة العملاء، وتقديم الخدمات بشكل أكثر فاعلية وكفاءة. إنها ليست مجرد وسيلة بديلة للتعامل مع الأمور المالية، بل هي تمثل طفرة في كيفية التفاعل مع الأموال والاستثمارات وإدارة الحسابات.

إشكالية البحث:

مع تزايد هذه الظاهرة وانتشارها الواسع، تنشأ تساؤلات حول أثر هذه الخدمات على جودة الخدمات المصرفية بشكل عام. هذا ما يشكل محور البحث في هذه الدراسة، حيث يُسلط الضوء على دور الخدمات المصرفية الإلكترونية في تحسين جودة الخدمات المالية والبنكية.

من خلال ما سبق يمكن صياغة اشكالية بحثنا الرئيسية كما يلي:

ما هو واقع جودة الخدمات المصرفية الالكترونية في بنك القرض الشعبي الجزائري ؟

و منه يمكن صياغة الاشكاليات الفرعية التالية:

- ما هي أهم العناصر التي يهتم بها البنك ؟
- هل يعمل البنك على توسيع مجالات معاملاته و تحسين أدائه؟
- هل تساهم جودة الخدمة المصرفية في كسب ولاء زبائن البنك؟

فرضيات الدراسة:

بناءً على الإشكالية المذكورة، يمكن تقديم مجموعة من الفرضيات التي تلائم الموضوع وتجيب على التساؤلات الرئيسية والفرعية كما يلي:

الفرضية الاولى: من بين أهم العناصر التي تهتم بها البنوك التطوير في الخدمات البنكية.

الفرضية الثانية: يسعى البنك محل الدراسة إلى توسيع مجال معاملاتها والتحسين في الأداء البنكي.

الفرضية الثالثة: تساهم أبعاد جودة الخدمة المصرفية في كسب ثقة وولاء الزبون بالبنك.

أسباب اختيار الموضوع:

- درجة حساسية الموضوع وأهميته في الجهاز المصرفي.
- التسابق الشديد للمصارف لجلب أكبر عدد ممكن من الزبائن والمحافظة عليهم. باستخدام أساليب تكنولوجية متطورة وحديثة.

أهمية البحث:

هذا البحث يحمل أهمية كبيرة في عدة جوانب مختلفة، حيث يسلط الضوء على تأثير الخدمات المصرفية الإلكترونية على جودة الخدمات المالية والبنكية.

- يساهم البحث في فهم كيفية تحسين تجربة العملاء من خلال استخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية. تحسين هذه التجربة يزيد من رضا العملاء وولائهم للمؤسسات المالية، مما يؤدي في النهاية إلى زيادة الاستمرارية في العملاء وزيادة حجم العمليات المصرفية.
- فهم تأثير الخدمات المصرفية الإلكترونية يمكن أن يسهم في تحفيز المزيد من الابتكار والتطوير في القطاع المالي. قد توجه الدراسة إلى الممارسات الفعّالة والناجحة التي يمكن للمؤسسات المالية اعتمادها لتطوير خدماتها بشكل أفضل.

أهداف البحث:

يهدف البحث إلى تحقيق الأهداف الآتية:

- التعرف على الخدمات المقدمة من قبل المصرف للعملاء.
- التعرف على التكنولوجيا المستخدمة من قبل المصرف للارتقاء بخدماته المقدمة.
- التعرف على مدى قبول العملاء للخدمات المصرفية الإلكترونية المقدمة من المصرف.

المنهـج المتبـع:

من أجل تحقيق الفرضيات واعطاء الحلول الواقعية للإشكالية المطروحة سابقا، اقترحنا منهجا نتبعه في بحثنا هذا الذي ينقسم الى ما يلي:

المنهج الوصفي الاستقرائي للدراسة معتمدين على فصلين مقسمين على النحو التالي:

- الفصل الأول:
  - المبحث الأول: ما هي الخدمات المصرفية الإلكترونية
  - المبحث الثاني: ماهية جودة الخدمات المصرفية
  - المبحث الثالث: دراسات سابقة
- الفصل الثاني:
  - المبحث الأول: نظرة عامة عن بنك **cpa**
  - المبحث الثاني: اليات تطبيق خدمات المصرفية الالكترونية لبنك **CPA**
  - المبحث الثالث: عرض ومناقشة نتائج الدراسة

الفصل الأول:

الإطار النظري

تمهيد:

في ظل الثورة الرقمية التي تجتاح قطاع الخدمات المالية، أصبحت الخدمات المصرفية الإلكترونية لا غنى عنها في عالمنا الحديث. يشهد القطاع المالي تحولًا جذريًا نحو الابتكار التكنولوجي والتيسيرات الرقمية التي توفرها هذه الخدمات. فمن خلال استخدام الإنترنت والتطبيقات المحمولة، يمكن للعملاء الوصول إلى حساباتهم المصرفية، وإجراء المعاملات المالية، وإدارة أمورهم المالية بسهولة وسرعة.

المبحث الأول: ما هي الخدمات المصرفية الإلكترونية

يشهد العالم تطور كبير في مجال الخدمات الإلكترونية، مما أدى بالمصارف إلى التركيز على هاته الخدمات والاستفادة منها من أجل رفع مستوى الخدمة المصرفية والحصول على درجة عالية من رضا المتعاملين بتوفير أفضل الخدمات لزبائنها، وكذلك الحصول على ميزة تنافسية، مما سبق يتم تقسيم المبحث إلى المطالب الآتية:

المطلب الأول: تعريف الخدمات المصرفية الإلكترونية

تعرف الخدمات المصرفية الإلكترونية على أنها: هي كافة العمليات أو النشاطات التي يتم عقدها أو تنفيذها أو الترويج لها من قبل المصارف والمؤسسات المالية بواسطة الوسائل الإلكترونية أو الضوئية.

مثل: الهاتف الحاسب، الص ارف الآلي، الإنترنت، الهاتف الرقمي وغيرها[1].

وتعرف أيضا: اجراء العمليات المصرفية بطرق إلكترونية أي باستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال الجديدة، سواء تعلق الأمر بالسحب، بالدفع، بالائتمان، بالتحويل أو بالتعامل في الأوراق المالية أو غير ذلك من أعمال المصارف[2].

وتعرف أيضا: قيام البنوك بتقديم الخدمات المصرفية من خلال شبكات اتصال إلكترونية، وتقتصر صالحية الدخول إليها على المشاركين فيها وفقا لشروط العضوية التي تحددها البنوك وذلك من خلال أحد المنافذ على الشبكة كوسيلة اتصال العملاء[3].

المطلب الثاني: خصائص وأنواع الخدمات المصرفية الإلكترونية

[1] بلعايش ميادة، بن إسماعيل حياة، "مشروع الصيرفة الإلكترونية في الجزائر"، مجلة أبحاث اقتصادية العدد 04، ديسمبر 8106، ص20

[2] عدالة العجال، أ حالم كريمة، "دور التسويق الإلكتروني في تحسين أداء البنوك التجارية الجزائرية"، مجلة المالية والأسواق، جامعة عبد الحميد بن باديس، مستغانم، ص 89 –51.

[3] صالح الدين مفتاح سعد الباهي، أثر جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية على رضا الزبائن، رسالة استكمال متطلبات الحصول على درجة ماجستير، إدارة أعمال، جامعة الشرق الأوسط، الأردن، 8104، ص .09

الخدمة غير ملموسة: إن هذه الصفة تعني أن الخدمة ال يمكن رؤيتها، أو المساس بها أو سماعها قبل شرائها لذلك فإن مهمة مقدم الخدمة جعلها ملموسة بطريقة أو بأخرى[4].

السرية: من أهم الخصائص المحافظة على أسرار الزبائن المالية وعدم إفشائها ومتابعة الموظف في حالة عدم إتباع ذلك[5].

التلازمية: تعني درجة الترابط بين الخدمة ذاتها والشخص الذي يقدمها حيث أنها تنتج وتستهلك في نفس الوقت وبالتالي فإن الزبون لا يستطيع تداول هذه الخدمة من طرف ثالث إذ أن الخدمة غير قابلة للفصل عن مقدمها وذلك لأن الإنتاج والتوزيع متلازمان[6] .

اللاملموسية: وتعني بأن الخدمة المصرفية ليس لها وجود (ليست شيء مادي)، لذلك ال يمكن إدراكها بالحواس.

تكاملية الإنتاج والتوزيع (الإلزامية): وهذا يعني بأن الخدمة المصرفية تنتج وتستهلك في آن واحد.

نظام تسويقي ذو توجه شخصي: تعتمد الخدمات المصرفية على التسويق الشخصي بدرجة كبيرة، حيث تعتمد في تقديمها على الاتصال الشخصي بين مقدم الخدمة ومستقبلها.

صعوبة التمييز في الخدمة المصرفية: تكاد تتشابه وتتطابق الخدمات المصرفية، لذلك فإن اختيار العميل للمصرف يكون لمؤشرات مثل الموقع، السمعة، جودة الخدمة، السرعة والدقة والكفاءة، الموظفين ولباقتهم.

الانتشار الجغرافي: لتحقيق الأهداف المنشودة البد من الوصول للعملاء في أماكن تواجدهم.

اتساع نطاق الخدمات المصرفية: يتعين على المصرف تقديم مجموعة واسعة من المنتجات المصرفية التي تلبي الرغبات والاحتياجات التمويلية والائتمانية للعملاء.

---

[4] ثامر البكري وأحمد الرحومي، تسويق الخدمات المالية، إثراء للنشر والتوزيع، الطبعة 0، عمان، 8112، ص 22.

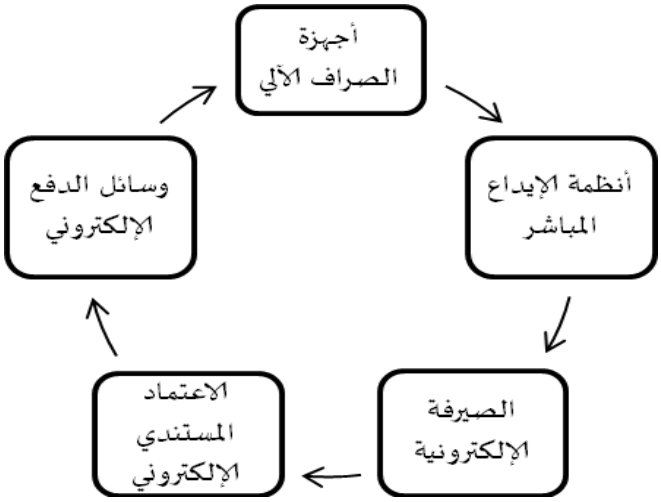
[5] طارق طه، إدارة البنوك في بيئة العولمة والإنترنت، دار الجامعة الجديدة، مصر، 8112، ص .440

[6] . سامي أحمد مراد، تفعيل التسويق المصرفي لمواجهة آثار الجاتس، المكتب العربي للمعارف، الطبعة 0، القاهرة، 8112، ص22.

التوازن بين النمو والمخاطر: أي عمل مصرفي يتضمن بالضرورة إيجاد توازن بين توسع النشاط ودرجة المخاطرة التي يتحملها المصرف، باعتبار أن المصرف يمارس نشاطه في ظل سيادة الثقة المتبادلة بينه وبين العميل.[7]

أنواع الخدمات المصرفية:

الشكل 01: يوضح بعض أنواع الخدمات المصرفية الالكترونية



المصدر من اعداد الباحثين بالاعتماد على اياد مراد حسن، أثر التسويق الالكتروني على جودة الخدمات المصرفية، مجلة الدنانير، العدد03، الأردن، 2013، ص 218

المطلب الثالث: أهداف الخدمات المصرفية الالكترونية

تهدف الخدمات المصرفية الإلكترونية الى تقديم العديد من الخدمات المصرفية للزبائن عنوانها الخدمة الشاملة والاسرع والاقل تكلفة وبالتالي تحقيق معدلات أفضل في المنافسة والاستمرار بالسوق. ولعل اهم هده الأهداف هو التحول الى قنوات الكترونية لتقييم معلومات صحيحة والاستشارات المتخصصة في النشاطات المصرفية والمالية والتجارية وفتح افاق العمل والاستثمارات وادارتها. [8]

[7] النسور، اياد عبد الفتاح والصغير، عبد الرحمان بن عبدالله، قضايا وتطبيقات تسويقية معاصرة، دار الصفاء، عمان، الأردن ،2014، ص ص205 _207.

[8] نادر عبد العزيز الشافي، 2007المصارف والنقود الالكترونية الطبعة الأولى، المؤسسة الحديثة للكتاب، طرابلس، لبنان

بالإضافة الى بعض الأهداف الأخرى [9]

- وسيلة لتعزيز حصتها في السوق المصرفي
- وسيلة لخفض التكاليف
- تعتبر كوسيلة لتوسيع نشاطاتها داخل وخارج الحدود الوطني
- اتاحة المعلومات عن الخدمات التي يؤديها البنك دون تقديم خدمات مصرفية على الشبكة
- حصول العملاء على الخدمات المصرفية وغير المصرفية في أي وقت واي مكان

المبحث الثاني: ماهية جودة الخدمة المصرفية

المطلب الأول: مفهوم جودة الخدمات المصرفية [10]

اولا: تعريف الجودة: هي الخصائص والصور الكلية للمنتج التي تقوي القدرة على اشباع حاجات معينة او ضمنية للزبون وأنها خلو الخدمة من أي عيب اثناء إنجازها وأنها نتيجة الحكم المتعلقة بتوقعات الزبون المدركة عن الخدمة والأداء الفعلي لها.

وعرفتها الجمعية الامريكية (p.s.q) بانها المجموع الكلي للمزايا والخصائص التي تؤثر في مقدرة السلعة او الخدمة معينة على تلبية حاجات معينة وأنها أشياء مختلفة تتفق مع محيط الافراد

ثانيا: تعريف جودة الخدمات:

تعرف على انها معيار لدرجة تطابق الأداء الفعلي للخدمة مع توقعات العملاء لهده الخدمة. وهي أيضا تعرف على انها: قياس لمدى تطابق الجودة المقدمة مع توقعات المستفيد. فتقديم خدمة ذات جودة يعني في المحصلة النهائية ان تكون الخدمة متوافقة مع توقعات المستفيدين

ومن خلال التعاريف السابقة يمكن استخلاص ما يلي:

[9] وسيم محمد حداد واخرون 2012، الخدمات المصرفية الالكترونية، الطبعة الأولى، دار المسيرة للنشر، عمان، ص، ص 58 57

[10] عثماني محمد توفيق "اثر أنظمة الدفع في تحسين جودة الخدمة المصرفية "،مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات نيل شهادة الماستر فالعلوم التجارية، تخصص تسويق الخدمات ،جامعة ورقلة ،الجزائر 2020،/2021 ،ص 31

- تتعلق جودة الخدمة أساسا بوجود علاقة بين المزايا المحققة فعلا من استعمال الخدمة والفوائد المرجوة منها
- تتعلق جودة الخدمة بدرجة تطابق توقعات المستهلكين مع مدى ادراكهم للخدمات المقدمة فعلا
- ترتبط جودة الخدمة بقدرتها على إرضاء الزبون بصفة دائمة.

ثالثا: تعريف جودة الخدمات المصرفية: تعددت مفاهيم الجودة عند الباحثين حيث ارتكز مفهوما عند البعض على ابعاد الجودة وعند الاخر على أساليب قياسها. ومن جملة المفاهيم الخاصة بتعريف الجودة المصرفية نذكر منها

ان مفهوم جودة الخدمات المصرفية لا يختلف عن مفهوم جودة الخدمة ومنه فهي تهدف الى تقديم خدمات للزبائن ذات جودة عالية لإرضائهم وتلبية حاجاتهم ورغباتهم بصفة مستمرة فهي تكمن في ادراكات العملاء والتعبير عنها.

ومفهوم جودة الخدمة المصرفية يكمن في المقارنة بين توقعات العملاء لأبعاد الخدمة ومستوى الأداء الفعلي الذي يعكس مدى توافر تلك الابعاد بالفعل في الجودة التي تتضمنها الخدمات المصرفية المقدمة لهم.

وكما تعرف على انها إرضاء لمتطلبات الزبائن ودراسة قدرة المصرف على تحديد هده المتطلبات والقدرة على التقائها، وينظر كل عميل ومقدم الخدمة المصرفية بوجهة نظر مختلفة عن الاخر.

المطلب الثاني ابعاد جودة الخدمة المصرفية:

للجودة العديد من الابعاد التي تأخذ بعين الاعتبار:[11]

الملموسية: وهذا البعد يتعامل مع تصورات العملاء في البنك بان مزود الخدمة سيقوم بتقديم الخدمة بموثوقية ويمكن الاعتماد عليها وبالوقت المحدد

الاستجابة: وهذا البعد يتعامل مع تصورات العملاء حول رغبة مقدم الخدمة بمساعدة الزبائن وتحقيق حاجاتهم ورغباتهم المتغيرة ومحاولة مساعدتهم في الحصول على اشباعها

الأمان: ضمان السرية في المعاملات مع المصرف والخلو من الخطورة والشك

[11] J celement sudharara.D. israel and M. selvammeasuring the quality of services in some banks 2006

التعاطف: وهذا البعد يتعامل مع تصورات العملاء بان مقدم الخدمة سوف يمنحهم الاهتمام الفرد ولديهم مصالح مشتركة ويقدم مصلحة الزبون على مصلحة المقدمة.

ويضاف الى ذلك البعد الاجتماعي والذي يشير الى مدى ملائمة المنتج اجتماعيا ودينيا، أي ان الخدمة والمنظمة الخدمية تحظى بالقبول الاجتماعية من ناحية ومن ناحية ثانية الجوانب الاقتصادية

الاعتمادية: وهي القدرة على انجاز الخدمة المطلوبة باعتمادية ودقة وثبات، أي يشير الى قدرة المصرف على انجاز الخدمة المصرفية المعوذة بشكل دقيق يعتمد عليه

المطلب لثالث: مستويات جودة الخدمة البنكية ومزايا تقديمها

أولا: مستويات جودة الخدمة البنكية

يمكن التمييز بين خمسة مستويات الجودة الخدمة البنكية ألا وهي:[12]

1. الجودة المتوقعة من قبل العملاء وتتمثل في الجودة التي يرى العملاء وجوب وجودها.

2. الجودة كما تدركها إدارة البنك وما تراه مناسبا بشأنها.

3 الجودة الفنية المحددة بموجب المواصفات النوعية للخدمات البنكية.

4. الجودة الفعلية التي تؤدى بها الخدمة.

ثانيا: مزايا تقديم خدمة متميزة للعملاء:

أشارت خيرات المؤسسات الناجحة إلى أن تبني إستراتيجية محددة للجودة يؤدي إلى تحقيق مجموعة من المزايا أو تجنب مجموعة من المشكلات ومن هذه المزايا:

1. تحقيق ميزة تنافسية فريدة عن بقية البنوك وبالتالي الضغوط التنافسية.

[12] Izah Mohd and nor mazlina abu bakar evaluation of the quality of serveices provided by commercial banks in mqlisia2007

2. تتحمل تكاليف اقل بسبب قلة الأخطاء في العمليات المصرفية.

3. إن الخدمة المتميزة تنتج الفرصة أمام البنك التقاضي أسعار وعمولات أكبر.

4. إن الخدمة المتميزة تزيد قدرة البنك على الاحتفاظ بالعملاء الحاليين وجذب عملاء جدد

5. إن الخدمة المتميزة تجعل من العملاء بمثابة مندوبي بيع للبنك في توجيه وإقناع عملاء جدد من الأصدقاء والزملاء.

المبحث الثالث: دراسات سابقة

المطلب الأول: الدراسات باللغة العربية

*طاهر لطفي- جميعي صلاح الدين (2016/2015)، المصرفي الالكتروني ودوره في تعزيز وتطوير نظم الدفع الحديثة للتجارة الالكترونية"، مذكرة مكملة تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر الأكاديمي في العلوم الاقتصادية، تخصص تمويل مصرفي، جامعة أدرار.[13]

وتهدف الدراسة الى التعرف بأن الصيرفة الالكترونية سلاح البنك للدخول في منافسة مع بنوك أخرى، وتعد وسائل الدفع الالكتروني وسيلة حديثة تأثر بالإيجاب على نشاط البنك بسعي هذا الأخير في التأثير على الخدمة البنكية بتطويرها من خلال تحسين المعاملات والصفقات مما يضمن النمو والاستمرارية والبقاء، باعتبار أن الجزائر اليوم تسعى لمواكبة التطور في مجال التجارة الالكترونية وأنظمة الدفع الخاصة بهذا النوع من التجارة.

* شاردي محمد الحاج (2014/2013)، مخاطر العمليات المصرفية الالكترونية،" مذكرة مقدمة لنيل شهادة ليسانس أكاديمي في الحقوق والعلوم السياسية، تخصص قانون خاص، بجامعة ورقلة.[14]

وتهدف هذه الدراسة إلى أن التطور التقني المطرد في الصناعة المصرفية من ناحية والتطور في استخدام الوسائل الالكترونية والأموال الالكترونية من ناحية أخرى، أدى إلى زيادة الخدمات المصرفية المقدمة من قبل البنوك وتنوعها

[13] طاهر لطفي، جميعي صلاح الدين، "المصرفي الالكتروني ودوره في تعزيز وتطوير نظم الدفع الحديثة للتجارة الالكترونية،" مذكرة مكملة لاستكمال متطلبات نيل شهادة الماستر في العلوم الاقتصادية، تخصص تمويل مصرفي، جامعة أدرار، 2016/2015.

[14] شراديد محمد بالحاج، " مخاطر العمليات المصرفية الالكترونية،" مذكرة مقدمة لنيل شهادة ليسانس في الحقوق علوم سياسية، تخصص قانون خاص، جامعة ورقلة، 2014/2013.

وزيادة تعقيد العمليات المصرفية في سوق سمته المنافسة الشديدة، ولمقابلة هذا التطور والمخاطر المرتبطة به أصبح من الضروري مراقبة مستوى المخاطر التي تحيط بالعمل ووضع الإجراءات الرقابية اللازمة للسيطرة على الآثار السلبية لهذه المخاطر وإدارتها بطريقة سليمة.

* سميرة بربح (2015/2014)، دور الصيرفة الإلكترونية في تعزيز القدرات التنافسية للبنوك التجارية،" مذكرة تدخل ضمن متطلبات شهادة الماستر أكاديمي في العلوم الاقتصادية، تخصص بنوك، جامعة الوادي.[15]

وتهدف هذه الدراسة إلى التعرف على العلاقة بين الصرفة الالكترونية والقدرة التنافسية للبنك والنتائج التي توصلت إليها الدراسة هي:

- أن الصرفة الالكترونية تعد سلاحا تنافسيا فعلا لتحقيق رضا العملاء وبقاء ونمو البنك
- تحقق الصرفة الالكترونية للبنك: التكلفة والوقت والراحة مما يساعد البنك على تعزيز القدرة التنافسية
- تواجد البنوك التجارية العمومية من طرف البنوك ا التجارية الخاصة العاملة في السوق البنكي وبالتالي فهي تستفيد من المزايا التي تمنحها هذه الأخيرة ويمكن ملاحظتها من خلال تميزها بتقديم خدمات بنكية متميزة عن تلك المقدمة من طرف البنوك التجارية العمومية.

* نصر حمود – مزنان فهد، "إمكانيات التحول نحو الصيرفة الالكترونية في البلدان العربية"، مجلة كلية الإدارة والاقتصاد، العدد 4-2011.[16]

تهدف هذه الدراسة إلى بيان إمكانية التحول بالمصارف العربية من النمط التقليدي للعمل إلى النمط الحديث القائم على فكرة الصرفة الالكترونية، وتم التوصل في هذه الدراسة إلى أن غالبية المصارف العربية لا تزال تعمل في ظل أنظمته عمل تقليدية، ورغم الجهود التي تبذل للمساهمة في تدعيم هذا القطاع الواعد، إلا أن تلك الجهود لات ا زل دون المستوى المطلوب، إذ تتصف المصارف في البلدان العربية بصغر حجمها واختلال هيكل ملكيتها ,

[15] سميرة بربح، "دور الصيرفة الإلكترونية في تعزيز القدرات التنافسية للبنوك التجارية،" مذكرة تدخل ضمن متطلبات شهادة الماستر أكاديمي في العلوم الاقتصادية، تخصص بنوك، جامعة الوادي، 2015/2014.

[16] نصر حمود – مزنان فهد، "إمكانيات التحول نحو الصيرفة الالكترونية في البلدان العربية،" مجلة كلية الإدارة والاقتصاد، العدد 4-2011.

وضعف الرقابة و الإفصاح، وضعف استخدام التكنولوجيا الحديثة و المتطورة والتركز في نصيبها، مما يحدد من من قدرتها على المنافسة و الاستمرار.

*رحيم حسين – هواري معراج، "الصيرفة الالكترونية كمدخل لعصرنة المصارف الجزائرية،" ملتقى المنظومة المصرفية الجزائرية والتحولات الاقتصادية واقع وتحديات.[17]

- عصرنة المصارف ترتبط فضلا عن تطوير قاعدة التكنولوجيا في الاعلام والاتصال بالتكوين والتدريب المستمرين للقوى العاملة والتجديد في التجهيزات والمنتجات وهو ما يقتضي تخصيص موازنات مناسبة لذلك، بل واستحداث وظيفة بحث وتطوير في هذه المؤسسات.

- تعد الشبكة المصرفية. إذ على مستوى وكالات وفروع المصرف الواحد أو ما بين المصارف مدخلا أوليا لعملية العصرنة وهو ما يظل غائبا إلى حد الآن.

المطلب الثاني: الدراسات باللغة الأجنبية

* J. celement sudharara. D.israel and M. Selvam measuring the quality of services in some India banks (2006)[18]

هدفت هذه الدراسة إلى قياس جودة الخدمات التي تقدمها بعض البنوك الهندية (عينة من أربع بنوك، إثنين عامة وإثنين خاصة)، وذلك باستخدام نموذج جودة الخدمة بخمسة عشرة بعدا كما جاء في الدراسة. أظهرت نتائج الدراسة أنه يتوجب على البنوك العامة تحسين أدائها وخاصة في جانب الملموسية، العدالة، المعاملة، والأهم من هذا كله إمكانية الوصول إلى الخدمة ومجاملة الموظفين للعملاء، أما فيما يتعلق بالبنوك الخاصة فهي بحاجة الى التركيز على الجوانب: الاعتمادية، المصداقية، الأمن في عملية تقديم الخدمة للعملاء.

[17] رحيم حسين – هواري معراج، "الصيرفة الالكترونية كمدخل لعصرنة المصارف الجزائرية،" ملتقى المنظومة المصرفية الجزائرية والتحولات الاقتصادية واقع وتحديات.

[18] J. celement sudharara. D.israel and M. Selvam measuring the quality of services in some india banks (2006)

*Izah Mohd tahir and nor mazlina abu bakar evaluation of the quality of services provided by commercial bqnks in mqlisia (2007).[19]

هدفت هذه الدراسة إلى تقييم جودة الخدمات المصرفية التي تقدمها البنوك التجارية في ماليزيا (الساحل الشرقي في ماليزيا)، بالإضافة إلى تقييم رضا العملاء عنها، واستخدام أبحاث لهذا الغرض نموذج جودة الخدمة.

ولقد أظهرت نتائج الدراسة أن جودة الخدمات المقدمة فعليا من طرف هذه البنوك كان أقل من توقعات بعض العملاء، أو فيما يخص أهمية أبعاد جودة الخدمة فقد احتل بعد الاستجابة قائمة اهتمام العملاء بينما احتل التعاطف الترتيب الأخير. كما بينت النتائج أن رضا العملاء عن جودة الخدمات المقدمة اليهمان ضعيفا.

*Maria Aparecida gouvea and ana Carolina raduan masano banking service

Quality measurement modls (2008).[20]

هدفت هذه الدراسة إلى تحديد أفضل النماذج لقياس جودة الخدمات المصرفية التي تقدمها البنوك في مدينة ساو باولو البرازيلية، وإبراز علاقة جودة الخدمة بكل من الرضا والولاء وقد استخدم لهذا الغرض كل من نموذج جودة الخدمة (مع أو بدون ترجيح) ونموذج أداء الخدمة وأن النتائج المتوصل إليها تأكد على الدور الفعال الذي تلعبه النماذج قياس جودة الخدمة في الوقوف على مكامن التطور والتحسين فيها ومعالجة الثغرات كما بينت النتائج أن رضا العميل عن الخدمات المقدمة إليه هي أساس استمراره في التعامل مع البنك وزيادة ولاءه.

[19] Izah mohd tahir and nor mazlina abu bakar evaluation of the quality of services provided by commercial bqnks in mqlisia (2007).

[20] Maria aparecida gouvea and ana Carolina raduan masano banking service quality measurement modls (2008)

المطلب الثالث: المقارنة بين الدراسات السابقة والدراسة الحالية

بعد استعراض الدراسات السابقة التي تم إجراؤها في مجال الدراسة وجد أن هناك أوجه تشابه وأوجه اختلاف في عدة جوانب بين هذه الدراسات السابقة والدراسة الحالية:

الجدول 1: المقارنة بين الدراسة الحالية والدراسات السابقة

	الدراسة الحالية	الدراسات السابقة
حسب المنهج	المنهج الوصفي، المنهج التحليلي، المنهج التفسيري.	أغلب الدراسات السابقة اعتمدت على المنهج التحليلي
حسب المتغيرات	الصيرفة الالكترونية كمتغير مستقل، جودة الخدمة المصرفية كمتغير تابع، وبالخصوص التحسينات التي طرأت على العمليات البنكية.	أغلب الدراسات السابقة اعتمدت على دراسة تأثير الصيرفة الالكترونية على أنظمة الدفع "مصير وسائل الدفع التقليدية- دور هذه الأنظمة في زيادة الأرباح والتقليل من المخاطر".
حسب حدود الدراسة	الدراسة كانت في سنة 2022على مستوى بنك القرض الشعبي الجزائري، باعتباره بنكا يعتمد في نشاطه وفي تقديم خدماته على تكنولوجيا الاعلام والاتصال	أغلب الدراسات السابقة كانت في حدود 2006-2014.
حسب طريقة جمع البيانات	اعتمدنا في جمع البيانات على المقابلة الشخصية لعدد من الموظفين في بنك CPA والملاحظة.	اعتمدت على الاستبيان
حسب الهدف	تبيان تأثير تكنولوجيا المعلومات والاتصال على مختلف أنشطة البنك الذي بدوره يسعى لتطوير الخدمة البنكية للمحافظة على العملاء وكسب ثقتهم وولائهم، وسعينا لمعرفة هذا التأثير من خلال تطبيق أبعاد جودة الخدمة المصرفية.	تهدف الدراسات السابقة إلى وإبراز ضرورة التطوير من وسائل الدفع.

ما يميز الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة أن الدراسة الحالية جمعت بين الجودة والخدمة والمصرف وكذا الصيرفة الالكترونية "بدراسة نظامها، ووسائل الدفع" في بحث واحد، أما الدراسات السابقة ركزت فقط على وسائل الدفع "عددها، الأموال المتداول فيها، أنواعها".

خلاصة الفصل:

إن ابتكار الخدمات المصرفية الإلكترونية له تأثير إيجابي كبير في تحسين جودة الخدمات المصرفية بفضل الميزات التي يقدمها للعمل المصرفي. تساهم هذه الخدمات بشكل رئيسي في تطوير أساليب تقديم الخدمة، مما يؤدي إلى تحسين الجودة الفنية، كما أنها تعمل على تقديم الخدمات المصرفية بأقل تكلفة. هذا بدوره يزيد من ثقة الزبائن في مصرفهم ويكسب ولاءهم. كما تسهم في تطوير أداء المصارف من خلال نظام رقابي وهيكلي أكثر كفاءة وتقنية عالية، مع السعي لتحقيق ميزة تنافسية مستدامة عبر استراتيجية التطوير المبنية على الابتكار والتجديد وتبني الأساليب والأنظمة الإلكترونية، ومواكبة تطورات الاقتصاد الرقمي وتكنولوجيا المعلومات والاتصالات.

الفصل الثاني:

الدراسة الميدانية

تمهيد:

إن توجه الجزائر نحو الاقتصاد المعرفي فرض على المصارف الجزائرية مواجهة هذه التحولات. وفي هذا السياق، سعى بنك القرض الشعبي الجزائري إلى تعزيز مكانته من خلال التطوير والابتكار، حيث تبنى العديد من الأساليب والاستراتيجيات لمواجهة التحديات الحالية والتوسع والنمو، خصوصًا في مجال الخدمات المصرفية. وقد ابتكر البنك منتجات وخدمات جديدة تتناسب مع تطلعات زبائنه وعملائه الذين يطمحون إلى خدمات أكثر تطورًا وسرعة.

المبحث الأول: نظرة عامة عن بنك **CPA**

المطلب الأول: تعريف بنك القرض الشعبي الجزائري

اولا: تعريفه

أنشأ البنك بمقتضى الأمر رقم 366/66 المؤرخ في 29/12/1966 ونشأ المصرف في 11/05/1965 ليقوم بتمويل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة والنشاط الحرفي والمهن الحرة.

القرض الشعبي الجزائري هو عبارة عن مؤسسة اقتصادية تجارية وهو وكالة تابعة لمديرية استغلال (مجموعة غرداية) وهذه الأخيرة هي مجموعة جهوية تابعة للمديرية العامة بالجزائر التي مقرها الاجتماعي (2 بول فار العقيد عميروش الجزائر العاصمة) وتأسست المديرية العامة في ديسمبر1967 من أصل مؤسستين أحدمها مصرية والأخرى فرنسية والتي تضم 7 وكالات وهي كالتالي (ورقلة، تقرت، الأغواط، حاسي مسعود، الجلفة، غرداية).

ثانيا: تقديم الفرض الشعبي الجزائري:

لا يختلف الفرض الشعبي الجزائري عن أي مصرف تجاري من حيث التعريف ولا من حيث الوظائف لكن رغم كل هذا توجد بعض الخصوصيات التي تميز كل مصرف عن الآخر خاصة فيما يتعلق بالقطاعات التي تتعامل معها هذه المصارف

أنشأ البنك بمقتضى الأمر رقم 66/366 المؤرخ في 29/12/1966 وأنشأ للمصرف في 11/05/1965 ليقوم تمويل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة والنشاط الحرفي والمهن الحرة

. القرض الشعبي الجزائري يندرج تحت ما يسمى بالمنشئات المالية والمصرفية وهي مكان التقاء العرض والطلب على الأموال أي محرر التعامل فيه ليس السلعة وإنما النقود ويندرج تحت المصارف التجارية وهذا النوع يعتبر من أكثر المصارف انتشارا وأقدمها تاريخيا حيث تدخلها الأموال بشكل ودائع وتخرج منها في شكل قروض قصيرة الأجل وغالبا متوسطة الأجل وفي بعض الأحيان طويلة الأجل.

والبنك مقر رئيسي بالعاصمة و2 بولغار كولونال الجزائر ب 15 وحدة جهوية ويبلغ عدد الوكالات اليوم 122 وكالة.

القرض الشعبي الجزائري هو مصرف مؤسسة مالية رأس ماله البدائي كان يقدر ب 15 مليون دينار جزائري، كما حددت قوانينه بالأمر 67-78 بتاريخ 11 ماي 1967 لكي يصبح سنة 2005 ب 3، 25 مليار دينار جزائري وبلغ رأس ماله سنة 2012 ب 48 مليار دينار جزائري وارتفعت فوائده حوالي 27%.

لقد نشأ القرض الشعبي الجزائري على أساس هياكل الهيئات البنكية التي كانت موجودة في عهد الاستعمار وهو عبارة عن إدماج للمصارف التالية:

البنك الشعبي التجاري الصناعي لوهران B.P.G.I.O

البنك الشعبي التجاري الصناعي قسنطينة B.P.G.I.C

البنك الشعبي التجاري الصناعي لعتابة B.P.G.I.A

البنك الشعبي التجاري الصناعي الجزائر العاصمة B.P.G.I.A

على جانب البنوك الخمسة تم إدماج ثلاث بنوك أجنبية وتلك منذ 1976.

شركة مرسيليا للإقراض SMC في 1962

الشركة الفرنسية للإقراض والبنوك CFCB في 1972

البنك المختلط ميسر MICIR-BMAN.

ومن بين وظائف القرض الشعبي الوطني ما يلي:

إقراض الحرفيين، الفنادق، قطاعات السياحة، الصيد والتعاونيات الغير زراعية تمويل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة أيا كان نوعها، إضافة إلى إقراض أصحاب المهن الحرة الأخرى.

دور وسيط العمليات المالية للإدارة الحكومية (سندات عامة وتمويل مشتريات الدولة).

-تسليف قدماء المجاهدين قصد توفير مصدر رزق لهم أو بناء مسكن أو شراء سيارة خاصة.

-التسيير الديناميكي الخزينة البنك.

-تحسين التسيير وجعله أكثر فعالية من أجل ضمان التمويلات اللازمة.

- التطوير التجاري بإدخال تقنيات جديدة في مجال التسيير والتسويق.

المطلب الثاني: الهيكل التنظيمي ل **CPA**

يتكون الهيكل التنظيمي للبنك من:

-1 مدير الوكالة : هو قمة رأس الهرم الإداري التابعة للمجمع وله الحق بالإشراف على كل المصالح، وهو المسؤول الأول على تسيري النتائج التجارية للوكالة ومن أهم أعماله ما يلي :

- السهر على السري احلسن لمختلف العمليات البنكية وتوجه المرؤوسين وتوعيتهم.
- السهر على تطبيق القواعد والعمل بالقانوني السارية.
- يقوم بدور التخطيط، التنسيق، الرقابة والقيادة لتحقيق الأهداف الوكالة المسطرة.

2- أمانة الوكالة: تقوم بتسهيل مهمة القيام بكل الأعمال المكتبية للمدير، تقوم بوظيفة الاستقبال للعملاء والزبائن.

3- نائب المدير: يقوم بإنابة المدير ويقوم أيضا بمهام تلقي طلبات القروض في الوكالة وكذا قيامه بالربط بين مصلحة القروض ومصلحة التحصيلات (متابعة الزبائن المتحصلين على القروض في مدى استجابتهم لجدول إهلاك القروض).

4- مصلحة القروض تقوم بوظيفة متابعة ودراسة ملفات القروض بالاعتماد على معايري مضبوطة من ناحية القراض والتحصيل.

5- مصلحة الصندوق: تعد من أهم مصلحة في الوكالة حيث تكون دراسة كل عمليات الإيداع والسحب على مستوى هذه المصلحة.

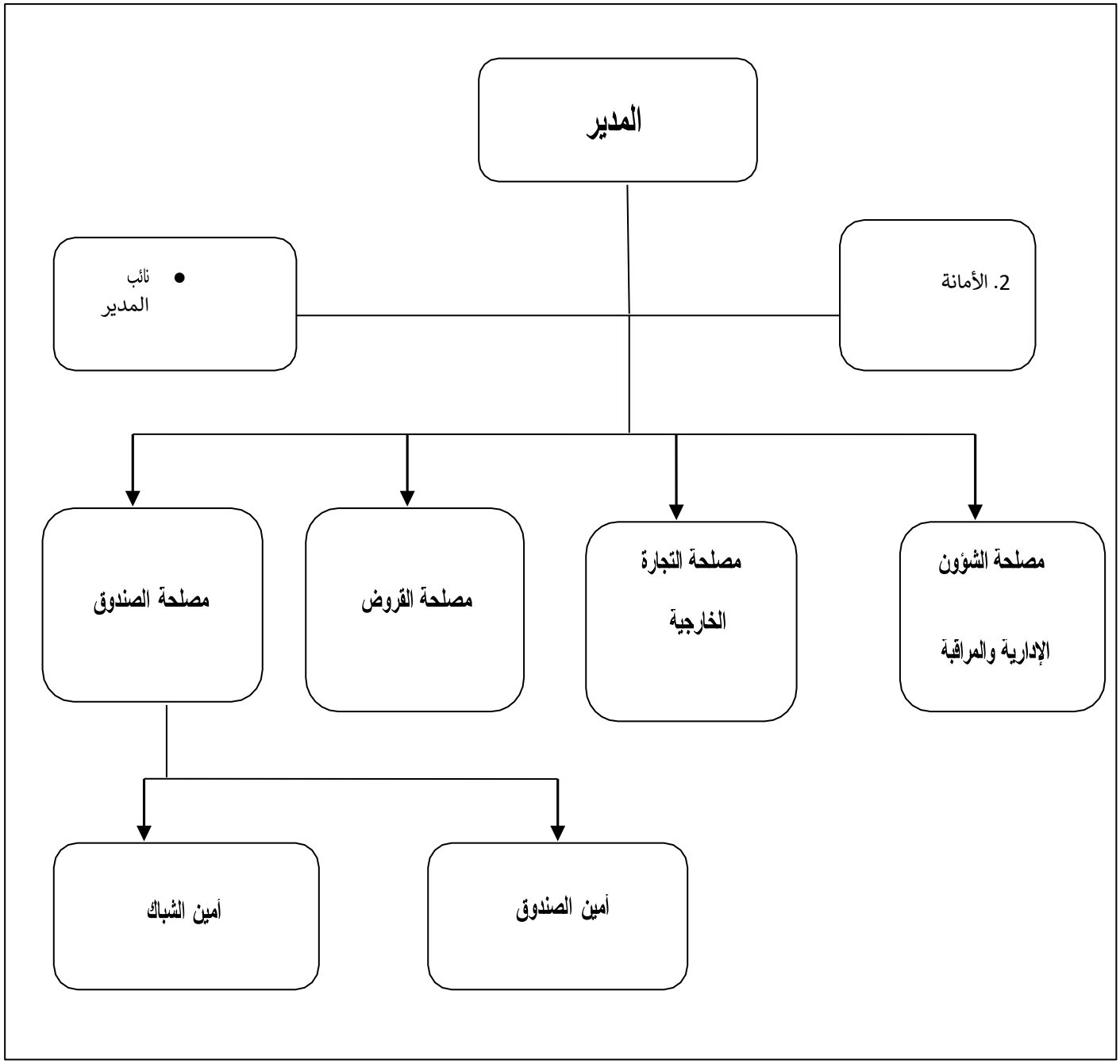
6-مصلحة الشؤون الإدارية والمراقبة: تضم هذه المصلحة ثالث مصالح وهي: مصلحة الشؤون القانونية، مصلحة الأرشيف، ومصلحة التحصيلات. كما تعطي هذه المصلحة قراراتها فيما يخص القروض المعجزة، وكذا التحقق من العمل اليومي لجميع الشبابيك خاصة شباك الصندوق ومراقبة جميع العمليات الإدارية.

7- مصلحة التجارة الخارجية: تقوم بوظيفة التدقيق في الحسابات والملفات التابعة لها.

8- أمني الصندوق: وهو الذي يقوم بالإشراف على المسحوبات والإيداعات المالية في الصندوق وكذا الإشراف على الأعمال المتعلقة بالصراف الآلي للبنك.

-9 أمين الشباك : وهو الذي يقوم مبهمة خدمات التحويلات و الخدمات السريعة. والشكل التالي يوضح الهيكل التنظيمي للمصرف:

الشكل2: الهيكل التنظيمي للبنك



المصدر: وثائق البنك مقدمة من طرف السيدة زرباني كريمة رئيسة مصلحة القروض ببنك –cpa غرداية.

المطلب الثالث: أهداف البنك

جلأ بنك القرض الشعبي الجزائري إلى القيام بأعمال ونشاطات عددية للوصول إلى إستراتيجية تجعله مؤسسة بنكية كبيرة وهذا بهدف تدعيم مكانته ضمن الوسط البنكي وتتمثل الأهداف الرئيسية في:

- توسيع وتنويع جودة الخدمات.
- الحصول على أكبر حصة في السوق.
- تحسين نوعية وجودة الخدمات.
- تطوير الجهود قصد تحقيق نتائج في تحصيل القروض وفي جذب موارد إضافية.
- جلب العملة الصعبة.
- المساهمة في تنمية الاقتصاد المحلي والوطني.
- الرفع من قيمة الدخل القومي.
- تقدمي أحسن الخدمات من أجل جلب الزبائن.
- تحقيق أكبر مردودية.
- بقاء أكبر بنك على مستوى الترتيب الوطني.

المبحث الثاني: آليات تطبيق الخدمات المصرفية الإلكترونية في بنك **CPA**

المطلب الأول: البطاقات التي يصدرها البنك

يقوم بنك CPAبإصدار نوعين من البطاقات البنكية بطاقة وطنية CPA CIB وبطاقة دولية، CPA CIB وكلتا البطاقتان تقوم بوظيفة الدفع والسحب في نفس الوقت.

أولا: البطاقة البنكية (**CIB**):

بطاقة CIBهي بطاقة وطنية للسحب والدفع يصدرها "القرض الشعبي الجزائري،" موصولة بشبكة النقد ما بين البنوك، (Reseaux Monétique Interbancaire) RMIوتقبل في التعامل بها من طرف البنوك الأخرى وبريد الجزائر.

تتضمن هذه البطاقة شريحة إلكترونية (une puce) مضبوطة وفقا لنموذج (MasterCard-Visa- e mv Europay) الأمر الذي يضمن الحماية المطلوبة عند التعامل بها وتسمح لحامليها بسحب أموالهم في أي وقت عبر كل الموزعات الآلية للأوراق النقدية ذات الدفع المسبق، وكذلك تسوية مشترياتهم والخدمات المقدمة لهم بواسطة جهاز الصراف الآلي.

ويمكن أن نميز بين نوعين من بطاقة: cib

بطاقة عادية: **Classique**

موجهة للعملاء العاديين الذين يتمتعون بدخل متوسط نسبيا، ولا يميلون إلى إجراء عمليات كبيرة، ويشترط للحصول عليها توفر ما يلي:

– أن يكون للعميل حساب بالعملة الوطنية. – أن يتراوح دخله بين 10000و 45000دج شهريا. وتمكنه من إجراء العمليات التالية:

– سحب مبالغ من أجهزة الصرف الآلي تقدر ب % 80شهريا من دخل العميل.

– دفع ثمن مشترياته بواسطة جهاز الدفع الإلكتروني TPEبما يعادل % 10شهريا من دخل العميل أو من حسابه.

– ويتعين على حامل البطاقة أن يترك في حسابه ما يعادل % 10من دخله وذلك في كل الأحوال.

البطاقة الذهبية:

موجهة لكبار التجار الذين تكون دخولهم كبيرة إذ تتمتع هذه البطاقة بقدرة دفع كبيرة، لذلك فهي تتوافق مع حاجاتهم يشترط للحصول عليها ما يلي: _أن يكون للعميل حساب بالعملة الوطنية. _أن يكون دخله مابين 45000 و90000 شهريا.

ويمكن له إجراء العمليات التالية بواسطتها:

- سحب ما يعادل % 70من قيمة حسابه باستعمال أجهزة الصراف الآلي. DAB

- دفع ثمن المشتريات بما يعادل % 10من قيمة حسابه باستعمال أجهزة TPEويتوجب عليه ترك مبلغ يعادل % 20من حسابه مجمدة.

ثانيا : **CPA/VISA International**

هي بطاقة دولية للسحب والدفع يصدرها بنك cpa بناءان على موافقة المنظمة العالمية **VISA CARD** وطبقا لأحكام وشروط هذه المنظمة وهي موجهة للعملاء الوطنيين الذين يملكون حسابا بالخارج، وللمؤسسات المصدرة للسلع والخدمات نحو الخارج حيث تمكنهم من تسوية مشترياتهم والسحب من أرصدتهم في أي وقت، وقد تم إصدار هذه البطاقة لأول مرة على مستوى البنك CPAسنة 1989م.

تسمح هذه البطاقة لحاملها بإجراء العمليات التالية:

على المستوى الوطني:

تسديد قيمة المشتريات من البضائع والخدمات المنفعية لدى المحلات الموضوعة تحت الرقابة الجمركية داخل التراب الوطني والمعلنة عن انخراطها في شبكة فيزا الدولية.

في الخارج: تسديد قيمة المشتريات من البضائع والخدمات لدى التجار المنظمين بشبكة فيزا الدولية.

كما يمكن له إجراء سحوبات نقدية من الشبابيك البنكية المنخرطة في شبكة فيزا الدولية وذلك في الحد الأقصى الذي يسمح به القرض الشعبي الجزائري، ويكون ذلك حسب نوع البطاقة التي يحملها العميل:

.1بطاقة عادية: تتيح لحاملها سحب مبلغ 200أورو يوميا كحد أقصى, أو تسديد ما يعادل هذا المبلغ من المشتريات.

2.بطاقة ذهبية:

تمكن حاملها من سحب مبلغ 800 أورو يوميا، مع الإشارة إلى أن هذه البطاقة لم تصدر بعد من طرف. CPA

ويشترط للحصول على هذه البطاقة أن يكون لدى العميل حسابين بالعملة الوطنية والعملة الصعبة، وأن يجمد فيهما ما لا يقل عن 20000دج، 1525أورو على التوالي.

أما في يخص بطاقة GOLDفيجب تجميد مبلغ 5000أورو على الأقل.

– فكان للزبائن الإقبال الكبير على هذه البطاقات وكذا إقبالهم على خدمات البنك الأخرى كالتحويلات و غيرها من الخدمات.

والجدول التالي يوضح تطور عدد الزبائن وعدد البطاقات البنكية والشيكات الالكترونية والتحويلات المالية على مستوى بنك القرض الشعبي الجزائري.

الجدول2 : تطور عدد الزبائن وعدد البطاقات البنكية والشيكات الالكترونية والتحويلات المالية في البنك

	2015	2016	2017	2018	2019
عدد الزبائن	11850	10800	13900	16050	30090
عدد الشيكات الإلكترونية	11500	12110	11900	16555	40780
التحويلات المالية الالكترونية	22452	40025	58800	98800	100997
عدد البطاقات البنكية	8000	7990	19000	30000	39000

المصدر: من وثائق المؤسسة، مقابلة شخصية مع السيدة بن سالم جوهرة، رئيسة مصلحة القروض ببنك القرض الشعبي الجزائري وكالة غرداية.

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أنه هناك تطور في عدد الزبائن حيث بلغ عددهم 11850خلال سنة 2015 إلى أن أصبح 30090 في سنة 2019، ونلاحظ أيضا تطور كبير في إصدارات البطاقات البنكية وكذلك التحويلات المالية، حيث بلغ إصدار البطاقة البنكية سنة 2019 حوالي 8000بطاقة وهذا بهدف التقليل من استعمال السيولة وتداولها أما بالنسبة للشيكات الالكترونية فقد بلغت في نفس الفترة 40780 شيك وهذا للتقليل من الأخطاء التي بالشيكات الورقية كما وصلت التحويلات المالية الالكترونية إلى 40780تحويلا خلال سنة 2019، وهذا كله للتسريع في وتيرة العمل المصرفي.

* بغض النظر عن البطاقات التي يصدرها البنك هناك أيضا عدة مهام وأنشطة يقوم بها من بينها:

- النشاط الرئيسي للبنك يتمثل في منح القروض بمختلف أنواعها وقبول الودائع.
- توسيع نشاط البنك فيما يخص عمليات تمويل التجارة الخارجية.
- استغلال التكنولوجيا من خلال تحسين نظام المعلومات ووضع وسائل حديثة وأجهزة وأنظمة معلوماتية.

ثالثا: بطاقة القرض الشعبي الجزائري للمؤسسات **Corporate**

أثبتت البطاقة البنكية المهنية نفسها على مر السنوات كأداة عمل أساسية تتيح لحاملها تسيير نفقاته المهنية بسهولة أكبر. وقد أدرك القرض الشعبي الجزائري ذلك جيدا ووضع تحت تصرفكم بطاقة الدفع البنكية "كوربورايت" للقرض الشعبي الجزائري، ذات الاستخدام المحلي، الموجهة لفائدة المؤسسات والمهنيين لتغطية نفقاتهم المختلفة. ترتبط بطاقة القرض الشعبي الجزائري "Corporate" بالحسابات: المهنية والمؤسسات الكبرى والهيئات العمومية.

- صاحب بطاقة **Corporate** للقرض الشعبي الجزائري:

شخص طبيعي مؤهل أو مفوض من قبل الشركة التي تمتلك الحساب.

بطاقة Corporate للقرض الشعبي الجزائري:

- بطاقة دفع بنكية مزودة برمز سري (السحب والدفع) وكلمة مرور (الدفع عبر شبكة الإنترنيت).
- تحدد عدد بطاقات القرض الشعبي الجزائري للدفع بين البنوك " أعمال" كوربورايت، المؤسسة حسب احتياجاتها.

- الخدمات التي توفرها بطاقة Corporate للقرض الشعبي الجزائري:

- الدفع لدى التجار المزودين بمنصات الدفع الإلكتروني وكذا السحب النقدي من أجهزة الصراف الآلية (اختياري)، والدفع الإلكتروني لدى النجار عن طريق شبكة الإنترنيت يجب أن تكون الخدمات المعنية تابعة لشبكة النقد ما بين البنوك)
- الخدمات غير المرخص بها في بطاقة Corporate للقرض الشعبي الجزائري:
  - الاطلاع على أرصدة الحسابات المرتبطة بها.
  - التحويلات من حساب إلى حساب.
  - طباعة وصل صغير للعمليات.
  - طباعة رقم التعريف البنكي.
  - طلب دفتر الشيكات.
- تحدد فترة صلاحية بطاقة Corporate للقرض الشعبي الجزائري بثلاث (03) سنوات، وبعد انتهاء الصلاحية، يتم تجديدها تلقائيا.
- الحد الأقصى للسحب والدفع ببطاقة Corporate للقرض الشعبي الجزائري
  - الحد الأقصى للسحب: 50.000 دج.
  - الحد الأقصى للدفع الإلكتروني: "300.000" دج.

● عمولة الدفع ببطاقة **Corporate** للقرض الشعبي الجزائري:

يكون الدفع ما بين البنوك وداخل البنوك مجاني الحامل البطاقة

- 25 دج بالنسبة للسحب من أجهزة الصراف الآلي (DAB) التابعة للقرض الشعبي الجزائري.
- 40 دج بالنسبة للسحب من أجهزة الصراف الآلي (DAB) التابعة للبنوك الأخرى.

رابعا: المؤسسات "**Corporate** +"

صاحب بطاقة القرض الشعبي الجزائري للدفع " Corporate +": هو شخص طبيعي مؤهل أو مفوض من قبل الشركة التي تمتلك الحساب.

وهي بطاقة دفع بنكية مزودة برمز سري (السحب والدفع) وكلمة مرور (الدفع عبر شبكة الإنترنيت).

يكون عدد بطاقات القرض الشعبي الجزائري للدفع ببنكية" " Corporate + التي تسحب لكل حساب تتم حالة بحالة حسب احتياجاتها.

- الخدمات التي توفرها بطاقة الدفع والسحب " " Corporate

الدفع لدى التجار المزودين بمنصات الدفع الإلكتروني وكذا السحب النقدي من أجهزة الصراف الآلي (اختياري)، والدفع الإلكتروني لدى التجار على شبكة الإنترنيت يجب أن تكون الخدمات المعنية تابعة لشبكة النقد ما بين البنوك)

- الخدمات غير المرخص بها في بطاقة القرض الشعبي الجزائري للدفع بين البنوك " أعمال " " Corporate +"
- الاطلاع على أرصدة الحسابات المرتبطة بها.
- التحويلات من حساب إلى حساب.
- طباعة وصل صغير للعمليات.
- طباعة رقم التعريف البنكي.
- طلب دفتر الشيكات.
- خدمات الرسائل القصيرة .SMS
- الخدمات البنكية الإلكترونية ebanking

تحدد فترة صلاحية بطاقة القرض الشعبي الجزائري للدفع بنكية Corporate + بثلاث (03) سنوات، وبعد انتهاء الصلاحية، يتم تجديدها تلقائيا.

- الحد الأقصى للسحب وللدفع المطبق على بطاقة "كوربورايت+":
  - الحد الأقصى للسحب ما بين: 50.000 دج – 80.000 دج.
  - الحد الأقصى للدفع "الإلكتروني": 20.000.000 دج.

- الحد الأقصى لكل مبلغ يخص عملية الدفع: "حسب البنك المصدر.

- عمولة الدفع ببطاقة القرض الشعبي الجزائري:""**Corporate+**

يكون الدفع ما بين البنوك وداخل البنوك مجاني لحامل البطاقة.

- عمولة السحب ببطاقة القرض الشعبي الجزائري " :"+ Corporate

- 25 دج بالنسبة للسحب من أجهزة الصراف الآلي (DAB) التابع للقرض الشعبي الجزائري.

- 40 دج بالنسبة للسحب من أجهزة الصراف الآلي (DAB) التابع للبنوك الأخرى.

المطلب الثاني: إجراءات الحصول على بطاقة السحب أو الدفع

تمر البطاقة في عملية اصدارها بعدة مراحل، من تقديم العميل لطلبه إلى الوكالة، دراسة الطلب، وإمضاء عقود وغير ذلك، وهذا ما سنراه في هذا المطلب.

أولا :إجراءات الحصول على البطاقة الوطنية:**CIB**

يسمح للبنك بإصدار البطاقة CIB لأي زبون يمتلك حساب في بنك القرض الشعبي الجزائري وأي تاجر شرط أن تتوفر فيه الشروط الموضوعية الخاصة بالعقد وكذا رغبة الزبون للحصول على البطاقة سواء كان بطلب من ه أو دعوة من البنك نظرا لحسن سيرة الزبون، يقوم المكلف بالزبائن على اثر ذلك بتلقي طلب الرغبة في الحصول على بطاقة CIPمن طرف العميل بتقديم جل المعلومات المطلوبة وكذا الموافقة على الشروط الذي يتضمنها العقد، وفي مقابل ذلك يقوم البنك بالاطلاع على وضعية الزبون المالية بالحصول على المعلومات والبيانات الخاصة بحساباته المالية لدى البنك و كذا الرصيد الأدنى الذي يمتلكه العميل من أجل تحديد نوع البطاقة التي تناسب العميل سواء كانت الذهبية أو العادية إذ لا يمكن أن يحصل الزبون على البطاقة التي أرادها تلقائيا، لذلك تراعي الوكالة الحالة المالية للعميل.

بعد تأكد المكلف بالزبائن للحالة المالية للزبون وإمكانية حصوله على البطاقة يقدم له عقدا يخص كل البيانات والمعلومات التي وجب على العميل إعطائها للبنك وبعد الاتفاق على الشروط العامة التي يتضمنها العقد.

وصف العقد:

تتكون وثيقة الاتفاق على 23 نسخ، يحتفظ الزبون بواحدة والنسختين المتبقيتين واحدة للهيئة المالية والأخرى للوكالة.

تتضمن كل واجهة صفحة من وثيقة الاتفاق على البيانات التالية:

- ❖ اسم البنك ورقم الهاتف أو الفاكس والموقع الجغرافي له.
- ❖ بيانات خاصة بالزبون صاحب الحساب البنكي: الاسم الكامل أو اسم الشخص المعني في حالة أن المؤسسة أو الشركة مالكة للحساب البنكي الموقع الجغرافي أو العنوان، رقم الهاتف أو الفاكس أو البريد الالكتروني الخاص، رقم الحساب، دخل مالك الحساب.
- ❖ المعلومات الشخصية لمالك البطاقة الاسم الكامل، تاريخ ومكان الميلاد، مكان اقامته هذه المعلومات ليست كالتي سبقتها وانما هي في حال أن البطاقة للشخص الحقيقي أما الحساب البنكي للمؤسسة "الشخص المعنوي"، أي أنهما لا يمثلا نفس الشخص ونفس حامل البطاقة.

إضافة لهذه المعلومات والبيانات تحديد السقف الشهري لجملة المسحوبات والتسديدات، رقم البطاقة، تاريخ استحقاقها.

- ❖ مساحة مخصصة قمة الهرم الإداري سواء مسؤول أو مدير الوكالة للتصريح بحكمه.
- ❖ مكان للتوقيع " مالك البطاقة ومالك الحساب، وكذلك مكان محصص لختم وتوقيع المدير الوكالة أما على ظهر العقد فتحوي على الشروط "التي تستدعي القبول أو الرفض" لاستخدم البطاقة.

بعد موافقة الأطراف المتفقة على العقد " الوكالة والزبون" إضافة إلى تقديم الزبون مجموع من الوثائق:

أوراق الثبوتية " بطاقة التعريف رخصة السياقة وجواز السفر..."، ترسلها للهيئة المعنية لإتمام الإجراءات وإعداد السندات لإتمام مختلف المستحقات لإصدار البطاقة البنكية الخاصة ببنك CPAو إدخال المعلومات في الشريحة أو الشريط الممغنط.

بعد إصدار البطاقة من الجهات المختصة في البنك يقوم بإرسالها للزبون عبر البريد حيث يجب على البطاقة أن:

- توافق الرقم المدرج في البطاقة مع الأرقام المتواجدة في وثائق العقد

– توافق المعلومات والبيانات المدرجة في شريحة البطاقة أو الشريط الممغنط مع فحوى العقد.

بعد التأكد من المعلومات المالية من طرف الهيئة ترسل للوكالة الرقم السري للبطاقة عبر البريد والتي بدورها تخزن المعلومات الخاصة بالبطاقة في خزنة خاصة.
يصعب على حامل البطاقة باستعمالها مباشرة قبل أن يتم تفعيلها بواسطة المصلحة المعنية في الوكالة ويكون ذلك بعد التأكيد

الذي تحصل عليه من الزبون بأن البطاقة والرقم السري قد استلامها حيث تقوم الوكالة بإرسال إشعار بالاستلام والتي تحول الأمر إلى SATIM بتشغيل البطاقة.

ثانيا: إجراءات الحصول على البطاقة الدولية: **CPA VISA**

يمكن لأي شخص تتوفر فيه شروط الحصول على البطاقة، أن يصبح مالكا لها وذلك بإتباع الخطوات الآتية الذكر:

1. تقديم العميل بطلب الحصول على البطاقة:

يتقدم العميل بطلب من البنك بالرغبة في الحصول على بطاقة بنكية حيث يعمد الزبون الى المكلف بالزبائن على مستوى بنك CPAوملء استمارة خاصة بالبنك حيث يقوم المكلف بالزبائن بالتأكد ما إذا كان العميل يمتلك حسابين في الوكالة حساب بالعملة الوطنية وحساب خاص بالعملة الأجنبية وفي حالة عدم امتلاكه للحسابين، فهو مطالب بفتح حسابين جدد في البنك وتجميد مالا يقل عن 1265 أورو في حسابه العملة الأجنبية الصعبة، وتجميد مالا يقل عن 39000 دج بالعملة الجزائرية وصف نموذج طلب البطاقة : يتكون هذا الطلب من 2نسخ واحد للهيئة النقدية و واحدة للزبون طالب البطاقة ونسختين تحتفظ بهما الوكالة.

- o المعلومات والبيانات الشخصية لطالب البطاقة.
- o رقم حساب العملة الوطنية و رقم حساب العملة الأجنبية ، وكذا المبالغ التي تحويها هذه الحسابات.
- o وثيقة الطلب الشخصي للعميل.

✓ تحديد قيمة المبالغ الموضع في الحسابين " بالعملة الأجنبية وآخر بالعملة الوطنية".

✓ عدد المسحوبات والمدفوعات المخطط التي تأمل الوكالة من الزبون أن يقوم بها.

✓ الفئة التي ينتمي اليها من حيث الدخل إذا كان من المعوزين أو اليتامى أو غير ذلك.

- مساحة مخصصة لتوقيع وختم الزبون على الموافقة على الشروط التي وضعت لتزويده بالبطاقة من طرف البنك.

- مساحة مخصصة لوضع ختم المدير وامضاءه التي تبين موافقته.

أما الشروط العامة فنجدها على ظهر النسخ:

بعد ملأ الزبون لهذا النموذج بالدقة المطلوبة، يقوم المكلف بالزبائن بالتأكد بإجابته على كل الأسئلة من دون استثناء، مع توضيح المعلومات، من إمضاء العميل وتحديده للتاريخ، ومن وجود "قرأ وصودق عليه" أو " Lu et Approve" والتي تعني موافقة مدير الوكالة على دراسة الطلب. يحصل بعدها العميل على دليل على استلام طلبه "Accusé de reception" ويحول بطلب إلى مدير الوكالة لمراجعته ودراسته.

2. دراسة الطلب:

تتم هذه العملية من خلال دراسة العميل كمواطن وكذا مراجعة الحسابات التي يمتلكها حسابه بالعملة الصعبة وبالعملة الجزائرية (قيمة المدفوعات والمسحوبات التي تمت بالبطاقة.....) زائد على ذلك:

- السيرة والسمعة الحسنة التي يتميز بها العميل.
- شفافية العميل
- الطبيعة المالية للعميل (ليس من الزبائن المشكوك فيهم- تسديد مختلف الديون التي عليه...)
- الدخل والانفاق الشهري.

كل هذه المعلومات الخاصة بالزبون التي تتحصل عليها الوكالة تدرس في ملف خاص، وتقرر الوكالة ما إذا كان الزبون كفئ ويمكنه الحصول على البطاقة أو لا.

ومن هنا يأتي الدور الرئيسي للوكالة:

في حالة الموافقة على الطلب تقوم الوكالة بإرسال إشعار التأكيد بالقبول – حيث يتم استقبال الزبون بعد استلام رسالة من البنك يستدعى بالحضور وتوقيع العقد.

3. العقد الخاص بحامل البطاقة:

يقوم الزبون بالحضور الشخصي بعد استلام الاستدعاء يتقدم للمكلف بالزبائن الاتفاق الذي تم ابرامه مع البنك للحصول على البطاقة بالإضافة الى مجموعة من الوثائق يقوم البنك باستلامه: يتكون العقد من نسختين نسخة باللغة العربية والأخرى باللغة الفرنسية، تتضمن كل البيانات التالية:

- خانات مخصصة لتحديد موضوع العقد (إنشاء بطاقة، تعديل، إلغاء، تجديد أو تبديل البطاقة) تاريخ العقد، رقمه، رمز الوكالة، وما إذا كان العميل من الخواص أو ممثلا لمؤسسة.
- معلومات شخصية عن الزبون (الاسم، اللقب، العنوان....).
- نوع البطاقة التي ترغب في الحصول عليها.
- معلومات خاصة بحامل البطاقة (في حالة ما إذا كان حامل البطاقة وطالبها لا يمثلان نفس الشخص.)
- شهادة من الزبون الذي طلب البطاقة باطلاعه على الشروط العامة لاستعمال البطاقة والتزاما منه بالبيانات التي حددها سابقا في طلبه مع إعادة تعيينها (البيانات.)
- مساحة مخصصة لإمضاء كل من طالب البطاقة، المستفيد والبنك.

وهذا كل ما تضمنه الوجه الأمامي لوثيقة الاتفاق بين الزبون والبنك.

أما جهة الظهر فتحتوي على الشروط والقواعد الواجب تتبعا بالنسبة للزبون.

إرسال العقد إلى الهيئة النقدية:

تقوم الوكالة البنكية بإرسال النسخة الثانية (التي ترسل للهيئة) من العقد إلى الهيئة النقدية (La direction Monétique عند تسلمها، يقوم مسؤول قسم المنخرطين والمنتسبين "Adhérents et Affiché" بالتأكد من وضوح المعلومات المسجلة فيها وصحتها، نقلها في سجل العقود الخاص بالهيئة، الإمضاء على العقد وإدخال هذه المعلومات في جهاز الكمبيوتر.

ومن ثم تخزينها في الشريحة التي تكون مدرجة في البطاقة.
وهذا الأمر في حالة القبول والموافقة على الطلب من طرف الهيئة النقدية، أما في حالة الرفض يتم إرجاع نسختين من عقد الاتفاق مع تحديد سبب الرفض (بالنسبة لسمعته المالية السيئة أو الديون المتراكمة التي تؤدي إلى الإفلاس).

ثالثا: الحصول على البطاقة:

- حصول الهيئة المعنية " النقدية أو المالية " على الرقم السري للزبون والبطاقة الخاصة به:

بعد إصدار البطاقة الخاصة بالزبون المقدم للطلب من طرف المصنع أو الجهة التي تنتج على مستواها تتحصل الهيئة النقدية على البطاقة، مرفقة بالكشف ولا يمكن الحصول على البطاقة إلا بعد أسبوع من تاريخ صنعها وهذا راجع لأسباب عديدة.

وبالحصول على البطاقة البنكية يقوم المسؤول عن المشاركين والمنظمين للشبكة بإجراء عمليات وتسجيل ملاحظات فيما يخصص عدد التي أصدرت خلال الأسبوع وكذا البيانات الشخصية للزبائن المسجلة في الشريحة وكذا مراقبة الوثيقة المتحصل عليها من المصنع والتأكد من المعلومات التي تتضمنها ومقارنتها بالمعلومات الخاصة بالزبون.

وتوضع البطاقة في خزانة خاصة وسرية للمحافظة على المعلومات الشخصية للزبون.

بعد أن يتم التأكد من وصول البطاقة إلى الهيئة المعنية تقوم هذه الأخيرة بإرسال الرقم السري للبنك

- إرسال البطاقة والرقم السري إلى الوكالة البنكية:

– الرقم أو الرمز السري ترسله الهيئة النقدية للبنك

– البطاقة البنكية: ترسلها الهيئة النقدية بواسطة البريد للبنك.

وللحد من المخاطر والحوادث المتعلقة بالبطاقات البنكية تقوم الهيئة البنكية بإرساله رسالة للزبون "تأكيد على ارسال...) للتأكد بوصول البطاقة والرقم السري لحساب العميل لدى بنك. تقوم الهيئة النقدية بإرسال رسالة للبنك للتأكد من استلام البطاقة والرقم السري ومن ثم تقوم الوكالة بإرسال اشعار للهيئة عند استلامهما.

– استلام البطاقة البنكية من طرف الوكالة وبالتحديد المكلف بالزبائن حيث يقوم هذا الأخير ومدير البنك بالتأكد من:

- تطابق البيانات والمعلومات المسجلة في النسخ الثلاث مع الكشف ووثيقة الاتفاق.
- التأكد من تسجيل تاريخ استلام الكشف من قبل الوكالة.

- إرسال عبارة "تأكدنا من وصول البطاقة و...." للهيئة النقدية.
- التأكد من سرية وضمان آمنة البطاقة النقدية في الوكالة

▪ تسليم البطاقة للعميل:

يرسل البنك للعميل رسالة نصية "وعت البطاقة تحت تصرف ....." لتعلمه أنه أصبح مسؤول عن البطاقة وأصبحت تحمل اسمه.

تحوي هذه الرسالة على:

- جزء لإعلام العميل بأن البطاقة البنكية صارت مفعلة لاستخدامها في المسحوبات والمدفوعات.
- جزء يحتوي على تذكرة الحصول على البطاقة " تأكيد على الاستلام".

يستلم العميل بطاقته بعد توجهه إلى المكلف بالزبائن لإتمام الإجراءات الأخيرة والنهائية وهي بطبعها إجراءات روتينية من تسجيل المعلومات الشخصية في سجلات البنك المخصصة للبطاقات.

- إذا لم يتم حضور المعني شخصيا في أجل أقصاه 15 يوم أو تقدم نائب ينوبه في البنك في أجل الحصول على البطاقة يقوم هذا الأخير بإرسال رسالة للزبون على رقمه الخاص أو بريده الالكتروني ينبئه بإمكانية الحصول على بطاقته عن إمكانية حضوره لتسلم بطاقته.

هذه الرسالة هي آخر رسالة يرسلها البنك الى الزبون للحضور واستلام بطاقته وفي حالة ما إذا تعطل الزبون في تلبية دعوة المصرف بالحضور خلال 25 يوما كحد أقصى يقوم أو يشرع البنك بمجموعة من الاجراءات والتدابير ضد الزبون بتعطيل البطاقة وتخريب الرقم السري لها.

المطلب الثالث: تطبيق **Mobile CPA**

بفضل تطبيق «Mobile CPA» يمكن الاطلاع على الحساب في أي وقت أينما كان المتعامل وتسييرها عبر الانترنت من الهاتف الذكي بكل أمان على مدار الساعة طوال أيام الأسبوع.

تتيح خدمة «Mobile CPA» (عبر الإنترنت) من الهاتف المحمول (الهاتف الذكي أو اللوحة الإلكترونية)

- الاطلاع على رصيد الحساب (دينار، عملة صعبة مدخرات) وكل العمليات السابقة.
- إجراء عمليات تحويل مبالغ محلية (أقل من واحد (01) مليون دينار عن بعد بكل أمان لصالح مستفيد واحد أو أكثر دون التوجه إلى وكالة توطينه سواء كان المستفيد زبون لدى القرض الشعبي الجزائري أو لدى البنوك الأخرى).
- طلب دفتر الشيكات.
- تحميل كشف التعريف البنكي (RIB) الخاص بكم وإمكانية إرساله عن طريق رسالة قصيرة أو البريد الإلكتروني.
- التواصل مع وكالتك عن طريق البريد الإلكتروني أو الهاتف بكل أمان.

بفضل تطبيق «Mobile CPA» يمكن أيضا:

- تحديد موقع جميع وكالاتنا وتحديد المسار الدقيق للوصول إليها عند الحاجة.
- مراقبة منحنى تطور رصيدك.
- تحويل العملات.
- تشخيص حساباتكم.

كيفية الاستفادة من خدمة «**Mobile CPA**»؟

كل ما على المتعامل فعله هو الاشتراك في الخدمات البنكية الإلكترونية e-Banking لدى الوكالة التي يتواجد بها الحساب والانخراط في خدمة «Mobile CPA» من خلال توقيع العقد الخاص بها.

مدة الاشتراك:

يتم اكتتاب الاشتراك لمدة سنة واحدة ويصبح ساري المفعول عند الانخراط.

غير أنه إذا رغب المشترك في فسخ اشتراكه قبل انتهاء صلاحيته، فيجب عليه إخطار البنك كتابيا.

كيف يمكن تحميل تطبيق «**Mobile CPA**»؟

يتم تحميل وتثبيت «Mobile CPA» عن طريق تطبيق «Google Play» أو «App Store».

المبحث الثالث: عرض ومناقشة نتائج الدراسة

المطلب الأول: منهج واداة الدراسة

الفرع الأول: منهج الدراسة

لتحقيق أهداف الدراسة والإجابة على التساؤلات الفرعية المتعلقة بالدراسة، اعتمدنا على المناهج التالية:

-المنهج الوصفي :وذلك من اجل وصف المفاهيم المتعلقة بالإطار النظري المتغيرات الدراسة المتمثلة في الخدمات المصرفية الالكترونية و جودة الخدمات المصرفية

-منهج دراسة حالة :منهج دراسة حالة من خلال قيامنا بدراسة ميدانية على مستوى بنك القرض الشعبي الجزائري cpa بولاية غرداية معتمدين على المقابلة.

-متغيرات الدراسة: تتمثل متغيرات دراستنا كما يلي:

المتغير المستقل: الخدمات المصرفية الالكترونية.

المتغير التابع : جودة الخدمات المصرفية.

الفرع الثاني: اداة الدراسة

بناء على طبيعة البيانات التي يراد جمعها وعلى المنهج المتبع وعلى عدم توفر البيانات الكافية وجد أن الأداة أكثر ملائمة لتحقيق أهداف هذه الدراسة هي المقابلة، بحيث تم إجراء المقابلة في بنك القرض الشعبي الجزائري مع رئيس مصلحة القروض (ز.ك).

وصف أداة الدراسة: بعد التطرق الى الجانب النظري بالاستعانة بالكتب والمذكرات ، قمنا بإعداد مقابلة لجمع معلومات حول دور أثر الخدمات المصرفية الالكترونية في تحسين جودة الخدمات المصرفية، حيث تتكون المقابلة من 06 أسئلة.

المطلب الثاني: إعداد المقابلة

لفهم متغيرات البحث وللاجابة على اسئلته، قمنا باختيار أسلوب المقابلة لجمع المعلومات من المستجيب واستطلاع ارائه حول مجموعة من الاسئلة التي قمنا باعدادها لهذا الغرض، حيث تعد المقابلة عمومًا أسلوب بحث نوعي يتضمن طرح أسئلة مفتوحة للتحدث مع المستجيبين وجمع البيانات حول موضوع ما .

ومن أجل تسهيل عملية عرض الاسئلة والاجوبة،كذا تحليلها ارتأينا اعداد الجدول التالي :

المطلب الثالث: مضمون المقابلة

تضمنت المقابلة ستة اسئلة تم توجيهها لمسؤولة مصلحة القروض السيدة زرباني كريمة بمؤسسة القرض الشعبي الوطني فرع غرداية وقد كانت هذه المقابلة بمثابة فرصة للقرب اكثر للبنك والتعرف على خدماته المصرفية الالكترونية خاصة .والاسئلة المطروحة كانت كما يلي:

السؤال 1:

ماهي خدمات المصرفية الإلكترونية التي يتوفر عليها البنك؟

السؤال 2 :

هل يستجيب البنك للتطورات الحاصلة في مجال البنكي العالمي ؟ وماهي اخر التحديثات المعتمدة في هذا السياق ؟

السؤال 3:

هل ترون بأن الموقع الإلكتروني للبنك سهل الاستخدام بالنسبة للعميل؟ وهل يلم بكافة المعلومات المطلوبة؟

السؤال 4:

هل خدمات البنك ترضي طموحات وتطلعات الزبائن برأيك؟ من خلال نقص الشكاوي الواردة اليكم مثلا على مر السنوات ؟

السؤال 5:

ما مدى توفر أنظمة أمن خصوصية للبنك ؟ وماهي وكيف تعمل ؟

السؤال 6:

هل تقومون بشكل دوري بتقييم جودة الخدمة المصرفية من وجهة نظر العميل ؟ وهل تحاولون التحسين بناء عليها ؟

ثالثا: عرض إجابات المقابلة تحليلها وتقيمها

عرض وتحليل أجوبة السؤال الأول:

الجدول رقم03: أجوبة وتحليل على السؤال الأول

السؤال الاول:	
ماهي خدمات المصرفية الإلكترونية التي يتوفر عليها البنك؟	
الرمز	الجواب:
R1	الدفع عن بعد (باستخدام البطاقة الإلكترونية) السحب البنك المتحرك (Banque mobile) جهاز الدفع TPE بطاقات المتعاملين التجاريين
التحليل:	
من خلال الاجابة نلاحظ ان البنك يتوفر على مجموعة من الخدمات المصرفية في إجراء المعاملات المختلفة اي عبر استخدام أجهزة الحاسوب والاتصالات بدلًا من التفاعل البشري بين الموظف والعميل، حيث تسمح هذه الخدمات والتطبيقات على تحويل الأموال عبر تبادل الإشارات الإلكترونية بدلًا من تبادل النقد أو الشيكات أو المستندات الورقية الأخرى بين المؤسسات المالية المختلفة أو بين المؤسسات المالية والتجارية. وهذه الخدمات تعمل على توفير الوقت والجهد على العميل، نظرًا لأنه لن يحتاج إلى زيارة فرع البنك لكل عملية مصرفية يقوم بها، كما تمكنه من إجراء المعاملات البنكية في أي وقت ومن أي مكان، مع تقليل الأخطاء في المعاملات المالية والبنكية المختلفة، وذلك نتيجة التسجيل الدقيق لها،وكذا التقليل من السجلات والورقية.	

من اعداد الطالبتين بناء على مخرجات المقابلة

الجدول رقم04: أجوبة وتحليل على السؤال الثاني

السؤال الثاني:	
هل يستجيب البنك للتطورات الحاصلة في مجال البنكي العالمي ؟ وماهي اخر التحديثات المعتمدة في هذا السياق ؟	
الرمز	الجواب:
R2	لا يستجيب كليا فالعالم يعرف تطور سريع ويضمن حماية قصوى للمتعاملين عند الممولين الغير آمنين حول العالم. بطاقة القرض الشعبي الجزائري للدفع ببينكية "corporate+" حساباتكم تحت تصرفكم Cpa Mobile خدمة الرسائل القصيرة الخاصة بالبطاقة البنكية للقرض الشعبي الجزائري Cpa sms cards
التحليل:	
من خلال الاجابة نرى ان البنك يستجيب لكن بشكل نسبي للتطور الحاصل على السااحة الدولية في مجال الخدمات البنكية والرقمنة ومواكبة هذه التطورات ستسمح بتبني برامج العصرنة والرقمنة لهياكل البنك. مع ضرورة تزويده بالبنى التحتية الحديثة المرتبطة بشبكة مشتركة، مما سيمكن من دعم مختلف أنظمة المعلومات المبتكرة وبالتالي تعزيز كفاءة العمليات وتشجيع الابتكار في خدمة العملاء.	

من اعداد الطالبتين بناء على مخرجات المقابلة

الجدول رقم05: أجوبة وتحليل على السؤال الثالث

السؤال الثالث:	
هل ترون بأن الموقع الإلكتروني للبنك سهل الاستخدام بالنسبة للعميل؟ وهل يلم بكافة المعلومات المطلوبة ؟	
الجواب:	الرمز
نعم الموقع الإلكتروني يشمل كافة المعلومات وحتى المعلومات الجديدة (actualisation)	R3
التحليل:	
من خلال الاجابة نستنتج بأن اهمية تصميم موقع الكتروني للبنك يكمن في توفير وسيلة فريدة للتواصل مع عملائه الحاليين والمستقبليين عبر استخدامه من اجل عرض جميع الخدمات والمنتجات التي تقوم بتقديمها ويتم الوصول إلى موقع الويب الخاص بالبنك بسهولة ،كما ان تحديث محتوى الموقع الالكتروني أساسي لضمان تحسين محركات البحث،بالاضافة الى تحديث المحتوى الذي يضعه البنك على موقعه بشكل دوري فهو بمثابة مغناطيس للعملاء المحتملين لك، ويتم ذلك بالاهتمام بمشكلات العميل، وتقديم حلول وليس مجرد اهتمامك بعرض خدمات البنك .. من المهم ألا تتجاهل عند تحديث محتوى موقع الكتروني تطبيق قواعد الكتابة لتحسين محركات البحث، والاهتمام بوضع عناوين جذابة فكلما كان العنوان أكثر جاذبية، زاد احتمال دخول الزوار للموقع وبالطبع من المهم أن تطال عملية التحديث هذه، تحديث الصور في المحتوى وأن تكون عالية الجودة وجذابة لتحصل على قدر كبير من التعاطف مع المحتوى الخاص بك وليستهلك الجمهور المحتوى على نحو يرضيك.	

من اعداد الطالبتين بناء على مخرجات المقابلة

الجدول رقم06: أجوبة وتحليل على السؤال الرابع

السؤال الرابع:

هل خدمات البنك ترضي طموحات وتطلعات الزبائن برأيك؟ من خلال نقص الشكاوي الواردة اليكم مثلا على مر السنوات ؟	
الرمز	الجواب:
R4	الى حد ما لأن المنظومة العامة للاقتصاد لا تسمح بذلك فاقتصادنا informel لا يمكن تحديد معطياتنا بكل شفافية مهما يضطر المتعاملين الاقتصاديين للاحتفاظ بأموالهم دون الرجوع إلى الاجراءات الطويلة والتي تمنع من استغلال القرض. الشكاوي تنقصه بشكل قوي وهذا لفعالية الجهاز البنكي على مر السنين وتسجيل التطورات السريعة في كل منتجات البنوك الإلكترونية وغيرها المواتية لتحديات العالمية.
التحليل:	
من خلال الاجابة نستنتج وجود تحديات على المستوى الوطني تعيق تقدم البنك في تقديم خدماته لكن عموما فالعملاء راضون الى حد ما على مستوى الخدمات المقدمة بالنظر الى تناقص حجم الشكاوي عبر السنوات التي كانت توجه للبنك من طرف عملائه والتعامل معها بشكل سريع ودقيق.	

من اعداد الطالبتين بناء على مخرجات المقابلة

الجدول رقم07: أجوبة وتحليل على السؤال الخامس

السؤال الخامس:	
ما مدى توفر أنظمة أمن خصوصية للبنك ؟ وماهي وكيف تعمل ؟	
الرمز	الجواب:

R5	نعم أنظمة أمن المعلومات جد متطورة فالمعلومات بين العمال عن طريق out look وبطاقة visa المستعملة في الخارج مؤمنة بالنسبة للممولين الغير موثوق فيهم ومحمية control pyratage نظام العمل تسوده السرية التامة والعمال يمضون تعهد مع البنك لعدم افشاء الاسرار الداخلية للمؤسسة والعملاء
التحليل:	
حيث لا يختلف اثنان حول اهمية الأمن الإلكتروني وامن المعلومات في البنك والذي يسعى ممارسة حماية الشبكات والأجهزة والتطبيقات والأنظمة والبيانات من التهديدات الإلكترونية المحتملة.والهدف من بناء نظام للحماية الخصوصية وامن المعلومات هو صد الهجمات التي تحاول الوصول إلى البيانات أو تدميرها، أو ابتزاز اصحابها ، أو تعطيل العمليات وانشطة البنك ويقصد بالهجمات ما ياتي من داخل البنك أو من خارجه.	

من اعداد الطالبتين بناء على مخرجات المقابلة

الجدول رقم08: أجوبة وتحليل على السؤال السادس

السؤال السادس:	
هل تقومون بشكل دوري بتقييم جودة الخدمة المصرفية من وجهة نظر العميل ؟ وهل تحاولون التحسين بناء عليها ؟	
الرمز	الجواب:
R6	نعم هناك مديريات كاملة مهتمة بمراجعة جودة الخدمة المصرفية وذلك يطرحها في السوق ثم مراجعتها وتحديثها لضمان اقصى جودة وفعالية والهدف الأسمى هو ادخال أكبر عدد من المتعاملين للجهاز البنكي فالتحسين عملية مستمرة في البنك ولا يمكن اهمالها
التحليل:	

من خلال الاجابة يتضح اهمية اهتمام البنك بتحقيق الجودة وتقييمها بشكل دوري ، وذلك من خلال معرفة العميل وتلبية احتياجاته و رغباته المتجددة ، حيث اصبح من الضروري الاهتمام بجودة الخدمة المصرفية ومعرفة النواحي الاساسية للخدمات التي يبحث عنها العملاء ، يفضلون تواجدها في االبنوك و ذلك لضمان تحقيق رضا العملاء وولاءهم و زيادة الربحية وتحقيق الاستمرارية .كما تجدر الاشارة الى وجود مقاييس جودة للخدمة متنوعة وجب التعرف عليها وتطبيقها.

من اعداد الطالبتين بناء على مخرجات المقابلة

خلاصة الفصل:

من خلال ما تقدم في هذا الفصل، نلاحظ أن تكنولوجيا المعلومات والاتصالات أصبحت محور اهتمام للبنوك نظرًا للتغيرات الكبيرة التي أحدثتها الصيرفة الإلكترونية على جودة الخدمة البنكية. بنك القرض الشعبي الجزائري لم

يكن استثناءً من هذا الاتجاه، فقد اتخذ خطوات لتطوير خدماته المصرفية من خلال تطوير وسائل الدفع التي يتعامل بها مع عملائه بهدف كسب ثقتهم وولائهم، والانتقال من البيئة التقليدية إلى تبني الصيرفة الإلكترونية.

خاتمة

الخاتمة

لقد غيَّرت الصيرفة الإلكترونية جوانب عديدة من حياة المجتمعات، وتحقيق معدلات انتشار مرتفعة في وقت قصير. يرجع ذلك إلى المزايا المتعددة التي تتمتع بها هذه التقنية، والتي أثّرت بشكل كبير على طبيعة النقد وخلقت قدرات تنافسية عالية للبنوك في السوق المصرفية. ويعود السبب في ذلك إلى قدرة الصيرفة الإلكترونية على تطوير وترقية الخدمة البنكية وجعلها ذات جودة عالية. فأصبح من الضروري على المصارف الاهتمام بالتكنولوجيا الحديثة وتنمية وتطوير أنظمتها، لمواكبة التطورات المتسارعة في هذا المجال.

وبذلك تمكنت البنوك من القفز بالعمل المصرفي نحو اتجاهات معاصرة، وتعزيز قدرتها التنافسية في السوق. فالصيرفة الإلكترونية أصبحت ضرورة ملحة لتلبية احتياجات العملاء وتحسين مستوى الخدمات المقدمة لهم.

أولا: إختبار الفرضيات

الفرضية الأولى والتي مفادها: من بين أهم العناصر التي تهتم بها البنوك التطوير في الخدمات البنكية، تعتبر هذه الفرضية صحيحة تماما لأن البنك يسعى لتحقيق ميزة تنافسية ولكي يتحقق ذلك يقوم بتقديم إضافات ملموسة لتطوير الخدمة البنكية للحفاظ على عملائه وجلب زبائن جدد.

الفرضية الثانية والتي مفادها: تسعى البنوك التجارية إلى توسيع مجال معاملاتها والتحسين في الأداء البنكي من خلال تبني الصيرفة الالكترونية لم يعد للموقع الجغرافي للبنك دور في جذب العملاء وزيادة توريد الخدمات في ظل استخدام آليات الصيرفة الالكترونية، وهو ما يثبت صحة هذه الفرضية.

الفرضية الثالثة والتي مفادها: تساهم أبعاد جودة الخدمة المصرفية في كسب ثقة وولاء العميل بالبنك، تعد هذه الفرضية صحيحة، فالبنك بطبيعته يسعى لاستقبال عدد أكبر من الزبائن والعملاء ولتحقيق هذا وجب على البنك أن يراعي تصورات العملاء به من استجابة لرغباتهم وكذا عامل السرية في المعاملات وانجاز الأعمال بدقة واعتمادية.

ثانيا: نتائج البحث

1. تبني الصيرفة الالكترونية من قبل البنوك تعد وسيلة حديثة من وسائل المعاملات المصرفية بين البنك وعملاءه وكنتيجة حتمية للازدهار في مجال الاقتصاد الرقمي.

2. السعي خلف التطوير من تقنيات تكنولوجيا المعلومات والاتصال والتي تعتبر نسبة انتشارها ضعيفة نوعا ما، وهذا لما لها مندور كبير ومميز على جودة الخدمة البنكية.
3. إن وسائل الدفع الالكتروني لها الدور الكبير في ارتقاء الخدمة البنكية، نظرا لمزاياها مما يجعل العميل لا يبذل الجهد والوقت ليطلب الخدمة بامكانه تلبية حاجاته المصرفية من أي نقطة تتوفر فيها شبكة الانترنت.
4. لازالت الصيرفة الالكترونية تحتاج إلى بذل جهد أكبر من كل أطراف البنك
5. لازال بعض العملاء وزبائن البنك يطلبون الخدمة البنكية التقليدية نظرا لبطئ شبكة الأنترنيت وعدم ثقتهم في وسائل الدفع الالكتروني وهذا راجع لعدم الالمام بالخدمة البنكية الالكترونية.

ثالثا: الاقتراحات

1. العمل على تطوير الخدمات المصرفية لمواكبة التطورات الحاصلة.
2. الحرص على تلبية احتياجات وتوقعات العملاء بشكل مستمر.
3. زيادة الترويج والتوعية بالخدمات المصرفية المتاحة للعملاء.
4. إدماج التقنيات التكنولوجية الحديثة في مختلف أنشطة البنك.
5. بذل المزيد من الجهود لكسب ثقة وولاء العملاء.
6. تدريب الموظفين على استخدام التكنولوجيا الحديثة في العمليات المصرفية.

رابعا: آفاق الدراسة

تُقدم نتائج البحث الحالي فرصة لمزيد من الدراسات حول موضوع الصيرفة الإلكترونية، منها:

دراسة تأثير الصيرفة الإلكترونية على السلوك المالي للعملاء.

أثر إستخدام أنظمة الدفع الحديثة في تطوير الخدمة المصرفية.

دراسة التحديات التي تواجه البنوك في تطبيق الصيرفة الإلكترونية.

قائمة المراجع

قائمة المراجع

1. بلعايش ميادة، بن إسماعيل حياة، "مشروع الصيرفة الإلكترونية في الجزائر"، مجلة أبحاث اقتصادية العدد 04، ديسمبر 8106، ص20

2.عدالة العجال، أ حالم كريمة، "دور التسويق الإلكتروني في تحسين أداء البنوك التجارية الجزائرية"، مجلة المالية والأسواق، جامعة عبد الحميد بن باديس، مستغانم، ص 89 –51.

3.صالح الدين مفتاح سعد الباهي، أثر جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية على رضا الزبائن، رسالة استكمال متطلبات الحصول على درجة ماجستير، إدارة أعمال، جامعة الشرق الأوسط، الأردن، 8104، ص 09.

4.ثامر البكري وأحمد الرحومي، تسويق الخدمات المالية، إثراء للنشر والتوزيع، الطبعة 0، عمان، 8112، ص 22.

5.طارق طه، إدارة البنوك في بيئة العولمة والإنترنت، دار الجامعة الجديدة، مصر، 8112، ص .440

6. سامي أحمد مراد، تفعيل التسويق المصرفي لمواجهة آثار الجاتس، المكتب العربي للمعارف، الطبعة 0، القاهرة، 8112، ص22

7.عثماني محمد توفيق "اثر أنظمة الدفع في تحسين جودة الخدمة المصرفية "،مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات نيل شهادة الماستر فالعلوم التجارية، تخصص تسويق الخدمات ،جامعة ورقلة ،الجزائر 2020،/2021 ،ص 31

8.النسور، اياد عبد الفتاح والصغير، عبد الرحمان بن عبدالله، قضايا وتطبيقات تسويقية معاصرة، دار الصفاء، عمان، الأردن ،2014، ص ص205 _207.

9.نادر عبد العزيز الشافي، 2007المصارف والنقود الالكترونية الطبعة الأولى، المؤسسة الحديثة للكتاب، طرابلس، لبنان

10.وسيم محمد حداد واخرون 2012، الخدمات المصرفية الالكترونية، الطبعة الأولى، دار المسيرة للنشر، عمان، ص، ص 58 57

11.cjelement sudharara.D.israel and M.selvammeasuring the quality of services in some banks 2006

12.طاهر لطفي، جميعي صلاح الدين، "المصرفي الالكتروني ودوره في تعزيز وتطوير نظم الدفع الحديثة للتجارة الالكترونية،" مذكرة مكملة لاستكمال متطلبات نيل شهادة الماستر في العلوم الاقتصادية، تخصص تمويل مصرفي، جامعة أدرار، 2016/2015.

13.شراديد محمد بالحاج، " مخاطر العمليات المصرفية الالكترونية،" مذكرة مقدمة لنيل شهادة ليسانس في الحقوق علوم سياسية، تخصص قانون خاص، جامعة ورقلة، 2014/2013.

14.سميرة بربح، "دور الصيرفة الإلكترونية في تعزيز القدرات التنافسية للبنوك التجارية،" مذكرة تدخل ضمن متطلبات شهادة الماستر أكاديمي في العلوم الاقتصادية، تخصص بنوك، جامعة الوادي، 2015/2014.

15.نصر حمود – مزنان فهد، "إمكانيات التحول نحو الصيرفة الالكترونية في البلدان العربية،" مجلة كلية الإدارة والاقتصاد، العدد 4-2011.

16.رحيم حسين – هواري معراج، "الصيرفة الالكترونية كمدخل لعصرنة المصارف الجزائرية،" ملتقى المنظومة المصرفية الجزائرية

والتحولات الاقتصادية واقع وتحديات

16.J. celement sudharara. D.israel and M. Selvam measuring the quality of services in some india banks (2006)

17.Izah mohd tahir and nor mazlina abu bakar evaluation of the quality of services provided by commercial bqnks in mqlisia (2007). 18. Maria aparecida gouvea and ana Carolina raduan masano banking service quality measurement modls (2008)

قائمة الملاحق

قائمة الملاحق

بطاقة الدفع ما بين البنوك الكلاسيكية

بطاقة الدفع ما بين البنوك "الذهبية"

بطاقة المؤسسات "كوربورايت"

بطاقة المؤسسات + "كوربورايت +"

"Corporate +" المؤسسات

• صاحب بطاقة القرض الشعبي الجزائري للدفع ببينكية " Corporate +":

هو شخص طبيعي "مؤهل أو مفوض" من قبل الشركة التي تمتلك الحساب.

بطاقة القرض الشعبي الجزائري للدفع ببينكية "كوربورايت+" هي :

- بطاقة دفع ببينكية مزودة برمز سري (السحب والدفع) وكلمة مرور (الدفع عبر شبكة الإنترنيت).
- يكون عند بطاقات القرض الشعبي الجزائري للدفع ببينكية" " Corporate +" التي تسحب لكل حساب لتم حالة بحالة، حسب احتياجاتها.

• الخدمات التي توفرها بطاقة الدفع و السحب " Corporate +":

الدفع لدى التجار المزودين بمنصات الدفع الإلكتروني وكذا السحب النقدي من أجهزة الصراف الآلي (اختياري)،والدفع الإلكتروني لدى التجار على شبكة الإنترنيت (يجب أن تكون الخدمات المعنية تابعة لشبكة النقد ما بين البنوك)
- الخدمات غير المرخص بها في بطاقة القرض الشعبي الجزائري للدفع بين البنوك"أعمال" "" Corporate +"
- الاطلاع على أرصدة الحسابات المرتبطة بها ؛
- التحويلات من حساب إلى حساب ؛
- طباعة وصل صغير للعمليات ؛
- طباعة رقم التعريف البنكي ؛
- طلب دفتر الشيكات ؛
- خدمات الرسائل القصيرة sms؛
- الخدمات البنكية الإلكترونية ebanking

تحدد فترة صلاحية بطاقة القرض الشعبي الجزائري للدفع ببينكية" Corporate +" بثلاث (03) سنوات، وبعد انتهاء الصلاحية، يتم تجديدها تلقائيا.

• الحد الأقصى للسحب وللدفع المطبق على بطاقة "كوربورايت+":

- الحد الأقصى للسحب ما بين : 50.000 دج – 80.000 دج
- الحد الأقصى للدفع "الإلكتروني" : 20.000.000 دج.
- الحد الأقصى لكل مبلغ يخص عملية الدفع : "حسب البنك المصدر

• عمولة الدفع ببطاقة القرض الشعبي الجزائري " Corporate +":

-يكون الدفع ما بين البنوك وداخل البنوك مجاني لحامل البطاقة.

• عمولة السحب ببطاقة القرض الشعبي الجزائري "" Corporate +":

- 25 دج بالنسبة للسحب من أجهزة الصراف الآلي (DAB) التابع للقرض الشعبي الجزائري.
- 40 دج بالنسبة للسحب من أجهزة الصراف الآلي (DAB)التابع للبنوك الأخرى.

Mobile CPA

بفضل تطبيق « Mobile CPA » يمكنكم الاطلاع على حساباتكم في أي وقت أينما كنتم و تسييرها عبر الأنترنت من هاتفكم الذكي بكل أمان على مدار الساعة بكل أمان على مدار الساعة طوال أيام الأسبوع أينما كنتم!
حساباتكم تحت تصرفكم بفضل تطبيق « Mobile CPA ».
تمتعوا بحرية بكل ميزات تطبيق « Mobile CPA ».

تتيح لكم خدمة " « Mobile CPA » (عبر الأنترنت) من هاتفكم المحمول (الهاتف الذكي أو اللوحة الإلكترونية):

- الاطلاع على رصيد حساباتكم (دينار،عملة صعبة، مدخرات) وكل العمليات السابقة ؛
- إجراء عمليات تحويل مبالغ محلية (أقل من واحد (01) مليون دينار) عن بعد بكل أمان لصالح مستفيد واحد أو أكثر دون التوجه إلى وكالة توطينه (سواء كان المستفيد زبون لدى القرض الشعبي الجزائري او لدى البنوك الاخرى) ؛

-طلب دفتر الشيكات
- تحميل كشف التعريف البنكي (RIB) الخاص بكم وإمكانية إرساله عن طريق رسالة قصيرة أو البريد الإلكتروني ؛
- التواصل مع وكالتك عن طريق البريد الإلكتروني أو الهاتف بكل أمان ؛

بفضل تطبيق « Mobile CPA » يمكنكم أيضا:

- تحديد موقع جميع وكالاتنا وتحديد المسار الدقيق للوصول إليها عند الحاجة ،
- مراقبة منحنى تطور رصيدك ؛
- تحويل العملات ؛
- تشخيص حساباتكم.

كيف تستفيدون من خدمة ؟ « Mobile CPA »

كل ما عليكم فعله هو الاشتراك في "الخدمات البنكية الإلكترونية" e-Banking لدى وكالتكم التي يتواجد بها حسابكم والانخراط في خدمة « Mobile CPA » من خلال توقيع العقد الخاص بها.

مدة الاشتراك:

يتم اكتتاب الاشتراك لمدة سنة واحدة ويصبح ساري المفعول عند الانخراط.
غير أنه إذا رغب المشترك في فسخ اشتراكه قبل انتهاء صلاحيته، فيجب عليه إخطار البنك كتابيا.

كيف يمكنني تحميل تطبيق « Mobile CPA »

يتم تحميل و تثبيت « Mobile CPA »عن طريق تطبيق « App Store » أو « Google Play »

بطاقة القرض الشعبي الجزائري للمؤسسات "Corporate "

أثبتت البطاقة البنكية المهنية نفسها على مر السنوات كأداة عمل أساسية تتيح لحاملها تسيير نفقاته المهنية بسهولة أكبر. و قد أدرك القرض الشعبي الجزائري ذلك جيدًا و وضع تحت تصرفكم بطاقة الدفع البينكية "كوربورايت" للقرض الشعبي الجزائري، ذات الاستخدام المحلي،الموجهة لفائدة المؤسسات و المهنيين لتغطية نفقاتهم المختلفة.
ترتبط بطاقة القرض الشعبي الجزائري "Corporate" بالحسابات : المهنية و المؤسسات الكبرى و الهيئات العمومية.

- **صاحب بطاقة Corporate للقرض الشعبي الجزائري :**

شخص طبيعي "مؤهل أو مفوض" من قبل الشركة التي تمتلك الحساب.
بطاقةCorporate للقرض الشعبي الجزائري :
- بطاقة دفع ابيبنكية مزودة برمز سري (السحب و الدفع) وكلمة مرور (الدفع عبر شبكة الإنترنيت).
- تحدد عدد بطاقات القرض الشعبي الجزائري للدفع بين البنوك"أعمال" "كوربورايت ، المؤسسة حسب احتياجاتها.

- **الخدمات التي توفرها بطاقة Corporate للقرض الشعبي الجزائري :**

الدفع لدى التجار المزودين بمنصات الدفع الإلكتروني وكذا السحب النقدي من أجهزة الصراف الألية (اختياري)،والدفع الإلكتروني لدى التجار عن طريق شبكة الإنترنيت (يجب أن تكون الخدمات المعنية تابعة لشبكة النقد ما بين البنوك)
- الخدمات غير المرخص بها في بطاقةCorporate للقرض الشعبي الجزائري : الاطلاع على أرصدة الحسابات المرتبطة بها ؛
- التحويلات من حساب إلى حساب ؛
- طباعة وصل صغير للعمليات ؛
- طباعة رقم التعريف البنكي ؛
- طلب دفتر الشيكات ؛

تحدد فترة صلاحية بطاقةCorporate للقرض الشعبي الجزائري بثلاث (03) سنوات،وبعد انتهاء الصلاحية،يتم تجديدها تلقائيا.

- الحد الأقصى للسحب والدفع ببطاقةCorporate للقرض الشعبي الجزائري :

- الحد الأقصى للسحب : 50.000 دج.
- الحد الأقصى للدفع "الإلكتروني" : 300.000 دج.

- عمولة الدفع ببطاقة Corporate للقرض الشعبي الجزائري :

- يكون الدفع ما بين البنوك وداخل البنوك مجاني لحامل البطاقة.

- **عمولة السحب ببطاقةCorporate للقرض الشعبي الجزائري :**

- 25 دج بالنسبة للسحب من أجهزة الصراف الآلي (DAB) التابعة للقرض الشعبي الجزائري.
- 40 دج بالنسبة للسحب من أجهزة الصراف الآلي (DAB) التابعة للبنوك الأخرى.

أنتم مترددون بين بطاقة و Corporate + Corporate للقرض الشعبي الجزائري ؟

بطاقة "كوربورايت"(دج)	بطاقة "كوربورايت "+ (دج)
"الحد الأقصى الشهري "السحب	كحد أقصى 50.000 كحد أقصى 80.000
الحد الأقصى الشهري "للدفع"	300.000 كحد أقصى 20.000.000 كحد أقصى
التسعيرة/السنة	مجاني مجاني

اسئلة المقابلة:

ماهي الخدمات المصرفية الالكترونية التي يتوفر عليها البنك؟

هل يستجيب البنك للتطورات الحاصلة في المجال البنكي العالمي؟وماهي اخر التحديثات المعتمدة في هذا السياق؟

هل ترون بأن الموقع الالكتروني للبنك سهل الاستخدام بالنسبة للعميل؟وهل يلم بكافة المعلومات المطلوبة؟

هل خدمات البنك ترضي طموحات وتطلعات الزبائن برأيك؟-من خلال نقص الشكاوي الواردة اليكم مثلا على مر السنوات

ما مدى توفر انظمة امن وخصوصية للبنك؟ماهي وكيف تعمل؟

هل تقومون بشكل دوري بتقييم جودة الخدمة المصرفية من وجهة نظر العميل؟وهل تحاولون التحسين بناء عليها