

جامعة حسبية بن بوعلي الشلف
كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير
قسم علوم التسيير



أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه الطور الثالث

الشعبة: علوم التسيير

تخصص: إدارة مالية

العنوان

أثر استخدام نظم وتكنولوجيا المعلومات على جودة الخدمة المصرفية
- دراسة حالة عينة من البنوك التجارية -

إشراف:

-المشرف: د/حريري عبد الغني

-مساعد مشرف: د/علي بن يحيى عبد القادر

إعداد المترشحة

-ديدوش هاجرة

أعضاء لجنة المناقشة:

الاسم واللقب	الرتبة العلمية	الصفة	مؤسسة الانتماء
تقرورت محمد	أستاذ	رئيسا	جامعة حسبية بن بوعلي بالشلف
حريري عبد الغني	أستاذ محاضر"أ"	مقررا	جامعة حسبية بن بوعلي بالشلف
علي بن يحيى عبد القادر	أستاذ محاضر"أ"	مساعد مقرر	جامعة حسبية بن بوعلي بالشلف
حمو محمد	أستاذ محاضر"أ"	ممتحنا	جامعة حسبية بن بوعلي بالشلف
حسيني جازية	أستاذ محاضر"أ"	ممتحنا	جامعة حسبية بن بوعلي بالشلف
مختاري بولنوار	أستاذ محاضر"أ"	ممتحنا	جامعة خميس مليانة
مسرحد بلال	أستاذ محاضر"أ"	ممتحنا	جامعة الجزائر3

السنة الجامعية: 2021/2022

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

إِهْدَاء

إلى من نذرت عمرها في أداء الرسالة، رسالة تعلم العطاء كيف يكون
وتعلم الوفاء كيف يكون، إليك والدتي أهدي هذه الرسالة
وشتان بين رسالة ورسالة، جزاك الله خيرا.. وأمد في عمرك بالصالحات
فأنت زهرة الحياة ونورها .

إلى من علمني أن الأعمال الكبيرة لا تتم إلا بالصبر والعزيمة والاصرار
إلى والدي أطال الله بقاءه، وألبسه ثوب الصحة والعافية
إلى من حمها يجري في عروقي ويلهج بذكرها فؤادي إلى أختي الوحيدة
والعزيزة صارة، بكل الحب إلى رفيقة دربي التي سارت معي نحو الحلم
خطوة بخطوة، أطال الله عمرها وأبقاها بجاني .

إلى صديقتي العزيزات أطال الله عمرهن سهام، خديجة، فاطمة
حميدة، رحمة ، وهيبة ، كنزة.

ولتبقى الدعوة الصادقة وسيلتنا للتواصل
وبكل الوفاء والمحبة أهدي لكم هذا العمل المتواضع .

هاجرة

شكر وتقدير

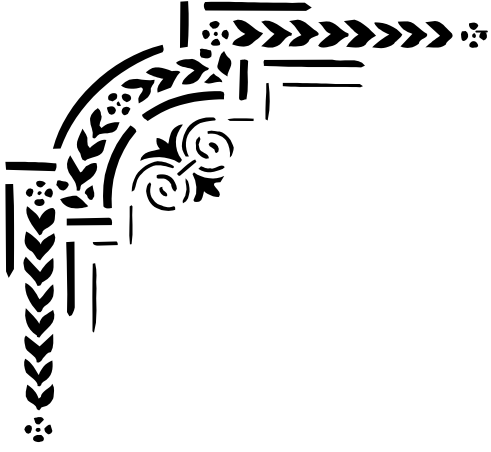
الحمد والشكر -أولا وأخيرا -لله عزوجل، إذ أعانني ويسر أمري ووفقني على إنجاز هذا العمل فهو نعم المولى والنصير.

كما أتوجه بشكري إلى الدكتور حريري عبد الغني، الدكتور علي بن يحي عبد القادر لتفضلهما الاشراف على هذه الأطروحة، وما قدماه لي من توجيهات قيمة.

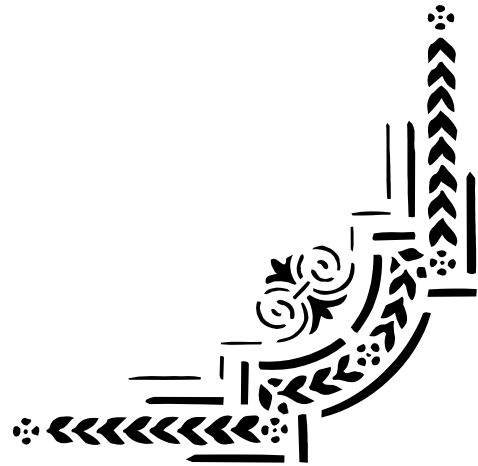
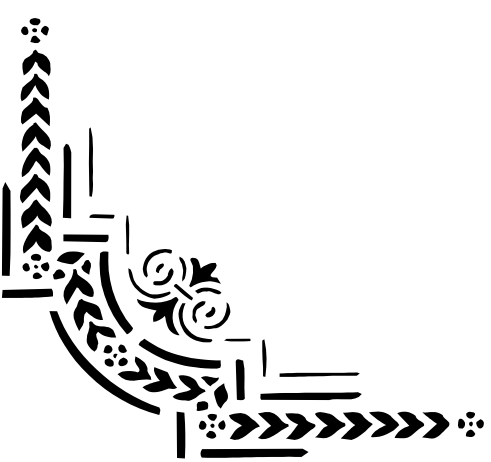
وأقدم بجزيل الشكر إلى الدكتور حمو محمد على ما غمرني به من علم رفيع كان له الأثر الأكبر في إثراء هذا العمل.

ويسعدني أن أتوجه بجزيل الشكر والتقدير، وعظيم العرفان للأساتذة الدكاترة الأفاضل أعضاء لجنة المناقشة لما قدموه من ملاحظات وإقتراحات قيمة ومهمة.

وأخير أتقدم بالشكر والتقدير لكل من ساهم وقدم لي المساعدة والمشورة لإتمام هذه الأطروحة، فجزاهم الله كل خير.



ملخص الأطروحة



ملخص:

هدفت الدراسة إلى إبراز دور تبني تكنولوجيا المعلومات والأنظمة الحديثة في تحسين جودة الخدمة المصرفية بالبنوك محل الدراسة، ذلك بإتباع المنهج الاستنباطي، وتوصلت الدراسة إلى العديد من النتائج أهمها :

أدت التطورات المتسارعة في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصال إلى إحداث قفزة نوعية في العمل المصرفي الجزائري بحيث ساهمت تكنولوجيا المعلومات والاتصال بشكل واسع في تحسين الخدمة المصرفية المقدمة للزبائن من خلال ظهور نمط جديد لتقديم الخدمة المصرفية وهو ما عرف بالصرافة الإلكترونية التي تعمل على تجاوز الوظائف التقليدية وإتاحة مختلف الأدوات، التقنيات والأنظمة الحديثة في عرض الخدمات المصرفية كالصراف الآلي الصيرفة عبر الأنترنت والصرافة عبر الهاتف النقال وغيرها من قنوات التوزيع وأنظمتها المختلفة، بما يكفل إنسياب الخدمات المصرفية للزبائن بسهولة وسرعة، في أي وقت، وأي مكان، مما يساعد ذلك في ربح الوقت، وتقليل التكاليف وهذا ما يعكس تحسين جودة الخدمة المصرفية المقدمة للزبائن، وزيادة الأرباح.

الكلمات المفتاحية: تكنولوجيا المعلومات، نظم الذكاء الاصطناعي، جودة الخدمة المصرفية، الصيرفة الإلكترونية البنوك الجزائرية .

Résumé:

L'étude visait à mettre en évidence le rôle de l'adoption des technologies de l'information et des systèmes modernes dans l'amélioration de la qualité du service bancaire dans les banques étudiées, en suivant l'approche déductive, et l'étude a atteint de nombreux résultats, dont les plus importants sont :

Les développements rapides dans le domaine des technologies de l'information et de la communication ont conduit à un saut quantique dans le secteur bancaire algérien, car les technologies de l'information et de la communication ont grandement contribué à l'amélioration du service bancaire fourni aux clients grâce à l'émergence d'un nouveau modèle de prestation de services bancaires qui est connue sous le nom de banque électronique qui fonctionne pour contourner les fonctions traditionnelles et fournir divers outils, technologies et systèmes modernes dans la présentation des services bancaires tels que les guichets automatiques bancaires, les services bancaires en ligne, les services bancaires mobiles et d'autres canaux de distribution et leurs divers systèmes, afin assurer un flux fluide et rapide des services bancaires aux clients, à tout moment et en tout lieu, ce qui permet de gagner du temps et de réduire les coûts, reflétant l'amélioration de la qualité du service bancaire fourni aux clients et l'augmentation des bénéfices.

Mots clés :

Technologies de l'information, systèmes d'intelligence artificielle, qualité de service bancaire, monétique, banques algériennes.

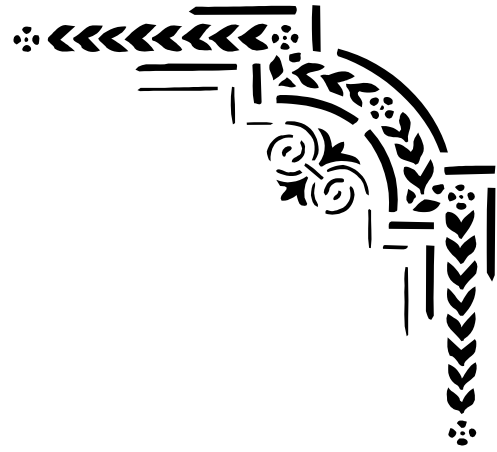
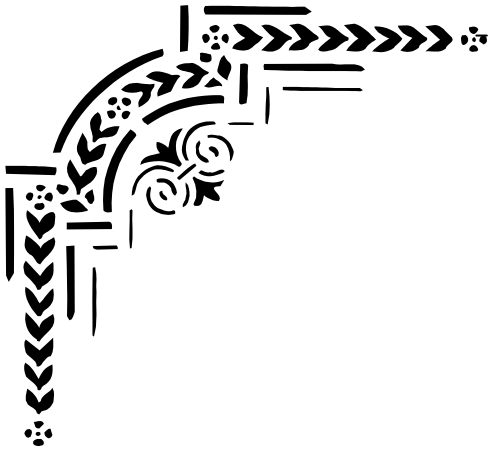
Study summary:

The study aimed to highlight the role of adopting information technology and modern systems in improving the quality of banking service in the banks under study, by following the deductive approach, and the study reached many results the most important of which are:

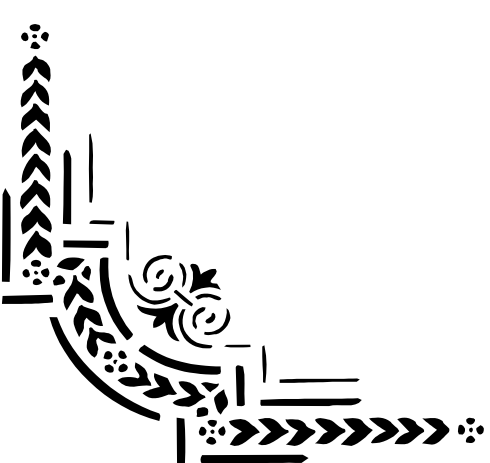
The rapid developments in the field of information and communication technology have led to a quantum leap in the Algerian banking business, as information and communication technology has greatly contributed to improving the banking service provided to customers through the emergence of a new pattern for providing banking service, which is known as electronic banking that works to bypass traditional functions and provide various Modern tools, technologies and systems in the presentation of banking services such as automated teller machines, online banking, mobile banking and other distribution channels and their various systems, in order to ensure the flow of banking services to customers easily and quickly, anytime and anywhere, which helps in gaining time, And reduce costs, which reflects the improvement in the quality of banking service provided to customers, and the increase in profits.

key words:

Information technology, artificial intelligence systems, banking service quality, electronic banking, Algerian banks.



فهرس المحتويات



فهرس المحتويات

الصفحة	العنوان
	الإهداء
	شكر وتقدير
a	الملخص باللغة العربية
b	الملخص باللغة الفرنسية
c	الملخص باللغة الإنجليزية
II-VIII	فهرس المحتويات
X-XI	فهرس الجداول
XIII	فهرس الأشكال
XV	قائمة الملاحق
أ-ك	مقدمة
02	الفصل الأول: أسس نظم وتكنولوجيا المعلومات الحديثة
02	تمهيد
03	المبحث الأول: ماهية نظم المعلومات
03	المطلب الأول: ماهية النظم
03	أولاً: تعريف نظرية النظم ومبادئها
05	ثانياً: مفهوم النظام وخصائصه
08	ثالثاً : أنواع ومكونات النظام
10	المطلب الثاني: ماهية البيانات والمعلومات
10	أولاً: تعريف البيانات وأنواعها
13	ثانياً: ماهية المعلومات
18	المطلب الثالث: أسس نظام المعلومات
18	أولاً: نظام المعلومات وخصائصه
20	ثانياً: عناصر وأهداف نظام المعلومات
22	المبحث الثاني: أساسيات حول تكنولوجيا المعلومات
23	المطلب الأول: ماهية تكنولوجيا المعلومات
23	أولاً: نشأة تكنولوجيا المعلومات

فهرس المحتويات

24	ثانيا: تعريف تكنولوجيا المعلومات وخصائصها
26	المطلب الثاني :دوافع إنتشار تكنولوجيا المعلومات وأهميتها
26	أولا: دوافع إنتشار تكنولوجيا المعلومات
27	ثانيا: أهمية تكنولوجيا المعلومات
28	ثالثا: عيوب تكنولوجيا المعلومات
29	المطلب الثالث: مكونات تكنولوجيا المعلومات ومتطلبات تبنيها
29	أولا:مكونات تكنولوجيا المعلومات
33	ثانيا: متطلبات تبني تكنولوجيا المعلومات في المؤسسات الاقتصادية
35	المبحث الثالث: النظم الحديثة القائمة على تكنولوجيا المعلومات
35	المطلب الأول :علاقة تكنولوجيا المعلومات بنظم المعلومات، وتغير أدوار نظم المعلومات
35	أولا: علاقة تكنولوجيا المعلومات بنظم المعلومات
36	ثانيا: تغير أدوار نظم المعلومات
37	المطلب الثاني:أنواع نظم تكنولوجيا المعلومات
37	أولا:النظم المرتبطة بالحاسب الآلي
40	ثانيا: نظم الذكاء الاصطناعي
43	المطلب الثالث: ماهية تكنولوجيا الاتصال
43	أولا: الشبكة المعلوماتية وأنواعها
47	ثانيا: مزايا الشبكة المعلوماتية
49	خلاصة
50	الفصل الثاني:تطوير الخدمة المصرفية وسبل تحقيق جودتها
51	تمهيد
52	المبحث الأول:ماهية الخدمة المصرفية
52	المطلب الأول: مفهوم الخدمة المصرفية
52	أولا: مفهوم الخدمة
55	ثانيا: مفهوم الخدمة المصرفية
56	ثالثا: مراحل نشأة وتطور الخدمة المصرفية
58	المطلب الثاني: خصائص وأنواع الخدمة المصرفية

فهرس المحتويات

58	أولا: خصائص الخدمة المصرفية
59	ثانيا: أنواع الخدمة المصرفية
63	ثالثا: مزيج ومظاهر الخدمة المصرفية
68	المطلب الثالث: دورة حياة الخدمة المصرفية وعوامل نجاحها
68	أولا : مفهوم دورة حياة الخدمة المصرفية
71	ثانيا :مراحل دورة حياة الخدمة المصرفية
72	ثالثا :عوامل نجاح الخدمة المصرفية
72	المبحث الثاني:عصرنة وتطوير الخدمة المصرفية
72	المطلب الأول : تطوير الخدمة المصرفية ومتطلباتها
73	أولا: مفهوم تطوير الخدمة المصرفية
74	ثانيا: أهمية تطوير الخدمة المصرفية
74	ثالثا: متطلبات تطوير الخدمة المصرفية
75	المطلب الثاني: مصادر وطرق تطوير الخدمة المصرفية
75	أولا:مصادر تطوير الخدمة المصرفية
76	ثانيا: طرق تطوير الخدمة المصرفية
77	المطلب الثالث: مناهج تطوير الخدمة المصرفية والعوامل المؤثرة فيها
77	أولا: مناهج تطوير الخدمة المصرفية
78	ثانيا: العوامل المؤثرة في الخدمة المصرفية
78	المبحث الثالث:أساليب تحسين وقياس جودة الخدمة المصرفية
79	المطلب الأول:مفهوم الجودة وجودة الخدمة
79	أولا: مفهوم الجودة
79	ثانيا:مفهوم جودة الخدمة
80	المطلب الثاني: أهمية جودة الخدمة المصرفية وأساليب تحسينها
80	أولا:مفهوم جودة الخدمة المصرفية
82	ثانيا: أهمية جودة الخدمة المصرفية
83	ثالثا:أساليب تحسين جودة الخدمة المصرفية
87	المطلب الثالث: قياس جودة الخدمة المصرفية
87	أولا:مستويات قياس جودة الخدمة المصرفية

فهرس المحتويات

89	ثانيا:مداخل قياس جودة الخدمة المصرفية
92	ثالثا: مقاييس وأبعاد قياس جودة الخدمة المصرفية
96	رابعا: صعوبات قياس جودة الخدمة المصرفية
98	خلاصة
99	الفصل الثالث:الصيرفة الالكترونية ونظم الذكاء الاصطناعي كآلية لتحسين جودة الخدمة المصرفية
100	تمهيد
101	المبحث الأول:تطبيقات الصيرفة الالكترونية ونظم الذكاء الاصطناعي في البنوك
101	المطلب الأول:إدماج تكنولوجيا المعلومات والاتصال في البنوك ونشأة الصيرفة الالكترونية
101	أولا: مراحل التطور التكنولوجي في العمل المصرفي
103	ثانيا:نشأة الصيرفة الالكترونية
103	المطلب الثاني: تعريف الصيرفة الالكترونية والمصطلحات ذات العلاقة بما
104	أولا: تعريف الصيرفة الالكترونية
104	ثانيا:المصطلحات ذات العلاقة بالصيرفة الالكترونية
107	المطلب الثالث: إستخدامات الصيرفة الالكترونية ونظم الذكاء الاصطناعي في البنوك
108	أولا: قنوات الصيرفة الالكترونية
112	ثانيا:وسائل ونظم الدفع الالكترونية
134	ثالثا: إستخدامات نظم الذكاء الاصطناعي في البنوك
135	المبحث الثاني: الخدمات المصرفية الالكترونية وتأثيرها على جودة الخدمة المصرفية
136	المطلب الأول: ماهية الخدمات المصرفية الالكترونية
136	أولا : تعريف الخدمات المصرفية الالكترونية
137	ثانيا : خصائص الخدمات المصرفية الالكترونية
137	ثالثا: أنواع الخدمات المصرفية الالكترونية
138	المطلب الثاني : ماهية جودة الخدمة المصرفية الالكترونية
139	أولا : تعريف جودة الخدمة المصرفية الالكترونية
139	ثانيا: قياس جودة الخدمة المصرفية الالكترونية
140	المطلب الثالث : تأثير الخدمة المصرفية الالكترونية على أبعاد قياس جودة الخدمة المصرفية
140	أولا : تأثير نظم وتكنولوجيا المعلومات على أبعاد قياس جودة الخدمة المصرفية

فهرس المحتويات

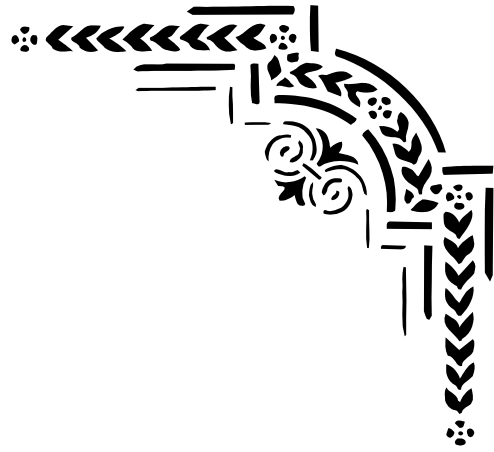
145	ثانيا: مساهمة الخدمة المصرفية الالكترونية في تحقيق خدمة مصرفية ذات جودة عالية
146	المبحث الثالث: أهمية تبني الصيرفة الالكترونية والذكاء الاصطناعي في البنوك ومخاطرها
146	المطلب الأول: أهمية الصيرفة الالكترونية ونظم الذكاء الاصطناعي في تحسين جودة الخدمة المصرفية
146	أولا: أهمية الصيرفة الالكترونية في تحسين جودة الخدمة المصرفية
148	ثانيا: أهمية نظم الذكاء الاصطناعي في تحسين جودة الخدمة المصرفية
149	ثالثا: متطلبات تبني الصيرفة الالكترونية ونظم الذكاء الاصطناعي في المصارف
151	المطلب الثاني: التحديات التي تواجه العمل المصرفي عبر الأنترنت
151	أولا: المخاطر المصاحبة للعمل المصرفي عبر الأنترنت
152	ثانيا: الجرائم المعلوماتية المصرفية
154	المطلب الثالث: إدارة مخاطر العمليات المصرفية الالكترونية
154	أولا: طرق حماية نظم المعلومات الحديثة
155	ثانيا: وسائل حماية العمليات المصرفية الالكترونية
159	خلاصة
160	الفصل الرابع: تقييم جودة الخدمة المصرفية الالكترونية في ظل إستخدام نظم وتكنولوجيا المعلومات في البنوك محل الدراسة
161	تمهيد
162	المبحث الأول: مؤشرات تكنولوجيا المعلومات والاتصال في الجزائر والخدمات المصرفية الالكترونية في البنوك الجزائرية
162	المطلب الأول: مؤشرات تكنولوجيا المعلومات والاتصال في الجزائر
174	المطلب الثاني: الواقع العملي للبنوك الجزائرية والهياكل الداعمة للعمل المصرفي الالكتروني في الجزائر
175	الفرع الأول: بنية السوق المصرفية الجزائرية
175	أولا: هيكل النظام المصرفي الجزائري في الفترة من (2000-2020)
176	الفرع الثاني: المؤسسات الداعمة للعمل المصرفي الالكتروني في الجزائر
176	أولا: شركة النقد الآلي والعلاقات التلقائية ما بين البنوك Satim
179	المطلب الثالث : الخدمات المصرفية الالكترونية المقدمة من طرف البنوك الجزائرية
179	الفرع الأول: الخدمات المصرفية الالكترونية المقدمة من طرف البنوك العمومية في الجزائر
183	الفرع الثاني: الخدمات المصرفية الالكترونية المقدمة من طرف البنوك الخاصة في الجزائر

فهرس المحتويات

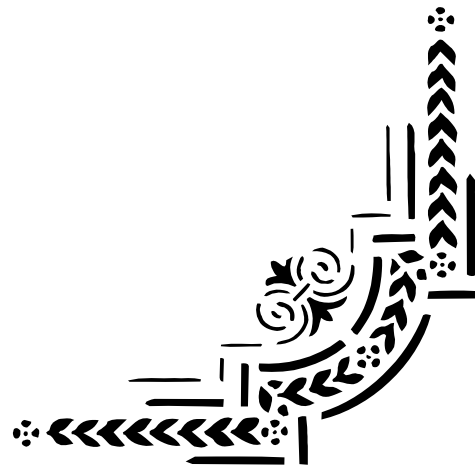
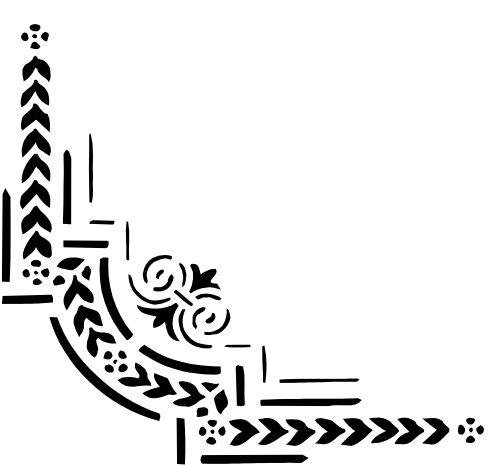
189	المبحث الثاني: التعريف بالبنوك محل الدراسة
189	المطلب الأول: التعريف بالقرض الشعبي الجزائري
189	الفرع الأول: نشأة القرض الشعبي الجزائري
190	أولا: التعريف بالقرض الشعبي الجزائري-وكالة شلف
193	المطلب الثاني: التعريف بالبنك الخارجي الجزائري
193	الفرع الأول: نشأة البنك الخارجي الجزائري
193	أولا: التعريف بالبنك الخارجي الجزائري-وكالة شلف
195	المطلب الثالث: التعريف ببنك التوفير والاحتياط
195	الفرع الأول: نشأة بنك التوفير والاحتياط
196	أولا: التعريف ببنك التوفير والاحتياط-المديرية الجهوية بالشلف
198	المبحث الثالث: تبني الخدمات المصرفية الالكترونية ونظم الذكاء الاصطناعي وتأثيرها على جودة الخدمة المصرفية في البنوك محل الدراسة .
198	المطلب الأول: الخدمات المصرفية التقليدية التي تقدمها البنوك محل الدراسة
199	الفرع الأول: منهجية الدراسة
200	الفرع الثاني: الخدمات المصرفية التقليدية التي تقدمها وكالة القرض الشعبي الجزائري بالشلف
200	أولا: فتح الحسابات وقبول الودائع
202	ثانيا: منح القروض
207	الفرع الثالث: الخدمات المصرفية التقليدية التي تقدمها وكالة BEA بالشلف
207	أولا: فتح الحسابات وقبول الودائع
208	ثانيا: منح القروض
208	الفرع الرابع: الخدمات المصرفية التقليدية التي تقدمها المديرية الجهوية لبنك التوفير والاحتياط بالشلف
209	أولا: فتح الحسابات وقبول الودائع
210	ثانيا: منح القروض للأفراد، المؤسسات، الاحترافيين
215	المطلب الثاني: تبني الخدمات المصرفية الالكترونية ونظم الذكاء الاصطناعي في البنوك محل الدراسة
215	الفرع الأول: تبني الخدمات المصرفية الالكترونية ونظم الذكاء الاصطناعي في القرض الشعبي الجزائري- وكالة شلف-
215	أولا: الخدمات المصرفية الالكترونية في القرض الشعبي الجزائري-وكالة شلف-
227	الفرع الثاني: تبني الخدمات المصرفية الالكترونية ونظم الذكاء الاصطناعي في البنك الخارجي الجزائري-

فهرس المحتويات

	وكالة شلف
227	أولاً: الخدمات المصرفية الاللكترونية في البنك الخارجي الجزائري-وكالة شلف-
237	الفرع الثالث: تبني الخدمات المصرفية ونظم الذكاء الاصطناعي في المديرية الجهوية لبنك التوفير والاحتياط بالشلف-
237	أولاً: الخدمات المصرفية الاللكترونية في Cnep Banque المديرية الجهوية بالشلف
245	المطلب الثالث: دراسة تأثير نظم وتكنولوجيا المعلومات على جودة الخدمة المصرفية في البنوك محل الدراسة
250	خلاصة
253	خاتمة
260	المراجع
276	الملاحق



فهرس الجداول

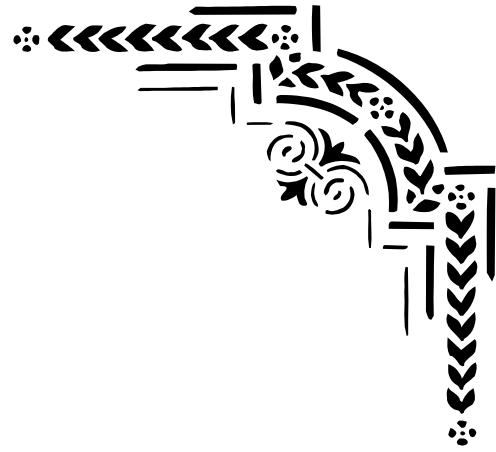
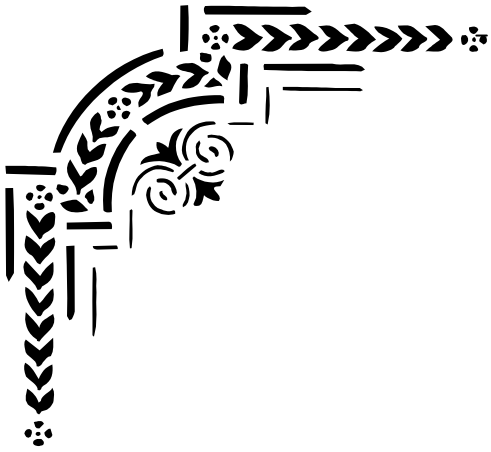


فهرس الجداول

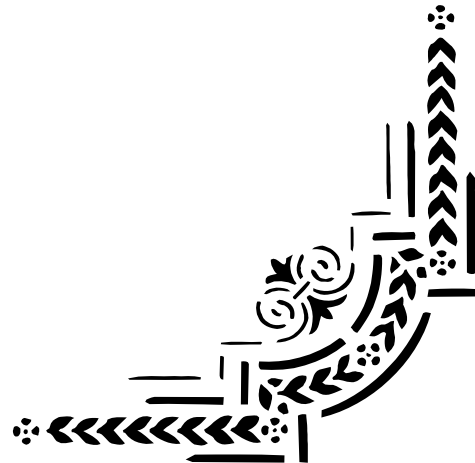
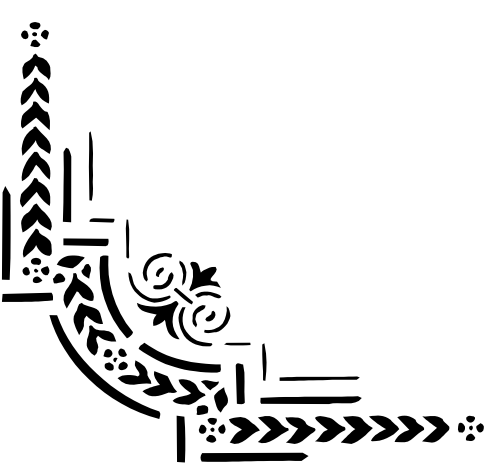
الصفحة	عنوان الجدول	الرقم
56	أوجه الفرق بين السلعة والخدمة	(1-1)
112	الموزع الآلي للأوراق	(1-3)
113	الشباك الآلي للأوراق	(2-3)
113	نحائي نقطة البيع	(3-3)
144	تقدير التكلفة من خلال قنوات الصيرفة الالكترونية	(4-3)
180	تطور عدد إشتراكات الهاتف الثابت في الجزائر	(1-4)
180	تطور عدد إشتراكات الهاتف الثابت حسب نوع الاشتراك في الجزائر من 2015 إلى 2020	(2-4)
181	تطور عدد الإشتراكات حسب طريقة الدفع	(3-4)
182	تطور كثافة الهاتف النقال ونسبة الولوج إلى شبكة الهاتف النقال	(4-4)
183	عدد الإشتراكات في شبكة الهاتف النقال حسب المتعامل من 2015 إلى 2020	(5-4)
184	حصص سوق الهاتف النقال حسب المتعاملين (WTA ,Ota ,Atm)	(6-4)
185	عدد الإشتراكات حسب تكنولوجيا الهاتف النقال من 2015 إلى 2020	(7-4)
186	نسبة تغطية السكان بشبكة الهاتف النقال من 2015 إلى 2020	(8-4)
187	تطور شبكة الألياف البصرية من 2015 إلى 2020	(9-4)
188	تطور عدد إشتراكات شبكة الأنترنت حسب نوع التكنولوجيا من 2015 إلى 2020	(10-4)
189	توزيع إشتراكات الأنترنت حسب التدفقات من 2017 إلى 2020	(11-4)
189	إشتراكات أنترنت النقال النشطون من 2017 إلى 2020	(12-4)
190	تطور كثافة أنترنت الهاتف النقال باستثناء مفاتيح الأنترنت M2M من 2015 إلى 2020	(13-4)
190	توزيع عدد إشتراكات أنترنت الهاتف النقال لكل متعامل باستثناء مفاتيح الأنترنت M2M من 2015 إلى 2020	(14-4)
191	عدد المتعاملين ومقدمي الخدمات في مجال الاتصالات من 2018 إلى 2020	(15-4)
196	الخدمات المصرفية الالكترونية المقدمة من طرف البنوك العمومية في الجزائر	(16-4)
200	الخدمات المصرفية الالكترونية المقدمة من طرف البنوك الخاصة في الجزائر	(17-4)
231	عدد المشتركين في خدمة Cpa e-Banking من سنة 2015-2021	(18-4)
232	عدد المشتركين في خدمة Mobile Cpa من سنة 2015-2021	(19-4)
234	عدد أجهزة الصراف الآلي في وكالة Cpa بالشلف من 2017-2021	(20-4)

فهرس الجداول

234	عدد أجهزة الشباك الآلي في وكالة Cpa بالشلف من 2017-2021	(21-4)
235	عدد أجهزة TPE في وكالة Cpa بالشلف من 2017-2021	(22-4)
238	عمولة الدفع والسحب ببطاقة كوربوراييت للقرض الشعبي الجزائري-وكالة شلف-	(23-4)
239	عمولة السحب والدفع ببطاقة فيزا للقرض الشعبي الجزائري	(24-4)
239	حجم الطلب على البطاقات البنكية في القرض الشعبي الجزائري من سنة 2021-2019	(25-4)
242	عدد المشتركين في خدمة e-Banking من سنة 2017-2021	(26-4)
244	عدد أجهزة الصراف الآلي في BEA-وكالة شلف- من سنة 2015-2021	(27-4)
244	عدد أجهزة الشباك الآلي في BEA-وكالة شلف- من سنة 2015-2021	(28-4)
244	عدد أجهزة TPE المتوفرة في BEA-وكالة شلف- من سنة 2015-2021	(29-4)
246	العمولات والرسوم الخاصة ببطاقة الدفع للبنك الخارجي الجزائري-وكالة شلف-	(30-4)
247	سقف المبالغ الموجودة في حسابات حاملي بطاقات ماستر كارد للأشخاص والمؤسسات	(31-4)
248	الرسوم والعمولات الخاصة بكل أنواع بطاقة ماستر كارد	(32-4)
249	حجم الطلب على البطاقات الكلاسيكية والذهبية لBEA-وكالة شلف-من سنة 2015-2021	(33-4)
250	حجم الطلب على بطاقة ماستر كارد من سنة 2015-2021	(34-4)
252	عدد المشتركين في خدمة CnepB@nkikng سنة 2015-2021	(35-4)
253	عدد أجهزة الصراف الآلي في المديرية الجهوية بالشلف من سنة 2015-2021	(36-4)
254	عدد أجهزة الشباك الآلي في المديرية الجهوية بالشلف من سنة 2015-2021	(37-4)
255	عدد أجهزة TPE في المديرية الجهوية بالشلف من سنة 2015-2021	(38-4)
256	الرسوم والعمولات الخاصة ببطاقة CIB لبنك التوفير والاحتياط-المديرية الجهوية بالشلف	(39-4)
257	حجم الطلب على بطاقة CIB من سنة 2015-2021	(40-4)

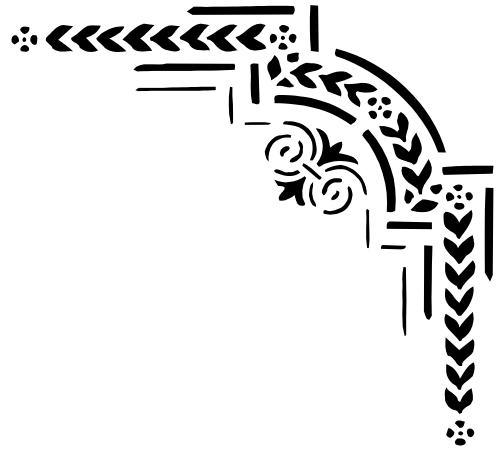


فهرس الأشكال

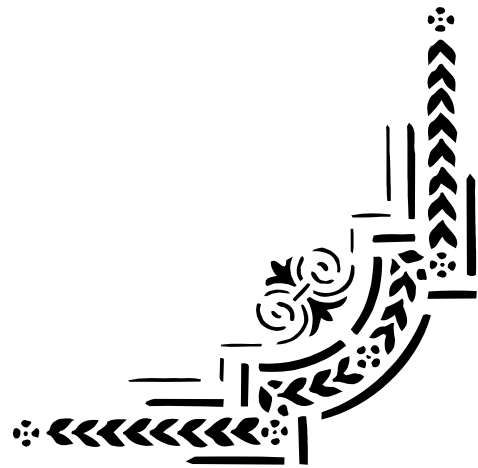
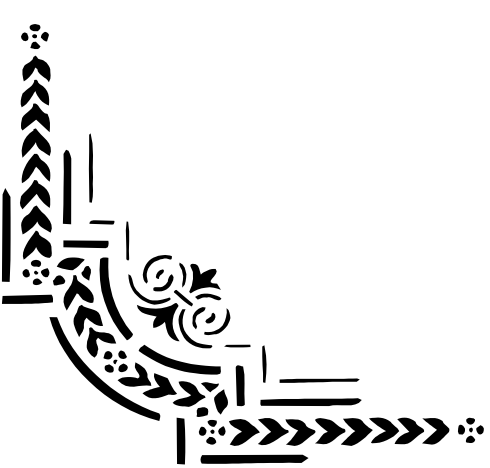


فهرس الأشكال

الصفحة	عنوان الشكل	الرقم
18	العلاقة بين البيانات والمعلومات	(1-1)
30	مكونات تكنولوجيا المعلومات	(2-1)
66	طبيعة المزيج الخدمي في أحد المصارف التجارية	(1-2)
67	مناهج تطوير الخدمة المصرفية	(2-2)
79	مفهوم جودة الخدمة المصرفية	(3-2)
84	نموذج الفحوات الخمس لقياس جودة الخدمة المصرفية	(4-2)
134	دورة إستخدام الشبك الالكتروني وإجراءتها	(1-3)
160	تأثير نظم وتكنولوجيا المعلومات على تحسين أبعاد قياس جودة الخدمة المصرفية	(2-3)
180	تطور عدد إشتراكات الهاتف الثابت في الجزائر من 2014 إلى 2020	(1-4)
181	تطور عدد إشتراكات الهاتف الثابت حسب نوع الاشتراك من 2015 إلى 2020	(2-4)
182	تطور عدد الاشتراكات حسب طريقة الدفع من 2015 إلى 2020	(3-4)
183	تطور كثافة شبكة الهاتف النقال ونسبة الولوج إلى شبكة الهاتف النقال من 2014 إلى 2020	(4-4)
184	عدد الاشتراكات في شبكة الهاتف النقال حسب المتعامل من 2015 إلى 2020	(5-4)
185	عدد الاشتراكات حسب تكنولوجيا الهاتف النقال من 2015 إلى 2020	(6-4)
186	نسبة تغطية السكان لشبكة الهاتف النقال من 2015 إلى 2020	(7-4)
188	تطور عدد إشتراكات شبكة الأترنت حسب نوع التكنولوجيا من 2015 إلى 2020	(8-4)
207	الهيكل التنظيمي للقرض الشعبي-وكالة شلف-	(9-4)
210	الهيكل التنظيمي للبنك الخارجي الجزائري-وكالة شلف-	(10-4)
212	الهيكل التنظيمي لبنك التوفير والاحتياط-المديرية الجهوية-	(11-4)

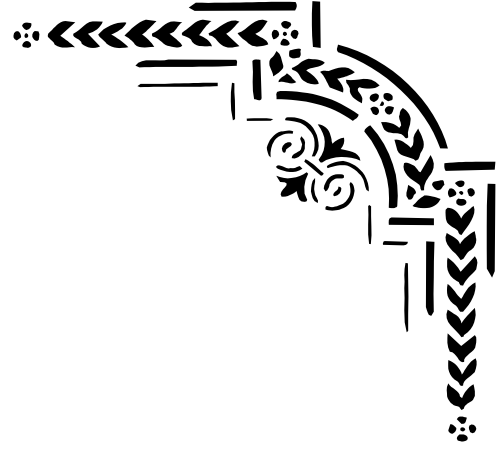
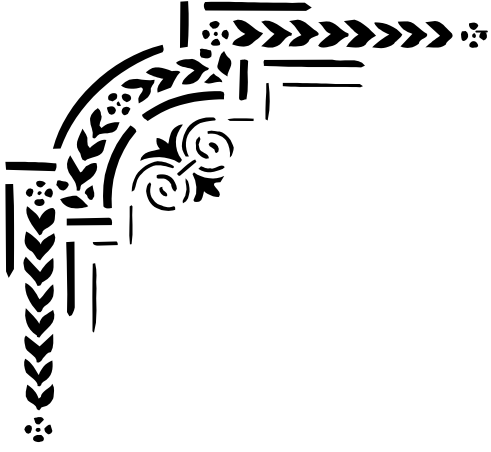


قائمة الملاحق

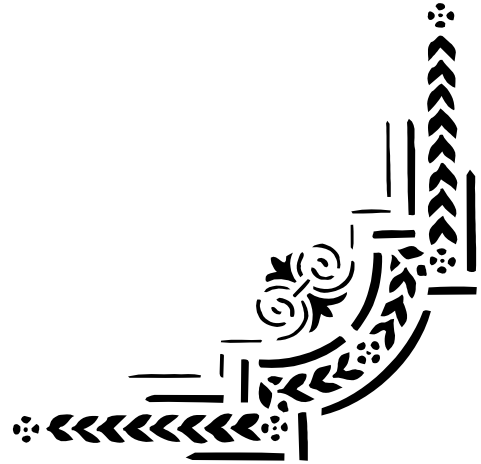
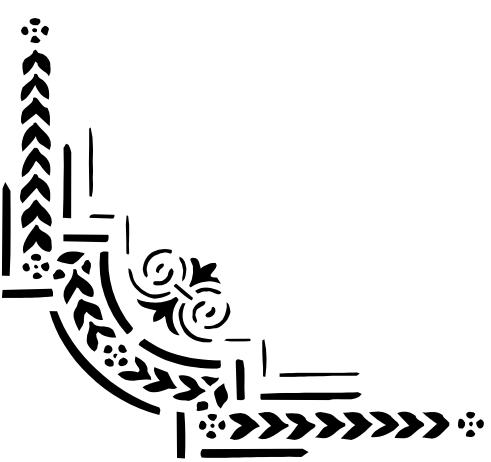


قائمة الملاحق

الصفحة	عنوان الملحق	الرقم
276	عقد خاص بأوامر التحويل بواسطة تبادل معطيات معلوماتية عن بعد	01
277	عقد إنتساب الخدمة المصرفية عبر Mobile Cpa	02
278	عقد الانخراط في خدمة SmsCards	03
279	الدفع عبر TPE	04
280	عقد الانخراط في نظام الدفع الالكتروني عبر بطاقة CIB	05
281	عقد حامل بطاقة الدفع كوربورايت	06
282	إتفاقية الانخراط في خدمة Mobile Banking للبنك الخارجي الجزائري	07
283	عدد أجهزة TPE المتوفرة لدة وكالة BEA بالشلف من 2015-2021	08
284	نموذج طلب بطاقة ماستر كارد	09
285	عقد حامل بطاقة ماستر كارد	10
286	سقف المبالغ الموجودة في حسابات حاملي بطاقات ماستر كارد (الأشخاص والمؤسسات)	11
287	العمولات الخاصة ببطاقة ماستر كارد	12
288	حجم الطلب على بطاقة الدفع CIB من سنة 2015-2016	13
289	حجم الطلب على بطاقة الدفع CIB من سنة 2017-2018	14
290	حجم الطلب على بطاقة الدفع CIB من سنة 2019-2020	15
291	حجم الطلب على بطاقة الدفع CIB من سنة 2020-2021	16
292	طلب الانخراط في خدمة CnepB@nking	17
293	طلب بطاقة الدفع CIB لبنك التوفير والاحتياط	18



مقدمة



توطئة:

شهد العالم اليوم تطورا تكنولوجيا هائلا مس كافة المستويات، منها المجال الاقتصادي الذي أصبح يساير عصر التقنية والتي تأتي في طليعتها التقنيات والأنظمة الحديثة للمعلومات والاتصالات، والتي أثرت على البشرية، وعلى أسلوب حياتها بعمق وبشمولية وسرعة لم تشهدها من قبل، حيث استطاعت أن تحدث تغييرات في أنماط الانتاج، التبادل والاتصال، كما وصلت هذه التقنيات إلى قطاعات عديدة أهمها القطاع المصرفي .

ويعتبر التطور التكنولوجي من بين المواضيع الهامة التي تطرح نفسها بقوة داخل المؤسسات المصرفية نتيجة التطور الكبير الذي حصل في التزاوج بين البنوك والتكنولوجيا، لهذا تركز الصناعة المصرفية جزء كبير من جهودها على التكنولوجيا، أي بناء وإستخدام نظم مصرفية متقدمة تساير التطورات التكنولوجية لتقديم خدمات تتفق مع رغبات المستهلكين في الوقت والمكان المناسبين كعامل حاسم للبقاء في السوق، أي إعتماد ما يسمى بالصيرفة الالكترونية ونظم الذكاء الاصطناعي لامتلاك منظومة تحسين الجودة، والقضايا التنافسية في ظل المتغيرات والظروف المحلية التي تعرفها البنوك. فلضمان إستمرارية الأعمال في البيئة التنافسية الشديدة وتحقيق قدرة تكيف عالية مع المتغيرات البيئية والتغيرات في تفضيلات الزبائن، وخاصة الزبائن الذين يميلون لاستخدام التكنولوجيا بشكل مستمر، توجهت البنوك إلى دمج وتفعيل التكنولوجيا والذكاء الاصطناعي في كل نشاطاتها إنطلاقا من النشاطات المتعلقة بتوفير قنوات ذكية للوصول إلى الزبائن، وجذبهم نحو وجهات معينة وتقديم خدمات سهلة الوصول.

والبنوك الجزائرية ليست بمنأى عن هذا التغيير، إذ لجأت إلى تبني الصيرفة الالكترونية، وتطبيق التكنولوجيا في توزيع الخدمات المصرفية، والذي من شأنه أن يعمل على تحسين جودة الخدمة المصرفية للعملاء، فمن وجهة نظر الزبون فانه يبحث دائما عن تلبية حاجياته بأسهل الطرق وبسرعة، دون الحاجة إلى بذل مجهود كبير، وكذا دون الحاجة لمصاريف كبيرة، هذه الحاجات التي يبحث عنها الزبون بحث البنوك عن تلبيةها بكفاءة من خلال تقديم أفكار مبتكرة باستخدام التكنولوجيا لضمان تواصل دائم وفوري مع الزبائن، وقد وجدت الحل في تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي التي يعتبرها حاليا الرواد في مجال القطاع المصرفي بأنها ستكون ذات أثر كبير على تحسين جودة الخدمة المصرفية، وعلى نشاط البنك بحد ذاته، وكذا دعم القدرات التنافسية لهذه البنوك خاصة في ظل التطورات الراهنة .

وأمام هذا الطرح تبلورت إشكالية الدراسة في السؤال الرئيس التالي :

فيما يتمثل دور إستخدام نظم وتكنولوجيا المعلومات في تحسين جودة الخدمة المصرفية بالبنوك الجزائرية؟

ويتفرع من هذا السؤال الرئيس الأسئلة الفرعية التالية :

■ ما أسس تبني نظم وتكنولوجيا المعلومات في المؤسسات الاقتصادية ؟



- ما هي السبل الكفيلة لتطوير الخدمة المصرفية ؟
- ما مدى مساهمة تطبيق نظم الذكاء الاصطناعي والصيرفة الالكترونية في تحسين جودة الخدمة المصرفية ؟
- كيف يؤثر إستخدام التكنولوجيا المصرفية والنظم الحديثة على جودة الخدمة المصرفية بالبنوك الجزائرية؟

2. فرضيات الدراسة:

في إجابة أولية على الأسئلة التي تم طرحها نقتح الفرضيات الآتية:

- من بين أسس تبني نظم وتكنولوجيا المعلومات في المؤسسات الاقتصادية الاعتماد على المعالجة الآلية والالكترونية للبيانات بغرض تحويلها إلى معلومات بسرعة وبدون تكلفة .
- السبل الكفيلة لتطوير الخدمة المصرفية هي الاهتمام بجودة الخدمة المصرفية، وتقديم خدمة مصرفية تقابل توقعات الزبائن، وتحقق رغباتهم وإحتياجاتهم .
- يساهم تطبيق الصيرفة الالكترونية ونظم الذكاء الاصطناعي في تحسين جودة الخدمة المصرفية المقدمة عن طريق توفير بعض القنوات والوسائط الالكترونية الحديثة التي تسهل عملية وصول الخدمة المصرفية إلى الزبائن .
- إدخال التكنولوجيا المصرفية، وتبني النظم الحديثة في البنوك الجزائرية، يؤدي إلى تسهيل وتيسير حصول الزبائن على الخدمة المصرفية من الناحية المكانية أو الزمنية .

3. أهمية الدراسة:

تنبع أهمية الدراسة من أهمية ودور إستخدام النظم الحديثة وتكنولوجيا المعلومات في البنوك الجزائرية بغرض تحسين جودة الخدمة المصرفية المقدمة للزبائن، وذلك في سياق التحولات المصرفية التي أدت إلى إحتدام المنافسة بين المؤسسات المصرفية، حيث أن أهمية ربط النظم الحديثة وتكنولوجيا المعلومات بجودة الخدمة المصرفية من شأنه أن يساهم في تحسين جودة الخدمة المصرفية، وتقديم أفضل خدمة مصرفية، مما يساهم بدوره في كسب رضا الزبائن وجذب زبائن جدد، وبالتالي تعظيم الربح للبنوك وزيادة الحصة السوقية وتحسين القدرة التنافسية للبنك مقارنة بالبنوك الأخرى، في الوقت الذي أضحت فيه الخدمة المصرفية المميّزة هي الخدمة المصرفية ذات جودة عالية .

4. أهداف الدراسة:

تهدف الباحثة من هذه الدراسة إلى تحقيق مجموعة من الأهداف، نذكرها في الآتي:

- تقديم إطار مفاهيمي حول تكنولوجيا المعلومات والنظم الحديثة، وكذا عرض مفاهيم نظرية حول الخدمة المصرفية وجودة الخدمة المصرفية .
- التعرف على مختلف قنوات الصيرفة الالكترونية المعتمدة في تقديم الخدمات المصرفية .



- إبراز تطبيقات نظم الذكاء الاصطناعي والصيرفة الالكترونية في البنوك، ودورها في تحسين جودة الخدمة المصرفية .
- التطرق إلى مختلف وسائل الدفع الالكترونية، وكذا المخاطر المصاحبة للعمل المصرفي عبر الأنترنت ووسائل الحماية من هذه المخاطر .
- عرض مؤشرات تكنولوجيا المعلومات والاتصال في الجزائر، وكذا الهياكل الداعمة للعمل المصرفي الالكتروني في الجزائر .
- الوقوف على واقع الصيرفة الالكترونية، وكذا الخدمات المصرفية الالكترونية المعتمدة بالبنوك الجزائرية العمومية والخاصة منها.
- إبراز دور إستخدام نظم وتكنولوجيا المعلومات في تحسين جودة الخدمة المصرفية ببنك التوفير والاحتياط، القرض الشعبي الجزائري، بنك الجزائر الخارجي .

5. حدود الدراسة:

سيتم تحديد الحدود المكانية، وكذا الزمانية، والموضوعية للبحث:

- **الحدود المكانية:**تمحورت الدراسة الحالية حول البنوك التالية: المديرية الجهوية لبنك للتوفير والاحتياط بالشلف، بنك الجزائر الخارجي-وكالة شلف-، القرض الشعبي الجزائري-وكالة شلف-، وهذا بالنظر إلى تشكيلة خدماتها المصرفية، ورقمنة الخدمات المصرفية، ومدى تبنيتها للصيرفة الالكترونية، والخدمات المصرفية الالكترونية .
- **الحدود الزمنية:** إقتصرت فترة دراسة الموضوع على إحصائيات مقدمة من البنك من سنة 2015 إلى سنة 2021 .
- **الحدود الموضوعية:** تدرج هذه الدراسة ضمن قيام البنوك الجزائرية باستخدام التكنولوجيا الحديثة لتطوير خدماتها المصرفية وتبنيها للخدمات المصرفية الالكترونية لتحسين جودة الخدمة المصرفية المقدمة للزبائن وكسب زبائن جدد ومنه زيادة الأرباح والقدرة على المنافسة وهذا في ظل التغيرات والتحولات العالمية. حيث تطرقنا في الجانب النظري إلى النظم الحديثة وتكنولوجيا المعلومات ومتطلبات تطبيقها، وكذا تطوير الخدمة المصرفية وسبل تحقيق جودتها، وتطبيقات الصيرفة الالكترونية والذكاء الاصطناعي في البنوك وتحديات العمل المصرفي الالكتروني. أما الجانب التطبيقي تطرقنا إلى مؤشرات تكنولوجيا المعلومات والاتصال في الجزائر

والمؤسسات الداعمة للعمل المصرفي الإلكتروني، وواقع الخدمات المصرفية الإلكترونية ونظم الذكاء الاصطناعي في البنوك محل الدراسة، وتقييم العلاقة بين استخدام التكنولوجيا وجودة الخدمة المصرفية في هذه البنوك .

7. منهج الدراسة:

المنهج العام الذي تم إتباعه في دراسة هذا الموضوع هو المنهج الاستنباطي باعتماد أداة الوصف لعرض الجوانب النظرية للموضوع، ما تعلق منها بجانب النظم، وكذا تكنولوجيا المعلومات ومتطلبات تطبيقها، والإطار النظري للخدمة المصرفية وجودة الخدمة، وكذا الصيرفة الإلكترونية، والخدمات المصرفية الإلكترونية، وإعتماد أداة التحليل لتحليل وتقييم العلاقة بين استخدام التكنولوجيا والنظم الحديثة وجودة الخدمة المصرفية في البنوك محل الدراسة، وعرض أهم التحديات التي تواجه هاته البنوك في تبنيها للصيرفة الإلكترونية والخدمات المصرفية الإلكترونية.

8. الدراسات السابقة:

نستعرض فيما يأتي بعض البحوث والدراسات العلمية السابقة التي أجريت في موضوع تكنولوجيا المعلومات، وجودة الخدمة المصرفية، وكذا الصيرفة الإلكترونية، حيث سيتم التركيز على الأهداف المتوخاة من كل دراسة، بما في ذلك إبراز النتائج التي إنتهت إليها كل دراسة، ولها صلة مباشرة أو غير مباشرة بموضوع الدراسة الحالية أو أحد جوانبها فضلا عن ذلك تبيان ما يميز الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة، بالإضافة العلمية التي تسعى إلى تحقيقها، وفيما يأتي أهم الدراسات السابقة التي تم الاطلاع عليها في جوانب موضوع الأطروحة.

أ. عرض الدراسات السابقة:

-دراسة (غوش العطرة، 2017) بعنوان استخدام شبكة الأنترنت كأداة لتقديم الخدمات البنكية وأثرها على الأداء البنكي -حالة البنوك الجزائرية-، أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، جامعة محمد خيضر -بسكرة - وهدفت الدراسة إلى التعرف على واقع استخدام البنوك الجزائرية للأنترنت كأداة في أعمالها، كما هدفت إلى التعرف على نوعية ومستوى الخدمات المقدمة من طرف البنوك الجزائرية بواسطة تكنولوجيا الأنترنت، وتوصلت الدراسة إلى العديد من النتائج أهمها: أن أغلب البنوك الجزائرية تقدم خدمات مصرفية عبر شبكة الأنترنت، حيث أصبح العمل المصرفي عبر الأنترنت أمرا لا بد منه لمواكبة التطورات التكنولوجية وتلبية حاجات العميل المتغيرة، ومن الملاحظ أن الخدمات المصرفية التي تقدمها البنوك الجزائرية في أغلبها خدمات معلوماتية، أما الخدمات التنفيذية فقد كانت أقل نظرا لحساسية هذا النوع من الخدمات وحاجته، إلى إجراءات تكنولوجية وأمنية محكمة .

وأوصت الدراسة بتشجيع استخدام التكنولوجيا الحديثة، وتطبيق الأنظمة والبرامج المتطورة، وتنويع الخدمات المصرفية المقدمة، والنظر إلى هذا الأمر كله كونه حجر الزاوية لأية عملية تحول باتجاه الصيرفة الإلكترونية، كما يجب أن يعزز

هذا الاستخدام في الإدارات الحكومية من أجل إستكمال البنى التحتية الوطنية للاتصالات، وضمان أمن الشبكات وجودة خدماتها .

-دراسة (فالي نبيلة، 2017) بعنوان إستراتيجيات تأهيل المؤسسات المصرفية الجزائرية – دراسة حالة البنوك الجزائرية أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، جامعة فرحات عباس، سطيف، وهدفت الدراسة إلى معرفة التحديات المختلفة التي تواجه المؤسسات المصرفية الجزائرية في ظل البيئة المصرفية الحالية، وكذا التعرف أكثر على طبيعة ومستوى التقنيات البنكية المتبعة في البنوك الجزائرية .

وتوصلت الدراسة إلى أن البنوك الجزائرية مسيرة نوعا ما للبنوك الأجنبية في الخدمات التي تقدمها، لكن ليس بالتقنيات والجودة المعتمدة في البنوك الأجنبية، كما تملك نوعا ما من المؤهلات الضرورية التي تجعلها في مستوى المؤسسات المصرفية الأجنبية . كما توصلت إلى أن التأهيل الوظيفي يسمح للمؤسسات المصرفية بتحسين جودة الوظائف المقدمة ، وبالتالي تحقيق ميزة تنافسية وزيادة نجاعتها الاقتصادية ، وبالتالي المساهمة في التنمية الاقتصادية والاجتماعية.

- دراسة (حجاج نفيسة، 2017) بعنوان أثر الاستثمار في تكنولوجيا المعلومات والاتصال على الأداء المالي دراسة حالة عينة من المؤسسات البترولية الجزائرية خلال الفترة (2010-2014) أطروحة دكتوراه في علوم التسيير، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، وهدفت الدراسة إلى الوقوف على حجم الاستثمارات في تكنولوجيا المعلومات والاتصال في المؤسسات البترولية ، وكذا معرفة الآثار التي ينجم عنها استثمار المؤسسات البترولية في تكنولوجيا المعلومات والاتصال على أدائها المالي.

وتوصلت الدراسة إلى العديد من النتائج من بينها:

-عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية معنوية بين الاستثمار في تكنولوجيا المعلومات والاتصال ونسب النشاط (معدل دوران الأصول، معدل دوران الأموال الخاصة، معدل دوران المخزونات) وكذا عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية معنوية بين الاستثمار في تكنولوجيا المعلومات والاتصال، ونسب حسابات التسيير (معدل نمو رقم الأعمال، معدل القيمة المضافة، معدل الربح الصافي) .

-دراسة (حمو محمد، 2016) بعنوان التسويق المصرفي الإلكتروني ودوره في دعم القدرات التنافسية للبنوك مع الإشارة إلى حالة الجزائر، أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، جامعة حسيبة بن بوعلي بالشلف، وهدفت الدراسة إلى التعريف بالمفاهيم المتعلقة بالتسويق الإلكتروني ، وأهم توظيفات تكنولوجيا المعلومات في مجال تحديث الوظيفة



التسويقية في البنوك ، كما هدفت إلى دراسة، وتحليل الوضع التنافسي للبنوك التي تعمل في السوق المصرفية في الجزائر وتوصلت الدراسة إلى العديد من النتائج أهمها:

-يوجد إهتمام لدى البنوك لتطوير خدماتها المصرفية وتحسين جودتها وذلك بزيادة الانفاق للحصول على تكنولوجيا الصناعة المصرفية، والاهتمام بتدريب وتأهيل العنصر البشري ليستوعب هذه التطورات في مجال الخدمات المصرفية وأصبح الاهتمام بالتسويق المصرفي الالكتروني للتعرف على رغبات واحتياجات العملاء، والوصول إلى إشباعها في الوقت المناسب والمكان المحدد، كما توصلت أن تبني التسويق المصرفي الالكتروني من طرف البنوك الجزائرية يعتبر إمتداد لسلسلة الإصلاحات التي تبنتها البنوك الجزائرية، بما يتوافق وعصرنتها، حيث تعتبر مشاريع الصيرفة الالكترونية التي تبنتها البنوك الجزائرية الوجه البارز في هذه الإصلاحات.

-دراسة (سحنون خالد، 2016) بعنوان تأثير تكنولوجيا المعلومات على مردودية البنوك -دراسة حالة مقارنة بين البنوك الجزائرية والبنوك الفرنسية جامعة أبو بكر بلقايد -تلمسان -، أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، وهدفت الدراسة إلى عرض واقع إستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال في البنوك الجزائرية والفرنسية، وتقييم أثر تكنولوجيا المعلومات على مردودية البنوك الجزائرية والفرنسية.

وتوصلت الدراسة إلى العديد من النتائج من بينها ما يلي:

-ضعف في حجم الخدمات التي تقدمها البنوك الجزائرية بالإضافة إلى ضعف في حجم ما تملكه من أدوات وتطبيقات تكنولوجيا المعلومات، وكذا غياب الثقافة المصرفية لدى المجتمع الجزائري، ويظهر هذا في ضعف الإقبال على إستخدام وسائل الدفع الالكترونية فما زالت المفاهيم التقليدية لدى الزبائن مترسخة فالمجتمع الجزائري ما زال مجتمعاً تقليدياً بطبعه يميل إلى إستخدام الأوراق النقدية كوسيلة دفع رئيسية .

-دراسة (أسماء دردور، 2016) بعنوان أثر تكنولوجيا المعلومات في ترقية تسويق الخدمات المصرفية والمالية -دراسة حالة مصرف سوسيتي جنرال الجزائر - وكالات قسنطينة، جامعة العربي بن مهدي - أم البواقي -، أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، جامعة العربي بن مهدي - أم البواقي -، وهدفت الدراسة إلى معرفة أثر إستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحقيق الأداء التسويقي داخل الوكالات المصرفية محل الدراسة .

ومن بين النتائج التي توصلت إليها أن تكنولوجيا المعلومات لها دور فعال في تحسين الأداء التسويقي، وزيادة ربحية المؤسسة المصرفية، وتقليل تكاليفها، إضافة إلى وضع خدمات جديدة تزيد من سيولتها وعوائدها .

-دراسة (محرز نور الدين، 2015) بعنوان تأهيل وتفعيل الجهاز المصرفي بالتعاملات النقدية الالكترونية حالة الجهاز المصرفي الجزائري، أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، جامعة أم البواقي، الجزائر، وهدفت الدراسة إلى تبيان واقع

إستخدام تكنولوجيا الاعلام والاتصال في العمل البنكي في الجزائر وتأثيرها على تقديم الخدمات البنكية وتخفيض التكاليف، وتطوير الأعمال المصرفية بما يتلائم مع البنوك المنافسة.

وتوصلت الدراسة إلى العديد من النتائج من بينها: هناك العديد من العوامل المساعدة على نجاح وسائل الدفع الالكترونية خاصة إذا اعتمدت عليه المصارف في الجزائر، ومنها توفير البيئة القانونية، والرفع من مستويات الأمان للحد من مخاطر أدوات الدفع الالكترونية والرفع من وعي الزبائن بضرورة الاعتماد على مثل هذه الخدمات المصرفية الحديثة .

كما توصلت إلى أن الجهاز المصرفي الجزائري إستفاد من التطورات الحاصلة في تكنولوجيا المعلومات والاتصال ولو بشكل نسبي خاصة، وأن إدارة المصارف أصبحت لها قناعة كافية بأهمية التكنولوجيا في تطوير الخدمات المصرفية وتخفيض التكاليف المرتبطة بها، فغالبية البنوك بدأت في تعميم إستعمال التكنولوجيا في تقديم الخدمات المصرفية وأوصت الدراسة بأنه على البنوك الجزائرية تطوير وتعميم إستخدام تكنولوجيا العمل المصرفي، وتوفير البنى التحتية اللازمة لفعالية إستخدام أدوات الدفع الالكتروني.

-دراسة (ميهوب سماح، 2014) بعنوان أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصالات على الأداء التجاري والمالي للمصارف الفرنسية -حالة نشاط البنك عن بعد، جامعة قسنطينة، أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، وهدفت الدراسة إلى التعرف على أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال على الأداء المالي للمصارف، كما هدفت إلى التعرف على واقع المصارف الفرنسية في مجال النشاط المصرفي عن بعد، وخاصة الالكتروني منه .
وتوصلت الدراسة إلى العديد من النتائج من أهمها:

-توصلت فيما يخص أثر استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات على الأداء المالي إلى أنه لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لاستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات بمعنى القنوات المصرفية للاتصال عن بعد وأدوات الدفع الالكترونية على العائد على الأصول .

-المصارف الفرنسية تتبنى تكنولوجيا المعلومات والاتصالات بشكل واسع خاصة تلك المرتبطة بالقنوات المصرفية للاتصال عن بعد (الصيرفة عبر القنوات التقليدية ، الصيرفة عبر الأنترنت، الصيرفة عبر الهاتف النقال، والصيرفة عبر التلفزة الرقمية) وأدوات الدفع الالكترونية (البطاقات المصرفية، النقود الالكترونية، الشيك الالكتروني) .

-دراسة (بركان أمينة، 2014) بعنوان الصيرفة الالكترونية كحتمية لتفعيل أداء الجهاز المصرفي -حالة الجزائر - الدراسة عبارة عن أطروحة دكتوراه في علوم التسيير، جامعة الجزائر 3، الجزائر، وهدفت الدراسة إلى تقديم الطرق الحديثة لتحديث الخدمات المصرفية وجعلها ذات جودة عالية .

كما هدفت إلى إبراز أن الخدمات المصرفية الالكترونية في المصارف ترفع من أداء وفعالية الجهاز المصرفي .
وتوصلت الدراسة إلى العديد من النتائج أهمها ما يلي:

-أسهم التقدم التكنولوجي في تغيير ملامح الخريطة المصرفية الدولية، إذ أدى إلى تحول عدد كبير من المصارف إلى تغيير نمط عملها وتحولها، والتوسع في استخدام التجارة الالكترونية ، وتقديم الخدمات المصرفية المتطورة إلى إحداث تغييرا جذريا في أنماط العمل المصرفي على النحو الذي بات يهدد الشكل التقليدي للصرافة .
وأوصت الدراسة بضرورة توسيع شبكات الموزعات الآلية للنقود ونهائيات الدفع الالكتروني، من أجل الوصول إلى شريحة أكبر من المواطنين، كما أوصت بضرورة توفير الامكانيات الضرورية سواء البشرية والمالية الكفيلة بضمان الصيانة والمراقبة للأجهزة الالكترونية وخاصة الموزعات الآلية للنقود الموزعة عبر التراب الوطني لضمان تقديم خدماتها على مدار أيام الأسبوع وبدون توقف .

-دراسة (تقرورت محمد، 2014) بعنوان: متطلبات تطوير المعاملات المصرفية الالكترونية في الدول العربية بالإشارة إلى حالة الجزائر، أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، جامعة حسيبة بن بوعلي بالشلف، وهدفت الدراسة إلى:

-تشخيص واقع المعاملات المصرفية الالكترونية في الدول العربية بالإشارة إلى حالة الجزائر .
-إبراز أهمية ودور تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في العمل المصرفي، وتطبيقاتها الاقتصادية، وكل ما يتعلق بالمعاملات المصرفية الالكترونية .

-رصد تطبيقات الصيرفة الالكترونية في النظام المصرفي الجزائري، ومعيقات وإستراتيجيات تطوير المعاملات المصرفية الالكترونية في الدول العربية عامة، وفي الجزائر خاصة .

ومن بين النتائج التي توصل إليها الباحث ما يلي:

-يتجاوز العمل المصرفي الالكتروني الوظائف التقليدية، ويهدف إلى تطوير وسائل تقديم الخدمات المصرفية، ورفع كفاءة أدائها بما يتماشى والتقنيات الحديثة .

-من سمات العمل المصرفي الالكتروني الفعالية في العمل، السرعة في الانجاز، وفرة المعلومات عن الزبائن والأسواق والقدرة على تطوير المنتجات الجديدة .

-دراسة (لخضر بن أحمد، 2012) بعنوان متطلبات تطوير وتحيرير الخدمات المصرفية في الجزائر (دراسة الواقع والآفاق) أطروحة دكتوراه في علوم التسيير، جامعة الجزائر 03، وهدفت الدراسة إلى التعرف على طبيعة الدور الاستراتيجي الذي تقوم به المصارف حاليا، أو في المستقبل المنظور بناء إقتصاد قوي ، فضلا عن معرفة الدور الذي

يمكن أن تقوم به المصارف التجارية والمتخصصة سواء كانت محلية أم أجنبية في إنجاح، وتحقيق الأهداف والخطط التنموية المسطرة.

وتوصلت الدراسة إلى أن تطوير الخدمات المصرفية أصبح ضرورة ملحة، وأن هذه الضرورة تنبع من الظروف المتغيرة التي يشهدها العالم الآن، وعلى رأسها المنافسة القوية المتوقعة خلال السنوات القليلة القادمة، من جانب المصارف والهيئات المالية والمصرفية العالمية، التي ستدخل إلى السوق الجزائرية في ظل تطبيق إتفاقية تحرير التجارة في الخدمات المالية التابعة للمنظمة العالمية للتجارة، بالإضافة إلى وجود العديد من محفزات التطوير الأخرى، كالفرص والتهديدات المرتبطة بالتطور الهائل في مجال الاتصالات والمعلومات، وإرتفاع تطلعات الزبائن، حيث صارت جودة الخدمة، وليس ولاء الزبون هي معيار الاختيار بين المصارف بالنسبة للزبائن .

-دراسة (بريش عبد القادر، 2006) بعنوان التحرير المصرفي، ومتطلبات تطوير الخدمات المصرفية وزيادة القدرة التنافسية للمصارف الجزائرية، عالجت الدراسة إبراز التحديات التي تواجه المصارف الجزائرية في ظل التطورات التي أصبحت تميز البيئة المصرفية العالمية، وما هي الآليات التي يمكن إتباعها لمواجهة تلك التحديات، وكيف يمكن تطوير الخدمات المصرفية وزيادة القدرة التنافسية للمصارف الجزائرية وبخاصة بعد إنفتاح الاقتصاد الجزائري على الاقتصاد العالمي، وفي ظل التحرر المالي، وتوصل الباحث إلى أن العولمة الاقتصادية بمختلف أبعادها لعبت دورا بارزا باتجاه المزيد من التحرر وتربط إقتصاديات دول العالم، وأن تبني الجزائر لسياسة التحرير المالي والمصرفي جاء في سياق الاصلاحات الاقتصادية والاصلاحات المصرفية التي تم مباشرتها مع مطلع التسعينات من القرن الماضي، بهدف التحول من نظام الاقتصاد الموجه إلى تبني آليات إقتصاد السوق.

-دراسة (موفق محمد، 2007) بعنوان أثر الاستثمار في أنظمة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات على الأداء وربحية المصارف، أطروحة دكتوراه، الأكاديمية العربية للعلوم المالية والمصرفية، الأردن، حيث قام الباحث بدراسة على 15 مصرف أردني في الفترة 2001-2006، وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج تتمثل في ما يلي:

-وجود تفاوت في دمج تكنولوجيا المعلومات والاتصالات من قبل المصارف الأردنية .
-أظهرت النتائج أن تبني البطاقات المصرفية، الخدمات عبر الأنترنت والهاتف تؤثر إيجابا على العائد على حقوق الملكية، في المقابل كان لها أثرا سلبيا على العائد على الأصول، وأثرا إيجابيا على ربحية الموظف .
ب. نقد الدراسات السابقة:

-أجريت هذه الدراسات خلال الفترة (2000-2020) في بيئات مختلفة بعضها عربية والأخرى في بيئات أجنبية إضافة إلى أن البعض منها أجريت على المؤسسات الاقتصادية، والبعض الآخر على البنوك .

- أظهرت جميع الدراسات العربية والأجنبية إهتماما واسعا بتكنولوجيا المعلومات والاتصال ودورها في منظمات الأعمال، على الرغم من الاختلاف في الموضوعات التي تناولتها الدراسات .
- تلتقي هذه الدراسة مع العديد من الدراسات السابقة حول توضيح مفهوم تكنولوجيا المعلومات والاتصال وبعض المفاهيم المتعلقة بها ومتطلباتها بشكل عام، إلا أنها تلتقي بشكل خاص مع دراسة (ميهوب سماح، 2014) دراسة (أسماء دردور، 2016) ودراسة (حجاج نفيسة، 2017) .
- وتختلف الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة الذكر في النقاط الآتية:
- الملاحظ أن معظم الدراسات العربية حاولت دراسة الأثر بين متغير التكنولوجيا وأحد المتغيرات الأخرى (ربحية البنوك، الأداء المالي للبنوك، أو التنمية المستدامة، أو مردودية البنوك، أو القدرة التنافسية للبنوك) .
- أغلب الدراسات التي سبق ذكرها عاجلت الأثر بين متغير التكنولوجيا والمتغير الثاني بمعزل عن جودة الخدمة المصرفية عن طريق المنهج الاستقرائي بالاعتماد على أداة الاستبيان في الوصول إلى نتائج الدراسة كما أن جميع النماذج التي إستطاع الباحث التعرف عليها لم تختبر ميدانيا، بل تركت الباب مفتوحا لاختبارات ميدانية لاحقة .
- لم تتناول معظم الدراسات السابقة بصفة واضحة ومفصلة تطبيقات الذكاء الاصطناعي والأنظمة الحديثة في البنوك، وكذا أهميتها بالنسبة لجودة الخدمة المصرفية، والبنوك .
- جل الدراسات التي تم التطرق لها لم تتناول العملات الرقمية والمشفرة بأنواعها الخاصة والمستقرة، والصادرة عن البنك المركزي، وكذا النماذج الرائدة لهذه العملات خاصة أنه موضوع حديث الساعة .
- جاءت الدراسة الحالية إستكمالا للدراسات السابقة بحيث أجريت في الفترة 2021، ومحاولة جادة لإبراز تطبيقات نظم الذكاء الاصطناعي والصيرفة الالكترونية في البنوك ومزاياها في تحسين جودة الخدمة المصرفية، وتقييم العلاقة بين إستخدام التكنولوجيا الحديثة، وأبعاد قياس جودة الخدمة المصرفية في بنك التوفير والاحتياط -البنك الخارجي الجزائري -القرض الشعبي الجزائري، والتي ستعالج بالتركيز على الجانب النظري لتكنولوجيا المعلومات والنظم الحديثة التي أفرزتها التكنولوجيا، ألا وهي نظم الذكاء الاصطناعي ومتطلبات تطبيقها وإرسائها في البنوك.
- تطرقت هذه الدراسة إلى الحديث عن العملات الرقمية والمشفرة بمختلف أنواعها الخاصة والمستقرة، والعملات الصادرة عن البنك المركزي، وكذا النماذج الرائدة لهذه العملات، كما تطرقت إلى عرض بعض التجارب الدولية الرائدة في مجال تطبيق الذكاء الاصطناعي والصيرفة الالكترونية في البنوك .
- وفي ذات السياق ستقوم الدراسة الحالية بعرض أهم الخدمات المصرفية الالكترونية للبنوك الجزائرية العمومية والخاصة منها. فضلا عن ذلك أن الدراسة الحالية عاجلت الأثر بين إستخدام التكنولوجيا الحديثة وجودة الخدمة المصرفية باتباع

المنهج التحليلي عن طريق تحليل وتقييم العلاقة بين الخدمات المصرفية الالكترونية الموجودة في البنوك محل الدراسة وأبعاد قياس جودة الخدمة المصرفية الالكترونية الفعالة للوصول إلى نتائج الدراسة .

9. تقسيمات الدراسة:

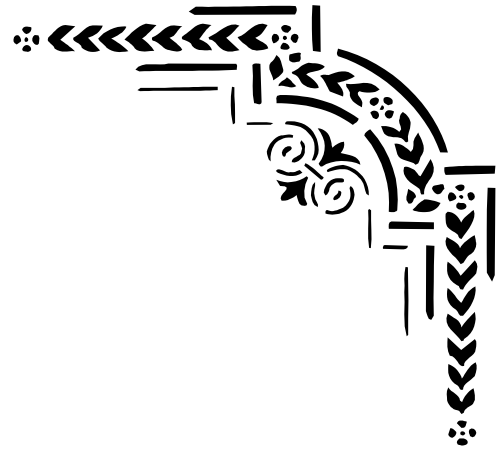
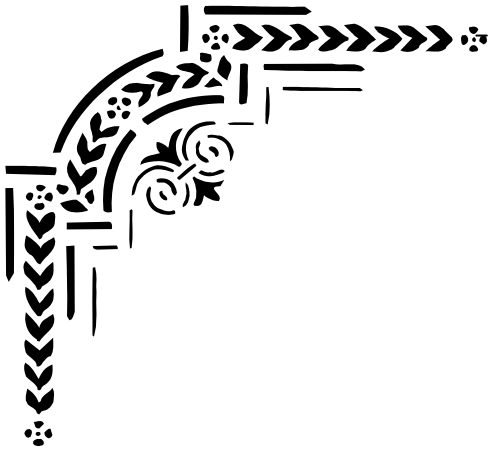
- لمعالجة الاشكالية المطروحة وإختبار صحة الفرضيات المتعلقة بموضوع دراستنا هذه، تم تقسيم هذه الدراسة إلى أربعة فصول متسلسلة، ومتتالية على النحو التالي:

■ **الفصل الأول:** جاء تحت عنوان أسس نظم وتكنولوجيا المعلومات الحديثة، وبدوره ينقسم إلى ثلاثة مباحث المبحث الأول تطرقنا من خلاله إلى ماهية نظم المعلومات، أما المبحث الثاني: أساسيات حول تكنولوجيا المعلومات، والمبحث الثالث يربط بين نظم وتكنولوجيا المعلومات بحيث يعالج النظم الحديثة القائمة على تكنولوجيا المعلومات.

■ **الفصل الثاني:** جاء تحت عنوان تطوير الخدمة المصرفية وسبل تحقيق جودتها، وقسم هذا الفصل كسابقه إلى ثلاثة مباحث رئيسية كالاتي: المبحث الأول: ماهية الخدمة المصرفية ، أما المبحث الثاني فكان بعنوان عصرنة وتطوير الخدمة المصرفية، والمبحث الثالث عالج أساليب تحسين وقياس جودة الخدمة المصرفية.

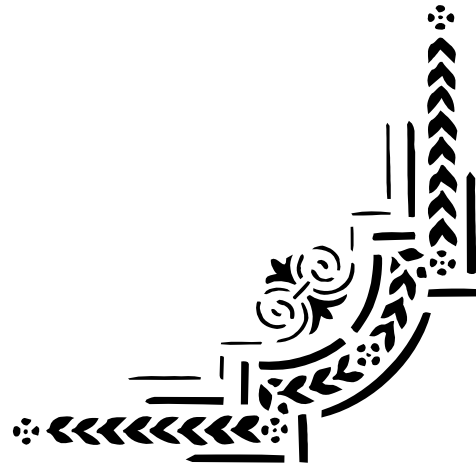
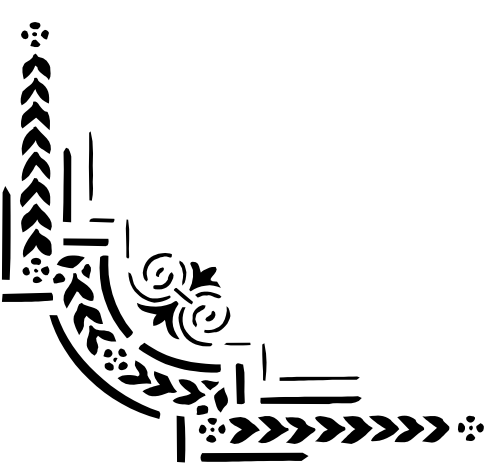
■ **الفصل الثالث:** يعتبر هذا الفصل الجامع بين موضوعي إستخدام تكنولوجيا المعلومات والنظم الحديثة في المصارف وجودة الخدمة المصرفية جاء بعنوان الصيرفة الالكترونية ونظم الذكاء الاصطناعي كآلية لتحسين جودة الخدمة المصرفية، حيث تم تقسيمه إلى أربعة مباحث على النحو الآتي: المبحث الأول يتضمن تطبيقات الصيرفة الالكترونية ونظم الذكاء الاصطناعي في المصارف، أما المبحث الثاني عالج الخدمات المصرفية الالكترونية وتأثيرها على جودة الخدمة المصرفية، والمبحث الثالث يتضمن أهمية تبني الصيرفة الالكترونية والذكاء الاصطناعي في البنوك ومخاطرها.

■ **الفصل الرابع:** لقد توج الفصل التطبيقي الفصول النظرية السابقة بإسقاطها ميدانيا على دراسة عينة من البنوك الجزائرية جاء بعنوان دور تكنولوجيا المعلومات والنظم الحديثة في تحسين جودة الخدمة المصرفية بالبنوك محل الدراسة، وذلك من خلال ثلاثة مباحث رئيسية بحيث تعرضنا في المبحث الأول إلى مؤشرات تكنولوجيا المعلومات والاتصال في الجزائر والخدمات المصرفية الالكترونية في البنوك الجزائرية، أما المبحث الثاني فقد خصص للتعريف بالبنوك محل الدراسة، في حين المبحث الثالث خصص لدراسة تبني الخدمات المصرفية الالكترونية ونظم الذكاء الاصطناعي وتأثيرها على جودة الخدمة المصرفية في البنوك محل الدراسة .



الفصل الأول:

أسس نظم وتكنولوجيا المعلومات الحديثة



تمهيد :

تعتبر المعلومات القاعدة الأساس لأي تقدم حضاري في أي مجتمع، وإن كانت هذه الشعوب تتفاوت في إدراك هذه الحقيقة، فبدون المعلومات لا تستطيع المجتمعات والمنظمات أن تتقدم أو تحافظ على تقدمها .

كما أدت الثورة التقنية الهائلة في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصال إلى نمو وتطور المعرفة عن طريق تطبيق وشيوع أدوات تكنولوجيا المعلومات، ويمثل إمتلاك التكنولوجيا وكفاءة الاستفادة منها تحديا أساسيا للدول النامية بشكل خاص، إذ أن نجاح توظيفها لصالح خططها التنموية لا بد أن يعتمد على معرفة علمية كافية بكيفية إستخدامها بشكل أفضل لدعم إحتياجات متخذي القرار، وواضعي الاستراتيجيات .

ويعد تراجع أسعار نظم تكنولوجيا المعلومات وتكلفة إستخدامها من أهم ما ساهمت به المعرفة العلمية، والجهود البشرية في تسعينات القرن الماضي، إذ أتاحت الفرصة لمعظم المنظمات مهما كان حجمها لتكون قادرة على تحمل تكلفة هذه القوة الحاسوبية لتلبية إحتياجاتها العديدة في مجال نظم المعلومات والاستفادة من التطبيقات المتزايدة لها .

وفي هذا الصدد تم تقسيم هذا الفصل إلى ثلاثة مباحث، نوجزها في ما يلي :

- **المبحث الأول:** ماهية نظم المعلومات.
- **المبحث الثاني:** أساسيات حول تكنولوجيا المعلومات .
- **المبحث الثالث:** النظم الحديثة القائمة على تكنولوجيا المعلومات .

المبحث الأول: ماهية نظم المعلومات .

يستخدم "نظام المعلومات" مع ظهور مدخل النظم كأسلوب معاصر من الأساليب الحديثة التي تساعد في ترشيد العملية الادارية لمواجهة التحديات، في عصر يتسم بالتغيير المستمر، تعد فيه المعلومة موردا أساسيا وميزة تنافسية، لذلك أضحي لمفهوم نظم المعلومات دورا جوهريا وحيويا في الفكر الاداري، والمعلوماتي المعاصر، والذي يجب الإلمام به قبل التطرق إلى تكنولوجيا المعلومات .

المطلب الأول: تعريف نظرية النظم ومبادئها

توجد العديد من الحقول العلمية التي تستخدم مصطلح "نظام" كمصطلح مهم لتوضيح الظواهر التي يجب على الحقل أن يتعامل معها، ولكن معرفة مفاهيم النظام مهمة للتعرف على الجوانب الأساسية للنظام من خصائصه ومكوناته، وأنواعه، وهذا ما سنتطرق إليه في هذا المبحث .

أولا: نظرية النظم العامة General systems theory

إن جذور التفكير النظامي في رؤية الحياة والطبيعة، وفهم ظواهرها في العالم الواقعي يعود بالتأكيد إلى العصور الزمنية القديمة، وبالتالي فان هذه النظرية ليست حديثة أو مبتكرة، والجديد في هذه النظرية هو مضمون وشكل تطبيق النظرية ضمن نسق التفكير العلمي الحديث وتطبيقاته المنهجية في مجالات الادارة والأعمال .

إن الأساس لنظم المعلومات وحقل تكنولوجيا المعلومات بصفة عامة هي "نظرية النظم العامة" لعالم الأحياء الألماني **Von Bertalanfy** الذي قدم لأول مرة هذه النظرية كإطار عام ومنهجية لدراسة وتحليل ظواهر الحياة والطبيعة .

1. تعريف نظرية النظم Systems theory

توجد الأنظمة منذ وجود الكون والانسان، ولكن دراسة النظم بأشكالها كافة كفروع من فروع العلوم، تتخصص باستنباط النظريات، والقوانين الناظمة لمكونات وآليات العمل الناظم لها، فهو منهج حديث .

ولقد ظهرت فكرة النظم في الوقت المعاصر على يد عالم الأحياء الألماني لوديفغ فون بيرتالانفي **Bertalanfy** **Ludwing Vou** عام 1973، وقد أعطاها إسم النظرية العامة للنظم ؛ (حسنة ، 2011، صفحة 07) .

وتعتبر نظرية النظم إحدى أهم النظريات التي جاءت بعد عدة نظريات سابقة، مثل النظرية الكلاسيكية، وجاءت هذه النظرية كردة فعل للنظرية الكلاسيكية، فاهتمت بالفرد وسلوكه في التنظيم، وأنه لا يمكن معالجة الفرد بشكل منعزل ولكن يجب معالجته كعضو في جماعة، وأن سلوك الفرد أو الجماعة في التنظيم الرسمي قد يختلف عن سلوكهم الحقيقي، لذا إهتم أنصار النظرية السلوكية بالتنظيم غير الرسمي، كالصداقات بين أعضاء التنظيم، وأثرها على القيادة وتعالج هذه النظرية أربعة أمور أساسية هي : حوافز الفرد و إيجاباته، والترتيب الرسمي للعمل أو الهيكل التنظيمي، وما

يتبعه من مناصب، والتنظيم غير الرسمي، وبصفة خاصة أنماط العلاقات بين المجموعات وتفاعلها مع بعضها والتكنولوجيا ومتطلباتها الرسمية، ويختلف تطبيق هذه النظرية من مؤسسة لأخرى حسب ظروف كل مؤسسة؛ (قاعود، 2007، صفحة 22).

حيث عرف **Buchley** نظرية النظم العامة من خلال تحليله لمفهوم النظام، فالنظام بالنسبة إليه هو ذلك الكل المكون من أجزاء مترابطة ومتفاعلة مع بعضها البعض الآخر، أما المنهجية التي يمكن من خلالها معرفة الترابط الموجود بين النظم البسيطة والمعقدة، وبين هذه النظم، وكل نظام وأجزائه أو مكوناته، هذه المنهجية العلمية هي نظرية النظم العامة.

وتهدف هذه النظرية إلى؛ (عبد الخالق، 2010، صفحة 24):

- تشجيع تطوير وتنمية مبادئ عامة يمكن تطبيقها على كافة النظم.

- يتصف مفهوم هذه النظرية بالعمومية فهو يمكن تطبيقه على العديد من الظواهر.

- للنظام هدف أو مجموعة أهداف يسعى لتحقيقها.

2. مبادئ نظرية النظم العامة **General systems theory**:

تشكل المبادئ الأساسية للنظرية نسيجاً مشتركاً لنظرية النظم العامة، وتمثل هذه المبادئ في؛ (عبد الخالق، 2010، الصفحات 25-26):

1.1.2 الاتساق Consistency: يتمثل الاتساق بهيكل النظام نفسه، أي بتجانس بنية مكوناته وأجزائه، ويظهر هذا الاتساق بوضوح في ظاهرة تكامل الأهداف المنشودة التي يسعى إلى تحقيقها النظام ضمن إطار البيئة التي يعمل في محيطها.

2.2 الكلية والشمول College and inclusion: إن النظام ككل واحد ليس مجرد مجموع أجزاء، وعناصر، إنه في الواقع نتاج تفاعل الأجزاء والمكونات لكن ضمن إطار شامل يضم المكونات والأجزاء، وينتج منها نظام يقوم على قاعدة التفاعل والتكامل البيئي المتبادل لمكوناته وعناصره، أو أنظمتها الفرعية.

3.2 التكيف Adaptation

إن نظم المعلومات بصفة عامة لا يمكن إلا أن تكون مفتوحة لتبادل التأثير والتأثر مع البيئة الخارجية، أو مغلقة لا ترتبط بعلاقات تفاعل مع البيئة، فهي نظم لا تستطيع أن تتكيف مع المتغيرات البيئية المحيطة بها، لذلك فإن التكيف هو خاصية حيوية للنظم المفتوحة التي تتبادل البيانات والمعلومات مع البيئة الداخلية والخارجية.

4.2. حدود النظام **System limits**: للنظم حدود وهمية، أو إفتراضية، أو تنظيمية، ولكنها غير مادية في معظم الأحيان تفصل النظام عن بيئته، إن كل نظام بما في ذلك نظم المعلومات يعمل ضمن إطار تنظيمي معين، وأن كل ما هو خارج هذا الاطار يمثل بيئة خارجية .

5.2. الوسط البيئي للنظام أو الواجهة البيئية للنظام **The environment of the system or the ecological interface of the system**

يقصد به المجال الافتراضي الموجود بين حدود النظم الرئيسية والفرعية، وهو أيضا الوسط الذي يتم من خلاله نقل أو تحويل المخرجات من نظام إلى آخر، أي تحويل مخرجات نظام معين أو عدد من النظم إلى مدخلات لنظام آخر .
ثانيا: أنواع ومكونات النظام

بعدما تطرقنا إلى نظرية النظم، نقوم بتوضيح مفهوم النظام بشكل عام، كما نتطرق إلى مختلف الخصائص التي يتميز بها النظام، وأهم مكوناته، وصولا إلى أنواع الأنظمة .

1. تعريف النظام **The system**

هناك العديد من التعريفات التي ذكرت في أدب الموضوعات لتوضيح مفهوم النظام، نذكر البعض منها في سبيل توضيح هذا المصطلح:

- يعرف النظام طبقا لمدخل النظم بأنه مجموعة من الأجزاء التي ترتبط ببعضها، ومع البيئة المحيطة، وهذه الأجزاء تعمل كمجموعة واحدة من أجل تحقيق أهداف النظام ؛ (الدراوي و سمير ، 2002 ، صفحة 07).

ويشير هذا التعريف أن النظام يمثل :

- مجموعة من العناصر أو الوحدات .

- مجموعة من العلاقات والروابط ترتبط فيما بينها لتحقيق هدف معين .

وفي ذات السياق عرف النظام بأنه إطار عام متكامل يحقق عدة أهداف، فهو يقوم بتنسيق الموارد اللازمة لتحويل المدخلات إلى مخرجات، وهذه الموارد تتراوح من الموارد البشرية إلى آلات وعناصر الطاقة الانتاجية، وذلك حسب نوع النظام ؛ (درحون ، 2005 ، صفحة 56).

وهذا التعريف وضح لنا كيفية عمل النظام بأنه يقوم باستقبال مدخلات حسب نوع النظام، ويقوم بتحويلها إلى مخرجات عن طريق معالجة هذه المدخلات .

- كما عرف النظام بأنه مجموعة من العناصر المترابطة أو الأجزاء المتفاعلة التي تعمل معا بشكل توافقي لتحقيق بعض الأهداف المرسومة، والغايات المدروسة ؛ (السعيد مبروك ، 2019 ، صفحة 21) .

وأشار هذا التعريف أنه لا بد من أن تكون أجزاء النظام مترابطة ومتفاعلة في ما بينها حتى يتمكن النظام من تحقيق أهدافه بشكل سليم.

نلاحظ أن مجمل التعاريف التي تم التطرق إليها لتوضيح مفهوم النظام أجمعت على أن النظام مجموعة من العناصر المترابطة فيما بينهما، والتي تعمل من أجل تحقيق هدف أو مجموعة من الأهداف المعينة مسبقا .
وتأسيسا على ما سبق ذكره من تعاريف لتوضيح مفهوم النظام، يمكننا تقديم تعريف شامل لمفهوم النظام بأنه مجموعة من الأجزاء ذات علاقة متبادلة مع بعضها، أو مجموعة من العناصر مصممة للوصول إلى هدف معين، ويوجد النظام دائما داخل محيط يمد النظام بالموارد كمدخلات، ويعطي المخرجات، ويتم تصميم النظام للوصول إلى نتائج معينة على سبيل المثال فإن جسم الإنسان يعتبر نظاما لأنه صمم للقيام بأعمال معينة، كالدراسة، العمل، الرياضة، كذلك النظام التصنيعي يقبل المواد الخام كمدخلات، وينتج سلعا مصنعة كمخرجات، الهدف منها إشباع حاجات ورغبات الزبائن .

2. خصائص النظام

يتسم النظام مهما كان نوعه بمجموعة من الخصائص، نذكرها في النقاط التالية؛ (سمير احمد، الادارة الالكترونية، 2009، صفحة 203) :

- النظام يعمل على تحقيق مجموعة من الأهداف، والأغراض يتم تحديدها بوضوح وبالتفصيل مسبقا .
- النظام يستقبل مدخلات من البيئة المحيطة به، ويحولها إلى مخرجات تفيده في تحقيق أهدافه الموضوعية .
- هناك حدود ترسمها، وتحددها مكونات النظام للعمل بداخلها، وما يقع خارج نطاق هذه الحدود فيعد بيئة النظام، وهناك تفاعلات بين النظام، وبيئة النظام تأخذ شكل مدخلات ومخرجات ; (ذيب، 2012، صفحة 25) .
- يتأثر النظام بنوعين من أنواع القيود فهناك قيود داخلية تحدد إمكانية المنشأة، وهناك قيود خارجية تفرض بواسطة البيئة التي يعمل بها النظام، ويقوم النظام بتنفيذ مجموعة من العمليات المنظمة عن طريقها يصحح النظام إتجاهه نحو تحقيق أهدافه .
- توجد علاقة تداخل وتبادل للمعلومات فيما بين النظم المختلفة .
- أن النظام شامل لمجموعة من الأجزاء تتعاون مع بعضها لتحقيق أهداف النظام الكلي، حيث إذا نظرنا إلى النظام فسنجد أنه يحتوي على عدد من الأجزاء المتنوعة .
- تتسم النظم بالبنية الهرمية، حيث من الممكن إعتبار أجزاء النظم نظما صغيرة، وبالتالي تكون النظم أجزاء من نظم أكبر.

وتجدر الإشارة إلى أن توجد العديد من الصفات المهمة لفهم الأنظمة، أولاً أن النظام لا يعمل في فراغ بدلاً من ذلك فإنه يظهر ويعمل في بيئة تحتوي على نظم أخرى، وإذا كان النظام هو جزء من نظام أكبر فهو يسمى نظاماً فرعياً، ويكون النظام الأكبر هو بيئته، كذلك فإن النظام ينفصل عن بيئته والنظم الأخرى بواسطة حدود النظام .

3. مكونات النظام

إن النموذج المبسط لمكونات أي نظام هو أن لكل نظام مدخلات، وعمليات معالجة، ومخرجات، وتختلف النظم بطبيعتها مدخلاتها، وعملياتها، وأنماط، وخصائص مخرجاتها، ونوضح هاته المكونات في النقاط التالية :

1.3. المدخلات Input: هي كل ما يدخل للنظام، ويأتي من مصادر داخلية وخارجية، وبما أن النظام قائم على التفاعل بين عناصره أو مكوناته، إذ لا بد من وجود موارد مالية، أو بشرية، والتي تشكل المادة الخام لهذا التفاعل لذلك فإن هذه الموارد يمكن تسميتها بالمدخلات كونها تشمل نقطة البدء في عملية التفاعل في النظام ليتمكن من تحقيق الهدف المراد من تشكيل هذا النظام ؛ (طه، 2007، صفحة 46).

وتتباين المدخلات بحسب نوع النظام، فمدخلات النظام الانتاجي مواد خام، ومدخلات نظام المعلومات بيانات ومدخلات النظام التعليمي الطلبة، والأساتذة، والاجراءات التعليمية .

2.3. العمليات Processes: وهي كل الأنشطة التي تتولى تحويل المدخلات إلى المخرجات، فهي العمليات الحسائية والمنطقية لمعالجة البيانات، وتحويلها إلى معلومات في نظام المعلومات، والعمليات الإنتاجية لتحويل المواد الأولية إلى سلع في النظام الإنتاجي ؛ (حسن مسلم، 2015، صفحة 147).

3.3. المخرجات Output: هي كل ما ينتج عن النظام كنتيجة أنشطة عمليات المعالجة من معلومات، منتجات، خدمات، ويمكن جعل مفاهيم النظم مفيدة أكثر بإدخال مكونين آخرين هما التغذية العكسية، والسيطرة، والنظام الذي يحتوي على هذين المكونين قد يسمى نظام التحكم والضبط الذي هو نظام مراقبة ذاتية، وتنظيم داخلي .

4.3. التغذية العكسية Feed Back: هي عبارة عن ردود الافعال السلبية أو الايجابية عن مخرجات النظام، ويمكن التأكد من جودة مخرجات النظام من خلال مقارنة المخرجات بمعايير محددة مسبقاً للأداء، ثم تغذية النظام بنتائج هذه المقارنة، أي أن الهدف من عملية التغذية العكسية الحفاظ على مستوى أداء النظام ومعالجة الانحرافات مما يساهم في وصول النظام إلى حالة من التوازن والاستقرار. كما تهدف إلى التحقق من أن النتائج النهائية تتماشى مع الخطط الموضوعة مسبقاً؛ (الصبان و اخرون ، 2000 ، صفحة 18).

5.3. السيطرة The control

هي إحدى وظائف النظام الرئيسية التي تراقب، وتقيم التغذية العكسية لتحديد فيما إذا كان النظام يتحرك لتحقيق هدفه، ويعمل بعد ذلك على إجراء التعديلات الضرورية للمدخلات، والعمليات الخاصة بالنظام لتأكيد إنتاج المخرجات الملائمة .

وينتج النظام الذي يعمل بشكل جيد تغذية عكسية إيجابية، والتي تشير إلى وظيفة السيطرة لإدامة التوجه الحالي للنظام لتحقيق هدفه، أما النظام الذي يكون أداؤه غير مرضي ولا يتجه بتحقيق هدفه فإنه ينتج تغذية عكسية سالبة وفي العالم الذي نعيشه يميل أداء معظم النظم نحو التناقص بمرور الزمن. وتسمى هذه الخاصية "الأنتروبيا "

Entropy وهي ميل النظام نحو فقدان الثبات، وهي حالة الموازنة النسبية، وتعمل وظيفة السيطرة على عكس الأنتروبيا، وإدامة التوازن للنظام من خلال مجموعة أفعال تصحيحية. وهي تراقب التغذية العكسية، وتعمل على تقليل الاختلاف للنظام عن المعايير التي سبق إستحداثها للأداء المقبول ؛ (الصباغ ، 2000، صفحة 15) .

وعلى سبيل المثال: المثال المعروف للرقابة الذاتية، هو الترموستات الذي يدير النظام الحراري الموجود في معظم المنازل والذي يراقب، وينظم نفسه لإدامة درجة حرارة معينة .

المثال الآخر هو الجسم البشري الذي يمكن إعتباره نظاما للتحكم والضبط الذي يراقب، وينظم وظائفه ذاتيا مثل الحرارة، ودقات القلب، والتنفس ؛ (الصباغ ، 2000، صفحة 16).

ونشير إلى أن أي نظام مهما اختلف نوعه سواء نظام معلومات، أو نظام إنتاجي... إلخ، فإنه يتكون من المدخلات والعمليات، والمخرجات، والتغذية العكسية .

ثالثا: أنواع النظم

تتخذ النظم عدة أشكالاً فلا يمكن حصرها جميعاً، ويمكن تصنيفها بحسب عدة معايير، ونذكر البعض من هذه الأنواع في ما يلي:

1. نظم مفتوحة ونظم مغلقة Open systems and closed systems

النظم المفتوحة وهي تلك النظم التي تتفاعل مع البيئة الخارجية، أي هناك علاقة تأثيرية تبادلية بينها، وبين البيئة الخارجية أي يستقبل هذا النوع من النظم مدخلاته من البيئة المحيطة به ثم يعيدها بعد معالجتها إلى هذه البيئة على شكل سلع، أو خدمات، أو معلومات، وتمتاز هذه النظم بانعدام السيطرة الكلية على مدخلاتها، وذلك لغياب عملية الرقابة على المدخلات لذلك تكون المدخلات بعضها معروفة، والبعض الآخر غير معروفة، وتكون هذه النظم

معرضة دائما للاضطراب، وتعيش حالة من عدم التوازن، على سبيل المثال جهاز الحاسوب المرتبط بالإنترنت، والمصنع الذي لا يقوم بفحص المواد الأولية قبل إجراء العمليات التصنيعية؛ (حسن مسلم، 2015، صفحة 149).

أما الأنظمة المغلقة فهي النظم التي لا تتصل بالبيئة الخارجية، وينحصر عملها فيما يوجد بداخلها فقط، أي ليست لها علاقة أخذ وعطاء مع البيئة الخارجية، وهذه النظم وجدت لأغراض الدراسة النظرية فقط .

وفيه لا تحترق التغذية العكسية حدود النظام، ولا يتم التدخل في تشغيل النظام، وبمعنى آخر لا يؤثر في البيئة المحيطة به؛ (الشهريلي، 2008، صفحة 18) .

وخير مثال على ذلك الساعة التي تستمر بالعمل دون تدخل من الانسان، أو من البيئة حتى إنتهاء الطاقة التي تشغيلها البطارية مثلا فتصبح نظاما مفتوحا حين يقوم الانسان بإبدال البطارية ثم تعود لتصبح نظاما مغلقا لفترة من الوقت وهكذا .

2. النظام اليدوي والنظام الآلي Manual system and automated system

النظام اليدوي هو النظام الذي يتم فيه معالجة المدخلات، وتشغيل النظام من أجل إنتاج المخرجات بشكل يدوي وبمعنى آخر هو النظام الذي بمقتضاه يتم تسجيل، وتبويب، وتحليل مدخلاته بهدف إنتاج تقارير، وكشوفات وملخصات عن طريق العمل اليدوي .

أما النظام الآلي فهو النظام الذي يتم فيه إجراء عمليات التحويل إلكترونيا أو آليا، عن طريق الاعتماد على مجموعة برامج ذات تكنولوجيا عالية صممت خصيصا لخدمة ذلك النظام؛ (الشهريلي، 2008، صفحة 18) .

3. النظم المفاهيمية والنظم المادية Conceptual systems and physical systems

النظم المفاهيمية تتكون أجزائها من مفاهيم مجردة تهدف إلى تفسير الظواهر التي تحيط بعالمنا سواء كانت تلك الظواهر طبيعية أو إجتماعية، وتعد النظريات خير مثال على ذلك النوع من النظم، فعلى سبيل المثال النظرية النسبية لأينشتاين لتفسير ظاهرة إنتشار الضوء في الأثير؛ (الشهريلي، 2008، صفحة 18).

أما النظم المادية فهي نظم ملموسة لها مكونات من أشياء أو أفراد، أو خليط منهما، وعادة ما تكون النظم المادية مبنية على نظم مفاهيمية، فمثلا ظهور القنبلة الذرية إلى حيز الوجود إعتد على نسبة الكتلة التي قدمتها النظرية بالنسبة لأينشتاين .

4. النظم الطبيعية والنظم الاصطناعية Natural systems and artificial systems

تعرف النظم الطبيعية بأنها تلك النظم التي أوجدها الخالق عز وجل، وبالتالي لم يتدخل الانسان في نشأتها، أو تحديد القوانين التي تنظم عمل أجزائها، مثال ذلك الانسان، والنبات، والمجموعة الشمسية .

أما النظم الاصطناعية فهي تلك النظم التي قام الإنسان بصنعها لخدمة المجتمع، وتعد النظم الاجتماعية، والسياسية الاقتصادية، والصناعية، وغيرها مثال لتلك النظم الاصطناعية؛ (مشري ، 2017، صفحة 08).

5. النظم الاجتماعية والنظم الفنية Social and technical systems

يشير مفهوم النظم الاجتماعية إلى مجموعة ثابتة نسبيا من العلاقات المتبادلة بين الأجزاء المكونة للنظام، سواء كانت أشخاصا أو جماعات .

أما النظم الفنية فيقصد بها النظم التي تعمل بدون تدخل من العنصر البشري سواء من حيث توفير المدخلات أو الأنظمة، أو عمليات الضبط، والصيانة للنظام ؛ (سلطان ، 2000، صفحة 37).

المطلب الثاني: ماهية البيانات والمعلومات

أصبحت المعلومات والبيانات ذات علاقة وطيدة باتخاذ القرارات موضع النظر، وموردا جوهريا للمنشآت في العصر الحالي، فلكي تحافظ المنشآت على بقائها، يلزم أن تجمع، وتنتقي، وتخزن، وتستخدم كما هائلا من البيانات والمعلومات، وبما أن إتخاذ القرارات هو صلب العملية الادارية التي تختص بمواجهة المشكلات، فإن إستخدام المعلومات في إتخاذ القرارات يعد من أهم الاغراض التي تحتفظ المنشآت بالبيانات من أجله .

أولا: تعريف البيانات وأنواعها

للبيانات علاقة وطيدة بالمعلومات، فالمعلومة هي حاصل معالجة البيانات، سنتطرق في هذا الفرع إلى مفهوم البيانات وأنواعها، كما نحاول إبراز العلاقة بين البيانات والمعلومات .

1. تعريف البيانات Data

تعددت تعريف الباحثين حول مفهوم البيانات، نذكر البعض منها في سبيل توضيح هذا المفهوم :
-عرفت البيانات بأنها المادة الخام للمعلومات، والتي تكون عادة مبهمة وغير مفهومة للجنس البشري، حيث أنها تمثل أحداث وقعت في الشركة، ولم يتم تنظيمها، وترتيبها بالشكل المناسب ؛ (طيبي ، 2010، صفحة 20).
وهذا التعريف قدم وصفا للبيانات بأنها مبهمة وغير مفهومة للجنس، وأنها تمثل أحداثا وقعت في الشركة لكنها غير منظمة ومرتبة.

وفي ذات السياق عرفت أيضا بأنها المادة الخام التي يتم إدخالها إلى نظام المعلومات لمعالجتها بغرض إنتاج معلومات (الجاموسي ، 2013، صفحة 41) .

وهذا التعريف أشار إلى الغرض من إدخال البيانات إلى نظام المعلومات، وهو إنتاج معلومات .

- كما عرفت على أنها المادة الأولية التي نستخلص منها المعلومات (ثعلب ، 2011، صفحة 38).

فاليانات حقائق مجردة ليست ذات دلالة، ولا يمكن الاستفادة منها إلا بعد مرورها بعملية المعالجة. مثال: الأسماء الكميات، عدد الدنانير المسجلة في قائمة البيع تمثل بيانات حول عملية بيع معينة. ولكن قد لا يقبل مدير المبيعات كل هذه على أنها معلومات، إلا بعد أن تنظم بصورة معقولة، وترتب بشكل يوضح طبيعة المبيعات. مثلا تحديد قيمة المبيعات بحسب المنتج، والنوع، ومنطقة المبيعات، وإسم البائع؛ (الصباغ ، 2000، صفحة 19).

وهي تعني باتفاقية غالبية الباحثين مجموعة من المشاهدات، والحقائق الموضوعية غير المترابطة يتم إبرازها وتقديمها دون أحكام أولية مسبقة، وتأخذ أشكلا مختلفة منها قيما، ورموز، وأرقام، وكلمات، وغير ذلك . ولا يستفاد منها في شكلها الحالي إلا بعد معالجتها، وتطويرها من خلال عمليات معينة تحولها إلى معلومات، ولذلك تعد الأساس الذي يبنى عليه التراكم العلمي، والمعرفي، ولليانات وصف خاص يحددها وهو؛(البرزنجي و جمعة ، 2016، الصفحات 13-14):

■ أن البيانات تمثل أحداث حالية مشاهدة، أو موثقة تاريخيا، فهي حقائق ككميات الإنتاج، وحجم المبيعات، وسجلات الموظفين .

■ إذا كانت البيانات تصف أمورا مستقبلية فهي قيم تنبؤية أو توقعات، يمكن الوصول إليها من خلال الأساليب، والتحليلات الإحصائية، أو من خلال أساليب التنبؤ.

2. أنواع البيانات

هناك العديد من أنواع البيانات، ويمكن تقسيم البيانات اللازمة لتوفير المعلومات إلى؛ (عطية ، 2000، صفحة 12):

1.2. البيانات الأولية Primary data

هي البيانات التي تجمع خصيصا لغرض إتخاذ القرار، والتي غالبا ما تستهلك وقتا طويلا وجهودا بشرية كبيرة وتكاليف باهظة للحصول عليها، إلى جانب عدم قابليتها للتعميم، وبالتالي فهي محدودة الفائدة، ومقصورة على الغرض الذي جمعت من أجله فقط .

وتتميز البيانات الأولية عن غيرها من الأنواع الأخرى بأنها تتصل بالمشكلة مباشرة، مما يوفر على متخذ القرار الوقت والجهد ويطمئنه إلى مصادرها، والثقة فيها نتيجة ثقته فيمن يكلفهم بتجميعها، وتوصيلها، وتستخدم هذه البيانات لأغراض متعددة مثل: التخطيط، التقييم، الرقابة .

2.2. البيانات الكمية Quantitative data: وهي بيانات رياضية وإحصائية تبرز علاقات محددة بين عدد من

العوامل، أو المتغيرات، وتتميز بالدقة والثقة .

3.2. البيانات النوعية **Qualitative data** وهي تتضمن أحكاما، أو تقديرات غير محددة بأرقام، ولذا فهي أقل دقة وثقة من سابقتها لأنها تتضمن التحيز، ونقص الموضوعية .

4.2. آراء الخبراء والمستشارين: وتتضمن الاقتراحات، والتوصيات، والاستشارات التي يقدمها هؤلاء لمتخذ القرار حول إيجاد حلول للمشكلة محل القرار، والتي تساهم إلى حد بعيد في إلقاء المزيد من الضوء على المشكلة من خلال تحديد الحقائق المتعلقة بها وربطها ببعضها، وبيان ضرورتها تمهيدا للوصول إلى البديل الذي يحقق الهدف. كما تتضمن البيانات في نظم المعلومات خمسة أنواع رئيسية؛ (النجار ، 2010، صفحة 50):

-بيانات رقمية أو هجائية .

-بيانات نصية .

-بيانات صوتية .

-بيانات صورية .

-بيانات فيديوية .

5.2. البيانات الضخمة (البيانات الكبيرة) **Big Data**: ظهرت البيانات الكبيرة في الأصل كمصطلح لوصف مجموعة البيانات الضخمة التي لا يمكن الحصول عليها، تخزينها، أو إدارتها، أو تحليلها باستخدام قواعد البيانات التقليدية، ومع ذلك فقد تم التوسع في تعريفها بشكل ملحوظ على مر السنين، فالبيانات الكبيرة لا تشير فقط إلى البيانات نفسها (كبيرة) ولكن أيضا تعبر عن مجموعة من التقنيات تؤدي عدة وظائف، وكذلك مجموعات متنوعة من البيانات تعمل على حل المشكلات المعقدة، وبالتالي تجعل من هذه المشكلات أكثر قيمة من الناحية الاقتصادية ؛ (يخلف و حسيني، 2020، صفحة 67).

نلاحظ أن هذا التعريف ركز من الناحية الاقتصادية على ضرورة وجود قاعدة بيانات حديثة تعمل على جمع وتخزين وتحليل مجموعة البيانات من مختلف مجموعات المصادر، والتي من خلالها يمكن تسمية هذه البيانات بالبيانات الكبيرة الهدف منها خلق قيمة اقتصادية .

كما يمكن تعريف البيانات الكبيرة على أساس أنها " كميات كبيرة من البيانات المتنوعة التي يتم توليدها (إنشاؤها) وإلتقاطها، ومعالجتها بسرعة عالية، وعلى هذا النحو من الصعب معالجة هذه البيانات باستخدام التقنيات الموجودة (الحالية) بل من خلال اعتماد تقنيات تحليلات متقدمة، ويمكن للشركات إستخدام البيانات الكبيرة لتطوير الابتكار من وجهة نظر المنتجات والخدمات ؛ (يخلف و حسيني، 2020، صفحة 67).

يضيف هذا التعريف للتعريف السابق أن البيانات الكبيرة تتمتع بالسرعة العالية، من حيث جمعها وتخزينها، وتحليلها حيث يعتبر عامل السرعة أمر مهم وضروري لإحداث البيانات الكبيرة .

وفي نفس السياق جاء في تعريف آخر أنه يطلق على جمع الكميات الكبيرة من البيانات "بالبيانات الكبيرة" والذي يشار إليها عادة باسم مجموعة كبيرة من مجموعات البيانات التي يتجاوز حجمها قدرة أدوات برامج وقواعد البيانات التقليدية للتجميع، والتخزين، والإدارة، والتحليل ؛ (يخلف و حسيني، 2020، صفحة 67) .

وأشار هذا التعريف إلى أنه لا يمكن أن تأخذ البيانات الكبيرة هذه التسمية إلا إذا فاق حجمها قدرة تقنيات قاعدة البيانات التقليدية أين تصبح الحداثة أمرا مهما كذلك .

ويمكن إستنتاج تعريف للبيانات الضخمة مفاده أن هذه الأخيرة تعبر عن المجموعات ذات الحجم الكبير من البيانات التي تم الحصول عليها من أجزاء مختلفة من بيانات أخرى لمجموعات متنوعة من مصادر أخرى، والتي أصبح من الممكن الحصول عليها، تخزينها، وتحليلها باستخدام قواعد البيانات الحديثة، وهذا من أجل التأثير على مختلف قرارات مستخدميها، وإحداث تغيير إيجابي .

ثانيا: ماهية المعلومات

سنتطرق في هذا الفرع إلى التعريف بمصطلح المعلومات، وخصائص المعلومة المفيدة، مروراً بذكر أنواع المعلومات، وأهمية المعلومات بالنسبة للمنظمة والمجتمع، وصولاً إلى أوجه الاختلاف بين البيانات والمعلومات .

1. تعريف المعلومات The information

تعددت التعاريف التي قدمت حول مفهوم المعلومات، وذلك بتعدد آراء ووجهات نظر الباحثين :

-تعرف المعلومات على " أنها البيانات ذات الدلالة، والفائدة التي يمكن إيصالها للمستلم من أجل إتخاذ القرار " (Burch & Gvanditiski, 1986, p. 03).

-كما تم تعريفها من طرف **Lucas** على أنها :بعض الوحدات الملموسة وغير الملموسة التي يتم إستعمالها من أجل التخفيض من درجة عدم التأكد في مستقبل الأحداث ؛ (Valjevic & all, 2012, p. 184) .

-ويعرف **Daft** المعلومات بأنها بيانات تمت معالجتها وتحويلها إلى معلومات مفيدة ذات معنى تكون سهلة الاستخدام لاتخاذ القرارات الاستراتيجية؛ (دحاك و قارة رابع ، 2017 ، صفحة 86).

وبتعبير **K.popper** تدرج في العالم رقم 1 الذي يصنف فيه المواضيع والحالات المادية؛ (Kerad, 2012, p. 31).

وتأسيا على ما سبق ذكره من تعاريف حول المعلومات نستنتج أن المعلومات عبارة عن بيانات منظمة ومصنفة بالشكل الذي يسمح باستخدامها والاستفادة منها في عملية إتخاذ القرار، وهذا بعد تحويلها إلى معلومات .

كما أن هناك بعض الاستخدامات الممكنة للمعلومات، نذكر منها ما يلي؛ (Chatal & Pretel, 2006, p. 132) :

-المعلومة هي أداة من أدوات دعم وتنسيق عمليات التسيير والادارة .

-المعلومة هي ناقل للمعرفة من الأفراد .

-المعلومة هي أداة إتصال في المؤسسة .

-المعلومات هي أداة إتصال مع البيئة المحيطة .

2. خصائص المعلومات **The information**

المعلومات وحتى تكون معلومات مفيدة يجب أن تتوفر فيها بعض الخصائص والصفات المميزة لها، نناقشها فيما يلي :

1.2.1. الملاءمة: **Appropriateness**

أن تكون المعلومات ملائمة لحاجات صناعات القرارات، وتمتلك خاصية الملائمة عندما تؤثر على القرارات الاقتصادية للمستخدمين لمساعدتهم في تقييم الأحداث الماضية، والحاضرة، والمستقبلية، أو تأكيد تقييماتهم الماضية أو تصحيحها أي بمعنى آخر قدرة المعلومة على إحداث تغيير في إتجاه قرار مستخدم معين؛(هباش و مناع ريمة، 2018، صفحة 630) .

2.2. التوقيت الملائم **The right time** : أن تكون المعلومات متاحة في الوقت الملائم حين الحاجة إليها فعلا

في إتخاذ قرار معين، وألا تكون المعلومات متقدمة حين إستلامها، أوحين الرغبة في إستخدامها، أي التمكن من توفير المعلومات بسرعة كافية؛(زياد ، 2017، صفحة 311) .

3.2. الوضوح **Clarity**: ويعني الوضوح أن تكون المعلومات مستقلة فيما بينها دون تعارض أو تناقض، ويكون

عرضها بالشكل المناسب للمستخدم، بحيث يستطيع قراءتها دون غموض ؛ (الحيت ، 2015، صفحة 117) .
بمعنى أن تكون المعلومات واضحة ومفهومة لمستخدميها، فلا يجب أن تتضمن المعلومات أي ألفاظ أو رموز أو مصطلحات، أو تغيرات رياضية، ومعدلات غير معروفة، ولا يستطيع مستخدم هذه المعلومات أن يفهمها فالمعلومات الغامضة غير المفهومة لن تكون لها أي قيمة حتى ولو كانت ملائمة، وتم تقديمها في الوقت المناسب لمتخذ القرار .

4.2. الصحة والدقة **Health and accuracy**: يقصد بالمعلومات الصحيحة أن تكون معلومات حقيقية عن

الشيء الذي تعبر عنه، ودقيقة بمعنى عدم وجود أخطاء أثناء إنتاج، وتجميع، والتقرير عن هذه المعلومات .
وتعبر الدقة عن نسبة المعلومات الصحيحة إلى الكمية الاجمالية من المعلومات التي يتم إنتاجها من خلال فترة محددة من الزمن؛ (برهان و غازي ، 2015، صفحة 35) .

5.2. الصلة **Relevancy** : وتعني تقديم المعلومات ذات صلة وثيقة بالحالة التي تجرى معالجتها؛ (المهيرات، 2012، صفحة 112).

6.2. الشمولية **Inclusivity** : ويقصد بها قدرة المعلومات على إعطاء صورة كاملة عن المشكلة، أو عن الحقائق الظاهرة لموضوع الدراسة، مع تقديم بدائل للحلول المختلفة لها، حتى يتمكن متخذ القرار من وظائفه المختلفة، وعلى متخذ القرار أن يقدر كمية من التفاصيل اللازمة للمشكلة حتى يتجنب الوقوع في بحر من المعلومات؛ (حليمي، حفصي، و بن عياد، 2020، صفحة 198).

7.2. القبول **Admissions**: بمعنى أن تقدم المعلومات في الصورة، وبالوسيلة التي يقبلها مستخدم هذه المعلومات من حيث الشكل ومن حيث المضمون، فمن حيث الشكل يمكن أن تكون في شكل تقرير مكتوب بلغة سهلة وواضحة ومفهومة، أو في شكل جداول، أو إحصائيات، أو رسومات بيانية، وما إلى ذلك، أما من حيث المضمون فيتعلق بدرجة التفاصيل المطلوبة، فلا تكون مقتصرة بأكثر من اللازم مما قد يفقدها معناها، وبالتالي عدم قدرته على التركيز للحصول على المعلومة المطلوبة .

8.2. قابلية التحقيق **Investigability**: أي القدرة على الوصول إلى نفس النتائج من قبل أكثر من شخص إذا استخدموا نفس أساليب القياس؛ (الجازوري و الجنابي، 2009، صفحة 15).

9.2. الأهمية النسبية والإفصاح العام الأمثل **Materiality and optimum public disclosure**

يسهم الإفصاح الأمثل في الزيادة في منفعة المعلومات المالية، ومن ثم فإن القوائم المالية يجب أن تكشف عن كافة المعلومات الملائمة، وإضفاء الشرح الأمثل على البيانات والمعلومات التي تحويها، والتي تجعلها غير مضملة للمستفيدين الخارجيين؛ (زيباد محمد، 2017، صفحة 311).

إذن إذا توافرت هذه الخصائص في معلومة مهما كان نوعها فهي معلومة مفيدة، ذات قيمة ومصداقية تساعد متخذ القرار في إتخاذ القرار المناسب والأمثل .

3. أنواع المعلومات

إن متطلبات المعلومات متنوعة ومتعددة داخل المنشأة، وقد تختلف من منشأة لأخرى، ومن مستوى لآخر، ومن ثم يصعب وجود تصنيف واحد محدد للمعلومات تغطي الأغراض المختلفة، وتكون مناسبة لجميع المواقف، وسنذكر بعض التصنيفات المستخدمة لتقسيم المعلومات داخل المنشأة، وهي؛ (مجدي، 2008، صفحة 49).

1.3. معلومات إستراتيجية **Strategic information** : تنطوي على درجة عالية من التأكد، ويستخدم هذا

النوع من المعلومات في التخطيط الاستراتيجي، وضع سياسات طويلة الأجل التي هي من مسؤوليات الإدارة العليا .

2.3. معلومات إدارية Management information: تتعلق بقرارات الإدارة الوسطى المسؤولة عن التحليل ومتابعة السياسات، كالمعلومات التحليلية عن جداول الانتاج، أو عن مخصصات الميزانية .

3.3. معلومات تشغيلية Operational information: معلومات يومية قصيرة الأجل ترتبط بالأعمال التنفيذية وتستخدم من قبل الإدارة الدنيا (الإشرافية) ومن أمثلتها: المعلومات المتعلقة بغياب العاملين، وساعات العمل؛ (الهادي ، 1993، صفحة 51) .

4. أهمية المعلومات

إن مساهمة المعلومات في كافة أعمال وأنشطة المؤسسة تعتمد على جودة هذه المعلومات، ويمكن القول أن المعلومات هي أساس أي قرار يتخذه كل مسؤول في موقعه، وتعتمد عليها دقة القرار وصحته، كما أنها تحتل ركنا مهما في البناء الإداري المعاصر، لأنها أداة الربط الأساسية بين أجزاء التنظيم، وكذلك فإن المعلومات تعتبر موردا إستثماريا أساسيا يمكن توفيره، وتخزينه، والاستفادة منه، كما أن المعلومات ينبوع تتزايد ولا تتناقص، فالإنسان يستفيد منها، ويضيف إليها، كما أنها وسيلة رئيسية في التخطيط، والتنسيق والمتابعة، وتتوقف نوعية القرارات على نوعية المعلومات المتصلة بالمشكلة المطروحة، وعلى مدى صلاحية هذه المعلومات ؛ (مندورة و درويش ، 1994، صفحة 35) .

5. أوجه الفرق بين البيانات والمعلومات

وكنتيجة للتقارب بين المصطلحين كثيرا ما يتم الخلط بين البيانات والمعلومات، رغم الاختلاف في معنى ومفهوم كل منهما :

-حسب الوكالة الفرنسية للتقييس فإن البيانات هي كل حادث مفهوم، أو تعليمة تقدم في شكل متفق عليه، قابلة للتبادل عن طريق البشر، أو بوسائل أتوماتيكية ؛ (دياب ، 1995، صفحة 23).
تتكون البيانات من قالب يحدد طبيعة المعلومة، وقيمة المعلومة التي تمثل المحتوى .
مثل سن = 0 ، إسم = علي .

يمثل كل من السن والاسم القالب، و 10 وعلي القيمتين .

فالبيانات هي حقائق تم تسجيلها بشأن أحداث معينة تمت، أوستتم مستقبلا، هذه الحقائق قد تكون مستقلة وغير مرتبطة ببعضها، وغير محددة العدد، وهي تمثل المدخلات وليس لها أثر واضح في إتخاذ القرارات .

أما المعلومات فهي مجموعة بيانات التي جمعت، أو أعدت بطريقة ما جعلتها قابلة للاستخدام (مفيدة) بالنسبة لمستخدمها، وهي تمثل المخرجات، ولها تأثير في إتخاذ القرارات المختلفة ؛ (دياب ، 1995، صفحة 24).

ولابد من التأكيد بأن ما يعد معلومات لشخص معين قد يعتبره شخص آخر بيانات لا يمكن الاستفادة منها ويستخدم للتمييز بين البيانات والمعلومات معيارين أولهما درجة الاستفادة، والثاني المعالجة أي أن البيانات إذا تم

الفصل الأول: أسس نظم وتكنولوجيا المعلومات الحديثة

إجراء المعالجة عليها، وحققت الفائدة لمتخذ القرار تعتبر معلومات، أما إذا فقدت أحد هذين المعيارين فتعتبر بيانات على سبيل المثال عدد الطلاب الموجودين في القاعة المدرسية يمكن إعتبره معلومات، وأعداد الطلاب تعتبر بيانات أما عن العلاقة بينهما فالبيانات تعتبر المادة الخام للحصول على المعلومات ؛ (حسن مسلم، 2015، صفحة 152) .

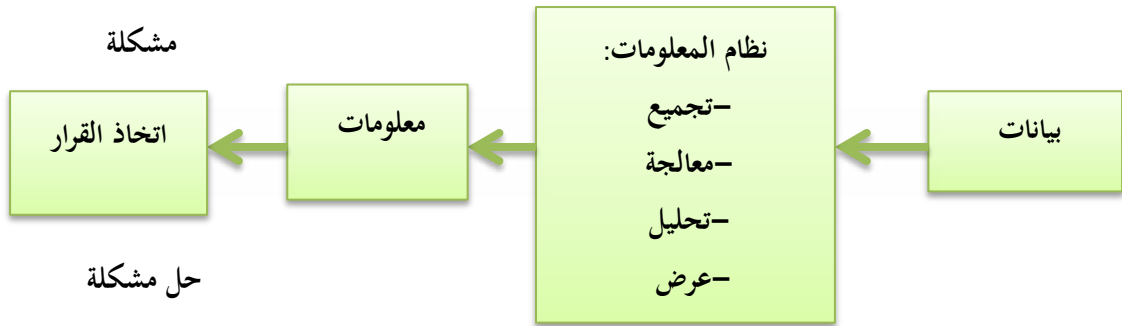
وللتوضيح أكثر يمكن التمييز بين البيانات والمعلومات من خلال:

-الإضافة المعرفية: إذا أدت البيانات إلى إضافة معرفة لدى الشخص المتلقي تحولت إلى معلومات .

-الارتباط: أي إرتباط البيانات بمشكلة معينة أو حدث معين يراد منه اتخاذ قرار بشأنه من قبل الشخص المستفيد للتحول إلى معلومات فهي إما أن تكون متعلقة باتخاذ قرار سليم، أو التأكد على قرار سابق بأنه سليم أو تغييره أو تعديله ؛ (قاسم م.، 2009، صفحة 12).

ويمكن التعبير عن العلاقة بين البيانات والمعلومات كما في الشكل التالي :

الشكل رقم (1-1): العلاقة بين البيانات والمعلومات



المصدر: عطية أحمد هاشم (2000)،مدخل الى نظم المعلومات المحاسبية،الدار الجامعية للنشر والتوزيع،مصر ص 10 .

ومن الشكل يتضح لنا أن المعلومات هي بيانات تم تجميعها، ومعالجته، وتحويلها إلى معلومات مفيدة تساعد الفرد أو المؤسسة في عملية إتخاذ القرار بشأن مشكلة ما .

كما يمكن أن نستنتج ما يلي؛ (دياب ، 1995 ، صفحة 24) :

-المعلومات هي المنتج النهائي لنظم المعلومات الموجودة في المؤسسة .

-المعلومات تستخدم في تأكيد وتصحيح معلومات سابقة، أو في إضافة حقائق أو أفكار جديدة لمستقبل

أو مستخدم المعلومات .

-المعلومات لها قيمة عند إتخاذ القرارات، حيث أنها تغير من الاحتمالات الخاصة بالنتائج المتوقعة في الموقف الذي يتخذ فيه القرار .

- للمعلومات تكلفة عند إنتاجها، كما أن لها عائد هند استخدامها .
- الوظيفة أو الهدف النهائي للمعلومات هو زيادة المعرفة، أو تخفيض حالة عدم التأكد لدى مستخدمي هذه المعلومات مما يساعدهم في إتخاذ القرارات .
ونخلص إلى أن المعلومات بيانات يتم تشغيلها بطريقة معينة تؤدي إلى الحصول على نتائج ذات معنى مفيد لمستخدميها.

المطلب الثالث: ماهية نظام المعلومات

تشهد بيئة الأعمال اليوم تطورا سريعا في مختلف المجالات، حيث أصبحت المعلومات في ظل هذا التطور بشكل عنصرا مهما وموردا إستراتيجيا، ولمواكبة هذا التطور يجب على أي منظمة أن يتوافر لديها نظاما للمعلومات .
إذ تشير العديد من الدراسات، والأبحاث إلى الاتجاه المتزايد للمنظمات لاعتماد نظم معلومات للاستفادة منها في معالجة الكم الهائل من البيانات، وكذا إتخاذ القرارات الصحيحة إنطلاقا ما توفره من معلومات ملائمة من حيث الدقة والتوقيت، والحداثة .

أولا: نظام المعلومات وخصائصه

بعدما تطرقنا إلى ماهية المعلومات، وكذا البيانات، من الضروري التطرق إلى نظام المعلومات فهو النظام الذي يقوم بمعالجة تلك البيانات بمساعدة مجموعة من العناصر لتحويلها إلى معلومات مفيدة في عملية إتخاذ القرار .
وعليه سنتطرق في هذا الفرع إلى التعريف بنظام المعلومات، وإبراز أهم مكوناته وعناصره ووصولنا إلى الأهداف المتبتغاة من تطبيق هذا النظام في المنظمة .

1. تعريف نظام المعلومات Information system

تعددت التعاريف، وتباينت الآراء حول مفهوم نظام المعلومات، نورد البعض من هذه التعاريف في سبيل توضيح هذا المفهوم :

- يعرف نظام المعلومات بأنه مجموعة من المكونات التي تستقبل، وتعالج، وتخزن، وتسترجع المعلومات اللازمة لتنفيذ

العمليات الادارية؛ (Satzinger & Robert , 2003, p. 06)

وهذا التعريف أشار إلى وظيفة نظام المعلومات بأنه مجموعة من المكونات التي تستقبل وتعالج وتخزن، وتسترجع المعلومات اللازمة لتنفيذ العمليات الادارية .

- كما يعرف على أنه مجموعة من الأفراد والبيانات، والإجراءات التي تعمل على إنجاز هدف مشترك، وهو توفير المعلومات الإدارية ؛ (الوافي ، 2012، صفحة 23). وهذا التعريف أشار إلى هدف نظام المعلومات الذي يتمثل في توفير المعلومات الإدارية .

وفي ذات السياق عرف نظام المعلومات بأنه مجموعة من العناصر البشرية، والآلية اللازمة لجمع، وتحليل و تخزين وتشغيل البيانات بهدف تحويلها إلى معلومات تساعد في إتخاذ القرارات بالدقة والسرعة العاليتين؛ (الزهري ، 2004، صفحة 151).

وهذا التعريف أشار إلى مختلف الموارد التي يحتاجها نظام المعلومات لتحويل البيانات إلى معلومات، كما أشار إلى الغرض والهدف من تحويل هذه البيانات، وهو توفير معلومات تساعد في إتخاذ القرارات بالدقة والسرعة العاليتين. وفي تعريف آخر عرف نظام المعلومات بأنه مجموعة من المكونات المترابطة والمتفاعلة معاً، والتي يتم من خلالها تجميع أو إسترجاع، وتشغيل وتخزين، توزيع المعلومات بغرض دعم عمليات صنع القرارات، وتحقيق الرقابة في المنظمة (Kenneth & jane, 2010, p. 08) .

وهذا التعريف أشار إلى الغرض من وجود نظام المعلومات، وهو دعم عملية إتخاذ القرار، وأيضاً تحقيق الرقابة في المنظمة .

نلاحظ أن مجمل التعاريف أجمعت على أن نظام المعلومات هو مزيج من العناصر البشرية، والمادية، والبرمجية التي تعمل معاً على جمع، ومعالجة، وتحويل البيانات إلى معلومات، والتي تعتمد عليها المنظمة في إتخاذ القرارات، وتحقيق الرقابة، في وقت مناسب، وبتكلفة أقل .

2. خصائص نظام المعلومات

تتميز نظم المعلومات بمجموعة من الخصائص التي تميزها عن باقي الأنظمة، ويمكن ذكر هذه الخصائص في الآتي (عبد العزيز السيد و اخرون ، 2019، الصفحات 14-15):

- إن مفهوم نظم المعلومات يتعلق بكيفية التعامل مع البيانات من حيث إمكانية الحصول عليها من مصادرها المختلفة (الداخلية والخارجية) وحفظها ونقلها، وإسترجاعها بهدف إجراء العمليات التشغيلية اللازمة عليها وصولاً إلى تهيئتها كمخرجات تكون بمثابة معلومات تحقق الفائدة لمستخدميها .ويمكن القول إن نظام المعلومات قد حقق الفائدة لدى متخذ القرار من خلال قدرة المخرجات على أحد الشرطين على الأقل :
- إذا ساهمت المعلومات في تقليل حالات عدم التأكد لدى متخذ القرار .

- إذا ساهمت المعلومات في زيادة درجة المعرفة لدى متخذ القرار كي يمكن الاستفادة منها فيما بعد عند اتخاذه القرارات المختلفة . أما إذا لم يتحقق الشرطين أعلاه أو أحدهما على الأقل، فعندئذ تكون مخرجات النظام مجرد بيانات تم ترتيبها في مرحلة معينة من مراحل النظام لكي يتم تشغيلها في مرحلة تالية لإنتاج معلومات يمكن إستخدامها في اتخاذ القرار .
- يهتم نظام المعلومات في أي مؤسسة بإنتاج وتوصيل المعلومات لكل الجهات التي يمكن أن تستخدمها، وتستفيد منها سواء كانت هذه الجهات من داخل المؤسسة، أو من خارجها، سواء كانت علاقة هذه الجهات بالمؤسسة مباشرة أو غير مباشرة . وما يمكن ملاحظته في هذا الصدد أن نظم المعلومات في بدايتها كانت تركز أساسا على الجهات الخارجية نتيجة لاعتبارات قانونية على الأكثر، ولكن في الوقت الحاضر فإن التركيز قد إزداد نحو تقديم المعلومات لخدمة الجهات الداخلية فضلا عن الجهات الخارجية، نظرا لتعدد هذه الجهات وتشعب العلاقات التي يمكن أن تنشأ فيما بينها، وكذلك حاجتها أكثر إلى التقارير الدورية وغير الدورية، وإستخدامها في العديد من القرارات التي يمكن أن تتخذ داخل الوحدة الاقتصادية .
- يحتاج نظام المعلومات إلى موارد لإتمام وظائفه، ويمكن تبويب هذه الموارد على أنها بيانات، مهمات، معدات، أفراد، وأموال ؛ (علي القباني ، 2008، صفحة 14) .
- إن عمل نظم المعلومات في مؤسسة يعتمد على مجموعة مترابطة من الأجزاء البشرية والمادية (الالكترونية وغير الالكترونية) . مع ملاحظة أن النظم في بدايتها كانت تركز على العنصر البشري في الحصول على البيانات وتشغيلها وإستخدامها، ثم إزدادت الحاجة إلى إستخدام بعض الوسائل الالكترونية التي يمكن أن تساعد في إجراء العمليات التشغيلية على البيانات، وأخيرا إزدادت الحاجة إلى إستخدام الوسائل الالكترونية نظرا للميزات العديدة التي تتوفر فيها، وما يمكن أن يساهم في زيادة فاعلية نظم المعلومات عندما يتم إستخدامها في عملها ومن هنا كان الارتباط الوثيق بين نظم المعلومات وتكنولوجيا المعلومات .

ثانيا: عناصر وأهداف نظام المعلومات

بعدها تطرقنا إلى مفهوم نظام المعلومات، نتطرق في هذا الفرع إلى إبراز مكونات وعناصر نظام المعلومات، وكذا الأهداف المرجوة من هذا النظام .

1. عناصر نظام المعلومات

إن نظام المعلومات يتكون من مجموعة من العناصر التي تترابط فيما بينها لمعالجة البيانات وتحويلها إلى معلومات تفي بالغرض المنشود، وتساعد في عملية إتخاذ القرار، ويمكن توضيح عناصر نظام المعلومات في الآتي ؛ (Benoit, 1998, pp. 06-05)

1.1. الموارد البشرية Human Resources (الأفراد أو مجموعات الأفراد) : يشكل الأفراد الذين هم مصدر

المعلومات، أو الذين يقومون بنقلها، معالجتها، إستعمالها جزءا هاما من نظام المعلومات، إذن فتسيير نظام المعلومات له علاقة وطيدة بالأفراد الذين يجب سماعهم، إقناعهم، وتطوير مهارتهم، التصدي لهم في حالة الضرورة ومحاورتهم .

2.1. التنظيم Organization : ونقصد بذلك تنظيم العمل بحيث يقسم إلى مهمات، كل مهمة لها خصائص أجهزة، ثقافة المؤسسة، قواعد وطرق التسيير، دوران المعلومات، درجة اللامركزية في إتخاذ القرارات، حجم المؤسسة... إلخ .

3.1. التكنولوجيا Technology : تتميز بتعددتها وتنوعها، تمس عملية الحصول على المعلومات، الاتصال، تخزين وإستغلال المعلومات، المساعدة في إتخاذ القرارات، وتتمثل في :

- برمجيات قواعد البيانات، أجهزة الحاسوب، وغيرها من ملحقات الحاسوب، وتمر عملية الإنشاء بالمراحل التالية :
- تقسيم الموجودات من القوائم بالنسبة للمنتوجات المعنية .
- تحديد الحاجيات لمختلف المستخدمين المحتملين (المحتوى، التقديم) .
- تحديد عناصر القائمة الالكترونية (إنجاز تصميم أولي) .
- إختيار العامل التقني (الآلي والبرمجيات) .

فيما يخص تكنولوجيا المعلومات فما هي إلا أدوات أساسية لأنظمة المعلومات الحديثة، تختار حسب دراسة إحتياجات المستخدمين، وخصائص المعلومات المطلوبة، ويمكن القول بأن التكنولوجيا تأتي بعد المعلومات، ولكن في بعض الأحيان يحدث العكس ، فإدخال تكنولوجيا المعلومات تحدث دراسة للوضعية من حيث المعلومات في المؤسسة إن أنظمة المعلومات في المؤسسات تسير نحو إزالة الحدود، وتوسعها إلى أنظمة المعلومات للمؤسسات الأخرى مع إنتشار التبادل الالكتروني للبيانات، شبكة الانترنت... إلخ .

4.2. العلاقات العرضية : إن نظام المعلومات يشتمل كل المعلومات التي تأتي من مختلف المصالح والورشات، وتعرض معلومات تستعمل من طرف مختلف المسؤولين في المؤسسة فهو يتطلب كفاءات من مختلف الاختصاصات كالأفراد المعلوماتيين، المحاسبين... إلخ .

إذن نظام المعلومات يتألف من مجموعة العناصر المادية، المالية، والبشرية، والتكنولوجية التي تعمل معا لتوفير المعلومات التي تحتاجها الأطراف سواء داخل المنظمة، أو خارجها، والتي تساعد في عملية إتخاذ القرار .

2. أهداف نظام المعلومات

يتمثل الهدف الرئيسي لنظام المعلومات في مد كافة المستخدمين بالمعلومات الضرورية التي يحتاجونها في حياتهم لتنمية مداركهم، ومعارفهم، وإكتسابهم توجيهات وخبرات تسهم في تحقيق الأهداف التي يسعون إليها، وهناك مجموعة من الأهداف الفرعية المنبثقة عن هذا الهدف، وتتمثل فيما يلي ؛ (معالي ، 2002، صفحة 36).

- توفير المعلومات الضرورية لاتخاذ القرارات الاستراتيجية الصعبة غير المحددة .
- الوصول إلى الفاعلية لاتخاذ القرارات ذات جودة أفضل وبطريقة سهلة، كجدولة أوامر الانتاج .
- تحقيق الكفاءة والمقصود بها القيام بأداء المهام بطريقة أسرع وبتكلفة أقل، ويكون ذلك من خلال تحقيق أوتوماتيكية العمل الروتيني بدلا من الطريقة اليدوية .
- التعرف على الفرص وإستغلالها، بحيث تعيش المؤسسات اليوم في مناخ سريع التغيير، الأمر الذي يتطلب منها ضرورة التردد لكل الفرص التي قد تتاح لها .
- تحسين أداء المؤسسة، حيث يهدف نظام المعلومات إلى مساعدة المؤسسة في تقديم خدمات ذات مستوى أفضل لعملائها .

وكلها أهداف قد تحققها المنظمات بشكل عام من خلال تبنيها لنظام المعلومات، ولعلا أبرز هدف لنظام المعلومات هو توفير المعلومات المناسبة لأصحاب المصلحة، والتي تساعدهم في عملية إتخاذ القرار، ذلك في الوقت المناسب وبتكلفة منخفضة .

المبحث الثاني: أساسيات تكنولوجيا المعلومات

تعد التكنولوجيا والتقدم العلمي اليوم عصب تطور البشرية وتوسع إمكاناتها وطاقاتها، إذا إنعكست المنتجات التقنية المختلفة على المجتمع العالمي بأجمعه، وكعامل رئيسي في حركة البشر خلال القرن الحادي والعشرين أصبح الإنسان يعيش على أوتار هذا التقدم، حيث أن العامل الأساس وراء عمق التأثير لتكنولوجيا المعلومات هو التطور المذهل في تكنولوجيا المعلومات، فضلا عن تطور الاتصالات، حتى غدا العالم يوصف بالقرية الصغيرة، وصيغ لذلك مفهوما عرف بالعالمية أو العولمة التي تعرف بأنها "زوال الحواجز والحدود الثقافية والاقتصادية بين الشعوب "بمعنى سهولة التواصل الانساني، والتنظيمي، والدولي، بسرعة وفاعلية، يصبح العالم من خلالها مجر على التفاعل معها ولا تقتصر العولمة في الحقيقة على العوامل الاقتصادية، والثقافية، بل هي مزيج من العوامل التكنولوجية، والاجتماعية، والسياسية والبيولوجية أيضا، والتي لها الأثر الواضح فضلا عن تكنولوجيا المعلومات في دفع المنظمات نحو التنافس .

وعليه سنتطرق في هذا المبحث إلى تكنولوجيا المعلومات، والمتطلبات الواجب توافرها لتبني تكنولوجيا المعلومات بالشكل الذي يجعل المنظمة تحقق أهدافها من تبني تكنولوجيا المعلومات .

المطلب الأول: ماهية تكنولوجيا المعلومات

سنتطرق في هذا المطلب إلى تعريف تكنولوجيا المعلومات، وإبراز أهم مراحل تطور ونشأة تكنولوجيا المعلومات وخصائص تكنولوجيا المعلومات .

أولاً: نشأة تكنولوجيا المعلومات

لم تكن تكنولوجيا المعلومات وليدة الصدفة بل أنها مرت بتراكمات معرفية على مر العصور، ويرجع الكثير من الباحثين إلى أن البدايات الأولى تعود إلى إختراع الكتابة وألواح الطين في العهد البابلي . ومرت بعد ذلك بتطورات حتى وصلت إلى ماهي عليه الآن، أما بعضهم الآخر فيرجع نشأة تكنولوجيا المعلومات إلى نحو 2000 سنة ق . م وخصوصاً عند إختراع الصينيين آلة المحسب (المعداد) المعرفة بإسم **Abacus** الذي ما زال يستخدم من قبل البائعين في الصين واليابان، أما البعض الآخر فيرجع نشأة تكنولوجيا المعلومات إلى عصر الثورة الصناعية في أوروبا ومن جهة أخرى مرت تكنولوجيا المعلومات بمراحل تطور مترابطة تنحصر بثلاث مراحل أساسية، وهي :

1. المراحل الأولية لتطور تكنولوجيا المعلومات: وتمثل في ثورة المعلومات والاتصالات بدءاً من إختراع الكتابة والطباعة ومختلف أنواع مصادر المعلومات المسموعة، والمرئية، إذ كانت الاستخدامات الأولية تستند إلى كفاءة الماكينة أي أن الأعمال تنجز بإستخدام الحاسوب الذي كانت إمكانيته محدودة فظهرت نظم يطلق عليها نظم معالجة المعاملات ويرمز لها بإختصار **(TPS) Transaction Processing Systems** وهي أتمتة المعاملات اليومية للمنظمة مثل إيداع الصكوك في البنوك؛ (عيدان العادلي و حسين عباس ، 2016، صفحة 107).

2. المرحلة الثانية: أصبحت التكنولوجيا مورداً للعمل من خلال إستعمال نظم المعلومات الإدارية، ونظم دعم القرار ونظم المعلومات الخاصة، والذي ساعد على هذا التقدم تطور نظم الحواسيب التي صارت لها إمكانات تخزين كبيرة جداً فضلاً عن ظهور البرمجيات المتقدمة ؛ (مالك حافظ و حسين ، 2014، صفحة 42).

3. المرحلة الثالثة: تميزت هذه المرحلة بالتطورات الكبيرة للمكونات المادية، والبرمجيات، وظهور المعالجات المايكروية إذ أصبحت تكنولوجيا المعلومات سلاحاً إستراتيجياً من خلال تطبيقاتها المختلفة بالإنترنت، والاكسترنات والتطورات الأخرى .

إذن تطور مفهوم تكنولوجيا المعلومات من جيل لآخر وفقاً للتطورات الحاصلة في كل مرحلة بهدف تسهيل التعامل مع المعلومات المختلفة، والاستفادة منها بالشكل المناسب .

ثانيا: تعريف تكنولوجيا المعلومات وخصائصها

صار من الضروري اليوم الاهتمام بالاستثمار في تكنولوجيا المعلومات كضرورة حتمية يقتضيهما العصر، حتى يتسنى للمؤسسات الاتصال بالعالم الخارجي، وكذا نظرا لما أثبتته هذه التكنولوجيا من أهمية على مستوى المؤسسات المستخدمة لها، مما جعل المؤسسات تتسارع لامتلاكها، وإستغلالها أحسن إستغلال لتحقيق النتائج المرجوة . وعليه سنحاول في هذا الفرع التعريف بمصطلح تكنولوجيا المعلومات، وإبراز بعض المصطلحات ذات العلاقة بمصطلح تكنولوجيا المعلومات .

1. تعريف تكنولوجيا المعلومات

تعتبر تكنولوجيا المعلومات تخصص حديث يهتم بكافة الأمور الخاصة بمعالجة البيانات إلكترونيا حيث تتعامل هذه التكنولوجيا مع الحاسبات الالكترونية بأنواعها، وأحجامها المختلفة، وكافة البرمجيات التي تستخدم لتحويل البيانات إلى معلومات، وتخزينها، وحمايتها، ومعالجة المعلومات .

وعادة ما يطلق على المتخصصين في هذا المجال إسم أخصائية تكنولوجيا المعلومات، كما يطلق على الإدارة أو القسم المسؤول عن هذه الأنشطة في شركة معينة قسم تكنولوجيا المعلومات **Information Technology** أو قسم **IS Information System** وغيرها من المسميات .

وتباينت آراء ووجهات نظر الباحثين في تعريف تكنولوجيا المعلومات، نوجز البعض من هذه التعاريف في سبيل توضيح هذا المصطلح :

-تعرف تكنولوجيا المعلومات على أنها تقاربا لمجموعة من التصورات تتعلق بالحاسبات، والإتصالات السلكية واللاسلكية وتتمثل في : الأجهزة الالكترونية، المعالجات، الذاكرة، وأجهزة التخزين .. إلخ) البرامج، محركات البحث بالإضافة الى الشبكات (الأنترنت، الأنترانت، الإكسترانت، الألياف الضوئية، والأقمار الصناعية... إلخ)؛ (شطبية ، بن عثمان ، و بن عمارة ، 2020، صفحة 42) .

وفي ذات السياق عرفت على أنها كل التقنيات المتطورة التي تستخدم في تحويل البيانات بمختلف أشكالها إلى معلومات بمختلف أنواعها، والتي تستخدم من قبل المستفيدين منها في كافة مجالات الحياة؛ (السالمي ، 2002، صفحة 20).

وفي تعريف آخر عرفت على أنها موارد المنظمة المستخدمة في إدارة العمليات الضرورية، والقيام بمهامها الأساسية وتتضمن أجهزة الحاسوب، وأنظمة الاتصال، وتشغيل البرمجيات، وهي تمكن المديرين من إستخدام المعلومات بشكل جيد ؛ (قاسم ، 2015 ، صفحة 115).

-هناك مصطلح آخر مرتبط بتكنولوجيا المعلومات وهو الأتمتة التي تركز على وجود أهداف، ومهام، وأعمال يراد إنجازها عن طريق وسائل ومعدات وأجهزة مختلفة آليا، وبدون الاعتماد على العنصر البشري، أو يستخدمها الانسان من أجل إنجاز ما يريد بأقل الأوقات، والتكاليف، والجهود، والحصول على أفضل المخرجات؛ (عبود و نجم، 2001، صفحة 764).

ومن مجمل التعاريف نستنتج أن تكنولوجيا المعلومات تمثل التقنيات الالكترونية التي تعمل على تحليل، تخزين، معالجة ونقل وإيصال النتائج المتحصل عليها إلى جهات الاستفادة بأيسر الطرق بالسرعة والدقة مع ضمان أمن وخصوصية المعلومات .

2. خصائص تكنولوجيا المعلومات :

هناك مجموعة من الخصائص التي تتميز بها نظم تكنولوجيا المعلومات عند إستخدامها في العمليات المختلفة التي تقوم المنظمة بتنفيذها، وتساعد هذه الخصائص على زيادة كفاءة، وفاعلية المنظمة في تنفيذ الأنشطة المختلفة التي تقوم بها ويمكن تحديد أهم هذه الخصائص بالآتي؛ (عيدان العادلي و حسين عباس ، 2016 ، الصفحات 127-126) :

1.2 الوفرة Abundance: أي عملية تحديد الوقت الذي سوف يكون فيه نظام تكنولوجيا المعلومات متاحا للعاملين أي بعبارة أخرى الفترة الزمنية التي يتوفر فيها نظام تكنولوجيا المعلومات للعاملين، وبالشكل الذي يقوم فيه النظام بتقديم المساعدة المطلوبة للعاملين في تنفيذ الأنشطة المختلفة المكلفين بها .

2.2 سهولة الوصول Ease of access: وهي عملية تقسيم المعلومات إلى عدة فئات، وتحديد من يصل إلى كل فئة من الأفراد العاملين في المنظمة أي بعبارة أخرى العمل على توفير المعلومات المطلوبة للأفراد العاملين في الوقت والمكان المناسب، وبالشكل الذي يساعد على تقليل الجهد، والوقت، والكلفة التي ممكن أن تتحملها المنظمة .

3.2 الإعتدالية Reliability تعني بأن نظام تكنولوجيا المعلومات الخاص بالمنظمة يقوم بتوفير كافة المعلومات المطلوبة للأفراد، بشكل دقيق، وفي الوقت المناسب، وبالتالي فإنه قادر على تنفيذ كافة المهام والواجبات التي من الممكن أن توكل إليه .

4.2 التفاعلية Interactive: إمكانية تبادل الأدوار بين المرسل والمستقبل، أي هناك أدوار مشتركة بينهما في العملية الاتصالية ما يسمح بخلق تفاعل ؛ (مغزيلي ، 2018 ، صفحة 172).

5.2 القابلية للتوسع Scalability: أي قابلية الشبكة للتوسع والانتشار عبر مختلف مناطق العالم، وهذا ما يسمح بتدفق المعلومات عبر مسارات مختلفة مما يعطيها الطابع العالمي؛ (حجاج ، 2016 ، صفحة 06) .

6.2. المرونة **Flexibility**: أي قابلية نظام تكنولوجيا المعلومات على التغيير وبشكل سريع تبعاً للتغيرات التي تحدث في المنظمة، وبالشكل الذي يساعد النظام على تجنب التقادم، والتكيف مع التطورات التكنولوجية التي يشهدها العالم في هذا المجال .

7.2 الأداء **The performance**: أي مدى السرعة والدقة التي يمكن أن يقوم فيها نظام تكنولوجيا المعلومات بأداء وظيفة معينة .

8.2 تخطيط القدرة **Capacity planning**: أي القيام بتحديد متطلبات البنية التحتية المناسبة لنظام تكنولوجيا المعلومات، وبالشكل الذي يجعله قادراً على أداء وظائفه المختلفة .

9.2 الذكاء الاصطناعي **Artificial intelligence**: أهم ما يميز تكنولوجيا المعلومات هو تطوير المعرفة، وتقوية فرص تكوين المستخدمين من أجل الشمولية والتحكم في عملية الإنتاج؛ (سفاري ، 2015، صفحة 22).

10.2 اللامركزية **Decentralization**: وهي خاصية تسمح باستقلاليتها فالإنترنت مثلاً تسمح باستمرارية عملها في كل الأحوال، فلا يمكن لأي جهة أن تعطل الإنترنت على مستوى العالم بأكمله، إذ ليس هناك عقدة واحدة، أو كمبيوتر واحد يتحكم فيها، فقط تعطل عقدة واحدة، أو أكثر دون تعريض الإنترنت بمحملها للخطر ودون أن تتوقف الاتصالات وغيرها؛ (سحنون ، 2016، صفحة 54).

11.2 العالمية والكونية **Global and Cosmic**: وهو المحيط الذي تنشط فيه هذه التكنولوجيات، حيث تأخذ المعلومات مسارات مختلفة ومعقدة تنشر عبر مختلف مناطق العالم، وهي تسمح لرأس المال بأن يتدفق إلكترونياً (بوخاري و سعيداني، 2020، صفحة 213) .

المطلب الثاني: دوافع إنتشار تكنولوجيا المعلومات وفوائدها

سنتطرق في هذا المطلب إلى الدوافع والأسباب التي أدت إلى إنتشار تكنولوجيا المعلومات في الآونة الأخيرة، وكذا المزايا التي تعود على المنظمات من تبنيها لتكنولوجيا المعلومات .

أولاً: دوافع إنتشار تكنولوجيا المعلومات

هناك مجموعة من الدوافع وراء الانتشار الهائل لتطبيقات تكنولوجيا المعلومات في المنظمات سواء الإنتاجية أو الخدمية نذكرها فيما يلي:

1. زيادة الإنتاجية: يقصد بالإنتاجية إنتاجية الموارد البشرية المادية والطبيعية كما وكيفا، ومن أمثلتها؛ (حسن مسلم، 2015، صفحة 127) :

1.1. زيادة إنتاجية عمال المصانع: لقد أثبتت تكنولوجيا المعلومات قدرة فائقة على تقليل تكاليف الانتاج والخدمات من خلال تقليل العمالة، وتوفير المواد الخام .

2.1. زيادة إنتاجية عمال المكاتب: يتضح ذلك من خلال ظهور أتمتة المكاتب، وذلك بهدف زيادة فاعلية التواصل بين موظفين المكاتب بين مراكز الادارة والفروع، وكذلك سرعة إنتاج الوثائق وتبادلها .

2. تحسين الجودة: إن أهم غرض لاستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال تحسين جودة المخرجات، والتصميم بمساعدة الحاسب الآلي خير مثال على ذلك، فالمهندس يستخدم محطات العمل، أو ما يعرف بالوحدات الطرفية للحاسب الآلي لعمل رسومات هندسية، يقوم بتخزينها وإسترجاعها عند الحاجة لإجراء تعديلات عليها بسهولة من أجل تحسين جودتها، وعليه فان هذا النظام يوفر من المجهود المبذول في التصميم، ويقلل الحاجة لمهندسين آخرين (فرغلي و موسى ، 2008، صفحة 34) .

3. السيطرة على التعقيد: لقد أثبتت كل المعطيات أن تكنولوجيا المعلومات هي أفضل أمضى سلاح تشهه البشرية في وجه ظاهرة التعقيد الشديد الذي بات يعتري جميع مظاهر الحياة الحديثة، ولقد وفرت تكنولوجيا المعلومات وسائل علمية لمحاصرة ظاهرة التعقيد منها نماذج المحاكاة، ووسائل تحليل النظم، والبيانات، وباتت تكنولوجيا المعلومات عاملا مساعدا، وفعالا في حل الكثير من المشاكل في البيئة الإدارية ؛ (حسن مسلم، 2015، صفحة 128) .

4. المرونة: تعتبر المرونة هي الوجه الآخر للعملة فيما يخص ظاهرة التعقد وسرعة التغير، ففي خضم هذا الكم الهائل من الظواهر التي يصعب التنبؤ بها، يعتبر عامل المرونة عاملا أساسيا لضمان سرعة تكيف النظم، وتجاوبها مع المتغيرات والمطالب العديدة، لهذا السبب كان أحد أهداف نظم الإنتاج على سبيل المثال هو تحقيق المرونة المطلوبة لتلبية مطالب السوق المتغيرة، ومواجهة التغيرات المحتملة في نوعية المواد الخام المستخدمة، أو أداء آلات الإنتاج. وكلها دوافع وأسباب مهدت إلى تسارع وتيرة إنتشار تكنولوجيا المعلومات في الآونة الأخيرة .

ثانيا: أهمية تكنولوجيا المعلومات

يحظى إستخدام تكنولوجيا المعلومات داخل المنظمات بأهمية بالغة، ومتعددة الأوجه، ويمكن إبرازها في الآتي:

1. أهمية إستخدام تكنولوجيا المعلومات في تحقيق الميزة التنافسية للمنظمات _

إن الاهتمام بتكنولوجيا من قبل المؤسسات راجع للدور الهام الذي تؤديه من خلال التغيرات التي أحدثتها في عالم الأعمال، حيث تبرز أهمية تكنولوجيا المعلومات في مساهمتها الجادة لتعزيز عناصر الميزة التنافسية للمنظمات حيث توسع أعمالها بشكل سريع وتخفف التكلفة بنسبة جيدة، كما أنها تقتصر الوقت والجهد وترفع من مستوى جودة الخدمات المقدمة ما يؤدي إلى جذب الزبائن؛ (محمود ، الكواز ، و الطحان ، 2018، صفحة 274) .

كما تعد فعالية وكفاءة تكنولوجيا المعلومات من المحددات الأساسية للتفريق بين المؤسسات الناجحة أو الفاشلة وذلك من خلال تأثيرها المباشر أو غير المباشر على صياغة إستراتيجية المؤسسة وتنفيذها، وأيضاً تأثيرها على الأداء والميزة التنافسية، ومنع المنافسين من الحصول عليها . لذلك تسعى العديد من المؤسسات لخلق مزايا إستراتيجية من إستخدام هاته التكنولوجيا، وذلك بالاستفادة من أدوارها في دعم الميزة التنافسية، وإستثمار الذكاء الاستراتيجي أوهندسة التحالفات .

2. أهميتها بالنسبة للأبعاد التنظيمية: ترتبط كفاءة المؤسسة وفعاليتها بمدى التناسب بين التكنولوجيات المستخدمة والهيكل التنظيمي، لذا وجدت علاقة قوية بين الهيكل المتبع في المؤسسة وحجم العمليات الانتاجية، حيث تؤثر تكنولوجيا المعلومات على أبعاد الهيكل التنظيمي من خلال مساهمتها في زيادة عدد المستويات الادارية، وزيادة عدد الوظائف الادارية التي تتطلب مستويات عالية من المهارة، تخفيض حجم الادارة الوسطى، إزالة الحدود الفاصلة بين الوحدات التنظيمية والوظيفية، إتساع نطاق الاشراف للمدراء بالإضافة إلى المشاركة في عملية إتخاذ القرار كون تكنولوجيا المعلومات تتطلب المعرفة الفنية، وتقليل حالة عدم التأكد من خلال توفير البيانات، والمعلومات لمتخذي القرار في كافة المستويات الادارية ؛ (محمود ، الكواز ، و الطحان ، 2018، صفحة 274) .

3. أهمية إستخدام تكنولوجيا المعلومات للرقابة وتفويض السلطة: تساهم تكنولوجيا المعلومات في تحديد وتكامل عمليات المؤسسة في مجال الرقابة مما يقود إلى مركزيتها، وبالتالي رفع كفاءة أدائها، كما تساعد المدراء التنفيذيين لتفويض بعض صلاحياتهم للإدارة الوسطى مع الرقابة عليها من خلال المعايير الموضوعية لذلك، الأمر الذي يسمح بتوزيع عادل للصلاحيات، وفي إطار تنافسي بين الأفراد العاملين؛ (محمود ، الكواز ، و الطحان ، 2018، صفحة 275) .

ثالثاً: عيوب تكنولوجيا المعلومات

رغم ما تحتويه تكنولوجيا المعلومات من مزايا، إلا أنها تحمل في طياتها الكثير من العيوب والسلبيات، نذكر منها ما يلي ؛ (السيد ، 2002، صفحة 27) :

– إستمرار وجود التفاوت الاجتماعي، والمعرفي بين الناس سواء داخل الدولة الواحدة، أو بين الدول، ووجود فئات المهمشين الأميين في عالم ثورة المعلومات .

– أدخلت ثورة المعلومات في حياة الناس ما يسمى بالواقع الافتراضي، الذي سمح للمنتفعين والمستثمرين في هذه الثورة أن يتلاعبوا بالحقائق التاريخية .

– خرق حرمة الأشخاص والتنظيمات، عن طريق الدخول في ملفاتهم الخاصة بهم، ومعرفة بأدق التفاصيل عن حياتهم الخاصة .

– كما يرى البعض أنها تعتبر تهديدا للأمن القومي والدول والمجتمعات، أو ما يعرف بالحروب المعلوماتية، حيث ظهر نوع جديد من الجرائم هي الجرائم المعلوماتية ؛ (عرابة، 2012، ص14).

الفصل الأول: أسس نظم وتكنولوجيا المعلومات الحديثة

-المعوقات والحواجز اللغوية، حيث أن معظم المصادر الالكترونية هي اللغة الانجليزية واللغات الأجنبية الأخرى، التي يصعب على الكثير من الباحثين العرب الاستفادة منها على الوجه المطلوب .

-إنعكاساتها على حجم وفرص العمالة، وما أدت إليه من تصاعد معدلات البطالة دور مهم في لفت الأنظار إلى المخاطر المجتمعية التي تهدد بحالات من الاضطرابات الاجتماعية، والفورات السياسية التي يقوم بها المتطلعون بحثا عن طريق يعيد إليهم الأمل في العثور على العمل، والعودة إلى الحياة .

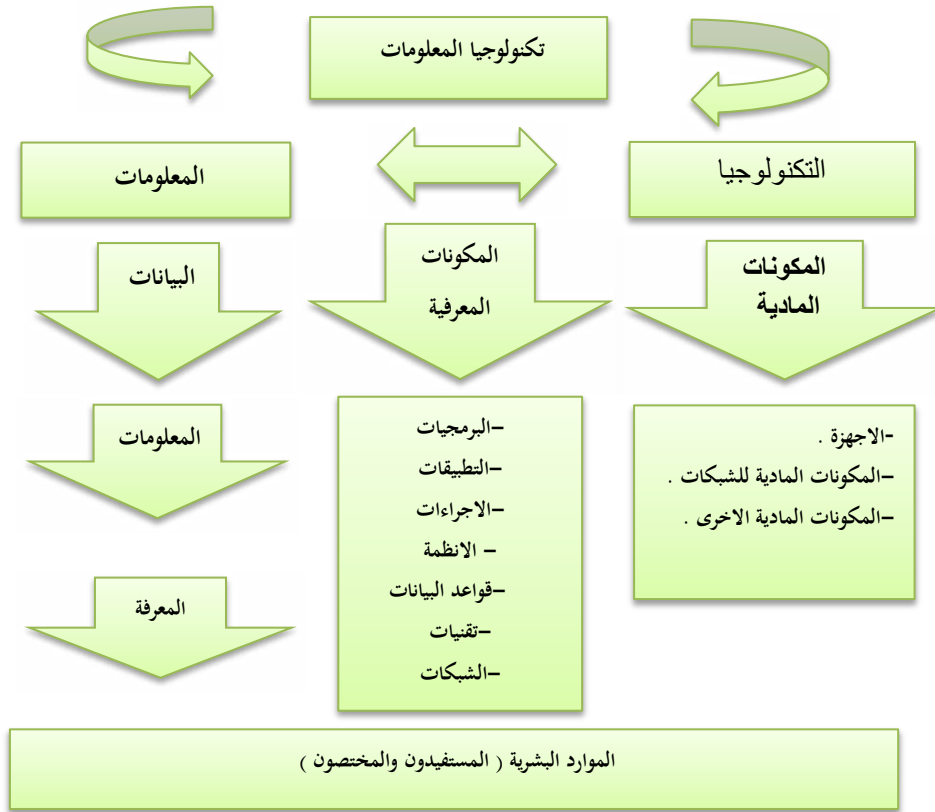
المطلب الثالث: مكونات تكنولوجيا المعلومات ومتطلبات تبنيتها

سنتطرق في هذا المطلب إلى أهم عناصر ومكونات تكنولوجيا المعلومات، وكذا المتطلبات الواجب توافرها لتطبيق وتبني تكنولوجيا المعلومات على الوجه الأمثل .

أولا: مكونات تكنولوجيا المعلومات

مكونات تكنولوجيا المعلومات هي جزء من نظام المعلومات ومكوناته، بحيث يمكن توضيح مكونات تكنولوجيا المعلومات في الشكل التالي :

الشكل رقم (1-2): مكونات تكنولوجيا المعلومات



المصدر : الجبوري، حمزة محمد كاظم (2008)، أثر تكنولوجيا المعلومات في إدارة سلسلة التجهيز، رسالة ماجستير، الكلية التقنية الادارية ص 30 .

ومن الشكل يتضح لنا أن مكونات تكنولوجيا المعلومات تضم ما يلي :

1. المكونات المادية (الأجهزة) **Physical components** : تتضمن كافة المكونات المادية (الأجزاء الملموسة في النظام) والمستخدمة في إدخال، ومعالجة وإخراج البيانات والمعلومات، وتتكون من ؛ (حسن مسلم، 2015، صفحة 130).

1.1. وحدات الإدخال **Input Units** : هي حلقة الوصل بين الحاسوب وبين المستخدم، تقوم بتلقي البيانات من الوسط الخارجي إلى وحدة المعالجة المركزية، وتتكون من وسائل الإدخال المباشرة مثل لوحة المفاتيح، القلم الضوئي الصوت، الفأرة، قارئ الحروف الضوئي، عصام التحكم اليدوي ؛ (الخنق ، 2005، صفحة 349) .

2.1. وحدة المعالجة المركزية: تمثل هذه الوحدة الجزء الرئيسي من منظومة الحاسوب التي يتم فيها معالجة جميع البيانات الداخلة لتوليد المخرجات المطلوبة، والتي تتكون من وحدة الحاسب والمنطق، وحدة التحكم، وحدة الذاكرة الرئيسية؛ (حسن مسلم، 2015، صفحة 131).

3.1. وحدة الإخراج **Output Units**: تؤدي مهمة إيصال الحاسب للوسط الخارجي لنقل النتائج المتولدة عن عمليات المعالجة من وحدة المعالجة المركزية إلى الجهات المستفيدة، ومن أهم هذه الوسائل الشائعة، الشاشة المرئية الطابعة، الأشكال البيانية، الوسائل المغطاة، المصغرات الفيديوية، والمخرجات الصوتية .

4.1. وحدة الذاكرة الثانوية /المساعدة **Secondary/auxiliary memory unit**:تستخدم لأغراض تخزين مخرجات نظام المعلومات لفترات طويلة بسبب محدودية الطاقة الاستيعابية الذي يحتم إضافة الذاكرة الثانوية، ومن أهم الوسائط الشائعة هي الأشرطة المغناطيسية، والأقراص المغناطيسية.

2. البرمجيات **Software**: والتي تشمل على التعليمات التفصيلية المنظمة التي تسيطر على المكونات المادية للحاسوب في نظام المعلومات، وتشمل؛ (قندلجي و الجنبي ، 2014، صفحة 32) :

1.2. نظام البرمجيات **Software system** وهي برامج عامة تدير موارد الحاسوب مثل نظام التشغيل، والذي يدير ويساند عمليات نظام الحاسوب؛ (أبو غنيم ، 2007، صفحة 108).

2.2. تطبيقات البرمجيات **Software application**: عبارة عن البرامج التي تقوم بالمعالجة المباشرة لأجل الاستخدام الشخصي (بواسطة المستخدم النهائي) مثل برنامج التخزين، برنامج الرواتب، وبرنامج معالجة الكلمات (حسن مسلم، 2015، صفحة 131)

3. الاتصالات **Telecommunications**:هي التركيبة التي تشمل التسهيلات للتقنيات، والإجراءات القانونية التي تساند الاتصالات من خلال استخدام الأجهزة، والبرمجيات، والكوادر المتخصصة، ووسائل الاتصال التي تربط بين هذه الأجهزة لنقل المعلومات بين مواقع، ووحدات متفرقة وتشمل الاتصالات، الأجهزة، والمعدات، مثل خطوط

الهواتف، الكابلات، الأقمار الاصطناعية للاتصالات، أجهزة التحكم بالاتصالات، أجهزة ربط الشبكات، وتعد الشبكة العالمية للمعلومات (الإنترنت) إحدى شبكات الاتصال العالمية؛ (حمو و معين ، 2021 ، صفحة 413).

4. قواعد البيانات Databases وهي مجموعة بيانات مرتبطة مع بعضها، أو المعلومات المخزنة على أجهزة ووسائل تخزين البيانات كمشغل الأقراص الصلبة للحاسبة، والأقراص المرنة، أو الأشرطة، وتنظم قواعد بيانات على شكل أرقام ومؤشرات إقتصادية، وأسعار السوق، والمخزون... إلخ. وتنقسم قواعد البيانات إلى:

1.4. قواعد البيانات وفق مستخدميهما: مثل القواعد الفردية التي يستخدمها فرد واحد كالقواعد الفردية التي تستخدم باسم مديري المعلومات الشخصية، وقواعد المشاركة، ويشارك في هذا النوع من القواعد العاملون في المؤسسة والقواعد الموزعة، وتشمل مجموعة حاسبات تخزن فيها البيانات في مواقع مختلفة، وترتبط مع بعضها بواسطة شبكة حواسيب الزبائن، وقواعد البيانات العامة؛ (اللامي ، غسان ، و اخرون ، 2010 ، صفحة 21).

2.4. قواعد البيانات وفق محتوياتها: وتشمل أربعة أنواع هي قواعد بيليوغرافية، والتي تشمل البيانات الوصفية الأساسية التي تعكس الفهرسة الوصفية، والموضوعية، وقواعد مرجعية، وتمثل مجاميع مهمة من المعلومات التي يحتاجها المستفيدون للإجابة عن إستفساراتهم، وقواعد رقمية وإحصائية، وقواعد نصوص كاملة تشمل نصوص مصادر المعلومات الحوسبية؛ (اللامي ، غسان ، و اخرون ، 2010 ، صفحة 21).

5. الإجراءات Procedures: وهي مجموعة من التعليمات عن كيفية دمج الأجهزة، والبرمجيات، والبيانات والشبكة لغرض معالجة البيانات وتوليد المخرجات. فهي توجيهات تشغيلية للأفراد الذين يستخدمون نظام المعلومات، كما تعد مجموعة من الأسس والقواعد التي تدرج عادة ضمن كتيب يسمى دليل الإجراءات، والتي تمكن عادة من الاستخدام الفعال للأجهزة والبرمجيات، والغاية منها في توحيد أسس العمل، وتجنب الأنشطة غير المنظمة (Lamadani , 2001, p. 50)

6. الموارد البشرية Human Resources: وهم الأفراد الذين يقومون بإدارة وتشغيل تكنولوجيا المعلومات من إداريين ومتخصصين ومستخدمين نهائين للنظام، ويكاد يتفق أغلب المتخصصين في مجال نظم المعلومات على أهمية العنصر البشري في إدارة وتشغيل نظام المعلومات، تفوق أهمية المستلزمات المادية على نحو كبير، وكذلك يعزى إليها أساليب أغلب حالات الفشل في النظام، ويقاس تفوق المنظمة بما تمتلكه من معلومات، وخبرات، ومهارات، وقدرة المحافظة على مستوى متفوق منها داخل المنظمة بما يدعم ويعزز أدائها التنافسي من خلال التطوير المبدع والاستراتيجي لمخرجاتها، وبالنتيجة يمنحها القدرة على الاستجابة بشكل دائم لبيئة العمل المتغيرة بسرعة؛ (قدوري ، 2003 ، صفحة 97).

وهناك نوعين من الموارد البشرية من المتعاملين مع تقنية المعلومات:

1.6.المستعملين النهائيين: وهم الأشخاص الذين يستعملون النظام بطريقة مباشرة، ويستعملون مخرجاته الأجهزة وبواسطة الآخرين، ويعتمد معظم المستعملون النهائيين على عمال المعرفة أي الأفراد الذين يقضون وقتهم أكثر في الاتصالات والتعاون من أجل خلق وإستعمال وتوزيع المعرفة؛ (حسن مسلم، 2015، صفحة 132) .

2.6.الفنيين والمتخصصين: وهم محللوا النظم ومطوري البرامج ومشغلي الحواسيب، والمتخصصون في تقنيات الاتصالات، وهؤلاء يطلق عليهم برأس المال الفكري في النظام ؛ (حسن مسلم، 2015، صفحة 132) .

7.الشبكات Networks:وتشمل تقنيات الاتصالات، والاتصالات بعيدة المدى، ومختلف أنواع الشبكات مثل الأنترنت والشبكات الداخلية (الأنترانت)، والشبكات الخارجية (الاكسترانت) :

1.7.الأنترنت Internet: مجموعة غير محدودة من شبكات الاتصال التي تربط الكثير من الشبكات الحاسوبية في مختلف أنحاء العالم بعضها ببعض ربطا لا مركزيا بواسطة نظم اتصال معقدة ومتغيرة باستمرار؛(التميمي ، 2014 ، صفحة 142) .

2.7.الأنترانت Intranet:هي مجموعة من أنظمة توزيع للمعلومات تقوم بتطبيق تكنولوجيا الأنترنت، والمعايير الخاصة بها عبر شبكة محلية داخلية للمؤسسة، إن هذه الشبكة تربط كل مصادر المؤسسة من معلومات. ويعني تكامل وترابط، وإتصال نظم المعلومات الداخلية في المنظمة بإستعمال التقنية التي أفرزتها شبكات الأنترنت وظهرت الأنترانت للتعبير عن الحاجة للترابط داخل المنظمة إذ تكون مكاملة للأنترنت بإعتباره إرتباط المنظمة بالعالم الخارجي ؛ (عيدان العادلي و حسين عباس ، 2016 ، الصفحات 131-130) .

3.7.الاكسترانت Extranet: الاكسترانت شبكة خارجية لمكتب الخبرة الحاسوبية يسمح لزبائن المكتب الاطلاع على بعض المعلومات الخاصة بهم مثل الميزانية، لوحة القيادة، الجباية... إلخ وهذا طبعا من خلال تحديد كلمة المرور لكل زبون؛(جاوحدو ، 2006 ، صفحة 209) .

فهي شبكة حاسبات مقصورة على مؤسسة ما، ولكنها تستخدم نفس أسلوب عمل الأنترانت ومتصلة بالأنترنت مع وجود وحدة حماية تسمى الجدران النارية، وتحمي الشبكة من القرصنة والمتسللين على الشبكات ؛ (الصيرفي ، 2006 ، صفحة 129) .

وتتميز شبكة الاكسترانت بما يلي ؛ (سفاري ، 2015 ، صفحة 53) :

—أداة قادرة على زيادة فاعلية العمليات التشغيلية والصفقات .

-عامل مهم في تخفيض التكاليف من خلال تدفق المعلومات، وسرعة نقلها، والمقدرة على توفير المرونة ، والعمق في عملية التزويد .

توفر الشبكة الأمن المطلوب لتبادل المعلومات الخاصة بين الشركات مع بعضها، ووضع بعض الصلاحيات في تبادل هذه المعلومات بينهم .

وتجدر الإشارة إلى أن عناصر ومكونات تكنولوجيا المعلومات تضم كل الأجهزة والبرامج الخاصة بتخزين ومعالجة البيانات، وكذا أدوات الاتصال المختلفة سواء كانت وسائل حديثة، أم تقليدية مطورة كالهاتف والتلفزة الرقمية التي أصبحت تعمل بأدوات وبرامج حديثة بالإضافة إلى إحتوائها على شبكات محلية، أو دولية تساعد في نقل المعلومات بين العديد من الأطراف .

والجدير بالذكر أن هناك إختلاف بين مكونات تكنولوجيا المعلومات ومكونات النظام، فمكونات النظام تعمل ضمن إطار متكامل يشتمل على منظومة فرعية تعمل على تحقيق هدف محدد ومشترك، كما أنها تشتمل ضمناً على مكونات تكنولوجيا المعلومات .

ثانياً: متطلبات تبني تكنولوجيا المعلومات في المؤسسات الاقتصادية

لغرض تبني آليات تكنولوجيا المعلومات، وأدواتها، وتطبيقاتها التي باتت تعد من أهم التوجهات لدى المنظمات وعلى إختلاف توجهاتها ونشاطاتها يؤكد الباحثون والمختصون في هذا المجال أن هناك عدداً من المتطلبات المختلفة يجب توفيرها لغرض تحقيق النجاح في تطبيق هذه التكنولوجيا، وهذه المتطلبات هي كالآتي:

1. المتطلبات الفنية، من بين المتطلبات الفنية التي يجب توافرها ما يلي ؛ (البرزنجي و جمعة ، 2016، صفحة

:40)

- تحسين البنية التحتية من إتصالات ومواصلات وغيرها .
- تهيئة مهارات بشرية من ذوي الخبرة والكفاءة .
- توفير معدات مناسبة للتشغيل بكفاءة وتحديثها باستمرار.
- بناء قاعدة معلوماتية مرتبطة محلياً وإقليمياً ودولياً .

2. المتطلبات الاقتصادية، ومن بين المتطلبات الاقتصادية التي يجب توافرها ما يلي؛ (يسرى ، 2010، صفحة

:331)

- تخصيص مبالغ للقيام بنشاطات البحث والتطوير في مجال تكنولوجيا المعلومات .
- دعم الصناعة المعلوماتية وأساسياتها .

- تشجيع الاستثمار في مجال تقنية المعلومات .

3.متطلبات إجتماعية، ومن بين المتطلبات الاجتماعية التي يجب توافرها ما يلي ؛ (البرزنجي و جمعة ،

2016، صفحة 40):

- خلق أنماط العمل الجماعي ونشر روح التعاون بين مجموعات العمل المختلفة .

- تبني آليات التشجيع للأفراد على تقبل التغيير التقني .

- العمل على تغيير أنماط الثقافة التنظيمية السائدة، بما يتلائم مع الثقافة المعلوماتية .

4.المتطلبات الادارية، ومن بين المتطلبات الادارية التي يجب توافرها ما يلي ؛ (البرزنجي و جمعة ،

2016، صفحة 41):

- تعيين قيادات إدارية قادرة على التغيير .

- إعتداد الهياكل اللامركزية والمرنة .

- إنشاء وحدات تنظيمية تتولى إدارة وتطوير مستلزمات تقنية المعلومات .

- إعادة هندسة الأعمال والعمليات داخل المنظمة .

5.متطلبات أخرى، من بين المتطلبات الأخرى الواجب توافرها ما يلي ؛ (البرزنجي و جمعة ، 2016، صفحة

41):

- إصدار قوانين تنظم عملية التبادل عبر قنوات المعلومات تحمي مصالح الاطراف .

- توفير مقومات الأمن والخصوصية على الشبكات .

- توفير مبادئ حماية حقوق الملكية الفكرية وإحترام الخصوصية .

المبحث الثالث: النظم الحديثة القائمة على تكنولوجيا المعلومات

تغيرت أوجه العمل بسبب ثورة تكنولوجيا المعلومات، وظهرت أنظمة أكثر فعالية عن طريق إدخال تقنيات جديدة ، كما أن أغلب المؤسسات فهمت أهمية تخزين المعلومات، وإسترجاعها، حيث أن إنتاج المعلومات بالخصائص المطلوبة وفي الوقت المناسب يعتبر أمراً ضرورياً وحيوياً بالنسبة لاستمرارية النشاطات، وإنجاز الأعمال والمهام، وبصورة عامة فان المعلومة المطلوبة تتناسب مع المستويات الهرمية للمؤسسة، فالمعلومات التي تحتاجها المستويات الدنيا لا تحتاج إلا لمعالجة آنية روتينية، أما المعلومات التي يحتاجها المسير في المستويات الأعلى كثيراً ما تحتاج أو تستدعي إستخدام التكنولوجيا الحديثة للمعلومات .

وعليه سنقوم في هذا المبحث بتوضيح العلاقة بين تكنولوجيا المعلومات ونظم المعلومات، كما سنتطرق إلى تغير أدوار نظام المعلومات من المرحلة التقليدية التي كان فيها يعتمد على المعالجة اليدوية حتى المرحلة الحديثة والمتطورة والتي يعتمد فيها على تكنولوجيا المعلومات، مروراً بعرض أنواع الأنظمة الحديثة، والمعتمدة على تكنولوجيا المعلومات كما سنتطرق إلى شبكات تكنولوجيا المعلومات المستخدمة في نظم المعلومات .

المطلب الأول: علاقة تكنولوجيا المعلومات بنظم المعلومات وتغير أدوار نظم المعلومات

نحاول في هذا المطلب توضيح العلاقة بين تكنولوجيا المعلومات ونظم المعلومات، كما سنتطرق إلى مراحل تغير أدوار نظم المعلومات من المرحلة التقليدية إلى المرحلة المتطورة والتي يعتمد فيها على تكنولوجيا المعلومات .

أولاً: علاقة تكنولوجيا المعلومات بنظم المعلومات

يستخدم مصطلح ومفهوم تكنولوجيا المعلومات بصورة مترادفة مع نظم المعلومات، ولهذا نجد في أدب المعلوماتية أن البعض يستخدم مصطلح تكنولوجيا المعلومات للدلالة على نظم المعلومات، وقد يستخدم البعض عن قصد مصطلحات نظم المعلومات وتكنولوجيا المعلومات للدلالة على معنى واحد دون إجراء أي تمييز بينهما، ومن الضروري وضع حدود فاصلة ومميزة في المحتوى، والدلالة بين نظم المعلومات وتكنولوجيا المعلومات، فمفهوم تكنولوجيا المعلومات يتضمن بالضرورة كل أنماط التوليفة المستخدمة على نطاق واسع في أنشطة معالجة، وتخزين، وإسترجاع وعرض المعلومات بأشكالها (النصوص، أرقام... إلخ) ومجالات تطبيقها المختلفة .

أما نظم المعلومات الحاسوبية فهي النظم التي تستخدم تكنولوجيا المعلومات، بحيث تمثل تكنولوجيا المعلومات الجانب التقني لنظام المعلومات، والبديل لتسميته مثل نظم المعلومات الحاسوبية؛ (سعد غالب ، 2012، صفحة 22).

لكن يلاحظ وجود أكثر من منظور لتكنولوجيا المعلومات كالمَنْظور الجزئي، والمَنْظور الكلي، حيث يهتم المَنْظور الكلي بدراسة كل أشكال التكنولوجيا المستخدمة في تكوين، وتبادل، وإستخدام المعلومات، أو كما يقول **Semn** تمثل تكنولوجيا المعلومات نطاقاً واسعاً من القدرات، والمكونات للعناصر المتنوعة، والمستخدم في تخزين ومعالجة وتوزيع المعلومات، بالإضافة إلى دورها في عملية خلق المعرفة، بينما يشير المَنْظور الجزئي إلى أن تكنولوجيا المعلومات مورد أساسي من موارد نظام المعلومات، ومكوناً مهماً من مكوناتها التقنية، وبالتالي تعتبر تكنولوجيا المعلومات حزمة من الأدوات والوسائل التي تساعد في تنفيذ أنشطة معالجة البيانات، وإنتاج المعلومات .

ثانياً: تغير أدوار نظم المعلومات

لقد تغير أدوات نظم المعلومات في المنظمات بشكل جذري خلال السنوات المنصرمة فحتى نهاية الستينات كان دور نظام المعلومات بسيطاً معالجة البيانات إلكترونياً، والسجلات، والحسابات، والتطبيقات الأخرى للمعالجة الإلكترونية

للبائانات. أضيف دور آخر، حين بدأ ظهور مصطلح نظام المعلومات الإدارية، وركز هذا الدور على تزويد المستخدمين النهائيين من المدراء بتقارير مسبقة التعريف تقدم لهم المعلومات التي يحتاجونها في صناعة القرارات؛ (الصباغ ، 2000 ، صفحة 23) .

-في السبعينات ظهر بجلاء أن منتجات المعلومات مسبقة الوصف التي تنتج عن نظم التقارير، لم تعد كافية لتلبية معظم إحتياجات صانعي القرارات، لذلك ولد مصطلح نظم إسناد القرارات، وأصبح الدور الجديد لنظام المعلومات هو تزويد المستخدمين الإداريين النهائيين بإسناد آني وتفاعلي لعمليات صناعة القرارات. وهذا الإسناد يفصل ملائمة أسلوب المدير في صناعة القرار؛ (الصباغ ، 2000 ، صفحة 23) .

في الثمانينات، ظهرت العديد من الأدوار الجديدة لنظم المعلومات، فأولا أعطى التطور السريع لقوة معالجة الحواسيب الدقيقة وتطبيقات حزم البرمجيات، وشبكات الاتصالات المجال لولادة مفهوم النظم الحوسبة للمستخدم الأخير (الصباغ ، 2000 ، صفحة 24) .

فالآن يستطيع المستخدم الأخير (أو النهائي) إستخدام موارده الحوسبة لإسناد متطلبات أعماله بدلا من إنتظار الاسناد غير المباشر من أقسام خدمات المعلومات في المنظمة .

وبعد ذلك ظهر واضحا أن العديد من المدراء التنفيذيين في قمة الهرم الاداري في المنظمة لا يستخدمون التقارير الناتجة من نظم معلومات التقارير الادارية ولا قدرات النمذجة التحليلية لنظم إسناد القرار، وبناء على ذلك تم تطوير مفهوم نظام المعلومات التنفيذية، ويعمل هذا النظام على توفير طريقة سهلة للتنفيذيين للحصول على المعلومات الدقيقة في الوقت الذي يحتاجونها فيه ومفصلة بالصيغة التي يفضلونها ؛ (الصباغ ، 2000 ، صفحة 24) .

-التحول الثالث فدور جديد ظهر لنظام المعلومات، والذي يسمى أحيانا نظام المعلومات الاستراتيجي، وفي هذا المفهوم يتوقع أن تلعب نظم المعلومات دورا مباشرا في تحقيق الأهداف الاستراتيجية للمنظمة، وهذا جعل القسم ليس مجرد مجموعة خدمية توفر خدمات معالجة معلومات لأقسام المستخدمين النهائيين في المنظمة . فاليوم يقف هذا القسم كوحدة مستقلة منظمة داخل منظمة، ويتوجب عليه أن يكسب ما يمكنه من أداء عمله والاستمرار فيه، وأن يصبح منتجا لسلع وخدمات معلوماتية تجلب أرباحا إلى المنظمة، ويعطيها موقعا تنافسيا في السوق .

-التحول الأخير جاء نتيجة التطورات في تطبيقات الذكاء الاصطناعي وأساليبه في أنظمة معلومات الأعمال فأخذت النظم الخبيرة تلعب دورا مهما في نظم المعلومات، واليوم يمكن أن نستفيد من النظام الخبير كاستشاري يوفر لنا مشورة خبيرة في جوانب عديدة ؛ (الصباغ ، 2000 ، صفحة 24) .

وقد أدت كل هذه التغيرات إلى زيادة أهمية نظم المعلومات في إنجاح المنظمة، ولكنها قدمت تحديات جديدة للمستخدم الإداري النهائي لاستثمار نظم المعلومات لأقصى فائدة ممكنة .

المطلب الثاني: أنواع نظم تكنولوجيا المعلومات

تهدف نظم تكنولوجيا المعلومات إلى مساعدة الأفراد والمؤسسات على توفير المعلومات والبيانات، وتبادلها من خلال استخدام نظم تكنولوجيا المعلومات لمعالجة تلك البيانات إلكترونياً. وهذا ما سنتطرق إليه في هذا المطلب .

أولاً: النظم المرتبطة بالحاسب الآلي

يوجد في منشآت الأعمال الكبرى العديد من نظم المعلومات المختلفة، التي لها فاعلية مستمرة في إخطار معلومات فورية ومناسبة للمستفيدين في مختلف المستويات الإدارية بالمنشأة، ويعتبر الاستخدام الأمثل والفعال لهذه العمليات في بيئة تنظيمية هو أساس الأداء الجيد للمنشأة. وتوجد كذلك إختلافات أساسية في المسؤوليات، وفي الأسلوب الذي يتم به إنجاز هذه المسؤوليات عند المستويات الإدارية المختلفة داخل المنشأة. فلدى الإدارة العليا مشاكل تختلف عن الموجودة لدى مستوى الإدارة الإشرافية، وتحتاج إلى أنواع مختلفة من المعلومات محلها، ويقع الاختلاف الرئيسي في متطلبات المعلومات لكل مستوى. والسؤال الآن هل يقدم نظام المعلومات المرتبط بالحاسوب أنواعاً مختلفة من المعلومات بسبب عمليات التطور، أم بسبب أنه مصمم ليخدم مستويات تنظيمية مختلفة؟ والتي عرضها دونالد كروبر تعزز الرأي الأخير، حيث قام بتقسيم نظم المعلومات المرتبطة بالحاسب إلى ما يلي:

1. نظم المعلومات لصناعة القرارات الإدارية **Information systems for making management decisions**

حين تصمم نظم المعلومات لتوفير معلومات دقيقة، ومحدثة وذات علاقة ويحتاجها المدراء لصناعة قرارات ذات تأثير، فإنها تسمى نظم المعلومات الإدارية، وقد ظهر هذا المفهوم خلال الستينات، وأصبح يطلق على كل محاولة للربط بين تكنولوجيا الحاسوب ونظرية النظم من جهة، ومعالجة البيانات في المنظمات المختلفة من جهة أخرى نظم المعلومات الإدارية .

وفي أوائل الستينات كان من الواضح أن الحاسوب أصبح يستعمل لحل مشاكل الأعمال، وكان تركيزه الأساسي في أول مرة على حوسبة المهام الكتابية، وتسجيل القيود، وقد تم تطوير مفهوم نظم المعلومات الإدارية كاستجابة لمحاولات استخدام الحاسوب بشكل كفؤ وفعال، وهو مصطلح ظهر مهم جداً لنظم المعلومات المؤثرة والفعالة والكفؤة في المنظمة لسببين؛ (الصباغ، 2000، صفحة 38) .

—أنها تركز على الطبيعة الإدارية لمعالجة المعلومات في الأعمال، وأحد أهم أهداف نظام المعلومات التي تعتمد الحاسوب هو لإسناد صناعة القرارات الإدارية، وليس الاقتصار على معالجة البيانات الناتجة عن عمليات الأعمال .

—أنها تركز على ضرورة استخدام صيغة النظام لتنظيم تطبيقات نظم المعلومات، ويجب النظر إلى تطبيقات نظم المعلومات في الأعمال كنظام معلومات حاسوبي، وليس كوظائف معالجة بيانات مستقبلية .

2. نظم المعلومات التشغيلية **Operational information systems**:

يفترض أن نظام المعلومات التشغيلية أكثر مسؤولية في صيانة السجلات من نظم المعلومات المرتبط بالحاسب، ولكن يتضمن نظام تشغيل البيانات أشياء أكثر شمولية، إذ لديه القدرة على عمل أشياء مع الأنشطة الأساسية (المعاملات) بالمنشأة بحيث يقوم بتجميع البيانات التي تعكس المعاملات المختلفة مثل المبيعات، الفواتير، المصروفات، الإيرادات ويجعلها متاحة لكل من مهام حفظ السجلات، ولاستخدامها في كل من نظم المعلومات الإدارية، ونظام دعم القرارات، وبالتركيز أكثر فإن نظام تشغيل البيانات هو عبارة عن أحد أنواع نظم المعلومات المرتبطة بالحاسب في المنشأة والذي يتواجد بشكل متزامن مع غيره ، بحيث أن كلا منهما يعتمد إلى حد معين على الآخر في المدخلات، وكذلك في طلبات مخرجاتها، وعلى سبيل المثال فإن نظم المعلومات الإدارية يعتمد على نظم المعلومات التشغيلية من أجل معالجة بيانات المعاملات (إجمالي حجم المبيعات، جملة الإيرادات، المصروفات الدورية) .

ويمكن تعرف نظام المعلومات التشغيلية على أنه نظام المعلومات الذي يجمع ويصنف، ويخزن، ويحفظ ، ويسترجع حركة المعاملات من أجل مهام حفظ السجلات، وإدخالها إلى نظم المعلومات الإدارية لمعالجات أكثر؛ (خشبة ، صفحة 90).

3. نظم أتمتة المكاتب (المكاتب الآلية) **Automated offices**: الدور المهم الآخر لنظم المعلومات التشغيلية

هو تحويل طرق المكتب اليدوية التقليدية، ووسائل التراسل الورقية .وتقوم نظم أتمتة المكاتب بجمع ومعالجة وتخزين ونقل البيانات والمعلومات بصيغة إتصالات مكتب إلكترونية، وتعتمد هذه النظم المؤتمتة على معالجة النصوص والاتصالات، وتكنولوجيا المعلومات الأخرى .

وتعني نظم تجهيز المكاتب استخدام الكمبيوتر لتكملة الواجبات التي تنجز في المكاتب الادارية بهدف زيادة الانتاجية الادارية، وتحسين فعالية إلى جانب الاتصالات والمعلومات داخل المكتب، وبين البيئة التنظيمية الداخلية والخارجية وكذلك استخدام برامج معالجة الكلمات، البريد الإلكتروني، والتي من خلالها يمكن للأفراد الاتصال بأي شخص له بريد إلكتروني ؛ (سعد غالب، 1994، صفحة 33) .

4. نظم إسناد(دعم) القرارات **Decision support systems**: هي نظم تفاعلية تعتمد الحاسوب ونماذج

القرارات، وقواعد بيانات متخصصة لمساعدة عملية صناعة القرار التي يقوم لها المدير الذي هو مستخدم أخير للنظام، وتوفر نظم إسناد القرارات إلى المدراء معلومات بصورة تفاعلية وعلى أساس آني، كما توفر قدرات نمذجة تحليلية

وإسترجاع بيانات، وعرض معلومات تمكن المدراء من إستحداث، أوخلق المعلومات التي يحتاجون لصناعة قرارات من النوع غير المهيكل من خلال معالجات تفاعلية تعتمد الحاسوب فمثلا تسمح برامج الجداول الالكترونية للمدير المستفيد النهائي باستلام إستجابات تفاعلية لطلبات آنية لتنبؤات المبيعات أو الأرباح تعرض بصيغة ماذا لو ؟ من الأسئلة ؛ (الصباغ ، 2000، صفحة 39).

فدعم القرار هو الطريق إلى إتخاذ القرارات القائمة على الجودة، إتخاذ القرار المناسب في الأعمال عادة على أساس نوعية البيانات، ولهم قدرتهم على التدقيق من خلال تحليل البيانات وأبعاد الاتجاهات التي يمكنهم إيجاد حلول وإستراتيجيات أحزاب ونظم دعم القرارات هي عادة تطبيقات الحاسوب بالإضافة إلى ذلك، والعنصر البشري من خلال التدقيق على كميات كبيرة من البيانات، وإختيار العديد من الخيارات .

5. نظم دعم قرارات الجماعة ونظم الحاسوب لدعم العمل التعاوني: تستخدم نظم دعم قرارات الجماعة في مواقع خاصة من المؤسسة، وبشكل يسمح لأعضاء الجماعة بالتفاعل عبر الاستخدامات الالكترونية للنظام الحاسوبي من أجل الوصول إلى القرار النهائي؛ (حمادوش، 2020، صفحة 17) .

6. نظم المعلومات التنفيذية Executive Information Systems :

يشار إليها كذلك بلوحات القيادة الإلكترونية، فمنذ نشأتها في بداية سنوات 1980، لوحات القيادة الالكترونية كانت تفهم للاستجابة لاحتياجات الادارات العليا للمؤسسات الكبيرة، لهذا تم تسميتها لنظم معلومات التنفيذيين وتستعمل نظم معلومات التنفيذيين للتفكير، التحليل، والقرارات الاستراتيجية للمنظمة .

تعمل على تخفيض عدم التأكد المرتبط بالقرارات التي تتعلق بمستقبل المنظمة، والتي تتطلب محاكمة عقلية، التقييم والتنبؤ بما سيحدث في المستقبل ؛ (بن طاعة ، 2017، صفحة 31) .

ويحصل التنفيذيون في الإدارات العليا على المعلومات التي يحتاجون من مصادر متعددة من ضمنها الرسائل والمذكرات، والدوريات العلمية، والتقارير المنتجة يدويا، أو بواسطة الحاسوب، المؤتمرات، واللقاءات ، والمحادثات الهاتفية والنشاطات الاجتماعية ؛ (الصباغ ، 2000، صفحة 40) .

وتصمم نظم معلومات التنفيذيين لدمج البيانات حول الأحداث الخارجية مثل القوانين الضريبية، أو المنافسين الجدد، لكن تحصل كذلك على معلومات داخلية ملخصة من نظم المعلومات الإدارية ونظم دعم القرار .

ويمكن أن نفهم أن نظم معلومات التنفيذيين كنظم معلومات معتمدة على الحاسب مصممة بشكل محدد للاستعمال من قبل مدراء الإدارة العليا للمنظمة تزود بمعلومات داخلية وخارجية، والتي يمكن إستعمالها كدعم في أداء أعمالهم (بن طاعة ، 2017، صفحة 31) .

ثانيا: نظم الذكاء الاصطناعي Artificial intelligence systems

تعود جذور الذكاء الاقتصادي إلى عهود بعيدة، فهو كعلم يعود إلى بداية إستخدام الانسان للآلة، ثم تمرد الانسان على فكرة الآلة العادية، وإتجه بخياله إلى آلة تستطيع أن تجاربه، وتحاكيه في التفكير، وربما بدأ الأمر بفكرة خيالية كالعصا السحرية والمرآة العجيبة في أفلام الكرتون، لكنها بدأت تأخذ طريقها إلى حيز التنفيذ الفعلي عن طريق معامل الذكاء الاصطناعي، ونورد أحسن مثلا على هذا الاعلان الذي نشرته شركات أمريكا المستقلة للمصباح الكهربائي والطاقة سنة 1957، والذي يتمثل في صورة لسيارة ذاتية القيادة وكتب أسفلها: الكهرباء قد تكون هي المحرك في يوم من الأيام، قد تسر سيارتك على طريق سريع كهربائي خارق ، تتحكم بسرعتها ومقودها أوتوماتيكيا أجهزة إلكترونية مثبتة في الطريق، ستصبح الطرقات السريعة آمنة عبر الكهرباء، لن تكون هناك إزدحامات مرورية ، ولا حوادث إصطدام، ولا سائقون مرهقون؛ (صالح، بن الزين ، و قداش، 2020، صفحة 347).

1. مفهوم الذكاء الاصطناعي

عرف الذكاء الاصطناعي بأنه علم من أحدث علوم الحاسب الآلي، وينتمي هذا العلم إلى الجيل الحديث من أجيال الحاسب الآلي، ويهدف إلى أن يقوم الحاسب الآلي بمحاكاة عمليات الذكاء التي تتم داخل العقل البشري ، بحيث تصبح لدى الحاسوب مقدرة على حل المشكلات، وإتخاذ القرارات بأسلوب منطقي ومرتب، وبنفس طريقة تفكير العقل البشري ؛ (صالح، بن الزين ، و قداش، 2020، صفحة 347).

- يتكون مصطلح الذكاء الاصطناعي من مقطعين: الاصطناعي المقصود به إستعمال الكمبيوتر، والعمليات الالكترونية، أما الجانب المرتبط بالذكاء فيمثل الغرض المرتبط باستخدام الحواسيب لتقليد الذكاء البشري؛ (Bouri, 2021, p. 395)

وفي ذات السياق عرف بأنه عملية محاكاة الذكاء البشري عبر أنظمة الكمبيوتر، فهي محاولة لتقليد سلوك البشر ونمط تفكيرهم، وطريقة إتخاذ قراراتهم، وتتم من خلال دراسة سلوك البشر عبر إجراء تجارب على تصرفاتهم ووضعهم في مواقف معينة، ومراقبة ردود أفعالهم، ونمط تفكيرهم وتعاملهم مع هذه المواقف؛ (صالح، بن الزين ، و قداش، 2020، صفحة 347) .

ويمكن إستنتاج أن الذكاء الاصطناعي هو فرع من علم الحاسب الذي يمكن بواسطته جعل الآلة تقوم بعمليات تحاكي أسلوب الذكاء الانساني والمهارة البشرية، حيث يجمع بين العلم والهندسة، والفن وعلم النفس. ولقد حقق الباحثون في مجال الذكاء الاصطناعي نتائج مبهرة في إدراك جوانب مميزة من السلوك البشري من خلال الآلات وهناك مثال يوضح ذلك، وهو لعبة الشطرنج ففي إحدى المباريات التي أقيمت سنة 1977 نجح جهاز الكمبيوتر

الذي يحمل إسم **Deep Blue** المصمم من طرف شركة **IBM** في هزيمة بطل العلم في الشطرنج "جاري كاسباروف **Garry Kasparov**، والآن تستطيع أجهزة الكمبيوتر كنموذج للآلة الذكية لعب الشطرنج بصورة أكثر جودة عما كان مخططا له ؛ (صالح، بن الزين ، و قداش، 2020، صفحة 347).

2. أنواع أنظمة الذكاء الاصطناعي

توجد العديد من أنظمة الذكاء الاصطناعي، نذكر البعض منها في ما يلي:

1.2.1. النظم الخبيرة **Expert systems**

بدأ رواد نظم المعلومات بالتأثر بمفاهيم الذكاء الاصطناعي الذي هو أحد إهتمامات علم الحاسوب التي تسعى لتطوير حواسيب يمكن أن تفكر، وتسلك سلوكا ذكيا أي مشابها لأسلوب تفكير وذكاء الإنسان .

ويمكن تعريف النظام الخبير بأنه نظام يتم بموجبه تخزين الخبرات، والمعارف المتراكمة بما تتضمنه من تفكير وإدراك وسلوك للمساعدة في إتخاذ القرارات ومعالجة المشكلات . فهو يقوم على المعرفة التي تستند إلى الخبرة المتراكمة والمخزنة باسترجاعها، وتحليلها للتوصل إلى الحقائق المرتبطة بها ؛(بوخاري ، 2020، صفحة 46).

ومكونات النظام الخبير هي قاعدة معرفة وبرمجيات تؤدي إلى إنتاج إستدلالات بالاعتماد على المعرفة وتوفر إجابات لأسئلة المستخدمين، وهناك العديد من المجالات التي تستخدم النظم الخبيرة أهمها الطب، والهندسة والعلوم الطبيعية وأخيرا إدارة الاعمال .

فمثلا تستخدم النظم الخبيرة حاليا لتشخيص الأمراض والبحث عن المعادن، وتحليل المركبات ، وأداء التخطيط المالي ويمكن للنظام الخبير أن يسند الفعاليات، والأنشطة التشغيلية، والإدارية ؛ (الصباغ ، 2000، صفحة 41).

وتتسم النظم الخبيرة بمجموعة من الخصائص، تميزها عن باقي النظم التقليدية، وهي ؛ (الصعيدي و شحاته ، 2000، صفحة 31):

- تمثيل المعرفة رمزيا بحيث تعرض المفاهيم، والحقائق، والقواعد على شكل رموز في النظام الخبير .
- يتم التركيز على مجال واحد عند تصميم النظام الخبير، وتخزن فيه كافة المهارات المتعلقة بهذا المجال .
- إن النظام الخبير يستخدم تقنيات الإدراك، والتفكير الاستكشافي للبحث، وإستعراض حلول للمشاكل.

2.2. الشبكات العصبية **Neural networks**: هي نظام برمجية محوسب يعمل على أساس تقليد الدماغ البيولوجي في معالجة المعلومات، وتحاكي هذه التقنية تعامل الانسان عندما يواجه مواقف تتوفر لديه معرفة غير صريحة عن مجال معرفي معين إذ تتطلب منه هذه المواقف الاستعانة بخبراته السابقة. وتسمى التقنية التي تعادل عبور هذه الفجوة بالشبكات العصبية؛ (بوخاري ، 2020، صفحة 46).

وتتميز الشبكات العصبية عن غيرها من نظم المعلومات المنتمية إلى عائلة الذكاء الصناعي أو نظم المعلومات المحوسبة الأخرى التي تستخدم تقنيات الذكاء الصناعي بتوليفة من الخصائص الفريدة، نذكر منها على سبيل المثال قدرة الوصول إلى الحلول المثلى إستنادا إلى التعلم وليس المعرفة (كما هو الحال في النظم الخبيرة) .

من ناحية أخرى، يمكن تلخيص الخصائص الجوهرية للشبكات العصبية باستخدامها لمنهج الاستكشاف، وبختمها عن الحلول المثلى، وتحسين الحل المقترح من خلال التدريب، والتعلم، وإستخدامها الواسع في التنبؤ وتفسير الحلول . ولهذا السبب تستخدم تقنيات ونظم الشبكات العصبية في مختلف أنشطة الأعمال وخاصة في مجالات إدارة العمليات والتحليل المالي والضبط والسيطرة، والتنبؤ بأسعار الأسهم، والسندات، والتجارة الالكترونية، ودعم قرارات الادارة الالكترونية .

3.2. نظم الخوارزميات الجينية: تقوم هذه التقنية على فكرة عملية لبرنامج محوسب تتناقض فيه الحلول الممكنة للقرار مع بعضها البعض، ومن خلال الكفاح التطوعي فان البقاء هو للأفضل، كما تستخدم في مجال الأعمال المالية والمصرفية، العمليات اللوجيستية، والسيطرة على الموارد ؛ (خوالد ، 2019، صفحة 19) .

4.2. نظم المنطق الضبابي Fuzzy logic systems

ظهرت نظم المنطق الضبابي لتجاوز المنطق الحاسوبي البولياني الذي ينطلق من تشخيص الظاهرة على أنها صحيحة تماما، أو خاطئة تماما ، هذا المنطق الحاسوبي الجديد ظهر في عقد الستينات من القرن الماضي بفضل الجهود والدراسات التي قدمها **Tfi Zadeh** من جامعة **Barekeley** حيث إستخدم المنطق الضبابي ليس فقط لكونه وسيلة لنمذجة عدم التأكد في اللغة الطبيعية، وإنما لكونه منهجية لعمل أي نظام، وقد أطلق على هذه المنهجية مصطلح **Fuzzification** ، وهي أقرب ما تكون إلى النسبية اللسانية أو الضبابية اللسانية؛ (بوخاري ، 2020، صفحة 47) وتستخدم تقنيات ونظم المنطق الغامض أو الضبابي مع نظم مندمجة أخرى تعمل بتقنيات الذكاء الاصطناعي مثل النظم الخبيرة التي تعمل بالمنطق الغامض ، والشبكات العصبية بالمنطق الغامض أو شبكات المنطق الغامض في أهم مجالات الأعمال وبصورة خاصة في التطبيقات المصرفية كالتنبؤ بالعائد المتوقع من الأوراق المالية، وإدارة المخاطر ، وتخطيط السيولة النقدية، وإدارة محفظة الاستثمار، غير ذلك من التطبيقات المهمة ؛ (خوالد ، 2019، صفحة 19)

4.2. نظم الوكيل الذكي: يعرف الوكيل الذكي بكونه عبارة عن كائن يستطيع إدراك بيئته التي يكون موجودا فيها، وذلك عبر المستشعرات التي يمتلكها هذا الكائن، ومن ثم التجاوب معها بواسطة آليات التنفيذ، أو الجوارح . وهو أحد تطبيقات التنقيب عن البيانات من شبكة الأنترنت أو من قواعد بيانات الأنترنت؛ (خوالد ، 2019، صفحة 19) .

إن نظم الوكيل الذكي تساهم في تخفيف أعباء الإدارة الالكترونية، كما تضمن الاستجابة السريعة لطلبات العملاء، كاستقبال رسائلهم وملاحظاتهم التي تخص جودة المنتجات، والخدمات المقدمة من طرف المنظمة ..

المطلب الثالث: ماهية تكنولوجيا الاتصال

يعتبر موضوع الشبكات من المواضيع الحيوية والمهمة، ومما يزيد من أهميته التقدم العلمي والتكنولوجي الكبير الذي تحقق مع نهاية النصف الثاني من القرن العشرين وبدايات القرن الحادي والعشرين في ميادين الأنترنت والتكنولوجيا الرقمية، ولم يحدث هذا التقدم في مجال تكنولوجيا المعلومات فجأة، أو خلال فترة زمنية قصيرة، بل أخذت وقتاً طويلاً نسبياً تم إدخال التحسينات والتطوير في مجال تقنية المعلومات والاتصالات .

أولاً: خصائص الشبكة المعلوماتية وأنواعها

سنقوم في هذا الفرع بالتعريف بمفهوم الشبكة، والتطرق إلى خصائص الشبكة، وكذا أنواع شبكات تكنولوجيا المعلومات.

1. تعريف الشبكة المعلوماتية

توجد تعاريف متعددة ومتشابهة إلى حد ما لمفهوم الشبكات سواء في مجال المعلومات، أو مجال الاتصالات، أو غيرها من المجالات، بل أصبحت متداخلة في كافة جوانب الحياة، ومن بين هذه التعريفات ما يلي :

تعرف الشبكة بأنها "نظام للعلاقات الترابطية داخل المؤسسة، أو فيما بين المؤسسات؛" (Brilman, 2001, p. 412) وفي تعريف آخر تعرف الشبكة بأنها "مؤسستان أو أكثر تشتركان في عملية تبادل المعلومات من خلال روابط اتصالات، وذلك خدمة لأهداف مشتركة ؛ (ديدان م.، 2005، صفحة 39) .

وفي ذات السياق عرفت الشبكة على أنها مجموعة من حسابات آلية مرتبطة مع بعضها أو مع بعض الوحدات الآلية الأخرى (كالشاشات والطابعات) بمواقع متباعدة أو متقاربة مكانياً من خلال قنوات اتصال، لتبادل البيانات وتستخدم الموارد المادية، وغير المادية لباقي أعضاء الشبكة مع الاحتفاظ بقدراتها التشغيلية الخاصة؛ (طه ، 2000، صفحة 509).

ومن جل التعاريف السابقة الذكر نستنتج أن الشبكة هي عبارة عن وسيلة ربط بين مؤسستان أو أكثر، أو بين مؤسسة، ومحيطها الداخلي أو الخارجي بهدف تبادل البيانات والمعلومات.

2. خصائص الشبكة المعلوماتية

تتميز شبكات تكنولوجيا المعلومات بمجموعة من الخصائص يمكن إجمالها في الآتي؛ (سعد غالب، 2002، الصفحات 306-305):

- الشبكة يمكن إستعمالها في إتجاه واحد سواء كانت شبكة نشر أو شبكة تجميع، كما يمكن إستعمالها في الإتجاهين .
- القدرة على التدفق، أي عدد الوحدات (العناصر) من المعلومات المنقولة خلال وحدة زمنية ويعبر عنها بوحدة "البايت في الثانية".

- النجاعة، ويتم قياسها بمعدل الخطأ الأعلى المضمون في عملية النقل (التحويل) .
- سهولة الاستعمال من الناحية التطبيقية، وهذه الخاصية مهمة جدا لتقدير إمكانية إدخال التكنولوجيا ضمن نظم الاتصالات .

- الأمن في حالة الإرسال، ويقاس ذلك بالمعدل المتوسط للخطأ، وهذا تبعا لإمكانية الكشف عن الأخطاء وتصحيحها .

- الإتصالات بين أنظمة الكمبيوتر حيث تتم عمليات نقل البيانات، والمعلومات المكتوبة بشفرة معينة من طرف إلى آخر، أو من مرسل إلى مستقبل عن طريق نظام إتصالات عن بعد الشبكة .

3. أنواع الشبكات

هناك عدة تصنيفات للشبكات، تقسم حسب النطاق الجغرافي إلى شبكات المناطق والواسعة والمحلية، والشبكات ذات الربط المتداخل (الأنترنت، الأنترانت، الاكسترانت) وتتمثل فيما يلي :

1.3. شبكات المنطقة المحلية Local Area Networks: تقوم هذه الشبكة بربط الحواسيب وأجهزة معالجة المعلومات الأخرى في مجال محلي محدود مثل مكتب، أو قاعة، أو مصنع، تعمل هذه الشبكة على تحقيق عمل جماعي أكثر كفاءة وفعالية، ولهذه الشبكات قنوات إتصالات خاصة بها، وتتألف هذه الشبكات من حواسيب متصلة بخادم ووسائل إتصال سلكية، ولا سلكية مثل الهاتف الأرضي الكابل من نوع **coxial** ... إلخ ؛ **HelémDelmonde** (& autre, 2009, p. 95).

2.3. شبكات المنطقة الواسعة Wide area networks

هي شبكات البيانات العامة التي تغطي منطقة جغرافية كبيرة وتتألف من عدد من شبكات المنطقة المحلية المترابطة معا لتشكل شبكة إتصالات واسعة النطاق، حيث تستخدم هذه الشبكات خطوط الهاتف المتاحة من قبل شركة الإتصالات المحلية، هذا النوع من الشبكات الكبيرة قد أصبح ضرورة أساسية لنقل الأنشطة اليومية للعديد من المصارف .

3.3.3 شبكة الأنترنت Internet

مصطلح الأنترنت **Internet** إختصار للتعبير **Network International** وتعني شبكة المعلومات الدولية بالإضافة إلى التسميات الأخرى التي تطلق على هذه الشبكة، والتي نذكر منها الشبكة العالمية، أو الشبكة العنكبوتية (الشويرف ، 2018 ، صفحة 11).

وهي شبكة عالمية تعمل على ربط الشبكات المنتشرة عبر العالم ببعضها البعض، عن طريق خطوط الهاتف، أو الأقمار الصناعية، حيث تعود بداية هذه الشبكة عام 1979 عندما طرحت وزارة الدفاع الأمريكي مشروعها الخاص بتبادل المعلومات مع مراكز البحث العلمي في مختلف أنحاء العالم ، حيث كانت جامعة كاليفورنيا أول من ساعد في تطوير هذا المشروع ، وأطلقت تسميته **Arpanet** ؛ (عياد صلاح و السيد ، 2020 ، صفحة 11) .

وتوجد ثلاث خدمات أساسية لشبكة الأنترنت، وهي :

1.3.3 البريد الإلكتروني Email

هو عبارة عن خدمة في الأنترنت تقوم بنقل البريد من شبكة إلى أخرى، وإيصاله إلى الجهة المطلوبة في مدة زمنية قصيرة جدا قد لا يتجاوز بضع دقائق. تتضمن هذه الخدمة نقل الملفات، والبرامج المحسوبة، والرسائل والنصوص، إلى الأشخاص الذين يطلبونها في جميع أنحاء العالم. ويعتبر البريد الإلكتروني متعدد الأغراض، وكثير الاستخدامات يلي مختلف إحتياجات، وتطلعات المستخدمين في إرسال الرسائل إلى المكان المطلوب في وقت قصير جدا. وعلى وجه العموم فإن للبريد الإلكتروني مزايا عديدة من بينها ؛ (سلطان علي ، 2005 ، الصفحات 205-204) :

أ. السرعة: يتم إيصال الرسالة إلى الملتقى في زمن لا يتجاوز دقائق قليلة جدا، ومهما إبتعدت المسافة بين المرسل والمستلم .

ب. التكاليف: لا يوجد رسوم أو تكلفة مقابل إرسال أو إستلام الرسائل عن طريق إستخدام البريد الإلكتروني .

ج. الوقت: لا يوجد وقت محدد لإرسال، أو إستلام الرسائل عن طريق البريد الإلكتروني .

2.3.3 خدمة تلينت Telnet service

وهي عبارة عن برنامج خاص يتيح للمستخدم أن يصل إلى جميع الحواسيب في جميع أنحاء العالم، وأن يرتبط بها بحيث تجعل من الممكن إستخدام البرامج الجاهزة للحواسيب، وذلك لكي يتمكن المستخدم من الوصول إلى البيانات والبرمجيات الموجودة في إحدى خدمات تلينت الموجودة في أي مكان في العالم؛ (Easiqal, 2007, p. 12)

3.3.3. خدمة بروتوكول نقل الملفات :

تعد من الخدمات المهمة على شبكة الأنترنت إذ أن هناك الملايين من ملفات الحاسوب المتاحة للاستخدام العام من خلال الشبكة كالصور، والأصوات، والكتب، وغيرها، والتي يمكن لمستخدم الشبكة نقلها بالرجوع إلى الحاسوب المزود بالخدمة **Service Prvider** التي يرتبط به، وذلك بإستخدام بروتوكول نقل الملفات؛ (ربحي ، 2012 ، صفحة 132).

4. الأنترنت Intranet

هي شبكة داخلية خاصة بالمؤسسة، تستخدم تقنيات الأنترنت، والتي تصمم لتلبية إحتياجات العاملين من المعلومات الداخلية، ومن أجل تبادل البيانات، والمعلومات عن عمليات، وأنشطة المؤسسات المالية، والمصرفية كما يتم تنفيذها في مقر المصرف، وفروعها، ووحدات أعمالها الاستراتيجية؛ (Garett, 1996, p. 110).

وتستخدم الأنترنت على نطاق واسع لدعم جانب البيع في التجارة الالكترونية في وظيفة التسويق، وكذلك تستخدم لدعم فعاليات إدارة سلسلة التوريد الشامل، والتسويق عبر الأنترنت لها مجموعة من الفوائد من بينها ما يلي؛ (العاني، 2016، صفحة 229) :

- تقليل دورة حياة المنتج حيث أن المعلومات عن تطوير المنتج وترشيد حملات التسويق تكون أسرع .
- تقليل التكاليف الانتاجية العالية .
- خدمة أفضل للزبون حيث تقدم دعم شخصي وذلك بدخول الزبون عبر الأنترنت .
- توزيع المعلومات من خلال المنظمات العالية التي تدار عن بعد .

5. الاكسترانت Extranet

هي تزاوج كل من الأنترنت والأنترنت، وهي مصممة خصيصا لتلبية إحتياجات المستفيدين من خارج المنظمة من موردين وعملاء، ومجموعات المؤثرين، وحملة الأسهم، وهي شبكة المؤسسة المصرفية الخاصة التي تصمم لتلبية حاجات الناس من المعلومات ومتطلبات المنظمات الاخرى الموجودة، وتستخدم في تقنيات الحماية؛ (البطل ، 2011 ، صفحة 215) .

وهي تلك الشبكات التي تحقق التواصل بين مجموعة من الأطراف الخارجية مثل: مصادر التوريد، قنوات التوزيع وغيرهم من الشركاء الخارجيين فمثلا عندما تستخدم شركة **A** تكنولوجيا الويب للاستخدام الداخلي فقط فتلك هي الأنترنت، أم عندما تعرض شركة **A** على شركة **B** الدخول إلى أماكن خاصة في الأنترنت الخاصة بها لتصنع طلبات

الشراء وما شابه، فتلك هي الإستراتيات. ويمكن النظر للإستراتيات على أنها وسيلة للتبادل الإلكتروني للمعطيات (عياد صلاح و السيد ، 2020 ، صفحة 11).

ثانيا: مزايا الشبكة المعلوماتية

توفر الشبكات مجموعة من المزايا تتمثل جميعها في توفير الوقت، والجهد، والتكلفة المتعلقة بالبيانات من ناحية تشغيلها، وإستلامها، والتعامل مع المعلومات من ناحية نقلها، وتوصيلها لمستخدميها وتحقق هذه المزايا عبر مجموعة من الخصائص يمكن تلخيصها فيما يلي :

1. مشاركة البيانات Data Sharing تسمح عملية مشاركة البيانات لمجموعة من المستخدمين بتبادل المعلومات بشكل منظم، وبسرعة أكبر من تبادلها من حساب لآخر. وقد تكون هذه البيانات عبارة عن تقرير مفصل قام بإعداده موظف في مصر، وإستفاد منه موظف آخر في دبي، وتم توفير الوقت، والمال نتيجة ذلك .

2. مشاركة التطبيقات Share apps: توفر مشاركة التطبيقات إستخدام التطبيقات، والبرمجيات التي تم تنصيبها على الخادم من قبل المستخدمين، الأمر الذي يوفر عملية تنصيب البرامج على كل الحواسيب، إضافة إلى ذلك يستطيع الخادم معرفة عدد المستخدمين الذين يقومون بإستخدام برنامج معين، ومنع دخول المستخدمين غير المخولين بالدخول؛ (عبد العزيز السيد و اخرون ، 2019 ، صفحة 44).

3. مشاركة الأجهزة Device Sharin :تتيح عمليات مشاركة الأجهزة للمستخدمين إمكانية الإستفادة من الطرقيات الموجودة على الشبكة، كالطابعات، والمساحات الضوئية، وأجهزة الفاكس وغيرها. لذا تستطيع الشركات توفير المال من خلال شراء عدد أقل من التجهيزات، وفي نفس الوقت تقوم بتحسين قدرات عمل الموظفين ومستوى الخدمة علاوة على ذلك يتم غالبا إستخدام الأجهزة عالية الكلفة على الشبكات بشكل أكبر مما يبرر صرف تكاليف باهضة لشرائها ؛ (عبد العزيز السيد و اخرون ، 2019 ، صفحة 45).

4. الاتصالات Telecommunications: تسهل الاتصالات على مستخدمي الشبكة العديد من الأمور وخاصة من خلال إستخدام البريد الإلكتروني، والرسائل الفورية مما يجعل الاتصالات بين الموظفين، والمستخدمين أسهل وأسرع أما مركزية تخزين البيانات فتسهل الحصول على كافة البيانات من مكان واحد فهناك التقارير المخططات المساعدة وقوالب المستندات، المناهج التعليمية ومشاريع التخرج، إذا ما كانت الشبكة تابعة لجامعة أو هيئة تعليمية.

5. تسهيل الدخول إلى الأنترنت: بوجود البرمجيات الخاصة يمكن للمستخدمين الدخول إلى الأنترنت عن طريق شبكة الأنترنت الداخلية للشركة، وتعتبر هذه الميزة في غاية الأهمية فهي توفر للمستخدمين وسائل مختلفة للحصول

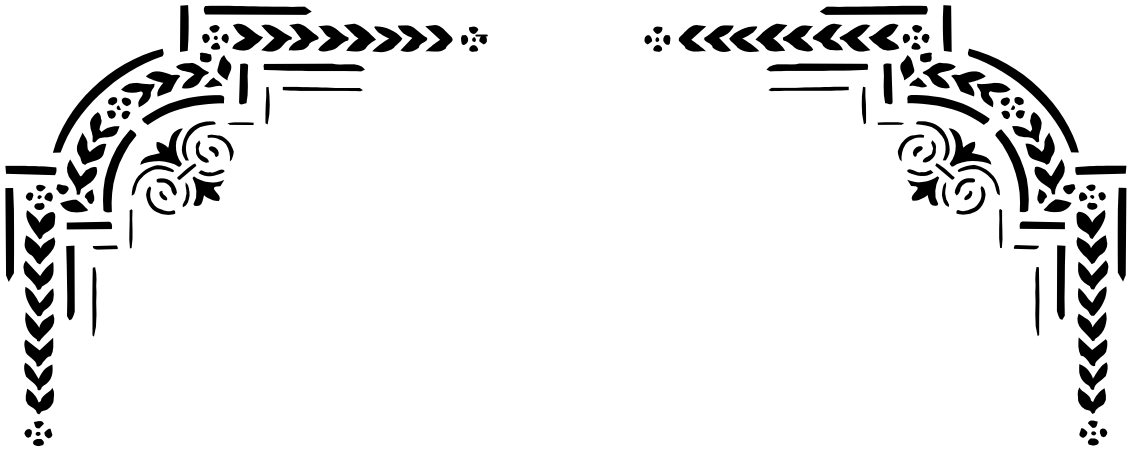
الفصل الأول: أسس نظم وتكنولوجيا المعلومات الحديثة

على كم ضخمة من المعلومات، والمصادر المختلفة كالبرمجيات الإضافية، وبرامج تعريف الأجهزة؛ (عبد العزيز السيد و
آخرون، 2019، صفحة 45).

خلاصة :

تعد المعالجة الآلية اليوم في ظل التغيرات التكنولوجية المتطورة أساس وعماد الإدارة الحديثة حيث أن أهم الاتجاهات المعاصرة في تكنولوجيا المعلومات، هو نمو الدور الاستراتيجي لنظم المعلومات المبنية على الحاسوب. فقد أصبحت المعلومات جزء لا يتجزأ من نسيج الإدارة في المؤسسة وموردا أساسيا تعتمد عليه في تفعيل العملية الادارية، وتدعيم القرارات وأيضاً مساعدتها في خلق، وتقديم منتجات جديدة، وإختراق أسواق جديدة، وتحسين جودة الاداء .

كما أن تصميم نظم المعلومات وفق الأسس العلمية الحديثة في بناء النظم، وإستخدام الحاسوب في معالجة البيانات يعد خطوة ضرورية لعقلنة الإنتاج، وإستهلاك المعلومات في المؤسسة، زادت أهمية شيوع بعض المفاهيم والمصطلحات الحديثة كثورة المعلومات وتكنولوجيا المعلومات، الذكاء الاصطناعي، أتمتة المكاتب، نظم دعم القرارات طرق المعلومات السريعة، بنوك المعلومات ..إلخ. مما يؤكد وجود نقلة مجتمعية تحدثها تكنولوجيا المعلومات التي أصبحت عاملاً حاسماً في تحديد مصير الدول، والأفراد .



الفصل الثاني :

تطوير الخدمة المصرفية وسبل

تحقيق جودتها



تمهيد :

واجهت المؤسسات الخدمية في السنوات الأخيرة تحديات عديدة نتيجة تزايد أعدادها وتنامي حدة المنافسة بينها خاصة المؤسسات الخدمية البنكية، لهذا إتجهت معظمها إلى تبني مفهوم الجودة والاهتمام بتقديم خدمات متميزة لزيائنها بغية زيادة قدرتها التنافسية وضمان إستمرارها وبقائها في السوق، وتعتبر جودة الخدمات المصرفية من أهم التقنيات التي تعتمد عليها البنوك والتي تهدف إلى تقديم خدمات على درجة عالية من الكفاءة والتميز، للاقتراب من الزبون وبناء علاقة قوية، ومستمرة معه، وبالتالي كسب رضاه وولائه .

ومنه إرتأينا تقسيم هذا الفصل إلى ثلاثة مباحث تتمثل في الآتي:

- **المبحث الأول:** ماهية الخدمة المصرفية.
- **المبحث الثاني :** عصرنة وتطوير الخدمة المصرفية .
- **المبحث الثالث:** أساليب تحسين وقياس جودة الخدمة المصرفية .

المبحث الأول: ماهية الخدمة المصرفية

تعمل المصارف على تحقيق أهدافها المختلفة، وذلك من خلال قيامها بنشاطها المصرفي مع تحقيق أقصى ربح ممكن وبأقل تكلفة ممكنة مقارنة بالمصارف المنافسة، ويكون ذلك بإرضاء زبائنها بالدرجة الأولى وتلبية حاجياتهم ورغباتهم من خلال تقديم خدمات مختلفة بكفاءة وجودة عالية ومتميزة .

المطلب الأول: مفهوم الخدمة المصرفية Banking Service

تشكل الخدمة المصرفية محورا أساسيا في عملية تطوير إقتصاد أي دولة كانت، حيث تتمثل المهمة الأساسية للبنوك في تقديم خدمات تستجيب لحاجات، ورغبات الزبائن، لكسب رضاهم وولائهم بصفة دائمة، وستتطرق في هذا المطلب إلى التعريف بمصطلح الخدمة أولا، ثم الخدمة المصرفية ثانيا، وصولا إلى مراحل تطور ونشأة الخدمة المصرفية .

أولا: مفهوم الخدمة The service

إختلفت وجهات نظر الباحثين في تحديد تعريف للخدمة، وتعددت بناء على ذلك التعاريف الذي تتناول هذا الجانب بسبب وجود خدمات ترتبط بشكل كامل، أو جزئي مع السلع المادية (مثل إيجار العقارات، والخدمات الفندقية) بينما تمثل خدمات أخرى أجزاء مكتملة لعملية تسويق السلع المباعة مثل (الصيانة) وهناك أنواع من الخدمات تقدم مباشرة لا تتطلب إرتباطها بسلعة ما (مثل الخدمات الصحية، التأمين).

ويمكن تلخيص الأسباب التي تؤدي إلى صعوبة تعريف الخدمة فيما يلي ; (العلاق و الطائي ، 1999، الصفحات 40-38) :

- من الصعب وصف الخدمة التي طبيعتها مجردة عن المنتج وتستعمل عبارة منتج لتعيين الخدمة كعبارة "منتجات مالية منتجات سياحية".

- لا تخص كلمة قطاع نشاط واحد، ففي يومنا هذا لا تناسب أبدا التصنيفات التقليدية المكان الذي احتلته الخدمات في الاقتصاد، وأصبحت القيمة المضافة لمصنعي مواد الإعلام الآلي، ومنتجات آخرين تشكل قسما كبيرا من الخدمات .

- تعتبر الخدمات نشاطا إنسانيا من خلال شخص ينجز مهمة لحساب آخر، وهذا التعريف محدود جدا فكثير من الخدمات أصبحت تنجز بالآلات كالغسل الآلي للسيارات والموزعين الآليين للحلويات ... إلخ .

- نهاية أو نتيجة الخدمة هي شبيهة بالمنتجات المادية، بحيث نهاية كل منهما هي تلبية حاجات المستهلكين.

-إن الخصائص المتعددة للخدمات أخضعت تعريف الخدمة لتغييرات عديدة، فقد عرفت الجمعية الأمريكية للتسويق بأنها "الخدمة تقدم في شكل أنشطة، أو منافع تعرض للبيع أو تقدم مرتبطة مع بيع السلع؛ (بودية و قندوز ، 2016، صفحة 127)

ويمكن تقسيم هذا التعريف إلى الأجزاء التالية: منافع غير ملموسة تعرض للبيع دون إرتباطها بالسلع كخدمات التأمين الحمامة، الكهرباء، الخدمات الصحية، خدمات النقل...إلخ .

-أنشطة غير ملموسة (خدمات) والتي تتطلب إستخدام السلع الملموسة كإيجار العقار .

-خدمات تشتري مرافقة مع السلع مثلاً شراء ثلاجة ترافقها خدمات الصيانة .

-أما **RUSS** فقد عرف الخدمة بأنها "شرط مؤقت للمنتج أو أداء لنشاط موجه لإشباع حاجات محددة للمستفيدين ؛ (العلاق و الطائي ، 1999، صفحة 36) .

ويلاحظ من هذا التعريف ما يلي :

-يقصد بالشرط المؤقت للمنتج أن المشتريين يمكنهم إستعمال المنتج، ولكن لا يحق لهم إمتلاك أي منتج مثل تأجير السيارات .

-أداء النشاط مثل الأنشطة التي تؤديها المؤسسات أو الأفراد للمشتريين مثل خدمات تدقيق الحسابات أوخدمات الإستشارات القانونية .

-موجهة لإشباع حاجات محددة للمشتريين، حيث أنه ليس بالضرورة أن يدفع المشترون ثمناً لهذه الخدمات كخدمات التعليم والدفاع المقدمة من طرف الدولة .

-وفي ذات السياق عرفت الخدمة بأنها "فعل، أداء يقدمه طرف لطرف آخر، رغم أنها يمكن أن تكون مرتبطة بمنتج مادي، وتكون بالضرورة غير ملموسة، ولا ينتج عنها ملكية أحد عوامل الإنتاج؛ (Beatrice , 2004, p. 08).

وفي تعريف آخر لـ **Ph. kotler** فهي "كل نشاط أو منفعة غير ملموسة يستطيع أن يقدمها طرف إلى طرف آخر دون أن يترتب على ذلك نقل للملكية، وإنتاجها قد يرتبط، وقد لا يرتبط بنتاج مادي ملموس ؛ (كافي ، 2017، صفحة 85).

ويلاحظ من التعاريف السابقة الذكر أنها تشير بوضوح للفصل بين الخدمات التي تعرض للبيع مباشرة، وتلك التي تقدم مرتبطة بسلعة ما، مع التأكيد على تميز الخدمة بكونها غير ملموسة، وبشكل منفصل عن السلع الملموسة التي يمكن أن ترافقها كإجراء الأدوية المرافقة للخدمات الصحية، أو الأدوات الإحتياطية المرافقة لعملية الصيانة والتصليح...إلخ .

الفصل الثاني: تطوير الخدمة المصرفية وسبل تحقيق جودتها

وإتساقا مع ما سبق ذكره من تعاريف للخدمة نستنتج أن الخدمة هي ذلك النشاط غير الملموس، الذي يهدف أساسا إلى إشباع رغبات ومتطلبات العملاء بحيث لا يرتبط هذا النشاط ببيع سلعة أو خدمة أخرى". ووفقا لهذا التعريف تتضمن الخدمات كلا من الخدمات المهنية، مثل المحاماة، والمحاسبة، والخدمات الصحية، وكذلك الخدمات المالية مثل خدمات البنوك، والنقل والإسكان، والنظافة، والخدمات التعليمية .

ومن مجمل هذه التعاريف نلاحظ وجود بعض الاختلافات بين السلعة والخدمة يمكن توضيحها في الجدول الآتي :

الجدول رقم (2-1) أوجه الاختلاف بين السلعة والخدمة

السلعة	الخدمة
-السلعة عموما ملموسة	-الخدمة غير ملموسة
-الشراء يتضمن إنتقال الملكية	-نادرا ما يتم إنتقال الملكية
-يمكن بيع السلعة مرة أخرى	-لا يمكن بيع الخدمة مرة أخرى
-يمكن إثبات السلعة (إظهارها)	-لا يمكن رؤية الخدمة
-يمكن تخزين السلعة	-لا يمكن تخزين الخدمة
-الانتاج يكون قبل الاستهلاك	-الإنتاج والاستهلاك معا (متلازمين)
-يمكن نقل السلعة	-عملية الانتاج والاستهلاك كذلك البيع تكون في نفس المكان .
-تنتج السلعة من طرف البائع	-لا يمكن نقل الخدمة
-يمكن الاتصال بالزبون بطريقة غير مباشرة	-يشارك الزبون في إنتاج الخدمة
-يمكن تصدير السلعة	-عموما يكون الاتصال مباشرة بالزبون لأنه ضروري
-وضع السلعة في السوق يأتي بعد تصنيعها	-طبيعيلا لا يمكن تصدير الخدمة
-يتحكم المنتج في الأداء والجودة	-لا توجد الخدمة من قبل فهي تنشأ أثناء عملية تقديمها .
-إنفصال زمني ومكاني بين عملية الإنتاج والبيع والإستهلاك .	

Source :Mustapha Bouhafs , La Qualité du service Bancaire Et La satisfaction des Clients Cas De Badr ,Mémoire De Majistère ,Université de Telemcen ,2005 ,p12.

ثانيا: مفهوم الخدمة المصرفية

للخدمة المصرفية العديد من التعاريف نذكر البعض منها في سبيل توضيح هذا المفهوم :

- عرفت الخدمة المصرفية بأنها مجموعة من العمليات ذات المضمون المنفعي الذي يتصف بتغلب العناصر غير الملموسة، والتي تدرك من قبل الأفراد أو المؤسسات من خلال دلالاتها، وقيمتها المنفعية التي تشكل مصدرا لإشباع حاجاتهم المالية، والائتمانية الحالية، والمستقبلية، والتي تشكل في الوقت نفسه مصدرا لربحية المصارف وذلك من خلال علاقة تبادلية بين الطرفين ؛ (مروان ، 2006 ، صفحة 72) .

ويشير هذا التعريف إلى أن مفهوم الخدمة المصرفية يشتمل على بعدين أساسيين هما :

1. البعد المنفعي: المتمثل في مجموعة المنافع التي يحققها الزبون نتيجة إستخدامه للخدمة المصرفية، وهذا البعد يرتبط بالزبون .

2. البعد السماتي (الخصائصي): ويتمثل في مجموعة الخصائص التي تتصف بها الخدمة المصرفية، أي أن هذا البعد يرتبط بالخدمة المصرفية ذاتها .

- كما عرفت الخدمة المصرفية أيضا على أنها عبارة عن مجموعة من الأنشطة، والمنافع غير الملموسة التي يعرضها المصرف للبيع، وتتضمن الحسابات الجارية والتوفير لأجل والتحويلات والقروض بأنواعها، وتبديل المعاملات؛ (حلوز ، 2014 ، صفحة 13)

وهذا التعريف يشير إلى أن تقديم الخدمات المصرفية قد يرتبط بتقديم منتجات مادية أحيانا، كما أشار إلى بعض الخدمات المصرفية التي يقدمها المصرف من بينها قبول الودائع ، منح القروض... إلخ .

وفي ذات السياق عرفت الخدمات المصرفية بأنها الخدمات التي تقوم بها المصارف عادة، وتقدمها للزبائن بهدف الربح أساسا ؛ (فرحات و حمودي ، 2010 ، صفحة 60) .

وهذا التعريف يشير إلى الغرض من تقديم المصارف للخدمات المصرفية ألا وهو تحقيق الربح .

كما نلاحظ أن مجمل التعاريف التي تطرقنا إليها أجمعت على أن الخدمة المصرفية تمثل مختلف الأنشطة التي تمارسها البنوك سواء كانت ملموسة، أو غير ملموسة بهدف إشباع حاجات ورغبات الزبائن، والتي تكون مصدرا أساسيا لتحقيق الربح للمصرف من جهة، وتحقيق له ميزة تنافسية من جهة أخرى .

ثالثاً: مراحل نشأة وتطور الخدمة المصرفية

المتتبع لنشأة الخدمات المصرفية سيلمس أن الخدمات المصرفية مرت بالعديد من المراحل، حتى وصلت إلى ما عليه الآن، وعليه سنوضح مختلف المراحل التي مرت بها الخدمات المصرفية :

1. الخدمة المصرفية في مرحلة ما قبل التصنيع:

لقد اعتمدت المجتمعات في هذه المرحلة على الزراعة والصيد في توفير احتياجاتها، ولقد تميزت هذه المرحلة بالخصائص التالية ؛ (الصميدعي و ردينة ، 2001، صفحة 46):

1.1. الاكتفاء الذاتي: حيث أن كل أسرة تنتج ما تحتاجه من سلع وخدمات، لذلك تتصف هذه المرحلة بعدم وجود أي نشاط مالي أو مصرفي .

2.1. تبادل الفائض من الانتاج: بعد توجه الأسر إلى التخصص بالإنتاج، حدث ظهور فائض في الانتاج، مما دفعهم إلى إجراء عملية المبادلة بالسلع من خلال مقايضة سلعة بسلعة أخرى، وأن الخدمات التي كانت تقدم في تلك الفترة بسيطة، شخصية، طوعية، أما بالنسبة إلى الخدمات المصرفية فإن معاملها لم تظهر بعد، ولكن أهم ما إتصفت به هذه الفترة هو ظهور عملية التبادل .

3.1. ظهور النقود: نظراً لصعوبة إجراء عملية التبادل والمقايضة، وذلك لعدم تكافؤ السلع والخدمات من حيث الجودة والقيمة، فإن ذلك دفع إلى إيجاد سلع وسيطة تمكن الأفراد من التواصل إلى عملية تبادل مرضية، مما أدى إلى ظهور النقود، والذي حققت تحول كبير في طبيعة الأنشطة المالية .

4.1. الابداع: بعد ظهور المسكوكات الذهبية والفضية والنقود، وبعد أن أصبح هنالك أفراد يمتلكون ثروات، وأصبحوا يخشون عليها من السرقة والضياع، قاموا بإبداعها في المعابد، وبذلك تعتبر هذه المرحلة البداية لفكرة المصارف والخدمات المصرفية بشكل بسيط ألا وهو الابداع .

5.1. الابداع والقروض: لقد لجأ أصحاب الثروات إلى إيداع ثرواتهم لدى الصياغ، وأن هؤلاء أخذوا يقومون بإعطاء القروض لقاء فائدة معينة، ويكون القرض لفترة قصيرة . إن هذه المرحلة تميزت بظهور خدمة القروض إضافة إلى خدمة الابداع، وكذلك حصول الصياغ على فائدة مقابل منح القروض .

6.1. بداية عمل المصارف: تطور عمل الصياغ من الابداع والقروض والتحصيل إلى التنسيق والتعاون فيما بينهم وقاموا بإنشاء المصارف، وإصدار أوراق البنكنوت لإجراء عملية المقايضة . إن الأنشطة المصرفية في هذه الفترة إقتصرت على الابداع، القروض، الفائدة، إصدار أوراق البنكنوت .

2. الخدمات المصرفية في مرحلة التصنيع:

تميزت هذه المرحلة بتراكم رأس المال، مما دفع أصحابه إلى استثماره في المشاريع الصناعية، وأن هذا الاستثمار أدى إلى زيادة الثروات، وهنا ظهرت الحاجة بشكل أكبر إلى مصارف أكثر تخصصا من الفترات السابقة بالشكل الذي جعلها تمثل مؤسسات ذات كيان لها تنظيم إداري، وكادر لديه خبرة بالعمل، وذلك نتيجة لزيادة مبالغ الايداع ، وزيادة رأس مال المصارف، وزيادة إمكانياتها في منح القروض، وإعطاء الاستثمارات؛ (الصميدعي و ردينة ، 2001، صفحة 46)

3. الخدمات المصرفية في مرحلة التقدم الصناعي:

تميز هذه المرحلة باستخدام التكنولوجيا المتطورة في تقديم الخدمات المصرفية، ولقد أصبحت المؤسسات تتسابق فيما بينها في إستخدام الأساليب الحديثة، والتقنيات المتطورة، لكي تتمكن من تلبية حاجات ورغبات الزبائن، وجلب أكبر قدر ممكن من الزبائن لأن عملية الايداع، والاقتراض، والاستثمار، أصبحت غير مقتصرة على أصحاب الثروات الطائلة، وإنما أصبح أغلب الأفراد يطالبون بالخدمات المصرفية، وذلك من خلال الايداع، طلب القروض، تحويل الأجور إلى المصارف، طلب بطاقات الائتمان، وغيرها من الخدمات المصرفية؛ (الصميدعي و ردينة ، 2001، صفحة 47).

4. الخدمات المصرفية في مرحلة ما بعد التقدم الصناعي والمرحلة الراهنة:

إن التطور الكبير الذي حصل في جميع المجالات أثر بشكل كبير على الخدمات البنكية، وهذا ناتج من ؛ (الصميدعي و ردينة ، 2001، صفحة 48):

- تزايد الطلب على الخدمات المصرفية .
 - زيادة عدد المصارف، وتنوع الخدمات المقدمة .
 - زيادة عدد الفروع التابعة للمصرف .
 - إستخدام الحاسب الآلي في تنفيذ العمليات المصرفية .
 - الاشتراك في شبكة الأنترنت لتسهيل عملية الترويج والاتصال بالزبائن .
- ويمكن القول باختصار أن الخدمات المصرفية كغيرها من أوجه النشاطات قد مرت بالعديد من مراحل التطور، حيث تحول النشاط من مجرد القيام بعمليات الاقراض والايداع في داخل حدود الدولة المعنية إلى قيام المصارف في مجال الاستثمار، وتملكها الكثير من المشروعات الصناعية والخدمية، والتجارية، وكذلك قيامها بتصدير خدماتها إلى خارج حدود الدولة، وإنتشار فروع الكثير من المصارف في معظم دول العالم، وظهور المصارف متعددة الجنسيات ..إلخ .

ولاشك أن التحول الكبير والتنوع الملحوظ في الخدمات المصرفية، أو في صناعة المصارف بصفة عامة كان بمثابة ضرورة فرضها واقع التطور والنمو السريع في مختلف الأنشطة الاقتصادية في دول العالم المختلفة.

المطلب الثاني: خصائص وأنواع الخدمة المصرفية

سنوضح في هذا المطلب مختلف الخصائص التي تميز الخدمات المصرفية عن بقية الخدمات الأخرى أولاً، كما نتطرق إلى عرض الأنواع المختلفة للخدمات المصرفية ثانياً، مروراً بعرض مزيج الخدمة المصرفية، وسرد أهم مظاهر الخدمة المصرفية في ظل التطورات الراهنة .

أولاً: خصائص الخدمة المصرفية

تتميز الخدمات المصرفية بمجموعة من الخصائص منها ما هو متعلق بطبيعتها كخدمة، والتي تتمثل في الخصائص التالية (عدم الملموسية، عدم الانفصال، عدم التجانس، وفنائية الخدمة) ومنها ما هو متعلق بطبيعة النشاط المصرفي، والتي تجعل الخدمة المصرفية مختلفة و متميزة عن باقي الخدمات، ومن هذه الخصائص نجد ما يلي ؛ (عابد و سحنون ، 2017، صفحة 24)

1. تعدد وتنوع الخدمات المصرفية: فالخدمات التي تقدم من قبل المصارف كثيرة ومتنوعة، بإعتبار أن المصارف تكون مجبرة على تقديم مجموعة من واسعة من الخدمات حتى تستطيع تلبية الإحتياجات التمويلية، والائتمانية والخدمات المصرفية الأخرى .

2. الخدمة لا يمكن فصلها: إذ لا يمكن فصل الخدمة عن مقدمها، سواء كان المقدم شخصاً أو آلة ؛ (البكري و الرحومي ، 2008، صفحة 78) .

كما أن وقت إنتاجها هو نفسه وقت إستهلاكها، وذلك لتلازم عمليتي الإنتاج والاستهلاك، والزبون هنا يكون في إتصال مباشر مع مقدم الخدمة ؛ (مقابلة، 2001، صفحة 10) .

3. غير ملموسة: تمتاز بأنها خدمة غير ملموسة، ولا يمكن رؤيتها، أو لمسها بحيث لا يتمكن الزبون من تقييم الخدمة قبل إستهلاكها ؛ (عابد و سحنون ، 2017، صفحة 24) .

4. الفنائية: أنها تستهلك وتندثر آتياً، وفي حال عدم إستهلاك الخدمة فإنها تختفي، وتختفي معها فرصة تعظيم الربح، وكما تعتبر الكلف المترتبة عن تقديم الخدمة بالنسبة للمنظمة تكلفة إقتصادية، ولا يمكن إسترجاعها ؛ (عابد و سحنون ، 2017، صفحة 24) .

5. غير متجانسة: حيث يختلف أداء كل من مورد الخدمة، أو الزبون في كل مرة تقدم فيها تلك الخدمة .

6. سرعة التلف "الهلاك": أي غير قابلة للتخزين، أي لا يمكن إنتاج الخدمة المصرفية مقدماً، وتخزينها، أو بيعها

أو إستخدامها لاحقاً، فهي تنتج وتستهلك في نفس اللحظة التي يتقدم فيها الزبون لطلبها؛ (zollinger & lamarque, 2008).

7. صعوبة تقييم الخدمات المصرفية: لأن الخدمات المصرفية غير ملموسة يصعب لمس الخصائص المادية والمنفعة لها، ولعدم قدرة المصرف على تقديم عرض ملموس للخدمة المصرفية، فإن الزبون لا يستطيع تقييم شرائه للخدمات المصرفية قبل الحصول عليها، وهذا يؤثر على برامج الترويج، والتوزيع للخدمة المصرفية؛ (المحمودي ، 2014 ، صفحة 56).

8. الإنتشار الجغرافي: وذلك من خلال إنشار فروع المصرف بشكل متناسب لتقديم الخدمات المصرفية إلى أكبر عدد ممكن من العملاء في مناطقهم، وذلك من خلال تغطية إحتياجاتهم سواء كانت على المستوى المحلي، الوطني أو حتى على المستوى الدولي؛ (عابد و سحنون ، 2017 ، صفحة 24) .

وعليه نستنتج مما سبق أن خصائص الخدمة المصرفية هي إدراك موظفي البنك للطبيعة التي تقدم فيها الخدمة المصرفية وذلك من خلال التأكد من تقديم ما يطلبه العميل، فلا يمكن الحكم عليها للمشتري على أنها غير ملموسة، ولعدم قدرة المصرف على تقديم عرض ملموس للخدمة المصرفية، كما يمكن إنتاج وإستهلاك الخدمة المصرفية في نفس الوقت أي أنهما متلازمان، فلا يمكن الفصل بين مقدم الخدمة والمستفيد منها، وكذلك يعد الانتشار الجغرافي من بين الخصائص هذه الخدمة مما يحقق إحتياجات الزبائن باختلاف مناطقهم الجغرافية، كما تعتبر حماية الودائع ومكاسب الزبائن أحد أهم المسؤوليات التي يعتمد عليها المصرف لتقديم الخدمة وغيرها من الخصائص الأخرى .

ثانياً: أنواع الخدمة المصرفية

إنه من الصعب حصر الخدمات المصرفية التي تقدمها البنوك نظراً، وكما أشرنا سابقاً أن الخدمات المصرفية متعددة ومتنوعة، وأصبحت خاضعة لتطورات مستمرة نتيجة استخدام الوسائل التكنولوجية في تقديم الخدمة المصرفية، ويمكن تقسيم الخدمات المصرفية على النحو التالي:

1. قبول الودائع Deposit:

الوديعة هي المبالغ المصرح بها بأية عملة والمودعة لدى المصرف، والواجبة الدفع أو التأدية عند الطلب أو بعد إنذار في تاريخ إستحقاق معين .وهنالك عدة أنواع للودائع منها :

1.1. ودائع تحت الطلب Demand deposits: وهي تلك الودائع المستحقة الدفع في أي وقت، تحت تصرف أصحابها، وبإمكانهم سحبها كلياً، أو جزئياً بدون إشعار مسبق؛ (لطرش ، 2003 ، صفحة 25) .

2.1. ودائع لأجل **Term Deposits**: هي مبالغ يتم إيداعها في المصارف لمدة زمنية معينة، ولا يمكن السحب منه إلا بعد إنقضاء المدة المحددة، والمتفق عليها مسبقا بين المصرف والمودع ؛ (بوعتروس ، 2000 ، صفحة 31) .

3.1. الودائع بإخطار **Deposits notified**: هي الودائع التي لا يستطيع الزبون سحبها في أي وقت، بل يتم إخطار المصرف قبل سحبها بمدة معينة يحددها العقد، وتكون الفائدة الممنوحة في هذه الحالة ضئيلة .

4.1. ودائع التوفير **Deposits notified**: هي مدخرات يودعها أصحابها لحين الحاجة إليها، ويطلق عليها أيضا تسمية الودائع الادخارية ؛ (السعودي ، 2002 ، صفحة 19) .

5.1. ودائع أجنبية **Foreign deposits**: تكون من خارج الاقليم تتخذ من المصارف المحلية بنوك مراسلة لها تحتفظ بمبالغ ضئيلة نسبيا، وذلك لتسهيل معاملاتها المصرفية الداخلية، ودائع غير المقيمين، وهي ودائع الأشخاص لديهم حسابات في المصارف المحلية، ولا يقيمون في البلد ؛ (العقار و الحلبي ، 2000 ، صفحة 76) .

2. تقديم التسهيلات الائتمانية (منح القروض) **Loans**: هذه العملية هي الاستثمار الأول، والرئيسي للمصارف التجارية، وتعتبر القروض المصرفية من أهم مصادر التمويل الخارجي في معظم دول العالم، وتعتبر هذه العملية جزءا رئيسيا من عمل المصارف، حيث بدأت المصارف تستخدم مفاهيم أوسع من مفهوم منح القروض إلى مفهوم أو وظيفة استثمار موارد المصرف على شكل قروض استثمار متنوعة ؛ (حداد و مشهور ، 2005 ، صفحة 145) .

3. الخدمات المصرفية التقليدية: وهي كل الخدمات التي تقدمها البنوك التجارية يوميا لعملائها مقابل الحصول على عمولات كتحصيل وخصم الأوراق التجارية، إصدار خطابات الضمان للعملاء، ووظيفة هذه الخدمة هي دخول زبائن المصرف بصفقات مؤجلة الدفع لشراء السلع والخدمات، ويعمل المصرف كضمان في حالة عدم قدرة الزبون على السداد والذي يتحول إلى قرض، أو في حالة عدم قدرة الزبون على الالتزام بالشروط القانونية المترتبة عليه ؛ (العلي ، 2013 ، صفحة 23) . بالإضافة إلى القيام بأعمال الإعتمادات المستندية نيابة عنهم في حالة الاستيراد والتصدير، وبيع العملات الأجنبية (عبد الباقي ، 2016 ، صفحة 71) .

4. تأجير الخزائن الحديدية، تمويل الإسكان الشخصي، تحويل العملات للخارج ؛ (راشد الشمري، 201 ، صفحة 28) .

5. الخدمات المتعلقة بالاستثمار في الأوراق المالية: وتتمثل في الأوراق المالية، إدارة محافظ الأوراق المالية، خدمات أمناء الاستثمار، تقديم الاستثمارات المالية .

6. الصيرفة الإسلامية: قامت المصارف مؤخرا بدمج شبائيك ونوافذ إسلامية لتقديم خدمات الصيرفة الإسلامية ضمن خدماتها المصرفية، وهذا لجذب فئة الزبائن الذين لا يجذبون التعامل الربوي .

1.6. مفهوم تحول المصارف التقليدية للعمل المصرفي الاسلامي:

هو أن يختار المصرف التقليدي طريقة يمارس من خلالها العمل وفق أحكام الشريعة الاسلامية، بحيث يتم إحلال العمل المصرفي المطابق لأحكام الشريعة الاسلامية محل العمل المصرفي المخالف لها بتوفير أدوات تمويل إسلامية أو فتح صناديق استثمارية إسلامية، أو نوافذ إسلامية، أو تحويل فروع قائمة إلى فروع إسلامية أو إنشاء فروع جديدة للمعاملات الاسلامية، أو بتحويل المصرف التقليدي بالكامل إلى العمل وفق أحكام الشريعة الاسلامية؛ (جيلالي بن فرج و طهراوي دومة ، 2020، صفحة 154) .

2.6. مفهوم النوافذ الاسلامية: لقد تعددت التسميات المختلفة حول مفهوم الفروع الاسلامية أو النوافذ الاسلامية أو الشبايك .

- يقصد بالنوافذ الاسلامية بشكل عام : قيام البنك التقليدي بتخصيص جزء أو حيز في الفرع التقليدي لكي يقدم المنتجات المصرفية الاسلامية إلى جانب ما يقدمه هذا الفرع من المنتجات التقليدية؛ (جيلالي بن فرج و طهراوي دومة ، 2020، صفحة 151).

وفي ذات السياق تعرف على أنها تلك الوحدات التنظيمية التي تديرها البنوك التقليدية وتكون متخصصة في تقديم الخدمات الاسلامية. كما يطلق على النوافذ الاسلامية بظاهرة النظام المزدوج أي النظام الذي يقدم فيه البنك التقليدي خدمات مصرفية إسلامية إلى جانب الخدمات التقليدية ؛ (جيلالي بن فرج و طهراوي دومة ، 2020، صفحة 151).

وعرفها مجلس الخدمات الاسلامية بأنها عمليات النوافذ الاسلامية كجزء من مؤسسات الخدمات المالية التقليدية، والتي تكون فرعا لتلك المؤسسة أو وحدة متخصصة تابعة لها، توفر كل من خدمات إدارة الصناديق أو حاجات الاستثمار، والتمويل والاستثمار المتفق مع أحكام الشريعة الاسلامية ومبادئها، إذ يتم استثمار أموال الصناديق من موجودات مثقفة مع الشريعة الاسلامية (جيلالي بن فرج و طهراوي دومة ، 2020، صفحة 151) .

وعليه يمكن تعريف النوافذ الاسلامية على أنها مكاتب و وحدات متواجدة وتابعة للمصارف التقليدية، أو فروع تقليدية تقدم خدمات ومنتجات مالية إسلامية متوافقة مع الشريعة الاسلامية .

3.6. صيغ التمويل في المصارف الإسلامية:

صيغ التمويل في المصارف الاسلامية هي كثيرة تختلف حسب الهدف التمويلي، ومن بينها ما يلي:

1.3.6. صيغ التمويل القائمة على الملكية: تتعدد صيغ التمويل بالملكية في المصارف الاسلامية، ومن أهم أدوات التمويل بالملكية ما يلي:

أ. **المضاربة:** هي عقد من عقود الاستثمار يتم بموجبها المزج، والتأليف بين عنصري الانتاج "العمل و رأس المال " في عملية إستثمارية تحقق فيها مصلحة الملاك والعمال المضاربين المكلفين بإستثمار المال، حيث ينص العقد على توزيع الأرباح بنسب متفق عليها بين الأطراف، وفي حالة حدوث خسارة يتحملها صاحب المال، إذا ثبت عدم تقصير المضارب، وعدم إخلاله بشروط المضاربة ؛ (مسعودة و عاشور، 2017، صفحة 244) .

ب. **المشاركة:** هي عقد من عقود الاستثمار يتم بموجبه إشتراك طرفين، أو أكثر في المال، أو العمل على أن يتم الاتفاق على كيفية تقسيم الربح، أما الخسارة فيجب أن تكون حسب نسب المشاركة في رأس المال، ويطبق البنك الاسلامي هذه الصيغة بالدخول بأمواله شريكا مع طرف، أو مجموعة من الأطراف في تمويل المؤسسات، مع إشتراكه في إدارتها ومتابعتها ؛ (العجلوفي ، 2012، صفحة 198) .

ج. **المزارعة:** تعتبر أداة من أدوات توظيف الاموال المتاحة للمصارف الاسلامية، وتعرف على أنها عقد مشاركة بين مالك الأرض، والعامل فيها على إستثمار الأرض بالمزارعة، بحيث يكون الناتج مشتركا، ولكن حسب حصص معلومة لكل منهم و لأجل محدد، وقد تكون الأرض والبذار من المالك، والعمل من المزارع؛ (نبيلي ، 2016، صفحة 346) .

د. **المساقاة:** هي عقد شراكة بين المالك و العامل، أين يقوم المالك بتقديم الثروة النباتية (الزرع والاشجار المثمرة) إلى العامل ليقوم باستغلالها، وتنميتها (الري أو السقي أو الرعاية) على أساس أن يوزع الناتج في الثمار بينهما بحصة نسبية متفق عليها ؛ (سمحان ، 2009، صفحة 403) .

هـ. **المغارسة:** هي تقديم الأرض المحددة لمالك معين إلى طرف ثان ليقوم بغرسها بأشجار معينة حسب الاتفاق المبرم بينهما، ويكون الشجر والانتاج بينهما ؛ (سمحان ، 2009، صفحة 403) .

2.3.6. **صيغ التمويل القائمة على المديونية:** كثيرة هي صور التمويل بالدين في المصارف الاسلامية، وتعمل بها حاجات التمويل للذين لا يستطيعون الدفع الآتي، مما يمكنهم من الحفاظ على عدم ضياع مصالحهم، وإختيار مشروعاتهم .

أ. **المرابحة:** وهي أن يقوم البنك الاسلامي بشراء بضاعة، أو تجهيزات للعميل بطلب منه ثم يعيد بيعها له مع هامش ربح معين، ومتفق عليه، ويعتبر الباحث سامي محمود أول من طور هذه الصيغة بعد أن أخذها عن كتاب الشافعي وأدخلها إلى النظام المصرفي الاسلامي؛ (حريوي و قسول ، 2017، صفحة 11) .

ب. **التمويل بالتأجير:** ومعناه بيع حق الانتفاع مع الاحتفاظ بحق التملك يتضمن عملية تمويلية رأسمالية، أو تشغيلية لا تهدف للتملك، حيث أنه في المصارف الاسلامية يقوم هذا التمويل على أساس طلب عميل البنك الحصول على

أصل من الاصول الثابتة للانتفاع بها كالعقارات، أو المعدات، والأدوات التي لا يستطيع العميل شراؤها أو لا يريد ذلك لأسباب معينة، ويكون ذلك بطريقة أقساط محددة تدفع للمؤجر مع فرصة تملك الأصل في نهاية المدة، ولكن بعقد مستقل؛ (قسول ، 2018، صفحة 51) .

ج. الاستصناع: هو عقد من عقود الاستثمار، وصيغة من صيغ التمويل يقوم بموجبه الصانع بحيث يصنع شيء محدد الجنس، والصفات للطرف الآخر المستصنع على أن تكون المواد اللازمة للصنع (المواد الخام) من عند الصانع وذلك مقابل ثمن معين يدفعه المستصنع للصانع إما حالا، أو مقسطا، أو مؤجلا؛ (قسول ، 2018، صفحة 52)

د. البيع بالسلم: هو عقد يتم بموجبه دفع الثمن نقدا من قبل المشتري (البنك) إلى البائع الذي يلتزم بتسليمه سلعة معينة محددة في أجل معلوم، فهو بيع آجل بعاجل، فالآجل هو السلعة المباعة التي يتعهد البائع بتسليمها بعد أجل محدد، والعاجل هو الثمن الذي يدفعه المشتري ؛ (قسول ، 2018، صفحة 53) .

7. الخدمات المصرفية الالكترونية: وهذه الخدمات أصبحت مميزة لتطور النظام المصرفي في جميع دول العالم وخاصة في الدول المتقدمة لأنها تهدف لإرضاء العملاء، وكذلك تسهم بشكل كبير في زيادة عوائد البنوك المالية وتشمل وسائل الدفع الإلكترونية كبطاقة الائتمان وآلات الصراف الآلي، ونظم التحويل الإلكتروني للأموال والخدمات المصرفية عن بعد، أو ما يسمى بالبنوك الإلكترونية؛ (مكي، خليفى، و نسيلي ، 2019، صفحة 61).

ونخلص إلى أن البنوك المصرفية تقوم بتقديم مجموعة من الخدمات المختلفة لزبائنها، وذلك لكسب رضاهم وولائهم بصفة دائمة من بينها خدمات التأمين وتقديم القروض، ومبادلة العمل، خدمات الصيرفة الاسلامية، الخدمات الالكترونية وغيرها .

ثالثا: مزيج ومظاهر الخدمة المصرفية

تعتبر الخدمة المصرفية من أهم عناصر المزيج التسويقي بالنسبة للمصرف، والتي من خلالها يستطيع الأخير مواجهة حاجات ورغبات زبائنه، والعمل على إشباعها .

1. مزيج الخدمة المصرفية Banking mix

يمكن تعريف مزيج الخدمات المصرفية على "أنه مجموعة من الخدمات التي يقدمها المصرف في آن واحد، ويتكون من عدد من الخطوط التي تندرج تحت كل منها مجموعة من الخدمات التي تتصف بدرجة من التماثل، والتكامل والترابط (عبود و البرزنجي ، 2018، صفحة 28) .

ويتكون مزيج الخدمة المصرفية من أربع أبعاد أساسية، وهي؛ (بونخالة ، 2012، صفحة 84) :

1.1. إتساع مزيج الخدمة: هو عدد خطوط الخدمات المصرفية التي يقدمها المصرف الواحد، وفروعه .

الفصل الثاني: تطوير الخدمة المصرفية وسبل تحقيق جودتها

2.1. عمق المزيج الخدمي: هي تشكيلة الخدمات التي يتكون منها الخط الخدمي الواحد .

3.1. طول مزيج الخدمة: هو إجمالي عدد الخدمات المصرفية التي ينتجها المصرف .

4.1. تناسق مزيج الخدمة: ويتمثل في مدى التناسق ، والتكامل بين خطوط الخدمات المصرفية التي يقدمها المصرف

ويمكن توضيح المزيج الخدمي في أحد المصارف التجارية في الشكل التالي :

الشكل رقم (2-1): طبيعة المزيج الخدمي في أحد المصارف التجارية ، وأهم أبعاده .

إتساع المزيج الخدمي المصرفي



المصدر: خالد أبو بكر (2016)، المزيج التسويقي في تحقيق الميزة التنافسية للمصارف، أطروحة دكتوراه غير منشورة، جامعة عنابة، الجزائر ص 44 .

نلاحظ من خلال الشكل السابق أن المصرف يقدم خمسة خطوط خدمية بدءا بالودائع، وصولا إلى سحب الايداع والتي تمثل إتساع المزيج، وفي المقابل نجد أن لكل خط خدمي تشكيلة من الخدمات الخاصة به، فمثلا خدمة الودائع نجد أنه يشمل على ودائع طويلة الأجل ، وودائع متوسطة الأجل، وكذا قصيرة الأجل .

2. المظاهر المرتبطة بالخدمة المصرفية

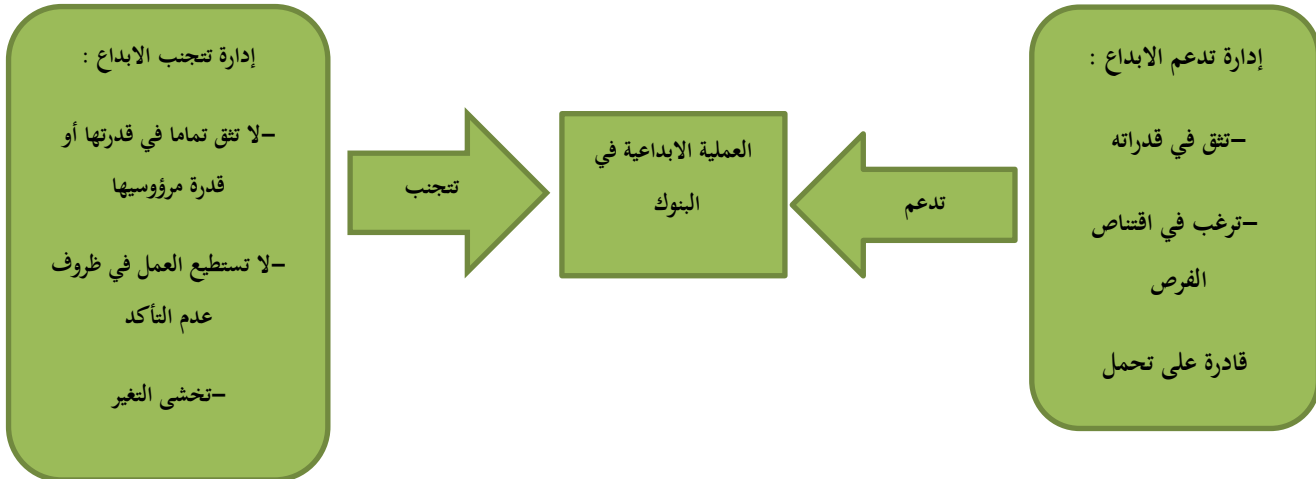
تتطلب بيئة الأعمال المصرفية عدم إنعزال البنك على نفسه بل يجب أن يسمح نظامه بالمشاركة في التغييرات التي تحدث في تلك البيئة، وإستيعاب التقنيات الحديثة، كما ينبغي على النظام المصرفي أن يتصف بالمرونة الكافية للتعامل مع مستحدثات البيئة بدلا من الاكتفاء بدور المتلقي للمتغيرات، لهذا ظهرت مفاهيم جديدة طورت من العمل المصرفي نذكر منها :

1.2. الابتكار المصرفي banking innovation

عملت المصارف على الاستفادة من إقتصاد المعرفة في الوصول إلى الإبداع المصرفي في تقديم خدماتها المصرفية، وإبتكار خدمات مصرفية جديدة تستحوذ على رضا العملاء، وتساهم في تحقيق معدلات عالية من العوائد، وتدعيم مكانتها، وقدرتها التنافسية في مواجهة المؤسسات المالية وغير المالية .

إن مفهوم الإبداع أو الابتكار المصرفي يشير إلى أنه ترجمة الأفكار الجديدة إلى تطبيقات عملية في البنوك، وقد يتحقق الابتكار لمصرف ما دون الآخر وفق نمط الإدارة المصرفية التي تشجع على الابتكار أو تجنبه؛ (طه ، 2000، صفحة 137).

والشكل التالي يوضح لنا مواصفات الإدارة المصرفية التي تعمل على تشجيع الابداع والابتكار من تلك التي تتجنبه :
الشكل رقم(2-2): مواصفات الادارة المصرفية التي تشجع الابداع عن تلك التي تتجنبه.



المصدر : طارق طه (2000)، إدارة البنوك ونظم المعلومات المصرفية ، الدار الجامعية ، الاسكندرية ، مصر ، ص 137 .
ومن الشكل يتضح لنا أن الادارة المصرفية التي تشجع الابداع هي الادارة التي تستطيع الوصول إلى شريحة كبيرة من الزبائن، وكسب رضاهم، ومنه زيادة الحصة السوقية للمصرف، وتعزيز القدرة التنافسية له، لأنها إدارة تثق في قدراتها، وترغب في إقتناص الفرص، وقادرة على تحمل المخاطر والمفاجآت .

ويمكن تعريف الابتكار المصرفي على أنه "توظيف وإستخدام مبكر لفكرة ما بواسطة البنك، وتجسيدها في شكل خدمة تتميز عن بقية الخدمات المصرفية، وهناك وجهة نظر أخرى ترى أن الابتكارات تشمل المنتجات المصرفية التي تزود عملاء البنك بخبرة جديدة، وغير مألوفة، أو فريدة وإستثنائية، وتشمل وجهة النظر هذه الأساليب والأدوات التي تجعل تلك المنتجات في متناول العملاء في الوقت، والزمن المناسبين، وبسعر يرضي هؤلاء العملاء هذا وقد تأخذ عملية الابتكار شكلين هما ؛ (الصرن ، 2007، صفحة 241) .

-إبتكار منتجات جديدة .

-إبتكار أساليب جديدة .

هذين الشكلين قد يكونان مكملان لبعضهما البعض .

1.1.2. عناصر الابتكار المصرفي Banking innovation

من أهم العناصر التي يعتمد عليها الابتكار في البنوك ما يلي؛ (طه ، 2000، صفحة 187) :

أ. السلوك الابتكاري المصرفي: وهو التصرفات التي تصدر عن موظفي البنك كافة، والقادرة على إنتاج أفكار جديدة ومفيدة في مجال الخدمات المصرفية، حيث تتم ترجمة هذه الأفكار إلى أنواع ونماذج، وأشكال جديدة من هذه الخدمات .

ب. القدرة الابتكارية المصرفية: أي الطاقات والامكانيات المتوفرة لإنتاج الأفكار الجديدة للخدمات المصرفية، وهي مجموعة من المواهب والقدرات التي تمكن موظفي البنك من وضع مجموعات جديدة من الخدمات، وإقامة مجموعة من العلاقات والصلات مع زبائن المصرف .

ج. التفكير الابداعي في المصرف: وهو طريقة جماعية لتشجيع التفكير الجماعي لإيجاد وحلق الأفكار، والهدف الأساسي للتفكير الابداعي هو تشجيع عملية توليد الأفكار المصرفية، وتظهر فائدة هذا النوع من التفكير في حل المشكلات المصرفية، إذ يمكن أن يولد أكثر من طريقة لنظر في هذه المشكلات ومناولتها ودراستها بشكل جيد .

2.2. ظهور مفاهيم إدارية مصرفية حديثة

تبعاً للتطورات الحاصلة في جميع الميادين بما فيها المجال المصرفي ظهرت مفاهيم إدارية مصرفية حديثة ساعدت على تجسيد معالم إقتصاد المعرفة في القطاع البنكي، ونذكر منها ما يلي ؛ (لكيسي ، 2005، صفحة 113) .

1.2.2. البنك التعليمي Education Bank

يعد مدخل المنظمة المتعلمة أو التعليمية أحد المداخل الحديثة في الآونة الأخيرة التي يمكنها التعامل مع مستجدات عصر المعرفة .

فقد عرف **Peter Senge** المنظمة المتعلمة بأنها المنظمة التي تسمح لكل فرد فيها بالمشاركة، والتدخل وتشخيص ومناقشة مشاكلها، والبحث عن حلول، وأن يجربوا ما لديهم من قدرات لإحداث التغيير والتحسين لتنمية مهاراتهم ومعارفهم، وخبراتهم من أجل تحقيق أهدافهم .

كما تعرف بأنها "المنظمة التي تعلم وتشجع التعليم بين أعضائها، وتروج لتبادل المعلومات بين العاملين، ومن ثمة تخلق قوة عمل أكثر معرفة وأجواء عمل مرنة للغاية حيث يبحث العاملون عن أفكار جديدة ليتكيفوا معها، ليتبادلونها من خلال رؤية مشتركة ؛ (لكيسي ، 2005، صفحة 113) .

فالبنك التعليمي هو الذي يتبنى توفير المعلومات للعاملين، وإتاحة الفرصة للمشاركة في تحديد المشاكل التي تعرض الأداء بغرض التحسين المستمر في قدرات البنوك . ويعتمد البنك التعليمي على تطوير ستة مجالات هي ؛ (طه ، 2000، صفحة 139) .

-القيادة .

-الاستراتيجية .

-الميكال التنظيمي القائم على فرق العمل الوظيفية .

-الثقافة القوية للبنك القادرة على التكيف مع متغيرات البيئة المحيطة به .

-المعلومات المفتوحة لكافة المستويات التنظيمية داخل البنك .

2.2.2. إعادة هندسة النشاط المصرفي Banking Reengineering

إن الحديث عن الابتكار المصرفي بعيدا عن إعادة هندسة العمليات المصرفية أمر غير ذي فائدة حيث تشير هذه الأخيرة إلى إعادة التفكير الأساسي، والتصميم الجذري لتحسينها بحيث تضمن السرعة، التكلفة، الخدمات، تقليل الوقت، المرونة، والابتكار، كما تركز على العمليات بحيث تبدأ من مرحلة إنتاج المفهوم إلى آخر مراحل تصميم المنتج إذ تعطي إعادة هندسة العمليات الفرصة لتقليل عدد النشاطات التي يتم الاحتياج لها في إنجاز العمليات مع مساعدة نظام تكنولوجي متطور .

ويعرف باركر إعادة الهندسة بأنها الاستفادة من التكنولوجيا الحديثة في إحداث تغيير جذري في أنحاء المنظمة لأجل تلبية احتياجات الزبائن ؛ (الحمادي ، 2006، صفحة 24) .

وهناك من عرف إعادة الهندسة بأنها "التخلي عن إجراءات العمل القديمة الراسخة والتفكير بصورة جديدة ومختلفة في كيفية تصنيع المنتجات، أو تقديم الخدمات، لتحقيق التوافق مع متطلبات الجودة الشاملة؛ (محبوب ، 2014، صفحة 14) .

وتشير إعادة هندسة العمليات إلى ضرورة إعادة التصميم للعمليات المصرفية، وذلك بغرض تحسين وتطوير شكل وطريقة أداء العمليات المصرفية، وهو ما ينعكس في الأخير على شكل وطريقة تقديم الخدمة للعميل وتكلفة أدائها

ويتضمن مفهوم إعادة الهندسة العمليات المصرفية ضرورة إحداث تغيير في المسؤوليات المرتبطة بأداء العمليات المصرفية المختلفة داخل البنك، وكذلك ضرورة إجراء تغيير في الأدوات والأساليب ؛ (سلامة ، 2007، صفحة 32) .

المطلب الثالث: دورة حياة الخدمة المصرفية وعوامل نجاحها

سنتطرق هي هذا المطلب إلى مفهوم دورة حياة الخدمة المصرفية والتي تشبه دورة حياة المنتجات، ونقوم بإبراز مراحل دورة حياة الخدمة المصرفية بدءاً من مرحلة التقديم، وصولاً إلى مرحلة الانحدار، مع سرد مختلف الاستراتيجيات التي يمكن اعتمادها في كل مرحلة، وأهم العوامل التي يمكن أخذها بعين الاعتبار لنجاح الخدمة المصرفية .

أولاً: مفهوم دورة حياة الخدمة المصرفية

دورة حياة الخدمة المصرفية تشبه المنتجات ومنها الخدمات المصرفية الكائن الحي، الذي يمر بدورة حياة تبدأ بالولادة، وتنتهي بالموت، وهي في ذلك تمر بمجموعة من المراحل التي تشكل دورة حياتها، وتشكل دورة حياة الخدمة يمثل الناحية النظرية فقط لدورة حياة الخدمة المصرفية، ذلك أنه في الواقع أي مرحلة من هذه الدورة قد تشهد تغيرات، وعدم إستقرار فيها ؛ (المحمدوي ، 2014، صفحة 154) .

ثانياً: مراحل دورة حياة الخدمة المصرفية

تمر الخدمة المصرفية بأربع مراحل، والتي تمثل حجم التطور والتعامل بالخدمة عبر الزمن، وأن منحى دورة الحياة يعبر عن التاريخ البيعي لها، ولهذا تحليل دورة حياة المنتج، أو الخدمة المصرفية يساعد على وصف الكيفية التي تعمل بها الخدمة المصرفية، كما توضح هذه المراحل المفهوم المتفاوت في سلوك الخدمة من مرحلة إلى أخرى، وهو ما يسمح بتطبيق إستراتيجيات تسويقية مختلفة من مرحلة لآخر، ومن أبرز هذه المراحل :

1. مرحلة التقديم: وفيها يتم طرح الخدمة لأول مرة في السوق، حيث تتميز هذه المرحلة بارتفاع معدل (إمكانية) فشل الخدمة، ويضعف الطلب نتيجة لعدم معرفة العملاء بها، كما أنها عادة ما تكون طويلة نسبياً، يلعب فيها وقت تنفيذها وحسن إختيارها دوراً كبيراً في نجاح تلك الخدمة، وإستمرارها، وبشكل عام يظهر منحى الربح خسارة خلال هذه المرحلة، نظراً لثقل النفقات التي تكبدها المصرف في عرض المنتجات كنفقات البحث والتطوير، إنشاء نظام توزيع لتقدم المنتجات الجديدة في السوق والدعاية الكبيرة اللازمة لجعل المستهلكين على علم بتلك المنتجات، وكيفية إستخدامها، والسعي إلى تشجيعهم على الإقبال عليها على نطاق واسع ؛ (عكروش و عكروش مأمون ، 2007، الصفحات 70-73) .

إن أهمية وتكلفة هذه المرحلة تجعل المصرف ينتهج واحدة من الاستراتيجيات التي تضمن له المرور إلى المرحلة التالية وتتمثل هذه الاستراتيجيات في :

1.1. إستراتيجية الكشط (القشط) السريع:

وفيها يتم طرح الخدمة بسعر مرتفع قصد إستعادة ما يمكن من الأرباح لكل وحدة، حيث يتم في هذه الحالة تكثيف الجهود الترويجية من أجل زيادة التغلغل في السوق، وتطبق هذه الاستراتيجية عند توفر الافتراضات التالية ؛ (الصميدعي م.، 2007، صفحة 194) .

- يكون جزء كبير من السوق المحتمل غير مدرك للمنتج .
- يتحمس الذين يدركون المنتج لاقتنائه ويستطيعون دفع السعر المطلوب .
- تواجه المنظمة منافسة محتملة، وتريد بناء أولوية للعلامة التجارية .

2.1. إستراتيجية الكشط البطئ :

وتتمثل في تقديم الخدمة المصرفية بسعر مفتوح وبجهود ترويجية منخفضة قصد تخفيض التكاليف، حيث تطبق في الحالات التالية :

- صغر حجم السوق المستهدف .
- وجود معرفة بالمنتج من قبل الجمهور .
- إستعداد الجمهور لدفع السعر المرتفع .
- إنعدام المنافسة الشديدة .

3.1. إستراتيجية التغلغل السريع:

تتميز هذه الاستراتيجية بالدخول إلى السوق بسعر منخفض مع بذل جهود ترويجية كبيرة، حيث تطبق هذه الاستراتيجية عندما تكون الأسواق كبيرة، والمنافسة لا تشعر بنزول الخدمة المصرفية، وأن أغلب المستفيدين يكونون حساسين تجاه هذه الخدمة، ومن المتوقع أن تكون المنافسة قوية في المستقبل وذلك عندما يدرك المنافسون أهمية هذه الخدمة، ويكون سعر الخدمة منخفض ويتناسب مع المنافع المتحققة منها ؛ (الصميدعي و ردينة ، تسويق الخدمات، 2010، الصفحات 246-247)

4.1. إستراتيجية التغلغل البطيء:

وترتكز على الدخول إلى السوق بسعر منخفض وبجهود ترويجية هي الأخرى منخفضة، حيث تكون هذه الاستراتيجية مقبولة في حالة ما إذا كان حجم السوق كبيرا، وجود إدراك للخدمة في السوق، حساسية السوق للسعر، وأيضا إمكانية ظهور المنافسة .

2. **مرحلة النمو:** وفيها يزداد التعامل بالخدمة وتنمو المبيعات مما يزيد من إيرادات المصرف، وهو ما يحفز المصارف الأخرى على تقديم الخدمة، وتتميز هذه المرحلة بارتفاع الأرباح وسعي المصرف للمحافظة وزيادة حصة السوق بشكل مستمر عن طريق تحسين جودة المنتج أو إضافة نماذج جديدة له ؛ (در دور ، 2016، صفحة 46) .

ويتبع المصرف للحفاظ قدر الإمكان على هذا النمو السريع الاستراتيجيات التالية :

-التطوير والتحسين في ملامح جودة الخدمة .

-بيع الخدمة إلى قطاعات عريضة في السوق .

-التركيز من خلال الإعلان ليس على خلق الإدراك بدرجة كبيرة، ولكن لجذب أكبر عدد ممكن من العملاء .

3. **مرحلة النضج:** تتميز هذه المرحلة باستقرار في المبيعات، وتحقيق أرباح عالية، حيث تكون الخدمة هنا قد احتلت مكانة في السوق، إلا أن خطر المنافسة هو الآخر يزداد، ذلك أن الأرباح العالية التي يحققها المصرف يشجع غيره من المنافسين على الدخول إلى السوق، وبأعداد كبيرة ممل يجعل الأسعار تنخفض، وفي هذه الحالة يلجأ المصرف إلى الاعتماد على الاستراتيجية الدفاعية للمحافظة على الحصة السوقية، ومواجهة المنافسة، وبالتالي محاولة إطالة عمر الخدمة قدر الإمكان وذلك من خلال ؛ (البرواري و فهمي ، 2004، الصفحات 170-169) .

1.3. **إستراتيجية تعديل السوق:** وتمثل في محاولة توسيع سوق الخدمات الحالية القائمة، وذلك من خلال التأثير على عاملين يمثلان رقم المبيعات، وهما :

-زيادة عدد مستخدمي الخدمة من خلال تحويل غير المستخدمين للمنتج إلى مستخدميه، الدخول في أجزاء جديدة للسوق، وكذلك جذب عملاء المنافسين الآخرين .

-التأثير على معدل الاستخدام لكل مستعمل من خلال استخدام المنتج بطرق جديدة، وإستخدام المنتج لأكثر من غرض .

2.3. **إستراتيجية تعديل المنتج:** وفيها يتم تعديل الخدمة حتى يتم جذب عملاء جدد، وذلك إما بتحسين نوعية الخدمة وأدائها بما يحقق لها ميزة تنافسية، أو تحسين وتطوير خصائصها بإضافة خصائص جديدة تضيف منافع لعملائه .

3.3. **إستراتيجية تعديل المزيج التسويقي:** وفيها يلجأ مسؤول التسويق إلى زيادة الحصة السوقية من خلال تغيير عناصر المزيج التسويقي الأخرى كتخفيض السعر، تغيير قنوات التوزيع، تغيير طرق الترويج والإعلان، حيث عادة ما يكون هذا الأخير تذكيري في هذه المرحلة .

4.مرحلة الانحدار: تتميز هذه المرحلة بانخفاض كبير في المبيعات وذلك راجع إلى عدة عوامل منها دخول منتجات جديدة أفضل، التطورات التكنولوجية، والتي تجعل تلك الخدمة قديمة، تشريعات حكومية معينة... إلخ. لذلك فإنه في هذه المرحلة يلجأ المصرف إلى إتباع إحدى الاستراتيجيات التالية أو أكثر؛ (العجاردة، 2005، الصفحات 191-190):

- 1.4. حذف الخدمة من حزمة الخدمات المقدمة من طرف المصرف.
- 2.4. تخفيض الأسعار إلى أدنى حد ممكن وقد يلجأ المصرف إلى ما يسمى بنقطة الغلق، وهي التي تسمح بتغطية التكاليف المتغيرة للوحدة الواحدة .
- 3.4. تخفيض تكاليف التوزيع والترويج .
- 4.4. الاستمرار في تقديم الخدمة بسبب أهميتها لبعض الزبائن، أو أنها مكملة لبعض أصناف أخرى من الخدمات وتصل الخدمة لهذه المرحلة نتيجة لعدد من المؤشرات والأسباب، والتي في مقدمتها :
 - أ. دخول خدمات جديدة إلى السوق تحل محل الخدمة الحالية .
 - ب. حصول تطورات تكنولوجية تجعل الخدمة الحالية قديمة .
 - ت. تشريعات حكومية معينة يمكنها أن تقضي على الخدمة الحالية .
 - ث. متغيرات ثقافية أو إجتماعية أو سياسية .. إلخ .

وبالتالي تضطر المصارف إلى التحلي عن بعض المنتجات التي مردوديتها ضعفت، والبحث عن سبل أخرى وأفكار منتجات أخرى تجعلها دائما في موضع منافسة للبنوك الأخرى، كما يمكن أن تكون هذه المرحلة بداية إنطلاقة جديدة

ثالثا: عوامل نجاح الخدمة المصرفية

كي يتمكن البنك من تقديم خدماته بأداء جيد، لا بد أن يأخذ بعين الاعتبار عدة عوامل من بينها؛ (عبد الله ، 2009، الصفحات 34-35)

- 1.السرية في التعامل: أي شعور الزبون بالمزيد من الأمان من قبل البنك مما يساعد على الولاء لدى البنك .
- 2.لابد على العاملين في البنوك من فهم طبيعة الزبون ومدى توقعاته، وتوفير سبل الراحة في التعامل من قبل المسؤول عن قسم الخدمات المصرفية .
- 3.ضرورة توفير إطارات مؤهلة ومحترفة، وذو خبرة باستطاعتها أن توفر حلولاً للمشاكل، والتي تناسب إحتياجات الزبون من حيث الوقت، المكان، السعر، السرعة في التعامل .

الفصل الثاني: تطوير الخدمة المصرفية وسبل تحقيق جودتها

4. ضرورة توفير ضمان إستثمارية العلاقة بين العميل والزيون، وذلك لتأمين إقامة علاقات على درجة عالية من الخصوصية، ومعرفة وثيقة بمقدم الخدمة .
5. ضرورة توفير البنك لفريق المحللين على الصعيد الجزئي والكلبي، وذلك لإبقاء الزبائن على معرفة بأحدث المستجدات المالية .
6. ضرورة تزويد الزبائن بكشوفات الحسابات، وتقارير الأداء، النصائح الاستثمارية، وبحوث الأسواق المالية... إلخ وذلك على مدار 24 سا .
7. وجود سياسة إستثمارية واضحة ومفهومة لدى البنك، وعلى هذا الأساس يجب أن يركز البنك على الأهداف الرئيسية في بناء علاقات طويلة المدى .

المبحث الثاني: عصنة وتطوير الخدمة المصرفية

تعتبر الخدمة المصرفية من أكثر التحديات في مجال التسويق المصرفي، لأن المصارف تعمل في بيئة تتميز بوجود منافسة شديدة وحادة، وتغير مستمر في حاجات ورغبات العملاء، وتطور تكنولوجيا هائل، مما يتطلب من المصارف العمل على مواجهة تلك التحديات من خلال تطوير خدمات مصرفية جديدة قادرة على إشباع حاجات ورغبات العملاء في السوق .

المطلب الأول: ما هية تطوير الخدمة المصرفية

تقتضي الطبيعة الديناميكية للسوق المصرفية من الإدارة المصرفية أن تكون واعية ومدركة لطبيعة وخصائص البيئة المحيطة بالمصرف، إذ تمكن قدرة المصرف على البقاء والاستمرار في السوق بالقدرة على الاستجابة لمقتضيات التغيير والتفاعل مع هذه البيئة، فالتطوير هو التقدم والامتياز، والارتقاء، والنمو، والتنمية، وهو كل ذلك وأكثر وهو جهاز المناعة ضد الانكماش والتأخر، وهو إحدى مقومات التواجد الرئيسية لأي مصرف .

وعليه سنتطرق في هذا المطلب إلى التعريف بمفهوم تطوير الخدمة المصرفية، وأهمية تطوير الخدمة المصرفية بالنسبة للزيون والمصرف، وأهم المتطلبات التي تحتاجها عملية تطوير الخدمة المصرفية .

أولاً: مفهوم تطوير الخدمة المصرفية

يعد تطوير المنتجات من الأمور الاستراتيجية الهامة لنجاح المصارف، وغالبا ما يستخدم مفهوم التطوير والابتكار كمفهومين مترادفين لأن كليهما يسعيان إلى تحقيق هدف واحد، ألا وهو التوصل إلى ما هو جديد، الأمر الذي يضيف قيمة أكبر، وأسرع من المنافسين في السوق .

ولا يوجد هناك تعريف محدد أو متفق عليه بين الباحثين في هذا المجال لتعريف ما هو تطوير المنتجات. وذلك لأن مفهوم تطوير منتجات جديدة هو مصطلح متعدد الأبعاد ونسبي في الوقت نفسه.

وعملية تطوير الخدمات المصرفية هي عملية شاملة ومتكاملة تهدف إلى تعزيز القوى التنافسية للمصرف من ثم زيادة ربحيته على المدى الطويل، إذ أن الزبائن يميلون إلى التعامل مع المصارف التي تكون قادرة على تطوير خدماتها بشكل مستمر؛ (الصميدعي و ردينة ، 2001، صفحة 249).

- كما تعرف على أنها: "عملية تقديم خدمات مصرفية جديدة سواء كان ذلك بإجراء تحسينات، أو تعديلات على خصائص ومنافع الخدمة الحالية، أو إضافة خصائص وفوائد جديدة لها، أو إضافة خدمة مصرفية جديدة وتجدر الإشارة هنا إلى أن الخدمة قد تكون جديدة بالنسبة للمصرف، وليست كذلك بالنسبة للسوق، أو العكس إلا أنه في جميع الحالات لا بد وأن يحس العميل أنها خدمة جديدة تحقق له إشباعا لمتطلباته المتغيرة؛ (الصميدعي و ردينة ، 2015، صفحة 246).

وبناء على ما سبق ذكره يمكن تعريف تطوير الخدمة المصرفية بأنها عملية تغيير، أو إضافة، أو تحسين أو تطوير تتم على مواصفات وخصائص الخدمة المصرفية بغرض إشباع حاجات، ورغبات الزبائن الحاليين والمستقبليين .

ثانيا: أهمية تطوير الخدمة المصرفية

إن تطوير أي خدمة يجب أن يكون من وجهة نظر العميل وليس من وجهة نظر المصرف، وبناء على هذا القول فإن أهمية تطوير خدمة مصرفية جديدة تبرز من خلال الآتي ؛ (الصميدعي و ردينة ، التسويق المصرفي، 2015، صفحة 247).

1. المساعدة على التكيف مع التطورات، والتغيرات التي تحدث في حاجات ورغبات العملاء، مما يساهم في الحفاظ عليها وجذب المزيد منهم .

2. المساهمة في زيادة حجم التعامل والمبيعات في السوق الحالية وذلك من خلال :

1.2. زيادة البيع المتقاطع: وهو إمتلاك بكة من الفروع و رصيда من العملاء الذين يزورون هذه الفروع بانتظام .

2.2. جذب حسابات جوهرية من المنافسين: ويعني السعي إلى تطوير خدمات مصرفية تستهدف إقناع العملاء لدى المصارف المنافسة بتحويل حساباتهم إلى مصارف أخرى .

3. تخفيض تكلفة تقديم خدمات مصرفية مشابهة تقدمها مصارف منافسة أخرى .

4. تخفيض مخاطر الإيرادات عن طريق تنويع الخدمات؛ (جبر ، 2014، صفحة 10).

الفصل الثاني: تطوير الخدمة المصرفية وسبل تحقيق جودتها

من ناحية أخرى فإن هناك أهدافاً أخرى لعملية التطوير من أهمها: تأكيد زيادة المصرف، وتفوقه وبقائه الدائم نحو الجديد والتجديد، وفي الوقت ذاته تحقيق التكامل والاتساق بين عناصر مزيج الخدمات المصرفية التي يقدمها المصرف وسد الفجوات القائمة بين مستوى الإشباع الحالي الذي يحظى به الزبون، وما بين تطلعات الزبون لمستوى إشباعي أفضل، ومن ثم تحرض المصارف بشكل كبير على إيجاد قسم خاص لديها مهمته تحسين وتطوير الخدمات المصرفية التي يقدمها المصرف، تدعيمها لكيان الثقة والفاعلية والقدرة على الإشباع المتنامي والمتطور لحاجات ورغبات الزبائن الحاليين والمرتقبين؛ (لخضر، 2012، صفحة 87).

ثالثاً: متطلبات تطوير الخدمة المصرفية

تقوم عملية تطوير الخدمة المصرفية أساساً على دراسة تحليلية وواقعية لسوق الخدمة، ومعرفة المتغيرات المتعلقة بها وهناك العديد من الاستراتيجيات التي يمكن أن تتبناها لتطوير خدماتها على أن تأخذ بعين الاعتبار أهم المتطلبات التي تفرزها بيئة المنافسة. ولتطوير الخدمة المصرفية لابد على البنوك أن تقوم بما يلي؛ (البردويل، 2015، صفحة 14):

- التعرف على إحتياجات الزبائن، وتزويدهم بالخدمة السريعة، والدقيقة التي تهدف إلى تدعيم العلاقات المصرفية وتوسيعها مع البنك .

- تقديم القروض بأحجام، وبفائدة تحقق خطة البنك الربحية، وفي نفس الوقت جذب المدخرات والودائع بفوائد وشروط تتلاءم مع خطة البنك الربحية .

- مواكبة التقدم الاقتصادي الذي يعيشه المجتمع، ومحاولة تقديم وتسهيل الإمكانيات التي تخدم الاقتصاد القومي مما يساعد على تحقيق الربحية للبنك، ويحقق تطوير الخدمة التي تهدف إلى تحقيق الجودة الشاملة إلى الزبائن سواء كانوا أفراد، أم هيئات .

- التشجيع المستمر على الابتكار، والأداء الجيد عن طريق توظيف الكفاءات العلمية المتميزة، وفتح باب التدريب، والتعليم للعناصر المتميزة، والتي تخدم أسلوب العمل، وتساعد على تطوير الخدمة .

المطلب الثاني: مصادر وطرق تطوير الخدمة المصرفية

يلاحظ أن تطوير الخدمة المصرفية يستمدده البنك من مصادر عديدة، كما أنه توجد عدة طرق لتطوير الخدمة المصرفية، وتطوير الخدمة المصرفية بدوره يمر بالعديد من المراحل، لذا سنتطرق في هذا المطلب إلى مصادر تطوير الخدمة المصرفية أولاً، مروراً بطرق التطوير، وصولاً إلى مراحل التطوير .

أولاً: مصادر تطوير الخدمة المصرفية

هناك مجموعة من المصادر المختلفة التي يمكن اللجوء إليها لتطوير الخدمات المصرفية، وتتنوع هذه المصادر بين مصادر داخلية ومصادر خارجية، ويمكن تلخيصها في؛ (قاسيمي ، 2015، صفحة 277) :

1. المصادر الخارجية: وتمثل المصادر التي يمكن اللجوء إليها في عملية تطوير الخدمة المصرفية، وتكون من خارج البنك.

1.1. البحوث والدراسات الأكاديمية المتخصصة: والتي تقدم الأفكار الجديدة، والمبتكرة من خلال البحوث والدراسات، والمؤتمرات، واللقاءات المتخصصة، التي تنعقد بشكل دوري غالباً ما تعتبر مصدراً غنياً للأفكار الجديدة للمنتجات والخدمات البنكية .

2.1. المنافسون: إن تحليل المنافسون، والذي يتم من خلاله تحليل نقاط القوة والضعف للبنك، وعلى صوابها يتم تحديد الفرص لتميزه ككل، أو كخدمة بنكية معينة، إذ أن البنك يستطيع أن يتعلم من الأخطاء والنجاحات التي تحقّقها البنوك المنافسة، ليتجنب الوقوع في نفس الأخطاء، ويعزز النجاحات التي يحققها المنافس لصالحه أيضاً.

3.1. علاقات الزبون بتطوير الخدمة: من المهام الرئيسية المؤكدة لتسويق الخدمات المصرفية تكمن في جذب الزبون وإستمرارية تعزيز الثقة معه، وتهدف إلى بناء علاقات الخدمة المتميزة على المدى الطويل، وتحصيل الرضا الكلي له عن الخدمات المصرفية، فالزبون أصبح يطمح في تعاملاته وضع جوانب جودة الخدمة في مقدمة الأمور المطلوبة .

4.1. معرفة ما تحتاجه الحكومة أو المنظمات الحكومية: بعد إتساع وتطوير دور الدولة وقيامها بتعظيم دورها في تخطيط وترويج وتقديم الخدمات، والأنشطة الاقتصادية الاجتماعية، أصبحت الدولة في حاجة إلى خدمات مصرفية ذات طابع ومواصفات خاصة لخدمة هذا الدور، ومن خلال تطلعات الدولة يمكن للبنوك إكتشاف مجموعة من الخدمات المصرفية التي يمكن إدخالها لأول مرة، والقيام بتطوير الخدمات الحالية لتتوافق مع إحتياجات الدولة .

2. مصادر داخلية : وتمثل المصادر التي يمكن اللجوء إليها لتطوير الخدمة المصرفية، وتكون من داخل البنك :

1.2. مديري البنك ورؤساء قطاعاته:

يمكن لمديري البنك ورؤساء قطاعاته التنفيذية نتيجة لمعايشتهم الواقع العملي والظروف المختلفة المحيطة بالبنك ومعرفتهم بها أولاً بأول التقدم باقتراحات لتطوير الخدمات المصرفية الخاصة بالبنك؛(قاسيمي ، 2015، صفحة 277) .

2.2. موظفي البنك:

نتيجة للاحتكاك المباشر بين موظفي البنك وعملائه، ومن هذا المنطلق يتعرف الموظفون على الانطباع المتولد لدى العميل عن الخدمة، ومدى ملاءمتها لإشباع إحتياجاته ورغباته، وكل ملامح تطوير الخدمة المصرفية من نواحي هذا التطوير أو أوجه القصور؛ (قاسمي، 2015، صفحة 277).

3.2. إدارة التسويق بالبنك:

من وظائف الإدارة التسويقية للبنك هو العمل على تحسين وتطوير الخدمات المصرفية، وتقوم إدارة التسويق المصرفي بالبنك من خلال الدراسات التحليلية.

ثانيا: طرق تطوير الخدمات المصرفية

تأخذ عملية تطوير المنتجات المصرفية أشكالا مختلفة، ومن بين هذه الأشكال ما يلي:

1. إضافة خدمات جديدة إلى نطاق المنتجات البنكية "توسيع نطاق الخدمات":

في ظل تميز الخدمة الجديدة بحيث تجذب العملاء، وتخلق عندهم الرغبة في الشراء فإن توسيع نطاق الخدمات المعروضة سوف يؤدي إلى زيادة البيع لمن يملكون حسابات لدى البنك، لأن توسيع نطاق الخدمات المعروضة هي إستراتيجية موجهة في الغالب نحو هذا النوع من العملاء، أما الذين لا يحتفظون بحسابات مع المصرف، فلا بد من بذل جهود ترويجية لإبلاغهم بتشكيلة الخدمات المقدمة؛ (محبوب، 2014، صفحة 104).

2. إعادة دمج الخدمات البنكية للحصول على منتجات بنكية جديدة:

يعد نطاق الخدمات المقدمة من قبل البنك واسعا بحيث يصعب الترويج له بكفاءة، وفي داخل هذا النطاق توجد مجموعة من الخدمات المصرفية التي تصلح أن تلي حاجات قطاعات سوق معينة، وبسبب إستحالة الترويج لها فإن العميل قد لا يكون مدركا لأهميتها أو عارفا بقدراتها على تلبية إحتياجاته، وعليه فإن الحاجة تقتضي أن يتولى المصرف مهمة دمج تلك المنتجات بشكل متميز وتوجيهها صوب قطاعات سوقية محددة (محبوب، 2014، صفحة 104).

3. إجراء تغيير على الخدمات المصرفية المقدمة: بالإمكان تعزيز المنتج المصرفي دون الحاجة لإعادة تصميم

الخدمات القائمة، ومثال ذلك زيادة عدد أو نوع تجار التجزئة المساهمين في نظام بطاقة الائتمان؛ (محبوب، 2014،

صفحة 105).

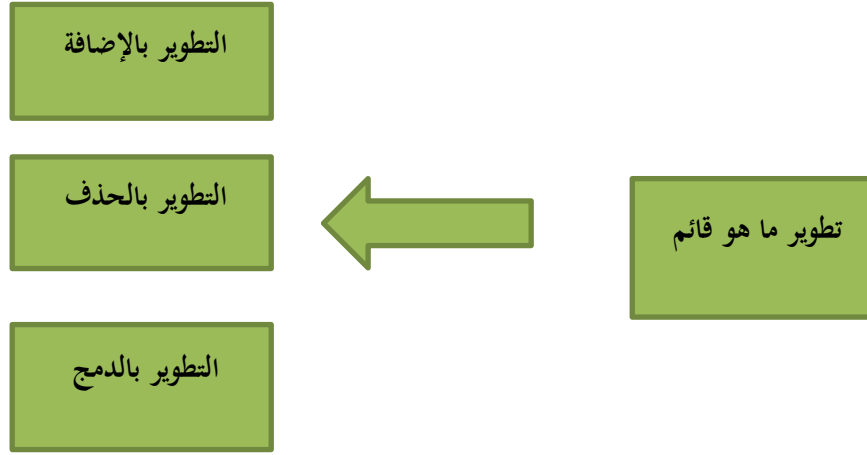
المطلب الثالث: مناهج تطوير الخدمة المصرفية والعوامل المؤثرة فيها

التطور الحاصل في مجال تقديم الخدمات المصرفية كان ولا يزال نتيجة لازدياد حاجات الأفراد للسلع والخدمات خاصة، لذا وجدت مناهج تطوير الخدمات المصرفية، كما تؤثر في الخدمات المصرفية عوامل عدة، وهذا ما سنتطرق إليه .

أولاً: مناهج تطوير الخدمات المصرفية

تقوم البنوك عادة باستخدام ثلاث مناهج رئيسية لتطوير مزيج الخدمات المصرفية التي تقدمها على النحو الذي يظهره لنا الشكل التالي :

الشكل رقم (2-3): مناهج تطوير الخدمة المصرفية



المصدر: محسن أحمد الخضيري (1999) ، التسويق المصرفي ، إيتراك للنشر والتوزيع ، القاهرة ، مصر ، ص 235 .

ويتضح من الشكل أعلاه أن هناك ثلاث مناهج أساسية تستخدمها البنوك في عملية التطوير هي:

1. **المنهج الأول: التطوير بالإضافة:** ويقوم هذا المنهج على إستخدام الابتكار، وإضافة الجديد إلى مجموع الخدمات المصرفية التي يقدمها البنك حالياً، ويتعين أن يكون هذا الجديد أكثر إشباعاً للحاجات ورغبات الزبون، بل قد يكون هذا الجديد مشبعاً لحاجة جديدة، لم يكن يعرفها الزبون وتأتي الخدمة المصرفية المبتكرة لتعريفه بها، وإشباعها (الخضيري ، 1999 ، صفحة 215) .

2. **المنهج الثاني: منهج التطوير بالحذف:** وهو منهج تستخدمه البنوك من أجل تحسين جودة تقديم بعض الخدمات المصرفية التي يتم تخصيصها لزبائن معينين، فعلي سبيل المثال تقوم البنوك بفتح فروع ، أو وحدات مصرفية خاصة بالشركات أو كبار الزبائن، وتشغيلها على نطاق العمليات المصرفية كبيرة الحجم، ولا تقوم بتقديم خدمات

مصرفية للأفراد، ومن ثم تأتي عملية الحذف من أجل التطوير، والحذف هنا نوعان؛ (الخضيري ، 1999، صفحة 215)

1.2. حذف مؤقت حتى تدعم قوة الفرع أو الوحدة المصرفية، ويتسع عدد العاملين فيها، وتصبح قادرة على تقديم جميع الخدمات المصرفية التي يقدمها البنك، خاصة خدمات التجزئة المصرفية .

2.2. حذف دائم نتيجة إستمرار الوحدة المصرفية في تقديم الخدمة الشخصية لعميل واحد معين، ومن ثم تقتصر خدماتها على خدمات الحملة المصرفية .

3. المنهج الثالث: **منهج التطوير بالدمج**: حيث يتم دمج مزايا ومنافع خدمتين أو أكثر في خدمة مصرفية واحدة وتقديمها على أنها خدمة مصرفية واحدة جديدة، فعلى سبيل المثال دمج مزايا ومنافع خدمة الحساب الجاري، وخدمة دفاتر التوفير والبطاقات الائتمانية في خدمة واحدة ؛ (الخضيري ، 1999، صفحة 215) .

ثانيا: العوامل المؤثرة في تطوير الخدمات المصرفية

تتحكم في درجة إنتشار ونجاح الخدمة المصرفية الجديدة عدة عوامل أهمها؛ (محبوب ، 2014، صفحة 105) :

1. المزايا والمنافع التي تتمتع بها الخدمة المصرفية الجديدة، ومدى اتفاقها مع حاجات ورغبات الزبائن وثقافتهم .
2. السمعة التي يتمتع بها البنك، وقدرته على تخطيط الحملات الترويجية الفعالة باستخدام أساليب الاتصال المؤثرة.
3. مدى تقبل المستعملين الأوائل للمنتج الجديد ودرجة تأثيرهم على الفئات الأخرى سلبا أو إيجابا عن طريق الكلمة المتطوقة أو المنقولة من شخص لآخر .
4. تصرفات المنافسين، فعندما تشتد المنافسة، وتكثر المنتجات تقل فرص إنتشار المنتج الجديد، ويصعب تسويقه، أما في حالة ضعف المنافسين يكون البنك هو الرائد في السوق، ويسهل عليه بيع المنتج الجديد .
5. التوصل إلى خدمات جديدة يحتاج إلى جهد، ووقت وأموال، وقد يتحقق النجاح أو جزء منه، إلا أن إحتتمالات الفشل قائمة، ونسبتها عالية في الخدمات الجديدة .

المبحث الثالث: أسس جودة الخدمة المصرفية

إن تشابه الخدمات المصرفية وبلوغها مرحلة النضج جعل المنافسة بين المصارف تتركز على مدى جودة هذه الخدمات المقدمة، ومدى توافقها مع رغبات وتوقعات الزبون بغية كسب رضائه وولائه، لذا تعد جودة الخدمة المصرفية سلاحا تنافسيا فاعلا تستعمله البنوك كوسيلة لتمييز خدماتها عن منافسيها، والحصول على قاعدة أكبر من الزبائن بما يضمن لها البقاء والاستمرارية في ظل المنافسة الشديدة .

المطلب الأول: مفهوم جودة الخدمة

إن موضوع الجودة يعد من أكثر الموضوعات أهمية لدى رجال الأعمال والمفكرين الإقتصاديين، وسبب ذلك أن المستهلكين دائماً يهتمون بجودة الخدمة إضافة، إلى دور جودة الخدمة في تحقيق ميزة تنافسية للمؤسسة المعنية .

أولاً: مفهوم الجودة **The quality**

يرجع مفهوم الجودة "**Qualité**" إلى الكلمة اللاتينية "**Qualitas**" التي تعني طبيعة الشخص أو طبيعة الشيء ودرجة الصلابة، ويعتبر مفهوم الجودة من المفاهيم التي أثارت وما زالت تثير الجدل بين الكتاب والممارسين حيث يتوقف معنى ومفهوم الجودة على طريقة النظر إليها وفي هذا الخصوص يمكن التمييز بين ثلاثة وجهات نظر مختلفة فيما يتعلق بالمعنى المستخدم وهي: الجودة كما يتم تحديدها في مرحلة تصميم المنتج ويطلق عليها جودة التصميم والجودة التي تتحقق خلال العملية الإنتاجية ذاتها وتسمى جودة الإنتاج، وأخيراً الجودة كما تظهر عند الإستعمال والإستخدام الفعلي للمنتج بواسطة المستهلك وتسمى بجودة الأداء، ومن هنا تعددت وتباينت التعاريف التي أوردتها الكتاب والمهتمين بموضوع الجودة في وضع تعريف محدد لمعنى ومضمون الجودة وأبعادها المختلفة نذكر :

- يعرف **Harod Gilmore** الجودة بأنها "درجة مطابقة منتج معين لتصميمه أو مواصفاته"؛ (درادكة و الشبلي ، 2002، صفحة 15) .

- كما قدمت الجمعية الأمريكية لمراقبة الجودة وكذلك الهيئة العالمية للمواصفات القياسية (الإيزو 9000) تعريفاً للجودة مفاده أن الجودة هي "إجمالي الخصائص والسمات التي تميز المنتج أو الخدمة ويمكن عن طريقها الوفاء بإحتياجات معينة ؛ (محمود عبد الفتاح، 2012، صفحة 04) .

وفي ذات السياق تعرف الجودة بأنها العملية التي يتسع مداها لتشمل جودة العمل وجودة الخدمة، وجودة المعلومات، والتشغيل، وجودة القسم، والنظام وجودة المورد البشري، وجودة الأهداف وغيرها ؛ (بن عيشاوي ، 2013، صفحة 21) .

وتأسيساً على ما سبق ذكره من تعاريف يتضح لنا بأن الجودة هي قياس مدى تطابق مستوى جودة الخدمة المقدمة للزبون مع توقعات الزبون .

ثانياً: مفهوم جودة الخدمة **Quality of service**

تتعدد التعريفات بالنسبة لجودة الخدمة وذلك لإختلاف حاجات وتوقعات العملاء عند البحث عن جودة الخدمة المطلوبة، وكذلك الإختلاف في الحكم على جودة الخدمة، فجودة الخدمة بالنسبة لكبار السن تختلف عنها بالنسبة

للشباب، وتختلف بالنسبة لرجال الأعمال عنها بالنسبة للعملاء العاديين، ومنه يمكن تقديم التعاريف التالية لتوضيح هذا المفهوم :

-عرفت بأنها الجودة التي تشتمل على البعد الإجرائي والبعد الشخصي كأبعاد مهمة في تقديم الخدمة ذات الجودة العالية، حيث يتكون الجانب الإجرائي من النظم والإجراءات المحددة لتقديم الخدمة، أما الجانب الشخصي للخدمة فهو كيف يتفاعل العاملون (بمواقفتهم وسلوكياتهم، وممارستهم اللفظية مع العملاء)؛ (الصميدعي و ردينة ، 2010، الصفحات 91-90).

- عرفت جودة الخدمة بأنها "قدرة المنتج على إشباع حاجات الزبائن"؛ (François & Claude, 2002, p. 11)

- كما يمكن تعريف جودة الخدمة من خلال الأبعاد الثلاثة الخاصة بالخدمات ؛ (باعلوي ، 2013، صفحة 156):

-البعد التقني : والذي يتمثل في تطبيق العلم والتكنولوجيا لمشكلة معينة .

-البعد الوظيفي: أي الكيفية التي تتم فيها عملية نقل الجودة الفنية إلى العميل، وتمثل ذلك التفاعل النفسي

والاجتماعي بين مقدم الخدمة، والعميل الذي يستخدم الخدمة.

-الإمكانات المادية: وهي المكان الذي تؤدي فيه الخدمة .

ويتضح لنا من التعاريف السابقة أن جودة الخدمة تتعلق بذلك التفاعل بين العميل ومقدم الخدمة حيث يرى العميل جودة الخدمة من خلال مقارنته بين ما يتوقعه والأداء الفعلي للخدمة.

المطلب الثاني: أهمية جودة الخدمة المصرفية و أساليب تحسينها

تعد جودة الخدمة المصرفية من الأساسيات التي تسبق إرضاء الزبون، وفي المقابل فإن رضا الزبائن يؤثر على قرار الشراء المستقبلي للزبون وإدراكه، لهذا فإن جودة الخدمة المصرفية شرطا أساسيا لإشباع رغبة الزبون وللاحتفاظ به وعليه سنتطرق في هذا المطلب إلى مفهوم جودة الخدمة المصرفية، وأهمية جودة الخدمة المصرفية، وأساليب تحسين جودة الخدمة المصرفية.

أولا: مفهوم جودة الخدمة المصرفية Quality of banking service

من مجمل ما لاحظناه أن مفاهيم جودة الخدمات المصرفية تعددت عند الباحثين، حيث إرتكز مفهومها عند البعض على أبعاد الجودة، وعند البعض الآخر على أساليب قياسها. ومن جملة المفاهيم الخاصة بتعريف جودة الخدمة المصرفية نذكر منها :

-هي قدرة البنك على توفير مستوى أداء الخدمات المصرفية، تتناسب مع توقعات عملاء البنك أو تفوق توقعاتهم، بمعنى آخر هي تطابق مستوى جودة الخدمة المقدمة للعملاء مع توقعاتهم، لأن إرضاء العملاء هي الركيزة الأساسية

الفصل الثاني: تطوير الخدمة المصرفية وسبل تحقيق جودتها

نحو الارتقاء بالجودة، وهناك مكونان أساسيان للجودة، الأول يتعلق بالتقنية المتبعة أي نتائج عمليات الخدمة، والثاني يتعلق بجودة المهنة، أي تفاعل العملاء؛ (مناور ، 2015، صفحة 04) .

- كما عرفت بأنها طبيعة الخدمة المصرفية التي يقدمها المصرف كما هي موصوفة في مجموعة مؤشرات مثل عرض الخدمة المنجزة، وتأخر وصول الخدمة، ومعدل خسارتها؛ (Iyer jay , 2004, p. 05) .

- وفي تعريف آخر "تعرف جودة الخدمات المصرفية على أنها معيار لدرجة تطابق الأداء الفعلي للخدمة مع توقعات الزبائن لهذه الخدمة؛ (عبد الرحيم الخزرجي و بدري البارودي، 2012، صفحة 157) .

وخلوها من أي عيب أثناء إنجازها نتيجة الحكم المتعلق بتوقعات الزبون أو العميل المدركة عن الخدمة البنكية والأداء الفعلي لها ؛ (طرطار و حليمي ، 2010، صفحة 03) .

- وفي ذات السياق عرفت جودة الخدمة المصرفية بأنها إرضاء لمتطلبات العملاء، ودراسة قدرة المصرف على تحديد هذه المتطلبات، والقدرة على إلتئائها، فإذا تبنى المصرف عملية تقديم خدمة ذات جودة عالية يجب أن يسعى من خلالها التفوق على متطلبات العملاء؛ (مرازفة و مخلوف ، 2017، صفحة 388) .

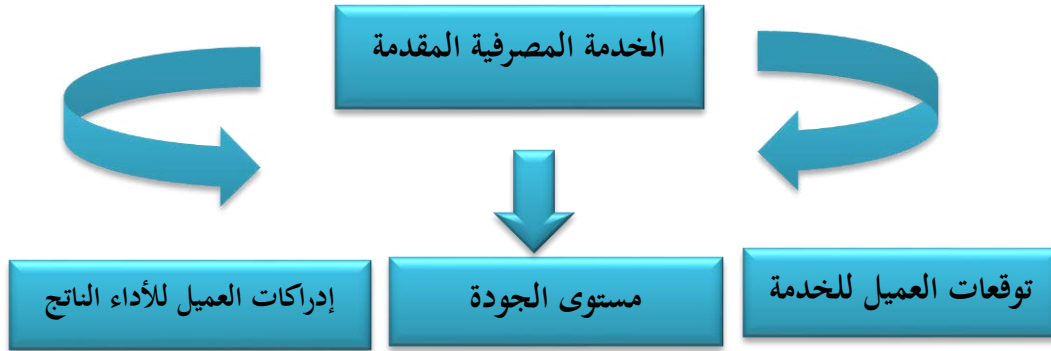
- كما ينظر إلى جودة الخدمات المصرفية على أنها ذات قيمة إستراتيجية للبنك لأنها تساعد على الاحتفاظ بزبائنه ووظائفه، وكذلك تحسن وتطور أدائه، وهي مجموعة من الخصائص والمميزات لكيان ما تعبر عن قدرتها على تحقيق المتطلبات المحددة أو المتوقعة من قبل المستفيد؛ (دودين ، 2012، صفحة 25) .

ومجمل التعاريف التي تطرقنا إليها أجمعت على أن الخدمة المصرفية هي مقياس للدرجة التي يرقى إليها مستوى الخدمة المقدمة للعملاء ليقابل توقعاتهم، وبالتالي فإن تقديم خدمة ذات جودة متميزة يعني تطابق مستوى الجودة الفعلي مع توقعات العملاء أو التفوق عليها، كما أنها معيار لقدرة البنك على الاستجابة لتوقعات الزبائن والتفوق عليها، مما يفرض على مقدم الخدمة المصرفية تحمل المسؤولية بالتأكد من أن الخدمات المقدمة ستضمن رضا الزبائن .

ونخلص إلى أن جودة الخدمة المصرفية مفهوم يكمن في المقارنة بين توقعات العملاء لأبعاد الخدمة المقدمة لهم من طرف المصرف، ومستوى الأداء الفعلي الذي يعكس مدى توافر تلك الأبعاد بالفعل في الجودة المقدمة لهم .

وذلك حسب ما يوضحه الشكل التالي :

الشكل رقم (2-4): مفهوم جودة الخدمة المصرفية



المصدر: عوض بدير الحداد (1999)، تسويق الخدمات المصرفية، دار البيان للنشر، مصر، ص 337.

ومن الشكل يتضح لنا أنه إذا توافقت إدراكات العملاء للنتائج مع توقعاتهم له فإنه يكونون راضيين عن الخدمة، أما إذا فاقت النتائج التوقعات، وتجاوزتها فإن الخدمة تعتبر متميزة أما إذا تحقق العكس، وهو أن النتائج لم تكن في مستوى التوقعات أو تجاوزت الإدراكات الفعلية فإنها تصبح رديئة، ومن ثم فإن العميل سوف يكون غير راض عنها. وقد أشار معهد المساعدة التقنية، وبرامج البحوث بالولايات المتحدة الأمريكية، إلى أن الاحتفاظ بالعميل لمدة تتجاوز الخمس سنوات يضيف ذلك تقريبا 175 دولار في أرباح المصرف. وهذا ما أكدته الجمعية الأمريكية لمراقبة الجودة بأنه توجد علاقة قوية بين جودة الخدمة والأرباح، بالإضافة إلى أن العميل الراضي يبلغ عدد قليل من الأفراد في حين العميل غير الراضي يبلغ في المتوسط 19 فرد آخر؛ (AL zaabi, Obaid, & Wilson, 2006, p. 30).

ثانيا: أهمية جودة الخدمات المصرفية

يمكن التكلم عن المزايا التي تعود على البنوك من وراء تركيز الجهود على تحسين جودة خدماتها في الآتي؛ (مبارك و بن عباس، 2010، صفحة 15):

1. تحقيق ميزة تنافسية فريدة عن بقية المصارف، وبالتالي القدرة على مواجهة الضغوط التنافسية.
2. تحمل المصرف تكاليف منخفضة وذلك لقلة الأخطاء والتحكم في أداء العمليات المصرفية، وإنجاز الخدمة بشكل صحيح.
3. أن الخدمة المتميزة وذات الجودة العالية تتيح الفرصة للمصرف على إمكانية رفع الأسعار والعمولات وتحقيق أرباح أكبر.
4. أن الخدمة المتميزة وذات الجودة العالية تمكن المصرف من الإحتفاظ بالزبائن الحاليين وجذب زبائن جدد، كما أن الخدمة المتميزة تجعل العملاء بمثابة مندوبي للمصرف في توجيهِه، وإقناع عملاء جدد من الأصدقاء والزملاء؛ (بن بوريش، 2018، صفحة 106).

5. أن الخدمة المتميزة تجعل من زبائن المصرف كمندوبي بيع في توجيه وإقناع زبائن جدد من الأصدقاء والزملاء .

6. زيادة الحصة السوقية في المصارف ؛ (بلاك، 2016، صفحة 19) .

وتجدر الإشارة إلى أن أهمية جودة الخدمة المصرفية تكمن في كسب الزبائن الحاليين، ورضا الزبائن المحتملين وتعزيز ثقتهم، كما لها القدرة على إنشاء مؤسسة فعالة من خلال تلبية متطلبات الزبائن، وكذا زيادة الحصة السوقية للمصرف، والعمل على تعزيز مكانته في السوق .

ثالثا: أساليب تحسين جودة الخدمات المصرفية

تعدد آراء الباحثين والدارسين حول أساليب تحسين جودة الخدمات المصرفية، نوضحها في الآتي :

1. الارتقاء بالعنصر البشري لتحسين جودة الخدمة المصرفية:

يعد العنصر البشري من أهم الركائز الأساسية للارتقاء بالأداء المصرفي، فبالرغم من الجهود التي تبذلها المصارف في السنوات الأخيرة لتطوير الخدمة المصرفية بالاستفادة من أحدث ما توصل إليه العلم في مجال التقنية والمعرفة المصرفية إلا أن هذه الجهود سوف تظل محدودة النتائج ما لم يواكبها تطوير لإمكانيات العاملين بالمصارف بما يضمن رفع مستوى تقديم الخدمة المصرفية، وتحقيق أفضل استثمار للموارد البشرية .

ومن هنا يمكن الإشارة إلى أن الارتقاء بمستوى أداء العنصر البشري يتطلب عدد من الاستراتيجيات المتكاملة للوصول إلى نموذج مصرفي فعال، نذكر منها ما يلي ؛ (رحال ، 2003، صفحة 29) :

- الاستفادة من أحدث الخبرات العالمية، أو المصارف الكبرى لتدريب الكوادر المصرفية على استخدام الأدوات الحديثة مثل الأنترنت .

- إنشاء صندوق مستقل يمول من فائض المصرف، ويتم استخدامه في تمويل تكاليف استخدام الخبرات للعمل في الجهاز المصرفي .

- إرسال موظفي المصارف لدورات تدريبية بالداخل والخارج لاستيعاب الأدوات والأساليب الحديثة المستخدمة في المصارف العالمية .

- إلزام كافة العاملين في المصارف بتلقي برامج تدريبية على استخدام تقنية الاتصالات والحاسب الآلي باعتباره عنصرا رئيسيا لتحقيق التطوير في مهارات الموظفين .

- تطوير اختصاصات القيادة الإدارية والإشرافية، وتحديد مسؤولياتهم تجاه العاملين .

2. الاهتمام ببرامج التسويق الداخلي:

إن قيام المصرف بوضع معايير وبرامج لتحسين جودة الخدمة المصرفية لن تكون مجدية ما لم يتوافر لديه قاعدة من العاملين يتمتعون بالمهارات الجيدة والقدرات العالية، وإن توافر هذه القاعدة يستوجب على المصرف القيام بعملية إستقطاب أفضل الكفاءات وتوظيفها، فعملية الاختيار هي عملية مقارنة بين مواصفات الأفراد وخصائصهم المهنية والسلوكية، وما على الإدارة إلا التمييز بين الأفراد لاختبار أفضلهم من حيث درجة صلاحيتهم لأداء العمل بفعالية ورضا كبيرين؛ (الفارس و اخرون ، 2000، صفحة 168).

وبصفة عامة تسعى المصارف إلى تحديد إحتياجاتها من الكوادر الفنية والقيادات الإدارية بهدف تحسين كفاءة الأداء وخلق المهارات التخطيطية والتنفيذية في مختلف إداراتها، كما تسعى إلى تحسين بيئة العمل من خلال سياسة تعنى ببناء الكادر البشري بما يتناسب مع جودة الخدمات المصرفية، وتطبيقا لذلك تحرص إدارات تلك المصارف على إختبار الكوادر الجيدة من أفضل المتقدمين للمصرف، والسعي إلى فعالية الكوادر القائمة، وإعدادهم كافيًا ما يتماشى مع سياسة إدخال الأساليب التقنية الحديثة لتطوير جودة خدماته، باعتبارهم يمثلون الضامن الأساسي لجودة الخدمات المصرفية، وتطورها .

وإجمالاً يمكن القول أن التسويق الداخلي يعد بمثابة فلسفة لإدارات المصارف تعمل من خلالها على تحديد أساليب التعامل مع العاملين وكيفية بناء علاقات جيدة معهم بغرض تحسين جودة الخدمات المصرفية المقدمة للزبائن وتطورها (زيدان و قورين ، 2007، صفحة 48) .

3. تطبيق المفهوم الحديث للتسويق المصرفي:

يعد تبني المفهوم الحديث للتسويق المصرفي أحد ركائز إستراتيجية التطوير المأمولة لدعم كفاءة الأداء للجهاز المصرفي حيث لم تعد البنوك في حاجة إلى موظفين تقليديين بل إلى بائعين محترفين للخدمات المصرفية، لذلك تبرز الحاجة إلى تحول البنوك إلى كيان تسويقي يركز على رغبات العملاء وكسب رضاهم عن الخدمات المقدمة، ما يتطلب؛ (الصيرفي ، 2016، صفحة 39) .

- استخدام أدوات التكنولوجيا الحديثة في تسويق الخدمات المصرفية عبر العالم مثل استخدام شبكة الأنترنت للإعلان عن البنك .

- تهيئة بنية مصرفية مناسبة للعملاء تمكن البنك من الاحتفاظ بهم، وذلك بالاهتمام بتحسين الانطباع المصرفي لدى العميل عن طريق إنتقاء من يتعامل مع العملاء ممن يتوفر فيهم الصفات الشخصية المميزة مثل: اللباقة والذكاء والثقة والكفاءة .

-المساهمة في إكتشاف الفرص الاستثمارية، ودراستها، وتحديد المشروعات الجيدة بما يكفل إيجاد عميل جيد .
-مراقبة ومتابعة المعلومات المرتدة في السوق المصرفي، والتي تتضمن قياس إنطباعات العملاء عن مزيج الخدمات المقدمة، ومدى تقبلهم لها، ورضاهم عنها، وتحديد الأوجه الايجابية والسلبية التي يتعين الاستفادة منها .
وإجمالاً يمكن القول أن أهم الفوائد التي يحققها تطبيق التسويق المصرفي الحديث للقطاع المصرفي تتمثل في ؛ (بولودان، 2010، صفحة 54) :

-المساهمة في إكتشاف الفرص التسويقية ودراستها .
-تصميم مزيج الخدمات المصرفية بما يلبي حاجات ورغبات الزبائن وإشباعها .
-تحقيق التكامل بين الوظائف التسويقية المختلفة والوظائف المصرفية الأخرى لضمان وحدة الرؤية ووضوح المهام .
-إتساع المفهوم الحديث للتسويق ليستوعب مهام التخطيط والتنظيم والتوجيه والرقابة لتدفق الخدمات المصرفية وإنسيابها عبر شبكة متكاملة من فروع المصرف لتلبية رغبات الزبائن المستهدفين وإشباعها .
ويعد التسويق المصرفي الحديث أداة تحليلية هامة في فهم النشاط المصرفي، ومساعدة العاملين بالمصرف في رسم السياسات ومراقبة العمل المصرفي ومتابعته .

3. مواكبة المصارف للمعايير الدولية :

إن التطورات الهائلة التي شهدتها العالم في القطاع المصرفي أوجبت على صانعي السياسة المصرفية والمؤسسات الدولية وضع العديد من القواعد والمعايير الرامية إلى تحقيق السلامة المصرفية الدولية .
وبالتالي يتوجب على المصارف مراعاة تلك القواعد والمعايير في سياق سعيها إلى توزيع خدماتها والارتقاء بمستوى الخدمة المقدمة في السوق المصرفية ؛ (بوعيشة و الشامية ، 2010، صفحة 15) .

4. تفعيل دور الدولة وبنك الجزائر لتطوير أداء الجهاز المصرفي:

يعد تطوير الجهاز المصرفي أحد الأهداف الرئيسية التي توليها الدولة أهمية قصوى في وقتنا الحالي، وبالتالي فالدور الكبير تقوم به الدولة ومؤسساتها المختلفة فيما فيها بنك الجزائر في تفعيل هذا التطوير، وذلك من خلال؛ (بوعيشة و الشامية ، 2010، صفحة 16) :

-تهيئة القطاع التشريعي لملاحقة المستجدات على الساحة المصرفية الدولية خاصة في ظل العولمة والتحرر الاقتصادي العالمي .

-الاسراع في إصدار القانون الموحد للمصارف الذي يستهدف ضمان أداء الجهاز المصرفي وسلامته، ومجازاة الاتجاهات العالمية، وتطوير القطاع المالي لدعم الجهاز المصرفي بما يؤهله لمواجهة المنافسة الخارجية .

الفصل الثاني: تطوير الخدمة المصرفية وسبل تحقيق جودتها

-الاسراع في سن التشريعات الخاصة بنظم الدفع الالكتروني التي تنظم العلاقة أطراف العملية، هذا إلى جانب دراسة تأسيس هيئة الاشراف على توثيق التوقيع الالكتروني، وفض أية نزاعات قد تنشأ بين المصارف وزبائنها وإنشاء دوائر متخصصة للنظر في نزاعات بطاقة الائتمان .

- تطوير الدور الرقابي والاشرافي لبنك الجزائر على المصارف ليتلائم مع المخاطر المتعددة التي أصبحت تتعرض لها المصارف في ظل إقبالها المتزايد على تقديم المنتجات المصرفية المستحدثة بحيث تتم العملية التطوير في ضوء المبادئ الرقابية التي صدرت عن لجنة بازل عام 1977 وما طرأ عليها من تعديلات؛(بوعيشة و الشامية ، 2010، صفحة 17).

5.الاستخدام المستمر للدراسات والبحوث :

على المصرف القيام بالدراسات والبحوث بشكل مستمر بغرض التعرف على معايير الجودة، والمفاضلة بين هذه المعايير، وقياس درجة رضا الزبائن عن الخدمة المصرفية المقدمة لهم، ومعرفة الأهمية النسبية لأبعاد جودة الخدمة، وتقييم الأداء الفعلي للخدمة قياسا على ما يمتلكه المنافسون، وأهم البحوث والدراسات التي يمكن استخدامها في مجال جودة الخدمات المصرفية ؛ (بوعيشة و الشامية ، 2010، صفحة 16) :

-الاستقصاءات الدورية للزبائن للتعرف على تقييم الزبائن للجودة المقدمة لهم، ومشكلاتهم .
-المجموعة الدائمة من الزبائن للتعرف على توقعات الزبائن للخدمات، وتقييمهم لمستويات جودتها .
-تحليل المعلومات لاستطلاع آراء الزبائن ورضاهم عن هذه المعلومات .
-إستخدام المتسوقين السريين للقيام بمهام أهمها ملاحظة مدى توافق الأداء الفعلي للموظفين مع المعايير المحددة لأداء الخدمة .

-تحليل شكاوي الزبائن، ويفيد في معرفة جوانب هامة مثل معايير الزبائن في الحكم على جودة الخدمة، ونواحي الضعف في الأداء... إلخ .

-بحوث العاملين، وتفيد في التعرف على مشكلات الخدمة، وكيفية التغلب عليها، وطرق تحسين الأداء... إلخ من وجهة نظر العاملين .

-الدراسات المقارنة، وهي تتم للتعرف على مستوى جودة خدمات المصرف قياسا على المصارف المنافسة .

6.تنمية ثقافة تنظيمية تدعم الجودة:

يتطلب تحقيق جودة الخدمات والتميز في تقديمها أن تصبح الجودة، وأداء الخدمة على الوجه الصحيح في أول مرة شعارا تنظيميا يؤمن به جميع العاملين في المصرف، ويسعون إلى تحقيقه في الواقع العملي. حيث يتعين على مديري المصارف تهيئة ثقافة المنظمة، وخلقها بحيث تتسم بالصفات الآتية تشجيع كافة العاملين بالمصرف، وحثهم على

المشاركة في مناقشة وحل مشكلات العمل الخاصة التي تقع في دائرة إختصاصهم، وأن يكون لدى العاملين قناعة بأنه لا توجد حالة مثالية للأداء، وأن يدركوا أن التحسن المستمر لتحقيق التميز هو أساس التقييم والتقدير، وأن يعمل جميع العاملين على منع إنتقال أي خطأ لمرحلة تالية، وأن تتم مواجهة الأخطاء وقت وقوعها، والنظر للأخطاء على أنها فرص للتحسين، وتشجيع العمل الجماعي والتعاون بين العاملين .

7. مواكبة أحدث التطورات التكنولوجية في العمل المصرفي:

يعد التطور التكنولوجي من أهم العوامل في نمو القطاع المصرفي فهو يساعد المصارف على تقديم خدمات أسرع بأسعار أقل الأمر الذي يدفع المصارف إلى توفير الخدمات الالكترونية الحديثة المتمثلة في خدمة الصراف الآلي وخدمات الهاتف المنزلي، وخدمات عبر الأنترنت... إلخ. وتحفيزها على إمتلاك إمكانية التعرف على سلوك عملائها وإحتياجاتهم لتوفير الخدمة المصرفية المطلوبة لهم ؛ (طرطار و حليمي، 2011، صفحة 36) .

وبناء على ذلك إهتمت الدول المتقدمة بتكاليف الاستخدام لأحدث تقنيات المعلومات والاتصالات في مجال العمل المصرفي من خلال قنوات إلكترونية كأجهزة الصراف الآلي، ونقاط البيع الالكترونية، ويترتب على ذلك تغيرات ملحوظة في طبيعة تقديم الخدمة المصرفية، وآلياتها، ومن أهمها:

-إخفاض تكلفة التشغيل وتقليل إستخدام النقود .

-تزايد أهمية استخدام وسائل الدفع الالكترونية مثل بطاقات الائتمان، والصكوك الإلكترونية، والنقود الإلكترونية تزايد حجم المعاملات الإلكترونية عبر الحدود بين زبائن المصارف، والشركات التجارية بواسطة التجارة الإلكترونية - ظهور ما يعرف بالخدمات المنزلية المصرفية لتوفير الوقت والجهد للزبائن، وتحرير الزبائن من قيود المكان، والزمان .

المطلب الثالث: قياس جودة الخدمة المصرفية

تسعى المصارف من أجل كسب رضا وولاء الزبائن بصفة دائمة، إلى التحسين المستمر في جودة خدماتها ويكون ذلك من خلال تشخيص وتقييم الوضع الحالي لجودة الخدمة المقدمة حتى تقرر ما يجب القيام به من تحسين وتطوير للخدمة المصرفية المقدمة .

أولاً: مستويات قياس جودة الخدمة المصرفية

إن لجودة الخدمة المصرفية المقدمة للزبائن مستويات متباينة، إلا أنه يمكن تمييز خمسة مستويات لجودة الخدمة المصرفية:

1. الجودة المتوقعة من قبل العملاء The quality expected by customers

التي تمثل مستوى الجودة من الخدمات البنكية التي يتوقعون أن يحصلوا عليها من البنك الذي يتعاملون معها ، كما تتمثل في الجودة التي يرى الزبائن وجوب توفرها في الخدمات المصرفية المقدمة؛ (محمد الملك و طاهر ، 2015، صفحة 58) .

2. الجودة المدركة Perceived Quality

وتمثل مدى إدراك المصرف لاحتياجات توقعات زبائنه، وتقديم الخدمة المصرفية بالموصفات التي أدركها لتكون في المستوى الذي يرضي الزبون ؛ (ناجي ، 2003، صفحة 56) .

3. الجودة الفنية Technical quality

وتعني أداء العاملين بالبنك للخدمة، وتقديمها طبقا للمواصفات التي حددها البنك، وهي تتوقف بلا شك على مهارة العاملين، وحسن تكوينهم وتدريبهم، وقد تختلف الخدمة المقدمة وجودتها من بنك لآخر، وفي نفس البنك من عامل لآخر، وقد تختلف بالنسبة للعامل الواحد حسب حالته، ونفسيته، ومدى إرهاقه في العمل؛ (بريش ، 2005، صفحة 258) .

4. الجودة الفعلية Actual quality

تعبير عن مدى التوافق والقدرة على إستخدام أساليب تقديم الخدمة بشكل جيد يرضي الزبائن؛ (عبود و كنعان ، 2012، صفحة 561) .وبعبارة أخرى كيف يرفع موظفي البنك من مستوى توقع العملاء للحصول على الخدمة المصرفية المقدمة ؛ (خميسي و بن خزناجي ، 2016، صفحة 143) .

5. الجودة المرجوة للعملاء Desired quality for customers

أي مدى الرضا والقبول التي يمكن أن يحصل عليه البنك من زبائنه، وتلقيهم للخدمات المقدمة لهم، كما تعد الجودة التي وعد بها الزبائن من خلال الحملات الترويجية ؛ (نابلي ، 2016، صفحة 35) .
وتجدر الإشارة إلى أن جودة الخدمة تتعلق بقدرة البنك على ملاقة توقعات الزبون أو التفوق عليها، ويمكن ملاحظة جودة الخدمة من خلال قياس الأداء .

إذا تتطلب المنافسة الحادة بين مجهزي الخدمات المالية تحليلا إستراتيجيا لكل من تخفيض التكاليف، وتحسين الإيرادات من أجل تحقيق المستوى الأفضل لتقديم الخدمات، فالسوق المعاصرة تتطلب المزيد من الخدمات التي تقدم بصورة متميزة، لذلك فان تحسين الجودة يهدف إلى إدخال البهجة في نفس العميل بشكل يفوق توقعاته من المصرف، وهذا

يعني ضرورة الإصغاء له، والإبداع في تقديم الخدمة، والتفاعل بين العاملين والعملاء مما يؤدي إلى زيادة إرتياح العميل من الخدمة، وجعلها أسهل تحقيقا .

ثانيا: مداخل قياس جودة الخدمة المصرفية

لقد أفرزت الدراسات الخاصة بموضوع جودة الخدمات مدخلين رئيسيين لتحديد الجودة وقياسها، وهما :

1. المدخل الإتجاهي (نموذج أداء الخدمة)

يدعى كذلك بمدخل العميل في تقييم جودة الخدمة، حيث تتفق جميع المنظمات الخدمية بصفة عامة، والبنوك بصفة خاصة على أن العميل هو الوحيد القادر على تقييم جودة الخدمة التي تقدم له، حيث أنه لا يمكن لأي بنك أن يقيم ما ينتجه من خدمات إلا بعد تقديمها للزبون، ومن ثم معرفة درجة الإشباع والرضا الذي يحصل عليه الزبون، ويعكس هذا الإشباع والرضا مستوى جودة الخدمة بالنسبة للزبون. وبالرغم من إختلاف طبيعة الخدمات إلا أن العميل يعتمد على نفس المدخل في تقييم جودة الخدمات المختلفة؛ (Evans, 1999, p. 755):

كما يرى باحثون آخرون أن العملاء يشكلون إتجاهاتهم إزاء الخدمة على أساس خبراتهم السابقة، ولهذا فإن هذا الإتجاه يتكيف طبقا لمستوى الرضا الذي حققه من خلال تعامله مع المؤسسة الخدمية. وقدت أكدت نتائج عديدة من الدراسات كفاءة إستخدام الأداء الفعلي للخدمة المدركة من قبل العملاء كمقياس لجودة الخدمة؛ (عبد الخالق ، 2010، صفحة 46) .

- ولهذا فإن الإتجاهات الحالية تتحدد طبقا لمستوى الرضا الذي قد حققه العميل من الخدمة، وتعامله مع المؤسسة في السابق؛ (معلا، 2010، صفحة 200) .

وأن تقييم العميل لجودة الخدمة ينتج من المقارنة بين التوقعات المسبقة للخدمات "جودة الخدمة المتوقعة" من هذه المقارنة ثلاث حالات هي :

-الجودة المتوقعة تساوي الجودة الفعلية، إذن تحقق إشباع رغبات العميل .

-الجودة المتوقعة أقل من الجودة الفعلية، إذن عدم تحقق إشباع رغبات العميل .

-الجودة المتوقعة أكبر من الجودة الفعلية، إذن تحقق إشباع رغبات العميل بدرجة تفوق ما كان يتوقعه .

ويتعلق تقييم العميل لجودة الخدمة ببعدين أساسيين هما الجودة المتعلقة بالمخرجات النهائية، والجودة المتعلقة بالعمليات، وفي الواقع أن الرضا والإشباع الذي يتحقق بهذين البعدين له تأثيره الواضح على الرضا والإشباع العام عن الجودة الكلية للخدمة، ولهذا فإن هذا الإتجاه يتكيف طبقا لمستوى الرضا الذي حققه من خلال تعامله مع المؤسسة

المصرفية، حيث أكدت الدراسات كفاءة إستخدام الأداء الفعلي للخدمة المدركة من قبل الزبون كمقياس لجودة الخدمة (شروق و شهيدى، 2016، صفحة 150) .

2.مدخل نظرية الفجوة

ويعتبر هذا المدخل أحد المرتكزات التي إستندت إليها نظرية الفجوة في تفسيرها لجودة الخدمات والحكم عليها ويقوم هذا المدخل على أساس أن الفرق بين توقعات العملاء بشأن الخدمة وبين إدراكاتهم الفعلية لتلك الخدمة يحدد مستوى جودة الخدمة، وعليه فإن مستوى الجودة يتحدد بالفرق بين الخدمة المتوقعة والخدمة المدركة (الأداء الفعلي) .

وقد أوضحت إحدى الدراسات الشاملة أن جودة الخدمة المدركة تتحرك على مدى يتراوح بين الجودة المثلى إلى الجودة المقبولة وبناء عليه فإن جودة الخدمة تقاس على النحو التالي ؛ (Besterfield, 2005, p. 98) :

-إذا كانت جودة الخدمة المتوقعة أكبر من جودة الخدمة الفعلية فإن جودة الخدمة تكون أقل من مرضية وتتجه نحو عدم قبولها من جانب الزبائن .

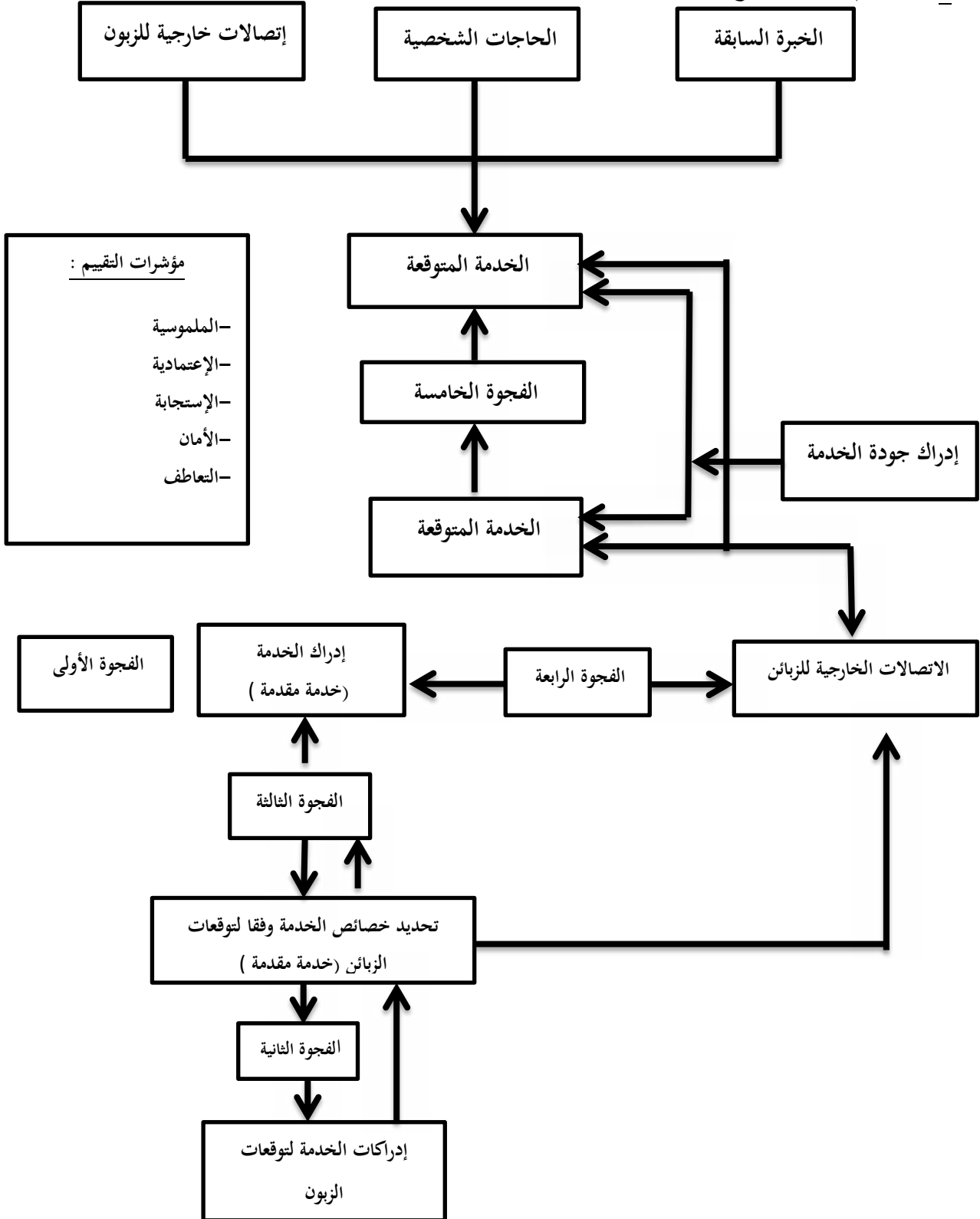
-إذا كانت جودة الخدمة المتوقعة مساوية لجودة الخدمة الفعلية فإن جودة الخدمة تكون مرضية ومقبولة .

-إذا كانت جودة الخدمة المتوقعة أقل من جودة الخدمة الفعلية فإن جودة الخدمة تكون أكثر من مرضية بالتالي تتجه نحو الجودة المثالية التي يريدها العملاء بشكل مستمر .

ويبين الشكل التالي الفجوات الخمس لقياس جودة الخدمات المصرفية، وهي كلها مرتبطة بكيفية تحقيق رغبات وحاجات الزبائن .

الفصل الثاني: تطوير الخدمة المصرفية وسبل تحقيق جودتها

الشكل رقم (2-5) نموذج الفجوات الخمس لقياس جودة الخدمات المصرفية



Source: Jean Jack Lambin ,Le Marketing Stratégique et opérationnel, Dunod édition Paris,France,2002,P345

1. **الفجوة الأولى:** وتنتج عن الإختلاف بين توقعات الزبائن لمستوى الخدمة وإدراك إدارة المصرف لتلك التوقعات فقد لاتدرك إدارة المصرف بدقة ما يريده الزبائن وكيفية الحكم على مكونات الخدمة، إما لأن المعلومات التي لديها خاطئة، أو تم تفسيرها بصورة غير صحيحة .

2. **الفجوة الثانية:** وتنتج عن الإختلاف بين إدراكات إدارة المصرف لتوقعات الزبائن، ومواصفات جودة الخدمة الموضوعية، بمعنى أنه حتى ولو كانت حاجات الزبائن المتوقعة معروفة بالنسبة للإدارة فإنه لا يمكن ترجمتها إلى مواصفات محددة في الخدمة المقدمة .

3. **الفجوة الثالثة:** وتشير إلى عدم تطابق بين مواصفات جودة الخدمة الموضوعية، ومواصفات التسليم الفعلي للخدمة، ويعود ذلك إلى سوء أداء أو عجز القائمين على تقديم الخدمة المصرفية، وعلى التعامل الصحيح واللائق مع المستفيدين من الخدمة، أو أنهم غير مدربين بشكل كفو، وذلك لتقديم أحسن الخدمات للزبائن؛ (الزامل و اخرون ، 2012، صفحة 137) .

4. **الفجوة الرابعة:** وتنتج عن الاختلاف بين مواصفات التسليم الفعلي للخدمة، والخدمة المرجوة، وتعني هذه الفجوة أن الوعود التي قطعها المنظمة البنكية على نفسها من خلال الاتصال بالعملاء لا تتطابق مع الأداء الفعلي للخدمة (جبلي ، 2010، صفحة 91).

5. **الفجوة الخامسة:** وتظهر في الاختلاف بين الخدمة المتوقعة والخدمة المدركة، أي أن الخدمة المتوقعة لا تتطابق مع الخدمة الفعلية، وتمثل هذه الفجوة المحصلة النهائية لجميع الفجوات السابقة إذ تم على أساسها الحكم على جودة الأداء ككل، وحتى يمكن سد الفجوة الخامسة فإنه لا بد من سد جميع الفجوات الأربع، حيث أن وجود أي فجوة سلبية من هذه الفجوات الأربع سوف يتسبب في إحداث قصور في الخدمة المقدمة للزبائن .

مما سبق نستنتج أن نموذج قياس جودة الخدمة المصرفية للمنظمة البنكية يحتوي على خمس فجوات، ومن خلالها يتم الحكم على الجودة بين المصرف والزبون، بحيث تمثل الفجوة الأولى عدم فهم المصرف لحاجات ورغبات الزبون من خلال التوقعات، بينما الفجوة الثانية فهي تعود إلى فشل المصرف في ترجمة هذه التوقعات، أما الفجوة الثالثة فهي تدني مستوى أداء مقدمي الخدمة المصرفية، وبالنسبة للفجوة الرابعة فتتمثل في عدم الإيفاء بالوعد من قبل المصرف أي إعطاء وعود كاذبة تؤدي إلى خلل في مصداقية هذا المصرف، وبالتالي نقص ولاء الزبون، أما الفجوة الأخيرة فهي شاملة لجميع الفجوات السابقة ، ولسد هذه الفجوة لا بد على المصرف من سد الفجوات الأخرى .

ثالثاً: مقاييس وأبعاد قياس جودة الخدمة المصرفية

لقد تعددت الدراسات التي تناولت مقاييس جودة الخدمة، وإرتكزت حول مقاييسين أساسيين:

كما أثير نقاش وجدل واسع بين الباحثين حول المقياس الأكثر قبولا، ومن خلال ما سيأتي سنوضح أبعاد جودة الخدمة لكلا من النموذجين التاليين :

1. مقياس SERV-QUAL لكلا من Parasuraman ;Gronoroos لقد إقترح Gronoroos سنة

1984 أن هناك ثلاث أبعاد أساسية لجودة الخدمة وهي ؛ (Lambin, 2002, p 345)

1.1. الجودة الفنية **Technical quality**: فهي مستوى ما يحصل عليه العملاء أثناء تعاملاتهم مع منظمة

الخدمة أو بعبارة أخرى هي مستوى أداء الخدمة النهائية التي يحصل عليها العملاء من منظمة الخدمة .

2.1. الجودة الوظيفية **Functional quality**: هي الكيفية أو الطريقة التي يقدم بها الخدمة للعملاء وترتبط هذه

الجودة بالتفاعل الشخصي بين بائع الخدمة ومشتريها .

3.1. الجودة الذهنية للمنظمة: هي الكيفية التي يدرك بها العملاء منظمة الخدمة وتتكون هذه الصورة بصفة أساسية

عن طريق كلا من الجودة الفنية والجودة الوظيفية بجانب مجموعة من العوامل الداخلية مثل إعلانات وأسعار المنظمة

أو العوامل الخارجية مثل الإتصالات الشفهية بين العملاء .

وأضاف Parasuraman سنة 1988 إلى تفصيل ما جاء به Gronoroos أي تفصيل الأبعاد السابقة إلى

عشرة معايير يستخدمها العملاء لتقييم جودة الخدمة إليهم، وبصرف النظر عن نوعية الخدمة، وهي كما يلي:

-الإعتمادية **Reliability**:

يعد هذا البعد أكثر ثباتا وأهمية في تحديد إداراكات جودة الخدمة عند العملاء، لارتباطه بقدرات مقدم الخدمة بشكل

دقيق .و يعكس قدرة المنظمة على أداء الخدمة بدقة وبشكل يمكن الاعتماد عليه، وهذا يتضمن ؛ (تيقاوي ، 2015،

صفحة 367) :

-دقة الحسابات والملفات، وعدم حدوث الأخطاء .

-تقديم الخدمة المصرفية بشكل صحيح .

-تقديم الخدمة في المواعيد المحددة وفي الوقت المصمم لها .

-ثبات مستوى أداء الخدمة .

-سرعة الإستجابة **Responsiveness**

يقصد بها إيجاد الخدمة في الزمان والمكان المناسبين، وتشير إلى المبادرة لمساعدة العملاء، والرد السريع على

إستفساراتهم، والحساسية إتجاه العملاء، والسرعة في أداء الخدمة، وهذا البعد يركز على الاهتمام والسرعة في التعامل

مع طلبات العملاء، والشكاوي ، والمشكلات ؛ (تيقاوي ، 2015، صفحة 367) .

-الكفاءة أو القدرة Efficiency or ability

تعكس المهارة والقدرة على أداء الخدمة والتي تستمد من توافر المعلومات، والإلمام بظروف وطبيعة العمل، وإملاك كافة المهارات الضرورية لتحقيق الأداء السليم للخدمة .

-الوصول للخدمة Access to the service

لا يتضمن هذا الجانب سهولة الاتصال فحسب، ولكن كل ما من شأنه أن ييسر من الحصول على الخدمة، مثل ملائمة ساعات العمل، توافر عدد كاف من منافع الخدمة وملائمة موقع البنك، وجود عدد مناسب من آلات الصراف الآلي... إلخ .

-المصدقية Credibility

وتتضمن مراعاة البنك للأمانة والصدق في التعامل مع الزبائن مما يولد الثقة بين الطرفين لأن العمل المصرفي قائم على أساس الثقة .

-الإتصال Connection

ويعني دوام إمداد العملاء بالمعلومات، ومخاطبة العميل باللغة التي يفهمها، وتقديم التوضيحات والشرح اللازم حول طبيعة الخدمة وتكلفتها، والمزايا المترتبة عن الخدمة، والبدائل الممكنة، وتأمين الحصول على المعلومات المرتدة .

-الأمان Safety

ويعكس ذلك بالدرجة الأولى خلو المعاملات مع المؤسسة الخدمية من الشك، أو المخاطرة، أو الخطورة، كما أنه يصب في شعور العميل بالراحة والاطمئنان عند التعامل مع المصرف وكوادره المصرفية المختلفة، كما يشمل دعم الإدارة العليا وتأييدها في المصرف للعاملين فيه أثناء قيامهم بتقديم الخدمة المصرفية للعميل، وإبداء الاستعداد لتقدير المواقف وتقدير الجهد المبذول في العمل، ومعرفة الموظفين ومجاملتهم، وإعطاء الثقة والأمان .

-الفهم Understanding

ويعكس الجهد المبذول للتعرف على إحتياجات العميل، وموائمة الخدمة في ضوء تلك المعرفة، كما يتضمن هذا الجانب درجة تفهم المصرف لاحتياجات العملاء وظروفهم ومصالحهم، كما تعني مستوى العناية والاهتمام الشخصي الذي يقدمه المصرف للعميل .

-اللباقة Tact

وتعني أن يكون مقدم الخدمة على قدر من الاحترام، والأدب، وأن يتسم بالمعاملة الودية مع العملاء، ومن ثم يشير هذا الجانب إلى الصداقة، والإحترام، والود بين مقدم الخدمة والعميل .

-النواحي المادية الملموسة Tangible physical aspects

وتشير إلى مظهر التسهيلات المادية المستخدمة في العمل، بدءاً بالمظهر الخارجي للبنك وهيئته من الداخل والأجهزة، والمعدات، والعاملين، ومستوى التكنولوجيا، وتصميم المباني... إلخ. بمعنى إهتمام العميل بالمظهر الخارجي للمصرف، والديكور بداخله، وترتيب الأقسام في المصرف، ووسائل نقل الخدمة، والكوادر العاملة في المصرف، والمنافع والأدوات والمعدات التقنية المصرفية المستخدمة في المصرف .

إلا أنه قام سنة 1988 بدمج كل الأبعاد في خمس وهي ؛ (بريش ، 2005 ، صفحة 257):

-**الجوانب الملموسة:** وتشير إلى مظهر التسهيلات المادية المستخدمة في العمل، بدءاً بالمظهر الخارجي للبنك وهيئته من الداخل، والأجهزة، والمعدات، والعاملين، ومستوى التكنولوجيا وتصميم المباني... إلخ

-**الإعتمادية:** وتعني الإتساق في الأداء، وإنجاز الخدمة كما تم الوعد بذلك، وأداء الخدمة الصحيحة بالطريقة الصحيحة من أول مرة .

-**الإستجابة:** تشير إلى المبادرة لمساعدة العملاء، والرد السريع على إستفساراتهم، والحساسية إتجاه العملاء، والسرعة في أداء الخدمة .

-**الأمان:** هو الاطمئنان بأن الخدمة تخلو من الخطأ أو الخطر، أو الشك شاملاً، الاطمئنان النفسي والمادي ؛ (الميرك ، 2006 ، صفحة 247) .

-**التعاطف:** الإهتمام الذي توجهه المنظمة لكل عميل على حدى، وهو القدرة على سهولة الوصول للعملاء ، وتفهمهم، ومعرفة إحتياجاتهم لتلبيتها، وإبداء روح الصداقة، والحرص على العميل، وإشعاره بأهميته، والرغبة في تقديم الخدمة حسب حاجته ؛ (عطاوي ، 2015 ، صفحة 39) .

2. مقياس الأداء الفعلي للخدمة **SERV-PERF**: لكل من **Cronin ; Taylor** سنة 1992 ؛ (بن موزيرة ، 2016 ، صفحة 301) :

تعرض مقياس **SERV-QUAL** للعديد من الإنتقادات منها غموض بناء التوقعات، وعدم ملائمتها للصناعات المختلفة وتعقد العميات الحسابية، مع ضعف قدرته التنبؤية، كما أنه مؤسس على نموذج الرضا وليس الإتجاهات، وتفاوت مقدرته على تفسير الإختلافات في مكونات الجودة من صناعة لأخرى مع إنخفاض مقدرته على شرح التغير في جودة الخدمة قياساً بالمقياس الثاني الذي وضعه كل من **Cronin ; Taylor** سنة 1992 مقياس **SERV-PERF** الذي يوضح إدراك العملاء للأداء الفعلي للخدمة، وذلك كمقياس معدل بديل للمقياس الأول. والذي يعتمد على القياس المباشر للعمليات الفعلية المرتبطة بأداء الخدمة بالإعتماد على الأبعاد الخمسة لجودة الخدمة المتمثلة في: الجوانب المادية الملموسة، الإعتمادية، الاستجابة، الأمان، التعاطف .

ومن خلال هذه الأبعاد أوصى الباحثان بإستخدام هذا المقياس نظرا لسهولة التطبيق والبساطة في المقياس كما أنه يركز على الأداء الفعلي للخدمة مقارنة لمقاييس جودة الخدمة. ويعتبر هذا المقياس أكثر المقاييس صلاحية للدراسات المتعلقة بجودة

الخدمة (Cornin & Taylor, 1992, p. 55)

فكلما تمكن البنك من التحكم في هذه الأبعاد أمكنه تقديم خدمات ذات جودة عالية، وأيضا بإمكانه تطوير الخدمات. بالإضافة إلى النماذج السابقة هناك طرق لقياس جودة الخدمات المصرفية أهمها؛ (عبد القادر ، 2006-2005، صفحة 280) :

-مقياس عدد الشكاوي: تمثل الشكاوي التي يتقدم بها الزبائن خلال فترة زمنية معينة مقياسا هاما يعبر على أن الخدمات المقدمة دون المستوى، أو ما يقدم لهم من خدمات، لا يتناسب مع إدراكهم لها، والمستوى الذين يرغبون الحصول عليه. وهذا المقياس يمكن المنظمات الخدمية من إتخاذ الاجراءات المناسبة لتجنب حدوث المشاكل، وتحسين جودة ما تقدمه من خدمات لزبائنهم؛ (مسغوني ، عماني ، و تباني ، 2018، صفحة 70) .

-مقياس الرضا: وهو أكثر المقاييس إستخداما، حيث يستخدم هذا المقياس بعد حصول الزبائن على الخدمات عن طريق توجيه الأسئلة التي تكشف للبنك طبيعة شعور الزبائن نحو الخدمة المقدمة لهم وجوانب القوة والضعف بها وبشكل يمكن البنك من تبني إستراتيجية للجودة تتلاءم مع إحتياجات الزبائن، وتحقق لهم الرضا نحو ما يقدم لهم من خدمات .

-مقياس القيمة: الفكرة الأساسية لهذا المقياس هي القيمة التي يقدمها البنك للزبائن، تعتمد على المنفعة الخاصة بالخدمات المدركة من جانبي الزبون والتكلفة للحصول على هذه الخدمات، فالعلاقة بين المنفعة والسعر هي التي تحدد القيمة، فكلما زادت مستويات المنفعة الخاصة بالخدمات المدركة، كلما زادت القيمة المقدمة للزبائن وكلما زاد إقبالهم على طلب هذه الخدمات، والعكس صحيح .

رابعا: صعوبات قياس جودة الخدمة المصرفية

إن المؤسسات المصرفية تركز على تحسين جودة خدماتها من خلال الاعتماد على نماذج لقياسها، وأساليب مناسبة لها، إلا أنها تواجه صعوبات تكمن فيما يلي؛ (قطاف ، 2011، الصفحات 102-101) :

1. في الخدمات يلعب العنصر البشري دورا مهما في إنتاج الخدمة، ومن هنا تعتمد جودة الخدمة على أفراد موجّهين بالمهام أكثر من توجيههم باحتياجات العملاء، كما أن جودة الخدمة تعتمد على مشاركة المستفيد في عملية إنتاج الخدمة، وبالتالي فإننا نتحدث هنا عن عملية تفاعلية بين مقدم الخدمة والمستفيد، وهنا تحتاج المؤسسة إلى معلومات

الفصل الثاني: تطوير الخدمة المصرفية وسبل تحقيق جودتها

دقيقة عن إحتياجات العملاء، ومحاولة الوفاء بها، ومع تعدد العملاء يجب تنويع أساليب القياس ما يجعل توافر مقياس ثابت لجودة الخدمة أمرا صعبا .

2. هناك بعض الخدمات لا يكون الطلب عليها ثابتا وإنما يتغير من فترة لأخرى، وهنا يجب أن تتم عملية القياس في أوقات مختلفة .

3. تكون الكثير من نظم القياس متصدعة نظرا لعدم إلمام هؤلاء المصممين والمستخدمين للنظام بالمعرفة الكافية بما الذي يقاس، والغرض منه، وكيف تستخدم النتائج ؟

4. المدراء لا يقيسون في أغلب الأحيان الجودة خلال سلسلة الخدمة، فبينما يمكن أن يختار بعضهم التركيز على قياسات الاداء الداخلي فقط، فيمكن أن يركز بعضهم الآخر على قياسات العميل الخارجية فقط، وبالطبع ما يلزم هو إتران بين كل منهما .

5. قياس إدراكات العميل يمكن أن يزيد في حد ذاته من التوقعات، وفي الكثير من الحالات يكفي تحسين الجودة لإنتاج مرتفع بالتوقع من ناحية العميل .

6. صعوبة وضع معايير ثابتة لقياس جودة الخدمات، وتعميمها على كل المؤسسات المصرفية وهنا تظهر حاجة ماسة لقيام كل قطاع بتطوير مقاييس مناسبة لخصائص الخدمات التي يقدمها على أن تضمن هذه المقاييس تحقيق نوع من التوازن بين أهداف مقدمي الخدمات وطالبي الخدمة في آن واحد، وبالتالي تحقيق أهداف المؤسسة ككل .

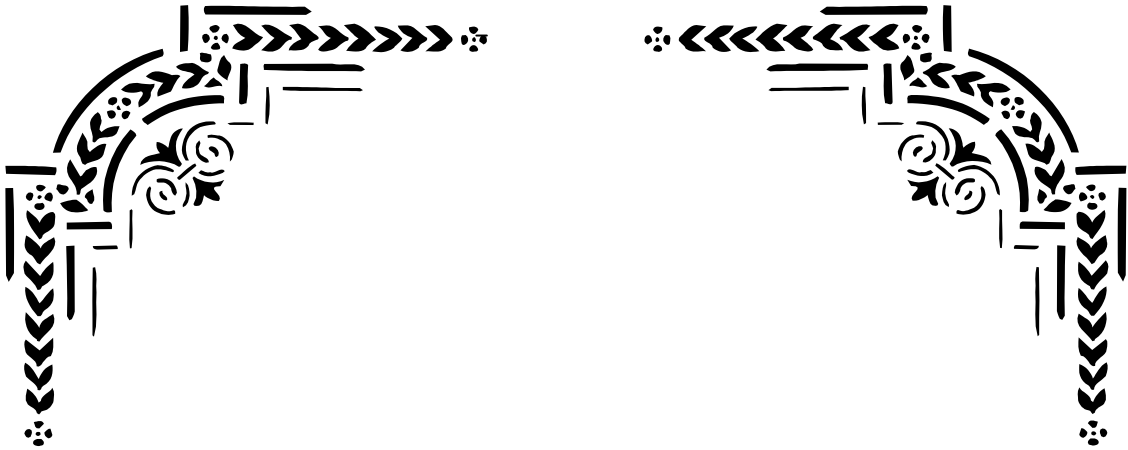
خلاصة :

في السنوات الأخيرة إختلفت الخدمات المصرفية كثيرا وتطورت عن التقليدية المعتادة على المستوى العالمي، كما عرفت تغييرات جذرية وذلك لاشتداد المنافسة بين المصارف .

فقد أصبح الاهتمام والتركيز على جودة الخدمات المصرفية ضروريا لمجاراة التطورات التكنولوجية الحاصلة في مجال الصناعة المصرفية، حيث أصبحت المصارف تسعى جاهدة لتقديم أفضل الخدمات، وأكثرها تميز وتنوع من أجل إرضاء زبائنها، وكسب ثقتهم لضمان إستمرارهم في التعامل معها، والمحافظة عليهم .

وفي ذات السياق تلعب جودة الخدمات المصرفية دورا مهما في المؤسسات المالية والخدمية، وبالأخص البنوك، فالخدمات المصرفية المقدمة من طرف البنوك تكون مشابحة من حيث الطبيعة الإجرائية، وعلى هذا الأساس تسعى البنوك إلى تطوير وتحسين جودة خدماتها كمجال للتميز ومحاولة للتعرف على حاجات ورغبات الزبائن والعمل على تلبيتها إذ يعتبر الزبون العمود الفقري لها، كما أنه ينظر إلى جودة الخدمة المصرفية من وجهة نظر الزبون كونه أهم ركيزة في بناء إستراتيجية البنك .

كما تجدر الإشارة إلى أن أن نماذج قياس جودة الخدمة المصرفية تساعد إدارة البنك على تقييم جودة الخدمة المصرفية المقدمة للزبون ومدى قدرة هذه الخدمة على تلبية حاجاته ورغباته بالشكل الذي يتفق مع توقعاته ويحقق رضاه وبالتالي كسب ولائه، بالإضافة إلى التعرف على مواطن الضعف فيها والعمل على تحسينها وتطويرها .



الفصل الثالث :

الصيرفة الالكترونية ونظم الذكاء الاصطناعي
كألية لتحسين جودة الخدمة المصرفية



تمهيد :

يعد تطور التجارة الالكترونية، ورقمنة الاقتصاد من أهم الأسباب التي أدت إلى دخول المصارف في مرحلة جديدة من خلال عصرنة الادارة المصرفية بالتوجه نحو الصيرفة الالكترونية وتبني الأنظمة الحديثة، حيث تطورت الخدمة المصرفية التقليدية فيها إلى خدمة مصرفية إلكترونية من شأنها تحسين جودة الخدمة المصرفية المقدمة للزبائن، وتعظيم أرباح البنك .

كما أن التقدم التكنولوجي في المجال المصرفي أدى بالبنوك إلى إحلال وسائل الدفع الالكترونية مكان التقليدية منها بعد أن تراجعت فعالية هذه الأخيرة، وهو الأمر الذي أدى بالبنوك إلى تكييف قنوات توزيعها لتتلاءم مع طبيعة البيئة الجديدة التي أصبحت تعمل فيها .

ومنه إرتأينا تقسيم هذا الفصل إلى أربعة مباحث تتمثل في الآتي :

- **المبحث الأول:** تطبيقات الصيرفة الالكترونية ونظم الذكاء الاصطناعي في البنوك.
- **المبحث الثاني:** الخدمات المصرفية الالكترونية وتأثيرها على جودة الخدمة المصرفية .
- **المبحث الثالث:** : أهمية تبني الصيرفة الالكترونية ونظم الذكاء الاصطناعي في البنوك ومخاطرها

المبحث الأول: تطبيقات الصيرفة الالكترونية ونظم الذكاء الاصطناعي في البنوك .

جاء عصر الصيرفة الالكترونية ونظم الذكاء الاصطناعي كنتيجة للتوسع الهائل والسريع في إقتصاد المعلومات والشبكات الالكترونية، التي أعطت دفعا لمنظمات الأعمال عامة، والبنوك على وجه الخصوص للتمركز أكثر في السوق، كما وفرت لها فرصا وقدرات تمكنهم من الوصول الى العملاء، وتقديمها لهم خدمات بمستويات من الجودة تتناسب وإدراكاتهم، وتفوق توقعاتهم أحيانا. وعليه سنتطرق في هذا المبحث إلى ماهية الصيرفة الالكترونية، وإبراز أهم قنواتها، ووسائلها، وأيضا إبراز إستخدامات نظم الذكاء الاصطناعي في البنوك .

المطلب الأول: إدماج تكنولوجيا المعلومات والاتصال في البنوك ونشأة الصيرفة الإلكترونية

سنقوم في هذا المطلب بعرض أهم مراحل تطور العمل المصرفي من العمل المصرفي التقليدي إلى العمل المصرفي الإلكتروني، ودخول المصارف عالم التكنولوجيا الحديثة، ومنه نشأة الصيرفة الالكترونية .

أولا: مراحل التطور التكنولوجي في العمل المصرفي

حصل في العمل المصرفي ثلاث تطورات مهمة إنطلاقا من سنة 1950، إبتدأت بإدخال المحترفين **professional** إلى العمل المصرفي أعقاب نهاية الحرب العالمية الأولى في عام 1914، ومن ثم دخول ثقافة التسويق والبيع **Back Office Operations**، وأخيرا تنامي دور التكنولوجيا المتقدمة في العمل المصرفي، والتي مرت هي أيضا بستة مراحل، وهي :

1.مرحلة الدخول: وهي المرحلة التي دخلت فيها تكنولوجيا المعلومات إلى أعمال المصرف بغرض إيجاد حلول لبعض المشاكل المصرفية كالتأخر في إعداد التقارير المالية والمحاسبية، وهنا بدأ الاخصائيون في شؤون التكنولوجيا في الدخول الى المصارف لإيجاد حلول لهذه المشاكل، وهو ما فرض على المصارف المزيد من الاستثمار في هذه المرحلة ؛ (الحداد و اخرون، 2012، صفحة 58) .

2.مرحلة تعميم الوعي التكنولوجي: وهي المرحلة التي تم من خلالها البدء بتعميم الوعي بالتكنولوجيا على كافة العاملين بالمصرف، من خلال برامج تدريب تغلب عليها التقنية على حساب المعرفة بالأعمال ، وكانت مرحلة تحضير أوسع لدخول التكنولوجيا، وتميزت هذه المرحلة بعدم وجود تدخل من قبل الادارة الوسطى والعليا (سحنون ، 2016، صفحة 93) .

3.مرحلة دخول الاتصالات والتوفير الفوري لخدمات العملاء: وهي المرحلة التي بدأت فيها المصارف باستخدام تكنولوجيا المعلومات في التوفير الفوري للخدمات المقدمة لعملائها، وأصبحت هذه العملية ممكنة بفعل دخول

صناعة الاتصالات إلى العمل المصرفي، وتميزت هذه المرحلة ببدء إهتمام الادارة العليا بتكنولوجيا المعلومات نظرا للتكاليف المتزايدة التي تتطلبها هذه المرحلة من جهة، والتعقيدات التي نتجت عن سير العمل من جهة ثانية .

4. مرحلة ضبط التكاليف: وهي المرحلة التي بدأت المصارف فيها عملية ضبط الاستثمار في التكنولوجيا الأمر الذي إستدعى الاستعانة بأخصائيين وإستشاريين في شؤون تكنولوجيا المعلومات من أجل المساعدة على فهم هذه التكنولوجيا، وبالتالي إكتشاف طرق الاستفادة منها بشكل يتلاءم والاستثمار فيها .

5. مرحلة إعتبار التكنولوجيا أصلا من أصول المصرف: إن المرحلة السابقة وما لها من إهتمام كبير بمختلف نواحي تكنولوجيا المعلومات، ومن قبل جميع المسؤولين في المصرف، باعتبار تكنولوجيا المعلومات أصلا كباقي أصول المصرف، وعليه يجب أن يجني هذا الأصل مردودا كباقي الأصول، وهنا بدأت إدارة التكنولوجيا .

6. مرحلة إعتبار التكنولوجيا عملا ضمن أعمال المصرف: وهي المرحلة التي بدأت فيها الادارة الاستراتيجية لتكنولوجيا المعلومات داخل المصرف، والتي إرتكزت على تفعيل الانتاجية على الصعيد الداخلي وتحسين الضبط على الصعيد العملي وتسويق تكنولوجيا المعلومات على الصعيد الخارجي، وما عزز هذا الاتجاه العوامل التالية (حمو و زيدان ، 2016 ، صفحة _87) :

- أن تكنولوجيا المعلومات لم يقتصر إستخدامها كما في السابق على قطاع الاعمال الانتاجية، بل أنها تقدمت بسرعة إلى الأعمال الأساسية للمصارف وعلى تنوعها .
 - تصاعد أهمية الخدمات المصرفية الالكترونية كميدان أساسي ضمن أعمال المصارف، والتي تعتمد بشكل أساسي على التكنولوجيا الجديدة .
 - البحث المستمر من قبل المصارف عن الطرق الكفيلة لتحسين دخلها، وربحيتها الاجمالية، حيث أصبح واضحا أن إستخدام التكنولوجيا المتقدمة على نحو رشيد يساهم في رفع الكفاءة التشغيلية للمصارف، ويعزز فعالية إدارتها، والرقابة على عملها .
 - أن تكنولوجيا المعلومات أصبحت أداة لإدارة المصرف من أجل الاطلاع، ومراقبة حسن سير الأعمال على النحو المنشود، ومن أجل إعداد التقارير الخاصة بالمصرف .
- ولقد كان لبروز الأنترنت والتطور التكنولوجي أثر في ظهور الصيرفة الالكترونية وتطورها، حيث كانت بداية العمل المصرفي الالكتروني، وإعتماد البنوك على تكنولوجيا المعلومات والاتصال في أداء أعمالها .

ثانيا: نشأة الصيرفة الالكترونية

ظهرت الصيرفة الالكترونية بظهور النقود الالكترونية مع بداية الثمانينيات، حيث برز مفهوم **Monétique** الذي يعني تزواج النقد بالالكترونيك، غير أن إستخدام البطاقات بدل النقد الالكتروني يرجع في الواقع إلى بدايات القرن الماضي في فرنسا (بطاقات كرتونية تستخدم في الهاتف العمومي) وفي الولايات المتحدة الأمريكية (بطاقات معدنية تستعمل في تعريف الزبون على مستوى البريد) ومع ذلك كان لابد من الانتظار حتى الخمسينيات حتى يشهد العالم تحولا في هذه البطاقات، حيث أصدر **American Express** سنة 1958 بطاقات بلاستيكية، والتي إنتشرت في نطاق دولي في الستينيات ؛ (سامح، 2003، صفحة 02) .

وفي سنة 1968 أصدرت مجموعة من ثمانية بنوك بطاقة **Bank Amrikard**، والتي دولت لتتحول فيما بعد إلى شبكة **VISA** العالمية، كم تم في نفس العام إصدار البطاقة الزرقاء **Carte Bleu** من قبل ستة بنوك فرنسية ، ومنذ 1986 شرعت إتصالات فرنسا **France télécom** في تزويد غرف الهاتف العمومي بأجهزة قارئة لبطاقات الذاكرة **carte à mémoire** ، ومع بداية التسعينيات 1992 أصبحت كل البطاقات المصرفية (بطاقات دفع أو سحب) في فرنسا برغوئية **Des cartes à puces** ، وبالتالي فهي تسمح بالتعرف على سلامة البطاقة وعلى هوية صاحبها، وهو ما يعد كبير لأمن العمليات التي تجرى بها ؛ (بلعائش و زايدي ، 2017 ، صفحة 303).

أما في منتصف التسعينيات ظهر أول بنك الكتروني في الولايات المتحدة الامريكية يميز بين نوعين من البنوك كلاهما يستخدم تقنية الصيرفة الالكترونية هما البنوك الافتراضية (بنوك الأنترنت) والبنوك الأرضية. وعموما يرجع ظهور وإنتشار البنوك الالكترونية إلى عاملين أساسيين ؛ (بلعائش و زايدي ، 2017 ، صفحة 304).

-تنامي أهمية ودور الوساطة بفعل تزايد حركية التدفقات النقدية والمالية، في مجال التجارة، أو في مجال الاستثمار والناجحة عن عوامة الاسواق .

-تطور المعلوماتية وتكنولوجيا الاعلام والاتصال، أو ما يعرف بالصدمة التكنولوجية والتي كانت في كثير من الأحيان إستجابة للعامل الأول .

المطلب الثاني: مفهوم الصيرفة الالكترونية والمصطلحات ذات العلاقة بها

يعتبر الاهتمام بمفهوم الصيرفة الالكترونية في أدبيات الفكر الإداري عموما، وفي الفكر الإداري المصرفي خصوصا حديث النشأة، إلا أن الباحثين لم ييخلوا في إزالة الغموض في تحديد مفهومها، وبعض المصطلحات ذات العلاقة بها

ومنه سنتطرق في هذا المطلب إلى التعريف بمصطلح الصيرفة الالكترونية، والتطرق إلى بعض المصطلحات ذات الصلة بها .

أولاً: مفهوم الصيرفة الالكترونية Electronic banking

هناك محاولات عديدة من قبل الباحثين لتحديد مفهوم دقيق للصيرفة الإلكترونية، نورد البعض منها في سبيل توضيح هذا المصطلح :

-عرفت الصيرفة الالكترونية بأنها إجراء العمليات المصرفية بطرق إلكترونية أي باستخدام تكنولوجيات الإعلام والاتصال الجديدة، سواء تعلق الأمر بالسحب، أو بالدفع، أو بالائتمان، أو بالتحويل، أو بالتعامل في الأوراق المالية، أو غير ذلك من أعمال المصرف ؛ (عدالة و جلام ، 2016، صفحة 101) .

وفي ظل هذا النمط من الصيرفة لا يكون العميل مضطرا للتنقل إلى البنك، إذ يمكنه القيام ببعض العمليات مع بنكه وهو في منزله، أو في مكتبه، وما يعني ذلك من تجاوز بعدي المكان والزمان؛ (عياش و عباسه ، 2016، صفحة 341)

-وفي تعريف آخر عرفت الصيرفة الالكترونية بأنها "صيرفة بديلة للصيرفة التقليدية تتمثل في إجراء مختلف العمليات المصرفية بطرق إلكترونية كالخدمات المصرفية عبر الأنترنت، أو الخدمات المصرفية القائمة عبر التلفاز، أو الخدمات المصرفية عبر الهاتف، أو الخدمات المصرفية عبر الحاسوب، أو عن طريق أجهزة الصراف الآلي؛ (بوزيان و جداه ، 2019، صفحة 603) .

-كما عرفت بأنها التسليم الآلي للخدمات والمنتجات المصرفية للعملاء من خلال قنوات التوزيع الالكترونية التي تتيح لعملاء المؤسسة المالية الوصول إلى حساباتهم ومزاولة أعمالهم التجارية، أو الحصول على معلومات حول الخدمات المالية عبر شبكات الاتصال كالأنترنت ؛ (Rifat, 2013, p. 242)

-نلاحظ أن أغلب التعاريف الخاصة بمصطلح الصيرفة الالكترونية أجمعت على أنها صيرفة بديلة للصيرفة التقليدية تستخدم قنوات توزيع، ووسائط إلكترونية حديثة في تقديم خدماتها المصرفية بمختلفها سواءا عملية سحب، أو دفع أو تحويل...إلخ .

وإتساقا مع ما تطرقنا إليه من تعاريف، نستنتج أنه في ظل الصيرفة الالكترونية تتم العملية المصرفية بشكل إلكتروني عن طريق شبكة الأنترنت، والوسائط الالكترونية الأخرى كالصراف الآلي، الهاتف، التلفزيون وغيرها، وعليه فالصيرفة الالكترونية هي تلك الصيرفة المتأثرة بتكنولوجيا المعلومات وشبكات الاتصال، والتقنية في كافة جوانبها مما يسهل للعميل الحصول على الخدمة المصرفية في أسرع وقت، وفي أي مكان، دون تحمل عناء ومشقة الذهاب إلى المصرف .

ثانيا: المصطلحات ذات العلاقة بالصيرفة الالكترونية

من بين المصطلحات ذات العلاقة بمصطلح الصيرفة الإلكترونية نجد:

1. **البنوك الالكترونية Electronic banking**: عموما البنوك الالكترونية هي تلك البنوك التي تقدم خدماتها المصرفية عبر الوسائل الالكترونية دون الحاجة إلى الفروع المصرفية، غير أن الباحث في هذا المجال يجد بعض المصطلحات تتداخل فيما بينها : البنوك الالكترونية، بنوك الأنترنت، بنوك على الخط، البنك المباشر، وعليه سيتم عرض مجموعة من التعاريف للبنك الإلكتروني، وذلك لضبط هذا المصطلح :

- تعرف البنوك الالكترونية على أنها "تلك البنوك التي يتم التعامل معها من خلال أجهزة الصراف الآلي، والهاتف النقال، والبطاقات البلاستيكية؛ (غسام، الطالب، و ارتيمة ، 2011، صفحة 106) .

نلاحظ أن هذا التعريف تم التركيز فيه على الوسائل التي بموجبها تقوم البنوك الإلكترونية، في حين أغفل مضمون ونمط الاعمال التي تقدمها هذه البنوك .

كما تعرف البنوك الالكترونية بأنها عملية إيصال الخدمات، والمنتجات البنكية التقليدية والحديثة بشكل مباشر إلى العملاء من خلال قنوات الاتصال الالكترونية ، حيث تستخدم هذه البنوك وسائل الدفع الالكترونية لتقديم الخدمات

المصرفية التقليدية ؛ (fullenkamp & M.Nesouli, 2004, p. 07)

- هذا التعريف وبالرغم أنه ركز على مضمون العملية المصرفية الالكترونية، وعلى عملية الاتصال الإلكتروني مع

العملاء، إلا أنه يبقى تعريف قاصر، لكونه لم يشير إلى الوسائل التي يتم بموجبها توزيع الخدمات المصرفية إلكترونيا -وفي ذات السياق يعرف البنك الإلكتروني على أنه نظام يتيح للعميل الوصول إلى حساباته، أو أية معلومات يريدها والحصول على مختلف الخدمات، و المنتجات من شبكة المعلومات ؛ (عرب، 2000، صفحة 416).

- وهذا التعريف إختصر العمل المصرفي الإلكتروني في إمكانية حصول العملاء على معلومات، والاطلاع على حساباتهم، ولم يشير إلى وسائل القيام بذلك، فضلا عن ذلك أن الخدمات التي تتيحها البنوك الالكترونية لا تقتصر على الخدمات الاستعلامية، بل تتعدى إلى أن تكون خدمات مالية .

ومن خلال هذه التعاريف التي وردت بشأن البنك الإلكتروني نستنتج أن هذا الأخير هو نظام شامل متكون من وسائل، وأساليب تكنولوجية مترابطة عبر شبكة الأنترنت، تعتمد على البنوك كركائز في الصناعة المصرفية، أي إنتاج خدماتها والترويج لها، وكذا إيصالها إلى العملاء عبر هذه الوسائل التكنولوجية، كما يتيح هذا النظام إمكانية قيام العملاء بالاطلاع على المعلومات التي يحتاجونها، كما أن هذه البنوك تشتهر بتقديم خدماتها إلى عملائها وزبائنهم عن بعد، وذلك عبر وسائط معلوماتية، وشبكة الأنترنت، أين ما كانوا، وفي أي وقت .

هذا وتعدد المصطلحات التي تشير إلى مصطلح البنوك الالكترونية كبنوك الأنترنت لكون أن هذه البنوك تشرك في أداء أعمالها شبكة الأنترنت كوسيلة إتصال، وتربط بينها، وبين عملائها .

- ويعرف بنك الأنترنت على أنه موقع إلكتروني لتقديم الخدمة المصرفية ؛ (سفر ، 2006، صفحة 147).

أي العبرة في هذه البنوك هو الموقع الإلكتروني . فالبنك الإلكتروني له وجود افتراضي على شبكة الأنترنت، حيث تختفي العمليات الورقية، ولا يحتفظ بالأوراق، كما تتم العمليات في هذه البنوك على مستوى العالم وعلى مدار الزمن، دون ساعات للإغلاق، أو الفتح المصرفي؛ (السمحان و عبد المنعم ، 2014، صفحة 407) .

وتجدر الإشارة إلى التفرقة بين البنك الافتراضي وبنك الأنترنت، فالبنك الافتراضي هو البنك الذي يقتصر وجوده فقط على شبكة الأنترنت دون أن يكون له كيان مادي، حيث يقوم هذا النوع من البنوك بممارسة جميع أنشطته وتقديم خدماته إلى عملائه من خلال شبكة الأنترنت فقط. غير أن هذا النوع من البنوك تتزايد فيه المخاطر وتنخفض فيه درجة الأمن والسلامة المصرفية، على عكس البنوك التي لها أماكن و مزودة بمواقع إلكترونية لإنجاز وتقديم خدماتها المصرفية .

2. الصيرفة الذكية Smart Banking :

الصيرفة الذكية جزء من السياق الواسع لعملية الانتقال إلى رقمنة الخدمات المصرفية ، ويقصد بمصطلح الصيرفة الذكية أنها الدمج بين العناصر التكنولوجية والوسائل البشرية لإرضاء العملاء، إذ يتعلق الأمر هنا بجمع بيانات العملاء الموجودة بالفعل في أنظمة متباينة وتعديلها، وذلك من خلال تحليل البيانات من جوانب مختلفة وتحويلها إلى معلومات مفيدة، فهي تمكن من إنشاء علاقات بين البيانات، أو فهم الأنماط الموجودة مسبقا . كل هذا مدعوم بأنظمة ذكية مرنة وإتصال بالسوق المصرفي المفتوح ؛ (طباخ ، عماري ، و قادري ، 2020، صفحة 540) .

إن الخدمات المصرفية الذكية تزيد من فهم البنك للعميل، إذ أن إستخدام مختلف تقنيات الذكاء الاصطناعي في مجال الصيرفة، يساهم في خلق الأنظمة الخلفية المناسبة، ويوفر خدمة ممتازة تجذب العملاء، وتشجعهم على البقاء .

كما أن التوسع في الصيرفة الذكية من شأنه زيادة ربحية المؤسسات المالية مستقبلا من خلال التقليل التدريجي للمصروفات المتمثلة في إيجارات الفروع المصرفية، ونفقاتها الادارية، والرواتب الشهرية لأعداد غفيرة من الموظفين الذي تقلص الحاجة إليهم تدريجيا بالتحويل إلى التعاملات الالكترونية المباشرة، مع تقديم خدمات راقية للعملاء تجعلهم يحصلون على تسهيلات متنوعة نتيجة وصول الخدمات المصرفية إلى أيديهم عبر الأجهزة الذكية، وأجهزة الهواتف المتحركة، وهم في أماكنهم دون تكبد عناء الذهاب إلى البنوك، إنتظار الدور، مما يوفر جهدهم وأوقاتهم؛ (طباخ ، عماري ، و قادري ، 2020، صفحة 540) .

3. التكنولوجيا المالية (Fintech) financial technology: حسب تقرير التكنولوجيا المالية الصادر عن

مخبر وشركة بيرفورت Payfort (إحدى شركات Amazon) يوصف التكنولوجيا المالية على أنها تلك المنتجات

والخدمات التي تعتمد على التكنولوجيا لتحسين نوعية الخدمات المالية التقليدية، تتميز هذه التكنولوجيا بأنها

أسرع، وأرخص، وأسهل، ويمكن لعدد أكبر من الأفراد الوصول إليها. فالتكنولوجيا المالية هي عبارة عن الاختراعات،

والابتكارات التكنولوجية الحديثة في مجال قطاع المالية، وتشمل هذه الاختراعات مجموعة البرامج الرقمية التي تستخدم

في العمليات المالية للبنوك، والتي من ضمنها المعاملات مع الزبائن والخدمات المالية مثل تحويل الأموال وتبديل

العملات، وحسابات نسب الفائدة والأرباح، ومعرفة الأرباح المتوقعة للاستثمارات، وغير ذلك من العمليات المصرفية

؛ (عبد الرحيم و بن قدور ، 2018، صفحة 13) .

إذ يمكن القول أن التكنولوجيا المالية هي مصطلح يضم الجانب التكنولوجي مع الجانب المالي، فنتج عنه مجال يهتم

بالمعاملات المالية باستخدام، وإستغلال كل ما أسفرت عنه التكنولوجيا الحديثة من هواتف ذكية، شبكات إتصال،

تجارة إلكترونية، عملات رقمية... إلخ .

4. الرقمنة Digitization تقليل الاحتكاك مع العميل بحيث توفر طرق جديدة للدفع من خلال الأنترنت، عن

طريق الهاتف المحمول، العملة الالكترونية، وفتح حسابات دون الرجوع إلى الفروع المصرفية ؛ (منصوري و منصوري ،

2021، صفحة 09) .

5. التحول الرقمي: Digital Transformatio والذي يعرف على أنه عملية إنتقال القطاعات، والشركات إلى

نموذج عمل يعتمد على التقنيات الرقمية في إبتكار منتجات وخدمات، وتوفير قنوات جديدة من العائدات التي تزيد

من قيمتها ؛ (قوجيل و ناصري ، 2020، صفحة 72) .

المطلب الثالث: إستخدامات الصيرفة الالكترونية و نظم الذكاء الاصطناعي في البنوك

إن ظهور الصيرفة الالكترونية والأنظمة الحديثة، وتطورها في فترة قصيرة إنجر عنه مجموعة من الامتيازات، ومن أهمها

الخدمات التي تقدمها عبر القنوات التوزيعية الالكترونية المختلفة مثل أجهزة الصراف الآلي والهواتف المصرفية وغيرها

والتي من خلالها تتيح خدمة مصرفية للعميل بشكل كامل من بداية إختيار الخدمة من طرف العميل مروراً بإجراءات

إتمامها، وإنتهاء أداؤها بشكل إلكتروني .

أولاً: قنوات الصيرفة الالكترونية

تشير قنوات التوزيع في سياق النشاط المصرفي إلى أي وسيلة يمكن إستخدامها من قبل البنك لتوفير الخدمات المصرفية وإتاحتها بشكل ملائم للعملاء، والزيادة في معدل إستخدامهم لها، بالإضافة إلى جذب عملاء جدد لهذه الخدمات (ذيب، 2015، صفحة 194). ومن بين قنوات ومنافذ توزيع وأداء الخدمات المصرفية الالكترونية، نجد:

1. الصراف الآلي **Automated teller machine**: وهو أكثر الخدمات إنتشاراً، وقد ظهرت أجهزة الصراف

الآلي في الثمانينات كبديل لموظفي الصرافة في الفروع المصرفية، وذلك بهدف تقليل المعاملات داخل البنك وتعرف بأنها أجهزة آلية للمصرف، الغرض منها تقديم خدمات السحب والإيداع في حسابات عملاء المصرف وذلك بموجب بطاقات مصممة لهذا الغرض وفي كافة الأوقات، يمكن نشرها بالأماكن المختلفة سواء بالجدار أو بشكل مستقل، أو تكون متصلة بشبكة حاسب المصرف؛ (بن صالح و طلحي، 2018، صفحة 67). وتتخذ الصرافات الآلية شكلين:

1.1. الموزع الآلي للأوراق **Automated Paper Distributor**: أو آلات الصرف الداخلية **Internal**

ATM، وهو آلة أتوماتيكية تسمح للعميل عن طريق بطاقة إلكترونية بسحب مبلغ من المال دون حاجة اللجوء إلى الفرع؛ (طه، 2007، صفحة 130).

الجدول رقم (3-1): الموزع الآلي للأوراق **Distributeur automatique du billet (D.A.B)**.

الموزع الآلي للأوراق D.A.B	المبادئ العامة	التقنية	النتائج
- يسمح بالسحب لكل حائز على بطاقة السحب . - يوجد في البنوك ، الشوارع ، أماكن أخرى . - يعمل دون انقطاع .	- جهاز موصل بوحدة مراقبة إلكترونية تقرأ المدارات المغناطيسية للبطاقة - يسجل عليها المبالغ المالية الممكن سحبها أسبوعياً	- تخفيض نشاط السحب في الفروع . - يستعمل من طرف الزبائن في أوقات غلق البنوك ، خاصة بالزبون المستعجل .	

المصدر : نعمون وهاب (2004)، النظم المعاصرة لتوزيع المنتجات المصرفية واستراتيجية البنوك ، مداخلة مقدمة الى ملتقى المنظومة المصرفية الجزائرية والتحويلات الاقتصادية - واقع وتحديات - جامعة حسيبة بن بوعلي بالشلف - الجزائر ، ص 273 .

ومن الجدول السابق يتضح لنا أن الموزع الآلي للأوراق هو جهاز يعمل دون إنقطاع طوال اليوم، وطوال الأسبوع يوجد في البنك أو الشوارع، يسمح بعملية السحب النقدي، وطلب كشف الرصيد، إلخ .

2.1. الشباك الآلي للأوراق **Automatic paper curler**: أو ما يسمى بآلات الصرف خارج المبنى **OFF**

PREMISES وهو أيضا آلة أتوماتيكية أكثر تعقيدا وتنوعا، فبالإضافة إلى خدمة السحب النقدي تقدم

الفصل الثالث: الصيرفة الالكترونية ونظم الذكاء الاصطناعي كألية لتحسين جودة الخدمة المصرفية

خدمات أخرى كقبول الودائع، طلب صك، عمليات التحويل من حساب إلى آخر، والشبائيك الأتوماتيكية للأوراق متصلة بالحاسوب الرئيسي للبنك؛ (بلعاش و زايدي، 2017، صفحة 305).

الجدول رقم (3-2): الشبائك الآلي للأوراق G.A.B

النتائج	التقنية	المبادئ العامة	الشبائك الآلي للأوراق G.A.B
- يستعمل من طرف الزبائن في أوقات غلق البنوك خاصة بالزبون المستعجل .	- جهاز موصول بالكمبيوتر الرئيسي للبنك يقرأ المدرات المغناطيسية للبطاقة التي تسمح بمعرفة الزبون للرصيد بفضل رقم سري .	- يخول لكل حائر على البطاقة القيام بالعديد من العمليات منها : السحب، معرفة الرصيد ، القيام بتحويلات، طلب شيكات .	

المصدر : نعمون وهاب (2004) ، النظم المعاصرة لتوزيع المنتجات المصرفية واستراتيجية البنوك ، مداخلة مقدمة إلى ملتقى المنظومة المصرفية الجزائرية والتحويلات الاقتصادية - واقع وتحديات - جامعة حسيبة بن بوعلي بالشلف - الجزائر ، ص 274 .

2. نقط البيع الإلكترونية Electronic Point of Sale : هي الآلات التي تنتشر لدى المؤسسات التجارية

والخدمية بمختلف أنواعها، وأنشطتها، ويمكن للعميل إستخدام البطاقات البلاستيكية، أو الذكية للقيام بأداء المدفوعات من خلال الخصم من حسابه إلكترونيا بتمرير هذه البطاقة داخل هذه الآلات المتصلة إلكترونيا بحاسب المصرف؛ (الصيرفي، 2016، صفحة 218) .

الجدول رقم (3-3) : نهائي نقطة البيع الالكترونية

النتائج	التقنية	المبادئ العامة	نهائي نقطة البيع الالكترونية T.P.V
- يحل مشاكل نقل الأموال ويوفر الامان .	- فروع موصولة بشبكة تجمع بنوك مختلفة	- يوضع في المحلات حيث يسمح للعميل بتسوية عملياته التجارية بالبطاقة أثناء التسديد	

المصدر : نعمون وهاب، النظم المعاصرة لتوزيع المنتجات المصرفية واستراتيجية البنوك ، مداخلة مقدمة إلى ملتقى المنظومة المصرفية الجزائرية والتحويلات الاقتصادية - واقع وتحديات - جامعة حسيبة بن بوعلي بالشلف - الجزائر 14-15 ديسمبر 2004 ، ص 275 .

ومن الجدول رقم (3-3) يتضح لنا أن نهائي نقطة البيع الالكترونية هو جهاز دفع إلكتروني يتم من خلاله دفع قيمة مشتريات، أو تسديد فواتير خاصة بالكهرباء، أو الغاز... إلخ، ذلك بمجرد تمرير البطاقة على هذا الجهاز تخضم قيمة المشتريات من حساب التاجر تلقائيا .

3. الصيرفة المنزلية أو المكتبية Home or office banking : أتاحت تقنيات الاتصال الحديثة للمصارف

فرصة توفير خدمات مبتكرة وحديثة لعملائها، من بينها الصيرفة المنزلية عبر الأنترنت، وهي ذلك الحساب الشخصي

الموجود بالمنزل، أو العمل، أو أي مكان، والذي يتصل بحاسب المصرف ليتمكن من خلال كلمة السر، أو أي رقم سري، أو كلاهما من إتمام العملية المصرفية المطلوبة؛ (Luc bermet, 2010, p. 189)

4. الصيرفة الهاتفية Telephone Banking: وتسمى كذلك بمركز خدمة العملاء، وهي خدمة تقدمها البنوك لعملائها، حيث تمنحهم حق الاتصال الهاتفي بالبنك من خلال رقم مخصص مرتبط بالحاسوب المركزي للبنك وبعد ذلك يطلب من العميل أن يدخل رقمه السري على جهاز الهاتف، ثم يطلب العملية التي يريد، وبذلك تنجز العملية دون الحاجة للحضور الشخصي للبنك، وهذا يتيح الفرصة لعملاء البنك بالتحكم في حساباتهم وإجراء عمليات الدفع وتحويل الاموال من أي مكان حول العالم بواسطة هواتفهم الجواله؛ (Bechir, 2017, p. 15)

وتعتمد هذه الخدمة كذلك على وجود شبكة تربط فروع المصرف الواحد ككل وتمكن الموظف المنوط به تقديم الخدمة الهاتفية من الوصول لبيانات العميل مباشرة من أي فرع من فروع البنك، و آخر التطورات التي شهدها هذا النوع من الصيرفة إستخدام هذه المراكز للإجابة على رسائل البريد الالكتروني والذي أصبح أداة فعالة في التخاطب بين المصرف والعميل؛ (Zollinger & Lamarque, 2006, p. 124).

وبالتالي هي خدمة تتيح للعميل فرصة الاطلاع على حسابه طوال اليوم ومعرفة رصيده داخل البنك والتعرف على أسعار الصرف، وسعر الفائدة على الودائع، وفتح الحسابات، وكل ذلك من خلال الهاتف؛ (فالي ، 2017، صفحة 99).

5. الصيرفة المحمولة Mobile Banking: يتجه العالم اليوم بخطى متسارعة نحو إستخدام الهواتف الجواله بصورة المصرف يستخدمون هواتفهم الجواله للاطلاع على حساباتهم الشخصية عندما لا يستطيعون الاطلاع عليها عبر الأنترنت، الأمر الذي يستلزم تطوير استخدام هذه الهواتف للعديد من الأغراض، إذ أصبح من الممكن عن طريق الهواتف المحمولة الوصول إلى شبكة الأنترنت، والاستعلام عن أرصدة الحسابات؛ (Yvs, 2008, p. 19)

6. الصيرفة عبر الأنترنت: يستخدم إصطلاح البنوك الالكترونية، أو بنوك الأنترنت كتعبير متطور وشامل للمفاهيم التي ظهرت مع مطلع التسعينات كمفهوم الخدمات المصرفية عن بعد، أو البنك على الخط، وجميعها تعبيرات تتصل بقيام الزبائن بإدارة حساباتهم، وإنجاز أعمالهم المتصلة بالبنك عن طريق المنزل، أو المكتب، أو أي مكان آخر في الوقت الذي يريد الزبون؛ (عبدلي ، 2017، صفحة 387).

نظرا لعدم وجود معايير لتحديد البنك الالكتروني، قسمت لجنة بازل للرقابة على البنوك، المواقع الالكترونية للبنوك المستخدمة في العمل المصرفي إلى مواقع معلوماتية ، مواقع إتصالية ومواقع تنفيذية وهو أيضا ما أشارت إليه جهات الرقابة والإشراف الأمريكية والأوروبية على أعمال المصارف الالكترونية .

1.6. الموقع المعلوماتي Informative website: وهو مستوى أساسي، أوقاعدي من عمل المصارف الالكترونية، حيث تستخدمه البنوك لتقديم معلومات عن المنتجات والخدمات المقدمة، ويتميز بمخاطر قليلة نسبيا لوجود خادم منفصل لا يسمح للدخول للبيانات، غير أنه يجب وضع الأساليب المناسبة لمواجهة إختراقات محتملة قد تعيق عمل الصفحة أو الموقع ؛ (Gunajit & Pranav, 2010, p. 68)

2.6. الموقع التواصل social networking site: يسمح هذا الموقع بالاتصال بشبكة المعلومات للبنك ولكن بصفة محدودة مثل المراسلات الالكترونية، طلب كشف الحساب، طلب إثتمان، لذا يتطلب وضع إدارة جيدة للإشراف على هذه العمليات، وحمايتها من الاختراق، أو الدخول غير المشروع لأنظمة المعلومات لدى البنك كما أن إستخدام الحماية من الفيروسات ضروري في هذا المجال ؛ (Olufolabi , 2013, p. 54)

3.6. الموقع التنفيذي Executive site: وهو نوع متقدم من العمليات المصرفية عبر الشبكة حيث يسمح للعملاء من القيام بالعمليات المصرفية وتنفيذها حتى ولم يكن موجود بالبنك كإجراء التحويلات النقدية، تسديد الفواتير، وينطوي هذا الموقع على مخاطر عالية، كون المتعامل يمكن أن يدخل أنظمة المعلومات للبنك من أجل تنفيذ معاملاته، لذا فعلى البنك القيام بالإجراءات الوقائية من مواجهة كل المخاطر المحتملة جراء التعامل غير المشروع لبعض المتدخلين؛ (Gunajit & Pranav, 2010, p. 68).

فالموقع التنفيذي هو الأكثر تطور والأكثر فعالية في تقديم خدمات الصيرفة الالكترونية عبر الأنترنت، ويعتمد نجاح البنك الالكتروني على مجموعة من المرتكزات الأساسية كتطور البنى التحتية والتكنولوجية، ومدى وعي الزبائن وثقتهم بالعمل المصرفي الالكتروني، إضافة إلى وجود تشريعات وقوانين تنظم هذا الجانب، كما تعد الضوابط الأمنية المستخدمة في تقديم الخدمة المصرفية أحد العوامل المساعدة على حماية الزبائن وبيانات البنك .

ويشير واقع العمل المصرفي في الجزائر إلى أن أغلب البنوك أنشأت مواقع معلوماتية من أجل الاتصال بالزبائن، كما سارعت هذه البنوك إلى إنشاء مواقع تنفيذية أو تبادلية يمكن إستخدامها لتقديم بعض الخدمات عبر الشبكة كالاطلاع على رصيد الحساب، طلب كشف الحساب، التحويل من حساب لآخر، وكذا تسديد المشتريات لمواقع التجار المعتمدين عبر الأنترنت، لكن لم ترقى هذا البنوك لتكون مصارف إلكترونية مقارنة بالساحة العالمية لوجد بعض الاعتبارات التي تعيق تطورها منها إعتبرات قانونية وتقنية وأيضاً أجنبية، كما أن التوجهات والسياسات الموضوعية حاليا تبني توجه البنوك في الجزائر لتبني الصيرفة الالكترونية .

7. خدمة الرسائل البنكية **Bank message service**: وهذه الرسالة كانت أول ما بدأت به هذه الخدمة، حيث

كان البنك يرسل للعميل رسائل في نهاية اليوم البنكي تخبره عن الحركات التي تمت على حسابه لهذا اليوم، ورسالة أخرى تخبره عن رصيد الحساب؛ (الصيرفي ، 2016، صفحة 219) .

والآن أصبحت هذه الخدمة ترسل رسالة للعميل عن حدوث أية حركات مالية على حسابه، وتخبره أيضا بأية خدمات مثل : إستحقاق وديعة، إستحقاق كمبيالة، أو قرض، أو كفالة، الموافقة على قرض؛ (الصيرفي ، 2016، صفحة 219) .

إذن قنوات الصيرفة الالكترونية هي قنوات تساعد الزبائن في الحصول على الخدمة المصرفية بسهولة، ويسر، وحرية في أي وقت، وأي مكان توجد فيه خدمة الأنترنت، دون التقييد بمواقيت عمل المصرف، ومقر المصرف، مما يساهم ذلك في تحسين جودة الخدمة المصرفية المقدمة للزبائن .

ثانيا: وسائل ونظم الدفع الالكترونية

يحتاج إنهاء وتسوية معاملة تجارية ما دفع مستحقاتها المالية، فالمتابع لمراحل تطور وسائل الدفع يلمس تغيرا ملحوظا عبر الزمن بحيث كانت في كل مرحلة تعبر عن مدى تطور المجتمعات وحجم المبادلات التجارية بها، حيث ساهم ظهور البنوك في مراحل سابقة في إنتشار إستخدام وسائل الدفع التقليدية، أما في العصر الحالي الذي يعرف بعصر المعلوماتية أصبحت هذه الوسائل لا تستجيب لمتطلبات هذا العصر الحديث، لذا ظهرت وسائل الدفع الالكترونية كبديل عنها.

1.تعريف وسائل الدفع الالكتروني **Electronic payment methods**

منذ وقت ليس ببعيد كانت المعاملات المصرفية في البنوك تتم فقط عبر وسائل دفع تقليدية كالنقود وأشباه النقود غير أن التطور الهائل في مجال التقنية والرقمنة، وظهور أنشطة التجارة الالكترونية ساهم بشكل فعال في تغير هذه الوسائل إلى وسائل دفع الكترونية، الأمر الذي إستدعى إيجاد أنظمة حديثة ومتطورة تفي بحاجات العملاء، وتغنيهم عن حمل النقود .هذا ويرجع ظهور إستخدام نظم الدفع الالكترونية إلى عقد الستينات من القرن العشرين ، وكان أبرز تطور لها هو تحويل الأموال إلكترونيا **Electronic Fund Transfer**. وذلك بالتعاون مع منظمات متخصصة، وتزامن هذا النظام مع ظهور وانتشار آلات الصراف الآلي **ATM**، والتي ترتبط بشبكة واحدة؛ (موسى ، 2001، الصفحات 28-29) .

ويعرف الدفع الإلكتروني من طرف البنك المركزي الأوروبي على أنه "كل عملية دفع صدرت، وتمت معالجتها إلكترونيا (حمو، 2016، صفحة 80) .

ونلاحظ أن هذا التعريف جاء مختصراً، حيث أشار إلى مبدأ عمل أداة الدفع الالكتروني، ولم يشير إلى هذه الأدوات والوسائل .

وفي تعريف آخر عرف الدفع الالكتروني على أنه "عملية تحويل الأموال هي في الأساس ثمن لسلمة، أو خدمة بطريقة رقمية، أي باستخدام أجهزة الكمبيوتر، وإرسال البيانات عبر خط تلفوني، أو شبكة ما، أو أي طريقة لإرسال البيانات عبر الهاتف، أو الشبكة ؛ (فروسي ، 2014، صفحة 141) .

وهذا التعريف أشار إلى الدافع من إستخدام أداة الدفع الالكترونية، أي بقصد تحويل الأموال وتسهيل عمليات التجارة الالكتروني، في حين أن دوافع إستخدام هذا النوع من أدوات الدفع الحديثة لا يقتصر على تحويل الأموال فقد يتعدى إلى السحب .

- كما عرفت بأنها مجموعة الأدوات، والتحويلات الالكترونية التي تصدرها المصارف والمؤسسات كوسيلة دفع وتمثل في البطاقات البنكية ، النقود الالكترونية، غيره؛ (تيفوتي، 2019، صفحة 77) .

ومن خلال هذه التعاريف التي وردت بشأن وسيلة الدفع الالكترونية نستنتج أن هذه الأخيرة تعني إستخدام نظم رقمية إلكترونية، عوض النقود القانونية والوسائل التقليدية الأخرى لإتمام المعاملات التجارية وتسويتها، وهذه الوسائل تلائم طبيعة التجارة الالكترونية، كما تتسم بالطابع الدولي، ومن خاصيتها أن تتم عن بعد .

وفي ذات السياق يتبين لنا أن مفهوم الدفع الالكتروني يتلخص في أن التقنية المستخدمة في وسيلة الدفع إلكترونية أي أن الدفع الالكتروني بصفة عامة هو مجموعة الأدوات، والوسائل التي تسمح بتحويل أموال والتي تكون الدعامة والتقنية المستخدمة في تحويل الأموال إلكترونية .

2. خصائص وسائل الدفع الالكتروني

تتميز وسائل الدفع الالكتروني بمجموعة من الخصائص تميزها عن وسائل الدفع التقليدية، نوجزها في الآتي؛ (عدناني، بلعايد ، و مقدم ، 2018، صفحة 03) :

- يتم الدفع الالكتروني بالطبيعة الدولية، أي أنه وسيلة مقبولة من جميع الدول حيث يتم إستخدامه لتسوية الحسابات في المعاملات التي تتم عبر الفضاء الالكتروني بين المستخدمين في كل أنحاء العالم .
- يتم الدفع باستخدام النقود الالكترونية .
- يستخدم أسلوب الدفع الالكتروني عن بعد، حيث يتم إبرام العقد بين أطراف متباعدة في المكان، ويتم الدفع عبر شبكة الأنترنت وفقاً لمعطيات إلكترونية تسمح بالاتصال المباشر بيم طرفي العقد، ويتم الدفع بإحدى الأسلوبين :

- من خلال نقود مخصصة سلفا لهذا الغرض ، حيث يكون الثمن مدفوعا مقدما .
- من خلال البطاقات البنكية العادية حيث لا توجد مبالغ مخصصة مسبقا لهذا الغرض .
- تتطلب توفير أجهزة تتولى هذه العمليات التي تتم عن بعد، لتسهيل تعامل الأطراف فيما بينها؛ (الصرن ، 2007).

3. عوامل ودوافع تطور وسائل الدفع الالكترونية

إن إنتشار وتطور وسائل الدفع الالكترونية كان نتاج وجود تفاعل العديد من العوامل منها :

1.3. التطور التكنولوجي والنظم المعلوماتية: تعتبر التكنولوجيا أحد العوامل الاساسية المساهمة في تطوير أدوات الدفع الالكترونية والعمل المصرفي الالكتروني، إذ أدت ثورة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات إلى ظهور تغييرات جوهرية في عمل القطاع المصرفي والمالي، ومنه التطلع إلى تقديم خدمات مصرفية ومالية متطورة اعتمادا على ما أنتجته التكنولوجيا الحديثة وثورة المعلومات؛ (الحداد و اخرون ، 2012، صفحة 56).

لذا زاد إهتمام البنوك بتطوير وسائل الدفع الالكترونية بما يساهم في تحسين الخدمات المصرفية للزبائن بأسرع الطرق وأدقها .

2.3. المنافسة: تعد المنافسة من بين العوامل ذات الأهمية التي ساعدت على تطوير وسائل الدفع والصيرفة الالكترونية لاستقطاب، والوصول إلى أكبر عدد من الزبائن، فالبنوك تنظر لاستخدام الأنترنت كأداة تساعد في الاحتفاظ بزبائنها، وإستقطاب عملاء جدد (Weinian, 2005, p. 16) .

3.3. تخفيض التكاليف: إن تكلفة الخدمة المصرفية عبر الأنترنت أقل بكثير مما هي عليه في إستخدام وسائل الدفع التقليدية، وهذا ما أشارت إليه دراسة كارس فولدفينقر " حيث كلفة الخدمة 1.07 دولار في البنك التقليدي بينما تصل إلى 1.01 دولار عبر الأنترنت، ويعود سبب إنخفاض تكاليف الخدمات المصرفية المقدمة عبر الأنترنت إلى إنخفاض حجم الاستثمارات المالية، والبشرية في البنوك التقليدية. فعمل نظام الدفع بشكل جيد يساهم في تحسين النظام المالي والاقتصادي للبلد ككل، ويساعد على تخفيض تكاليف المعاملات المصرفية .

4.3. تطور التجارة الالكترونية: نظرا للتوسع الهائل والسريع لأعمال التجارة الالكترونية نتيجة التطورات التكنولوجية وثورة الاعلام الآلي والأنترنت، ظهرت الحاجة لوسائل الدفع الملائمة لعمل التجارة الالكترونية، وساعد تطوير وسائل الدفع الالكترونية في تحقيق نجاح الدفعات صغيرة الحجم في التجارة عبر الأنترنت (Harper, Simes, & Malam, 2005, p. 26)

5.3. تعميق الولاء: يساهم تقديم الخدمات المصرفية الالكترونية، وإستعمال وسائل الدفع الالكترونية في زيادة ولاء العملاء، وذلك عن طريق السماح لهم بالحصول على خدمات مصرفية، ومالية عبر شبكة الأنترنت ، بشكل آمن وبأقل تكلفة، وبجودة عالية، تجعلهم يفضلون نوع هذه الخدمات الالكترونية عن تلك المقدمة في البنوك التقليدية (قاحوش ، 2001، صفحة 34). وجميع هذه العوامل كانت بمثابة دوافع ساعدت في تطور وظهور وسائل الدفع الإلكترونية .

4. أنواع وسائل الدفع الالكترونية

تتعدد وسائل الدفع الالكترونية فقد يتم الدفع عن طريق بطاقات الائتمان بأنواعها المختلفة، أو الشيكات الالكترونية أو النقود الالكترونية، حيث تم تطوير كل من بطاقات الائتمان والشيكات لتناسب مع أنظمة الدفع الالكترونية .

1.4. البطاقة البنكية Bank card : تطورت البطاقات البنكية فأصبحت من أهم وسائل الدفع الالكتروني لما تمنحه من العديد من الايجابيات كالسهولة والسرعة في الأداء، كما أن خدماتها مضمونة بالنسبة للعميل ، ولها منافع عديدة للبنوك تتمثل في تخفيض المصاريف والتكاليف ؛ (Eric, 2007, p. 38)

وهناك العديد من التسميات للبطاقة المغناطيسية فضلا عن العديد من التعاريف، فنذكر على سبيل المثال لا الحصر البطاقة البلاستيكية، بطاقة الائتمان، بطاقة دفع إلكترونية وغيرها . وهي وسيلة دفع حديثة نشأت مع تطور تقنيات المعالجة الآلية للبيانات والربط على الشبكات ؛ (تيفوتي، 2019، صفحة 79) .

- كما تعرف بأنها بطاقة تسمح لحاملها بسحب أو بنقل الأموال، ولا يمكن أن تصدر إلا من طرف هيئة قرض أو مؤسسة مالية، أو مصلحة مرخصة لها بوضع، أو إصدار البطاقات كالمصارف، الخزينة العامة، مصالح البريد (بورايو، 2018، صفحة 367) .

وفي ذات السياق عرفت بأنها بطاقة للمعاملات المالية تمكن حاملها من الحصول على النقود، والسلع، والخدمات أو أي شيء له قيمة مالية (سيطوم ، 2017، صفحة 07).

ويتضح لنا أن البطاقات البنكية هي عبارة عن بطاقات ممغنطة يدون عليها إسم حاملها، وتاريخ إصدارها، وتاريخ نهاية صلاحيتها، كما تستخدم كأداة سحب تمكن حاملها من سحب النقود عن طريقها من خلال الصرافات الآلية، وأداة وفاء كونها تمكن حاملها من تسديد ودفع المشتريات من السلع والخدمات.

1.1.4. أطراف إتفاقية البطاقة البنكية :

تتكون أطراف إتفاقيات البطاقة البنكية غالبا من أربعة أطراف، وهي ؛ (مداحي و بورداش ، 2017، صفحة 03):

أ. **مصدر البطاقة:** هو الذي يقوم بإصدار البطاقة البنكية وهو بالنسبة لبطاقات الاقراض مقرضا، وهو المخول قانونا بإصدار البطاقة لحاملها .

ب. **حامل البطاقة:** هو في بطاقة الاقراض يسمى مقرضا، وهو الشخص الذي صدرت البطاقة باسمه، أو خول باستعمالها، وأخذ على نفسه الالتزام .

ج. **التاجر:** هو الممول للسلع والخدمات، وهو الذي يبرم عقدا مع مصدر البطاقة بتقديم السلع والخدمات المتوفرة لديه والمطلوبة من قبل العملاء حاملي بطاقة البنك الذي تم الاتفاق معه .

د. **البنك الوسيط:** قد يزداد أطراف العقد إلى أربعة أطراف مثل البنك الوسيط الذي يتوسط بين المصدر الرئيسي للبطاقة وحاملها، ويصدر هذه البطاقة بحكم الوكالة عنه، أو في حالة ما يكون البنك الذي يتعامل معه حامل البطاقة ليس نفسه، كما يمكن أن يكون عدد الاطراف إثنان في حالة البطاقات الخاصة بالمحلات التجارية الكبيرة، وهو نوع خاص من البطاقات لا يصدر عن البنوك أو المصارف ؛ (بن توكية و حمانة ، 2017، صفحة 05) .

2.1.4. أنواع البطاقات البنكية

بالرغم من التماثل الكبير في الشكل بين أنواع البطاقات المختلفة، إلا أنها تختلف عن بعضها البعض، وذلك لعدة إعتبارات يمكن ذكر منها كما يلي:

أ. **البطاقات البنكية على أساس هدف الاستخدام ونجد فيها الأنواع التالية :**

- **بطاقة السحب Debit card:** هي تلك البطاقة التي يقتصر استخدامها على سحب النقود فقط من الموزعات الآلية للأوراق النقدية، والتي يتم تحريرها عبر جهاز الصراف الآلي مع إدخال حاملها للرقم السري الشخصي وبتقييم المبلغ الذي يراد سحبه ؛ (فضيل ، 2013 ، صفحة 264) .

- **بطاقة الدفع Payment card:** هي البطاقة التي تمكن صاحبها إضافة إلى خدمات السحب، الاستفادة من خدمات تسديد الفواتير وتسوية عمليات الشراء التي يقوم بها الزبون لدى مختلف التجار المتعاقدين؛ (الشورة ، 2009 ، صفحة 22) .

ب. **البطاقات البنكية حسب المزايا التي تمنحها لصاحبها، وتشمل نوعين :**

- **البطاقة العادية (البطاقة الفضية) Standard Card (Silver Card):** هي بطاقة ذات حدود إئتمانية منخفضة نسبيا وتمنح لأغلب العملاء عند مطابقة الحد الأدنى للشروط الواجب توفرها فيهم، وتوفر هذه البطاقة جميع أنواع الخدمات المقررة من قبل منظمة فيزا كالسحب النقدي من أجهزة الصراف الآلي، أو الشراء من التجار المتعاقدين مع الشبكة ؛ (بورايو، 2018، صفحة 369) .

-البطاقة الذهبية **Golden card**:هي بطاقة ذات حدود إئتمانية عالية وتمنح للعملاء ذوي الكفاءات المالية العالية، إضافة الى الخدمات المتوفرة في البطاقة العادية، وعادة ما يميز هذه البطاقة إرتفاع رسم الاشتراك فيها عن البطاقة العادية، إضافة إلى لون ذهبي مختلف عن البطاقة العادية .

ج. البطاقات البنكية حسب الجهة المصدرة للبطاقة، ويوجد أربعة أنواع منها؛ (بوعافية ، 2012، صفحة 30):

-بطاقة يتشارك في عضوية إصدارها جميع المصارف على مستوى العالم تحت رعاية منظمة عالمية مثل:بطاقة فيزا بطاقة ماستر كار د .

-بطاقة تصدرها وترعاها مؤسسة مالية واحدة، حيث تشرف مباشرة من خلال فروعها على عملية إصدار البطاقة والتسويات مع التجار دون أن تمنح تراخيص اصدار البطاقة لأي مصرف، أو مؤسسة مالية أخرى مثل: بطاقة أميريكان إكسبرس .

-بطاقة تصدرها مؤسسة تجارية يستخدمها حاملوها في الشراء في هذه المؤسسات، وفروعها مثل :محطات البنزين الفنادق، المطاعم الكبرى، وتدفع المستحقات إلى المؤسسة مباشرة بعد فترة، مما يتضمن منح الائتمان منها إلى حاملي البطاقة، وأما في حصول حاملها على بعض الميزات مثل : تخفيضات في السعر، وتقديم خدمات أخرى .

-بطاقة ضمان الشيك، وهي بطاقة تصدرها المصارف لعملائها ليقدموها عند دفع مستحقاتهم بشيكات مسحوبة على المصرف للتأكد أن الشيك سيصرف قيمته عند تقديمه للمصرف .

هـ.تختلف أنواع البطاقات البنكية أو المصرفية حسب الوظائف التي تؤديها وآلية عملها، فمنها ما يكون التعامل بها على أساس الخصم الفوري، وأخرى تمنح إئتمان لحاملها لذا يوجد بعض التداخل في هذه الأنواع، وهو ما جعل العديد من الكتاب يطلقون عليها تسميات مختلفة، كما أن هناك من يقسمها على أساس مصدرها أو شكلها، ومن هذه البطاقات نجد :

-البطاقات الدائنة **credit cards**: يطلق عليها أيضا بطاقات الحسم المباشرة، ولا يتم منح العميل إئتمان نقدي فحاملها يمكنه الوفاء بالسلع والخدمات عند إستعمالها، حيث يتم إستعمال جهاز النهاية الطرفية متصل بمركز البطاقات للتأكد من البطاقة وصحة المعلومات الموجودة والرصيد الذي يسمح بعملية الشراء (Anthony, Saundres, & Cornett, 2006, p. 389).

كما تعرف أيضا بأنها بطاقة تستعمل في الموزعات الآلية للنقود، أو النهايات الطرفية للبيع، والتي تسمح للعميل التسديد مباشرة من حسابه البنكي الجاري (Anguelov, Hilgert, Marianne, & M.U.S, 2004, p. 02).

-بطاقات الائتمان **credit cards**: تعتبر بطاقات الائتمان الأكثر إنتشاراً، وإستعمالاً من بين أدوات الدفع الالكترونية، والأكثر قبولاً بين العملاء وأصحاب المحلات في العالم، فبطاقة الائتمان عبارة عن بطاقة بلاستيكية صغيرة يتم إصدارها للمتعامل كأداة دفع الخط، أو خارج الخط للمشتريات، ويقوم مقدم الخدمة البنك التجاري بضمان قيمة الائتمان الممنوح فيها، وفي المقابل يقوم حامل البطاقة بدفع على الأقل الحد الأدنى من قيمة المشتريات شهرياً ؛ (Hezlin , Balachander, & Mohan, 2011, p. 299)

أما المبلغ المتبقي، والذي لم يتم تسديده نهاية المدة المتفق عليها، وهي عادة تكون شهراً، فالفوائد يتم إحتسابها على هذا المبلغ والأعباء اللاحقة ؛ (Hong & KI Young, 2002, p. 39)

و.البطاقات غير الائتمانية وأنواعها:

هي تلك البطاقات التي لا تتيح لحاملها فرصة الحصول على إئتمان، وبدورها تنقسم إلى :

-بطاقات الحسم الشهري **Monthly Discount Cards**: وهي من أنواع البطاقات غير الائتمانية، إذ لا يفرض على حاملها أسعار الفائدة، لأنه لا يتحصل على إئتمان متجدد نهاية المدة، وتستخدم كأداة وفاء وإئتمان عبر فترة زمنية محددة عادة ما تكون شهر، يتم الاتفاق عليها مسبقاً بين البنك والعميل، كما تستعمل في عمليات السحب النقدي من البنوك، ويلتزم حامل البطاقة بتسديد ما عليه دون تحمل دون فوائد ؛ (كافي، 2011، صفحة 23).

ولا يستطيع العميل إستخدامها سواء في عمليات السحب النقدي من أجهزة الصراف الآلي، أو في عمليات شراء من أجهزة نقاط البيع إلا إذا كان رصيد الحساب دائماً .ويتم إصدار هذا النوع من البطاقات من قبل البنوك والمؤسسات غير المصرفية مثل الأمريكان إكسبرس، وداينرز كلوب .

-بطاقة الدفع المسبق **Prepaid card**: حيث يقوم صاحب البطاقة الالكترونية بشحنها بمبلغ مالي وعند إتمام أي معاملة تجارية، يتم سحب المقابل المالي من هذه البطاقة حتى ينتهي المبلغ المشحون أو المعبأ في البطاقة ، ولإعادة إستخدامها يجب إعادة شحنها ؛ (عدناني، بلعايد ، و مقدم ، 2018، صفحة 348) .

-البطاقات المدينة **Debit cards**: ويتطلب هذا النوع من البطاقات وجود حساب بنكي جاري لصاحب البطاقة، حيث يتيح إستخدام البطاقة عملية التسوية، أو الدفع من خلال تمكين المستفيد من سحب الأموال من حساب صاحب البطاقة الذي يفترض أن يكون حسابه مديناً ؛ (عدناني، بلعايد ، و مقدم ، 2018، صفحة 348) .

2.4. البطاقة الذكية **Smart card**: تماشياً مع التطورات التكنولوجية ظهرت البطاقات الذكية، وهي عبارة عن بطاقة بلاستيكية ذات مواصفات ومقاييس معينة، تحتوي على رفاقة إلكترونية تعمل كحاسب آلي، حيث يمكن تخزين

بعض البيانات عليها، وإسترجاعها، تتيح لأجهزة قراءة البطاقات التي توضع في المواقع التجارية التدقيق في تفاصيل الحسابات المالية لصاحبها؛ (عبد الحافظ، 2009، الصفحات 149-150).

- إن البطاقة الذكية تجمع بين خصائص بطاقة الائتمان وبطاقة الدفع، حيث تستخدم في حالة التعامل الائتماني أو الدفع الفوري فضلا عن أنها تتضمن مواصفات وتقنيات عالية ومعايير آمان محكمة؛ (عبد الحافظ، 2009، الصفحات 149-150).

وتتضمن المعلومات التالية؛ (شيخ العشرة و ملكية، 2018، صفحة 75):

- المعلومات الشخصية الخاصة بالعميل والشركة المصدرة للبطاقة، حيث يتم تخزين تلك البيانات عند أول إستخدام للبطاقة، ولا يمكن حذفها أو تعديلها .

- المعلومات التي يمكن تغييرها، ككلمة السر حيث يمكن تغييرها عند كل إستخدام حفاظا على السرية .

- المعلومات المالية التي تتضمن جميع المعاملات المالية للعميل، حيث يمكن تعديلها وفقا للعمليات المصرفية المختلفة للعميل .

3.4. النقود الالكترونية Electronic Cash :

تعتبر النقود الالكترونية إحدى منجزات الثورة الرقمية التي نعيشها، فهي من أحدث الصناعات التي توصلت إليها أنظمة تسوية المبادلات التجارية، والتي تهدف إلى تسهيل الوسائط النقدية من جهة، وتخفيض تكاليف الانجاز من جهة ثانية، وتوفير درجة عالية من الأمان للحقوق المالي، وقد حظيت بقبول دولي سواء على مستوى الأشخاص أو المؤسسات المالية التي تتعامل بها، بالإضافة إلى تماشيها مع طبيعة المعاملات الإلكترونية التي تتم عن بعد دون حضور المتعاقدين .

1.3.4. تعريف النقود الالكترونية Electronic Cash

يوجد أكثر من مسمى للنقود الالكترونية فيطلق عليها النقود الرقمية **Digital money**، أو العملة الرقمية وقد

يطلق عليها النقدية الالكترونية **Electronic cash** .

- تعددت تعاريف النقود الالكترونية، فعرّفها البعض على أنها قيمة نقدية في شكل وحدات إئتمانية مخزنة في شكل

إلكتروني، أو في ذاكرة إلكترونية لصالح المستهلك؛ (Jeatin , e, & Ecannu, 2003, p. 122)

- كما عرفت على " أنها مجموعة من البرتوكولات، والتوافق الرقمية التي تتيح للرسالة الالكترونية أن تحل محل تبادل

العملات التقليدية، بمعنى أنها تعتبر المكافئ الإلكتروني للنقود التقليدية التي إعتدنا تداولها؛ (Francis, 2001,

pp. 24-25)

ومن الصعب التوصل إلى تعريف جامع ومانع يتضمن كافة نظم النقود الالكترونية على نحو يميزها بدقة من النواحي القانونية، والتقنية، والاقتصادية حيث يكاد يتفق الخبراء على عدم جدوى تقديم تعريف دقيق للنقود الالكترونية في المرحلة الحالية، ورغم ذلك فانه لا يوجد خلاف بين هؤلاء الخبراء على أن مصطلح النقود الالكترونية يشمل على وجه الخصوص على صورتين هما؛ (بوعافية ، 2014، صفحة 113):

أ. **الصورة الأولى:** هي البطاقات السابقة الدفع المعدة للاستخدام في أغراض متعددة، ويطلق عليها أيضا تعبير البطاقات محتزنة القيمة، أو محفظة النقود الالكترونية.

ب. **الصورة الثانية:** هي آليات الدفع محتزنة القيمة، أو سابقة الدفع التي تمكن من إجراء مدفوعات من خلال استخدام شبكات الحاسب الآلي المفتوحة خاصة الأنترنت، والتي يطلق عليها أحيانا نقود الشبكة، أو النقود السائلة الرقمية **Digital cash** .

2.3.4. كيفية عمل النقد الالكتروني **Electronic Cash**:

للحصول على النقد الالكتروني يذهب العميل شخصيا لفتح حساب في المصرف مع الإدلال ببعض التعاريف لإثبات شخصيته، وعندما يريد العميل أن يسحب النقود الالكترونية للقيام بعملية الشراء، فانه يدخل إلى المصرف من خلال شبكة الأنترنت، أو شبكة الاتصالات اللاسلكية، ويقدم دليل شخصيته، والتي تكون عادة شهادة رقمية "التوقيع الالكتروني" تصدرها سلطة الاعتماد، وبعد تحقق المصرف من شخصية العميل فانه يصدر المبلغ الخاص للعميل من النقد الالكتروني، ويخصم نفس المبلغ من حسابه، كذلك قد يحمل المصرف العميل مبالغ عمولات، ورسوم جهاز على العملية، ويقوم العميل بتخزين النقد الالكتروني في محفظة على ديسك جهاز الحاسوب الخاص به، أو على جهاز بطاقة إلكترونية خاصة تسمى البطاقة الذكية ؛ (بوعافية ، 2014، الصفحات 116-115) .

3.3.4. تقسيمات النقود الالكترونية

للنقود الالكترونية العديد من التقسيمات التي يمكن إقتراحها من بينها :

- **العملات الرقمية:**

يطلق على تسمية العملة الرقمية العملة المشفرة أو العملة الافتراضية، حيث تعرف العملة الرقمية على أنها تمثيل رقمي لقيمة يمكن تخزينها، أو تحويلها، أو تداولها إلكترونيا، لا تصدر عن البنك المركزي، أو أي سلطة عمومية، ليست مرتبطة بعملة إثنمانية، تستمد قوتها من قبول الناس لها كوسيلة للدفع؛ (غربي و بدروني ، 2020، صفحة 68) .

تحدد قيمة العملات الرقمية عن طريق قانون العرض والطلب مثل السلع كالذهب، والبترو، ولكن قيمتها الذاتية معدومة، كما تستمد قيمتها من قبول الأفراد لها كوسيط للتبادل وآلية للدفع، ومخزن للقيمة وأداة لإبرام الذمم، إضافة إلى عدم إستنادها لأي سلطة مركزية .

-تشبه العملات الرقمية مثيلاتها الالكترونية من حيث تخزينها على الحواسيب والوسائط الالكترونية، كما يتم تداولها عن طريق الشيكات الالكترونية، يكمن الفرق بينهما في أن النقود الالكترونية تمثل عملات حقيقية مثل الدولار الأمريكي وغيرها من العملات، تم تحويلها إلى وحدات إلكترونية مدفوعة مقدما، ومخزنة على الأجهزة الالكترونية (عامر ، 2019، صفحة 264) .

-تتعدد أشكال ونماذج العملات الرقمية ويظهر الفرق بين كافة هذه الأنواع من خلال عدة عوامل أهمها الوقت المستقطع لإتمام المعاملات(عمليات التداول) والتقنيات التي تقوم عليها عمليات التعدين، وكذلك الخوارزميات المسؤولة عن التشفير .

أ.العملات الرقمية الخاصة:

هناك أكثر من 4000 عملة رقمية مشفرة يتم تداولها، ذلك حسب موقع **Coin Market Cap** الذي يظهر أسعار العملات المشفرة المتداولة يوميا، في سوق العملات الرقمية مع مؤشرات أسعار تداولها خلال 7 أيام . ويصعب حصر جميع العملات الرقمية، نذكر في ما يلي أشهر وأهم العملات الرقمية على مستوى العالم؛ (بن سليمان بن عبد العزيز ، 2017، صفحة 857) :

■ **عملة البتكوين Bitcoin**: تعد البتكوين من أشهر العملات الرقمية على مستوى العالم والأكثر تداولاً والأعلى من ناحية القيمة السوقية، ولها تأثير كبير على باقي العملات في السوق الخارجي. فحركة أسعار البتكوين تؤثر بشكل كبير على باقي العملات الرقمية على مستوى العالم .

ظهرت البتكوين في عام 2009، وإعتمدت على سلسلة الكتل(البلوكشين)، حيث أصبحت العملة الرقمية الأولى حالياً في الأسواق، وتعمل خارج النظام النقدي الذي تديره البنوك المركزية، وتم إطلاق البتكوين من قبل شخص أو مجموعة غير معروفة أو محددة أطلقت على نفسها إسم "ساتوشي ناكاموتو" .

بعد نجاح البتكوين وإرتفاع قيمتها السوقية ظهرت العديد من العملات الرقمية الأخرى، إلا أنه من المقدر أن يتوقف إصدار وحدات جديدة، ذلك بسبب عدد الوحدات المحدود الذي تم وضعه منذ تأسيسها والبالغ 21 مليون وحدة بتكوين لضمان الحفاظ على قيمة العملة باستمرار وإرتفاع قوتها الشرائية باستمرار عبر الزمن .

- **عملة الايثريوم (Ethereum-ETH):** الايثريوم هو مصطلح مختصر يعبر عن إسم العملة الرقمية التي تعرف أيضا باسم عملة الخدمات ؛ (بن سليمان بن عبد العزيز ، 2017، صفحة 859) .
ظهرت في عام 2015 وتمثل ثاني أشهر عملة رقمية بعد عملة البتكوين من حيث التداول والانتشار على الرغم من حداثةها، إلا أن آلية إصدارها مختلفة عن آلية إصدار البتكوين، حيث تعتمد عملة الايثريوم على منصة **Ethereum** ، وهي منصة عالمية لإصدار وتوثيق العقود الذكية الذاتية التنفيذ، ويتم برمجتها في إطار شبكة توزيع لامركزية، تماثل العقود التقليدية مع تحقيق مستويات أعلى من الأمان والثقة، كما تعتمد على تقنية سلسلة الكتل (البلوكتشين) والسجلات المركزية الأكثر تطورا .
تجدر الإشارة إلى أن المبرمج الروسي فيتاليك بوتيرين هو من إخترع عملة الايثريوم، وهي عبارة عن منصة للعقود الذكية حيث تمكن المطورين من إنشاء تطبيقات غير مركزية تتيح للعقود الذكية تشغيل التعليمات البرمجية، تمت برمجتها على ألا يكون هناك تدخل من طرف ثالث بخلاف المتعامل والمنصة، لذلك يمكن القول أن عملة الايثريوم هي عملة العقود الذكية لتسهيل تبادل الأموال، أو الممتلكات، أو المشاركات، أو أي شيء ذي قيمة ؛ (غسان س.، 2019، صفحة 34).
- **عملة لبتكوين:** قد تكون عملة لبتكوين من أكثر العملات إنتشارا بعد البتكوين والايثريوم، وتشابهه من حيث الخصائص مع عملة البتكوين، لكن يوجد أمرين رئيسيين فارقين بين العملتين، تتميز بهما عملة (لبتكوين)، هما السرعة والقيمة .ويستغرق إنشاء وحدة بتكوين 10 دقائق كحد أقصى، بينما يتطلب إنشاء وحدة لبتكوين حوالي 2.5 دقيقة، بما يوضح فارق السرعة في إنشاء وحدات اللبتكوين مقارنة بنظيرتها البتكوين، الذي يصل إلى أربعة أضعاف الكمية في الوقت نفسه ؛ (غسان س.، 2019، صفحة 35) .
- **عملة الريبل:** واحدة من أشهر العملات في العالم، يرمز لها (XRP) وهو نظام مدفوعات مفتوح المصدر، ويتم عن طريقه تحويل العملات، لا يزال الريبل في مرحلة التجربة، ويمكن وصفه أنه يمثل الجيل القادم من شبكات الدفع ؛ (صالح ، 2021، صفحة 11) .
تشابه عملة الريبل مع عملة البتكوين من حيث الاعداد الرقمي للعملة، القائم على أساس الخوارزميات، وأيضا من ناحية الاصدار، حيث أنها محددة بعدد من الوحدات التي سوف يتم إطلاقها، مما يجعلها قابلة لعمليات التعدين كما هو الحال في عملة البتكوين .يبلغ العدد المقدر لاصدارها حوالي 100 مليار وحدة من عملة الريبل، صممت شبكة الريبل بطريقة تسهل التحويل لأي شكل من العملات الأخرى، على سبيل المثال الدولار الأمريكي أو اليورو أو الجنيه الاسترليني، أو الين الياباني أو البتكوين .

■ بتكوين كاش (BCH): البتكوين كاش، أو كما يطلق عليها توأم عملة البتكوين لانشقاقها عن البتكوين الأصلية في 2017 لها عدة رموز ومختصرات منها (BCC .BCH.Bcash) هي توأم عملة البتكوين وإمتداد حقيقي لها . حيث إنشقت عنها بالانقسام إلى سلسلتين عن طريق عملية " Hard Fork "؛ (غسان س.، 2019، صفحة 36).

بتكوين كاش هي العملة المشتقة من عملية الانقسام، كما توجد بعض الاختلافات بين بتكوين وبتكوين كاش، حيث تعد بتكوين كاش ذات حجم أصغر من البتكوين، مما يؤثر على أسعار إنشاء وحداتها، حيث تعد أقل تكلفة من البتكوين. كما أن التقنيات المستخدمة في البتكوين كاش تتيح إمكانية زيادة إضافية في عدد الكتل، مما يؤدي إلى تفوقها، ويجعلها إمتدادا لعملة البتكوين .

ب.العملات الرقمية الصادرة عن البنوك المركزية:

أصبح نمو العملات الرقمية مؤشرا على تقليص إستخدام العملات التقليدية، وإقتصارها على كونها أداة سداد فقط لقيمة هذه العملات الرقمية، مما قد يقلص دور البنوك المركزية .

تجدر الإشارة إلى أن هناك إهتمام كبير من قبل البنوك المركزية بإطلاق العملات الرقمية، والتي تختلف عن العملات الرقمية الصادرة عن القطاع الخاص، التي لا تخضع في إصدارها أو إدارتها للبنوك المركزية؛ (عبد المنعم ، 2020، صفحة 65).

في ظل تطورات العملات الرقمية على مستوى العالم وإنتشارها الذي حظى بقبول فئات عديدة من جمهور مستخدمي الشبكة العالمية للمعلومات، تسعى البنوك المركزية إلى توفير وإصدار عملة رقمية للاستفادة منها في توفير الدفعات الرقمية والخدمات المالية الأخرى مع الحد من الاستخدام غير القانوني، ووضع الضوابط والتشريعات اللازمة لتداولها كأداة دفع رقمية سواء بين الأفراد أو بين المؤسسات المالية .

إن نتائج المسح الذي أعده بنك التسويات الدولية، المنشورة في يناير 2021 حول العملات الرقمية للبنوك المركزية أظهرت إرتفاع نسبة البنوك المركزية التي تدرس إصدارات عملات رقمية لتبلغ حوالي 86% سنة 2020 مقابل 80% سنة 2019، أي زيادة تقدر بستة نقاط سواء على مستوى العملات الصادرة للتجزئة أو الجملة . كما أظهر المسح أن البنوك المركزية التي بدأت مرحلة التجاوب والتنفيذ في خطوة لاحقة للجانب النظري، قد بلغت نسبتها حوالي 60% في البنوك المركزية المشاركة في المسح سنة 2020 مقارنة بنحو 40% سنة 2019 أي زيادة تقدر بعشرين نقاط ؛ (صالح ، 2021، صفحة 25).

أيضا تشير النتائج إلى أن 14% من المشاركين قد إنتقلوا لمرحلة التطوير بعد المرحلة التجريبية السابقة سنة 2020

بنحو 10 % لسنة 2019، أي بزيادة تقدر بأربع نقاط، ومن بين هذه العملات الرائدة نجد :

■ **اليوان الرقمي الصيني:** بدء البنك المركزي الصيني "بنك الشعب الصيني منذ سنة 2014 دراسة حول إطلاق عملة رقمية من خلال عمليات البحث والاختبار التي دامت خمس سنوات، والتي أفضت إلى إطلاق اليوان الرقمي بنهاية سنة 2020 .

اليوان الرقمي هو عملة رقمية مدعومة بالأصول التي يتم إيداعها بواسطة البنوك التجارية في البنك المركزي الصيني، وهي مصممة خصيصا لمدفوعات التجزئة والتداول بين الأفراد بهدف دعم نظام الدفع الرقمي، بما يعزز إنتشار اليوان الصيني في التعاملات المالية الالكترونية الدولية ، ما يجعل للصين دورا رياديا غير مسبوق في سياق العملات الرقمية للبنوك المركزية ؛ (صالح ، 2021، صفحة 26) .

■ **ألكرونا الالكترونية السويدية:** بدأ البنك المركزي سنة 2017 إجراء دراسات وبحوث بشأن إطلاق عملته الرقمية، التي تم تسميتها فيما بعد بألكرونا الالكترونية، وكنتيجة لانخفاض مستويات إستخدام الشعب السويدي للنقود في صورتها التقليدية، تراجعت مستويات التفضيل النقدي .

كما أطلق البنك المركزي السويدي في نوفمبر 2020 برنامج إختبار لعملته الرقمية " الكرونا" باستخدام تقنية السجلات اللامركزية، بهدف تعريف المتعاملين بكيفية استخدام " ألكرونا الالكترونية" في المعاملات المالية الرسمية عوضا عن إستخدام البطاقات الائتمانية أو العملات النقدية، حيث يتم تداولها من خلال تطبيق يعمل كمحفظة رقمية مثبت بالهواتف الذكية، ذلك لتسهيل عملية الاستخدام ؛ (صالح ، 2021، صفحة 26) .

وهنا أيضا بعض النماذج العربية الرائدة في العملات المركزية :

■ **مشروع "عابر":** جاء نتيجة التعاون المشترك بين البنك المركزي السعودي ومصرف الامارات العربية المتحدة المركزي، الذي أسفر عن إثبات جدوى إصدار عملة رقمية مشتركة ثنائية بين الدولتين . ويعد المشروع مبادرة لاستخدام تقنيات السجلات اللامركزية أو الموزعة، لتطوير أنظمة الدفع بين الدولتين من خلال إطلاق عملة رقمية ثنائية تستخدم في التسوية بين البلدين داخليا وخارجيا. وفيما يلي الأهداف الرئيسية للمشروع ؛ (صالح ، 2021، صفحة 22) :

-دراسة إمكانيات تقنيات السجلات الموزعة، وتجربتها، وفهمها بشكل أكبر، وتحليل مدى جاهزيتها .

-إستشراف حلول بديلة للدفع عبر الحدود باستخدام تقنيات السجلات الموزعة للتغلب على التحديات المرتبطة بآليات الدفع الحالية عبر الحدود بين البنوك .

-دراسة فكرة الاصدار الثنائي للعملة الرقمية من قبل البنكيين المركزيين وتجربتها .

-إجراء مقارنات بين نتائج مشروع عابر ونتائج مشاريع البنوك المركزية الأخرى.

كما أن قوام مشروع عابر يتم من خلال الربط المحلي للبنوك التجارية ثلاث بنوك عن كل دولة والبنك المركزي في الدولتين، وربطها بالبنك المركزي لتشكيل بذلك شبكة واحدة تضمن المشاركة الفعالة لتلك البنوك في مراحل المشروع المختلفة. وتجدد الاشارة إلى أنه سيتم إستخدام أموال حقيقية ذات قيمة نقدية وليست أصول مشفرة لإتمام عمليات التسوية الاجمالية المحلية .

تم تقسيم المشروع إلى ثلاث مراحل رئيسية كالتالي :

-دراسة متطلبات التسوية عبر الحدود البنكين المركزيين كمرحلة أولى .

-تحديد متطلبات التسوية المحلية بين البنوك الثلاثة التجارية في كل دولة على حده كمرحلة ثانية .

-تحديد متطلبات تنفيذ المعاملات عبر الحدود بين البنوك المشاركة في كلا الدولتين كمرحلة ثالثة .

بالتالي العملة الرقمية "عابر" تلعب دورا كبيرا في تطبيق اللامركزية بشكل يواكب التطور الرقمي وإحتياجات العملاء في الدولتين وليس في دولة واحدة كغيرها من التجارب الدولية للعمليات الرقمية الصادرة عنها، فهي عملة رقمية ثنائية وتجربة تعتبر الأولى من نوعها حتى الآن .

■ **الدرهم الالكتروني E-Dirham**: عبارة عن منظومة وطنية تشمل تحصيل الايرادات الحكومية في دولة الامارات العربية المتحدة، أطلقت خدمتها لأول مرة في عام 2001، كأول منظومة دفع إلكترونية آمنة بهوية وطنية، تمكنت دولة الامارات من تطويرها، وإطلاق أحدث إصدارها لها في عام 2020 .

الدرهم الالكتروني هو إستخدام التقنيات المالية الحديثة لتحقيق الكفاءة والشفافية من خلال منصة رقمية وطنية تساهم في تعزيز مكانة ودور الدولة في تطويع تقنيات الخدمات المالية على مستوى العالم ؛ (صالح ، 2021، صفحة 23) .

-تطور إستخدام الدرهم الالكتروني ليمر بثلاث مراحل، حيث تم إطلاقه في عام 2001، وتم إصدار الجيل الثاني منه في عام 2011، كما حقق الدرهم الالكتروني إنتشارا واسعا وتم ربطه، بمنصة شبكات الدفع الوطنية إضافة إلى منصات الدفع العالمية، كما شهد عام 2020 إطلاق الجيل الثالث من الدرهم الالكتروني، وهو إصدارا أكثر تطورا في مجال خدمات الدفع الرقمي، كما تم إطلاق تطبيق الدرهم الالكتروني المباشر دون الحاجة لاستخدام البطاقات، حيث يوفر للمتعاملين أحدث الحلول الرقمية في عالم المدفوعات الرقمية .

■ **الدينار الرقمي التونسي E-Dinar**: شكل البنك المركزي لجنة تحت إشرافه للتفاعل مع مؤسسات التقنيات المالية الحديثة، مع الاستعانة بخبراء من البنك الدولي من إسهامات هذه اللجنة المالية الحديثة، مع الاستعانة بخبراء

من البنك الدولي من إسهامات هذه اللجنة، مقترح إصدار الدينار الرقمي التونسي اعتمادا على تقنية البلوكشين "سلسلة الكتل" وهو عملية رقمية أحادية يتم إصدارها من قبل البنك المركزي التونسي. سيتم تداول الدينار الرقمي من خلال حافظات رقمية لدى المواطنين تحمل عبر الشبكة العالمية للمعلومات على هواتفهم المحمولة، وتمكنهم من القيام بعمليات كالتحويلات والمدفوعات. وتم تقديم شروط أساسية لهذا المقترح من اللجنة، تمثلت في (العربي، 2019، صفحة 78):

- أن تكون قيمة الدينار الرقمي مساوية لقيمة الدينار الحالي .

-فتح وتمويل الحافظات الرقمية، يكون من خلال الفروع البنكية أو مؤسسات الدفع .

-عدم وجود علاقة مباشرة بين العميل والبنك المركزي في التعاملات المختلفة .

لا يزال مشروع الدينار الرقمي قيد الدراسة، ولم يتم بعد الموافقة عليه من قبل البنك المركزي التونسي .

ج. العملات الرقمية المستقرة: هي إحدى أشكال العملات الرقمية، تتميز بإمكانية إصدارها مقابل غطاء يمثل قيمة أصول أساسية، ويختلف نوع هذه الأصول من عملة إلى عملة، وعادة ما يتم ربطها بتلك الأصول، وتكون عملية الربط في هذه العملات ببعض العملات القانونية كالดอลลาร์ الأمريكي، أو اليورو، أو ربطها بأصول أخرى مثل الذهب، أو حتى بعملات مشفرة أخرى، أو سلة من العملات. وهي محاولة للتغلب على أهم التحديات التي ترتبط بالعملات الرقمية الخاصة فيما يتعلق بتذبذب أسعارها ؛ (صالح ، 2021، صفحة 19) .

العملات المستقرة يتم ربطها بأدوات التثبيت التي تزيد من عوامل إستقرارها، وبالتالي تقلب التذبذب الحاد في أسعارها. تتمثل أدوات التثبيت في ربطها برصيد نقدي، بما يماثل الأصول المشفرة، أو كما سبقت الإشارة، ربطها بأصول معينة كالذهب أو الدولار الأمريكي أو سلة من العملات. من ناحية أخرى يمكن ربطها بأحد الأصول المشفرة الأكثر إستقرارا فيما يطلق عليها "العملات المشفرة المضمونة خارج السلسلة .

■ **عملة ليبرا Libra:** عملة الفيسبوك الرقمية القادمة، حيث كانت البداية في يونيو 2019 لاستخدامها عبر مواقع التواصل الاجتماعي لتنفيذ المعاملات المالية بين شراء أو بيع أو تحويلات مالية. وقد أطلقت في هذا التاريخ ورقة حول هذه العملة "Libra" المدعومة بالأصول الموزعة جغرافيا، وفي آخر تحديث على موقع ليبرا في أبريل 2020، تم إجراء أربعة تغييرات وتحسينات قابلة للتنفيذ على التصميم الخاص بنظام الدفع ليبرا كالتالي ؛ (صالح ، 2021، صفحة 21) :

-تقديم عملة مستقرة أحادية إضافة إلى النظام المستقر متعدد العملات .

-تعزيز سلامة نظام الدفع "Libra" من خلال إطار إمتثال قوي .

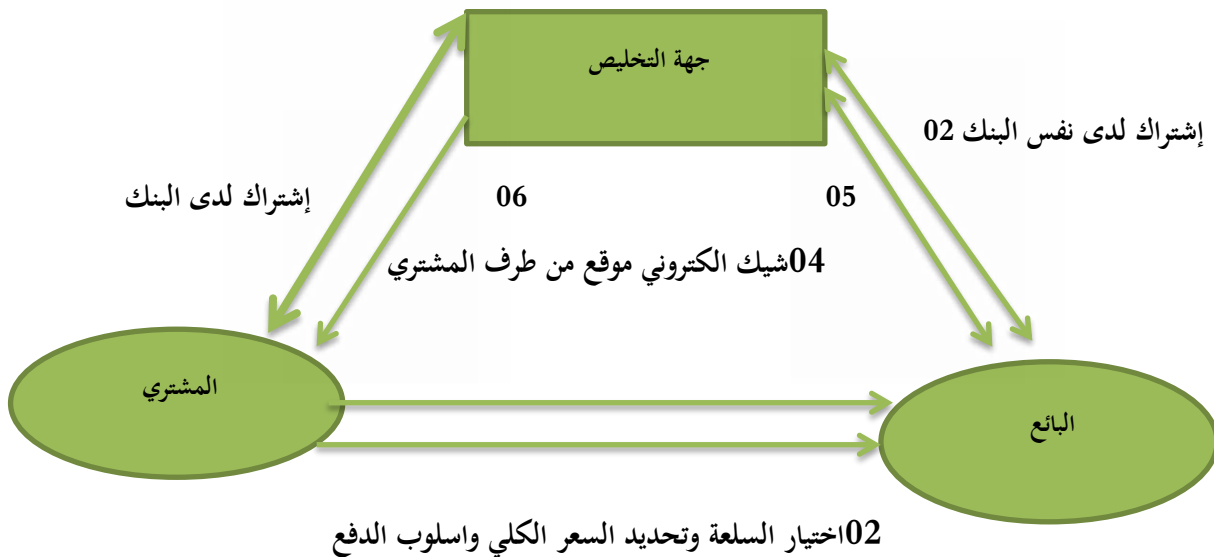
- عدم الانتقال إلى أي نظام غير مصرح به مستقبلا مع الحفاظ على الخصائص الاقتصادية الرئيسية لنظام ليبرا .
- بناء نظام حماية قوي داخل التصميم الاحتياطي لعملة ليبرا .

4.4. الشيكات الالكترونية Electronic checks: الشيكات الالكترونية مثل الشيكات التقليدية تتضمن أمرا بالدفع من الساحب إلى المسحوب عليه لدفع مبلغ معين إلى المستفيد، غير أن الالكترونية تختلف في أنها ترسل إلكترونيا، وعبرة أخرى الشيك الالكتروني هو رسالة إلكترونية موثقة ومؤقتة، يرسلها مصدر الشيك (حامله) ليعتمده ويقدمه للبنك الذي يعمل عبر الأنترنت ليقوم هذا الأخير بتحويل قيمة الشيك المالية إلى حساب حامل الشيك ليتم بعد ذلك إلغاء الشيك وإعادة إلكترونيًا إلى مستلم الشيك ليكون دليلا على أنه تم صرف الشيك فعلا، ويمكن لمستلم الشيك أن يتأكد الكترونيا من أنه قد تم فعلا تحويل المبلغ لحسابه ؛ (الجنهبي و الجنهبي ، 2004، صفحة 43) وهو المكافئ الالكتروني للشيكات الورقية التقليدية التي إعتدنا التعامل بها والشيك الالكتروني، ويتضمن الشيك الالكتروني ملف إلكتروني آمن يحتوي على معلومات خاصة لمحرر الشيك، ووجهة صرف هذا الشيك بالإضافة إلى المعلومات الأخرى كتاريخ صرف الشيك، قيمته، المستفيد منه، رقم الحساب، والمحمول إليه ؛ (Hashem & serhrouchni, 2000, p. 85).

1.3.4. دورة إجراءات استخدام الشيك الالكتروني Electronic check

يتم استخدام الشيك الالكتروني بعدة مراحل، والتي يمكن توضيحها في الشكل التالي :

الشكل رقم (3-1): دورة استخدام الشيك الالكتروني وإجراءاتها .



المصدر : محمد الصيرفي(2000) ، التجارة الالكترونية ، مؤسسة حورس الدولية للنشر والتوزيع ، الاسكندرية ، مصر ، ص216

ونلاحظ من خلال الشكل أن دورة إجراءات استخدام الشيك الالكتروني تتضمن الخطوات التالية؛ (لوصيف ، 2005، صفحة 54) :

-إشتراك المشتري لدى جهة التخليص (المصرف غالبا) حيث يتم فتح حساب جاري بالرصيد ويتم تحديد توقيع إلكتروني للمشتري وتسجيله في قاعدة بيانات جهة التخليص .

-إشتراك البائع لدى جهة التخليص نفسها حيث يتم أيضا فتح الحساب الجاري، ويتم تحديد التوقيع الالكتروني للبائع وتسجيله في قاعدة بيانات جهة التخليص .

-يقوم المشتري باختيار السلعة، أو الخدمة التي يرغب في شراؤها من البائع المشترك لدى شركة التخليص نفسها، ويتم تحديد السعر الكلي والانفاق على أسلوب الدفع .

-يقوم المشترك بتحرير الشيك الالكتروني ويقوم بتوقيعه بالتوقيع الالكتروني المشفر، ثم يقوم بإرسال هذا الشيك من البريد الالكتروني المؤمن إلى البائع .

-يقوم البائع باستلام الشيك الالكتروني الموقع من المشتري ويقوم بالتوقيع عليه كمستفيد بتوقيعه الالكتروني المشفر ويقوم بإرساله إلى جهة التخليص .

-تقوم جهة التخليص بمراجعة الشيك والتحقق من صحة الارصدة والتوقعات، و بناءا على ذلك تقوم بإخطار كل من المشتري والبائع بإتمام إجراء المعاملة المالية (خصم الرصيد من المشتري و إضافته إلى البائع) .

هذا وتستلزم عملية نقل ودفع الشيكات الالكترونية وضع نظام مركزي لمعالجتها، يسمى بغرفة المقاصة، وهذا النظام يقوم بتحويل الشيك من حساب المستهلك أو الزبون (المشتري) المدين إلى حساب التاجر الدائن (Perry & Gary, p. 508)

5.4. المحفظة الالكترونية Electronic Portfolio: تعتبر محفظة النقود الالكترونية أحد وسيلة دفع نقدية إلكترونية فهي تقوم على فكرة الدفع المسبق، وتعود نشأة الأشكال الأولى للمحفظة الالكترونية إلى سنة 1990 لكن تم رفضها من قبل الزبائن . وقد تكون المحفظة الالكترونية بطاقة ذكية بلاستيكية ممغنطة مزودة بشريحة رقاقة -حوسبة chip يمكن تثبيتها على الكمبيوتر الشخصي، أو تكون قرصا مرنا يمكن إدخاله في فتحة القرص المرن في الكمبيوتر الشخصي ليتم نقل القيمة المالية (منه أو إليه) عبر الأنترنت . ويمكن استخدام المحفظة الالكترونية للدفع عبر الأنترنت وفي الأسواق التقليدية التي تستعمل أنظمة الدفع الالكتروني (Régie, 2005, p. 38) .

ومن الأمثلة الموجودة والأكثر إنتشارا هي المحافظ الالكترونية المؤقتة الممثلة في؛ (كافي، 2011، صفحة 23):

-بطاقات الهاتف التي تحمل قيمة معينة في شريحتها، تملك بانعدام رصيدها، وهذا النوع غير قابل للشحن مرة أخرى

-بطاقات أجهزة توزيع السلع الجاهزة، التي تستخدم لحفظ قيم مالية في شريحتها، وهي قابلة للشحن .

6.4.4.السفتجة الالكترونية **Electronic billing**:محرر ثلاثي الأطراف معالج إلكتروني بصورة كلية أو جزئية يتضمن أمرا من شخص يسمى الساحب إلى شخص آخر يسمى المسحوب عليه بأن يدفع مبلغا من النقود لشخص ثالث يسمى المستفيد لدى الاطلاع، أو في تاريخ معين ؛ (تيفوتي، 2019، صفحة 78) .

7.4.التحويل المالي الالكتروني **Electronic money transfer**: يعد التحويل المالي جزءا بالغا الأهمية للبنية التحتية لأعمال البنوك الالكترونية التي تعمل عبر الأنترنت ويتيح هذا النظام بطريقة الكترونية آمنة، نقل التحويلات أو الدفعات النقدية من حساب بنكي لآخر إضافة إلى نقل المعلومات بهذه التحويلات . ويمكن تعريف نظام التحويلات المالية الالكترونية بأنه عملية منح الصلاحية لبنك ما من أجل القيام بحركات التحويلات المالية الدائنة والمدينة إلكترونيًا من حساب بنكي إلى حساب بنكي آخر، أي أن عملية التحويل تتم إلكترونيًا عبر الهواتف، وأجهزة الكمبيوتر، وأجهزة المودم بدلا من استخدام الأوراق؛ (الصيرفي ، 2019، صفحة 223).

وتتمثل إجراءات عملية التحويل الالكتروني بتوقيع العميل نموذجًا معتمدا لصالح الجهة المستفيدة، ويمكن هذا النموذج من إقتطاع القيمة المحددة من حساب العميل وفق ترتيب زمني معين (يوميًا، أوأسبوعيا وشهريا) ويختلف نموذج التحويل الالكتروني عن الشيك الالكتروني في أن صلاحيته تسري لأكثر من عملية تحويل واحدة، وعادة ما يتعامل المصرف والعميل مع وسطاء وظيفتهم توفير البرمجيات اللازمة للتحويلات ؛ (الجنهبي و الجنهبي، النقود الالكترونية، 2005، الصفحات 16-17).

1.7.4.تقسيمات التحويلات الإلكترونية

وتنقسم التحويلات المالية الالكترونية إلى نوعين :

أ.التحويل الالكتروني للأموال **Electronic money transfer**: يعبر عن حركة الأموال بشكل فوري بين الدول عن طريق الوسائل الالكترونية، وظهرت هذه الخدمة في الولايات المتحدة الامريكية عام 1978 م، وتحصل المصارف مقابل ذلك على أتعاب معينة، ومن أهم العوامل التي ساعدت على ظهور هذه الخدمة ما يعرف باسم نظام سويفت .

ويعتبر إصدار الشيكات الالكترونية نوعا من التحويل الالكتروني للأموال يمكن إعطاؤه لأي شركة على الأنترنت للإيداع في مؤسسة مالية على الأنترنت، وتستخدم هذه الخدمة لإتمام عمليات السداد الالكترونية بين طرفين واقعين

في دولتين مختلفتين من خلال وجود وسيط حيث يقوم بالخصم من حساب الزبون وبالإضافة الى حساب التاجر (بركان، 2014، صفحة 376) .

ب. التبادل الالكتروني للبيانات **Electronic data interchange**: يعرف التبادل الالكتروني للبيانات المنظمة بواسطة معايير للرسائل متفق عليها من إحدى النظم الحاسوبية إلى آخر بواسطة الوسائط الالكترونية، وقد سهل التبادل الالكتروني نقل البيانات وإعداد الفواتير، وتبادل المعلومات، وإعداد الطلبات، وحاليا المدفوعات بأشكال معقدة حيث يكون هناك عدد من الموردين في منظمة واحدة، أو مشترين متعددين لسلع وخدمات منظمة أخرى؛ (بركان، 2014، صفحة 377) .

5. مزايا وسائل الدفع الالكترونية

تتميز وسائل الدفع الالكترونية بعدة مزايا، والتي يمكن ذكرها في الآتي :

1.5. البطاقات البنكية: توفر بطاقة الائتمان العديد من المزايا لحاملها، ومن أهمها؛ (الشورة ، 2009، صفحة 76) :

- ما توفره من سهولة ويسر في إستخدامها .

- توفر حد كبير من الأمان إذا تمت مقارنتها مع النقود الورقية .

- إستعمالها يحد من التعامل بالفواتير والايصالات المختلفة .

- تمنح حاملها إئتمانا لفترة من الزمن، ومخاطر سرقتها تقل عن النقود الورقية .

- السماح لحاملها من الاقتراض لأجل سواء كان من البنك أم من الشركة المصدرة .

2.5. البطاقات الذكية: تقدم البطاقات الذكية مزايا عديدة منها؛ (مزروقي ، مسعودي، و بدوي، 2020، صفحة 306):

- القدرة العالية على تخزين المعلومات: تستطيع البطاقة الذكية اليوم إحتواء ما بين (03-16) كيلوبايت من

المعلومات، والقدرة على معالجتها مع توقع زيادة طاقتها في المستقبل مقابل الانخفاض المتواصل في تكلفتها كما

تستعمل المصارف هذه البطاقة لتزويد العملاء بمعلومات تربطهم بالحسابات وأرصدها وبمعاملات المدفوعات .

- تعدد مجالات الاستخدام: أي استعمالها كبطاقة صحية للمستهلك، وإستخدامها لسداد أجرة النقل وتغيير مواعيد

السفر، وتستعمل كجواز سفر بالهوية، وتستخدم كوسيلة دفع عبر شبكة الأنترنت .

- إستخدام البطاقة الذكية كمحفظة إلكترونية: يمكن إستخدام البطاقة الذكية كمحفظة النقود الالكترونية وتفرغ من

النقود وهذه الميزة تنفرد بها، حيث أنها تحتوي على معالج صغير للأشرطة المغناطيسية على ما يقابل المبالغ النقدية

وهكذا صار بإمكان المصارف تحقيق إيرادات إستعمالها في تنفيذ المعاملات اليومية .

-السرية والأمان: إستخدامها يعتمد على الشفرة، وإعتماد البيانات، إذ يتيح إجراء هذه المعاملات، وإيصال المعلومات المالية في بيئة مضمونة داخل شبكة للمعلومات .

3.5. النقود الالكترونية: للنقود الالكترونية عدة مزايا أهمها؛ (بختي ، 2001، صفحة 89) :

-تكلفة تداولها زهيدة: تحويل النقود الالكترونية أي الرقمية عبر الأنترنت، أو الشبكات الأخرى أرخص كثيرا من إستخدام الأنظمة البنكية التقليدية .

-لا تخضع للحدود: يمكن تحويلها من أي مكان إلى مكان آخر في العالم، وفي وقت كان، وذلك لاعتمادها على الأنترنت، أو على الشبكات التي لا تعترف بالحدود الجغرافية ولا السياسية .

-بسيطة وسهلة الاستخدام: تسهل النقود الالكترونية التعاملات البنكية إلى حد كبير فهي تغني عن ملء الاستمارات، وإجراء الاستعلامات البنكية عبر الهاتف .

4.5. الشيكات الالكترونية: هناك عدة مزايا للشيكات الالكترونية، يمكن تلخيصها فيما يلي ؛ (مزروقي ، مسعودي، و بدوي، 2020، صفحة 306):

-يوفر التعامل بالشيكات حوالي 10% من رسوم التشغيل بالمقارنة ببطاقات الائتمان مما يساهم في تخفيض النفقات التي يتحملها المتعاملون بهذه الشيكات .

- تصرف الشيكات الالكترونية في دفع الصفقات الالكترونية بجميع أنواعها سواء كانت إدارية، أو تجارية إذ يتم تسوية المدفوعات من خلال الشيكات الالكترونية في 10 ساعات فقط بالمقارنة مع الشيكات العادية التي يتم تسويتها في وقت أطول من خلال غرفة المقاصة .

فقد بلغت قيمة سوق المدفوعات الرقمية العالمية 90.27 مليار دولار أمريكي في عام 2018 ، ومن المتوقع أن تصل إلى 153,33 مليار دولار أمريكي بحلول عام 2024 بمعدل سنوي مركب قدره % 08.28، ويعزى نمو القطاع في المقام الأول إلى زيادة إستخدام التطبيقات الرقمية من خلال محافظ المحمول التي تشجع المزيد من المعاملات غير النقدية ، من المتوقع أن ينمو أكثر بسبب العدد المتزايد لمستخدمي الأنترنت في جميع أنحاء العالم؛ (دوابه ، 2019، صفحة 44).

6. أنظمة الدفع الالكترونية Electronic payment systems

تعتبر أنظمة الدفع الالكترونية عن كل الأنظمة التي تستخدم في تسوية العمليات المالية عبر الوسائل الالكترونية، إذ يتم اعتمادها بين المصارف، أو الشركات، أو الأفراد من داخل الوطن الواحد، أو خارجه، ونظرا لأهمية هذه الأنظمة نجد المصارف سارعت في دمجها، ومن بين أشهر نظم التحويل الالكتروني التي إعتمدها المصارف ما يلي:

1.6. أنظمة التحويل الالكتروني الداخلية: تنقسم أنظمة التحويل الالكتروني الداخلية إلى أربعة أقسام هي كما يلي :

أ. التحويلات التلغرافية **Telegraphic Transfers**: يتيح هذا النظام تسوية المدفوعات، ودفع الحوالات المالية خلال اليوم وبطريقة فورية، إذ يعتبر من الانظمة التي تساهم في تحريك الأموال بضرورة سريعة ومؤكدة، وهو لا يحتوي على أية معلومات، وشرح يخص المعلومات المالية، إذ أنه يحتوي فقط على وجهة الدفعة المدفوعة، ويعتمد هذا النظام في الحوالات ذات المبالغ الكبيرة ؛ (ميهوب، 2014، صفحة 89) .

ب. نظام غرفة المقاصة الآلية **Automated Clearinghouse System**: لقد إعتد هذا النظام في السبعينات، وهو نظام تم تشغيله من طرف البنك الاحتياطي الفيدرالي والمصارف الأخرى، حيث تم وضع أنظمة التعامل به من طرف جمعية الناشئة **Nacha** وتم تطويره سنة 1974، إذ تم ربطه بحوالي 12 ألف مؤسسة مالية وحوالي 40 ألف شركة، كما أنه يوجد حوالي مليون مستخدم لهذا النظام، يقوم هذا الأخير على دفع الحوالات خلال يوم أو يومين، كما أنه مصمم للحوالات الصغيرة والكبيرة التي تتم بين الأفراد والشركات، وهو نظام غير مكلف ويستخدم لتحويل المبالغ المالية إلى حسابات الأفراد الخاصة، دفع الرواتب، تحصيل أقساط التأمين والدفوعات العادية المتكررة. كما يعرف بأنه نظام يعتمد على إرسال صورة الكترونية من الشيك من البنك المستفيد، ويقوم البنك الدافع بالرد إلكترونيًا خلال نفس اليوم للبنك المستفيد ليقوم بإضافة مبلغ الشيك المودعة إذا كان الرد إيجابيًا كما يتم إرسال تقرير نتائج التسوية للبنك المركزي؛ (الطيب الامين، بابكر ، و واخرون، 2020، صفحة 144) .

وفي الولايات المتحدة الأمريكية فنجد شكلين من المقاصة البنكية من أجل تسوية المبالغ الكبيرة، وهما نظام الدفع لغرفة المقاصة بين البنكين **chips** وفاد واير **Fedwire** وهي شبكة البنك المركزي الفدرالي، ويعتمد نظام المقاصة الآلية على نظام المقاصات الجهوية، وتدار الغرفة الوطنية في واشنطن ؛ (Hashem & serhrouchni, 2000, pp. 42-43)

أما بالنسبة لآلية عمل المقاصة الالكترونية، فإنها تمر بمرحلتين الأولى تكون عندما يقدم المستفيد الشيك إلى البنك المقدم لتقديمه لنظام المقاصة الالكترونية ومن ثم تحصيله، وهي ما تسمى بمرحلة المقاصة الواردة، أما المرحلة الثانية فهي مرحلة وصول الشيك إلى البنك المسحوب عليه وهي ما يطلق عليها مرحلة المقاصة الصادرة ؛ (مطر ع.، 2013، صفحة 124).

ج. تكنولوجيا التحويل الالكتروني للأموال عند نقطة البيع **Electronic money transfer technolog at the point of sale** : بدأ الاعتماد على هذا النظام بداية من الثمانينيات، وأول دولة إعتمدت هذه الخدمة

الولايات المتحدة الأمريكية وفرنسا، والهدف من وراء تبني هذه الاستراتيجية هو العمل على توفير خدمات للعميل في العديد من الأماكن، إذ تعتبر هذه الطريقة مريحة وآمنة وغير مكلفة، كما تساهم في خفض حجم التعامل بالأوراق النقدية بالنسبة للمؤسسات، وكذا ربط المصارف والمؤسسات من خلال استخدام بطاقات الدفع، والطرفيات المتصلة بشبكات الحاسب الالكتروني الخاص بالمصرف، وتنقسم أنظمة التحويل الالكتروني للأموال عند نقطة البيع إلى قسمين؛ (منصور ص.، 2001، صفحة 269).

–أنظمة التحويل الالكتروني للأموال بالاتصال المباشر **Direct electronic money transfer systems**

systems: بمعنى أنه هناك إتصال مباشر بين الأجهزة والمصارف المتعاقدة معها، بحيث يتم تحويل إلكتروني للأموال بخصم مباشر للمبالغ المدفوعة من أرصدة العميل الموجودة لدى المصارف لصالح الحسابات الخاصة للتاجر .

–أنظمة التحويل الالكتروني بتخزين المعلومات **Electronic transfer systems store**: تقوم هذه

الأنظمة بتخزين المعلومات الخاصة بعملية الشراء، والبيع التي قام بها العملاء ليتم إرسالها فيما بعد من خلال الطرفيات بشبكات الحاسب لدى المصارف باستخدام نظام التحويل الالكتروني للبيانات .

د.نظام السويتش الالكتروني **Electronic switch system**: يعمل هذا النظام على الربط بين شبكة

المصرف الواحد، حيث يمكن العميل من السحب، والإيداع، والتحويل في أي فرع من فروع المصرف، كما يساهم في تبادل الرسائل الالكترونية بين العميل والمصرف وبين المصارف فيما بينها، وهو نظام مشفر وعلى درجة عالية من الحماية والأمان؛ (شافي ، 2007، صفحة 74).

2.6.أنظمة التحويل الالكتروني للمدفوعات الدولية **Electronic transfer systems for international payments**

international payments: يستخدم هذا النوع من الأنظمة في تسوية العمليات المالية إلكترونيا، والتي تتم خارج الدولة المستخدمة لهذا النظام، وقد تكون المعاملات المالية ناتجة عن مصرف أو مؤسسة أو فرد، حيث يضم العديد من الأنظمة منها ما يلي؛ (شافي ، 2007، صفحة 74) .

أ.نظام تحويل الأموال في أوروبا **Money transfer system in europe**: هو نظام معتمد من طرف

الدول الأوروبية ويشمل 15 نظام دوليا، وهي مربوطة بواسطة إجراءات عامة، وأرضية موحدة لمعالجة الدفعات ذات المبالغ الكبيرة، وذلك عبر 30 ألف مشارك من مؤسسات مختلفة في أوروبا بهدف تسهيل المعاملات المالية بين الدول الأوروبية؛ (Gaurang , sharad, & Upendra, 2005, p. 114).

ب.نظام الدفع الدولي سويفت **Society For World Unterbank FinanciaL**

Telecommunication SWIFT إحدى النماذج الرائدة في التحويل الآلي للمدفوعات الدولية، وهو نظام

يضمن ويؤمن التحويلات الالكترونية في كل أنحاء العالم لأوامر الدفع ما بين البنوك ضمن شروط أمنية وتكاليف منخفضة، تأسست هذه الشبكة عام 1973 من طرف 239 بنك من أوروبا والولايات المتحدة الأمريكية وكندا، يقع مقرها في بلجيكا بدأ العمل بها إعتباراً من عام 1977، وتهدف شبكة سويفت إلى تزويد أعضائها من البنوك والمؤسسات المالية بشبكة دولية من الاتصالات لتحقيق السرعة المطلوبة للتحويلات النقدية بين البنوك ؛ (مدحت ، 2001، صفحة 70) .

ويعتبر هذا النظام كبديل متطور للتلكس، ويغطي جميع المراسلات المتعلقة بالتعاملات المالية والبنكية التي تتم بين البنوك والمؤسسات المالية حيث يوفر هذا النظام الحماية، والسرعة الكاملة لمثل هذه التعاملات، ومتابعة تسليمها للجهات المعنية؛ (ربوح و رغدة ، 2008، صفحة 06) .

كما يعد نظام **Target** نموذج آخر للتحويل المصرفي الالكتروني في أوروبا، والذي يسير من طرف البنك المركزي الأوروبي، ويهدف إلى وضع ميكانيزم فعال لدفع المبالغ بالأورو ما بين الدول الأوروبية ؛ (Bouyala, 2005, p. 103) .

ثالثاً: إستخدامات الذكاء الاصطناعي في البنوك

إستخدامات الذكاء الاصطناعي في القطاع المصرفي متعددة، وتشمل ما يلي؛ (اتحاد المصارف العربية، 2018، صفحة 03):

1. **مكافحة غسيل الأموال:** تشير مكافحة غسيل الأموال إلى مجموعة من الإجراءات والقوانين، أو اللوائح المصممة لوقف توليد الدخل من خلال إجراءات غير قانونية، ففي معظم الأحيان يخفي غاسلوا الأموال أفعالهم من خلال سلسلة من الخطوات التي تجعل الأموال التي تأتي من مصادر غير قانونية أو غير أخلاقية تبدو، وكأنه يتم كسبها بطريقة مشروعة. وتتحول معظم البنوك الكبرى في جميع أنحاء العالم من أنظمة البرامج القائمة على القواعد إلى الأنظمة القائمة على الذكاء الاصطناعي، والتي هي أكثر قوة وذكاء في مكافحة غسيل الأموال خلال السنوات المقبلة، وقد تم تعيين هذه الأنظمة لتصبح أكثر مرونة، ودقة، وسرعة، مع الابتكارات، والتجسيديات المستمرة في مجال الذكاء الاصطناعي؛ (اتحاد المصارف العربية، 2018، صفحة 03).

2. **الكشف عن الغش والاحتيال:** يعد إكتشاف الاحتيال أحد الحقول التي حصلت على دعم كبير في تقديم نتائج دقيقة ومتفوقة بتدخل الذكاء الاصطناعي، وأحد المجالات الرئيسية في القطاع المصرفية، حيث برزت أنظمة الذكاء الاصطناعي أكثر من غيرها، بدءاً من المثال المبكر للتطبيق الناجح لتقنيات تحليل البيانات في القطاع المصرفي. وهو

نظام تقييم الاحتيال **Fico-Falcon** الذي يعتمد على شبكة عصبية لنشر أنظمة الذكاء الاصطناعي المتطورة القائمة على التعلم العميق ؛ (خوالد ، 2019 ، صفحة 158) .

3.التحليلات: يمكن لأنظمة الذكاء الاصطناعي أن تقدم تحليلات للبيانات التاريخية، وإحصائيات آنية وتقارير دقيقة من كافة الأنظمة الالكترونية والأدوات الاستثمارية، والتي تبين بدورها أنماط وإتجاهات المؤشرات والأسهم والتداولات، ما يدعم عملية صنع القرار، وتقدم للوسطاء الماليين المعلومات والبيانات المالية لمساعدتهم على تحقيق أفضل للسوق وإتخاذ قرارات متينة وسليمة ؛ (اتحاد المصارف العربية، 2018، صفحة 03) .

4.الروبوتات (الرجل الآلي): الرجل الآلي هو آلة لديها جسم مادي متضمنة للذكاء الاصطناعي وأنظمة حواس تسمح له بإتخاذ قرارات وأداء مهام محددة مسبقا، وهو يتميز بالاستقلالية حيث يمكنه أداء مهامه بدون تدخل الانسان، كما أنه يتميز بقدرته على الحركة والتنقل داخل بيئته ؛ (شيني و مالكي، 2021، صفحة 13).

5.روبوتات المحادثة (الشاتبوت): في هذا الصدد ينظر للشاتبوت أو روبوتات المحادثة كأحد أكثر التطبيقات شيوعا وأهمية في ضمان تواصل دائم مع الزبائن لتلبية حاجاتهم المتزايدة في كل وقت، وفي أي مكان، فالشاتبوت هو برنامج محاكاة المحادثة البشرية مما يجعل الزبائن يتفاعلون معه بنفس الطريقة التي يتفاعلون مع البشر، ثم تقديمها من وجهة نظر توجه المؤسسات للأتمتة في معالجة الاستفسارات المتكررة الواردة لمركز خدمة الزبائن، ويمكن للشاتبوت توفير تواصل مع الزبائن على مدار الساعة، في كل أيام الأسبوع مع تقديم إستجابات فورية لطلبات عدد غير محدود من الزبائن في نفس الوقت ما يخفف عبء العمل على موظفي الخطوط الأمامية في المؤسسات ؛ (شيني و مالكي، 2021، صفحة 14) .

المبحث الثاني: الخدمات المصرفية الالكترونية وتأثيرها على جودة الخدمة المصرفية

تعتبر الخدمة المصرفية الالكترونية آخر ما نتج عن التطورات الحاصلة في الخدمات لدى المصارف، فقد وظفت المصارف منذ السبعينات تكنولوجيا المعلومات من أجل تحقيق الجودة في خدماتها المصرفية، كما أن إنتشار شبكة المعلومات، وإستخدامها من طرف المصارف أدى إلى ظهور خدمات مبتكرة تقدم إلكترونيا عبر هذه الشبكات ونظرا للتطورات السريعة في هذه الخدمات تحتم على المصارف السعي لتطوير خدماتها المصرفية الالكترونية وتحقيق الجودة فيها من أجل التفوق وكسب المزيد من العملاء .

المطلب الأول: ماهية الخدمات المصرفية الإلكترونية Electronic Banking Services

أدى إستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال في المصارف إلى إحداث تغييرات جوهرية في نمط عرض الخدمة المصرفية، بحيث إنتقلت البنوك من تقديم خدمات تقليدية إلى تقديم خدمات حديثة أطلق عليها مصطلح الخدمة المصرفية الإلكترونية بغرض مواكبة التطورات التكنولوجية الحاصلة، والتحسين من جودة الخدمة المصرفية المقدمة.

أولاً: تعريف الخدمات المصرفية الإلكترونية

يطلق على الخدمات المصرفية الإلكترونية عدة تسميات منها : الخدمات المصرفية عن بعد، أو الخدمات الرقمية الخدمات المصرفية عبر الخط... إلخ .

وهناك العديد من التعاريف التي قدمت حول مفهوم الخدمة المصرفية الإلكترونية سنقوم بعرض البعض منها في سبيل توضيح هذا المصطلح :

عرفت الخدمات المصرفية الالكترونية بأنها "الخدمات الحالية التي تغيرت جذريا إلى الشكل الرقمي، وتقدمها شبكة الأترنت عن طريق وسائل تكنولوجيا المعلومات والاتصال الأكثر وضوحا وإنتشارا " (عرابة، 2012، ص14).

- كما عرفت بأنها جميع الخدمات التفاعلية عن طريق استخدام الاتصالات السلكية واللاسلكية، والمعلومات، وتقنيات الوسائط المتعددة . (Kasper, Helsding , & Gabbot, 2006, p. 325)

وفي تعريف آخر عرفت الخدمات المصرفية الإلكترونية بتقديم البنوك الخدمات المصرفية التقليدية، أو المبتكرة من خلال شبكات الاتصال الالكترونية تقتصر صلاحية الدخول إليها على المشاركين فيها فقط وفقا لشروط العضوية التي تحددها البنوك ؛ (غنيمي ، 2010 ، صفحة 326) .

- وفي ذات السياق تعرف على أنها تلك الخدمات التي يتلقاها الزبون عبر وحدة طرفية كالصرافات الآلية، والتي تتصل بأحد قنوات الاتصال بنظام البنك ؛ (عبيدات ، الشبلي ، و اللوزي ، 2015 ، صفحة 200).

وإتساقا مع ما تم تقديمه من تعاريف لتوضيح مصطلح الخدمة المصرفية الالكترونية، نستنتج أن الخدمات المصرفية الالكترونية هي الخدمات المؤتمتة، والتي يجرى تقديمها عبر المواقع الالكترونية للبنوك، هذه المواقع تخول للعملاء طلب الخدمة من خلال وسائل الاتصال التي تستخدمها البنوك في تقديم هذه الخدمات إلى العميل، دون إنتقال هذا الأخير إلى مقر البنك أو الفرع ، ومن ثم فهذه الخدمات هي خدمات مصرفية تقدم عن بعد، أو بدون فرع .

ثانيا: خصائص الخدمات المصرفية الإلكترونية

غيرت تكنولوجيا المعلومات والاتصال الكثير من مظاهر الخدمة المصرفية، وفرضت خصائص عديدة للخدمات المصرفية الإلكترونية، تلك الخصائص التي يحققها التسويق عبر الأنترنت، ومن هذه الخصائص ما يلي؛ (الشمري و عبد اللات، 2008، ص34):

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

2. سهولة الإتصال بالمصرف: حيث يقوم العميل بالإتصال بالمصرف من أي مكان عن طريق الأنترنت، فيرد عليه البنك ممثل في جهاز الرد الآلي ليستعلم من العميل عن رقمه السري المخصص له من البنك فيدخله العميل وعندئذ يكون العميل قد دخل المصرف الإلكتروني، وتتم كافة الإجراءات التي يريدتها في ثوان محددة فيجد العميل متى أدخل الرقم السري الخاص به بحيث تظهر على شاشة الكمبيوتر أمام الموظف المختص كافة البيانات الخاصة بهذا العميل ويكون له أن يأمر بإجراء أي من تلك الخدمات التي يقدمها المصرف لعملائه فتم في لحظات.

3. التقليل من الوثائق الورقية للمعاملات: إذ أن كافة الإجراءات والمراسلات تتم بين الزبون ومقدم الخدمة المصرفية إلكترونيا دون استخدام ورق و وثائق رسمية.

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

6. سرعة تغير القواعد الحاكمة: إذ تستطيع البنوك من خلال تقديم خدماتها إلكترونيا من مواكبة التطور السريع في قطاع الخدمات المصرفية، والقيام بتقديم خدمات جديدة، وبسرعة عالية من خلال الخدمات الإلكترونية.

ثالثا: أنواع الخدمات المصرفية الإلكترونية

تتعدد الخدمات المصرفية الإلكترونية التي يمكن تقديمها من خلال القنوات الإلكترونية، وتأخذ عدة أشكال، ومن بين أنواع هذه الخدمات ما يلي؛ (الصيرفي، 2016، ص220-221):

1.مراجعة الحسابات: حيث يمكن للعميل لمراجعة حسابه في أي وقت وأيضا مراجعة آخر التعاملات التي تمت ويمكن أيضا فتح حساب لدى المصرف من خلال إستخدام بطاقة الإئتمان.

2. دفع الفواتير: هنا يمكن للعميل دفع أي فواتير خاصة به من خلال موقع المصرف على الأنترنت، وذلك مقابل رسوم معينة، وبعض المصارف تقدم هذه الخدمة مجاناً، والبعض الآخر يقدم هذه الخدمة في حدود معينة لمبلغ الفاتورة.
3. فتح حساب جاري بفوائد: وذلك بفتح حساب جاري بفوائد لجذب العملاء وتشجيعهم على استخدام الأنترنت، حيث تضع بعض المصارف آلة حاسبة للقيام بالعمليات الحسابية فوراً.
4. تحويل المدخلات: أي إمكانية تحويل الأموال من حساب لآخر، بعض المصارف تقوم بهذه العملية فور طلب العميل لها، والبعض الآخر يأخذ بعض الوقت.
5. الحصول على بطاقات إئتمانية: حيث يمكن للعميل ملاً هذا الطلب عن طريق الأنترنت، والحصول على بطاقة الائتمان في المنزل، وذلك بعد المقارنة بين المصارف المختلفة فيما يتعلق بالرسوم والفوائد، وأحد أفضل الميزات هنا هو إمكانية الحصول على بطاقة جديدة عند انتهاء صلاحية البطاقة القديمة مباشرة.
6. شراء شهادات الإذخار: حيث تعرض المصارف معدلات فائدة أعلى على هذه الشهادات، إذا تم شرائها عن طريق الأنترنت، وذلك نظراً لشدة المنافسة بين المصارف فيما يتعلق بمعدلات الفائدة.
7. الخدمات الضريبية: مثل مساعدة العميل في الحصول على المعلومات عن حجم الضرائب المطلوب دفعها، بعد مراجعة الأرباح والمصروفات الخاصة بالعميل.
8. الحصول على قروض: حيث يمكن الحصول على القروض من خلال موقع المصرف على الأنترنت فوراً، بالإضافة إلى ذلك يسمح للعميل بمقارنة أسعار الفائدة للمصارف الأخرى، وذلك من خلال الموقع الخاص بالمصرف الذي يتعامل معه ؛ (علماوي و بن موسى ، 2020 ، صفحة 07) .

9. الحماية والخصوصية: لا تعتبر هذه الخدمة خاصة لكن تهتم بها المصارف بشكل كبير، حتى يشعر العميل بدرجة عالية من الحماية للعمليات التي تقوم بها المصارف، حيث أن هذا هو الفارق بين مصرف وآخر؛ (الصيرفي، 2000، ص 85).

المطلب الثاني: ماهية جودة الخدمة المصرفية الإلكترونية

إن جودة الخدمة المصرفية تعني القدرة على تلبية إحتياجات العملاء وتحقيق رضاهم، وقدرة البنك على تحديد هذه الإحتياجات والمتطلبات والقدرة على إشباعها، ومن ثم إستمرار تعامل العملاء مع البنك، والذي يعني مدى قدرة البنك على تنفيذ أبعاد جودة الخدمة المصرفية المقدمة .

فالبنوك تسعى إلى تقديم خدمات مصرفية إلكترونية بمعايير من الجودة، والتميز خاصة في ظل المنافسة التي تعرفها البنوك في ظل تبنيتها للنشاط المصرفي الإلكتروني، ويبقى صلب إهتمام البنوك العميل، حيث أن كل عناصر جودة

الخدمة تتوقف عليه، الأمر الذي يستدعي من البنوك البحث عن أفضل السبل لتقديم خدماتها المصرفية وتوصيلها إلى العملاء بأحسن المنافذ والطرق.

أولاً: تعريف جودة الخدمة المصرفية الالكترونية

تعرف جودة الخدمة المصرفية الالكترونية على: أنها الفهم والادراك للخدمة من وجهة نظر مختلفة سواء قبل، أو بعد تقديمها على شبكة الأنترنت، أو هي التقييم الشامل للعملاء والحكم الصادر عن التميز، والجودة في الخدمات الالكترونية التي تقدمها المؤسسات في السوق الافتراضية؛ (شيروف ، 2010، صفحة 49) .

- كما تعرف أيضاً علأنها ملائمة ما يتوقعه الزبائن من الخدمة المصرفية المقدمة إليهم، باستخدام الوسائل التكنولوجية الحديثة مع إدراكهم الفعلي للمنفعة التي يحصلون عليها نتيجة حصولهم على الخدمة، لذا فان الخدمة الجيدة من وجهة نظر الزبائن هي التي تتفق، وتتطابق مع توقعاتهم ؛ (سعد الباهي ، 2016، صفحة 31) .

ونستنتج أن جودة الخدمة المصرفية الإلكترونية تعبر عن مدى تطابق الخدمات المصرفية المقدمة من طرف البنك، من خلال شبكات الأنترنت، مع توقعات الزبائن .

ثانياً: قياس جودة الخدمة المصرفية الالكترونية

ولقياس جودة الخدمة الالكترونية يتم تصميم وإستخدام العديد من المقاييس الداخلية التي تتراوح ما بين الوصول الفعال، توقيت الاستجابة، توقيت التوصيل، والاعتمادية، والوقت المنفق في النظام، كما تستخدم مقاييس داخلية أخرى كسلوك العميل على الخط، ومنها جاذبية الموقع الالكتروني، التحليل القوي، والاستجابة لوسائل ونشاطات الترويج والانتقال أو التحول الى مواقع المنافسين ؛ (عامر ، 2007، صفحة 133) .

ففي عام 2000 م تم تطوير أداة (e-squal) والتي تعتبر ماثلة لنموذج الفجوات (servqual) والذي وضع خصيصاً لقياس جودة الخدمات عبر الأنترنت، وفي عام 2002 تم إختبار وتنقيح هذه الأداة من قبل (parasurman,zethmal,malhotra) والذين قاموا بدراسة إستطلاعية حول مفاهيم وتصورات العملاء عبر الأنترنت حيث تم التوصل إلى أبعاد جودة الخدمة المصرفية الالكترونية، والمتمثلة في؛ (شيروف ، 2010، صفحة 57):

- **الاعتمادية:** تشمل تصحيح الأداء الفني للموقع ودقة الخدمة والتسليم حسب الموعد، توفير المعلومات عن المنتجات .
- **الاستجابة:** الاستجابة السريعة والقدرة للحصول على مساعدة في حالة وجود مشكلة أو سؤال .
- **الوصول:** الدخول للموقع على وجه السرعة للوصول إلى المصرف عند الحاجة .
- **المرونة:** إختيار طرق الدفع، الشراء، العودة للبحث عن إختيارات أخرى .

- **سهولة التفحص:** الموقع يحتوي على وظائف تساعد العملاء للحصول على ما يحتاجونه من دون صعوبة يمتلك محرك بحث جيد، تتيح للعملاء سهولة وسرعة الانتقال ذهابا و إيابا بين الصفحات .
- **الكفاءة:** الموقع سهل الاستعمال ومنظم بشكل سليم، ويتطلب حد أدنى من المعلومات التي تجيب على تدخلات العملاء .

ويتضح لنا من المقاييس التي تم ذكرها أنه جودة الخدمة المصرفية الالكترونية هي الكيفية يتم إيصال الخدمة باستخدام وسائط تكنولوجية، وتصميم المواقع بالشكل الذي يسهل التعامل معها، والوفاء بالالتزامات تجاه كل الزبائن دون تمييز والمعالجة السرية للمعلومات الشخصية بكل سرعة وأمان ؛ (بن موسى و علماوي ، 2019، صفحة 400) .

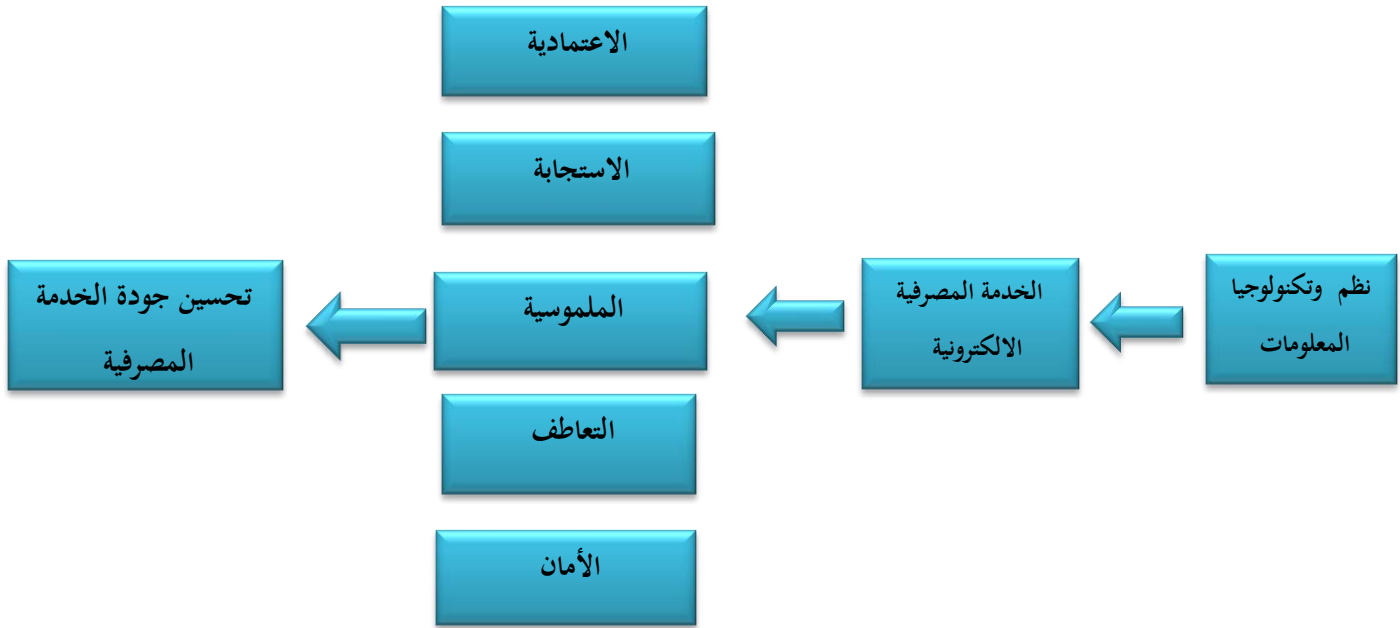
المطلب الثالث: تأثير الخدمة المصرفية الالكترونية على أبعاد قياس جودة الخدمة المصرفية

تختلف المعايير أو الأبعاد المعتمدة في تقييم جودة الخدمة المصرفية حسب نوع الخدمة، فهي تتأثر بعدة عوامل خاصة منها المتعلقة بتكنولوجيا المعلومات والاتصال، حيث نتعرف في ما يلي على أثر الخدمة المصرفية الالكترونية على أبعاد جودة الخدمة المصرفية .

أولا: تأثير نظم وتكنولوجيا المعلومات على أبعاد قياس جودة الخدمة المصرفية

تعرفنا سابقا على العناصر الخمسة المكونة للأبعاد الخاصة بقياس جودة الخدمة المصرفية المتمثلة في التجسيد أو الملموسية، الاعتمادية، الاستجابة، الأمان، والعناية أو التعاطف، ومدى أهميتها لتقييم جودة الخدمات الالكترونية المقدمة للزبون. ونحاول في هذا الفرع دراسة تأثير استخدام النظم الحديثة وتكنولوجيا المعلومات على الأبعاد الخمسة لقياس جودة الخدمة المصرفية. والشكل التالي يوضح تأثير استخدام النظم الحديثة وتكنولوجيا المعلومات على تحسين أبعاد جودة الخدمة المصرفية.

الشكل رقم (3- 2): تأثير نظم وتكنولوجيا المعلومات على تحسين أبعاد قياس جودة الخدمة المصرفية



المصدر : من إعداد الباحثة إعتمادا على ميهوب سماح(2014)، أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال على الأداء التجاري، أطروحة دكتوراه، جامعة قسنطينة 02، الجزائر، ص 137

ومن الشكل التالي يمكن توضيح تأثير النظم الحديثة وتكنولوجيا المعلومات على تحسين أبعاد جودة الخدمة المصرفية في التالي :

1. تأثير تكنولوجيا المعلومات على بعد الاعتمادية:

إن التطور الواسع في الصناعة المصرفية والتطور في استخدام الوسائل الالكترونية أدى إلى تشعب وكثافة الخدمات المصرفية المقدمة من قبل البنك، حيث يعمل البنك إلكترونيا من خلال المواقع الالكترونية على سهولة إطلاع الزبون على حسابه ومعرفة الخدمات التي يطلبها في أي وقت ومكان، بالإضافة الى معرفة الأسعار ومواعيد الاستحقاق وإجراء التحويلات البنكية، عرض الفواتير الالكترونية، وتحصيلها، وتسديد قيمتها، كما يقوم الزبون بطلب تغيير نوع الحسابات أو الشيكات .

كما أثبتت تكنولوجيا المعلومات قدرة فائقة على التقليل من زمن الحصول على الخدمة المصرفية، فهي تعد وسيلة فعالة لتحقيق الأتمتة الشاملة الى جانب نظم المعلومات، والذي يساعد على رقابة البنك على الأداء وضبط جودة الخدمة المقدمة .

1.1. المورد البشري: يعتبر المورد البشري أحد أهم العناصر الأساسية لتكنولوجيا المعلومات، إذ يمكن وصفه على أنه تراكم ضمني للمعرفة في أذهان العاملين في البنوك المصرفية، أي لديهم القدرة على إيجاد والحفاظ على نظم المعلومات، والبرمجيات المستخدمة، وغيرها من الأجهزة، وذلك ما يسهل على الزبون الحصول على الخدمة المطلوبة فاعتماد الموظفين المتزايد على التقنيات الالكترونية لتلبية حاجات الزبائن من الخدمات الالكترونية ، ومراقبة سير الاعمال وكذا الرقابة الداخلية والتحكم في المخاطر ؛ (مدلس، 2017، صفحة 206) .

بالإضافة إلى التزام البنك بالثبات في الأداء وإنجاز الخدمة بشكل سليم، وتنفيذ البنك للوعود نحو العميل ؛ (لالوش، 2017، صفحة 138).

2.1. الصراف الآلي: يعمل على تخفيض الأعباء وأعمال الموظفين، وريح الوقت وتقليل التكاليف للزبائن، بالإضافة إلا أنه يقدم العديد من الخدمات كخدمة السحب لمبالغ مالية، طلب كشف الرصيد لمعرفة حركة الاموال التي قام بها الزبون. كما تعمل البطاقة المصرفية لتجنب المشاكل الناتجة والمحافظة على زبائنها، إذ أنها عملت على إدخال التطورات التكنولوجية على أنظمة التخزين وقراءة المعلومات الموجودة في البطاقة لغرض تحقيق أعلى مستوى من الضمان والطمأنينة للمتعاملين بها، أي إعلان قبول الوفاء بهذه البطاقة من قبل الزبائن .

وفي ذات السياق تعمل تكنولوجيا المعلومات على تفعيل إدارة العلاقات مع الزبون، ومن ثم بناء علاقات طويلة الأمد معهم، بالإضافة إلى معرفة جميع إحتياجات ورغبات الزبائن ومن ثم يقوم البنك بتلبيتها، حيث أن تبني البنك لبرنامج إدارة علاقات الزبون تمكنه من تحقيق نتائج مالية من خلال الاستحواذ على مختلف تعاملات الزبون والاحتفاظ به لفترة طويلة؛ (مدلس، 2017، صفحة 206) .

2. تأثير تكنولوجيا المعلومات على بعد الاستجابة:

تمثل سرعة الاستجابة في تقديم الخدمات المصرفية لتلبية رغبات وتوقعات الزبائن المتغيرة والمتجددة وذلك بتطوير المنتج المصرفي المقدم، وإستحداث أنشطة مصرفية تتماشى مع التطورات الحاصلة في مجال التكنولوجيا، بمعنى القدرة على التعامل الفعال مع كل متطلبات الزبائن المختلفة والاستجابة لشكواهم وإستفساراتهم، والعمل على حلها بسرعة وهذا ما تقوم به تكنولوجيا المعلومات والاتصال المتطورة فهي تسهل وتسرع التواصل مع الزبائن .

كما يعتبر وقت الانتظار من العوامل الهامة في الحكم على جودة الخدمة المصرفية بالنسبة للمنظمة، ومتلقي الخدمة على حد سواء حيث يجب على المنظمة أن تعمل على تقليل وقت الانتظار وذلك باعتمادها على تكنولوجيا الاعلام والاتصال، فهي تسهل التعاملات المصرفية وتسرع التواصل مع الزبون وهذا ما يجعل وقت الانتظار أقل، ولا يشعر

الزبون بالملل، على سبيل المثال تستخدم المنظمات لوحة إلكترونية مضيئة لإعلان الوقت المتوقع للانتظار، وبالتالي تكسب رضا الزبون .

1.2. الهاتف المصرفي: وهو جهاز يعمل على حل مختلف إستفسارات الزبائن عن الحسابات والأرصدة وهي خدمة تستمر 24/24 سا، و 7 أيام / 7 أيام، حيث يعمل هذا الجهاز على توفير المعلومة اللازمة وفي كل وقت للزبائن المتعاملين مع المصرف، ومعرفة أذواقهم، وإهتماماتهم والسعي نحو تحسين وتغيير شكل تقديم الخدمات .

2.2. الشبايك الآلية للنقود: تعمل على إتصال بين الحاسب الرئيسي للبنك أو آلة الصرف الذاتي، حيث يمكن من خلالها إستقبال بيانات العميل كرقم التعريف الشخصي، رقم الحساب، أو رمز الخدمة المطلوبة، فبمجرد أن يدخل الزبون بطاقة التشغيل لتقوم الآلة بعد ذلك بإعطاء إستجابة فورية تتمثل في الخدمة المصرفية المطلوبة، السحب النقدي، إيداع الشيكات، كشف الحساب .

إن توفر البنك على شبكات الاتصال الأنترنت والأنترانت المتوفرة تعمل على توفير المعلومات المناسبة ونقلها بسهولة وسرعة، وفي أي وقت يحتاجه الزبون رغم البعد الجغرافي، وبدون تكلفة . كما يقوم البنك بالتعامل بأنظمة الذكاء الاصطناعي التي أتاحها تكنولوجيا المعلومات، فهي بذلك توفر السهولة والسرعة في جمع البيانات، تبويبها، معالجتها الاحتفاظ بها، وإسترجاعها وقت الحاجة، وهذا كله يهدف للوصول إلى نتائج فعالة للتعرف على رغبات وحاجات الزبائن، والتي لوحظ بأنها تتميز بالتغيير والتطوير من فترة لفترة أخرى. كما ساهمت تكنولوجيا المعلومات بتوفير نظام فعال يقوم بنقل المعلومات بين الأقسام خاصة الشبكات، فتزايد النظام الشبكي يعمل على تطوير الاتصال ما بين البنوك، بالإضافة إلى توفير سرعة نقل المعلومة من وإلى مختلف الاقسام مما تولد سرعة الاستجابة، فتوفير البنوك على وسائل إلكترونية وبالخصوص الأنترنت التي تعمل على سرعة وسهولة الاتصالات، مما يساعد على إبرام العديد من الصفقات بين أطراف متعددة وكذلك القيام بالمعاملات المالية المختلفة، وهذا يساهم في توفير الوقت والجهد .

3. تأثير تكنولوجيا المعلومات والاتصال على بعد الملموسية:

تتمثل تكنولوجيا المعلومات والاتصال في الجوانب الملموسة المتعلقة بجودة الخدمات المصرفية في التسهيلات المادية المتاحة لدى المنظمة الخدمية المصرفية كحدثة المعدات والأجهزة المستخدمة في أداء الخدمة، وتتميز المظهر اللائق لمقدمي الخدمة، وأدوات ووسائل الاتصال المتطورة، بالإضافة إلى ملائمة وجاذبية موقع المصرف عبر القنوات الالكترونية المختلفة (موقعه في شبكة الأنترنت، الهاتف النقال... إلخ) .

حيث تشكل الملموسية في الخدمة المصرفية كافة المستلزمات المادية والتجهيزات ذات الالتماس المباشر مع عملاء المصرف ؛ (ميهوب، 2014، صفحة 138)

ففي كثير من الأحيان يلجأ العميل إلى الحكم على جودة الخدمة من خلال الخصائص الشكلية المرافقة للخدمة كالتهيئات المادية، التكنولوجيا المستخدمة في تقديم الخدمة المصرفية لما لها من انعكاسات النفسية الايجابية التي تعكس الصورة الذهنية للمنظمة المصرفية لدى الزبون .

4. تأثير تكنولوجيا المعلومات والاتصال على بعد التعاطف:

يتمثل التعاطف في إحترام وتفهم والعناية بالمعاملين، وأن تكون لمقدمي الخدمة مهارات الحوار والمعاملة الراقية مع كل الزبائن، وأن يتميزوا بالطاقة والمعاملة الجيدة عند مواجهة المشاكل وتقديم مختلف الارشادات اللازمة لتوفير راحتهم (ميهوب، 2014، صفحة 139) .

5. تأثير تكنولوجيا المعلومات على بعد الأمان:

تساعد تكنولوجيا المعلومات على توفير عنصر الأمان والراحة للزبون من خلال عمل المصرف المستمر على وضع أنظمة أمان غير قابلة للاختراق تحمي الخدمات المصرفية وخاصة الالكترونية منها، كما تعتمد المنظمة البنكية بوضع تشفير وبرمجيات الحماية والمحافظة على المعلومات الخاصة بالزبائن وسهولة الاطلاع عليها، خاصة منها الأنظمة الالكترونية لضمان السرية في المعاملات، مع إدراك الزبون على عدم إطلاع أي شخص على حسابه، كنظام سويتش الذي يتميز بدرجة عالية من الحماية والأمان .

فلا بد من توفير الخصوصية والسرية وذلك في المواقع الالكترونية من خلال تحديد كيفية إستخدام البيانات والمعلومات التي تخص الزبائن من خلال هذا الموقع، كذلك توقيت إجراء المعاملات الالكترونية، وتمسك جميع زبائن البنك في أسرارهم خوفا على مصالحهم، مما يجعله قادر على الوثوق بسرية تعاملاتهم، وأن تحديد التحديات التي تواجه البنوك الالكترونية، والمتمثلة في سرية وخصوصية المعلومات، وكذلك نظم برمجية ومعدات خاصة، كما أن التوقيع الالكتروني يمكن إستخدامه من خلال بطاقات ماستر كارد، والتي تعطي حماية جيدة أما فيما يخص المعدات كالبطاقات الذكية فإنها تعطي حولا أفضل لسرية المعلومات الشخصية ؛ (وادي و عمران ، 2011، صفحة 208).

1.5. شبكة الأنترنت: هي عبارة عن إنجاز المعاملات المصرفية من خلال الدخول على موقع البنك على الأنترنت حيث تسمح هذه الخدمة المريحة والأمنة للزبائن الذين لديهم بطاقات السحب الآلي من الدخول لمعاملاتهم المصرفية من أي مكان وعلى مدار الساعة وسواء من المنزل أو المكتب، وذلك بإعطاء الزبون رقم شخصي تعريفني لتسهيل الدخول، وإجراء المعاملات المالية، وبالتالي يمكن للزبائن التحكم في أموالهم مع توفير إجراءات حماية وأمان .

ونخلص إلى أن الخدمة المصرفية الالكترونية تساهم بشكل واسع في تحقيق هذه المعايير من خلال إتاحة مختلف الأدوات والتقنيات والأنظمة الحديثة في عرض الخدمات المصرفية كالصراف الآلي، الصيرفة عبر الأنترنت، والصيرفة عبر الهاتف النقال، وغيرها من قنوات التوزيع، وأنظمتها المختلفة .

ولقد ساعدت هذه الأخيرة في توفير عامل السرعة والدقة في الأداء، خاصة وأنها لا تعتمد على العنصر البشري في تقديم الخدمة، والمعروف أن هذا الأخير يتميز ببيكولوجية خاصة معرضة للتغيير، وأن حالته النفسية قابلة للتأثر بمختلف المواقف التي يتعرض لها، ومن ثم قد يؤثر في عرض الخدمة المصرفية، كذلك تساعد الخدمة المصرفية الالكترونية على توفير عنصر الأمان والراحة للزبون من خلال عمل المصرف المستمر على وضع أنظمة أمان غير قابلة للاختراق تحمي الخدمات المصرفية وخاصة الالكترونية منها ؛ (أبو تاية ، 2008، صفحة 41) .

ثانيا: مساهمة الخدمة المصرفية الالكترونية في تحقيق خدمة مصرفية ذات جودة عالية

تتوقف جودة الخدمة المصرفية على معايير عدة، خاصة تلك المتعلقة بدمج الخدمة المصرفية في المصارف والتطورات السريعة في التكنولوجيا المصرفية عن بعد، ومن بين هذه المعايير ما يلي ؛ (طرشي و تقروت ، 2011، صفحة 11) .

1. وضعية المصرف بالنسبة للمصارف المنافسة: تتميز المصارف عن بعضها بالرغم من أنها تقدم المنتجات والخدمات نفسها، وهذا بالطبع يعود إلى دور إستراتيجيات الخدمة المصرفية في تحقيق وتعزيز الميزة التنافسية من خلال العمليات والأعمال والأنشطة المختلفة التي تنجز عبر تكنولوجيا المعلومات والاتصال؛ (الصرن ، 2007، صفحة 18).

ولتحقيق ذلك كان واجب على المصارف دمج الخدمات المصرفية عن بعد وخاصة الالكترونية منها، حتى تواجه منافسيها من المصارف الأخرى، والمؤسسات المالية وغير المالية التي أصبحت تعرض خدمات مصرفية إلكترونية تماشى والتطورات الحاصلة في تكنولوجيا المعلومات والاتصال، بهدف الحفاظ على حصتها السوقية ومن ثم إستقرارها

2. التطور المستمر للنشاط الاداري: لتحقيق التطور المستمر والدائم للخدمة وحب على المسؤولين الاداريين التغيير المستمر في طرق التنظيم والتخطيط الاستراتيجي للمصرف، وكذا توفير الأمان وتحقيق قناعة المتعاملين بالخدمة المعروضة، وبهدف ذلك عملت المصارف على إنشاء أقسام خاصة بتكنولوجيا المعلومات والاتصال وأخرى بالتسويق

كما عملت على تغيير المهام، وإعادة تقسيمها للتأقلم مع الوضع الجديد الناتج عن دمج النشاط المصرفي الحديث ما نتج عنه توفير الخدمة 24/24 سا، و 7/7 أيام بغرض تحقيق رضا الزبائن، وبالإضافة إلى جعل نقاط توزيع الخدمة مناسبة لاحتياجات المتعاملين في المكان والزمان، كما ساعدت التطورات التي شهدتها الإدارة المصرفية على البحث

المستمر في أنظمة تحقيق الامان لهذا النشاط من خلال دمج كل ما هو جديد في مجال الأنظمة الحمائية ؛ (الصرن ،

2007، صفحة 18)

3. الرقابة: يجب على المصرف وضع نظام رقابة مناسب من خلال تقسيم المصرف إلى وحدات تنظيمية تسمى مراكز المسؤولية وتحديد لكل واحدة منها صلاحيتها وسلطتها بطريقة جيدة، وأن يكون نظاما محكما على كل المستويات وأن تكون هذه الرقابة قبلية وبعدية وأثناء العمل، ولا يمكن للمصرف تحقيق ذلك إلا من خلال دمجها بالأنظمة المعلوماتية التي تسهل وتسرع العمل من جهة، وتساعد على زيادة نطاق الاشراف من جهة ثانية ؛ (الصرن ، 2007، صفحة 18).

4. الاهتمام بولاء الزبون: تقوم المصارف من خلال تقديم الخدمات المصرفية الالكترونية بدور تضيق الفجوة بين المصرف والزبون عبر الوسائل الالكترونية وتجهيزه بالخدمات التي يطلبها على الفور في أي وقت ومن أي مكان بالعالم، وبتعبير آخر أصبحت المصارف الالكترونية نموذجاً للخدمات المصرفية الالكترونية وهي ميزة إستراتيجية مؤكدة للمصرف، وقيمة مضافة للزبائن ؛ (غالبا و اخرون، 2006، صفحة 111).

5. التكلفة: من المعروف أن المصارف تدرك الدور الكبير الذي تلعبه الخدمات المصرفية الالكترونية في خفض التكلفة على المدى البعيد وعلى زيادة رضا الزبائن، لذا نجدها تعمل دائما على تبني العديد من المؤسسات المصرفية وغير المصرفية إستخدام العديد من القنوات الحديثة وخاصة الأنترنت، ومن بين الأساليب المستخدمة في إطار إستراتيجية خفض التكلفة تبني المصارف للتقنيات والانظمة الالكترونية المختلفة في المجال المصرفي، والمتمثلة أساسا في عرض الخدمات المصرفية عن بعد وخاصة الالكترونية ، وكان الدافع الأول لنماذج الأعمال الالكترونية هو الانخفاض الكبير لتكلفة المعاملات المصرفية ؛ (غالبا و اخرون، 2006، صفحة 112).

المبحث الثالث: أهمية تبني الصيرفة الالكترونية والذكاء الاصطناعي في البنوك ومخاطرها .

سنتطرق في هذا المبحث إلى أهمية الصيرفة الالكترونية ونظم الذكاء الاصطناعي في تحسين جودة الخدمة المصرفية وإبراز متطلبات تطبيق الصيرفة الالكترونية والذكاء الاصطناعي، مروراً بعرض أهم تحديات العمل المصرفي الالكتروني بالتطرق إلى المخاطر والجرائم المعلوماتية، والوسائل المختلفة للحد منها :

المطلب الأول: أهمية الصيرفة الالكترونية والذكاء الاصطناعي في البنوك

سنتطرق في هذا المطلب إلى أهمية الصيرفة الالكترونية ونظم الذكاء الاصطناعي في تحسين جودة الخدمة المصرفية المقدمة للزبائن، وتحسين أداء المصارف .

أولا :أهمية الصيرفة الالكترونية في تحسين جودة الخدمة المصرفية

نلاحظ أن توظيف تكنولوجيا المعلومات والاتصال في المصارف كان له دور فعال في تحسين الخدمة المصرفية من خلال التوجه نحو الصيرفة الإلكترونية وتبني الأنظمة الحديثة، فمن خلال تتبع أسس هذه الأخيرة من خصائص

وقنوات نجد أنها تحمل في طياتها العديد من المزايا التي تساهم في تحسين الخدمة المصرفية المقدمة للزبائن، ويمكن توضيح ذلك من خلال العناصر التالية ؛ (ميهوب ، 2014 ، صفحة 158) .

1. السرعة: تعتبر سمة السرعة في تقديم الخدمة عنصر مهم جدا بالنسبة للمتعاملين، ويساعد على الحفاظ عليهم فالخدمات المصرفية عن بعد ساعدت بصورة واسعة في تحقيق ذلك من خلال تعدد قنوات عرض الخدمة فالعميل أصبح بإمكانه معرفة كل العمليات التي جرت على رصيده في دقائق معدودة ومن مكانه، كذلك عملية التحويل الإلكتروني للأموال من حساب إلى حساب آخر أصبحت تتم في ظرف ثواني .

2. القضاء على زمن الانتظار وضياح الوقت: يتيح استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال من قبل المصرف والزبائن إلى خلق التفاعل بطريقة مباشرة، وبالتالي كسب الوقت من خلال تلبية المصرف لرغبات عدد كبير من الزبائن في وقت واحد من جهة، ومن جهة أخرى تجنب الزبون مشقة الانتقال من مكان إلى آخر، وبالتالي ربح الوقت والقضاء على زمن الانتظار ؛ (رحال ، 2006 ، صفحة 91) .

3. تقديم الخدمات الحرة: بواسطة تكنولوجيا المعلومات والاتصال يستطيع الزبون تنفيذ الخدمة بنفسه مباشرة دون اللجوء إلى المكان المادي للمصرف، وعلى سبيل المثال اللجوء إلى الأنترنت والدخول إلى موقع المصرف والبحث عن استفسارات، أو طلب خدمة معينة ؛ (رحال ، 2006 ، صفحة 91) .

4. تعزيز العلاقة مع العملاء: لقد أثبتت الدراسات أن غالبية المؤسسات المشاركة في التجارة الإلكترونية قد استخدمت لتعزيز علاقتها مع العملاء المحتملين، أو لزيادة رضا العملاء الحاليين، لهذا نرى أن اعتماد المعاملات المصرفية عبر شبكة الأنترنت يسمح للمؤسسات المالية بتعزيز علاقتها مع عملائها من خلال استخدام قنوات إتصال متعددة، ومتكاملة، ومتاحة في جميع الأوقات ؛ (شيروف، 2010 ، صفحة 72) .

5. تطوير خدمات الاستعلام عن بعد للزبائن: بفضل الوسائل الرقمية يمكن للمصرف متابعة زبائنه عن بعد من أجل معرفة آراءهم حول خدماته، وهذا يكون عن طريق إرسال رسائل عبر البريد الإلكتروني، أو عبر الهاتف ... إلخ ، وكل هذا لتشعر الزبون أنه محل إهتمامها، وبالتالي كسب رضاه عنها ؛ (رحال ، 2006 ، صفحة 91) .

6. تخفيض التكلفة: من أهم ما يميز الصيرفة الإلكترونية أن تكاليف تقديم الخدمة الإلكترونية منخفضة مقارنة بتقديم الخدمات التقليدية، كما يقدر العاملون في القطاع المصرفي أن تكلفة تقديم الخدمة من خلال القنوات التقليدية يكلف مالا يقل عن ستة أضعاف تقديمها من خلال القنوات الإلكترونية الحديثة، وبالتالي فإن أهداف العمل المصرفي هي تقليل التكلفة، تقديم الخدمات المصرفية للزبائن بنوعية أفضل، وجودة عالية؛ (عز الدين ، 2001 ، صفحة 02) .

ويوضح الجدول أدناه بعض التقديرات للخدمات المصرفية التي تقدم عبر قنوات مختلفة .

الجدول رقم (3-4): تقدير التكلفة من خلال قنوات الصيرفة الإلكترونية .

تقدير التكلفة بدون التكلفة الإنشائية	قناة تقديم الخدمة
295 وحدة	الخدمة المقدمة عبر فرع المصرف .
56 وحدة	الخدمات المقدمة من خلال الهاتف ومراكز الاتصال
4 وحدات	الخدمات المقدمة عبر شبكة الأنترنت .
1 وحدة	الخدمات المقدمة من خلال الصرافات الآلية .

المصدر: عزالدين كامل أمين مصطفى، الصيرفة الإلكترونية، مجلة المصرفي، العدد 26، السودان، 2001، ص 02 .

7. تعزيز الشمول المالي **Financial Inclusion**: يعرف بأنه عملية تمكين جميع الأفراد والمنشآت من الحصول على مجموعة متكاملة من الخدمات المالية الجيدة، وبأسعار معقولة وبطريقة مناسبة، وذلك من خلال تطبيق الأساليب القائمة والمبتكرة التي صممت خصيصا لذلك ؛ (معنوق ، حسن ، و سيد أحمد ، 2018، صفحة 87) .

وبالتالي تهدف الصيرفة الالكترونية إلى تقديم الخدمة المصرفية إلى الزبائن بنوعية أفضل وبسرعة، في أي وقت ومكان 7 أيام / 7 أيام على مدار 24/24 ساء، دون تقييد الزبائن بمواقيت عمل البنك، ومقر البنك وهو ما يعكس تحسين الخدمة المصرفية المقدمة لزبائن البنك، ومنه تحسين جودة الخدمة المصرفية المقدمة لهؤلاء الزبائن .

ثانيا: أهمية تبني نظم الذكاء الاصطناعي في تحسين جودة الخدمة المصرفية

تساهم أنظمة وتقنيات الذكاء الاصطناعي في تحسين جودة الخدمة المصرفية، وذلك عن طريق :

1. دمج بيانات العملاء: يتم ذلك عبر الخدمات المصرفية وفهم سلوكهم باستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي وتقنيات التعلم الآلي التي تسمح بتقديم خدمات إستباقية، كما يتم الاعتماد على وسائل التواصل الاجتماعي لفهم ما يحقق رضا العملاء، بالإضافة إلى ذلك تقوم المصارف بالترويج لعلامتها التجارية بشكل أكثر فعالية من خلال الوسائط الرقمية، كما تقوم أيضا ببناء مجتمعات جديدة عبر الأنترنت لتقديم المشورة وبناء الولاء للعملاء في الخدمات المصرفية ؛ (منصوري و منصوري ، 2021، صفحة 08) .

2. تخفيض التكاليف: فاستخدام الذكاء الاصطناعي في الخدمات المالية والمصرفية، من شأنه أن يخفض التكلفة التشغيلية، ويحسن أداء المؤسسات المالية وربحيته، لذلك تسعى معظم المؤسسات إلى الاستثمار في تطبيقات وأدوات التكنولوجيا المالية الحديثة و"الذكاء الاصطناعي المالي"، وبحسب شركة PWC، من المتوقع أن يساهم الذكاء الاصطناعي بنحو 7, 15 ترليون دولار من الاقتصاد العالمي عام 2030، تنقسم إلى 6.6 ترليون دولار تأتي من إرتفاع معدلات الانتاجية و1, 9 ترليون دولار نتيجة زيادة الاستهلاك في ضوء إرتفاع مستوى جودة السلع المنتجة .

أما على الصعيد العربي، فمن المتوقع أن تبلغ حصة المنطقة %2 حيث ستساهم تطبيقات الذكاء الاصطناعي بنحو 320 ترليون دولار في إقتصاد منطقة الشرق الأوسط بحلول عام 2030 ، أي ما يعادل %11 من إجمالي الناتج المحلي ؛ (اتحاد المصارف العربية، 2018، صفحة 01).

كما يوفر الذكاء الاصطناعي في المكاتب الأمامية والوسطى أكبر فرصة لتحقيق وفورات في التكاليف عبر البنوك حيث تعمل البنوك على الاستفادة من الذكاء الاصطناعي في الواجهة الأمامية لتسهيل عملية تحديد الهوية العملاء والمصادقة عليها. وتقليد الموظفين المباشرين من خلال روبوتات الدردشة والمساعدين الصوتيين لكشف ومنع عمليات الاحتيال في المدفوعات، وتحسين عمليات مكافحة غسيل الأموال، وقد قدرت وفورات الكلفة الاجمالية المحتملة للبنوك من تطبيقات الذكاء الاصطناعي بمبلغ 447 مليار دولار بحلول عام 2023، ويمثل المكتب الأمامي والوسطى 416 مليار دولار من هذا المجموع حسب دراسة Business Insider Intelligence ؛ (خوالد ، 2019 ، صفحة 160) .

3.التواصل خارج ساعات العمل المصرفي: يعد الذكاء الاصطناعي في البنوك أحد أكثر تطبيقات الذكاء الاصطناعي تأثيرا من خلال إستخدام مساعدين للمحادثة والدردشة، لاشتراك العملاء على مدار الساعة طوال أيام الأسبوع، حيث أصبح العملاء مرتاحون بشكل متزايد من خلال الدردشة التي تتعامل مع أشياء كثيرة. حتى المحادثات الخاصة المتعلقة بالمعاملات المصرفية والخدمات المصرفية والمهام الأخرى التي لا تتطلب بالضرورة تدخلا بشريا بالإضافة إلى إرسال إستفسارات خدمة العملاء والمحادثات حول المعاملات الفردية، فإن البنوك قد وجدت نتائج جيدة في إستخدام شاتبوت لتوعية عملائها بالخدمات، والعروض الاضافية على سبيل المثال قد لا يكون عملاء الاعمال على دراية بالخدمات التجارية وعروض القروض التي يمكن أن تساعد في حل مشكلات الدفع أو الائتمان؛ (خوالد ، 2019 ، صفحة 161) .

ثالثا: متطلبات إرساء الصيرفة الالكترونية والنظم الحديثة Electronic Banking

إن تطبيق وتبني الصيرفة الالكترونية والنظم الحديثة مرهون بتوافر مجموعة من المتطلبات، تساعد المصارف على ممارسة هذا النوع بالشكل الذي يعظم فوائدها، ويجعل هذه المنظمات تواجه تحدياتها، ومن بين هذه المتطلبات نجد :

1.البنية التحتية التقنية: تعد البنية التحتية التقنية في مقدمة متطلبات الصيرفة الالكترونية خصوصا، وأية مشروعات تقنية عموما، والبنى التحتية التقنية للصيرفة الالكترونية ليست ولا يمكن أن تكون معزولة عن بنى الاتصالات وتقنية المعلومات التحتية لأي بلد، ذلك أن الصيرفة الالكترونية تحيا في بيئة أساسها الأعمال الالكترونية، والمتطلب الرئيسي

لضمان أعمال إلكترونية ناجحة وضمان دخول آمن وسلس لعصر المعلومات يتمثل بالاتصالات وبقدر كفاءة البنى التحتية وسلامة سياسات السوق الاتصالي؛ (عياش و عباسه ، 2016 ، صفحة 345) .

ويعتبر توفر البنى التحتية العامة غير كاف دون مشاريع بناء تحتية خاصة بالمنشآت البنكية، وهو إتجاه تعمل عليه البنوك مجدية ونكتفي في هذا المقام بالقول أن عنصر التميز هو إدراك مستقبل تطور التقنية وتوفير بنى وحلول برمجية تتيح مواصلة التعامل مع الآفاق الجديدة .

2. الكوادر البشرية الكفؤة: إن توفر الكوادر البشرية المؤهلة والقادرة على أداء الأنماط الجديدة من العمل القائم على التقنية الحديثة يعد من المتطلبات الضرورية لضمان التحول نحو الصيرفة الالكترونية، وهو ما يتطلب التواصل التأهيلي والتدريبي للكوادر في مختلف الوظائف الفنية، والمالية، والتسويقية، والاستثمارية، والادارية؛ (محبوب و سنوسي ، 2020 ، صفحة 15) .

3. التطوير والاستمرارية والتنوعية من المستجدات: يتقدم هذا العنصر على العديد من عناصر متطلبات الصيرفة الالكترونية وتميزها، فالجمود و انتظار الاخرين لا يتفق مع التقاط فرص التميز، ويلاحظ أن البنوك العربية لا تتجه دائما نحو الريادية في إقتحام الجديد، بل أنها تنتظر أداء الآخرين، وربما يكون المبرر الخشية على أموال المساهمين وإجتياز المخاطر، وهو أمر هام و ضروري، لكنه ليس مانعا من الريادية، وبنفس القدر لا تعني الريادية في إقتحام الجديد التسرع في التعامل مع المستجدات، لكنها حتما تتطلب السرعة في إنجاز ذلك؛ (عياش و عباسه ، 2016 ، صفحة 345) .

4. التفاعل مع متغيرات الوسائل والاستراتيجيات الفنية والادارية والمالية: لا تكون التفاعلية في التعامل مع الجديد فقط، أو مع البنى التحتية فقط، وإنما مع الأفكار، والنظريات الحديثة في حقول الأداء الفني والتسويقي المالي والخدمي تلك الأفكار التي تأتي نتيجة تفكير إبداعي ، وليس نتيجة تفكير نمطي؛ (محبوب و سنوسي ، 2020 ، صفحة 15) .

5. التقييم المستمر: تتطلب الاستمرارية في أداء الصيرفة الالكترونية التقييم الموضوعي، والمستمر لفاعلية أداء أدائها الالكترونية ، بالاستعانة بالجهات، والكوادر المتخصصة ، لمعرفة سلامة أدائها، والوقوف على الصعوبات التي تواجه عملها، وإتخاذ القرارات والاجراءات المناسبة للحد منها؛ (عياش و عباسه ، 2016 ، صفحة 345) .

وتظافر هذه المتطلبات من شأنه تبني الصيرفة الالكترونية بالشكل الذي يساهم في الاستفادة من مزاياها في تحسين الخدمة المصرفية المقدمة للزبائن .

المطلب الثاني: التحديات التي تواجه العمل المصرفي عبر الأنترنت

هناك جملة من التحديات التي تعرقل نجاح وسائل الدفع الالكترونية، وتؤدي إلى إنعدام الثقة بهذه الوسائل الحديثة فرغم النجاح والراحة والمزايا التي حققتها، إلا أن هذه التحديات جعلت هذا النجاح ناقصا، حيث ظهر نوع من الجرائم التي ترتكب في حق البطاقات البنكية والإعلام الآلي، مما أفرز مخاطر تنجم عن التعامل بوسائل الدفع الحديثة .

أولا: المخاطر المصاحبة للعمل المصرفي عبر الأنترنت

إن البنوك والمؤسسات المصرفية التي تتعامل بأنظمة الدفع الالكترونية، وتقدم الخدمات المصرفية الالكترونية، يمكن أن تتعرض للعديد من المخاطر المصاحبة لهذا النوع من الخدمات، وتتنوع المخاطر التي يواجهها المتعاملين بالصيرفة الالكترونية. لذا وضعت لجنة بازل للرقابة المصرفية مجموعة من القواعد التي يمكن أن تعتمد عليها البنوك في وضع سياسات وإجراءات تسمح لها بإدارة مخاطر الصيرفة الالكترونية، وتقييمها، ورقابتها، والحد منها ومن بين هذه المخاطر نجد :

1.المخاطر التشغيلية Operational risk: حسب تعريف لجنة بازل فالمخاطر التشغيلية تتمثل في الخسائر الناتجة عن العمليات الداخلية غير السليمة أو الفاشلة، إضافة إلى مخاطر الأفراد، الأنظمة التشغيلية، والحوادث الخارجية التي تكون مصاحبة لعملية تشغيل الخدمة البنكية الالكترونية ؛ (محرز، 2015، صفحة 139).
وتحدث هذه المخاطر عندما تكون أنظمة البنك غير مؤمنة بشكل جيد مما يسمح باختراقها من قبل القرصنة بهدف استغلال المعلومات الخاصة بالبنك والزيائن، واستعمالها بطرق غير مشروعة، ويحدث هذا الاختراق سواء من خارج البنك، أو بتواطؤ من موظفي البنك .

2.المخاطر الاستراتيجية strategic risks: وهي المخاطر التي تنتج عن سوء تخطيط قرارات الاستثمار في الصيرفة الالكترونية، وهي مخاطر حديثة نسبيا، وأيضاً تنتج عن سوء فهم الادارة العليا لانعكاسات استخدام التكنولوجيا الحديثة ؛ (Tittrade , Ciolacu, & Pavel , 2008, p. 153)

وتختلف المخاطر الاستراتيجية عن المخاطر الأخرى كونها أكثر إتساعا وعمومية، كما أنها أكثر تأثيرا على كافة الأنواع الأخرى ؛ (Dimitri , 2007, p. 158)

3.مخاطر السمعة Reputational risk: وتتمثل في المخاطر التي تؤثر في ربحية البنك، و رأس ماله كنتيجة لعدم قدرة البنك لتقديم الخدمة المصرفية في الوقت المناسب، والكفاءة، والخصوصية لعملائها .وتتميز مخاطر السمعة بارتفاعها بالنسبة للبنوك التي تعتمد على الأنترنت في تقديم الخدمات بسبب سرعة إنتشار المعلومات، بمعنى أي

حادث سواء إيجابي، أو سلبى قد يؤثر على الثقة في المعاملة عبر الأنترنت ككل، بل و يمتد إلى بقية البنوك الأخرى العاملة في نفس القطاع؛ (محرز، 2015، صفحة 141).

4. **المخاطر القانونية Legal risks** تحدث المخاطر القانونية عند إنتهاك القوانين، أو القواعد، أو الضوابط التي تتعلق باستخدام أدوات الصيرفة الالكترونية، أو المتعلقة بمكافحة غسيل الأموال، أو عدم التحديد الواضح للحقوق والواجبات القانونية الناتجة عن العمليات المصرفية الالكترونية، ويعود ذلك إلى أن هذه المعاملات لا تزال في مراحلها الأولية، ولم تواكب التطورات التكنولوجية في الأعمال المصرفية كالتوقيعات الالكترونية والعقود الالكترونية، وأحكام السرية والخصوصي البنكية، وهو ما يتسبب في وجود نظم قانونية وتشريعية غير واضحة تحدد حقوق، وواجبات المتعاملين بالعمليات المصرفية الالكترونية الحديثة؛ (Tittrade , Ciolacu, & Pavel , 2008, p. 154).

5. **المخاطر الأمنية Security risks**: وهي مخاطر مرتبطة بأمن المعلومات، وتحدث نتيجة طرق حفظها غير آمنة مما يسمح بالكشف، وإختراق أنظمة البنك في عمليات الاحتيال مما يسبب طمس المعلومات، وقرصنتها وتوقيف الخدمات، ونظرا لجدية المخاطر بسبب سرعة التحولات التكنولوجية في المجال المصرفي خاصة في ظل القدرة على الوصول إلى قنوات التوزيع عبر الأنترنت بسهولة، على البنوك إيجاد آليات تمكنها من الحد من هذه المخاطر. ويعود تزايد المخاطر الأمنية إلى الحيل المبتكرة من قبل الهاكرز والقراصنة لاختراق أنظمة البنوك الالكترونية وتقع الخروقات الأمنية ضمن ثلاث فئات أساسية؛ (Frang , 2009, p. 67)

-إنتهاكات خطيرة بقصد جناية الاحتيال أو السرقة .

-إنتهاكات عرضية بهدف تخريب أنظمة ومواقع المصارف الالكترونية .

-خروقات أمنية بسبب العيوب في تصميم أنظمة دفع عبر الشبكة، وكل هذه التهديدات لها آثار مالية وقانونية على سمعة البنك .

ثانيا: الجرائم المعلوماتية المصرفية Banking information crime

رغم المزايا التي حققتها وسائل الدفع الالكترونية إلا أن هذا لا يعني أنها مثالية، حيث تعددت الجرائم التي ترتكب في حقها، ومع إزداد إستعمال البطاقات، تعددت وسائل الاحتيال في إستعمالها، وتنوعت صورها .

وتعتبر جرائم الأنترنت هي النوع الشائع من الجرائم لأنها تتمتع بالكثير من المميزات مما يدفع بالمجرمين لارتكابها ويمكن تعريفها بأنها الجرائم التي لا تعرف الحدود الجغرافية، والتي يتم إرتكابها بأداة هي الحاسب الآلي عن طريق شبكة الأنترنت، وبواسطة شخص على دراية فائقة بهما؛ (الجنهبي و الجنيهي ، 2004، صفحة 13) . ونجد من بين هذه الجرائم ما يلي:

1. الاحتيال الالكتروني(جرائم الاضرار بالبيانات) **Electronic Fraud (Data Damage Crimes)**

وتتضمن الاختراق أو الولوج غير المرخص به للحسابات، والشبكات، وتخريب البيانات، ونظم المعلومات، وخلق البرامج الخبيثة، ونقلها عبر الشبكات، وإستخدام العلامة التجارية، أو إسم الغير دون ترخيص ؛ (غنوس ، 2017، صفحة 86)

2. الاحتيال المعلوماتي **Information fraud**: وهو سرقة المعلومات الشخصية عن طريق إنتحال شخصية ما أو مؤسسة موثوقة مثلا: تلقي رسالة بالبريد الالكتروني من موظفي البنك الذي تتعامل معه، أو شخص مقرب يطلب منك زيارة موقع إلكتروني لتحديث معلوماتك بسرعة، وفي الأصل هذه الرسالة مرسله من جهة أخرى؛ (زيدان و حمو ، 2010، صفحة 13)

3. السلب بالقوة الالكترونية **Robbery by force Electronic**: حيث يتم إستخدام الحاسب في التلاعب بالمعلومات، وذلك بإدخال بيانات زائفة من جانب المتحايل باختلاق دائنين كأجور يجب دفعها، أو فواتير يجب سدادها، وذلك عن طريق إختلاق مدينين غير حقيقيين يجب عليهم سداد فواتير صادرة عن الحاسب، أما المدين المعتدى عليه فلن يتمكن من إثبات كونه غير مدين لوجود فواتير معلوماتية، وهكذا يستغل المتحايل طرق الدفع الآلية للحصول على أموال غير شرعية ؛ (عبد الرحيم ، 2010، صفحة 194).

4. جرائم بطاقات الائتمان **Credit Card Crimes** وتتمثل في الاستخدام غير المشروع لبطاقات الائتمان المغنطة فقد يتم إستخدام بطاقات مزورة، أو مسروقة للاستلاء على أموال أصحاب الحسابات، أو إلتقاط أرقامها السرية عند إستعمالها عبر شبكة الأنترنت ؛ (الحنيص ، 2010، صفحة 81) .

5. جرائم غسيل الأموال **Money laundering crimes** وشهدت هذه العمليات تطورا كبيرا في قنواتها مدفوعة بالتزايد الكبير في حجم الأموال والمتحصلات الناتجة عن الأنشطة غير المشروعة، إضافة إلى التطور الكبير في الوسائل التكنولوجية التي تستخدم في نقل الأموال وتحويلها عبر الحدود، ومع تطور أنظمة التحويل المالي وإستخدام شبكات الحاسوب في الربط بين كافة الأسواق، وسهولة نقل أموال كبيرة، تزايدت عمليات غسيل الأموال إضافة إلى إنتشار التجارة الالكترونية فقد تزايدت تبعاً لذلك ؛ (الزلمي ، 2010، صفحة 588) .

6. جريمة إتلاف برامج كمبيوتر البنك وبياناته **The crime of damaging the bank's computer programs and data**

تستهدف هذه الجريمة التعرض لسلامة، وأمن الأنظمة المعلوماتية وسرية البيانات والمعلومات، التي تتضمنها من خلال التلف السريع الذي يلحق بها جراء فيروس رقمي يتغلغل في النظام، ويتسبب في

إيقافه عن العمل، والهدف من وراء هذه الجريمة تكبيد البنوك خسائر ضخمة، والإضرار بسمعتها المهنية من خلال إشاعة جو من الخوف في نفوس عملائها، وتعطيل سير أعمالها؛ (زيدان و حمو ، 2010، صفحة 14).

وتعتمد هذه الجريمة على عدة أساليب منها :

- الفيروس المعلوماتي:** وهو عبارة عن برنامج يتضمن أهداف تدميرية لأنظمة المعلومات .
 - القنبلة المعلوماتية:** وهي برنامج يثبتته المحتالون داخل النظام المعلوماتي الذي يصممونه، بحيث ينطلق بعد مدة من الاستعمال في تعطيل النظام المعلوماتي نفسه، أو تدميره، أو نحو بياناته، وكثيرا ما يستهدف مصمموه الشركات التجارية والمصارف، والتي لا ترصد هذه القنابل إلا بعد أن تنفجر .
 - الديدان الالكترونية:** عبارة عن برنامج معلوماتي يمتاز بقدرته على التنقل عبر شبكة المعلومات بهدف إعاقة عملها والتشويش عليها، وتكمن خطورته في قدرته على العمل ذاتيا دون توجيه أو رغبة من المستخدمين .
- وهذه الجرائم بمختلفها يمكن أن تحد من إنطلاق، وإستخدام هذ النوع من وسائل الدفع، والاستفادة منه بالشكل المطلوب في تحسين الخدمة المصرفية .

المطلب الثالث: إدارة مخاطر العمليات المصرفية الالكترونية

تتطلب العمليات الالكترونية إضفاء الثقة في نفوس المتعاملين مع المصارف الالكترونية، خاصة فيما يتعلق بأدوات الدفع الالكترونية التي تتيحها هذه المصارف لتسوية المعاملات التجارية الالكترونية عبر شبكة الأنترنت، وذلك بزيادة درجة الأمان في مواجهة محاولات العبث، أو السرقة، أو التزوير، من خلال توفير الحماية لحاملي بطاقات الائتمان وبطاقات الوفاء الالكترونية ضد مخاطر سرقة البطاقة، أو فقدها، أو تزيفها، أو تزوير المعطيات المخزنة، أو المرسلة .

أولا: طرق حماية نظم المعلومات الحديثة

هناك العديد من الطرق لحماية نظم المعلومات الحديثة، من أهمها ؛ (جمعة ، 2007، صفحة 239)

- 1.**الحماية المادية physical protection:** وتشمل كافة الوسائل التي تمنع الوصول إلى نظم المعلومات وقواعدها كالأقفال، والحواجز، والغرف المحصنة، وغيرها من وسائل الحماية المادية التي تمنع الوصول إلى الاجهزة الحساسة، بما فيها الأمن السيبراني الذي يعرف بأنه النشاط، العملية، القدرة الإمكانية، أو الحالة التي يتم بموجبها حماية أنظمة المعلومات والاتصالات، وكذا المعلومات الواردة فيها، والدفاع عنها ضد الضرر، أو الاستخدام غير المصرح به، أو التعديل، أو الاستغلال ؛ (Adu & Adjei, 2018, p. 161)

2. الحماية الشخصية **personal protection**: تتعلق بالموظفين العاملين على النظام التقني من حيث توفير وسائل التعريف الخاصة بكل منهم، وتحقيق التدريب والتأهيل للمتعاملين بوسائل الأمن، إلى جانب الوعي بمسائل الأمن، ومخاطر الاعتداء على المعلومات .

3. الحماية الاداري **Administrative protection** ويراد بها سيطرة الادارة على إدارة نظم المعلومات وقواعدها مثل التحكم بالبرمجيات الخارجية، أو الأجنبية عن المؤسسة، ومسائل التحقيق باختلالات الأمن، ومسائل الاشراف، والمتابعة لأنشطة الرقابة، إضافة إلى القيام بأنشطة الرقابة ضمن المستويات العليا، ومن ضمنها مسائل التحكم بالاشتراكات الخارجية ؛ (Adu & Adjei, 2018, p. 161)

4. الحماية المعرفية **Cognitive protection**: كالسيطرة على إعادة إنتاج المعلومات، وعلى عملية إتلاف مصادر المعلومات الحساسة عند إتخاذ القرار بعدم إستخدامها .

ثانيا : وسائل حماية العمليات المصرفية الالكترونية

إضافة إلى أنماط الحماية هذه لا بد من الاهتمام بالتوعية الأمنية، أي حماية الحواسيب، البرمجيات، نظام المعلومات والشبكات الموجودة على مستوى البنوك، وتوعية المستخدم بأهمية الحفاظ على معلوماته وحمايتها، ومن بين هذه الطرق نجد :

1. التأمين **Insurance**: هناك العديد من نظم تأمين شبكة الأنترنت، ومن أمثلة هذه النظم ما يلي:

1.1. إستخدام تكنولوجيا الجدران النارية **Use of firewall technology**: وهي عبارة عن برنامج، وأجهزة توصل شبكة المعلومات، والأنظمة الداخلية للمستخدم مع شبكة الأنترنت، حيث يحافظ المضيف على إتصال من جانب واحد، إتصال مع الشبكة الداخلية من الجانب الآخر، حيث يتم إعداد القواعد لمراقبة كافة التيارات الالكترونية فيتم إخفاء جميع العناوين الموجودة على الأجهزة في الشبكات الداخلية من الخارج، وصف البعض هذه التقنية برجل الأمن الذي يقف على بوابة المنشأة يمنع الأشخاص غير المرغوب فيهم ؛ (الجنهبي و الجنهبي ، 2005، صفحة 74)

2.1. الخادم المفوض **Delegate Server**: يقوم بدور الوسيط بين الشبكات المؤمنة وغير المؤمنة فعن طريقه يستطيع صاحب المنشأة رصد حركة موظفيه على شبكة الأنترنت ، كما يمكن التحكم في عملية الدخول إلى موقع معين عن طريق إعطائه أمر بعد الدخول على الموقع المعين ذاته فعندما يرغب أحد العاملين الدخول على الموقع بمنعه المفوض، وغالبا ما يتم إقتران الحوائط النارية مع الخادم المفوض لضمان التحكم في عمليات الدخول والخروج وتحقيق التأمين الكامل للشبكات المؤمنة ؛ (عبد الرحيم ، 2010، صفحة 193) .

2. البروتوكولات الآمنة للسداد: تم تطوير نظام التعاملات الآمنة، وهناك أكثر من بروتوكول يمكن الاعتماد عليه لكن أشهرها ما يلي ؛ (الرومي ، 2004، الصفحات 36-38) .

1.2. بروتوكول طبقة المخرج الآمن **Secure Sockets Layer SSL**، وبروتوكول الحركات المالية الآمنة **Secure Electronic Transaction SET** ، يسمح بروتوكول **SET** الذي أدخلته كل من **VISA International** و **Master Cards** بمعرفة أطراف التبادل من خلال تبادل التوقيعات الالكترونية حتى أضحى يعتبر بمثابة الحكم في عمليات الدفع التي تجرى عبر الأنترنت ؛ (عبد الرحيم ، 2010، صفحة 194) .

وبروتوكول **SSL** الذي أدخل من طرف شركة **Netscape Communications Corp** فهو أيضا مصمم لأغراض ضمان إجراء عمليات آمنة، غير أنه يسمح فقط لمعرفة هوية البائع دون المشتري، وهو الأمر الذي قد يريك البائعين بل وقد يريك حتى المشتري نفسه الذي يتعين عليه إرسال رقم بطاقته للبائع على الخط، إذ قد يؤدي ذلك إلى إستعمال رقمه من طرف غيره ، ومع ذلك فهو أهون من تقديم رقم البطاقة عن طريق الهاتف؛ (عبد الرحيم ، 2010، صفحة 194) .

3. التوقيع الالكتروني **Electronic signature**

يعرف التوقيع الالكتروني بأنه رمز، أو صوت إلكتروني يرتبط منطقيا برسالة بيانات إلكترونية ليحدد الشخص المنشئ للتوقيع، وتأكيد هويته وبيان موافقته على المعلومات التي تتضمنها رسالة البيانات؛ (شيخ العشرة و ملكية، 2018، صفحة 50). وتطورت التقنيات المستخدمة في تكوين التوقيع الالكتروني بتطور قطاع الاتصالات وتقنية المعلومات فقد ظهرت أشكال متعددة للتوقيع الالكتروني منها:

1.3. التوقيع الرقمي **Digital signature**: وهو عبارة عن مجموعة من الأرقام التي ترتبط برسالة بيانات فتحولها من رسالة مقروءة إلى رسالة غير مقروءة (مشفرة) لا يمكن فك تشفيرها إلا من قبل الشخص الذي لديه المفتاح الذي يفك هذا التشفير، فالمعاملات الالكترونية تتم عن طريق تبادل رسائل البيانات بين الأطراف بشكل مشفر يضمن السرية والخصوصية. ولكي تتم عملية التشفير لا بد من وجود مفتاحين المفتاح العام والمفتاح الخاص، حيث يستخدم المرسل المفتاح الخاص لكي يوقع على رسالة البيانات التي يريد إرسالها، وهي مجموعة من الأرقام الرياضية من شأنها تحويل المعلومات الموجودة في رسالة البيانات إلى رموز مشفرة لا يمكن لأي قراءتها ما لم يفك التشفير عن طريق المفتاح العام الذي يكون متاحا للآخرين ؛ (william & Benamati, 2003, p. 285)

أما المفتاح العام هو مفتاح معروف ويمكن إستخدامه بواسطة أي شخص، أو جهة يريد أو يرسل رسالة إلى شخص فهو رقم يتم تداوله ونشره بين بقية المستخدمين لتشفير أي معلومة، أو رسالة إلكترونية، ويعتبر المفتاح العام هو

أساس التشفير، ولا يستطيع أحد أن يفك رموز المعلومات غير صاحبها لأنها تحتاج إلى رقما سرى، هو المفتاح الخاص (بركان، 2014، صفحة 323).

والمفتاح الخاص هو النصف الآخر المكمل للمفتاح العام للوصول إلى رقم الأساس، وإعادة المعلومة المشفرة لوضعها الطبيعي قبل التشفير، وهذا المفتاح الخاص يختلف من شخص لآخر، ويجب الاحتفاظ بالمفتاح الخاص سرا ؛ (بركان، 2014، صفحة 324).

2.3. التوقيع البيومتري Biometric signature (التوقيع بالخواص الذاتية): ويتم هذا التوقيع من خلال استخدام إحدى الخواص الذاتية للشخص (مثل بصمة الاصبع، بصمة العين، وغيرها) وتخزينها بصورة إلكترونية وعندما يستخدم الشخص هذا التوقيع، يتم مقارنة الخاصية الذاتية المستخدمة مع تلك المخزنة، وفي حال المطابقة يكون التوقيع صحيحا، وقدر صدر عن صاحبه ؛ (مطر ع.، 2013، صفحة 55).

ومن أهم ما يميز هذا النوع من التوقيع الالكتروني أنه يحقق درجة عالية من الثقة في تحديد شخصية صاحب التوقيع إذ أن الخواص الذاتية للإنسان يستحيل تماثلها في أكثر من إنسان (كبصمة الاصبع ونبرة الصوت، وبصمة شبكة العين) إلا أن الواقع في التعاملات الالكترونية يشير إلى قلة استخدامه، ولعل ذلك يعزى إلى الكلفة المالية الباهظة التي يتطلبها، فإلى جانب ضرورة توافر المعدات اللازمة للاستناد إلى هذا التوقيع من قبل مواقع البيع الافتراضية، فإنه يجب توافر ذات المعدات لدى المستهلكين، وهو ما يتناقض مع الغاية من اللجوء للتجارة الالكترونية، وتوفيرها للمال إلى جانب الوقت والجهد ؛ (مطر ع.، 2013، صفحة 56).

ويتشابه كل من التوقيع الرقمي والتوقيع البيومتري في أن كل منهما يقوم على التشفير ومعالجة البيانات المتبادلة إلكترونيا بوجود سلطة التوثيق التي تعمل على توثيق وتصديق التوقيع الالكتروني .

3.3. التوقيع الخطي ذو الصيغة الرقمية Digital handwritten signature: يقوم هذا التوقيع على نقل التوقيع الخطي من على المحرر الورقي إلى المحرر الالكتروني من خلال جهاز الماسح الضوئي، وبالتالي يمكن تحويل التوقيع الخطي التقليدي إلى توقيع إلكتروني يخزن بطريقة رقمية ليسهل نقله، وإستخدامه على المحررات الالكترونية (التهامي ، 2008، صفحة 294).

وعلى الرغم أن هذا النوع سهل الاستخدام وذو تكلفة منخفضة، إلا أنه لا يتمتع بأدنى درجات الأمان فهو سهل الاغتصاب، وإعادة الاستعمال من قبل أشخاص آخرين غير صاحب التوقيع ، فمن الممكن أن يحتفظ المرسل إليه بنسخة من هذا التوقيع ويعيد وضعها على أي محرر إلكتروني غير الذي يريده صاحب التوقيع ، كما أن أي شخص لديه محرر ورقي يحمل توقيعاً خطياً لشخص آخر يمكن له أن يجري عملية مسح ضوئي لهذا التوقيع الخطي، ومن ثم

يحوّله إلى صورة رقمية ويعيد استخدامه بسوء نية على محررات إلكترونية أخرى وباسم صاحب التوقيع المغتصب (جميعي، 2000، صفحة 25) .

وبالتالي فإن هذا النوع من التوقيع الإلكتروني نعتقد أنه لا يجوز الاحتجاج به لوحده كدليل في مواجهة صاحبه كما أنه، وبالتأكيد سيعطل مبدأ الثقة والائتمان في المعاملات التجارية التي تتم عبر الوسائل الإلكترونية .

4.3. التوقيع بالقلم الإلكتروني Electronic signature وفي هذا التوقيع يقوم الشخص بالتوقيع يدويا باستخدام قلم إلكتروني خاص على الشاشة الحساسة للكمبيوتر، أو على لوح رقمي خاص، وعندئذ يحلل التوقيع الخطي بواسطة الكمبيوتر، ويخزن كمجموعة من القيم الرقمية التي يمكن أن تضاف إلى رسالة البيانات ويستطيع متلقيها أن يعرضها على شاشة الكمبيوتر لأغراض التوثيق ؛ (التهامي م.، 2011، صفحة 113) .

ومن خلال برنامج خاص يتم إلتقاط التوقيع الإلكتروني الذي تم من خلال القلم الإلكتروني وحفظ سماته الخاصة وتفصيله، ومن ثم يستطيع الموقع أن يرى توقيع على الشاشة، ومن ثم يظهر للموقع عدة خيارات وهي إما الموافقة على حفظ ذلك التوقيع أو إعادة المحاولة و الإلغاء، وعندما تتم الموافقة يحفظ ذلك التوقيع .

وفي كل مرة بعدها يريد الموقع أن يستخدم هذه الطريقة في التوقيع تتم المقارنة بين التوقيع المحفوظ والتوقيع المستخدم وعند المطابقة يكون التوقيع صحيحا ودالا على صاحبه ؛ (التهامي م.، 2011، صفحة 113) .

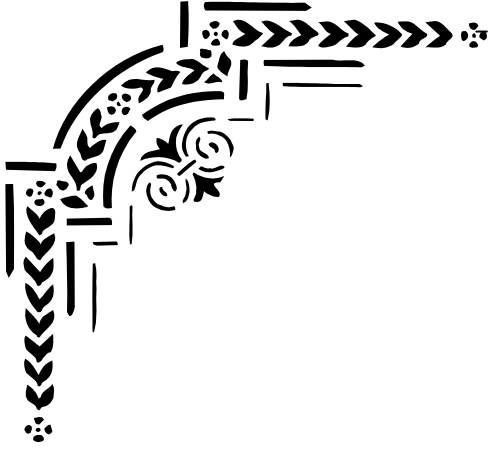
ومن ميزات هذا النوع من التوقيع الإلكتروني أنه سهل الاستخدام وبحقق الأمان في التعامل الإلكتروني، إلا أنه يستلزم توافر القلم الإلكتروني الخاص والشاشة الحساسة لدى المستهلك بالإضافة إلى البرنامج الخاص لدى طرفي المعاملة وهذا يعني أن إمكانية استخدامه تتطلب تكلفة مالية وتقنية قد تكون مرتفعة ولا تناسب الكثير من المستهلكين خصوصا أولئك الذين يرمون الصفقات الصغيرة عبر الأنترنت كإجراء السلع الاستهلاكية وبرامج الحاسوب، والكتب وما شبه. ويؤمن التوقيع الرقمي درجة عالية من الموثوقية والمصادقية، فهو يقوم على أرقام سرية تعالج بطريقة رياضية تجعل رسائل البيانات المتبادلة مشفرة غير مقروءة بشكل يضمن سرية المعلومات، بالإضافة إلى وجود هيئة مختصة بتوثيق التواقيع الإلكترونية وتصديقها .

وكل هذه الوسائل تم إبتكارها لحماية المعاملات البنكية والتجارية من عمليات الغش، والاحتيال مما يشجع على الإقبال لشراء السلع والخدمات عن طريق شبكة الأنترنت، وتأمين الدفع الإلكتروني لكن مع الوقت تبين أن هذه الوسائل غير كافية لتوفير الأمان والسرية في المعاملات.

خلاصة :

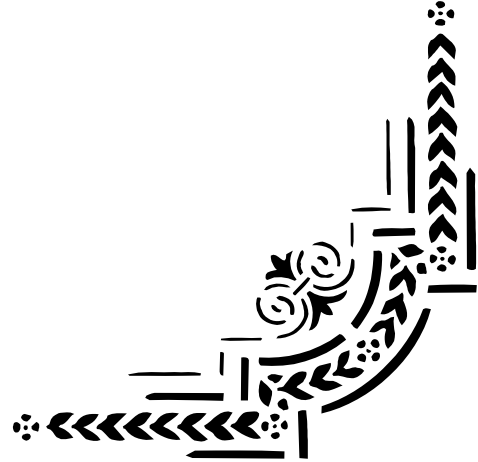
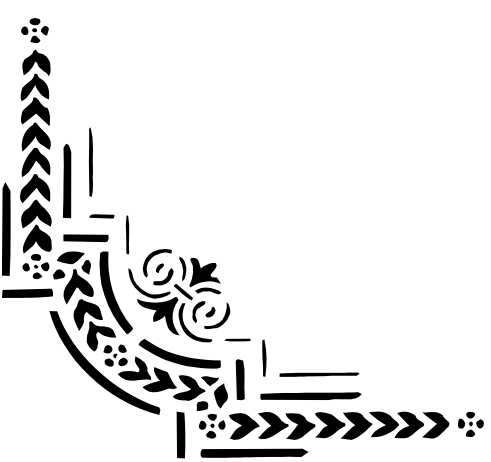
إن إدماج نظم وتكنولوجيا المعلومات والاتصال في المصارف أدى إلى تبني ممارسات حديثة، من بينها الصيرفة الإلكترونية بمختلف قنواتها، والنظم الحديثة من بينها نظم الذكاء الاصطناعي، والتي بدورها تساهم في إخراج خدمات مصرفية إلكترونية من شأنها تحسين الخدمات المصرفية، فمن خلال تتبعنا لأسس ومضامين الصيرفة الالكترونية والخدمات المصرفية الالكترونية، توصلنا إلى أنها تحمل في طياتها الكثير من المزايا التي تجعلها ذات تأثير كبير على جودة الخدمة المصرفية المقدمة للزبون، فمن خلال الصيرفة الالكترونية يمكن للزبون الحصول على مختلف الخدمات المصرفية من منزله، أو مكتبه، أو أي مكان تتوفر فيه خدمة الأنترنت، في أي وقت، دون التقيد بمواقيت عمل البنك، ومقر البنك ومنه الحصول على الخدمة المصرفية بسهولة ويسر، وهو ما يعكس تحسين جودة الخدمة المصرفية التي تقابل توقعات الزبون أو تفوق توقعاته، والتي لا تتحقق إلا بتوفير المعلومات عن مستويات الجودة من منظور العملاء ومحاولة قياس مدى إدراكهم لجودة الخدمة وتقييمهم لها، وهذا ما إستلزم ضرورة تطوير النظام المصرفي، وتطبيق نظم وتكنولوجيا المعلومات في البنوك بغرض تحسين الخدمة المصرفية المقدمة للزبون، ومنه تحسين جودة الخدمة المصرفية بشكل عام .

وفي ذات السياق لجأت البنوك إلى الاعتماد على وسائل ونظم دفع حديثة أثناء رسم إستراتيجيتها، وذلك بفضل ما توفره هذه الوسائل من معلومات دقيقة عن الزبائن، وبالتالي توفير الوقت والجهد والمال المخصص لخدمة الزبائن، كما أن البنوك وجدت فيها أجوبة وحلولاً للمشاكل التي كانت تواجهها وعلى رأسها جودة الخدمات بحيث ساهمت هذه الوسائل في تحسين نوعية الخدمات المقدمة لزيائنها . ولكن رغم المزايا، والراحة، والمثالية التي تقدمها وسائل الدفع، إلا أنها تتعرض للعديد من المخاطر والجرائم، التي تحد من إستخدامه والاستفادة من مزاياها بالشكل المطلوب .



الفصل الرابع:

تقييم جودة الخدمة المصرفية الالكترونية
في ظل استخدام نظم وتكنولوجيا المعلومات
في البنوك محل الدراسة



الفصل الرابع : تقييم جودة الخدمة المصرفية الالكترونية في ظل استخدام نظم وتكنولوجيا المعلومات في

البنوك محل الدراسة

تمهيد :

بعد ما تطرقنا إلى نظم وتكنولوجيا المعلومات وتأثيرها على جودة الخدمة المصرفية من الناحية النظرية، ومن ناحية التقارب ما بين الجانب النظري والجانب التطبيقي، نحاول إسقاط ذلك على دراسة حالة عينة من البنوك الجزائرية القرض الشعبي الجزائري -وكالة شلف- البنك الخارجي الجزائري-وكالة شلف-الصندوق الوطني للتوفير والاحتياط- المديرية الجهوية بالشلف- .

وإرتأينا تقسيم هذا الفصل إلى المباحث الآتية:

- **المبحث الأول:** مؤشرات تكنولوجيا المعلومات والاتصال في الجزائري، والخدمات المصرفية الالكترونية في البنوك الجزائرية
- **المبحث الثاني:** التعريف بالبنوك محل الدراسة
- **المبحث الثالث:** تبني الخدمات المصرفية الالكترونية ونظم الذكاء الاصطناعي، وتأثيرها على جودة الخدمة المصرفية في البنوك محل الدراسة

المبحث الأول: مؤشرات تكنولوجيا المعلومات والاتصال والخدمات المصرفية الالكترونية في البنوك

الجزائرية

سنتطرق في هذا المبحث إلى عرض مؤشرات تكنولوجيا المعلومات والاتصال في الجزائر وتحليلها، بالإضافة إلى الواقع العملي للبنوك الجزائرية، والهيكل الداعمة للعمل المصرفي الالكتروني في الجزائر، وأهم الخدمات المصرفية الالكترونية المقدمة من طرف هذه البنوك .

المطلب الأول: مؤشرات تكنولوجيا المعلومات والاتصال في الجزائر

يعد تطوير قطاع الاتصالات من الأولويات التي حددتها الجزائر لنفسها منذ سنة 2000، أدى إلى الانفتاح على المنافسة في سوق الاتصالات بعد نشر القانون العام رقم 03-2000 المؤرخ في 05 غشت 2000 الذي يحدد القواعد العامة المتعلقة بالبريد والمواصلات إلى تغيير جذري في نهج السلطات في مجال الاتصالات السلكية واللاسلكية، ويمكن من تحقيق نتائج ملحوظة، لا سيما في سوق تكنولوجيا الهاتف المحمول الذي أدخلت فيه تكنولوجيا الجيل الثاني 2G سنة 2001، الجيل الثالث 3G ديسمبر 2013 ، والجيل الرابع 4G سبتمبر 2016 .

بهدف إدخال مزيد من التحسينات على هذا السوق، أدخل القانون 18-04 المؤرخ في 24 شعبان 1439 الموافق 10 ماي 2018 الذي يحدد القواعد العامة المتعلقة بالبريد والاتصالات الالكترونية أحكاما لصالح تهيئة مناخ يفضي إلى ريادة الأعمال، وتحسين شروط الوصول إلى سوق الاتصالات الالكترونية، وتحسين جودة الخدمة لصالح جميع المواطنين دون إستثناء . وفي هذا الصدد سنقدم لمحة عن التطورات التي لوحظت في أسواق الهاتف الثابت والهاتف المحمول، والأنترنز الثابت والنقال من سنة 2015 إلى السداسي الأول من سنة 2020 .

1. شبكة الهاتف الثابت:

سنوضح في هذا الفرع تطور عدد إشتراكات الهاتف الثابت في الجزائر، وكذا تطور عدد إشتراكات الهاتف الثابت حسب نوع الاشتراك، ونسبة ولوج الهاتف الثابت في الجزائر من سنة 2015 إلى السداسي الأول من سنة 2020

1.1. تطور عدد إشتراكات الهاتف الثابت في الجزائر:

سنوضح في هذا الفرع تطور عدد إشتراكات الهاتف الثابت في الجزائر من سنة 2014 إلى نهاية السداسي الأول 2020 في الجدول التالي :

الفصل الرابع : تقييم جودة الخدمة المصرفية الالكترونية في ظل استخدام نظم وتكنولوجيا المعلومات في

البنوك محل الدراسة

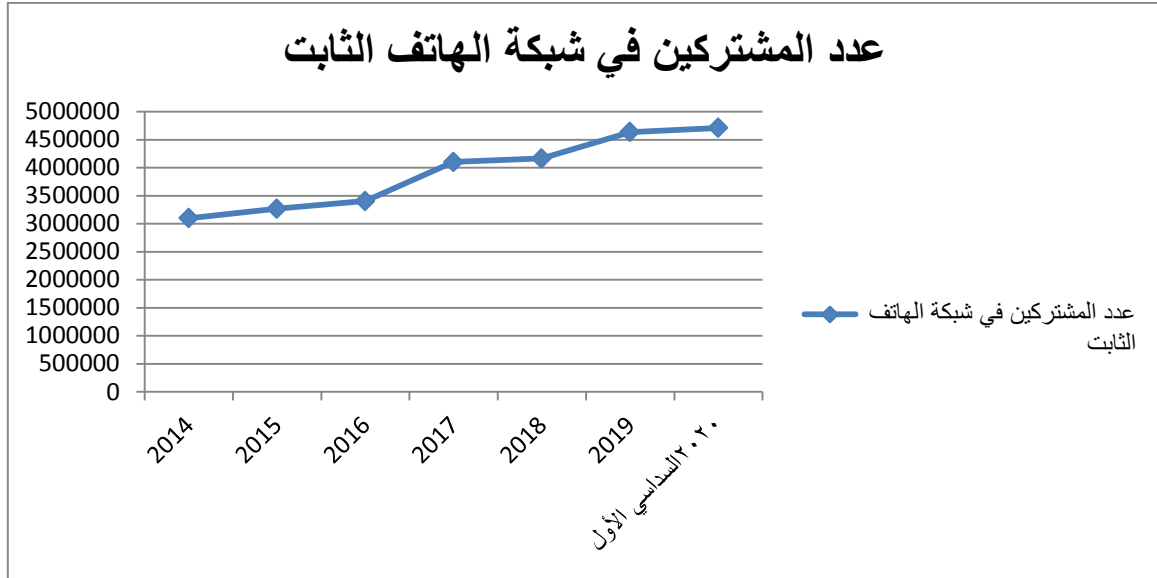
الجدول رقم (4-1): تطور عدد إشتراكات الهاتف الثابت في الجزائر من 2014 إلى سنة 2020 .

المؤشر	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
عدد المشتركين في شبكة الهاتف الثابت	3098787	3267592	3404709	4100982	4164039	4635217	4709374

المصدر : تقرير التنمية لسوق الهاتف والأترنت في الجزائر، وزارة البريد والمواصلات السلكية واللاسلكية، سلطة ضبط البريد والمواصلات السداسي الأول لسنة 2020، ص 02 .

كما يمكن توضيح تطور عدد إشتراكات الهاتف الثابت في الجزائر الشكل التالي :

الشكل رقم (4-1) : تطور عدد إشتراكات الهاتف الثابت في الجزائر من سنة 2014 إلى السداسي الأول من سنة 2020 .



المصدر: من إعداد الباحثة بناء على تحليل المعلومات السابقة في الجدول رقم (4-1).

ونلاحظ من خلال الشكل رقم(4-1) تطور عدد إشتراكات الهاتف الثابت في الجزائر يميل في السنوات الأخيرة نحو

نمو إيجابي خلال السداسي الأول من سنة 2020، سجل هذا العدد نمو طفيف بـ 1.57% لينتقل من 4.6 مليون

سنة 2019 إلى 4.7 مليون إشتراك خلال السداسي الأول من سنة 2020 .

2.1. تطور عدد إشتراكات الهاتف الثابت حسب نوع الاشتراك:

سنوضح في هذا الفرع تطور عدد إشتراكات الهاتف الثابت حسب نوع الاشتراك سواء كان إشتراك مهني، أو إشتراك

مهني من سنة 2015 إلى السداسي الأول من سنة 2020 في الجدول التالي:

الجدول رقم (4-2): تطور عدد إشتراكات الهاتف الثابت حسب نوع الاشتراك من 2015 إلى السداسي الأول من سنة 2020.

المؤشر	2015	2016	2017	2018	2019	2020
الاشتراكات السكنية	2832238	2967737	3611735	3711765	4190162	4272004
الاشتراكات المهنية	435354	436972	489247	452274	445055	437370
المجموع	3267592	3404709	4100982	4164039	4635217	4709374

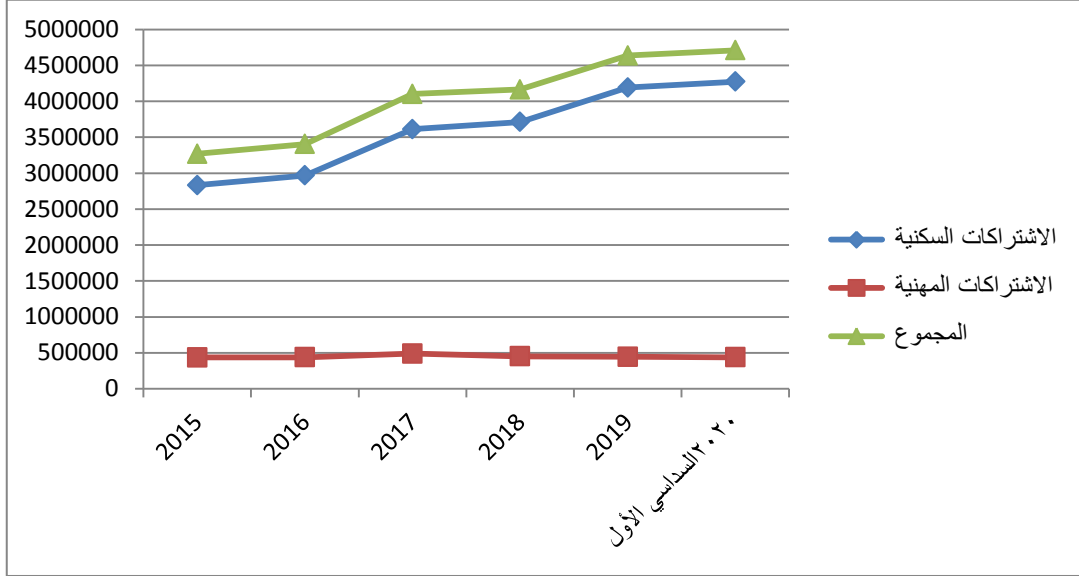
المصدر : تقرير التنمية لسوق الهاتف والأترنت في الجزائر، سلطة ضبط البريد والمواصلات ، السداسي الأول 2020، ص.02

الفصل الرابع : تقييم جودة الخدمة المصرفية الالكترونية في ظل استخدام نظم وتكنولوجيا المعلومات في

البنوك محل الدراسة

ويمكن توضيح تطور عدد إشتراكات الهاتف الثابت حسب نوع الاشتراك من 2015 إلى السداسي الأول من سنة 2020 في الشكل التالي:

الشكل رقم (4-2): تطور عدد إشتراكات الهاتف الثابت حسب نوع الاشتراك من 2015 إلى السداسي الأول من سنة 2020



المصدر: من إعداد الباحثة بناء على تحليل معلومات سابقة من الجدول رقم (4-2) .

ونلاحظ من خلال الشكل رقم (4-2) أن هيئة الاشتراك السكني تستمر خلال السداسي الأول لسنة 2020 على إشتراكات شبكة الهاتف الثابت، بحيث تمثل الإشتراكات السكنية %71.90 من المجموع الإجمالي للإشتراكات .

2. شبكة الهاتف النقال:

سنوضح في هذا الفرع تطور عدد الإشتراكات حسب طريقة الدفع، وتطور كثافة الهاتف النقال، وكذا عدد الإشتراكات في شبكة الهاتف النقال موزعة حسب المتعامل، وحصص سوق الهاتف النقال، ونسبة تغطية السكان بشبكة الهاتف النقال من سنة 2015 إلى السداسي الأول من سنة 2020 .

1.2. تطور عدد الإشتراكات حسب طريقة الدفع:

سنوضح تطور عدد الإشتراكات حسب طريقة الدفع المسبق، والدفع البعدي من سنة 2015 إلى السداسي الأول من سنة 2020 في الجدول التالي :

الجدول رقم (4-3) : تطور عدد الإشتراكات حسب طريقة الدفع من سنة 2015 إلى السداسي الأول من سنة 2020 .

المؤشر	2015	2016	2017	2018	2019	سأ 2020
الدفع المسبق	39296986	41197999	41943543	41036380	40635183	40670308
الدفع البعدي	4093979	4619847	3902122	6184408	4790350	3741422
المجموع	43390965	45817846	45845665	47154264	45425533	44411730

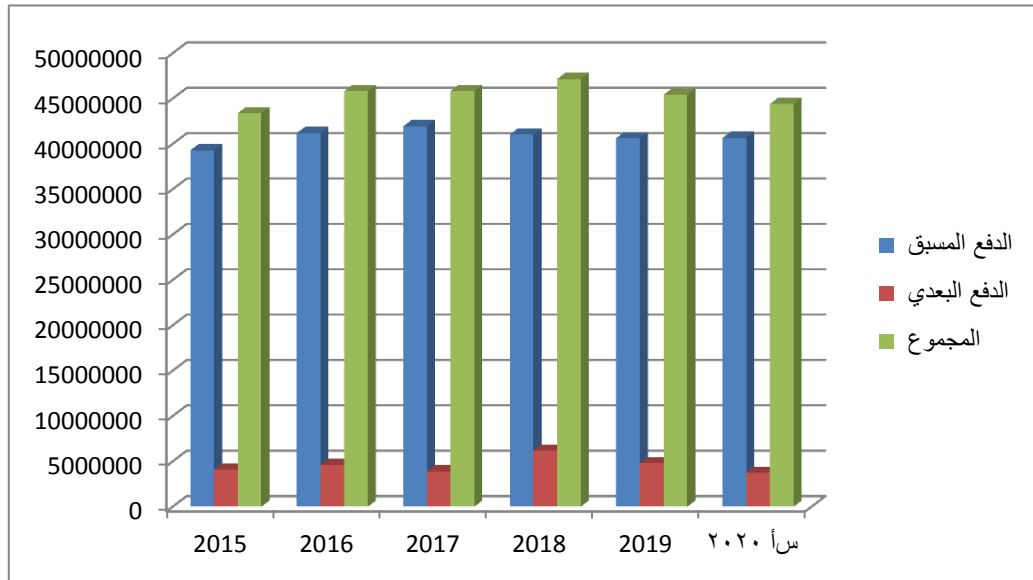
المصدر: تقرير التنمية لسوق الهاتف والأترنت في الجزائر، وزارة البريد والمواصلات السلكية واللاسلكية، سلطة ضبط البريد والمواصلات السداسي الأول، 2020، ص. 03 .

الفصل الرابع : تقييم جودة الخدمة المصرفية الالكترونية في ظل استخدام نظم وتكنولوجيا المعلومات في

البنوك محل الدراسة

ويمكن توضيح تطور عدد الاشتراكات حسب طريقة الدفع من سنة 2015 إلى السادسي الأول من سنة 2020 في الشكل التالي:

الشكل رقم (3-4) : تطور عدد الاشتراكات حسب طريقة الدفع من سنة 2015 إلى السادسي الأول من سنة 2020



المصدر: من إعداد الباحثة بناء على تحليل المعلومات السابقة في الجدول رقم (3-4) .
ونلاحظ من خلال الشكل رقم (3-4) أنه منذ سنة 2019 سجل إنخفاض في عدد إشتراكات الهاتف النقال، وتجدد الإشارة إلى أنه تم تسجيل هذا الانخفاض على المستوى الدولي وفقا للمنظمة العالمية للاتصالات .
أما فيما يخص نوع دفع الاشتراك فمثلا تزال هيمنة الدفع المسبق لاشتراكات الهاتف النقال بنسبة **91.58%** مقابل **8.42%** لاشتراكات الدفع البعدي خلال السادسي الأول لسنة 2020 .

2.2. تطور كثافة الهاتف النقال (نسبة الولوج إلى شبكة الهاتف النقال) (GSM.3G.4G)

سنوضح في هذا الفرع نسبة الولوج إلى شبكة الهاتف النقال من سنة 2014 إلى نهاية السادسي الأول من سنة 2020 في الجدول التالي :

الجدول رقم (4-4): تطور كثافة الهاتف النقال ونسبة الولوج إلى شبكة الهاتف النقال GSM.3G.4G من 2014 إلى 2020

المؤشر	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020سأ
كثافة الهاتف النقال	109.62%	107.40%	112.20%	109.95%	111%	103.02%	101.07%

المصدر : تقرير التنمية لسوق الهاتف والأترنت في الجزائر، وزارة البريد والمواصلات السلكية واللاسلكية، سلطة ضبط البريد والمواصلات السادسي الأول 2020 ، ص04 .

تم الأخذ بعين الاعتبار عدد السكان في الجزائر **43.9** مليون نسمة حسب سلطة الضبط البريد والاتصالات الالكترونية .

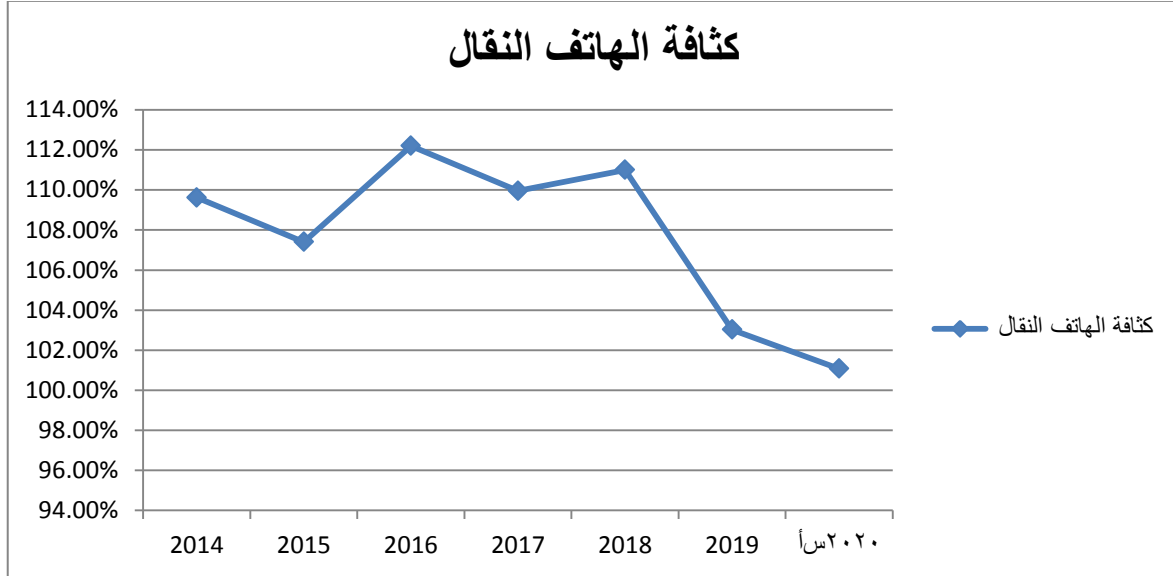
الفصل الرابع : تقييم جودة الخدمة المصرفية الالكترونية في ظل استخدام نظم وتكنولوجيا المعلومات في

البنوك محل الدراسة

كما يمكن توضيح تطور كثافة الهاتف النقال ونسبة الولوج إلى شبكة الهاتف النقال GSM.3G.4G من 2014 إلى

السداسي الأول من سنة 2020 في الشكل التالي:

الشكل رقم (4-4): تطور كثافة الهاتف النقال ونسبة الولوج إلى شبكة الهاتف النقال GSM.3G.4G من 2014 إلى 2020



المصدر: من إعداد الباحثة بناء على تحليل المعلومات السابقة الموجودة في الجدول رقم (4-4).

ونلاحظ من خلال الشكل رقم (4-4) أن معدل تغطية كثافة الهاتف النقال منذ سنة 2014 سجلت نوع من

الاستقرار، في النصف الأول لسنة 2020 سجلت نسبة %101.17 بانخفاض قدره تقريبا %02 مقارنة بسنة

2019 هذا يفسر من جهة إنخفاض عدد الاشتراكات النقالة، ومن جهة أخرى زيادة عدد السكان .

3.2. عدد الاشتراكات في شبكة الهاتف النقال موزعة حسب المتعامل:

سنوضح في هذا الفرع عدد الاشتراكات في شبكة الهاتف موزعة حسب المتعامل الجزائري لاتصالات موبيليس، أوبيتوم

تليكوم، الشركة الوطنية لاتصالات الجزائر من سنة 2015 إلى السداسي الأول من سنة 2020 في الجدول التالي:

الجدول رقم(4-5) : عدد الاشتراكات في شبكة الهاتف النقال موزعة حسب المتعامل من 2015 إلى سنة 2020

المؤشر	2020	2019	2018	2017	2016	2015
الجزائر للاتصالات موبيليس ATM	18654330	18633371	19106401	18365148	16885490	14087440
أوبيتوم تليكوم الجزائر OTA	13952347	14707625	15848104	14947870	16360904	17005165
الوطنية لاتصالات الجزائر WTA	11805053	12084537	12199759	12532647	12571452	12298360
المجموع	44411730	45425533	47154264	45845665	45817846	43900965

المصدر : تقرير التنمية لسوق الهاتف والأترنت في الجزائر، وزارة البريد والمواصلات السلكية واللاسلكية، سلطة ضبط البريد والمواصلات

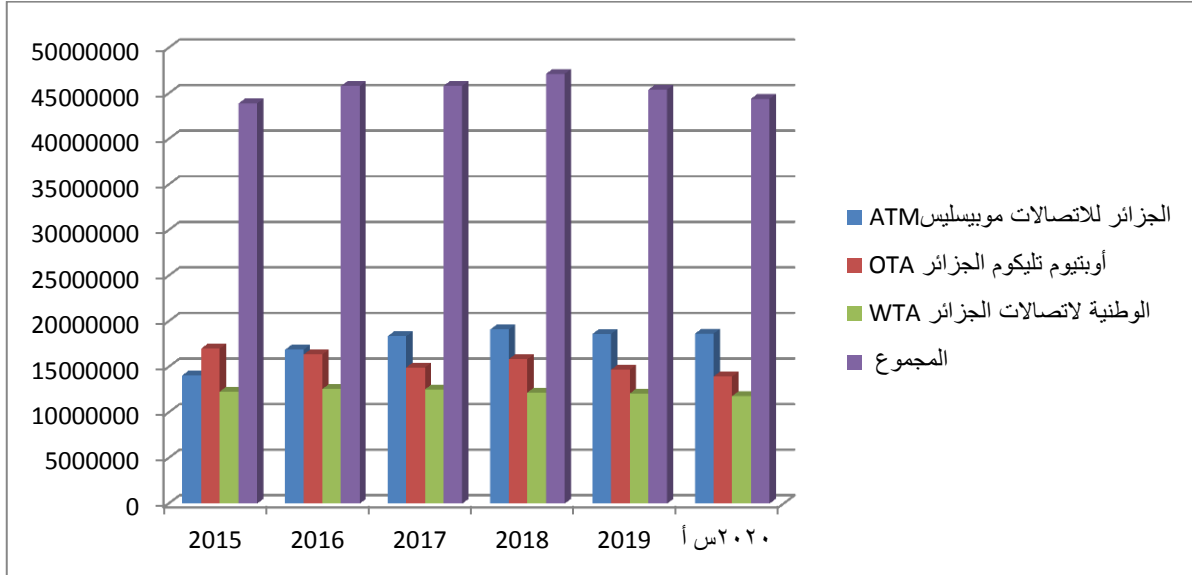
السداسي الأول 2020، ص.05

الفصل الرابع : تقييم جودة الخدمة المصرفية الالكترونية في ظل استخدام نظم وتكنولوجيا المعلومات في

البنوك محل الدراسة

ويمكن توضيح عدد الاشتراكات في شبكة الهاتف النقال موزعة حسب المتعامل من 2015 إلى السداسي الأول من سنة 2020 في الشكل التالي:

الشكل رقم (4-5): عدد الاشتراكات في شبكة الهاتف النقال موزعة حسب المتعامل من 2015 إلى السداسي الأول من سنة 2020



المصدر : من إعداد الباحثة بناء على تحليل المعلومات السابقة في الجدول رقم (4-5) .

ونلاحظ من خلال الشكل رقم (4-5) أن في السداسي الأول من سنة 2020 سجل المتعامل موبيليس إرتفاع طفيف في عدد المشتركين على عكس التوجه الملاحظ عالميا، والذي تم تسجيله عند المتعاملين أوبييوم تليكوم .

4.2. حصص سوق الهاتف النقال:

يسمح تحليل حصص السوق بقياس أداء المتعاملين، شدة المنافسة أو موقع المتعامل في قطاع السوق، ويتم حساب حصة السوق من خلال إعتبار النسبة بين عدد إشتراكات كل متعامل وإجمالي الاشتراكات .

ويمكن توضيح حصص سوق الهاتف النقال حسب المتعاملين (ATM , OTA , WTA) من سنة 2017 إلى نهاية السداسي الأول من سنة 2020 في الجدول التالي:

الجدول رقم (4-6): حصص سوق الهاتف النقال حسب المتعاملين (ATM , OTA , WTA) من 2017 إلى سنة 2020

المؤشر	2017	2018	2019	2020 س أ
الجزائر للاتصالات موبيليس ATM	40.06%	40.52%	41.02%	42.00%
أوبييوم تليكوم OTA	32.60%	33.61%	32.38%	31.42%
الوطنية للاتصالات الجزائر WTA	27.34%	25.87%	26.60%	26.58%

المصدر: تقرير التنمية لسوق الهاتف والأترنت في الجزائر، وزارة البريد والمواصلات السلكية واللاسلكية ، السداسي الأول 2020، ص 05 .
ونلاحظ من خلال الجدول رقم (4-6) فيما يتعلق بتوزيع حصص السوق بين المتعاملين، أن المتعامل موبيليس إستحوذ على الحصة الأكبر في النصف الأول لسنة 2020 بنسبة 42%، وبالتالي تأكيده كرائد في السوق للعام

الفصل الرابع : تقييم جودة الخدمة المصرفية الالكترونية في ظل استخدام نظم وتكنولوجيا المعلومات في البنوك محل الدراسة

الثالث منذ سنة 2016 تليها شركة أوبييوم تليكم الجزائر بنسبة %31.42، والوطنية للاتصالات الجزائر بنسبة %26,58.

5.2. عدد إشتراكات الهاتف النقال حسب التكنولوجيا:

يمكن توضيح عدد الاشتراكات حسب تكنولوجيا الهاتف النقال من سنة 2015 إلى السداسي الأول من سنة 2020 في الجدول التالي:

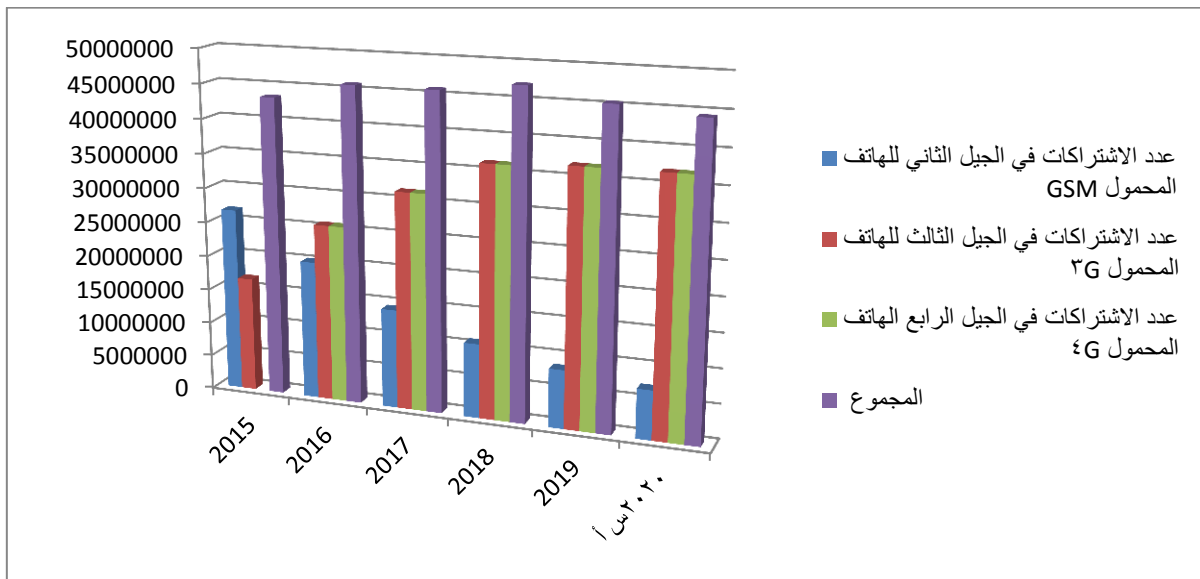
الجدول رقم (4-7): عدد الاشتراكات حسب تكنولوجيا الهاتف النقال من سنة 2015 إلى س أ من سنة 2020

المؤشر	2015	2016	2017	2018	2019	2020
عدد الاشتراكات في الجيل الثاني للهاتف المحمول GSM	26706268	20125227	14385131	10811663	8514105	7151778
عدد الاشتراكات في الجيل الثالث للهاتف المحمول 3G	16684697	25692619	31460534	36342601	36911428	36967783
عدد الاشتراكات في الجيل الرابع للهاتف المحمول 4G	/	25692619	31460534	36342601	36911428	36967783
المجموع	43390965	45817846	45845665	47154264	45425533	44411730

المصدر : تقرير التنمية لسوق الهاتف والأترنت في الجزائر، وزارة البريد والمواصلات السلكية واللاسلكية ، سلطة ضبط البريد والمواصلات 2020، ص 06 .

كما يمكن توضيح عدد الاشتراكات حسب تكنولوجيا الهاتف النقال من سنة 2015 إلى السداسي الأول من سنة 2020 في الشكل التالي:

الشكل رقم (4-6): عدد الاشتراكات حسب تكنولوجيا الهاتف النقال من سنة 2015 إلى س أ من سنة 2020 .



المصدر: من إعداد الباحثة بناء على الجدول رقم (4-7).

الفصل الرابع : تقييم جودة الخدمة المصرفية الالكترونية في ظل استخدام نظم وتكنولوجيا المعلومات في

البنوك محل الدراسة

ونلاحظ من خلال الشكل رقم (4-6) أنه خلال السداسي الأول لسنة 2020 أكثر من 83% من مجموع الاشتراكات في شبكة الهاتف النقال هم اشتراكات الجيل الثالث والرابع بزيادة قدرها 1.98% مقارنة بسنة 2019 . كما نلاحظ أن عدد الاشتراكات في الجيل الثاني في إنخفاض مستمر منذ إنطلاق تكنولوجيا الهاتف النقال للجيل الثالث والرابع، ونفس الشيء بالنسبة للجيل الثالث بعد إنطلاق الجيل الرابع نهاية سنة 2016، وهذا راجع إلى هجرة المشتركين إلى عروض الأنترنت ذات النطاق الواسع .

6.2. نسبة تغطية السكان بشبكة الهاتف النقال:

سنوضح في هذا الفرع نسبة تغطية السكان بشبكة الهاتف النقال حسب الجيل الثاني والجيل الثالث والجيل الرابع من سنة 2015 إلى سنة 2019 في الجدول التالي :

الجدول رقم (4-8): نسبة تغطية السكان بشبكة الهاتف النقال من سنة 2015 إلى 2019 .

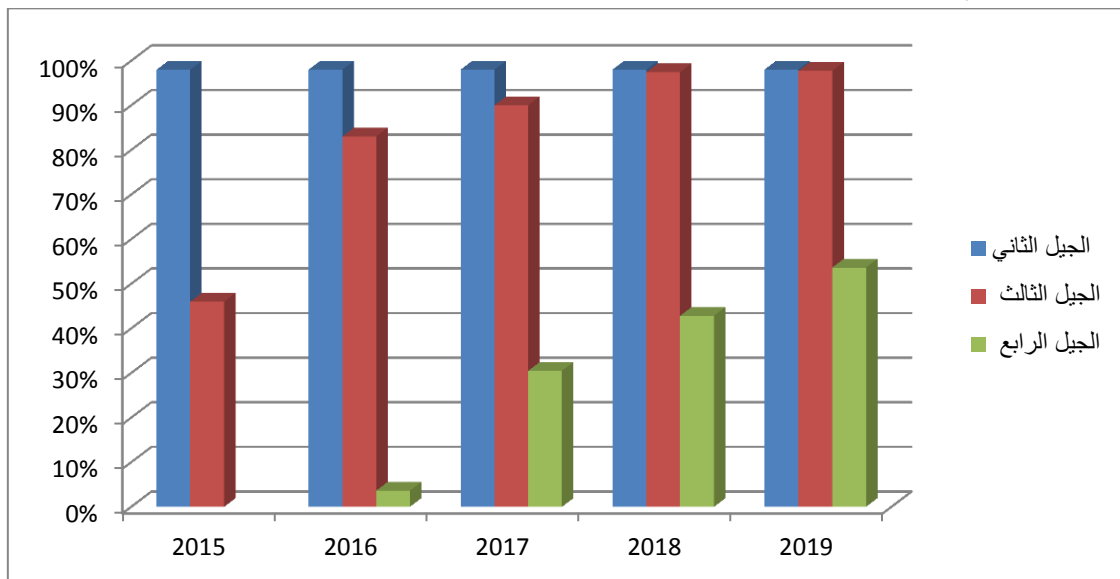
المؤشر	2015	2016	2017	2018	2019
الجيل الثاني	98%	98%	98%	98.04%	98.04%
الجيل الثالث	46%	83%	90%	97.45%	97.72%
الجيل الرابع	/	3.62%	30.49%	42.84%	53.63%

المصدر : تقرير التنمية لسوق الهاتف والأنترنت في الجزائر، وزارة البريد والمواصلات السلكية واللاسلكية، سلطة ضبط البريد والمواصلات السداسي الأول لسنة 2020، ص 06 .

نسبة تغطية الهاتف النقال بالنسبة للسداسي الأول لسنة 2020 غير متوفرة حاليا .

كما يمكن توضيح نسبة تغطية السكان بشبكة الهاتف النقال من سنة 2015 إلى 2019 في الشكل التالي :

الشكل رقم (4-7) : نسبة تغطية السكان بشبكة الهاتف النقال من سنة 2015 إلى سنة 2019 .



المصدر: من إعداد الباحثة بناء على تحليل المعلومات السابقة الموجودة في الجدول رقم (4-8)

الفصل الرابع : تقييم جودة الخدمة المصرفية الالكترونية في ظل استخدام نظم وتكنولوجيا المعلومات في

البنوك محل الدراسة

ونلاحظ من خلال الشكل رقم (4-7) أن شبكة الهاتف المحمول للجيلين الثاني والثالث تغطي تقريبا كامل السكان بينما تغطي شبكة الجيل الرابع أكثر من نصف السكان مع تسجيل زيادة طفيفة بين سنتي 2018 و2019 .

3. شبكة الأنترنت:

سنوضح في هذا الفرع تطور شبكة الألياف البصرية، وكذا تطور عدد إشتراكات الأنترنت من سنة 2015 إلى السداسي الأول من سنة 2020 .

1.3. شبكة الألياف البصرية:

في إطار عصرنة البنية التحتية وتحسين الخدمات، تتواصل الجهود المبذولة لتمديد شبكات الاتصال بالألياف البصرية، ونوضح تطور شبكة الألياف البصرية من سنة 2015 إلى س أ من سنة 2020 في الجدول التالي :

الجدول رقم (4-9): تطور شبكة الألياف البصرية من سنة 2015 إلى س أ من سنة 2020 .

المؤشر	2015	2016	2017	2018	2019 س أ	2020 س أ
طول الألياف البصرية (كم)	70700	76514	127372	145120	172000	181202
عرض النطاق الدولي (ميغابت /ثانية)	485155	630150	1015220	3374277	3564556	16343120

المصدر : تقرير التنمية لسوق الهاتف والأنترنت في الجزائر، سلطة ضبط البريد والمواصلات السداسي الأول لسنة 2020، ص 08 .

ونلاحظ من خلال الجدول رقم (4-9) أن في السداسي الأول لسنة 2019 بلغ طول الألياف البصرية 172000 كلم أما بالنسبة للسداسي الأول 2020 قد بلغ طول الألياف المنحزة بـ181202 كلم بزيادة %4.79 .

كما نلاحظ في السداسي الأول لسنة 2020 بلغ عرض نطاق الأنترنت الدولية بقدرة 16.343 جيغابت /الثانية، أي بزيادة قدرها %78 بالنسبة لسنة 2019، وهذا التحسن الكبير نتيجة الجهود المبذولة من ناحية تحسين الجودة، وخدمات الأنترنت مع زيادة في التدفق بزيادة نشر الكابلات الدولية الجديدة، وزيادة إستغلالها .

2.3. تطور عدد إشتراكات الأنترنت:

سنوضح في هذا الفرع تطور عدد إشتراكات شبكة الأنترنت الثابتة حسب نوع التكنولوجيا، وكذا توزيع إشتراكات الأنترنت الثابت حسب التدفقات من سنة 2015 إلى السداسي الأول من سنة 2020 .

1.2.3. تطور عدد إشتراكات شبكة الأنترنت الثابتة حسب نوع التكنولوجيا:

سنوضح تطور عدد إشتراكات شبكة الأنترنت الثابتة حسب نوع التكنولوجيا من سنة 2015 إلى السداسي الأول من سنة 2020 في الجدول التالي:

الفصل الرابع : تقييم جودة الخدمة المصرفية الالكترونية في ظل استخدام نظم وتكنولوجيا المعلومات في

البنوك محل الدراسة

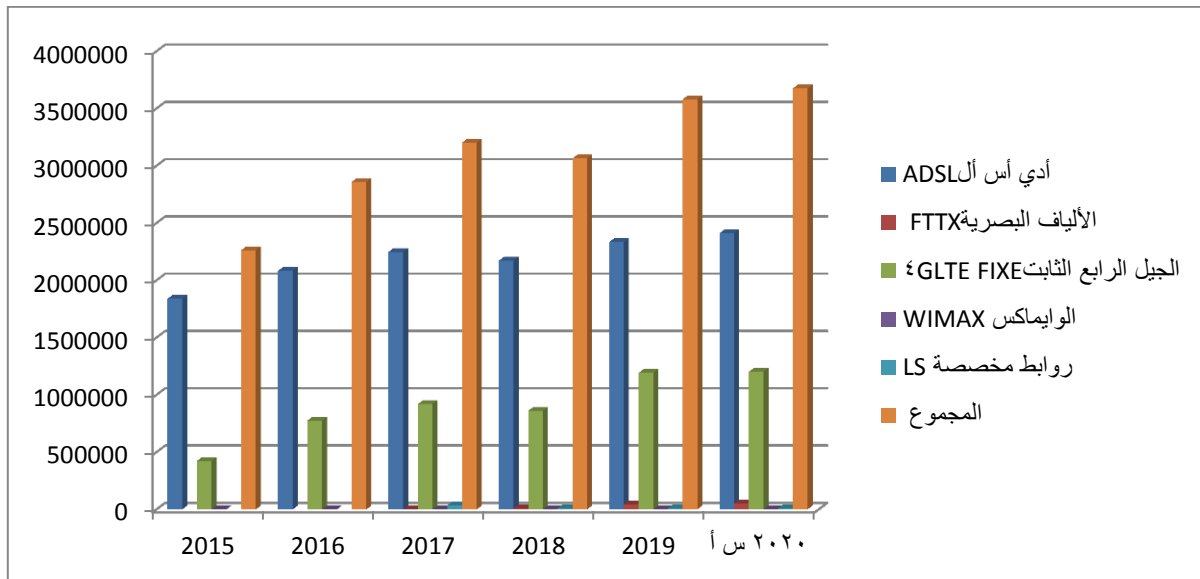
الجدول رقم (4-10): تطور عدد إشتراكات شبكة الأنترنت الثابتة حسب نوع التكنولوجيا من 2015 إلى س أ من 2020 .

المؤشر	2015	2016	2017	2018	2019	2020
أدي أس أل ADSL	1838746	2083098	2246918	2172096	2334005	2410242
الألياف البصرية FTTX	/	/	714	11369	43115	53394
الجيل الرابع الثابت 4GLTE FIXE	423280	775792	920244	861235	1191612	1201586
الوايمكس WIMAX	233	661	621	619	444	413
روابط مخصصة LS	/	/	34008	11516	11280	10291
المجموع	2262259	2859551	3202505	3063835	3580456	3675926

المصدر: تقرير التنمية لسوق الهاتف والأنترنت في الجزائر، سلطة ضبط البريد والمواصلات، السداسي الأول 2020، ص 07 .

كما يمكننا توضيح تطور عدد إشتراكات شبكة الأنترنت الثابتة حسب نوع التكنولوجيا من 2015 إلى السداسي الأول من 2020 في الشكل التالي:

الشكل رقم (4-8): تطور عدد إشتراكات شبكة الأنترنت الثابتة حسب نوع التكنولوجيا من 2015 إلى س أ من 2020



المصدر: من إعداد الباحثة بناء على تحليل المعلومات السابقة الموجودة في الجدول رقم (4-8)

ونلاحظ من خلال الشكل رقم (4-8) في نهاية السداسي الأول لسنة 2020 إرتفع عدد إشتراكات الأنترنت الثابت

بنحو 95470 مشتركا مقارنة بسنة 2019 بزيادة قدرها 2.6% .

الفصل الرابع : تقييم جودة الخدمة المصرفية الالكترونية في ظل استخدام نظم وتكنولوجيا المعلومات في

البنوك محل الدراسة

2.2.3. توزيع إشتراكات الأنترنت حسب التدفقات:

سنوضح توزيع إشتراكات الأنترنت حسب التدفقات من 2017 إلى س أ من 2020 في الجدول التالي :

الجدول رقم (4-11) : توزيع إشتراكات الأنترنت حسب التدفقات من 2017 إلى س أ من 2020 .

المؤشر	2017	2018	2019	2020
الإشتراكات أقل من 2 ميغابايت	1 070 607	7 557		
الإشتراكات من 2 ميغابايت إلى أقل من 10 ميغابايت	1 211 630	2 192 357	2 385 257	2 470 361
الإشتراكات التي تساوي أو تزيد عن 10 ميغابايت	920 268	863 921	1 195 199	1 205 565
المجموع	3 202 505	3 063 835	3 580 456	3 675 926

المصدر: تقرير التنمية لسوق الهاتف والأنترنت، وزارة البريد والمواصلات السلكية واللاسلكية، سلطة ضبط البريد والمواصلات السداسي الأول 2020، ص 08.

ونلاحظ من خلال الجدول رقم (4-11) أنه في السداسي الأول لسنة 2020، تعتبر الإشتراكات بين 2 ميغابايت و10 ميغابايت سائدة بنسبة 67.13%، والإشتراكات التي تفوق سرعة تدفق 10 ميغابايت تمثل 32.71%، وهذا راجع إلى السياسة القطاعية التي تهدف إلى توفير سرعة عالية تتماشى مع تطلعات المواطن الجزائري مع العلم أن جميع الإشتراكات تصب سرعة تدفقها إلى أكثر من 2 ميغابايت /الثانية .

4. تطور إشتراكات شبكة الأنترنت النقال:

سنوضح في هذا الفرع تطور إشتراكات الأنترنت النقال النشطون، وكذا تطور كثافة أنترنت الهاتف النقال لكل من موبيليس، أوبتيوم تيليكوم، الوطنية لاتصالات الجزائر .

1.4. إشتراكات الأنترنت النقال النشطون:

فيما يلي إحصائيات أنواع الإشتراكات في خدمة الأنترنت النقال (باستثناء مفاتيح الأنترنت وM2M) والتي يمكن توضيحها في الجدول التالي :

الجدول رقم (4-12) : إشتراكات الأنترنت النقال النشطون من 2017 إلى س أ من 2020 .

المؤشر	2017	2018	2019	2020
عدد إشتراكات الهاتف النقال 3G	21 592 863	17 422 312	11 989 157	10 637 991
عدد إشتراكات الهاتف النقال 4G	9 867 671	18 920 289	24 922 271	26 329 792
عدد إشتراكات الهاتف النقال 3G+ 4G	31 460 534	36 342 601	36 911 428	36 967 783

المصدر: تقرير التنمية لسوق الهاتف والأنترنت في الجزائر، سلطة ضبط البريد والمواصلات، السداسي الأول 2020، ص 08 .

الفصل الرابع : تقييم جودة الخدمة المصرفية الالكترونية في ظل استخدام نظم وتكنولوجيا المعلومات في

البنوك محل الدراسة

ونلاحظ من خلال الجدول رقم (4-12) أن خلال السداسي الأول لسنة 2020 بلغ العدد الاجمالي لاشتراكات الأنترنيت النقال أكثر من 36 مليون إشتراك، أي بارتفاع نسبي طفيف بنسبة 15% مقارنة بسنة 2019، وهذا برغم الانخفاض في عدد مشتركى الهاتف النقال. وكما هو موضح المشتركين يتكون الجيل الثالث، وينتقلون إلى الجيل الرابع للحصول على تدفقات أفضل .

2.4. تطور كثافة أنترنت الهاتف النقال (باستثناء مفاتيح الأنترنيت وM 2M)

سنوضح تطور كثافة أنترنت الهاتف النقال من سنة 2015 إلى السداسي الأول من سنة 2020 في الجدول التالي: الجدول رقم (4-13): تطور كثافة أنترنت الهاتف النقال (باستثناء مفاتيح الأنترنيت وM 2M) من 2015 إلى 2020 .

المؤشر	2015	2016	2017	2018	2019	2020
كثافة الأنترنيت	41%	63%	75%	85%	84.08%	83.44%

المصدر : تقرير التنمية لسوق الهاتف والأنترنيت، سلطة ضبط البريد والمواصلات، السداسي الأول 2020، ص 09 .

ونلاحظ من خلال الجدول رقم (4-13) خلال السداسي الأول لسنة 2020 عرف عدد إشتراكات الأنترنيت النقال إرتفاع طفيف قدره 0.15% مقارنة بسنة 2019 بكثافة قدرها 83.44% .

3.4. توزيع عدد إشتراكات أنترنت الهاتف النقال لكل متعامل (باستثناء مفاتيح الأنترنيت وM 2M):

سنوضح توزيع عدد إشتراكات أنترنت الهاتف النقال لكل متعامل موبيليس، أوبتيوم تليكوم، الوطنية لاتصالات الجزائر من سنة 2017 إلى السداسي الأول لسنة 2020 ، وكذا معدل التطور من 2019 إلى السداسي الأول لسنة 2020 .

الجدول رقم (04-14): توزيع عدد إشتراكات أنترنت الهاتف النقال لكل متعامل (باستثناء مفاتيح الأنترنيت وM 2M) من 2017 إلى سنة 2020

المؤشر	2017	2018	2019	2020	معدل التطور 2020- 2019
الجزائر لاتصالات موبيليس ATM	13 709 805	15 611 921	15 948 419	15 948 419	1,30%
أوبتيوم تليكوم الجزائر OTA	8 922 325	11 259 211	11 271 088	10 898 846	- 3.30%
الوطنية لاتصالات الجزائر WTA	8 828 404	9 471 469	9 899 021	10 120 518	2.19%
المجموع	31 460 534	36 342 601	36 911 288	36 967 783	0.15%

المصدر: تقرير التنمية لسوق الهاتف والأنترنيت في الجزائر، سلطة ضبط البريد والمواصلات، السداسي الأول لسنة 2020 ، ص 09 .

ونلاحظ من خلال الجدول رقم (04-14) في نهاية السداسي الأول لسنة 2020 بلغ عدد إشتراكات الأنترنيت عبر الهاتف النقال باستثناء مفاتيح الأنترنيت و M2M 36967 783 إشتراك بارتفاع طفيف قدره 0.15% مقارنة بسنة 2019 فتزال موبيليس دائما تتصدر المركز الأول متبوعة بأوبتيوم تليكوم الجزائر والوطنية لاتصالات الجزائر .

الفصل الرابع : تقييم جودة الخدمة المصرفية الالكترونية في ظل استخدام نظم وتكنولوجيا المعلومات في البنوك محل الدراسة

5. عدد المتعاملين ومقدمي الخدمات في مجال الاتصالات:

يمكننا توضيح عدد المتعاملين ومقدمي الخدمات الناشطين في سوق الاتصالات من سنة 2018 إلى السداسي الأول من سنة 2020 في الجدول التالي:

الجدول رقم (4-15): عدد المتعاملين ومقدمي الخدمات في مجال الاتصالات من سنة 2018 إلى 2020.

المؤشر	2018	2019	السداسي أ 2020
الهاتف الثابت	01	01	01
الهاتف النقال	03	03	03
الهاتف النقال الجيل الثالث	03	03	03
الهاتف النقال الجيل الرابع	03	03	03
الاتصالات الخاصة الشاملة للنقال عبر الأقمار الاصطناعية	01	01	01
متعاملي نقل الصوت عبر بروتوكول الأنترنت	02	01	01
موفر الدخول للأنترنت	30	22	15
الاستعلام الصوتي	08	08	07
مراكز النداء	89	81	84
الايواء والحوسبة السحابية	غ م	غ م	10

المصدر: تقرير التنمية لسوق الهاتف والأنترنت في الجزائر، سلطة ضبط البريد والمواصلات، السداسي الأول 2020، ص 10 .
ونلاحظ من خلال الجدول رقم (4-15) أن عدد المتعاملين ومقدمي الخدمات الناشطين في سوق الاتصالات من سنة 2018 إلى السداسي الأول من 2020 من متعاملي نقل الصوت عبر بروتوكول الأنترنت، وموفر الدخول للأنترنت الاستعلام الصوتي، ومراكز النداء سجل إنخفاضاً طفيفاً مقارنة بسنة 2018، كما أن خدمات الايواء والحوسبة السحابية كانت غير متوفرة سنة 2018، 2019 حتى السداسي الأول من سنة 2020 .

المطلب الثاني: الواقع العملي للبنوك الجزائرية والمؤسسات الداعمة للعمل المصرفي الالكتروني في الجزائر .

عرفت السوق المصرفية الجزائرية العديد من التطورات في بنيتها، وهذا إعتباراً من عام 1990 تاريخ الاصلاحات المالية والمصرفية في الجزائر، الأمر الذي سمح بدخول بنوك أجنبية أو فروع لبنوك أجنبية للاستثمار في السوق المصرفية الجزائرية، حيث إستفادت البنوك الجزائرية من تجربة الفروع المصرفية الأجنبية العاملة في ذات السوق، وأصبحت تقدم خدمات مصرفية إلكترونية .

الفرع الأول: بنية السوق المصرفية الجزائرية

يشير واقع هيكل الجهاز المصرفي الجزائري إلى إحتكار البنوك العمومية للنشاط المصرفي، في حين أن البنوك الخاصة فلا زالت بنوك فنية تبحث عن مكانة لها في السوق المصرفية الجزائرية، وهو الأمر الذي أدى إلى غياب روح المنافسة بين وحدات الجهاز المصرفي، كما أن البنوك الجزائرية لا زالت تقدم خدمات قليلة مقارنة بالبنوك الأجنبية العاملة في السوق المصرفية بالجزائر .

أولاً: هيكل النظام المصرفي الجزائري في الفترة (2000-2020):

إستناداً إلى تقارير صادرة عن بنك الجزائر أصبح النظام المصرفي يتكون في نهاية عام 2020 من عشرين (20) بنكا وتسعة (9) مؤسسات معتمدة حتى نهاية جانفي 2020، وهذا بعد ما كان يتكون من 25 مصرفاً عام 2009 ومؤسسة مالية، والتي تتوزع على النحو التالي:

- ستة بنوك عمومية كبرى، وهي :

- البنك الخارجي الجزائري، البنك الوطني الجزائري، القرض الشعبي الجزائري، بنك التنمية المحلية، بنك الفلاحة والتنمية الريفية، بالإضافة إلى الصندوق الوطني للتوفير والاحتياط .

- أربعة عشر بنكا خاصا، وهي:

بنك البركة الجزائري، سيتي بنك الجزائر (فرع بنك)، المؤسسة العربية المصرفية -الجزائر- ، ناتيكييس الجزائر ، سوسيتي جنرال -الجزائر، البنك العربي الجزائر (فرع بنك)، بي .ن.بي باريباس الجزائر، ترست بنك-الجزائر، بنك الاسكان للتمويل والتجارة-الجزائر، بنك الخليج -الجزائر، فرنسا بنك -الجزائر، كريدي أقرىكول كربورات وإنفاستمانت بنك-ألجيري، إتش إس بي سي -الجزائر (فرع بنك)، مصرف السلام -الجزائر .

من ضمن هذه البنوك منها ما هو بنك : (بنك البركة الجزائري ، المؤسسة العربية المصرفية، ناتيكييس ، سوسيتي جنرال، بي .ن.بي باريباس الجزائر، ترست بنك-الجزائر، بنك الاسكان للتمويل والتجارة، بنك الخليج فرنسا بنك، كريدي أقرىكول كربورات و إنفاستمانت بنك-ألجيري، مصرف السلام، ما مجموعه 11 بنك خاص (برأس مال مختلط)، أما المتبقي وهو ثلاثة فروع لبنوك خاصة (سيتي بنك الجزائر ، البنك العربي -الجزائر، إتش إس بي سي -الجزائر) .

أما المؤسسات المالية المعتمدة حتى 2020 فتمثلت في تسع (09) مؤسسات مالية وهي : شركة إعادة التمويل الرهنى، الشركة المالية للاستثمار والمساهمات والتوظيف، الشركة العربية للابحار المالي، سيتيلام الجزائر ، الصندوق للتعاضدية

الفصل الرابع : تقييم جودة الخدمة المصرفية الالكترونية في ظل استخدام نظم وتكنولوجيا المعلومات في

البنوك محل الدراسة

الفلاحية، مؤسسة مالية، الشركة الوطنية للإيجار المالي، إيجار ليزينغ الجزائر، الجزائر إيجار ، حيث تضمنت هذه القائمة خمس مؤسسات (05) مؤسسات للإيجار، وأربعة مؤسسات مالية (04) .

الفرع الثاني: الهياكل الداعمة للعمل المصرفي الالكتروني في الجزائر

العمل المصرفي في الجزائر مرهون بتوافر و وجود هياكل داعمة له، هذه الهياكل توفر دعم للبنوك العاملة في السوق المصرفية الجزائرية لتقدم الخدمات ذات الصيغة الالكترونية، ومن هذه الهياكل نذكر ما يأتي :

أولاً: شركة النقد الآلي والعلاقات التلقائية ما بين البنوك " SATIM "

تعد شركة ساتيم من بين الهيئات التي تعمل على تسيير المعاملات الالكترونية في الجزائر، ومن ثم فهي تعد من الهياكل الداعمة للصيرفة الالكترونية في الجزائر .

1.نشأة شركة (ساتيم):

إن إنشاء شركة النقد الآلي والعلاقات التلقائية ما بين المصارف " SATIM " ناتجة عن مبادرة المؤسسات المصرفية الساعية لتطوير وتسهيل التحكم في عملية التحول إلى النقد الآلي وتحديث وسائل الدفع، وكذا لاستحالة قيام كل مصرف بإنشاء مراكز تسيير ودراسة عمليات النقد الآلي الخاصة به، نظرا لما يترتب عن ذلك من إستثمارات وتكاليف ضخمة، مما يعيق العملية خاصة كونها في بدايتها. ومن هذا المنطلق قررت مجموعة من المصارف إنشاء هيئة مشتركة فيما بينها لتسهيل العمليات المصرفية الخاصة بالنقد الآلي، وهنا جاء ميلاد " SATIM " في 25 مارس 1995 في شكل شركة ذات أسهم، يساهم في رأس مالها ثمانية مصارف جزائرية: البنك الوطني الجزائري، بنك الفلاحة والتنمية الريفية، بنك الجزائر الخارجي، الصندوق الوطني للتوفير والإحتياط، القرض الشعبي الجزائري، بنك التنمية المحلية، الصندوق الوطني للتعاون الفلاحي، بنك البركة الجزائري، كما أن هناك مؤسسات مصرفية تشارك في " SATIM " ألا وهي: بريد الجزائر، **Paribas Algérie BNP, Sociét Générale d'Algerie** ، **Bank housing ,Natexis Algérie ,AGB** ، ومصرف **ABC** ؛ (بورزق، 2008، ص94) .

2. مهام شركة " SATIM " :

جاء إنشاء شركة " SATIM " بغرض أداء مجموعة من المهام الأساسية والضرورية التي تحقق السير الفعال لتعاملات النقد الآلي، وتمثل هذه المهام فيما يلي ؛ (حمو، 2016، ص 183):

- النهوض بوسائل الدفع الإلكترونية، وتطوير إستخدامها في المجتمع الجزائري .

الفصل الرابع : تقييم جودة الخدمة المصرفية الالكترونية في ظل استخدام نظم وتكنولوجيا المعلومات في

البنوك محل الدراسة

- تطوير تسيير النقد ما بين المصارف وتحديث التقنيات المصرفية .
- عصرنة وسائل الدفع بحيث تعمل الشركة على إدماج الموزعات الآلية في المصارف الجزائرية، وتقوم بصناعة البطاقات المصرفية (بطاقة السحب والدفع)، وذلك وفقا للمقاييس المعمول بها دوليا، وطبع الرمز السري، هذه الخدمة تنشأ عن طريق عقد يبرم بين شركة "SATIM" و المصرف .
- تقوم شركة "SATIM" بعملية الربط بين أجهزة الموزعات الآلية **DAB** ومصالحها بواسطة شبكة إتصال (**X25-DZ-PAC**)، وهو خط إتصال مباشر لبعث المعلومات من أجهزة الصراف الآلي إلى شركة "SATIM" الأمر الذي يسمح بالقيام بعمليات السحب عن طريق البطاقات البنكية ، وتشكل هذه العمليات من خلال مجموعة من وظائف يتم تقسيمها إلى ؛ (**Lazerag , 2015, p. 70**):
- **Front –office**: وهو الذي يؤمن بالارتباط بين المصارف، التجار، نهائيات الدفع الإلكتروني والموزعات الآلية للأوراق النقدية .
- **Back-office**: وهو الذي يقوم بالمعاينات الداخلية لكل العمليات التي تتم بالبطاقات المصرفية ودراستها .

ثانيا: مؤسسات الجزائر لخدمات الصيرفة الالكترونية

إن أحد أهم أوجه الصيرفة الإلكترونية هي الصيرفة على الخط، وفي إطار سعي الجزائر لتبني مشروع الصيرفة الإلكترونية عملت على إيجاد هذا النوع من الخدمة في السوق المالي الجزائري، لكن قدرات المصارف الجزائرية لم تسمح بذلك، ومن هنا جاءت فكرة إنشاء مؤسسة تقدم أو تساعد المصارف الجزائرية على تقديم هذا النوع من الخدمات فكانت "الجزائر لخدمات الصيرفة الإلكترونية"

1. تعريف شركة الجزائر لخدمات الصيرفة الإلكترونية " AEBS " :

نتجت هذه الشركة عن إتفاق شراكة بين المجموعة الفرنسية **DIAGRAMEDI** الرائدة في مجال البرمجيات المتعلقة بالصيرفة الإلكترونية، وأمن تبادل البيانات المالية بمشاركة ثلاث مؤسسات جزائرية **SOFT ANGINERING** و **MULTIME MAGAT**، ومركز البحث في الإعلام العلمي والتقني **CERIST**، لتنشأ شركة مختلطة سميت الجزائر لخدمات الصيرفة الإلكترونية، تقدم هذه الشركة خدماتها المتعلقة بالمصارف عن بعد، وتسيير وتؤمن تبادل البيانات المالية لجميع المصارف والمؤسسات المالية باختلاف أصناف زبائنها (مؤسسات كبرى، مجموعة شركات، تجار، مهنيين، حواص) بتقديم تشكيلة من الخدمات بدرجة عالية من الأمن والسلامة في أداء العمليات؛ (حطاب، 2017، ص 189) .

الفصل الرابع : تقييم جودة الخدمة المصرفية الالكترونية في ظل استخدام نظم وتكنولوجيا المعلومات في

البنوك محل الدراسة

إن هذه الشركة أنشأت من أجل هدف أساسي هو تلبية حاجيات المؤسسات المالية باقتراح برمجيات تقدم خدمات متعددة وذلك من خلال؛ (آيت زيدان و آيت زيدان، 2007، ص 16):

- إقتراح حلول للمصارف عن بعد من جهة.
- تبسيط وتأمين المبادلات الإلكترونية متعددة الأقسام من جهة أخرى .
- الخدمات المقدمة توجد على قسمين على نفس الدرجة من التطور التكنولوجي:

▪ الصنف الخاص بالبنك **DIAGRAM E-BANKING**.

▪ صنف التبادل الإلكتروني للبيانات **EDI** متعدد الجهات والأقسام **DIAGRAME –FILES**

وتضمن تزويد زبائنها بكل تطور تكنولوجي ووظيفي يعرفه القطاع، وتقدم خدماتها يكون بصفة مستمرة طوال مدة الإستفادة منها كما يلي:

أ. التحليل الأولي: تقوم بعمليات تدقيق الحاجات، والموجودات، ودراسة المحيط دراسة دقيقة لتقديم حلول تناسب مع المؤسسة ومحيطها.

ب. التركيب: ويتمثل في تقديم الخدمة، والإشراف على العمليات مع ما تشمله من خدمات مرفقة.

ج. المتابعة المستمرة: وتكون بتقديم خدمات الصيانة، التكوين، المساعدة عن بعد لضمان الإنتاجية المستمرة للعمليات.

وتهدف شركة الجزائر لخدمات الصيرفة الالكترونية **AEBS** إلى :

-الاقتراح على زبائن البنوك والمؤسسات المالية حلول معتمدة أساسا على الخدمات متعددة القنوات وفعالية عالية مع تأمين تام لمبادلات المعلومات .

-تكييف الخدمات وفق حاجات كل زبون ووفق رغباته .

-تسمح لزبائنها باكتساب نظام معلومات ممتد على مجالات عديدة وهذا بما يتوافق مع مستلزمات كل واحد منهم .

وشركة **AEBS** تعتبر بحق أول خطوة للجزائر في مجال الصيرفة الإلكترونية، بما حقته من توفير هذه الخدمات، ولكن

هذا لا يمنع وجود شركات أخرى لتقديم خدمات الصيرفة الإلكترونية وهذا لتحقيق المنافسة من جهة وتوسيع قاعدة

هذه الخدمات من جهة أخرى من أجل تطوير النظام المصرفي والمالي ومحاوله اللحاق بركب الدول الأخرى التي قطعت

أشواطاً كبيرة في هذا المجال.

ثالثا: سلطة ضبط البريد والمواصلات

هي منشأة مستقلة تتمتع بالسلطة المعنوية والسلطة المالية، تم إنشاؤها في إطار تحرير البريد والمواصلات السلكية واللاسلكية، وقد تم عرض هذين الأخيرين للمنافسة قصد تشجيع مشارك القطاع الخاص في هذا السوق. وتتمثل المهام الرئيسية لسلطة ضبط البريد والاتصالات السلكية واللاسلكية فيما يأتي؛ (بركان، 2014، ص 232):

- العمل على إحترام الإطار والترتيبات التنظيمية لنشاط البريد والمواصلات السلكية واللاسلكية .
- السهر على إرساء منافسة فعالة على مستوى سوق البريد والمواصلات السلكية واللاسلكية والعمل على تعزيز المنافسة واستعادتها .
- تسيير إجراء مناقصة، منح تراخيص إنشاء وتشغيل شبكات الاتصال العامة، والتي تعتبر من ضمن البنية التحتية الداعمة لقطاع البنوك .
- تقديم الرأي بشأن المسائل المتعلقة بالبريد والاتصالات السلكية واللاسلكية، خاصة مما تعلق منها بتحديد أسعار الخدمات مع تكييف التشريعات وفقا للاستراتيجية التنموية للجزائر.

المطلب الثالث: الخدمات المصرفية الالكترونية المقدمة من طرف البنوك الجزائرية

لم تصبح البنوك الجزائرية مقتصرة على تقديم خدمات مصرفية تقليدية، بل إمتد الأمر إلى تقديم خدمات مصرفية إلكترونية، وتوفير الأرضية لهذه الخدمات، من برامج وموزعات إلكترونية، وكذا إنشاء البنوك الجزائرية لمواقع إلكترونية وإن كان أغلب هذه المواقع هي مواقع إتصالية .

الفرع الأول: الخدمات المصرفية الالكترونية المقدمة من طرف البنوك العمومية في الجزائر.

في إطار عصرنة وتحديث الخدمة المصرفية، وتيسير وصول الخدمة المصرفية للزبائن، إتجهت البنوك الجزائرية من تقديم خدمات مصرفية تقليدية إلى خدمات مصرفية إلكترونية تعتمد على تكنولوجيا المعلومات والاتصال وعلى الأنظمة الحديثة، وهذا بغية تيسير وصول الخدمة المصرفية للزبائن وتحسين جودة الخدمة المصرفية المقدمة .

ويمكن توضيح الخدمات المصرفية الالكترونية التي تقدمها هذه البنوك في الجدول التالي:

الفصل الرابع : تقييم جودة الخدمة المصرفية الالكترونية في ظل استخدام نظم وتكنولوجيا المعلومات في

البنوك محل الدراسة

الجدول رقم (4-16) : الخدمات المصرفية الالكترونية المقدمة من طرف البنوك العمومية في الجزائر

البنك	الخدمات المصرفية الالكترونية المقدمة
بنك الجزائر (BA)	يملك بنك الجزائر موقع على شبكة الأنترنت www.bank-of-algeria.dz يقتصر دور هذا الموقع على عرض المؤشرات المالية والمصرفية التي تخص وضعية السوق المصرفية الجزائرية ، ومن ثم فإن هذا الموقع لا يتيح للزبائن الحصول على خدمات . كما يقوم البنك في إطار تدخلاته الروتينية القيام بعمليات المقاصة الالكترونية .
بنك الجزائر الخارجي (BEA)	يملك الجزائر الخارجي موقع إلكتروني www.bea.dz يمكنه من الترويج لجميع خدماته المصرفية، وكذا الاتصال بعملائه ، كما يتيح له تقديم بعض الخدمات المصرفية عبر الأنترنت . -الصيرفة عبر الأنترنت ebankingbea خدمة متوفرة على مدار الساعة ، طوال الأسبوع ، عبر الأنترنت تتيح للزبائن البنك الاطلاع على رصيد حساباتهم ، طلب كشف حساباتهم ، دفتر الشيكات ، التحويل من حساب لآخر وذلك من خلال الولوج إلى منصة الخدمات الالكترونية عن بعد . -الصيرفة عبر الهاتف : Mobile bea بإمكان زبائن البنك الاطلاع على حساباتهم وطلب كشف حساباتهم ، والقيام بعملية تحويل الأموال من حساب لآخر عن طريق هواتفهم النقال بتحميل تطبيق Mobile bea على متجر Play store و App Store وذلك بعد الانخراط في خدمة ebanking bea . - يمتلك بنك Bea عدد مهم من الصرافات الآلية والشبائيك الأتوماتيكية منتشرة عبر الوكالات . - يقترح بنك Bea جهاز الدفع الالكتروني TPE وهو جهاز موجه للزبائن البنك من التجار ، المؤسسات ورجال الأعمال لتسديد مشترياتهم أو فواتيرهم عن طريق هذا الجهاز موجود في السوبرماركت المطاعم ، الفنادق إلخ . - خدمة الدفع الالكتروني E-paiement : تتيح هذه الخدمة للزبائن البنك فرصة تسوية فواتيرهم وخدماتهم وتسديد معاملاتهم عبر مواقع الأنترنت . - بطاقة الدفع الالكتروني : يطلق بنك Bea عدة أنواع من البطاقات المصرفية : البطاقة الكلاسيكية cib ، البطاقة الذهبية cib ، ماستر كارد الكلاسيكية ، ماستر كارد الذهبية ، ماستر كارد البلاتينية ، بطاقة العمل ، بطاقة العمل العالمية ، بطاقة النخبة العالمية ، بطاقة أمريكن إكسپرس الخضراء ، أميريكن إكسپرس الذهبية ، أميريكن إكسپرس البلاتينية .
البنك الوطني الجزائري (BNA)	-يملك البنك الوطني الجزائري موقع إلكتروني www.bna.dz ، وهو الأمر الذي يمكنه من الترويج لبعض المنتجات المصرفية ، كما يتيح له الاتصال بعملائه، ومن خلال هذا الموقع يمكن للبنك الوطني تقديم خدمات مصرفية عبر الأنترنت . -خدمة البنك على الخط ebanking.bna هي خدمة دائمة وآنية تسمح للعملاء بالولوج إلى حساباتهم البنكية بنقرة بسيطة وبكل أمان ، 24/24 سا ، و 7 أيام / 7 أيام من خلال الرابط ebanking.bna.dz ، تسمح للزبائن بالاطلاع على حساباتهم وتاريخ مفصل عن الرصيد لفترة 23 شهرا ، إصدار تحويلاتهم للغير ، طلب دفتر الشيكات والبطاقة البنكية الخاصة بهم ، التسديد الجبائي عبر الأنترنت . -خدمة الصيرفة الهاتفية Mobilebna هي خدمة دائمة وآنية تسمح للعملاء بالولوج إلى حساباتهم البنكية بنقرة بسيطة وبكل أمان من خلال تحميل تطبيق BN@tic على متجر Play store عن طريق إدخال "BNatic" بحيث تتيح نفس خدمات الصيرفة الالكترونية . -خدمة الرسائل القصيرة SmsCards : وهي خدمة يوفرها البنك الوطني لزيائته بعد الانخراط في خدمة ebanking.bna ، وهي عبارة عن رسالة قصيرة توضح الرصيد الجديد للزبون فور قيامه بعملية دفع أو عملية سحب . - خدمة الدفع الالكتروني E-Paiement : تتيح هذه الخدمة للزبائن فرصة تسوية فواتيرهم وخدماتهم ، وتسديد معاملاتهم عبر مواقع الأنترنت . -خدمة الدفع Wimpay-Bna خدمة للدفع تعتمد على تصوير (مسح) رمز الاستجابة السريعة موجهة للأفراد ، المهنيين والمؤسسات ، يمكن تحميلها مجانا من Play store و App Store بالنسبة للأفراد ، المهنيين ، والتجار تسمح بإجراء

الفصل الرابع : تقييم جودة الخدمة المصرفية الالكترونية في ظل استخدام نظم وتكنولوجيا المعلومات في

البنوك محل الدراسة

<p>عمليات الدفع عن طريق رموز الاستجابة السريعة (QR-CODE) ، إجراء عمليات التحويل لمستخدمي WIMPAY-BNA ، مشاركة فواتير الاستهلاك (مطعم مثلا) ، الاطلاع على الرصيد ، لاطلاع على كشف العمليات المنجزة ، الاطلاع على كشف طلبات تحويل الاموال (المستلمة / المرسة)</p> <p>- خدمة تبادل المعطيات المرقمنة : البنك الوطني يضع تحت تصرف الزبائن خدمة تبادل المعطيات الآلية بحيث هذه الخدمة تسمح بتحويل الأجر بصفة آلية باستعمال تكنولوجيا الاتصال الحديثة.</p> <p>- يمتلك البنك الوطني الجزائري مجموعة من الصرافات الآلية والشبائيك الأتوماتيكية منتشرة عبر الوكالات المحلية لذات البنك تسمح بعملية السحب النقدي .</p> <p>- جهاز الدفع الالكتروني : يقترح البنك الوطني جهاز الدفع الالكتروني TPE جهاز موجه لزبائن البنك من التجار والمؤسسات ، ورجال الأعمال لتسديد مشترياتهم أو فواتيرهم عن طريق هذا الجهاز موجود في السوبرماركت المطاعم ، الفنادق إلخ .</p> <p>- بطاقة الدفع الالكتروني : البنك الوطني الجزائري يمنح صيغتان من البطاقة البنكية : البطاقة الكلاسيكية cib تسمح بسحب الاموال ، الدفع الجوّاري وعن بعد كدفع المشتريات ، تحويل وتلقي الاموال . تمنح لذوي الدخل أقل أو يساوي 120000 دج شهرا -البطاقة الذهبية cib تحمل نفس مزايا الكلاسيكية لكن تمنح لذوي الدخل أكثر من 120000 دج شهرا .</p>	
<p>- يمتلك البنك موقع إلكتروني www.badr.dz ، بحيث يمكنه من الترويج لبعض منتجاته المصرفية ، كما يتيح له الاتصال بعملائه ، كما يمكنه من خلال هذا الموقع تقديم خدمات مصرفية عبر الأنترنت .</p> <p>- خدمة الصيرفة عبر الأنترنت Ebanking badr : خدمة متواجدة طوال الأسبوع ، وعلى مدار الساعة بحيث تتيح هذه الخدمة للزبائن الاطلاع على رصيدهم ، تحميل بيانات حساباتهم ، تحويل الاموال من حساب لآخر .</p> <p>- يمتلك البنك مجموعة من الصرافات الآلية والشبائيك الأتوماتيكية موزعة عبر وكالاته .</p> <p>- يقترح بنك Badr جهاز الدفع الالكتروني TPE وهو جهاز موجه لزبائن البنك من التجار ، المؤسسات ورجال الأعمال لتسديد مشترياتهم أو فواتيرهم عن طريق هذا الجهاز موجود في السوبرماركت المطاعم ، الفنادق ، إلخ .</p> <p>- خدمة الدفع الالكتروني E-Paiement : تتيح هذه الخدمة لزبائن البنك فرصة تسوية فواتيرهم وخدماتهم وتسديد معاملاتهم عبر مواقع الأنترنت .</p> <p>- بطاقة الدفع الالكتروني : بنك Badr يمنح صيغتان من البطاقة البنكية CIB : البطاقة الكلاسيكية والبطاقة الذهبية ومن مزاياها: تسمح بسحب الاموال ، الدفع الجوّاري وعن بعد كدفع المشتريات ، تحويل وتلقي الاموال .</p> <p>- بطاقة توفير Badr Tawfir خاصة بعملائه الذين لديهم حسابات إيداعية .</p> <p>- بطاقة Cbr وهي بطاقة وطنية خاصة للسحب داخل شبكة الجزائر فيما بين البنوك ، عن طريق ماكينات الصراف الآلي .</p>	<p>بنك الفلاحة والتنمية الريفية (BADR)</p>
<p>- يمتلك بنك BDL موقع إلكتروني www.bdl.dz ، يقوم من خلاله بالترويج لخدماته المصرفية ، وكذا الاتصال بعملائه ، وأيضا يتيح تقديم بعض الخدمات المصرفية عبر الأنترنت .</p> <p>- بنك التنمية المحلية رائد في المجال المصرفي ، وذلك بإدخال أحدث ما توصلت إليه الصناعة المصرفية وتكنولوجيا المعلومات لبناء نظام مصرفي يعتمد على التقنيات في مجال الحواسيب والبرامج ، وشبكات الاتصال .</p> <p>- خدمة الصيرفة عبر الأنترنت e-Banking Bdl هو إشتراك يسمح لزبائن البنك بالاطلاع على حساباتهم البنكية في أي وقت ، القيام بعمليات الدفع العادية ، تحميل الرصيد ، طلب دفتر الشيكات.</p> <p>و يعد بنك BDL أول بنك عمومي بدأ في إعداد البنية التحتية التي تساعد في عمل هذا المنتج بشكل فعال .</p> <p>- خدمة ديجيت بنك تسمح لزبائن البنك بالاطلاع على حساباتهم البنكية في أي وقت ، القيام بعمليات الدفع العادية ، تحميل الرصيد ، طلب دفتر الشيكات ، التحويل من حساب لآخر من خلال هاتفهم النقال ، ويتم ذلك عن طريق تحميل تطبيق Mobile Bdl على متجر Play store أو apple store .</p> <p>- خدمة المونيغرام : يقدم بنك BDL خدمة مونيغرام بالاشتراك مع شركة مونيغرام وهي الشركة الرائدة عالميا في خدمة تحويل</p>	<p>بنك التنمية المحلية (BDL)</p>

الفصل الرابع : تقييم جودة الخدمة المصرفية الالكترونية في ظل استخدام نظم وتكنولوجيا المعلومات في

البنوك محل الدراسة

<p>الأموال على الصعيد العالمي من أجل توفير الطريقة المضمونة ، الآمنة والسريعة، لإرسال وإستلام الأموال من جميع أنحاء العالم .</p> <p>- يمتلك بنك BDL عدد مهم من الصرافات الآلية والشبائيك الأتوماتيكية منتشرة عبر الوكالات .</p> <p>- يقترح بنك BDL جهاز الدفع الالكتروني TPE وهو جهاز موجه لزبائن البنك من التجار ، المؤسسات ورجال الأعمال لتسديد مشترياتهم أو فواتيرهم عن طريق هذا الجهاز موجود في السوبرماركت المطاعم ، الفنادق إلخ - خدمة الدفع الالكتروني E-Paiement : تتيح هذه الخدمة لزبائن البنك فرصة تسوية فواتيرهم وخدماتهم ، وتسديد معاملاتهم عبر مواقع الأنترنت .</p> <p>- بطاقة الدفع الالكتروني : يطلق بنك Bdl عدة أنواع من البطاقات المصرفية : بطاقة كوربوريات الفضية ، كوربوريات الذهبية ، بطاقة ماستر كارد الكلاسيكية ، بطاقة ماستر كارد الذهبية ، بطاقة ماستر كارد البلاستية ، بطاقة فيزا الكلاسيكية ، بطاقة فيزا الذهبية .</p>	
<p>يملك القرض الشعبي الجزائري (CPA) موقع إلكتروني www.cpa-bank.dz يمكنه من الترويج لجميع خدماته المصرفية، وكذا الاتصال بعملائه ، كما يتيح له تقديم بعض الخدمات المصرفية عبر الأنترنت .</p> <p>- الصيرفة عبر الأنترنت cp@E- خدمة متوفرة على مدار الساعة ، طوال الأسبوع ، عبر الأنترنت تتيح لزبائن البنك الاطلاع على رصيد حساباتهم ، طلب كشف حساباتهم ، دفتر الشيكات ، التحويل من حساب لآخر وذلك من خلال الولوج إلى منصة الخدمات الالكترونية عن بعد .</p> <p>- الصيرفة عبر الهاتف : Mobile Cpa بإمكان زبائن البنك الاطلاع على حساباتهم وطلب كشف حساباتهم ، والقيام بعملية تحويل الأموال من حساب لآخر عن طريق هاتفهم النقال بتحميل تطبيق Mobile Cpa على متجر Play store و App Store ، وذلك بعد الانخراط في خدمة ebanking cpa .</p> <p>- خدمة الرسائل القصيرة Sms Cards: يوفر القرض الشعبي لزبائنه خدمة sms Cards وهي عبارة عن رسالة قصيرة تصل الزبون في هاتفه توضح الرصيد الجديد للزبون فور قيامه بعملية سحب أو دفع .</p> <p>- خدمات أوامر الدفع عن طريق تبادل المعطيات المعلوماتية عن بعد EDI : تعتبر خدمات أوامر الدفع عن طريق تبادل المعطيات عن بعد كعملية تبادل البيانات الالكترونية عن بعد بين المؤسسة والبنك عبر موقع البنك الالكتروني E-banking .</p> <p>- يمتلك بنك CPA عدد مهم من الصرافات الآلية والشبائيك الأتوماتيكية منتشرة عبر الوكالات .</p> <p>- يقترح بنك CPA جهاز الدفع الالكتروني TPE وهو جهاز موجه لزبائن البنك من التجار ، المؤسسات ورجال الأعمال لتسديد مشترياتهم أو فواتيرهم عن طريق هذا الجهاز موجود في السوبرماركت المطاعم ، الفنادق إلخ .</p> <p>- خدمة الدفع الالكتروني E-Paiement : تتيح هذه الخدمة لزبائن فرصة تسوية فواتيرهم وخدماتهم ، وتسديد معاملاتهم عبر مواقع الأنترنت .</p> <p>- بطاقة الدفع الالكتروني : يطلق بنك CPA عدة أنواع من البطاقات المصرفية : بطاقة كوربوريات الكلاسيكية ، كوربوريات الذهبية ، بطاقة فيزا الكلاسيكية ، بطاقة فيزا الذهبية .</p>	
<p>يملك الصندوق الوطني للتوفير والاحتياط Cnep موقع إلكتروني www.cnepbank.dz يمكنه من الترويج لجميع خدماته المصرفية وكذا الاتصال بعملائه ، كما يتيح له تقديم بعض الخدمات المصرفية عبر الأنترنت .</p> <p>- الصيرفة عبر الأنترنت Ebanking cnep خدمة متوفرة على مدار الساعة ، طوال الأسبوع ، عبر الأنترنت تتيح لزبائن البنك الاطلاع على رصيد حساباتهم ، طلب كشف حساباتهم ، دفتر الشيكات ، التحويل من حساب لآخر وذلك من خلال الولوج إلى منصة الخدمات الالكترونية عن بعد .</p> <p>- الصيرفة عبر الهاتف : Mobile cnep بإمكان زبائن البنك الاطلاع على حساباتهم وطلب كشف حساباتهم ، والقيام بعملية تحويل الأموال من حساب لآخر عن طريق هاتفهم النقال بتحميل تطبيق Mobile Cnep على متجر Play store و App Store ، وذلك بعد الانخراط في خدمة ebanking cnep .</p> <p>- يمتلك بنك cnep عدد مهم من الصرافات الآلية والشبائيك الأتوماتيكية منتشرة عبر الوكالات .</p> <p>- يقترح بنك cnep جهاز الدفع الالكتروني TPE وهو جهاز موجه لزبائن البنك من التجار ، المؤسسات ورجال الأعمال</p>	

الفصل الرابع : تقييم جودة الخدمة المصرفية الالكترونية في ظل استخدام نظم وتكنولوجيا المعلومات في

البنوك محل الدراسة

لتسديد مشترياتهم أوفواتيرهم عن طريق هذا الجهاز موجود في السوبرماركت المطاعم ، الفنادق إلخ . - خدمة الدفع الالكتروني E-Payment : تتيح هذه الخدمة لزبائن البنك فرصة تسوية فواتيرهم وخدماتهم وتسديد معاملاتهم عبر مواقع الأنترنت . - بطاقة الدفع الالكتروني : يطلق بنك cnep عدة أنواع من البطاقات المصرفية : بطاقة التوفير تمنح للذين يملكون حسابات التوفير لدى البنك ، البطاقة الكلاسيكية cib ، البطاقة الذهبية cib .	الصندوق الوطني للتعاضدية الفلاحية CNMA
يملك الصندوق الوطني موقع إلكتروني www.cnma.dz وهو الأمر الذي يمكنه من الترويج لبعض المنتجات والخدمات التي يقدمها ، كما يتيح له الاتصال بعملائه ، ومن خلال هذا الموقع يمكن لذات الصندوق من تقديم خدمات عبر الأنترنت .	

المصدر : من إعداد الباحثة بالاطلاع على المواقع الالكترونية للبنوك العمومية ، 25 نوفمبر 2021 على الساعة السادسة صباحا .

ومن خلال الجدول رقم (4-16) نجد أن أغلب البنوك العمومية الجزائرية لجأت إلى إستخدام التكنولوجيا، وتبني الخدمات المصرفية الالكترونية، وذلك في إطار مواكبة التطورات الحاصلة عالميا، وتحسين الخدمة المصرفية المقدمة للزبائن، بحيث تمتلك هذه البنوك مواقع إلكترونية للترويج بخدماتها المصرفية والاتصال بعملائها، أيضا مختلف البنوك تتيح خدمة **E-banking** و **Mobile Banking** وهي خدمات متوفرة على مدار الساعة وطوال الأسبوع تتيح للعملاء خدمة الاطلاع على الرصيد، طلب كشف حساب، إجراء تحويلات بنكية من حساب لآخر، أيضا تتوفر في معظم البنوك خدمة **SMS Cards** والتي تتيح للعميل وصول رسالة قصيرة في هاتفه فور قيامه بعملية سحب أو عملية دفع .

كما نجد أن أغلب البنوك العمومية أطلقت خدمة بطاقة **CIB**، وهي بطاقة تمنح لعملاء البنك تمكنهم من عملية السحب من **GAB** و **DAB**، والدفع عبر الأنترنت، وعبر **TPE** .
وأطلقت مختلف البنوك العمومية من بينها القرض الشعبي الجزائري، البنك الخارجي الجزائري، بنك التنمية المحلية أنواع مختلفة من البطاقات المصرفية بطاقات فيزا كارد، وبطاقات ماستر كارد، وبطاقات أميريكان إكسبرس .
وأغلبية هذه البنوك تمتلك موزعات إلكترونية، والتي أطلقت في إطار عصرنة المنظومة المصرفية الجزائرية، وهي خطوة نحو التقليل من الفروع المصرفية التي أصبحت تحمل البنوك تكاليف في إنشائها .

الفرع الثاني: الخدمات المصرفية الالكترونية المقدمة من طرف البنوك الخاصة في الجزائر

البنوك الخاصة في الجزائر أغلبها فروع لبنوك في دول متقدمة، من التي لها مكانة ضمن الجهاز المصرفي للبلد الأم حيث قامت هذه البنوك بأتمتة نشاطاتها المصرفية، وكان لها السبق في إدخال وتبني التكنولوجيا المصرفية في أعمالها. وفي هذا الصدد سيتم عرض أهم الخدمات التي تقدمها البنوك الخاصة في الجزائر في الجدول الآتي:

الفصل الرابع : تقييم جودة الخدمة المصرفية الالكترونية في ظل استخدام نظم وتكنولوجيا المعلومات في

البنوك محل الدراسة

الجدول رقم(4-17) : الخدمات المصرفية الالكترونية المقدمة من طرف البنوك الخاصة في الجزائر

البنك	الخدمات المصرفية الالكترونية
بنك البركة الجزائري	<p>- يمتلك البنك موقع إلكتروني www.albarakabank.com يمكنه من الترويج لخدماته ومنتجاته المصرفية ، ويتيح له التواصل مع عملائه .</p> <p>- خدمة الصيرفة عبر الأنترنت : البنك عبر النت (Al Baraka Net (E-Banking) خدمة متوفرة على مدار الساعة وطوال الأسبوع ، تسمح لزبائن البنك بالاطلاع على حساباتهم ، مراقبة تمويلهم ، التحويل من حساب لآخر ، طلب وسائل الدفع ، التبادل الإلكتروني للبيانات الجماعية عبر الأنترنت دون تحمل عناء التنقل إلى البنك .</p> <p>- خدمة الصيرفة الهاتفية : " البركة سمارت " خدمة متوفرة على مدار الساعة وطوال الأسبوع ، تسمح لزبائن البنك بالاطلاع على حساباتهم ، مراقبة تمويلهم ، التحويل من حساب لآخر ، التبادل الإلكتروني للبيانات الجماعية عبر الهاتف الذكي للزبائن أو اللوحة الالكترونية بعد الاستفادة من الاشتراك في " البركة نت " يمكن للزبون الاستفادة من الوصول إلى حساباته عبر الهاتف الذكي والجهاز اللوحي ما عليه سوى تنزيل</p> <p>dz . AL Baraka app من خلال Google play أو App Store.</p> <p>- خدمة الرسائل البنكية القصيرة al baraka sms: الحل الذي يطبع الزبون في الوقت المناسب على العمليات التي تتم على حسابه وعروض البنك ، مبالغ الديون، مبالغ الاعتمادات، رصيد حسابه ، توافر وسائل الدفع الخاصة به ، مشاركة الأرباح ، وذلك بمجرد فتح الحساب، وبعد الاشتراك في خدمة Al Baraka Smart .</p> <p>- يمتلك بنك البركة عدد مهم من الصرافات الآلية والشبابيك الأتوماتيكية منتشرة عبر الوكالات .</p> <p>- يقترح بنك البركة جهاز الدفع الإلكتروني TPE وهو جهاز موجه لزبائن البنك من التجار ، المؤسسات ورجال الأعمال لتسديد مشترياتهم أو فواتيرهم عن طريق هذا الجهاز موجود في السوبرماركت المطاعم ، الفنادق إلخ -</p> <p>خدمة الدفع الإلكتروني E-Paiement : تتيح هذه الخدمة للزبائن فرصة تسوية فواتيرهم وخدماتهم وتسديد معاملاتهم عبر مواقع الأنترنت .</p> <p>- بطاقة الدفع الإلكتروني : يطلق بنك البركة عدة أنواع من البطاقات المصرفية : بطاقة البركة الذهبية الدولية ، بطاقة البركة الذهبية المحلية ، بطاقة إدخار البركة ، بطاقة التوانسة الكل ، بطاقة فيزا الكلاسيكية ، بطاقة Lady ، بطاقة البركة التكنولوجية ، بطاقة البركة بلاتينيوم + .</p>
المؤسسة المصرفية - الجزائري	<p>- يمتلك بنك ABC موقع إلكتروني www.bank-abc.com يمكنه من الترويج لخدماته المصرفية وكذا الاتصال بعملائه</p> <p>- النافذة الاسلامية لبنك ABC "البراق": يعرض بنك ABC منتجاته المطابقة لأحكام الشريعة الاسلامية من خلال نافذة الصيرفة الاسلامية البراق .</p> <p>- تطبيق خدمات البنك الرقمية "ABC ديجيتال " وهي خدمة مصرفية عبر الأنترنت توفر للزبائن منصة مبتكرة وتصميم عصري موضوع لتلبية إحتياجات الزبائن بشكل أفضل حينما وجدوا على مدار الساعة ، ومن أي جهاز عبر الأنترنت (جهاز كمبيوتر ، أو لوحة رقمية أو هاتف ذكي) .</p> <p>- ABC أو نلاين تعد خدمة إلكترونية من خلالها يسمح بعرض وتحرير الأرصدة، وتحرير البيانات المصرفية وعليه تعد منظومة لخدمة العملاء .</p> <p>- خدمة ABC Digital خدمة هاتفية تسمح للزبائن للولوج إلى حساباتهم المصرفية من الهاتف النقال ، دون تحمل عناء الذهاب إلى المصرف . ويتطلب تحقق الزبائن من جميع معاملاتهم البنكية إدخال كلمة مرور لمرة واحدة "OTP" يتم إنشاؤها على الفور على هواتفكم من خلال تطبيق Bank ABC OTP .</p>
نتيكسيس- الجزائري	<p>- يمتلك نتيكسيس -الجزائري موقع إلكتروني www.natixis.com ، وهو الأمر الذي يمكنه من الترويج لخدماته ومنتجاته المصرفية ، والتواصل مع عملائه .</p>

الفصل الرابع : تقييم جودة الخدمة المصرفية الالكترونية في ظل استخدام نظم وتكنولوجيا المعلومات في

البنوك محل الدراسة

<p>-نتيكسيس الجزائر تطلق بنكسي أول بنك نقال في الجزائر ، وهو يمثل حساب مؤمن يمكن الولوج إليه عن طريق هاتف ذكي ، في أي وقت وأي مكان ، خدمات بنكية عن بعد وفي متناول الجميع ، بدون الحاجة إلى التنقل ، بنكسي خدمة جديدة تسعى لتسهيل الحياة اليومية للجزائريين</p> <p>- يقدم بنكسي ابتكارات جدا فعالة مثل تعديل سقف السحب والدفع بالبطاقة ، القيام بمعارضة لاستعمال وسائل الدفع في الوقت الحقيقي ، تحويلات مالية بمجرد إستعمال رقم الهاتف ، إدارة حساب الزبون عبر الأنترنت مع تحديث فوري للرصيد .تطبيق بنكسي متاح على Google Play ، أو على APP Store</p> <p>- التحويلات P2p متوفرة مع بنكسي ، بحيث يمكن إرسال ، وإستقبال الأموال من خلال رقم الهاتف النقال أو البريد الالكتروني من دون إدخال البيانات البنكية .</p> <p>-تمتلك نتيكسيس الجزائر مجموعة من الموزعات الآلية والشبائيك الأتوماتيكية المنتشرة وفق وكالاتها عبر التراب الوطني .</p> <p>-يقترح نتيكسيس الجزائر جهاز الدفع الالكتروني TPE وهو جهاز موجه لزبائن البنك من التجار ، المؤسسات ورجال الأعمال لتسديد مشترياتهم أوفواتيرهم عن طريق هذا الجهاز موجود في السوبرماركت المطاعم ، الفنادق إلخ</p> <p>- خدمة الدفع الالكتروني E-Paiement : تتيح هذه الخدمة للزبائن فرصة تسوية فواتيرهم وخدماتهم ، وتسديد معاملاتهم عبر مواقع الأنترنت .</p> <p>-بطاقة الدفع الالكتروني : يطلق نتيكسيس الجزائر مجموعة من البطاقات : بطاقة التوفير ، بطاقة Cib ، بطاقة فيزا الذهبية والبلاتينية</p>	<p>سوسيتي جينرال - الجزائر</p>
<p>-تمتلك سوسيتي جنرال -الجزائر- موقع إلكتروني www.Societegenerale.dz ، والذي يمكنه من ترويج خدماته المصرفية كما يتيح الاتصال بعملائه .</p> <p>-تمتلك سوسيتي جنرال -الجزائر- مجموعة من الموزعات الآلية والشبائيك الأتوماتيكية المنتشرة وفق وكالاتها عبر التراب الوطني .</p> <p>-تقترح سوسيتي جنرال -الجزائر- جهاز الدفع الالكتروني TPE وهو جهاز موجه لزبائن البنك من التجار ، المؤسسات ورجال الأعمال لتسديد مشترياتهم أوفواتيرهم عن طريق هذا الجهاز موجود في السوبرماركت المطاعم ، الفنادق إلخ</p> <p>- خدمة الدفع الالكتروني E-Paiement : تتيح هذه الخدمة للزبائن فرصة تسوية فواتيرهم وخدماتهم ، وتسديد معاملاتهم عبر مواقع الأنترنت .</p> <p>-بطاقة الدفع الالكتروني : من بين البطاقات التي أطلقتها سوسيتي -جنرال - الجزائر نجد : بطاقة Cib ، بطاقة فيزا كارد .</p>	<p>سيتي-بنك الجزائر</p>
<p>يوجد لسيتي بنك الجزائر موقع إلكتروني www.citigroup.Com والذي من خلاله يتم الترويج لخدماته ومنتجاته المصرفية ، كما يتيح هذا الموقع خدمة الاتصال بالعملاء .</p> <p>-Hsbc Safeguard برنامج مكون من سلسلة من المبادرات المصممة بغية توفير الحماية للعملاء من عمليات الاحتيال والجرائم المالية عبر مختلف عمليات والأنظمة العالمية ، كما يهدف إلى تعزيز القدرة على مكافحة عمليات غسيل الأموال والتهرب من العقوبات ، والتي غالبا ما تكون السبب الرئيسي للعديد من الجرائم المالية .</p>	<p>بنك الخليج - الجزائر</p>
<p>-تمتلك بنك الخليج -الجزائر- موقع إلكتروني www.agb.dz والذي من خلاله يمكن للبنك الترويج بخدماته المصرفية ، وكذا الاتصال بعملائه .</p> <p>-AGB online : هي خدمة مصرفية عن بعد متوفرة في اصدار محمول قابل للتنزيل من Google Play ، واطار ويب لتزويدك بمجموعة كاملة من الخدمات المصرفية مجانا .يجب توقيع عقد عضوية جديد للاستفادة من AGB online .</p> <p>- خدمة البريد الالكتروني : يجعل AGB خدمة البريد متاحة لجميع العملاء مما يسمح لأي صاحب حساب مصرفي AGB بتلقي رسائل البريد الالكتروني لإعلامهم بجميع المعاملات التي تتم على حساباتهم المفتوحة مع AGB ، بالإضافة الى المعلومات المتعلقة بالعمليات التي تم إجراؤها.</p> <p>-AGB SMS : يكون الزبائن على إطلاع طوال الوقت عملياته المصرفية بحيث توفر له AGB خدمة الرسائل القصيرة AGB ، والتي تبقيه على إطلاع في الوقت الحقيقي بالتحركات على حسابك المهني عن طريق الرسائل القصيرة على هاتفه المحمول .</p> <p>- يمتلك بنك الخليج مجموعة من الموزعات الآلية والشبائيك الأتوماتيكية المنتشرة وفق وكالاتها عبر التراب الوطني .</p>	

الفصل الرابع : تقييم جودة الخدمة المصرفية الالكترونية في ظل استخدام نظم وتكنولوجيا المعلومات في

البنوك محل الدراسة

<p>- يقترح بنك الخليج جهاز الدفع الالكتروني TPE وهو جهاز موجه لزبائن البنك من التجار، المؤسسات ورجال الأعمال لتسديد مشترياتهم أو فواتيرهم عن طريق هذا الجهاز موجود في السوبرماركت المطاعم ، الفنادق إلخ .</p> <p>- خدمة الدفع الالكتروني E-Paiement : تتيح هذه الخدمة للزبائن فرصة تسوية فواتيرهم وخدماتهم ، وتسديد معاملاتهم عبر مواقع الأنترنت .</p> <p>بطاقة الدفع الالكتروني : من بين البطاقات التي أطلقها بنك الخليج نجد : بطاقة Cib ، بطاقة الأولى ، بطاقة السهلة، بطاقة التوفير بطاقة فيزا الكلاسيكية، بطاقة فيزا الذهبية ، بطاقة فيزا مسبقة الدفع ، فيزا بلاتينيوم ، ماستر كارد.</p>	
<p>- يمتلك بنك الاسكان موقع إلكتروني www.hbtf.com والذي من خلاله يمكن للبنك الترويج بخدماته المصرفية، وكذا الاتصال بعملائه .</p> <p>- إسكان أونلاين : الخدمات المصرفية عبر الأنترنت ، أينما كنتم وفي أي وقت يمكنكم الحصول على العديد من الخدمات المصرفية من خلال خدمة الأنترنت المصرفي إسكان أونلاين، من خلال الدخول إلى الموقع الإلكتروني ، ومن بين الخدمات المتوفرة تسديد الفواتير، خدمات الاستعلام ملخص أرصدة الحسابات ، الاستعلام عن آخر عشرين حركة كحد أقصى ، الاستعلام عن البطاقات الائتمانية، التحويل المالي بين حسابات العميل وبين حسابات أخرى داخل فروع بنك الاسكان في الأردن، التحويل إلى حسابات أخرى لدى بنوك خارج الأردن، تسديد البطاقات الائتمانية، طلب دفتر الشيكات، طلب العميل كشف الحساب، طلب العميل تعديل البيانات الشخصية على حسابه .</p> <p>- الصيرفة عبر الأنترنت : e-hbtf.com خدمة متوفرة على مدار الساعة وطوال الأسبوع ، تتيح لزبائن البنك نفس خدمات البنك على الخط بحيث يمكنهم عن طريق الأنترنت القيام بكافة العمليات المسموح بها دون تحمل عناء التنقل إلى البنك .</p> <p>- إسكان موبايل : تصميم جديد سهل ومرن ، يتيح نفس للزبائن نفس خدمات بنك الاسكان أونلاين ، لكن من خلال الهاتف الذكي للزبون ، ويتم تحميل التطبيق على الهاتف الخليوي من خلال الدخول على مستودعات التطبيقات Google play store و Apple Store ، والبحث عن HBTF Mobile Banking ، وتنزيل التطبيق وتفعيله على الهواتف الخلوية .</p> <p>- إسكان أنجيج : يوفر الأجهزة والخدمات التالية : خدمة صناديق الأمانات المالية والتي تقدم لأول مرة على مستوى البنك ، وتوفر الامكانية لاستخدام الصناديق على مدار الساعة دون الحاجة لوجود موظفين من طرف البنك ، أجهزة صراف آلي تفاعلي والتي تقدم لأول مرة على مستوى البنك ، وتوفر تواصل بالصوت والصورة مع موظف خدمة العملاء المتواجد في مركز الخدمة الهاتفية (إسكان 24/7) لإنجاز العديد من المعاملات البنكية التي تتم من خلال الفروع مثل : فتح حسابات رئيسية ، سحب و إيداع نقدي بمبالغ كبيرة ، إصدار كشوفات حسابات بشكل فوري ، اصدار وتجديد بطاقة الدفع المباشر ، إيداع الشيكات المسحوبة على البنك وعلى البنوك الأخرى ، شاشة ذكية لعرض واستخدام تطبيق الإسكان موبايل .</p> <p>- شبكة الصراف الآلي المتنقل : تمكن خدمة الصراف الآلي المتنقل من إجراء عمليات السحب والإيداع وطلب دفتر شيكات إلى غير ذلك من الخدمات المصرفية المتنوعة ، على مدار الساعة بما في ذلك أيام العطل والأعياد .</p> <p>- خدمة مراسل الاسكان sms ، خدمة البنك الناطق 24 ساعة على مدار الأسبوع ، حيث يقوم البنك بإرسال الرصيد الجديد عن حساب العميل إلى هاتفه المحمول عن طريق رسالة نصية حيث تعد هذه الخدمة وسيلة للتواصل مع العملاء ، وتعزز العلاقة مصرف زبون .</p> <p>- يمتلك بنك الاسكان أكبر شبكة أجهزة الصراف الآلي منتشرة في جميع أنحاء المملكة والتي تتيح للزبائن الحصول على مختلف الخدمات على مدار الساعة طيلة أيام الأسبوع.</p> <p>- يقترح بنك الاسكان جهاز الدفع الالكتروني TPE وهو جهاز موجه لزبائن البنك من التجار ، المؤسسات ورجال الأعمال لتسديد مشترياتهم أو فواتيرهم عن طريق هذا الجهاز موجود في السوبرماركت المطاعم ، الفنادق إلخ .</p> <p>- خدمة الدفع الالكتروني E-Paiement : تتيح هذه الخدمة للزبائن فرصة تسوية فواتيرهم وخدماتهم ، وتسديد معاملاتهم عبر مواقع الأنترنت .</p>	<p>بنك الاسكان للتجارة والتمويل - الجزائر -</p>

الفصل الرابع : تقييم جودة الخدمة المصرفية الالكترونية في ظل استخدام نظم وتكنولوجيا المعلومات في

البنوك محل الدراسة

<p>مصرف السلام - الجزائر</p>	<p>- يمتلك مصرف السلام موقع إلكتروني www.alsalamalgeria.com ومن خلال هذا الموقع يمكن هذا المصرف الترويج لمنتجاته المصرفية ، وكذا الاتصال بعملائه .</p> <p>- خدمة "السلام" مباشر HTTPS://moubachir.alsalamalgeria.com خدمة متوفرة على مدار الساعة ، طوال الأسبوع ، عبر الأنترنت تتيح لزبائن البنك الاطلاع على رصيد حساباتهم ، طلب كشف حساباتهم ، دفتر الشيكات ، التحويل من حساب لآخر ، وذلك من خلال الولوج إلى منصة الخدمات الالكترونية عن بعد عبر موقع المصرف .</p> <p>- الصيرفة عبر الأنترنت ebanking Salam خدمة متوفرة على مدار الساعة ، طوال الأسبوع ، عبر الأنترنت تتيح لزبائن البنك الاطلاع على رصيد حساباتهم ، طلب كشف حساباتهم ، دفتر الشيكات ، التحويل من حساب لآخر وذلك من خلال الولوج إلى منصة الخدمات الالكترونية عن بعد .</p> <p>- خدمة الصيرفة الهاتفية "السلام سمارت بنكينغ" : وهي خدمة متوفرة على مدار الساعة ، وطوال الأسبوع تسمح لزبائن البنك بالاطلاع على حساباتهم ، طلب كشف الرصيد ، التحويل من حساب لآخر من هاتفهم الذكي أو اللوحة الالكترونية ، ولتحميل هذا التطبيق يجب على المستخدم تثبيت التطبيق "السلام سمارت بنكينغ" فقط عن طريق المتاجر الرسمية Google Play أو App Store .</p> <p>- خدمة E-credoc خدمة تحويل الأموال عن طريق الدفع الآلي ولجعل التحويلات البنكية الدولية آمنة يمنحك مصرف السلام -الجزائر وسائل الدفع المستندية أكثر أمانا متوافقة مع المعايير الدولية ومتلائمة مع حاجياتكم كمشتري ، أو بائع .</p> <p>مصرف السلام -الجزائر يضع بوابة الويب الخاصة بالزبائن التي تسمح لهم بملىء إستمارة لإفتاح اعتماد مستندي لعملية الاستيراد 24/24 سا ، 7/7 أيام طوال السنة عبر الأنترنت بكل أمان .</p> <p>- خدمة E-predom : لجعل التحويلات البنكية الدولية آمنة يمنح مصرف السلام -الجزائر وسائل الدفع المستندية أكثر أمانا متوافقة مع المعايير الدولية ومتلائمة مع حاجيات الزبون كمشتري ، أو بائع .</p> <p>- خدمة سويفت (مايل سويفت) : هذه الخدمة تمكن عملاء البنك من فتح اعتماد مستندي في إطار عمليات التجارة الخارجية .</p> <p>- حزمة الريميوم : تسمح بالاطلاع على الأرصدة ، مراجعة الارصدة ، خدمة الرسائل النصية ، البحث في عمليات الحساب ، تحميل كشوفات الحساب ، طبع كشوفات الحساب ، طبع بيانات الحساب البنكي ، طلب دفتر الشيكات ، الاطلاع على الودائع لأجل ، التحويل بين الحسابات ، إرسال ملفات التحويلات .</p> <p>- حزمة غولد : كل خدمات حزمة بريميموم +دمج الحسابات، التخليص الالكتروني للمستحقات الجبائية عن طريق موقع المصرف عبر الأنترنت .</p> <p>- البيع بالتقسيط الالكتروني : يرغب الزبون في إقتناء أجهزة كهربومنزلية ، أثاث منزلي ، أو غيره مع الاستفادة من تمويل من دون دفع مبلغ أولي ، ودون عناء التنقل ؟ مصرف السلام الجزائر يقدم لكم الوسيلة الأمثل : تيسير للتقسيط للتمويل 100 % عبر الأنترنت من خلال المنصات الرقمية لشركاء المصرف المعتمدين .</p> <p>- يمتلك مصرف السلام عدد مهم من الصرافات الآلية والشبابيك الأتوماتيكية منتشرة عبر الوكالات .</p> <p>- يقترح مصرف السلام جهاز الدفع الالكتروني TPE وهو جهاز موجه لزبائن البنك من التجار، المؤسسات ورجال الأعمال لتسديد مشترياتهم أو فواتيرهم عن طريق هذا الجهاز موجود في السوبرماركت المطاعم ، الفنادق إلخ - خدمة الدفع الالكتروني-E Paiment : تتيح هذه الخدمة للزبائن فرصة تسوية فواتيرهم وخدماتهم ، وتسديد معاملاتهم عبر مواقع الأنترنت .</p> <p>- بطاقة الدفع الالكتروني : يطلق مصرف السلام عدة أنواع من البطاقات المصرفية : بطاقة التوفير أميني خاصة بالزبائن الذين لديهم حساب للتوفير في المصرف ، بطاقة الدفع آمنة ، فيزا مسبقة الدفع ، فيزا الكلاسيكية فيزا الذهبية ، فيزا البلاينية .</p>
<p>إتش إس بي سي -الجزائر فرع بنك</p>	<p>- يوجد لبنك إتش إس بي سي -الجزائر موقع إلكتروني www.algeria.hsbc.com يمكنه منا لترويج لخدماته المصرفية ، وكذا الاتصال بعملائه . كما يقوم بتقديم مجموعة من الخدمات المصرفية عبر الأنترنت .</p> <p>- البنك على الخط : www.hsbnat.com يسمح بتقديم الخدمات المصرفية عبر الأنترنت بسرعة وسهولة ، وهذا مواكبة التطورات التكنولوجية .</p>

الفصل الرابع : تقييم جودة الخدمة المصرفية الالكترونية في ظل استخدام نظم وتكنولوجيا المعلومات في

البنوك محل الدراسة

<p>- الخدمة الهاتفية ديجيتل بنكينغ : خدمات مصرفية سهلة ومفيدة عبر الهاتف المحمول من بينها تسديد الفواتير حتى في هونغ كونغ ، تتعامل بحفظ النقود الرقمية متعددة العملات والتي تتيح للشركات الاحتفاظ بالنقود وارسالها واستلامها بعملات متعددة ، ببساطة وأمان ، إنه حل مصمم للتغلب على أكبر مشاكل المعاملات التي تواجه الشركات التي تتداول دوليا .</p> <p>- الأمن على الأنترنت security online : وهذا لحماية الجرائم الالكترونية ، تمنحك الواجهة الموحدة سهلة الاستخدام إدارة شاملة وعالمية للنقد ، والتجارة وسلسلة التوريد ، والأوراق المالية وحلول الأسواق المالية ، تتبع المدفوعات والمستحقات والسيولة والقيمة المتغيرة لأصولك .</p>	<p>المصرف العربي-الجزائر</p>
<p>- يمتلك المصرف العربي موقع إلكتروني: www. arabbank.com والذي يمكنه من الترويج لخدماته المصرفية ، وكذا الاتصال بعملائه .</p> <p>- عربي أونلاين : خدمة متميزة وآمنة تمكن الزبائن من إدارة حساباتهم بأسهل الطرق في أي وقت ومن أي مكان الاستعلام عن الرصيد ، الحصول على كشف الحساب والبطاقة الالكترونية بخيارات عرض مختلفة، دفع فواتير شركات الخدمات العامة ومستحقات البطاقات ، تحويل الأموال بين حساباتكم ولعملاء آخرين في البنك العربي وتحويل الأموال إلى بنوك محلية و دولية.</p> <p>- الصيرفة الالكترونية E- arabbank.com : خدمة متوفرة على مدار الساعة وطوال الأسبوع لها نفس مزايا عربي أونلاين من خلال الولوج إلى منصة الخدمات المصرفية الالكترونية في الموقع الالكتروني للبنك .</p> <p>- خدمة Efawateercom تسمح هذه الخدمة بتقديم طلب للحصول على بطاقة إئتمانية ، برامج ، ودائع أو قرض .</p> <p>- خدمة الرسائل القصيرة sms إكسبريس بلاس : يبقى الزبون على تواصل مع حسابه لدى البنك العربي من خلال خدمة SMS إكسبريس باشتراك بهذه الخدمة المميزة ، سيتم إرسال رسائل نصية قصيرة إلى هاتف الزبون الخليوي لإشعاره بالحركات التي تتم على حسابه ومن خلال هذه الخدمة ستصله رسائل نصية فورية تتعلق بالعمليات الآتية التي تتم على حسابه.</p> <p>-مركز خدمة العملاء : إن مركز خدمة العملاء مدعم بمجموعة من مسؤولي خدمة العملاء لتوفير أية مساعدة قد يحتاجها الزبون وللإجابة عن أية إستفسار عن الخدمات والمنتجات ، تتوفر هذه الخدمة طيلة الاسبوع وعلى مدار 24 سا .</p> <p>-يقدم البنك العربي عربي كونكت Arabi Connect وهو النظام المصرفي الالكتروني الخاص بقطاع الشركات والذي يشمل مجموعة مبتكرة من الحلول المصرفية التي تلي متطلبات عملائه المتعددة من المعاملات المصرفية، وكذا إنجاز وتنفيذ المعاملات المصرفية الدولية من بينها إدارة الحسابات المحلية مع نظام متكامل للتقارير إدارة الحسابات الخارجية مع نظام متكامل للتقارير ، إدارة النقد والسيولة ، خدمات الشيكات ، حلول التسويات البنكية ، تنفق المنصة الالكترونية مع كل من أجهزة الحاسوب والأجهزة اللوحية (التابلت) والهواتف الذكية .</p> <p>- بطاقة الدفع الالكتروني : يطلق المصرف العربي عدة أنواع من البطاقات المصرفية : بطاقة فيزا الدولية العادية الذهبية ، إلكتروني ، وفيزا بلاس وبطاقة ماستر كاردا .</p>	

المصدر : من إعداد الباحثة بناء على الاطلاع على المواقع الالكترونية للبنوك الخاصة 10 ديسمبر 2021، على الساعة الثامنة صباحا .

ومن خلال الجدول رقم (4-17) نجد أن البنوك الخاصة العاملة في السوق المصرفية الجزائرية تقوم بتقديم خدمات مصرفية إلكترونية أكثر ما هو موجود لدى البنوك العمومية، حيث أن أغلب البنوك هي تابعة للبنك الأم في دول متقدمة، أو فرع لذات البنك، فالمتصفح لمواقع البنوك الخاصة يجد أنها غنية بالمعلومات التي يطلبها العملاء كما يجري تحيينها وتحديثها بشكل مستمر، فضلا عن ذلك أن هذه البنوك تتيح للعملاء طلب الخدمات المصرفية عن بعد .

كما أن مختلف البنوك الجزائرية الخاصة تتيح خدمة **E-banking** و **Mobile Banking** وهي خدمات متوفرة على مدار الساعة وطوال الأسبوع تتيح للعملاء خدمة الاطلاع على الرصيد، طلب كشف حساب ، إجراء تحويلات

الفصل الرابع : تقييم جودة الخدمة المصرفية الالكترونية في ظل استخدام نظم وتكنولوجيا المعلومات في

البنوك محل الدراسة

بنكية من حساب لآخر، أيضا تتوفر في معظم البنوك خدمة SMS Cards والتي تتيح للعميل وصول رسالة قصيرة في هاتفه فور قيامه بعملية سحب أو عملية دفع .

وأطلقت مختلف البنوك الخاصة من بينها بنك البركة، نتيكسيس الجزائر، بنك الخليج ، البنك العربي-الجزائر مصرف السلام، بنك الاسكان أنواع مختلفة من البطاقات المصرفية بطاقات فيزا كارد، وبطاقات ماستر كارد .
وأغلب هذه البنوك تمتلك موزعات إلكترونية، والتي أطلقت في إطار عصرنة المنظومة المصرفية الجزائرية، وهي خطوة نحو التقليل من الفروع المصرفية التي أصبحت تحمل البنوك تكاليف في إنشائها . وتمتلك نهائيات الدفع الآلي TPE والتي تعمل بواسطة بطاقة Cib .

ويعتبر أيضا بنك الاسكان للتمويل والتجارة-الجزائر- من بين البنوك الخاصة الجزائرية التي قامت بتطبيق الذكاء الاصطناعي إسكان أنجيح، الذي يوفر الأجهزة والخدمات التالية : خدمة صناديق الأمانات المالية والتي تقدم لأول مرة على مستوى البنك، ويوفر الامكانية لاستخدام الصناديق على مدار الساعة دون الحاجة لوجود موظفين من طرف البنك، ويوفر تواصل بالصوت والصورة مع موظف خدمة العملاء المتواجد في مركز الخدمة الهاتفية (إسكان 24/7) لإنجاز العديد من المعاملات البنكية التي تتم من خلال الفروع مثل : فتح حسابات رئيسية، سحب، وإيداع نقدي بمبالغ كبيرة، إصدار كشوفات حسابات بشكل فوري، اصدار وتجديد بطاقة الدفع المباشر، إيداع الشيكات المسحوبة على البنك وعلى البنوك الأخرى، شاشة ذكية لعرض واستخدام تطبيق الاسكان موبايل .

المبحث الثاني: التعريف بالبنوك محل الدراسة

سنتطرق في هذا المبحث إلى التعريف بالبنوك محل الدراسة القرض الشعبي الجزائري-وكالة شلف-بنك الجزائر الخارجي-وكالة شلف-، بنك التوفير والاحتياط-المديرية الجهوية بالشلف، وكذا الهياكل التنظيمية لهذه البنوك الثلاثة.

المطلب الأول : التعريف بالقرض الشعبي الجزائري

سنتطرق في هذا المطلب إلى نشأة القرض الشعبي الجزائري، وكذا وكالة الشلف محل الدراسة، وعرض الهيكل التنظيمي للوكالة .

الفرع الأول: نشأة القرض الشعبي الجزائري cpa Crédit Populaire d'Algerie

أنشئ القرض الشعبي الجزائري cpa بتاريخ 29 ديسمبر 1966، مقره الرئيسي بشارع العقيد عميروش بالجزائر العاصمة برأس مال قدره 48مليار دج، ليخلف المصارف الشعبية التي كانت متواجدة قبل عام 1966، وهذه المصارف هي :

- البنك الشعبي التجاري والصناعي لوهران .
- البنك التجاري والصناعي للجزائر .
- البنك الجهوي التجاري والصناعي لعنابة .
- البنك الجهوي للقرض الشعبي الجزائري .

وإنضمت إليه الشركة المارسييلية للبنوك في 30 ماي 1968، والشركة الفرنسية للتسليف عام 1971 ، وتم تدعيمه بعد ذلك بضم البنك الجزائري المصري في 01 جانفي 1986، وللبنك 09 وحدات جهوية، أما فروعها فقد بلغت 114 فرعا (وكالة) في بداية 1985، وتقلص هذا العدد إلى 78 وكالة، وذلك بعد تأسيس بنك التنمية المحلية BDL .

أولا: التعريف بالقرض الشعبي الجزائري-وكالة شلف-

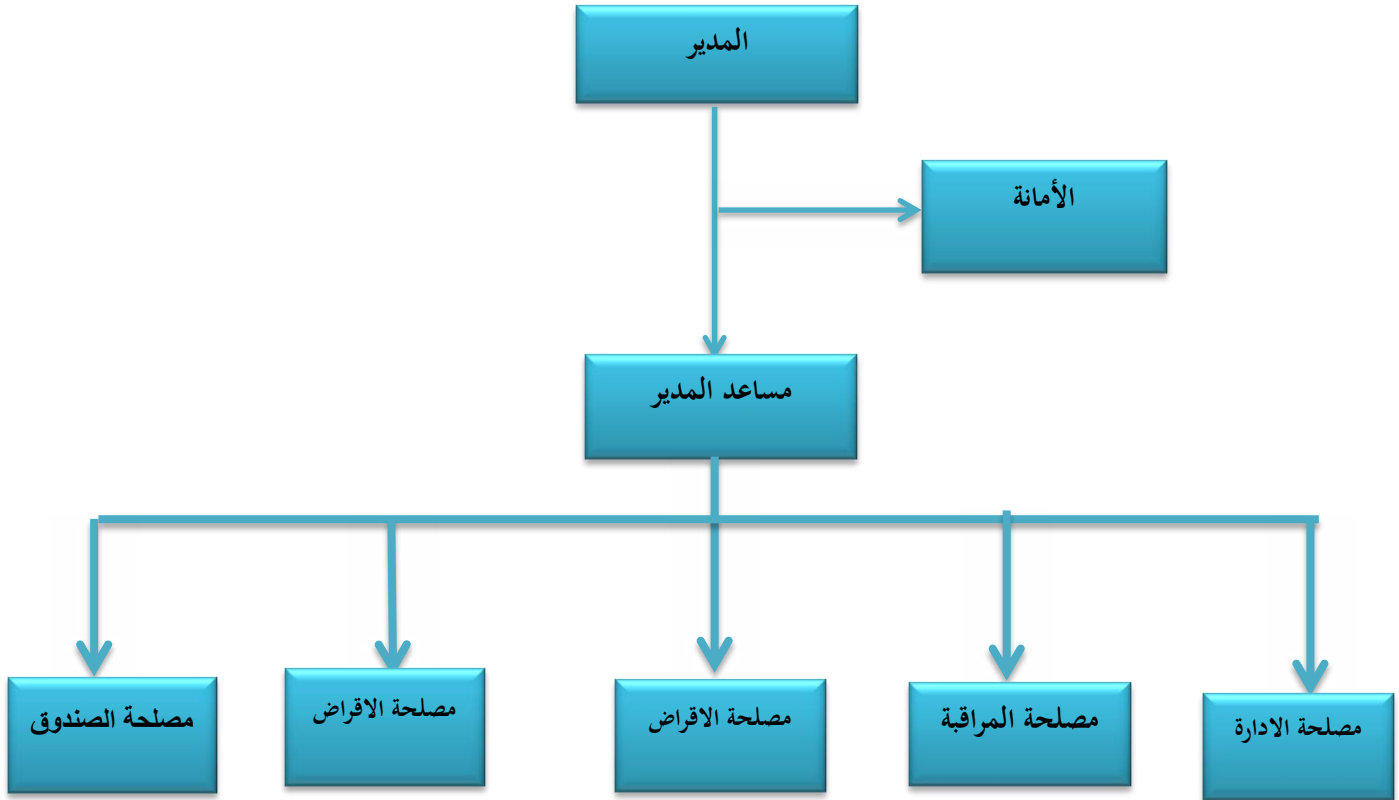
تمثل الوكالة التي نحن بصدد دراستها جزء لا يتجزأ من القرض الشعبي الجزائري المركزي الموجود بالعاصمة، فهي تعد من أهم مراكز الانتاج لهذا البنك، ومن خلال هذا الفرع نقوم بالتعريف بالوكالة، وعرض هيكلها التنظيمي .

1.التعريف بالوكالة: تعتبر الوكالة فرع من فروع القرض الشعبي الجزائري، مقرها شارع الشهداء -الشلف- تحمل رمز 123، وهي مؤسسة إقتصادية عمومية تابعة للمركز الجهوي بولاية العاصمة، حيث تتلقى الأوامر من المدير العام، وتقوم بتنفيذها، تتألف الوكالة من عدة مصالح، كما أنها تحتوي على يد مؤهلة تعمل على تسيير العمل، وتحقيق الأهداف المسطرة، وتطوير البنك، كالمساهمة في تخفيض نسبة البطالة وتشجيع مشاريع الشباب، وتحقيق الأرباح من منح مختلف القروض، وتسيير وسائل الدفع الالكترونية .

2.الهيكل التنظيمي للقرض الشعبي الجزائري " وكالة الشلف":

يمكن توضيح الهيكل التنظيمي للوكالة في الشكل التالي:

الشكل رقم (4-9): الهيكل التنظيمي للقرض الشعبي الجزائري CPA "وكالة الشلف"



المصدر : وثائق مقدمة من القرض الشعبي الجزائري "وكالة شلف".

ومن خلال الهيكل التنظيمي للوكالة يتضح لنا أنها تتكون من المصالح الآتية، بحيث تتمثل مهام كل مصلحة كالاتي :

1.2. المدير: يعتبر بمثابة المسؤول عن التسيير ومراقبة مجمل النشاطات، يمارس السلطة النظامية على جميع الأشخاص ومسؤول عن النتائج المحققة على مستوى وكالته .

وهو المكلف بالقواعد الاستراتيجية للبنك، والقيادة المثلى والفعالة للوظائف والمهام، ويقوم بكل قدراته على تحقيق المهام الموكلة من الإدارة العامة .

2.2. نائب المدير: مسؤوليته تأتي بعد المدير مباشرة، فهو ينوب عن المدير في حالة غيابه في كل الأعمال، وتقديم المساعدة في إتمام وظائفه، وهو المكلف بتعويض مدير الوكالة، وربط كل نشاطات الوكالة .

3.2. أمانة المدير: تقوم بمساعدة المدير من خلال تحرير الوثائق اللازمة لتأدية العمل داخل الوكالة، وأيضاً إستقبال المكالمات، وتثبيت المواعيد مع الزبائن، كما تقوم باستقبال البريد وتسجيله، ومن ثم توزيعه على جميع المصالح في الوكالة، وهو المكلف بتعويض مدير الوكالة، وربط كل نشاطات الوكالة .

4.2. مصلحة الادارة: تعمل على خدمة الزبائن والموظفين، من وظائفها ما يلي:

الفصل الرابع : تقييم جودة الخدمة المصرفية الالكترونية في ظل استخدام نظم وتكنولوجيا المعلومات في

البنوك محل الدراسة

- تسيير الموارد المادية والبشرية للوكالة، وحماية الممتلكات والأشخاص .
 - إنجاز ميزانية الوكالة بمساهمة المصالح المختلفة الأخرى، ومتابعة إنجاز الميزانية .
 - دفع الضرائب الخاصة بالوكالة .
 - إنجاز إحصائيات وإرسالها إلى الهيئة المشرفة .
- 5.2.مصلحة المراقبة:** وتتمثل مهامها في:
- مراقبة الحسابات ومعالجة كل الأخطاء المحاسبية الملاحظة أثناء إنجاز الحسابات .
 - مراقبة الحسابات التي تسجل إختلالات في التسديدات .
 - إنجاز اليومية المحاسبية للوكالة، وإرسالها إلى الهيئة المشرفة .
- 6.2.مصلحة الزبائن:** وهي المصلحة التي تقع دراستنا عليها، ومن وظائفها:
- إستقبال طلبات الزبائن، ثم دراسة ملفات القروض، وتحديد الأخطار .
 - متابعة ملفات القرض، ومتابعة تطور نشاط المؤسسات الطالبة للقرض .
 - دراسات طلبات البطاقات البنكية .
- دراسات طلبات الاشتراك في خدمة **E-banking** ، وخدمة **Mobile Banking** ، وخدمة **Sms Cards** .
- 7.2.مصلحة الصندوق:** وتتمثل مهامها في:
- يقوم رئيس الصندوق بكل المعاملات، وتنظيم الحركة المالية داخل الصندوق:
- فتح الحسابات وتسييرها، ومعالجة عمليات الايداع .
 - تلقي طلبات الزبائن الخاصة بإصدار دفتر الشيكات .
 - متابعة ومعالجة الشيكات غير المدفوعة .
 - معالجة العمليات المصرفية بالدينار والعملية الصعبة .
 - معالجة عمليات النقد الالكتروني (البطاقات) .
- 8.2.مصلحة التجارة الخارجية،** ومن وظائفها:
- تسيير القروض الخارجية، والاعتمادات المستندية والتحويلات .
 - فتح وتصفية ملفات التوطين للتصدير والاستيراد .
 - متابعة الضمانات الممنوحة من طرف الخارج .

الفصل الرابع : تقييم جودة الخدمة المصرفية الالكترونية في ظل استخدام نظم وتكنولوجيا المعلومات في

البنوك محل الدراسة

-إعطاء معلومات للزبائن فيما يخص عمليات التجارة الخارجية .

المطلب الثاني: التعريف بالبنك الجزائري الخارجي

سنتطرق في هذا المطلب إلى التعريف بالبنك الخارجي الجزائري-وكالة شلف-وعرض الهيكل التنظيمي للوكالة .

الفرع الأول: نشأة البنك الخارجي الجزائري Banque extérieur d'Algerie BEA

أنشئ البنك الخارجي بتاريخ 1967/10/01 بموجب الأمر 67/204 المنشور في الجريدة الرسمية رقم 82 ديسمبر 1966، مقره الرئيسي بشارع العقيد عميروش بالجزائر العاصمة برأس مال قدره 23 مليار دينار جزائري بعد تأميم

الجزائر لخمس بنوك أجنبية، وهي :

-البنك الفرنسي للتجارة الخارجية .

-بنك التمويل للفلاحة الموسمي .

-القرض الشمالي.

-القرض الليوني .

-المؤسسات العامة .

وأصبح البنك الجزائري الخارجي مؤسسة وطنية عمومية إقتصادية سنة 1988، وهو شركة ذات أسهم وبنك تجاري يخضع إلى القانون التجاري الجزائري وهو ملك للدولة، حيث أصبح مختص في تمويل التجارة الخارجية .

أولاً: التعريف ببنك الجزائر الخارجي -وكالة الشلف-

سنتطرق في هذا الفرع إلى التعريف ببنك الجزائر الخارجي -وكالة شلف-والهيكل التنظيمي للوكالة .

1.التعريف بوكالة البنك الخارجي الجزائري بالشلف .

تعتبر الوكالة فرع من فروع البنك الخارجي الجزائري مقرها شارع الشهداء -الشلف تحمل رمز 068، وهي مؤسسة إقتصادية عمومية تابعة للمركز الجهوي بولاية العاصمة، حيث تتلقى الأوامر من المدير العام ، وتقوم بتنفيذها، تتألف الوكالة من عدة مصالح ، كما أنها تحتوي على يد مؤهلة تعمل على تسيير العمل، وتحقيق الأهداف المسطرة، وتطوير البنك، كالمساهمة في تخفيض نسبة البطالة، وتشجيع مشاريع الشباب، وتحقيق الأرباح من منح مختلف القروض وتسيير وسائل الدفع الالكترونية .

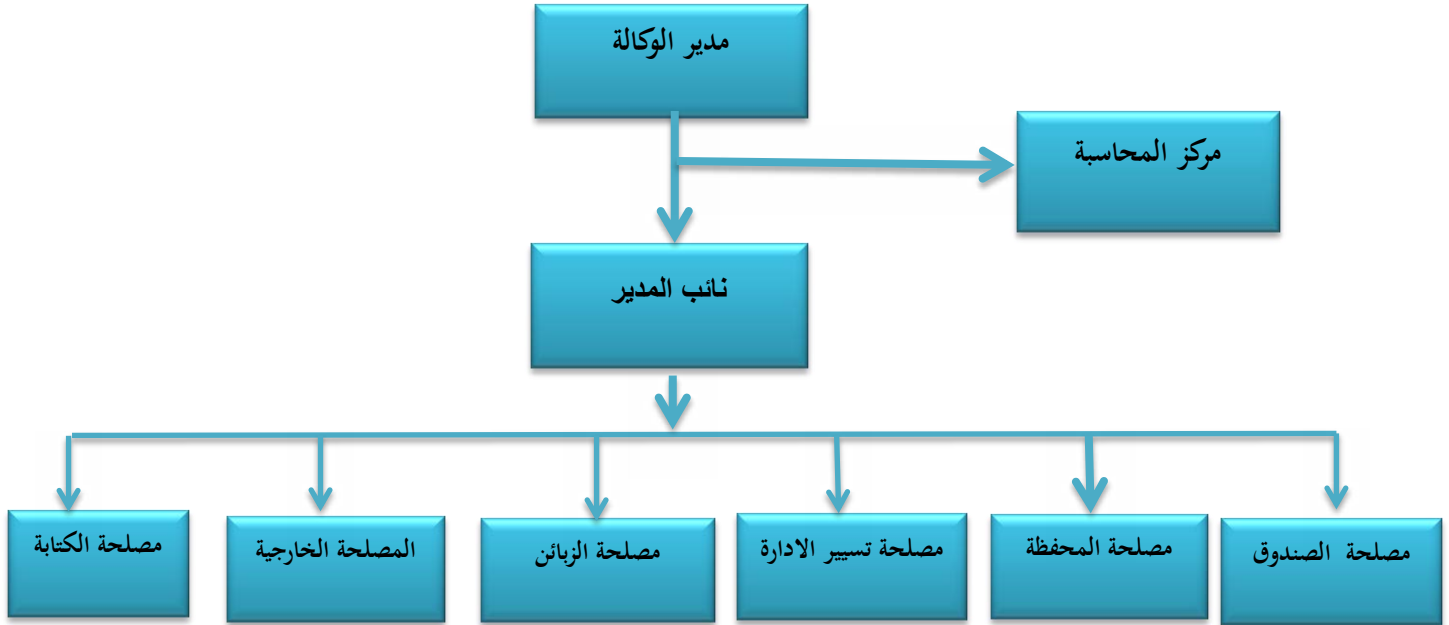
2.الهيكل التنظيمي للوكالة .

يمكننا معرفة مختلف مصالح البنك الخارجي الجزائري بوكالة شلف من خلال التطرق إلى الهيكل التنظيمي للوكالة:

الفصل الرابع : تقييم جودة الخدمة المصرفية الالكترونية في ظل استخدام نظم وتكنولوجيا المعلومات في

البنوك محل الدراسة

الشكل رقم (4-10): الهيكل التنظيمي للبنك الخارجي الجزائري بالشلف .



المصدر : من إعداد الباحثة بناء على معلومات مقدمة من الوكالة .

من الشكل التنظيمي يتضح لنا أن الوكالة تتكون من المصالح التالية:

1.2. مصلحة الصندوق: تكمن مهمتها فيما يلي:

- المحافظة على علاقة وطيدة ودائمة مع الزبائن الذين يتوافدون على شبائبيهم .

- تنفيذ العمليات التي يكلف بها الزبائن .

- ضمان إستمرار السيولة النقدية للوكالة، وكذلك تلك الخاصة بالمكاتب التابعة لها .

2.2. مصلحة المحفظة: تختص بتحصيل السندات التجارية إما مباشرة بحساب الزبون، أو لحسابه الشخصي كما

تختص أيضا بتطبيق مجموعة من الأعمال التي تنتج من العمليات المتعلقة بالاستقلال .

3.2. مصلحة تسيير الادارة: التي تسهر على إحترام تطبيق الاجراءات الادارية النشاط الدورية .

4.2. مصلحة الزبائن: وهي المصلحة التي تقع دراستنا عليها، ومن وظائفها :

- إستقبال طلبات الزبائن، ثم دراسة ملفات القروض، وتحديد الأخطار .

- متابعة ملفات القرض، ومتابعة تطور نشاط المؤسسات الطالبة للقرض .

- دراسات طلبات البطاقات البنكية .

- دراسات طلبات الاشتراك في خدمة **E-banking** ، وخدمة **Mobile Banking** ، وخدمة **Sms Cards**

الفصل الرابع : تقييم جودة الخدمة المصرفية الالكترونية في ظل استخدام نظم وتكنولوجيا المعلومات في

البنوك محل الدراسة

5.2. المصلحة الخارجية: وتختص هذه المصلحة في التعامل مع البنوك الخارجية فيما يخص التصدير والاستيراد، ومن مهامها ما يلي :

- السهر على أن يكون فتح الاعتمادات عند الاستيراد والتصدير مطابقا للمخطط التقني.
- ضمان التسيير الجيد للاعتمادات المستندية .

6.2. مصلحة الكتابة والتعهدات: والتي تقوم بتنظيم ومراقبة نشاطات الوكالة والقيام بإنجاز التقارير، وتقوم بالمهام التالية :

- تكوين مخطط الخطوات لتحقيق الأهداف التجارية المحددة لهم .
- أخذ قرار عند كل إتصال مع الزبائن طبقا لتوجيهات مديرية الوكالة .
- القيام بإعداد ملفات القرض للزبائن.
- أخذ الضمانات المطلوبة من الزبائن .
- تسيير ومتابعة إستعمالات القروض طبقا للترخيصات المحصل عليها .
- القيام بزيارات دورية للزبائن وكتابة تقرير عنها .

المطلب الثالث: التعريف ببنك التوفير والاحتياط-

سنتطرق في هذا المطلب إلى التعريف ببنك التوفير والاحتياط-المديرية الجهوية بالشلف، وعرض الهيكل التنظيمي للمديرية .

الفرع الأول: نشأة بنك التوفير والاحتياط – Banque d'épargne et de réserve

تأسس الصندوق الوطني للتوفير والاحتياط بموجب القانون رقم 64-227 المؤرخ في 10 أوت 1964، حيث جاء ليعوض صندوق التضامن للولايات والبلديات الجزائرية أثناء الاحتلال، فهو يعتبر مؤسسة عمومية بشخصية مدنية وإستقلالية مالية، وحدد القانون دور ونشاط الصندوق، والذي يتمثل في جمع الادخار من المواطنين وإستغلاله في خدمة التنمية الاقتصادية والاجتماعية وتمويل البناء، وتمويل الجماعات المحلية .

وفي ما يلي مراحل تطور الصندوق الوطني للتوفير والاحتياط :

-سنة 1997: تغيير الوضع من الصندوق الوطني للتوفير والاحتياط CNEP Caisse ليصبح البنك العالمي

Cnep-Banque

- سنة 1998 : إطلاق الائتمان الاستهلاكي .
- سنة 2005 : إعادة التموضع الاستراتيجي لـ Cnep-Banque على التمويل العقاري .
- سنة 2008 : إطلاق التأمين المصرفي .
- سنة 2011 : إعادة التنظيم الاستراتيجي لبنك Cnep : الترخيص بتمويل الشركات .

الفصل الرابع : تقييم جودة الخدمة المصرفية الالكترونية في ظل استخدام نظم وتكنولوجيا المعلومات في

البنوك محل الدراسة

- سنة 2013 : إضفاء الطابع المادي على حساب التوفير، وإطلاق بطاقة التوفير .

- سنة 2015 : إطلاق حساب التوفير غير المسدد (رأسمالي) .

- سنة 2016 : إفتتاح أول وكالة آلية خطابي (مركز الجزائر العاصمة) .

- سنة 2018 : زيادة رأس مال البنك Cnep-Banque من 14 إلى 48 مليار دينار جزائري .

أولاً: التعريف بنك التوفير والاحتياط -المديرية الجهوية بالشلف

سنتطرق في هذا الفرع بالتعريف بالمديرية الجهوية لبنك التوفير والاحتياط بالشلف، وكذا عرض الهيكل التنظيمي للمديرية .

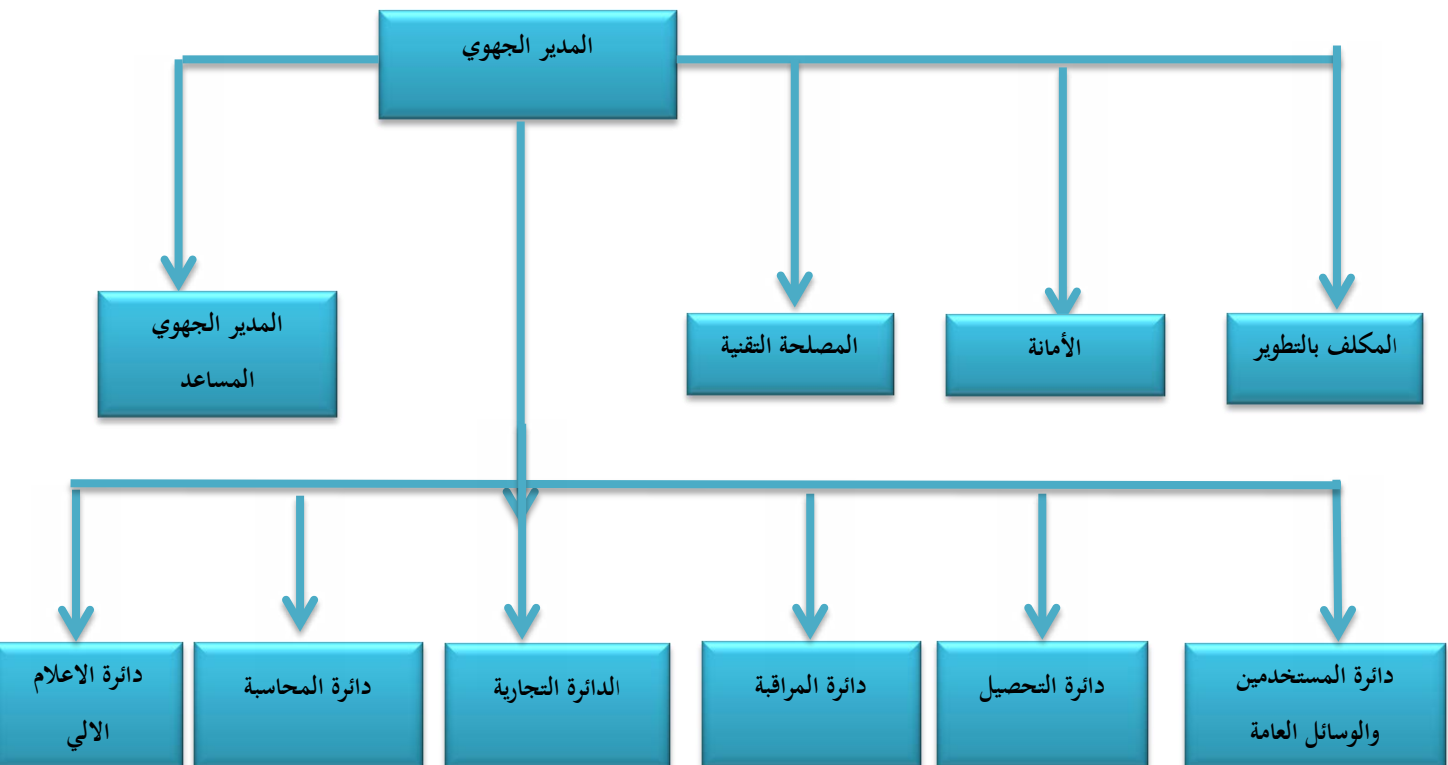
1. التعريف بالمديرية الجهوية لبنك التوفير والاحتياط بالشلف .

المديرية الجهوية بالشلف تأسست في 1991/11/04 تحمل رمز 500 الكائنة بمقر في وسط الشلف -ولاية الشلف -حي الشهيد قوادري محمد -لاسيا -مساحة 1230م² .

كما أنها سنة 1991 كانت تتكون من 16 وكالة، وفي سنة 2021، أصبحت تتكون من 13 وكالة منتشرة كالتالي :
-وكالتين في وسط الشلف، وكالة في تنس، وكالة في بوقادير، وكالة في العطاف، وكالة في عين الدفلى، وكالة في تيسمسيلت، وكالة في خميس مليانة، وكالة في أمداس، وكالة في السوق، وكالة في قصر الشلالة، وكالة في تيارت .

2.الهيكل التنظيمي للمديرية الجهوية بالشلف.

يمكننا توضيح الهيكل التنظيمي لبنك التوفير والاحتياط للمديرية الجهوية في الشكل التالي :
الشكل رقم(4-11) : الهيكل التنظيمي للبنك التوفير والاحتياط -المديرية الجهوية بالشلف-



الفصل الرابع : تقييم جودة الخدمة المصرفية الالكترونية في ظل استخدام نظم وتكنولوجيا المعلومات في

البنوك محل الدراسة

المصدر : من إعداد الباحثة بناء على معلومات مقدمة من طرف الوكالة.

ومن الهيكل التنظيمي، يتضح لنا أن المديرية تتكون من المصالح التالية:

1.2. المدير الجهوي: يعتبر بمثابة المسؤول عن التسيير ومراقبة مجمل النشاطات، يمارس السلطة النظامية على جميع الأشخاص، ومسؤول عن النتائج المحققة على مستوى وكالته. وهو المكلف بالقواعد الاستراتيجية للبنك، والقيادة المثلى والفعالة للوظائف والمهام، ويقوم بكل قدراته على تحقيق المهام الموكلة من الإدارة العامة .

2.2. المدير الجهوي المساعد: مسؤوليته تأتي بعد المدير مباشرة، فهو ينوب عن المدير في حالة غيابه في كل الأعمال، وتقديم المساعدة في إتمام وظائفه. وهو المكلف بتعويض مدير الوكالة، وربط كل نشاطات الوكالة .

3.2. الأمانة: تقوم بمساعدة المدير الجهوي من خلال تحرير الوثائق اللازمة لتأدية العمل داخل الوكالة، وأيضاً إستقبال المكالمات، وتثبيت المواعيد مع الزبائن، كما تقوم باستقبال البريد وتسجيله، ومن ثم توزيعه على جميع المصالح في الوكالة وهو المكلف بتعويض مدير الوكالة ، وربط كل نشاطات الوكالة .

4.2. دائرة المحاسبة: من بين وظائفها ما يلي :

- إنجاز ميزانية الوكالة بمساهمة المصالح المختلفة الأخرى، ومتابعة إنجاز الميزانية .
- دفع الضرائب الخاصة بالوكالة .

- إنجاز إحصائيات وإرسالها إلى الهيئة المشرفة .

5.2. الدائرة التجارية: هي المصلحة التي تقع عليها دراستنا، ومن بين وظائفها ما يلي :

- إستقبال طلبات الزبائن، ثم دراسة ملفات القروض، وتحديد الأخطار .
- متابعة ملفات القرض، ومتابعة تطور نشاط المؤسسات الطالبة للقرض .
- دراسات طلبات البطاقات البنكية .

- دراسات طلبات الاشتراك في خدمة **E-banking** ، وخدمة **Mobile Banking** ، وخدمة **Sms Cards** .

- تنظيم الوكالات للأيام المفتوحة لدى الجامعات، الاشهار التجاري مثلا الاشهار الخاص بالخدمات المصرفية الالكترونية.

6.2. دائرة التحصيل: من بين وظائفها ما يلي:

- مراقبة مدى صحة الضمانات، وإرسالها إلى مجموعة الاستغلال من أجل التأكد منها إلى غاية تحصيل القرض.
- متابعة الديون غير المدفوعة والملفات في مجال المنازعات .

الفصل الرابع : تقييم جودة الخدمة المصرفية الالكترونية في ظل استخدام نظم وتكنولوجيا المعلومات في

البنوك محل الدراسة

- القيام بالإجراءات اللازمة من أجل تحصيل الديون .

- مراقبة الملف الاداري الخاص بفتح الحسابات الجارية للمؤسسات .

7.2. دائرة المراقبة: من بين وظائفها ما يلي:

- مراقبة الحسابات ومعالجة كل الأخطاء المحاسبية الملاحظة أثناء إنجاز الحسابات .

- مراقبة الحسابات التي تسجل إختلالات في التسديدات .

- إنجاز اليومية المحاسبية للوكالة، وإرسالها إلى الهيئة المشرفة .

8.2. دائرة المستخدمين: من بين وظائفها ما يلي:

- إنجاز ومتابعة البرامج التكوينية للموظفين .

- تسيير الموارد المادية والبشرية للوكالة من حيث الرواتب، ملفات الترقية، والعلاوات .

- حماية الممتلكات والأشخاص، و الموارد المادية .

9.2. دائرة الاعلام الآلي: تعتبر بمثابة قلب المديرية، من بين وظائفها ما يلي:

- متابعة أي خلل أو مشاكل تحدث بالنظام .

- متابعة ومراقبة أجهزة الكمبيوتر من القرصنة والفيروسات .

- تصليح أجهزة الكمبيوتر في حالة تعطلها .

المبحث الثالث: تبني الخدمات المصرفية الالكترونية ونظم الذكاء الاصطناعي في البنوك محل الدراسة

وتأثيرها على جودة الخدمة المصرفية .

سنتطرق في هذا المبحث إلى عرض الخدمات المصرفية التقليدية في البنوك محل الدراسة، وكذا الخدمات المصرفية الالكترونية، ودراسة العلاقة بين إستخدام نظم وتكنولوجيا المعلومات وأبعاد قياس جودة الخدمة المصرفية المقدمة لزبائن هذه البنوك.

المطلب الأول: الخدمات المصرفية التقليدية التي تقدمها البنوك محل الدراسة

سنتطرق في هذا المطلب إلى أهم الخدمات المصرفية التقليدية التي يقدمها كل من القرض الشعبي الجزائري -وكالة شلف-، البنك الخارجي الجزائري-وكالة شلف، بنك التوفير والاحتياط-المديرية الجهوية بالشلف.

الفرع الأول: منهجية الدراسة الميدانية

سيتم في هذا الفرع التطرق إلى المنهجية التي إستخدمناها في دراستنا الميدانية، والتي إعتدناها لحل إشكالية بحثنا إبتداء من مجتمع وعينة الدراسة الميدانية المتمثلة في وكالة القرض الشعبي الجزائري -الشلف-، وكالة البنك الخارجي الجزائري-الشلف، المديرية الجهوية لبنك التوفير والاحتياط بالشلف، إضافة إلى الطرق المستخدمة في هذه الدراسة والتي تمثلت في جمع الوثائق والاحصائيات، زيادة على إجراء مقابلة ميدانية مع الموظف المسؤول عن بطاقات الدفع الالكتروني والخدمات المصرفية الالكترونية، رئيس مصلحة التجارة الخارجية ورئيس مصلحة الاستغلال في البنوك محل الدراسة .

أولاً: منهجية الدراسة: لتحقيق الهدف من الدراسة المشار إليها سابقا، والاجابة على أسئلة الدراسة إستخدمنا المنهج الوصفي في الاطار النظري للدراسة، وفي الجانب التطبيقي إعتدنا على المنهج التحليلي في البنوك محل الدراسة لمعرفة أهم الانجازات المحققة من طرف هذه البنوك في مجال الخدمات المصرفية الالكترونية والأنظمة الحديثة، ومدى تأثيرها على جودة الخدمة المصرفية المقدمة للزبائن .

1.مجتمع الدراسة: يعتبر مجتمع الدراسة الركيزة الأساسية لإجراء الدراسة التطبيقية، إذ أن مجتمع الدراسة الميدانية يتمثل في البنوك الجزائرية، وقد تم إختيار وكالة القرض الشعبي الجزائري -الشلف-، البنك الخارجي الجزائري-وكالة شلف، المديرية الجهوية لبنك التوفير والاحتياط بالشلف كعينة من هذه البنوك.

2.عينة الدراسة: من خلال مجموعة الوكالات في ولاية شلف فان هاته الوكالات تحتل مكانة مهمة بين بنوك هذه المجموعة لدوافع الاختيار عليها، تعد وكالة **Cpa**، وكالة **BEA**، المديرية الجهوية لبنك التوفير والاحتياط بالشلف من أنجح الوكالات التابعة لولاية شلف في مجال رقمنة الخدمات المصرفية، وتسهيل التعامل المباشر مع الزبائن، وإستقطاب زبائن آخرين جدد من خلال ما تعرضه هذه البنوك من خدمات إلكترونية، بطاقات بنكية متنوعة تلبي مختلف إحتياجات الزبائن، وكذا حسن المعاملة من طرف موظفيها.

3.الأدوات المستخدمة: سيتم في هذا الجزء عرض الأداة المستخدمة لمعرفة مدى إعتداد الخدمات المصرفية الالكترونية والأنظمة الحديثة في البنوك محل الدراسة، ومدى تأثيرها على جودة الخدمة المصرفية المقدمة للزبائن .

1.3.المقابلة: هي إستبيان شفوي يتم فيه التبادل اللفظي بين القائم بالمقابلة وبين الأفراد للحصول على معلومات ترتبط بآراء أو إتجاهات، أو مشاعر، أو دوافع، أو سلوك، كما هو الحال. إعتدنا عليها في دراستنا الميدانية للحصول

الفصل الرابع : تقييم جودة الخدمة المصرفية الالكترونية في ظل استخدام نظم وتكنولوجيا المعلومات في

البنوك محل الدراسة

على المعلومات من موظفي ومسؤولي هاته البنوك ذات الصلة بموضوعنا باعتبارها الأداة الأنسب من بين الأدوات إستخداما في المنهج التحليلي.

وكانت المقابلة عبارة عن أسئلة فيما يخص مجال الدراسة، وهي أسئلة مباشرة تحمل إجابة واحدة، وذلك لضمان السهولة والدقة في الإجابة لكل المستجوبين على إختلاف مهامهم، وكانت الأسئلة سهلة ومحددة بغية تسهيل الدراسة، وقد إعتدنا على أداة المقابلة مع الموظف المسؤول عن الخدمات المصرفية الالكترونية وشروط الحصول عليها وكذا وسائل الدفع الالكترونية، وكيفية إستخدامها، ومجالات العمل بها، كيف يتم التعامل مع زبائن البنك فيما يخص المعاملات بهذه الوسائل، والاستفسارات التي يقدمها الزبائن، وأيضا رئيس مصلحة التجارة الخارجية ورئيس مصلحة الاستغلال، والموظف المكلف بدراسة طلبات وملفات القروض .

2.3. الوثائق والاحصائيات: نظرا لطبيعة الموضوع وطبيعة العمل الميداني كان لزاما علينا الاعتماد على عملية جمع الوثائق والاحصائيات كأداة من أدوات البحث العلمي قصد تحليل تطور إستخدام وسائل الدفع الالكترونية والخدمات المصرفية الالكترونية، ومدى الاعتماد على الوسائط الالكترونية في تنفيذ المعاملات، ومدى تأثيرها على جودة الخدمة المصرفية .

3. نتائج الدراسة : نتناول في ما يلي عرضنا لنتائج الدراسة الميدانية، وكل ما تم جمعه من معلومات وإحصائيات ووثائق، وتحليلها بدءا بعرض الخدمات المصرفية التقليدية التي يقدمها البنك، مروراً بالخدمات الالكترونية وقنوات الصيرفة الالكترونية ووسائل الدفع الالكترونية، وصولاً إلى تقييم العلاقة بين إستخدام التكنولوجيا وإعتماد الخدمات المصرفية الالكترونية ومدى تأثيرها على جودة الخدمة المصرفية .

الفرع الثاني: الخدمات المصرفية التقليدية التي تقدمها وكالة CPA بالشلف

يقوم القرض الشعبي الجزائري بتقديم مجموعة من الخدمات التقليدية، والتي يمكن إجمالها في ما يلي:

أولاً: فتح الحسابات وقبول الودائع: من بين الحسابات التي يقوم القرض الشعبي الجزائري بفتحها للزبائن والمؤسسات ما يلي :

1. فتح الحسابات: من بين الحسابات التي يقوم القرض الشعبي الجزائري بفتحها حسابات الصيرفة الاسلامية والتي تتمثل في ما يلي :

1.1. حساب الصك الاسلامي: هو حساب بالدينار الجزائري يخضع لمبدأ "القرض الحسن"، يسمح حساب الصك الاسلامي لصاحبه بإجراء المعاملات اليومية، وإستلام الودائع وسداد التزاماته المختلفة وفقاً لمبادئ الشريعة الاسلامية

الفصل الرابع : تقييم جودة الخدمة المصرفية الالكترونية في ظل استخدام نظم وتكنولوجيا المعلومات في

البنوك محل الدراسة

وهو حساب موجه للأفراد لاستخداماتهم الشخصية، يسمح لصاحبه بتوطين دخله (أجور وغيرها) والاستفادة من جميع المنتجات والخدمات المرتبطة بهذا النوع من الحسابات.

2.1. الحساب الجاري الاسلامي للمهنيين والمؤسسات: هو حساب ودائع تحت الطلب دون فوائد يخضع لمبدأ "القرض الحسن" ويسمح هذا الحساب بتنفيذ مختلف معاملات الزبون في إطار نشاطه المهني، وهو حساب مخصص للمهنيين والمؤسسات الصغيرة جدا والصغيرة والمتوسطة .

3.1. حساب التوفير الاسلامي: هو حساب إيداع بالدينار الجزائري، مخصص للأفراد يسمح للزبائن بالحصول على عائد ناتج عن استثمار الأموال المودعة فيه على أساس مبدأ المضاربة. وهو حساب موجه للأفراد حاملي الجنسية الجزائرية، والقصر الممثلين من طرف أوصيائهم الذين يخول لهم قانونيا تسيير هذا الحساب إلى حين بلوغ الأشخاص القصر سن الرشد .

2. منتجات الادخار: يوفر القرض الشعبي الجزائري سلسلة من منتجات الادخار التي تلي احتياجات الزبائن وتمتيز هذه السلسلة بمنتجات مماثلة لمنتجات الادخار للسكن، ودفتر الادخار البنكي . سواء تعلق الأمر بشراء عقار، أو تأمين مستقبل الزبون أو عائلته، أو تمويل أشياء أعجب الزبون بها، أو مواجهة أي طارئ قد يحدث للزبون، ودفاتر الادخار للقرض الشعبي مناسبة لجميع الاحتياجات .

1.2. دفاتر الادخار الخاصة بالزبون: من بينها:

أ. دفتر الادخار البنكي: هو استثمار مالي تحت الطلب بفوائد يقدم للأفراد، الغرض منه هو الادخار تنتج عنه فائدة للمقرض وفقا لجدول الشروط العامة للبنك .

يتم ربط دفتر الادخار بمسك حساب الادخار (بنكي أو للسكن) والذي سيسجل تلقائيا جميع العمليات المسجلة على الحساب لضمان أمان العمليات، يحتوي دفتر الادخار للقرض الشعبي الجزائري على شريط مغناطيسي . وحساب الادخار البنكي مفتوح لأي شخص طبيعي من جنسية جزائرية .

ب. دفتر الادخار للسكن: حساب الادخار للسكن القرض الشعبي الجزائري المتصل بالدفتر، والمشار إليه بالاختصار د.س / ق .ش.ج ، هو منتج استثماري يهدف إلى تشجيع الادخار الموجه نحو تمويل السكن . ويمكن فتح هذا الحساب لأي شخص طبيعي يحمل جنسية جزائرية .

ثانيا: منح القروض

يقدم القرض الشعبي الجزائري مجموعة من القروض المصرفية التي تلبي إحتياجات الزبائن المختلفة سواء كانوا أشخاص طبيعيين أو معنويين .

1. قروض الاستغلال: وهي قروض قصيرة الأجل لا تتعدى 18 شهرا ومن بين هذه القروض نجد قروض قصيرة المدى تمنحها الوكالة، متوفرة في الصيغ التالية :

1.1. قروض الصندوق: قروض قصيرة المدى متوفرة في الصيغ التالية:

أ.السحب على المكشوف: يجسد هذا القرض بسحب مرخص من الحساب يتجاوز قيمة الرصيد مكيف وسريع وهذا السحب موضوع تحت تصرف الزبائن:

-لمواجهة المصاريف الفورية وغير متوقعة والتي تدخل في دورة الاستغلال.

-الفوائد محسوبة على أساس المبالغ المالية المستلمة .

ب. تسهيلات الصندوق: هذا القرض مقدم:

-لتسيير وتغطية الفارق الزمني في الخزينة لمدة جد قصيرة .

-لمواجهة صعوبات نهاية الشهر .

-الأرباح محسوبة على أساس الأموال المستعملة فعليا .

ج.تسيقات على الصفقات: هو قرض يسمح للمؤسسات والشركات المشاركة في الصفقات العمومية بمواجهة فارق الزمن في الخزينة الناتج عن المصاريف الضخمة، (الأشغال، التموينات) وآجال التسديد .

2.قروض بإمضاءات: يريد الزبون إستيراد السلع والبضائع، يريد المشاركة في صفقات، ويتوجب عليه تقديم ضمان

لديه إحتياجات من الخزينة ويريد تأجيل الدفع، إستفاد من صفقة ويطلب منه تقديم ضمانات في كل مرحلة من الإنجاز، يمكن للقرض الشعبي أن يكون ضامنا للزبون، وهذا عن طريق إمضائه .

3.قروض الاستثمار: وهي القروض التي تمنح للأفراد أو المؤسسات المعنوية لشراء معدات وأدوات، تجهيزات مكتب

مباني، أو أراضي، ونجد نوعين من هذه القروض :

أ.قروض متوسطة الأجل: وهي القروض التي تتراوح مدتها ما بين 02 إلى 07 سنوات، مع فترة تأجيل الدفع تتناسب

مع النشاط الذي يمارسه الزبون أو المؤسسة تتراوح مدتها من 01 إلى 03 سنوات لشراء تجهيزات، أو معدات

أو أصول، تحتاجها المؤسسة لمباشرة أعمالها .

الفصل الرابع : تقييم جودة الخدمة المصرفية الالكترونية في ظل استخدام نظم وتكنولوجيا المعلومات في

البنوك محل الدراسة

ب. قروض طويلة الأجل: وهي القروض التي تتجاوز مدتها 7 سنوات موجهة لتمويل الاستثمارات الضخمة مثل بناء

مساكن أو هياكل أساسية، مع فترة تأجيل الدفع تتلائم مع النشاط قد تصل حتى 05 سنوات .

4. قروض الاستهلاك: وهي قروض تمنحها الوكالة لشراء سيارة أو أجهزة كهربائية، ويستفاد منها الأشخاص

المقيمين في الجزائر، والذين يملكون دخل ثابت ومنتظم أعلى أو يساوي مرتين (02) الحد الأدنى للأجر المضمون

. وتتراوح مدة سدادها بين إثني عشر، وستون (60) شهرا .

5. القروض العقارية: القرض الشعبي الجزائري يمنح قروض للأشخاص طويلة الأجل تتراوح مدة سدادها إلى 30 سنة

لاقتناء مسكن جديد من المالك مباشرة، أو تجديد أو توسيع أو تهيئة مسكن، أو شراء مسكن على التصاميم وفق

لشروط محددة من طرف الوكالة .

6. القرض الايجاري: القرض الشعبي يؤجر للزبون أو المؤسسة معدات وأدوات، تجهيزات مكتب، سيارة لمدة تناسب

مع الفترة الاستهلاكية مقابل تسديد أقساط الايجار بناء على الاتفاق المبرم بين الزبون والبنك، مع إمكانية شراء

العقار عند نهاية العقد .

7. قروض التجارة الخارجية: تتكفل الوكالة بكافة عمليات التجارة الخارجية مستعينة في ذلك بشبكاتها الواسعة،

فروعها، وشركائها في كل من الجزائر والخارج، وكذا شبكاتها المتنوعة من المراسلين البنكيين الأجانب، ومن بين هذه

القروض :

أ. القرض المستندي: عند إختيار الزبون القرض المستندي لتحقيق عمليات الاستيراد :

- يستفيد الزبون من مساعدة وإلتزام القرض الشعبي .

- يستعيد الزبون منتوجاته بالامثال الصارم لنظام الصرف المعمول به .

7. القروض التي يمنحها القرض الشعبي الجزائري للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة:

يقوم القرض الشعبي الجزائري بتقديم مجموعة مختلفة من القروض لتمويل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، ومن بينها :

1.7. القروض المدعمة من الدولة: يستثمر القرض الشعبي الجزائري في المشاريع، ويضع تحت تصرف الزبائن

مجموعة واسعة من منتجات القروض المخصصة لتمويل المشاريع، يتم منح هذه القروض المختلفة حسب المشاريع

وقدرة المقرض على السداد، ومن بين الوسائل المختلفة المتاحة لتمويل مشاريع إنشاء المؤسسات الخاصة بالزبائن:

1.1.7. قروض الوكالة الوطنية لدعم تشغيل الشباب: ومن بين هذه القروض نجد:

الفصل الرابع : تقييم جودة الخدمة المصرفية الالكترونية في ظل استخدام نظم وتكنولوجيا المعلومات في

البنوك محل الدراسة

أ.قرض أناد: هو قرض متوسط المدى مخصص لتمويل مشاريع إنشاء وتوسيع أنشطة إنتاج السلع والخدمات من طرف الشباب أصحاب المشاريع في إطار جهاز " أناد"، يمكن أن تصل تكلفة الاستثمار إلى 10 ملايين دينار .
وشروط الحصول على قرض " أناد"تقدم شهادة الأهلية والتمويل لمرحلة الانشاء **i**، أو **ii** المطابقة فيما يخص مرحلة التوسيع صادرة عن الوكالة الوطنية لدعم وتنمية المقاولاتية (أناد) والتي تحدد فيها المساعدات والمزايا والتي تحدد فيها المساعدات والمزايا الممنوحة من قبل الجهاز، إثبات مساهمة شخصية، ويمكن أن يصل مبلغ الاستثمار الوارد في إطار هذا الجهاز إلى 10 ملايين دينار .

وتكون نسبة المشاركة حسب وضعية صاحب المشروع والمنطقة المقررة، توجد فيه الاستثمار كما يلي:

-بالنسبة للطلبة حاملي الأفكار والشباب البطال حاملي المشاريع:

-مساهمة شخصية بنسبة %05 من مبلغ الاستثمار .

-قرض دون فائدة من الوكالة الوطنية لدعم وتنمية المقاولاتية " أناد " بنسبة %25 من مبلغ الاستثمار .

-قرض بنكي متوسط المدى لا يتجاوز %70 من مبلغ الاستثمار .

-بالنسبة لأصحاب المشاريع الآخرين:

-مساهمة شخصية بنسبة %15 من مبلغ الاستثمار .

-قرض دون فائدة من الوكالة الوطنية لدعم وتنمية المقاولاتية " أناد " بنسبة %15 من مبلغ الاستثمار .

-قرض بنكي متوسط المدى لا يتجاوز %70 من مبلغ الاستثمار .

-عندما يتم تنفيذ المشاريع في مناطق خاصة :

-مساهمة شخصية بنسبة %12 من مبلغ الاستثمار .

-قرض دون فائدة من الوكالة الوطنية لدعم وتنمية المقاولاتية " أناد" بنسبة %18 من مبلغ الاستثمار .

-عندما يتم تنفيذ المشاريع في مناطق الجنوب:

-مساهمة شخصية بنسبة %10 من مبلغ الاستثمار .

-قرض دون فائدة من الوكالة الوطنية لدعم وتنمية المقاولاتية " أناد" بنسبة %20 من مبلغ الاستثمار .

ب.قرض الصندوق الوطني للتأمين عن البطالة : هو قرض متوسط المدى يهدف إلى تمويل إنشاء نشاط من طرف

أصحاب المشاريع البطالين الذين تتراوح أعمارهم بين 30 و 55 عاما، ويمكن أن يصل مبلغ الاستثمار الوارد في نظام

الصندوق الوطني للتأمين عن البطالة إلى عشرة ملايين دينار 10 000 000 دج، ويتضمن هيكل التمويل ما يلي :

الفصل الرابع : تقييم جودة الخدمة المصرفية الالكترونية في ظل استخدام نظم وتكنولوجيا المعلومات في

البنوك محل الدراسة

- مساهمة شخصية من صاحب المشروع المستقل تتراوح من %01 إلى %02 من مبلغ الاستثمار إذا كان هذا المبلغ يقل أو يساوي 5 مليون دينار .

-قرض دون فائدة من الصندوق الوطني للتأمين عن البطالة يتراوح من %28 إلى %29 من مبلغ الاستثمار، إذا كان هذا المبلغ يفوق 5 مليون دينار.

ج. قرض دون فائدة من الصندوق الوطني للتأمين عن البطالة:

يتم منح القرض دون فائدة من طرف الصندوق الوطني للتأمين عن البطالة لفائدة أصحاب المشاريع المستقلين كما يلي :

- %29 من مبلغ الاستثمار إذا كان هذا المبلغ يقل أو يساوي 5 مليون دينار.

-%28 من مبلغ الاستثمار إذا كان هذا المبلغ يفوق 5 مليون دينار .

وتصل مدة القرض البنكي إلى 05 سنوات، مع تم تحديد فترة التأجيل بثلاث سنوات .

كما تتعلق الضمانات التي سيتم تحصيلها فقط بما يلي:

-الرهن الحيازي للتجهيزات والعتاد .

-رهون العتاد المتنقل .

-تفويض التأمين متعدد المخاطر، أو التأمين ضد جميع المخاطر .

-ضمان صندوق الكفالة المتبادلة لضمان مخاطر القروض الموجهة للاستثمارات أصحاب المشاريع البطالين النسم تتراوح أعمارهم بين 30 و 55 عاما .

-يتم ضمان القروض الممنوحة في إطار الصندوق الوطني للتأمين عن البطالة من طرف هذا الصندوق في حدود

70 من مبلغ الاستحقاقات رأس المال والفائدة .

د.قرض الوكالة الوطنية لتسيير القرض المصغر (القرض المصغر): هو قرض متوسط المدى يمنح للمواطنين الذين

ليس لديهم دخل، أو من ذوي الدخل الصغير غير المستقر وغير المنتظم .ويوجه قرض الوكالة الوطنية لتسيير القرض

المصغر إلى إنشاء الأنشطة بما فيها تلك التي تقام في المنزل عن طريق :

-إقتناء عتاد صغير ومواد أولية للانطلاق في النشاط، كما يغطي هذا القرض النفقات اللازمة لبدء النشاط . ك شراء

المواد الأولية، وللإستفادة من الأهلية في نظام القرض المصغر يتم من خلال تقديم مقرر الأهلية والتمويل الذي تسلمه

الوكالة الوطنية لتسيير القرض المصغر .

الفصل الرابع : تقييم جودة الخدمة المصرفية الالكترونية في ظل استخدام نظم وتكنولوجيا المعلومات في

البنوك محل الدراسة

-حيازة الخبرة ذات الصلة بالنشاط المزمع إقامته .

-حيازة مساهمة شخصية في الشكل التالي :

-يمكن أن يصل مبلغ الاجمالي للنشاط في إطار هذا الجهاز 1مليون دينار، وتتضمن :

-مساهمة شخصية من المستفيد بنسبة %01 من التكلفة الاجمالية للنشاط .

-قرض دون فائدة من الوكالة الوطنية لتسيير القرض المصغر بنسبة %29 من التكلفة الاجمالية للنشاط .

-قرض بنكي متوسط المدة لا يتجاوز نسبة %70 من التكلفة الاجمالية للنشاط .

- تقدر فترة السداد بـ 5 سنوات، مع تحديد فترة التأجيل بـ03سنوات .

8. الصيرفة الاسلامية في القرض الشعبي الجزائري:

1.8.المرابحة عقار: هو تمويل يسمح للزبائن باقتناء عقار بصيغة "المرابحة عقار" لتجسيد هذا التمويل يتدخل القرض

الشعبي الجزائري بصفة مشتري أول من البائع ليعيد بيعه للزبون مقابل هامش ربح معلوم ومتفق عليه مسبقا . هو تمويل

مخصص للأفراد المقيمين أو غير المقيمين الذم يتمتعون بالجنسية الجزائرية والمندوبين بالخارج الذم تتحقق فيهم الشروط

المذكورة أدناه : أن يكون للزبون راتباً، أو دخلاً ثابتاً ومنتظماً يعادل على الأقل مرتين الراتب الوطني الأدنى المضمون

SNMG ، ألا يتجاوز سن الزبون 70 سنة (على الأكثر) بتاريخ تسديد آخر قسط .

ويتوقف منح تمويل المرابحة عقار على إجراء دراسة مسبقة للملف الذي يقدمه الزبون المعني . ويمكن أن يصل مبلغ

التمويل إلى %90 كحد أقصى من سعر العقار ويتم تحديده وفقاً لدخل الزبون وسنه .

كما تقدر المساهمة الشخصية للزبون بـ %10 كحد أدنى من سعر العقار، يتم تقديرها على أساس سعر البيع المبين

في عقد الوعد بالشراء والخبرة على العقار (داخلية أو خارجية) . وقد تصل مدة السداد إلى ثلاثون سنة كحد أقصى،

وتكون سارية المفعول ابتداءً من تاريخ تعبئة التمويل على أن يكون دفع آخر قسط عند بلوغ سن 70 عاماً .

2.8.مرابحة سيارات(مرابحة للسيارات الخاصة بالأفراد): هو تمويل مطابق للشيعة الاسلامية يسمح للزبون

باقتناء سيارة جديدة من إختياره مصنعة بالجزائر، ولتجسيد هذا التمويل يتدخل القرض الشعبي الجزائري بصفة

مشتري أول من البائع ليعيد بيعه للزبون مقابل هامش ربح معلوم ومتفق عليه مسبقا . وهذا التمويل مخصص للأفراد

الذين يتمتعون بالجنسية الجزائرية . ويجب أن يتمتع المستفيد بالأهلية القانونية ولديه راتباً، أو دخلاً ثابتاً ومنتظماً

يساوي على الأقل 40000 دج، وألا يتجاوز 70 سنة بتاريخ تسديد آخر قسط .

-يمكن أن يصل مبلغ التمويل إلى %90 كحد أقصى من سعر بيع السيارة .

الفصل الرابع : تقييم جودة الخدمة المصرفية الالكترونية في ظل استخدام نظم وتكنولوجيا المعلومات في

البنوك محل الدراسة

-تقدر المساهمة الشخصية بـ10% كحد أدنى من سعر بيع السيارة .
-لا يجوز أن يتجاوز مبلغ القسط الشهري بأي حال من الأحوال 30% من صافي الدخل الشهري المستلم بانتظام، وتتراوح مدة السداد ما بين إثني عشر 12 شهرا كحد أدنى، و60 شهرا كحد أقصى .

3.8. تمويل مرابحة تجهيزات: هو تمويل يسمح للأفراد بالحصول على سلع إستهلاكية (الأجهزة المنزلية والالكترونية والأثاث) وللمهنيين على تجهيزات مهنية .

ولتحسيد هذا التمويل يتدخل القرض الشعبي الجزائري بصفة مشتري أول من البائع ليعيد بيعه للزبون مقابل هامش ربح معلوم ومتفق عليه مسبقا. كما يتوقف منح تمويل المرابحة تجهيزات على إجراء دراسة مسبقة للملف الذي يقدمه الزبون المعني، بحيث يصل مبلغ التمويل :

- بالنسبة للأفراد: يمكن أن يصل إلى 90% كحد أقصى من ثمن السلعة الاستهلاكية في حدود واحد مليون دينار جزائري ، على ألا يقل هذا المبلغ عن مئة ألف دينار 100 000 دينار جزائري، ويتم احتساب مبلغ التمويل على أساس قدرة سداد الزبون .

-بالنسبة للمهنيين: سواء كانوا مبتدئين أو ممارسين، يمكن أن يصل مبلغ التمويل إلى 90% كحد أقصى من سعر التجهيزات .على ألا يتجاوز مبلغ التمويل 20 000 000 دينار جزائري .

وتتراوح فترة السداد بين 12 شهرا كحد أدنى، و 36 شهرا كحد أقصى بالنسبة للأفراد، تتراوح فترة السداد بين 03 سنوات كحد أدنى، و 07 سنوات كحد أقصى بالنسبة للمهنيين .

الفرع الثالث: الخدمات المصرفية التقليدية التي تقدمها وكالة BEA بالشلف-

سنتطرق في هذا الفرع إلى الخدمات التقليدية التي يقدمها البنك الخارجي الجزائري-وكالة شلف، ومن بين هذه الخدمات نجد :

أولا:فتح الحسابات وقبول الودائع

هناك ثلاث أنواع للحسابات الجارية التي تقوم بفتحها الوكالة، وهي:

1.حساب جاري للتجار CCB رمزه 86/60 ، حيث يتكون ملف هذا الحساب من :

-نسخة طبق الأصل للسجل التجاري .

-شهادة الوجود من مفتشية الضرائب .

-نسخة طبق الأصل لبطاقة التعريف الوطنية .

الفصل الرابع : تقييم جودة الخدمة المصرفية الالكترونية في ظل استخدام نظم وتكنولوجيا المعلومات في

البنوك محل الدراسة

-أول دفعة 10 000 00 دج .

-تملاً ورقة BEA15 .

-تملاً ورقة BEA18473

2. حساب للعامل DEPO/S رمزه 680، ويتكون ملف هذا الحساب:

-شهادة العمل، نسخة طبق الأصل لبطاقة التعريف الوطنية .

-أول دفع يكون بقيمة 500 دج

-تملاً ورقة BEA18473

3. حساب دفتر التوفير S/livret رمزه 6812/685، ويتكون ملف هذا الحساب:

-نسخة طبق الأصل لبطاقة التعريف الوطنية .

-مبلغ أكبر من 50000 دج.

-تملاً ورقة BEA18473

-تملاً ورقة BEA 13

ويشرف على هذه المصلحة موظف الشباك حيث يقوم هذا الأخير بالاتصال المباشر والدائم مع الزبائن، ومن مهامه إستلام الأموال التي تودع من طرف الزبون ليحولها في حساباتهم الجارية، وذلك بتسجيل المبلغ المودع في الجانب الدائن من هذا الحساب، كما يقوم بإجراء عملية الدفع قيمة الشيك المقدم من طرف الزبون . أما من الناحية التقنية فيقوم بعملية المطابقة أي التأكد من صحة الوثيقة، والتي تملأ من طرف الزبون في حالة الإيداع ويقوم الموظف بالتأكد من توقيع الزبون على ورقة الشيك، ومقارنتها مع تلك التي وصفها مع الوثائق يوم فتحه للحساب الجاري الخاص به، وهذا يتم في عملية السحب .

ثانيا: منح القروض

تجدر الإشارة إلى أن البنك الخارجي الجزائري -وكالة شلف- يقوم بتقديم قروض مشابهة للقرض الشعبي الجزائري

وينصب تركيبيه على قروض التجارة الخارجية بشكل أكبر، كما أن الوكالة لا تقوم بتقديم خدمات الصيرفة الاسلامية

الفرع الرابع: الخدمات التقليدية التي تقدمها المديرية الجهوية بالشلف لبنك التوفير والاحتياط

يقوم Cnep Banque -المديرية الجهوية- بتقديم مجموعة من الخدمات المصرفية التقليدية تتمثل في فتح الحسابات

وقبول الودائع، منح القروض بمختلف أنواعها... إلخ، والتي سنتطرق إليها في هذا الفرع .

أولاً: فتح الحسابات وقبول الودائع لدى المخصصة للأفراد :

1. الحساب الجاري (الوديعة تحت الطلب) ويسمح بتلقي التدفقات النقدية الخاصة بالزبون، والاحتفاظ بها

وتنفيذ جميع المعاملات التي يصرح بها، وسيتفاد منه كل من يزاول نشاط صناعي أو تجاري. أنظر المطوية رقم 01.

2. ودائع لأجل: هي استثمار للمال بالدينار، يتم بأمر من العميل لمدة متفق عليها، ويستفيد منها كل شخص

طبيعي أو إعتباري، ومن مزاياها حماية أموالك من مخاطر السرقة والضياع، مدة مرنة تكيف مع رغبات العميل، تقدم

له صيغة الاستثمار هذه مكافأة جذابة وفقا لمدة الاستثمار وفقا لشروط البنك .

3. قسيمة تسجيل النقدية: هي الاستثمار الذي يسمح بتوليد دخل منتظم لفترة زمنية محددة، يوفر للزبون أمانا

كاملا للربحية يعتمد على فترة إشتراك الزبون، يستفيد منه شخص طبيعي، أو إعتباري، ومن مزاياه أنه دعم يمكن

إستخدامه كضمان في حالة طلب قرض (تعهد الايصال النقدي) وهي قسيمة قابلة للتحويل بحرية .

4.1 حساب توفير المنزل **CEL Le compte épargne logement**: هو حساب يحمل فائدة، ويتجسد

من خلال بطاقة توفير **CEL** حيث يتم تسجيل جميع المعاملات التي تتم على الحساب بالإضافة إلى الفوائد الانتاجية

يستفيد منه كل شخص طبيعي، قاصر أو رئيسي جزائري أو أجنبي الجنسية مقيم في الجزائر. أنظر المطوية رقم 02 .

5.1 حساب التوفير الشعبي **Compte épargne populaire** : هو حساب بفائدة ويتجسد من خلال

بطاقة توفير **CE**، حيث يتم تسجيل جميع عمليات السحب والمدفوعات بالإضافة إلى الفائدة الانتاجية ويستفيد منه

كل شخص طبيعي، قاصر أو كبير من الجنسية الجزائرية، مقيم أو غير مقيم في الجزائر . وتوفر ودائع التوفير **CE**

للعامل مكافأة كل سنة . أنظر المطوية رقم 03

6.1 حساب التوفير رسالي: هو حساب توفير عند الطلب غير مدفوع الأجر مخصص للأفراد . ويستفيد منه أي

شخص طبيعي، ويمكن عن طريق بطاقة التوفير الخاصة بهذا الحساب إجراء عمليات السحب في أجهزة الصراف الآلي

المحلية، كما أن فتح الحساب والودائع والسحوبات مجانية بدون عمولات أو رسوم إدارية . أنظر المطوية رقم 04 .

7.1 الحساب التجاري **Compte Commercial**: هو حساب إيداع تحت الطلب يسمح للزبون باستلام

الايصالات النقدية والاحتفاظ بها، وتنفيذ جميع العمليات التي يصرح بها البنك. ويستفيد منه أي تاجر له نشاط

تجاري، أو صناعي . أنظر المطوية رقم 05 .

8.1. حساب شيك الصيرفة الاسلامية:

تجدر الاشارة إلى أن الصيرفة الاسلامية تعتبر حديثة النشأة بالنسبة للصندوق الوطني للتوفير والاحتياط، فسعيًا من البنك لفتح خدمات الصيرفة الاسلامية، أقدمت المديرية منذ نهاية ديسمبر 2021 على وضع شبائيك للصيرفة الاسلامية .

ومنه حساب شيك الصيرفة الاسلامية هو حساب وديعة تحت الطلب مطابق لمبادئ الشريعة الاسلامية والذي يسمح لحامله بالحصول على وسائل دفع مختلفة(بطاقات بين البنوك، شيكات) كما يسمح له بإجراء وتنفيذ المعاملات المصرفية اليومية (المدفوعات، المسحوبات، التحويلات، الخصم المباشر، النقد، فحص الايصالات) ومن بين الخصائص الرئيسية له ما يلي : أنظر المطوية رقم 06 .

-حساب وديعة تحت الطلب، أنه دون أجر، يسمح لحاملها بتوطين دخله، أو إنسحابه، الأموال المودعة في الحساب توظف في مشاريع مطابقة للشريعة الاسلامية .

ويستطيع الاستفادة من هذا الحساب، كل شخص طبيعي تتوفر فيه الشروط التالية:

-الأفراد سواء كانوا موظفين، أو تجار، أو متقاعدين، أو حتى بدون مهنة، من جنسية جزائرية، مقيمين أو غير مقيمين يتمتعون بالأهلية القانونية، وكذلك الأجانب المقيمين في الجزائر .

-الأشخاص الذين يمارسون مهنة حرة .

-الجمعيات والتعاونيات غير الهادفة للربح، الحرفيون والتعاونيات الحرفية، ويتم استثمار الأموال في المشاريع التي تتوافق مع أحكام الشريعة الاسلامية .

ثانيا: منح القروض للأفراد، المؤسسات، الاحترافيين:

تجدر الاشارة إلى أن بنك التوفير والاحتياط يركز أكثر على تقديم القروض العقارية بشتى أنواعها مقارنة بالقرض الشعبي الجزائري والبنك الخارجي الجزائري، كما أنه لا يعتمد على تقديم قروض تمويل التجارة الخارجية والقروض الاستغالية، ومن بين هذه القروض نجد :

1. القروض ممنوحة من طرف الأفراد: في ما يلي نقوم بعرض مختلف القروض الممنوحة من طرف **Banque**

: Cnep

الفصل الرابع : تقييم جودة الخدمة المصرفية الالكترونية في ظل استخدام نظم وتكنولوجيا المعلومات في

البنوك محل الدراسة

1.1.1. القروض الاستهلاكية: هي قروض مخصص لاقتناء سيارة الركاب الجديدة التي يتم إنتاجها، أو تجميعها في الجزائر. يستفاد منه أي شخص طبيعي من الجنسية الجزائرية، تتراوح أعمارهم بين 19 و 70 سنة، مقيمين في الجزائر. يملكون دخل منتظم وكافي، يمنح تمويل يصل إلى 4 000 000.00 دينار جزائري، فترة السداد تصل إلى 60 شهرا .

2.1.1. قروض عقارية: توجد صيغ مختلفة من القروض العقارية التي تمنحها المديرية، من بينها:

أ. قرض لشراء أرض لبناء مسكن: وهذا قرض يهدف إلى تمويل شراء أرض لبناء منزل، ويستفيد منه كل شخص طبيعي له جنسية جزائرية، مقيم في الجزائر أو في الخارج ، السن بين 19 و 70 سنة، تمويل يصل إلى 90 % من سعر البيع، فترة سداد تصل إلى 30 سنة في حدود 75 سنة، معدل فائدة يتراوح بين 5.75% و 6.50%، يتم منح فترة سماح مدتها 6 أشهر، إمكانية زيادة مبلغ الائتمان الخاص بالزبون بالاشتراك بدخل شخص آخر من خلال (أحد أفراد الأسرة) أو شخص ثالث في ملكية مشتركة .

ب. قرض بناء منزل: هو قرض يهدف إلى تمويل بناء منزل ويستفيد منه كل شخص طبيعي له جنسية جزائرية، مقيم في الجزائر أو في الخارج، السن بين 19 و 70 سنة، تمويل يصل إلى 90 % من تقدير البناء، فترة سداد تصل إلى 30 سنة في حدود 75 سنة، معدل فائدة يتراوح بين 5.75% و 6.50% ، يتم منح فترة سماح مدتها 63 شهرا، إمكانية زيادة مبلغ الائتمان الخاص بالزبون بالاشتراك بدخل شخص آخر من خلال (أحد أفراد الأسرة) أو شخص ثالث في ملكية مشتركة .

ج. قرض لتوسيع مسكن: قرض يهدف إلى تمويل توسيع مسكن، ويستفيد منه كل شخص طبيعي له جنسية جزائرية، مقيم في الجزائر أو في الخارج، السن بين 19 و 70 سنة، تمويل يصل إلى 90 % من التكلفة التقديرية للعمل، فترة سداد تصل إلى 30 سنة في حدود 75 سنة، معدل فائدة يتراوح بين 5.75% و 6.50% يتم منح فترة سماح مدتها 36 شهرا، إمكانية زيادة مبلغ الائتمان الخاص بالزبون بالاشتراك بدخل شخص آخر من خلال أحد أفراد الأسرة أو شخص ثالث في ملكية مشتركة .

د. قرض لتهيئة مسكن: قرض يهدف إلى تمويل أعمال تجهيز منزل، ويستفيد منه كل شخص طبيعي له جنسية جزائرية، مقيم في الجزائر أو في الخارج، السن بين 19 و 70 سنة، تمويل يصل إلى 90 % من التكلفة التقديرية للعمل، فترة سداد تصل إلى 25 سنة في حدود 75 سنة، معدل فائدة يتراوح بين 5.75% و 6.50%، يتم منح فترة سماح مدتها 6 أشهر، إمكانية زيادة مبلغ الائتمان الخاص بالزبون بالاشتراك بدخل شخص آخر من خلال أحد أفراد الأسرة أو شخص ثالث في ملكية مشتركة .

الفصل الرابع : تقييم جودة الخدمة المصرفية الالكترونية في ظل استخدام نظم وتكنولوجيا المعلومات في

البنوك محل الدراسة

هـ. قرض لشراء مسكن: يهدف هذا القرض إلى تمويل شراء مسكن من عند شخص مالك للسكن مباشرة، ويستفيد منه شخص طبيعي له جنسية جزائرية، مقيم في الجزائر أو في الخارج، السن بين 19 و 70 سنة، تمويل يصل إلى 90 % من سعر الصنفقة، فترة سداد تصل إلى 30 سنة في حدود 75 سنة، معدل فائدة يتراوح بين 5.75% و 6.50%، ويتم منح فترة سماح مدتها 36 شهرا، إمكانية زيادة مبلغ الائتمان الخاص بالزبون بالاشتراك بدخل شخص آخر من خلال (أحد أفراد الأسرة) أو شخص ثالث في ملكية مشتركة .

و. قرض لشراء سكن جديد من مرفقي عقاري: يهدف هذا القرض لتمويل شراء منزل جديد من مرفقي عقاري إسكان ترويجي مدعوم بصيغة **LSP / LPA** ، هو قرض لشراء أو تشييد أو تجهيز أو تمديد أو زيادة المباني التجارية أو المهنية الخاصة بالزبون، ويستفاد من هذا القرض أي شخص طبيعي من الجنسية الجزائرية، تتراوح أعمارهم بين 19 و 70 سنة، مقيمين في الجزائر، الحصول على دخل منتظم وكاف . تمويل يصل إلى 90% من سعر البيع، فترة سداد تصل إلى 30 سنة في حدود 75 سنة، سعر فائدة يتراوح بين 5.75% و 7% سنويا، يتم منح فترة سداد مؤجلة 6 أشهر، مع إمكانية زيادة مبلغ الائتمان الخاص بالزبون بالاشتراك بدخل شخص آخر من خلال (أحد أفراد الأسرة) أو شخص ثالث في ملكية مشتركة.

ع. قرض لشراء منزل للبيع على الخطط **V.S.P**: يهدف هذا الائتمان لتمويل شراء مسكن كجزء من البيع على الخريطة، يستفاد منه أي شخص طبيعي من الجنسية الجزائرية، تتراوح أعمارهم بين 19 و 70 سنة، مقيم في الجزائر الحصول على دخل منتظم وكاف، تمويل يصل إلى 90% من سعر البيع، فترة سداد تصل إلى 30 سنة في حدود 75 سنة، سعر فائدة مفيد للغاية يتراوح بين 5.75% و 7% سنويا، يتم منح فترة سماح مدتها 36 شهرا، مع إمكانية زيادة مبلغ الائتمان الخاص بالزبون بالاشتراك بدخل شخص آخر من خلال (أحد أفراد الأسرة) أو شخص ثالث في ملكية مشتركة.

3.1.1. قرض **IMMO JEUN** : قرض مصمم خصيصا لتمويل:

- شراء أماكن إقلمة ترويجية، شراء مساكن ترويجية مدعومة، شراء مسكن من فرد، بناء أو توسعة منزل، يستفاد منه كل شخص ذات جنسية جزائرية، مقيم في الجزائر، ذات سن أقل من 40 سنة، ومن مزاياه تمويل يمكن أن يصل إلى 100% ، فترة سداد تصل إلى 40 عاما في حدود 75 عاما، فترة سماح 36 شهرا، مع إمكانية زيادة مبلغ الائتمان الخاص بالزبون عن طريق الاشتراك بدخل شخص آخر من خلال الخصم المشترك (أحد أفراد العائلة) أو شخص ثالث في ملكية مشتركة) .

الفصل الرابع : تقييم جودة الخدمة المصرفية الالكترونية في ظل استخدام نظم وتكنولوجيا المعلومات في

البنوك محل الدراسة

4.1. القروض العقارية بأسعار مدعومة: هذه ميزة تمنحها الدولة، من خلال الخزانة العامة، تهدف إلى تقليل معدل

الفائدة المستحقة على الزبون .ومعدل الفائدة المطبق على هذه القروض:

- 01% عندما يكون دخلك الشهري أقل من أو يساوي 06 أضعاف الحد الأدنى الوطني للراتب المضمون (S.N.M.G).

- 03% عندما يكون دخلك الشهري أكبر من 06 أضعاف الحد الأدنى الوطني للراتب المضمون (S.N.M.G) وأقل من 12 مرة (S.N.M.G) .

وسعر الفائدة المدعوم ينطبق على قروض الرهن العقاري المخصصة لـ :

-إقتناء مساكن جماعية جديدة، تملك المساكن الفردية من قبل مطور عقاري في شكل جماعي في مناطق بولايات الجنوب والهضاب العليا، بناء مساكن ريفية .

5.1. الاجارة التمليلية: صيغة تمويل وفقا لمبادئ الشريعة الاسلامية لشراء منزل، وهو صيغة يحصل بموجبها البنك

على سكن يختاره العميل ويؤجره له، مقابل دفع الايجار، وهذا الايجار مصحوب بوعد بالنقل لصالح المستأجر، حيث أن بيع المنزل في نهاية فترة التمويل مشروط بسداد الايجارات .

ويستطيع الاستفادة من هذا القرض :

- كل شخص طبيعي تتوفر فيه الشروط التالية :أن يكون جزائري الجنسية، مقيما أو غير مقيم .

- أن يكون سنه بين 21 و 73 عاما .

-الحصول على دخل شهري صاف دائم أكبر من أو يساوي 1.5% من الحد الأدنى الوطني للراتب المضمون .

ويطبق هذا النوع من التمويل على جميع أنواع العقارات للاستخدام المهني : المباني الصناعية، مناطق تجارية

المستودعات، المكاتب والمقاعد، المطاعم والفنادق، والوصول إلى تأجير العقارات متاح لجميع فئات الشركات التي

يحكمها القانون الجزائري، والتي تمارس نشاطا تجاريا، أو صناعيا لمدة 3 سنوات على الأقل لتمويل إستثماراته العقارية

من مزاياه تمويل يصل إلى 100% من قيمة العقار، إقتناء العقارات مع الاحتفاظ بالسيولة للاستثمارات الأخرى، أن

يصبح مالك العقار الذي يختاره بعد دفع الايجارات. كما فترة الايجار من 03 إلى 15 سنة، مع إمكانية تأجيل

السداد من 03 إلى 06 شهور بناء على طلب العميل .

2. القروض الممنوحة من طرف Cnep Banque -المديرية الجهوية للمؤسسات: وفي ما يلي سنتطرق إلى

مختلف القروض التي يمنحها Cnep Banque للمؤسسات :

الفصل الرابع : تقييم جودة الخدمة المصرفية الالكترونية في ظل استخدام نظم وتكنولوجيا المعلومات في

البنوك محل الدراسة

1.2. قروض متوسطة الأجل: تمويل مرن ومخصص لمزاولة نشاط إقتصادي للسلع أو الخدمات، تتراوح فترة سداده بين 02 و 07 سنوات، مع فترة سداد مؤجلة من 06 إلى 24 شهرا .يستفاد منه أي شخص طبيعي أو إعتباري بموجب القانون الجزائري، تمويل يمكن أن يصل إلى 80% من التكلفة الاجمالية للمشروع، ويمكن ضمان القروض من خلال: رهن عقاري من الدرجة الأولى على الأرض الأساسية والمباني المبنية، ضمانة مشتركة ومتعددة من الشركاء لشركة SPA و SARL .

2.2. قروض طويلة الأجل: تمويل مرن ومخصص تتراوح فترة سداده بين 07 و 12 عاما مع فترة سداد مؤجلة من 06 إلى 48 شهرا، يستفاد منه أي شخص طبيعي أو معنوي بموجب القانون الجزائري .تمويل يمكن أن يصل إلى 80% من التكلفة الاجمالية للمشروع. فترة سداد تصل إلى 12 سنة، يتم تقديم فترة دفع مؤجلة من 06 إلى 48 شهرا، ويمكن ضمان القروض من خلال : رهن عقاري من الدرجة الأولى على الأرض الأساسية والمنشآت المبنية .

3.2. قروض التشغيل (إعتمادات التشغيل): هي قروض قصيرة الأجل تهدف إلى سد عدم تطابق التدفقات النقدية التي تحدث أثناء دورة تشغيل الحركات .

3. القروض الممنوحة من طرف Cnep Banque للاحترافيين: وفيما يلي نقوم بعرض القروض الممنوحة من طرف Cnep Banque للاحترافيين :

1.3. قرض Prosanté: قرض يسمح بشراء معدات جديدة، إقتناء أماكن للاستخدام المهني، القيام بأعمال تجهيز مبنى للاستخدام المهني، أيضا يسمح بالاستفادة من رأس المال العامل الضروري لبدء نشاطه، كما يدعم المهنيين الصحيين بتصريح صادر عن السلطة المختصة في مجال الصحة، وتكثيف شروط التمويل مع واقع المهن في القطاع ومن مزياه تمويل يمكن أن يغطي ما يصل إلى 90% من تكاليف مشروع الزبون. وتبلغ مدة شراء المباني والتمويل المشترك : من 07 سنوات إلى 10 سنوات، شراء المعدات وأعمال التطوير من 03 إلى 07 سنة .

2.3. التمويل للمحترفين: يهدف إلى تمويل شراء المعدات اللازمة لكل محترف، شراء أماكن للاستخدام المهني أعمال تجهيز المباني المهنية، الشراء المشترك للأماكن والمعدات، رأس المال العامل اللازم لبدء النشاط ومدة الائتمان تصل إلى 10 سنوات لشراء مبنى، من 03 إلى 07 سنوات لشراء المعدات، وتجهيز المباني، كما أن سعر الفائدة متغير وفقا لظروف البنك الحالية .

الفصل الرابع : تقييم جودة الخدمة المصرفية الالكترونية في ظل استخدام نظم وتكنولوجيا المعلومات في

البنوك محل الدراسة

المطلب الثاني: واقع الخدمات المصرفية الالكترونية ونظم الذكاء الاصطناعي في البنوك محل الدراسة

سنتطرق في هذا المطلب إلى واقع الخدمات المصرفية الالكترونية بالقرض الشعبي الجزائري-وكالة شلف-، البنك الخارجي الجزائري-وكالة شلف-، بنك التوفير والاحتياط-المديرية الجهوية بالشلف-.

الفرع الأول: تبني الخدمات المصرفية الالكترونية ونظم الذكاء الاصطناعي بالقرض الشعبي الجزائري-وكالة شلف .

سنتطرق في هذا الفرع إلى مختلف الخدمات المصرفية الالكترونية، وقنوات الصيرفة الالكترونية، وكذا وسائل الدفع الالكترونية المعتمدة في القرض الشعبي الجزائري-وكالة شلف-.

أولاً: الخدمات المصرفية الالكترونية في بنك cpa -وكالة شلف -

الخدمات المصرفية الالكترونية لوكالة القرض الشعبي الجزائري هي إشتراك مجاني يتيح للعميل الوصول إلى حسابه المصرفي عن بعد على مدار الساعة، طوال أيام الأسبوع، وذلك من خلال موقع البنك على الأنترنت بأمان تام. ويكون هذا عن طريق الاشتراك في عقد يقدمه البنك لعملائه يسمى عقد إشتراك للخدمات البنكية الالكترونية ويمكن أن يستفيد من هذا العقد سواء التجار أو الأشخاص المعنوية، حيث يقوم العميل بمأ طلب العقد، ثم يصرح بطبيعة الخدمة المراد الاستفادة منها، وللاستفادة من هذه الخدمات يجب توفر الشروط التالية:

- أن يكون لدى الزبون حساب واحد أو أكثر مفتوح لدى البنك .

- أن يكون الزبون قد إكتتب في الاشتراك في الخدمات البنكية الالكترونية **E-banking**.

- أن يكون الزبون قد إنخرط في خدمة أوامر التحويل الأحادي أو المتعدد عن بعد.

وبعدها يتم إرسال للزبائن رمز سري وإسم مستخدم من طرف الوكالة من أجل الولوج بكل أمان . بفضل الخدمات البنكية الالكترونية ، سيكون لدى الزبون عرض كامل لجميع حساباته على مدار الساعة ، طوال أيام الأسبوع .

ومن بين الخدمات الالكترونية المتاحة على مستوى الوكالة :

- الدخول إلى حساب الزبون على مدار الساعة، طوال أيام الأسبوع .

- طلب صكوك بنكية عن بعد .

- إدخال البيانات، توقيع وإرسال أوامر التحويل الأحادي أو المتعدد عن بعد، في أي وقت وفي أي مكان، عن طريق

الخدمات البنكية الالكترونية **E-banking** . أنظر الملحق رقم 01

-متابعة تطور أوامر التحويل الأحادي أو المتعدد المرسله للبنك عن بعد من أجل تنفيذها .

الفصل الرابع : تقييم جودة الخدمة المصرفية الالكترونية في ظل استخدام نظم وتكنولوجيا المعلومات في

البنوك محل الدراسة

- تحميل كشف التعريف البنكي RIB الخاص بالزبائن، وإمكانية إرساله عن طريق البريد الإلكتروني .

- تحويل العملات عن طريق الخدمات البنكية الالكترونية **E-banking** .

- ببحث الموقع الإلكتروني للبنك **www.cpa-bank.dz**، ويتم زيارة الموقع باستخدام جهاز الحاسوب

أو الهاتف المحمول، في أي وقت، وفي أي مكان تتوفر فيه خدمة الأنترنت، وهذا يجنبه عناء التنقل إلى الوكالة والانتظار في صفوف العملاء للاطلاع على الرصيد .

1. خدمة الصيرفة الالكترونية أو البنك الإلكتروني (البنك عن بعد) **e-cp@**:

يضع القرض الشعبي الجزائري تحت تصرف زبائنه تطبيق البنك الإلكتروني **e-cp@**، وذلك بعد طلب العميل الولوج

إلى خدمة **e-cp@**، وتوقيع عقد إنتساب الخدمة المصرفية عبر الأنترنت **e-cp@**، بحيث يتم الولوج إليها عن طريق

الدخول إلى منصة البنك الإلكتروني **e-banking.cpa-bank.dz**، وإدخال إسم المستخدم، ورمز المستخدم

كما ينظر لهذه الخدمة كوسيلة لتحسين خدمة الزبائن .أنظر المطوية رقم 05

والجدول التالي يوضح عدد المشتركين في خدمة **e-Banking cpa**

الجدول رقم (4-18) : عدد المشتركين في خدمة **e-Banking cpa** في الفترة 2017-2021 .

السنة	2017	2018	2019	2020	2021
عدد المشتركين في خدمة e-banking cpa	330	560	708	901	1310

المصدر : من إعداد الباحثة بناء على إحصائيات مقدمة من طرف الوكالة .

ومن خلال الجدول رقم (4-18) نلاحظ التطور الكبير في خدمة **e-Banking cpa** حيث كان عدد المشتركين

330 مشترك سنة 2017 ، وأصبح 1310 مشتركا في سنة 2021 ، ويرجع هذا التطور إلى الميزات المهمة التي

تقدمها هذه الخدمة مثل الاطلاع على الرصيد عبر الأنترنت في أي وقت، وأي مكان، إمكانية الدفع عبر الأنترنت

إمكانية التحويل من حساب إلى آخر، دون تحمل عناء التنقل إلى الفرع، كما أن حجم الاشتراك المتزايد يعكس

جودة هذه الخدمة بالنسبة للزبائن .

2. خدمة الصيرفة الهاتفية **Mobile Cpa** :

يضع القرض الشعبي الجزائري تحت تصرف زبائنه تطبيق **Mobile Cpa**، عبر الأنترنت، من الهاتف الذكي

أو اللوحة الالكترونية، وللاستفادة من هذه الخدمة يجب الاشتراك في الخدمات البنكية الالكترونية **e-Banking**

cpa لدى الوكالة، والانخراط في خدمة **Mobile Cpa** من خلال توقيع عقد إنتساب الخدمة المصرفية عبر الهاتف

الفصل الرابع : تقييم جودة الخدمة المصرفية الالكترونية في ظل استخدام نظم وتكنولوجيا المعلومات في

البنوك محل الدراسة

المحمول **Mobile Cpa** يصرح فيه الزبون أنه يريد الاشتراك في الخدمة المصرفية عبر الهاتف المحمول على الحساب. أنظر الملحق رقم 02 .

ويتم إكتتاب الاشتراك لمدة سنة واحدة، ويصبح ساري المفعول عند الانخراط، غير أنه إذا رغب المشترك في فسخ إشتراكه قبل إنتهاء صلاحيته فيجب عليه إخطار البنك كتابيا . كما يتم تحميل وتثبيت **Mobile Cpa** عن طريق تطبيق **Google Play** أو **APPstore** .

بحيث تتيح خدمة **Mobile Cpa** نفس الخدمات التي تتيحها خدمة **e-Banking cpa** ، ويمكن أيضا بفضل تطبيق **Mobile Cpa** :

- تحديد موقع جميع وكالات القرض الشعبي الجزائري ، وتحديد المسار الدقيق للوصول إليها عند الحاجة .
- مراقبة منحنى تطور رصيد الزبائن .
- تشخيص حسابات الزبائن .

والجدول التالي يوضح عدد المشتركين في خدمة **Mobile Cpa** :

الجدول رقم (4-19): عدد المشتركين في خدمة **Mobile Cpa** في الفترة 2015-2021

السنة	2017	2018	2019	2020	2021
عدد المشتركين في خدمة Mobile Cpa	189	406	458	890	1540

المصدر : من إعداد الباحثين بناء على إحصائيات مقدمة من طرف الوكالة .

ونلاحظ من خلال الجدول أن عدد المشتركين في خدمة **Mobile Cpa** إرتفع من 189 مشترك سنة 2017 إلى 1540 مشترك نهاية ديسمبر 2021 ، كما نلاحظ أن الاشتراك في هذه الخدمة كان مرتفع جدا خلال الفترة 2019 - 2021 ديسمبر ويرجع ذلك إلى نوعية الخدمة المميزة التي تساعد المتعاملين بهذه الخدمة، وتجنبهم الذهاب إلى البنك، والانتظار في الطوابير من أجل معرفة الرصيد، وبالتالي توفير الجهد والوقت، زيادة على أن أغلبية المواطنين أصبحوا يملكون هواتف ذكية تساعدهم في تطبيق هذه الخدمة، كما أن حجم الاشتراك المتزايد في هذه الخدمة يعكس جودة هذه الخدمة من طرف الزبائن .

3. خدمة الرسائل النصية القصيرة **SMS Cards** : يضع القرض الشعبي الجزائري تحت تصرف زبائنه الحاملين لبطاقة الدفع **CIB** خدمة **SMS Cards**، وللاستفادة من هذه الخدمة يجب الاشتراك في الخدمات البنكية

الفصل الرابع : تقييم جودة الخدمة المصرفية الالكترونية في ظل استخدام نظم وتكنولوجيا المعلومات في

البنوك محل الدراسة

الالكترونية **eBanking cpa** لدى الوكالة، والانخراط في خدمة **SMS Cards** من خلال توقيع عقد الاشتراك

في خدمة الرسائل النصية القصيرة **SMS Cards** يصرح فيه الزبون أنه يريد الاشتراك في خدمة_الرسائل النصية

القصيرة **SMS Cards** . أنظر الملحق رقم 03 .

بحيث تتيح هذه الخدمة إرسال للزبون رسالة قصيرة عن الرصيد الموجود في حسابه بعد كل عملية دفع أو سحب قام بها وفورا .

4. خدمات أوامر الدفع عن طريق تبادل المعطيات المعلوماتية عن بعد **EDI**: تعتبر خدمات أوامر الدفع عن طريق تبادل المعطيات عن بعد كعملية لتبادل البيانات الالكترونية عن بعد بين المؤسسة والبنك عبر موقع البنك الالكتروني. ويسمح تبادل المعطيات المعلوماتية **EDI** عن طريق **web** لزبائن البنك بنقل ملفات أوامر الدفع في ظل ظروف أمنية معقولة .

وللانخراط في هذه الخدمة يجب أن يكون لدى زبائن البنك تصريح للولوج إلى الخدمات البنكية الالكترونية **e-bankingcpa**، وهذا لتمكينهم من إستخدام الخدمة الجديدة لنقل ملفات أوامر الدفع عن طريق تبادل المعطيات المعلوماتية عن بعد. ويتم الولوج إلى خدمة نقل ملفات أوامر الدفع عن طريق التبادل الالكتروني للبيانات. أ. بالنسبة للمشركون الجدد: فيما يخص المشركين الجدد يتطلب الولوج إلى خدمة نقل الملفات إشتراكا مسبقا في الخدمات البنكية الالكترونية **e-bankingcpa**، يجب على الزبون الاتصال بالوكالة لطلب الاشتراك في الخدمات البنكية الالكترونية وخدمات تبادل المعطيات المعلوماتية عبر **WEB**. وتقوم الوكالة بعد ذلك بتزويده باسم مستخدم وكلمة سر خاصة به تسمح له بالولوج إلى الخدمات التي إشتراك فيها .

ب. المشركون القدامى في خدمة **E-bankingcpa**: إذا كان الزبون إشتراك من قبل في الخدمات البنكية الالكترونية، يتقرب من الوكالة لطلب الاشتراك في خدمات تبادل المعطيات المعلوماتية عن بعد .

5. خدمة الدفع الالكتروني **E-Paiement**: لقد عزز القرض الشعبي الجزائري جهاز أمن لخدمة الدفع الالكتروني **TPE** من خلال إرساء وظيفة كلمة السر ذات الاستعمال الوحيد، وهذه الوظيفة الجديدة تسمح للزبائن بالحصول على كلمة السر ذات الاستعمال الوحيد برسالة قصيرة من خلال هاتفهم النقال (عملية واحدة) حيث تكون مدة صلاحيتها 10 دقائق فقط. كما يمكنهم القيام بعمليات الدفع عبر الأنترنت(عبر الخط) في كل وقت بسهولة وسرعة وأمان. أنظر الملحق رقم 04

الفصل الرابع : تقييم جودة الخدمة المصرفية الالكترونية في ظل استخدام نظم وتكنولوجيا المعلومات في

البنوك محل الدراسة

ثانيا: قنوات الصيرفة الالكترونية في وكالة القرض الشعبي الجزائري

من بين قنوات الصيرفة الالكترونية التي تعتمد عليها وكالة القرض الشعبي الجزائري نجد:

1. الموزع الآلي للأوراق **DAB**: هو آلة أوتوماتيكية تسمح للعميل عن طريق البطاقة الإلكترونية سواء كانت بطاقة **visa , Gold , corporate, cib** بسحب مبلغ من المال دون حاجة للجوء إلى الفرع .
والجدول التالي يوضح تطور أجهزة الصراف الآلي في الفترة (2017-2021) بالوكالة محل الدراسة .
الجدول رقم (4-20) : عدد أجهزة الصراف الآلي في الفترة (2017-2021) .

السنوات	2018	2019	2020	2021
عدد أجهزة DAB	01	02	02	02

المصدر : من إعداد الباحثة بناء على إحصائيات مقدمة من الوكالة .

ومن خلال الجدول رقم (4-20) نلاحظ زيادة في عدد أجهزة الصراف الآلي، بحيث كانت تمتلك الوكالة جهاز واحد سنة 2017، وأصبحت تمتلك جهازين في نهاية ديسمبر 2021، جهاز صراف آلي موجود خارج الوكالة يحمل رمز وشعار وكالة القرض الشعبي الجزائري، وجهاز صراف آلي آخر تابع للوكالة موجود في مصنع الاسمنت يحمل رمز وشعار وكالة القرض الشعبي الجزائري .

2. الشباك الآلي البنكي **GAB**: هو آلة أوتوماتيكية تسمح للعميل عن طريق البطاقة الإلكترونية سواء كانت بطاقة **visa ، Gold، corporate ، cib**، بسحب، أو تحويل مبلغ من المال من حساب لآخر، دون حاجة للجوء إلى الفرع .

والجدول التالي يوضح تطور عدد أجهزة الشباك الآلي في وكالة القرض الشعبي الجزائري .

الجدول رقم (4-21): عدد أجهزة الشباك الآلي في الفترة 2017-ديسمبر 2021 .

السنوات	2018	2019	2020	2021
عدد أجهزة GAB	01	02	02	02

المصدر : من إعداد الباحثة بناء على معطيات مقدمة من طرف الوكالة.

ونلاحظ من خلال الجدول السابق زيادة في أجهزة الشباك الآلي، بحيث كانت تمتلك الوكالة شباك آلي واحد سنة 2017، بينما أصبحت سنة 2021 تمتلك شباكين شباك آلي موجود في الوكالة، وشباك آلي آخر موجود في مصنع الاسمنت .

3. جهاز الدفع الالكتروني **TPE**: هو جهاز يسمح بخصم قيمة مشتريات العميل من رصيده الخاص بعد أن يمر موظف البطاقة في نقطة البيع البطاقة الائتمانية على القارئ الالكتروني الموصول مباشرة مع الحاسوب المركزي للبنك بإدخال الرقم السري للعميل أين تخصم القيمة من رصيده، ويقطع آليا من الحساب البنكي للزبون، ويقيد حساب

الفصل الرابع : تقييم جودة الخدمة المصرفية الالكترونية في ظل استخدام نظم وتكنولوجيا المعلومات في

البنوك محل الدراسة

العميل المفتوح لدى وكالة القرض الشعبي الجزائري ، وتضاف إلى رصيد المتجر إلكترونيا وتصدر الإشارة إلى أن الزبون يجب أن يكون لديه حساب تجاري لدى الوكالة، ويكون ممضي عقد الانخراط في خدمة TPE لدى الوكالة. وتسهل هذه التقنية عملية الدفع بالنسبة لعملاء الوكالة مع حل مشكلة نقل الأموال، وتقوي العلاقة بين الوكالة وعملائها بحيث ينظر إليها كوسيلة لتحسين خدمة الزبائن.

والجدول التالي يوضح تطور أجهزة الدفع TPE في الفترة (2017 - 2021) في الجدول التالي:

الجدول رقم (4-22): تطور أجهزة الدفع TPE في الفترة (2017 - 2021)

السنوات	2017	2018	2019	2020	2021
عدد أجهزة TPE	4	09	14	45	83

المصدر : من إعداد الباحثة بناء على معطيات مقدمة من الوكالة .

ومن خلال الجدول رقم (4-22) نلاحظ ارتفاع في عدد أجهزة الدفع الآلي في نقاط البيع المعتمدة من طرف الوكالة من 4 أجهزة دفع سنة 2017 إلى 83 جهاز نهاية ديسمبر 2021 ، وهذا راجع إلى زيادة عدد بطاقات الدفع المصدرة من طرف الوكالة، وزيادة عدد نقاط البيع المعتمدة من الوكالة، والتي تجد عليها رمز وكالة القرض الشعبي الجزائري، كما أن هذه الأجهزة موزعة ما بين المتاجر، الفنادق، السوبر ماركت، مصنع الاسمنت... إلخ . كما أن زيادة اعتماد أجهزة الدفع عبر TPE يعكس مدى إقبال الزبائن على عملية الدفع عبر TPE وبالتالي يعكس جودة هذه الخدمة

ثالثا: وسائل الدفع الالكترونية في بنك CPA وكالة شلف

من بين وسائل الدفع الالكترونية المتاحة على مستوى الوكالة ، والتي تسهل على الزبون عملية السحب أو الدفع دون تحمل عناء اللجوء إلى الوكالة نجد :

1. البطاقات البنكية: يسهل القرض الشعبي الجزائري على الزبائن حياتهم اليومية بفضل بطاقاته البنكية وذلك من خلال وضع مجموعة من البطاقات المناسبة لاحتياجات الزبائن تحت تصرفه .

1.1. بطاقة القرض الشعبي الجزائري للدفع بين البنوك الكلاسيكية Classique Cpa : يطلق عليها كذلك

إسم البطاqa الزرقاء، وهي بطاقة تمنح للأشخاص الذين لديهم دخل أقل من 80 000 دج ، بحيث تسمح بالسحب من أجهزة الصراف الآلي (DAB) ، وتسمح بدفع قيمة المشتريات وتسديد الفواتير الكهرباء، الغاز، الماء، الأنترنت التأمين، شراء تذكرة الطيران Tassili ، Aire Algéri ، وذلك في كل أيام الأسبوع، وعلى مدار 24 سا/24 سا كما تسمح بإجراء الدفع لدى جميع التجار المزودين بمنصات الدفع الالكتروني TPE المثبتة لدى التجار، وبالدفع

الفصل الرابع : تقييم جودة الخدمة المصرفية الالكترونية في ظل استخدام نظم وتكنولوجيا المعلومات في

البنوك محل الدراسة

عبر شبكة الأنترنت **e-CPA**، وهي بطاقة صالحة لمدة سنتين، ويستفاد منها كل زبون لديه حساب لدى الوكالة

وذلك بناء على طلب منه الحصول على بطاقة **CIB**. أنظر الملحق رقم 05

بحيث المدة الفاصلة بين طلب العميل للبطاقة، وتسليم البطاقة 21 يوم .

ويتم تجديد بطاقة الدفع بين البنوك عن طريق التحديد الضمني، وذلك بتقديم طلب فسخ شهرين قبل تاريخ إنتهاء صلاحيتها .

أ. الدفع الالكتروني والسحب من الصراف الآلي:

- الدفع الالكتروني: يمكن للزبائن إجراء دفع يصل إلى 80 000 دج في الأسبوع مع حد أقصى يصل إلى 07 عمليات دفع في الأسبوع .

- السحب من أجهزة الصراف الآلي: يمكن للزبائن إجراء سحب يصل إلى 40 000 دج في الأسبوع ، مع حد أقصى يصل إلى 03 عمليات .

2.1. بطاقة القرض الشعبي الجزائري للدفع بين البنوك الذهبية **Gold Cpa** :

هي بطاقة تسمح لحاملها بالحصول على نفس المزايا التي سبق وذكرناه في بطاقة **Classique cpa**

إلا أنها بطاقة تمنح للأفراد الذين يملكون دخلا أكثر من 90 000 دج وبالتالي تمنح لذوي الدخول المرتفعة ، ذلك بناء على طلب العميل للحصول على بطاقة **CIB** الذهبية ، بحيث المدة الفاصلة بين طلب العميل، وتسليم البطاقة 21 يوم .

أ. الدفع الالكتروني والسحب من أجهزة الصراف الآلي:

- الدفع الالكتروني: يمكن للزبائن إجراء ما يصل إلى 10 عمليات دفع على محطات الدفع الالكتروني **TPE**

أو عبر الأنترنت بمبلغ يصل إلى 150 000 دج جزائري في الأسبوع .

- السحب من أجهزة الصراف الآلي: يمكن إجراء سحب يصل إلى 100 000 دج في الأسبوع مع حد أقصى يصل إلى 05 عمليات في نفس الفترة .

3.1. بطاقة القرض الشعبي الجزائري للدفع بين البنوك "كوروبورايت" الكلاسيكية:

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 تصرف التجار بطاقة الدفع ما بين البنوك "كوروبورايت" للقرض الشعبي الجزائري ذات الاستخدام المحلي الموجهة لفائدة المؤسسات والمهنيين، والحرفيين لتغطية نفقاتهم

الفصل الرابع : تقييم جودة الخدمة المصرفية الالكترونية في ظل استخدام نظم وتكنولوجيا المعلومات في

البنوك محل الدراسة

المختلفة. وهي بطاقة دفع ما بين البنوك مزودة برمز سري (السحب والدفع)، وكلمة المرور (الدفع عبر شبكة الأنترنت)، ويتم الحصول عليها بناء على طلب من التجار، أو المهنيين، أو الحرفيين. أنظر الملحق رقم 06 .
وتسمح بطاقة المؤسسات كوربورايت بتحديد تسمية الشركة بوضوح (مطبوعة على وجه البطاقة) بشكل منفصل عن إسم حامل البطاقة . كما ترتبط بالحسابات: المهنية والمؤسسات الكبرى، والهيئات العمومية .
وصاحب بطاقة القرض الشعبي الجزائري للدفع بين البنوك كوربورايت شخص طبيعي مؤهل أو مفوض من قبل الشركة التي تمتلك الحساب.

وفي ذات السياق تسمح هذه البطاقة بالدفع لدى التجار المزودين بمنصات الدفع الالكتروني TPE، وكذا السحب النقدي من أجهزة الصراف الآلي، والدفع عبر الأنترنت لدى التجار الذين يملكون مواقع على شبكة الأنترنت .
ومن بين الخدمات غير المرخص بها في بطاقة القرض الشعبي الجزائري للدفع بين البنوك أعمال كوربورايت : الاطلاع على أرصدة الحسابات المرتبطة بها .

-التحويلات من حساب إلى حساب .

-طباعة وصل صغير للعمليات .

-طباعة رقم التعريف البنكي .

-طلب دفتر الشيكات .

-خدمة الرسائل القصيرة SMS .

-الخدمات البنكية الالكترونية E-banking .

وتحدد فترة صلاحية بطاقة القرض الشعبي الجزائري للدفع بين البنوك أعمال كوربورايت بثلاث سنوات، وبعد إنتهاء الصلاحية يتم تجديدها تلقائيا .

أ.الحد الأقصى للسحب والدفع ببطاقة القرض الشعبي الجزائري كوربورايت

-الحد الأقصى للسحب : 50 000 دج

-الحد الأقصى للدفع الالكتروني : 300 000 دج

-تكون الخدمات البنكية الالكترونية للقرض الشعبي الجزائري مجانية لحاملي بطاقات الدفع ما بين البنوك كوربورايت للقرض الشعبي الجزائري .

4.1. بطاقة القرض الشعبي الجزائري للدفع ما بين البنوك كوربورايت + الذهبية:

تحمل نفس مزايا بطاقة كوربورايت الكلاسيكية، إلا أنها تمنح للتجار ذوي الدخول المرتفعة، وبناء على طلب منهم وتبلغ الفترة بين طلب البطاقة والحصول عليها 21 يوما .

الفصل الرابع : تقييم جودة الخدمة المصرفية الالكترونية في ظل استخدام نظم وتكنولوجيا المعلومات في

البنوك محل الدراسة

أ. الحد الأقصى للسحب وللدفع المطبق على بطاقة القرض الشعبي الجزائري للدفع بين البنوك "أعمال كوربورايت+" :

- الحد الأقصى للسحب: 80 000 دج.

- الحد الأقصى للدفع الالكتروني : 999 999 دج

ب. عمولة الدفع والسحب ببطاقة القرض الشعب الجزائري كوربورايت + وكوربورايت:

يمكن توضيح عمولات الدفع والسحب ببطاقة القرض الشعبي الجزائري في الجدول التالي:

الجدول رقم(4-23) : عمولة الدفع والسحب ببطاقة القرض الشعب الجزائري كوربورايت + وكوربورايت

عمولة السحب والدفع	بطاقة كوربورايت	بطاقة كوربورايت +
عمولة السحب من أجهزة الصراف الآلي التابعة للوكالة	35 دج	35 دج
- عمولة السحب من أجهزة الصراف الآلي التابعة للبنوك الأخرى	40 دج	40 دج
عمولة الدفع ما بين البنوك وداخل البنوك	مجانية	مجانية
عمولة الدفع عبر TPE	06 دج	06 دج

المصدر : من إعداد الباحثة بناء على معطيات من الوكالة .

أما الخدمات البنكية الالكترونية للقرض الشعبي الجزائري فهي مجانية لحاملي بطاقات الدفع ما بين البنوك كوربورايت للقرض الشعبي الجزائري .

5.1. بطاقة فيزا الكلاسيكية للقرض الشعبي الجزائري:

إن بطاقة فيزا الكلاسيكية التي يصدرها القرض الشعبي الجزائري بطاقة دولية مستعملة في جميع أنحاء العالم، تسمح بإجراء عمليات شراء عبر الأنترنت لدى التجار المعتمدين من طرف "فيزا" في الخارج، حجز ودفع تكاليف الإقامة في الخارج، حجز تذكرة الطائرة، كما تسمح بسحب الأموال من أجهزة الصراف الآلي التي تحتوي على شعار "فيزا" في الخارج .

- خدمة المساعدة مجانية عن طريق الهاتف، متوفرة كل أيام الأسبوع وعلى مدار الساعة وحتى في الخارج، تسعيرة العملات بالدينار. ويستفاد من هذه البطاقة كل زبون لديه حساب مفتوح لدى الوكالة بالعملة الوطنية لا يقل عن 20 000 دج ، وحساب بالعملة الصعبة لا يقل عن 1000 أورو .

كما تقدر الكلفة السنوية لبطاقة فيزا الكلاسيكية للقرض الشعبي الجزائري ب 7000 دج /سنويا، ويقدر أجل الحصول على بطاقة فيزا الكلاسيكية للقرض الشعبي الجزائري بحوالي شهر ونصف، وحددت صلاحية بطاقة فيزا

الفصل الرابع : تقييم جودة الخدمة المصرفية الالكترونية في ظل استخدام نظم وتكنولوجيا المعلومات في

البنوك محل الدراسة

الكلاسيكية للقرض الشعبي الجزائري بسنتين، ويقدر أجل إستبدال بطاقة فيزا الكلاسيكية للقرض الشعبي الجزائري الضائعة أو المسروقة بحوالي 20 يوما .

ويمكن للزبائن إجراء ما يصل إلى 06 عمليات في الأسبوع بين الدفع على عبر TPE أو عبر الأنترنت، والسحب بمبلغ يصل إلى 7000 أورو في الأسبوع، بعد مرور 24 سا بين كل عملية دفع وسحب .

6.1. بطاقة فيزا الذهبية للقرض الشعبي الجزائري: تعطي حاملها نفس مزايا فيزا الكلاسيكية، لكن فيزا الذهبية

تمنح لذوي الدخل المرتفعة. ويمكن للزبائن إجراء ما يصل إلى 06 عمليات في الأسبوع بين الدفع عبر TPE أو عبر الأنترنت، والسحب بمبلغ يصل إلى 1500 أورو في الأسبوع، ذلك بعد مرور 24 سا بين كل عملية دفع وسحب .

أ. عمولة السحب والدفع بطاقة فيزا الكلاسيكية للقرض الشعبي الجزائري في الخارج

تقدر تسعيرة العملات بالدينار الجزائري، ونوضحها في الجدول التالي:

الجدول رقم (4-24) : عمولة السحب والدفع بطاقة فيزا للقرض الشعبي الجزائري في الخارج

عمولة السحب والدفع	فيزا الكلاسيكية	فيزا الذهبية
عمولة السحب من أجهزة الصراف الآلي الموجودة في الخارج والتي تحمل شعار فيزا	1190 دج/السنة	1190 دج/السنة
عمولة الدفع من أجهزة TPE الموجودة في الخارج والتي تحمل شعار فيزا .	595 دج/السنة	595 دج/السنة

المصدر : من إعداد الباحثة بناء على معلومات مقدمة من طرف الوكالة.

نلاحظ من خلال الجدول رقم (4-24) أن عمولة السحب والدفع بطاقة فيزا الكلاسيكية والذهبية من أجهزة الصراف الآلي الموجودة في الخارج، والتي تحمل شعار فيزا تسعيرتها تقدر بالدينار الجزائري وفي السنة بقيمة 1190 دج/السنة، وأيضا عمولة الدفع من أجهزة TPE الموجودة في الخارج والتي تحمل شعار فيزا تقدر بالدينار الجزائري وفي السنة بقيمة 595 دج/السنة.

7.1. حجم الطلب على البطاقات البنكية الخاصة بوكالة Cpa الشلف من سنة 2019-2021 .

ويمكن توضيح حجم الطلب على البطاقات البنكية المستعملة في القرض الشعبي الجزائري في الفترة الممتدة من 2019-2021 في الجدول التالي:

الفصل الرابع : تقييم جودة الخدمة المصرفية الالكترونية في ظل استخدام نظم وتكنولوجيا المعلومات في

البنوك محل الدراسة

الجدول رقم (4-25) : حجم الطلب على البطاقات البنكية في القرض الشعبي الجزائري من سنة (2019 -2021)

نوع البطاقة	الطلب على البطاقات خلال سنة 2019	الطلب على البطاقات خلال سنة 2020	الطلب على البطاقات خلال سنة 2021
Cib الكلاسيكية	270	267	264
Cib الذهبية	180	176	169
كوروبرايت الكلاسيكية	210	207	205
كوروبرايت الذهبية	110	108	102
فيزا الكلاسيكية	92	21	18
فيزا الذهبية	53	13	10
المجموع	915	794	768

المصدر : من إعداد الباحثة بناء على إحصائيات مقدمة من الوكالة .

ونلاحظ من خلال الجدول رقم(4-25) أن الطلب على البطاقات الكلاسيكية أكبر من الطلب على البطاقات الذهبية، وهذا راجع إلى أن البطاقات الكلاسيكية تمنح لأصحاب الدخول العادية .

كما أن إنخفاض الطلب على البطاقات الذهبية راجع إلى أنها بطاقات تمنح لأصحاب الدخول المرتفعة، ومختلف الموظفين لهم دخول عادية .

وفي ذات السياق إرتفعت العمولات الخاصة بالبطاقة **CIB** بعدما كانت منخفضة سنة 2019 ، وكان هذا تحفيزا للزبائن على طلب هذه البطاقات من جهة، كما أن هذا الانخفاض راجع إلى نقص الثقة في التعامل بالبطاقات نتيجة إدراك المخاطر المتعلقة بهذه البطاقات من طرف الزبائن بعد التعامل بها .

ونلاحظ أيضا أن الطلب على فيزا الكلاسيكية وفيزا الذهبية إنخفض من 145 بطاقة سنة 2019 إلى 28 بطاقة نهاية ديسمبر سنة 2021 إنخفاضا ملحوظا، وهذا راجع إلى جائحة كورونا التي ظهرت في هذه الفترة، وتأثيراتها على الرحلات والأسفار، بحيث ألغيت معظم الرحلات والأسفار في هذه الفترة ، لأن هذا النوع من البطاقات يستعمله أصحاب الدخول المرتفعة، وذوي والملاءة المالية المرتفعة في الرحلات والأسفار بغرض سحب أموالهم من الخارج، أو دفع قيمة مشترياتهم على الأنترنت .

2.العملات الرقمية ومحفظة النقود الالكترونية:لا يتعامل القرض الشعبي الجزائري-وكالة شلف- بالعملات الرقمية ومحفظة النقود الالكترونية .

3.الشيك الالكتروني : لا يتعامل القرض الشعبي الجزائري-وكالة شلف بالشيك الالكتروني .

رابعا: الأنظمة الالكترونية المعتمدة في CPA - وكالة شلف:

يعتمد القرض الشعبي الجزائري على الأنظمة الالكترونية التالية:

1. **المودم:** تم وضع هذا النوع من الاستخدام للتكفل بالمعاملات ما بين الوكالات، ويتم على مستوى كل من الوكالات والمراكز، ويعمل هذا النظام على حماية العمليات والبرامج التي تعالج المعاملات بين الوكالات .

2. **نظام عمل المقاصة الالكترونية (المقاصة عن بعد):** تتم تسوية المدفوعات المصرفية ضمن خدمات المقاصة

الالكترونية عن طريق نظام التسوية الاجمالية بالوقت الحقيقي (**Real Time Settlement System (RTGS)**)

ويتيح هذا النظام بطريقة إلكترونية آمنة نقل وتحويل مبالغ مالية من حساب بنكي إلى آخر بسهولة حيث تتم المدفوعات في نفس اليوم، وبنفس قيمة دون إلغاء أو تأخير .

3. **نظام مايل سوفيت:** قام العميل بالإجراءات اللازمة لفتح إعتقاد مستندي، أو بطلب تنفيذ تسليم مستندي

لتسديد قيمة مشترياته في عملية التجارية الخارجية وله الرغبة بالاستعلام على:

-فتح إعتقاد مستندي /تسليمه المستندي .

-التعديلات المنفذة على الاعتماد المستندي .

-دفع قيمة عمليات تجارته الخارجية.

-فما عليه إلا الاشتراك في خدمة سوفيت، بحيث تسمح له هذه الخدمة، بالحصول على المعلومة التي يريدتها في بريده الالكتروني .

وهذا بعد أن كانت التحويلات الخارجية تتم من خلال إعطاء العميل تعليمات للبنك الذي يتعامل معه بإصدار

التحويل الخارجي لصالح العميل الخارجي، وتتم ذلك بخضم قيمة التحويلات من حساب العميل بالعملة المحلية،

وإضافة العميل الخارجي لعملة بلده على أن يتحمل المعني بالأمر بطبيعة الحال عمولة التحويل التي يحتسبها البنك .

خامسا: تبني نظم الذكاء الاصطناعي في CPA -وكالة شلف-.

مظاهر التكنولوجيا الرابعة غير متوفرة في البنك الجزائري-وكالة شلف-، بحيث لا يعتمد البنك الخارجي

الجزائري وكالة الشلف في تحليل البيانات على نظم الذكاء الاصطناعي التي سبق وتطرقنا إليها في الفصل الأول، أيضا

لا وجود لبروتات تعمل خارج ساعات العمل المصرفي .

الفصل الرابع : تقييم جودة الخدمة المصرفية الالكترونية في ظل استخدام نظم وتكنولوجيا المعلومات في

البنوك محل الدراسة

الفرع الثاني: تبني الخدمات المصرفية ونظم الذكاء الاصطناعي بالبنك الخارجي الجزائري -وكالة

شلف-

الخدمات المصرفية الالكترونية لوكالة **BEA Banque** هي إشتراك مجاني يتيح للعميل الوصول إلى حسابه المصرفي عن بعد على مدار الساعة، طوال أيام الأسبوع، وذلك عبر الأترنت بأمان تام.

وهذا بناء على طلب من العميل الولوج إلى الخدمات المصرفية الالكترونية بحيث يقوم بتوقيع عقد إشتراك الخدمات المصرفية الالكترونية يصرح فيه بأن يريد الاشتراك في هذه الخدمة. ويشترط أن يكون لديه حساب مصرفي لدى الوكالة

أولاً: الصيرفة الالكترونية في البنك الخارجي الجزائري -وكالة شلف:

من بين خدمات الصيرفة الالكترونية التي يوفرها البنك الخارجي الجزائري-وكالة شلف- نجد:

1. يمتلك البنك موقع إلكتروني : www.bea.dz: يسمح له بالترويج لخدماته المصرفية، كما يسمح له أيضا الاتصال بعملائه .

2. خدمة الصيرفة الالكترونية أو البنك الالكتروني **e-bankingbea** : <https://ebanking.bea.dz>

تعتمد هذه القناة لعرض خدمات البنك المصرفية، وتعرف بالصيرفة على الخط، أو بنوك الويب، أو الخدمة عن بعد وهي خدمة متوفرة 24 ساعة / 24، 7 أيام / 7 ويتم الولوج إلى هذه الخدمة في المنصة الالكترونية، وذلك بعد طلب العميل

الذي يملك حساب بنكي لدى الوكالة الولوج إلى هذه الخدمة، والامضاء على إتفاقية الانخراط في خدمة **E-bea**

. banking

وتمكن هذه الخدمة الزبائن من :

- الاطلاع على رصيد الحساب البنكي .

- الاطلاع على تواريخ المعاملات .

- إصدار كشف حساب مصغر يسترجع آخر عشر معاملات مسجلة في الحساب، عرض كشف الحساب.

- طلب دفتر الشيكات والبطاقات البنكية .

- الاطلاع على العمليات التي تمت بواسطة البطاقات البنكية ، وكذا تغيير الرقم السري للبطاقة البنكية .

- إجراء تحويلات مالية من حساب لآخر .

والجدول التالي يوضح عدد المشتركين في خدمة **e-Banking bea**

الفصل الرابع : تقييم جودة الخدمة المصرفية الالكترونية في ظل استخدام نظم وتكنولوجيا المعلومات في

البنوك محل الدراسة

الجدول رقم (4-26) : عدد المشتركين في خدمة **e-Banking bea** في الفترة 2017-2021 .

السنة	عدد المشتركين خلال سنة 2017	عدد المشتركين خلال سنة 2018	عدد المشتركين خلال سنة 2019	عدد المشتركين خلال سنة 2020	عدد المشتركين خلال سنة 2021
عدد المشتركين في خدمة e-bankingbea	غير موجودة	غير موجودة	غير موجودة	غير موجودة	95

المصدر : من إعداد الباحثة بناء على إحصائيات مقدمة من الوكالة .

ومن خلال الجدول رقم (4-26) نلاحظ أن خدمة **eBanking cpa** بدأ العمل بها في البنك الخارجي الجزائري سنة 2021 حيث بلغ عدد المشتركين 95 مشترك نهاية سنة 2021، ويرجع هذا إلى الميزات المهمة التي تقدمها هذه الخدمة مثل الاطلاع على الرصيد عبر الأنترنت في أي وقت، وأي مكان، إمكانية الدفع عبر الأنترنت دون اللجوء إلى الفرع والتقييد بمواقيت عمل البنك، إمكانية التحويل من حساب إلى آخر، حيث ينظر إليها كوسيلة لتحسين خدمة الزبائن .

3. **الصيرفة الهاتفية**: بإمكانية زبائن البنك إدارة وتنفيذ عملياتهم البنكية بنقرات فقط عبر هاتفهم النقال، بفضل التطبيق الجديد " البنك الخارجي الجزائري بنكينغ "، ويأتي هذا في إطار ديناميكية تحديث الخدمات البنكية والمصرفية وإرضاء الزبائن كما يطلق عليها إسم شهاب برس . أنظر الملحق رقم 07 وللإستفادة من هذه الخدمة يجب الاشتراك في الخدمات البنكية الالكترونية **E-banking bea** لدى الوكالة والانخراط في خدمة **Bea Mobile** من خلال توقيع العقد الخاص بها .

ويتم إكتتاب الاشتراك لمدة سنة واحدة، ويصبح ساري المفعول عند الانخراط .غير أنه إذا رغب المشترك في فسخ إشتراكه قبل إنتهاء صلاحيته فيجب عليه إخطار البنك كتابيا .

وبهذا يكون بوسع زبائن البنك الخارجي سواء كانوا خواص أو مهنيين حاملين لحساب بنكي لدى الوكالة ومنخرطين في خدمة **E-banking bea** أن يحملوا مجانا التطبيق " **BEA Mobile** "، ويتم تحميل وتثبيت عن طريق تطبيق

Google Play أو **APPstore** .

ويوفر تطبيق البنك الخارجي موبايل المتاح بإدخال إسم ورمز سري للمستخدمين راحة كبيرة، مرونة في الاستعمال وأمان، بفضل البروتوكولات الصارمة الموضوعية .

4. خدمة الدفع الالكتروني عبر **TPE** أو (الدفع عبر الأنترنت، الدفع عن بعد) **E-paiement** : هي خدمة

دفع ببطاقة **cib** عبر الأنترنت للسلع والخدمات على مواقع التجار المعتمدين في الأنترنت . بحيث يمكنك كعميل

الفصل الرابع : تقييم جودة الخدمة المصرفية الالكترونية في ظل استخدام نظم وتكنولوجيا المعلومات في

البنوك محل الدراسة

للبنك وحامل بطاقة **cib** إجراء معاملاتك لشراء سلعة على موقع تاجر معتمد، أو للدفع مقابل خدمة، كما تسمح أيضا بتسديد مختلف المستحقات والفواتير.

وتتم عملية دفع قيمة المشتريات على المواقع التجارية عبر الأنترنت وفق المراحل الآتية :

- يتصفح العميل الموقع التجاري .

- يختار السلعة التي يريد شراءها .

- يضغط على شعار **cib** للشروع في الدفع .

- يقترح على العميل واجهة الدفع إدخال معطيات البطاقة ورقم العميل السري الخاص بالدفع عبر الأنترنت .

- في نهاية العملية، يختار العميل طريقة الحصول على وصل الدفع .

5. خدمة السحب الالكتروني : وهي خدمة سحب ببطاقة **cib** ، تسمح للعميل الذي يملك حساب لدى الوكالة بحسب مبلغ معين من الصراف الآلي للوكالة، وهي خدمة متوفرة 24/24 سا ، 7/7 أيام دون إنقطاع .

ثانيا: قنوات الصيرفة الالكترونية في بنك الجزائر الخارجي وكالة شلف

من بين القنوات الالكترونية المتاحة على مستوى الوكالة نجد:

1. الموزع الآلي للأوراق (DAB): وتوفر هذه الوكالة التي تعد الفرع الرقمي للخدمة الذاتية مساحة تتوفر على جهاز **DAB** الذي يتيح تنفيذ العمليات المصرفية المختلفة بسهولة و أمان، على مدار 24 ساعة في اليوم، و 7 أيام في الأسبوع باستخدام بطاقة **cib**، وتمكن هذه المساحة من السحب النقدي وطلب دفتر الشيكات، والاطلاع على رصيد الحساب، وعرض تاريخ آخر عشر معاملات. والجدول التالي يوضح عدد أجهزة **DAB** المتوفرة لدى بنك الجزائر الخارجي -وكالة الشلف- في الفترة الممتدة من (2015-2021) :

الجدول رقم(4-27) : عدد أجهزة **DAB** المتوفرة لدى **BEA** وكالة الشلف من سنة (2015-2021)

السنوات	سنة 2015	سنة 2016	سنة 2017	سنة 2018	سنة 2019	سنة 2020	سنة 2021
عدد أجهزة DAB	01	01	01	01	01	01	01

المصدر : من إعداد الباحثة بناء على معلومات مقدمة من الوكالة .

نلاحظ من خلال الجدول أن الوكالة من سنة 2015 إلى سنة 2021 تمتلك صراف آلي واحد متواجد خارج الوكالة يحمل رمز البنك الخارجي الجزائري .

2. الشباك الآلي البنكي **GAB**: تتوفر الوكالة للعملاء أيضا مساحة ثانية تقدم العديد من الخدمات باستخدام

أجهزة الكمبيوتر، فبالإضافة إلى خدمة السحب النقدي تقدم خدمات أخرى كقبول الودائع، طلب الصك، عمليات

الفصل الرابع : تقييم جودة الخدمة المصرفية الالكترونية في ظل استخدام نظم وتكنولوجيا المعلومات في

البنوك محل الدراسة

التحويل من حساب إلى آخر، وكذا الولوج لمنصة الدفع عبر الأنترنت بالإضافة إلى الاطلاع على الموقع الالكتروني للبنك. والجدول التالي يوضح أجهزة **GAB** المرتبطة بوكالة **Bea** بالشلف خلال الفترة (2015-2021).

الجدول رقم (4-28) : عدد أجهزة **GAB** المرتبطة بوكالة شلف من سنة (2015-2021)

السنوات	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
عدد أجهزة GAB	01	01	01	01	01	01	01

المصدر : من إعداد الباحثة بناء على إحصائيات مقدمة من طرف الوكالة .

ومن خلال الجدول نلاحظ أن الوكالة من سنة 2015 إلى سنة 2021 تمتلك شبك أوتوماتيكي واحد فقط متواجد داخل الوكالة يحمل رمز البنك الخارجي الجزائري .

3. جهاز الدفع الالكتروني **TPE**: تتوفر الوكالة أيضا على أجهزة الدفع الالكتروني **TPE**، والتي تسمح للعميل بدفع قيمة المشتريات للسلع أو الخدمات، أو تسديد فواتير الكهرباء أو الغاز من جهاز **TPE** المتوفر في المتاجر أو السوبر ماركت، أو المطاعم، أو الفنادق، وتجدر الإشارة إلى أن العمل بهذا الجهاز في الوكالة بدأ سنة والجدول التالي يوضح عدد أجهزة **TPE** المتوفرة لدى الوكالة من سنة (2015- 2021):

الجدول رقم (4-29) : عدد أجهزة **TPE** المتوفرة لدى الوكالة من سنة (2015 – 2021)

السنوات	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
عدد أجهزة TPE	0	0	0	1	0	5	14

المصدر : من إعداد الباحثة بناء على الملحق رقم 08.

ومن خلال الجدول رقم (4-29) نلاحظ إرتفاع في عدد أجهزة الدفع الآلي في نقاط البيع المعتمدة من طرف الوكالة من 5 أجهزة دفع سنة 2020 إلى 14 جهاز نهاية ديسمبر 2021 ، وهذا راجع إلى زيادة عدد بطاقات الدفع المصدرة من طرف الوكالة، وزيادة إستخدام الزبائن لهذه الخدمة، وهو ما يعكس جودة هذه الخدمة. كما أن هذه الأجهزة متواجدة في كل من السوبرماركت، الفنادق ، المطاعم، المتاجر .

ثالثا: وسائل الدفع الالكترونية في البنك الخارجي -وكالة الشلف -:

من بين وسائل الدفع الالكترونية لبنك الجزائر الخارجي وكالة الشلف نجد:

1. البطاقات البنكية: تتعدد أنواع البطاقات المصرفية الالكترونية لبنك **BEA** وكالة شلف بحيث نجد البطاقات المحلية والتي يتم التعامل بها داخل الوطن، كما نجد البطاقات الدولية والتي يتم التعامل بها داخل وخارج الوطن، وسنوضح ذلك في ما يلي :

الفصل الرابع : تقييم جودة الخدمة المصرفية الالكترونية في ظل استخدام نظم وتكنولوجيا المعلومات في

البنوك محل الدراسة

1.1. بطاقة الدفع الكلاسيكية للبنك الخارجي الجزائري **Bea Classique**: تعتبر هذه البطاقة لبنك الجزائر

الخارجي أداة آمنة للسحب والدفع، وينظر إليها كوسيلة لتحسين خدمة العملاء، كما أنها تعتبر بطاقة وطنية صالحة في الجزائر، ويتم الحصول على هذه البطاقة بعد طلب من الزبون الذي يكون لديه حساب مفتوح بالعملة الوطنية لدى الوكالة الذي يملك دخل لا يقل عن 60 000 دج، حيث المدة الفاصلة بين طلب العميل للبطاقة والموافقة على منحها البطاقة 21 يوم، وتسمح هذه البطاقة لحاملها :

-بتسديد المشتريات من السلع والخدمات من مختلف المحلات التجارية، ودفع فواتير المطاعم والفنادق المشتركين في شبكة بنك الجزائر الخارجي .

-القيام بالسحب النقدي من الصراف الآلي **DAB**، أو الشباك الأتوماتيكي **GAB** في الحدود المصرح بها من طرف الوكالة . يكون السحب حسب الدخل الشهري المنصوص عليه في العقد بين العميل والبنك، بحيث له الحق في السحب والدفع مرتين في الأسبوع، والمدة بين عملية السحب الأولى وعملية السحب الأخرى 48 سا. أنظر الملحق رقم 13 .

2.1. بطاقة الدفع الذهبية للبنك الخارجي الجزائري **Bea Gold**: تحمل هذه البطاقة نفس مزايا البطاقة الكلاسيكية، إلا أنها تختلف عنها في كونها تمنح لذوي الدخل المرتفعة الذين يملكون دخلا أكثر من 60 000 دج .

أ.العمولات والرسوم الخاصة ببطاقة الدفع الكلاسيكية والذهبية للبنك الخارجي-وكالة شلف- . يمكن توضيح عمولات منح البطاقة الكلاسيكية والذهبية، وكذا عمولة السحب من **DAB** و **GAB** التابعة للبنك ومن البنوك الأخرى، وكذا عمولة الدفع عبر **TPE** في الجدول التالي :

الجدول رقم (4-30): العمولات والرسوم الخاصة ببطاقة الدفع للبنك الخارجي الجزائري

نوع بطاقة CIB	رسوم العمولة عند منح البطاقة	رسوم السحب من DAB و GAB التابعة للبنك	رسوم السحب من DAB و GAB للبنوك الأخرى	الدفع عبر TPE
الكلاسيكية	4160 السنة	مجانا	25	35 دج
الذهبية	719 / السنة	مجانا	25	35 دج

المصدر : من إعداد الباحثة بناء على معلومات مقدمة من طرف الوكالة .

ونلاحظ من خلال الجدول أن رسوم العمولة عند منح بطاقة **Bea classique** كانت تقدر بـ 4160 / السنة لكن مع بداية سنة 2019 ، أصبحت مجانا، وهذا تشجيعا وتحفيزا لزيادة إقبال العملاء على طلب هذه البطاقات

الفصل الرابع : تقييم جودة الخدمة المصرفية الالكترونية في ظل استخدام نظم وتكنولوجيا المعلومات في

البنوك محل الدراسة

ونفس الحال بالنسبة للبطاقة الذهبية، كما نلاحظ أن عمولة الدفع عبر TPE تقدر بـ 35 دج، لكن مع بداية سنة

2019 أصبحت مجانا، وهذا تشجيعا وتحفيزا لزيادة إقبال العملاء على الدفع عبر TPE .

3.1. ماستر كارد تمنح للأشخاص: هناك بعض أنواع ماستر كارد التي تمنح للأشخاص والأفراد، ومن بين هذه الأنواع نجد :

أ. ماستر كارد الكلاسيكية: وهي بطاقة يتم الحصول عليها بناء على طلب العميل الذي له حساب بالعملة الوطنية لدى الوكالة لا يقل عن 20 000 دج، كما يتعين عليه فتح حساب بالعملة الصعبة في حدود المبالغ المصرح بها بحيث لا يقل الحساب عن 2 000، أورو بحيث يجب أن يكون لديه في الحساب من 200 إلى 2000 أورو، بحيث المدة الفاصلة بين طلب العميل للبطاقة ، والموافقة على منح العميل البطاقة 35 يوم . أنظر الملحق رقم 09 .

وبدأ العمل بها في البنك الخارجي بداية من سنة 2019، وتسمح هذه البطاقة بالشراء في أكثر من 200 دولة، في أكثر من 36 مليون مكان، يتم فيها قبول ماستر كارد بما في ذلك المطاعم والسوبرماركت، ومحطات الوقود ، والمتاجر والخطوط الجوية، والفنادق، والتجار عبر الأنترنت، كما تسمح أيضا بالسحب النقدي والحصول على أموال من أي ماكينة صراف آلي تحمل علامة ماستر كارد محليا أو في الخارج . أنظر الملحق رقم 10.

ب. ماستر كادر مسبقة الدفع: تحمل نفس مزايا ماستر كارد الكلاسيكية، إلا أن الاختلاف يكمن في ماستر كارد يتم فتح لحاملها حساب خاص بهذه البطاقة يوجد فيه 2000 أورو، زيادة على الحساب المصرفي بالعملة الوطنية وحساب بالعملة الصعبة .

ج. ماستر كارد البلاتينية: تحمل نفس خصائص ومزايا ماستر كارد الكلاسيكية، إلا أن الاختلاف يكمن في ماستر كارد البلاتينية، بحيث تمنح لذوي الدخول المرتفعة ذات السقف الشهري 5000 أورو .

4.1. ماستر كارد تمنح للمؤسسات والتجار: هناك بعض أنواع ماستر كارد التي تمنح للشركات والتجار ومن بينها نجد :

أ. بطاقة العمل: بطاقة تمنح للشركات الصغيرة والمتوسطة، والتجار، تسمح بالدفع عبر الأنترنت في جميع أنحاء العالم تأمين سفر شامل، السحب من أجهزة الصراف الآلي محليا وفي الخارج، الحد الاقصى الشهري 7000 يورو، المصروفات مخصومة من حساب الشركة، الارسال التلقائي لتقرير المصارف.

ب. بطاقات العمل العالمية: بطاقة تمنح للشركات تسمح بالدفع عبر الأنترنت وفي جميع أنحاء العالم، تأمين سفر شامل، السحب من أجهزة الصراف الآلي محليا وفي الخارج، السقف الشهري 8 000 يورو .

الفصل الرابع : تقييم جودة الخدمة المصرفية الالكترونية في ظل استخدام نظم وتكنولوجيا المعلومات في

البنوك محل الدراسة

ج. بطاقة النخبة العالمية: بطاقة تمنح للشركات الصغيرة والمتوسطة، التجار، تسمح بالدفع عبر الأنترنت وفي جميع

أنحاء العالم، السحب من أجهزة الصراف الآلي محليا وفي الخارج، السقف الشهري 10 000 يورو .

د. سقفو المبالغ الموجودة في حسابات حاملي بطاقات الماستر كارد (الأشخاص والمؤسسات):

يمكن توضيح سقفو المبالغ الموجودة في حسابات حاملي بطاقات الماستر كارد الأشخاص والمؤسسات في الجدول

التالي:

الجدول رقم (4-31): سقفو المبالغ الموجودة في حسابات حاملي بطاقات الماستر كارد (الأشخاص والمؤسسات)

نوع بطاقة ماستر كارد	بطاقة مسبقة الدفع	البطاقة الكلاسيكية	البطاقة البلاطينية	بطاقة الأعمال	بطاقة الأعمال العالمية	بطاقة النخبة العالمية
سقفو المبالغ الموجودة في الحساب لحاميل البطاقة	2000 يورو	2000 يورو	5000 يورو	7000 يورو	8000 يورو	10 000 يورو
حدود المبالغ الموجودة في الحساب كضمان لحاميل البطاقة		1000 يورو	2500 يورو	3500 يورو	4000 يورو	5000 يورو

المصدر : من إعداد الباحثة بناء على الملحق رقم 11 .

ونلاحظ من خلال الجدول السابق أنه يجب على حامل بطاقة ماستر كارد مسبقة الدفع فتح حساب خاص بهذه

البطاقة موجود فيه على الأقل 2000 يورو زيادة على الحساب المفتوح بالعملة الوطنية والحساب المفتوح بالعملة

الصعبة في البنك الخارجي الجزائري .

أما بطاقة ماستر كارد (الكلاسيكية، البلاطينية، بطاقة الأعمال، بطاقة الأعمال العالمية، بطاقة النخبة العالمية) فيفتح

لها حساب لدى البنك كضمان بمبلغ 2000 يورو .

و. الرسوم والعمولات الخاصة بكل أنواع بطاقة الماستر كارد:

يمكن توضيح مختلف الرسوم والعمولات الخاصة بكل أنواع بطاقة ماستر كارد في الجدول التالي:

الفصل الرابع : تقييم جودة الخدمة المصرفية الالكترونية في ظل استخدام نظم وتكنولوجيا المعلومات في

البنوك محل الدراسة

الجدول رقم (4-32): الرسوم والعمولات الخاصة بكل أنواع بطاقة الماستر كارد

أنواع بطاقات ماستر كارد			طبيعة العمليات
البلاتينية	الكلاسيكية	مسبقة الدفع	نوع بطاقة ماستر كارد
1190 دج	1190 دج	5190 دج	رسوم العمولة
1000 دج	1000 دج	5000 دج	التجديد / إعادة التشكيل
1000 دج	1000 دج	1000 دج	إعادة إصدار الكود السري للبطاقة
5 أورو	5 أورو	5 أورو	الحجب
في بلدان الأورو : 2 أورو على كل عملية سحب أو دفع و عي عمولة ثابتة . -1.5% لكل عملية سحب أو دفع وهي عمولة متغيرة .	في بلدان الأورو : 2 أورو على كل عملية سحب أو دفع و عي عمولة ثابتة . -1.5% لكل عملية سحب أو دفع وهي عمولة متغيرة .	في بلدان الأورو : 2 أورو على كل عملية سحب أو دفع و عي عمولة ثابتة . -1.5% لكل عملية سحب أو دفع وهي عمولة متغيرة .	العمليات على DAB/GAB
بطاقة الأعمال	بطاقة الأعمال العالمية	بطاقة النخبة العالمية	ماستر كارد المؤسسات وتجار الأعمال
5190 دج	5190 دج	1190 دج	رسوم العمولة
5000 دج	5000 دج	10000 دج	تجديد الرصيد
1000 دج	1000 دج	1000 دج	إعادة إصدار الكود السري
5 أورو	5 أورو	5 أورو	الحجب

المصدر: من إعداد الباحثة بناء على الملحق رقم 12 .

5.1. حجم الطلب على البطاقات البنكية للبنك الخارجي الجزائري من سنة (2015-2021):

سنوضح في هذا الفرع حجم الطلب على البطاقات البنكية في البنك الخارجي الجزائري-وكالة شلف-الكلاسيكية والذهبية، ماستر كارد بكافة أنواعها .

أ. حجم الطلب على البطاقات الكلاسيكية والذهبية للبنك الخارجي الجزائري من سنة 2015-2021:

سنوضح حجم الطلب على البطاقات الكلاسيكية والذهبية للبنك الخارجي الجزائري في الجدول التالي :

الفصل الرابع : تقييم جودة الخدمة المصرفية الالكترونية في ظل استخدام نظم وتكنولوجيا المعلومات في

البنوك محل الدراسة

الجدول رقم (4-33): حجم الطلب على البطاقات الكلاسيكية والذهبية للبنك الخارجي الجزائري من سنة (2015-

2021):

السنوات	حجم الطلب على البطاقات خلال سنة 2015	حجم الطلب على البطاقات خلال سنة 2016	حجم الطلب على البطاقات خلال سنة 2017	حجم الطلب على البطاقات خلال سنة 2018	حجم الطلب على البطاقات خلال سنة 2019	حجم الطلب على البطاقات خلال سنة 2020	حجم الطلب على البطاقات خلال سنة 2021
CIB الكلاسيكية	469	508	600	812	719	49	16270
CIB الذهبية	420	495	502	679	403	40	12464
المجموع	889	1003	1102	1330	1122	89	28734

المصدر : من إعداد الباحثة بناء على الملحق رقم 13، 14، 15، 16.

ونلاحظ من الجدول رقم (4-33) التطور الواضح في إصدار البنك الخارجي للبطاقات البنكية CIB من سنة 2015 إلى سنة 2018، وهذا راجع إلى الاقبال النسبي للمواطنين على هذه البطاقات، نظرا للميزات التي توفرها هذه من راحة وأمان، إمكانية السحب من أي صراف آلي دون اللجوء إلى الفرع، إمكانية الدفع عبر الأنترنت أو عبر TPE، ولهذا وصل عددها في 2018 إلى 812 بطاقة مصدرة من طرف الوكالة بالنسبة لبطاقة CIB الكلاسيكية، و 679 بالنسبة لبطاقة CIB الذهبية أي بمجموع 1330 بطاقة مصدرة من طرف الوكالة، كما أن الطلب على بطاقة CIB الذهبية منخفضا مقارنة بالطلب على بطاقة CIB الكلاسيكية وها راجع إلى أن بطاقة CIB الذهبية تمنح لأصحاب الدخول المرتفعة، وأغلب المواطنين الموظفين ذو أصحاب دخول عادية .

كما نلاحظ أن الطلب على هذه البطاقات من سنة 2019 إلى سنة 2020 إنخفض إنخفاضا ملحوظا، وهذا راجع إلى العمولات المفروضة على هذا النوع من البطاقات، أيضا إلى جائحة كورونا وتأثيراتها السلبية على عمل البنوك خصوصا أنها ظهرت في هذه الفترة .

ونلاحظ أيضا أن الطلب على هذه البطاقات تطور تطورا ملحوظا بحيث إرتفع من 89 بطاقة سنة 2020 إلى 28734 بطاقة سنة 2021، وهذا راجع إلى أن البنك نهاية سنة 2020 قد ألغى العمولات المفروضة على بطاقة CIB بعدما كانت تقدر بـ 4160 / السنة بالنسبة للبطاقة الكلاسيكية، و 719 / السنة بالنسبة للبطاقة الذهبية، وهذا

الفصل الرابع : تقييم جودة الخدمة المصرفية الالكترونية في ظل استخدام نظم وتكنولوجيا المعلومات في

البنوك محل الدراسة

تحفيزا وتشجيعا لزيادة العملاء والموظفين على الاقبال على هذا النوع من البطاقات، كما أن حجم الطلب المتزايد على هذه البطاقات يعكس جودة هذه الخدمة بالنسبة للزبائن .

ب. حجم الطلب على بطاقات ماستر كارد من سنة (2019-2021):

سنوضح تطور حجم الطلب على بطاقات ماستر كارد في الجدول التالي:

الجدول رقم (4-34): حجم الطلب على ماستر كارد من سنة (2019-2021):

نوع بطاقة ماستر كارد	حجم طلب العملاء على البطاقات خلال سنة 2019	حجم طلب العملاء على البطاقات خلال سنة 2020	حجم طلب العملاء على البطاقات خلال سنة 2021
ماستر كارد مسبقة الدفع	20	15	15
ماستر كارد الكلاسيكية	02	02	01
ماستر كارد البلاتينية	02	02	01
بطاقة الأعمال	00	00	00
بطاقة الأعمال العالمية	00	00	00
بطاقة النخبة العالمية	00	00	00
المجموع	24	19	17

المصدر: من إعداد الباحثة بناء على إحصائيات مقدمة من طرف الوكالة .

ونلاحظ من خلال الجدول رقم (4-34) إنخفاض في حجم الطلب على بطاقة ماستر كارد من سنة 2019

إلى نهاية ديسمبر 2021، وهذا راجع إلى تأثيرات جائحة كورونا على الرحلات والأسفار، وغلق المطارات لأنها بطاقة يستخدمها أصحاب الدخول المرتفعة في الخارج ، كما نلاحظ أنه لا يوجد طلب على بطاقة الأعمال وبطاقة

الأعمال العالمية، وبطاقة النخبة العالمية يعكس نقص الوعي والثقة بالتعامل بهذا النوع من البطاقات .

2. النقود الالكترونية ومحفظة النقود الالكترونية: لا يتعامل البنك الخارجي الجزائري-وكالة شلف بالنقود الالكترونية

مقارنة بالساحة العالمية كالبوكتشين والبتكوين والعملات المشفرة التي تم التطرق إليها في الفصل الثالث، كما أنه

لا يتعامل بمحفظة النقود الالكترونية .

3. الشيك الالكتروني: لا يتعامل البنك الخارجي الجزائري-وكالة شلف - بالشيك الالكتروني .

الفصل الرابع : تقييم جودة الخدمة المصرفية الالكترونية في ظل استخدام نظم وتكنولوجيا المعلومات في

البنوك محل الدراسة

رابعا: الأنظمة الالكترونية في BEA-وكالة شلف-

من بين الأنظمة الالكترونية التي يعتمد عليها البنك الخارجي الجزائري-وكالة شلف-نظام عمل المقاصة الالكترونية ، ونظام ميل سويفت .

خامسا: تبني نظم الذكاء الاصطناعي في Bea-وكالة شلف- .

مظاهر التكنولوجيا الرابعة غير متوفرة في البنك الخارجي الجزائري-وكالة شلف-، بحيث لا يعتمد البنك الخارجي الجزائري وكالة الشلف في تحليل البيانات على نظم الذكاء الاصطناعي التي سبق وتطرقنا إليها في الفصل الأول، كما أنه لا يوجد روبوتات تعمل خارج ساعات العمل المصرفي .

الفرع الثالث :تبني الخدمات المصرفية الالكترونية ونظم الذكاء الاصطناعي في بنك التوفير والاحتياط-المديرية الجهوية .بالشلف-

سنتطرق في هذا الفرع إلى مختلف الخدمات المصرفية الالكترونية، وقنوات الصيرفة الالكترونية، وكذا وسائل الدفع الالكترونية المعتمدة في بنك التوفير والاحتياط -المديرية الجهوية بالشلف _ .

أولا:الخدمات المصرفية الالكترونية في Cnep Banque-المديرية الجهوية بالشلف .

الخدمات المصرفية الالكترونية لوكالة Cnep Banque هي إشتراك مجاني يتيح للعميل الوصول إلى حسابه المصرفي عن بعد على مدار الساعة، طوال أيام الأسبوع، وذلك عبر الأنترنت بأمان تام .

1. يمتلك البنك موقع إلكتروني www.cnepbanque.dz يسمح له بالترويج لخدماته المصرفية، وكذا الاتصال بعملائه. أنظر المطوية رقم 09.

2. خدمة الصيرفة الالكترونية CnepB@nking: www.ebanking.cnepbanque.dz تعتمد هذه

القناة لعرض خدماتها المصرفية عبر الأنترنت، وتعرف بالصيرفة على الخط، أو بنوك الويب، أو الخدمة عن بعد، وهي

خدمة متوفرة 24 سا /24 ، 7 أيام /7 . بحيث يتم الولوج إلى هذه الخدمة في المنصة الالكترونية للخدمات المصرفية

الالكترونية الموجودة في الموقع الالكتروني للبنك . ويستفاد من هذه الخدمة كل زبون لديه حساب بنكي لدى المديرية

وللولوج إلى هذه الخدمة يشترط على الزبون توقيع عقد الاشتراك في الخدمات المصرفية الالكترونية Cnep

B@nking . أنظر الملحق رقم 17 .

ومن بين خدمات الصيرفة الالكترونية المتاحة على هذا الموقع نجد:

الفصل الرابع : تقييم جودة الخدمة المصرفية الالكترونية في ظل استخدام نظم وتكنولوجيا المعلومات في

البنوك محل الدراسة

-عرض أرصدة حساب العميل وتاريخ المعاملات، تحميل البيانات المصرفية، طلب دفتر الشيكات والبطاقة البنكية، تتبع العمليات على الحساب، عرض آخر المعاملات التي تمت للعميل، تحميل كشف (Rib) خدمة الرسائل، طبع البيانات، وتجدر الاشارة إلى أن هذه الخدمة أطلقت في الصندوق الوطني-المديرية الجهوية آواخر جويلية 2020.

والجدول التالي يوضح عدد المشتركين في خدمة **cnep B@nking**

الجدول رقم (4-35) : عدد المشتركين في خدمة **cnep B@nking** من سنة 2017 - 2021.

السنة	عدد المشتركين خلال سنة	عدد المشتركين خلال سنة	عدد المشتركين خلال سنة	عدد المشتركين خلال سنة	عدد المشتركين خلال سنة
	2017	2018	2019	سنة 2020	2021
عدد المشتركين في خدمة e-bankingCnep	غير موجودة	غير موجودة	غير موجودة	1780	5330

المصدر : من إعداد الباحثة بناء على إحصائيات مقدمة من طرف المديرية الجهوية .

ونلاحظ أن عدد المشتركين في **cnep B@nking** ارتفع من 1780 مشترك سنة 2017 إلى 5330 مشترك نهاية ديسمبر 2021، كما نلاحظ أن الاشتراك في هذه الخدمة كان مرتفع جدا خلال الفترة 2020 - 2021 ، وهذا راجع إلى نوعية الخدمة المميزة التي تساعد المتعاملين بهذه الخدمة، وتجنبهم الذهاب إلى البنك والانتظار في الطوابير من أجل معرفة الرصيد، زيادة على أن أغلبية المواطنين أصبحوا يملكون هواتف ذكية تساعدهم في تطبيق هذه الخدمة، كما أن زيادة الاشتراك في هذه الخدمة يعكس جودة هذه الخدمة بالنسبة للزبائن، بحيث ينظر إليها كوسيلة لتحسين خدمة العملاء .

3. خدمة الدفع الالكتروني (الدفع عبر الأنترنت، خدمة الدفع عن بعد) **E-paiement** : هي خدمة دفع

ببطاقة **cib**، وعبر الأنترنت للسلع والخدمات على مواقع التجار المعتمدين في الأنترنت بحيث يمكن لزبون البنك

وحامل بطاقة **cib** إجراء معاملاته لشراء سلعة على موقع تاجر معتمد، أو دفع مبلغ المشتريات عبر جهاز **TPE**

الموجود في المتاجر، الفنادق، السوبرماركت . أنظر المطوية رقم 06

أ. كيفية عمل الدفع الالكتروني عبر الأنترنت:

تعطي المديرية للعميل كلمة المرور الخاصة ببطاقة **cib**، بحيث تكون كلمة المرور الشخصية هذه صالحة فقط للعملية

الأولى، للأمان، والسرية، يجب على الزبون تغييرها للعمليات اللاحقة.

الفصل الرابع : تقييم جودة الخدمة المصرفية الالكترونية في ظل استخدام نظم وتكنولوجيا المعلومات في

البنوك محل الدراسة

-بعد تسجيل الدخول إلى موقع التاجر، يختار العميل السلعة المراد شراؤها أو الخدمة المراد دفع ثمنها، يرسل موقع التاجر الالكتروني تلقائيا طلب دفع إلى النظام الأساسي بين البنوك الذي تتصل به .

وكإجراء أمني تقوم منصة ما بين البنوك بإجراء فحص أولي لإخطار المصادقة على موقع التاجر، يتم بعد ذلك إخطار الطلب، وسيكون لدى الزبون وصول فوري إلى منصة الدفع . ثم يدخل الزبون على القناع المقدم لهذا الغرض في موقع التاجر، ورقم بطاقة **CIB** الخاصة به، وتاريخ إنتهاء صلاحيتها، وكودها المشفر (الرمز السري للبطاقة) وعنوانها، بعد التحقق من المعلومات الشخصية التي تم إدخالها، وكان رصيد العميل موجبا، تقوم المنصة بإعلام العميل بقبول معاملة الدفع . كما يتلقى الزبون على عنوان بريده الالكتروني إيصال المعاملة التي تم إجراؤها، والتي يمكنه أيضا تنزيلها وطباعتها.

4. خدمة السحب الالكتروني : وهي خدمة سحب بطاقة **cib** ، تسمح للعميل الذي يملك حساب لدى الوكالة بحسب مبلغ معين من الصراف الآلي للوكالة، وهي خدمة متوفرة 24/24 سا ، 7/7 أيام دون إنقطاع .

5. خدمة التحويل الالكتروني للأموال: هي عملية يتم بموجبها نقل مبلغ معين من حساب إلى حساب آخر عن طريق تقييده في الجانب المدين للآمر، والجانب الدائن للمستفيد سواء تم هذا التحويل بين حسابين مختلفين في نفس البنك، أو بنكين مختلفين .

ثانيا: قنوات الصيرفة الالكترونية في Cnep Banque –المديرية الجهوية بالشلف:-

من بين قنوات الصيرفة الالكترونية المعتمدة من طرف المديرية ما يلي:

1. الموزع الآلي للأوراق (DAB) : هو آلة أوتوماتيكية تسمح للعميل عن طريق البطاقة الإلكترونية بسحب مبلغ من المال دون حاجة للجوء إلى الفرع. والموزع الآلي للنقود مثبت خارج المديرية، ومتصل بصفة دائمة مع مركز العمليات النقدية الالكترونية لشبكة **SATIM** عن طريق خط يدعى بـ **X25(DZ-PAC)** لضمان معاملات السحب النقدية على الخط **en mode on –line** ويتم رصد أدائه بصفة دائمة لـ إتاحة النقود .

والجدول التالي يوضح تطور عدد أجهزة الصراف الآلي في المديرية من سنة 2015 -2021.

الجدول رقم (4-36): عدد أجهزة الصراف الآلي في المديرية من سنة 2015 –2021 .

السنوات	سنة 2015	سنة 2016	سنة 2017	سنة 2018	سنة 2019	سنة 2020	سنة 2021
عدد أجهزة DAB	16	16	16	16	16	16	15

المصدر : من إعداد الباحثة بناء على إحصائيات مقدمة من طرف المديرية.

الفصل الرابع : تقييم جودة الخدمة المصرفية الالكترونية في ظل استخدام نظم وتكنولوجيا المعلومات في

البنوك محل الدراسة

ونلاحظ من خلال الجدول إنخفاض في عدد أجهزة الصراف الآلي بالمديرية، بحيث كانت تمتلك 16 صراف آلي سنة 2015، وأصبحت تمتلك 15 صراف آلي سنة 2021، وهذا راجع إلى نقص الوكالات بالمديرية حيث بعدما كانت تمتلك 16 وكالة، أصبحت في 2021 تمتلك 13 وكالة، كما أن هذه الصرافات الآلية منتشرة عبر 13 وكالة كل وكالة تحتوي على صراف آلي واحد، وكالتين في وسط الشلف تحتوي على صرافين آليين، وكالة تنس تحتوي على صراف آلي واحد، وكالة بوقادير تحتوي على صراف آلي واحد، وكالة العطاف تحتوي على صراف آلي واحد، وكالة عين الدفلى تحتوي على صراف آلي واحد، وكالة تيسمسيلت تحتوي على صراف آلي واحد، وكالة خميس مليانة تحتوي على صراف آلي واحد، وكالة أمداس تحتوي على صراف آلي واحد، وكالة السوقر تحتوي على صراف آلي واحد وكالة قصر الشلالة تحتوي على صراف آلي واحد، وكالة تيارت تحتوي على صراف آلي واحد وصراف آلي في مصنع الاسمنت في نوفمبر 2021 ، وصراف آلي في فندق الميرادور في ديسمبر 2021.

2. الشباك الآلي البنكي GAB: هو آلة أوتوماتيكية أكثر تعقيدا وتنوعا، فبالإضافة إلى خدمة السحب النقدي تقدم خدمات أخرى كقبول الودائع، طلب الصك، عمليات التحويل من حساب إلى آخر، والشبايك الأوتوماتيكية متصلة بالحاسوب الرئيسي للبنك . والجدول التالي يوضح عدد أجهزة GAB في المديرية من سنة 2015- 2021 الجدول رقم (4-37): عدد أجهزة GAB في المديرية من سنة (2015- 2021).

السنوات	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
عدد أجهزة GAB	01	01	01	01	01	01	03

المصدر : من إعداد الباحثة بناء على معلومات مقدمة من طرف المديرية .

ونلاحظ من خلال الجدول رقم (4-37) إرتفاع في أجهزة الشبايك الآلية للنقود، بحيث كانت المديرية سنة 2015 تمتلك شباك آلي واحد، بينما سنة 2021 أصبحت تمتلك 3 شبايك آلية، شباك آلي متواجد وسط الشلف، وشباك آلي آخر متواجد في تيسمسيلت، وشباك آلي آخر في تيارت .

3. جهاز الدفع الالكتروني TPE: هو جهاز يسمح بخصم قيمة مشتريات العميل من رصيده الخاص بعد أن يمرر موظف نقطة البيع البطاقة الائتمانية على القارئ الالكتروني الموصول مباشرة مع الحاسوب المركزي للبنك بإدخال الرقم السري للعميل، أين تخصم القيمة من رصيده، ويقتطع آليا من الحساب البنكي للزبون، ويقيد حساب الزبون المفتوح لدى Cnep Banque -المديرية-، وتضاف إلى رصيد المتجر إلكترونيا، وتُجدر الإشارة إلى أن الزبون يجب

الفصل الرابع : تقييم جودة الخدمة المصرفية الالكترونية في ظل استخدام نظم وتكنولوجيا المعلومات في

البنوك محل الدراسة

أن يكون لديه حساب تجاري لدى المديرية، ويكون ممضي عقد الانخراط في خدمة **TPE** لدى الوكالة، كما أن هذا الجهاز بدأ العمل به سنة 2017. أنظر المطوية رقم 11

والجدول التالي يوضح عدد أجهزة **TPE** في المديرية من سنة 2015-2021 .

الجدول رقم (4-38): عدد أجهزة **TPE** في المديرية من سنة 2015-2021 .

السنوات	سنة 2015	سنة 2016	سنة 2017	سنة 2018	سنة 2019	سنة 2020	سنة 2021
عدد أجهزة TPE	غير موجود	غير موجود	16	22	29	36	43

المصدر : من إعداد الباحثة بناء على إحصائيات مقدمة من طرف المديرية .

ومن خلال الجدول رقم (4-38) نلاحظ إرتفاع في عدد أجهزة الدفع الآلي في نقاط البيع المعتمدة من طرف المديرية من 16 جهاز دفع سنة 2017 إلى 43 جهاز نهاية ديسمبر 2021 ، وهذا راجع إلى زيادة عدد بطاقات الدفع المصدرة من طرف الوكالات التابعة للمديرية ، كما أن هذه الأجهزة متواجدة في كل من المحلات، السوبرماركت، الفنادق، المطاعم المتاجر، وتتنوع على 13 وكالة تابعة للمديرية، وهي -وكالتين في وسط الشلف، وكالة في تنس، وكالة في بوقادير ، وكالة في العطاف، وكالة في عين الدفلى ، وكالة في تيسمسيلت، وكالة في خميس مليانة، وكالة في أمداس، وكالة في السوقر، وكالة في قصر الشلالة ، وكالة في تيارت .

ثالثا: وسائل الدفع الالكترونية في بنك التوفير والاحتياط-المديرية الجهوية بالشلف -:

من بين وسائل الدفع الالكترونية لبنك وكالة الشلف نجد :

1. البطاقات البنكية: من بين أنواع البطاقات البنكية في المديرية نجد:

1.1. بطاقة التوفير **CE La carte épargne** :

هي بطاقة مزودة بشريحة متوافقة مع المعايير الدولية، يتم إصدارها لصاحب حساب التوفير من قبل المديرية ، تسمح بالسحب من أجهزة الصراف الآلي فقط، ولا تسمح بعملية الدفع عبر الأنترنت أو الدفع عبر **TPE**، كما تسمح بالتحقق من الرصيد، وتحرير كشف حساب لآخر 10 معاملات (**Dab cnep -bank**) وتكون هذه البطاقة صالحة لمدة 5 سنوات قابلة للتجديد تلقائيا عند إنتهاء صلاحية.

2.1. بطاقة الدفع **La carte interbancaire cib**

ترتبط مباشرة بحساب العميل : وهي بطاقة بين البنوك، تتيح للعميل إجراء عمليات السحب من (**GAB**)

الفصل الرابع : تقييم جودة الخدمة المصرفية الالكترونية في ظل استخدام نظم وتكنولوجيا المعلومات في

البنوك محل الدراسة

و (DAB) والدفع عبر الأنترنت في مواقع التجار المعتمدين في الأنترنت، أو الدفع عن طريق TPE، والتحويلات من حساب لآخر، والتحصيل بأمان. يمنحها البنك مجانا عند فتح الحساب الجاري للعميل، وبناءا على طلب من العميل الذي لديه حساب مفتوح لدى المديرية، والفترة المحددة بين طلب العميل للبطاقة ومنح البطاقة للعميل 21 يوما. أنظر الملحق رقم 18

ويوجد نوعان من بطاقة cib:

أ. بطاقة cib الكلاسيكية: يتحصل على هذه البطاقة كل عميل لديه دخل لا يقل عن 80 000 دج

وحساب مفتوح لدى المديرية، وهذا بناءا على طلب من العميل للحصول على هذه البطاقة، تسمح لحاملها بالسحب من DAB و GAB، وتسمح بالدفع عبر الأنترنت، وعبر TPE، والتحويل من حساب لآخر. وتجدر الاشارة إلى أن عملية السحب والدفع متاحة طوال الأسبوع بحيث لا تتعدى عملية السحب مبلغ 60 000 دج، وعملية الدفع 100 000 دج في الأسبوع. أنظر المطوية رقم 07.

ب. بطاقة cib الذهبية: تحمل هذه البطاقة نفس مزايا البطاقة الكلاسيكية، إلا أن هذه البطاقة تمنح لذوي الدخل المرتفعة، حيث يحصل على هذه البطاقة كل عميل لديه دخل يفوق 90 000 دج، وحساب مفتوح لدى المديرية وهذا بناءا على طلب من العميل للحصول على هذه البطاقة.

وتجدر الاشارة إلى أن عملية السحب والدفع متاحة طوال الأسبوع، بحيث لا تتعدى عملية السحب مبلغ 80 000 دج في الأسبوع، وعملية الدفع مبلغ 150 000 دج في الأسبوع.

ويمكن توضيح مختلف الرسوم والعمولات الخاصة ببطاقة cib الكلاسيكية والذهبية في الجدول التالي:

الجدول رقم (4-39): الرسوم والعمولات الخاصة ببطاقة cib.

العمولات والرسوم	البطاقة الكلاسيكية	البطاقة الذهبية
عمولة منح البطاقة	580 دج / سنويا	580 دج / سنويا
عمولة السحب من الصراف الآلي للمديرية	20 دج	20 دج
عمولة السحب من الصرافات الآلية للبنوك الأخرى	28 دج	28 دج
عمولة الدفع عبر TPE	- ما بين 10% و 20% إذا كان المبلغ أقل من 5000 دج. - ما بين 30% و 40% إذا كان المبلغ أكثر من 5000 دج.	- ما بين 10% و 20% إذا كان المبلغ أقل من 5000 دج. - ما بين 30% و 40% إذا كان المبلغ أكثر من 5000 دج.

المصدر: من إعداد الباحثة بناءا على معلومات مقدمة من طرف المديرية.

الفصل الرابع : تقييم جودة الخدمة المصرفية الالكترونية في ظل استخدام نظم وتكنولوجيا المعلومات في

البنوك محل الدراسة

وتجدر الإشارة إلى أن هذه العملات تختلف بين الزبون الحامل لبطاقة **CIB** لبنك التوفير والاحتياط، والموظف العامل في بنك التوفير والاحتياط، حيث أن الزبون تطبق عليه العملات التي تطرقنا إليها في هذا الجدول، بينما الموظف العامل في بنك التوفير والاحتياط إذا قام بعملية سحب من الصراف الآلي لبنك التوفير والاحتياط ستطبق عليه عمولة تقدر بـ 08 دج، وإذا قام بالسحب من الصرافات الآلية للبنوك الأخرى تطبق عليه عمولة تقدر بـ 28 دج. كما أن عمولة الدفع عبر **TPE** مجانية بالنسبة للزبائن الأشخاص، لكن بالنسبة للتجار تطبق عليهم العمولة المشار إليها في الجدول .

3.1. حجم الطلب على بطاقة **CIB** للمديرية الجهوية بالشلف من سنة 2015 إلى 2021

يمكننا توضيح تطور حجم الطلب على بطاقة **CIB** من سنة 2015 إلى 2021 في الجدول التالي :

الجدول رقم (4 - 40) : تطور حجم الطلب على بطاقة **CIB** في المديرية الجهوية بالشلف من سنة 2015 إلى 2021

السنوات	حجم الطلب على البطاقات خلال سنة 2015	حجم الطلب على البطاقات خلال سنة 2016	حجم الطلب على البطاقات خلال سنة 2017	حجم الطلب على البطاقات خلال سنة 2018	حجم الطلب على البطاقات خلال سنة 2019	حجم الطلب على البطاقات خلال سنة 2020	حجم الطلب على البطاقات خلال سنة 2021
CIB الكلاسيكية	303	350	420	610	405	370	706
CIB الذهبية	170	230	345	402	270	153	502
المجموع	473	580	765	1012	675	523	1208

المصدر : من إعداد الباحثة بناء على معلومات مقدمة من طرف المديرية الجهوية .

ونلاحظ من الجدول رقم (4-40) التطور الواضح في إصدار بنك التوفير والاحتياط للبطاقات البنكية **CIB** من سنة 2015 إلى سنة 2018 ، وهذا راجع إلى الإقبال النسبي للمواطنين عليها نظرات للمزايا التي توفرها هذه البطاقة من راحة وأمان، وإمكانية السحب من أي صراف آلي كان دون اللجوء إلى الفرع والانتظار في الطوابير لسحب مبالغ مالية، كما أنها توفر خدمة الدفع عبر الأنترنت، وخدمة الدفع عبر **TPE** ، وبالتالي توفر هذه البطاقة السهولة وتوفير الوقت، لهذا وصل عددها في 2018 إلى 610 بطاقة مصدرة من طرف الوكالة بالنسبة لبطاقة **CIB** الكلاسيكية، و402 بالنسبة لبطاقة **CIB** الذهبية أي بمجموع 1012 بطاقة مصدرة من طرف الوكالة، كما أن الطلب على بطاقة **CIB** الذهبية منخفضا مقارنة بالطلب على بطاقة **CIB** الكلاسيكية، وهذا راجع إلى أن بطاقة **CIB** الذهبية تمنح لأصحاب الدخول المرتفعة، وأغلب المواطنين الموظفين ذو أصحاب دخول عادية .

الفصل الرابع : تقييم جودة الخدمة المصرفية الالكترونية في ظل استخدام نظم وتكنولوجيا المعلومات في

البنوك محل الدراسة

كما نلاحظ أن الطلب على هذه البطاقات من سنة 2019 إلى سنة 2020 إنخفض إنخفاضا ملحوظا وهذا راجع إلى نقص ثقة المواطنين في التعامل بهذه البطاقات بعد إدراكهم مخاطر التعامل بهذه البطاقات، أيضا جائحة كورونا وتأثيراتها السلبية على عمل البنوك خصوصا أنها ظهرت في نهاية سنة 2019.

وفي ذات السياق الطلب على هذه البطاقات تطور تطورا ملحوظا من سنة 2020 إلى سنة 2021 بحيث إرتفع من 523 بطاقة إلى 1208 بطاقة متوزعة بين 13 وكالة-وكالتين في وسط الشلف، وكالة في تنس، وكالة في بوقادير، وكالة في العطاف، وكالة في عين الدفلى، وكالة في تيسمسيلت، وكالة في خميس مليانة، وكالة في أمداس، وكالة في السوقر، وكالة في قصر الشلالة وكالة في تيارت . وهذا راجع إلى أن التعامل بهذا النوع من البطاقات في ظل جائحة كورونا وغلق البنوك سيمكنهم من السحب من الصرافات الآلية للبنوك، أيضا يجنبهم الذهاب إلى البنك والاحتكاك بالأشخاص في ظل الظروف الوبائية وانتشار العدوى، كما أن الطلب المتزايد على هذه البطاقات يعكس جودة هذه الخدمة بالنسبة للزبائن .

2. النقود الرقمية ومحفظة النقود الالكترونية: لا تتعامل المديرية الجهوية لبنك التوفير والاحتياط-الشلف- بالعملات الرقمية ومحفظة النقود الالكترونية، وما زالت تعتمد على النقود الورقية والمعدنية .

3. الشيك الالكتروني : لا تتعامل المديرية الجهوية لبنك التوفير والاحتياط-الشلف- بالشيك الالكتروني، وما زالت تتعامل بالشيك التقليدي.

رابعا: الأنظمة الالكترونية في Cnep Banque -المديرية الجهوية بالشلف-

تعمل المديرية الجهوية وفقا للأنظمة الالكترونية والتي سبق وذكرناها، وهي نظام المقاصة الالكترونية، نظام مايل سويفت.

خامسا: تبني نظم الذكاء الاصطناعي في بنك التوفير والاحتياط-المديرية الجهوية بالشلف-

مظاهر التكنولوجيا الرابعة غير متوفرة في بنك التوفير والاحتياط -المديرية الجهوية بالشلف، بحيث لا تعتمد المديرية في تحليل بياناتها على نظم الذكاء الاصطناعي التي سبق وتطرقتنا إليها ، أيضا لا توجد روبوتات أو شاتبوتات تعمل خارج ساعات عمل البنك .

المطلب الثالث: دراسة العلاقة بين استخدام تكنولوجيا المعلومات في البنوك محل الدراسة وأبعاد

قياس جودة الخدمة المصرفية المقدمة للزبائن .

تبني التكنولوجيا الحديثة في البنوك محل الدراسة، أدى إلى إحداث تغيير في طبيعة الخدمات المصرفية حيث إنتقلت هذه البنوك من تقديم خدمات مصرفية تقليدية إلى خدمات مصرفية إلكترونية، بغية تحسين جودة الخدمة المصرفية المقدمة للزبائن من جهة، ومواكبة التطورات الحاصلة في ميدان التكنولوجيا والأنظمة الحديثة، وفي هذا الصدد سنقوم بتحليل العلاقة بين الخدمات المصرفية الالكترونية للبنوك الثلاثة، وأبعاد جودة الخدمة المصرفية الالكترونية . ولقياس جودة الخدمة المصرفية الالكترونية في البنوك الثلاثة يتم تصميم وإستخدام العديد من المقاييس الداخلية التي تتراوح ما بين الوصول الفعال، توقيت الاستجابة، توقيت التوصيل، والاعتمادية، والوقت المنفق في النظام، الكفاءة، والمرونة، والأمان .

1.التأثير على بعد الاعتمادية: تعمل البنوك الثلاثة من خلال المواقع الالكترونية الخاصة بها على سهولة إطلاع الزبائن على حساباتهم، ومعرفة الخدمات التي يطلبها، وإجراء التحويلات البنكية في أي وقت، ومن أي مكان تتوفر فيه الأنترنت، وبالتالي تعمل التكنولوجيا في هذه البنوك على التقليل من زمن الحصول على الخدمة المصرفية، وتعمل على توفير الوقت والسرعة في إنجاز المعاملات المصرفية، ومنه تعمل على تحقيق بعد الاعتمادية .

2.التأثير على بعد الاستجابة: توفر البنوك الثلاثة خدمة **e-banking** وهي خدمة متوفرة على مدار الساعة، وطوال الأسبوع، في أي وقت، ومن أي مكان تتوفر فيه الأنترنت، فبمجرد دخول الزبون إلى منصة الخدمات الالكترونية، لتقوم المنصة بإعطاء إستجابة فورية تتمثل في الاطلاع على الحساب ومعرفة الرصيد، طلب دفتر الشيكات، إجراء التحويلات المالية من حساب لآخر ... إلخ .

1.2.الصراف الآلي **DAB**: يعمل الصراف الآلي في البنوك الثلاثة على تخفيض أعباء وأعمال الموظفين، وريح الوقت، ويعمل على تقديم خدمة السحب لمبالغ مالية في أي وقت على مدار الساعة، وطوال الأسبوع فبمجرد تمرير البطاقة على هذه الآلة، وكتابة المبلغ المراد سحبه، تقوم هذه الآلة بإعطاء إستجابة فورية تتمثل في الأموال المراد سحبها .

2.2.الشبابيك الآلية للنقود **GAB**: بمجرد أن يدخل الزبون بطاقة التشغيل، لتقوم الآلة بعد ذلك بإعطاء إستجابة فورية تتمثل في السحب النقدي، الاطلاع على الرصيد، وطلب كشف الحساب، طلب دفتر الشيكات . وبالتالي تعمل البنوك الثلاثة من خلال تقديمها لهذه الخدمات على تحقيق بعد الاستجابة .

الفصل الرابع : تقييم جودة الخدمة المصرفية الالكترونية في ظل استخدام نظم وتكنولوجيا المعلومات في

البنوك محل الدراسة

3. الوصول: دخول الزبائن إلى المواقع الالكترونية على وجه السرعة للوصول إلى البنوك الثلاثة عند الحاجة، أيضا الدخول إلى منصة **E-banking** على وجه السرعة للوصول إلى الخدمات المصرفية الالكترونية لهذه البنوك، وهي بذلك تحقق بعد الوصول .

4. المرونة :توفر البنوك الثلاثة الحرية في إختيار طرق الدفع، فهي تتيح طريقة الدفع الالكتروني لمواقع التجار المعتمدين في الأنترنت، أو الدفع عبر جهاز **TPE** المتوفر في المتاجر، أو في الفنادق، أو السوبر ماركت، وهي بذلك تحقق بعد المرونة .

5. سهولة التفحص : المواقع الالكترونية للبنوك الثلاثة تحتوي على وظائف تساعد العملاء للحصول على ما يحتاجونه من دون هوية، كما تمتلك هذه المواقع محرك بحث جيد يتيح للعملاء سهولة وسرعة الانتقال ذهابا وإيابا بين صفحات المواقع الالكترونية، فهو بذلك يوفر سهولة التفحص .

6. الأمان: تعمل البنوك الثلاثة على وضع أنظمة أمان غير قابلة للاختراق تحمي الخدمات المصرفية الالكترونية من بينها نظام الأمان الثلاثي الأبعاد **3D** سيكيور الذي يعتمد البنك الخارجي الجزائري والمديرية الجهوية فهو خاصية أمنية لحماية المعاملات التي تتم عبر الأنترنت باستخدام بطاقات الائتمان أو الخصم المباشر، وهو خدمة مجانية للحماية ضد مخاطر الاحتيال، يساعد الزبون على مواجهة الاستخدام غير المصرح به عندما يقوم بالتسوق على شبكة الأنترنت بالمتاجر المشاركة، نظام الأمان الثلاثي الأبعاد يشبه الرقم السري المستخدم للمعاملات التي يتم إجراؤها على شبكة الأنترنت بحيث عند إدخال رقم البطاقة أثناء التسوق بمتجر مشارك على شبكة الأنترنت ستظهر شاشة أمامه تطلب منه إدخال كلمة المرور المؤلفة من ستة أرقام، وسيتلقى تلقائيا رسالة نصية قصيرة من البنك تتضمن كلمة التأكيد المطلوبة والمؤلفة من ستة أرقام، على الزبون أن يدخل كلمة التأكيد بشكل صحيح لإتمام معاملاته وإجراء عملية الدفع بنجاح، وإذا أدخل الزبون كلمة التأكيد بشكل غير صحيح، سيطلب منه النظام بكل بساطة إعادة إدخال كلمة التأكيد يتحقق الزبون من كلمة التأكيد الجديدة التي يتم إرسالها للزبون عبر رسالة نصية قصيرة من قبل البنك ويعيد الزبون إدخالها من جديد، ويحافظ الزبون على سرية كلمة التأكيد هذه كما يحافظ على سرية الرقم السري، ويعمل القرض الشعبي الجزائري على وضع أنظمة أمان غير قابلة للاختراق تحمي الخدمات المصرفية الالكترونية مثل برتوكول **One Time Password OTP** .

أو كلمة المرور لمرة واحدة وهي كلمة مرور ديناميكية تستعمل مرة واحدة تهدف إلى تأمين المعاملات عبر الأنترنت التي يجريها حاملو بطاقة الدفع الكلاسيكية والذهبية ، كوربوريات وكوربوريات + ، صالحة لعملية واحدة ووحيدة، بحيث

الفصل الرابع : تقييم جودة الخدمة المصرفية الالكترونية في ظل استخدام نظم وتكنولوجيا المعلومات في

البنوك محل الدراسة

أثناء إجراء عملية تجارة إلكترونية على موقع تاجر إلكتروني جزائري، وبعد التسجيل في "فضاء البطاقات" على الموقع الإلكتروني للوكالة، وإدخال جميع المعلومات المطلوبة عادة لبطاقة الدفع البنكية (رقم البطاقة ، تاريخ إنتهاء صلاحية البطاقة CVV2 على موقع الويب الخاص بالتاجر الإلكتروني الجزائري، يتم إرسال رسالة نصية قصيرة خاصة إلى حاملها صالحة فقط لإتمام عملية الدفع الإلكتروني الحالية .

كما سيتلقى حامل البطاقة كلمة مرور جديدة لأي عملية دفع إلكتروني جديدة، وهذا هو مبدأ كلمة المرور لمرة واحدة **OTP** "أو تي بي" (وان تايم باس وورد) .

وفي ذات السياق تعمل البنوك الثلاثة على حفظ المعلومات الشخصية للزبائن، وعدم إطلاع أي شخص على حساب الزبون لضمان السرية في التعامل .

7.الكفاءة: المواقع الإلكترونية للبنوك سهلة الاستعمال، منتظمة بشكل سليم، تتوفر فيها معلومات عن كافة الخدمات المصرفية التقليدية للبنك، وكذا الخدمات المصرفية الإلكترونية للبنك، وحتى المعلومات التي تجيب على تدخلات العملاء .

أي تعمل البنوك الثلاثة على إيصال الخدمة المصرفية باستخدام وسائط تكنولوجية من بينها: السحب من أجهزة **Gab** و **Dab** ، كما تتيح طريقة الدفع الإلكتروني عن طريق مواقع التجار المعتمدة في الأنترنت، أو الدفع عن طريق جهاز **TPE** المتوفر في المتاجر، والفنادق، والسوبرماركت .

-تقوم هذه البنوك بمعالجة المعلومات الشخصية للعملاء بكل سرية وأمان، وبالتالي تعمل من خلال مواقعها الإلكترونية، وخدماته الإلكترونية، ووسائطه التكنولوجية، ومعالجته السرية والأمانة على تحقيق بعد الكفاءة .

ومنه نستنتج أن اعتماد الخدمات المصرفية الإلكترونية في البنوك الثلاثة يساهم في تحسين جودة الخدمات المصرفية المقدمة للزبائن، وبالتالي هناك علاقة طردية وتأثير موجب بين اعتماد الخدمات المصرفية الإلكترونية وجودة الخدمة المصرفية المقدمة للزبون، بحيث **78%** من الخدمات في البنك الخارجي، و **79%** من الخدمات في القرض الشعبي الجزائري، و **80%** من الخدمات تتم إلكترونياً مقارنة بالخدمات التقليدية وهو ما يعكس جودة هذه الخدمة بالنسبة للزبائن، كالسحب من الصراف الآلي، والاطلاع على رصيد الحساب، وطلب كشف حساب من خلال المواقع الإلكترونية للبنوك الثلاث، والتحويل من حساب لآخر، إلا في بعض الحالات التي تتطلب على الزبون الحضور إجبارياً إلى مقر البنك كدراسة طلب القرض من طرف الزبون، أو في حالة تسديد مبلغ القرض الممنوح للزبون

الفصل الرابع : تقييم جودة الخدمة المصرفية الالكترونية في ظل استخدام نظم وتكنولوجيا المعلومات في

البنوك محل الدراسة

أو أيضا في حالة رفض غرامة مالية من طرف البنك على الزبون في حالة تأخره عن السداد، أما في الحالات التي تتم فيها المعاملات إلكترونيا يقوم بها الزبون إلكترونيا .

فلو نقارن بين الخدمات المصرفية التقليدية قبل إستخدام تكنولوجيا المعلومات، والخدمات المصرفية الالكترونية بعد إستخدام تكنولوجيا المعلومات، نجد أن في الخدمات المصرفية التقليدية الزبون سيتحمل عناء الذهاب إلى المصرف والوقوف في طوابير الانتظار للاطلاع على رصيد حسابه والاستفسار عن الخدمات المصرفية، وهو ضياع للوقت وهدر للجهد، ويكون الزبون مقيد بمواقيت عمل البنك أيضا الزبون سيحمل معه النقود، وبالتالي هو معرض للسرقة .

أما الخدمات المصرفية الالكترونية التي تتيحها هذه البنوك من بينها خدمة **E-banking** ، خدمة **Mobile Banking** ، خدمة **Sms Cards** وهي خدمات متوفرة **24/24** ساعة و **7/7** أيام، وتعتبر هذه الخدمات نقطة

تحول في مستوى جودة الخدمات المصرفية المقدمة وعلاج الكثير من المشاكل أيضا تتيح هذه الصيرفة في هذه البنوك بعض القنوات الالكترونية لإجراء المعاملات المصرفية كالصيرفة عبر الصراف الآلي **DAB** ، الشباك الآلي للنقود **Gab**

الصيرفة عبر نهائي نقطة البيع **TPE**، حيث ما يجعل الزبون يستغني عن الذهاب إلى نقطة البيع ومقر المصرف والوقوف في طوابير وصفوف الانتظار للاطلاع على الرصيد مثلا، وبإستطاعته الاستفادة من الخدمات المصرفية من مكان إقامته، أو عمله، أو أي مكان تتوفر فيه خدمة الأنترنت إضافة إلى هذا فتقديم الخدمات المصرفية يكون طوال ساعات اليوم وأيام السنة فالعميل غير مقيد بمواقيت دوام نقطة البيع، وله كل الحرية في الوقت الذي يستفيد فيه من الخدمة المصرفية، أيضا البطاقات البنكية تجنب الزبون حمل النقود، وبالتالي هو في آمان وغير معرض للسرقة .

إذن الخدمات المصرفية الالكترونية في هذه البنوك تعمل على سهولة وصول الخدمة المصرفية إلى الزبائن بسرعة وبدون تكلفة وتعمل على توفير الوقت والجهد، والتقليل من صفوف وطوابير الانتظار في البنك، وهو ما يعكس تحسين جودة الخدمة المصرفية .

كما أن هذه الخدمات المصرفية الالكترونية لها تأثير على تحسين أداء البنوك، وتخفيض الأعباء والضغط على الموظفين أيضا سرعة المعاملات فمثلا لو يقوم الموظف في البنك بالاطلاع على رصيد الزبون سيستغرق وقتا أكثر مما سيستغرقه عند الاطلاع عليه من خلال الموقع الالكتروني، أيضا تخفيض طوابير وصفوف الانتظار في البنك، وزيادة المعاملات الالكترونية مما ينعكس على زيادة ربحية البنك وحصته السوقية ، وقدرته التنافسية.

ورغم مزايا هذه الخدمات إلا أنها تحمل في طياتها بعض المخاطر كمخاطر القرصنة، ومخاطر سرقة الرمز السري للبطاقات البنكية وإستخدامه في السحب من الصراف الآلي والشراء من مواقع التجار المعتمدين في الأنترنت، كما قد

الفصل الرابع : تقييم جودة الخدمة المصرفية الالكترونية في ظل استخدام نظم وتكنولوجيا المعلومات في

البنوك محل الدراسة

يكون جهاز **TPE** جهاز لقرصنة المعلومات الموجودة في البطاقة، والرقم السري لأصحاب هذه البطاقات لاستخدامها لأغراضهم.

الفصل الرابع : تقييم جودة الخدمة المصرفية الالكترونية في ظل استخدام نظم وتكنولوجيا المعلومات في

البنوك محل الدراسة

خلاصة :

في إطار عصرنة الخدمة المصرفية ومواكبة التطورات التكنولوجية، وتحسين جودة الخدمة المصرفية المقدمة للعملاء باعتبار أن الزبون هو مصدر ربح البنك وإرضائه غاية لا بد منها، لجأت البنوك الجزائرية العمومية وبالأخص الذكر القرض الشعبي الجزائري، البنك الخارجي الجزائري، الصندوق الوطني للتوفير والاحتياط إلى إستخدام النظم الحديثة وتكنولوجيا المعلومات في مجال أعمالها وخدماتها المصرفية، مما أدى بها إلى الانتقال من تقديم خدمات مصرفية تقليدية إلى خدمات مصرفية إلكترونية متوفرة على مدار الساعة وطوال الأسبوع، من بينها خدمة **E-banking**، خدمة **Mobile Banking**، خدمة **Sms Cards**، أيضا إعتداد وسائل تكنولوجية مختلفة لتسهيل وصول الخدمة المصرفية لعملاء البنك من بينها الصراف الآلي **Dab**، والشباك الآلي للنقود **Gab** تسمح بعملية السحب النقدي من أي مكان، ونهائي نقطة البيع **TPE** تسمح بعملية الدفع عبر هذا الجهاز في المتاجر، أو الفنادق، أو السوبرماركت كما أن البنوك الثلاثة محل الدراسة أطلقت أنواع مختلفة من البطاقات البنكية التي تجنب الزبون حمل النقود، وتسهل عليه عملية السحب النقدي وعملية الدفع عبر الأنترنت، والدفع عبر **TPE** سواء محليا أو دوليا .

وفي ذات السياق توصلنا أن هناك علاقة موجبة وطردية بين إعتداد الخدمات المصرفية الالكترونية وأبعاد جودة الخدمة المصرفية الالكترونية (بعد الاعتمادية، الاستجابة، الوصول، المرونة، الكفاءة) بحيث تساهم هذه الخدمات الالكترونية في تحسين جودة الخدمة المقدمة للعملاء، حيث باستطاعة الزبون الاستفادة من الخدمات المصرفية من مكان إقامته، أو عمله، أو أي مكان تتوفر فيه خدمة الأنترنت، إضافة إلى هذا فتقدم الخدمات المصرفية يكون طوال ساعات اليوم، وأيام السنة فالعميل غير مقيد بمواقيت دوام نقطة البيع و الوقوف في صفوف الانتظار، وله كل الحرية في الوقت الذي يستفيد فيه من الخدمة المصرفية، وهو ما يعكس تحسين جودة الخدمة المصرفية .

-رغم توفر أنواع مختلفة من البطاقات البنكية في القرض الشعبي الجزائري، البنك الخارجي الجزائري، الصندوق الوطني للتوفير والاحتياط، سواء البطاقات المحلية التي يستعملها الزبائن داخل الوطن مثل البطاقة الكلاسيكية والذهبية والبطاقات الدولية التي يمكن إستعمالها خارج الوطن كبطاقة ماستر كارد، بطاقة فيزا إلا أن الطلب على هذه البطاقات ضئيل جدا مقارنة بالكثافة السكانية، وهو ما يعكس نقص الوعي وثقافة التعامل بالبطاقات البنكية لدى الشعب الجزائري، وعدم ثقته في هذه البطاقات بحيث ما زال الزبائن يفضلون حمل النقود وإستعمال الشيكات التقليدية بدلا من البطاقات البنكية، أيضا عملية السحب والدفع من فروع البنك بدلا من السحب من الصراف الآلي، والدفع عبر

. **TPE**

الفصل الرابع : تقييم جودة الخدمة المصرفية الالكترونية في ظل استخدام نظم وتكنولوجيا المعلومات في

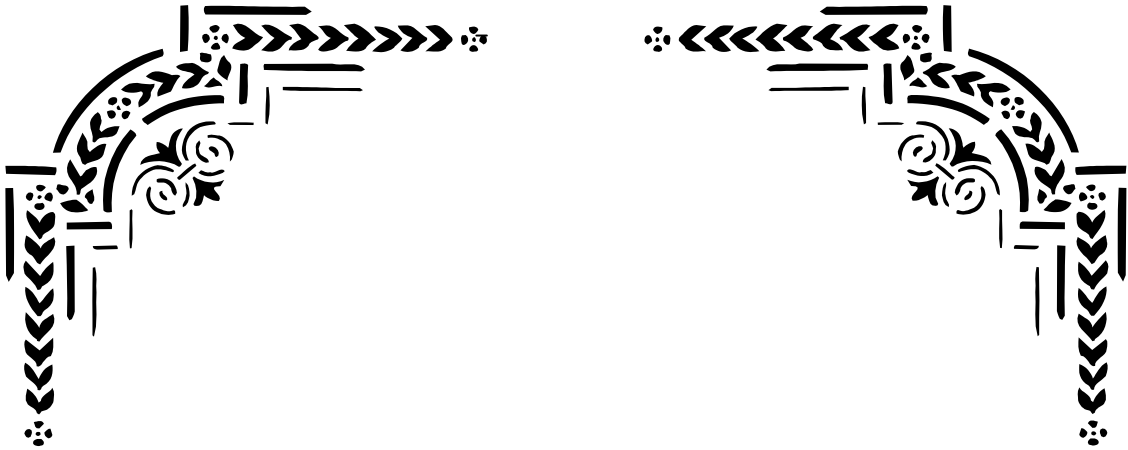
البنوك محل الدراسة

ولو نقارن بين البنوك محل الدراسة فنجد القرض الشعبي الجزائري هو البنك الرائد من بين الصندوق الوطني للتوفير والاحتياط، والبنك الجزائري الخارجي في إطلاق الخدمات المصرفية الالكترونية حيث نجد أن خدمة **E-Banking** خدمة متوفرة من سنة **2011**، في حين أطلقت هذه الخدمة في الصندوق الوطني للتوفير والاحتياط أواخر سنة **2020** والبنك الخارجي الجزائري في أوائل سنة **2021** .

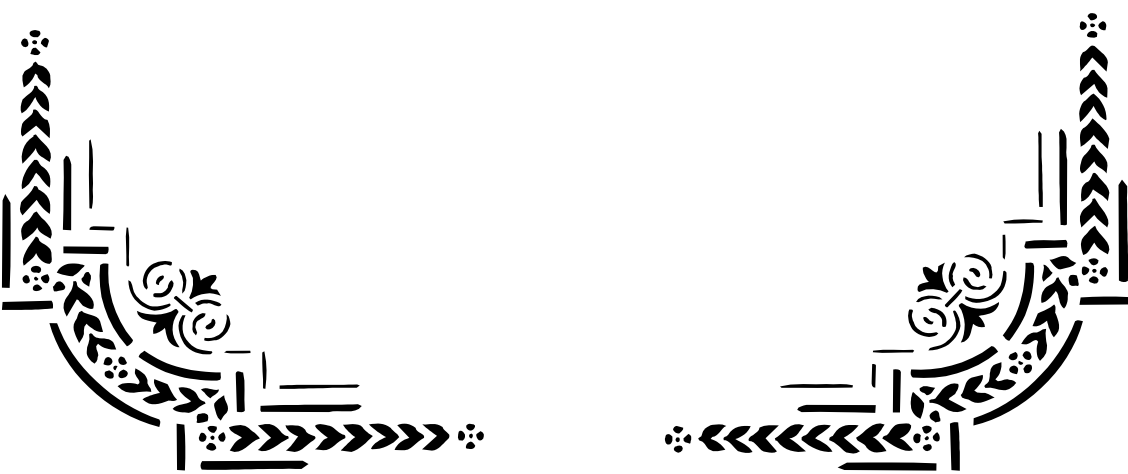
أيضا من حيث البطاقات البنكية نجد أن القرض الشعبي يتوفر على أنواع مختلفة من البطاقات التي تمنح للأفراد كالبطاقة الكلاسيكية، والذهبية، بطاقة كوربورايت وكوربورايت + التي تمنح للتجار والمؤسسات، والبطاقات الدولية كبطاقة فيزا التي يمكن إستعمالها في الخارج من أي جهاز صراف آلي يحمل شعار فيزا أطلقتها سنة **2019** في حين أن الصندوق الوطني للتوفير والاحتياط أطلق بطاقة **CIB** الكلاسيكية والذهبية فقط، في حين البنك الخارجي أطلق بطاقة **CIB** الكلاسيكية والذهبية فقط، وبطاقات دولية كبطاقة ماستر كارد للأفراد أطلقتها سنة **2019**، وبطاقة الأعمال للمؤسسات والتجار .

كما أن البنوك الجزائرية ما زالت متأخرة في تطبيق الذكاء الاصطناعي مقارنة بالساحة العالمية وبالأخص البنوك محل الدراسة فمظاهر التكنولوجيا الرابعة غير متوفرة في هذه البنوك . .

أيضا ما زالت البنوك الجزائرية وبالأخص البنوك محل الدراسة متأخرة في التعامل بالنقود الالكترونية والنقود المشفرة مثل البتكوين، البلوكتشين مقارنة بالساحة العالمية، بحيث تقتصر وسائل الدفع الالكترونية على البطاقات البنكية فقط وهذا لوجود مجموعة من التحديات من بينها مخاطر التعامل بهذه العملات الرقمية، أيضا عدم توافر أطر تشريعية تسمح بالتعامل بهذه العملات من بينها قانون القرض والنقد الذي لا يسمح بالتعامل بمثل هذه العملات، وضعف البنية التحتية التكنولوجية، نقص الوعي وثقافة التعامل بهذه العملات لدى الكثير من المواطنين ... إلخ .



خاتمة





تمهيد :

أدت التطورات المتسارعة في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصال إلى إحداث قفزة نوعية في العمل المصرفي الجزائري بحيث ساهمت تكنولوجيا المعلومات والاتصال بشكل واسع في تحسين الخدمة المصرفية المقدمة للزبائن من خلال ظهور نمط جديد لتقديم الخدمة المصرفية وهو ما عرف بالصيرفة الإلكترونية التي تعمل على تجاوز الوظائف التقليدية وإتاحة مختلف الأدوات، التقنيات والأنظمة الحديثة في عرض الخدمات المصرفية كالصراف الآلي، الصيرفة عبر الأنترنت والصيرفة عبر الهاتف النقال وغيرها من قنوات التوزيع وأنظمتها المختلفة، بما يكفل إنسياب الخدمات المصرفية للزبائن بسهولة وسرعة، في أي وقت، وأي مكان، مما يساعد ذلك في ربح الوقت، وتقليل التكاليف، وهذا ما يعكس تحسين جودة الخدمة المصرفية المقدمة للزبائن، وزيادة الأرباح. ويمكن القول أن نجاح المؤسسات المصرفية في تطور خدماتها المصرفية الإلكترونية يعتمد على الجودة في الخدمة حيث تعد مركزا أساسيا تسعى لبلوغه في ظل ظروف إقتصاد السوق وتزايد الضغوط التنافسية.

فقد أصبح استخدام التكنولوجيا، والتوجه نحو تبني أنظمة الذكاء الاصطناعي في الأعمال المصرفية ضرورة ملحة تملئها التحولات السريعة التي تعرفها البيئة المصرفية الدولية، والتي أصبحت التعقيد والحركية، السمة الرئيسية المميزة لها في العمل المصرفي، فالمصارف التي لا تتوفر فيها التكنولوجيا المصرفية الحديثة ستعرض للفشل خاصة في ظل إشتداد حدة المنافسة المحلية والدولية .

أولا: النتائج النظرية

من بين النتائج النظرية التي توصلت إليها الدراسة ما يلي :

-وجب على البنوك حتى لا تخرج من المنافسة العالمية مسايرة التطورات الحاصلة في مجال المعاملات المالية الإلكترونية بتبنيها الصيرفة الإلكترونية وتقنيات الذكاء الاصطناعي التي جاءت بوسائل إلكترونية متطورة كالبطاقات البنكية، النقود الإلكترونية، وكذا الشيكات الإلكترونية .

- تقود جودة الخدمة المصرفية الجيدة إلى تخفيض التكاليف سواء تكاليف الأخطاء أو تكاليف التشغيل، أو حتى تكاليف الاعلان والترويج، إضافة إلى زيادة ربحية المصرف والحصة السوقية له، وتحسين أداء الأعمال المصرفية. وذلك يعزز سمعة المصرف وصورته أمام جمهور المتعاملين معه، وبدوره يعزز وضع المصرف في مواجهة المنافسة.

-أثر استخدام التكنولوجيا في المصارف على طبيعة الخدمة المصرفية حيث إنتقلت من تقديم خدمات مصرفية تقليدية إلى خدمات مصرفية إلكترونية تتم وفق وسائط إلكترونية تقدم طوال ساعات اليوم وأيام السنة، تعمل على توفير عامل السرعة

والوقت، والتكلفة والسهولة في حصول الزبون على الخدمة المصرفية، مما يجعل الزبون غير مقيد بمواقيت دوام نقطة البيع وله الحرية في الوقت الذي يريده في الاستفادة من الخدمة المصرفية .

-إذا كانت تطبيقات الصيرفة الالكترونية والذكاء الاصطناعي مهمة في كثير من الميادين والمجالات ، فإنها بالنسبة للبنوك تمثل ضرورة ملحة لا يمكن الاستغناء عنها، حيث أكدت العديد من الدراسات والأبحاث السابقة الغربية منها والعربية على حد سواء على أهمية هذه التطبيقات في البنوك، تمكنها من تحقيق عدة مزايا أبرزها تحسين عملية إتخاذ القرارات، حل كافة المشكلات الادارية، تخفيض التكاليف، تحسين جودة خدماتها المصرفية، توفير خدمات مصرفية أفضل وأكثر ملائمة للزبائن، تعزيز الشمول المالي، وغيرها من المزايا التي تساهم بشكل مباشر في تعزيز تنافسية البنوك، وضمان بقائها ونموها.

- زيادة حجم الاستثمارات العالمية والعربية في مجال التكنولوجيا المالية ليصل إلى قرابة 3.38مليون دولار في 37 صفقة في سبتمبر 2021 في العالم العربي يعكس أهمية التكنولوجيا في تحسين جودة الخدمة المصرفية وزيادة ربحية البنوك، ومنه زيادة الحصة السوقية للبنوك .

-على الرغم من تعدد فوائد الصيرفة الالكترونية والذكاء الاصطناعي على عمل البنوك، وتجربة العملاء فانه لا يمكن التوسع في الابتكار على حساب سلامة ومثانة البنوك، وكذلك على حساب حماية المستهلك، وأمن المعلومات.

ثالثا: النتائج التطبيقية

من بين النتائج التطبيقية التي توصلت إليها الدراسة ما يلي:

-يسعى كل من بنك التوفير والاحتياط -المديرية الجهوية بالشلف، القرض الشعبي الجزائري-وكالة شلف، البنك الخارجي -وكالة الشلف إلى تقديم خدمات حديثة مرتبطة بالتطورات التكنولوجية تلبية لحاجات عملائهم وتكثيف خدماتهم مع متطلباتهم المتجددة، ونظرا لكون هذه البنوك لا تستطيع التأثير فيها تحاول إيجاد طرق الدفع المناسبة والبحث عن قنوات التوزيع، فالاهتمام بحاجات العملاء هو سلاح البنك لمواجهة تحديات ومتطلبات هذه البيئة.

-من بين أهداف البنوك محل الدراسة الوصول إلى توصيل الخدمة المصرفية للزبون بالطريقة السريعة، في أي وقت وفي أي مكان، وبتكاليف أقل، لكسب رضا الزبون، وجذب وزبائن جدد .

- إن اعتماد الصيرفة الإلكترونية بالمديرية الجهوية لبنك التوفير والاحتياط، القرض الشعبي الجزائري - وكالة شلف البنك الخارجي بالشلف يساهم في تحسين الخدمات المصرفية عن طريق بعض الخدمات المصرفية الالكترونية التي تقدمها هذه البنوك من بينها خدمة الدفع عبر الأنترنت **E-paiement**، عملية السحب والدفع من خلال البطاقات

الالكترونية، خدمة **E-banking** وهذه الخدمة تسمح للعميل بفحص الحساب إلكترونيا باستخدام الأنترنت خلال 24/24 ساعة و 7/7 أيام، خدمة **Mobile Banking**، وخدمة **SmsCards**، حيث تعتبر هذه الخدمات نقطة تحول في مستوى جودة الخدمات المصرفية المقدمة وعلاج الكثير من المشاكل، أيضا تتيح هذه الصيرفة بعض القنوات الالكترونية لإجراء المعاملات المصرفية كالصيرفة عبر الصراف الآلي **DAB**، الصيرفة عبر نهائي نقطة البيع **TPE**.

- هناك علاقة طردية بين استخدام التكنولوجيا وجودة الخدمة المصرفية بينك التوفير والاحتياط، القرض الشعبي الجزائري، البنك الخارجي الجزائري، بحيث أدت التكنولوجيا إلى إستحداث خدمات مصرفية إلكترونية حيث ما يجعل الزبون يستغني عن الذهاب إلى نقطة البيع ومقر المصرف، وبإستطاعتها الاستفادة من الخدمات المصرفية من مكان إقامته، أو عمله، أو أي مكان تتوفر فيه خدمة الأنترنت، إضافة إلى هذا فتقديم الخدمات المصرفية يكون طوال ساعات اليوم، وأيام السنة فالعميل غير مقيد بمواقيت دوام نقطة البيع والوقوف في طوابير الانتظار، وله كل الحرية في الوقت الذي يستفيد فيه من الخدمة المصرفية، وهذا ما يعكس تحسين جودة الخدمة المصرفية للزبائن مقارنة بالخدمات المصرفية التقليدية .

- على الرغم من الخدمات المصرفية الإلكترونية المقدمة من قبل البنوك محل الدراسة، إلا أنها تبقى محدودة ولا ترقى إلى المستوى المطلوب إذا ما تم مقارنته بما شهدته الساحة المصرفية العالمية.

- وسائل الدفع تختلف حسب تطور الدول فهناك دول تطورت وسائل الدفع فيها، في حين لا يزال بعضها يتخبط في متاهة التعاملات الورقية، وتختلف أيضا من جهاز مصرفي إلى آخر، ولاعتماد التجارة الالكترونية وجب على هذه الدول تحديث القطاع المصرفي بالقيام بمشاريع مستحدثة تخدم هذا النوع من التجارة، وتعتبر الجزائر من بين الدول السائرة في تحديث جهازها المصرفي وتطويره، وهذا ما هو عليه الحال في القرض الشعبي الجزائري "وكالة الشلف" بنك التوفير والاحتياط -المديرية الجهوية ، البنك الخارجي الجزائري -وكالة شلف -.

-رغم توفر البطاقات الالكترونية في البنوك محل الدراسة، إلا أن الطلب عليها ضئيل جدا مقارنة بالكثافة السكانية هو ما يعكس نقص الثقافة، وعدم ثقة الزبائن في التعامل بهذه البطاقات، وأنهم يفضلون التعامل بالنقود والشيكات الورقية .

-مازالت البنوك الجزائرية متأخرة في تطبيق تقنيات وأنظمة الذكاء الاصطناعي مقارنة بالساحة العالمية والتجارب الدولية الرائدة في هذا المجال، وبالأخص البنوك محل الدراسة فمظاهر الذكاء الاصطناعي غير متوفرة في هذه البنوك كروبوتات الدردشة، أو أتمتة العمليات، أو الروبوتات التي تعمل خارج ساعات عمل المصرف مقارنة، أيضا لا تعتمد البنوك محل الدراسة على مختلف الأنظمة الذكية في تحليل بياناتها.

-ضعف الدعاية والاعلان في البنوك بخصوص المنتجات والخدمات لا يسمح بتوعية وتثقيف العملاء بأهمية وسائل الدفع الالكترونية.

-على الرغم من الجهود المبذولة من طرف البنوك محل الدراسة لنقل العديد من التقنيات المصرفية الحديثة والاستفادة من التكنولوجيات الحديثة التي جاءت بها الثورة الرقمية إلا أن هناك العديد من التحديات والتي يمكن إدراجها في :

-ضعف البنية التحتية اللازمة لإقامة مثل هذه المشاريع كالتقص في الشبكة العالمية للمعلومات **Internet** وكذلك نقصها وضعفها بين البنوك .

-نقص التشريعات الضرورية لتسهيل إنتشار الأعمال الالكترونية خصوصا المتعلقة بالصيرفة الالكترونية .

-عدم ثقة الزبون بوسائل الدفع الحديثة كالبطاقات الائتمانية فمازالت المفاهيم التقليدية مرسخة في أن النقود الورقية هي وسيلة الدفع الرئيسية والأكثر أمانا بالنسبة له، وهذا ما يعكس نقص الثقافة التكنولوجية والوعي التكنولوجي للتعامل بالوسائل الحديثة من قبل زبائن البنك.

ثالثا: إقتراحات الدراسة

على ضوء دراستنا لموضوع أثر إستخدام نظم وتكنولوجيا المعلومات على جودة الخدمة المصرفية، وبعد النتائج المتوصل إليها يمكننا تقديم الاقتراحات التالية:

-ضرورة إستثمار البنوك الجزائرية في تقنيات التكنولوجيا الحديثة على غرار البلوكتشين والبتكوين في سياق تطوير الخدمات المالية الالكترونية للتقليص من الطرق التقليدية في إستعمال النقد عن طريق وضع إستراتيجية حكومية ترسم الأهداف الوطنية وخطط العمل، وتوفير التمويلات اللازمة لذلك لاسيما في مجال البحث في هذا الميدان، وتطوير البنية التحتية المادية والرقمية (خاصة الأنترنت) لتكون ملائمة لتفعيل تطبيقات الذكاء الاصطناعي في قطاع البنوك الجزائرية.

- توفير أحدث الأجهزة والبرمجيات المتاحة، والتي لا بد من الحصول عليها للتوسع في تقديم الخدمات المصرفية الالكترونية، والعمل على زيادة الموزعات الآلية مع تسهيل إستخدام تلك القنوات للحصول على الخدمات المختلفة .

-القيام بنشر الثقافة المصرفية الالكترونية لدى الادارة العليا للبنوك العاملة في الحقل المصرفي الجزائري، وتبيان أهميتها ومزاياها في تحسين جودة الخدمة المصرفية، وكسب رضا الزبائن ومن ثم كسب زبائن جدد، وزيادة الأرباح، والقدرة على المنافسة، وكذا إزالة المخاوف لدى الموظفين بخصوص تصورهم بأن تطبيق هذه التكنولوجيا سيترتب عنه الاستغناء عن خدماتهم .

خاتمة

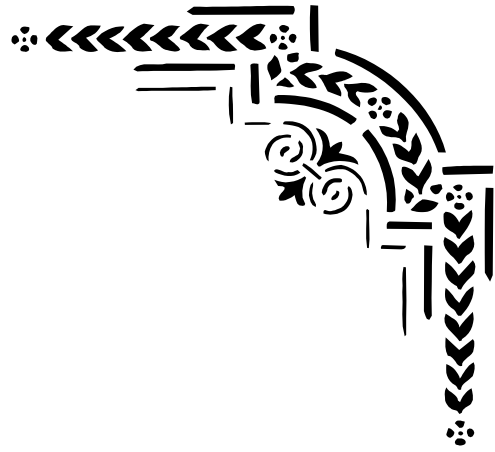
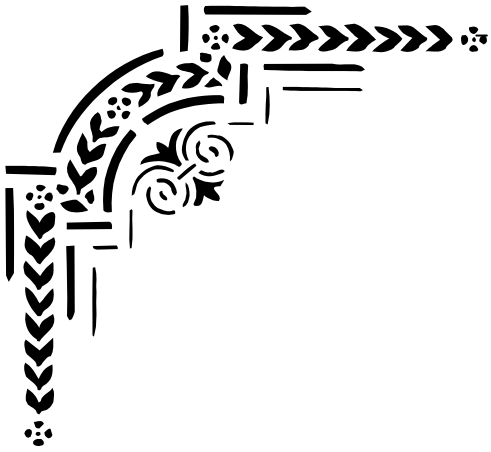
- تشجيع المصارف الجزائرية في مواكبة الذكاء الاصطناعي، وعملية تحول القطاعات المصرفية والمالية الجزائرية من مرحلة الاقتصاد التقليدي إلى مرحلة الاقتصاد الرقمي تزامنا مع إحتواء مخاطر هذا التحول وتداعياته .
- ضرورة إهتمام مختلف مكونات القطاع المصرفي الجزائري بتدريب موظفيها على آليات وتقنيات التكنولوجيا المالية والذكاء الاصطناعي نظرا لدورها في تنويع النشاط الاقتصادي، وتطوير العمل المصرفي ليصبح أكثر إستجابة للحاجات المتغيرة، والمتعددة لأوسع شرائح المتعاملين مع هذا القطاع الرائد والحيوي .
- على البنوك محل الدراسة أن تقوم بتشجيع زبائنها للتعامل بوسائل الدفع الإلكترونية عن طريق منح تحفيزات للزبائن الذين يقبلون على التعامل مثلا ببطاقات الائتمان .
- على البنوك محل الدراسة أن تشجع موظفيها على القيام ببرامج بحث وتطوير في مجال الخدمات المصرفية الإلكترونية.
- على البنوك محل الدراسة أن تهتم بإقامة برامج تكوين، وتدريب لموظفيه للتكيف مع التكنولوجيا الحديثة .
- على البنوك محل الدراسة أن تستفيد من تجارب الدول الأخرى الأكثر تقدما في هذا المجال، وتتابع التطورات الحاصلة في ميدان الخدمات المصرفية الإلكترونية، والذكاء الاصطناعي خاصة في ظل إنفتاح الأسواق، ودخول مستثمرين إلى الجزائر .
- على البنوك محل الدراسة دراسة تطور الثقافة التكنولوجية الموجودة عند زبائنها، وتفهم مدى قبول الزبائن للخدمات الإلكترونية، ومساعدتهم على التأقلم والتجاوب مع البنية الإلكترونية الجديدة، وباستعمال برامج ملائمة .
- على البنوك محل الدراسة أن تقوم بتحديث معلوماتها حول خدماتها ومنتجاتها في المواقع الإلكترونية لها باستمرار.
- على البنوك محل الدراسة القيام بحملات توعية تهدف إلى زيادة الوعي المصرفي لدى العملاء بالقنوات الإلكترونية والخدمات التي تقدم من خلالها، حيث يتم تعريف العملاء بالمزايا والفوائد التي يحصلون عليها مثل توفير الوقت والجهد، التكلفة كما أنه من خلال تلك الحملات لابد من التأكيد على توفير السرية، والأمان لمستخدمي القنوات الإلكترونية، باعتبارها من المتطلبات الأمنية للصيرفة الإلكترونية.
- الاهتمام بالجانب الترويجي للبنوك محل الدراسة، كإجراء ندوات وملتقيات لتعريف البنوك بخدماتها الحديثة، ومن المستحسن الترويج لخدماته عن طريق وسائل التواصل الاجتماعي لكسب عملاء جدد.
- عدم الاكتفاء بعدد محدود من الخدمات الإلكترونية، ويجب على البنوك محل الدراسة التنويع في خدماتها وإبتكار حديثة تستقطب عملاء جدد، وتنافس المصارف الأخرى .

-تشجيع البحث العلمي حول وسائل الدفع الالكترونية بتوفير الموارد المادية والتكنولوجية والبشرية اللازمة للباحثين من أجل خلق محيط إلكتروني متفاعل ومطور ويشمل أكبر عدد ممكن من الأفراد والمؤسسات .

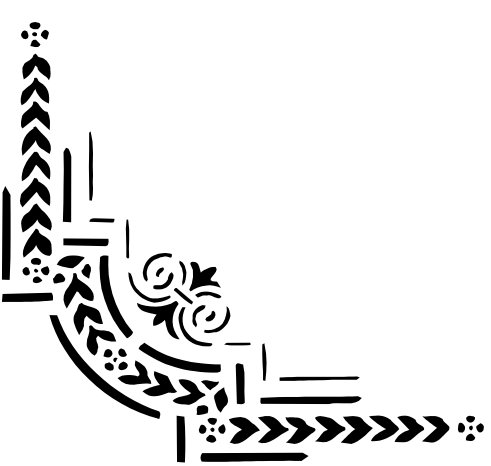
رابعا:آفاق بحثية للدراسة

من خلال دراستنا لأثر إستخدام نظم وتكنولوجيا المعلومات على جودة الخدمة المصرفية للبنوك الجزائرية، ونظرا لبعض التحديات عاجلت الدراسة بعض الجوانب في هذا الموضوع، وأغفلت جوانب أخرى، وعليه نقترح مجموعة من المحاور البحثية، والتي قد تكون دراسات مستقبلية، وهذه المحاور على النحو الآتي:

- تأثير إستخدام التكنولوجيا ونظم الذكاء الاصطناعي على المورد البشري في البنوك الجزائرية.
- إدارة العلاقات مع العملاء إلكترونيا، ودورها في تحسين الخدمة المصرفية في البنوك الجزائرية .
- دور تقنيات الذكاء الاصطناعي في مكافحة الجرائم الالكترونية في البنوك الجزائرية.
- تحديات تطبيق الصيرفة الالكترونية ونظم الذكاء الاصطناعي في البنوك الجزائرية .
- واقع التعامل بالعملات الرقمية في البنوك الجزائرية .



المراجع





-المراجع:

-أولا باللغة العربية :

1.الكتب:

- العظیم سلامة. (2007). ثورة إعادة الهندسة. الاسكندرية، مصر : دار الجامعة الجديدة.
- الطاهر لطرش.(2003). تقنيات البنوك. الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية.
- السعيد محمد خشبة.(بلا تاريخ). نظم المعلومات -المفاهيم والتكنولوجيا. الاسكندرية: دار الاشعاع للطباعة.
- أبو عربي محمد مروان. (2006).الخدمات المصرفية في البنوك الاسلامية والتقليدية. عمان، الأردن : دار تنظيم للنشر والتوزيع .
- أبو بكر خوالد .(2019).تطبيقات الذكاء الاصطناعي كتوجه حديث لتعزيز تنافسية منظمات الأعمال. (المركز الديمقراطي العربي للدراسات الاستراتيجية والسياسية والاقتصادية)، برلين، ألمانيا .
- أحمد بن عشاوي.(2013).إدارة الجودة الشاملة -الأسس النظرية والتطبيق والتنظيمية في المؤسسات السلعية والخدمية.الطبعة الأولى. عمان، الأردن: دار الحامد للنشر والتوزيع.
- أحمد جمال الدين موسى.(2001). النقود الالكترونية وتأثيرها على دور المصارف المركزية في ادارة السياسة النقدية. (جامعة منصور) مجلة البحوث القانونية والاقتصادية، 28-29.
- أحمد سفر . (2006).العمل المصرفي الالكتروني في البلدان العربية. طرابلس، لبنان : المؤسسة الحديثة للكتاب ناشرون.
- أحمد علماوي ، وعمر بن موسى. (2020). التكنولوجيا المالية كمدخل لتطوير الخدمة المصرفية الالكترونية في البنوك العمومية- دراسة تجريبية الامارات المتحدة - . مجلة البحوث الاقتصادية والمالية، (02)07، 07.
- أحمد محمد عثمان عبد الحكيم .(2007).أحكام البطاقات الائتمانية في القانون والاراء الفقهية الاسلامية . الاسكندرية : دار الفكر الجامعي للنشر
- أحمد فتحي الحيت. (2015). مبادئ الادارة الالكترونية. الطبعة الأولى. عمان، الأردن : دار الحامد للنشر والتوزيع.
- أحمد عبد السلام سليم . (2019). نظم المعلومات الادارية. (جامعة الاسكندرية) مصر ، كلية التجارة.
- أحمد ضيف ، و عامر بوعكاز . (2019). نحو بناء إقتصاد رقمي من خلال تفعيل الصيرفة الإلكترونية بالجزائر تحليل إحصائي للواقع والآفاق مع الإشارة لبعض التجارب الدولية الرائدة-. مجلة الإستراتيجية والتنمية، 09(16) 139.
- أعمر بن موسى، وأحمد علماوي . (2019). جودة الخدمات المصرفية الالكترونية كمدخل لبناء مزايا تنافسية للبنوك التجارية . مجلة الدراسات الاقتصادية ، 400.
- أيمن صالح . (2021). واقع العملات الرقمية. (صندوق النقد العربي) الامارات العربية المتحدة ، أبوظبي.
- أسد الدين التميمي . (2014). معجم المصطلحات الالكترونية وتقنياتها. عمان، الأردن : دار أسامة للنشر والتوزيع.
- أكرم حداد ، و مذلول مشهور . (2005). النقود والمصارف مدخل تحليلي نظري الطبعة الأولى. دار وائل للنشر والتوزيع
- أحمد يوسف دودين . (2012). إدارة الجودة الشاملة. عمان، الأردن : الأكاديميون للنشر والتوزيع.
- أحمد محمد الزامل، وآخرون . (2012). تسويق الخدمات المصرفية. عمان، الأردن : دار اثراء للنشر والتوزيع.
- أحمد عبد السلام سليم . (2019). نظم المعلومات الادارية. (جامعة الاسكندرية) مصر ، كلية التجارة .
- أسعد حميد العلي . (2013).إدارة المصارف التجارية مدخل إدارة المخاطر. عمان، الأردن : الذاكرة للنشر والتوزيع.
- إسماعيل إبراهيم عبد الباقي. (2016). إدارة البنوك التجارية. الطبعة الأولى. الأردن: دار غيداء للنشر والتوزيع.
- إبراهيم بختي . (2001). التجارة الالكترونية -مفاهيم وإستراتيجيات التطبيق في المؤسسة . (صفحة 89). الجزائر ديوان المطبوعات الجامعية
- إبراهيم السعيد مبروك.(2019). إدارة نظم المعلومات الاستراتيجية. القاهرة، مصر : مؤسسة الباحث للاستشارات البحثية.
- إبراهيم سلطان . (2000). نظم المعلومات الادارية (مدخل إداري). الاسكندرية، مصر : الدار الجامعية.
- إسماعيل إبراهيم عبد الباقي. (2016). إدارة البنوك التجارية. الطبعة الأولى. الأردن: دار غيداء للنشر والتوزيع.
- إبراهيم أحمد الصعيدي، وعوض سمير شحاته.(2000). نظم المعلومات المحاسبية المتقدمة. القاهرة، مصر: الدار الهندسية .
- إبراهيم الجازوري ، وعامر الجنابي . (2009). أساسيات نظم المعلومات المحاسبية. عمان، الأردن : دار اليازوري.

- بشير بودية، وطارق قندوز . (2016). أصول ومضامين تسويق الخدمات. الطبعة الأولى. عمان، الأردن: دار صفاء للنشر والتوزيع.
- بسام محمود المهيترات. (2012). إدارة المعرفة وتكنولوجيا المعلومات. عمان، الأردن : دار جليس الزمان للنشر والتوزيع.
- بسام شيخ العشرة ، وحنان ملكية. (2018). التجارة الالكترونية. (الجامعة الافتراضية السورية) سوريا .
- بيومي عبد الفتاح حجازي. (2003). مقدمة في التجارة الالكترونية العربية. الاسكندرية، مصر : دار الفكر الجامعي.
- توفيق إنعام علي الشهريلي . (2008). تقويم نظم المعلومات باستخدام بحوث العمليات. عمان، الأردن: مؤسسة الوراق.
- تيسير العجارمة. (2005). التسويق المصرفي. عمان، الأردن : دار حامد للنشر والتوزيع.
- ثامر البكري، و أحمد الرحومي . (2008). تسويق الخدمات المالية. عمان، الأردن : السراء للنشر والتوزيع.
- ثريا عبد الرحيم الخرجي، وشيرين بدري البارودي. (2012). إقتصاد المعرفة - الأسس النظرية والتطبيق في المصارف التجارية. الطبعة الأولى. عمان: دار وراق للنشر والتوزيع.
- ثناء علي القباني . (2008). نظم المعلومات المحاسبية. الاسكندرية، مصر : الدار الجامعية.
- جمال طاهر أبو الفتوح . (2002). إدارة الإنتاج والعمليات مدخل ادارة الجودة الشاملة. الطبعة الأولى. (مكتب القاهرة للنشر والطباعة) القاهرة.
- جلال عابد الشورة . (2009). وسائل الدفع الالكتروني. عمان -الأردن: دار الثقافة للنشر والتوزيع.
- جمعة فايزة النجار . (2010). نظم المعلومات الادارية منظور إداري. عمان، الأردن : دار حامد للنشر والتوزيع.
- حسين محمد سمحان . (2009). أسس العمليات المصرفية الاسلامية. عمان، الأردن : دار المسيرة للنشر والتوزيع.
- حيدر شاکر البرزنجي ، ومحمود حسن جمعة. (2016). تكنولوجيا ونظم المعلومات في المنظمات المعاصرة منظور إداري -تكنولوجي. ، الأردن، عمان.
- حسن عبد الباسط جمعي. (2000). إثبات التصرفات القانونية التي يتم إبرامها عبر الأنترنت. مصر: دار النهضة العربية.
- خالد مقابلة. (2001). التسويق الفندقية. عمان: دار وائل للنشر والتوزيع.
- خضر مصباح إسماعيل طيطي . (2010). إدارة المعرفة التحديات -التقنيات -الحلول . عمان، الأردن : دارحامد للنشر والتوزيع.
- داوود اللامي، قاسم غسان، وآخرون. (2010). تكنولوجيا المعلومات في منظمات الأعمال. عمان، الأردن : دار الوراق للنشر والتوزيع.
- ديدان ف. (2005). معجم مصطلحات نظم المعلومات والاتصالات. القاهرة: دار الدولية للنشر.
- ذيب معلا ناجي. (2015). الأصول العلمية للتسويق المصرفي. الطبعة الأولى. عمان، الأردن : دار المسيرة للنشر والتوزيع
- رشاد العقار ، ورياض الخليلي . (2000). النقود والبنوك. عمان، الأردن : دار الصفاء للنشر والتوزيع.
- رياض سلطان علي . (2005). نظم المعلومات الادارية وتطبيقاتها في الصناعة -التنظيم والتكنولوجيا بين النظرية والتطبيق. عمان: دار زهران للنشر والتوزيع.
- رضوان محمود عبد الفتاح. (2012). ادارة الجودة الشاملة. (المجموعة العربية للتدريب والنشر) القاهرة.
- رعد حسن الصرن. (2007). عولمة جودة الخدمة المصرفية. الطبعة الأولى. عمان، الأردن : مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع.
- سالم محمود عبود، ومحمد فهمي البرزنجي . (2018). دراسات وأبحاث في جودة تسويق الخدمات المصرفية. بغداد: دار الدكتور للعلوم الادارية والاقتصادية.
- سليمان خليل الفارس ، و آخرون . (2000). إدارة الموارد البشرية. (منشورات جامعة دمشق) سوريا.
- سليم حسنة . (2011). نظم المعلومات الادارية. عمان، الأردن : مؤسسة الوراق للنشر.
- سيد صابر ثعلب . (2011). نظم المعلومات الادارية. عمان، الأردن: دار الفكر.
- سامح التهامي . (2008). التعاقد عبر الأنترنت. القاهرة: دار الكتب القانونية.
- سعد ياسين غالب ، و آخرون. (2006). الأعمال الالكترونية. عمان، الأردن: دار المناهج.
- صادق مدحت . (2001). أدوات وتقنيات مصرفية. مصر: دار غريب للطباعة والنشر.
- صادق منصور . (2001). أدوات وتقنيات مصرفية. القاهرة: دار الغريب للطباعة والنشر.
- صباح محمد أبو تاية . (2008). التسويق المصرفي بين النظرية والتطبيق. عمان، الأردن: دار وائل للنشر والتوزيع.
- صلاح الدين السيسي. (1998). الحسابات والخدمات المصرفية الحديثة. لامارات العربية المتحدة: دار الوسام للطباعة والنشر

- طارق طه . (2000). إدارة البنوك ونظم المعلومات المصرفية. الاسكندرية، مصر : الدار الجامعية.
- طارق طه. (2007). نظم المعلومات والحاسبات الآلية والانترنت. الاسكندرية ، مصر : دار الجامعة الجديدة .
- طارق طه . (2007).إدارة البنوك في بيئة العولمة والانترنت. مصر: دار الجامعة الجديدة.
- طلال ناظم الزهيري . (2004). النظم الآلية لاسترجاع المعلومات. عمان، الأردن : دار المسيرة للنشر والتوزيع.
- عامر لكيسي . (2005). إدارة المعرفة وتطوير المنظمات. الاسكندرية، مصر : المكتب الجامعي الحديث.
- عبد الحق بوعتروس . (2000). الوجيز في البنوك التجارية. (جامعة منتوري) قسنطينة ، الجزائر .
- عبد الخالق أحمد باعلوي . (2013). تسويق الخدمات. الطبعة الأولى. (جامعة العلوم والتكنولوجيا) صنعاء.
- عبد عامر محمد بسام مطر . (2013). الشيك الالكتروني . عمان -الأردن : دار الجنان للنشر والتوزيع .
- عبد الرؤوف طارق عامر . (2007). الادارة الالكترونية - نماذج معاصرة- . القاهرة، مصر : دار السحاب للنشر والتوزيع.
- عبد الفتاح بيومي حجازي. (2008). التجارة الالكترونية وحمايتها القانونية. مصر: دار الكتاب القانونية.
- عبد الفتاح عصام مطر . (2009). التجارة الالكترونية في التشريعات العربية والأجنبية. الاسكندرية -مصر: دار الجامعة الجديدة للنشر.
- علي القباني، وآخرون. (2006). النقود البلاستيكية وأثر المعاملات الالكترونية على المراجعة الداخلية في البنوك التجارية. مصر: الدار الجامعية..
- علاء طالب فرحات، وفؤاد العطار حمودي . (2010). المزيج التسويقي المصرفي وأثره في الصورة المدركة للزبائن. الأردن، عمان : دار الصفاء للنشر والتوزيع.
- عادل مجيد عيدان العادلي، وحسين وليد حسين عباس . (2016). الاقتصاد في ظل التحولات المعرفية والتكنولوجية. جمهورية العراق: دار غيداء للنشر والتوزيع.
- عامر إبراهيم قندلجي، وعلاء الدين عبد القادر الجني . (2014). نظم المعلومات الادارية. عمان، الأردن : دار المسيرة للنشر والتوزيع.
- عبد الله فرغلي، و علي موسى . (2008). تكنولوجيا المعلومات ودورها في التسويق التقليدي والالكتروني. القاهرة، مصر : إيتراك للطباعة والنشر والتوزيع.
- عبد الرحمان الجاموسي . (2013). إدارة المعرفة في منظمات الأعمال وعلاقتها بالمداخل الادارية الحديثة. عمان الأردن : دار وائل للنشر والتوزيع.
- عبد الله حسن مسلم. (2015). إدارة المعرفة وتكنولوجيا المعلومات. عمان: دار المعتز للنشر والتوزيع.
- عبد الناصر مالك حافظ ، و وليد حسين . (2014). نظم المعلومات الادارية بالتركيز على وظائف المنظمة. عمانالأردن : دار غيناء للنشر والتوزيع.
- علاء عبد الرزاق السالمي . (2002). تكنولوجيا المعلومات. عمان، الأردن : دار المناهج للنشر والتوزيع.
- علي عبد الهادي مسلم . (1994). مذكرات في نظم المعلومات الادارية. الاسكندرية، مصر : مركز التنمية الادارية.
- عماد الصباغ . (2000). نظم المعلومات - ماهيتها ومكوناتها. الطبعة الأولى. (جامعة قطر) الدوحة : دار الثقافة للنشر والتوزيع
- علي الحمادي . (2006). الطريق إلى التميز. عمان، الأردن : دار ابن حزم للنشر والتوزيع.
- غسان قاسم الأمي. (2007). إدارة التكنولوجيا - مفاهيم ومداخل - تقنيات - تطبيقات علمية - . عمان: دار المناهج للنشر والتوزيع.
- فضل محمد إبراهيم الحمدوي . (2014). التسويق المصرفي. (جامعة العلوم وتكنولوجيا) صنعاء.
- فضيلة شيروف. (2010). أثر التسويق الالكتروني على جودة الخدمات المصرفية :دراسة حالة بعض البنوك في الجزائر.رسالة ماجستير غير منشورة، 62. جامعة الاخوة منتوري، قسنطينة.
- فهيمي معالي. (2012). نظم المعلومات مدخل لتحقيق الميزة التنافسية. الاسكندرية، مصر: الدار الجامعية للنشر والتوزيع.
- فارس فضيل . (2013). التقنيات البنكية -محاضرات وتطبيقات. الجزائر: مؤسسة المرصاد رشيد.
- فايز صالح النجار جمعة . (2007). نظم المعلومات الادارية. عمان -الأردن: دار مكتبة الخامد.
- فياض حمزة رملي . (2011). نظم المعلومات المحاسبية المحوسبة. السودان : الأبائي للنشر والتوزيع .
- كمال الدين مصطفى الدهراوي ، وكامل محمد سمير . (2002). نظم المعلومات المحاسبية. الاسكندرية ، مصر: دار الجامعة الجديدة.

- مأمون درادكة ، وطارق الشبلي. (2002). **الجودة في المنظمات الحديثة**. عمان -الأردن: دار صفاء للطباعة والنشر والتوزيع.
- محسن أحمد الحضيري . (1999). **التسويق المصرفي**. مصر، القاهرة : دار ايتراك للنشر والتوزيع.
- محمد توفيق السعودي . (2002). **الوظائف غير النقدية للبنك التجاري**. عمان، الأردن : دار الأمين للنشر والتوزيع.
- محمد عبد الخالق . (2010). **الادارة المالية والمصرفية**. عمان، الأردن : دار أسامة للنشر والتوزيع.
- محمد محمود العجلوني . (2012). **البنوك الاسلامية أحكامها ، مبادئها ، تطبيقاتها المصرفية**. عمان : دار المسيرة.
- محمد الفيومي، و أحمد حسين . (دون تاريخ نشر). **تصميم وتشغيل نظام المعلومات**. الاسكندرية، كلية التجارة ، مصر.
- محمد سمير الصبان ، وآخرون . (2000). **مبادئ المحاسبة المالية كنظم للمعلومات**. الاسكندرية، مصر : الدار الجامعية.
- محمد عبد الخالق . (2010). **الادارة المالية والمصرفية**. عمان، الأردن : دار أسامة للنشر والتوزيع.
- محمد عبد الرزاق قاسم . (2009). **تصميم وتحليل نظم المعلومات المحاسبية**. عمان، الاردن : دار اليازوري.
- محمد محمود مندورة ، ومحمد جمال الدين درويش . (1994). **التخطيط الاستراتيجي لنظم المعلومات**. المملكة العربية السعودية: مطابع جامعة الملك سعود.
- محمد نور برهان، و إبراهيم رحو غازي . (2015). **نظم المعلومات المحسوبة**. عمان، الأردن : دار المناهج للنشر والتوزيع.
- محمد الصيرفي . (2006). **الادارة الالكترونية**. الاسكندرية ، مصر: دار الفكر الجامعي.
- مد سمير أحمد. (2009). **الادارة الالكترونية**. الإصدار الطبعة الاولى. عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع.
- محمد عمر الشويرف. (2018). **التجارة الالكترونية في ظل النظام التجاري العالمي الجديد**. (جامعة المرقب) ليبيا .
- محمد قاسم عبد الرزاق . (2001). **نظم المعلومات المحاسبية الطبعة الأولى**. عمان، الأردن : دار المسيرة للنشر والتوزيع.
- محمد محمد الهادي . (1993). **التطورات الحديثة لنظم المعلومات المبنية على الكمبيوتر**. لبنان: دار الشروق.
- محمد مفتاح ديدان . (2005). **معجم مصطلحات نظم المعلومات والاتصالات**. القاهرة: الدار الدولية للنشر.
- محمود أحمد عياد صلاح ، وإبراهيم جابر السيد . (2020). **الاقتصاد الرقمي**. الطبعة الأولى. زلادة، الجزائر: دار العلم والامان للنشر والتوزيع.
- مزه شعبان العاني. (2016). **الأعمال الالكترونية منظور إداري -تكنولوجي**. الطبعة الأولى. عمان : دار الاعصار للنشر والتوزيع.
- مصطفى رجب . (2008). **الاعلام والمعلومات في الوطن العربي في ظل إرهاب العولمة**. الطبعة الأولى. القاهرة: دار الوراق للنشر والتوزيع.
- مصطفى عبد العزيز السيد، وآخرون. (2019). **أساسيات تكنولوجيا المعلومات -تطبيقات محاسبية-**. القاهرة، كلية التجارة، مصر.
- مصطفى عليان رجي . (2012). **الاتصال والعلاقات العامة**. عمان: دار صفاء للنشر والتوزيع.
- منى محمد إبراهيم البطل . (2011). **تكنولوجيا الاتصالات المعاصرة**. الاسكندرية: الدار الجامعية للنشر والتوزيع.
- محمد الصيرفي. (2016). **إدارة العمليات المصرفية العادية -غير العادية- الالكترونية**. القاهرة -مصر: دار الفجر للنشر والتوزيع.
- محمود جاسم الصميدعي ، وعثمان يوسف ردينة . (2010). **تسويق الخدمات**. الطبعة الأولى. الأردن: دار المسيرة للنشر والتوزيع والطلعة.
- محمود جاسم الصميدعي، و عثمان يوسف ردينة . (2015). **التسويق المصرفي**. الإصدار الطبعة الأولى. الأردن: دار المناهج.
- معلي ناجي . (2003). **الأصول العلمية للتسويق المصرفي**. عمان، الأردن : دار وائل للنشر.
- محمد الجنبهي، وممدوح الجنبهي . (2004). **جرائم الأنترنت والحاسب الآلي ووسائل مكافحتها** . (صفحة 13). الاسكندرية دار الفكر الجامعي .
- محمد الصيرفي . (2007). **إدارة المصارف** . (صفحة 28). الاسكندرية : دار الوقاء لدينا للطباعة والنشر .
- محمد أمين الرومي . (2004). **التعاقد الالكتروني عبر الأنترنت**. الاسكندرية، مصر: دار المطبوعات الجامعية.
- محمد حسين منصور . (2003). **المسؤولية الالكترونية**. مصر : دار الجامعة الجديدة للنشر .
- محمود الكيلاني. (2007). **الموسوعة التجارية والمصرفية**. عمان -الأردن: دار الثقافة للنشر والتوزيع.
- مصطفى كاكي. (2011). **النقود والبنوك الالكترونية**. سوريا -دمشق: دار مؤسسة رسلان .
- مصطفى كتاتنه خيري . (2009). **التجارة الالكترونية**. عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة.
- مصطفى كمال طه، و وائل بندق أنور . (2005). **الأوراق التجارية و وسائل الدفع الالكترونية الحديثة**. الاسكندرية: دار الفكر الجامعي.
- معلا ناجي ذيب . (2015). **الأصول العلمية للتسويق المصرفي**. عمان، الأردن : دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة.

- منير الجنيهي، و ممدوح الجنيهي . (2004). التبادل الالكتروني للبيانات. الاسكندرية: دار الفكر الجامعي.
- منير الجنيهي، و ممدوح الجنيهي . (2005). البنوك الالكترونية. 74. الاسكندرية: دار الفكر الجامعي.
- منير محمد الجنيهي، و ممدوح محمد الجنيهي. (2004). التوقيع الالكتروني وحجته في الاثبات. عمان -الأردن: دار الفكر الجامعي.
- منير محمد الجنيهي، و ممدوح محمد الجنيهي. (2005). النقود الالكترونية. الاسكندرية: دار الفكر الجامعي للنشر.
- ناجي معلا. (2010). خدمة العملاء مدخل إتصالي سلوكي متكامل. عمان ،الأردن .
- نجم عبود، و نجم. (2001). إدارة العمليات والانتاج والنظم والاساليب والاتجاهات الحديثة. السعودية : مكتبة الملك فهد الرياض.
- نادر الفريد قاحوش . (2001). العمل المصرفي عبر الأنترنت. بيروت: دار العربية للعلوم.
- نادر عبد العزيز شافي . (2007). المصارف والنقود الالكترونية. لبنان.
- هاشم أحمد عطية . (2000). مدخل إلى نظم المعلومات المحاسبية. مصر: الدار الجامعية للنشر والتوزيع.
- هويدا علي عبد القادر . (2012). نظم المعلومات الادارية النظرية والتطبيق. الطبعة الأولى. السودان: دار الجنان للنشر والتوزيع.
- وسيم محمد الحداد، وآخرون. (2012). الخدمات المصرفية الالكترونية. عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع.
- ياسين السيد . (2002). المعلوماتية وحضارة العولمة -رؤية نقدية عربية - . القاهرة ، مصر : نخصة مصر للطباعة والنشر والتوزيع.
- ياسين سعد غالب . (2012). أساسيات نظم المعلومات الادارية وتكنولوجيا المعلومات. عمان، الأردن : دار المناهج للنشر والتوزيع.
- ياسين سعد غالب. (2002). تحليل وتصميم نظام المعلومات. عمان: دار المناهج للنشر والتوزيع.

2. الأطروحات والرسائل الجامعية:

- أزهار نعمة أبو غنيم . (2007). المعرفة التسويقية وتكنولوجيا المعلومات وأثرهما في الأداء التسويقي. أطروحة دكتوراه 108. (جامعة المستنصرية) كلية الادارة والاقتصاد.
- أسماء درور . (2016). أثر تكنولوجيا المعلومات في ترقية تسويق الخدمات المصرفية والمالية -دراسة حالة مصرف سوسيتي جنرال -وكالات قسنطينة - . أطروحة دكتوراه، ص46. (جامعة العربي بن مهيدي)، أم البواقي، الجزائر .
- أسماء سفاري .(2015). دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تطوير الخدمات السياحية لدول المغرب العربي "الجزائر ، تونس والمغرب". أطروحة دكتوراه، 53. (جامعة أم البواقي) علوم إقتصادية ، الجزائر.
- آسيا قاسمي . (2015). أثر العولمة المالية على تطوير الخدمات المصرفية وتحسين القدرة التنافسية للبنوك التجارية أطروحة دكتوراه، 277ص. (جامعة أحمد بوقرة) بومرداس، العلوم الاقتصادية، الجزائر .
- السعيد بريك . (2010/2011). واقع عمليات الصيرفة الالكترونية وآفاق تطورها في الجزائر. أطروحة دكتوراه (جامعة العربي بن مهيدي) العلوم الاقتصادية.
- الطيب الوافي. (2012). دور و أهمية نظم المعلومات في إتخاذ القرار في المؤسسة الاقتصادية. أطروحة دكتوراه، 23 (جامعة عباس فرحات) سطيف، الجزائر .
- إلمام عطاوي .(2015). جودة الخدمات المصرفية وأثرها على أداء البنوك -دراسة ميدانية - . أطروحة دكتوراه، 39. (جامعة الجيلالي اليابس) سيدي بلعباس، العلوم الاقتصادية، الجزائر.
- أمينة بركان.(2014).الصيرفة الالكترونية كحتمية لتفعيل أداء الجهاز المصرفي-حالة الجزائر- . أطروحة دكتوراه 376. علوم التسيير.
- بريش عبد القادر.(2006-2005). أطروحة دكتوراه.التحرير البنكي ومتطلبات تطوير الخدمات البنكية وزيادة القدرة التنافسية للبنوك التجارية، أطروحة دكتوراه، ص280. (جامعة الجزائر) كلية العلوم الإقتصادية .
- بن أحمد لخضر. (2012).متطلبات تطوير وتحديث الخدمات المصرفية في الجزائر (دراسة الواقع والآفاق). أطروحة دكتوراه في علوم التسيير، ص87. (جامعة الجزائر 03) الجزائر.
- حسين ذيب.(2012). فعالية نظم المعلومات المصرفية في تسيير حالات فشل الانسان. رسالة ماجستير، 25
- خالد سحنون.(2016). تأثير تكنولوجيا المعلومات على مردودية البنوك دراسة حالة مقارنة بين البنوك الجزائرية والبنوك الفرنسية. أطروحة دكتوراه، 54. (جامعة أوبوكر بلقايد) تلمسان، الجزائر.

- سعيد محمد سعيد البردويل (2015). الخدمات المصرفية الالكترونية المطبقة في البنوك الاسلامية وعلاقتها برضا الزبائن. رسالة ماجستير في إدارة الأعمال، ص14. (جامعة الأزهر) كلية الاقتصاد والعلوم الادارية.
- سليمة عبد الله . (2009). دور تسويق الخدمات المصرفية الالكترونية في تفعيل النشاط البنكي. رسالة ماجستير غير منشورة، 35-34. (جامعة الحاج لخضر) باتنة، الجزائر.
- سماح ميهوب. (2014). أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصالات عل الأداء التجاري والمالي للمصارف الفرنسية -حالة النشاط عن بعد - . أطروحة دكتوراه، ص89. (جامعة قسنطينة) الجزائر، العلوم الاقتصادية.
- سميرة حمادوش. (2020). دور تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في الميزة التنافسية لشركات التأمين في الجزائر. أطروحة دكتوراه، 17. (جامعة حسيبة بن بوعلي بالشلف) الجزائر.
- عباس سحر قدوري . (2003).تقويم الادارة البيئية و تقنية المعلومات -دراسة تحليلية في الشركة العامة لصناعة الزيوت النباتية. أطروحة دكتوراه، 97. (جامعة بغداد) بغداد، كلية الادارة والاقتصاد.
- عتيقة بن طاطة . (2017). أثر تفاعل نظام المعلومات وادارة المعرفة على تحقيق المزايا التنافسية -دراسة ميدانية مقارنة بين منظمات القطاع الصناعي والخدمي بالجزائر. أطروحة دكتوراه، 31. (جامعة أبو بكر بلقايد) تلمسان، علوم التسيير، الجزائر
- عدنان محمد قاعود . (2007). دراسة وتقييم نظام المعلومات المحاسبية الالكترونية في الشركات الفلسطينية -دراسة على الشركات المساهمة في محافظات غزة. رسالة ماجستير، 22. (جامعة غزة) كلية التجارة، فلسطين .
- عريف مجدي .(2008). نظم المعلومات الادارية ودورها في حل مشكلات الادارة العامة. مذكرة ماجستير، 49. (جامعة تشرين)
- فؤاد رحال. (2006). تأثير تحرير تجارة الخدمات المصرفية على تنافسية البنوك. مذكرة ماجستير غير منشورة، 91 جامعة بسكرة، الجزائر.
- فيروز قطاف . (2011).تقييم جودة الخدمات المصرفية ودراسة أرها على رضا العميل البنكي. أطروحة دكتوراه، 102-101. (جامعة محمد خيضر) بسكرة .
- لعطرة غنوس.(2017).إستخدام شبكة الأنترنت كأداة لتقديم الخدمات البنكية وأثرها على الأدا البنكي -حالة البنوك الجزائرية-. أطروحة دكتوراه، 86. الجزائر، العلوم الاقتصادية، جامعة محمخ خيضر -بسكرة-.
- مايا بلاك. (2016).أثر جودة الخدمات المصرفية على رضا العملاء في بنك سوريا. رسالة ماجستير غير منشورة،ص19. (الجامعة الافتراضية) سوريا .
- محمد التهامي . (2011).حجة الوسائل التكنولوجية الحديثة في إثبات العقود التجارية. أطروحة دكتوراه، 113. (جامعة القاهرة) مصر، كلية الحقوق .
- محمد الناصر مشري .(2017).سبل تفعيل دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في دعم التنمية المستدامة في المؤسسات الصناعية الجزائرية (دراسة عدد من المؤسسات في الشرق الجزائري) . أطروحة دكتوراه، 08 (جامعة فرحات عباس) سطيف، العلوم الاقتصادية، الجزائر.
- محمد حمو . (2016). التسويق المصرفي الالكتروني ودوره في دعم القدرات التنافسية للبنوك -مع الاشارة إلى الجزائر. أطروحة دكتوراه، 80. العلوم الاقتصادية.
- محمد زيدان . (2005). دور التسويق في القطاع المصرفي -حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية - . أطروحة دكتوراه
- مراد محبوب. (2014). إستخدام إستراتيجية إعادة الهندسة الادارية في تحسين جودة الخدمات الادارية في تحسين جودة الخدمات المصرفية. أطروحة دكتوراه، 105. (جامعة بسكرة) الجزائر، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير.
- نبيلة فالي . (2017). إستراتيجيات تأهيل المؤسسات المصرفية الجزائرية :دراسة حالة بنوك جزائرية. أطروحة دكتوراه 99. جامعة فرحات عباس، العلوم الاقتصادية، سطيف.
- نشاط الدين بن بوريش. (2018). أثر تكنولوجيا الاعلام والاتصال على جودة الخدمات البنكية. أطروحة دكتوراه، ص106. (جامعة فرحات عباس) ، الجزائر.
- نفيسة حجاج . (2016). أثر الاستثمار في تكنولوجيا المعلومات والاتصال على الأداء المالي -دراسة عينة من المؤسسات البترولية الجزائرية خلال الفترة (2010-2014). أطروحة دكتوراه في علوم التسيير، 06. (جامعة قاصدي مرباح ورقلة) ورقلة ، الجزائر .
- نفيسة حجاج . (2016). أثر الاستثمار في تكنولوجيا المعلومات والاتصال على الأداء المالي -دراسة عينة من المؤسسات البترولية

- نور الدين محرز.(2015).تأهيل وتفعيل الجهاز المصرفي بالتعاملات النقدية الالكترونية -حالة الجهاز المصرفي الجزائري. أطروحة دكتوراه، 102. العلوم الاقتصادية.
- هدى جبلي . (2010). قياس جودة الخدمة المصرفية. رسالة ماجستير غير منشورة، 91. (جامعة منتوري) قسنطينة الجزائر.
- هلال درحون . (2005). المحاسبة التحليلية (نظم المعلومات لتسيير والمساعدة على إتخاذ القرار في المؤسسة الاقتصادية. أطروحة دكتوراه، 56. (جامعة يوسف بن خدة) العلوم الاقتصادية، الجزائر.
- وفاء حلوز . (2014). تدعيم جودة الخدمة البنكية وتقييمها من خلال رضا العميل. أطروحة دكتوراه غير منشورة، 13 (جامعة أبو بكر بلقايد)، تلمسان ، الجزائر .
- يجي بونخاله . (2012). تسويق الخدمات المصرفية -دراسة حالة الصندوق الوطني للتوفير والاحتياط. رسالة ماجستير غير منشورة، 84. (جامعة وهران) الجزائر .
- إلهام نابلي .(2016). أثر جودة الخدمات المصرفية على تحقيق الميزة التنافسية. أطروحة دكتوراه غير منشورة، 35. (جامعة العربي بن مهيدي) أم البواقي، الجزائر.
- صلاح الدين سعد الباهي .(2016). أثر جودة الخدمات المصرفية الالكترونية على رضا الزبائن. مذكرة ماجستير، 31 (جامعة الشرق الأوسط) كلية الأعمال.
- فيصل مدلس. (2017). مساهمة تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تدعيم مختلف أبعاد الجودة. أطروحة دكتوراه غير منشورة، 206. (جامعة سيدي بلعباس، المحرر) الجزائر.
- 3.المقالات العلمية :**
- الباحث بن سليمان بن عبد العزيز . (2017). النقود الافتراضية مفهومها وأنواعها وأثارها الاقتصادية. المجلة العلمية للاقتصاد والتجارة، 217(01)، 857.
- الشفيق خضر الطيب الأمين، موسى عيسى محمد بابكر، وآخرون.(2020). أثر الصيرفة الالكترونية على جودة المعلومات المحاسبية في المصارف-دراسة ميدانية على المصارف العاملة بمدينة كوستي -السودان-. مجلة أبحاث اقتصادية معاصرة، 03(01)، 144.
- العجال عدالة ، وكريمة جلام . (2016). التسويق الالكتروني وأثره على رضا العميل -دراسة حالة بعض البنوك الجزائرية - . رماح للبحوث والدراسات(العدد18)، 101.
- الحاج مكي، أمينة خليفي، وخديجة نسلي . (2019). أثر جودة الخدمات المصرفية على تحقيق رضا الزبون المصرفي -دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة عين وسارة - . مجلة الاقتصاد الجديد، المجلد 10(العدد 3)، ص61
- النور دحاك، و قارة رابع . (2017). دور وأهمية المعلومات ونظم المعلومات في إتخاذ القرارات الاستراتيجية. (جامعة مولود معمري -تيزي وزو) مجلة نماء للاقتصاد والتجارة، 02، 86
- العربي تيقاوي. (2015). قياس جودة الخدمات في البنوك التجارية الجزائرية من منظور العملاء -دراسة ميدانية تحليلية . مجلة الحقيقة الهام -أحمد بن مويزة . (2016). علاقة جودة الخدمة البنكية وجودة العلاقة على رضا العملاء -دراسة عينة من عملاء بنك الفلاحة والتنمية الريفية بولاية أغواط. (جامعة سطيف)، مجلة العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير(العدد16)، 301.
- إسلام طالب الجاني . (2015). أهمية قياس الجودة في الخدمات المصرفية. (جامعة بغداد) مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية(43)، 315..
- إلهام بوغليطة . (2013). أهمية ودور نظم المعلومات في إتخاذ القرارات في قطاع المحروقات. (جامعة سكيكدة) مجلة الباحث(13)، 136.
- بسام أحمد عامر . (2019). العملات الرقمية التكوين نموذجا ومدى توافقها مع ضوابط النقود في الاسلام. (جامعة الشارقة) مجلة جامعة الشارقة للعلوم الشرعية والدراسات الاسلامية، 16(01)، 264.
- بسام أحمد الزلمي. (2010). دور النقود الالكترونية في عمليات غسل الأموال. مجلة دمشق، 588
- جهيدة نبيلي . (2016). دور الهندسة المالية في تطوير الصيرفة الاسلامية. مجلة الاقتصاد الجديد، 01(12)، ص 346.
- حداد مناور. (2015). أثر جودة الخدمات المصرفية على أداء القطاع المصرفي في الأردن. مجلة الكويت للعلوم الاقتصادية والإدارية(العدد18)، ص 04.

- حسين محمد زياد محمد. (2017). الافصاح الالكتروني في القوائم المالية ودوره في الحد من عدم تماثل المعلومات المحاسبية -دراسة إستطلاعية لآراء عينة من المستثمرين والمحللين الماليين في سوق العراق للاوراق المالية. مجلة تكريت للعلوم الادارية والاقتصادية، (37)01، 311.
- همزة غربي، وعيسى بدريني. (2020).العملات المشفرة-النشأة-التطور-والمخاطر. مجلة الدراسات الاقتصادية المعاصرة (02)05، 68.
- حميد فوسي . (2014). واقع وسائل الدفع الالكتروني في الجزائر. (مركز البصيرة للبحوث والاستشارات والخدمات التعليمية) مجلة دراسات اقتصادية (04)، 141.
- حنوش شروق، ومحمد شهيد. (2016). جودة الخدمات المصرفية كمدخل لتحقيق رضا العميل. (جامعة سيدي بلعباس) مجلة الابتكار والتسويق(03)، ص150.
- خالد صالح عبود، و علي كنعان . (2012). قياس رضا العملاء عن جودة الخدمات المصرفية الاسلامية. (جامعة دمشق) مجلة جامعة دمشق للعلوم الاقتصادية والقانونية، ص561.
- خولة عدنان، فايزة بلعابد ، وعبد الجليل مقدم . (2018). وسائل الدفع الالكتروني ودورها في إبراز الميزة التنافسية للمؤسسة المصرفية -دراسة حالة بنك الخليج الجزائر - . مجلة المنتدى للدراسات والأبحاث الاقتصادية، 03.
- رضا جاوحدو . (2006). أثر التكنولوجيا الحديثة للاعلام والاتصال على المهنة المحاسبية. مجلة العلوم الاجتماعية والانسانية(العدد14)، 209.
- رتيبة تيفوت. (2019). نظام الدفع الالكتروني في الجزائر: الواقع والافاق. (جامعة الأغواط) مجلة دراسات العدد الاقتصادي، 79.
- رشيد بوعافية. (2012). آلية الدفع الالكتروني باستعمال بطاقة الائتمان عبر شبكة الأنترنت. (جامعة خميس مليانة) مجلة الاقتصاد الجديد، 30.
- رشيد بوعافية. (2014). دور النقود الالكترونية في تطوير التجارة الخارجية. (المركز الجامعي بتيبازة) المجلة الجزائرية للاقتصاد والمالية، 114-115.
- رشيد وادي، وأسطل رند عمران . (2011). واقع استخدام التسويق المصرفي الالكتروني لدى البنوك العالمية في قطاع غزة. (الجامعة الاسلامية) مجلة جامعة الأزهر، 208.
- زوير عياش، و سمية عباس. (2016).الصيرفة الالكترونية كمدخل لعصرنة وتطوير البنوك الجزائرية. مجلة العلوم الانسانيةالمجلد الأول (العدد 46)، 341.
- سماح أنور عبيدات، هيثم حمود الشبلي، وباسم محمد اللوزي . (2015). دور الخدمات الالكترونية المالية في تحقيق الميزة التنافسية في البنوك التجارية الأردنية. (جامعة الجمعة) المجلة العربية لدراسة المعلوماتية(05)، 200.
- سمحان ريم خالد السمحان ، وجيهان عبد المنعم . (2014). البنوك الالكترونية آليات التنبؤ و أساليب تقديم الخدمة. المجلة العلمية للاقتصاد والتجارة(العدد الرابع)، 407.
- سهير محمود معتوق، علي إيمان حسن، وهناء محمود سيد أحمد. (2018). الشمول المالي. المجلة العلمية للبحوث والدراسات التجارية،35(01)، 87.
- سامر قاسم . (2015). أثر تكنولوجيا المعلومات في جودة الخدمة المصرفية. مجلة جامعة تشرين للبحوث والدراسات العلمية، 37(الثاني)، 115.
- سعد محمود، خليل الكواز، وجاسم محمد الطحان . (2018). تكنولوجيا المعلومات والاتصال أداة للنمو الاقتصادي (جامعة الموصل) مجلة جامعة جيهان أربيل، ص274.
- شندي محمد إبراهيم غنيمي . (2010). مستقبل الخدمات المصرفية الالكترونية بين المخاطر وتحقيق الربحية -دراسة تطبيقية على الواقع الجديد للجهاز المصرفي المصري. (جامعة الزقازيق) مجلة البحوث التجارية، المجلد الثاني والثلاثون (العدد الثاني)، 326.
- طه حسين نوي، ياقونة بودوشن، و ياسين غربي. (2018). دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين جودة الخدمة العمومية -الكومة الذكية في الامارات العربية المتحدة نموذجاً-. مجلةالدراسات الاقتصادية المعاصرة(05)، 138.
- علي محبوب، وعلي سنوسي. (2020). واقع الصيرفة الالكترونية في البنوك التجارية -مصرف السلام الجزائر نموذجاً-. مجلة شعاع للدراسات الاقتصادية، (02)04.
- عتيقة بن طااطة . (2018). أثر نظام المعلومات على تحسين جودة الخدمة البنكية -دراسة ميدانية في البنوك الجزائرية. مجلة الاقتصاد والمالية، (02)04، 236.

- عصام علي عبد الهادي .(2019). تأثير أبعاد تجربة العميل على بهجة العميل -دراسة ميدانية على عملاء مطاعم البقالات المرموقة بمراكز التسوق بالقاهرة. مجلة كلية التجارة للبحوث العلمية، 56(04)، 70
- عبد الغني حريري، وأمين قسول.(2017). الطبيعة التنموية لصيغ التمويل والاستثمار القائمة على مفهوم الملكية للبنوك الاسلامية. مجلة الريادة لاقتصاديات الأعمال، 03(05)، ص09.
- علي حاسم مفرح . (2016). تأثير تكنولوجيا المعلومات في تحقيق جودة الخدمة المصرفية. (جامعة بغداد) مجلة دنانير 36.
- عبد القادر بريش . (2005). جودة الخدمات كمدخل لزيادة القدرة التنافسية للبنوك. مجلة إقتصاديات شمال إفريقيا ص 257.
- علي عابد ، وخالد سحنون . (ديسمبر ، 2017). قياس جودة الخدمات البنكية باستخدام خريطة المراقبة للصفقات -دراسة حالة فترة إنتظار عملاء البنك الوطني الجزائري. مجلة المنارة للدراسات الاقتصادية، العدد الثاني، ص 24.
- عيسى مرازفة، وسيهام مخلوف. (2017). أهمية جودة الخدمة في تحقيق الرضا لدى العميل . مجلة الاقتصاد الصناعي ص 388.
- عبد الحبار الحنيص . (2010). الاستخدام غير المشروع لبطاقات الائتمان الممغطة من وجهة نظر القانون الجزئي. (جامعة سوريا) مجلة الرياض، 43.
- عبد القادر بريش .(2005). جودة الخدمات كمدخل لزيادة القدرة التنافسية للبنوك. مجلة إقتصاديات شمال إفريقيا، ص 257. جامعة دمشق، 81.
- علي حاسم مفرح . (2016). تأثير تكنولوجيا المعلومات في تحقيق جودة الخدمة المصرفية. (جامعة بغداد) مجلة دنانير، 36.
- غسام، غسان الطالب، و جزاع هاني أرتيمة . (2011). مدى تأثيرالعوامل الديمغرافية على إستخدام الخدمات المصرفية الالكترونية من طرف البنوك الأردنية -دراسة تطبيقية على المصارف الأردنية. مجلة الاقتصادي(العدد الرابع)، 106.
- غنية لالوش. (2017). مساهمة تكنولوجيا المعلومات في رفع مستوى التنمية. مجلة صوت القانون(08)، 138.
- فارس هباش، ومناع ريمة. (2018). أثر المعلومات المالية في إتخاذ القرارات الاستثمارية في سوق عمان المالي. مجلة الدراسات المالية والمحاسبية والادارية(العدد التاسع)، 630.
- فاطمة بوخاري .(2020). تكنولوجيا المعلومات والاتصال ودورها في تفعيل إدارة المعرفة. المجلة الدولية للاقتصاد الدولي 03(02)، 46.
- فاطمة بوخاري، ومحمد سعيداني. (2020). التكنولوجيا الحديثة للاعلام والاتصال ودورها في البنوك -دراسة حالة الصندوق الوطني للتوفير والاحتياط. مجلة العلوم الاقتصادية والتسيير والعلوم التجارية، 13(01)، 213.
- قايد حميسي، و أمينة بن خزناجي . (2016). تحسين جودة الخدمات البنكية باستخدام نماذج صفوف الانتظار. مجلة الدراسات الاقتصادية الكمية(02)، ص143.
- كامل أمين مصطفى عز الدين . (2001). الصيرفة الالكترونية. مجلة المصري، 02.
- كريمة بن صالح، وفاطمة الزهراء طلحي .(2018). إستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال والاهتمام بالكفاءات البشرية كمدخل لعصرنة البنوك الجزائرية في ظل الاقتصاد المعرفي. مجلة نماء للاقتصاد والتجارة(03)، 67.
- منى مسغوني ، لمياء عماني، ورزيقة تباري . (2018). قياس الوزن النسبي لإدارة علاقات الزبون وتأثيرها على مستوى أبعاد جودة الخدمة المصرفية وفق نموذج الأداء الفعلي . مجلة رؤى إقتصادية ، ص70.
- محمد حسين زياد.(2017). الافصاح الالكتروني في القوائم المالية ودوره في الحد من عدم تماثل المعلومات المحاسبية -دراسة إستطلاعية لآراء عينة من المستثمرين والمحللين الماليين في سوق العراق للأوراق المالية في حركة أسهم بسوق عمان للأوراق المالية. مجلة تكريت للعلوم الادارية والاقتصادية، 01(37)، 311.
- محمد حسين يسرى.(2010). تكنولوجيا المعلومات وأثرها في تحسين مستوى أداء الخدمة الفندقية.(جامعة المستنصرية) مجلة الادارة والاقتصاد، 331.
- معين حمو، وأحمد السيد. (2021). إسهامات التكنولوجيا الحديثة في دعم وتحديث عناصر المزيج التسويقي. (جامعة حسبية بن بوعلی بالشلف)مجلة إقتصاديات شمال إفريقيا، 413.
- محاد عريوة ، ومحمد خاوي. (2017). واقع وسائل وأنظمة الدفع الالكتروني في النظام البنكي الجزائري. (جامعة محمد بوضياف -المسيلة -الجزائر -)، مجلة الدراسات الاقتصادية المعاصرة(04)، 142.

- محمد سحنون .(2004). النقود الالكترونية وأثرها على المصارف المركزية في إدارة السياسة النقدية. مجلة اليرموك(85)، 09.
- محمد قوجيل، وناصر الدين نصري . (2020). رقمنة القطاع المصرفي الجزائري في الحد من تداعيات أزمة كورونا -حالة بنك الخليج الجزائر - . مجلة العلوم الادارية والمالية ، 05(01)، 72.
- محمد سمو، و محمد زيدان . (2016). إدارة التكنولوجيا المصرفية من أجل تحسين تنافسية البنوك مع الاشارة إلى البنوك الجزائرية. (جامعة حسيبة بن بوعلي بالشلف) الاكاديمية للدراسات الاجتماعية والانسانية، 87.
- مريم خوبيزي. (2015). واقع إستخدام وسائل الدفع الالكترونية في الجهاز المصرفي الجزائري وكيفية إدارة المخاطر الناتجة عنها وفقا لنموذج لجنة بازل الدولية للرقابة المصرفية. مجلة الدراسات المالية والمحاسبية والادارية، 41.
- ميادة بلعاش، وحسيبة زايدى . (2017).واقع الصيرفة الالكترونية في الدول المتقدمة -التجربة الفرنسية كنموذج لتجارب البلدان الرائدة في استخدام وسائل الدفع الحديثة - . مجلة الباحث الاقتصادي(08)، 303.
- نوال مغزيلي. (2018). تكنولوجيا الاعلام والاتصال في الجزائر -دراسة للمؤشرات وتشخيص المعوقات - .المجلة الجزائرية للأمن والتنمية(12)، 172.
- نسبة مسعودة، و فلة عاشور . (2017). المؤسسات المالية ودورها في دعم الصناعة المالية الاسلامية والعمل المصرفي الاسلامي. (جامعة بسكرة) مجلة الأصيل للبحوث الاقتصادية والادارية(02)،ص 244.
- هبة عبد المنعم . (2020). واقع وآفاق اصدار العملات الرقمية. (صندوق النقد العربي) (11)، 65.
- هاجر بورايو. (2018). واقع استخدام البطاقات البنكية في الجزائر -دراسة مقارنة لعينة من البنوك العمومية الجزائرية - . (جامعة البليدة)، مجلة الابحاث الاقتصادية، 367.
- هالة عبدلي .(2017).الصيرفة الالكترونية آلية لضمان جودة الخدمات المصرفية. مجلة الأصيل للبحوث الاقتصادية والادارية(01)، 387.
- هبة إبراهيم، ومصطفى محمد سليمان .(2017). استخدام تقنيات تنقيب البيانات في التنبؤ بحجم الصادرات والواردات -دراسة حالة جمارك الصمغ العربي في السودان. مجلة جامعة السودان (06)، 91.
- هاجر محمد الملك، و محمد أحمد علي طاهر.(2015). جودة الخدمة المصرفية وأثرها على رضا العميل. (جامعة السودان) مجلة العلوم الاقتصادية(17)،ص 58.
- هشام جبر .(2014).إستخدام التكنولوجيا في تطوير الخدمات المصرفية. (جامعة بيرزت) مجلة الدراسات المالية والمصرفية(02)، 10.
- وهيبه عبد الرحيم . (2010). تقييم وسائل الدفع الالكترونية ومستقبل وسائل الدفع التقليدية في ظل وجودها. (جامعة خميس مليانة) مجلةالاقتصاد الجديد، 194.
- وهيبه عبد الرحيم ، و أشواق بن قدور.(2018). توجهات التكنولوجيا المالية على ضوء تجارب شركات ناجحة. مجلة الاجتهاد للدراسات القانونية والاقتصادية، 07(03)، 13.
- يونس عرب .(2000). الدراسة الشاملة حول البنوك الالكترونية. مجلة البنوك(03)، 416.

4.المؤتمرات العلمية:

- إلهام طباح، ريم عماري، وحنلة قادري .(2020).الصيرفة الذكية كمدخل لعصرنة وتطوير البنوك الجزائرية -مع الاشارة لتجربة البنك الوطني الجزائري بعد اطلاقه للتطبيق الجديدBN@TIC. تأليف جامعة ورقلة ، الملتقى الدولي حول الأداء المتميز للمنظمات والحكومات :أداء المؤسسات في ظل الاقتصاد الرقمي، (صفحة 540)
- إيمان يخلف، وخالد حسيني. (2020).البيئة المحاسبية في عصر البيانات الكبيرة (آفاق ، فرص وتحديات). جامعة ورقلة ، الملتقى الدولي حول الأداء المتميز للمنظمات والحكومات :أداء المؤسسات في ظل الاقتصاد الرقمي، (صفحة 67). الجزائر .
- أمين قسول.(2018).الطبيعة التنموية لصيغ التمويل والاستثمار القائمة على مفهوم المديونية بالبنوك الاسلامية -تحليل نظري-. (جامعة شلف) الأكاديمية للدراسات الاجتماعية والانسانية(19)، 51.
- أحمد طرطار، وسارة حليمي. (2011). جودة الخدمات المصرفية كآلية لتفعيل الميزة التنافسية للبنك. مداخلة مقدمة إلى الملتقى الدولي الموسوم بإدارة الجودة الشاملة في قطاع الخدمات، (صفحة 03). جامعة منتوري،قسنطينة.

- بوعيشة مبارك، والشامية بن عباس. (2010). **واقع وآفاق تطبيق إدارة الجودة الشاملة بالجزائر**. جامعة قسنطينة مداخلة مقدمة إلى الملتقى الوطني حول تطبيق نظام إدارة الجودة الشاملة في قطاع الخدمات، (صفحة 15). الجزائر.
- خولة واصل، عبد الغني دادن، وسبع نجيب. (2020). **تشخيص واقع خدمة الحوسبة السحابية في المؤسسة الوطنية للتأمين**. جامعة ورقلة، الملتقى الدولي حول الأداء المتميز للمنظمات والحكومات، (صفحة 319). الجزائر.
- زينب شطبية، مفيدة بن عثمان، والظاهر بن عمارة. (2020). **دور تكنولوجيا المعلومات في دعم الميزة التنافسية -دراسة لواقع تكنولوجيا المعلومات في الجزائر حسب مؤشر IDI**. جامعة ورقلة، الملتقى الدولي حول الأداء المتميز للمنظمات والحكومات : أداء المؤسسات في ظل الاقتصاد الرقمي، (صفحة 42). الجزائر.
- سالم الطالب غسان. (2019). **العملات الرقمية وعلاقتها بالعقود الذكية**. مؤتمر مجمع الفقه الاسلامي الدولي، الامارات العربية المتحدة، 34.
- سميرة صالح، إيمان بن الزين، وسمية قداش. (2020). **الدكاء الاصطناعي بين النظرية والتطبيق -تجارب دولية**. جامعة ورقلة، الملتقى الدولي حول الأداء المتميز للمنظمات والحكومات، (صفحة 347). ورقلة.
- سناء عبد الكريم الخناق. (2005). **دور تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في عملية إدارة المعرفة**. جامعة بسكرة المؤتمر الدولي الخامس حول إقتصاد المعرفة، (صفحة 349). بسكرة.
- شيماء منصوري، وإلهام منصوري. (2021). **التحول الرقمي في القطاع المصرفي -مع الإشارة إلى نماذج لمصارف عربية**. جامعة حسيبة بن بوعللي بالشلف، الملتقى الوطني الرابع حول الاتجاهات العالمية الحديثة في مجال تسويق الخدمات-النماذج والممارسات-، (صفحة 10).
- عبد الرحيم شنيبي، وأم الخير مالكي. (2021). **نحو تفعيل تطبيقات الذكاء الاصطناعي كآلية لترقية خدمات قطاع السياحة**. جامعة حسيبة بن بوعللي بالشلف (الحرر)، الملتقى الوطني الافتراضي حول الاتجاهات العالمية الحديثة في مجال تسويق الخدمات -النماذج والممارسات-، (صفحة 08).
- عبد الغني ربوح، ونور الدين رغدة. (2008). **تطبيق أنظمة الصيرفة الالكترونية في البنوك الجزائرية بين الواقع والآفاق**. جامعة ورقلة، المؤتمر العلمي الدولي حول إصلاح النظام المصرفي الجزائري في ظل التطورات العالمية الراهنة، (صفحة 06). الجزائر.
- عبد القادر بريس. (2005). **جودة الخدمات كمدخل لزيادة القدرة التنافسية للبنوك**. مجلة إقتصاديات شمال إفريقيا ص 257.
- عبد القادر جيلالي بن فرج، وعلي طهراوي دومة. (2020). **الصيرفة الاسلامية في الجزائر وتوجهات اعتمادها لدى البنوك العمومية**. الملتقى العلمي الوطني -الصيرفة الاسلامية بين التنظير والتطبيق، (صفحة 153). المدرسة العليا للتجارة بالقليعة، الجزائر.
- مبارك بوعيشة، وبن عباس الشامية. (2010). **واقع وآفاق تطبيق نظام إدارة الجودة الشاملة بالجزائر -القطاع المصرفي**. جامعة قسنطينة. الملتقى الدولي حول تطبيق أنظمة إدارة الجودة الشاملة في قطاع الخدمات، (صفحة 15). الجزائر.
- محمد زيدان، وحاج قويدر قورين. (2007). **جودة الخدمات المصرفية**. جامعة سكيكدة، المؤتمر الدولي الثالث حول الجودة والتميز في منظمات الأعمال، (صفحة 48). الجزائر.
- محمد مداحي، وشهزاد بورداش. (2017). **وسائل الدفع الالكترونية كمدخل لعصرنة نظام الدفع الالكتروني بالبنوك**. جامعة أكلي محند أولحاج، الملتقى الوطني الثامن حول آليات تفعيل وسائل الدفع الحديثة في النظام المالي والمصرفي الجزائري، (صفحة 03). البويرة، الجزائر.
- منير خروف، ورمزي طبائية. (2021). **تأثير التكنولوجيا المالية على الخدمات المصرفية الالكترونية - الامارات العربية والمملكة العربية السعودية نموذجا**. جامعة حسيبة بن بوعللي بالشلف، الملتقى الوطني الرابع حول الاتجاهات العالمية الحديثة في مجال تسويق الخدمات -النماذج والممارسات-، (صفحة 14).
- نبيل حليمي، رشيد حفصي، ومحمد سمير بن عباد. (2020). **أهمية الأمن المعلوماتي بالمؤسسة الاقتصادية دراسة حالة مديرية الكهرباء والغاز بورقلة -الجزائر**. جامعة ورقلة، الملتقى الدولي حول الأداء المتميز للمنظمات والحكومات (صفحة 198). الجزائر.
- نجاة بن تركية، و يمينة حمّانة. (2017). **مفهوم ونشأة وسائل الدفع الالكترونية**. جامعة أكلي محند أولحاج، الملتقى الوطني الثامن حول آليات تفعيل وسائل الدفع الحديثة في النظام المالي والمصرفي الجزائري، (صفحة 05). البويرة، الجزائر.
- نجاح بولدان. (2010). **دور العمال في تحسين جودة الخدمة المصرفية**. جامعة قسنطينة، الملتقى الدولي حول إدارة الجودة الشاملة في قطاع الخدمات، (صفحة 54).
- وفاء ناصر المبيرك. (2006). **جودة الخدمات البنكية النسائية**. جامعة الشارقة، الملتقى الدولي حول التسويق في الوطن العربي، (صفحة 247). الامارات العربية المتحدة.

- سامح محمد عبد الحكيم (2003). الحماية الجبائية لبطاقات الائتمان -جرائم بطاقات الدفع الالكتروني - . القاهرة دار النهضة العربية.
- علي سيطوم (2017). وسائل الدفع الحديثة -رؤية شاملة - . جامعة اوكللي محند والحاج ، الملتقى الوطني الثامن حول آليات تفعيل وسائل الدفع الحديثة في النظام المصرفي والمالي الجزائري، (صفحة 07). البويرة .
- محمد أشرف دوابه (2019). الأسواق المالية الاسلامية بين الواقع والواجب. تأليف تركيا، أبحاث المؤتمر الدولي الثاني للأكاديمية الأوروبية للتمويل والاقتصاد الاسلامي، (صفحة 44). اسطنبول.
- محمد زيدان، ومحمد حمو (2010). متطلبات أمن المعلومات المصرفية في بيئة الأنترنت. المؤتمر الوطني حول البيئة المعلوماتية الآمنة ، (صفحة 12). الرياض .
- محمد طرشي، ومحمد تقروت (2011). أهمية تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في تعزيز الميزة التنافسية في منظمات الاعمال العربية. جامعة حسبية بن بوعللي بالشلف، الملتقى الدولي الخامس حول رأس المال الفكري في منظمات الأعمال العربية في ظل الاقتصاديات الحديثة، (صفحة 11).
- مختار بوزيان، وعبد الكريم جده (2019). الصيرفة الالكترونية عامل نحو تحقيق الميزة التنافسية المستدامة. المؤتمر الدولي الرابع عشر حول التكامل المؤسسي للصناعة المالية والمصرفية الاسلامية، (صفحة 603). جامعة حسبية بن بوعللي بالشلف.
- مزروقي مزروقي، محمد مسعودي، و إلياس بدوي (2020). كفاءة نماذج تحصيل ايرادات المبيعات الرقمية عن طريق وسائل الدفع الالكتروني. جامعة ورقلة ، الملتقى الدولي حول الاداء المتميز للمنظمات والحكومات، (صفحة 305). الجزائر.

5. التقارير:

- اتحاد المصارف العربية (2018). تقرير التكنولوجيا المالية والذكاء الاصطناعي في القطاع المالي والمصرفي، 03. إدارة الدراسات والبحوث.
- البنك المركزي الأردني (2020). تقرير العملات المشفرة. (دائرة الاشراف والرقابة على نظام المدفوعات الوطني) الأردن.
- صندوق النقد العربي (2019). تقرير استخدام تقنية البلوكتشين في عمليات المدفوعات -الآفاق والفرص. 78. (اللجنة العربية لنظم الدفع والتسوية).
- وزارة البريد والمواصلات السلكية واللاسلكية (2020). تقرير التنمية لسوق الهاتف والأنترنت في الجزائر، سلطة ضبط البريد والمواصلات، الجزائر .

6. المواقع الالكترونية:

- www.bank-of-algeria.dz
- www.bea.dz
- dzwww.bna
- www.badr.dz
- www.bdl.dz
- www.cpa-bank.dz
- www.cnepbank.dz
- www.cnma.dz
- www.albarakabank.com
- www.natixis.com
- www.Societegenerale.dz
- [citigroup .Com](http://citigroup.Com) www.
- www.agb.dz
- WWW.hbtf.com
- [alsalamalgeria .com](http://alsalamalgeria.com) www.
- [www.algeria .hsbc.com](http://www.algeria.hsbc.com).
- www.arabbank.com.

1. Les Livres:

- Anguelov, Hilgert, C,Marianne, H,&M.U.S,J.(2004).Consumers and Electronic Banking. (F. R. Bulletin, Éd.)
- Anthony,Saundres&Cornett,M.(2006).FinancialInstitutionsManagement (éd. 5th Edition). MC Graw -Hill Inc.
- Beatrice , R. (2004). le Marketing des services (éd. 8ème édition d'organisation). Paris , France .
- Besterfield, D. (2005). Total Quality. Eneglewood.
- Benoit, A. (1998). Les tecnologied de l 'information et l 'organisation. france: Gatétan Morin éditions.
- Brilman, J. (2001). Les meilleures pratiques du management. France, paris : les éditions d 'organisation.
- Burch, J, & Gvanditiski, G. (1986). Information système theory andpractice.NEW YORK.
- Chatal , b, & Pretel, M. (2006). économies et gestion de l'entreprise (éd. 4 édition). Paris, France .
- David william ‘John Benamati .(2003) .E-commerce Basics , technology foundations and e-business applications) .Comell UniversityNew york.
- Eric, T. (2007). Optimiser La Réaction Avec son banquier. (Chiron, Éd.) France.
- Easiqal. (2007). étude sur les perdues des les egawrment. Belgique.
- Evans, J. (1999). The mangement and Control of quality (4 ed.). (W. c. publishing, Ed.)
- -François , C., & Claude, J. (2002). La qualité dans les services (2 ème édition). France, Paris: economica.
- JamesPerry,SchneiderGary .E-commerce -une approche pratiqueQuébec ,Canada: les ditions reynold Goulet.
- Jeatin , M., e, & Ecannu, p. (2003). Instrument de paiement et de crédit entreprises en:droit commercial (éd. 6ème). paris
- Garett, D. (1996). Intranet,sinon and Schuster Macmillan. France.
- Iyer jay , R. (2004). Integrated Services on The internet. London: Economica édition.
- Kenneth, L, & jane, L. (2010). Management des systemes d'information .
- HelémDelmonde, M., & autre. (2009). Management des systèmes D' information. france, -Paris: Dunad.
- HansKasper ‘Helsding ‘ Mark Gabbot .(2006) .Service Marketing management -a stratigiv prespectiveSecond .England.
- Hashem , M. S., & serhrouchni, A. (2000). La monnaie électronique ,system de paiement sécurisé. Paris: EDitionsEyrolles..
- Luc bermet, R. (2010). principe de technique bancaire. paris.
- Lambin, J. (2002). Le Marketing stratégique et opérationnel. France, paris: Dunod Edition.
- Lamadani , S. (2001). La découverte de l'informatique. Alger, Algérie: Berti.
- Lamadani , S. (2001). La découverte de l'informatique. Alger, Algérie: Berti.
- Marlin Francis .(2001) .stratégie de communication ,Deuième 2dition .Paris.
- Pignel , M. (2019). La technologie blockchain -une opportunité pour l économie socilae? Notes d 'analyse. Paris: collections pour La solidarité-P.L.S.
- Quiniou, M. (2019). Blockchain: Lavènement de la désintermédiation. London: ISTE Group .
- Sfectu , N. (2019). La philosophie de la technologie blockchain-ontologie. (C. Essais, Éd.) Paris.

--Satzinger, J., & Robert, J. (2003). *Analyse et Conception des gestions d'information* (2ème édition). Canada : Reynald gloulet .

- zollinger, M., & Iamarque, E. (2008). *Marketing et Stratégie de la banque* (éd. 5ème). Paris: édition Dunod .

2. Les Thèses:

- Kerad, H. (2012). *epistémologie et didactique de la gestion :Le cas du concept de décision*. thèse de doctorat en science de gestion, 31. (C. d. métiers, Éd)

- He Frang .(2009) . *Decision factors for the adoption of E-finance and Other E- Commerce activities* .Doctorate Dissertation) .67 (Université Carbondale U.S.A.

-Hong (KI Young .(2002) .*Why are electronic payments preferred ?Evidence from International data* . Proquest Dissertations and Theses.39 .

-vasvada Gaurang,Kumar sharad, Rao Upendra .(2005) .*General Bank Management* .New Delhi India: Editor Macmillan India Limited: Indian Institute Of Banking and Finance.

- Weinian, L. (2005). *Evolution of the payments and the long -Term demand for money in Canada*. Doctoral Tesis, 16. (M. G. Montreal, Ed)

-Lazerag, M. (2015). *Developement de la monétique en Algérie Réalité et perspectives*. Thèse présentée Pour l'obtention d'un diplôme de doctorat ., 70. (U. A. belkaid, Éd.) Option Gestion, Telemecen .

3. Les articles:

-A Bouveret,V Haskar .(2018) .*Que Sont Les cryptomonnaies ?Finances&developpement* , (02)55,PP26-27.

- AL zaabi, Obaid, S., & Wilson, R. (2006). *Service quality and financial Performance : an Empirical study of islamic banks in U A E*. *Journal of social affairs*, 23(91), 30.

- Cristina Titrad, Beatrice Ciolacu, Florentina Pavel .(2008) . *E-banking -impact-risks,security* . *Journal of Université of Oradea*.153 (04)17 .

- Cornin, J., & Taylor, J. (1992). *Measuring Service Quality :examination and extension*. *Journal of Marketing*, 56(7), 55

-cannel fullenkamp (Salah M.Nesouli .(2004) .*Six puzzles in electronic money and banking* .IMF Working pape.07

- Harris Hezlin,Krishnan GuruBalachander,Avvari Mohan .(2011) .*Evidence of Firms'Perceptions Toward Electronic Payment Systems (EPS) in Malaysia* .*International Journal of business and Information* .229(02) . 06 .

- k Adu,e Adjei .(2018) .*The phenomenon of data loss and cyber security issues in Ghana* .*Foresigh*. 161 (02)20

- Osunmuyiwa Olufolabi .(2013) . *Online Banking and The risk Involved* .*Research journal of information Technology*.54 (02) 5

- Rifat, S. (2013). *Key issues in e-banking Strengths and weakness : The Case Of Two Jordanian Banks*. *European Scientific Journal*, 09(07), 242.

--Régis Bouyala .(2005) .*Le Monde Des paiements* .*Revue Banque*.103

- S Gunajit,K.S Pranav .(2010) .*Internet banking : risk analysis and applicability of biometric technology for authentication* .*Research Journal of Information Technology*. 68 (02)01 .

- Sokolov Dimitri .(2007) . *E-banking :Risk Management Practices Of The Estonian Banks* . *Working Papers in Economics* .158 (02)22 ,University of Technology.

- Valjevic, R., & all. (2012). *Management information system and decision making process in enterprise Economic management information technology*. 01(03), 184.

-Yvs, J. (2008, Juin). *Service financiers sur mobile : La révolution est en marche*. *Revue point banque*(50), 19.

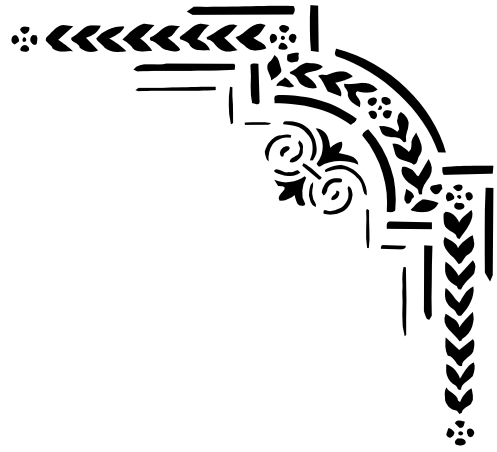
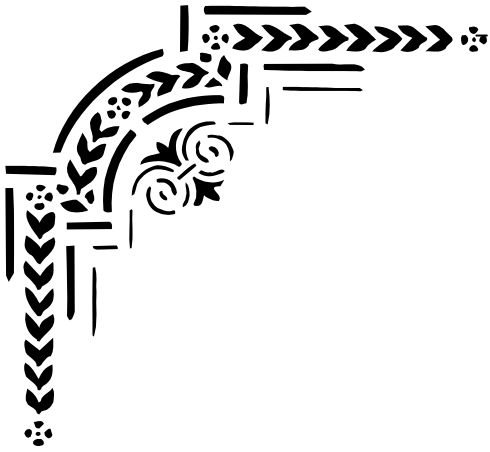
- Zhang , d., mishra, s., & autres. (2021). artificial intelligence index report: cas stanford university. (I. a. committe, Éd.) 22.

4. Les Séminaires:

- Sabiha Bechir .(2017) .Le developpement de la monétique en Algérie- étude comparative avec la tunisie et Le maroc .université de bouira,Séminaire nationale sur l'activation des moyens de paiement modernes dans le système financier et bancaire algerien.15
- Ian Harper,Ric Simes,craig Malam .(2005) .The Developmentof electronic payments .The international Telecommuncation Society Conference.26

-

-



الملاحق

