

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الجزائرية
وزارة التعليم العالي و البحث العلمي
جامعة عمار ثليجي بالأغواط
كلية العلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير
قسم العلوم الاقتصادية



مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر في العلوم الاقتصادية
تخصص اقتصاد نقدي وبنكي

دور تكنولوجيا المعلومات في تحسين جودة الخدمة
المصرفية في البنوك التجارية - دراسة حالة البنك الوطني
الجزائري BNA - وكالة الأغواط -
خلال 3 السنوات الأخيرة 2022/2020

تحت إشراف:

أ. الزاوي أسماء

من إعداد الطلبة:

- سنوسي عبد العزيز

- بن يحي إكرام

لجنة المناقشة :

رئيسا

مقررا

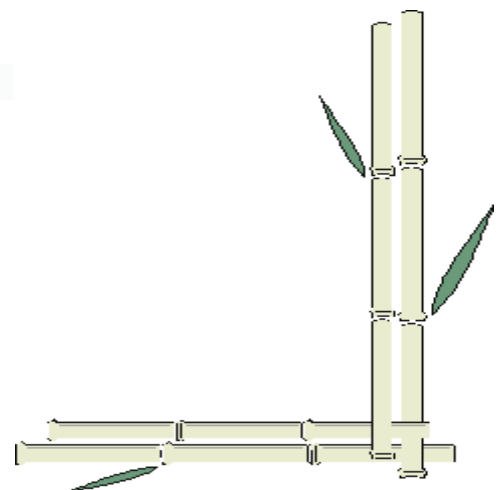
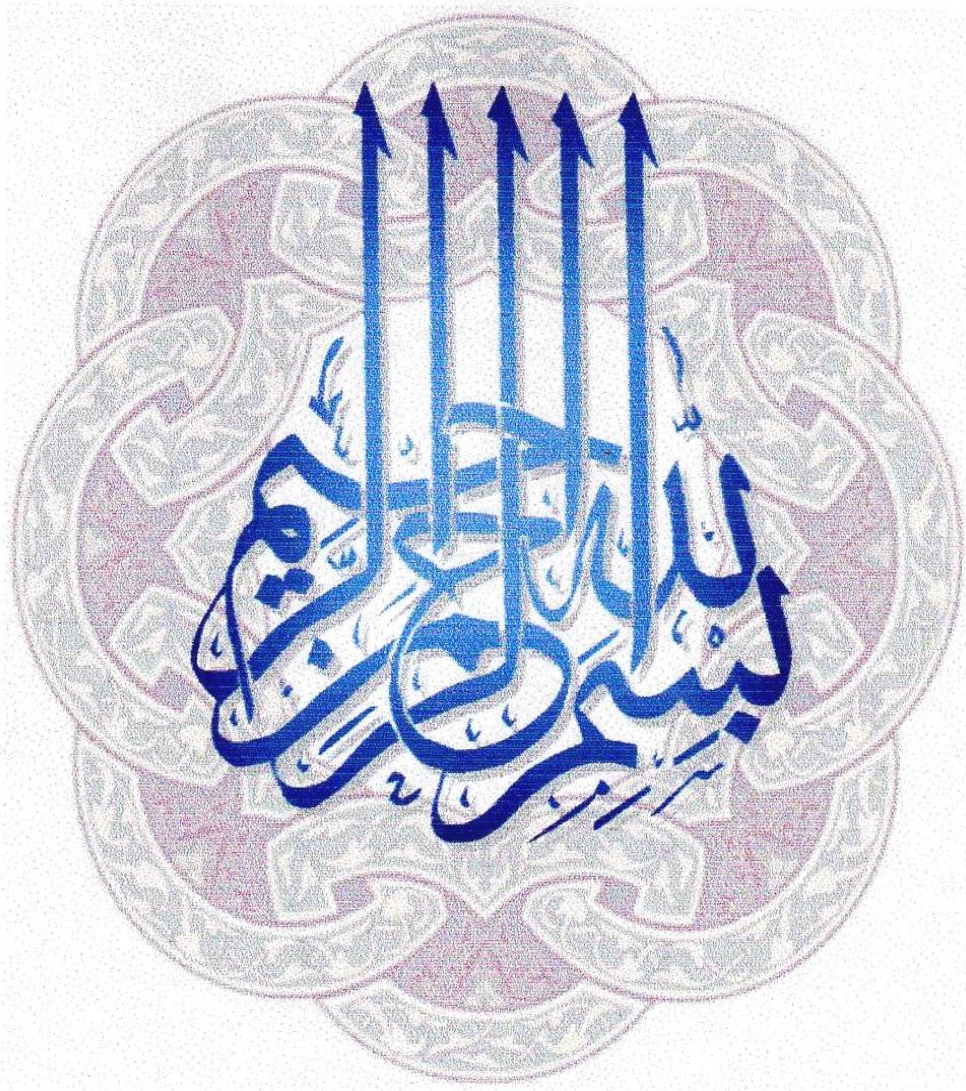
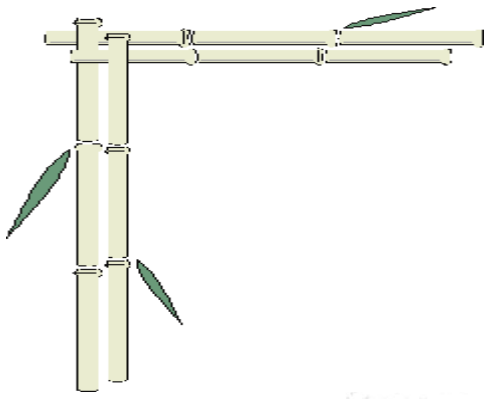
ممتحنا

د بن تريج بن تريج

أ د الزاوي أسماء

د بوهالي محمد

السنة الجامعية: 2023/2022



كلمة شكر و عرفان

و قال الله تعالى " و لئن شكرتم لأزيدكم " الآية 7 من سورة إبراهيم حمدا و شكرا الله عز و
جل في أن ... على لإتمام هذه الدراسة ذلك الحمد كثيرا ، و ذلك الشكر شكرا جزيليا يا رب
العالمين

و يقول رسول الله ، صلى الله عليه و سلم

" من لا يشكر الناس لا يشكر الله " لذا نتقدم بخالص عبارات التحية و التقدير و جزيل
الشكر و الامتنان الى الاستاذة المشرفة "الزاوي أسماء" على قبولها الإشراف على هذه
الدراسة ، و على نصائحها و تتبعها لدراستنا

كما لا يفوتنا أن نتقدم بالشكر الجزيل الى كل من : أساتذة كلية علوم الاقتصادية والتجارية
وعلوم التسيير

الى طاقم البنك الوطني الجزائري BNA على تزويدهم لنا بالمعلومات اللازمة

و الى كل من ساهم معنا من قريب أو من بعيد في هذا البحث.

الإهداء

الحمد لله الذي قدرنا على إتمام هذا العمل نهدي ثمرة جهدنا هذا إلى ...
نحتسب عملنا هذا إلى الخالق الذي أضاء طريقنا ،ونور قلوب العارفين بمعرفته
والإيمان به ونور أفئدتهم فالله ما تقبله خالصا لوجهك الكريم
إلى النور الذي ينير الدرب والسراج الذي لا ينطفئ نوره أبدا من أجل إعتلاء
سلام النجاح "الوالدين الكريمين" حفظهم الله ورعاهم.
الآن تفتح الأشرعة ونرفع المرساة لتتطلق السفينة في عرض بحر واسع مظلم هو
بحر الحياة وفي هذه الظلمة لا يضيء إلا قنديل الزكريات ذكريات الأخوة البعيدة
إلى جميع الإخوة والأخوات حفظهم الله
إلى كل الأصدقاء والأحبة

عبد العزيز، إكرام



الملخص

تهدف الدراسة إلى إبراز دور تكنولوجيا المعلومات في تحسين جودة الخدمة المصرفية في البنوك التجارية و بغية الالمام بالموضوع محل الدراسة قمنا بدراسة ميدانية بالبنك الوطني الجزائري BNA و اجراء مقابلات مع موظفي البنك في مصلحة المكلفين بالزبائن، و طرح بعض الاستفسارات حول جوانب الموضوع، بغية تسليط الضوء على تطبيق التكنولوجيا على مستوى الخدمة المصرفية على مستوى البنك، وجميع ما تم استحدثه من خدمات ودورها في جذب العملاء ومدى تحقيق رضا العميل.

إشكالية الدراسة كانت كالاتي:

كيف تساهم تكنولوجيا المعلومات في تحسين جودة الخدمة المصرفية على مستوى البنك الوطني

الجزائري BNA -وكالة الأغواط- ؟

و من خلال الطرح العام للإشكالية قمنا بطرح التساؤلات الجزئية التالية:

✓ ما هو مفهوم تكنولوجيا المعلومات المصرفية ؟ ماهي جودة الخدمة المصرفية الإلكترونية؟

✓ ما هي مختلف الخدمات المصرفية الإلكترونية المقدمة من طرف بنك الوطني الجزائري BNA

-وكالة الأغواط-؟

أما فرضيات الدراسة كانت كالاتي:

✓ تكنولوجيا المعلومات المصرفية مجموعة من المكونات المترابطة وظيفتها تجميع ومعالجة وخرن

المعلومات لدعم عملية صنع القرار لتقديم خدمات متطورة وجديدة. تعني جودة الخدمة المصرفية

قدرة المصرف على الاستجابة لتوقعات العملاء ومتطلباتهم أو التفوق عليها، فمن خلال الجودة

تسعى المصارف لدعم قدرتها التنافسية.

✓ الخدمات المصرفية الإلكترونية المقدمة من طرف بنك الوطني الجزائري - BNA وكالة

الأغواط- تتمثل في القيام بالعمليات المصرفية عن بعد من خلال منصة إلكترونية متاحة

للزبائن، ويوفر البنك لزبائنه مجموعة من البطاقات تسمح له بالسحب، والتحويل في أي وقت

على أجهزة الصراف الآلي.

الكلمات المفتاحية: تكنولوجيا المعلومات المصرفية، الخدمة المصرفية الإلكترونية، جودة الخدمة

المصرفية.

Summary:

The study aims to highlight the role of information technology in improving the quality of banking service in commercial banks, and in order to understand the subject under study, we conducted a field study in the National Bank of Algeria (BNA) and conducted interviews with bank employees in the interest of those charged with customers, and raised some inquiries about aspects of the subject, in order to shed light On the application of technology at the level of banking service at the level of the bank, and all the services that have been developed and its role in attracting customers and the extent to which customer satisfaction is achieved.

The problem of the study was as follows:

How does information technology contribute to improving the quality of banking services at the level of the National Bank of Algeria (BNA) - Agency of Laghouat -?

Through the general presentation of the problem, we raised the following partial questions:

- ✓ What is the concept of banking information technology? What is the quality of electronic banking service?.
- ✓ What are the different electronic banking services provided by the National Bank of Algeria (BNA) - Agency of Laghouat -?.

The hypotheses of the study were as follows:

- ✓ Banking information technology is a group of interrelated components whose function is to collect, process and store information to support the decision-making process to provide advanced and new services.□ The quality of banking service means the bank's ability to meet or exceed customers' expectations and requirements. Through quality, banks seek to support their competitiveness.
- ✓ The electronic banking services provided by the National Bank of Algeria (BNA) - Agency of Laghouat - are represented in carrying out banking operations remotely through an electronic platform available to customers, and the bank provides its customers with a set of cards that allow them to withdraw and transfer at any time on ATMs.

Keywords: banking information technology, electronic banking service, quality of banking service.



قائمة المحتويات

الصفحة	الموضوع
I	كلمة شكر.....
II	الإهداء.....
III	الملخص.....
V	قائمة المحتويات.....
VIII	قائمة الجداول والأشكال.....
X	قائمة المصطلحات.....
أ-هـ	مقدمة.....
الفصل الأول: تكنولوجيا المعلومات المصرفية وجودة الخدمة	
01	تمهيد الفصل.....
02	المبحث الأول: إطار مفاهيمي حول تكنولوجيا المعلومات المصرفية.....
02	المطلب الأول: : نشأة تكنولوجيا المعلومات المصرفية.....
03	المطلب الثاني: مفهوم تكنولوجيا المعلومات المصرفية.....
06	المطلب الثالث: أهداف تكنولوجيا المعلومات المصرفية.....
08	المبحث الثاني: مدخل إلى الخدمة المصرفية الإلكترونية.....
08	المطلب الأول: ماهية الخدمة المصرفية الإلكترونية.....
14	المطلب الثاني: أنواع الخدمة المصرفية الإلكترونية.....
19	المطلب الثالث: أهداف الخدمة المصرفية الإلكترونية.....
20	المبحث الثالث: تكنولوجيا المعلومات المصرفية وجودة الخدمة المصرفية.....
20	المطلب الأول: ماهية جودة الخدمة المصرفية.....
24	المطلب الثاني: أهمية جودة الخدمة المصرفية.....
26	المطلب الثالث: علاقة تكنولوجيا المعلومات المصرفية بجودة الخدمة المصرفية.....
31	خلاصة الفصل.....
الفصل الثاني : دراسة ميدانية البنك الوطني الجزائري BNA وكالة الأغواط	
33	تمهيد الفصل.....
34	المبحث الأول: تقديم البنك الوطني الجزائري BNA وكالة الأغواط.....

34	المطلب الأول: الهيكل التنظيمي البنك الوطني الجزائري BNA - وكالة الأغواط.....
37	المطلب الثاني: مهام وكالة البنك الوطني الجزائري BNA وكالة الأغواط.....
37	المطلب الثالث: أهداف وكالة البنك الوطني الجزائري BNA وكالة الأغواط.....
38	المبحث الثاني: الخدمات البنكية الإلكترونية بالبنك الوطني الجزائري BNA وكالة الأغواط.....
38	المطلب الأول: باقة الحزمة Net و باقة الحزمة Net+.....
40	المطلب الثاني: البطاقات البنكية والرسائل النصية القصيرة.....
51	المطلب الثالث: التمويل عن بعد.....
52	المبحث الثالث: إحصائيات حول الخدمات البنكية الإلكترونية لدى البنك الوطني الجزائري BNA وكالة الأغواط....
52	المطلب الأول: إحصائيات البطاقات البنكية لدى البنك الوطني الجزائري BNA وكالة الأغواط.....
54	المطلب الثاني: إحصائيات الخدمة الحزمة NET والحزمة NET + لدى البنك الوطني الجزائري BNA وكالة الأغواط.....
56	المطلب الثالث: جودة الخدمات البنكية الإلكترونية على مستوى البنك الوطني الجزائري BNA وكالة الأغواط.....
59	الخاتمة.....
63	قائمة المراجع.....
67	الملاحق.....



قائمة الجداول
والأشكال

قائمة الجداول

الصفحة	العنوان	الرقم
39	الفرق بين باقة الحزمة Net و باقة الحزمة + Net	01
40	أسئلة وأجوبة حول الإنخراط في منصة الخدمات البنكية الإلكترونية	02
41	أسقف البطاقة البنكية للبنك الوطني الجزائري	03
43	أسقف البطاقة البنكية مسبقة الدفع للبنك الوطني الجزائري	04
45	أسقف البطاقة النخبة للبنك الوطني الجزائري	05
50	العمليات المسموحة على الشبابيك الأوتوماتيكية للبنك الخاصة بكل نوع من البطاقات	06
51	أنواع التمويل المتعلقة بخدمة التمويل عند بعد	07
52	تطور عدد الزبائن خلال 3 السنوات الأخيرة 2023-2020	08
68	تطور عدد الزبائن في الخدمة البنكية الحزمة NET والحزمة + NET خلال 3 السنوات الأخيرة 2023-2020	09

قائمة الأشكال

الصفحة	العنوان	الرقم
27	وجهة نظر جودة الخدمة في المصرف	01
29	الجودة من وجهة نظر مقدم الخدمة	02
36	الهيكل التنظيمي للبنك الوطني الجزائري BNA وكالة الأغواط	03
41	البطاقة البنكية الكلاسيكية	04
42	البطاقة البنكية الذهبية	05
44	البطاقة البنكية مسبقة الدفع	06
45	البطاقة البنكية بطاقة النخبة	07
46	بطاقة التوفير	08
47	بطاقة التوفير للقصر بفائدة	09
47	بطاقة التوفير للقصر بدون فائدة	10
47	بطاقة التوفير بدون فائدة	11
53	تطور عدد الزبائن خلال 3 السنوات الأخيرة 2023-2020	12

54	تطور عدد الزبائن الخدمة الحزمة NET خلال سنة 2023-2020	13
55	تطور عدد الزبائن الخدمة الحزمة + NET لال سنة 2023-2020	14



قائمة المصطلحات

الدلالة باللغة العربية	الدلالة باللغة الإنجليزية	الدلالة باللغة الفرنسية
تكنولوجيا	Technology	Technologie
المعلومات	Information	Information
أجهزة الصراف الآلي	ATM	Distributeurs Automatique de billets
خدمة	Service	Service
الخدمات المصرفية الإلكترونية	E-Banking Services	Service Bancaires Electronique
جودة الخدمة المصرفية	Service Banking Services	Qualité de service bancaire
البطاقات البلاستيكية	Plastic cards	Carte en plastique
النقود الرقمية (الإلكترونية)	Electronic Cash	Argent Nymérique
البنوك الويب	Web Bank	Banques Web
الجودة	Quality	Qualité
البطاقة البنكية	CIB	Carte Bancaire



مقدمة

تعد التطورات التي شهدها العالم في الحقبة الأخيرة من القرن الماضي وعلى رأسها التقدم التكنولوجي المذهل من أهم التغيرات التي ساهمت في إحداث تحول جذري في أنماط العمل المصرفي في عصر العولمة حيث عملت البنوك على تحديث خدماتها من خلال تكثيف الاستفادة من آثار تقنيات المعلومات والاتصالات وتطويعها بكفاءة عالية بغية ابتكار خدمات مصرفية مستحدثة وتطوير أساليب تقديمها بما يكفل انسياب الخدمات المصرفية من البنوك إلى العميل بدقة وسهولة ويسر بما يتواءم والمتطلبات المعاصرة لمختلف شرائح العملاء ويحقق للبنك نمواً في حجم عملياته وأرباحه من ناحية أخرى.

تعتبر الخدمات المصرفية من أكثر الخدمات تأثراً بالتغيرات الحادثة نظراً لما تتميز به من خصائص تؤثر على أدائها وتسليمها، الأمر الذي فرض حتمية تحديث الخدمات المصرفية بما يتوافق ومتطلبات الاقتصاد الجديد.

القطاع المصرفي من أكثر القطاعات الاقتصادية استخداماً لتطبيقات هذه التكنولوجيا مما أتاح لها فرصاً عديدة مكنتها من أحداث طفرات كبيرة في تطوير مستوى أدائها لعملياتها وخاصة في مجال جودة خدماتها، سواء فيما يتعلق بسهولة الحصول على الخدمة أو السرعة في إنجاز هذه الخدمات وتخفيض تكاليفها وبالطبع، فإن ذلك قد أدى إلى تعزيز الدور الذي تسهم به المصارف في النمو الاقتصادي للدول التي تتواجد فيها. لقد أدى التطور في تكنولوجيا المعلومات إلى دعم قدرات المصارف التجارية على تطوير أعمالها ورفع مستويات الأداء التي تعمل بها مما ساعدها على تحقيق معدلات نمو عالية مكنتها من تحقيق أرباح عالية أسهمت في تعزيز مكانتها التنافسية في الأسواق المصرفية. كذلك، كان للابتكارات التكنولوجية أثر كبير في زيادة سرعة تجهيز المعلومات وإيصالها للعملاء في أي مكان في العالم مما ساعد أيضاً في تفاعلية الشبكات المعلوماتية وعلى نطاق واسع.

وهكذا، كان للتقدم الهائل في نظم الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات انعكاسات إيجابية على النشاط المصرفي وطبيعة العمليات التي تزاولها المصارف التجارية. فقد كان الإنترنت قنوات فعالة للمصارف التجارية تعرض من خلالها خدماتها المختلفة على نطاق عالمي بأساليب بيع وترويج متقدمة لم تعهدها الأسواق من قبل. فقد أصبح التسوق عبر الإنترنت هواية يعشقها كثير من عملاء المصارف التجارية الذين يجدون في هذه المواقع ملاذهم الذي يقضون فيه ساعات فراغهم. وقد أدى ذلك إلى زيادة التراكم المعرفي لدى عملاء المصارف حول الخدمات المعروضة بتشكيلاتها ومواصفاتها مما انعكس على اختيار العملاء وتفضيلاتهم والمعايير التي تحدد هذا الاختيار.

كذلك فإن المواقع الإلكترونية للمصارف التجارية في مختلف أنحاء العالم قد أتاحت للعملاء فرص للتسوق والبحث عن الخدمات المصرفية التي يرغبون في الحصول عليها في الظروف المناسبة لهم من حيث الزمان والمكان. و هو ما دفع المصارف التجارية على الإنفاق بسخاء على إنشاء تلك المواقع مما حقق لها مستويات عالية من الانتشار الجغرافي الواسع لتقديم خدماتها المتنوعة.

و بناء على ما سبق، فإن السؤال الجوهري الذي تحاول هذه الدراسة الإجابة عنه يمكن صياغته على النحو التالي:

أولاً: الإشكالية الرئيسية

كيف تساهم تكنولوجيا المعلومات في تحسين جودة الخدمة المصرفية على مستوى البنك الوطني الجزائري BNA -وكالة الأغواط- ؟

و من خلال الطرح العام للإشكالية نطرح التساؤلات الجزئية التالية:

✓ ما هو مفهوم تكنولوجيا المعلومات المصرفية ؟ ماهي جودة الخدمة المصرفية الإلكترونية؟

✓ ما هي مختلف الخدمات المصرفية الإلكترونية المقدمة من طرف بنك الوطني الجزائري BNA

-وكالة الأغواط-؟

ثانياً: فرضيات البحث

بهدف الإجابة على إشكالية البحث نحاول اختبار صحة الفرضيات التالية:

- الفرضيات الجزئية:

✓ تكنولوجيا المعلومات المصرفية مجموعة من المكونات المترابطة وظيفتها تجميع ومعالجة وخرن

المعلومات لدعم عملية صنع القرار لتقديم خدمات متطورة وجديدة. تعني جودة الخدمة المصرفية

قدرة المصرف على الاستجابة لتوقعات العملاء ومتطلباتهم أو التفوق عليها، فمن خلال الجودة

تسعى المصارف لدعم قدرتها التنافسية.

✓ الخدمات المصرفية الإلكترونية المقدمة من طرف بنك الوطني الجزائري - BNA وكالة

الأغواط- تتمثل في القيام بالعمليات المصرفية عن بعد من خلال منصة إلكترونية متاحة

للزبائن، ويوفر البنك لزبائنه مجموعة من البطاقات تسمح له بالسحب، والتحويل في أي وقت

على أجهزة الصراف الآلي.

ثالثا: أسباب اختيار الموضوع

لم يكن اختيار الموضوع بمحض الصدفة بل كان نتيجة عدة إعتبارات منها:

1- الأسباب الذاتية:

✓ الرغبة الشخصية في الاطلاع على دور تكنولوجيا المعلومات في تحسين جودة الخدمة المصرفية على مستوى البنك.

✓ إثراء المجال العلمي والمعرفي من خلال النتائج المتوصل إليها من هذه الدراسة.

2- الأسباب الموضوعية:

✓ تكملة ما قدمته الدراسات السابقة لهذا الموضوع، وفتح مجال البحث للمهتمين به.

✓ الأهمية البالغة للموضوع التكنولوجيا على مستوى البنوك.

رابعا: أهمية الموضوع

تتبع اهمية الموضوع من خلال تسليط الضوء على التطورات والمستجدات التي حدثت على القطاع المصرفي، بعد ظهور تكنولوجيا المعلومات بشكل كبير واكتسحت مجال الخدمات الإلكترونية لإرضاء وكسب الزبائن من خلال تسهيل العمليات لضمان إستمرارية البنك.

خامسا: أهداف الموضوع

✓ التعرف على جميع الجوانب المتعلقة بتكنولوجيا المعلومات المصرفية،

✓ التعرف على دور تكنولوجيا المعلومات المصرفية في تحسين جودة الخدمة،

✓ التطرق الى الطرق و الاليات المتبعة من طرف بنك الجزائر الوطني BNA -وكالة الأغواط- في مجال تكنولوجيا المعلومات المصرفية.

سادسا: المنهج المستعمل

بغية الإلمام والإحاطة بمختلف جوانب الموضوع وتحليل أبعاده والإجابة عن الإشكالية المطروحة تم الاعتماد على المنهج الوصفي والمنهج التحليلي، حيث من خلال الفصل الأول ارتأينا إلى إعطاء نظرة عن ماهية تكنولوجيا المعلومات المصرفية وكل ما يتعلق بجودة الخدمة المصرفية الإلكترونية.

اما الفصل الثاني و التطبيقي فاستعملنا منهج دراسة الحالة مستخدمين مزيجا بين النظري الذي يشمل التعريف بالبنك و التطبيق من خلال التطرق إلى تكنولوجيا المبتكرة من طرف بنك الوطني الجزائري BNA -وكالة الأغواط- في مجال الخدمة المصرفية.

سابعاً : الدراسات السابقة

- شايب محمد، أثر تكنولوجيا الإعلام والاتصال على فعالية أنشطة البنوك التجارية الجزائرية "دراسة حالة الصندوق الوطني للتوفير والاحتياط بسطيف"، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات الحصول على شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية، فرع: اقتصاديات المالية، بنوك ونقود، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة فرحات عباس، جامعة سطيف، دفعة 2007/2006. و تتمثل اشكالية هذا البحث فيما يلي: ماهو أثر تكنولوجيا الإعلام والاتصال على فعالية أنشطة البنوك التجارية الجزائرية؟.
- ركزت الدراسة ركزت على أنواع البنوك التجارية و مختلف الأنشطة والوظائف المصرفية التقليدية من اوجه التشابه مع دراستنا أن الباحث استخدم المنهجي الوصفي التحليلي ومنهج دراسة حالة وتطرق إلى تكنولوجيا الاعلام والاتصال في القطاع المصرفي.
- صياد صبرينة، تكنولوجيا المعلومات والاتصال وتأثيرها على رضا الزبائن في المؤسسة البنكية الجزائرية "دراسة حالة عينة من البنوك التجارية الجزائرية"، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر في العلوم مالية وبنوك، تخصص مالية وبنوك، كلية العلوم الاقتصادية، جامعة ابن خلدون تيارت، دفعة 2020/2019. وكانت الإشكالية كالتالي: ماهي تأثيرات تكنولوجيا المعلومات والاتصال على رضا الزبائن في المؤسسة البنكية الجزائرية؟.
- من اوجه التشابه مع دراستنا أن الباحثة استخدم المنهجي الوصفي التحليلي وتطرق إلى ماهية تكنولوجيا المعلومات والاتصال، في حين أوجه الاختلاف فتناولت مؤشرات تكنولوجيا المعلومات والاتصال وأثرها على المؤسسة البنكية ورضا الزبائن.
- سحنون خالد، تأثير تكنولوجيا المعلومات على مردودية البنوك دراسة حالة: مقارنة بين البنوك الجزائرية والبنوك الفرنسية، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، تخصص: بنوك ومالية، كلية العلوم الاقتصادية، جامعة ابوبكر بلقايد تلمسان، دفعة 2016/2015. وكانت الإشكالية كالتالي: كيف يمكن لتكنولوجيا المعلومات أن تؤثر على مردودية البنوك؟.
- من اوجه التشابه مع دراستنا أن الباحث استخدم المنهجي الوصفي التحليلي و تكنولوجيا المعلومات في المصارف وتعمقت فيها، في حين أوجه الاختلاف تناولت العولمة و المنافسة البنكية والعوامل المؤثرة فيها بشيء من التفصيل بالإضافة إلى قياس الكفاءة المصرفية والأداء.

ثامنا: هيكل الموضوع

و للإجابة على هذه الأسئلة الواردة أعلاه واختبار صحة الفرضيات، اقتضت هذه الدراسة تناول الموضوع في مقدمة وفصلين بعدها ليطوي مجال البحث بخاتمة.

و قد تم تخصيص الفصل الأول: والذي جرى تقسيمه إلى ثلاثة مباحث، حيث تناول المبحث الأول: مدخل إلى تكنولوجيا المعلومات المصرفية، أما المبحث الثاني: مدخل إلى الخدمة المصرفية الإلكترونية، أما المبحث الثالث: تكنولوجيا المعلومات المصرفية وجودة الخدمة المصرفية.

أما الفصل الثاني: فخصص لدراسة حالة تطبيقية بالبنك الوطني الجزائري وكالة الأغواط BNA و الذي قسم الى ثلاث مباحث حيث أشرنا في المبحث الأول: تقديم البنك الوطني الجزائري BNA ووكالة الأغواط. اما المبحث الثاني: الخدمات البنكية الإلكترونية بالبنك الوطني الجزائري BNA ووكالة الأغواط، أما المبحث الثالث: إحصائيات حول الخدمات البنكية الإلكترونية لدى البنك الوطني الجزائري BNA ووكالة الأغواط.



الفصل الأول

إن التقدم التكنولوجي بمثابة الركيزة الأساسية في تحديد وصياغة نمط عمل المنظمات، وتعد المصارف أحد القطاعات الرئيسية التي تأثرت بشكل كبير بالإنجازات العلمية لما تنطوي عليه هذه الإنجازات من ابتكارات تؤثر في تحسين وتطوير العمل المصرفي وابتكار خدمات مصرفية جديدة لتحقيق مستوى أعلى من إشباع حاجات العملاء ورتباتهم، لذلك أدركت المصارف المعاصرة الترابط الوثيق بين نجاح المصارف وبين توظيف التكنولوجيا واستثمارها في تطوير قدرات ومهارات العاملين وخدمة العملاء من خلال التعرف على رغباتهم وحاجاتهم بما يحقق للمصرف ميزة تنافسية والمحافظة عليها. فضلا عن كل ذلك، فإن تطور أنشطة المصارف كان بفضل التطور العلمي والتكنولوجي السريع الذي يشهده العالم. الأمر الذي شجع المنظمات المصرفية على الأخذ بمبدأ تعدد الخدمات التي تقدمها للزبائن بعد أن كانت الخدمات التي تقدمها للزبائن تقليدية متمثلة بقبول الودائع ومنح القروض. لذا ظهرت خدمات مصرفية حديثة ومتطورة ترتب عليها تطور هائل في نظم وأساليب العمل لتواجه التنوع الكبير في الخدمات المقدمة للعملاء.

وحتى نتعمق في الدراسة أكثر قمنا بتقسيم هذا الفصل إلى ثلاث مباحث وهي كالتالي:

- ✓ المبحث الأول: مدخل إلى تكنولوجيا المعلومات المصرفية
- ✓ المبحث الثاني: مدخل إلى الخدمة المصرفية الإلكترونية
- ✓ المبحث الثالث: تكنولوجيا المعلومات المصرفية وجودة الخدمة المصرفية

المبحث الأول: مدخل إلى تكنولوجيا المعلومات المصرفية

يركز هذا المبحث على الجوانب المرتبطة بتكنولوجيا المعلومات على مستوى المصارف بداية بنشأتها، ومحاولة ضبط ما قدم لها من تعاريف والخصائص التي تتميز بها هذه الأخيرة، بالإضافة إلى الأهداف التي ترمي إليها.

المطلب الأول: نشأة تكنولوجيا المعلومات المصرفية

مرت تكنولوجيا المعلومات المصرفية بمراحل على مر التاريخ، لإدخال التكنولوجيا في المجال المصرفي وسنتطرق إلى نشأة تكنولوجيا المعلومات المصرفية من خلال هذا المطلب.

حصل العمل المصرفي بين عام 1950 و 1970 على ثلاث تطورات مهمة بدأت بإدخال المحترفين إلى العمل المصرفي أعقاب نهاية الحرب العالمية الأولى، وبعدها تم إدخال ثقافة التسويق والبيع، ثم بدأت مرحلة تأمين التكنولوجيا المتقدمة. وقد مر استخدام التكنولوجيا من قبل المصارف بستة مراحل¹:

1- مرحلة الدخول:

هي المرحلة التي دخلت التكنولوجيا إلى أعمال المصرف بغرض إيجاد حلول للأعمال المكتبية، حيث بدأ الأخصائيون في شؤون التكنولوجيا يدخلون إلى المصارف لإيجاد الحلول التكنولوجية لمشاكل الأعمال المصرفية مثل مشكلات التأخير في إعداد التقارير المالية والمحاسبية.

2- مرحلة تعميم الوعي بالتكنولوجيا

بدأت 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 مباشر من قبل الإدارة الوسطى والعليا.

3- مرحلة دخول الاتصالات والتوفير الفوري لخدمة العملاء:

تميزت هذه المرحلة بالتكاليف العالية حيث بدأ اهتمام الإدارات العليا بالتكنولوجيا، وجاءت هذه المرحلة كنقطة تحول بالنسبة للمصارف من التقليدية إلى الحديثة. بدخول تكنولوجيا الاتصال والمعلومات أصبحت درجة سرعة أداء الخدمات عالية جداً مما دفع للهتمام بالتكنولوجيا كأداة لتطور عمل المصارف وبالتالي زيادة ربحيتها.

¹ رلى نبيل دنوره، أثر جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية على رضا العملاء - دراسة على عملاء بنك البركة سورية- مشروع تخرج ماجستير التأهيل والتخصص في الجودة، الجامعة الافتراضية، سوريا، ص ص، 14، 15.

4- مرحلة الضبط أو السيطرة على التكاليف:

هي مرحلة ضبط الاستثمار في التكنولوجيا وعمدت الإدارات إلى الاستعانة بالأخصائيين والاستشاريين في شؤون التكنولوجيا لمساعدتهم في ضبط التكاليف نظراً لارتفاعها.

5- مرحلة اعتبار التكنولوجيا أصلاً كباقي أصول المصرف:

حيث تتمثل في كل الأجهزة الالكترونية والتقنيات المتطورة من إعلام آلي وشبكات الانترنت المتطورة، وكلها تعد أصلاً من أصول المصارف وبالتالي يجب أن يجني هذا الأصل مردوداً كباقي الأصول، وهنا بدأت مرحلة إدارة التكنولوجيا.

6- مرحلة اعتبار التكنولوجيا عملاً ضمن أعمال المصرف:

هي المرحلة التي بدأت فيها الإدارة الاستراتيجية للتكنولوجيا، والتي ارتكزت على تفعيل الإنتاجية على الصعيد الداخلي وتحسين الضبط على الصعيد العملي وتسويق التكنولوجيا على الصعيد الخارجي.¹

المطلب الثاني : مفهوم تكنولوجيا المعلومات المصرفية

أولاً: : مفهوم تكنولوجيا المعلومات

1. تكنولوجيا

أ. لغة:

إن كلمة تكنولوجيا هي تعريب لكلمة **Technology** والتي هي مشتقة من الكلمة اليونانية **Techne** وتعني فنا أول مهارة، أما الجزء الثاني من الكلمة **Logy** فهي مأخوذة من **Logos** والتي تعني علماً أو دراسة. ويترجم البعض كلمة تكنولوجيا إلى العربية تقنية أو تقنيات، بينما يراها البعض تعني تقانة أو تقانات. ومن المفضل، في رأي الكاتب أن تعرب إلى تسمية تكنولوجيا، أسوة بالعديد من الكلمات الأخرى المعربة، وتلافياً للإرباك.²

ب. اصطلاحاً:

يدل مصطلح "تكنولوجيا" بكل وضوح عن "التقنية الحديثة"، ولكنه أكثر بساطة ودقة منها، كما يعتبر من أكثر الألفاظ تداولاً في عصرنا الحالي، غير أنه بقدر ما يزداد شيوع استخدامه، يزداد الغموض واللبس

¹ رلى نبيل دنوره، مرجع سابق الذكر، ص 15.

² عامر إبراهيم قند ليجي، إيمان فاضل السامرائي، **تكنولوجيا المعلومات وتطبيقاتها**، الوراق للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان، الأردن، 2009، ص 35.

فيه، فموضوع التكنولوجيا لا يزال يطرح تساؤلات عديدة بشأن تحديد مفهوم دقيق لها من طرف علماء الاقتصاد وعيه تعددت الرؤى واختلفت المفاهيم حولها نذكر منها¹:

- أ. هي الأدوات أو الوسائل التي تستخدم لأغراض علمية تطبيقية والتي يستعين بها الإنسان في عمله لإكمال قواه وقدراته، وتلبية تلك الحاجات التي تظهر في إطار ظروفه الاجتماعية وكذا التاريخية.
- ب. هي عملية أو مجموعة من العمليات تسمح من خلال طريقة واضحة للبحث العلمي، بتحسين التقنيات الأساسية وتطبيق المعارف العملية من أجل تطوير الإنتاج الصناعي.

2. المعلومات

أ. لغة:

مصطلح مأخوذ أيضا من الكلمة اللاتينية "Informatio" وتعني إبلاغ أو إعطاء صورة للعقل يستطيع فهمها، وتعني المعلومات لغة "معلومة أو حقيقة أو نبأ مفيد".²

ب. اصطلاحا:

لقد اتفق معظم العلماء على ان المعلومات هي عبارة عن:

- ✓ هي بيانات قد تم معالجتها بشكل أعطى لها معنى بالنسبة لمستقبلها أو مستخدميها، وأضاف إليها قيمة حقيقية أو مدركة بالنسبة لعمليات صنع القرارات الحالية أو المستقبلية.
 - ✓ مجموعة البيانات المنظمة والمرتبطة بموضوع معين، والتي تشكل الحقائق والمفاهيم والآراء والاستنتاجات والمعتقدات التي تشكل خبرة ومعرفة محسوسة ذات قيمة مدركة في الاستخدام الحالي أو المتوقع، ونحصل على المعلومات نتيجة معالجة البيانات من خلال عمليات التوبيخ والتصنيف والتحليل والتنظيم بطريقة مخصصة تخدم هدف معين.³
- ومنه نستنتج أن تكنولوجيا المعلومات عبارة عن مجموعة من الوسائل مرتبطة فيما بينها عتاد، برمجيات، بغية الحصول على معلومات بحيث يتم تخزينها ومعالجتها وتوصيلها في الوقت المناسب بغية اتخاذ القرارات الرشيدة لتحقيق أهداف معينة.

¹ بلهوشات محمد الأمين، أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصالات على النمو الاقتصادي (دراسة حالة الدول العربية خلال سنة 2018)، مداخلة ملتقى الدكتوراه الدولي متعدد الاختصاصات (IPPM'20)، جامعة حمة لخضر الوادي، الجزائر، 23، 26 فيفري 2020، ص 02.

² حيدر شاكر نوري، محمود حسن جمعة، دراسات في أثر المعرفة وتكنولوجيا المعلومات في المنظمات، المطبعة المركزية، جامعة ديالى، العراق، 2015، ص 95.

³ بلهوشات محمد الأمين، مرجع سابق الذكر، ص ص 02، 03.

ثانياً: مفهوم تكنولوجيا المعلومات المصرفية

تعددت مفاهيم تكنولوجيا المعلومات المصرفية ويمكن حصر البعض منها فيما يلي:

يشير مفهوم التكنولوجيا المصرفية: "إلى رصيد المعرفة الذي يسمح بإدخال آليات ومعدات متطور في مجال العمل المصرفي، أي مجموعة من المعارف والمهارات والطرق والأساليب المصرفية القابلة للإستفادة منها بالتطبيق العلمي في المجال المصرفي والإستفادة من الحقائق العلمية ووضع التنفيذ بما يساهم في تقديم خدمات مصرفية جديدة مبتكرة". وتهتم التكنولوجيا في المجال المصرفي بالإستفادة من الحقائق العلمية ووضع التنفيذ العلمي بحيث تساهم في¹:

✓ تطوير الخدمات المصرفية الحالية.

✓ تقديم خدمات مصرفية جديدة.

تدل تكنولوجيا المعلومات على تطور القدرة البشرية في التعامل مع البيئة وإدراك أهمية المعلومات وفائدتها، إذ يعرفها (Pearlson & Saunders) كل أشكال التكنولوجيا المستخدمة لجمع وتخزين وتصنيع والتعامل مع المعلومات، ويمكن تمثيلها بمجموعة من المكونات المترابطة التي تجمع وتعالج وتخزن وتنتشر البيانات والمعلومات وتوفر وسيلة للتغذية العكسية لتحقيق هدف معين، أما تكنولوجيا المعلومات المصرفية فهي مجموعة من المكونات المترابطة وظيفتها تجميع ومعالجة وخرن المعلومات لدعم عملية صنع القرار والسيطرة داخل المصرف ومساعدة الإدارة والموظفين على حل المشاكل وتبسيط الأمور المعقدة وتقديم خدمات متطورة وجديدة وهي برأي (Haag & et al) أداة تستند إلى الحاسوب يستخدمها الأفراد للتعامل مع المعلومات ومعالجتها لدعم حاجات المصرف للمعلومات.²

التكنولوجيا المصرفية هي رصيد المعرفة الذي يسمح بإدخال آلات ومعدات وعمليات وخدمات مصرفية جديدة ومحسنة. وعلى ذلك يضم مصطلح التكنولوجيا في الميدان المصرفي مجالين الأول هو التكنولوجيا

¹ نور الدين كروش وآخرون، أثر استخدام تكنولوجيا المعلومات على تحسين جودة الخدمة المصرفية **Impact of IT use on improving the quality of banking**، مجلة البحوث والدراسات العلمية، المجلد 14، العدد 1، الجزائر، 2020، ص 165.

² إيناس ناصر عكلة الموسوي، أثر الخصائص التكنولوجية للمعلومات المصرفية وحوكمة المصارف في تحقيق الرقابة السلوكية "دراسة استطلاعية لأراء عينة من مديري المصارف العراقية (الحكومية والأهلية)"، مجلة دورية نصف سنوية تصدر عن كلية الإدارة والاقتصاد، جامعة كربلاء، المجلد الخامس، العدد التاسع، العراق، 2012، ص ص 43، 44.

الثقيلة وتشمل الآلات والمعدات المصرفية والبرامج، والثاني هو التكنولوجيا الخفيفة وتشمل الدراية والإدارة والمعلومات والتسويق المصرفي.¹

وتتضمن التكنولوجيا في المجال المصرفي استخدام الطرق والوسائل اللازمة لتقديم الخدمة المصرفية بالاعتماد على المعارف والمهارات والخبرات المتاحة والتي يمكن استيرادها من الخارج.²

يمكن القول بأن تكنولوجيا المعلومات المصرفية عبارة عن استعمال معدات ووسائل وتقنيات مستحدثة، لابتكار خدمات مصرفية جديدة تسعى لتسهيل الأعمال المصرفية وتقليل الصعوبات التي تواجه المصرف وزبائنه، بهدف ارضائهم وترشيد القرارات.

المطلب الثالث: أهداف تكنولوجيا المعلومات المصرفية

وتهدف المصارف من وراء استخدام تكنولوجيا المعلومات إلى تحقيق غايتين متناقضتين وهما الكسب المستمر لأعداد جديدة من الزبائن، والتخفيض المستمر في تكاليف الخدمة المصرفية المقدمة فالمصارف لا تكبر إلا بإضافة زبائن ومتعاملين جدد، وهذا التوسع لا يحصل عادة إلا بإنفاق تكاليف إضافية. حلت تقنيات الحاسبة الإلكترونية المستخدمة والمطورة دائما هذه المشكلة. وقد دلت الدراسات المنجزة في السنوات الأخيرة أن تكنولوجيا المصارف الطبقة لدى المصارف المستخدمة لها، قد أدت إلى جذب متواصل لزبائن جدد، وخفض في تكاليف الخدمة المصرفية إلى حد بعيد، حتى أصبح الإنفاق المتواصل على التكنولوجيا لدى المصارف الكبيرة يؤدي إلى جني متزايد للأرباح وبات على المصارف الأخرى لكي تبقى في دائرة التنافس أن تنتهج السبل نفسها، إذ فضلا عن أنها مطالبة دائما بإرضاء زبائنها فإنها مطالبة أيضا ضمن ظروف السوق بأن تحتفظ بعلاقات مالية مع مراسليها من المصارف داخل بلدانها وخارجها، وبفضل جهود المصرفيين ومهندسي التكنولوجيا، والرساميل الموجهة منها والتعاون فيما بينها، أصبحت مجموعات المصارف مجموعات المصارف العالمية تمتلك وسائل وأدوات التقنية المتطورة في تجميع المعلومات، ومعالجتها، وتيسير نقلها بين المتعاملين عبر العالم.³

¹ حمو محمد، زيدان محمد، إدارة التكنولوجيا المصرفية من أجل تحسين تنافسية البنوك، مع الإشارة إلى البنوك

الجزائرية «Banking Technology Management in Order to Improve the Competitiveness of Banks, the Algerian Banks»

الأكاديمية للدراسات الاجتماعية والإنسانية، قسم العلوم الإقتصادية والقانونية، العدد 16، جامعة

حسيبة بن بوعلي بالشلف، الجزائر، جوان 2016، ص 86.

² نفس المرجع، ص 87.

³ عبد الرزاق قاسم، أحمد العلي، مرجع سابق الذكر، ص 309.

إن تكنولوجيا لم تغير من الوظائف التقليدية للبنوك، كالودائع والقروض والتحويل والاعتمادات الخ، لكن الذي تغير هو أسلوب ممارسة هذه الوظائف وكيفية إيصال الخدمة إلى الزبائن في جو محكم من التنافس والمخاطرة.

وفي سياق النمو المتزايد للأعمال والتجارة، وظهرت المؤسسات المنافسة، كيف يستطيع المصرف المحافظة على زبائنه وزيادتهم لكي يضمن تحقيق مستوى مشجعا من النمو السنوي في عوائده؟

إن هذا السؤال يزداد صعوبة كلما اتسع حجم المصرف وتعددت فروعها في الداخل والخارج، وكلما تغيرت بيئة العمل من حوله. وقد أعطت تكنولوجيا المصارف قدرة إضافية للإدارة المصرفية في إمكانية التوسع والتنوع في الخدمات وفي تطوير كفاءة العمليات، وفي سرعة اتخاذ القرار وفي الرقابة، فلم يعد فتح الفروع الجديدة على السياق التقليدي بشكله كالسابق، إذ عوضت الاستخدامات التكنولوجية عن ذلك، وصارت الحاجة إلى الخدمة المصرفية في منطقة ما تحل عن طريق الأنظمة الإلكترونية والأجهزة المربوطة بها المكلفة بأداء الوظائف التي تستخدم أدوات تقنية متعددة تتيح الربط المتصل والفوري بالفروع والمصارف في المناطق الأخرى داخل البلد وخارجه وبهذه الوسائل يستطيع الزبون وهو في مكان عمله أن يودع ويسحب النقود، ويدفع الصكوك، ويحول المبالغ، ويقترض الأموال، وغير ذلك، دون الحاجة إلى إجراء الزيارة التقليدية إلى فرع المصرف الذي يتعامل معه، حتى وصل الأمر في السنوات الأخيرة، أن تُلغى الخدمات المصرفية تقدم بالوسائل المذكورة في بعض البلدان الصناعية. ويجدر بالمصرف القائم أي يسعى لاستخدام التكنولوجيا المصرفية في أعمال فروعها أن لا يتصور بأن المشكلة الأساسية هي فقط إيجاد التمويل للحصول على تلك الصناعة، وإنما لا بد أن يسبق ذلك الخيار تحديد حاجته على أساس قيامه بإنجاز عدد من الخطوات المهمة¹:

- ✓ إعادة هندسة تنظيم الفروع القائمة والوظائف الحالية، بحيث يجعل الفروع نوافذ للمصرف ككل، وليست وحدات مستقلة عن بعضها تتعامل فيما بينها كالمصارف المراسلة، ويدخل في هذا الباب التحديد للوظائف والأعمال، وخلق قاعدة للبيانات والمعلومات مبنية على أساس الربط الشبكي للفروع العاملة جميعها، وتأهيل الموظفين وتطوير استعدادهم لتأدية أعمالهم وكأنهم موظفو مبيعات، مهمتهم الأساسية هي تسويق الخدمات إلى الجمهور.
- ✓ اختيار الملائم من الأنظمة الإلكترونية والبرامج المكتوبة، إما بتطويرها بجهود الفنيين والمصرفيين من داخل المصرف أو بشرائها من المنتجين لها كسلعة جاهزة.
- ✓ ولا بد من الإشارة هنا إلى أن مسؤولية اختيار النظام، وكقاعدة عامة، تقع على عاتق المصرف وليس على عاتق الموظف الفني، وذلك لأهمية هذا القرار وخطورته.

¹ عبد الرزاق قاسم، أحمد العلي، مرجع سابق الذكر، ص 310، 311.

✓ اختيار الأجهزة التي يجري بواسطتها تنفيذ النظام، وهنا لا بد أن ينصب الاختيار على الأجهزة التي تسمح بالاستخدام المتعدد الأغراض التي تستوعب التوسع اللاحق في الأعمال خدمة للزبائن والمتعاملين، كما يدخل في قرار الاختيار بالطبع كلفة هذه الأجهزة وشروط تسليمها للمصرف. ثم يجري اختيار تقنيات الاتصال بالزبون عبر نقاط الخدمة الطرفية مثل أجهزة الصراف الآلي (ATM) والبطاقات البلاستيكية والبطاقات الذكية. أو عبر شبكة الإنترنت، وغير ذلك أن هذه الآليات تستهدف القيام بخدمة الزبون على أساس متصل وفوري وعلى نطاق المصرف ككل.

المبحث الثاني: مدخل إلى الخدمة المصرفية الإلكترونية

وفي هذا المبحث سيتم التطرق إلى الجوانب النظرية المتعلقة بالخدمة المصرفية الإلكترونية مع التركيز على مفاهيم ونشأة الخدمة المصرفية الإلكترونية، بالإضافة إلى الأنواع والأهداف، والتي سوف نعرضها فيما يلي:

المطلب الأول: ماهية الخدمة المصرفية الإلكترونية

أولاً: مفهوم الخدمة المصرفية

1. لغة:

يرجع أصل كلمة "service" إلى اللغة اللاتينية *servicium* التي تعني العبودية؛ أي كثرة خدمة الأسياد "الملوك"، أما في النشاط الاقتصادي فإن السيد هو المستهلك أو الزبون.¹

2. اصطلاحاً:

يمكن تعريف الخدمات بصورة بأنها عبارة عن تصرفات أو أنشطة أو أداء يقدم من طرف إلى طرف آخر وهذه الأنشطة تعتبر غير ملموسة ولا يترتب عليها نقل ملكية أي شيء كما أن تقديم الخدمة قد يكون مرتبطاً أو غير مرتبط بمنتج مادي ملموس.²

كما يعبر عنها كونها "مجموعة من العمليات ذات المضمون النفعي الذي يتصف بتغلب العناصر غير الملموسة على العناصر الملموسة، التي تدرك من قبل الافراد أو المؤسسات من خلال دلالاتها، وقيمتها

¹ تيقاوي العربي، قياس جودة الخدمات المصرفية في البنوك التجارية الجزائرية من منظور العملاء -دراسة ميدانية تحليلية-، مجلة الحقيقة، العدد 36، جامعة أدرار، الجزائر، 2015، 2014، ص 362.

² بريش عبد القادر، جودة الخدمات المصرفية كمدخل لزيادة القدرة التنافسية للبنوك، مجلة اقتصاديات شمال إفريقيا، العدد 03، جامعة الشلف، الجزائر، 2005، ص 253.

النفعية التي تشكل مصدرا لإشباع حاجاتهم المالية والائتمانية الحالية والمستقبلية، وتشكل في الوقت نفسه مصدرا لربحية المصرف، وذلك من خلال علاقة تبادلية بين الطرفين".¹

كما عرفت الخدمة المصرفية بأنها "عبارة عن مجموعة أنشطة تتعلق بتحقيق منافع معينة للعميل سواء كان ذلك بمقابل مادي أو بدون، فقد يقدم للبنك أحيانا خدمات مجانية دون مقابل إلى عملائه".²

تعد الخدمة المصرفية من منظور العملاء بمنزلة المصدر الذي يسعى من خلاله إلى إشباع حاجاتهم ورغباتهم، أما من منظور المصرف فإن الخدمة المصرفية تمثل رسالة وهدفا ومصدرا رئيسا ووحيدا لتحقيق الربح.³

وتتميز الخدمات المصرفية بخصائص عدة من أهمها:⁴

✓ اللاملموسية:

✓ إن الخدمات لمصرفية باستثناء حالات معينة، تلبى حاجة عامة وليس حاجة محددة بعينها؛ فالمنافع المحددة المتأتية من الخدمات المصرفية لا تظهر للعيان بوضوح، وعليه فإن المصارف تبذل جهودا مضمّنية لإيصال رسالتها إلى جمهور العملاء القائمين والمحتملين.

✓ التلازمية (التكاملية):

✓ لأن الخدمات المصرفية تنتج وتوزع في آن واحد؛ فإن اهتمام المصرف عادة في بوتقة خلق و تكوين المنفعة المكانية والزمانية، بمعنى توفير الخدمات المصرفية في المكان والزمان المناسبين.

✓ الافتقار إلى هوية خاصة:

✓ بالنسبة لجمهور العملاء فإن الخدمات التي تقدمها المصارف تكاد تكون متشابهة أو متطابقة، فالعميل غالبا ما يتعامل مع مصرف معين على أساس القرب الجغرافي، أو كون المصرف يوفر للعميل الراحة، وعليه فإن على المصرف أن يبحث عن طريقة لإرساء هوية متميزة له وترسيخ هذه الهوية في ذهن العميل.

¹ عمر علي بابكر الطاهر، نزار بن عبد الله، أثر جودة الخدمات المصرفية على رضا العملاء، المجلة العربية للنشر العلمي، العدد الرابع عشر، الأردن، 02-12-2019، ص83.

² صلاح الدين مفتاح سعد الباهي، أثر جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية على رضا الزبائن "دراسة ميدانية على البنك الإسلامي الأردني في عمان -الأردن"، رسالة استكمالا لمتطلبات الحصول على درجة ماجستير في إدارة الأعمال، كلية الأعمال، جامعة الشرق الأوسط، عمان، الأردن، دفعة 2016، ص 26.

³ تيقاوي العربي، مرجع سابق الذكر، ص363.

⁴ ميساء منير ملحم، واقع الخدمات الإلكترونية في المصارف الأردنية "دراسة مقارنة بين المصارف الإسلامية والمصارف التقليدية"، مؤتمة للبحوث والدراسات، سلسلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، المجلد 36، العدد 3، الأردن، 2021، ص ص، 21، 22.

✓ اتساع نطاق المنتجات والخدمات المصرفية:

✓ يتعين على المصرف تقديم مجموعة واسعة أو نطاق واسع من الخدمات والمنتجات المصرفية، التي تلبي الاحتياجات المتنوعة والمتربطة من الرغبات والاحتياجات التمويلية والائتمانية، والخدمات المصرفية الأخرى من جانب العملاء باختلاف أنواعهم واختلاف مناطق تواجدهم.

✓ الانتشار الجغرافي:

لكي يحقق المصرف النجاح المنشود، فإنه يتعين عليه أن يكون قادرا على الوصول إلى العملاء في الأماكن التي يتواجدون فيها، أو حيث يحتاجون إلى الخدمات المصرفية؛ فالمنافع المتأتية من المنتجات والخدمات المصرفية لن تكون لها قيمة مكانية وزمانية، إلا إذا توفرت للعميل في المكان والزمان المطلوبين.

✓ التوازن بين النمو والمخاطر:

عندما يبيع المصرف قروضا فإنه في الحقيقة يشتري مخاطر، وعليه فإن الضرورة والمنطق يقتضيان إيجاد نوع من التوازن بين التوسع في النشاط المصرفي وبين الحيطة والحذر، باعتبار أن المصرف مؤسسة تمارس نشاطها في ظل سيادة الثقة المتبادلة بين العميل والمصرف.¹

يمكن القول بأن الخدمة المصرفية تعني مجموعة من العمليات والأنشطة المالية (السحب، الإيداع، الإئتمان...) التي يقوم بها المصرف تجاه عملائه لتلبية رغباتهم و تعظيم أرباح المصرف.

ثانيا: مفهوم الخدمة المصرفية الإلكترونية

1-النشأة:

يرجع البعض ظهور الصيرفة الإلكترونية إلى السبعينات من القرن العشرين عندما بدأت المصارف تعرض خدماتها عبر الهاتف، فأصبح بإمكان العميل استخدام الخط الهاتفي للاطلاع على أرصده وتسييد فواتيره، وفي الثمانينات أصبحت تلفزة الكابل والحاسب الشخصي وسائل جديدة يمكن استخدامها في الصيرفة بالبيت وحلت بذلك مشكلة محدودية الأنظمة الهاتفية فيما يخص الكتابة والصورة، ومع التطور الكبير الذي عرفته تكنولوجيا الانترنت في نهاية الثمانينات وبداية التسعينيات وجدت فيها المصارف الوسيلة المثلى لعرض العمليات المرتبطة بالحسابات والعمليات المالية دون تحرك للسيولة النقدية.

¹ ميساء منير ملحم، مرجع سابق الذكر، ص 22.

وفي سنة 1995 عندما أنجزت شركة NATSCAPE أول برنامج يسمح بدخول مواقع الواب أصبحت الصيرفة عبر الخطوط الحقيقية ممكنة، ويعتبر أول بنك عبر الخط في العالم وهو بنك أمريكي.¹

2- المفهوم:

ويمكن تعريف الخدمة المصرفية الإلكترونية على أنها:

قيام المصارف بتقديم الخدمات المصرفية التقليدية والمبتكرة من خلال وسائط الاتصال الإلكترونية المفتوحة، وتقوم المصارف بتقديم الخدمات لتعزيز حصتها في السوق أو لخفض التكاليف أو كوسيلة لتوسيع نشاطها داخل وخارج حدودها الوطنية.²

وعرفت أيضا الخدمة المصرفية الإلكترونية بأنها "مجموعة من التقنيات والأساليب التكنولوجية التي أفرزتها الثورة التكنولوجية، والتي أدخلت في النظام المصرفي من أجل تسهيل العمليات المصرفية بين مختلف الأعوان الإقتصاديين والمتعاملين بشكل عام، والتي تشمل كل المعلومات المالية بين المنظمات والأفراد والشركات."³

كما تعرف أيضا على أنها: تقديم المصارف الخدمات المصرفية من خلال شبكات اتصال إلكترونية تقتصر صلاحية الدخول إليها إلى المشاركين فيها وفقا لشروط العضوية التي تحددها المصارف وذلك من خلال أحد المنافذ على الشبكة كوسيلة لاتصال العملاء بها بهدف⁴:

✓ إتاحة معلومات على الخدمات التي يؤديها المصرف دون تقديم خدمات مصرفية على الشبكة.

✓ حصول العملاء على خدمات مثل التعرف على معاملاتهم وأرصدة حساباتهم وتحديث بياناتهم وطلب الحصول على قروض.

¹ خالد أحمد علي محمود، اقتصاد المعرفة وإدارة الأزمات المالية في إطار المؤسسات الاقتصادية، دار الفكر الجامعي، الطبعة الأولى، الإسكندرية، مصر، 2019، ص ص، 348، 349.

² نفس المرجع، ص 349.

³ صلاح الدين مفتاح سعد الباهي، مرجع سابق الذكر، ص 27.

⁴ بشرير عمران، تهتان مراد، أثر الخدمات المصرفية الإلكترونية على تحسين جودة الخدمات بالمصارف دراسة حالة الوكالات العمومية والخاصة بولاية البليدة، معارف (مجلة علمية محكمة)، قسم العلوم الاقتصادية، العدد 20، الجزائر، جوان 2016، ص 171.

✓ طلب العملاء تنفيذ عمليات مصرفية مثل تحويل الأموال.

من الفقهاء من يعرفها بأنها "مجموعة الخدمات المالية والتجارية والإدارية الإستشارية التي تقدمها البنوك وفي حالة عجزها عن تقديم خدمة ما كان الحل باللجوء إلى المواقع لتقديم الخدمات عبر نفس موقع البنك".¹

كذلك عرفت الخدمات المصرفية الإلكترونية بأنها إجراء العمليات المصرفية بطرق مبتكرة من خلال شبكات الاتصال الإلكترونية سواء تعلق الأمر بالأعمال المصرفية التقليدية أم الجديدة، وتقتصر صلاحية الدخول إلى الخدمة المصرفية الإلكترونية على المشاركين فيها فقط وفقاً لشروط الإثبات التي يحددها المصرف. وفي ظل هذا النمط لن يكون العميل مضطراً إلى القدوم للمصرف.²

إن الخدمات المصرفية الإلكترونية أو كما تعرف بـ **E-Banking Services** كانت فقط لفحص الحسابات، بينما هي اليوم تشتمل على مجموعة واسعة من الخدمات، و إن التطور التكنولوجي سمح للبنوك ليس فقط بتقديم الخدمات القائم عليها فرع البنك عبر الإنترنت، بل أيضاً خدمات جديدة ذات قيمة مضافة وتتوفر فقط عبر الإنترنت مثل التجارة الإلكترونية والوساطة، ومعلومات القوائم المالية وتنبهات البريد الإلكتروني وخدمات الطرف الثالث كدفع الضرائب وإدارة الفواتير كالكهرباء وغيرها.³

عرفت الخدمات المصرفية الإلكترونية بأنها: " عملية تقديم الخدمات المصرفية عن طريق قنوات التوصيل الإلكترونية مثل شبكات الإنترنت والهاتف المحمول " كما عرفت بأنها " تقديم المصارف للخدمات المصرفية التقليدية والمبتكرة من خلالها شبكات اتصال الكترونية، تقتصر صلاحية الدخول إليها على المشاركين فيها وفقاً لشروط العضوية التي تحددها المصارف"، كما تعرف أيضاً بأنها " هو إجراء العمليات المصرفية بطرق إلكترونية أي استخدام التكنولوجيا والاتصالات والآلات الجديدة سواء تعلق الأمر بالأعمال المصرفية التقليدية أو الحديثة، وفي ظل هذا النمط لن يكون العميل مضطراً للتنقل إلى المصرف إذا أمكنه القيام بالأعمال التي يريدها من مصرفه من أي مكان وفي أي وقت" أو أنها تعرف

¹ إيلاف فاخر كاظم علي، مخاطر العمليات المصرفية الإلكترونية (دراسة مقارنة)، المركز العربي للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، الخيمة، جمهورية مصر العربية، 2019، ص 23.

² عبد السلام عوض خير السيد، عاصم حسن محمد، دور الشمول المالي في تعزيز جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية بالمصارف السودانية (دراسة ميدانية على بنك الخرطوم للعام 2022م)، مجلة العلوم الاقتصادية والإدارية والقانونية، المجلد 6، العدد 22، السودان، 30 سبتمبر 2022، ص 43.

³ رلى نبيل دنوره ، مرجع سابق الذكر، ص 13.

بأنها " الخدمة المصرفية الإلكترونية تعبر عن استخدام المصرف لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات من خلال الانترنت، الموزعات الآلية والهواتف الذكية...الخ بشكل يلبي حاجيات العميل وتكسب المصرف مركزا تنافسيا قويا".¹

وعليه فإن الخدمة الإلكترونية المصرفية تتجسد في استخدام مجموعة من الوسائل المستحدثة في مجال تطبيق تكنولوجيا والعصرنة على مستوى المصارف، لتقديم الخدمات إلى الزبائن منها الموزعات الآلية و بطاقات الدفع بأنواعها دون التنقل بحيث تسمح له بالقيام بمجموعة من العمليات المصرفية منها التعرف على الرصيد القيام بسحب أو تحويل مبالغ نقدية، وتسديد الفواتير حتى من الهاتف دون التنقل إلى المصرف.

¹ بن موسى امر، علماوي أحمد، جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية كمدخل لبناء مزايا تنافسية للبنوك الجزائرية
Quality of electronic banking services as an entry point to build competitive advantages of Algerian
banks، مجلة دراسات اقتصادية، العدد 38 أوت 2019، غرداية، الجزائر، ص 399.

المطلب الثاني: أنواع الخدمة المصرفية الإلكترونية

في ظل التحول من عصر المعلومات إلى عصر المعرفة ثم الحكمة والاستخدام المكثف لتقانة المعلومات والاتصالات، قامت صناعة الخدمات المصرفية والمالية بتوفير نظم وتطبيقات وأساليب جديدة تحقق الاستفادة القصوى من التكنولوجيا الحديثة في تقديم الخدمات المصرفية بالكفاءة العالية وانعكاساتها الإيجابية على جذب المتعاملين، كما ظهرت أشكال عديدة للتكنولوجيا برزت من خلالها صور مختلفة لاستخدامات التكنولوجيا المصرفية والتي يمكن إجمالها في الاتجاهين الآتيين¹:

أولاً: الاتجاه الأول: وسائل ونظم الدفع الإلكترونية.

يلمس الأفراد وقطاعات المجتمع كافة وجود تطورات متسارعة في أساليب تقديم الخدمات المصرفية من خلال وسائل ونظم الدفع الإلكترونية المختلفة وخاصة بعد انتشار عمليات التجارة الإلكترونية وتطورها على الصعيد العالمي والتي من أهمها:

1. البطاقات البلاستيكية Plastic cards:

وهي أداة مالية تسويقية تتفوق بفعاليتها على الأدوات التقليدية في التعامل المالي، فهي تعد منافساً قوياً للصك الذي نافس من قبل النقد في عمليات التبادل والدفع، ومن أهم أنواع البطاقات البلاستيكية:

بطاقة القيد الآجل و بطاقة الدفع الفوري و بطاقة الائتمان المصرفي و بطاقة السفر و التسلية و البطاقة الائتمانية المضمونة و البطاقة الذكية، و يحقق التعامل بالبطاقات البلاستيكية العديد من المنافع لأطرافها المتعاملين (البنك المصدر، حامل البطاقة، التاجر) والتي من أهمها:

- ✓ أنها أكثر أماناً من حمل النقود المعدنية أو دفتر الشيكات.
- ✓ يستطيع حاملها أن يسحب مبالغ نقدية من أي فرع من فروع البنوك الكبرى في العالم.
- ✓ زيادة الإيرادات من عمليات بيع السلع والخدمات إلى حملة البطاقات الذين يكون لهم حافز للشراء دون انتظار تواجد النقود لديهم.
- ✓ يمثل إصدار البطاقة للبنك مصدراً جديداً للإيرادات متمثلاً في الرسوم المحصلة من حملة البطاقات ومن التاجر مقابل التعجيل بسداد ثمن المشتريات إلى جانب الاستفادة من فرق سعر الصرف في حالة السداد بعملة أجنبية.

2. النقود الرقمية (الإلكترونية) Electronic Cash

¹ مصطفى يوسف كافي، النقود والبنوك الإلكترونية في ظل التقنيات الحديثة، دار مؤسسة رسلان للطباعة والنشر والتوزيع، دمشق، سوريا، 2011، ص313.

لغرض تحقيق رغبات الزبائن وكسب المزايا التنافسية طورت وسيلة دفع حديثة متمثلة بالنقود الإلكترونية التي هي عبارة عن نقود غير ملموسة تأخذ صورة وحدات إلكترونية وتخزن في مكان آمن جداً على الهارد ديسك لجهاز الكمبيوتر الخاص بالزبون حيث يعرف باسم المحفظة الإلكترونية ويمكن للزبون أن يستخدم هذه المحفظة في إتمام عمليات البيع أو الشراء أو التحويل... وغيرها من العمليات المصرفية وتعتمد فكرة النقد الرقمي على قيام الزبون بشراء عملات إلكترونية من البنك المصدر الذي يقوم بإصدارها ويتم تحميل هذه العملات إلى الحساب الخاص للزبون وتكون في صورة وحدات عملة صغيرة القيمة ولكل وحدة رقم خاص أو علامة خاصة من البنك المصدر وبالتالي هذه وعند تفعيل العملات الإلكترونية محل العملات العادية وتكون بنفس القيمة المحددة عليها في عمليات البيع والشراء بين الزبون والمحلات التجارية (البائع)، ويمكن للبائع إحالة العملات الإلكترونية المتاحة لديه إلى عملات حقيقية من خلال البنك المصدر. وتحقق النقود الإلكترونية مزايا منها¹:

سهولة الاستخدام _ الأمان _ انخفاض التكاليف _ السرية _ الخصوصية.

حيث يستطيع الزبون في ظل هذا النظام الجديد أن يقوم بعملية الشراء والإيداع دون أن يكون مضطراً لتقديم أية معلومات إلى الحد الذي يثير المخاوف حول إمكانية استخدام هذه السرية في الأنشطة الإجرامية المتمثلة بالتهرب الضريبي وعمليات غسل الأموال الأخرى التي هي محور بحثنا.

ثانياً: الاتجاه الثاني: خدمات الصيرفة الإلكترونية

1. خدمات الصراف الآلي:

ظهرت أجهزة الصراف الآلي في السبعينات من القرن العشرين الماضي كبديل لموظفي الصرافة في الفروع المصرفية لتقليل عدد المعاملات داخل البنك، أما في الثمانينات من نفس القرن بدأ الاهتمام بتخفيض التكاليف من ثم البحث عن تحقيق ميزة تنافسية، وتعتبر الصرافات الآلية أولى آلية تطور العمل المصرفي حيث تعتمد على وجود شبكة من الاتصالات تربط فرع البنك الواحد أو فروع كل البنوك في حالة قيامها بخدمة أي عميل من أي بنك، وقد تطور عمل هذه الأجهزة حيث أصبحت تقوم بالوصول إلى بيانات العملاء فوراً، والتي تقدم خدمات متقدمة في صرف المبالغ النقدية، لكن هذه الأجهزة لم تعد تقتصر على مجرد وسيلة للحصول على النقود، بل حالياً تقوم بوظائف متقدمة

¹مصطفى يوسف كافي، مرجع سابق الذكر، ص 314.

تمكن العملاء والموظفين من استلام رواتبهم وحقوق الضمان الاجتماعي، كما تسمح لهم بالوصول إلى حساباتهم الجارية، وأصبحت حالياً تقدم مجموعة من الوظائف نذكر منها¹:

- ✓ التعرف على رصيد الحساب.
- ✓ القيام بسحب وإيداع نقدي.
- ✓ إجراء تحويلات نقدية بين الحسابات.
- ✓ طلب دفتر الشيكات.
- ✓ سداد الفواتير.

ففي فرنسا اخترع في نهاية العام 2003 صراف آلي يسمح بإيداعات نقدية سواء أكانت أوراقاً أو قطعاً معدنية أو حتى شيكات، حيث يقبل هذا الجهاز التعامل مع حوالي 100 شيك و 250 ورقة نقدية ويستطيع حساب 500 قطعة نقدية في الدقيقة.

2. نقاط البيع الإلكترونية:

وهي الآلات التي تنتشر لدى المؤسسات التجارية والخدمية بمختلف أنواعها، ويمكن للعميل استخدام بطاقات بلاستيكية أو بطاقات ذكية للقيام بأداء مدفوعاته من خلال الخصم على حسابه إلكترونياً، بتمرير هذه البطاقة داخل هذه الآلات المتصلة إلكترونياً بحواسيب المصرف.²

3. الصيرفة المنزلية:

وهو ذلك الحاسب الشخصي الموجود في أي مكتن سواء بالمنزل أو العمل والذي يتصل بحاسب المصرف، بحيث يتمكن العميل من خلاله القيام بالعمليات المصرفية باستخدام كلمة سر أو رقم سري.³

4. الصيرفة الهاتفية:

مع تطور الخدمات المصرفية على مستوى العالم أنشأت المصارف خدمة "الهاتف المصرفي" لتسهيل إدارة العملاء لعملياتهم البنكية وتقادي البنوك طوابير العملاء للاستفسار عن حساباتهم وتستمر هذه الخدمة 24 ساعة يومياً (بما فيه الإجازات والعطلات الرسمية)، تقدم هذه الخدمة بالاعتماد على شبكة الإنترنت المرتبطة بفروع البنك حيث تمكن العميل من الحصول على خدمات محددة، فقط بإدخال الرقم السري الخاص به، ومن الخدمات التي يقدمها الهاتف المصرفي على مستوى العالم:

¹ محمد الصيرفي، إدارة العمليات المصرفية: العادية، غير العادية، الإلكترونية، دار الفجر للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، مصر، 2016، ص 217.

² ميساء منير ملحم، مرجع سابق الذكر، ص 24.

³ نفس المرجع، ص 24.

- ✓ يتم تطبيق هذا النظام في " ميلاند بنك " اسم "First Direct Account" عن طريق الاتصالات الهاتفية بإدخال الرقم السري الخاص بالعميل ليحول من حسابه بالمصرف لسداد بعض التزاماته مثل فاتورة التليفون، الغاز، الكهرباء.
- ✓ في المملكة المتحدة الأمريكية أدخلت هذه الخدمة منذ عام 1986 تم إدخال خدمات جديدة للهاتف المصرفي تتمثل في خدمة التحويلات المالية من حساب العميل لسداد الكمبيالات والفواتير عليه.
- ✓ وفي نوفمبر 1994 استحدثت " باركليز بنك " خدمة تحويل الأموال، ودفع الالتزامات وأتاحت خدمة الهاتف المصرفي للعميل فرصة التعاقد للحصول على قرض أو فتح اعتمادات مستندية وغيرها.¹

5. التلفزيون الرقمي:

وهو عبارة عن ربط عبر الأقمار الصناعية بين جهاز التلفزيون بالمنزل وبين حاسب البنك، بحيث يمكن الدخول من خلال رقم سري إلى حاسب البنك أو شبكة الإنترنت وتنفيذ العمليات المطلوبة، ويُعد هذا التلفزيون من أحدث القنوات التي تم ابتكارها والتي تمكن المصارف من التفاعل مع العملاء في مواقعهم خصوصاً في المنزل مع ربات البيوت، لاسيما في حالة عدم توفر جهاز حاسب.²

6. خدمة الرسائل البنكية:

وهذه الرسائل 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.

ثم تطورت الخدمة حيث أصبحت ترسل للعميل رسائل فور حدوث حركات معينة مثل:

- ✓ وصول رواتب.
- ✓ وصول حوالة.
- ✓ رفض شيك.

✓ سحب شيك أكبر من قيمة معينة في حسابه.

والآن أصبحت هذه الخدمة ترسل رسالة للعميل عن حدوث أية حركات مالية على حسابه، وتخبره أيضاً بأية خدمات مثل:

- ✓ استحقاق وديعة.

¹ مصطفى يوسف كافي، مرجع سابق الذكر، ص 159.

² ميساء منير ملحم، مرجع سابق الذكر، ص 25.

✓ استحقاق كمبيالة أو قرض أو كفالة... الخ.

✓ الموافقة على قرض.¹

7. بنوك الأنترنت:

لها عدة تسميات البنك على الخط **Onlin Bank** بنوك الويب **Web Bank** وتعد الأشمل والأيسر والأكثر أهمية في مجال الخدمة المصرفية الالكترونية بفضل اتساع شبكة الانترنت والزيادة اليومية لمستخدميها.²

8. أوامر الدفع المصرفية الالكترونية و خدمات المقاصة الالكترونية:

المقاصة الالكترونية عبارة عن آلية يتم من خلالها تحويل الاموال من حسابات العملاء إلى حسابات أشخاص أو هيئات أخرى في نفس البنك أو أي فرع، حيث تعتبر هذه الوسيلة طريقة سهلة ومحكمة لإجراء المدفوعات المتكررة مثل سداد أقساط الرهن العقاري، سداد أقساط التأمين، سداد فواتير هيئات المنفعة العامة، سداد الضرائب، سداد وراتب العاملين لدى العميل... الخ، ويعرف هذا النوع في الدوائر المصرفية بالخصم المصرح به مقدما، ويفيد ذلك في سداد مثل هذه المدفوعات تلقائيا في موعدها خصما من حساب العميل ودون تحرير شيكات بالقيمة مما يقلل من الجهد والنفقة وسداد المدفوعات في وقتها.

كما يتم تسوية المدفوعات المصرفية عن طريق نظام تسوية المبالغ الإجمالية في الوقت الحقيقي، والذي هو عبارة نظام مركزي إلكتروني يعمل على أساس فوري إجمالي نهائي ومستمر لتنفيذ أوامر التحويل الدائنة ويوفر نقطة تسوية لأنظمة التسوية العاملة من خلال الحسابات المركزية للمصارف.³

¹ محمد الصيرفي، مرجع سابق الذكر، ص 219.

² عبد الهادي مسعودي، الأعمال المصرفية الإلكترونية **Electronic Banking** " يوم الكترونية & نقود إلكترونية &

بطاقات إلكترونية"، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان، الأردن، 2016، ص 26.

³ بشرير عمرا، تهتان مورا، مرجع سابق الذكر، ص ص، 172، 173.

المطلب الثالث: أهداف الخدمة المصرفية الإلكترونية

ما تجدر الإشارة إليه هنا، هو إن هذه الخدمات غرضها الرئيسي يتمثل بجملة من الأهداف، من ضمنها حصول العملاء المصرفيين على المعلومات الخاصة بكل تعاملاتهم، أي ما يخص معرفة أرصدتهم، وطلبات القروض وتحديث بياناتهم، ولأجل تنفيذ العمليات المصرفية ومثالها تحويل الأموال إلكترونياً، إذ تظهر الأهمية العملية والإقتصادية لهذه النوعية من الخدمات المصرفية التي يتم تسويتها عبر الوسائل الإلكترونية من خلال تحقيق هذه الخدمات جملة من المزايا أهمها¹:

- ✓ وصول المصارف إلى قاعدة أوسع من العملاء المودعين والمقترضين وطالبي الخدمات المصرفية.
- ✓ زيادة كفاءة المصارف من حيث السرعة والسهولة، مما يقود إلى توسيع التعامل بين المصارف.
- ✓ تمكن العميل المصرفي من تأدية عملياته المصرفية متخطياً بذلك العقبات المكانية والزمانية.
- ✓ تخفيض للنفقات التي يتحملها المصرف؛ من أجل إجراء بعض العمليات المصرفية المختلفة من دون الحاجة إلى الانتقال إلى موقع المصرف، وهذا بحد ذاته يوفر تكاليف إنشاء فروع جديدة للمصرف، لأن تكلفة إنشاء موقع على الأنترنت لا تقارن بتكاليف إنشاء فروع للمصرف، وذلك لحاجة الأخيرة إلى مباني وموظفين ذو خبرة في المجال الفني والإلكتروني، فضلاً عن حاجة هذه الفروع إلى أجهزة حديثة لمواكبة التطور الحاصل في أروقة المصارف.
- ✓ تخفيض التكاليف بالنسبة للعميل المصرفي، وذلك لأنه من خلال حاسوبه الشخصي يمكنه أن يؤدي عملياته المصرفية دون عناء ونفقات.
- ✓ تعمل هذه العمليات المصرفية الإلكترونية على إنتعاش التجارة الإلكترونية، وذلك لأنها تعمل على توفير منصة عالمية فيما يخص نجاح التطور المتسارع في تكنولوجيا الإتصالات وأجهزة الحاسوب، والبرامج المعلوماتية، وترويج الخدمات وزيادة فرص إنشاء العلاقات التجارية الدولية دون الحاجة إلى فتح أسواق جديدة.

¹ إيلاف فاخر كاظم علي، مرجع سابق الذكر، ص ص 25، 26.

المبحث الثالث: تكنولوجيا المعلومات المصرفية وجودة الخدمة المصرفية

هناك علاقة وطيدة بين استخدام تكنولوجيا المعلومات المصرفية وجودة الخدمة المقدمة للزبائن داخل المصرف، وهذا ما سنتطرق إليه من خلال هذا المبحث، بعد محاولة ضبط ما قدم لجودة الخدمة المصرفية من تعاريف بالإضافة إلى نشأتها وأهميتها.

المطلب الأول: ماهية جودة الخدمة المصرفية

أولاً: نشأة جودة الخدمة المصرفية

عند النظر لمفهوم جودة الخدمة المصرفية، نجده ينقسم لقسمين (الجودة - الخدمة المصرفية) فمفهوم الجودة Quality يعود إلى الكلمة اللاتينية **qualitas** والتي تعني طبيعة الشيء أو درجة الصلابة، وقديماً كانت تعني الدقة والاتقان. وقد حظي مفهوم الجودة بإهتمام الباحثين على مر التاريخ، وكان اول ظهور لها تحت مسمى التفتيش أو الفحص وظهر في بداية القرن 18م، حيث كانت تقاس الجودة من خلال عمليات الفحص واسبعاد المعيب منها. بعدها وفي بداية القرن العشرين ظهر مفهوم مراقبة الجودة واستخدام الاساليب الاحصائية ووجود قسم مستقل للرقابة. بعدها مرحلة تأكيد الجودة، والتي اعتبرت التأكيد على الجودة بمثابة ميزة تنافسية للمنظمات. ثم بعد ذلك مرحلة حلقات الجودة والتي اعتبرت الجودة مهمة اساسية لكل العاملين في موقعهم. بعد ذلك وفي عام 1980م ظهر مفهوم إدارة الجودة الشاملة والذي لا يزال يعمل حتى الان والذي يركز على العمل الجماعي والتركيز على العملاء ومشاركة الموردين.¹

ثانياً: مفهوم جودة الخدمة المصرفية

يعد موضوع جودة الخدمة المصرفية من الموضوعات التي تصدرت اهتمامات الباحثين، وقد تولد عن ذلك العديد من الدراسات التي عالجت الموضوع، فمن الدراسات ما انصب اهتمامه بالدرجة الأولى على

¹ حسنين السيد طه، عبد العزيز عبد الرحمن حسين، دور الوعي الإستراتيجي في تحسين جودة الخدمة المصرفية (دراسة تطبيقية)، قسم إدارة الأعمال، كلية التجارة، جامعة مدينة السادات، المجلة العلمية للدراسات والبحوث المالية والإدارية، المجلد 14، العدد 1، يونيو 2022، مصر، ص 07.

وضع تعريف لجودة الخدمة وإيضاح مفهومها، وركز آخرون على دراسة على أبعاد جودة الخدمة وطرق قياسها.¹

والمتابع لهذه المجهودات يلاحظ أن هناك تبايناً في تلك المجهودات فيما يتعلق بوضع تعريف لجودة الخدمة المصرفية، ونرى أن من المفيد استعراض بعض المفاهيم الخاصة بتعريف الجودة بصورة عامة كمدخل لتوضيح تعريف ومفهوم جودة الخدمة المصرفية.

حيث تركزت الجهود الخاصة بتعريف وقياس الجودة من الناحية التاريخية على قطاع السلع المادية إلا أن توافر المعرفة عن مفهوم الجودة بالنسبة للسلع المادية يعتبر غير كافي لتحقيق الفهم الواضح لمفهوم الجودة في صناعة الخدمات، والخدمات المصرفية على وجه الخصوص، وتستمد الصعوبة في تعريف جودة الخدمة من الخصائص المميزة للخدمات المصرفية والتي سبق ذكرها حيث تعددت رؤى الكتاب في مجال مفهوم جودة الخدمات المصرفية، حيث حددها Schwartz في أربعة أبعاد رئيسية هي: الخدمة المصرفية، أسلوب تقديمها وخدمة العميل، والموارد والإمكانات المادية والإلكترونية.²

اختلفت تعريفات جودة الخدمات المصرفية من باحث إلى آخر نظراً لصعوبة تحديد تعريف واضح ودقيق لمصطلح الجودة، وقد عرفت بأنها قدرة المصرف على توفير مستوى أداء الخدمة المصرفية يحقق إشباع احتياجات العميل. وعرفت بأنها إرضاء لمتطلبات الزبائن من قبل المصرف مع التأكيد على ضرورة قدرة المصرف على تحديد رغبات الزبائن وتطلعاتهم بشكل مسبق.³

هي ملائمة ما يتوقعه العملاء من الخدمة المصرفية المقدمة إليهم مع إدراكهم الفعلي للمنفعة التي يحصل عليها العملاء نتيجة حصولهم على الخدمة، لذا فالخدمة الجيدة من وجهة نظر العملاء هي التي تتفق وتتطابق مع توقعاتهم.⁴

¹ عبد الكريم احمد جميل، التسويق المصرفي، الجندرية للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان، الأردن، 2015، ص 139.

² عبد الكريم احمد جميل، مرجع سابق الذكر، ص 139، 140.

³ ربيع نجم الدين الجعفري، تكنولوجيا المعلومات والاتصالات ودورها في تحسين جودة الخدمات المصرفية (دراسة تطبيقية على المصارف التجارية الليبية)، مجلة القرطاس، العدد 16، ديسمبر 2021، ليبيا، ص 468.

⁴ طلال عبد الكريم القرعان، أثر الخدمات المصرفية الإلكترونية في تعزيز ولاء العملاء للقطاع المصرفي الأردني - دراسة ميدانية على البنوك التجارية العاملة في العاصمة عمان-، مجلة المثقال للعلوم الاقتصادية والإدارية وتكنولوجيا المعلومات، المجلد 8، العدد 1، عمان، الأردن، 2022، ص 17.

وتعرف بأنها أهم العوامل على الإطلاق بالنسبة لنجاح نشاط الأعمال الإلكترونية، كما أن جودة الخدمة الإلكترونية قادرة على تعظيم الميزة التنافسية، حيث إن توفير جودة خدمة عالية يزيد من ربحية المنشأة بأكملها، فإنها تؤثر على رضا الالكتروني للعميل و ولائهم الالكتروني، وهذا ما يدفع المنشآت إلى قياس جودة الخدمات الالكترونية المقدمة من خلال التعرف على الخصائص التي يستخدمها العملاء في تقييمهم لجودة الخدمة الالكترونية.¹

وجودة الخدمة تعد مقياساً للدرجة التي يرقى إليها مستوى الخدمة لتقابل توقعات العملاء، وأن الجودة التي يدركها العميل للخدمة هي الفرق بين توقعات العميل لأبعاد جودة الخدمة، وبين الأداء الفعلي الذي يعكس مدى توافر هذه الأبعاد بالفعل.²

والجودة في قطاع الخدمات المصرفية تشمل على ثلاثة أبعاد:

1. **البعد الأول:** الجودة المادية، وتتعلق بالبيئة المحيطة بتقديم الخدمة.

2. **البعد الثاني:** جودة المنظمة (البنك)، وتتعلق بصورة البنك والانطباع العام عنه من قبل العملاء.

3. **البعد الثالث:** الجودة التفاعلية، وتتعلق بمستوى العلاقة ودرجة التفاعل بين العميل ومقدم الخدمة.³

تعني جودة الخدمة المصرفية قدرة المصرف على الاستجابة لتوقعات العملاء ومتطلباتهم أو التفوق عليها، فمن خلال الجودة تسعى المصارف لدعم قدرتها التنافسية من خلال تقديم الخدمة الممتازة التي تعزز موقف المصرف ومكانته في السوق المستهدفة. أما جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية فقد عرفت على أنها إلى أي مدى يسهل الموقع على شبكة الإنترنت التسوق والشراء والتسليم بكفاءة عالية، وهنا يصف جودة الخدمة الإلكترونية من حيث الفعالية والكفاءة في تصفح الإنترنت، والشراء وتوفير السلع والخدمات عبر الإنترنت، كذلك يقصد بجودة الخدمة المصرفية الإلكترونية بأنها ملائمة ما يتوقعه العملاء

¹ رلى نبيل دنوره، مرجع سابق الذكر، ص 15.

² علي سيد اسماعيل، معجم مصطلحات المصرفية الإسلامية والمعاملات المالية المعاصرة، دار حميثرا للنشر والترجمة، الطبعة 1، القاهرة، مصر، 2019، ص ص 138، 139.

³ نفس المرجع، ص 139.

من الخدمة المصرفية المقدمة إليهم مع إدراكهم الفعلي للمنفعة التي يحصل عليها العملاء نتيجة حصولهم على الخدمة، لذا فالخدمة الجيدة من وجهة نظر العملاء هي التي تتفق وتتطابق مع توقعاتهم.¹

يمكن القول بأن جودة الخدمة المصرفية هي مدى توافق الخدمات المصرفية المقدمة من طرف المصرف، وتوقعات الزبائن، وهذا ما يسعى إليه المصرف للمحافظة على مكانته، ورفع سقف الأرباح من جهة، ومن جهة أخرى كسب ولاء الزبائن بغية تحقيق الأهداف والسياسات العامة.

ثالثاً: مقاييس جودة الخدمة المصرفية الإلكترونية

تعددت اسهامات الباحثين في ميدان تسويق الخدمات من حيث المقاييس المعتمدة في قياس جودة الخدمات الإلكترونية، منهم من حاول الإبقاء على الأبعاد الكلاسيكية للخدمة العادية وتكييف عناصرها لتستجيب لخصائص هذه الخدمة ومنهم من قدم نماذج مغايرة، حيث برزت في الأدبيات التسويقية ثلاثة مقاييس أساسية تعطي تصورات حول مستوى الجودة المدركة للخدمات الإلكترونية.

1. مقياس (webqual):

تم تطوير هذا المقياس واختباره في العديد من البحوث والدراسات التجريبية في ميادين مختلفة كالمكتبات الرقمية ومواقع البيع بالمزاد العلني ومختلف أنواع التجارة الإلكترونية، حيث يقوم هذا المقياس على اختبار ثلاثة أبعاد أساسية هي سهولة استخدام الموقع، جودة المعلومات، جودة التفاعل.

2. مقياس (E Tailq):

هو مقياس مطور انطلاقاً من أبحاث مست العديد من التصنيفات واستقصاء الكثير من العينات الاستهلاكية للزبائن التي خلصت الى مقياس مكون من أربعة أبعاد: تصميم الموقع، خدمة الزبائن، الموثوقية أي الوفاء بالالتزامات، الأمان والخصوصية.

3. مقياس (Sitequal):

هو مقياس يضم تسعة عبارات ويضم أربعة أبعاد تتمثل في سهولة الاستعمال والولوج الى المعلومة، تصميم الموقع، السرعة في المعالجة، السرية في المعلومات المالية والشخصية.

¹ عبد السلام عوض خير السيد، عاصم حسن محمد، مرجع سابق الذكر، ص 43.

يتضح من خلال المقاييس التي تم التطرق إليها أنه جودة الخدمة الإلكترونية هي: كيف يتم إيصال الخدمة باستخدام وسائل تكنولوجيا وتصميم المواقع بالشكل الذي يسهل التعامل معها، والوفاء بالالتزامات تجاه كل الزبائن دون تمييز والمعالجة السرية للمعلومات الشخصية بكل سرعة وأمان.¹

المطلب الثاني: أهمية جودة الخدمة المصرفية

تبرز أهمية الجودة في الخدمات المصرفية من خلال المزايا التي تحققها للبنك في بلوغ أهدافه والنجاح في صناعة الأعمال المصرفية، وتقديمها للعملاء في مستويات ملائمة تحقق لهم المنافع والإشباع الممكنة، وعموماً تتلخص المزايا المترتبة من تركيز البنوك جهودها في تحسين جودة خدماتها في تحسين جودة خدماتها المصرفية في النقاط التالية:²

- ✓ إدراك توقعات واحتياجات الزبائن من الخدمات المصرفية، وبالتالي الفهم الصحيح لتوقعاتهم بما يؤدي إلى تسليم الخدمة المصرفية بالشكل المطلوب، وهو ما يحقق رضا العميل عنها ويساعد المصارف في قياس هذا الرضا.
- ✓ تقديم خدمة متميزة تزيد من قدرة البنك على الاحتفاظ بالعملاء الحاليين وجذب عملاء جدد.
- ✓ إنّ الخدمات المتميزة وذات الجودة العالية تعزز من ثقة العملاء في البنك، إضافة إلى تكوين صورة ذهنية إيجابية عن سمعة البنك وخدماته المقدمة.
- ✓ تجعل جودة الخدمة المتميزة من العملاء كمندوبين يقومون ببيع منتجات البنك من خلال توجيهه، وإقناع عملاء جدد بخصائص الخدمات المصرفية.
- ✓ زيادة قدرة البنك على بيع خدمات مصرفية إضافية وجديدة.
- ✓ تحمل البنك تكاليف منخفضة لقلّة الأخطاء في العمليات المصرفية، وإنجاز الخدمة بشكل صحيح من أول مرة.
- ✓ تسمح الخدمة المتميزة من تقاضي البنك أسعار وعمولات إضافية.
- ✓ منح البنك مزيداً من الحرية في تسعير منتجاته طالما أن العلاقة بين القيمة والسعر متساوية.
- ✓ تحقيق ميزة تنافسية فريدة عن بقية البنوك ومواجهة الضغوط التنافسية.

¹ بن موسى اممر، علماوي أحمد، مرجع سابق الذكر، ص 400.

² عبد العزيز خنفوسي، قانون الدفع الإلكتروني، مركز الكتاب الاكاديمي، عمان، الأردن، 2018، ص ص، 153، 154.

وعموما تظهر أهمية الجودة في الخدمات المصرفية على المستوى الداخلي للبنك في إيجاد بنية ملائمة للعمل المصرفي تقوم على الرضا والروح المعنوية، والالتزام بين الموظفين في تحسين مستوى أداء الخدمات المصرفية، وتخفيض تكاليف الأخطاء بما يؤدي إلى تعظيم ربحية البنك، أما على المستوى الخارجي تنعكس في تعزيز سمعة البنك وصورته أمام العملاء، وزيادته قدرته على الاحتفاظ بالعملاء الحاليين وجذب عملاء جدد، وبالتالي تحقيق رضا العملاء يكسب البنك ميزة تمكنه من مواجهة منافسة البنوك الأخرى.

المطلب الثالث: علاقة تكنولوجيا المعلومات المصرفية بجودة الخدمة المصرفية

تدرس الجودة بشكل أساسي من خلال وجهتي نظر، الأولى: وجهة نظر جودة خدمة الزبون التي تميز بين الجودة المدركة والجودة المطلوبة **sought & perceived quality** والثانية: وجهة نظر مقدم الخدمة **provider** التي تميز بين الجودة المستهدفة والمسلمة **target & delivered quality** وسندرس وجهتي النظر هاتين بشيء من التفصيل¹:

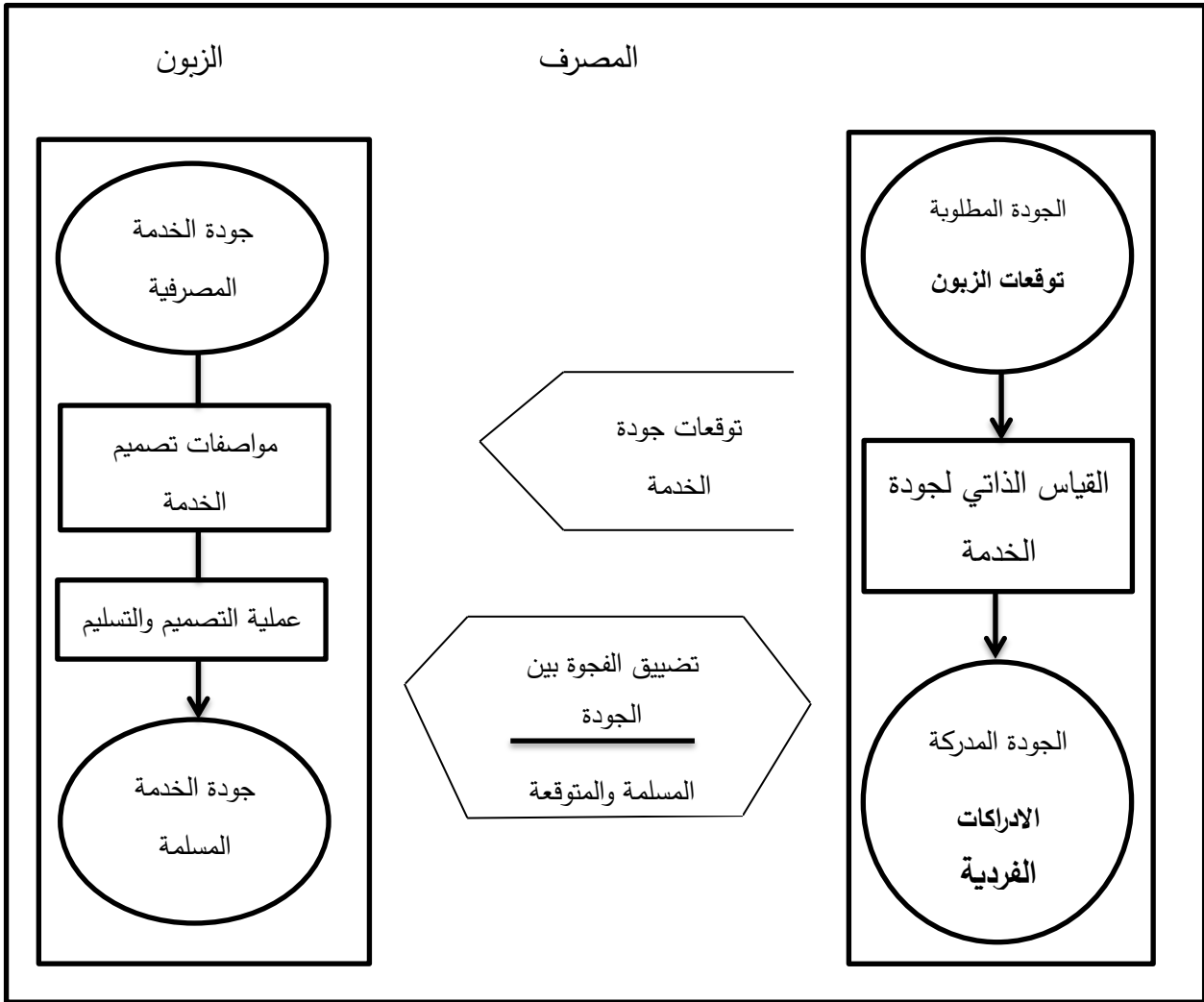
أولاً: وجهة نظر الزبون: **Customer perspective**

يعد الزبون العامل الأكثر أهمية في تصميم وتقديم وتقييم مستوى الجودة، خصوصاً في الصناعات الخدمية **Service Industries** التي تكون أكثر حساسية وعرضة للتقلبات. فالجودة المطلوبة **Sought Quality** هي مستوى جودة الطلب الصريح أو الضمني للزبائن الذي يتوقعه مقدمو الخدمة، أي أنها تشكل توقعات الزبائن التي تنشأ بتأثير عوامل متعددة، أهمها التجربة الشخصية السابقة للزبون مع الخدمة، وتوقعات المستعملين الآخرين للخدمة، وسمعة المصرف أيضاً.

في حين تعني الجودة المدركة الانطباع الكلي للزبون، والتجارب عن مستوى الجودة بعد التحقق نت الخدمة. ويعطي الاحتمال بين الجودة المدركة والجودة المطلوبة تقدم الخدمة فرصة هامة لقياس رضا الزبون بناء على صياغة وتشكيل معيار دقيق وفعلي على اساس نتائج تقييم الزبائن للخدمة. ويوضح الشكل رقم (1) وجهة نظر جودة الخدمة في المصرف.

¹ رعد حسن الصرن، أهمية دراسة العلاقة بين شبكة الانترنت وجودة الخدمة المصرفية دراسة نظرية، مجلة العلوم الإنسانية، العدد الثامن، جامعة محمد خيضر بسكرة، الجزائر، فيفري 2005، ص 35.

الشكل رقم (01): وجهة نظر جودة الخدمة في المصرف



المصدر: رعد حسن الصرن، أهمية دراسة العلاقة بين شبكة الانترنت وجودة الخدمة المصرفية دراسة نظرية، مجلة العلوم الإنسانية، العدد الثامن، جامعة محمد خيضر بسكرة، الجزائر، فيفري 2005، ص 36.

ولتعزيز جودة الخدمة المصرفية عبر شبكة الانترنت بشكل فعال، يجب على الصيرفيين أن يفهموا أولاً الخصائص والمواصفات التي يستعملها الزبائن للحكم على جودة الخدمة.¹ فالمفاهيم التقليدية لجودة الخدمة خلقت للحصول على الطبيعة الشخصية المتبادلة للتصادمات الخدمية **Service encounters**. لذا تم القيام بالعديد من الدراسات التي حددت الأبعاد الرئيسية للجودة في البيئة المصرفية التقليدية. وفي الوقت الحالي، يمثل بحث جودة الخدمة في البيئات الالكترونية جزءاً هاماً من أنشطة وبحوث علوم

¹ رعد حسن الصرن، مرجع سابق الذكر، ص 36.

الإدارة والمعلومات، كما أنه لا يعطي شكلا وصيغة موحدة لتوقعات جودة خدمة الزبائن وادراكاتهم للتجارة الإلكترونية وتطبيقاتها في الأعمال المصرفية. وهناك ما يطلق عليه حاليا اسم إدارة علاقات الزبائن **Customer Relationship Management** والتي تهدف لإدارة علاقات الزبائن عبر شبكة الانترنت. لذا فقد سميت بالإدارة الإلكترونية لعلاقات الزبائن. وأكثر من ذلك، فإن جزءا مناسباً من أدوات البحث العلمي تطبق على التجارة الإلكترونية بشكل عام. ولا يوجد هناك صيغة معينة لجمع وتحليل توقعات وادراكات الزبائن لجودة الخدمة الإلكترونية، كما أنه لا يوجد مفهوم شامل لجودة الخدمة الإلكترونية التي تقدم مجموعة أبعاد للجودة تدعم مدير الأعمال المصرفية الإلكترونية الذي يسعى لإيجاد معيار للجودة يرضي زبائن الأعمال المصرفية عبر شبكة الانترنت بشكل كامل.

أي أن الانترنت تمنح الزبون الفرصة ليحدد الوقت والمكان والطريقة التي يشتري بها الخدمة المصرفية وتعد الأعمال المصرفية الإلكترونية بمثابة سلعة تمويلية ومصرفية تخص مجموعة الخدمات الموصوفة ضمناً من خلال توجيه مجموعة من العناصر غير الملموسة عبر الشبكة، ومن خلال الاتصال غير المباشر مع الزبائن الذي يدعم بشكل كامل عن طريق تبادل المعلومات والمعارف بين المصرف وزبائنه. ومن جهة أخرى تلعب الأعمال المصرفية الإلكترونية بالضرورة دوراً هاماً في التجارة الإلكترونية بحيث أنها لا تشكل عام الأساس لتنفيذ أي نوع من معاملات التجارة الإلكترونية.¹

ولدى المصارف هذه الأيام معارف كافية لجميع تقانات التجارة الإلكترونية والدعم الفني المقدم في هذا المجال أيضاً.

ثانياً: وجهة نظر مقدم الخدمة: Provider Perspective

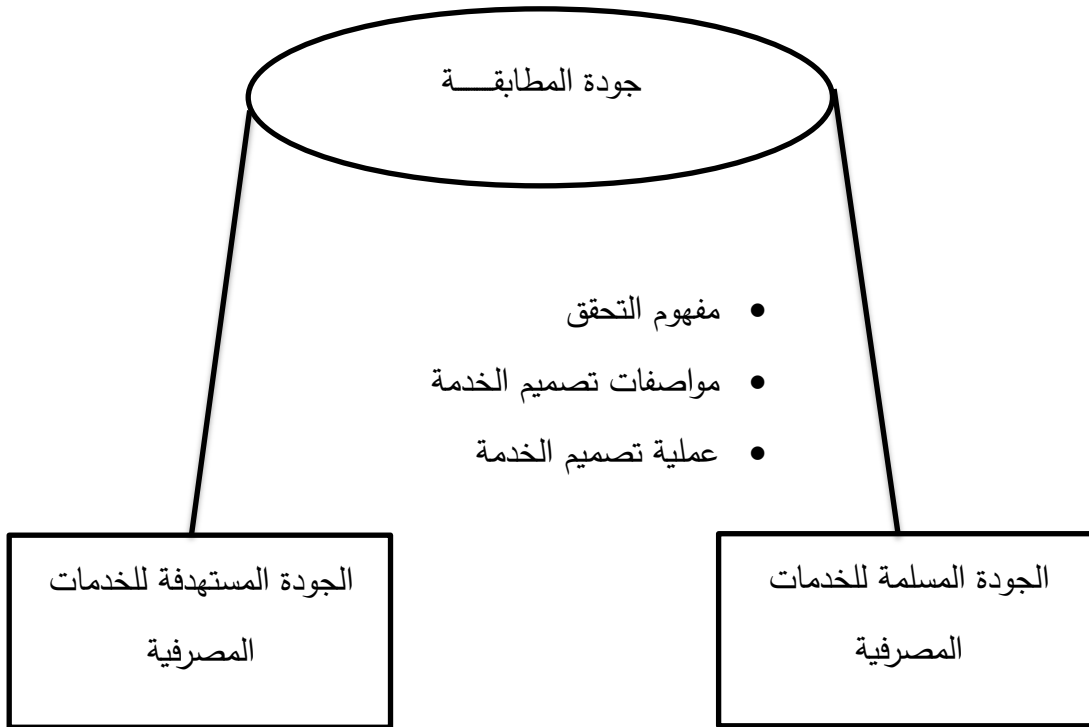
إن التركيز على العملية المصرفية أو عرض الخدمة قاد إلى تعريف الجودة داخلياً على أنها المطابقة للمتطلبات **Conformance & Requirement**. وهذا ما يؤكد على أهمية الإدارة والجودة من جانب عرض الخدمة، أو أن هناك دوراً هاماً للعملية في تحديد جودة النتائج. وتمثل جودة المطابقة ادراك الجودة من وجهة نظر مقدم الخدمة. ويعد حاملو الأسهم (المساهمين) **Shareholder** وإدارة المصرف **Bank Management** والعمال **employees** بمثابة مقدمي خدمات. ويعتمد تحقيق جودة المطابقة بين مستوى الجودة المخطط (المستهدف) والجودة الحقيقية المسلمة للزبائن على نظام إدارة جودة الخدمة في المصرف.

¹ رعد حسن الصرن، مرجع سابق الذكر، ص 37.

ويعد نظام الجودة لأي مشروع كنظام فرعي Subsystem من النظام التنظيمي العالمي الذي يراقب ويؤكد على جودة الخدمة المصرفية. ومن الضروري أن يرتبط هذا النظام الفرعي للجودة بالوظائف المناسبة للنظام العالمي.

ويتضمن نظام الجودة عناصر فرعية من طبيعة مختلفة مثل الأهداف الشخصية، أو الأهداف الموضوعية للخدمة المصرفية، والقواعد التشغيلية، ومؤشرات الأداء وشبكة الإتصالات. ويمكن أن يسمى النظام الإداري لخلق وإيجاد العملية، أو النظام الذي يتجسد في جميع وظائف القيادة والتوجيهات والتعليمات، وطرائق التنسيق وإصدار القوانين والرقابة والتغذية العكسية الداخلية والخارجية الناتجة عن التفاعل بين جميع هذه الأمور. ويوضح الشكل رقم (2) الجودة من وجهة نظر مقدم الخدمة.¹

الشكل رقم (02): الجودة من وجهة نظر مقدم الخدمة.



المصدر: رعد حسن الصرن، أهمية دراسة العلاقة بين شبكة الانترنت وجودة الخدمة المصرفية دراسة نظرية، مجلة العلوم الإنسانية، العدد الثامن، جامعة محمد خيضر بسكرة، الجزائر، فيفري 2005، ص

.38

¹ رعد حسن الصرن، مرجع سابق الذكر، ص 38.

يعد القطاع المصرفي أحد أكثر القطاعات استخداماً لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات سواء في أداء العمليات والمهام الأساسية للمصارف والمؤسسات المالية بما يضمن زيادة كفاءة العمل المصرفي أو من خلال تطوير الخدمات المقدمة وزيادة انتشارها، ويرى العديد من الباحثين أن أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصالات على جودة الخدمات المصرفية يمكن إنجازه في التالي¹:

1. تؤثر تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في نمو وتطوير تشكيلة الخدمات المقدمة للعملاء وبما يتلائم مع رغباتهم، وتساعد المصارف في التغلب على مشاكل تقادم المنتجات وتقديم خدمات إضافية حديثة من شأنها توزيع قاعدة الإيرادات للمصارف من الرسوم والعمولات بدلاً من الاعتماد على الإيرادات الناتجة عن الرق بين سعري الفائدة المدينة والدائنة.
 2. تسمح تكنولوجيا المعلومات والاتصالات للمصارف بتتبع أسواقها والتعامل مع عدد كبير من قطاعات الأنشطة المختلفة.
 3. إن ابتكار التكنولوجيا يساعد المصارف على اللحاق بالخدمات الجديدة لكنه في نفس الوقت لا يضمن بيع الخدمات، خاصة إذا بلغت هذه الخدمات مرحلة النضج وذلك بسبب تأخر تسويقها من قبل المصارف.
 4. تؤثر تكنولوجيا المعلومات والاتصالات على الكوادر البشرية بالمصارف وتقودها إلى التطوير المستمر ومواكبة التطورات الحاصلة.
- تلعب تكنولوجيا المعلومات والاتصالات دوراً مهماً وفعالاً من حيث تأثيرها على كفاءة وسرعة التنفيذ والأداء في المصارف، وتمنحها على إيجاد وتقديم خدمات ومنتجات مالية جديدة للعملاء.

¹ ربيع نجم الدين الجعفري، مرجع سابق الذكر، ص 470.

خلاصة الفصل:

توسعت المصارف في الاعتماد على الأجهزة والحواسيب الالكترونية وشبكة الاتصالات العالمية (الانترنت) بهدف تحقيق أفضل خدمة ممكنة للمساعدة في اتخاذ القرارات عن طريق جمع المعلومات وتصنيفها وتبويبها واستخدام برامج متخصصة، إذ أصبح التحدي الحقيقي للمصارف يتمثل بإيجاد مجموعة من الخدمات التي تلبي احتياجات ورغبات العملاء وتقوم توقعاتهم باعتبارهم نقطة البدء في العمل المصرفي، وقد ساعد على ذلك التطور التكنولوجي الذي حققته نظم المعلومات المصرفية. ولتعزيز جودة الخدمة المصرفية عبر شبكة الأنترنت بشكل فعال، يجب على البنوك أن يفهموا أولاً الخصائص التي يستعملها الزبائن للحكم على جودة الخدمة.

كما أن جودة الخدمة الالكترونية قادرة على تحقيق مركز تنافسي في الساحة، حيث إن توفير جودة خدمة عالية يزيد من ربحية المؤسسة البنكية، بحيث تحقق رضا العميل و ولائهم على المستوى الإلكتروني، وهذا ما يدفع البنوك إلى قياس جودة الخدمات الالكترونية المقدمة.



الفصل الثاني

بعد الاحاطة بكل جوانب الموضوع في الفصل السابق بشكل نظري و بغية منا في التوسيع اكثر لفهم الموضوع ارتأينا ان نتطرق من خلال هذا الفصل بإسقاط الدراسة النظرية على ما هو مطبق في الواقع في البنوك التجارية في الجزائر، وبالخصوص في بنك الوطني الجزائري BNA- وكالة الأغواط - و هذا من خلال زيارات ميدانية للمؤسسة البنكية و اجراء مقابلات مع اطاراتها و طرح بعض الاستفسارات حول جوانب الموضوع ، بغية تسليط الضوء على الخدمات البنكية الإلكترونية داخل هذه المؤسسة ودورها في رفع أداء الخدمة المقدمة.

و حتى نتعمق في الدراسة أكثر قمنا بتقسيم هذا الفصل إلى ثلاث مباحث وهي كالتالي:

- ✓ المبحث الأول: تقديم البنك الوطني الجزائري BNA وكالة الأغواط.
- ✓ المبحث الثاني: الخدمات البنكية الإلكترونية على مستوى البنك الوطني الجزائري BNA وكالة الأغواط.
- ✓ المبحث الثالث: إحصائيات حول الخدمات البنكية الإلكترونية لدى البنك الوطني الجزائري BNA وكالة الأغواط.

المبحث الأول: تقديم البنك الوطني الجزائري BNA - وكالة الأغواط -

يعتبر البنك الجزائري الوطني من أهم البنوك على المستوى الوطني لما له من أهمية اقتصادية واجتماعية، وهو يعتبر حسب القانون التجاري شخص معنوي يقوم بعمليات خاصة يجمع رؤوس الأموال من الأشخاص وكذلك يضع تحت تصرف الزبائن وسائل الدفع وتسييرها ويمكن تقديم البنك الوطني الجزائري من خلال التطرق إلى نشأته وبعض المعلومات المتعلقة به و مختلف النشاطات التي يقوم بها.

المطلب الأول: الهيكل التنظيمي البنك الوطني الجزائري BNA - وكالة الأغواط -

من خلال هذا المطلب سنتناول الهيكل التنظيمي الخاص بالمؤسسة محل الدراسة وهي البنك الوطني الجزائري BNA وكالة الأغواط بالإضافة إلى مهام وأهداف الوكالة.

أولاً: الهيكل التنظيمي للوكالة

و يمكن تفصيل دور كل مصلحة من خلال¹:

1-المدير:

وهو أعلى جهاز في الوكالة حيث يشرف على جميع المصالح الموجودة في الشكل التنظيمي ومن أهم مهامه:

- ✓ السهر على تطبيق القوانين وممارسة الرقابة على الموظفين.
- ✓ يقوم بوضع السياسات الخاصة بالعمل داخل الوكالة وإعداد الميزانية السنوية.
- ✓ كما يقوم بالمهام اليومية كإمضاء على الوثائق المهمة، استقبال شكاوي الزبائن...الخ.

2- الأمانة (مشرفة المدير):

ومن أهم ما تقوم به: التنظيم، تسجيل البريد الوارد والصادر ذلك بفتح سجلات خاصة بالوارد والصادر.

3. القطب التجاري:

و تضم هذه المصلحة جميع العمليات التجارية للوكالة:

أ. البنك الجالس:

و يعرف أيضا بمصلحة المسؤولين عن الزبائن ويعمل على:

- ✓ تحقيق ميزة تنافسية وإعطاء صورة جيدة للبنك؛

¹ معلومات مقدمة من طرف مصلحة الزبائن وكالة BNA-الأغواط.

✓ جذب أكبر عدد ممكن من العملاء للتعامل مع البنك؛

✓ تحقيق المنفعة المكانية والزمنية للعملاء.

ب. الصندوق المركزي:

يقوم بتنفيذ عمليات مالية خاصة بالسحب أو الدفع ويقوم بتحويلها من صيغة كتابية إلى نقدية.

ج. محاسبة المدفوعات:

يقوم فيه برصد جميع المعلومات المالية المدفوعة في البنك كالقروض، والفائدة وأيضاً ترصيد الحسابات.

4. مصلحة الشؤون القانونية:

تقوم هذه المصلحة بمتابعة الحالات المتنازع فيها، وكل ما هو قانوني، تدرس الشكاوى وطلبات تحصيل الحقوق، وتعيين المحامين الذين يمثلون البنك، ومتابعة تنفيذ الحكم.

5. مصلحة القروض والالتزامات:

وتتكون من إطارات لهم تكوين متخصص والذين يشرفون على ما يلي:

✓ دراسة الطلبات الخاصة بالقروض المطلوبة من قبل الزبائن.

✓ متابعة تطور المؤسسات المالية.

✓ تشرف على تحليل جميع الأنشطة منها: تحليل الميزانيات وجدول حسابات النتائج أي القوائم المالية قصد الدراسة.

✓ متابعة تحقيق وتجسيد المشاريع الإستثمارية الممولة من طرف البنك.

✓ إستعمال التحليل المالي، وإظهار جميع الأخطار التي قد تواجه البنك.

6. مصلحة الصندوق:

والذي ينقسم إلى:

أ. صندوق عملة محلية: و هي التي تتكفل بعمليات الإيداع المختلفة (إيداع تحت الطلب أو لأجل)، ويقوم بعمليات السحب وتحصيل الشيكات.

ب. صندوق عملة أجنبية: يقوم بعمليات الصرف وفتح الحسابات بالعملة الصعبة.

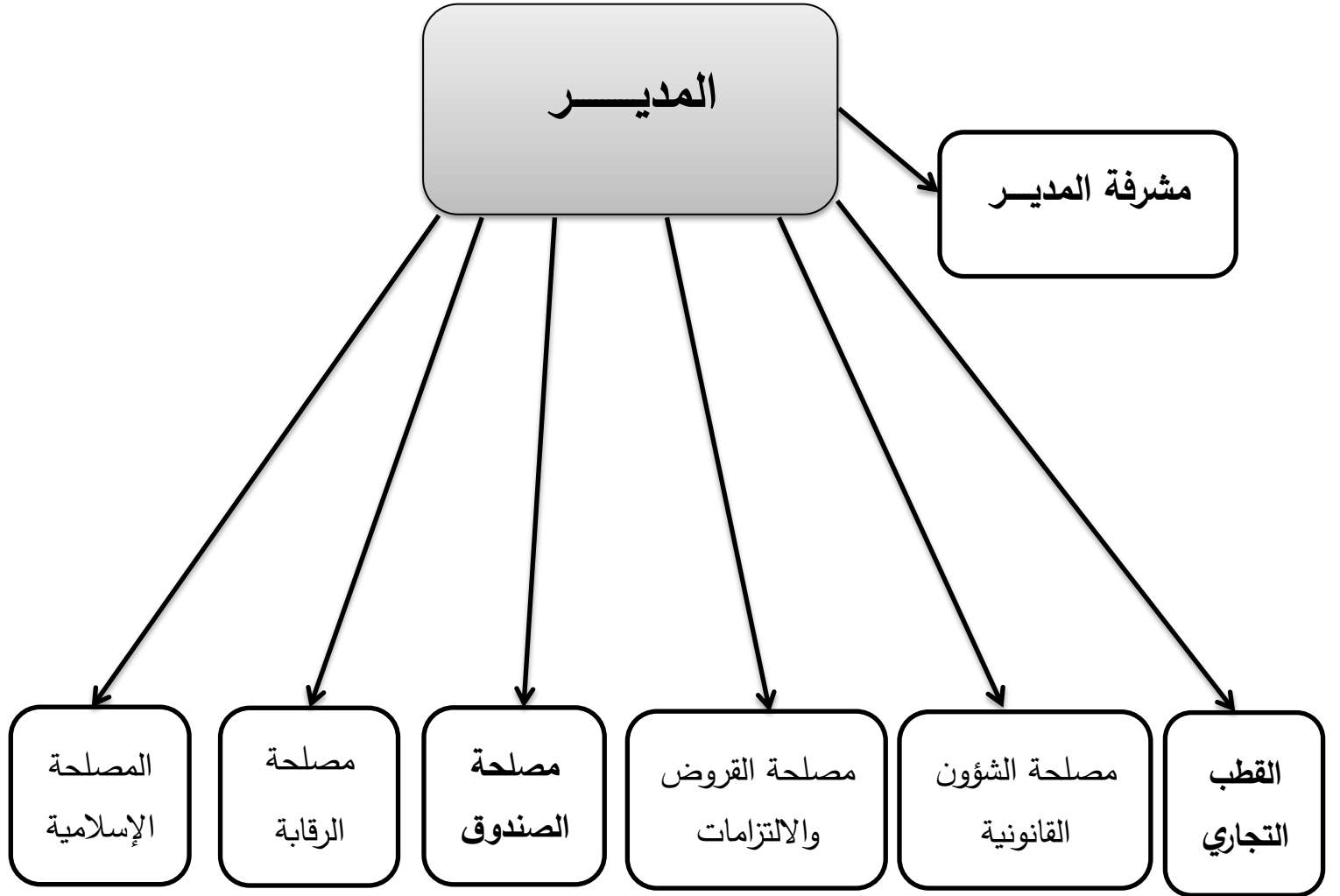
7. مصلحة الرقابة:

يتم في هذه المصلحة مراقبة المصاريف والداخلي على مستوى المؤسسة.

8. المصلحة الإسلامية:

تخص هذه المصلحة بمراقبة نشاطات العمل بالصيرفة الإسلامية.

الشكل رقم (03): الهيكل التنظيمي البنك الوطني الجزائري BNA وكالة الأغواط



المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على معلومات مقدمة من طرف مصلحة الزبائن وكالة BNA-الأغواط.

المطلب الثاني: مهام وكالة البنك الوطني الجزائري BNA وكالة الأغواط

سنعرض من خلال هذا المطلب مهام الوكالة:

تمثل الوكالات التجارية للبنك الوطني الجزائري الخلية القاعدية التي يمارس من خلالها البنك الوطني الجزائري نشاطاته وهي الواجهات التي يعرض بواسطتها منتجاته خدماته و يتعامل مصالحهم و هي وكالات تابعة مديرية الجهوية للاستغلال و تقوم بأغلب الوظائف التي يؤديها البنك.

تقوم الوكالة محل الدراسة بعدة مهام نذكر منها ما يلي¹:

- ✓ فتح حساب لكل شخص يتقدم بالطلب وذلك بما يتوافق مع القوانين المعمول بها.
- ✓ تنمية موارد و استخدامات البنك عن طريق ترقية عمليتي الادخار والاستثمار.
- ✓ المساهمة في نشر و ترقية الوعي الادخاري للإفراد.
- ✓ إنتاج و التعريف بالخدمات المصرفية الجديدة،

المطلب الثالث: أهداف وكالة البنك الوطني الجزائري BNA وكالة الأغواط

أما من خلال هذا المطلب سنعرض أهداف الوكالة.

تعتبر وكالة البنك الوطني الجزائري بالقل وكالة تجارية لها مجموعة من الأهداف نذكر منها ما يلي:

- ✓ رفع حجم الموارد بأقل تكاليف و أحسن مردودية.
- ✓ تطوير نشاطها في مجال التعاملات البنكية بما يحقق أقصى قدر من الربحية.
- ✓ تعظيم الحصة السوقية.
- ✓ إشباع حاجات و رغبات العملاء عن طريق عرض تشكيلة من الخدمات المتطورة التي يمكنها تلبية ذلك.
- ✓ ضمان التطوير للبنك في مختلف مجالات النشاط التي تهتمه.

¹ معلومات مقدمة من طرف مصلحة الزبائن وكالة BNA - الأغواط.

المبحث الثاني: الخدمات البنكية الإلكترونية على مستوى البنك الوطني الجزائري BNA وكالة الأغواط

يقدم البنك الوطني الجزائري لعملائه مجموعة من الخدمات إلكترونيا، دون عناء التنقل إلى البنك وسوف نتناول جميع هذه الخدمات في هذا المبحث والتي تتمثل في باقة الحزمة Net و باقة الحزمة Net+ والبطاقات البنكية بأنواعها والرسائل النصية القصيرة والتمويل عن بعد.

المطلب الأول: باقة الحزمة Net و باقة الحزمة Net+:

سنتناول في هذا المطلب نوع من خدمات البنك الوطني الجزائري باقة الحزمة Net و باقة الحزمة Net+:

تتيح لكم منصة الخدمات البنكية الإلكترونية (البنك عن بُعد) البقاء على اتصال دائم بحساباتكم المصرفية.¹

✓ يمكنكم اللوج إلى هذه الخدمة 24 ساعة/24 و 7 أيام/7 عبر منصة <https://ebanking.bna.dz/cust/mer/web> أو عن طريق تطبيق BN@tic الذي يمكن تحميله مجانا على Play Store و App Store.

تتوفر هذه الخدمة على حزمتين:

- ✓ الحزمة Net: موجهة للزبائن الأفراد والمهنيين و للمؤسسات ،
- ✓ الحزمة Net+: موجهة للزبائن الأفراد والمهنيين و للمؤسسات.

- ميزات باقة الحزمة Net:

- ✓ الاطلاع على الأرصدة وتاريخ أرصدة الحسابات لمدة 24 شهراً،
- ✓ الاطلاع على الحساب،
- ✓ البحث عن عمليات على الحساب،
- ✓ تحميل كشوفات الحساب وتحرير كشوفات الحساب لمدة عام وبصيغ مختلفة،
- ✓ إصدار بيانات كشف التعريف البنكية،

¹ WWW.BNA.DZ . تاريخ الإطلاع 2023/06/01.

- ✓ الاطلاع على البطاقات وعمليات الخدمات الائتمانية (الطلب، الاعتراض على البطاقة، طلب دفتر الشيكات، إلخ)؛
- ✓ خدمة الرسائل (الرسائل البنكية).

- مميزات باقة الحزمة Net+:

تتضمن ما يلي:

- ✓ التحويل لمرة واحدة من حساب إلى حساب نفس الزبون،
- ✓ التحويل إلى مستفيدين مؤطنين في وكالات البنك الوطني الجزائري والبنوك الأخرى،
- ✓ التحويلات المتعددة (EDI) ،
- ✓ خصومات متعددة على زبائن البنك الوطني الجزائري والبنوك الأخرى (الدائنين) المؤطنين في وكالات البنك الوطني الجزائري والبنوك الأخرى.

✓ الفرق بين الحزمتين:

الجدول رقم (01): الفرق بين باقة الحزمة Net و باقة الحزمة Net +

البيان	باقة الحزمة Net	باقة الحزمة Net +
	- الإطلاع على الرصيد.	- الإطلاع على الرصيد.
	- رسالة نصية SMS .	- رسالة نصية SMS .
	- .RIB	- .RIB
	- طلب صك الشيكات.	- طلب صك الشيكات.
	- طلب البطاقة الإلكترونية عن بعد.	- طلب البطاقة الإلكترونية عن بعد.
	- تحويل الأرصدة من حساب إلى حساب	- تحويل الأرصدة من حساب إلى حساب
		- .Virement

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على معلومات مقدمة من طرف مصلحة الزبائن وكالة BNA -الأغواط-.

ويتم الإشتراك في باقة الحزمة Net و باقة الحزمة Net+ من خلال إستمارة يقدمها البنك للعميل أو الزبون، ثم يصبح طلبه مفعّل على مستوى الوكالة، وبإمكانه القيام بالعمليات سالفة الذكر عن بعد (أنظر الملحق رقم (04).

الجدول رقم (02): أسئلة وأجوبة حول الإنخراط في منصة الخدمات البنكية الإلكترونية

سؤال	جواب
ماهي الإجراءات اللازمة للانخراط في منصة الخدمات البنكية الإلكترونية؟	الانخراط في منصة الخدمات البنكية الإلكترونية يكون عن طريق التوقيع على اتفاقية بين البنك الوطني الجزائري والزبون.
هل يمكنني الولوج إلى هذه الخدمة من الخارج؟	نعم، كل ما تحتاجونه الاتصال بالإنترنت والاشتراك في منصة الخدمات البنكية الإلكترونية للبنك الوطني الجزائري.
لدي حساب توفير، هل يمكنني الإشتراك في هذه الخدمة؟	نعم، ما عليكم سوى فتح حساب شيك لدفع ثمن الإشتراك.

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على: WWW.BNA.DZ. تاريخ الإطلاع 2023/06/01.

المطلب الثاني: البطاقات البنكية والرسائل النصية القصيرة

البطاقة البنكية للبنك الوطني الجزائري، هي بطاقة ما بين البنوك مدعمة بحساب بنكي، وتأتي في شكلين، وحسب دخل حامل البطاقة¹:

- ✓ البطاقة البنكية الكلاسيكية؛
- ✓ البطاقة البنكية الذهبية؛
- ✓ البطاقة البنكية هي بطاقة للسحب والدفع تسمح بإجراء العمليات البنكية التالية:
- ✓ السحب على جميع أجهزة الصراف الآلي المتواجدة على الساحة البنكية،
- ✓ الدفع الإلكتروني،
- ✓ الدفع الجوّاري على أجهزة الدفع الإلكتروني،
- ✓ الاطلاع على رصيد الحساب على أجهزة الصراف الآلي (الموزعات الأوتوماتيكية للأوراق والشبابيك الأوتوماتيكية التابعة للبنك الوطني الجزائري)،
- ✓ التحويلات على الشبابيك الأوتوماتيكية للبنك الوطني الجزائري،

¹ WWW.BNA.DZ. تاريخ الإطلاع: 2023/06/01.

- ✓ باقة من الميزات الأخرى تجديدها متاحة على أجهزة الصراف الآلي الموزعات الأوتوماتيكية للأوراق والشبابيك الأوتوماتيكية).
- ✓ البطاقة البنكية مجانا وصالحة لمدة ثلاث سنوات،
- ✓ تسهل وبشكل آمن معاملات الدفع والسحب،
- ✓ وفرة أموالكم 24/24 ساعة و7/7 أيام على جميع أجهزة الصراف الآلي (الموزعات الأوتوماتيكية للأوراق والشبابيك الأوتوماتيكية للبنك) المتواجدة على الساحة البنكية،
- ✓ وكذا المزيد من الأمان بفضل الرسائل النصية القصيرة:
- ✓ إشعاركم برسالة حول رصيد حسابكم البنكي،
- ✓ إشعاركم برسالة حول العمليات المنجزة في وقتها الفعلي.

الجدول رقم (03): أسقف البطاقة البنكية للبنك الوطني الجزائري

سقف الدفع اليومي	سقف السحب اليومي	نوع البطاقة
100.000 دج	100.000 دج	البطاقات البنكية الكلاسيكية
150.000 دج	150.000 دج	البطاقات البنكية الذهبية

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على: WWW.BNA.DZ. تاريخ الإطلاع 2023/06/01.

صلاحية كل البطاقات البنكية ثلاث (03) سنوات.

الشكل رقم (04) : البطاقة البنكية الكلاسيكية



المصدر: WWW.BNA.DZ. تاريخ الإطلاع 2023/06/01.

الشكل رقم (05): البطاقة البنكية الذهبية



المصدر: WWW.BNA.DZ. تاريخ الإطلاع 2023/06/01.

- كيفية الحصول على البطاقة البنكية (CIB) :

يتم الحصول على البطاقة الإلكترونية من خلال المراحل التالية:

- ✓ ملئ نموذج طلب بطاقة (انظر الملحق رقم 1).
 - ✓ إرسال الطلبات من قبل البنك إلى مديرية وسائل الدفع.
 - ✓ تقوم مديرية وسائل الدفع بإرسال طلبات إلى شركة النظام الإلكتروني SATIM المتخصصة بإصدار بطاقات البنكية في جميع البنوك الجزائرية.
 - ✓ تقوم شركة SATIM بإصدار البطاقات البنكية، و إعادة إرسالها إلى مديرية وسائل الدفع.
 - ✓ تقوم مديرية وسائل الدفع بإرسال البطاقات إلى الوكالة مع رقمها السري Code in و رقم الدفع عبر الإنترنت Code de payment.
 - ✓ يقوم البنك بإرسال إشعارات للعميل بصدور البطاقة و توفرها في البنك عبر رسالة نصية في الهاتف النقال أو رسالة عبر البريد الإلكتروني للعميل ، بغيت التقدم لاستلامها.
 - ✓ عند حضور العميل لاستلام البطاقة، يتم عقد اتفاقيتين بين العميل و البنك. عقد بطاقة الدفع بين البنوك (انظر الملحق رقم 2).
 - ✓ عقد عضوية الخدمة (انظر الملحق رقم 3).
- ليقوم البنك بإرسالها إلى مديرية وسائل الدفع للتأكد على استلام العميل للبطاقة، و لغرض تنشيط الرقم السري لها و رقم الدفع عبر الانترنت و تفعيل خدمة البطاقة في 24 ساعة التالية:
- ✓ في حالة عدم حضور العميل لاستلام البطاقة، يحتفظ بها البنك لمدة 90 يوم، بعد ذلك يقوم بإتلافها.

- ✓ في حالة ضياع البطاقة أو سرقتها، يتوجب على العميل الاتصال فورا بمركز اتصالات SATIM على الرقم 021.56.24.10 أو التقرب من الوكالة.
- ✓ في حالة نسيان الرقم السري، يتوجب على العميل توجيه رسالة إلى الوكالة لتقديم رقم سري جديد.

أولا: البطاقة البنكية مسبقة الدفع

- بطاقة البنكية مسبقة الدفع هي بطاقة سحب ودفح بين البنوك يتم تعبئتها عن طريق التحويل من الحساب الرئيسي للزبون (من الأفراد). ويمكن أن يكون باسم صاحب الحساب أو حامله¹.
- ✓ حيث تسمح لكم بإجراء نفس عمليات بطاقة CIB البنكية الكلاسيكية أو الذهبية: السحب من جميع أجهزة الصراف الآلي المتواجدة على الساحة المصرفية،
 - ✓ الدفع الإلكتروني،
 - ✓ الدفع عبر أجهزة الدفع الإلكتروني،
 - ✓ الاطلاع على رصيد الحساب عبر أجهزة الصراف الآلي (الموزعات الأوتوماتيكية للأوراق والشبابيك الأوتوماتيكية التابعة للبنك الوطني الجزائري)،
 - ✓ الدفع على الشبابيك الأوتوماتيكية للبنك الوطني الجزائري،
 - ✓ التحويلات على الشبابيك الأوتوماتيكية للبنك الوطني الجزائري،
 - ✓ باقة من الميزات الأخرى تجدونها متاحة على أجهزة الصراف الآلي الموزعات الأوتوماتيكية للأوراق والشبابيك الأوتوماتيكية).
- ✓ **المزايا:**

- ✓ تتيح البطاقة البنكية مسبقة الدفع للبنك الوطني الجزائري تسيير النفقات بشكل أفضل،
- ✓ يمكن للزبون الذي يتقدم بطلب للحصول على البطاقة المسبقة الدفع منح ما يصل إلى عشرة (10) بطاقات مسبقة الدفع لعشرة (10) أقارب مختلفين،
- ✓ البطاقة البيبنكية مسبقة الدفع مجانية وصالحة لمدة ثلاث (03) سنوات

الجدول رقم (04): أسقف البطاقة البنكية مسبقة الدفع للبنك الوطني الجزائري

البطاقة	سقف السحب اليومي	سقف الدفع اليومي
البطاقة البنكية مسبقة الدفع	100.000,00 دج	80.000,00 دج

¹ WWW.BNA.DZ تاريخ الإطلاع: 2023/06/01.

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على: WWW.BNA.DZ تاريخ الإطلاع 2023/06/01.

الشكل رقم (06): البطاقة البنكية مسبقة الدفع



المصدر: WWW.BNA.DZ تاريخ الإطلاع 2023/06/01.

ثالثا: بطاقة النخبة

بطاقة النخبة هي بطاقة بين البنوك مدعومة بحساب الشيك.

وتأتي في شكلين:

- ✓ بطاقة النخبة الموجهة للأفراد،
- ✓ بطاقة النخبة الأعمال الموجهة للمهنيين والمؤسسات،
- ✓ تسمح لكم بإجراء عمليات السحب والدفع الجوّاري والدفع عبر الإنترنت وكذا التحويل والتحصيل،
- ✓ كما تتوفر على وظائف أخرى عبر أجهزة الصراف الآلي (الموزعات الأوتوماتيكية للأوراق والشبابيك الأوتوماتيكية)،
- ✓ تقدم بطاقة النخبة أيضًا باقة من الخدمات الإضافية التي تتمثل في المساعدة الصحية، خدمات الاستقبال، الإرشاد والمساعدة في التأمين من الحوادث الجسمانية كلها تجدونها متاحة على الرابط .

✓ المزايا:

- ✓ رأس مال حتى مليون دينار،
- ✓ المساعدة على الطريق في حالة حدوث عطل،
- ✓ ضمان النقل والإقامة لزيارة أحد الأقارب في المستشفى،

- ✓ كما تقدم بطاقة النخبة ولوجًا نسقيا بخدمة الرسائل النصية القصيرة:
- ✓ إشعاركم برسالة نصية قصيرة عن رصيد الحساب،
- ✓ إشعاركم برسالة نصية قصيرة عن المعاملات التي قتم بإجرائها باستخدام بطاقتكم في الوقت الفعلي.

الجدول رقم (05): أسقف البطاقة النخبة للبنك الوطني الجزائري

سقف الدفع اليومي	سقف السحب اليومي	نوع البطاقة
250.000,00 دج	200.000,00 دج	بطاقة النخبة

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على: WWW.BNA.DZ تاريخ الإطلاع 2023/06/01.

الشكل رقم (07): البطاقة البنكية بطاقة النخبة



المصدر: WWW.BNA.DZ تاريخ الإطلاع 2023/06/01.

ت - مزايا بطاقة حساب توفير المدخرات:

المرونة : استخدام مدخراتك بحرية و على راحتك.

تعويض : يتم دفع مكافأة هذا الحساب بسعر فائدة ثابت و تنافسي يصل للغاية 3 % سنويًا (للصيغة مع الفوائد).

وتوفر: تحصل على أموالك تحت تصرفك على مدار 24 / 24 سا / 7 أيام بفضل السحب من جهاز الآلي لجميع البنوك.

رابعاً: بطاقة التوفير

بطاقة التوفير هي بطاقة سحب مدعومة بحسابات التوفير .

- ✓ حساب التوفير بفائدة أو بدون فائدة،
- ✓ حساب التوفير "مستقبلي" للقصر بفائدة أو بدون فائدة،
- ✓ حساب التوفير ذو عائد تصاعدي.

تتيح لكم توفير أموالكم في أي وقت وأينما كنتم 24/24 ساعة و 7/7 أيام، عبر شبكة أجهزة الصراف الآلي المتواجدة على الساحة المصرفية، كما تسمح لكم بالاطلاع على رصيد حساب التوفير الخاص بكم في أي وقت عبر أجهزة الصراف الآلي.

- ✓ المزايا¹:
- ✓ عمليات السحب مؤمنة برمز سري،
- ✓ وفرة رأس المال المدخر في أي وقت،
- ✓ بطاقة التوفير مجانية وصالحة لمدة ثلاث (03) سنوات،
- ✓ الاطلاع على رصيد حساب التوفير دون الحاجة للتنقل إلى الوكالة.

الشكل رقم (08): بطاقة التوفير



المصدر: WWW.BNA.DZ تاريخ الإطلاع 2023/06/01.

¹ WWW.BNA.DZ تاريخ الإطلاع: 2023/06/01.

الشكل رقم (09): بطاقة التوفير للقصر بفائدة



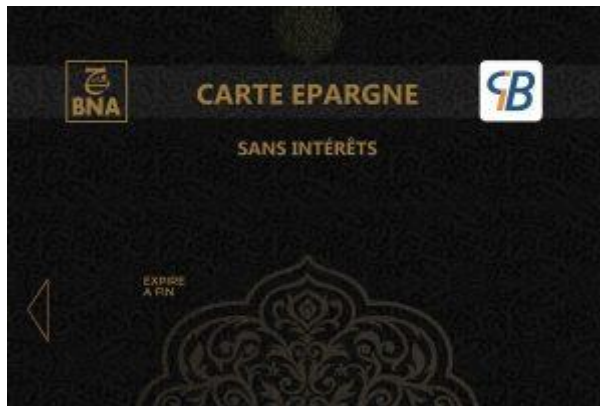
المصدر: WWW.BNA.DZ تاريخ الإطلاع 2023/06/01.

الشكل رقم (10): بطاقة التوفير للقصر بدون فائدة



المصدر: WWW.WWW.BNA.DZ تاريخ الإطلاع 2023/06/01.

الشكل رقم (11): بطاقة التوفير بدون فائدة



المصدر: WWW.BNA.DZ تاريخ الإطلاع 2023/06/01.

ما الذي يجب فعله عند ضياع أو سرقة بطاقتي البنكية؟

- ✓ التصريح بالضياع أو السرقة مقدم من طرف الشرطة أو الدرك الوطني،
- ✓ طلب الاعتراض على بطاقتكم البيبنكية عبر منصة الخدمات البنكية الإلكترونية (في غضون 48 ساعة لإنهاء إجراءات الاعتراض في وكالتكم الخاصة).
- ✓ التقدّم مباشرة على مستوى وكالتكم إذا كنتم غير منخرطين في منصة الخدمات البيبنكية الإلكترونية.

✓ ماذا يجب أن أفعل حين يتم الاستيلاء على بطاقتي البنكية؟

- ✓ كل ما عليكم فعله، هو التوجه نحو الوكالة (المكان الذي تمّ الاستيلاء فيه على بطاقتكم) مع وثيقة إثبات الهوية.

✓ كيف يمكنني الاستفادة من الخدمات الملحقة مع بطاقة النخبة؟

- ✓ للاستفادة من الخدمات الملحقة ببطاقة النخبة، ما عليكم سوى الاتصال بالمكلف بالمساعد على الرقم الآتي. 021.98.09.17

✓ ماهي الأنواع المختلفة لبطاقة النخبة؟

✓ نوعان من البطاقات:

- ✓ بطاقة النخبة الموجهة للأفراد،
- ✓ بطاقة النخبة الأعمال الموجهة للمهنيين والمؤسسات.

✓ كيف يتم الحصول على بطاقة بنكية؟

- ✓ كل ما عليكم فعله، هو التوجه إلى إحدى وكالات البنك الوطني الجزائري الأقرب إليكم، أو طلب ذلك عبر منصة الخدمات البنكية الإلكترونية.

✓ ما هي مدة صلاحية البطاقة البنكية؟

- ✓ البطاقة البنكية صالحة لمدة ثلاث (03) سنوات.

✓ أجهزة الصراف الآلي

تتيح أجهزة الصراف الآلي الموزعات الأوتوماتيكية لأوراق الشبايك الأوتوماتيكية للبنك التابعة للبنك الوطني الجزائري لزبائن البنك الوطني الجزائري، حاملي البطاقة البيبنكية بين البنوك،

بإجراء المعاملات البنكية على حساباتهم بكل أمان على مدار 24/24 ساعة و 7/7 أيام وأينما كانوا، يحوز البنك الوطني الجزائري على 171 موزع أوتوماتيكي للأوراق و 100 شبك أوتوماتيكي للبنك تغطي كل التراب الوطني.

- ✓ وظائف الموزعات الأوتوماتيكية للأوراق:
- ✓ السحب النقدي من الحساب الجاري أو التوفير،
- ✓ الاطلاع على الرصيد،
- ✓ تفعيل خدمة الدفع الإلكتروني (رسائل الرقم السري المتغير) بإدخال رقم الهاتف،
- ✓ تفعيل البطاقة البنكية،
- ✓ تغيير الرمز السري،
- ✓ الاطلاع على الرصيد بين البنوك،
- ✓ عملية الدفع بين حسابات البنك الوطني الجزائري (بين الوكالات).
- ✓ عملية تعبئة الرصيد التي تسمح بدفع الفواتير أو شحن الخطوط الهاتفية على الموزعات الأوتوماتيكية للأوراق،
- ✓ كشف مصغر على الموزعات الأوتوماتيكية للأوراق إصدار آخر العمليات التي تم إجراؤها بالبطاقة البنكية، فيما يتعلق بالمدفوعات على أجهزة الدفع الإلكتروني، الأنترنت وذلك على الموزعات الأوتوماتيكية للأوراق.
- ✓ **وظائف الشبائك الأوتوماتيكية للبنك:**
- ✓ السحوبات والمدفوعات النقدية،
- ✓ تواريخ العمليات،
- ✓ التحويل إلى حساب البنك الوطني الجزائري،
- ✓ إيداع الأوراق النقدية في حساب آخر للبنك الوطني الجزائري.
- ✓ تحويلات من حساب لآخر،
- ✓ الاطلاع على الرصيد،
- ✓ الاطلاع على كشف التعريف البنكية،
- ✓ دفع الأوراق النقدية في الحساب،
- ✓ طلب دفتر الشيكات وتحويل الشيكات إلى التحصيل،
- ✓ العمليات عبر دفتر التوفير الإلكتروني.

الجدول رقم (06): العمليات المسموحة على الشبابيك الأوتوماتيكية للبنك الخاصة
بكل نوع من البطاقات

بطاقة التوفير	بطاقة النخبة للأفراد	بطاقة النخبة للأفراد	بطاقة الأعمال	البطاقة مسبقة الدفع	البطاقة البنكية للأفراد	عمليات الشبابيك الأوتوماتيكية للبنك
✓		✓		✓	✓	الاطلاع على الرصيد
✓	✓	✓	✓	✓	✓	السحب الشبابيك الأوتوماتيكية للبنك
✓		✓		✓	✓	الاطلاع على آخر العمليات
		✓		✓	✓	طلب دفتر الشيكات
✓		✓		✓	✓	طلب كشف التعريف البنكية
		✓		✓	✓	التحويلات
		✓		✓	✓	إيداع الأوراق النقدية في حسابه الخاص
		✓		✓	✓	إيداع الأوراق النقدية في حساب آخر
		✓		✓	✓	إيداع الشيكات في حسابه الخاص
		✓		✓	✓	إيداع الشيكات في حساب آخر

المصدر: WWW.BNA.DZ. تاريخ الإطلاع 2023/06/01.

المطلب الثالث: التمويل عن بعد

- ✓ صيغة مجانية وحصرية، متاحة 24/24 و 7 أيام/7،
- تسمح لكم بطلب التمويل الخاص بكم مباشرة عن بُعد وتحديد موعد مع الوكالة الأقرب إليكم لإنهاء معاملات طلب التمويل.
- ✓ يمكنكم الولوج إلى خدمة " طلب التمويل عن بُعد " عن طريق ¹ :
- ✓ تطبيق BN@ tic ، على الفضاء العام من خلال النقر على خانة "تمويل"،
- منصة الخدمات المصرفية الإلكترونية <https://e banking.bna.dz/customer/> BNA
- بالنقر على زر " طلب التمويل عن بُعد"، موقع طلب التمويل عن بُعد-<https://ouverture-de-compte.bna.dz/accounts/signup/>
- ✓ كيف تعمل؟
- ✓ الولوج إلى منصة طلب التمويل عن بُعد من خلال إحدى القنوات المذكورة أعلاه
- ✓ اختاروا التمويل الذي يناسبكم،
- ✓ قوموا بإجراء محاكاة (للزبائن الأفراد)،
- ✓ قوموا بإنشاء فضاء الزبون،
- ✓ اطلبوا التمويل،
- ✓ حملوا الوثائق اللازمة،
- ✓ حددوا موعدا مع الوكالة الأقرب إليكم لإنهاء معاملات طلب التمويل.

الجدول رقم (07): أنواع التمويل المتعلقة بخدمة التمويل عند بعد

ما هي أنواع التمويل المتعلقة بهذه الخدمة؟
ميع صيغ التمويل، التقليدية أو الإسلامية، معنية بخدمة طلب التمويل عن بُعد.

المصدر: WWW.BNA.DZ تاريخ الإطلاع 2023/06/01.

¹ WWW.BNA.DZ تاريخ الإطلاع: 2023/06/01.

المبحث الثالث: إحصائيات حول الخدمات البنكية الإلكترونية لدى البنك الوطني الجزائري BNA وكالة الأغواط

سنتطرق في هذا المبحث إلى إحصائيات الخدمات البنكية الإلكترونية والتي تخص البطاقات البنكية والحزمة NET والحزمة NET + على مستوى البنك الوطني الجزائري BNA وكالة الأغواط.

المطلب الأول: إحصائيات البطاقات البنكية لدى البنك الوطني الجزائري BNA وكالة الأغواط

من خلال هذا المطلب سنتطرق إلى تطور عدد الزبائن خلال 3 سنوات الأخيرة و سنة 2020-2022 فيما يخص البطاقات البنكية بأنواعها.

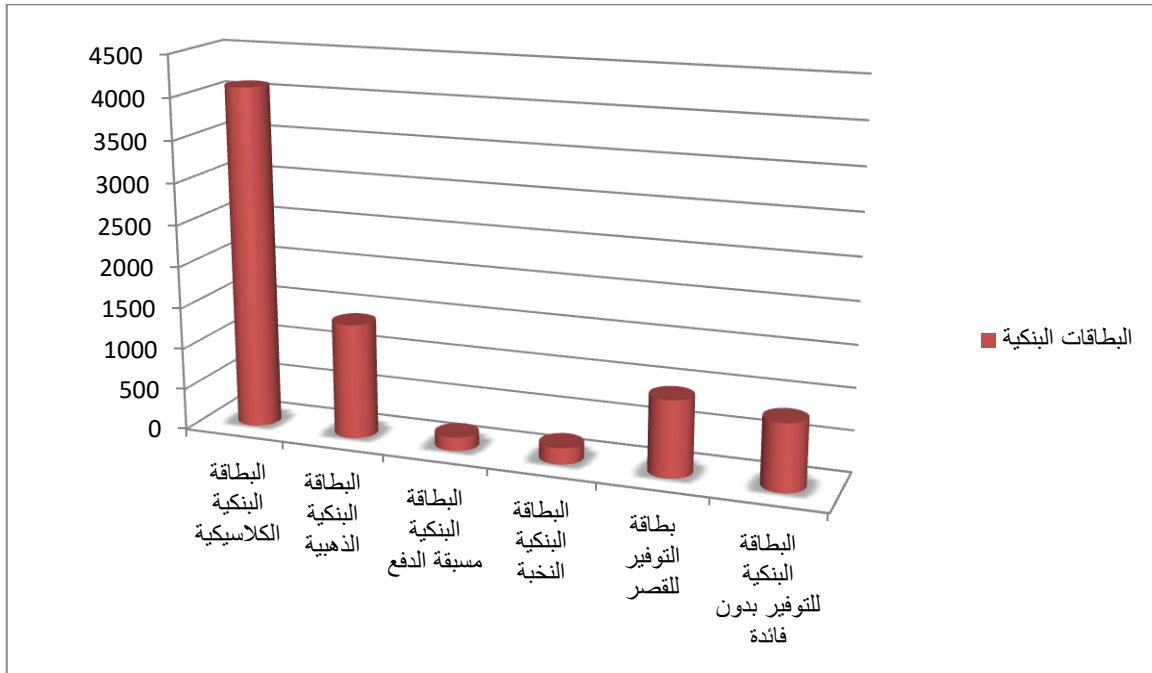
أولاً: تطور عدد الزبائن خلال 3 السنوات الأخيرة 2020-2022

الجدول رقم (08): تطور عدد الزبائن خلال 3 السنوات الأخيرة 2020-2022

البيان	عدد الزبائن
البطاقة البنكية الكلاسيكية	4100
البطاقة البنكية الذهبية	1390
البطاقة البنكية مسبقة الدفع	164
البطاقة البنكية - النخبة-	197
بطاقة التوفير للقصر	920
البطاقة البنكية للتوفير بدون فائدة	810

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على معلومات مقدمة من طرف مصلحة الزبائن وكالة BNA -الأغواط-.

الشكل رقم (12): تطور عدد الزبائن خلال 3 السنوات الأخيرة 2020-2022



المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على معلومات مقدمة من طرف مصلحة الزبائن وكالة BNA -الأغواط-.

نلاحظ من خلال الجدول والشكل السابقين، أن هناك طلب كبير من طرف زبائن الوكالة على البطاقات البنكية بأنواعها وعلى رأسهم البطاقة البنكية الكلاسيكية وتليها مباشرة البطاقة البنكية الذهبية.

المطلب الثاني: إحصائيات الخدمة الحزمة NET والحزمة + NET لدى البنك الجزائري BNA وكالة الأغواط

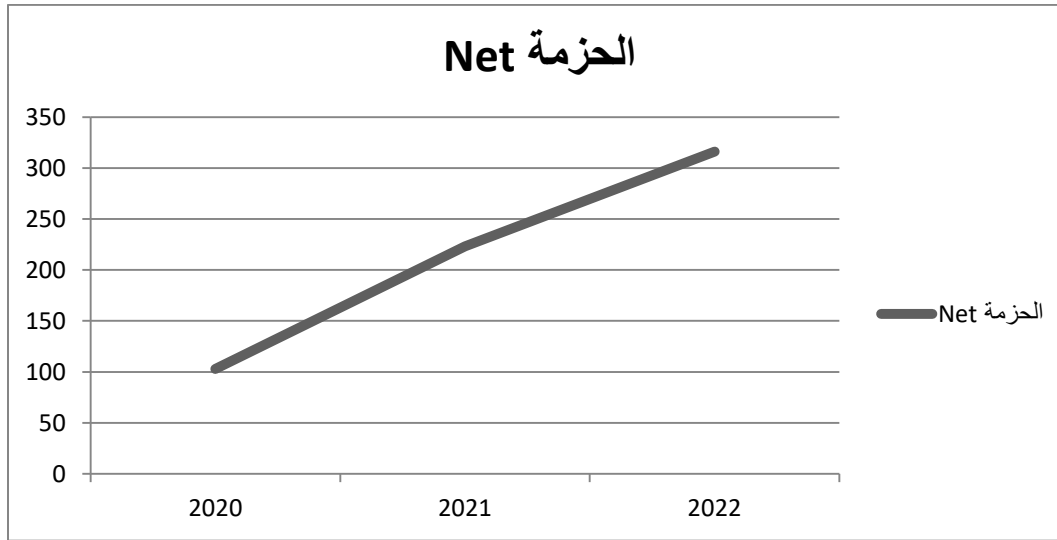
من خلال هذا المطلب سنتطرق إلى تطور عدد الزبائن خلال 3 سنوات الأخيرة 2020-2022 فيما يخص الحزمة NET والحزمة + NET.

الجدول رقم (09): تطور عدد الزبائن في الخدمة البنكية الحزمة NET والحزمة + NET خلال 3 السنوات الأخيرة 2020 - 2022

السنوات	2020	2021	2022
الحزمة NET	103	223	316
الحزمة + NET	75	91	105

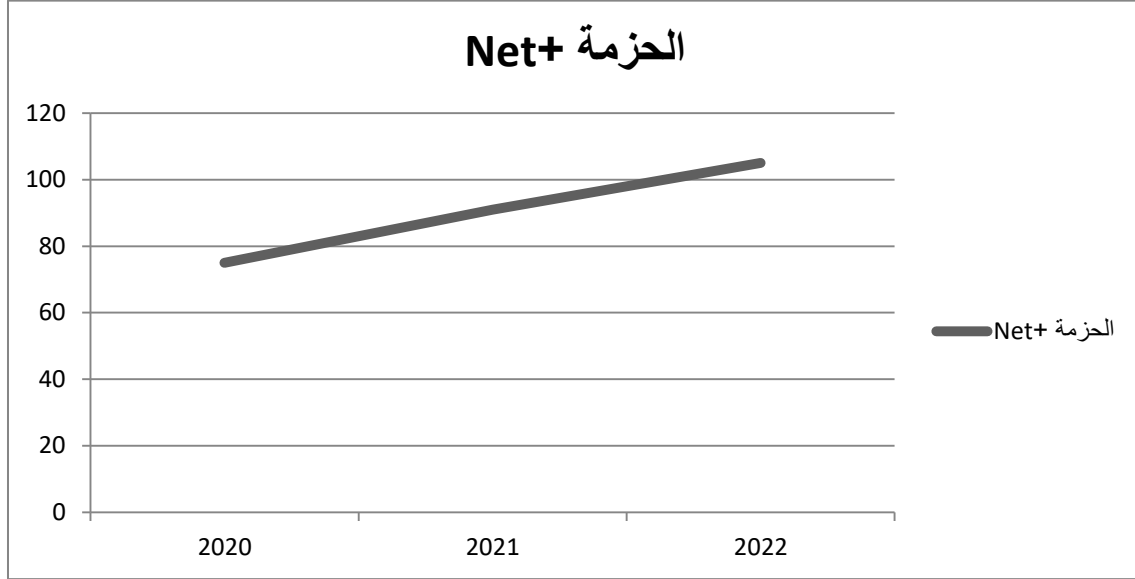
المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على معلومات مقدمة من طرف مصلحة الزبائن وكالة BNA - الأغواط.

الشكل رقم (13): تطور عدد الزبائن الخدمة الحزمة NET خلال سنة 2020-2022



المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على معلومات مقدمة من طرف مصلحة الزبائن وكالة BNA - الأغواط.

الشكل رقم (14): تطور عدد الزبائن الخدمة الحزمة+ NET خلال السنوات الثلاث الأخيرة 2022-2020



المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على معلومات مقدمة من طرف مصلحة الزبائن وكالة BNA -الأغواط-.

نلاحظ من خلال الجدول والشكل السابقين، أن هناك تزايد في عدد عملاء الوكالة فيما يخص الخدمتين الخدمة الحزمة NET والحزمة + NET خلال السنوات الثلاث الأخيرة 2022-2020 وهذا ما صرح به أيضا أحد إطارت البنك.

المطلب الثالث: جودة الخدمات البنكية الإلكترونية على مستوى البنك الوطني الجزائري BNA وكالة الأغواط

من خلال مقابلة مع أحد موظفي البنك الوطني الجزائري BNA وكالة الأغواط بمصلحة الزبائن، والإحصائيات المذكورة سابقا توصلنا إلى أن الطلب على البطاقات البنكية بأنواعها (البطاقة البنكية الكلاسيكية، البطاقة البنكية الذهبية، البطاقة مسبقة الدفع، بطاقة النخبة، بطاقة التوفير، بطاقة التوفير للقصر بفائدة، بطاقة التوفير بدون فائدة) في تزايد خلال السنوات الثلاث الأخيرة 2020-2022 وتشهد إقبالا كبيرا من طرف عملاء البنك ، كذلك الخدمات المقدمة على موقع البنك، نظرا لسهولة القيام بالعمليات، خصوصا أنها تجنبهم عناء التنقل إلى الوكالة و طوابير الانتقال حتى أنها تفك الضغط على موظفي الوكالة، بحيث كان الإعتماد الخدمات البنكية الإلكترونية في الوكالة له مساهمة إيجابية في تطوير وتحسين جودة الخدمة البنكية، واتضح أن الخدمات البنكية الإلكترونية المقدمة من قبل الوكالة ذات جودة عالية مما أدى إلى الإحتفاظ بالعملاء الحاليين وجذب عملاء جدد، ليزيد من حصتها السوقية ويدعم وضعه التنافسي من أجلقاء والاستمرار.

خلاصة الفصل:

من خلال دراستنا لبنك الوطني الجزائري BNA- وكالة الأغواط - وذلك لمعرفة واقع تطبيق التكنولوجيا على مستوى البنك من خلال تقديم خدمات إلكترونية منها البطاقات البنكية بأنواعها (البطاقة البنكية الكلاسيكية، البطاقة البنكية الذهبية، البطاقة مسبقة الدفع، بطاقة النخبة، بطاقة التوفير، بطاقة التوفير للقصر بفائدة، بطاقة التوفير بدون فائدة) عبر الشبائيك والموزعات الآلية التي توفرها الوكالة محل الدراسة، بالإضافة إلى توفير موقع خاص بالبنك يتم من خلاله القيام بمجموعة من العمليات منها: طلب الرصيد من خلال الرسائل النصية القصيرة، التحويل، وطلب التمويل عن بعد والتي من شأنها تسهيل العمليات لزبائن ونيل رضاهم.



الخاتمة

في ختام دراستنا نستطيع القول بأن التغيّر التكنولوجي هاماً للغاية بالنسبة للمصارف ، بحيث استخدام التكنولوجيا في المصارف يعد من أهم المتغيرات التي ساهمت في إحداث تحول جذري في أنماط العمل المصرفي ، حيث اهتمت البنوك اهتماماً كبيراً بتكثيف الاستفادة من أحدث تقنيات المعلومات والاتصالات والحواسب الآلية وتطويرها بكفاءة عالية بغية ابتكار خدمات مصرفية مستحدثة وتطوير أساليب تقديمها بما يكفل انسياب الخدمات المصرفية من البنوك الى العملاء بدقة وسهولة ويسر ، الأمر الذي يتواءم مع المتطلبات المعاصرة والمتزايدة لمختلف شرائح العملاء من ناحية ويحقق للبنك نمواً مطرداً في حجم عملياته وأرباحه من ناحية أخرى.

ومن هذا المنطلق جاءت هذه الدراسة لتجيب على الإشكالية التالية: **كيف تساهم تكنولوجيا المعلومات في تحسين جودة الخدمة المصرفية على مستوى البنك الوطني الجزائري BNA -وكالة الأغواط- ؟**

و كمحاولة للإجابة على هذه الإشكالية وما يندرج تحتها من تساؤلات فرعية، تم التأكد من صحة الفرضيات و التي كانت كالتالي:

✓ تكنولوجيا المعلومات المصرفية مجموعة من المكونات المترابطة وظيفتها تجميع ومعالجة و تخزين المعلومات لدعم عملية صنع القرار لتقديم خدمات متطورة وجديدة. تعني جودة الخدمة المصرفية قدرة المصرف على الاستجابة لتوقعات العملاء ومتطلباتهم أو التفوق عليها، فمن خلال الجودة تسعى المصارف لدعم قدرتها التنافسية.

✓ الخدمات المصرفية الإلكترونية المقدمة من طرف بنك الوطني الجزائري BNA -وكالة الأغواط- تتمثل في القيام بالعمليات المصرفية عن بعد من خلال منصة إلكترونية متاحة للزبائن، ويوفر البنك لزيائنه مجموعة من البطاقات تسمح له بالسحب، والتحويل في أي وقت على أجهزة الصراف الآلي.

وبالتالي يمكن القول بأن: تكنولوجيا المعلومات تساهم في تحسين جودة الخدمة المصرفية على مستوى البنك الوطني الجزائري BNA -وكالة الأغواط- .

النتائج:

و ما يمكن استخلاصه من هذه الدراسة ونتائجها الميدانية أن:

- ✓ يتجسد تطبيق التكنولوجيا في المجال المصرفي استخدام الطرق والوسائل اللازمة لتقديم الخدمة المصرفية بالاعتماد على المعارف والمهارات والخبرات المتاحة.
- ✓ إن تكنولوجيا لم تغير من الوظائف التقليدية للبنوك، كالودائع والقروض والتحويل والاعتمادات الخ، لكن الذي تغير هو أسلوب ممارسة هذه الوظائف وكيفية إيصال الخدمة إلى الزبائن في جو محكم من التنافس والمخاطرة.
- ✓ مكنت التكنولوجيا المعلومات المطبقة في المصارف قدرة إضافية للمصرف في إمكانية التوسع والتنوع في الخدمات وفي تطوير كفاءة العمليات المصرفية، بالإضافة إلى سرعة اتخاذ القرار.
- ✓ و تعتبر الصرافات الآلية أولى آلية تطور العمل المصرفي حيث تعتمد على وجود شبكة من الاتصالات تربط فرع البنك الواحد أو فروع كل البنوك لخدمة العميل في أي مكان.
- ✓ تتيح أجهزة الصراف الآلي الموزعات الأوتوماتيكية للأوراق الشبائيك الأوتوماتيكية للبنك التابعة للبنك الوطني الجزائري للزبائن، حاملي البطاقة البنكية بين البنوك، بإجراء المعاملات البنكية على حساباتهم بكل أمان على مدار 24/24 ساعة و 7/7 أيام وأينما كانوا.
- ✓ تتيح باقة الحزمة Net، الاطلاع على الأرصدة وتاريخ أرصدة الحسابات لمدة 23 شهراً، الاطلاع على معاملات الحساب، البحث عن عمليات على الحساب، تحميل كشوفات الحساب وتحضير كشوفات الحساب لمدة عام وبصيغ مختلفة.
- ✓ مميزات باقة الحزمة Net+ تتيح التحويل لمرة واحدة من حساب إلى حساب نفس الزبون، التحويل إلى مستفيدين مؤطنين في وكالات البنك الوطني الجزائري والبنوك الأخرى، التحويلات المتعددة (EDI)، خصومات متعددة على زبائن البنك الوطني الجزائري والبنوك الأخرى (الدائنين) المؤطنين في وكالات البنك الوطني الجزائري والبنوك الأخرى.
- ✓ البطاقة البنكية للبنك الوطني الجزائري، هي بطاقة ما بين البنوك مدعمة بحساب بنكي، وتأتي في شكلين، وحسب دخل حامل البطاقة وهناك نوعان من البطاقات: الكلاسيكية، والذهبية.
- ✓ هناك أنواع من البطاقات المعتمدة لدى البنك الوطني الجزائري BNA والتي تتمثل في: البطاقة البنكية مسبقة الدفع هي بطاقة سحب ودفع بين البنوك يتم تعبئتها عن طريق التحويل من الحساب الرئيسي

- للزبون (من الأفراد)، حيث تسمح بإجراء نفس عمليات بطاقة CIB البنكية الكلاسيكية أو الذهبية: ويمكن إجراء عملية السحب من جميع أجهزة الصراف الآلي المتواجدة على الساحة المصرفية.
- ✓ بطاقة النخبة بطاقة النخبة هي بطاقة بين البنوك مدعومة بحساب الشيك، تسمح لكم بإجراء عمليات السحب والدفع الجوّاري والدفع عبر الإنترنت وكذا التحويل والتحصيل وتقدم أيضا خدمات المساعدة الطبية.
- ✓ بطاقة التوفير هي بطاقة سحب مدعومة بحسابات التوفير.
- ✓ يسمح طلب التمويل عن بُعد تحديد موعد مع الوكالة الأقرب لإنهاء معاملات طلب التمويل.
- ✓ ازداد عدد الزبائن في مجال الخدمات البنكية الإلكترونية بنسبة كبيرة لال السنوات الثلاث الأخيرة 2020-2023.

✓ التوصيات:

- ✓ محاولة نشر الثقافة التكنولوجية لدى الموظفين والزبائن داخل البنك.
- ✓ توفير البنية التحتية من أجهزة وبرمجيات من أجل تطبيق مفهوم تكنولوجيا المعلومات على مستوى الخدمات المصرفية.
- ✓ توفير نظام مناسب للإتصالات ذلك لتبادل المعلومات بين الجهات المشتركة في العملية الاتصالية.
- ✓ يتطلب تطبيق تكنولوجيا المعلومات على مستوى البنوك توفير المتطلبات البشرية والخبرات اللازمة والمؤهلة من مبرمجين ومشتغلين وخبراء وإداريين في تنفيذ المهام وخدمة العملاء.
- ✓ تهيئة ظروف العمل المناسبة من أجل تحسين الخدمات المقدمة.
- ✓ تخصيص ميزانية لتطبيق مشروع تكنولوجيا المعلومات.
- ✓ التحديث المستمر للتقنيات والبرمجيات والأجهزة المستعملة



قائمة المراجع

أولاً: الكتب باللغة العربية

1. إيلاف فاخر كاظم علي، مخاطر العمليات المصرفية الإلكترونية (دراسة مقارنة)، المركز العربي للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، الخيمة، جمهورية مصر العربية، 2019.
2. حيدر شاكر نوري، محمود حسن جمعة، دراسات في أثر المعرفة وتكنولوجيا المعلومات في المنظمات، المطبعة المركزية، جامعة ديالى، العراق، 2015.
3. خالد أحمد علي محمود، اقتصاد المعرفة وإدارة الأزمات المالية في إطار المؤسسات الاقتصادية، دار الفكر الجامعي، الطبعة الأولى، الإسكندرية، مصر، 2019.
4. عامر إبراهيم قند ليجي، إيمان فاضل السامرائي، تكنولوجيا المعلومات وتطبيقاتها، الوراق للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان، الأردن، 2009.
5. عبد الهادي مسعودي، الأعمال المصرفية الإلكترونية Electronic Banking " يوم إلكترونية & نقود إلكترونية & بطاقات إلكترونية"، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان، الأردن، 2016.
6. عبد العزيز خنفوسي، قانون الدفع الإلكتروني، مركز الكتاب الأكاديمي، عمان، الأردن، 2018.
7. عبد الكريم احمد جميل، التسويق المصرفي، الجنادرية للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان، الأردن، 2015.
8. علي سيد اسماعيل، معجم مصطلحات المصرفية الإسلامية والمعاملات المالية المعاصرة، دار حميثرا للنشر والترجمة، الطبعة 1، القاهرة، مصر، 2019.
9. محمد الصيرفي، إدارة العمليات المصرفية: العادية، غير العادية، الإلكترونية، دار الفجر للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، مصر، 2016.
10. مصطفى يوسف كافي، النقود والبنوك الإلكترونية في ظل التقنيات الحديثة، دار مؤسسة رسلان للطباعة والنشر والتوزيع، دمشق، سوريا، 2011.

ثانياً: الأطروحات والرسائل الجامعية

1. رلى نبيل دنوره، أثر جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية على رضا العملاء - دراسة على عملاء بنك البركة سورية-، مشروع تخرج ماجستير التأهيل والتخصص في الجودة، الجامعة الافتراضية، سوريا.

2. صلاح الدين مفتاح سعد الباهي، أثر جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية على رضا الزبائن "دراسة ميدانية على البنك الإسلامي الأردني في عمان -الأردن"، رسالة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة ماجستير في إدارة الأعمال، كلية الأعمال، جامعة الشرق الأوسط، عمان، الأردن، دفعة 2016.

ثالثاً: المجالات

1. إيناس ناصر عكلة الموسوي، اثر الخصائص التكنولوجية للمعلومات المصرفية وحوكمة المصارف في تحقيق الرقابة السلوكية "دراسة استطلاعية لأراء عينة من مديري المصارف العراقية (الحكومية والأهلية)"، مجلة دورية نصف سنوية تصدر عن كلية الإدارة والاقتصاد، جامعة كربلاء، المجلد الخامس، العدد التاسع، العراق، 2012.
2. بريش عبد القادر، جودة الخدمات المصرفية كمدخل لزيادة القدرة التنافسية للبنوك، مجلة اقتصاديات شمال إفريقيا، العدد 03، جامعة الشلف، الجزائر، 2005.
3. بشراير عمران، تهتان موراد، أثر الخدمات المصرفية الإلكترونية على تحسين جودة الخدمات بالمصارف "دراسة حالة الوكالات العمومية والخاصة بولاية البليدة"، معارف (مجلة علمية محكمة)، قسم العلوم الاقتصادية، العدد 20، الجزائر، جوان 2016.
4. بن موسى اممر، علماوي أحمد، جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية كمدخل لبناء مزايا تنافسية للبنوك الجزائرية Quality of electronic banking services as an entry point to build competitive advantages of Algerian banks، مجلة دراسات اقتصادية، العدد 38 أوت 2019، غرداية، الجزائر.
5. تيقاوي العربي، قياس جودة الخدمات المصرفية في البنوك التجارية الجزائرية من منظور العملاء - دراسة ميدانية تحليلية-، مجلة الحقيقة، العدد 36، جامعة أدرار، الجزائر، 2015، 2014.
6. حسنين السيد طه، عبد العزيز عبد الرحمن حسين، دور الوعي الإستراتيجي في تحسين جودة الخدمة المصرفية (دراسة تطبيقية)، قسم إدارة الأعمال، كلية التجارة، جامعة مدينة السادات، المجلة العلمية للدراسات والبحوث المالية والإدارية، المجلد 14، العدد 1، يونيو 2022، مصر 07.
7. حمو محمد، زيدان محمد، إدارة التكنولوجيا المصرفية من أجل تحسين تنافسية البنوك، مع الإشارة إلى البنوك الجزائرية Banking Technology Management in Order to Improve the Competitiveness of Banks, « the Algerian Banks » الأكاديمية للدراسات الإجتماعية والإنسانية، قسم العلوم الاقتصادية والقانونية، العدد 16، جامعة حسيبة بن بوعلي بالشلف، الجزائر، جوان 2016.

8. ربيع نجم الدين الجعفري، تكنولوجيا المعلومات والاتصالات ودورها في تحسين جودة الخدمات المصرفية (دراسة تطبيقية على المصارف التجارية الليبية)، مجلة القرطاس، العدد 16، ديسمبر 2021، ليبيا.
9. رعد حسن الصرن، أهمية دراسة العلاقة بين شبكة الانترنت وجودة الخدمة المصرفية دراسة نظرية، مجلة العلوم الإنسانية، العدد الثامن، جامعة محمد خيضر بسكرة، الجزائر، فيفري 2005.
10. طلال عبد الكريم القرعان، أثر الخدمات المصرفية الإلكترونية في تعزيز ولاء العملاء للقطاع المصرفي الأردني -دراسة ميدانية على البنوك التجارية العاملة في العاصمة عمان-، مجلة المثقال للعلوم الاقتصادية والإدارية وتكنولوجيا المعلومات، المجلد 8، العدد 1، عمان، الأردن، 2022.
11. عبد السلام عوض خير السيد، عاصم حسن محمد، دور الشمول المالي في تعزيز جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية بالمصارف السودانية (دراسة ميدانية على بنك الخرطوم للعام 2022م)، مجلة العلوم الاقتصادية والإدارية والقانونية، المجلد 6، العدد 22، السودان، 30 سبتمبر 2022.
12. عمر علي بابكر الطاهر، نزار بن عبد الله، أثر جودة الخدمات المصرفية على رضا العملاء، المجلة العربية للنشر العلمي، العدد الرابع عشر، الأردن، 02-12-2019، ص 83.
13. ميساء منير ملحم، واقع الخدمات الإلكترونية في المصارف الأردنية "دراسة مقارنة بين المصارف الإسلامية والمصارف التقليدية"، مؤتمة للبحوث والدراسات، سلسلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، المجلد 36، العدد 3، الأردن، 2021.
14. نور الدين كروش وآخرون، أثر استخدام تكنولوجيا المعلومات على تحسين جودة الخدمة المصرفية **Impact of IT use on improving the quality of banking**، مجلة البحوث والدراسات العلمية، المجلد 14، العدد 1، الجزائر، 2020.

رابعاً: المؤتمرات

1. بلهوشات محمد الأمين، أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصالات على النمو الاقتصادي (دراسة حالة الدول العربية خلال سنة 2018)، مداخلة ملتقى الدكتوراه الدولي متعدد الاختصاصات (IPPM'20)، جامعة حمة لخضر الوادي، الجزائر، 23، 26 فيفري 2020.

خامساً: المواقع الإلكترونية



الملاحق

الملحق رقم 03



**CONTRAT D'ADHESION AU SERVICE
« e-paiement »**

Code DRE :
 Code Agence :
 Numéro de contrat :
 Type de carte : Classique Gold

Je soussigné(e),
 Mme/ Melle/ Mr :

INFORMATIONS DU TITULAIRE DU COMPTE:

Nom et Prénom(s) :
 CI N n° / PC n° :
 Adresse :
 Numéro de la carte CIB :
 Numéro de téléphone :
 Adresse mail :

Je Déclare :

1. Avoir sollicité l'adhésion au service « e-paiement » auprès de la Banque Nationale d'Algérie à mon nom / au nom du porteur ci-dessous désigné
2. Avoir autorisé la Banque à prélever sur mon compte les frais d'adhésion au service et ceux relatifs aux SMS envoyés conformément aux conditions Générales de Banque ainsi que le montant des transactions effectuées dans le cadre du service « e-paiement » ;
3. Maintenir dans mon compte un solde couvrant suffisamment tous les frais afférent au service indiqués dans le contrat;
4. Communiquer mon nouveau numéro de téléphone ainsi que ma nouvelle adresse en cas de changement ;
5. Avoir pris connaissance et accepté les Conditions Générales régissant le service « e-paiement » nonobstant les dispositions régissant le (Contrat Porteur Carte CIB), déjà acceptées sans réserve,
6. Avoir autorisé la banque au traitement des données à caractère personnel relatif à ce contrat conformément aux textes réglementaires en vigueur et consenti à recevoir le mot de passe à usage unique « OTP » par SMS, sur le téléphone mobile pour chaque transaction e-paiement à effectuer ;

INFORMATIONS DU PORTEUR DE LA CARTE


Mme/ Melle/ Mr :
 Nom et Prénom(s) :
 Date et lieu de naissance :
 CIN n°/ PC n° :
 Adresse personnelle :
 Numéro de carte :
 Numéro de téléphone mobile :
 Adresse mail :

P / la banque	Le titulaire du compte (écrire la mention manuscrite « lu et approuvé »)	Le titulaire de la carte (« lu et approuvé » et « bon pour acceptation de pouvoir »)

*Le formulaire d'adhésion au service est signé en deux exemplaires.

الملحق رقم (04)

Impression http://oga/BNA/Panel/Print.php?p=cda384fed5a9a949e0fbe485f1b...



Banque : Banque National d'Algérie
 Agence : 00301
 Chargé de clientèle : 30100003
 Adresse WEB : http://ebanking.bna.dz

Date : 12-06-2023
Bordereau

d'abonnement

Informations client

Code client : ██████████
 Raison sociale : ██████████
 Pack client : Pack Particulier NET
 Numéro(s) de compte(s) : (0) 00100301020000 ██████████ DZD (1) 0010030102310000 ██████████ DZD

Interlocuteur : ██████████

Abonnement Web : *احرف وارقم من ارقام*

Nom, Prénom	Identifiant	Mot de passe	Pack / Services	N° de compte	Date de début	Date de fin
██████████	██████████	██████████	Pack Particulier NET	00100301020000 ██████████ DZD	2023-06-12	2033-06-12
██████████	██████████	██████████	Pack Particulier NET	0010030102310000 ██████████ DZD	2023-06-12	2033-06-12

Abonnement SMS :

Nom, Prénom	Téléphone	Service	N° de compte	Fréquence	Jour	Date de début	Date de fin
██████████	██████████	Solde du compte	00100301020000 ██████████ DZD	Mensuel	1	2023-06-12	2033-06-12
██████████	██████████	Solde du compte	0010030102310000 ██████████ DZD	Mensuel	1	2023-06-12	2033-06-12

Pour des mesures de sécurité, nous vous invitons à changer votre mot de passe le plus vite possible

1 sur 1

12/06/2023, 13:54