



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
المركز الجامعي عبد الحفيظ بوالصوف ميله
معهد العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

المرجع :/2016

القسم: علوم التسيير

الميدان : العلوم الاقتصادية والتسيير والعلوم التجارية

الشعبة: علوم التسيير

التخصص : مالية و بنوك

مذكرة بعنوان :

العوامل المؤثرة على انتشار الصيرفة الالكترونية في البنوك التجارية

من وجهة نظر العاملين فيها

- دراسة حالة - عينة من البنوك التجارية العمومية بولاية ميله

مذكرة مكتملة لنيل شهادة الماستر في علوم التسيير تخصص " مالية وبنوك"

إشراف الأستاذ:

إعداد الطالب (ة):

بوجنانة فواد

لكحل إبتسام

لجنة المناقشة :

الصفة	الجامعة	اسم ولقب الأستاذ
رئيسا	المركز الجامعي عبد الحفيظ بوالصوف	عقون شراف
مناقشا	المركز الجامعي عبد الحفيظ بوالصوف	لطرش جمال
مشرفا ومقررا	المركز الجامعي عبد الحفيظ بوالصوف	بوجنانة فواد

السنة الجامعية 2015/2016

!

إهداء

الحمد لله والصلاة والسلام على المصطفى صلى الله

عليه وسلم

أهدي ثمرة جهدي واجتهادي المتواضع إلى الوالدين

الكريمين أطال الله في عمرهما وحفظهما

إلى إختوتي وأختواتي:

نريمان، أمال، سعاد، علي.

إلى كل الأساتذة الكرام الذين قدموا لنا جميع

النصائح وأخص بالذكر الأستاذ المشرف الذي قدم

لي كل ما بوسعه.



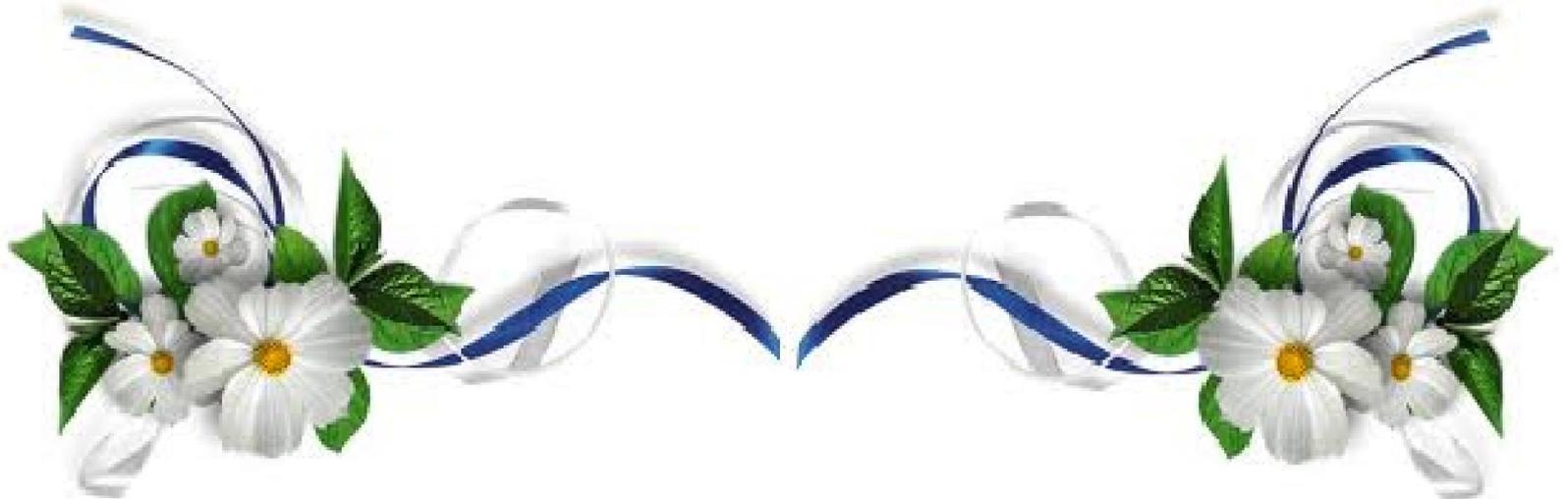
شكر و عرفان

في مثل هذه اللحظات يتوقف اليراع ليفكر قبل أن يخط الحروف ليجمعها في
كلمات... تتبعثر

الأحرف وعبثا أن يحاول تجميعها في سطور
سطورا كثيرة تمر ف الخيال ولا يبقى لنا في نهاية المطاف إلا قليلا من
الذكريات

وصور تجمعنا برفاق كانوا إلى جانبنا
فواجب علينا شكرهم ووداعهم ونحن نخطو خطواتنا الأولى في غمار الحياة
ونخص بالجزيل الشكر والعرفان إلى كل من أشعل شمعة في دروب عملنا
وإلى من وقف على المنابر وأعطى من حصيلة فكره لينير دربنا
إلى الأساتذة الكرام في كلية علوم التسيير ونتوجه بالشكر الجزيل إلى الأستاذ
" **بوجنانة فؤاد** "

الذي تفضل بالإشراف على هذا البحث فجزاه الله عنا كل خير فله مني كل
الاحترام.



الملخص:

هدفت الدراسة إلى الكشف عن مختلف العوامل المؤثرة في انتشار الصيرفة الالكترونية من وجهة نظر العاملين بالوكالات البنكية التجارية العمومية بولاية ميله، من خلال الاعتماد على استبانة وزعت على عينة منهم لمعرفة آرائهم.

وبالاستعانة ببعض أساليب التحليل الاحصائي باستخدام الحزمة الإحصائية (spss22) لتحليل بيانات الدراسة والتأكد من صحة فرضياتها توصلت الدراسة إلى أهم النتائج التالية: وجود درجة تأثير منخفضة للعوامل الداخلية المتمثلة في ثقافة البنك حول الصيرفة الإلكترونية، الخبرة والمؤهلات البنكية للقيام بالصيرفة الإلكترونية، الأمن والخصوصية في انتشار الصيرفة الالكترونية في الوكالات البنكية محل الدراسة، مع وجود تأثير متوسط لعامل البنية التحتية للبنك في انتشار الصيرفة الالكترونية. بالإضافة إلى التأثير المتوسط والواضح دو الدلالة الإحصائية لكل العوامل الخارجية المتمثلة في الوعي والثقافة المجتمعية للعمليات المصرفية الإلكترونية، والبنية التحتية للاتصالات، والنظام المالي والمصرفي الجزائري، النظام التجاري والقانوني الجزائري في انتشار الصيرفة الالكترونية في الوكالات البنكية محل الدراسة .

الكلمات الدالة: العوامل الداخلية، العوامل الخارجية، الصيرفة الالكترونية، البنوك التجارية.

Abstract:

This study aims to investigate the various factors that affect the spread of electronic banking according to worker of banking agencies sheet at mila state, depending basically on a questionnaire administred to a sample of them with the aim of finding out their opinion.

Depending on some methods of statiscal analysis using the statistical analysis using the statiscal package(spss22) to analyse data of the study and test its hypotheses validity, this study sheds light on the following out comes:

Internal factors in terms of bank's culture about electronic banking, experience and banking qualification to execute electronic banking , in addition to security and privacy to the spread of electronic banking in the coresponding bank agencies, are of slight impact, on the other hand, a moderate influence of infrastructure factor to the spread of electronic banking is undeniade.

Moreover , this study sheds light on the meduim, yet obvious influence of all the external factors, which are of statistical significance, including : consciousness and culture of a given society about electronic banking opérations , infrastructure of communication, financial and banking algerian system in addition to commercial and legal algerian system to the spread of electronic banking in banking in banking agencies under study.

Key words :

Electronic banking, comercial banks, internal factors ,external factors

قائمة المحتويات

III	إهداء.....
IV	شكر وعرافان.....
V	الملخص باللغة العربية.....
VI	الملخص باللغة الانجليزية.....
IX-VII	قائمة المحتويات.....
XI-X	قائمة الجداول.....
XII	قائمة الأشكال.....
XIII	قائمة الملاحق.....
أ-ز	مقدمة عامة.....

الفصل الأول: الإطار النظري للصيرفة الإلكترونية

2	تمهيد.....
3	المبحث الأول: مفاهيم أساسية حول الصيرفة الإلكترونية.....
3	المطلب الأول: مفهوم الصيرفة الإلكترونية وخصائصها.....
6	المطلب الثاني: دوافع ظهور الصيرفة الإلكترونية والأطراف المتدخلة فيها.....
10	المطلب الثالث: أهمية وأهداف الصيرفة الإلكترونية.....
12	المبحث الثاني: البنوك الإلكترونية.....
12	المطلب الأول: نشأة البنوك الإلكترونية وتعريفها.....
14	المطلب الثاني: أنماط البنوك الإلكترونية ومزاياها.....
17	المطلب الثالث: أهمية وأهداف البنوك الإلكترونية.....
18	المطلب الرابع: آليات عمل البنك الإلكتروني ومتطلباته.....
24	المبحث الثالث: الخدمة المصرفية الإلكترونية.....
24	المطلب الأول: مفاهيم أساسية حول الخدمة المصرفية.....
30	المطلب الثاني: الخدمات المصرفية التقليدية.....
39	المطلب الثالث: الخدمات المصرفية الإلكترونية.....

46..... خلاصة الفصل الأول

الفصل الثاني: متطلبات الصيرفة الإلكترونية ومخاطرها

48..... تمهيد

49..... المبحث الأول: وسائل الدفع الإلكترونية

49..... المطلب الأول: عوامل تطور وسائل الدفع الإلكترونية ومفهومها

52..... المطلب الثاني: أنواع وسائل الدفع الإلكترونية

67..... المبحث الثاني: متطلبات الصيرفة الإلكترونية ومقوماتها

67..... المطلب الأول: متطلبات الصيرفة الإلكترونية

73..... المطلب الثاني: مقومات العمل المصرفي الإلكتروني (الصيرفة الإلكترونية)

76..... المبحث الثالث: مخاطر الصيرفة الإلكترونية

76..... المطلب الأول: مفهوم المخاطر المصرفية وأنواعها

87..... المطلب الثاني: أمن المعاملات المصرفية على شبكة الانترنت

91..... خلاصة الفصل الثاني

الفصل الثالث: دراسة حالة عينة من البنوك التجارية العمومية بولاية ميلة

93..... تمهيد

94..... المبحث الأول: تقديم البنوك التجارية العمومية الجزائرية

94..... المطلب الأول: تقديم البنوك التجارية عينة الدراسة

المطلب الثاني: الخدمات المصرفية الإلكترونية المقدمة من البنوك التجارية

100..... محل الدراسة

102..... المبحث الثاني: منهجية الدراسة الميدانية ووصف خصائص عينة الدراسة

102..... المطلب الأول: منهجية الدراسة الميدانية

107..... المبحث الثالث: تحليل نتائج الدراسة واختبار الفرضيات

107..... المطلب الأول: تحليل نتائج الدراسة الميدانية

119..... المطلب الثاني: اختبار فرضيات الدراسة

131..... خلاصة الفصل الثالث

132.....	خاتمة
136.....	المراجع
144.....	الملاحق

قائمة الجداول:

رقم الجدول	عنوان الجدول	الصفحة
01	فرق التكلفة بين القنوات التقليدية والانترنت	14
02	أوجه المقارنة بين الخدمات المقدمة من طرف البنوك الالكترونية بمختلف أنواعها.	15
03	الموزع الآلي للأوراق.	42
04	الشباك الآلي للأوراق.	43
05	نهائي نقاط البيع الالكترونية.	43
06	نمط تطبيق التكنولوجيا الجديدة في البنوك.	70
07	الخدمات البنكية الالكترونية في البنوك التجارية محل الدراسة.	101
08	وصف محاور الاستبيان الموجه للعاملين عينة البحث.	103
09	قيم معاملات الثبات لمتغيرات الدراسة.	105
10	خصائص أفراد عينة الدراسة.	106
11	نتائج التحليل الإحصائي الوصفي الخاصة لبعده ثقافة البنك حول الصيرفة الإلكترونية.	108
12	نتائج التحليل الإحصائي الوصفي الخاصة ببعده الخبرة والمؤهلات البنكية للقيام بالصيرفة الإلكترونية.	109
13	نتائج التحليل الإحصائي الوصفي الخاصة ببعده البنية التحتية للبنك.	111
14	نتائج التحليل الإحصائي الوصفي الخاصة ببعده الأمن والخصوصية.	112
15	نتائج التحليل الإحصائي الوصفي الخاصة ببعده الوعي والثقافة المجتمعية للعمليات المصرفية الإلكترونية.	113
16	نتائج التحليل الإحصائي الوصفي الخاصة ببعده البنية التحتية للاتصالات.	115
17	نتائج التحليل الإحصائي الخاصة ببعده النظام المالي والمصرفي الجزائري.	116
18	نتائج التحليل الإحصائي الخاصة ببعده النظام التجاري والقانوني للصيرفة الإلكترونية.	118

120	نتائج التحليل الإحصائي الخاصة بالمتوسطات الحسابية وقيم T لأبعاد المحور الثاني من الاستبيان.	20
121	نتائج اختبار T لبعد ثقافة البنك حول الصيرفة الإلكترونية وأثره في انتشار الصيرفة الإلكترونية.	21
122	نتائج اختبار T لبعد الخبرة والمؤهلات البنكية للقيام بالصيرفة الإلكترونية وأثره في انتشار الصيرفة الإلكترونية.	22
123	نتائج اختبار T لبعد البنية التحتية للبنك وأثره في انتشار الصيرفة الإلكترونية.	23
125	نتائج اختبار T لبعد الأمن والخصوصية وأثره في انتشار الصيرفة الإلكترونية.	24
126	نتائج التحليل الإحصائي الخاصة بالمتوسطات الحسابية وقيم T لأبعاد المحور الثالث من الاستبيان.	25
127	نتائج اختبار T لبعد الوعي والثقافة المجتمعية للعمليات المصرفية الإلكترونية وأثره في انتشار الصيرفة الإلكترونية.	26
128	نتائج اختبار T لبعد البنية التحتية للاتصالات وأثره في انتشار الصيرفة الإلكترونية.	27
129	نتائج اختبار T لبعد للنظام المالي والمصرفي الجزائري وأثره في انتشار الصيرفة الإلكترونية.	28

قائمة الأشكال:

الصفحة	عنوان الشكل	رقم الشكل
29	العوامل المؤثرة على تصميم سياسات الخدمات المصرفية للبنك.	01
38	دورة الاعتماد المستندي.	02
77	سياق نشوء المخاطر.	03

قائمة الملاحق:

الصفحة	اسم الملحق	رقم الملحق
145	أداة الدراسة	01
151	عرض نتائج الدراسة	02

مقدمة

عامّة

تمهيد:

شهدت الصناعة المصرفية تقدما ملموسا في مجال العمليات المصرفية الإلكترونية، هذا ما أتاحتها الابتكارات التقنية المتواصلة والتنافس الشديد بين المؤسسات المصرفية، وقد كان قطاع المصارف من أبرز القطاعات التي تأثرت بثورة المعلوماتية والاتصالات والتي شكلت عاملا مساعدا لتنمية العمل المصرفي منذ أوائل السبعينات من القرن العشرين وفي اتجاهات متطورة خلال فترة الثمانينات والتسعينات وحتى اليوم.

وقد صاحب ذلك ظهور استخدام الشبكات وربط أجهزة الحاسب مع بعضها البعض، بحيث انطلقت بسرعة عمليات التطور والارتقاء بالعمل المصرفي، والتي مازالت مستمرة حتى يومنا هذا، وهي تعيد بالتأكيد صياغة المفاهيم حول اقتصاد الجديد هذا الاقتصاد الذي يتعدى على تغلغل استخدام وانتشار شبكات الاتصال وتربطها مع عدد هائل من الحواسيب، والتي تتبع نظاما موحدة تمكن من تبادل جميع أنواع البيانات من كلمة مكتوبة أو صوت مسموع أو صورة مرئية متحركة كانت أم ساكنة، وكنتيجة لذلك فإننا نشهد اليوم المرتكز بدرجة أساسية على ركائز ولادة الجيل الأول من العمل المصرفي الافتراضي المتمثل في الصيرفة الإلكترونية.

و نظرا لأهمية ما قدمته الصيرفة الإلكترونية للاقتصاد و نظرا لمحاولة الجزائر النهوض باقتصادها من حالة الركود المزرية و تسريع و تنشيط حركته رأت الجزائر ضرورة تطوير نظامها المصرفي و مواكبة كل ما هو جديد، فبادرت بإصلاحات عديدة لتهيئته إلى هذا الحدث لكن لم يكتب لها النجاح لحد الآن حيث كل إصلاح جاء بأفكار معظمها لم ترى النور بسبب التماطل في تطبيق القوانين وعدم احترامها و بسبب الفساد و سوء التسيير و خاصة إصلاح 1991 الذي يعتبر نقله حقيقية في تاريخ النظام المصرفي الجزائري.

إن هذا التطور العلمي والتكنولوجي الذي شهدته الساحة المصرفية، وما ترتب عليه من استخدام واسع للأدوات والتقنيات المصرفية الإلكترونية في البلدان المتقدمة، وبقدر يفوق من حيث الكم والنوع ما تشهده البلدان النامية يستوجب دراسة وتحليل أسباب ومعيقات التوسع في الصيرفة الإلكترونية في الجزائر، وهذا ما تحاول هذه الدراسة الاجابة عليه.

أولاً: إشكالية البحث:

على ضوء ما سبق عرضه في هذا المدخل تتجلى معالم إشكالية البحث والتي يمكن صياغتها في السؤال الرئيسي التالي:

ما هي العوامل المؤثرة على انتشار الصيرفة الالكترونية في البنوك التجارية العمومية بولاية ميله من وجهة نظر العاملين فيها؟

لمعالجة وتحليل هذه الإشكالية نقوم بطرح والإجابة على الأسئلة الفرعية التالية:

1. هل يوجد أثر ذو دلالة احصائية للعوامل الداخلية للبنك متمثلة في ثقافة البنك حول الصيرفة الإلكترونية، الخبرة والمؤهلات البنكية للقيام بالصيرفة الإلكترونية، البنية التحتية للبنك، الأمن والخصوصية على انتشار الصيرفة الالكترونية في البنوك التجارية محل الدراسة؟
2. هل يوجد أثر ذو دلالة احصائية للعوامل الخارجية للبنك المتمثلة في الوعي والثقافة المجتمعية للعمليات المصرفية الإلكترونية، البنية التحتية للاتصالات، النظام المالي والمصرفي الجزائري، النظام التجاري والقانوني الجزائري على انتشار الصيرفة الالكترونية في البنوك التجارية محل الدراسة؟

ثانياً: فرضيات البحث:

يتطلب تحليل الإشكالية محل الدراسة اختبار صحة مجموعة من الفرضيات هي:

1. Ho1 لا يوجد أثر ذو دلالة احصائية للعوامل الداخلية للبنك متمثلة في ثقافة البنك حول الصيرفة الإلكترونية، الخبرة والمؤهلات البنكية للقيام بالصيرفة الإلكترونية، البنية التحتية للبنك، الأمن والخصوصية على انتشار الصيرفة الالكترونية في البنوك التجارية محل الدراسة عند مستوى معنوية $(\alpha < 0.05)$.

وتتبقى من هذه الفرضية الرئيسة مجموعة من الفرضيات الفرعية التالية:

- Ho1.1 لا يوجد أثر ذو دلالة احصائية لثقافة البنك حول الصيرفة الإلكترونية على انتشار الصيرفة الالكترونية في البنوك التجارية محل الدراسة عند مستوى معنوية $(\alpha < 0.05)$.
- Ho1.2 لا يوجد أثر ذو دلالة احصائية الخبرة والمؤهلات البنكية للقيام بالصيرفة الإلكترونية على انتشار الصيرفة الالكترونية في البنوك التجارية محل الدراسة عند مستوى معنوية $(\alpha < 0.05)$.
- Ho1.3 لا يوجد أثر ذو دلالة احصائية للبنية التحتية للبنك على انتشار الصيرفة الالكترونية في البنوك التجارية محل الدراسة عند مستوى معنوية $(\alpha < 0.05)$.
- Ho1.4 لا يوجد أثر ذو دلالة احصائية للأمن والخصوصية على انتشار الصيرفة الالكترونية في البنوك التجارية محل الدراسة عند مستوى معنوية $(\alpha < 0.05)$.

2. Ho2 لا يوجد أثر ذو دلالة احصائية للعوامل الخارجية للبنك المتمثلة في الوعي والثقافة المجتمعية للعمليات المصرفية الإلكترونية، البنية التحتية للاتصالات، النظام المالي والمصرفي الجزائري، النظام التجاري والقانوني الجزائري على انتشار الصيرفة الالكترونية في البنوك التجارية محل الدراسة عند مستوى معنوية ($\alpha < 0.05$).

وتنبثق من هذه الفرضية الرئيسة مجموعة من الفرضيات الفرعية التالية:

- Ho2.1 لا يوجد أثر ذو دلالة احصائية للوعي والثقافة المجتمعية للعمليات المصرفية الإلكترونية على انتشار الصيرفة الالكترونية في البنوك التجارية محل الدراسة عند مستوى معنوية ($\alpha < 0.05$).
- Ho2.2 لا يوجد أثر ذو دلالة احصائية للبنية التحتية للاتصالات على انتشار الصيرفة الالكترونية في البنوك التجارية محل الدراسة عند مستوى معنوية ($\alpha < 0.05$).
- Ho2.3 لا يوجد أثر ذو دلالة احصائية للنظام المالي والمصرفي الجزائري على انتشار الصيرفة الالكترونية في البنوك التجارية محل الدراسة عند مستوى معنوية ($\alpha < 0.05$).
- Ho2.4 لا يوجد أثر ذو دلالة احصائية للنظام التجاري والقانوني الجزائري على انتشار الصيرفة الالكترونية في البنوك التجارية محل الدراسة عند مستوى معنوية ($\alpha < 0.05$).

ثالثا: دوافع اختيار الموضوع:

تتلخص أهم الدوافع والمبررات التي دفعتنا لاختيار هذا الموضوع دون غيره فيما يلي:

1. الرغبة في الكشف عن بعض الجوانب المتعلقة بالصيرفة الإلكترونية.
2. قلة الدراسات فيما يخص هذا الموضوع.
3. معرفة العوامل المؤثرة على انتشار الصيرفة الإلكترونية، من أجل إكساب المؤسسة الخدمية البنكية الجزائرية معرفة كافية عن مختلف العوامل المعيقة لتطور وانتشار الاعمال المصرفية الالكترونية وكيفية تجنبها.

رابعا: أهداف البحث:

نطمح من خلال هذه الدراسة إلى تحقيق بعض الأهداف سواء كانت متعلقة بالجانب النظري

أو الجانب التطبيقي موضحة فيما يلي:

1. يهدف البحث إلى دراسة الصيرفة الالكترونية، وإبراز أهم مقوماتها و مخاطرها.
2. يهدف البحث إلى دراسة الخدمات المصرفية الالكترونية وأهم وسائلها ومنافذ توزيعها.
3. يهدف البحث إلى تحديد أهم العوامل المؤثرة في انتشار الصيرفة الالكترونية بالبنوك التجارية محل الدراسة.

4. يهدف البحث إلى تحديد علاقة و أثر مجموعة من العوامل الداخلية والخارجية في البنوك التجارية محل الدراسة على انتشار الصيرفة الالكترونية.

5. يهدف البحث إلى اقتراح حلول وتوصيات للبنوك محل الدراسة تساعد في تحسين وتفعيل تقديم الخدمات المصرفية الالكترونية بها.

خامسا: أهمية البحث:

تتمثل أهمية هذه الدراسة من الناحية النظرية في توفير إطار نظري توضيحي لمفهوم الصيرفة الالكترونية و ابراز مختلف متطلبات قيامها ومقومات انتشارها وتطورها، بالإضافة إلى توفير إطار معرفي لمختلف الخدمات المصرفية الالكترونية وقنوات توزيعها.

أما من الناحية التطبيقية فتنبع أهمية هذه الدراسة من أهمية القطاع البنكي باعتباره قطاع خدمي مؤثر في اقتصاديات الدول، وبالتالي فإن تنمية وتطوير هذا القطاع تستدعي تبني الأفكار الحديثة في تقديم الخدمات المصرفية وبالضبط الصيرفة الالكترونية لما لها من أهمية كبيرة في ارضاء العملاء وبالتالي تقديم خدمات بجودة عالية وابداع كبير يرضي العميل الخارجي ويحقق التميز للمؤسسة الخدمية البنكية.

أيضا بسبب حداثة هذا الموضوع بالنسبة للجزائر وبالتالي يمكن لهذا البحث أن يساهم في تحسيس مسيري البنوك التجارية بشكل خاص بأهمية تبني أدوات الصيرفة الإلكترونية في قطاع الخدمات البنكية و معرفة أهم العوامل المؤثرة والمعيقة لها لتجنبها.

سادسا: حدود البحث:

1. الحدود المكانية: اجريت هذه الدراسة في البنوك العمومية التجارية الجزائرية، حيث ركزنا دراستنا بالخصوص على الوكالات الموجودة بولاية ميلة، في إطار جمع المعلومات، وتوزيع استمارة الاستبيان على العاملين فيها.

2. الحدود الزمنية: أما عن المجال الزمني فقد استغرقت مدة الدراسة الميدانية حوالي شهرين (مارس و أبريل 2016).

سابعاً: الدراسات السابقة:

قمنا بالاطلاع على العديد من الدراسات السابقة المتعلقة بموضوع بحثنا والمتمثلة في بعض أطروحات الدكتوراه، ورسائل الماجستير والبحوث والمقالات ومن أهم الدراسات ما يلي:

1- بلعاش ميادة: أثر الصيرفة الإلكترونية على السياسة النقدية، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه، لكلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد خيضر بسكرة، 2015، وتهدف هذه الدراسة إلى محاولة تحديد مفهوم دقيق للصيرفة الإلكترونية والسياسة النقدية وتوصلت إلى مجموعة من النتائج أهمها:

- عند مقارنة الصيرفة الإلكترونية في الجزائر والتي هي عبارة عن دول نامية مع الصيرفة الإلكترونية في دولة متقدمة كفرنسا. نلاحظ تباعد واضح بينهما من عدة زوايا، سواء من ناحية استعمال وتطبيق هذه الخدمات، أو من ناحية اهتمام السلطات المصرفية بوضعية هذه الخدمات كتطويرها ونشرها، والقوانين والأسس التي تحكمها.
- بالنظر إلى أثر الصيرفة الإلكترونية على السياسة النقدية في الجزائر، فإننا نجد غياب هذا الأثر أو انعدامه وهذا راجع أصلا إلى غياب مسبب الأثر والمتمثل في المعاملات المصرفية الإلكترونية داخل المنظومة المصرفية الجزائرية.
- 2- بركان أمينة: الصيرفة الإلكترونية كحتمية لتفعيل أداء الجهاز المصرفي، رسالة دكتوراه مقدمة لكلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، 2014، وتهدف الدراسة إلى محاولة تسليط الضوء على الخدمة المصرفية وأساليب تطويرها في الجزائر.
- 3- رشيد بوعافية: الصيرفة الإلكترونية والنظام المصرفي الجزائري، الآفاق والتحديات، رسالة دكتوراه مقدمة لكلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة البليدة، 2005، وتوصلت إلى النتائج التالية:
 - إبراز ماهية الصيرفة الإلكترونية بالإضافة إلى تسليط الضوء على المصارف الإلكترونية.
 - إبراز أهمية اعتماد الصيرفة الإلكترونية في المصارف الجزائرية وكيفية أدائها مستقبلا في الجزائر.
 - محاولة إبراز وتقويم الإصلاحات المصرفية في الجزائر.

ثامنا: صعوبات البحث:

بشكل عام تتلخص صعوبات البحث في:

1. قلة المراجع والدراسات والبحوث المتخصصة في مجال الصيرفة الإلكترونية.
2. الصعوبات المتعلقة بتوزيع الاستبيان للحصول على المعلومات اللازمة لإجراء الدراسة (التعامل مع الإدارة البنكية وموظفي البنك).

تاسعا: هيكل البحث:

لمعالجة إشكالية البحث المطروحة، ارتأينا أن يشمل مخطط بحثنا جانبين أحدهما نظري ممثل بفصلين، والآخر تطبيقي ممثل بفصل واحد في ضوء الفروض الأساسية، والهدف من البحث: تطرقنا في الفصل الاول إلى الإطار النظري للصيرفة الإلكترونية من خلال ثلاثة مباحث حيث تناولنا في المبحث الأول مفاهيم أساسية حول الصيرفة الإلكترونية أما المبحث الثاني فخصصناه للبنوك الإلكترونية، في حين كان تطرقنا في المبحث الثالث للخدمات المصرفية الإلكترونية.

أما الفصل الثاني فكان بعنوان متطلبات الصيرفة الإلكترونية و مخاطرها وقسمناه إلى ثلاثة مباحث المبحث الأول تطرقنا فيه لوسائل الدفع الإلكتروني، أما الفصل الثاني فخصصناه لمتطلبات الصيرفة الإلكترونية وأهم مقوماتها في حين تناولنا في المبحث الأخير لمخاطر الصيرفة الإلكترونية. في حين تطرقنا في الفصل الثالث للجانب التطبيقي حيث قمنا بدراسة عينة من البنوك التجارية بولاية ميلة للكشف عن العوامل المؤثرة في انتشار الصيرفة الإلكترونية، من خلال ثلاثة مباحث، المبحث الأول عبارة عن تقديم عام للبنوك التجارية العمومية الجزائرية، أما المبحث الثاني فتطرقنا فيه لمنهجية الدراسة الميدانية ووصف خصائص العينة، والمبحث الثالث: تحليل نتائج الدراسة الميدانية واختبار الفرضيات. لنصل في النهاية إلى خاتمة البحث التي تضمنت أهم نتائج الفصول النظرية وأهم النتائج التطبيقية مع التأكد من صحة الفرضيات متبوعة بجملة من التوصيات والاقتراحات وأخيرا آفاق البحث.

الفصل الأول

الإطار النظري للصيرفة

الالكترونية

تمهيد:

تشكل تكنولوجيا المعلومات والاتصالات والخدمات المرتبطة بها كالأنترنيت والهواتف الثابتة والنقالة وغيرها أحد المكونات الأساسية في بيئة الأعمال حيث لم تعد مجرد عناصر ترفيهية لفئة محددة من الناس بل أصبحت أحد الشروط الأساسية للمنافسة والحصول على ميزة تنافسية في عالم الأعمال.

كما ترتبط بجوانب عديدة تخص المجتمع والاقتصاد والمعرفة مما ساهم في نشر مفاهيم شائعة الاستخدام ومرتبطة بتلك التكنولوجيا كالأعمال الإلكترونية والتجارة الإلكترونية والتسويق الإلكتروني والصيرفة الإلكترونية.

و لذلك سنتطرق في هذا الفصل إلى ثلاث مباحث:

- المبحث الأول: مفاهيم أساسية حول الصيرفة الإلكترونية.
- المبحث الثاني: البنوك الإلكترونية.
- المبحث الثالث: الخدمات المصرفية الإلكترونية.

المبحث الأول: مفاهيم أساسية حول الصيرفة الالكترونية:

فرض دخول الانترنت على العمل التجاري، وبروز ظاهرة التجارة الالكترونية بالإضافة إلى النمو المتسارع للاقتصاد العالمي على البنوك التجارية أن تستغل هذه الخدمة لتقديم خدمات الصيرفة الالكترونية، حيث قامت بعض البنوك العربية بتقديم خدمات مصرفية جديدة في مجال صيرفة التجزئة، وأدخلت بطاقات الائتمان والصراف الآلي، بالإضافة إلى خدمات مصرفية ومالية قدمتها عبر الشبكة العالمية، ومن خلال الكمبيوتر الشخصي وصيرفة الهاتف، لذلك سنتطرق في بحثنا هذا لكل من مفهوم الصيرفة الالكترونية وخصائصها، دوافع ظهورها، بالإضافة إلى أهميتها وأهدافها.

المطلب الأول: مفهوم الصيرفة الالكترونية وخصائصها:

إن انتشار تكنولوجيا المعلومات والاتصال أدى إلى ظهور بنوك الكترونية حديثة ومتطورة مقارنة بالبنوك التقليدية، وانتشار الصيرفة الالكترونية، لهذا سنتناول من خلال هذا المطلب نشأة الصيرفة وتعريفها وخصائصها.

أولاً: نشأة الصيرفة الالكترونية:

ظهرت الصيرفة الالكترونية بظهور النقد الالكتروني مع بداية الثمانينات، حيث برز مفهوم (Monétique)، الذي يعني تزواج النقد بالالكترونيك.

غير أن استخدام البطاقات بدل النقد الائتماني يرجع إلى بدايات القرن الماضي في فرنسا (بطاقات كرتونية تستخدم في الهاتف العمومي) وفي الولايات المتحدة الأمريكية (بطاقات معدنية تستعمل في تعريف الزبون على مستوى البريد).

ومع ذلك كان لابد من الانتظار حتى الخمسينات حتى يشهد العالم تحولا في هذه البطاقات، حيث أصدر (American express، 1958) بطاقات بلاستيكية، والتي انتشرت على نطاق دولي في الستينات.

وفي سنة 1968 أصدرت مجموعة من ثمانية بنوك بطاقة (Bank Americard) والتي دولت للتحويل فيما بعد إلى شبكة (Visa) العالمية، كما تم في نفس العام إصدار البطاقة الزرقاء (Carte Bleue) من قبل ستة بنوك فرنسية.

وفي نهاية السبعينات، وبفضل ثورة الإلكترونيك، تم تزويد البطاقات بمسارات مغناطيسية في عدد من البلدان الصناعية، حيث أصبحت البطاقة تحوي ذاكرة ويمكن تجزئة القيمة المخزنة فيها لإجراء عمليات الدفع.

ومنذ عام 1986 شرعت اتصالات فرنسا (France télécom) في تزويد غرف الهاتف العمومي بأجهزة قارئ لبطاقات الذاكرة، ومع بداية التسعينات 1992 أصبحت كل البطاقات المصرفية (بطاقات دفع أو سحب) في فرنسا بطاقة برغوتية وبالتالي فهي تسمح بالتعرف على سلامة البطاقة وعلى هوية صاحبها، وهو ما يعد دعم كبير لأمن العمليات التي تجريها.

إن الانفجار الذي حدث في التسعينات بفعل التطور الهائل في مجال تكنولوجيا الإعلام والاتصال، وخاصة منها ثورة الانترنت، أدى إلى تحولات عميقة في مجال الصيرفة، فلقد ظهر في منتصف التسعينات أول بنك افتراضي في الولايات المتحدة الأمريكية، ليتلاحق ظهور البنوك من نفس النمط، وبصورة متسارعة في مناطق أخرى من العالم، خاصة وأن تسيير الزبون الافتراضي (Client virtuel) أقل تكلفة من تسيير الزبون التقليدي¹.

ثانياً: تعريف الصيرفة الالكترونية:

هناك عدة تعاريف للصيرفة الالكترونية نوجزها فيما يلي:

حيث عرفت الصيرفة على أنها: " كافة العمليات أو النشاطات التي يتم عقدها أو تنفيذها أو الترويج لها بواسطة الوسائل الالكترونية، أو الضوئية مثل الهاتف، والحاسوب، والصراف الآلي، والانترنت والتلفزيون الرقمي وغيرها، وكذلك العمليات التي يجريها مصدر البطاقات الالكترونية، وأيضا التي تتعاطى الكترونيا"².

كما تعرف على أنها: " إجراء العمليات المصرفية بطرق الكترونية أي استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال الجديدة سواء تعلق الأمر بالأعمال المصرفية التقليدية أو الجديدة في ظل هذا النمط لن يكون العميل مضطرا للتنقل للبنك إذ أمكنه القيام بالأعمال التي يريد من بنكه من أي مكان وفي أي زمان"³.

¹ رحيم حسين، هواري معراج: الصيرفة الالكترونية كمدخل لعصرنة المصارف الجزائرية، ورقة ضمن ملتقى المنظومة المصرفية الجزائرية والتحويلات الاقتصادية، واقع وتحديات، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة الشلف الجزائر، 14-15 ديسمبر 2004، ص: 316.

² ناظم محمد نوري الشمري، عبد الفتاح زهير العبد اللات: الصيرفة الالكترونية الأدوات والتطبيقات، ومعوقات التوسع، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2008، ص: 28.

³ وسيم محمد الحداد وآخرون: الخدمات المصرفية الالكترونية، دار الميسر للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2012، ص: 55.

كما يمكن تعريفها على أنها: " قيام البنوك بتقديم الخدمات المصرفية أو المبتكرة أو بما يعرف من خلال شبكات اتصال الكترونية، وتقتصر صلاحية الدخول إليها على المشاركين فيها وفقا لشروط العضوية التي تستخدمها البنوك وذلك من خلال أخذ المنافذ على الشبكة كوسيلة اتصال العملاء"¹.

وتعرف الصيرفة الالكترونية أيضا على أنها: " تلك المؤسسات المصرفية التي تقدم الخدمات والمنتجات المصرفية لعدد كبير من العملاء من خلال القنوات الالكترونية التي تتيح لعملائها الحصول على نفس الخدمات والمنتجات التي توفرها البنوك التقليدية دون الحاجة لتواجد العملاء بالفروع"².

من التعاريف السابقة نستخلص أن: الصيرفة الالكترونية هي القيام بتقديم خدمات مصرفية مختلفة باستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال، وذلك باستعمال أدوات الكترونية حديثة كأجهزة الصراف الآلي والانترنت وغيرها والتي تمكن العملاء من الاستفادة منها في أي وقت ومكانة وبسرعة فائقة وبتكلفة أقل.

ثالثا: خصائص الصيرفة الالكترونية:

تتميز الصيرفة الالكترونية بالخصائص التالية³:

- إعادة هندسة النظم المصرفية بما يوفر الدقة وتخفيض التكاليف؛
- تحسين العلاقة بين المصرف والمتعاملين، حيث تكفل سرعة عمليات التحويل الالكتروني وانخفاض كلفتها وتحقيق رضا العملاء وتطوير ثقتهم في التعامل المصرفي

كما يمكننا إدراج خصائص أخرى و هي⁴:

- اتصاف عملية الصيرفة الالكترونية بالمرونة والسهولة والسرعة يتيح توسيع دائرة التعامل بها داخل المؤسسات المصرفية أو المالية أو غيرها، ومما يؤمن الحماية والتكامل بين المعلومات والخدمات المصرفية الالكترونية؛
- المساهمة في نجاح التطور المتسارع في تكنولوجيا الاتصالات وأجهزة الكمبيوتر وبرامج المعلوماتية.

¹ المرجع السابق، ص: 56.

² عبد الرحيم الشحات البحيطي: المخاطر المالية في نظم المدفوعات في التجارة الالكترونية كأحد التحديات التي تواجه النظم المصرفية، مجلة جامعة الملك عبد العزيز، الاقتصاد والإدارة، عدد2، 2007، ص: 50.

³ وسيم محمد الحداد وآخرون: مرجع سبق ذكره: ص-ص: 58-59.

⁴ نادر عبد العزيز شافي: المصارف والنقود الالكترونية، المؤسسة الحديثة للكتاب، لبنان، ط1، 2007، ص: 56.

المطلب الثاني: دوافع ظهور الصيرفة الالكترونية والأطراف المتدخلة فيها:

من خلال هذا المطلب سيتم تناول دوافع الصيرفة الالكترونية والأطراف المتدخلة فيها:

أولاً: دوافع ظهور الصيرفة الالكترونية:

إن ظهور الصيرفة الالكترونية كان نتيجة تفاعل عناصر منها:¹

- إن ثورة الاتصالات والمعلومات التي أدت إلى ظهور تغيرات جوهرية في طبيعة عمل القطاع المصرفي والمالي ومنه التطلع إلى تقديم خدمات مصرفية ومالية متطورة ومتنوعة اعتماداً على ما أنتجته التكنولوجيا وثورة المعلومات؛
- التجارة الالكترونية التي تتم باستخدام الوسائل الالكترونية وخاصة الانترنت والتي أصبحت تتميز بخصائص عديدة تميزها عن التجارة التقليدية التي اعتادت هذه المؤسسات المالية التعامل في ظلها ومعها مما جعل التطوير الواعي لاستراتيجيات وأساليب عمل البنوك ضرورة خدمية وليس ترفاً أو إهداراً للأموال؛
- وجود منافسة شديدة بين البنوك بعضها البعض ومع غيرها من المؤسسات المالية هذه المنافسة التي أصبحت لا تقتصر على الاقتصاديات الوطنية بل اكتسبت أبعاداً في ظل تحرير التجارة العالمية؛
- تزايد دخول العديد من المؤسسات المالية غير المصرفية مثل شركات التأمين وشركات الأوراق المالية ومنافستها للبنوك، حيث أصبح العديد من هذه المؤسسات يقدم مجموعة خدمات وثيقة الصلة بعمل البنوك؛
- وجوب تطوير الأداء بصفة مستمرة سواء للبنوك وغيرها من المؤسسات المالية لرفع مستوى الكفاءة التشغيلية لتقديم أفضل خدمة لعملائها، وخاصة أن الكثير من العملاء أصبحوا يطالبون بخدمة رفيعة المستوى بتكلفة تنافسية مستفيدين من المنافسة المتزايدة بين المؤسسات.

ثانياً: الأطراف المتدخلة في الصيرفة الالكترونية:

الصيرفة الالكترونية هي استخدام وسائل الدفع الالكترونية في البنوك التجارية للقيام بالعمليات المصرفية، وهناك مجموعة من الأطراف المتدخلة والفاعلة في هذه العملية نذكرها فيما يلي:

¹ وسيم محمد حداد وآخرون: مرجع سبق ذكره، ص-ص: 56-57.

1- عملاء البنوك التجارية:

يعرف العميل على أنه الطرف الأساسي الذي من أجله أنشأ البنك وله تقدم الخدمات، فالعملاء هم أسماء لأفراد أو مؤسسات تستلم معلومات أو بيانات أو خدمات أو موارد بأنواعها المختلفة من مصدر خارجي.

ومن هنا تتضح أهمية تقديم أعلى وأحسن الخدمات للعميل، وتزداد الحاجة كل يوم إلى الخدمات التي تقدمها البنوك والمؤسسات المالية بشكل عام¹، و تتميز الخدمات المصرفية الالكترونية بالنسبة للعملاء بما يلي:

– راحة للعميل بفضل التعامل طوال اليوم؛

– السرعة الفائقة؛

– سرية المعاملات للعملاء².

2- البنوك المركزية:

يعد البنك المركزي الهيئة الرقابية للبنوك التجارية، حيث تقوم بالإشراف على البنوك التجارية فيما يتعلق بالصيرفة الالكترونية³.

أ- تعريف البنك المركزي:

يعرف البنك المركزي على أنه الجهة المشرفة والرقابية للبنوك التجارية حيث يتولى مهمة إصدار النقود باعتبارها الوظيفة الأساسية للبنك المركزي⁴.

ب- البنك المركزي والصيرفة الالكترونية:

يعد البنك المركزي الجهة المشرفة والرقابية على أنشطة المصارف العاملة ومن هنا يقوم بتنظيم هذه الأنشطة والإشراف عليها بما فيها أنشطة الصيرفة الالكترونية، ويتم ذلك من خلال القوانين والتشريعات التي يصدرها البنك المركزي باعتباره السلطة النقدية والرقابية على المصارف ومثل هذه القوانين والتشريعات تمثل ركيزة أساسية لتطوير البنوك لأنشطتها المصرفية المتعددة⁵.

¹ سمير أحمد أبوزنيد، شادي ربحي الشريف: جودة الخدمات المصرفية في البنوك التجارية العاملة في الضفة الغربية ومدى رضا العملاء عنها، مجلة اقتصاديات شمال إفريقيا، جامعة الخليل فلسطين، عدد 5، ص: 187.

² سفيان عبد العزيز: واقع وآفاق البنوك الالكترونية، المجلة العربية الدولية، عدد 5، ص: 180.

³ ناظم محمد نوري الشمري وعبد الفتاح العبد اللات: مرجع سبق ذكره، ص: 196.

⁴ فليح حسن خلف: النقود والبنوك: عالم الكتب الحديث للنشر والتوزيع، عمان، 2006، ص: 296.

⁵ ناظم محمد نوري الشمري: مرجع سبق ذكره، ص: 196.

ج- المهمة الرقابية للبنك المركزي على الصيرفة الالكترونية:

يقوم البنك المركزي بالرقابة على الصيرفة الالكترونية من خلال الرقابة على الجرائم الالكترونية فنظرا لاعتماد المصارف الكبير والمباشر على تقنية المعلوماتية والاتصالات المتطورة في إدارة أعمالها وتسيير أمور زبائنها، ونتيجة للتحويل الجبري لمفهوم الخدمات المصرفية، وأساليب التبادلات المالية عن بعد، كان طبيعيا أن تتعرض هذه البنوك لاعتداءات مصدرها التقنيات الحديثة المستعملة في ظل قلة التشريعات المختصة التي ترعى هذا النوع من الجرائم المستجدة وأهم الجرائم المعلوماتية ذات الأثر على القطاع المصرفي جريمة الاحتيال المعلوماتي وجريمة إتلاف برامج الكمبيوتر للمصرف¹.

▪ جريمة الاحتيال المعلوماتي:

هناك ثلاثة مظاهر ممكنة للاحتيال المعلوماتي وهي:

- التلاعب في البيانات المدخلة: ويلجأ إليها بعض الموظفين والتقنيين العاملين في القطاع المصرفي خصوصا الذين يعملون على إدخال بيانات في ذاكرة الكمبيوتر، أو قيام بعض المجرمين الذين يعهد إليهم تحديث بعض البرامج المصرفية بإمكانهم تعديل البرامج بما يسمح لهم باختلاس أرصدة موجودة في البنك.

ومن الأمثلة العملية قيام الموظفين في فرع مصرفي تابع لمصرف بإنجاز تحويلات لنقود وهمية مستخدما في ذلك الكمبيوتر الخاص في المصرف، وقد سجلت المبالغ الدائنة في دائرة الكمبيوتر إلا أنها لم ترد إلى الخزينة.

- التلاعب في البرامج: طريقة التلاعب هنا تتطلب مهارة فنية عالية لا يبددها سوى الاختصاصيين في علم المعلوماتية والبرمجة، وتتم هذه العملية أثناء تطوير برنامج أو صيانتها.

- التلاعب في المعطيات عن بعد: مع اتساع رقعة المبادلات المالية والمصرفية واشتمالها على شبكة الانترنت وشبكات خاصة مقفلة، ووسط تقنية بث المعلومات عن بعد ظهرت مخاطر جديدة تمثلت في ارتكاب مخاطر الغش المعلوماتي عن بعد من قبل أشخاص من أجل اختلاس الأموال المرتبطة بها².

• جريمة إتلاف برامج كمبيوتر المصرف وبياناته:

هذه الجريمة الجديدة تقوم على الاعتداءات المنطقية وتستهدف التعرض لسلامة وأمن الأنظمة المعلوماتية وسرية البيانات والمعلومات التي تتضمنها من خلال التلف السريع الذي يلحق بها جراء

¹ ناظم محمد نوري الشمري، مرجع سبق ذكره، ص: 196

² المرجع السابق: ص: 198

فيروس رقمي معين يتغلغل في النظام ويتسبب في عطبه وإيقافه عن العمل، ويكون الهدف من هذه الجريمة تكبيد المصارف خسائر ضخمة والأضرار بسمعتها المهنية من خلال إشاعة جو من الخوف في نفوس العملاء، وقد يقوم بمثل هذه الأعمال طلاب لا يبتغون المال لإثبات قدراتهم العالية.

وتتبع المصارف وخصوصا التي تتعاطى الخدمات المالية عبر الانترنت أساليب وتقنيات معلوماتية تبقى بموجبها أنظمتها وكمبيوتراتها المركزية بمنأى عن تلك الكمبيوترات التي تتصل مباشرة بشبكة الانترنت، حيث تكفي بنسخة مصغرة عنها ولكن كافية لتسيير الأعمال.¹

3- البنوك التجارية:

تمثل البنوك التجارية الطرف الثالث من أطراف التوسع في الصيرفة الالكترونية، ويمكن من خلال هذا العرض تعريف البنوك التجارية بالإضافة إلى معيقات التوسع في الصيرفة الالكترونية بالنسبة للبنوك التجارية.

أ- تعريف البنوك التجارية:

تعرف البنوك التجارية على أنها تلك المؤسسة غير المتخصصة المتمثلة في مشروع رأسمالي يتعامل في النقود إقراضا واقتراضا ويأخذ شكل مؤسسة نقدية كبيرة ذات فروع تغطي في الغالب الجزء الأكبر من إقليم الدولة، وتقوم بجمع الأموال في صورة ودائع لتوظيفها في عمليات إقراض للأفراد.²

ب- معيقات التوسع في الصيرفة الالكترونية بالنسبة للبنوك التجارية:

تتمثل معيقات التوسع في الصيرفة الالكترونية في المعيقات التنظيمية والمالية.

* المعيقات التنظيمية:

هناك العديد من المعيقات التنظيمية تحول دون توسع البنوك في استخدام الصيرفة الالكترونية أهمها:³

- عدم قناعة الإدارة بالجدوى الاقتصادية لتطبيق التكنولوجيا وبالذات الصيرفة الالكترونية؛
- عدم وجود معرفة بالميزات والفوائد؛
- عدم توفر روح الإبداع؛

¹ المرجع السابق، ص: 198.

² حسين بن هاني: اقتصاديات النقود والبنوك: دار الكندي للنشر والتوزيع، الأردن، 2003، ص: 206.

³ ناظم محمد نوري الشمري وعبد الفتاح العبد اللات: مرجع سبق ذكره، ص: 193.

- عدم التوافق والانسجام بينهما وبين أنظمة العقل الموجودة بالبنك؛
- عدم توفر سياسية متعلقة بالأمن والحماية؛
- عدم توفر مورد بشري مدرب؛
- عدم توفر بنية تكنولوجية تحتية.

*** المعوقات المالية:**

- ارتفاع تكاليف الاستثمار المالي مثل ارتفاع تكاليف الأجهزة والصيانة والتدريب وغيرها؛
 - ارتفاع التكاليف الإدارية مثل إنشاء وحدة إدارة متخصصة؛
 - عدم تخصيص البنك مبلغ دوري لتجديد وتطوير الصيرفة الالكترونية.
- هناك العديد من المعوقات الأخرى التي تحول دون توسع البنوك في الصيرفة الالكترونية أهمها:
- وجود مقاومة للتغيير من قبل العاملين بالبنوك نتيجة التغيير في أداء العمل والخوف من فقدان الوظيفة مثلاً؛
 - عدم وجود عدد كاف من العملاء للتعامل مع هذه التطبيقات؛
 - انخفاض الوعي المصرفي لدى العملاء وقلة الثقة؛
 - عدم وجود قوانين تشجع البنوك على تبني الصيرفة الالكترونية؛
 - عدم وجود تفضيل أو تمييز من قبل البنك المركزي للبنوك التي تتوسع في استخدام الصيرفة الالكترونية على غيرها من البنوك؛
 - عدم وجود تشريعات حكومية لتنظيم هذه الأعمال وحمايتها وضمان سريتها؛
 - عدم توفير تكنولوجية تحتية خارجية¹.

المطلب الثالث: أهمية وأهداف الصيرفة الالكترونية:

عملت المؤسسات المصرفية على استشراف مستقبل خدماتها ونقلها إلى عالم الالكترونيات فطبقت نظام الصيرفة الالكترونية ووسعت دائرة الخدمة المصرفية الالكترونية الممنوحة للعملاء وهذا ما زاد من أهميتها وحقق أهدافها، وهذا ما سنوضحه فيما يلي.

أولاً: الأهمية العلمية والاقتصادية للصيرفة الالكترونية:

إن قيام البنوك بتسويق أنشطتها وخدماتها المالية عبر الانترنت يحقق فوائد كثيرة منها:

¹ ناظم محمد نوري الشمري وعبد الفتاح العبد اللات: مرجع سبق ذكره، ص: 193.

- تخفيض النفقات التي يتحملها البنك يجعل تكلفة إنشاء موقع للبنك عبر الانترنت لا تقارن بتكلفة إنشاء فروع جديدة للبنك وما يتطلبه من مباني وأجهزة وكفاءة إدارية، إضافة إلى أن تسويق البنك لخدماته من موقعه على الانترنت يساعده على امتلاك ميزة تنافسية تعزز من مكانته التنافسية وتؤهله إلى مستوى المعاملات التجارية العالمية؛¹
- إن دخول البنوك العالمية شبكة الانترنت وبما تملكه من قدرات على المنافسة يلزم ضرورة دخول البنوك العربية لهذه الخدمة لمواجهة التحديات الجديدة الناجمة عن عرض البنوك الأجنبية لخدماتها وقيام العملاء وفقا لذلك بالمقارنة بين خدمات جميع البنوك لاختيار ما يناسبهم؛
- تعزيز رأس المال الفكري وتطوير تكنولوجيا المعلومات؛
- إن الصيرفة الالكترونية تؤدي لتسيير التعامل بين المصارف وجعله متواصلا على مدار الوقت.
- اختصار المسافات الجغرافية ورفع الحواجز التقليدية؛
- قيام علاقات مباشرة بين المشتري والبائع؛
- توفير المزيد من فرص العمل والاستثمار؛
- إن استخدام الانترنت في المصارف يشكل نافذة إعلامية لتعزيز الشفافية وذلك من خلال التعريف بهذه البنوك وترويج خدماتها والإعلام بنشأة المصرف وتطوره ومؤشراته المالية²؛

ثانيا: أهداف الصيرفة الالكترونية:

- تتمثل أهداف الصيرفة الالكترونية فيما يلي:
- وسيلة لتعزيز حصتها في السوق المصرفي؛
- وسيلة لخفض التكاليف؛
- تعتبر كوسيلة لتوسيع نشاطها في داخل وخارج الحدود الوطنية؛
- إتاحة المعلومات من الخدمات التي يؤديها البنك دون تقديم خدمات مصرفية أخرى على الشبكة؛
- حصول العملاء على الخدمات المصرفية وغير المصرفية في أي وقت وفي أي مكان³؛
- إمكانية إجراء التغيير والتعديل عند حدوث خلل أو مشكلة في تقديم الخدمة؛
- تشير الصيرفة الالكترونية إلى المهارة والخبرة التي يحتاجها صانع الخدمة من أجل تنفيذ الصفقة إلكترونيا والاستجابة لحالة السوق بما يخص إدخال خدمات أو إجراء التغييرات الهيكلية⁴.

¹ مفتاح صالح ومعرفي فريدة: البنوك الالكترونية، المؤتمر العلمي الخامس، جامعة فيلادلفيا، ص: 8.

² حسين شحادة الحسين: الجديد في أعمال المصارف من الوجهتين القانونية والاقتصادية، أعمال المؤتمر العلمي السنوي لكلية الحقوق، جامعة

بيروت العربية، الجديد في التمويل المصرفي، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، 2002، ص: 207.

³ وسيم محمد الحداد وآخرون: مرجع سبق ذكره، ص: 58.

⁴ محمد تركي عبد العباس: دور الانترنت في تدعيم الصيرفة الالكترونية، مجلة العلوم الاقتصادية والإدارية، جامعة كربلاء، ص: 72.

المبحث الثاني: البنوك الالكترونية:

في ظل وجود شبكة الانترنت وتوسعها وازدياد مستخدميها، وفي ظل التطور الهائل في تقنيات الحاسوب والاتصال التي حققت تبادلا سريعا وشاملا للمعلومات، وخاصة في الأنشطة المصرفية، أمكن هذا الاستخدام من ظهور وانتشار البنوك الالكترونية عبر شبكة الانترنت التي أصبحت تعرف بنوك الانترنت، وسنحاول في هذا المبحث تقديم تعريف شامل لها، مع التطرق لنشأتها و أنواعها أهميتها وأهدافها، بالإضافة إلى آليات عمل البنك الالكتروني ومتطلباته.

المطلب الأول: نشأة البنوك الالكترونية وتعريفها:

أولا: نشأة البنوك الالكترونية:

في البداية كانت المصارف عبارة عن مجال مخصص لإيداع ما يملكه التجار من ذهب وفضة فكان التجار يودعون ما يملكونه من معادن نفيسة في تلك المصارف قبل أن يسافروا، ويستلمون بدلا منها صكوك تثبت امتلاكهم لتلك المعادن على أن يتسلمون ما أودعوه عند رجوعهم من السفر، وشيئا فشيئا أصبح التجار يستخدمون تلك الصكوك من امتلاكهم لما هو مثبت فيها من كميات الذهب والفضة. وعليه فإن تلك الصكوك لم تكن تقبل في تسوية المعاملات المالية لذاتها وإنما لما تفيده من امتلاك كميات الذهب والفضة المثبتة فيها، ومع التطور بدأت تلك المصارف في تقديمه من خدمات إلى زبائنهم، بدأت بماكينات الصرف الآلي التي تسمح بسحب مبلغ من المال من رصيده لدى هذا المصرف ثم تطور أمر الماكينات في تقديم كشف حساب للعميل برصيده في المصارف وإيداع النقود في حسابه عبر تلك الماكينات وهكذا تطورت تلك المصارف وأصبحت تسمى بالبنوك الالكترونية.

وفي ظل هذا التقدم الهائل الذي نعيشه من تطور الاتصالات والانترنت واستخدامها بشكل يكاد يكون رئيسيا في مجال التجارة، أصبح العالم الآن أصغر من قرية تدور البيانات فيما بين أجزاءه في سرعة البرق فالبنوك الالكترونية أصبحت كبنيان ليس له مقر على الأرض فهو الآن موجود على شبكة الانترنت فقط ويمكن تلخيص مراحل تطور نشأة البنوك الالكترونية كما يلي:

– 1975 – 1985: الصراف الآلي توسع في أوروبا وأمريكا الشمالية.

– 1985 – 1990: البنوك المنزلية.

– فترة التسعينات: البنوك الالكترونية والبنوك الافتراضية.¹

¹ بحوصي مجدوب وسفيان بن عبد العزيز: واقع وآفاق البنوك الإلكترونية، المجلة العربية الدولية، العدد3، 2013، ص: 65.

ثانيا: تعريف البنوك الالكترونية:

هناك عدة تعريفات للبنوك الالكترونية منها ما يلي:

يستخدم مصطلح البنوك الالكترونية أو بنوك الانترنت كتعبير متطور وشامل للمفاهيم التي ظهرت مع مطلع التسعينات لمفهوم الخدمات المالية عن بعد أو البنك المنزلي¹، والبنك على الخط أو الخدمات المالية الذاتية.²

كما يمكن تعريف البنك الالكتروني على أنه "العمل المصرفي الذي تكون فيه الانترنت وسيلة اتصال بين البنك والعميل بمساعدة نظم أخرى يصبح عميل البنك قادر على الاستفادة من الخدمات والحصول على المنتجات المصرفية المختلفة التي يقدمها البنك من خلال استخدام كمبيوتر شخصي موجود لديه"³.

كما عرفت البنوك الالكترونية على أنها "وسيلة الكترونية لنقل المنتجات والخدمات البنكية التقليدية والحديثة مباشرة إلى العملاء عبر الانترنت، وهي بذلك تمكنهم من الوصول لحساباتهم وإجراء العمليات والحصول على المعلومات دون الحاجة للتقل لفرع البنوك."⁴

وتعرف أيضا بأنها "استعمال تكنولوجيا المعلومات والاتصال والوسائل الإلكترونية بواسطة البنوك لإتمام المعاملات البنكية وإيجاد تفاعل مع العملاء"⁵

من خلال التعاريف السابقة نستنتج أن البنوك الالكترونية هي تلك المؤسسات المالية التي تقوم على الركائز الالكترونية وتوظيف كافة التطورات الحديثة في مجال تكنولوجيا الاتصال والمعلومات لتقديم كافة الخدمات المصرفية بأمان.

ثالثا: الفرق بين البنوك الالكترونية والبنوك التقليدية:

يتيح الانترنت المصرفي للعملاء فرصة للتسوق الجيد بتكاليف منخفضة، بالإضافة إلى سهولة الاتصال ويوضح الجدول فيما يلي المقارنة بين العمل المصرفي الالكتروني والتقليدي من ناحية التكاليف في توزيع المنتجات المصرفية:

¹ منير إبراهيم الجنيبي: البنوك الالكترونية، دار الفكر الجامعي، مصر، 2006، ص: 10.

² يوسف حسن يوسف: المصارف الالكترونية، المركز القومي للإصدارات القانونية، مصر، ط1، 2012، ص: 11.

³ خالد أمين عبد الله اسماعيل الطراد: إدارة العمليات المصرفية المحلية والدولية، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2006، ص: 223.

⁴ محمود محمد بوفروة: الخدمات البنكية عبر الانترنت: دار الثقافة للنشر والتوزيع، الأردن، ط1، 2009، ص: 25-27.

⁵ SELMAN shamin&KASHIF sardar , electronic banking and e-readness adoption by commercial banks in Pakistan, linnaeus university, 2010,p7

جدول رقم (01): فرق التكلفة بين القنوات التقليدية والانترنت.

تذكرة الطيران	المعاملات البنكية	توزيع البرمجيات	دفع الفواتير	
9.10	1.08	15.00	3.32-2.22	القنوات التقليدية
1.18	0.13	0.10-0.20	1.10-0.66	عبر الانترنت
%87	%89	%99-%97	%71-%67	نسبة التوفير

المصدر: صراع كريمة: واقع وآفاق التجارة الالكترونية في الجزائر، مذكرة ماجستير، جامعة وهران، 2014، ص:93.

من تحليل الجدول يتضح أن فرق التكلفة في دفع التكاليف عبر الانترنت تصل إلى نسبة 70% و98% في توزيع البرمجيات أما بالنسبة للمعاملات البنكية فرق التكلفة تمثل نسبة توفير 89% في حين فرق التكلفة لتذكرة الطيران تصل إلى 87% كنسبة توفير لفرق التكلفة وهو ما يدل بوضوح أن تكلفة العمل المصرفي على الانترنت منخفض بنسبة كبيرة مقارنة بالقنوات التقليدي الحديثة.

المطلب الثاني: أنماط البنوك الالكترونية و مزاياها:

في هذا المطلب سنتطرق إلى أهم أنماط البنوك الالكترونية إضافة إلى مزاياها.

أولاً: أنماط البنوك الالكترونية:

وفقا للدراسات العالمية وتحديدًا دراسات جهات الإشراف والرقابة الأمريكية والأوروبية، فإن هناك ثلاثة صور أساسية للبنوك الالكترونية تتمثل فيما يلي:

1- الموقع المعلوماتي:

هو المستوى الأول أو الأساسي للبنوك الالكترونية والذي عن طريقه يقوم البنك بالإعلان عن منتجاته وخدماته ونشاطه بصورة عامة.¹

2- الموقع التفاعلي والاتصالي:

بحيث يسمع الموقع بنوع من التبادل الاتصالي بين البنك وعملائه كالبريد الالكتروني وتعبئة طلبات أو نماذج على الخط أو تعديل معلومات القيود والحسابات.

3- الموقع التبادلي:

وهو المستوى الثالث والذي يمكن من خلال المواقع الالكترونية إجراء المعاملات بشكل كامل حيث تسمح للعملاء باستخدام حساباتهم بغرض التحويل المالي، وسداد الفواتير المختلفة والأشتراك في

¹ وهاب نعمون: النظم المعاصرة لتوزيع الخدمات المصرفية كمدخل لزيادة القدرة التنافسية للبنوك التجارية، مجلة العلوم الاقتصادية والإدارية، جامعة الجزائر، العدد الرابع، 2008، ص: 121.

مختلف منتجات البنك الأخرى والتعامل في شاء وبيع الأوراق المالية وغيرها، حيث يقدم هذا المستوى من الخدمات البنكية من قبل البنوك التقليدية كوسيلة إضافية لخدمة العملاء، كما يوجد أيضا البنوك التي تقدم خدماتها البنكية في المقام الأول من خلال الانترنت أو غيرها من قنوات التوزيع الالكترونية.¹

والجدول التالي يوضح أوجه المقارنة بين مختلف الخدمات التي تقدمها أصناف البنوك الالكترونية.

جدول رقم (02): أوجه المقارنة بين الخدمات المقدمة من طرف البنوك الالكترونية بمختلف أنواعها:

أوجه المقارنة	الموقع المعلوماتي	الموقع التفاعلي	الموقع التبادلي
تقديم المعلومات	- تديم معلومات ترقية - توضيح كيفية الاتصال. - تقديم عروض وإعلانات خاصة.	- إمكانية تحميل التقارير الخاصة بالبنك. - إمكانية تقديم طلبات العمل عبر الموقع. - إمكانية الدخول إلى مواقع أخرى عن طريق موقع البنك.	- إمكانية التسجيل. - توجيه الإنذارات. - تأسيس منتديات خاصة بزبائن البنك.
استخدام شبكة الانترنت من أجل إثبات العلاقة بين البنك والزبون.	- استخدام العميل للبريد الالكتروني من أجل الاتصال بالبنك.	- إمكانية استخدام تقنيات اتصال أخرى.	- استخدام تقنيات جد متطورة مثل تقنية Video conference
استخدام شبكة الانترنت من أجل المبادلات.	- طلب فتح الحسابات. - طلب الاستفادة من الخدمات التي يقدمها البنك. - طلب البطاقات النقدية. - الاستفسار عن المعاملات الخاصة بالقروض والاستثمارات.	- إمكانية اطلاع الزبون على وضعية حسابه. - إمكانية إجراء التحويل من وإلى حساب الزبون. - يمكن للزبون الاطلاع على بعض المعلومات الخاصة بالبنك.	- استخدام النقود الالكترونية كوسيلة لترقية التبادلات عبر شبكة الانترنت.

المصدر: بوفليح نبيل، فرج شعبان، البنوك الالكترونية كمدخل لزيادة تنافسية البنوك العربية، مداخلة مقدمة ضمن المنتدى الدولي حول المعرفة في ظل الاقتصاد الرقمي، جامعة حسيبة بن بوعلي، الشلف، أيام 27، 28 نوفمبر 2007، ص4.

¹ طارق محمد خليل الأعرج: العوامل المؤثرة في اختيار نوع الخدمات والنوافذ التي تقدمها البنوك الالكترونية، مذكرة دكتوراه غير منشورة، الأكاديمية العربية، الدانمكارك، 2013، ص:20.

ثانيا: مزايا البنوك الالكترونية:

تتميز البنوك الالكترونية بمميزات عن المصارف التقليدية، وذلك تلبية لاحتياجات العميل المصرفي وهو ما يحقق للبنك مزايا عديدة عن غيره من البنوك المنافسة، وفيما يلي توضيح لمجالات تميز البنوك الالكترونية:¹

1- إمكانية الوصول إلى قاعدة أوسع مع المتعاملين:

يساهم الانترنت في التعريف بالبنوك والترويج للخدمات المصرفية بشكل إعلامي على النحو الذي يوفر لها القدرة على الوصول إلى قاعدة عريضة من العملاء دون التقيد بمكان أو زمان معين، كما تتيح لهم إمكانية طلب الخدمة في أي وقت وعلى طول أيام الأسبوع وهو ما يوفر الراحة للعميل، إضافة إلى أن سرية المعاملات التي تميز هذه البنوك تزيد من ثقة العملاء فيها.

2- تقديم خدمات مصرفية كاملة وجيدة:

تتيح البنوك الالكترونية خيارات أوسع للمتعاملين بها وحرية أكثر في اختيار الخدمات ونوعيتها، إذ تقدم البنوك الالكترونية كافة الخدمات المصرفية التقليدية إلى جانب الخدمات الأخرى التي تتيحها صيغ التعامل عبر الانترنت والتي تميزها عن الأداء التقليدي مثال على ذلك أشكال النشرات الالكترونية الإعلانية عن الخدمات المصرفية، تسهيل مهمة متابعة الأرصدة، تسديد الفواتير والكمبيالات المسحوبة، تحويل الأموال بين الحسابات المختلفة...إلخ.

3- تخفيض التكاليف:

من أهم ما يميز البنوك الالكترونية مساهمتها في تقليص تكاليف تقديم الخدمة من خلال تخفيض النفقات التي يقدمها البنك، فتكلفة إنشاء موقع للبنك عبر الانترنت لا تقارن بتكلفة إنشاء فرع جديد للبنك وما يتطلبه من مباني وأجهزة ومستلزمات إدارية، وما يترتب على ذلك من توفير تعزيز جودة الخدمات إلى جانب استقطاب وجذب المتعاملين، وهو ما توصلت إليه نتائج العديد من الدراسات الميدانية التي أجريت في بيئات مختلفة.

4- زيادة كفاءة البنوك الالكترونية:

نظرا لاتساع شبكة الانترنت وسرعة إنجاز الأعمال بالمقارنة مع البنوك التقليدية فقد أصبح من السهولة على المتعامل الاتصال بالبنك عبر الانترنت الذي يقوم بتنفيذ الإجراءات التي تنتهي في أجزاء صغيرة من الدقيقة الواحدة بأداء صحيح وكفاءة عالية بدلا من انتقال المتعامل إلى مقر البنك شخصيا، إلى جانب الوقت الذي يتطلبه الانتظار في حالة وجود متعاملين آخرين يتزاحمون على الحصول على ذات الخدمة أو خدمات تقدم من قبل ذات الموظف لمجموعة من المتعاملين في صف الانتظار.

¹ محمد عبد الحسين الطائي: التجارة الالكترونية، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2010، ص-ص: 230-231.

5- خدمات البطاقات:

توفر البنوك الالكترونية خدمات متميزة لشريحة محددة من المتعاملين مثل رجال الأعمال والمتعاملين، وتشتمل هذه الخدمات على خدمات حساب الماسية والذهبية المقدمة لفئة محددة من المتعاملين على شكل بطاقات ائتمانية وبخصم خاص، ومن هذه البطاقات بطاقة سوني التي تمكن العميل من استخدامها في أكثر من 18 مليون من أكبر الأماكن، وتشتمل على خدمات مجانية على مدار الساعة برقم خاص، خدمة مراكز الأعمال، الإعفاء من رسوم وعمولات الخدمات البنكية، بالإضافة إلى كثير من الخدمات الخاصة الأخرى.¹

وعموماً تتيح البنوك الالكترونية خيارات أوسع للمتعاملين بها وحرية أكثر في اختيار الخدمات ونوعيتها، إلا أن التحدي الأكبر يتمحور حول مدى فعالية هذه الصيرفة في كسب ثقة العملاء فيها وهو ما يتطلب من المصرف توفير قاعدة من البيانات لتأدية الخدمات بكفاءة عالية.

المطلب الثالث: أهمية و أهداف البنوك الالكترونية:

أولاً: أهمية البنوك الالكترونية:

إن وجود البنك الالكتروني مرهون بقدرته على التحول إلى موقع للعمولة ومكان للحل المبني على المعلومة الصحيحة إنه مؤسسة للمشورة، ولفتح آفاق العمل، إنه مكان لغرض الاستثمارات وإدارتها، مكان للخدمة المالية السريعة بأقل تكلفة.

إن الاتجاه نحو الدفع النقدي الالكتروني المصاحب لمواقع التجارة والأعمال الالكترونية يقدم مبرر لبناء البنوك الالكترونية وشركات التأمين، النفط، الطيران، الفنادق... الخ.

تتجه بخطى واثقة نحو عمليات الدفع عبر الخط أو الدفع الالكتروني وهي عمليات تستلزم إن لم يكن موقع الشركة يوفر وسائل الدفع النقدي وجود حسابات بنكية أو حسابات تحويل أو نحوها وترك الساحة دون تواجد يعني دفع القطاعات المشار إليها إلى ممارسة أعمال مالية على الخط لسد احتياجاتها التي لا توفرها الجهات المعمل المصرفي المتخصصة.

إن اللجوء إلى البنوك الالكترونية هو لجوء لأحد وسائل المنافسة وهو أيضاً لجوء إلى تقديم خدمات شاملة بوقت قصير من عدد محدود من الموظفين ولقاء تكلفة أقل باعتبار أن البنك الالكتروني يوفر كلفة موجودات الوجود الفعلي للبنك، لكن علينا أن نعلم أن الوفرة في تكلفة الخدمة لا يتعين أن تعود للبنك نفسه، فهذا لا يقيم فرقا بينها وبين الخدمات غير الالكترونية لهذا تقوم البنوك الالكترونية على قاعدة رئيسية أخرى وهي الوفرة في كلفة الخدمة عائد تشاركي بين البنك والعميل.²

¹ محمد عبد الحسين الطائي: مرجع سبق ذكره، ص: 231.

² جعفر حسن جاسم: مقدمة في الاقتصاد الرقمي، دار البداية للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2010، ص: 252.

ثانيا: أهداف البنوك الالكترونية:

مما لا شك فيه أن اعتماد البنوك على العمل الالكتروني في إتمام المعاملات المصرفية الحديثة في الوقت الحاضر ما هو إلا لجوء لإحدى الوسائل التنافسية الفعالة والتي من خلالها يتم الوقوف بوجه المنافسة الحادة والشديدة الذي يشهده العالم الآن وخاصة في عصر الاقتصاد الرقمي واقتصاد المعرفة وعصر طريق المعلومات فائق السرعة، والتي تفرض على منظمات الأعمال ومنها البنوك أن تتكيف وفقا لمتطلباتها ومن خلال ما سبق نستطيع أن نستخلص أهم أهداف البنوك الالكترونية:¹

- فتح فروع جديدة بكلفة قليلة جدا قياسا بالفروع التقليدية ومما تتطلبه من إمكانيات مادية وبشرية ذات تكاليف عالية جدا؛

- توسيع قاعدة المتعاملين مع البنك وذلك من خلال عرض خدماته ومنتجاته عبر الشبكة وهذا ما ينعكس على استقطاب زبائن جدد من مختلف المناطق؛

- الخروج من المحلية باتجاه العالمية وهذا سينعكس على زيادة عدد المتعاملين مع البنك داخل البلد وخارجه؛

- عولمة أعمال البنك من خلال شبكة الانترنت وهذا بحد ذاته مسألة ذات آثار كبيرة على نجاح البنك في تقديم خدماته ومنتجاته بشكل يؤدي إلى تكافؤ الفرص وخاصة بالنسبة للبنوك الصغيرة والمتوسطة والتي لا تمتلك الموارد المالية والإمكانيات البشرية اللازمة للانتشار في بلدان إقليمية كانت أو عالمية؛

- الوصول إلى الأسواق العالمية بشكل شمولي وفي نفس الوقت وبأقل التكاليف مما يتيح لهذه البنوك قاعدة تنافسية يمكن أن تنافس البنوك الكبيرة؛

- أن التعاملات المصرفية الالكترونية أقل كلفة وأسرع مقارنة بتكلفة المعاملات المصرفية التقليدية؛

- تتمتع الخدمات المصرفية الالكترونية بالسرعة والجودة بالاستفادة من مزايا النظام الالكتروني وتقنيات الحوسبة مما يكسب البنوك الالكترونية هذه المزايا و الفوائد.

المطلب الثالث: آليات عمل البنك الالكتروني ومتطلباته:

أولا: كيفية عمل البنك الالكتروني:

يقوم البنك الالكتروني بعمله بناء على ما يلي:

1- أوقات العمل:

من أهم ما تتميز به البنوك الالكترونية أنها تقدم خدماتها لعملائها طوال الوقت دون التقيد بأوقات عمل معينة كالبنوك التقليدية دون أن تكون هناك إجازات للموظفين مثلا أو غياب موظف ما أن أنه

¹ إيداد زكي محمد أبو رحمة: أساليب تنفيذ عمليات التجارة الالكترونية ونظم التسوية المحاسبية، ماجستير غير منشورة، كلية التجارة، الجامعة الإسلامية غزة، 2009، ص: 32.

لا توجد أي معوقات من أي نوع لأي من الخدمات التي تقدمها تلك البنوك الالكترونية فهي تقدم كافة خدماتها في كافة أيام الأسبوع طوال ساعات اليوم الأربع والعشرون.¹

2- كيفية الاتصال بالبنك:

يقوم العميل بالاتصال بالبنك من أي مكان عن طريق الانترنت فيرد عليه البنك ممثل في جهاز الرد الآلي يستعلم من العميل رقمه السري يخصص له من البنك، فيدخله العميل، وعندئذ يكون العميل قد دخل البنك الالكتروني، وتتم كافة الإجراءات التي يريد في ثوان معدودة، فيجد العميل نفسه قد أتم ما يريد من البنك في دقائق، إذ أن العميل متى أدخل الرقم السري الخاص به تظهر على شاشة الكمبيوتر أمام الموظف المختص كافة البيانات بهذا العميل ويكون له أن يأمر بإجراء أي من تلك الخدمات التي يقدمها البنك لعملائه فتتم في لحظات.²

3- العمليات المصرفية التي يقدمها البنك الالكتروني:

أصبحت البنوك الالكترونية تقدم كافة العمليات المصرفية من خلال الانترنت بل وزاد الوضع وأصبحت تلك البنوك الالكترونية تقدم الكثير من العمليات المصرفية وتعتبر الخدمات التي تقدمها البنوك الالكترونية أحد أشكال الاتصال التبادلي بين العملاء والبنوك من خلال الانترنت ومن أهم هذه الخدمات:

- تقديم الاستعلامات الخاصة للعملاء؛
- إتمام عمليات التحويل بين الحسابات الداخلية وبنوك وشركات أخرى؛
- الحصول على كشوف الحسابات وغيرها من التقارير التي يحتاجها العميل؛
- سداد الأقساط المستحقة أو الفواتير الدورية؛
- تقديم الطلبات الشخصية مثل طلبات الحصول على بطاقات ائتمانية؛
- الحصول على القروض المختلفة.³

ثانياً متطلبات البنوك الالكترونية:

إن إنشاء بنك إلكتروني يتطلب توفر مجموعة من الشروط الضرورية أهمها:

1- البنية التحتية التقنية:

فالمتطلب الرئيسي لضمان أعمال إلكترونية ناجحة بل وضمان دخول آمن لعصر المعلومات عصر اقتصاد المعرفة يتمثل بالاتصالات، وبقدر كافي في البنية التحتية، وسلامة سياسات السوق الاتصالي،

¹ سامر جلدة: البنوك التجارية والتسويق المصرفي، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2011، ص: 360.

² سامر جلدة، مرجع سبق ذكره، ص236.

³ خولة فرحات: أثر التجارة الالكترونية على تحسين نوعية الخدمة المصرفية، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية، جامعة الحاج لخضر باتنة، 2008، ص: 57.

وتحديد السياسات التسعيرية لمقابل خدمات الربط بالإنترنت فلا تحيا الشبكة وأعمالها دون تزايد أعداد المشتركين الذين يعوقهم في الوطن العربي، تحديد كلفة الاتصالات والتي إن كانت قد شهدت تخفيضا في بعض الدول العربية لكنها ليست كذلك في جميعها، وهذه المسألة ربما تمثل أهم تحد أمام بناء البنوك الالكترونية .

والعصر الثاني للبنية التحتية يتمثل بتقنية المعلومات من حيث الأجهزة والبرمجيات والحلول والكفاءات البشرية المدرجة والوظائف الاحترافية، وهذه دعامة الوجود والاستمرارية والمنافسة، ولم يعد المال وحده المتطلب الرئيسي بل استراتيجيات التواءم مع المتطلبات وسلامة البرامج والنظم المطبقة لضمان تعميم التقنية بصور منظمة وفعالة وضمان الاستخدام الأمثل والسليم لوسائل تقنية.

أما عن عناصر استراتيجية البنية التحتية في حقل الاتصالات وتقنية المعلومات فإننا نرى أنها تتمثل بتحديد أولويات وأغراض تطوير سوق الاتصالات في الدولة، ومواءمة هدف الدخول للأسواق العالمية مع احتياجات التطوير التقني للشركات الخاصة والسياسات التسويقية والخدمية والتنظيمية المتعين اعتمادها لضمان المنافسة في سوق الاتصالات ولضمان جذب الاستثمارات في هذا القطاع وتنظيم الالتزامات لمقدمي الخدمات مع تحديد معايير ومواصفات الخدمة المميزة.¹

2- الكفاءة الأدائية المتفقة مع عنصر التقنية:

هذه الكفاءة تقوم على فهم احتياجات الأداء والتواصل التأهيلي والتدريبي والأهم من ذلك أن تمتد الكفاءة إلى كافة الوظائف الفنية والمالية والتسويقية والقانونية والاستشارية والإدارية المتصلة بالنشاط البنكي الالكتروني.²

3- التطوير والاستمرارية والتفاعل مع المستجدات:

ويتقدم عنصر التطوير والاستمرارية والتوعية على العديد من عناصر متطلبات بناء البنوك الالكترونية وتميزها، فالجمود وانتظار الآخرين لا يتفق مع التقاط فرص التميز.³

¹ خياطة عبد الله: الاقتصاد المصرفي، مؤسسة شباب الجامعة، مصر، 2008، ص: 95.

² عبد الله سليمة: دور تسويق الخدمات المصرفية الالكترونية في تفعيل النشاط البنكي، رسالة الماجستير في العلوم التجارية، جامعة الحاج لخضر باتنة، 2009، ص: 85.

³ بوفليح نبيل وفرج شعبان: مرجع سبق ذكره، ص: 5.

4- التفاعل مع متغيرات الوسائل والاستراتيجيات الفنية والإدارية والمالية:

إن التفاعلية لا تكون في التعامل مع الجديد أو مع البنية فقط وإنما مع الأفكار والنظريات الحديثة في حقول الأداء الفني والتسويقي والمالي والخدمي، تلك الأفكار التي تجيء وليدة تفكير نمطي.¹

5- الرقابة التقييمية الحيادية:

إن من عناصر النجاح في البنوك الالكترونية التقييم الموضوعي ومن هنا قامت غالبية مواقع البنوك الالكترونية جهات منشورة في تخصصات التقنية والتسويق والقانون والنشر الالكتروني لتقييم فعالية وأداء مواقعها، ويتعين أن نحذر ارتفاع عدد زائري الموقع لا يعد مؤشر على النجاح إذ يسود فهم أن كثرة زيارة الموقع دليل نجاح الموقع، لكنه ليس كذلك دائماً وإن كان مؤشراً حقيقياً على سلامة وضع محركات البحث وسلامة الخطط الدعائية والترويجية.²

ثالثاً: التحديات القانونية في حقل البنوك الالكترونية:

أهمها إثبات الشخصية، التواقيع الالكترونية، أنظمة الدفع النقدي، المال الرقمي أو الالكتروني أو القيدي، سرية المعلومات، أمن المعلومات من مخاطر إبرام التقنية العالية، خصوصية العميل، المسؤولية عن الأخطاء والمخاطر، التعاقدات المصرفية الالكترونية... الخ، كل عنصر من هذه العناصر السابقة يستلزم حزمة من التحديات القانونية، ومنه نجد أن من الضروري الوقوف على بعض المسائل المرتبطة بتلك التحديات نوجزها فيما يلي:

1- تحديات التعاقدات المصرفية الالكترونية ومشكلات الإثبات:

أثارت وسائل الاتصال الحديث التساؤل حول مدى صحة انعقاد العقد بواسطتها وما يتصل بها من حيث موثوقية الرسائل الالكترونية والبريد الالكتروني المتعلق بالعلاقات محل التعاقد ومن بين هذه المسائل مسألة إثبات الانعقاد ومسائل التعاقد، وقد اتجهت المواقف القانونية والقضائية والفقهية إلى قبول الوسائل التعاقدية التي توفر من حيث طبيعتها موثوقية في إثبات الواقعية وصلاحيّة الدليل محل الاحتجاج، وتحقق فوق ذلك وظيفتين هما إمكانية حفظ المعلومات لغاية المراجعة عند التنازل، والتوسط في الإثبات عن طريق جهات الموثوقية الوسيطة أو سلطات الشهادات التعاقدية.

ومن هنا أثارت وتثير الرسائل الالكترونية عبر شبكات المعلومات كالإنترنت والرسائل المتبادلة عبر الشبكات الخاصة والبريد الالكتروني مشكلة عدم تحقيق هذه الوظائف في ظل غياب المعايير

¹ خبابة عبد الله: مرجع سبق ذكره، ص: 110.
² نفسه

والمواصفات والتنظيم القانوني الذي يتيح توفير الطبيعة المقبولة للبيانات وتحقيق الوظائف التي تجيز قبولها في الإثبات.¹

2- أمن المعاملات والمعلومات المصرفية الالكترونية:

إذا أردنا الوقوف في حدود مساحة العرض المتاحة على ملخص الاتجاهات الأمنية في حقل حماية البيانات في البيئة المصرفية، والتي تتخذ أهمية بالغة بالنسبة للمصارف التي تمثل بياناتها في الحقيقة أموالاً رقمية وتمثل حقولاً مالية وعناصر رئيسية في الائتمان، نجد أن المطلوب هو وضع إستراتيجية شاملة لأمن المعلومات تتناول نظام المصرف وموقعه الافتراضي وتتناول نظم الحماية الداخلية من أنشطة إساءة الاستخدام التي قد يمارسها الموظفون المعنيون داخل المنشأة، وتحديد الجهات المعنية بالوصول إلى نظم المتحكم والمعالجة والبرمجيين، إلى جانب إستراتيجية الحماية من الاختراقات الداخلية، وهذه الإستراتيجيات يجب أن تمتد إلى عميل المصرف لا المصرف وحده، حتى نضمن نشاطاً واعياً للتعامل مع المعلومات وتقدير أهمية حمايتها.²

تكون أول خطوات الحماية من خلال تحصين النظام داخلياً، ويتم ذلك من خلال إغلاق الثغرات الموجودة في النظام إذ لكل نظام ثغراته، فمثلاً يوجد في نظام ويندوز خيار مشاركة في الملفات والطباعة.

3- تحديات وسائل الدفع:

هذا التحدي الناتج عن تسارع وسائل الخدمة الالكترونية دون أن يكون هناك تنظيم قانوني يناسب تحدياتها، فبقدر ما حققته بطاقات الائتمان من رواج وقبول، فإنها لا تزال تثير العديد من التساؤلات القانونية في حقل الحماية المدنية والجزائية وهنا لا بد من أن تستعمل البنوك كمؤسسات ذات أثر في توجيه المؤسسة التشريعية إلى تبني تشريعات متلائمة مع مفاهيم المال الالكتروني ووسائل وقواعد وأحكام التعامل من مشاكله القانونية.³

¹ راحو بلال: الخدمات المصرفية الالكترونية وأثرها في تحسين جودة الخدمات المصرفية، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة يحي فارس، المدينة، 2014/2015، ص: 57.

² راحو بلال: مرجع سبق ذكره، ص: 58.

³ يوسف حسن يوسف، مرجع سبق ذكره ص: 285.

4- التحديات الضريبية:

إن الأعمال الالكترونية تلغي فكرة الموقع بالنسبة للنشاط الالكتروني أي يمكن عدم الكشف عن مصدر النشاط، كذلك فإن الأعمال الالكترونية المتحركة قد تتجه نحو الدول ذات النظم الضريبية الأسهل والأكثر تشجيعاً، ولهذا قررت أمريكا عدم فرض ضرائب على أنشطة الأعمال والتجارة الالكترونية، وهذا ما أقرته منظمة التجارة العالمية W.T.O عام 1998 حيث لا تفرض رسوم جمركية على التبادل الالكتروني.¹

رابعاً: إستراتيجية مواجهة التحديات القانونية في بيئة البنوك الالكترونية:

ينبغي على البنوك أن تدرك أن التقييم لمدى نجاح ومكانة البنك لا يقوم على ذات المعايير المعهودة في البيئة السابقة على التواجد على الانترنت، ذلك أن تقييم مواقع البنوك يخضع لاعتبارات أخرى، غير اعتبارات نطاق الخدمة، وحجم البنك والمعايير التقييمية التقليدية الأخرى، ومرد ذلك إلى الطبيعة الخاصة لبنوك الانترنت وحاجتها إلى استراتيجيات أمنية وتسويقية وتصميمية تختلف عن المصارف العادية لتحدث أثراً في مستوى نجاح البنك، ومستوى الثقة بخدماته ومن أجل هذا اعتمدت على معايير مختلفة أهمها:

- مدة عمل المصرف في البيئة الافتراضية؛
- عدد وأنماط ونوعية الخدمات الالكترونية؛
- مستوى الأمن والثقة من خلال الوسائل المتبعة؛
- آليات العمل والمعايير المتبعة؛
- بساطة الإجراءات التقنية وفعالية الوثيقة القانونية؛
- حجم الروابط التي يوفرها موقع المصرف الالكتروني وجهات خدمة الدعم والخدمات الوسيطة أو الإضافية؛
- مستويات النماء وتطوير الأعمال مقاسة باتجاهات النماء في بيئة الانترنت؛
- مقارنة المعايير المتقدمة مع حجم المؤسسة المصرفية وسوقها البشري والفئة التي تصنف منها؛
- الإطار والمحتوى المعلوماتي المقدم على موقع البنك؛
- الإطار التفاعلي مع العميل؛

¹ يوسف حسن يوسف: مرجع سبق ذكره، ص: 286.

- الوجود الإضافي والفعلي لموقع المصرف على الأرض وقدرة الوصول إلى واقع خدماته الفعلية.¹

المبحث الثالث: الخدمة المصرفية الإلكترونية:

دعت التطورات الاقتصادية العالمية البنوك إلى إعادة التفكير في وضع إستراتيجيات جديدة وتطوير لملاح أعمال تسمح لهم بالمنافسة والاستمرار ضمن عالم تقني يتطور تطورا كبيرا، حيث تواجه جميع البنوك في العالم نفس التحديات مما دعا إلى الاستعانة بحلول مصرفية ذكية تجعل الأنظمة الآلية في البنوك تتطور لتتكيف مع معطيات الثورة التكنولوجية وسيتم تناول في هذا المبحث مفهوم الخدمة المصرفية والخدمات المصرفية التقليدية بالإضافة إلى الخدمات المصرفية الإلكترونية.

المطلب الأول: مفاهيم أساسية حول الخدمة المصرفية:

تمثل الخدمة المصرفية المتميزة نقطة الارتكاز الأساسية التي تضفي لمسة التفرد على المؤسسة المصرفية ويتجلى عبرها دورها الاقتصادي والاجتماعي، وللإحاطة بمحتوى وماهية الخدمة سنتطرق فيما يلي إلى كل من مفهوم الخدمة المصرفية وخصائصها وتقسيماتها.

أولاً: تعريف الخدمة المصرفية:

لقد تعددت تعاريف الخدمة المصرفية باختلاف وجهات نظر الباحثين في هذا المجال، نورد أهمها فيما يلي:

الخدمة المصرفية هي: " عبارة عن مجموعة من أنشطة تتعلق بتحقيق منافع معينة للعميل سواء ذلك بمقابل مادي أو دونه، فقد يكون البنك أحيانا بتقديم خدمات مجانية للعميل.²

كما تعرف الخدمة المصرفية: هي مجموعة الخدمات التي تقدمها البنوك لعملائها وترتبط هذه الخدمات بالوظائف الأساسية للبنوك وهي الإيداع والائتمان وخدمات الاستثمار، فالخدمات المصرفية عديدة ومتنوعة وهناك من يقسمها إلى خدمات مصرفية تقليدية وخدمات مصرفية حديثة.³

¹ مصطفى كمال السيد الطايل: الصناعة المصرفية في ظل العولمة، اعتماد المصارف العربية، مصر، 2009، ص: 77.

² أحمد طرطار سارة حليمي: جودة الخدمات المصرفية كآلية لتفعيل الميزة التنافسية للبنوك، مداخلة مقدمة في إطار الملتقى الدولي، جامعة منتوري قسنطينة، 2010، ص: 3.

³ بريس عبد القادر: التحرير المصرفي ومتطلبات تطوير الخدمات المصرفية وزيادة القدرة التنافسية للبنوك الجزائرية، اطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية غير منشورة، جامعة الجزائر، 2006 ص 231.

وهناك من عرفها على أنها مجموعة الخدمات التي يقوم البنك بتقديمها لعملائه، حيث يمكن تعريفها على أنها نشاط أو مجموعة من الأنشطة التي يكون جوهرها غير ملموس، يقوم بتقديمها البنك لعميلة بغية إشباع حاجاته و رغباته قد يكون إنتاجا مرتبطا بمنتج مادي وقد لا يكون ، ولا يترتب عنها أي انتقال للملكية.¹

من التعاريف السابقة نستخلص أن الخدمة المصرفية هي مجموعة من الأنشطة والخدمات التي يقدمها البنك لعملائه، تقوم هذه الأنشطة على أساس الوظائف الأساسية للبنوك والمتمثلة أساسا في عمليات الإيداع والائتمان وغيرها ...

ثانيا: خصائص الخدمة المصرفية:

للخدمة المصرفية خصائص نوجزها فيما يلي:²

1/ اللاملموسية:

تتصف الخدمة المصرفية باحتوائها على مجموعة عناصر ملموسة وأخرى غير ملموسة، فبينما تشكل الأجهزة والمكاتب والديكورات ، وغيرها ما يحتويه البنك ، عناصر ملموسة فإن العناصر غير الملموسة التي يصعب على الفرد رؤيتها أو لمسها تتمثل في إدراكات العميل وتوقعاته، وما تتضمنه الخدمة من قيم منفعية غير مباشرة لها دلالات مهمة في تقييم العميل لمضمون الخدمة المقدمة والتي تترك آثارها على مستوى إدراكه لجودة الخدمة وعليه فإن الحكم على الخدمات المصرفية أو تطويرها أو الإعلان عنها أو تقديمها يحتاج إلى معالجة خاصة من خلال استخدام وسائل وأدوات مبتكرة ذات قدرة عالية على شرح مزايا وأبعاد خدمة غير ملموسة.

تلي الخدمات المصرفية، باستثناء حالات معينة حاجة عامة وليس حاجة محددة بعينها، فالمنافع المحددة المتأتية من الخدمات المصرفية لا تظهر للكيان بوضوح، وعليه تبدل المصارف جهودا مضيئة لإيصال رسالتها إلى جمهور العملاء القائمين والمحتملين معتمدة بذلك أساليب الاتصال الفاعلة التي تضمن أعلى درجات الإقناع المستند أصلا إلى رسم صورة طيبة حول المصرف في أذهان العملاء، وهذا يعني أن نجاح المصرف في تسويق خدماته، يعتمد على قدرته ومهارته وفي توضيح المنافع التي تقدمها الخدمة المصرفية للعميل، إذ ليس من السهل دائما عرض وإظهار هذه الخدمات أثناء استخدامها.

¹ عيشوش عبده : تسويق الخدمات المصرفية في البنوك الاسلامية ، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الحاج لخضر - باتنة، 2009،

ص: 24 .

² أحمد محمود الزامل وآخرون: تسويق الخدمات المصرفية، إثراء للنشر والتوزيع، الأردن، ط1، 2012، ص: 57 .

2/ التلازمية :

ترتبط الخدمة المصرفية بمنتجاتها أو مقدمها، وهي نتيجة منطقية لتشارك الخبرة والأدوات والعمليات التي تنتج عنها الخدمة، وتتصف الخدمة المصرفية بالتلازم والتكامل في الإنتاج والتوزيع، بمعنى عدم إمكانية الفصل بين هاتين العمليتين إذ يتم إنتاج الخدمة، وبالتالي توزيعها في نفس المصرف أو أحد فروعها.

ولأن الخدمات المصرفية تنتج وتوزع في آن واحد، فإن اهتمام المصرف ينصب على توسيع الخدمات المصرفية في المكان والزمان المناسبين.

ما يعني تبني سياسة البيع المباشر باعتبارها القناة التوزيعية الأكثر ملائمة لتسويق الخدمة المصرفية فالمصارف تبذل جهودا كبيرة للتغلب على خاصية التلازمية أو التكاملية من خلال وسائل نقل الخدمة أو تجزئتها.

ومن بين أبرز الوسائل المستخدمة في هذا المجال خدمة بطاقات الائتمان التي تضمن إمكانية تحويل أو نقل الخدمة المصرفية، وتنشيط عمليات وخدمات أخرى في إطار المنتجات المصرفية القائمة.¹

كما يمكننا إدراج خصائص أخرى متمثلة فيما يلي:

3/ عدم القدرة على تخزين الخدمة المصرفية:

من المستحيل إنتاج الخدمة مقدما وتخزينها لحين طلب العميل فموظف الخدمة بمجرد أن يظهر العميل أمامه، وفي لحظات قليلة يبدأ في تجهيز المواد الخام وبقية عناصر إنتاج الخدمة وفي نفس اللحظات يتم إعداد الخدمة بما يناسب مع طلب العميل، وبالتالي فإن موظف البنك لا يعمل في مصنع أمام خط إنتاج مستمر.

ويعلم البنك أنه من خلال التدريب والممارسة سيتحول الموظف من ذاك الخبير الذي يجيد صنع الخدمة وتقديمها ساخنة شهية لكل عميل على حدة، ومما يجعله يشتهي العودة مرة أخرى لطلب الخدمة، وعلى الموظف أن يتذكر دائما أنه ينتج كل خدمة في لحظات وأمام العميل بمجرد وصوله وأنه لا يستطيع إنتاجها وتخزينها قبل تلك اللحظة.²

أحمد محمود الزامل وآخرون ، المرجع السابق ، ص : 157.

² وصفي عبد الرحمن النعسة: التسويق المصرفي: دار كنوز المعرفة العلمية للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2011، ص: 130.

4/ تلازمية الانتاج والاستهلاك للخدمات المصرفية.

يقوم العميل باستهلاك الخدمات التي تقدم إليه في نفس لحظة إنجازها أو إنتاجها، وبالتالي فالعميل لا يستطيع أن يتداول هذه الخدمة من طرف ثالث وكل ما يبقى للعميل هو سعادته أو تعاسته من الخدمة والتي يصعب عليه حتى أن يعيد وصفها للآخرين بأكثر من شعور بالسعادة أو التعاسة.¹

5/ التأكد من تقديم ما يطلبه العميل:

لأن الخدمة بطبيعتها ليست شيئاً مادياً ملموساً يمكن الحكم على مواصفاته بمعايير مطلقة وثابتة بين كل العملاء، فإن الحكم النهائي على ما يقدمه موظف البنك سوف يرتبط بما يطلبه ويتوقعه العميل عن هذه الخدمة، والحقيقة أن موظف الشباك في البنك لا يبيع خدمة الحساب الجاري لعميل الحساب الجاري، ولكنه يدير لحظات هامة من تجربة العميل أثناء معاشته للخدمات التي يتلقاها من البنك.²

6/ التنوع في الخدمات المصرفية:

تعمل المصارف التجارية على تنوع الخدمات فقد بدأت بخدمة واحدة وهي الإيداع لتتضاعف وتبلغ عام 1992 في الولايات المتحدة الأمريكية نحو 260 خدمة مصرفية.³

7/ جودة الخدمات غير قابلة للاستدعاء مرة أخرى:

بعض المنتجين لسلع معينة يضطرون إلى سحب سلعهم من السوق بسبب فسادها أو عدم صلاحيتها للاستهلاك، أما الخدمة المصرفية التي تقدم للعميل فإنها تستهلك في اللحظة، وعادة لا يكون هناك فرصة لإضافة أي تعديلات إليها أو سحب أي أجزاء منها.

وعلى موظف البنك أن يتذكر أنها لحظة واحدة ثمينة وغالية تلك التي تصنع فيها الخدمة ويستهلكها العميل، وعليه أن يتأكد ليس فقط أن الخدمة مناسبة بل أيضاً متفوقة في كل جوانبها بحيث لا يوجد مجال للإضافة إليها.⁴

8/ جودة الخدمات غير قابلة للفحص قبل تقديمها للعملاء:

لو كان المصرف الموظف يعمل في مصنع وأمام خط إنتاج لكانت أسهل كثيراً بالنسبة له فهو ينتج السلعة وبعد ذلك يجلس ليتأملها ويراجع المواصفات ويستبعد الوحدات المعيبة من خلال عملية الفرز،

1 نفسه.

2 وصفي عبد الرحمن النعسة ، مرجع سبق ذكره ، ص: 131 .

3 طاري محمد العربي: التسويق المصرفي في الجزائر بين النظرية والتطبيق، مجلة العلوم الاقتصادية والقانونية، دمشق، عدد 1، 2007، ص: 49.

4 وصفي عبد الرحمن النعسة ، مرجع سبق ذكره، ص: 131

ولكن موظف البنك يتعامل ويتفاعل مباشرة مع العملاء وإنتاجه وتقديمه للخدمة يتم بناء على تفاعل إنساني بينه وبين العميل ولا يمكنه بطبيعة الحال إجراء عملية الفرز والرقابة على الجودة بعد الإنتاج، ومن ثم لا يمكن استبعاد الوحدات المعيبة فالاستهلاك قد تم بالفعل والمسؤولية هنا أكبر وأخطر تتطلب ضمانات الجودة قبل لحظات الإنتاج.¹

9/ الافتقار إلى هوية خاصة:

وتعني أن الخدمات التي تقدمها البنوك تكاد تكون متشابهة أو متطابقة وأن العميل في اختياره للمصرف أو الفرع الذي سيتعامل معه، سيعتمد في ذلك على القرب الجغرافي أو على الراحة أو الملائمة التي يقدمها ذلك المصرف وعليه فإن المصرف سيسعى إلى إرساء هوية متميزة عن طريق الاهتمام بموقعه، سمعته، كفاءته موظفيه، زيادة الجهود الإعلانية وأحياناً ابتكار منتجات جديدة لمواجهة حدة المنافسة وجذب المزيد من هؤلاء العملاء.²

10/ الانتشار الجغرافي:

تكتسي هذه الخاصية أهمية كبيرة جداً باعتبار أن الخدمات المصرفية بطبيعتها تحتاج إلى احتكاك بين مقدمها والمستفيد منها، وهذا يعني أن قنوات التوزيع العادية تكون غير نافعة، وعليه فحتى تحقق البنوك النجاح المنشود، عليها أن تكون قادرة على الوصول إلى عملائها سواء الحاليين أو المؤقتين، وهذا يعني ضرورة امتلاكها لشبكة متكاملة من الفروع تقوم بتقديم خدماتها المصرفية إلى أكبر عدد ممكن من العملاء في مناطقهم، وذلك من خلال تغطية احتياجاتهم سواء كانت على المستوى المحلي، الوطني أو حتى على المستوى الدولي.³

ثالثاً: المؤثرات العامة على سياسة تقديم الخدمة المصرفية:

إن العوامل المؤثرة على سياسة تقديم الخدمة المصرفية التي يقدمها البنك يمكن تقسيمها إلى مؤثرات خارجية ومؤثرات داخلية، نستعرضها فيما يلي:

1/ المؤثرات الخارجية:

- والتي تتمثل فيما يلي :
- قوة وأنشطة المنافسين؛
- التنبؤات الاقتصادية والظروف المستقبلية؛

1 وصفي عبد الرحمن النعسة: مرجع سبق ذكره ، ص:131 .

2 عشبوش عبدو: مرجع سبق ذكره ، ص: 25

3 نفسه

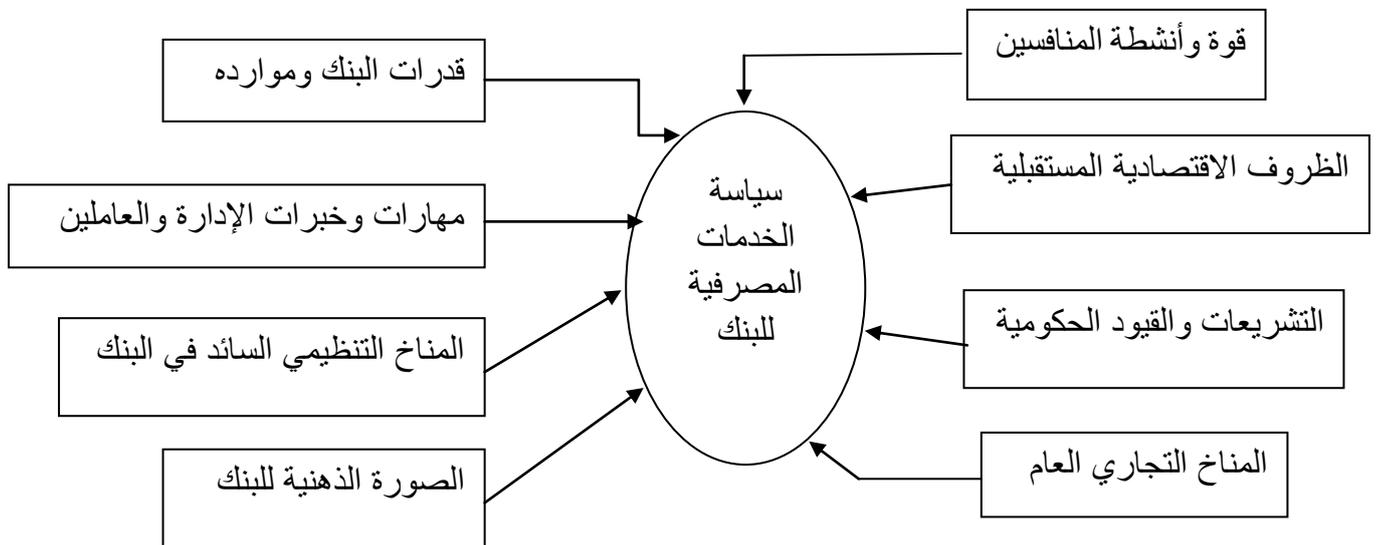
- المناخ التجاري العام؛
- التشريعات الحكومية والقيود التي يمكنها أن تحدد من حرية إدارة البنك على اتخاذ القرارات وبالتالي تؤثر بشكل مباشر على الخدمات المصرفية المقدمة.¹

2/المؤثرات الداخلية:

تشمل هذه المؤثرات النقاط التالية:

- قدرة البنك على تقديم خدمات مصرفية جديدة أو تعديل الخدمات المالية وهذا من خلال قيامه بإجراء البحوث والدراسات لتقييم أدائه في السوق ؛
 - مهارات وخبرات إدارة البنك والعاملين لديه؛
 - الأخذ في الحسبان الروح المعنوية للعاملين ومدى ارتياحهم في هذا البنك، فيقوم البنك برفع الأجور ومعدلات الدفع وكذلك إتاحة فرص التدريب والتعليم العالي عن طريق التربصات ذات المستوى العالي؛
 - إعادة النظر باستمرار في مزيج الخدمات المصرفية، وذلك لتحقيق رغبات العملاء.²
- وأخيرا نستطيع أن نمثل المؤثرات العامة على سياسة الخدمات المصرفية كما يلي:

الشكل رقم(01) العوامل المؤثرة على تصميم سياسات الخدمات المصرفية للبنك.



المصدر: طاري محمد العربي: المزيج التسويقي للبنوك الجزائرية ، مجلة العلوم الإنسانية، جامعة محمد خيضر بسكرة، العدد الثامن، 2005، ص: 4 .

¹ طاري محمد العربي: المزيج التسويقي للبنوك الجزائرية ، مجلة العلوم الإنسانية، جامعة محمد خيضر بسكرة، العدد الثامن، 2005، ص: 3

² طاري محمد العربي: مرجع سابق ذكره ، ص: 4.

رابعاً: أنواع الخدمات المصرفية:

نجد أن هناك ثلاث أنواع للخدمات المصرفية:¹

1/خدمات ميسرة:

هي تلك الخدمات التي تكون في متناول الزبون متى أحتاج إليها، حيث تكون ميسرة سهلة المنال كخدمات السحب والإيداع وكذلك الاستخدام الآلي من خلال الإمكانيات والمعدات المتوفرة في المصرف وخارجه، أو حتى الاتصال التلفوني، أو الشبكات الإلكترونية المتاحة وغالبا ما تكون أجورها قليلة نسبيا أو أنها تقدم مجانا بدون مقابل إذ تلجأ المصارف لتقديمها طمعا في إرضاء العميل، ويلاحظ أنها تتكرر باستمرار يوميا أو أسبوعيا أو وقت الحاجة تبعا لشكلها أو نوعيتها.

2/ خدمات التسوق:

غالبا ما يبذل الزبون جهدا في سبيل الحصول على هذه الخدمات والتي قد لا يتكرر استخدامها إلا بفترات زمنية متباعدة نسبيا، أو قد يكون استخدامها وقت الحاجة أو في مواسم معينة أو حالات معروفة فقد يبذل الزبون جهد للحصول على قرض وفق مواصفات وشروط معينة، لأن القرض وغيرها من الاعتبارات الأخرى.

3/ خدمات خاصة:

هذه الخدمات لا تقدم إلا بشكل خاص للمستفيدين منها، ولها خصوصية معينة ينفرد بها مصرف عن آخر، فبعض المصارف قد لا تقبل الودائع أو فتح حسابات لديها إلا من خلال تحصيل الزبون الأجر مقابل هذه الخدمة، أو أن تكون الخدمات المقدمة مقترنة أساسا بتوصية من الزبون، إذ يتم تصميم الخدمة وفق ما يطلبه الزبون والذي يتوافق مع ما يراه الزبون مناسباً لعمله أو نشاطه.

المطلب الثاني: الخدمات المصرفية التقليدية

تقوم المصارف التجارية بتقديم خدماتها المصرفية لجميع عملائها، أي أنها لا تقتصر على خدمة قطاع معين دون القطاعات الأخرى ولا على فئة معينة من الأفراد دون الأخرى. تمثل الخدمات المصرفية الجزء الأكبر من نشاط المصارف بصفة عامة، والمصارف التجارية بصفة خاصة، وقد صنفت الخدمات المصرفية التقليدية إلى عدة تصنيفات أهمها ما سنعرضه فيما يلي.

¹ بلباني عبد النبي: دور التسويق الداخلي في تحقيق جودة الخدمات المصرفية، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، 2009، ص:6.

أولا : قبول الودائع.

1- تعريف الوديعة:

هناك عدة تعاريف للوديعة حيث يقوم الأفراد بإيداع المال في المصرف وبما أن المصارف هي الوسيط بين أصحاب الفائض المالي وأصحاب العجز المالي، أو هي حلقة وصل بين هذه الأطراف، فما على المصرف أن يقبل هذه الأموال على سبيل الوديعة بأشكالها المختلفة.¹ يمكن تعريف الوديعة بأنها: "النقود التي يعهد بها الأفراد والهيئات إلى المصرف على أن يتعهد الأخير بردها إليهم أو برد المبلغ مساو لها عند الطلب أو بالشروط المتفق عليها".² كما تعرف أيضا على أنها: "اتفاق بين البنك والعميل يتم بموجبه قيام العميل بدفع مبلغ نقدا أو بشيك ويلتزم البنك برد المبلغ عند الطلب أو حسب الاتفاق إذا كانت وديعة لأجل ، ويمكن أن يدفع البنك فوائد على بعض الودائع ، وتعد إحدى أهم مصادر التمويل الخارجي للبنوك وتشكل بنسبة مرتفعة من الموجودات المصرفية فهي تبلغ للبنوك الأمريكية بنسبة 66% من إجمالي التمويل لهذه البنوك".³ من التعريفين السابقين يمكننا أن نستنتج أن الوديعة هي مبلغ من المال يضعه العميل تحت حوزة البنك على أن يقوم البنك برد المبلغ للعميل عند الطلب.

2- أنواع الودائع:

يمكن تصنيف الودائع حسب معيار آجالها إلى ودائع تحت الطلب، الودائع لأجل، وودائع التوفير.

أ/ الودائع تحت الطلب:

هناك عدة تعاريف للودائع تحت الطلب نوردتها فيما يلي:

تسمى أيضا الودائع الجارية وهي ودائع العملاء من الأفراد والمؤسسات الأخرى سواء أكانت حكومية أو قطاع خاص والتي يحق لهم سحبها في الوقت والكمية التي يقررونها بموجب قرار من المودع على البنك نقدا أو بشيك وتوفر الودائع تحت الطلب مصدرا ماليا أساسيا للبنوك وفي الوقت نفسه تعد حسابات جاهزة وأمنة للعملاء ، وتقبل الودائع النقدية أو بشيكات أو كمبيالات مخصصة وهي ذات سيولة عالية جدا، ولا يتم دفع فوائد على هذه الإيداعات من قبل البنك لأن البنك يوفر مزايا

¹ صادق راشد الشمري : إدارة المصارف ، دار صفاء للنشر والتوزيع ، عمان، ط2، 2015، ص: 341 .

² صادق راشد الشمري : المرجع السابق، ص : 342 .

³ دريد كامل آل شيب: إدارة البنوك المعاصرة، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2012، ص: 61 .

التعامل بهذه الإيداعات إلى العميل إذ لا تتعرض أموالهم إلى انصياح أو السرقة وتوفر لهم وسيلة للدفع دون الحاجة إلى حمل الأموال¹.

ويمكن تعريفها أيضا بأنها ذلك التعامل الذي يحدث بين المصرف من جهة كفاتح للحساب والزبون نتيجة قيامه بإيداع مبالغ نقدية من المال في هذا المصرف ليقوم بعدها بسحب مبالغ خلال فترات حيث يكون للزبون الحق في سحب هذا المبلغ جميعه أو بعضه عن طريق استخدام دفاتر الشيكات التي يمنحها إليه المصرف أو أوامر الصرف بمجرد الطلب بحيث يتم التعامل بين الطرفين في شتى أنواع التبادل².

من التعريفين السابقين نستنتج أن الوديعة تحت الطلب هي مبلغ من المال يقوم العميل بدفع مبلغ من المال على ان يقوم العميل بسحب هذا المبلغ في نفس الوقت الذي يكون هو بحاجة إليه، معناه العميل يحصل على المبلغ عند الطلب.

ب/ الودائع لأجل:

هي الودائع التي لا يمكن السحب منها قبل حلول الموعد المحدد والذي يتراوح بين سبعة أيام وعدد من السنوات مقابل فوائد تدفع إلى المودع ، ولذلك تعد أكثر أنواع الودائع الادخارية للأفراد بسبب انخفاض مخاطرها، وتشجع البنوك هذه الودائع خاصة بعد التوسع في منح القروض طويلة الأجل كقروض العقارات والسيارات والاستثمار، وقد تكون الوديعة لأجل تستحق بتاريخ معين وهي تحدد مدة الإيداع مقدما لا يجوز السحب منها قبل انقضاء الأجل، وتحصل هذه الودائع على سعر فائدة أعلى مقارنة بالودائع لأجل الأخرى.

وتختلف معدلات الفائدة حسب مدة الوديعة وعند سحبها قبل موعدها يحرم المودع من الفوائد عليها ويسمى ذلك بكسر الوديعة³.

ج/ وداائع التوفير:

وهي الوديعة التي يحق لمودعها سحبها في أي وقت شاء ، وهي وداائع ادخارية وهي تمثل الأموال التي يحتفظ بها أصحابها لدى المصارف بقصد الادخار ، كما تعتبر هذه الحسابات إحدى وسائل تشجيع المدخرات لدى المصرف مقابل فائدة وتمتاز بصغر حجمها وزيادة عدد حساباتها ، كما أن هذا النوع من الحسابات يناسب الأفراد الذين يسعون وراء العائد المرتفع نسبيا دون التضحية

¹ دريد كامل آل شيب ، مرجع سابق ذكره ، ص 61 .

² صادق راشد الشمري ، مرجع سبق ذكره، ص 62.

³ دريد كامل الشيب ، مرجع سبق ذكره ، ص:62 .

بالسيولة ، حيث يكون السحب مفتوحا أمام المودع دون قيود ، حيث بموجب دفتر التوفير وهو دفتر خاص يتم تسجيل العمليات سواء كان سحباً أم إيداعاً بالإضافة إلى الفائدة المستحقة للوديعة¹.

د/ شهادات الإيداع:

ويمكن التمييز بين نوعين من شهادات الإيداع²:

✓ شهادات الإيداع القابلة للتداول:

إن أهم ميزة لهذه الشهادات التي يمكن تداولها أن سعر الفائدة عليها يتم تحديده دون تدخل من البنك المركزي إذ لا تخضع في قسم من التشريعات إلى الحد الأقصى للفوائد وهذا يعني إمكانية رفع أسعار الفائدة عليها كوسيلة لزيادة الطلب عليها واستقطاب المودعين من خلال آلية رفع سعر الفائدة وبالتالي تعظيم موارده المالية.

✓ شهادات الإيداع الغير قابلة للتداول:

حيث أنها تصدر وفق اتفاق بين المصرف والعميل ويتحدد معه معدل الفائدة وتاريخ الاستحقاق وهي شهادة شخصية لا يجوز لحاملها التصرف فيها بالبيع إلا أن باستطاعته استرداد قيمتها قبل التاريخ المحدد وعادة ما تكون قيمتها الاسمية أقل من القيمة الاسمية لشهادات القابلة للتداول كما أنها شهادات تتمتع بالمرونة العالية في تحديد تاريخ الاستحقاق.

3/الاستراتيجيات الأساسية في جذب الودائع:

الاستراتيجيات الأساسية لجذب الودائع من خلال الاستقراء لواقع العمل المصرفي يبين أن هناك استراتيجيتين مهمتين لجذب الودائع تسعى المصارف جادة لدعمها وهي:

أ/ إستراتيجية المنافسة السعرية:

إن إستراتيجية المنافسة السعرية تقوم بالأساس على دفع معدلات فائدة أعلى للمودعين وتظهر أمامها بعض العوائق حيث أن التشريعات لا تسمح بدفع الفوائد على الحسابات الجارية وهذا بالضرورة سيؤدي إلى التقليل من أهمية هذه السياسة في جذب الودائع .

¹رصيد آيت كامل شبيب: مرجع سبق ذكره، ص:63

²صادق راشد الشمري، مرجع سبق ذكره ص:351

ب/ إستراتيجية المنافسة الغير سعريّة:

تسعى جاهدة إلى تقديم أفضل خدمة بأعلى سرعة وأقل تكاليف ذات جودة عالية، وبما أن الإستراتيجية السعريّة أصبحت غير فعالة فقد تحولت المصارف إلى إستراتيجية غير سعريّة.¹

ومن الأسباب التي تؤدي إلى تحريم دفع الفوائد هي:

- الحد من ارتفاع تكلفة الأموال:

تتحمل المصارف تكاليف على إدارتها للحساب الجاري للعميل منها مصروفات تحصيل المستحقات وسداد المطلوبات إلى جانب مصروفات غمسك الحساب وعليه سيضطر المصرف إلى البحث عن فرص استثمارية تتولد عنها معدلات عالية للعائد .

- الحد من المنافسة الهدامة بين المصارف :

إن عدم دفع الفائدة على هذه الحسابات سيقول من المنافسة بين المصارف حيث تسعى لزيادة أسعار الفائدة بينها والبحث عن فرص استثمارية تدر فوائد عالية لتغطية هذه النفقات مما يهدد مستقبل المصارف وتصبح المنافسة هدامة ومؤذية.

- الحد من ارتفاع الفوائد على القروض :

إذا احتسبت المصارف فوائد على هذه الحسابات ستكون هذه التكلفة عالية وبالتالي تسعى المصارف إلى زيادة أسعار الفائدة على قروضها الممنوحة لعملائها لتحقيق عوائد مجزية وتكون مخاطرتها عالية وهذا مما سيؤثر على معدلات التنمية الاقتصادية.

- الحد من هجرة الأموال من المدن الصغيرة والنائية إلى المدن الكبيرة:

في حالة دفع فوائد على الأموال الجارية يحصل على أموال ضخمة من خلال الأنشطة الكبيرة في المدن، فعندها ستنتقل الأموال من المصارف العاملة في المدن الصغيرة ذات الأرباح القليلة إلى المصارف في المدن الكبيرة ذات الأرباح العالية وعندها تتعرض المدن الصغيرة إلى أزمات مالية وأثار عكسية تؤثر في عمليات التنمية الاقتصادية من حديث تطويره وتفعيل الأنشطة المختلفة فيها.²

ثانياً: التسهيلات الائتمانية:

¹ صادق محمد الشمري، مرجع سبق ذكره ، ص : 353

² المرجع السابق، ص : 355.

وتتمثل في القروض بمختلف أنواعها قصيرة ومتوسطة الأجل ، بالإضافة إلى خطابات الضمان وفتح الاعتمادات المستندية¹ وخصم الأوراق التجارية وسنأتي على ذكرها تباعا فيما يلي:

1/ القروض:

تلعب القروض البنكية دورا هاما في التنمية الاقتصادية وذلك أن الممول الرئيسي لكل المؤسسات الشخصية أو المعنوية التي تعاني من عجز مالي.

أ/ تعريف القروض:

يمكن تعريف القرض على انه فعل من أفعال الثقة بين الأفراد، ويتجسد القرض في ذلك الفعل الذي يقوم بواسطته البنك او الدائن بمنح أموال إلى شخص آخر هو المدين أو يعده بمنحها إياه أو يلتزم بضمانه أمام الآخرين وذلك مقابل ثمن أو تعويض هو الفائدة، ويتعهد المدين بالتسديد بعد انقضاء الفترة المتفق عليها بين الطرفين.²

ب/ العناصر المحددة لمنح القروض:

تلعب العناصر التالية دورا هاما في تحديد طبيعة السياسة الإقراضية وهذه العناصر هي ما يلي:

✓ العوامل الخاصة بالبنك:

تتمثل فيما يلي:³

- المركز الائتماني للبنك؛
- السياسة الائتمانية للبنك والهيكل الاقتصادي وسياسة البنك وأنواع القروض المطلوبة التي تلائم القطاعات الاقتصادية والأنشطة؛
- التوسع في استخدام التكنولوجيا؛
- حدود ومجالات الاختصاص ومستوى اتخاذ القرار في منح القروض والتسهيلات المصرفية والصلاحيات المفوضة في هذا الشأن والمركزية المعاصرة؛
- تكاليف منح القروض والمصاريف الإدارية الأخرى والجدوى الاقتصادية من منح القروض

✓ العوامل الخارجية:

تتمثل العوامل الخارجية فيما يلي:

¹ بريس عبد القادر ، مرجع سبق ذكره ، ص : 235 .

² الطاهر لطرش : تقنيات البنوك، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر ، 2007، ص 66 .

³ دريد كامل آيت شيب، مرجع سبق ذكره، ص 196.

- التعليمات و التشريعات القانونية والأنظمة والشروط المقيدة الصادرة عن البنك المركزي لمنح الائتمان والعمل المصرفي؛
 - العوامل الاقتصادية من رواج وكساد وأزمات اقتصادية؛
 - العوامل السياسية وأهمها الاستقرار السياسي.
 - ✓ 3- العوامل الخاصة بالعملاء:
 - حداثة عمل الشركة أو العميل؛
 - طبيعة العملاء وعدم توفر البيانات عن نشاط العميل؛
 - درجة المناظر التي يتعرض لها البنك بسبب العميل.¹
- ج/ أنواع القروض:

وتصنف القروض إلى عدة تصنيفات:

- حسب آجالها: قروض قصيرة الأجل ومتوسطة وطويلة الأجل؛
- حسب طبيعة المقترضين: قروض عامة للدولة ومؤسساتها، وقروض خاصة للأفراد والمؤسسات غير الحكومية؛
- حسب الضمانات المقدمة: قروض شخصية وقروض عينية؛
- حسب النشاط الاقتصادي المراد تمويله: قروض استغلال وقروض استثمار وقروض لتمويل التجارة الخارجية.

2/ خطابات الضمان:

خطاب الضمان هو تعهد صريح صادر من المصرف بقبوله دفع مبلغ من المال عند الطلب إلى المستفيد الصادر لصالحه هذا الخطاب.²

أ/ تعريف خطاب الضمان:

هو صك يتعهد بموجبه البنك المصدر بأن يدفع إلى المستفيد مبلغا معيناً لحساب طرف ثالث لقاء عرض معين وخلال وقت محدد، تعد خطابات الضمان من التسهيلات المصرفية غير نقدية وهي تمثل التزاماً على البنك، مما يتطلب رسم سياسة توفق بين الربح والأمان، وتظهر هذه الالتزامات في الميزانية في الحسابات النظامية المتقابلة، وتصبح عبئاً عندما يخل المكفول شروط الكفالة في حالة

¹ دريد آيت كامل شبيب ، مرجع سبق ذكره ، ص : 195 .

² نادية عبد الرحيم : تطوير الخدمات المصرفية ودورها في تفعيل النشاط الاقتصادي ، مذكرة ماجستير غير منشورة ، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية ، جامعة الجزائر 3 ، 2011 ، ص 17 .

خطاب الضمان عندها يصبح خطاب الضمان التزام حقيقي ، وخطاب الضمان تضمن حق تنفيذ الأعمال والتجهيزات وقد يستدعي ثمن التجهيزات أو العقود مقدما أو جزء منها.¹

ب/ خصائص خطابات الضمان:

تتميز خطابات الضمان بالخصائص التالية:²

- خطاب الضمان يمثل مبلغا من النقود؛
- خطاب الضمان نهائي في مواجهة المستفيد؛
- التزام المصرف في مواجهة المستفيد مستقل عن أية جهة أخرى؛
- خطاب الضمان ذو كفاية ذاتية، فلا يحتاج حامله لإثبات حقه.

ج/ عناصر خطاب الضمان:

من خلال تعريف خطاب الضمان يتبين أنه يشتمل على العناصر التالية:³

- الكفيل: وهو البنك الذي أصدر التعهد الخطي بدفع مبلغ معين نيابة عن العميل إذا ما أخل العميل بشروط التعاقد خلال مدة معينة؛
- المكفول: وهو طالب خطاب الضمان الذي يقوم البنك بضمانه بموجب خطاب الضمان الصادر عنه في حدود المبلغ المعين خلال فترة محددة؛
- المستفيد: وهو الجهة التي صدر الخطاب لصالحها مثل الحكومة أو شركة مقاولات أو غير ذلك؛
- الضمان: الذي يستفيده العميل، فالخطاب يمنح العميل ميزة لدى الطرف الثالث وضمانا؛
- العمولة: التي يتقاضاها البنك وهي نوعان: عمولة إصدار خطاب الضمان وعمولة تمديد أو تعديل؛
- مبلغ الضمان: هو المبلغ الذي صدر به الخطاب والذي لا يلتزم في حدوده بكفالة عمله؛
- مدة الضمان: حيث يتضمن خطاب الضمان مدة يكون المصرف ملتزما بتنفيذ ما جاء فيه؛
- الشروط التي يتضمنها الضمان: من رهن عيني أو تقديم تأمين نقدي.⁴

د/ خطابات الضمان كما تصدرها المصارف التجارية التقليدية:

تتقاضى المصارف التجارية عمولة أو فوائد عن خطابات الضمان التي تصدرها لعملائها وهذه العمولة قد تكون نسبة معينة من قيمة الخطاب ويقوم العميل بدفعها دفعة واحدة كما تتقاضى هذه

¹ دريد أيت كامل شبيب ، مرجع سبق ذكره ، ص 210 .

² أحمد صبحي العيادي: أدوات الاستثمار الإسلامية ، دار الفكر ناشرون وموزعون، عمان، ط1 ، 2010، ص-ص : 184-185 .

³ أحمد صبحي العيادي : المرجع السابق ، ص : 185 .

⁴ أحمد صبحي العيادي ، مرجع سبق ذكره ، ص: 185 .

المصارف الفوائد المستحقة على العميل الذي يصبح مدينا للمصرف بقيمة المبلغ في حالة دفعه للمستفيد.

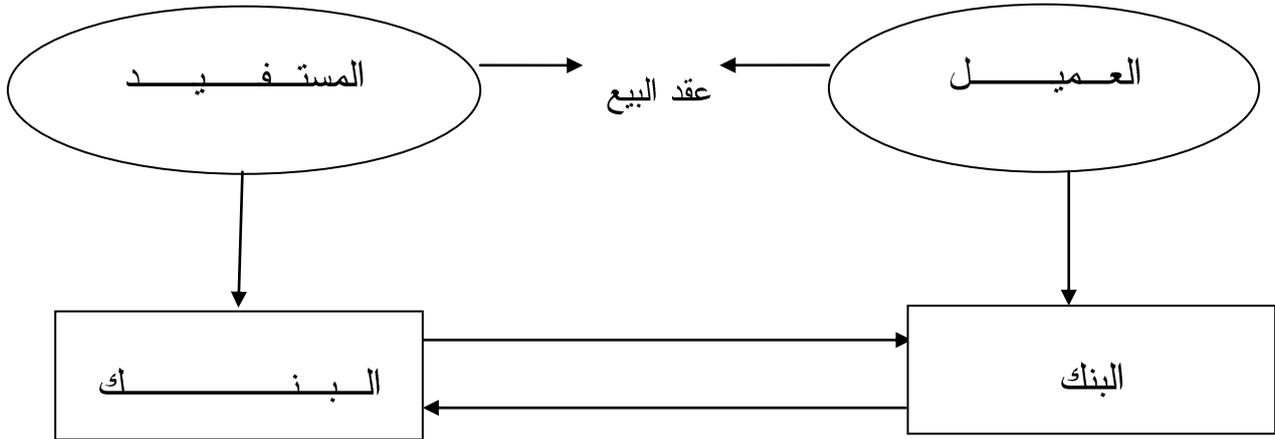
وعادة ما تكون خطابات الضمان جزء من تسهيلات ائتمانية إجمالية متفق عليها بين البنك وعميله الذي يقوم بأنشطة متعددة يحتاج فيها إلى إصدار هذه الخطابات، ومن الممكن أن يكون الخطاب عملية مستقلة سواء بضمان وديعة مجمدة في حساب العميل بالبنك أو بترتيب ائتماني خاص بها.

إن البنك ملتزم بأن يدفع قيمة خطاب الضمان أيا كان موقف عميله.¹

3/ الاعتمادات المستندية:

هو تعهد بنكي مشروط بالدفع ، حيث يقوم البنك مصدر الاعتماد أو الالتزام إلى المستفيد أو المصدر، للبضاعة أو منفذ الخدمة بالدفع بناء على طلب العميل فاتح الاعتماد أو المستورد وعند تقديم المستندات المتفق عليها بالفاتورة التجارية، وثيقة الشحن، شهادة معاينة وقوائم التعبئة وغيرها من المستندات، عليه فإن دور الاعتماد هو تلك الترتيبات التي تتخذها البنوك لتسوية العمليات التجارية الدولية ويقدم صيغة من الضمان للفقراء المعنيين ويؤمن دفع القيمة للمصدري شريطة مطابقة شروط ونصوص الاعتماد وهو وسيلة دفع مرتبطة على أساس التعامل بالمستندات فقط وتكون دورة الاعتماد المستندي.²

الشكل رقم (02): دورة الاعتماد المستندي.



المصدر: دريد كامل آل شيب ، دريد كامل آيت شبيب: إدارة البنوك المعاصرة، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2012 ص: 211.

¹ أحمد صبحي العيادي ، مرجع سبق ذكره ، ص:186.

² دريد آيت كامل شبيب ، مرجع سبق ذكره : ص : 210.

المصدر دريد كمال آيت شبيب، مرجع سبق ذكره،

وتشير هذه الدورة إلى أن البداية هي الاتفاق بين البائع والمشتري بموجب عقد البيع المبرم بينهما والذي يشير إلى أن تسوية الدفع تتم من خلال الاعتماد المستندي، ويقدم هذا العقد من قبل لمستورد إلى البنك لغرض إصدار الاعتماد المستندي لصالح المستفيد.¹

4/ خصم الاوراق التجارية :

هو اتفاق يعمل به المصرف الخاص لطالب قيمة الخصم ورقة تجارية أو سند قابل للتداول أو مجرد حق آخر مخصصا منه مبلغ يتناسب مع المدة الباقية حتى استيفاء قيمة الحق على سبيل التمليك، وأن يضمن له وفاءه عند حلول الأجل وبعبارة أخرى هو عملية تجارية يقوم بموجبها حامل الورقة التجارية بنقل ملكيتها عن طريق التطهير إلى المصرف قبل ميعاد الاستحقاق مقابل حصوله على قيمتها مخصصا منها مبلغا معيناً يسمى الخصم أو عمولة التصريف.

المطلب الثالث: الخدمات المصرفية الإلكترونية:

تشكل الصناعة المصرفية أحد أهم مؤشرات التطور الاقتصادي الذي وصلت إليه المجتمعات البشرية، نظرا لإسهامها الواسع في توفير متطلبات الاستثمار والتنمية إذ يمكن قياس مستوى التقدم والتطور الاقتصادي لأي مجتمع بمدى كفاءة نظامه المصرفي ونوع خدماته المقدمة²

أولاً: تعريف الخدمات المصرفية الإلكترونية:

يمكن تعريف الخدمات المصرفية الإلكترونية على أنها هي: " الخدمات التي يمكن إيصالها إلكترونياً، بحيث تزود العميل ومقدم الخدمة بمزايا تنافسية من خلال تقليل التكاليف وزيادة الأرباح واختصار الوقت"³

كما تعرف الخدمات المصرفية الإلكترونية على أنها: " تقديم البنوك للخدمات المصرفية التقليدية أو المبتكرة من خلال شبكات الاتصال الإلكترونية، تقتصر صلاحية الدخول إليها على المشاركين فيها وفقاً للشروط العضوية التي تحددها البنوك، وذلك من خلال أحد المنافذ على الشبكة كوسيلة الاتصال العملاء".

¹ دريد آيت كامل شبيب ، مرجع سبق ذكره : ص :182.

² عرابة رابح: دور تكنولوجيا الخدمات المصرفية الإلكترونية في عصرنة الجهاز المصرفي الجزائري، الأكاديمية للدراسات الإجتماعية والإنسانية، الشلف، العدد8، 2012، ص:14.

³ نعيم عبد الكريم الطراونة: أثر أبعاد جودة الخدمات الإلكترونية في تحقيق الرضا لدى ممثلي المنشآت الخاصة للضمان الإجتماعي، مذكرة ماجستير غير منشورة، كلية الأعمال جامعة الشرق الاوسط، 2011، ص:27.

من التعريفين السابقين يمكننا أن نستخلص أن الخدمات المصرفية الإلكترونية هي استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال للقيام بالأعمال المصرفية.

ثانياً: أنواع الخدمات المصرفية الإلكترونية:

يمكن تقسيم مواقع المصارف على الإنترنت بشكل عام إلى نوعين هما:

1- مواقع الإعلان على الخدمات والمنتجات التي يقدمها المصرف في الفروع التقليدية الخاصة به ويسمى مواقع المعلومات.

2- مواقع التعاملات المتكاملة والتي يمكن من خلالها الحصول على الخدمات التالية:¹

- **مراجعة الحسابات:** حين يمكن للعميل مراجعة حسابه في أي وقت وكذلك مراجعة آخر التعاملات التي تمت، ويمكن أيضاً فتح حساب لدى المصرف من خلال استخدام بطاقة الائتمان؛²

- **تحويل المدخلات:** وهذا يعني إمكانية تحويل الأموال من حساب إلى آخر، فبعض المصارف تقوم بهذه العملية فور طلب العميل لها والبعض الآخر يأخذ بعض الوقت؛

- **دفع الفواتير:** هنا يمكن للعميل دفع أي فواتير خاصة به من خلال موقع المصرف على الإنترنت، وذلك مقابل رسوم معينة، وبعض المصارف تقدم هذه الخدمة مجاناً والبعض الآخر يقدم هذه الخدمة مجاناً في حدود معينة لمبلغ الفاتورة؛

- **تحديد المواصفات الخاصة بالعميل:** بعض المصارف تسمح للعميل بتحديد مواصفات الصفحة الخاصة به مثل تغيير استخدامات بعض الأزرار حيث تقوم بسؤال العميل عدداً من الأسئلة لتصميم عروض تتناسب مع إمكانياته ورغباته؛

- **توفير أسواق جديدة للمستهلك:** حيث يقدم المصرف عروض خاصة لمنتجات غير مصرفية من خلال توضيح عناوين هذه الأماكن على الصفحة الخاصة بالمصرف مع إعطاء تخفيضات إذا تم الشراء من هذه المواقع؛

- **فتح حساب جاري بفوائد:** حيث يتم فتح حساب جاري بفوائد لجذب العملاء وتشجيعهم على استخدام الإنترنت حيث تضع بعض المصارف آلة حاسبة للقيام بالعمليات الحسابية فوراً؛

¹ عرابية رابح، مرجع سبق ذكره، ص:12.

² عبد الرحيم نادية، مرجع سبق ذكره، ص:62.

- إعادة جزء من رسوم ماكينات الدفع الآلي: بعض بنوك الإنترنت لا تملك ماكينات دفع خاصة بها، وبالتالي تعرض للعميل إمكانية استخدام ماكينة مصرف آخر مع إعادة رسوم استخدام هذه الماكينة للعميل؛

- شراء شهادات الادخار: حيث تعرض المصارف معدلات فائدة أعلى على هذه الشهادات إذا تم شراؤها عن طريق الإنترنت وذلك نظرا لشدة المنافسة ببناء المصارف فيما يتعلق بمعدلات الفائدة؛

- الحصول على قروض: حيث يمكن الحصول على قروض من خلال موقع المصرف على الإنترنت فوراً، وبالإضافة إلى ذلك يسمح للعميل بمقارنة أسعار الفائدة للمصارف الأخرى وذلك من خلال الموقع الخاص بالمصرف الذي يتم التعامل معه؛

- ملأ طلب الحصول على بطاقات ائتمانية: حيث يمكن للعميل ملأ هذا الطلب عن طريق الإنترنت والحصول على البطاقة في المنزل وذلك بعد المقارنة بين المصارف المختلفة فيما يتعلق بالرسوم والفوائد، وأحد أفضل الميزات هنا هو إمكانية الحصول على بطاقة جديدة عند انتهاء صلاحية البطاقة القديمة مباشرة؛

- خدمات التخطيط المالي: مع زيادة درجة التعقد في الأسواق المالية، تقوم بعض المصارف بمساعدة العملاء في إدارة أموالهم حيث يمكن للعميل أن يستخدم موقع الصرف على الإنترنت بإدخال مجمل العمليات المقترحة، فيقوم المصرف بتحديد أيها أعلى فائدة وأقل مخاطرة قبل إعطاء الأمر بالقيام بالعملية؛

- تقديم خدمات تأمينية: حيث تسمح بعض المصارف للعميل بمعرفة عروض التأمينات؛

- خدمات التوكيل الإلكتروني: أي شراء المصرف الفواتير من البائع ودفع قيمتها له، ثم تحصيلها من المشتري مقابل عمولة من البائع، وتشمل هذه الخدمة التوكيل مع حق الرجوع على البائع أو دون حق الرجوع، إضافة إلى خصم الفواتير، وتتم عملية المطالبة والتحصيل إلكترونياً.

ثالثاً: منافذ الخدمات المصرفية الإلكترونية.

إن هدف العمل المصرفي الإلكتروني يكمن في تقليل التكلفة وتقديم الخدمات للزبائن بأكثر نوعية، من خلال منافذ عديدة نوجزها فيما يلي¹:

¹ عبد الغني ربوح ونور الدين غردة: تطبيق أنظمة الصيرفة الإلكترونية في البنوك الجزائرية بين الواقع والآفاق، مداخلة مقدمة في إطار فعاليات المؤتمر الدولي العلمي حول إصلاح النظام المصرفي الجزائري في ظل التطورات العالمية الراهنة، جامعة ورقلة 2007، ص 4.

1/ الصرافات الآلية (ATM) :

أ. تعريف الصرافات الآلية (ATM) :

هو جهاز يعمل أوتوماتيكيا لخدمة العملاء دون تدخل العنصر البشري ضمن برامج معدة سلفا تلبي العديد من الحاجات المصرفية لصالح العملاء على مدار 24/24 ساعة وذلك من خلال بطاقة الصراف الآلي وهي بطاقة بلاستيكية بمواصفات معينة تصدر عن البنك وتوضع تحت تصرف العميل بناء على طلب منه، وتحمل هذه البطاقة بالإضافة إلى معلومات عن العميل وحسابه رقم سري يعرفه ويحدده حاملها فقط.

ومن أهم الخدمات التي يقدمها الصراف الآلي:

- الإيداع بالحسابات نقداً؛
- التحويلات من حساب لآخر؛
- الاستفسار عن الرصيد؛
- طلب دفتر الشيكات؛
- طلب كشف الحسابات؛
- تسديد بعض فواتير الخدمات (كهرباء، ماء، غاز).¹

ب. أنواع الصراف الآلي:

وتتمثل الصرافات الآلية فيما يلي:

- الموزع الآلي للأوراق: أو آلات الصرف الداخلية وهو آلة أوتوماتيكية تسمح للعميل عن طريق بطاقة الكترونية بسحب مبلغ من المال دون حاجة للجوء إلى الفرع.²

الجدول رقم (03) : الموزع الآلي للأوراق.

النتائج	التقنية	المبادئ العامة	الموزع الآلي للأوراق
- تخفيض نشاط السحب في الفروع .	- جهاز موصل بوحدة مراقبة الكترونية تقرأ المدارات المغناطيسية للبطاقة . - يسمح عليها المبالغ المالية الممكن سحبها أسبوعياً .	- يسمح بالسحب لكل حائز على بطاقة السحب - يوجد في البنوك، الشوارع ، أماكن أخرى . - يعمل دون انقطاع .	

المصدر : بلعاش ميادة: أثر الصيرفة الالكترونية على السياسة النقدية ، أطروحة دكتوراه ، كلية العلوم الاقتصادية ، جامعة محمد خيضر بسكرة، 2015، ص30 .

¹ عبد العزيز الشافي: المصارف والنقود الإلكترونية، المؤسسة الحديثة للكتاب، لبنان 2007، ص75.

² بلعاش ميادة: مرجع سبق ذكره، ص:31

- الشبكة الآلي للأوراق: أو ما يسمى بآلات الصرف خارج المبنى وهو تقدم خدمات أخرى كقبول الودائع ، طلب صك ، عمليات التحويل من حساب إلى آخرالخ¹.
- الجدول رقم (04) : الشبكة الآلي للأوراق .

النتائج	التقنية	المبادئ العامة	الشبكة الآلي للأوراق
- يستعمل من طرف الزبائن في أوراق غلق البنوك ، خاصة بالزبون المستحيل .	موصول الرئيسي المدارات المغناطيسية للبطاقة التي تسمح بمعرفة الزبون للرصيد بفضل رمز سري .	يخول لكل حائز على البطاقة القيام بالعديد من العمليات منها السحب ، معرفة الرصيد ، القيام بتحويلات ، طلب شيكات .	

المصدر: بلعاش ميادة: أثر الصيرفة الالكترونية على السياسة النقدية ، أطروحة دكتوراه ، كلية العلوم الاقتصادية ، جامعة محمد خيضر بسكرة، 2015، ص30 .

• نهائي نقطة البيع الالكترونية:

وتسمى أيضا بآلات بعيدة المدى وأكثر توضيح تدرج الجدول التالي الذي يوضح أهمية التكنولوجيا والصيرفة الالكترونية في تحسين الخدمات المصرفية . تسمح هذه التقنية بخصم قيمة مشتريات العميل من رصيده الخاص بعد أن يمرر موظف نقطة البيع البطاقة الائتمانية على القارئ الالكتروني الموصول مباشرة مع الحاسوب المركزي للبنك بإدخال الرقم السري للعميل أين تخصم القيمة من رصيده وتضاف إلى رصيد المتجر الالكتروني².

الجدول رقم (05) نهائي نقاط البيع الالكترونية .

النتائج	التقنية	المبادئ العامة	نهائي نقاط البيع الالكترونية
- يحل مشاكل نقل الأموال ويوفر الأمن.	فروع موصولة بشبكة تجمع بنوكا مختلفة .	يوضح في المحلات حيث يسمح للعميل بتسوية عملياته التجارية بالبطاقة أثناء التسديد .	

المصدر : بلعاش ميادة: أثر الصيرفة الالكترونية على السياسة النقدية ، أطروحة دكتوراه ، كلية العلوم الاقتصادية ، جامعة محمد خيضر بسكرة، ، ص 32 .

¹ بلعاش ميادة : المرجع السابق ، ص 30 .

² المرجع السابق، ص 32 .

2/ الصيرفة المنزلية :

عبارة عن استخدام الحاسب الآلي الشخصي للعميل وربطه مع نظام الحاسب الآلي بالبنك والذي أصبح يعرف فيما بعد باسم البنوك المنزلية وهو يعتمد على فكرة تحويل البيانات من حاسب العميل إلى حساب البنك والعكس وذلك من إشارات رقمية إلى موجات أو إشارات ضوئية بواسطة أجهزة التحويل الخاصة بالحاسب لتمر عبر وسائط اتصال متعددة إلى الحاسب الشخصي بمنازل العملاء ومن أمثلة وسائل الاتصال المستخدمة، الأسلاك المحورية ، والموجات الهوائية والأقمار الاصطناعية والخطوط الهاتفية .

واستنادا إلى ذلك يعمل الحاسب الشخصي للعميل كمحطة طرفية لاستقبال الخدمات المصرفية المتمثلة في عرض أرصدة العملاء ، طباعة كشوف الحساب ، بيان الشيكات المحصلة ، كما يمكن في المقابل إرسال التعليمات الصادرة من العميل للبنك مثل تجديد الودائع ، وربط ودائع جديدة كسر الوديعة ، التحويل من حساب إلى آخر ، طلب دفتر شيكات ، حيث يحصل العميل على المعلومات بواسطة شاشة المعلومات التي تقوم بإرسال تعليماته إلى حاسوب المصرف للاطلاع على حساباته أو التحويل أو دفع الفوائد .¹

3/ الصيرفة المحمولة:

هي تلك الخدمات المصرفية التي تتاح من خلال التلفزيون المحمول من خلال استخدام العميل رقم سري يتيح له الدخول إلى حسابه للاستعلام عن أرصده، وكذلك للخصم منه تنفيذ أي من الخدمات المطلوبة.²

4/ الصيرفة الهاتفية:

أنشأت البنوك خدمة الهاتف المصرفي كخدمة يتم تأديتها لمدة 24 ساعة يوميا وخلال الإجازات والعطلات الرسمية أيضا، وتتيح هذه الخدمة للعملاء الاستفسار عن حساباتهم، كما تمكنهم من سحب بعض المبالغ من هذه الحسابات وتحويلها لدفع بعض الالتزامات الدورية مثل دفع فواتير التلفزيون والغاز والكهرباء، فضلا عن تقديم جميع العمليات المصرفية.³

¹ على عبد الله شاهين : نظم الدفع الالكترونية ومخاطرها ووسائل الرقابة عليها ، مجلة العلوم الانسانية غزة ، العدد 1 ، المجلد 12 ص 519 .

² ناظم محمد نوري الشهري، عبد الفتاح زهير العبدالات، مرجع سبق ذكره، ص: 31.

³ أحمد محمد غنيم: التسويق والتجارة الإلكترونية، المكتبة العصرية للنشر والتوزيع، مصر، 2011، ص141.

ولقد تعددت صور الخدمات التي يقدمها الهاتف المصرفي للعملاء والتي يمكن اختصارها فيما يلي:

* خدمة الحساب المباشر: يتم من خلاله ومن خلال الاتصالات الهاتفية بالبنك عن طريق رقم سري خاص يمكن للعميل من سحب أو تحويل الأموال أو الأمر بالدفع لصالح دائنيه.

*الخدمة الصوتية المباشرة: بين العميل والبنك وتتم من خلال كمبيوتر خاص بالعميل للاتصال مباشرة مع الكمبيوتر الخاص بالبنك.¹

5/ الصيرفة عبر شبكة الانترنت

هي خدمات مصرفية متعددة للعملاء اللذين يستخدمون الانترنت وتشمل تقديم تفاصيل الحسابات والودائع والأسواق المالية وتنفيذ أوامر العملاء بالإيداع والسحب والمقاصة وطلب كشف حساب مختصر وإجراء تحويلات مالية وشراء الأسهم وتغطية إصدار الأسهم والسندات وإدارة الاكتتابات وغيرها.²

حيث تتم عملية الصيرفة عبر الانترنت من خلال رقم سري خاص لكل زبون وكلمة سر خاصة به يستطيع تغييرها متى شاء دون تدخل من المصرف، يستطيع بواسطتها الدخول إلى النظام الإلكتروني للمصرف للحصول على الخدمة التي يريدتها أو الاستفسار على آخر المعلومات التي ينشرها المصرف حول موضوع معين كأسعار العملات أو نسبة الفوائد على الودائع والقروض وغيرها.³

¹ إيداد زكي محمد، مرجع سبق ذكره، ص:30.

² فارس عبد الله: مشكلات تسويق الخدمات المصرفية الإلكترونية في العراق وعلاقتها برضا الزبون، مجلة العلوم الاقتصادية، بغداد، العدد الخاص، 2013، ص:184.

³ نادر عبد الغفار الشافي، مرجع سبق ذكره، ص: 73.

خلاصة الفصل الأول:

لقد تطورت الصيرفة الإلكترونية إلى أن أصبح هناك مصارف تعمل عن بعد أو ما يسمى بالمصارف الإلكترونية، هذا الكيان الافتراضي المصرفي، مما فتح فرص جديدة للمتعاملين، حيث يعمل البنك الإلكتروني عبر الشبكات الاتصال وبدون مقر، ويختلف المصرف العادي الإلكتروني، فمن حيث الخدمة فهناك خدمات مصرفية عن بعد، أما المقر فهناك مقر على شبكات الاتصال والتي أبرزها الانترنت.

يعمل البنك الإلكتروني في ظل بيئة تجارية إلكترونية واقتصاد يعتمد على تكنولوجيات الاتصالات والمعلومات أي الاقتصاد الرقمي وقد طرح هذا الموضوع وموضوع الصيرفة الإلكترونية عدة قضايا، منها الإطار القانوني وأمن المعلومات المالية والمصرفية، ورغم كل الجهود المبذولة في معالجة هذه القضايا، لكن غير كافية، وذلك لحدثة هذه التقنيات وتطورها بسرعة ولعل أهم مشكل يتمثل في حجية إثبات العقود المستقبلية.

الفصل الثاني

متطلبات الصيرفة

الالكترونية ومخاطرها

تمهيد:

إن البنوك الناجحة والتي تمتلك أكبر قدرة تنافسية هي البنوك التي تقدم خدماتها بنوعية وأداء مصرفي متميز معتمد على قاعدة معلوماتية وإطارات مؤهلة مصرفياً وتتمتع بمهارات مميزة للتعامل مع العملاء.

كما أنها تتميز بالقدرة على استخدام التكنولوجيا البنكية المتطورة ولقد تطور مفهوم الخدمات البنكية بشكل كبير في الآونة الأخيرة ودخلت الصيرفة الإلكترونية وأنظمة التمويل عبر الانترنت والصراف الآلي ، بحيث أصبح البعض يطلق على العمل المصرفي الصناعة المصرفية وهذا في ظل الانتقال إلى اقتصاد المعرفة، وسنتناول في هذا الفصل:

- المبحث الأول: وسائل الدفع الإلكترونية.
- المبحث الثاني: متطلبات الصيرفة الإلكترونية ومقوماتها.
- المبحث الثالث: مخاطر الصيرفة الإلكترونية.

المبحث الأول: وسائل الدفع الإلكترونية:

يعتبر نظام وسائل الدفع لأي اقتصاد مؤشرا عن مدى سيره وعمله، وهو ما جعل البنوك في مختلف دول العالم تدرك بأن لتطوير وتحديث وسائل الدفع أولوية، وهذا لأن وسائل الدفع التقليدية لم تعد فعالة في عصر يتطلب السرعة في معالجة المعاملات والصفقات ولقد سمح التطور التكنولوجي بخلق وسائل دفع حديثة، وسيتم التطرق في هذا المبحث إلى عوامل تطور الصيرفة الإلكترونية، ومفهومها بالإضافة إلى أهم أنواعها.

المطلب الأول: عوامل تطور وسائل الدفع الإلكترونية ومفهومها:

أولاً: عوامل تطور وسائل الدفع الإلكترونية

هناك العديد من العوامل التي أدت إلى تطور وسائل الدفع وتحولها من الشكل التقليدي إلى أشكال أخرى تؤدي نفس الوظيفة لكن بطرق مختلفة أكثر تطور من أهم هذه العوامل مايلي:¹

1- تراجع فعالية وسائل الدفع التقليدية:

بالرغم من أن ظهور وسائل الدفع التقليدية خلق درجة كبيرة من الأمان والطمأنينة لمستعمليها إلا أنها لها مشاكل كثيرة منها:

- انعدام الملائمة بين الطرفين؛
- عدم إجراء المدفوعات في الوقت الحقيقي؛
- انعدام الأمان؛
- الشيكات بدون رصيد.

2- استخدام شبكة الانترنت في المجال المصرفي:

لقد كان للتطور التكنولوجي في مجال الاتصالات الفضل في المعاملات المصرفية، من خلال شبكة الانترنت، كما ظهرت أيضا شركات توفر خدمة الانترنت حيث تزود الأشخاص بخدمة الانترنت عبر شبكة الاتصال الهاتفي، وهو ما ساعد البنوك لعرض خدماتها، حيث يمكن العميل القيام بأعمالها دون الحاجة لتعامل الموظفين وضياع الوقت في الانتظار فأصبح بإمكانه أن يراجع حساباته ويفحصها ويسدد الفواتير الخاصة به في أي وقت ودون قيود.

¹ صالح إلياس: مستقبل وسائل الدفع التقليدية في ظل وجود الوسائل الحديثة، مداخلة ضمن الملتقى العلمي الدولي الرابع حول عصرنة نظام الدفع في البنوك الجزائرية، الجزائر، المنعقد يومي 26، 27 أبريل 2011، ص:9.

3- التوجه نحو التجارة الإلكترونية:

تقوم التجارة الإلكترونية على أربعة عناصر: بائعون ومشتررون، شبكة الانترنت ووسائل الدفع الإلكترونية، الأمر الذي استدعى إلى استحداث وسائل تكون ملائمة لطبيعة ومتطلبات التجارة الإلكترونية.

ثانياً: مفهوم وسائل الدفع الإلكترونية وخصائصها:

يعتبر العمل المصرفي الإلكتروني من الأمور التي أفرزها التطور التكنولوجي الهائل في مجال الاتصالات حيث تم استحداث وسائل دفع جديدة تكون ملائمة لطبيعة ومتطلبات التجارة الإلكترونية وأصبح بإمكان العميل الاستفادة من الخدمات المصرفية كسداد فواتير السلع والخدمات عن طريق الاتصال الهاتفي والإلكتروني.

وسنحاول التطرق إلى تعريف وسائل الدفع الإلكتروني بالإضافة إلى خصائصها.

1- تعريف وسائل الدفع الإلكترونية:

تتمثل تعاريف وسائل الدفع الإلكترونية فيما يلي:

وسائل الدفع الإلكترونية هي الوسيلة التي تتم كل عملياتها وتسير الكترونياً، ولا يوجد للحالات ولا للقطع النقدية.¹

كما يمكن تعريف وسائل الدفع الإلكترونية هي "الوسيلة التي تمكن صاحبها من القيام بعمليات الدفع المباشر عن بعد عبر الشبكات العمومية للاتصالات"².

وهناك تعريف آخر وهي "عملية تحويل الأموال في الأساس ثمن لسلعة أو خدمة بطريقة رقمية أي باستخدام أجهزة الكمبيوتر وإرسال البيانات عبر خط تليفوني أو شبكة أو أي طريقة لإرسال البيانات"³.

هي "وسيلة تتم فيها عملية الدفع أو السداد من خلال استخدام وسيلة الكترونية معينة كما عرفت وسائل الدفع الإلكترونية هي" الوفاء بالالتزامات المالية إلى الطرف الآخر في العقد بإحدى الوسائل الإلكترونية سواء كانت أوراق تجارية الكترونية أو نقود الكترونية وبطاقات الائتمان أو أي وسيلة الكترونية يتم الوفاء بها من خلال التعاقدات التي تبرم عبر الانترنت"⁴.

¹ السعيد بريكة، فوزي شوق: تحديات وسائل الدفع الإلكتروني، مجلة البحوث الاقتصادية والمالية، أم البواقي، العدد 2، ديسمبر 2014، ص: 57.

² صلاح الياس: مرجع سبق ذكره، ص 9.

³ السعيد بريكة، فوزي شوق، مرجع سبق ذكره، ص 57.

⁴ وعود كاتب الانباري: السداد الإلكتروني، مجلة رسالة الحقوق، العدد الخاص ببحوث المؤتمر القانوني السابع، 2010، جامعة كربلاء، ص207.

من خلال التعاريف السابقة نستنتج أن وسائل الدفع الإلكترونية هي الوسيلة التي يتم فيها القيام بعمليات الدفع لطرف آخر وذلك دون استخدام أي قطع نقدية أو حوالات وبالتالي استخدام شبكة الانترنت فقط.

2- خصائص وسائل الدفع الإلكترونية:

تتميز وسائل الدفع بالخصائص التالية:

- يتم الدفع الإلكتروني باستخدام النقود الإلكترونية، وهي وحدات نقدية عادية كل ما هناك أنها محفوظة بشكل الكتروني ويتم الوفاء بها الكترونيا؛
- يتميز الدفع الإلكتروني بالطبيعة الدولية، أي انه وسيلة مقبولة في جميع الدول، حيث يتم استخدامه لتسوية الحسابات في المعاملات التي تتم عبر فضاء الكتروني بين المستخدمين في كل أنحاء العالم؛¹
- يتميز الدفع الإلكتروني بتوفير وسائل أمان فنية فكما يمكن تزييف النقود الورقية رغم التطوير المتواصل في أساليب حسابها؛²
- يتم الدفع الإلكتروني باستخدام النقود الإلكترونية وهي وحدات نقدية عادية كل ما هناك أنها محفوظة بشكل الكتروني ويتم الوفاء بها الكترونيا؛³
- وسائل الدفع الإلكتروني مقبولة في جميع دول العالم ويعتبر القبول العام الواسع لأي نظام مطروح للنقود الإلكترونية.⁴

ثالثاً: مزايا وسائل الدفع الإلكتروني:

تحقق وسائل الدفع الإلكتروني لحاملها مزايا عديدة منها⁵:

- سهولة ويسر الاستخدام؛
- تمنح لحاملها الأمان بدل حمل النقود الورقية وتفاذي الضياع والسرقة؛
- له فرصة الحصول على الائتمان المجاني لفترات محددة؛
- تمكنه من إتمام صفقاته فوراً بمجرد ذكر رقم البطاقة.

¹ السعيد بريكة و فوزي شريف، مرجع سبق ذكره، ص 58.

² وعود كاتب الأنباري، مرجع سبق ذكره، ص 207.

³ السعيد بريكة وفوزي شوق، مرجع سبق ذكره، ص 58.

⁴ وعود كاتب الأنباري، مرجع سبق ذكره، ص 207.

⁵ منصور الزين: وسائل وأنظمة الدفع والسداد الإلكتروني، مداخلة ضمن الملتقى الدولي الرابع حول عصرنه نظام الدفع في البنوك الجزائرية، البليلة، ص 7.

المطلب الثاني: أنواع وسائل الدفع الإلكترونية:

تلعب وسائل الدفع الإلكتروني دورا هاما في تسيير وتسريع وتيرة المبادلات الاقتصادية من خلال الوساطة بين الدائرة الحقيقية والنقدية، حيث تسمح بانتقال السلع والخدمات بين المتعاملين الاقتصاديين بتسديد الديون بينهم.

لقد كان تطور النشاط الاقتصادي و التطور التكنولوجي أثره الواضح على وسائل الدفع التي تغيرت من وسائل دفع تقليدية ذات الخاصية الملموسة والمادية إلى وسائل الدفع الحديثة أكثر فأكثر نحو اكتساب خاصية اللامادية والرقمية الإلكترونية.

أولاً: البطاقات البنكية:

1- تعريف البطاقات البنكية:

البطاقات البنكية أو البطاقات البلاستيكية، وهي عبارة عن بطاقة مغناطيسية يستطيع حاملها استخدامها في شراء معظم احتياجاته وأداء مقابل ما يحصل عليه من خدمات دون الحاجة لحمل مبالغ كبيرة قد تتعرض لمخاطر السرقة أو الضياع أو الإتلاف¹.

كما يمكن تعريفها حسب المادة 543 مكرر 23 التجاري الجزائري بطاقة الدفع بنصها "تعتبر بطاقة الدفع كل بطاقة صادرة عن البنوك والهيئات المالية المؤهلة قانونيا وتسمح لصاحبها بسحب وتحويل الأموال"².

كما يوجد تعريف آخر للبطاقات البنكية هي بطاقات مصرفية تمكن حاملها من الحصول على نقود، سلع، الخدمات أو أي شيء آخر له قيمة مالية وتنقسم إلى قسمين البطاقات الغير ائتمانية، والبطاقات الائتمانية أو البطاقات الدائمة التي تتيح لحاملها الحصول على ائتمان³.

من التعاريف السابقة نستنتج أن البطاقات البنكية هي بطاقة دفع بلاستيكية يقوم حاملها باستخدامها في شراء معظم احتياجاته دون حاجته لحمل مبالغ كبيرة قد تتعرض لمخاطر السرقة والتلف أو الضياع.

2- أنواع البطاقات البنكية:

هناك عدة أنواع للبطاقات البنكية، وذلك حسب معيار التقسيم فهناك البطاقات الائتمانية (القرضية) والبطاقات الغير ائتمانية، البطاقات المحلية والتي لا يتجاوز استعمالها حدود الدول، والبطاقات العالمية التي تستخدم في كل دول العالم، كما نجد كذلك البطاقات الذهبية التي تمنح حاملها سقفا ائتمانيا عاليا وأخرى فضية ... الخ.

وقد اعتمدنا على المعايير التالية لتقسيم البطاقات البنكية لبساطتها ووضوحها:

¹ رشيد علام: عوانق تطوير التجارة الإلكترونية، رسالة ماجستير غير منشورة، المملكة المتحدة بريطانيا، 2010، ص: 106.

² المادة 543 من القانون التجاري، الصادر بالجريدة الرسمية، العدد 11، 2005، ص: 136.

³ إبراهيم بختي: التجارة الإلكترونية، مفاهيم واستراتيجيات، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، ط2، 2002، ص: 83.

أ- البطاقات البنكية من حيث التعامل بها: ونجد ما يلي:

• البطاقات المدينة (بطاقات الخصم)¹:

وتسم كذلك بطاقات الدفع الفوري، حيث إصدارها يتطلب أن يقوم حامل البطاقة بفتح حساب إجباري لدى البنك المصدر لبطاقته ويودع فيه مبلغا لا يقل رصيده عن الحد الأقصى المسموح له بالشراء في حدوده وعندما يقوم حامل البطاقة لشراء السلع أو الحصول على خدمات من التجار يرسلون مستندات الشراء إلى البنك الذي يقوم بالخصم مباشرة بقيمة مشترياته من حسابه الجاري في صورة قيود دفترية. كما يتم الحصول أيضا بقيمة المسحوبات النقدية من آلات سحب النقود أو من البنوك، وفي نهاية كل شهر يرسل البنك كشف حساب حامل البطاقة والذي عليه أن يودع في الحساب الجاري دوريا ما يكمله إلى الرصيد المطلوب الاحتفاظ به فيه.

وإذا حدث وكشف الحساب الجاري بمعنى زيادة المبلغ المسدد للتجار عن الرصيد الواجب الاحتفاظ به، فإن البنك يعمل العميل حامل البطاقة بفائدة ينص عليها في اتفاقية إصدار البطاقة، ويتراوح معدل هذه الفائدة بين 1.5% إلى 1.70% شهريا أي من 18% إلى 21% شهريا.

• بطاقة الخصم الشهري أو الدفع الشهري أو القيد الأجل أو بطاقة الدين:²

في هذا النوع من بطاقات الائتمان قد تستخدم البطاقة كأداة وفاء وائتمان في الوقت نفسه، فيقوم البنك بإصدار مثل هذا النوع من البطاقات ولا يشترط على العميل صاحب الحساب الجاري أن يكون قد دفع في حسابه مبلغا في حد الأدنى مساويا للحد الأعلى للقيمة المسموح استخدام البطاقة بها، أو بصورة حساب جار كما هو الحال في النوع السابق وإنما قد تحدث المحاسبة بشكل شهري عن طريق إرسال كشف من البنك مصدر البطاقة لحامل هذه البطاقة.

ويحتوي على تفاصيل المبالغ المستحقة عليه نتيجة مشترياته وحصوله على السلع والخدمات من التجار، أو من صاحب الخدمة كما ينظم ما تم سحبه من الصراف الآلي، أو من البنك وكل ذلك يجب أن لا يتجاوز الحد الأقصى المسموح له باستخدامه وسحبه ببطاقته، فيطلب من العميل تسديد هذه المبالغ خلال مدة تتراوح بين 25 و40 يوم وإلا فإن البنك سوف يحمله فوائد لا تتراوح ما بين 1.5-1.75% شهريا على المبالغ المسحوبة.

• بطاقة الائتمان القرضية والتسديد بالأقساط:

حيث تقوم فكرتها على عدم الدفع المسبق للمصدر مثل النوع الثاني ولكن سداد المستحق على حامل البطاقة لا يتم شهريا و إنما على أقساط دورية تتناسب مع دخله ثم اعتبار الباقي عليه قرضا يتم احتساب

¹ عبد الهادي النجار: الجديد في أعمال المصارف من الوجهتين القانونية والاقتصادية، أعمال المؤتمر العلمي المستوي لكية

الحقوق، جامعة بيروت العربية، ط1، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت2002، ص25.

² جلال عايد الشورة: وسائل الدفع الإلكتروني، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2009، ص-ص، 30-31.

فائدة على رصيده في حدود المعدلات سالفة الذكر، وبذلك فهي تمثل أداة وفاء وائتمان حيث تؤدي إلى إنشاء دين متجدد في دمة حامل البطاقة بقيمة مشترياته الشهرية¹.

ب- البطاقات البنكية بحسب المزايا التي تمنح لحاملها:

ويوجد نوعان هما²:

- **البطاقة العادية أو الفضية:** وهي ذات حدود ائتمانية منخفضة نسبياً وتمنح لأغلب العملاء عند انطباق الحد الأدنى من المتطلبات عليهم، وتوفر هذه البطاقة جميع الخدمات المقررة كالشراء من التجار والسحب النقدي من البنوك، وأجهزة السحب الآلية.
- **البطاقة الذهبية:** هي ذات حدود ائتمانية عالية لدى بعض المنظمات راعية البطاقة مثل فيزا، أو إنتماننا غير محدود بسقف معين لدى البعض مثل أمريكان اكسبرس، وتصدر للعملاء ذوي القدرة المالية العالية، وبجانب ذلك يتمتع حاملها ببعض المزايا الإضافية المجانية مثل التأمين ضد الحوادث والحصول على استشارات طبية وقانونية، الرسائل إلى جميع أنحاء العالم، وأسبقيات الحجز في الفنادق وشركات الطيران وعادة ما يزيد رسم الإشتراك فيها عن البطاقة الفضية.

ج- البطاقات البنكية حسب الاستخدام:

وهناك نوعان وهما³:

- **بطاقة الائتمان العادية:** هي النوع الأغلب ويستخدم في الشراء من التجار والحصول على الخدمات والسحب النقدي من أجهزة السحب الآلي أو من أحد البنوك المشتركة في عضوية البطاقة.
- **بطاقة السحب النقدي الإلكترونية:** وتستخدم فقط في عملية سحب النقود إما من أجهزة الصرف الآلي الدولية أو في الأجهزة القارئة للشريط المغناطيسي المزودة بها البنوك المشتركة في عضوية البطاقة.

د- البطاقات حسب الجهة المصدرة للبطاقة:

ويوجد أربعة أنواع تتمثل فيما يلي⁴:

بطاقات تشارك في عضوية أصدرها جميع البنوك على مستوى العالم تحت رعاية منظمة عالمية مثل بطاقة فيزا والماستركارد.

¹ عبد الهادي النجار، مرجع سبق ذكره، ص: 31

² المرجع السابق، ص: 32

³ نفسه

⁴ نفسه

- بطاقات تصدرها وترعاها مؤسسة مالية واحدة حيث تشرف مباشرة من خلال فروعها وهي عملية إصدار البطاقات والتسويات مع التجار دون أن تمنح تراخيص إصدار البطاقة لأي بنك أو مؤسسة مصرفية أخرى وهي بطاقات أميركان إكسبرس.
- بطاقات تصدرها مؤسسات تجارية ليستخدمها حاملوها في الشراء من هذه المؤسسات وفروعها مثل محطات البنزين والفنادق والمطاعم الكبرى وعلى أن تدفع المستحقات إلى المؤسسة مباشرة إما بعد فترة مما يتضمن منح إئتمان منها إلى حاملي البطاقة وإما في حصول حاملها على بعض الميزات مثل تخفيضات السعر أو أولوية تقديم الخدمة لهم.
- بطاقة ضمان الشيك:

وهي بطاقات تصدرها البنوك لعملائها ليقدموها عند دفع مستحقاتهم بشيكات مسحوبة على البنك لتأكيد أن الشيك ستصرف قيمته عند تقديمه للبنك

3- المنظمات والمؤسسات المصدرة للبطاقات:

المنظمات العالمية لا تعتبر مؤسسات مالية وإنما بمثابة ناد، حيث تمتلك كل منظمة العلامة التجارية للبطاقات الخاصة بها لكنها لا تقوم بإصدار بنفسها وإنما تمنح تراخيص بإصدارها للبنوك، وأشهر هذه المنظمات هي:

أ- المنظمات المصدرة للبطاقات:

▪ فيزا العالمية:¹

تأسست منظمة الفيزا كارد سنة 1966 على شكل ناد تنظم إليه البنوك من مختلف دول العالم التي ترغب في إصدار بطاقات إئتمان أو شيكات سياحية، وهذا بعد توحيد جهود عدة بنوك مصدرة للبطاقة على رأسها بنك أوف أميركا (Bank of America) الذي كان يصدر بطاقة (Bank Americard) منذ سنة 1958، مقرها لوس أنجلوس بالولايات المتحدة الأمريكية ونشاطها موزع على خمس مناطق: أمريكا الجنوبية، آسيا، أوروبا والشرق الأوسط، أستراليا.

وحاليا تصدر منظمة فيزا الكثير من أنواع البطاقات أهمها: بطاقة فيزا الفضية، بطاقة فيزا الذهبية، بطاقة فيزا إلكترون.²

▪ ماستركارد العالمية:

تأسست عام 1967، عندما أسس سبعة بنوك أمريكية (ثم تحولت عام 1969 إلى master charge) وأخيرا أصبحت (Mastercard) عام 1979، وقد انضمت إليها مؤسسة اكس كارد

¹ محمد شكرين: بطاقة الإئتمان في الجزائر، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة يوسف بن خدة، الجزائر، 2006، ص:65.

² عبد الرحيم وهبية: إحلال وسائل الدفع المصرفية التقليدية بالإلكترونية، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الجزائر، 2006، ص:51.

البريطانية التي تأسست عام 1972، مقرها نيويورك بالولايات المتحدة ومناطق نشاطها الولايات المتحدة الأمريكية، أمريكا الجنوبية، آسيا، أوروبا، الشرق الأوسط وإفريقيا.¹

ب- المؤسسات المالية المصدرة للبطاقة:

والتي تشرف على عملية إصدار البطاقات المصرفية دون ضرورة منح تراخيص الإصدار لأي مصرف ومن أشهرها ما يلي:

▪ أميركان إكسبرس:

هي مؤسسة مالية كبيرة تزاوّل الأنشطة المصرفية إضافة إلى إشرافها على إصدار البطاقات، وهناك أنواع تمنح تراخيص لإصدارها على بنوك أخرى، وأنواع تحتفظ بحق إصدار لنفسها.²

▪ الدينرز كليب:

تعتبر رائدة رغم صغر عدد حملة بطاقتها، ويملك بنك (Citi Bank) الأمريكي شركة الدينرز كليب وتصدر هذه الشركة بطاقة (Charge Card) لعامة الناس وبطاقة الأعمال التجارية لرجال الأعمال، وبطاقة خاصة بالتعاون مع شركات كبرى مثل شركة الطيران البريطانية وساهمت هذه المنظمات والمؤسسات بشكل كبير في جعل البطاقات كوسيلة للدفع الأكثر استعمالاً في العالم، وتحتل بطاقة الفيزا العالمية المرتبة الأولى عالمياً والجدول التالي يوضح عدد البطاقات الائتمانية حسب المؤسسات المصدرة في العالم خلال السنتين 2001 و2002.³

4- مزايا البطاقة البنكية:

تحقق بطاقة الائتمان عدة مزايا بالنسبة لحامل البطاقة والتاجر ومصدر البطاقة.

أ- بالنسبة لحامل البطاقة:

- سهولة ويسر الاستخدام: إن البطاقات تتمتع بأمان كبير بالنسبة للنقود الورقية، ويؤدي استخدامها على تقليل الفواتير والإيصالات الورقية المختلفة في كل شؤون الفرد والأسرة؛
- استفادة حاملي البطاقات الائتمانية من الاقتراض من البنك أو الشركة المصدرة إلى أجل وهي عملية سهلة وأقل تعقيداً مع استخدام هذه البطاقة، وفي هذا فإن حامل البطاقة يتمتع بإئتمان مجاني لفترات معينة؛

¹ محمد شكرين، مرجع سبق ذكره، ص: 65

² عبد الرحيم وهيبية، مرجع سبق ذكره، ص: 52

³ محمد شكرين، مرجع سبق ذكره، ص: 65

- يتمكن حامل البطاقة من إعطاء حق استخدام بطاقة ائتمانية أخرى لمن يريد كالزوج والابن وذلك على نفس الحساب الائتماني، وهذه الميزة هامة في بعض الظروف كالسفر الطارئ وهي ميزة سهلة الإنشاء والإلغاء في نفس الوقت؛
- السكن في الفنادق العالمية الكبرى وغير ذلك من الخدمات؛
- إن ضياع هذه البطاقة لا يمثل مشكلة لحاملها بخلاف كثير من الوسائط المالية الأخرى كالنقود الورقية¹.

ب- بالنسبة لمصدر البطاقة:

- استخدام البطاقات يقلل من كتابة الشيكات المختلفة التي تكلف البنك مبالغ كبيرة من جراء متابعة أمورها المختلفة ومن ثم فإن ذلك يقلل من مخاطر القروض الشخصية؛
- مصدر البطاقة يحقق ربحاً من تشغيل أموال الودائع الجارية الخاصة بحملة البطاقات ومن المحلات التجارية التي تقبلها ومن البنوك التجارية التي تصدرها بالتعاون معها؛
- الغرامات والفوائد تعتبر من قبل الأرباح التي يحققها مصدر البطاقة ومن ذلك غرامات التأخير في السداد وغرامة ضياع البطاقة فضلاً عن فوائد التأخير في السداد وفوائد القرض عن طريق السحب النقدي في بطاقات الائتمان وبطاقات السفر والترفيه².

ج- بالنسبة للتاجر:

- يؤدي استخدام البطاقات الائتمانية إلى زيادة المبيعات على أساس أن حاملها لا ينتظر عادة إلى الإنفاق بها مثل الإنفاق بالنقود الورقية؛
- تجار التجزئة حققوا ميزة تخلصهم من كثير من السرقات التي كانت تتم من بعض المحاسبين بالمحلات، فاستخدام هذه البطاقات لا يمكن هؤلاء المحاسبين حتى من رؤية النقود الورقية؛
- قبول البطاقات الائتمانية من جانب البائعين فيه إزاحة لعبء كبير وهو عبء متابعة ديون الزبائن والعملاء على أساس أن هذا العبء يقع على عاتق البنوك والشركات المصدرة لهذه البطاقات³؛
- الاستفادة من إدراج اسم المتجر في الدليل الذي يوزعه مصدر البطاقة على حملة البطاقات توضع شعار البطاقة في مكان ظاهر بالمتجر مما يمثل إعلاناً مجانياً عن المتجر؛

¹ عبد الهادي النجار، مرجع سبق ذكره، ص 47.

² نفسه

³ المرجع السابق، ص 50.

- تساهم بطاقة الائتمان في تحقيق السرعة المطلوبة في إتمام العمليات التجارية؛
- ضمان التاجر حصوله على ثمن بضاعته و تحويله إلى حسابه بالبنك المصدر للبطاقة دون عناء.¹
- 5-مخاطر البطاقة البنكية:**
- لبطاقة الائتمان عدة مخاطر:
- أ- بالنسبة لحامل البطاقة:
 - زيادة الاقتراض والإنفاق بها يتجاوز القدرة المالية؛
 - عدم سداد حامل البطاقة قيمتها في الوقت المحدد يترتب عنه وضع اسمه في القائمة السوداء²؛
 - كما توجد مخاطر أخرى منها:
 - بطاقات الائتمان تشعر حاملها بالغنى الوهمي، فهو ينظر إليها على أنها أصل يملكه بدل أن ينظر إليها على أنها أداة مالية تريح حاملها³؛
- ب- بالنسبة لمصدر البطاقة:
 - هناك عدة مخاطر نذكر منها⁴:
 - مدى سداد حاملي البطاقات للديون المستحقة عليهم وبالتالي زيادة نسبة الديون المعدومة بسبب زيادة نسبة البطاقات الائتمانية ووجود الدافع للاستهلاك لدى مستخدمي هذه البطاقات؛
 - عدم وجود رأس مال كاف لمواجهة السحب النقدي والاقتراض على البطاقات الائتمانية الأمر الذي يشكل خطرا على سير البنوك التجارية؛
 - يتحمل البنك المصدر للبطاقة نفقات ضياع البطاقات وسرقتها والغش والاحتيال والتزوير فيها؛
- ج- بالنسبة للتاجر:
 - خضوع التاجر لشروط متعددة من جانب البنوك التجارية التي انصاعت بدورها لشروط أخرى من جانب الشركات المتعددة المنظمة لتلك البطاقات؛

¹ باسم أحمد المبيضين: التجارة الإلكترونية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2008، ص: 134.

² محمد عبد الحسين الطائي: مرجع سبق ذكره، ص 185.

³ عبد الهادي النجار، مرجع سبق ذكره، ص 48.

⁴ المرجع السابق، ص: 51

- إن مجرد حدوث بعض المخالفات من جانب التاجر بل وتوضع شركته في القائمة السوداء الموحدة للشركات الائتمانية، وهو ما يعني تكبد التاجر صعوبات جمة في نشاطه التجاري¹.

ثانياً: البطاقات الذكية:

تعتبر البطاقات الذكية من أحدث البطاقات البلاستيكية المنتجة على صعيد العالم، تستخدم فيها تكنولوجيا متطورة للقيام بعمليات الصيرفة الإلكترونية.

1- تعريف البطاقات الذكية:

هناك عدة تعريفات للبطاقات الذكية نذكر منها:

هي "بطاقة بلاستيكية و لكنها تختلف عن غيرها بوجود شريحة دقيقة مثبتة في البطاقة قد تكون هذه الشريحة مشغل حاسوبي صغير أو مجرد ذاكرة، عندها فإنه يمكن إضافة أو إلغاء أو تشغيل المعلومات على البطاقة بينما شريحة الذاكرة فهي للقراءة فقط مثل بطاقات الحساب الأخرى"².

2- استخدامات البطاقات الذكية:

تتمثل أهم استعمالات التي يمكن استخدام البطاقة الذكية فيها للاستفادة من فوائدها فيما يلي³:

- تستخدم كبطاقة تعريفية للشخص من خلال طباعة البيانات الشخصية على البطاقة بالإضافة إلى طباعة للبيانات نفسها داخل الشريحة فتقوم الحكومات باستخدامها كهوية تعريف في حالات إعطاء جوازات السفر، الضمان الاجتماعي؛
- أصبح استخدامها من أهم الطرق التي يمكن من خلالها التأكد من شخصية طالب الخدمة عبر الانترنت و ذلك قبل السماح له من إجراء أي معاملة، بالإضافة إلى استخدامها عند إجراء التحويلات المصرفية و عمليات البيع والشراء عبر شبكة الانترنت؛
- يمكن تحميل البطاقة بأرقام نقود تستخدم صك المسافر وتتغير تلك الكميات من النقود عندما تصرف بالتكرار إلى أن يصبح الرصيد صفر؛

¹ نفسه

² محمد نور صالح الجداية، سناء جودت خلف، التجارة الإلكترونية، دار الحامد للنشر والتوزيع، الأردن، ط2، 2012، ص245.

³ محمد ناصر إسماعيل وآخرون: البطاقة الذكية وأثرها في التقليل من بعض المخاطر المصرفية، مجلة العلوم الاقتصادية، بغداد، عدد37، 2013، ص 82-83.

يمكن استخدامها عند كل اتصال في الهاتف النقال حيث يمكن شحنها عند كل اتصال وبطاقة الجوال (SIM CARD) هي أفضل مثال لاستخدامها للاتصالات وتستخدمها أيضا بعض الشركات كمفاتيح حماية حيث تمرر في القارئ لكي يفتح الباب وفق مرتبة الموظف في البنك وذلك عن طريق برمجة هذه البطاقة من جهتين، البرمجة في الحساب لتطبيقات تقوم بقراءة البيانات بواسطة قارئ البطاقات الذكية، والبرمجة للمتحكم الصخري الموجود بالبطاقة نفسها.

3- تطبيقات البطاقات الذكية:

يرتبط نمو استخدام البطاقات الذكية بالتطبيقات المتوفرة لها من هذه لتطبيقات المهمة¹.

أ- بطاقات المناصرة:

يستخدم تجار التجزئة البطاقات الذكية للتعرف على زبائنهم ومكافئتهم عن طريق جمع نقاط لمشترياتهم للحصول على المكافآت مثل مراكز تأجير السيارات، خطوط الطيران وغيرها الكثير.

ب- تطبيقات المالية:

تستخدم مؤسسات مالية ومصدري بطاقات الحساب وبطاقات الائتمان، البطاقات الذكية لتوفير خدمات الدفع التقليدية وتكون هذه البطاقات متعددة التطبيقات.

ج- بطاقات المعلومات التكنولوجية:

تحتوي كثير من الأجهزة الحاسوبية الشخصية في المستقبل على قارئ للبطاقات الذكية وعلى مصدر هذه البطاقات توفير السرية لها لبسط علاقة بين العالم الفيزيائي والعالم الإلكتروني. وتسمح هذه البطاقات للمستخدم بحماية الخصوصية عن طريق الشراء دون الحاجة للتعريف بشخصه، ويضمن مصدر هذه البطاقات أن المستخدم هو من قام بالشراء، وتسمح هذه التكنولوجيا للمستخدم بقبول البطاقات الذكية للأشخاص الآخرين للدفع عبر حاسوب كل منهم².

د- بطاقات معلومات الرفاهية الاجتماعية والصحية:

حيث تحرص معظم دول العالم التي توفر أنظمة التأمين الصحي على استخدام تكنولوجيا البطاقات الذكية لتقليل الكلفة المرتبطة بخدمات الصحة وخدمات الضمان الاجتماعي.

هـ- الانتقال:

توفر بعض الدول بطاقات خاصة للدفع في بعض وسائل النقل مثل القطارات وكذلك في بعض المطاعم ومحطات الغاز³.

¹ محمد نور صالح الجداية، سناء جودت خلف، مرجع سبق ذكره، ص 247.

² نفسه.

³ المرجع السابق، ص 248.

4-مزايا البطاقات الذكية:

تحقق البطاقات الذكية العديد من المزايا نذكر منها¹:

- البطاقات الذكية عبارة عن محفظة رقمية تضم أرقام رمزية تعبر عنها أرقام معينة توجد على الشريحة المشار إليها، مقابل المحفظة العادية التي تحتوي على نقود ورقية من فئات وقيم معينة تعبر عنها أيضا الأرقام المدونة على كل ورقة من هذه الأوراق النقدية؛

- هذه البطاقة تجمع بطاقة واحدة كل الأجرور التي تستطيع أن تؤديها بطاقات الائتمان وبطاقات الخصم، وبطاقات الصراف الآلي وكذلك البطاقات المدفوعة مقدما؛

- تتسم بسهولة الحصول عليها، وذلك من خلال منافذ الصرف الإلكتروني ومراكز البيع التجارية والهواتف وأجهزة التلفزيون التفاعلي.

كما تتميز البطاقات الذكية بخصائص أخرى²:

- تلعب دور النقود من مختلف الفئات، مما يضيف عليها الكثير من المرونة.

- يستخدم صاحب البطاقة بطاقته الذكية فإن قيمة الشراء يتم نقصها بطريقة أوتوماتيكية من بطاقة المشتري، ويتم إيداعها في أجهزة الكترونية طرفية للبائع، وهنا تتم عمليات البيع والشراء في ثوان معدودة.

إضافة إلى أن هناك خصائص أخرى وهي³:

- تتيح للمسافر أداء مهام عديدة، كتخزين ومعالجة بيانات حول شركات الطيران وإجراءات تأجير السيارات وحجز الفنادق...الخ⁴.

- يمكن سداد الرسوم بطريقة الكترونية كما يمكن للشركات تحديد هوية الموظفين لضمان تأمين الدخول إلى أنظمة الحاسب الآلي فهي تستخدم في تنظيم المكالمات الهاتفية وشراء البضائع.

ثالثا: النقود الإلكترونية

نظرا لأهمية النقود الإلكترونية وكثرة استعمالها بالوقت الحاضر فقد ظهرت هذه النقود بمختلف أشكالها وأنواعها للقيام بعمليات الصيرفة الإلكترونية.

¹ لوصيف عمار: إستراتيجيات نظام المدفوعات للقرن الحادي والعشرون ، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة منتوري قسنطينة، 2009، ص: 74

² محمد إبراهيم عبيدات: أساسيات التسعير في التسويق المعاصر، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، ط2، 2008، ص:194.

³ عبد الرحيم وهيبية: مرجع سبق ذكره، ص 47.

⁴ غانم عبد الله وآيت الله مولحسان: آثار إقتصاد المعرفة على تنمية وتطوير المؤسسات المالية والمصرفية، الملتقى الدولي حول إقتصاد المعرفة، كلية العلوم الإقتصادية، جامعة محمد خيضر بسكرة، نوفمبر، 2005، ص:341.

1- تعريف النقود الإلكترونية

هناك عدة تعريفات للنقود الإلكترونية ونذكر منها:

هي نقود غير ملموسة تأخذ صور وحدات الكترونية وتخزن في مكان آمن على الهارد ديسك لجهاز الكمبيوتر الخاص بالعميل يعرف باسم المحفظة الإلكترونية ويمكن للعميل استخدام هذه المحفظة في القيام بعمليات شراء والتحويل... الخ.¹

كما يمكن تعريفها هي القيمة النقدية لعملة تصدر بشكل الكتروني من قبل القطاع العام أو القطاع الخاص ويتم تخزينها في شكل الكتروني ويمكن اعتبار هذه النقود أحد أشكال الأدوات المالية الرقمية التي مهمتها إنجاز بعض أو كل وظائف النقد.²

كما عرفت أنها قيمة نقدية مخزنة على وسيلة الكترونية مدفوعة مقدما و غير مرتبطة بحساب بنكي وتحضى بقبول واسع من غير من قام بإصدارها وتستعمل كأداة للدفع لتحقيق أغراض مختلفة.³

هناك من عرفها بطاقة تصدر من البنوك والمؤسسات المالية الكبيرة ويسمح لحاملها بسحب أوراق أو تحويل نقود من حسابه.⁴

هناك تعريف أكثر دقة يعتبرها قيمة نقدية لعملة تصدر بشكل الكتروني من قبل القطاع العام أو الخاص ويتم تخزينها في جهاز الكتروني ويمكن اعتبار هذه النقود أحد أشكال الأدوات المالية الرقمية التي تقوم ببعض مهمات ووظائف النقود التقليدية.⁵

كما عرفت بأنها مجموعة من البروتوكولات والتوقيعات الرقمية التي تتيح للرسالة الإلكترونية أن تحل فعليا محل تبادل العملات التقليدية وبعبارة أخرى فإن النقود الإلكترونية أو الرقمية هي المكافئ الإلكتروني للنقود التقليدية التي اعتدنا تداولها.⁶

¹ محمد إبراهيم عبيدات: أساسيات التسعير في التسويق المعاصر، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، ط2، 2008، ص:194.

² توفيق شنور: النقود الإلكترونية وتأثيرها على دور المصارف المركزية الجديدة في أعمال المصارف من الوجهتين القانونية والاقتصادية، أعمال المؤتمر العلمي السنوي لكلية الحقوق، جامعة بيروت العربية، ط1، الجزء الأول، منشورات الحلبي الحقوقية، 2002، ص:152.

³ محمد أحمد أبو فورة: مرجع سبق ذكره، ص62.

⁴ السيد متولي عبد القادر: اقتصاديات النقود والبنوك، دار الفكر ناشرون وموزعون، عمان، ط1، 2010، ص27.

⁵ إبراهيم بختي: التجارة الإلكترونية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، ط2، 2002، ص83.

⁶ نهى خالد عيسى الموسوي، إسراء خضير مظلوم الشمري: النظام القانوني للنقود الإلكترونية، مجلة جامعة بابل للعلوم الإنسانية، المجلد 22، العدد2، 2014، ص: 267

من التعاريف السابقة نستنتج أن النقود الإلكترونية هي قيمة نقدية مخزنة على وسيلة إلكترونية مدفوعة مقدما وغير مرتبطة بحساب بنكي وتحضى بقبول واسع من غير من قام بإصدارها وتستعمل كأداة للوفاء.

2- أهمية النقود الإلكترونية:

تكمن أهمية النقود الإلكترونية فيما يلي:

- تمثل محور تحديث وسائط الدفع في الاقتصاديات النقدية المعاصرة إلى درجة أن التقدم في النواحي المصرفية والمالية والنقدية، أصبح يقاس بمدى الاعتماد في تسوية المدفوعات على هذه الوسائط الإلكترونية؛
- تسمح هذه البطاقات من خلال خصائصها التكنولوجية وقدراتها على التطوير والابتكار بتقوية وتدعيم أوضاع المصارف الوطنية داخل شبكة التنافس المصرفي الدولي، حيث أن تخلف النظم المصرفية عن الاستجابة لمثل هذه الأدوات الحديثة يهدد بخروجها إن آجلا أو عاجلا وتمثل أحد العناصر الهامة لتأمين وتسوية المدفوعات سواء من حيث ضمان الدفع، مكافحة الغش والتزييف؛
- تعد هذه الوسائط النقدية سبيل إلى تقليل التكاليف المرتبطة باستخدام النقود التقليدية سواء كانت تكاليف مباشرة¹.

رابعا: الشيكات الإلكترونية:

1- تعريف الشيك الإلكتروني:

الشيك الإلكتروني هو "وثيقة إلكترونية تحمل التزاما قانونيا هو ذات الإلتزام في الشيكات الورقية ويحمل نفس البيانات الأساسية، ولكن يكتب بطريقة إلكترونية كحاسب أو المساعد الرقمي الشخصي أو المحمول، ويتم التوقيع إلكترونيا².

كما عرف بأنه " المكافئ الإلكتروني للشيك التقليدي الورقي الذي اعتدنا التعامل به، فالشيك الإلكتروني هو وسيلة إلكترونية موثقة ومؤسسة يرسلها مصدر الشيك إلى مستلم الشيك ليعتمده ويقدمه للمصرف الذي يعمل عبر الأنترنت، ليقوم المصرف أولا بتحويل قيمة الشيك المالية إلى حساب حامله وبعد ذلك يقوم بإلغاء الشيك وإعادته إلكترونيا إلى مستلم الشيك ليكون دليلا على أنه قد تم صرف الشيك فعلا ويمكن لمستلم الشيك أن يتأكد إلكترونيا من أنه قد تم بالفعل تحويل المبلغ لحسابه³.

¹ مصطفى كمال السيد طايل: الصناعة التجارية الإلكترونية والعولمة المصرفية في ظل العولمة، اتحاد المصارف العربية، 2009، ص69.

² السيد أحمد عبد الخالق: التجارة الإلكترونية والعولمة، منشورات المنظمة العربية، القاهرة، ط2، 2008، ص:166.

³ محمود أحمد أبو فروة: مرجع سبق ذكره، ص:50.

وهناك تعريف آخر هو " أنه عبارة عن وثيقة إلكترونية يتضمن العديد من البيانات تتمثل في رقم الشيك، إسم الدافع، رقم حساب الدافع، المستفيد، القيمة التي ستدفع ووحدة العملة المستعملة، وتاريخ الصلاحية، والتوقيع الإلكتروني للدافع"¹.

كما يمكن تعريفه بأنه أمر بدفع مبلغ معين من الساحب إلى المسحوب عليه لفائدة طرف ثالث هو المستفيد بطريقة إلكترونية. فبعد أن يقوم المشتري بتحرير الشيك الإلكتروني ويقوم بتوقيعه توقيعا إلكترونيا مشفرا يرسله بالبريد الإلكتروني إلى البائع. هذا الأخير يقوم بالتوقيع عليه كذلك كمستفيد ويرسله إلى جهة التخليص².

من التعاريف السابقة نستنتج أن الشيك الإلكتروني هو وثيقة إلكترونية يرسلها مصدر الشيك إلى مستلم الشيك الإلكتروني، حيث يتضمن مجموعة من البيانات نذكر منها رقم الشيك وإسم الدافع ورقم حساب الدافع.

2- إجراءات استخدام الشيك الإلكتروني:

تتضمن دورة إجراءات استخدام الشيك الإلكتروني خطوات معينة أهمها³:

- إشترك المشتري لدى جهة التخليص أو المعالجة وغالبا بنك حيث يقوم البنك بفتح حساب جاري للمشتري بالرصيد الخاص بالمشتري، كما يتم تحديد توقيع إلكتروني للمشتري وتسجيله في قاعدة بيانات لدى جهة التخليص؛
- يتم التحقق من هوية المستخدم لحظة إجراء كل عملية.
- إشترك البائع لدى جهة التخليص نفسها، حيث يتم فتح حساب جاري له، كما يتم تحديد التوقيع الإلكتروني للمشتري وتسجيله في قاعدة البيانات لدى جهة التخليص؛
- يقوم المشتري باختيار السلع أو السلعة من البائع ويتم تحديد السعر الكلي، والإتفاق على طريقة الدفع؛
- يقوم المشتري بتحرير الشيك الإلكتروني ويقوم بتوقيعه بالتوقيع الإلكتروني، ثم يقوم بإرساله بالبريد الإلكتروني المؤمن على البائع؛
- تقوم جهة التخليص بمراجعة الشيك والتحقق من صحة الأرصدة والتوقعات وبناء على ذلك تقوم بإخطار كل من المشتري والبائع بتمام إجراء المعاملة المالية.⁴

¹ أحمد محمد غنيم: مرجع سبق ذكره، ص: 247.

² عباس الفاطمي: المتطلبات اللازمة لإقامة وسائل الدفع الإلكتروني، على مستوى القطاع المصرفي، مداخلة مقدمة إلى الملتقى الوطني للمنظومة المصرفية في الألفية الثالثة، جامعة جيجل، يومي 06 و 07 جوان 2005، ص: 06.

³ باسم أحمد المبيضين: التجارة الإلكترونية، دار جليس الزمان للنشر والتوزيع، عمان ط1، 2010، ص: 139.

⁴ محمد تقرت: واقع وآفاق التجارة الإلكترونية في الوطن العربي، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة حسيبة بن بوعلي، الشلف، 2005، ص: 62.

3- فوائد الشيكات الإلكترونية:

- تتمتع الشيكات الإلكترونية بفوائد متنوعة نذكر منها¹:
- يوفر التعامل بالشيكات الإلكترونية حوالي 50 بالمائة من رسوم التشغيل بالمقارنة ببطاقات الإئتمان المصرفية.
- يتم تسوية المدفوعات من خلال الشيكات الإلكترونية في أجل 48 ساعة فقط بالمقارنة بالشيكات العادية التي يتم تسويتها في وقت أطول من خلال فرق المقاصة؛
- يتيح التعامل بالشيكات الإلكترونية القضاء على المشاكل التي تواجهها الشيكات العادية التي يتم إرسالها بالبريد مثل الضياع أو التأخير؛
- كما تتميز الشيكات الإلكترونية بخصائص أخرى تتمثل فيما يلي:²
- خفض تكاليف المصروفات الإدارية من خلال زيادة السرعة وتقليل كلف المواد الورقية
- زيادة كفاءة إنجاز عمليات الحسابات والودائع للتجار والمؤسسات المالية؛
- تسريح عملية الدفع والمحاسبة التي يقوم بها الزبون؛
- تزويد الزبون بمعلومات وتفصيلات أكثر في كشف الحساب؛
- الصرف الفوري للشيك والتخلص من الزمن الذي يستغرقه الشيك المرتجع وإعادة المطالبة وتقليص عدد الشيكات المرتجعة والتي تستخدم بشكل أساسي في نموذج الأعمال لمنظمات الأعمال.

خامسا: خدمات المقاصة الإلكترونية:

هي من إحدى وسائل الدفع في تاريخ محدد وشخص محدد بناء على طلب العميل، يتم من خلالها تحويل النقود من حساب العملاء إلى حساب أشخاص أو هيئات أخرى في أي فرع لأي فرع مصرفي في الدولة والآن أصبحت تتسم خدمات الدفع الإلكتروني للتسوية الإلكترونية في المدفوعات³.

سادسا: التحويلات المالية الإلكترونية:

قد أصبحت التحويلات المالية الإلكترونية ضرورة سواء للبنوك التقليدية أو الإلكترونية لما تقدمه من مزايا.

¹ باسم أحمد المبيضين: مرجع سبق ذكره، ص: 140

² محمد نور صالح الجداية، سناء جودت خلف، مرجع سبق ذكره، ص: 151.

³ أحمد عبد الله العوضي: العوامل المؤثرة في التسويق والتجارة الإلكترونية، مجلة الاقتصاد والمجتمع، الكويت، العدد6، 2010، ص: 169

ويقصد بنظام التحويلات المالية الإلكترونية مجموعة القواعد والإجراءات المعتمدة في تحويل الأموال عبر مصارف إلكترونية أو مصارف انترنت مرخص لها للقيام بهذه العملية ويتم إصدار أمر التحويل عن طريق الكمبيوتر أو الهاتف المحمول¹.

كما تعرف التحويلات المالية الإلكترونية بأنها "عملية منح الصلاحية لبنك ما للقيام بحركات التحويلات المالية الدائنة والمدينة إلكترونياً من حساب بنكي إلى حساب بنكي آخر، أي أن عملية التحويل تتم إلكترونياً عبر الهواتف وأجهزة الكمبيوتر، وأجهزة المودم، عوضاً عن استخدام الأوراق وتتفد عمليات التحويل عن طريق دار المقاصة الآلية التي تمثل شبكة تعود ملكيتها وتقنية تشغيلها إلى البنوك المشتركة في نظام التحويلات المالية الإلكترونية"². من التعريفين السابقين نستنتج أن "التحويل المالي الإلكتروني نظام يقوم على مجموعة من القواعد والإجراءات المعتمدة في تحويل الأموال عبر مصارف إلكترونية".

سابعاً: المحفظة الإلكترونية

هي تطبيق لنظام محمول يسمح بنقل وحدات إلكترونية للدفع، مخزنة في ذاكرة داخلية، غالباً ما تكون الذاكرة الإلكترونية الصغيرة للبطاقة (la puce)، والهدف منها هو تحقيق مشتريات ذات قيمة صغيرة³.

¹ بلعاش ميادة: مرجع سبق ذكره ص: 41

² شفيقة ضويفي: دور وسائل الدفع الإلكترونية في تحديث خدمات الجهاز المصرفي، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة المدية، 2015، ص: 67.

³ عبد الله سليمة: دور تسويق الخدمات المصرفية الإلكترونية في تفعيل النشاط البنكي، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الحاج لخضر باتنة، 2009، ص: 99.

المبحث الثاني: متطلبات الصيرفة الإلكترونية ومقوماتها:

تعمل المؤسسة المالية والمصرفية والمؤسسات المزودة لخدمة الانترنت معا لتطوير البنية التحتية لنظام المدفوعات عبر الانترنت التي تخدم التجارة الالكترونية وتضمن لها العمل في ظل بيئة سليمة وأمنة ويتوقع العديد من الخبراء المصرفيين حول العالم نمو سريعا للتبادل التجاري.

وسيتم التطرق في هذا المبحث إلى متطلبات الصيرفة الإلكترونية ، بالإضافة إلى أهم مقوماتها.

المطلب الأول: متطلبات الصيرفة الالكترونية:

يجب توافر مجموعة من العناصر والمتطلبات لخلق الثقة العامة لدى الجمهور بالجهاز المصرفي وذلك قبل الانخراط بالعمل المصرفي عبر الانترنت، ويتم التركيز في بحثنا على البنية التحتية التقنية.

أولاً: البنية التحتية التقنية:

يتطلب إرساء الصيرفة الالكترونية والتجارة الالكترونية بصفة عامة إلى إيجاد بنية تحتية تقني معتمدة على تكنولوجيا المعلومات والاتصالات الحديثة، بالإضافة إلى متطلبات قانونية وتشريعية تنظم التعاملات الالكترونية طبقا مع بيئة ثقافية واجتماعية مناسبة.¹

حيث تقع في مقدمة متطلبات البنوك الالكترونية لا سيما وأن البنى التحتية مرتبطة ببنى الاتصالات وتقنية المعلومات التحتية للدولة ومختلف القطاعات، ولذلك تنشأ البنوك الالكترونية في بيئة تتميز بالأعمال والتجارة الالكترونية، والمتطلب الوحيد لضمان أعمال الكترونية ناجحة وضمان الدخول لعصر المعلومات، عصر اقتصاد المعرفة هو كفاءة البنى التحتية، وذلك لسلامة السوق الاتصالي وتحديد السياسات السعرية مقابل خدمات الربط بالانترنت وتمثل تقنية المعلومات أهم عنصر بالنسبة للبنى التحتية من حيث الأجهزة والبرمجيات والكفاءات البشرية وهي عامة الوجود والاستمرارية والمنافسة، بالإضافة إلى شبكة الانترنت².

وبناء على هذا العرض يمكننا التركيز على عنصرين وهما تكنولوجيا المعلومات والاتصال بالإضافة إلى شبكة الانترنت.

¹ جليلد نور الدين، بركان أمينة: الصيرفة الالكترونية والمصارف الالكترونية، مجلة العلوم القانونية والاقتصادية، المركز الجامعي خميس مليانة، العدد العاشر، جوان 2011، ص: 256.

² يوسف حسن يوسف، مرجع سبق ذكره، ص: 281.

1- تكنولوجيا المعلومات والاتصال:

تعتبر تكنولوجيا الإعلام والاتصال البنية التحتية للنشاط المصرفي عن بعد وخاصة الالكترونية منها، الأمر الذي يدفعنا للتعرف عليها وعلى مكوناتها التي تساعدنا على فهم نوع الآليات والأنظمة المعتمدة من طرف المصرف.

أ- مفهوم تكنولوجيا المعلومات والاتصال:

هناك العديد من التعاريف لتكنولوجيا المعلومات والاتصال نورد منها ما يلي:

تكنولوجيا المعلومات والاتصال هي: "مجموع الأدوات التقنية التي تمكن من تمرير رمزين منتج هذا الرمز ومنتقيه، بمعنى آخر هي البيئة التحتية التي تمكن من التواصل التنافسي والدماغي وتؤمن انتقال الرسالة من مرسل إلى متلقي"¹.

كما يمكن تعريفها بأنها: "مجموع التقنيات، الأدوات، الوسائل أو النظم المختلفة التي يتم توظيفها لمعالجة المضمون أو المحتوى الذي يراد توصيله من خلال عملية الاتصال الجماهيري والتي يتميز من خلالها جمع المعلومات والبيانات المسموعة، مسموعة الحركية أو المطبوعة أو الرقمية ثم تخزين هذه البيانات والمعلومات واسترجاعها في الوقت المناسب ثم عملية نشر هذه المواد الاتصالية أو الرسائل أو المضامين مسموعة، مسموعة مرئية، مطبوعة أو رقمية ونقلها من مكان إلى آخر وتبادلها.

وقد تكون تلك التقنيات يدوية، آلية الكترونية وكهربائية حسب مرحلة التطور التاريخي لوسائل الاتصالات والمجالات التي يشملها هذا التطور"².

كما قدمت منظمة اليونسكو تعريفا لمفهوم تكنولوجيا المعلومات والاتصال على أنها تطبيق التكنولوجيا الالكترونية ومنها الحاسب الآلي والأقمار الصناعية وغيرها من التكنولوجيات المتقدمة لإنتاج المعلومات التناظرية والرقمية وتخزينها واسترجاعها، توزيعها ونقلها من مكان لآخر"³.

من خلال التعاريف السابقة نستنتج أن تكنولوجيا المعلومات والاتصالات هي مجموع التقنيات التي يتم توظيفها لمعالجة المضمون أو المحتوى المواد توصيله من خلال عملية الاتصال، حيث يتم من خلالها جمع المعلومات والبيانات المسموعة.

ب- مكونات التكنولوجيا المعلومات والاتصال:

¹ سمية ديمشي: التجارة الالكترونية، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة منتوري قسنطينة، 2011، ص 6.

² محاجيبة نصيرة: دور تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في تفعيل التنمية المستدامة، مجلة العلوم الاقتصادية، بغداد، العدد

الخاص، 2014، ص 171.

³ نفسه.

تتكون تكنولوجيا الإعلام والاتصال من جناحين أساسيين، هما الحوسبة والاتصال حيث تم ميلاد وتطور كل منهما بمعزل عن الآخر وفرضت الحاجة إلى حجمهما من أجل تحقيق معالجة البيانات وتبادلها من جهة أخرى.

- نظم الحوسبة:

تضم النظم الآلية لجمع البيانات، معالجتها، تخزينها واسترجاعها في الوقت المناسب وهذا الجزء لوحده لا يحققها ميزة النقل التبادل والوصول إليها في أي وقت ومن أي مكان ميزة يحققها الجناح الثاني، يضم الجزء الأول العناصر التالية¹:

- الأجهزة: تشمل كافة المكونات المادية المعتمدة في إدخال البيانات ومعالجتها لتصبح معلومات تستخدم في اتخاذ القرارات، وتضم الحاسب وكل ملحقاته، الأقراص، الهاتف، الصراف الآلي... الخ.
- البرمجيات: هي سلسلة من الأوامر التي يتم تنفيذها من قبل جهاز الكمبيوتر، بهدف انجاز مهمة معينة فهي بذلك تعتبر مكمل لجهاز الكمبيوتر، تتمثل في برامج النظام وكذا مختلف البرامج التشغيلية بالإضافة إلى برامج المعالجة والتطبيق التي تختلف باختلاف الهدف المنشود، ويتم تخزينها كمجموعة من الملفات في الدائرة.
- نظم الاتصال: إن أهم التطورات الكبرى في هذا المجال هو اقتراب تكنولوجيا المعلومات سرعة فائقة من الاتصال لذا أصبحت تعرف بتكنولوجيا المعلومات والاتصالات، وبالتالي فهي توفر بالإضافة إلى خدمات الجناح الأول عامل الربط أو الاتصال بين الأفراد، المؤسسات والهيئات زمانا ومكانا، من خلال ما يعرف بالشبكات وتتمثل وسائط الاتصال في التلكس، الربط السلكي واللاسلكي، الأقمار الصناعية، الانترنت، الاكسترنانت.

ج- تكنولوجيا الإعلام والاتصال المستخدمة في البنوك:

إن التكنولوجيا المستخدمة في المصارف اليوم متعددة ومتنوعة، وهي تختلف باختلاف أشكالها وتطبيقاتها (أجهزة ومعدات تكنولوجية، شبكات، تطبيقات أنظمة مختلفة لتقنيات تكنولوجية)، وبالتالي فإن العامل التكنولوجي يمكن ملاحظته بشكل جلي على مستوى البنك.²

وفيما يلي بعض الأجهزة التكنولوجية المستخدمة في البنوك يمكن توضيحها خلال الجدول

التالي:

¹ ميهوب سماح: اثر تكنولوجيا المعلومات والاتصالات على الأداء التجاري والمالي للمصارف الفرنسية، أطروحة دكتوراه غير منشورة، جامعة قسنطينة 2، 2014، ص 6.

² شايب محمد: اثر تكنولوجيا الإعلام والاتصال على فعالية أنشطة البنوك التجارية الجزائرية، رسالة ماجستير غير منشورة العلوم، جامعة فرحات عباس، سطيف، 2007، ص 166.

الجدول رقم (06): نمط تطبيق التكنولوجيا الجديدة في البنوك.

الاستعمال	الات
الإعلام	- مينيبتال- الهاتف- الفاكس- الهاتف ذو الشاشة Screenphone
التوثيق	الاقراص المدمجة- الهاتف المينتال
	- الكمبيوتر الصغير على الخط - الشاشة للمسوية
التسيير	- مينيبتال- الهاتف- الفاكس- الهاتف ذو الشاشة. - الكمبيوتر على الخط- البريد الإلكتروني.
العمل	مينتال- الهاتف- الفاكس- الهاتف ذو الشاشة
الإتصال	- الكمبيوتر الصغير على الخط

المصدر: شايب محمد: اثر تكنولوجيا الإعلام والاتصال على فعالية أنشطة البنوك التجارية الجزائرية، رسالة ماجستير ، جامعة فرحات عباس، سطيف، 2007، ص117.

من خلال الجدول يمكن القول أن الإعلام الآلي يعد أهم التقنيات المستخدمة في البنوك، وهو عبارة عن مجموعة من المواد العلمية والتقنية الخاصة بمعالجة المعلومات بواسطة وسائل أوتوماتيكية، ومن بين التقنيات أو الأدوات نجد الكمبيوتر الصغير على الخط، وهو عبارة عن آلة أوتوماتيكية مبرمجة لمعالجة المعلومات، يقوم بتخزين البيانات ويشغلها ويتفقد التعليمات بسرعة كبيرة وبدرجة عالية من الصحة والدقة على مستوى البنوك.

أما مصطلح على الخط فنعني به الربط بين جهاز الكمبيوتر وجهاز كمبيوتر آخر يكون في موقع بعيد، هذا الربط يمكن إتمامه باستخدام خطوط الهاتف، وتقوم أجهزة الكمبيوتر وجهاز كمبيوتر آخر يكون في موقع بعيد¹.

د- أهمية تكنولوجيا الإعلام والاتصال:

يمكن إيجاز أهمية تكنولوجيا الإعلام والاتصال فيما يلي:²

¹ شايب محمد، مرجع سبق ذكره، ص 117.

² بركان أمينة: الصيرفة الإلكترونية كحتمية لتفعيل أداء الجهاز المصرفي، أطروحة دكتوراه، جامعة الجزائر، 2014، ص 313.

- تعد أداة فعالة حيث أنها تتسم في تخفيض حجم التكاليف التي تخصص لتوفير عناصر الإنتاج.
- إيجاد فرص جديدة لم تشهدها من قبل المصارف في طرح خدمات جديدة؛
- تمنح العاملين فيها المرونة في أن يعملوا في أي مكان إذ تتيح تكنولوجيا الإعلام المصارف الفرص في استمرار نشاطها وتواصل اتصالاتها أو توحيد عملياتها وتنسيقها ضمن ما هو متاح من ساعات عمل كاملة على الرغم من تباعد المسافات وتباين الوقت.

هـ - دوافع تكنولوجيا الإعلام والاتصال:

اتجهت المؤسسات المصرفية إلى تعظيم استثماراتها في مجال التكنولوجيا الحديثة للمعلومات والاتصالات لأسباب عدة ومنها¹:

- المنافسة الشديدة بين المصارف المختلفة خاصة الدولية منها كنتيجة لاتساع الرقعة الجغرافية للتبادلات؛
- زيادة وعي المستهلك وتطور احتياجاته ومتطلباته بخدمات فورية على مدار الساعة؛
- ازدياد مراكز تقديم الخدمات المصرفية بالعمل نتيجة لاختلاف طلبات العملاء والوقت اللازم لتقديم الخدمة المطلوبة وفي الوقت نفس عدم قدرة المصرف على التنبؤ بعدد العملاء الوافدين إليه طالبي الخدمة؛
- زيادة الحصة السوقية من خلال الحفاظ على العملاء الحاليين والسعي نحو كسب عملاء جدد والوصول إلى قاعدة عريضة من العملاء دون التقيد بمكان أو زمان معين.

و- اثر تكنولوجيا الإعلام والاتصال على الخدمات المصرفية:

تميز العمل المصرفي بالاعتماد الواسع على تكنولوجيا الإعلام والاتصال في تطوير أساليب تقديمه لخدمات العملاء، فظهر الصراف الآلي والمصارف والانترنت كما استخدم الهاتف تسوية العمليات على الحساب والى غيرها من الأساليب المستحدثة، وأدت إلى تغيرات نذكر منها:²

- انخفاض تكلفة التشغيل؛
- تزايد أهمية استخدام وسائل الدفع الإلكتروني؛
- تزايد حجم المعاملات المصرفية عبر الحدود بين عملاء المصارف وشركات التجارة بواسطة التجارة الإلكترونية؛
- تحرير العملاء من قيود الزمان والمكان، وظهور ما يعرف بالخدمات المصرفية المنزلية أو الهاتف.

¹ بركان أمينة: المرجع السابق، ص: 314.

² نفسه

2- استخدام شبكة الانترنت:

رغم أن ظهور شبكة الانترنت كان في أمريكا واستعمالها كان لأغراض محدودة أي عسكرية، إلى أن انتشارها في بقاع العالم وشمولية استعمالها أدى إلى ظهور التجارة الإلكترونية على شبكة الانترنت.

أ- تعريف شبكة الانترنت:

هي شبكة اتصالات عالمية أمريكية الأصل وهي تمثل أكبر شبكة اتصالات عالمية في وقتنا الحالي فهي مجموعة من الحواسيب مرتبطة ببعضها البعض بواسطة هذه الشبكة، ويحتاج إنشاء الشبكة عدة عناصر هامة منها¹:

- الحواسيب والروابط والتي تمثل في خطوط هاتفية وخطوط التوصيل؛
- أجهزة المستفيد وأجهزة الخدمة؛
- المكونات البرمجية مثل الاتصال المشتركة؛
- مسيرو الشبكة من تقنيين ومهندسين؛
- منتجو الخدمات وهم الأشخاص من مختلف المنظمات التجارية.

ب- خدمات شبكة الانترنت:

يمكن حصر خدمات شبكة الانترنت فيما يلي:

- خدمات البريد الإلكتروني: يعتبر البريد الإلكتروني أكثر خدمات الانترنت، فيمكن لأي مستخدم للانترنت إرسال واستقبال خطابات الكترونية من وإلى شخص متصل بالانترنت وليس المقصود بالخطابات هنا الخطابات الشخصية فقط ولكن أي شيء آخر تكون في ملف أو نص يشمل ذلك الإعلانات، المجالات الإلكترونية؛
- الدردشة عن بعد: هذه الخدمة تفتح خط اتصال لحضور اجتماعات ومؤتمرات خلال 24 ساعة حيث تدخل الانترنت الناس من أي مكان في العالم في محادثات متعددة ودون الالتقاء وعن بعد؛
- خدمات نظام (FTP): من أهم خدمات الانترنت وأوسعها انتشارا ما يسمى بنظام FTP بحيث تسمح هذه الخدمة بنسخ الملفات من الحواسيب المتصلة بشبكة الانترنت وهذه الملفات المنسوخة تحتوي على أي نوع من المعلومات التي يمكن تخزينها في الحاسب كالمجالات الإلكترونية والأخبار والكتب²؛

¹ رشيد بوعافية: الصيرفة الإلكترونية والنظام المصرفي الإلكتروني، رسالة ماجستير، جامعة سعد دحلب بالبيدة، 2005، ص: 75

² رشيد بوعافية، مرجع سبق ذكره، ص: 51

وأهم ما يجب أن نعرفه عن الانترنت هو أنها شبكة معلوماتية تعتمد اللغة الانجليزية كلغة رسمية وأن الإبحار في هذه الشبكة مجاني تماما ولكن الثمن الذي ندفعه هو لتوفير الخدمة لنا.¹

المطلب الثاني: مقومات العمل المصرفي الإلكتروني (الصيرفة الإلكترونية):

أمام التقنيات الحديثة المتسارعة فإن المصارف بحاجة إلى عدد من المقومات لنجاح دورها في تعزيز عمليات نظم الدفع والتجارة الإلكترونية وتطويرها والتي تتمثل في توفير التشريعات القانونية الملائمة، وتوافر وسائل الحماية والأمان والتكنولوجيا الحديثة للعمليات المصرفية الإلكترونية إضافة إلى توافر الكوادر البشرية المؤهلة والوعي والثقافة المجتمعية.

أولاً: التشريعات القانونية للعمليات المصرفية الإلكترونية:²

تتسم المعاملات المصرفية التي تتميز بين البنوك الإلكترونية وعملاتها بأنها تجري عبر شبكة الانترنت التي تتمتع بطابع دولي له معطياته الخاصة، والتي تستلزم حلولاً لا تتوافق مع ذاتيتها فيما يتعلق بمشكلة تحديد القانون واجب التطبيق على مما قد يثور بشأنها من نزاعات وتظهر مثل هذه النزاعات دول عجز قواعد القانون الدولي الخاص عن توفير حلول مناسبة لها، وكيف تمثل هذه القواعد أن توفر مثل هذه الحلول والتي قد تقتصر إلى آليات المنهج القانوني اللازم للتعامل مع هذه الحالات وربما تكون غير ملائمة للتطبيق على المشاكل القانونية بين البنوك الإلكترونية وعملاتها، بسبب ما قد يواجهها من صعوبات من أبرزها إمكانية تحديد الموقع الجغرافي لأي من طرفي العلاقة.

لذلك فإن الأمر يتطلب وجود تشريعات تتلاءم مع مستلزمات البيئة التكنولوجية وتأخذ في الاعتبار إزالة معوقات الخدمات المالية والمصرفية عبر الانترنت سواء كانت قيود إدارية أو قانونية، فضلا عن توفر المتطلبات التالية:

- إدارة تعمل بشفافية قادرة على بث الشعور بالاطمئنان لدى المستثمرين المحليين والأجانب.
- استقرار سياسي واقتصادي ومناخ استثماري وضرائبي ومالي جاذب وملائم.
- بناء مؤسساتي ذو أجهزة متخصصة اقتصاديا وماليا ومصرفيا.
- تشجيع الأفراد والشركات على إجراء العمليات المصرفية الكترونيا.

¹ محمد تركي عبد العباس، مرجع سبق ذكره، ص: 71

² أيمن أحمد محمد شاهين: مقومات العمل المصرفي الإلكتروني، كأداة لتعزيز وتطوير نظم الدفع والتجارة الإلكترونية، رسالة ماجستير، الجامعة الإسلامية غزة، 2013، ص 37.

إن العمل المصرفي الإلكتروني بطبيعته يواجه تدبذبات قانونية مما يستوجب السعي نحو التغلب على تلك التحديات بهدف الوصول إلى أكبر قدر من الزبائن، وتحقيق شمولية الخدمات المقدمة وتسيير قبولها وطلبها، فضلا عن تحقيق الموضوعية فيها ومن هذه التدبذبات:

- إثبات الشخصية والتواقيع الإلكترونية؛
- المحافظة على سرية وامن المعلومات وتشفيرها؛
- التأكيد على خصوصية المتعاملين؛
- تحديد المسؤولية عن الأخطاء والمخاطر؛
- مدى جدية المراسلات الإلكترونية.

ثانيا: وسائل الحماية والأمان للعمليات المصرفية الإلكترونية:

يعتبر مفهوم الحماية والأمان احد المكونات التقنية التكنولوجية المعلومات وتوفير إجراءات الأمن المادي والمنطقي لحماية الأجهزة والمعدات، البرمجيات، الشبكات، قواعد البيانات، ومنع حالات الوصول غير المصرح، وفي هذا الشأن أشار اتفاق بازل2 إلى موضوع الانضباطية السوقية واعتبرها إحدى الدعائم الأساسية التي تشكل الإطار المنهجي للعمل المصرفي ويشير هذا المفهوم إلى تحفيز المصارف على ممارسة أعمالها بشكل امن وسليم وفعال والمحافظة على قواعد رأسمالية قوية لتعزيز إمكاناتها في مواجهة أية خسائر محتملة جراء تعرضها للمخاطر.

وبذلك فإن الانضباطية السوقية الفعالة تشكل عنصر أساسيا فعالا لتقوية أمان وسلامة القطاع المصرفي ولتنفيذ سياسات وإجراءات وسائل الحماية والأمان لتلك العمليات فإن الأمر يتطلب:

- تحديد شخصية المتعامل مع النظم؛
- ضمان عدم إجراء تعديلات على رسائل العملاء أثناء انتقالها عبر القنوات؛
- ضمان الحفاظ على سرية معاملات العملاء؛¹
- وبناء على ذلك فإنه يتوجب على المصارف مراعاة مجموعة من المبادئ أهمها:
- وضع وتطبيق الإجراءات الضرورية المناسبة للتأكد من شرعية العميل؛
- وجود الوسائل المناسبة للتأكد من شرعية المعاملات؛
- وجود الإجراءات اللازمة للتأكد من فصل المهام أثناء إجراء المعاملات المصرفية الإلكترونية داخل المصرف.

¹ أيمن احمد محمد شاهين، المرجع السابق، ص 38.

ثالثاً: التكنولوجيا الحديثة للعمليات المصرفية الإلكترونية.

- حتى تتمكن المصارف من تنفيذ أنشطتها وتحقيق أهدافها بكفاءة وفعالية لابد من تطوير أنظمتها المعلوماتية بصورة ملائمة بحيث تكون قادرة على تحقيق الخصائص التالية:¹
- الحداثة ومواكبة التطورات المتسارعة الناتجة عن الإبداع التكنولوجي المتواصل في مجال تقنية وتكنولوجيا المعلومات واستخداماتها المصرفية؛
 - الكفاية والقدرة على استيعاب الاحتياجات المختلفة وتلبيتها؛
 - التأكد من أن تطبيقات نظم تقنية المعلومات شاملة لكافة العمليات المصرفية؛
 - القدرة على تحقيق التكامل بين أنشطة وفعاليات الأنظمة الفرعية وتجنب التعارض بين الوظائف المختلفة.

رابعاً: الكوادر البشرية المؤهلة للعمليات المصرفية الإلكترونية:

يعتبر العنصر البشري من العناصر الحاكمة في العمليات المصرفية الإلكترونية، وكما انتشر عدد مستخدمي القنوات الإلكترونية ومنعها الانترنت ازداد انتشار التعامل بالخدمات المصرفية.

إن بناء بنية تحتية لتكنولوجيا معلومات عالية وقوية يتطلب بناء قاعدة بشرية متدربة كفئة وذات مواصفات تأهيلية مناسبة قادرة على استخدام تكنولوجيا المعلومات والبرمجيات والمعدات والاتصالات، وذلك لضمان قيام الموظفين بمسؤولياتهم بطريقة متجانسة وتحسين فعاليات العمليات وإنتاجياتها وتعزيز مخرجاتها، وذلك من خلال مراعاة ما يلي:²

- انتقاء الأفراد الذين يتم استخدامهم للعمل وفقاً لمعايير متعددة منها الشهادة، الخبرة، المهارات المتعلقة بفهم الأساليب التكنولوجية الحديثة، القدرة على محاكاة المعلومات؛
- تأهيل وتدريب ما هو موجود من عاملين على كافة الوسائل التكنولوجية الحديثة بالشكل الذي يعزز من قدرتهم وكفاءتهم في انجاز أعمالهم؛
- الاستعانة ببيوت الخبرة ومكاتب الاستشارة الدولية في تدريب الإطارات المصرفية على استخدام أحدث النظم المصرفية؛
- وضع نموذج لتقييم أداء العنصر البشري من خلال عدة معايير تأخذ في اعتبارها أداء الوحدة ودوره في تحقيق هذه النتائج؛
- الرفع من مستوى كفاءة العاملين بإعطاء الأولوية في التوظيف لخريجي الجامعات؛

¹ خالد محمود القطناني: أثر خصائص البيئة التقنية وتكنولوجيا المعلومات في مخاطر الرقابة التشغيلية، مجلة المنارة، المجلد 13، العدد2، ص 21.

² أيمن أحمد محمد شاهين: مرجع سبق ذكره، ص:39.

- إنشاء المعاهد المتخصصة وتطوير البحث العلمي في ميدان الخدمة المصرفية¹؛
إن توفر الكوادر البشرية المؤهلة والقادرة على أداء الأنماط الجديدة من العمل القائم على التقنية الحديثة، يعد من المتطلبات الضرورية لضمان التحول نحو العمل المصرفي الإلكتروني².

المبحث الثالث: مخاطر الصيرفة الإلكترونية:

إن الصيرفة الإلكترونية ورغم ما يمكن أن توفره من مزايا للاقتصاد العالمي عامة، تظل محاطة بمجموعة من المخاطر لا يمكن مواجهتها دون وضع إطار قانوني وتقني، وتطويره مع كل المستجدات، وهذا ما سنتطرق إليه في هذا المبحث من خلال إبراز مفهوم مخاطر الصيرفة الإلكترونية وأنواعها.

المطلب الأول: مفهوم المخاطر المصرفية و أنواعها:

أولاً: تعريف المخاطرة:

قضية المخاطر هي جزء جوهري في انشغالات أي مؤسسة، كيف لا و هي تمثل جميع الأحداث التي قد تؤدي إلى منع هذا التنظيم جزئياً أو كلياً من تحقيق أهدافه أو تعظيم أدائه، ذلك بتقويض المزايا المستدامة لكل نشاط ترافقه من خلال: استنفار حالة عدم التأكد، تقليص احتمالات النجاح، تخفيض الفرص وزيادة التهديدات الناجمة عن تلك الأنشطة في ثلاثة أبعاد الربحية والاستمرار والنمو. أو تفضي إلى رفع احتمالات الضرر في الموارد المادية أو القيم المعنوية نتيجة عوامل غير متوقعة في الآجال الطويلة أو القصيرة لإتمام العمل المصرفي المستهدف.

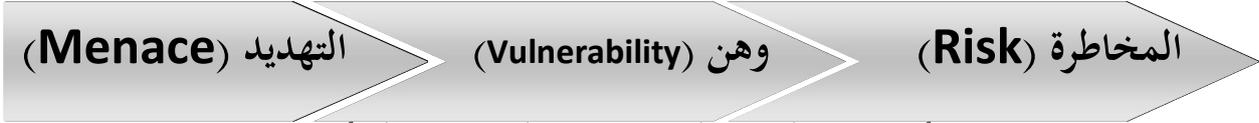
بحيث يكون أثر هذه المخاطر قابلاً للتقدير من طرف العون الاقتصادي بصفة موضوعية من خلال احتمالات رقمية محددة، بينما في حالة عدم التأكد يفترض أن العون لا يستطيع أن يحسب أية قيم محتملة في تقييمه للموقف. و من ناحية السياسة الأمنية للمؤسسة يمكن القول أن المخاطر هي محاولات استغلال تهديدات، لاسيما التهديدات الخاصة ب: الموقف المالي، كفاءة الجهاز التشغيلي، و الوضعية التنافسية³، والشكل التالي يبين سياق نشوء المخاطرة.

¹ مفتاح صالح، مرجع سبق ذكره، ص:6.

² أيمن احمد محمد شاهين، مرجع سبق ذكره، ص 40.

³ عبد الرزاق خليل، حمزة طيبي، مرجع سبق ذكره، ص:3

الشكل رقم (03): سياق نشوء المخاطر



المصدر: بلعاش ميادة، أثر السياسة النقدية على الصيرفة الإلكترونية، أطروحة دكتوراه، جامعة محمد خيضر بسكرة، 2015، ص:88

من خلال الشكل السابق يتضح لنا مراحل سياق المخاطر والتي نوضحها فيمايلي¹:

أ- **التهديد (Menace)**: هو محاولة تثبيط السير الحسن لنشاط المؤسسة أو التعرض لبقائها و فرص نجاحها، مثل: ظهور منافسين جدد أو نقص في الكفاءات والخبرات. هناك ثلاث مركبات أساسية للتهديد، و هي:

1. **الهدف**: و هو المحل الذي يريده المهاجم، مثل: الخصوصيات بكشف المعلومات السرية للغير، السلامة بإلحاق الضرر بكفاءة و/أو فعالية الأنظمة، بزعزعة المواقف و الوضعيات، إخفاء هجوم على مركز آخر بتغيير سجل الأحداث؛

2. **الطريقة**: التي تقود إلى الهدف، و قد تكون مباشرة (أي لديه منفذ دخول على النظام) أو غير مباشرة (أي عن طريق وسيط)، و يتم تحديد الطريقة المناسبة لإحداث التهديد بعد رصد معلومات كافية عن الهدف وبعد تحديد الدوافع؛

3. **الحدث**: الواقعة التي تترتب عنها خسائر، مثل: الغش، الاحتيال، الاختلاس، السرقة، إتلاف الوسائل، تقصير في واجب مهني، تزيف بطاقات، قرصنة، التصنت على الرسائل.

ب- **الوهن (Vulnerability)**: نقاط و مواطن الضعف في المنظمة، والتي من خلالها يستطيع المهاجم تدمير/تخريب/عرقلة المحل الذي هاجم من أجله. بالنسبة للعمل المصرفي يمكن تصنيفها إلى خمسة أقسام أساسية:

- **وهن متعلق بالاقتصاد الكلي**: تمس الاقتصاد الذي ينشط فيه البنك أو مجتمع المدينين أو الأسواق، وهي تعكس درجة التعرض للاقتصاد إلى الصدمات و حالات الاختلال، مثل هذه العوامل: ارتفاع أسعار المواد الأولية، معدل البطالة، معدل النمو، التضخم؛
- **وهن منبثق عن النقد الائتماني**: تسبب تضخم الكتلة النقدية، نتيجة الارتفاع السريع و حتى المفرط في منح القروض، بحيث يكون الأعوان الاقتصاديون متقلين بالديون؛

¹ عبد الرزاق خليل، حمزة طيبي، مرجع سبق ذكره، ص: 4

- مصيدة تقدير المخاطر: التي يقع فيها المشاركون في سوق يؤدي بهم إلى تقديرها بقيمة أقل من القيمة الحقيقية، مثلا مخاطر الإقراض بالنظر إلى هامش الائتمان (Spread) لهذا القرض؛
- التركيز: و هو الانحصار المحتمل للمخاطر في عدد محدود من المؤسسات أو حول قطاعات ذات صلة بالبنك مثل قطاع التأمينات؛
- تنامي الترابط: ارتفاع أشكال التبادل/ التكامل/ التداخل/ التشابك بين مختلف وحدات القطاع المالي وحتى بين القطاعات الاقتصادية فضلا عن اقتصاديات العالم.

ثانيا: أنواع المخاطر المصرفية.

إن العمل المصرفي معرض للعديد من المخاطر وعلى مدار الساعة، وهذا راجع لعدة عوامل قد تكون متعلقة بالزبون أو بالمصرف في حد ذاته أو بنوعية الخدمات التي يقدمها هذا المصرف، وهدف دراستنا يكمن في التعرف لأهم مخاطر العمليات المصرفية بنوعيتها التقليدي والإلكتروني.

1- مخاطر العمليات المصرفية التقليدية

وتتمثل هذه المخاطر، المخاطر الائتمانية، مخاطر أسعار الصرف، مخاطر التسعير، مخاطر السيولة، مخاطر التشغيل، المخاطر القانونية.

أ- المخاطر الائتمانية:

تتشأ المخاطر الائتمانية بسبب لجوء البنك الى تقديم القروض والائتمان للأفراد والقطاعات الاقتصادية المختلفة مع عدم مقدرته على استرجاع حقوقه المتمثلة في أصل القرض وفوائده، وهذا السبب قد يكون نتج عن عدم قدرة المقترض على الوفاء برد أصل القرض وفوائده في تاريخ الاستحقاق المحدد، أو أنه له القدرة المالية على السداد ولكنه لا يرغب في ذلك لسبب ولآخر، وبالتالي فالمخاطر الائتمانية تتمثل في الخسائر التي يمكن أن يتحملها البنك بسبب عدم قدرة الزبون أو عدم وجود النية لديه لسداد أصل القرض وفوائده¹.

ب- مخاطر أسعار الصرف:

هي المخاطر الحالية والمستقبلية التي قد تتأثر بها إيرادات البنك ورأسماله نتيجة لتغيرات المغايرة في حركة الصرف، وتتمثل في احتمالية الخسارة من إعادة تقييم مركز مأخوذ بالعملة المحلية مقابل عملات أجنبية².

¹ كمال رزيق وفريد كورتل: إدارة مخاطر القروض الاستثمارية في البنوك التجارية الجزائرية، المؤتمر العلمي السنوي الخامس، جامعة فيلادلفيا الأردنية، يومي 4-5/07/2007، ص 2.

² شقيري نوري موسى وآخرون: إدارة المخاطر، دار المسيرة للنشر والتوزيع، ط1، 2012، ص 301.

ج- مخاطر التسعير (مخاطر السعر):

هي المخاطر التي تتمثل في إمكانية تكبد البنك لخسائر نتيجة التغيرات المعاكسة في الأسعار السوقية وتنشأ من التدبدات في المراكز المأخوذة في أسواق السندات، الأسهم، العملات والبضائع، على البنوك أن تحتفظ بسياسات مكتوبة تحكم التجار بالأسهم¹.

د- مخاطر السيولة:

وتتمثل في عدم قدرة المصرف على الوفاء بالتزاماته عند استحقاقها دون أن تلحق به خسائر غير مقبولة وذلك بسبب نقص السيولة النقدية لديه دون أن يكون ذلك ناتجا عن إفلاسه أو عدم قدرته الفعلية على الوفاء بالتزاماته².

هـ- مخاطر التشغيل:

هي المخاطر الناجمة عن ضعف في الرقابة الداخلية أو الضعف في الأشخاص والأنظمة أو حدوث ظروف خارجية، وإن مخاطر الخسارة الناتجة عن احتمالية عدم كفاية أنظمة المعلومات، فشل تقني، مخالفة أنظمة الرقابة، الاختلاس، الكوارث الطبيعية تؤدي جميعها إلى خسائر غير متوقعة³.

و- المخاطر القانونية:

قد تؤدي هذه المخاطر إلى فقدان جانب من أصولها أو زيادة التزاماتها من قبل الغير، وذلك نتيجة عدم توافر رأي قانوني سليم أو عدم كفاية المستندات القانونية أو الدخول في أنواع جديدة من المعاملات مع عدم وجود قانون ينظم هذه المعاملات، كذلك بعض الأحيان عندما يصدر تشريع جديد يؤثر في إمكانية حصول مانح الائتمان على حقه كاملا وفي أجل الإستحقاق⁴.

2- مخاطر العمليات المصرفية الإلكترونية:

تتعدد وتتباين المخاطر من مخاطر تنظيمية وقانونية ترتبط بتنظيم المصرف نفسه ومع الأطراف التي يتعامل معها إلى مخاطر تقنية ناجمة عن استخدام التقنيات والأنظمة التي تعتبر أهم المخاطر التي يجب التعامل معها بكفاءة واحترافية كبيرين تعتمد أساسا على خبرة القائمين على إدارة هذه الأنظمة وعلى مدى تتبعهم للتطورات الحاصلة في المجال التكنولوجي.

¹ نفسه.

² موسى خليل مئري: القواعد القانونية الناظمة للصيرفة الإلكترونية، ورقة بحث ضمن المؤتمر العلمي السنوي لكلية الحقوق، جامعة بيروت العربية، منشورات الحلبي الحقوقية، 2002، بيروت، ص:263.

³ شقيري نوري موسى، مرجع سبق ذكره، ص 302.

⁴ بلعاش ميادة : مرجع سبق ذكره، ص:91.

أ- المخاطر التنظيمية

وتتمثل هذه المخاطر في:

• المخاطر المرتبطة بالقرارات والسياسات والتوجيهات:

وهي مخاطر ناجمة عن اتخاذ القرارات والخطط لا تفي بالغرض كإحداث تغيير في نشاطات المصرف مع عدم متابعته بتغيير في الهيكل التنظيمي للمصرف يتماشى ونجاح هذه الأخيرة، بمعنى عدم إعادة هندسة الهياكل والعمليات والإجراءات والأقسام¹.

• مخاطر ترتبط بسمعة المصرف:

هي عبارة عن خلاص سمعة سيئة للمصرف بين العامة مما تنتج عنه خسارة كبيرة في الزبائن وفي المال وعادة ما تنتج السمعة السيئة من ردة فعل المصرف على تصرفات ناتجة من شخص ثالث وفي الأموال الإلكترونية، مصير وتصرفات المؤسسات إنما يتعلق إلى درجة كبيرة بالشركات التي تصمم النظام الإلكتروني و تقدم خدمات شبكة الاتصالات... الخ.²

• المخاطر الناجمة عن اتساع الفجوة بين المصرف والعميل:

وما يمكن أن يترتب عليها من عملية اقتراض بدون ضمانات كافية وتعرض المصارف لعملية النصب حيث أن الخدمة المصرفية عبر الانترنت من الصعب مراقبتها بصورة دقيقة، وهذه المخاطر تؤثر سلبا على سيولة المصرف، ومن هذه المخاطر نجد³:

ب- المخاطر العملية (المخاطر التشغيلية)

تنتج المخاطر العملية في الصيرفة الإلكترونية من احتمالات الخسارة الناتجة عن خلل في شمولية النظام ومن أخطاء العملاء أو من برنامج الكتروني غير ملائم للصيرفة والأموال الإلكترونية.

يتولد عن إصدار مال الكتروني نشوء التزام أو دين في دفتر الميزانية لمصدر هذا المال وهذا الدين يجب دفعه حسابيا لقابل الدفعات بالمال الإلكتروني وهنا يثير نوعين من المخاطر، مخاطر عملية ومخاطر سيولة عند مصدر هذه الأموال الإلكترونية.

وكذلك هناك نوع جديد من المخاطر للمؤسسات التي تلعب دورا وتصدر أموالا إلكترونية تتمثل فيما يلي:

¹ طلحة محمد: الصيرفة الإلكترونية وأثرها على الأداء التسويقي للبنوك، رسالة ماجستير غير منشورة المدية، 2009، ص 16.

² موسى خليل منزي، مرجع سبق ذكره، ص، 264.

³ المرجع السابق، ص: 265.

* خطر عدم كفاية حماية النظم الإلكترونية:

الدخول على نظام المصرف أصبح معقدا بشكل كبير نظرا لازدياد القدرات الاستيعابية للكمبيوتر والتوسع الجغرافي لاستعماله ونقاط الدخول إلى البرنامج واستعمال طرق مختلفة للاتصالات بما في ذلك الشبكة العالمية الانترنت.

كما أن خرق الحماية المصرفية يمكن أن يتم بواسطة نشاطات جنحية مما قد يؤدي إلى مسؤولية البنك بهذا الصدد. كما أن الدخول على النظام الإلكتروني للمصرف قد يضع التزامات إضافية على العملاء ويؤدي إلى خسائر غير ممكن تصورها في التعامل العادي. فرق نظام الحماية الإلكترونية في نشاطات الأموال الإلكترونية قد يكون من قبل العملاء أو المؤسسات المصرفية نفسها.

قد يكون من قبل العملاء أو المؤسسات المصرفية نفسها، و كذلك في شبكة الاتصالات كما يمكن أن تكون المؤسسة الوسيطة في عملية توزيع الأموال الإلكترونية مصدر خطأ يؤدي إلى مخاطر عديدة وضمن نطاق عملاء المصرف يمكن أن تشمل هذه المخاطر:

- **مخاطر احتيالية:** تقوم على إنشاء وقبول أموال الكترونية وهمية سواء من قبل مصدر الأموال أو من قبل مشترك آخر في النظام الإلكتروني وهذا يكون عن طريق سرقة رسائل أو معلومات مشترك آخر.

- **مخاطر ناتجة عن سوء استخدام النظام الإلكتروني:** ووقوعه في أخطاء ناتجة عن النظام نفسه أو عن مستخدم هذا النظام أو عن انقطاع أو تغيير في الوسائل المنقولة عبره.

- **النظام غير موافق في تخطيطه ووضع موضعه موضع التنفيذ للعمل المصرفي:** لأن المصارف تعتمد دائما على خبراء وشركات تصميم برنامج خارج نطاق العمل المصرفي في الإعداد و تطبيق نظام خاص للأموال الإلكترونية¹.

- **سوء استعمال الخدمات المصرفية والأموال الإلكترونية من قبل العميل:**

وينتج ذلك من عدم إحاطة العملاء بإجراءات التأمين الوقائية لعناصر إجرامية بالدخول إلى حسابات عملاء آخرين أو القيام بعمليات غسل الأموال باستخدام معلوماتهم الشخصية أو بعدم إتباعهم لإجراءات التأمين الواجبة².

¹ موسى خليل ميري، المرجع السابق، ص- ص: 264-265.

² طارق محمد خليل الأعرج: العوامل المؤثرة في اختيار نوع الخدمات و النوافذ التي تقدمها البنوك الإلكترونية: اطروحة دكتوراه، الأكاديمية العربية في الدنمارك، 2013، ص: 60.

ج- المخاطر القانونية:

تكون هنالك مخاطر قانونية عندما لا يحترم المصرف القواعد القانونية والتشريعات النافذة والأعراف المصرفية والتجارية أو عندما لا تكون هنالك نظم قانونية واضحة ودقيقة بخصوص عمليات مصرفية جديدة.¹

وهي تلك المخاطر الناجمة من عدم التحديد الواضح للحقوق والالتزامات القانونية الناتجة عن العمليات المصرفية الإلكترونية، لا سيما وأن العديد من وسائل أداء تلك العمليات المصرفية لازلت في طور التطوير مثل السجلات والتوقيعات والعقود الإلكترونية و قواعد إرسال و تلقي السجلات الإلكترونية والاعتراف بسلطات وقواعد التصديق الإلكتروني، وأحكام السرية و الإفصاح، كذلك انتهاك القوانين أو القواعد أو الضوابط المقررة خاصة تلك المقررة خاصة تلك المتعلقة بمكافحة غسيل الأموال.²

د- المخاطر التلقائية:

إن فشل المشاركين في نظام نقل الأموال الإلكترونية أو في سوق الأوراق المالية بشكل عام في تنفيذ التزاماتهم يؤدي غالباً إلى عدم مقدرة مشارك آخر للقيام بدوره في تنفيذ التزاماته في موعدها.

هذه الالتزامات تتضمن التزامات تقابل الدفعات وتسديدها في نظام النقل الإلكتروني.³

3- القواعد القانونية لإدارة المخاطر للصيرفة الإلكترونية:

إن حدود هذا البحث يستلزم الاهتمام بالأوجه القانونية المصرفية في هذه القواعد مما يستدعي التطرق للنموذج المعد من قبل لجنة بازل المصرفية ونموذج الاتحاد الأوروبي لأهميته وأخير لأحداث القواعد والمختارة من دولة إلى العالم النامي ألا وهي هونغ كونغ.

أ- نموذج لجنة بازل:

وفق هذا النموذج العناصر الأساسية لحماية نظام الأموال الإلكترونية تتضمن تدقيق المحاسبة دورياً والمراقبة الداخلية المستمرة والفصل بين المسؤوليات والمعلومات التي تصل إلى موظفي المصرف إضافة إلى الحصص والتطوير المستمر لأجهزة الكمبيوتر وأنظمة المعلوماتية فيها والاستخدام المادي للمعلومات المنقولة إلكترونياً. مجموع العناصر يشكل الخط الأول لحماية هذه المخاطر.

¹ موسى خليل متري، مرجع سبق ذكره، ص: 267.

² نصر حمو مزان فهد: إمكانية التحول نحو الصيرفة الإلكترونية في البلدان العربية، مجلة كلية الإدارة و الاقتصاد، العدد4،

2011، ص: 3.

³ موسى خليل متري: مرجع سبق ذكره، ص: 267.

- كان عمل لجنة نظام الدفع و التسوية يتمحور حول المعلومات والأدوات والأجهزة الخاصة والمتعلقة بحماية الزبائن أو العملاء، وهذه المخاطر تكون غالبا داخلية سواء بالنسبة لمصدر الأموال الالكترونية أو مستقبلها أو لنظام المقاصة.
- الحلول لزيادة الضمان في نظام الأموال الالكترونية تعم تعديلها وتقديمها في عام 1998 من قبل لجنة بازل كإجراءات متجانسة لإدارة المخاطر وفق هذه الدراسة يجب اعتماد إستراتيجية متكاملة عند المصارف لمواجهة الأوجه الجديدة للمخاطر المالية في المصرف، وهذه الإجراءات تتضمن ثلاثة عناصر أساسية يمكن إيجازها على أنها إجراءات لتقدير الخطر والسيطرة على إمكانية التعرض للخطر وإدارة الخطر يمكن شرحها على النحو التالي¹:

*** تقدير المخاطر:**

هي إجراءات تتضمن ثلاثة مراحل:

- المرحلة الأولى تشمل تحديد المخاطر التي يمكن للمصرف التعرض لها.
- المرحلة الثانية تشمل تحديد مقدار الخطر الواجب اتخاذه.
- المرحلة الثالثة تتضمن مقارنة الخطر مع غيره من المخاطر وتحديد قدرة إمكانية مواجهته.

*** الحد من التعرض للمخاطر:**

وفق افتراضات لجنة بازل يجب إدارة والحد من هذه المخاطر عن طريق²:

- وضع سياسات وإجراءات حماية المصرف إلكترونيا.
- الاتصالات الداخلية، والمتمثلة في الحوار المستمر بين إدارة المصرف والإطارات العليا.
- تحديث المتطلبات الالكترونية.
- إرشاد وتنقيف العميل.
- وضع خطة مضادة للأعطال الالكترونية.

*** مراقبة المخاطر:**

مراقبة المخاطر تعتبر هامة جدا في مجال الصيرفة الالكترونية وبسبب سرعة التطورات التي تحدث في هذين النوعين من النشاطات المصرفية وخاصة بسبب استعمال الواسع للشبكات الالكترونية.

حيث تتضمن مراقبة المخاطر عنصرين أساسيين هما:

¹ موسى خليل مئري: مرجع سبق ذكره، ص: 267

² بلعاش ميادة، مرجع سبق ذكره، ص: 100

- نظام الفحص والمراقبة الدورية: يبين مثل هذا الفحص الدوري الغموض أو عدم الدقة في تصميم ووضع النظام الإلكتروني بالمصرف موضع التنفيذ؛
- تدقيق الحسابات¹.

ب- نموذج الاتحاد الأوروبي:

قام الاتحاد الأوروبي بلجنته الاقتصادية والاجتماعية عام 1997، بتقديم وثيقة بعنوان (European initiative in Electronic) التي من شأنها العمل على تشجيع نمو التجارة الإلكترونية، وقد تضمنت هذه الوثيقة ضمن جناحيها السوق الأوروبي نظاما قانونيا معيناً ينظم أعمال القائمين بالخدمات الإلكترونية، وأوجدت إلى حيز الوجود أهمية الحماية لهذا النظام بكامل محتوياته من التوقيع الإلكتروني و الوثائق المرقمة و إيجاد حماية لوسائل الدفع الإلكترونية، لأنها كانت على علم و دراية بأن من الأسباب التي تساعد على انتشار التجارة الإلكترونية وصول الثقة لدى المستخدم بالتجارة الإلكترونية وما يتعلق بها. مما يوجب عليها أن توفر من الصفقات الجدية التي تكون النافذة والملزمة للأطراف، بالإضافة إلى تمتع هذه المعلومات بالصحة²، وسنشير إلى بعض النقاط الهامة في هذا النموذج:

* تحديد مكان إقامة الخدمات الإلكترونية:

بالنسبة للاتحاد الأوروبي، مكان إقامة مقدم الخدمات لا يعني القانون الواجب التطبيق أو القضاء المختص بالنزاع عند نشوبه على العقود المبرمة بالطرق الإلكترونية³، فمثلا مصرف يتخذ من فرنسا مكان نشاطه التجاري وإبرام عقد بواسطة طرق الاتصالات الإلكترونية مع شخص مقيم في ألمانيا، لمعرفة القانون الواجب التطبيق يجب معرفة مكان إقامة مقدم الخدمات (فرنسا) في مثالنا وقواعد التنازع القوانين التي يمكن أن تطبق في حالة نشوء نزاع بينهما، أي يمكن أن يخضع العقد الإلكتروني لقواعد القانون الفرنسي أو الألماني أو أية دولة أخرى⁴.

* صحة العقود الإلكترونية:

لقد تطرقت لجنة مشروع التوجيهات على ماهية الأمور الواجب توافرها في حالة إبرام عقد إلكتروني وأهمها هو أن بعض من الطرائق التقنية لضمان صحة الإعجاب والقبول وقانونيتها

¹ موسى خليل متري، مرجع سبق ذكره، ص: 275.

² جلال عابد الشورة، مرجع سبق ذكره، ص : 116.

³ خليل موسى متري، مرجع سبق ذكره، ص : 270.

⁴ بلعاش ميادة، مرجع سبق ذكره، ص: 120.

هذا من ناحية ومن ناحية أخرى الاعتراف بصحة ما أبرم من عقود بالطرق الإلكترونية ويكتمل لابد أن يكون موقعا من أطراف التعاقد و هذا التوقيع يكون الكترونيا¹.

حيث يعرف التوقيع الإلكتروني بأنه بيانات في شكل الكتروني مدرجة في رسائل بيانات أو مضاف إليها أو مرتبطة منطقيا يجوز أن تستخدم لتعيين هوية الموقع بالنسبة إلى رسالة البيانات ولبيان موافقة الموقع على المعلومات الواردة في رسالة البيانات حيث تؤكد التعليمات على أهمية اتخاذ نظام عالمي موحد في هذا الجانب بين دول العالم وكذلك فغن خلق الثقة لدى المستخدمين يشجعهم للقدوم إلى التجارة الإلكترونية، مما يساعد على انتشارها في دول العالم.

وعليه نجد المستخدمين يوثقون عقودهم بالتوقيع الإلكتروني أو بالرقمي، وبإمكانهم استخدامه في جميع عمليات البنوك والأموال ووسائل الدفع الإلكتروني، لأن كل ما يسعى إليه العالم في حالة استخدام التوقيع الإلكتروني هو حماية التجارة الإلكترونية والسعي للتقليل من المخاطر التي من الممكن أن تقع للمحافظة على سمعة التجارة الإلكترونية من الناحية القانونية².

ج- النموذج المقدم من هونغ كونغ:

لدى هونغ كونغ إحدى أفضل نظام شبكات الاتصالات الإلكترونية في آسيا حيث يعمل أكثر من 130 شركة تقدم خدمات الانترنت. كما قامت هونغ كونغ في نهاية 1996 بإنشاء إحدى أكثر الوسائل تطورا للدفاع والتفصيص للمبالغ الكبيرة.

لذلك تقدمت اللجنة القيادية المسؤولة عن تعزيز البنية التحتية بهونغ كونغ بتطوير نموذجها الخاص حول إدارة المخاطر في الخدمات المالية. مع أن إدارة هذه المخاطر كانت تتمحور على الأوراق المالية والسوق الثانوية إلا أنها تشمل أيضا الصفقات الإلكترونية المستعملة في الصيرفة الإلكترونية.

فبالنسبة لهونغ كونغ فإن التغيير الحاصل في التجارة الإلكترونية يعني تطوير بنى تحتية جديدة للسوق حيث يسمح للمشاركين المحليين والدوليين بالحصول على جميع منتجات السوق المالية بواسطة شبكة اتصالات مفتوحة وآمنة وتتجز أعمالها بدقة عالية. هذه البنية التحتية الجديدة لا تمنح للعاملين في السوق المالية حرية اختيار كبيرة في سوق الأموال فقط ولكن تؤمن لهم صفقات آمنة بسعر رخيص وبسرعة انجاز كبيرة سميت هذه البنية التحتية الجديدة البنية التحتية الإلكترونية.

¹ جلال عايد الشورة، مرجع سبق ذكره، ص: 120.

² المرجع السابق، ص: 122.

تشكل هذه البنية التحتية الالكترونية حجر الزاوية في برنامج هونغ كونغ لتطوير سوقها وهدفها الأساسي من ذلك إدارة المخاطر بشكل ممتاز¹.

يتألف نظام البنية التحتية في هونغ كونغ من 4 عناصر هي:

* اتفاقية مقاصة واحدة من أجل إدارة مخاطر بشكل أفضل.

للوصول إلى إدارة المخاطر بشكل أفضل يجب أن يكون هنالك نظام تقاص واحد للإسناد المالية وللسوق الثانوية.

فلكي تكون اتفاقية التخاص متكاملة يجب أن تشمل العناصر التالية: نظام أو هيكله تقاص مجموع الحسابات، إنشاء إدارة تقاص مباشرة، نظام تقاص مباشر للأموال بين المصارف، محفظة أموال مؤسسة إلى إدارة المخاطر و إجراءات مترامنة تشمل عمليات التخاص².

* إجراءات مباشرة بين المستخدمين

هذا ما يؤدي إلى تخفيض الاتصالات و التبادل في الأسواق المالية، إن الإجراءات المباشرة بين مستخدمي النظام تتضمن بدء الصفقات المالية، وإكمال إجراءاتها بعملية واحدة من بداية الصفقة في إجراء التخاص النهائي.

فمن متطلبات الإجراءات المباشرة بين المتعاملين في السوق المالي هو أن تكون الوثائق الالكترونية والتوقيع الالكتروني قيمة قانونية. ومن متطلباته أيضا إقامة شبكة ارتباط بين الكمبيوتر ونظام الدفع الالكتروني والخضوع إلى بروتوكول موحد بخصوص معايير الرسائل المتبادلة.

لنظام الإجراءات المباشرة فوائد عدة منها تحسين تسريع تبادل المعلومات بين الصناعيين واللاعبين في سوق الأموال وزيادة الفاعلية المالية مما يؤدي بدوره انخفاض الأخطار الناتجة من مخاطر التخاص ومخاطر السوق³.

* سوق الأوراق المالية الالكترونية:

إن إيجاد سوق للسندات المالية الالكترونية يلغي كل المخاطر المرتبطة بالمستندات الورقية ويقلل من سعر التكلفة في نقل الملكية وحفظها ويعزز من إجراءات نقل ملكية الأوراق المالية من أجل نقل سوق الأوراق المالية في هونغ كونغ إلى سوق الكترونية غير مادية، يتوجب على السلطات أن تضع حيز التنفيذ ما يلي⁴:

¹ موسى خليل متري، مرجع سبق ذكره، ص: 286.

² موسى خليل متري، مرجع سبق ذكره، ص-ص: 286-287.

³ المرجع السابق ص، ص : 289.

⁴ نفسه.

- إصدار أوراق مالية جديدة الكترونياً؛
- إبدال الأوراق المالية الورقية القديمة بأوراق الكترونية أو تشجيع هذا التحويل؛
- اعتماد أموال الكترونية في تجارة الأوراق المالية الالكترونية.

هنالك متطلبات تقنية لانجاز البنى التحتية الالكترونية لا مجال لبحثها هنا إلا أنه من المهم أن تكون أول الخطوات لإقامة سوق أموال الكترونية هو تبني تشريع لحماية السجلات الالكترونية وإعطائها صبغة قانونية لاعتماد التوقيع الالكتروني والوثائق المتبادلة الالكترونية مثل تبادل الوسائل وإبرام العقود والأوراق المالية الالكترونية¹.

المطلب الثاني: أمن المعاملات التجارية على شبكة الانترنت

يعتبر أمن المعاملات التجارية على شبكة الانترنت من مخاطر الصيرفة الالكترونية حيث ينشأ هذا الخطر من إمكانية اختراق غير المرخص لهم بالدخول إلى نظم حسابات البنك بهدف التعرف على المعلومات الخاصة بالعملاء واستغلالها، وقد يتم ذلك من خلال أشخاص خارج البنك أو من العاملين في البنك وبالتالي يجب توافر إجراءات كافية لحماية حسابات العملاء، وتلجأ بعض المؤسسات إلى استخدام نظام الشيفرة في التعاملات وإلى استخدام التوقيعات الالكترونية المشفرة لتحقيق الأمن والسلامة لجميع أطراف المعاملات التجارية².

أولاً: التشفير الالكتروني

هو عملية تستخدم للحفاظ على سرية المعلومات باستخدام برامج تقوم بتحويل وترجمة المعلومات إلى رموز فإذا تم التواصل إليها من قبل الأشخاص غير مخول لهم بذلك لا يتمكنون من فهمها بسبب ظهور خليط من الرموز والأرقام والحروف الغير مفهومة، وقد ساعدت الرغبة في دعم التجارة الالكترونية في زيادة توفير هذه النوعية من البرامج³. كما يمكن تعريفه بأنه أحد النظم الأساسية التي تحقق تأمين و حماية كل أعمال ومعاملات العمليات المصرفية الالكترونية⁴.

إضافة إلى تعريف آخر للتشفير الالكتروني هو تحويل المعلومات إلى شفرات غير مفهومة لمنع الأشخاص غير المرخص لهم من الاطلاع على المعلومات⁵.

¹ نفسه

² ناظم محمد نوري الشوري، عبد الفتاح زهير العبد اللات، مرجع سبق ذكره، ص: 245.

³ آبت مبارك سامية: دور التجارة الالكترونية في تفعيل الأداء التجاري، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الجزائر 3، 2012، ص: 75.

⁴ أحمد محمد غنيم، مرجع سبق ذكره، ص: 275.

⁵ صراع كريمة، مرجع سبق ذكره، ص: 79.

من التعاريف السابقة نستنتج أنها عملية تحويل المعلومات إلى شفرات غير مفهومة لمنع الأشخاص المرخص لهم من الاطلاع على المعلومات أو فهمها ولهذا تنطوي عملية التشفير على تحويل النصوص العادية إلى نصوص مشفرة وتستخدم مفاتيح معينة في تشفير الرسالة وفك تشفيرها.

1- استخدام المفتاح المتماثل:

يعتمد هذا النوع من التشفير على استخدام مفتاح متماثل يتم به التشفير والحل ، حيث تم تشفير الرسالة لدى المرسل باستخدام مفتاح خاص لينتج منها رسالة مشفرة ثم يقوم المرسل بإرسال الرسالة المشفرة إلى المستقبل باستخدام وسائل الإتصال العادية ويقوم بإرسال المفتاح باستخدام وسيلة مؤمنة، وبعدها يقوم المستقبل بعد تلقي الرسالة المشفرة والحصول على المفتاح بحل الشفرة والحصول على الرسالة الأصلية.¹

2- استخدام المفتاح العام:

أو ما يعرف بالتشفير اللامتماثل ثم تطوير هذا النظام في السبعينات في بريطانيا وكان استخدامه حكرا على قطاعات معينة من الحكومة، ويعتمد في مبدأه على وجود مفتاحين وهما المفتاح العام والمفتاح الخاص حيث أن المفتاح العام هو لتشفير الرسائل والمفتاح الخاص لفك تشفير الرسائل، المفتاح العام ويرسل لجميع الناس أما المفتاح الخاص فيحتفظ به صاحبه ولا يرسله لأمر.²

ويتم التشفير باستخدام المفتاح العام من خلال تطبيق بعض الخطوات المحددة، تتمثل بصفة رئيسية في قيام المرسل بتشفير معاملة أو رسالة معينة من خلال استخدام المفتاح العام المرسل إليه ثم يتم إرسال هذه المعاملة أو الرسالة المشفرة إليه عن طريق استخدام قنوات الاتصال العادية، فيقوم بحل شفرتها واستعادتها إلى أهلها باستخدام مفتاحه الخاص.

وإذا كان هذا الأسلوب يضمن تحقيق درجة عالية من حماية وتأمين المعاملات والرسائل والبيانات والمعلومات التي يتم تشفيرها، إلا أنه يشوبه بعض أوجه القصور حيث يعتمد على قواعد معقدة ومتطورة للتشفير تتطلب حاسبات آلية كبيرة، كما يحتاج إلى وقت طويل وتكلفة كبيرة لانجاز عملية التشفير المطلوبة.³

¹ بركان أمينة: مرجع سبق ذكره، ص:324

² <http://mustafadiq O.wordpress.com 02/04/2016, 14:30>

³ أحمد محمد غنيم، مرجع سبق ذكره، ص 278.

3- المزج بين أسلوب استخدام المفتاح العام والتمائل:

يمزج هذا الأسلوب بين أسلوب استخدام المفتاح التماثل والمفتاح العام وهو بهذا المزج يحقق درجة التأمين والحماية الملائمة للوصول إلى درجة التشفير المطلوبة وذلك بأقل وقت ممكن.

ويتم التشفير وفقا لهذا الأسلوب من خلال تطبيق بعض الخطوات الأساسية المحددة والتي تتمثل بصفة رئيسية في استخدام مفتاح تماثل في تشفير المعاملة الأصلية ثم استخدام المفتاح العام للمرسل إليه في تشفير المفتاح التماثل، ثم يتم إرسال ذلك عن طريق شبكة الاتصال إلى المرسل إليه، فيقوم بدوره بفك الشفرة بالمفتاح الخاص به ليحصل على المفتاح التماثل، ثم يستخدمه لحل شفرة المعاملة الأصلية المشفرة ليحصل على أصلها¹.

ثانيا: التوقيع الإلكتروني:

إن التطور التكنولوجي الذي نعيشه الآن والذي يطلق عليه عصر المعلومات والبيانات، أدى إلى ظهور وسائل وأساليب جديدة في إبرام العقود لم تكن معروفة منذ سنوات قليلة، وهذه الوسائل في تطور دائم ومستمر وسريع، ولهذا بحث المهتمون عن وسيلة بديلة أخرى تقوم بهذه المهمة وتوصلوا إلى وسيلة الكترونية لها أشكال مختلفة، يمكن أن تحقق الخصائص التي يقدمها التوقيع التقليدي سميت بالتوقيع الكتروني.

1- تعريف التوقيع الإلكتروني:

يمكننا تعريف التوقيع الإلكتروني على أنه "شهادة رقمية تحتوي على بصمة الكترونية للشخص الموقع توضع على وثيقة تؤكد منشأها وهوية من وقع عليها، ويتم الحصول على هذه الشهادة من إحدى الهيئات المعروفة، والمعترف بها دوليا مقابل رسوم معينة حيث تراجع الأوراق للرسمية التي يقدمها طالب التوقيع ثم تصدر الشهادة"².

2- خصائص التوقيع الإلكتروني:

للتوقيع الإلكتروني عدة خصائص تتمثل فيما يلي³:

- التوقيع الإلكتروني يتم عبر وسائل الكترونية وعن طريق أجهزة الحاسب الآلي والانترنت حيث أصبح بإمكان أطراف العقد الاتصال ببعضهم البعض والاطلاع على وثائق العقد والتفاوض بشأن شروطه وكيفية إبرامه وإفراغه في محررات الكترونية وأخيرا إجراء التوقيع الإلكتروني عليه؛

¹ نفسه.

² www.abah.co.uk.02/04/2016,17:30.

³ www.startimes.com 02/04/2016, 17:30.

- لم يشترط التوقيع الإلكتروني صورة معينة حيث أنه يمكن على شكل حرف أو رمز أو رقم أو إشارة أو حتى صوت المهم فيه أن يكون ذو طابع منفرد يسمح بتمييز شخص صاحب التوقيع وتحديد هويته وإظهار رغبته في إقرار العمل القانوني والرضا بمضمونه بخلاف التوقيع التقليدي الذي يقتصر على الإمضاء بخط اليد وقد يضاف إليه الختم وبصحة الأصابع.

3- صور التوقيع الإلكتروني:

تتعدد صور التوقيع الإلكتروني بحسب الوسيلة أو التقنية التي تستخدم في إنشاء التوقيع كالاتي¹:

أ- التوقيع باستخدام القلم الإلكتروني:

معناه نقل التوقيع الإلكتروني المكتوب بخط اليد على المحرر إلى الملف المراد نقله بهذا المحرر إليه باستخدام جهاز (Scanner)، وهذه الطريقة غير آمنة تتمثل في عدم الثقة حيث يمكن للمستقبل الاحتفاظ بهذا التوقيع الموجود على المحرر.

ب- التوقيع باستخدام الخواص الذاتية:

يعتمد هذا النوع من التوقيعات على الخواص الكيميائية والطبيعية للأفراد وتتمثل في البصمة الإلكترونية، البصمة الشخصية، مسح العين البشرية، التحقق من مستوى ونبرة الصوت، خواص اليد البشرية، التعرف على الوجه البشري، التوقيع الشخصي والتوقيع الرقمي.

¹ شاكر تركي إسماعيل: التسوق المصرفي والخبرة التنافسية للمصارف الأردنية، مجلة العلوم الإنسانية، عدد 45، جامعة فيلادلفيا، الأردن، 2010، ص 14.

خلاصة الفصل الثاني:

أدى النمو المتسارع لوسائل الدفع الحديثة وتكنولوجيا المعلومات والاتصال إلى آثار كبيرة على المصارف، إما من ناحية أشكال هذه المصارف أو تسويق خدماتها، لذا أصبح من الضروري تطوير الأساليب المصرفية لكي لا تبقى المصارف بعيدة عن المتغيرات الجديدة في ظل نمو الأسواق والمصارف الشاملة والتكتلات الاقتصادية.

وبالتالي وجب على البنوك حتى لا تخرج من المنافسة العالمية، مسايرة التطورات الحاصلة في مجال المعاملات المالية الإلكترونية، وذلك بتبنيها الصيرفة الإلكترونية التي جاءت بوسائل إلكترونية متطورة كالبطاقات البنكية، النقود الإلكترونية، وكذا الشيكات الإلكترونية... الخ.

غير أن وسائل الدفع تختلف من جهاز مصرفي إلى آخر حسب تطور الدول فهناك دول تطورت وسائل الدفع فيها، في حين لا يزال بعضها يتخبط في متاهة التعاملات الورقية.

الفصل الثالث

دراسة حالة عينة من البنوك
التجارية العمومية بولاية ميلّة

تمهيد:

بعد أن تطرقنا في القسم النظري من هذا البحث إلى الإطار النظري المفاهيمي للصيرفة الإلكترونية، سيتم التطرق في هذا الفصل إلى واقع الصيرفة الإلكترونية بالبنوك التجارية العمومية بولاية ميله، وأهم العوامل المؤثرة على انتشارها.

وقد ركزنا دراستنا على استقصاء آراء عينة من العاملين بهذه البنوك من خلال توزيع استمارة استبانة لمعرفة مختلف العوامل الداخلية والخارجية المؤثرة على انتشار الصيرفة الإلكترونية بها، واستخدام بعض الأساليب الإحصائية المناسبة، لمعالجة البيانات المجمعة وتحليلها لاستخلاص أهم النتائج الممكنة.

وعلى ضوء ذلك ارتأينا تقسيم هذا الفصل التطبيقي إلى ثلاثة مباحث:

- المبحث الأول: تقديم عام للبنوك التجارية العمومية الجزائرية.
- المبحث الثاني: منهجية الدراسة الميدانية ووصف خصائص العينة.
- المبحث الثالث: تحليل نتائج الدراسة الميدانية واختبار الفرضيات.

المبحث الأول: تقديم عام للبنوك التجارية العمومية الجزائرية:

في هذا المبحث سنحاول التطرق بشكل مختصر للبنوك العمومية التجارية الجزائرية من خلال تقديم لمحة تعريفية لها من خلال التطرق إلى نشأتها ومهامها، بالإضافة إلى أهم أهدافها والخدمات المصرفية الالكترونية التي تقدمها.

المطلب الأول: تقديم البنوك التجارية عينة الدراسة: وسنتطرق لها فيما يلي:

أولا: البنك الوطني الجزائري (BNA):

يعد أول البنوك التجارية في الجزائر، حيث تم تأسيسه بموجب المرسوم الصادر في 13 جوان 1966 وتتمثل خدماته في فتح الحسابات البنكية بمختلف أنواعها والبطاقات البنكية وغيرها من الخدمات الموجهة للعملاء إضافة إلى مهامه في تمويل النشاط الزراعي وإقراض المنشآت الخاصة والعامه وخصم الأوراق التجارية، وبذلك فهو بنك الودائع والاستثمارات ويوجه نشاطه بالداخل والخارج.¹

1. مهام البنك الوطني الجزائري:

تتمثل مهام البنك الوطني الجزائري فيما يلي²:

- تنفيذ خطة الدولة فيما يخص القروض القصيرة والمتوسطة لأجل وضمان القروض كتسهيلات؛
- الصندوق والسحب على المكشوف، والتسليف على البضائع و الاعتمادات المستندية؛
- منح القروض الزراعية للقطاع الفلاحي المسير ذاتيا (التسيير الذاتي)، مع المساهمة في الرقابة على وحدات الإنتاج حتى عام 1982 تاريخ إنشاء البنك الفلاحي للتنمية الريفية؛
- منح القروض للقطاع الصناعي سواء كان قطاعا عاما أو قطاعا خاصا؛
- يقوم بتمويل التجارة الخارجية بالإضافة إلى مساهمته في رأس مال عدد من البنوك الأجنبية.

2. أهداف البنك الوطني الجزائري:

- للبنك الوطني الجزائري جملة من الأهداف أهمها ما يلي³:
- محاولة التوسع بفتح المزيد من الوكالات في كل الولايات الوطني؛
- إدخال تقنيات و وسائل حديثة، لمواكبة التقدم التكنولوجي، في ظل الإصلاحات النقدية؛
- ترقية العمليات المصرفية المختلفة، كمنح القروض و جذب الودائع...إلخ؛

¹ حلوز وفاء: تدعيم جودة الخدمات البنكية وتقييمها من خلال رضي العميل، أطروحة دكتوراه، جامعة أبو بكر بلقايد، تلمسان، ص:204.

² شاكر القزويني، محاضرات في اقتصاد البنوك، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1999، ص 59.

³ بلباني عبد النبي: دور التسويق الداخلي في تحقيق جودة الخدمات المصرفية ثم كسب رضا الزبائن، رسالة الماجستير، جامعة قاصدي

مرباح ورقلة، ص:81

- احتلال مكانة استراتيجية ضمن الجهاز المصرفي؛
- لعب دور فعال في إحداث التنمية الاقتصادية؛
- احتلال مكانة استراتيجية ضمن الجهاز المصرفي؛
- لعب دور فعال في إحداث التنمية الاقتصادية.

ثانيا: البنك الجزائري الخارجي (BEA)¹:

تأسس بنك الجزائر الخارجي في 1967/10/1 بالمرسوم رقم 04/672 كشركة وطنية برأس مال قدره 24 مليون دينار جزائري، وكان الغرض منه هو تسهيل وتطوير العلاقات الاقتصادية والمالية بين الجزائر والعالم، وبفضل تطبيق القانون 01/88 الصادر في 1988/01/17 والمنفذ في 1989/02/5 أصبح يسمى بشركة مساهمة برأس مال قدره 24,5 مليون دينار جزائري.

ثالثا: بنك الفلاحة و التنمية الريفية (BADR):

يعتبر بنك الفلاحة و التنمية الريفية من بين البنوك التجارية الجزائرية، تأسس تبعا لإعادة هيكلة البنك الوطني الجزائري، وظلت طبقا للمرسوم الرئاسي (106/82) المؤرخ في 13 مارس 1982 برأس مال قدره مليار ومائتا ألف دينار جزائري و 140 وكالة متنازل عنها من طرف البنك الوطني الجزائري كمؤسسة مالي تنتمي إلى القطاع العمومي، يقع مقرها الرئيسي بالجزائر العاصمة، ويخضع للقواعد العامة المتعلقة بنظام البنوك والقروض وهدفه تطوير القطاع الفلاحي وترقية النشاطات الفلاحية الحرفية اليدوية وكذلك الصناعات الزراعية.

وبصدور المرسوم (85/85) المؤرخ في 1985/04/30 أصبح يعرف بنك الإبداع والتنمية في إطار الإصلاحات الاقتصادية وبمقتضى القانون رقم (01/88) المؤرخ في 12 جانفي 1988 تحول البنك إلى شركة مساهمة برأس مال قدره 2200000000 مقسما إلى 2200 سهم بقيمة 1000000 للسهم الواحد.

بعد صدور قانون النقد والقروض (90/10) وسع بنك الفلاحة و التنمية الريفية نشاطاته من خلال تشجيع عمليات الادخار بنوعها بالفائدة وبدون فائدة ومنح القروض للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة².

1. وظائف بنك الفلاحة و التنمية الريفية:

يقوم بنك الفلاحة و التنمية الريفية بوظائف ومهام عدة أهمها:

- المساهمة في تنمية القطاع الفلاحي؛
- المساهمة في جمع المدخرات؛
- السهر رفقة الجهات الوصية عن مراقبة صحة الحركات المالية للمؤسسات؛

¹ شاكور القزويني، مرجع سبق ذكره، ص ص 59، 60.

² بوطلاحة خديجة: إدارة المخاطر المصرفية في البنوك التجارية، مذكرة الماستر، المركز الجامعي ميله، 2013، ص: 68.

- فتح الحسابات لكل شخص يطلب ذلك؛
- إستقبال الودائع تحت الطلب؛
- كما يعمل على تنمية الأرياف الجزائرية؛¹

2. أهداف بنك الفلاحة والتنمية الريفية:

تتمثل أهداف بنك الفلاحة والتنمية فيما يلي:²

- توسيع وتنويع مجالات تدخل البنك كمؤسسة مصرفية شاملة؛
- تحسين جودة الخدمات المصرفية باستخدام أحدث التقنيات في هذا المجال.
- خلق تواصل وعلاقات قوية بين البنك والعملاء باعتبارهم أصلا ثميننا من أصوله وفقا لمفهوم الحديث للتسويق. وكذا العمل على كسب ولائهم حاضرا أو مستقبلا.
- الحصول على أكبر حصة من السوق.

رابعا: القرض الشعبي الجزائري (CPA):³

تأسس القرض الشعبي الجزائري بقرار رقم 66/336، الموافق لـ 14/05/1967،⁴ برأس مال يقدر بـ 15 مليون دينار، ويعتبر مؤسسة اقتصادية عمومية، وتقع تحت وصاية وزارة المالية، ونشأ القرض الشعبي الجزائري على أساس هياكل الهيئات البنكية التي كانت موجودة في عهد الاستعمار، وهو عبارة عن إدماج البنوك التالية:

- البنك الشعبي التجاري والصناعي لوهران؛
 - البنك الشعبي التجاري والصناعي الجزائري؛
 - البنك الشعبي التجاري والصناعي لقسنطينة؛
 - البنك الشعبي التجاري والصناعي لعنابة؛
 - البنك الجهوي التجاري والصناعي للجزائر العاصمة.
- إضافة إلى تلك البنوك أدمجت ثلاثة بنوك أجنبية وذلك ابتداء من 1967:
- شركة مرسيليا للإقراض 1968؛
 - التعاونية الفرنسية للإقراض والبنوك في 1972؛
 - البنك المختلط الجزائري المصرفي.

¹ قرمات لمياء: دور وسائل الدفع الحديثة في تحسين جودة الخدمات المصرفية، مذكرة الماستر، المركز الجامعي ميله، 2014، ص: 98.

² طلحة محمد، مرجع سبق ذكره، ص: 85.

³ شاكر القزويني، مرجع سبق ذكره، ص، ص، 60، 61.

⁴ صخري عمر: دراسة تحليلية حول التجربة الجزائرية في مجال النقد الآلي البنكي، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، جامعة الجزائر، 2008، ص: 135.

كما يتواجد مقر هذا البنك في الجزائر العاصمة ويضم 121 وكالة ومؤطرة من طرف 15 مجموعة يشتغل بها حوالي 4515 موظف موزعين على مختلف النشاطات.

1. أنشطة القرض الشعبي الجزائري:

يمكن أن نوجز أنشطة القرض الشعبي الجزائري فيما يلي:¹
أ- ودائع تحت الطلب: هي التي تستحق الدفع في أي وقت يطلبها صاحبها بمعنى أن المودعين يحتفظون بها تجنباً للمخاطر وتشمل:
تتمثل أهداف بنك الفلاحة والتنمية فيما يلي:²

- توسيع وتنويع مجالات تدخل البنك كمؤسسة مصرفية شاملة؛
- تحسين جودة الخدمات المصرفية باستخدام أحدث التقنيات في هذا المجال.
- خلق تواصل وعلاقات قوية بين البنك والعملاء باعتبارهم أصلاً ثميناً من أصوله وفقاً لمفهوم الحديث للتسويق. وكذا العمل على كسب ولائهم حاضراً أو مستقبلاً.
- الحصول على أكبر حصة من السوق.

رابعاً: القرض الشعبي الجزائري (CPA)³:

تأسس القرض الشعبي الجزائري بقرار رقم 66/336، الموافق لـ 14/05/1967،⁴ برأس مال يقدر بـ 15 مليون دينار، ويعتبر مؤسسة اقتصادية عمومية، وتقع تحت وصاية وزارة المالية، ونشأ القرض الشعبي الجزائري على أساس هياكل الهيئات البنكية التي كانت موجودة في عهد الاستعمار، وهو عبارة عن إدماج البنوك التالية:

- البنك الشعبي التجاري والصناعي لوهران؛
 - البنك الشعبي التجاري والصناعي الجزائري؛
 - البنك الشعبي التجاري والصناعي لقسنطينة؛
 - البنك الشعبي التجاري والصناعي لعنابة؛
 - البنك الجهوي التجاري والصناعي للجزائر العاصمة.
- إضافة إلى تلك البنوك أدمجت ثلاثة بنوك أجنبية وذلك ابتداء من 1967:
- شركة مرسيليا للإقراض 1968؛
 - التعاونية الفرنسية للإقراض والبنوك في 1972؛

¹ زقير عادل: تحديث الجهاز المصرفي العربي لمواكبة تحديات الصيرفة الشاملة، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، جامعة محمد خيضر بسكرة، 2009، ص: 170.

² طلحة محمد، مرجع سبق ذكره، ص: 85.

³ شاكر القرويني، مرجع سبق ذكره، ص، ص، 60، 61.

⁴ صخري عمر: دراسة تحليلية حول التجربة الجزائرية في مجال النقد الآلي البنكي، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، جامعة الجزائر، 2008، ص: 135.

– البنك المختلط الجزائري المصرفي.

كما يتواجد مقر هذا البنك في الجزائر العاصمة ويضم 121 وكالة ومؤطرة من طرف 15 مجموعة يشتغل بها حوالي 4515 موظف موزعين على مختلف النشاطات.

2. أنشطة القرض الشعبي الجزائري:

يمكن أن نوجز أنشطة القرض الشعبي الجزائري فيما يلي:¹

ب- ودائع تحت الطلب: هي التي تستحق الدفع في أي وقت يطلبها صاحبها بمعنى أن المودعين يحتفظون بها تجنباً للمخاطر وتشمل:

- الحساب الجاري؛
- حساب الشيكات؛
- دفتر الادخار البنكي.

ت- ودائع لأجل: وهي التي لا يستطيع صاحبها أن يسحب منها أي مبلغ إلا بعد مرور مدة معينة ينفق عليها مسبقاً مع البنك مقابل فائدة متغيرة حسب المدة (4.5% كحد أدنى) ويشترط أن لا يقل المبلغ الوديعة عن 10000 لمدة إيداع أدناها 3 أشهر وأقصاها 10 سنوات وتشمل:

- سندات الصندوق.
- حسابات العملة الصعبة.
- دفتر توفير السكن.

2. وظائف القرض الشعبي الجزائري:

تتمثل مهام القرض الشعبي الجزائري فيما يلي:²

- إقراض الحرفيين، الفنادق، قطاعات السياحة، الصيد والتعاونيات الغير زراعية، تمويل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة أياً كان نوعها، إضافة إلى إقراض أصحاب المهن الحرة الأخرى كتجهيز عيادة طبية؛
- دور الوسيط العمليات المالية للإدارة الحكومية؛
- تسليف قدماء المجاهدين قصد توفير مصدر رزق لهم أو بناء مسكن أو شراء سيارة خاصة؛
- التسيير الديناميكي لخزينة البنك؛

¹ زقير عادل: تحديث الجهاز المصرفي العربي لمواكبة تحديات الصيرفة الشاملة، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، جامعة محمد خيضر بسكرة، 2009، ص: 170.

² قاسمي آسيا: تحليل الضمانات في تقييم جدوى تقديم القروض في البنك، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، جامعة أمحمد بومرداس، 2009، ص: 143.

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

خامسا: الصندوق الوطني للتوفير والاحتياط (CNEP):

تأسس في 10 أوت 1964 بموجب القانون رقم 64-227، تتمثل مهمته في جمع الادخارات الصغيرة الخاصة بالعائلات والأفراد، وهو يقوم بتمويل عمليات البناء والجماعات المحلية وبعض العمليات الخاصة ذات المنفعة الوطنية، وابتداء من عام 1971، وبقرار من وزارة المالية، تم تكريس الصندوق الوطني للتوفير والاحتياط كبنك وطني للسكن، حيث يقوم بمنح قروض إما لبناء سكن أو لشراء سكن جديد، أو تمويل مشاركة المقترض في تعاونية عقارية وتتمثل مهام الصندوق الوطني للتوفير والاحتياط فيما يلي¹:

- تجميع الادخار العائلي و تمثل بدورها المصدر الأساسي لتمويل الصندوق الوطني للتوفير والاحتياط؛
- تمويل المشاريع السكنية و الجماعات المحلية؛
- الترقية العقارية و تمثل استثمار المال المحصل؛
- تقديم قروض للمؤسسات الصغيرة و المتوسطة (قروض قصيرة و متوسطة الأجل)؛
- استغلال ادخارات المواطنين في خدمة التنمية الاقتصادية و الاجتماعية؛
- منح قروض للاستثمارات الصناعية ففي 2009 تم إصدار قرار بمنح قروض الاستثمار لتمويل شراء المعدات و الأدوات و الأجهزة الصناعية بالإضافة إلى تمويل القطاعات السياحية مثل الفنادق و المجمعات السياحية.

سادسا: بنك التنمية المحلية (BDL):

هو عبارة عن مؤسسة مالية عمومية تأسست بتاريخ 20 أبريل 1982 حسب المرسوم رقم 85/85 برأس مال قدره 500 مليون دينار جزائري ومن أهم الوظائف الأساسية التي يقوم بها:

- عمليات الرهن؛
- عمليات الاستثمار الإنتاجي المخططة من طرف الجماعات المحلية كما يقوم بجميع العمليات المصرفية التقليدية؛

انبثق بنك التنمية المحلية من القرض الشعبي الجزائري و عدة شركات مساهمة أخرى وبالتالي فهو عبارة عن شركات مساهمة².

¹ بوخمر أمينة: أثر التسويق الداخلي على أداء العاملين، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر، المركز الجامعي ميله، 2008، ص:70.
² عبد الرزاق حميدي: جودة الخدمات البنكية كمدخل لتحقيق رضا العملاء وزيادة القدرة التنافسية للبنوك، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، في العلوم الاقتصادية، جامعة بومرداس، 2008، ص:153.

المطلب الثاني: الخدمات المصرفية الالكترونية المقدمة من البنوك التجارية محل الدراسة:

هناك العديد من الخدمات المصرفية الالكترونية التي تقدمها البنوك التجارية محل الدراسة أهم ما استطلعنا حوله آراء عينة البحث المستجوبة ما يلي:

1. خدمة البطاقة البنكية (Credit Cards): تستعمل كل البنوك التجارية محل الدراسة بطاقات ائتمان، لكن بطاقات سحب فقط تمكن العملاء من الحصول على أموالهم من هذه البنوك، مع غياب أنواع أخرى للبطاقات منها بطاقات القرض و البطاقات العالمية.

2. خدمة الصيرفة بالهاتف (Mobile Banking): كل البنوك التجارية محل دراستنا لا تقدم لعملائها خدمة استخدام الهواتف النقالة للوصول إلى حساباتهم البنكية عبر رسائل SMS والحصول على الخدمة البنكية اللازمة لهم.

3. خدمة الصيرفة بالانترنت (Internet Banking): تستخدم البنوك التجارية محل دراستنا هذه الخدمة لكنها لاتزال في بداياتها حيث تقدم بعض الخدمات من خلال النت مثل التحقق من الرصيد أو دفع بعض الفواتير، فتح حسابات بنكية وأيضاً استخراج كشوفات الحسابات لعدة سنوات.

4. خدمة الصراف الآلي: تقدم جميع البنوك التجارية محل الدراسة خدمة الصراف الآلي لعملائها من أجل سحب أموالهم من أماكن متعددة وفي كل الأوقات، مع غياب تام لاستعمال نقاط البيع.

5. فتح الحسابات: تؤكد كل البنوك التجارية عينة بحثنا عن تقديم خدمة فتح الحساب بالعملة الوطنية وبالعملة الصعبة لكن الحقيق أن الحسابات بالعملة الصعبة قليلة وهذا ربما عائق لانتشار البطاقات البنكية العالمية.

6. التحقق من هوية المتعامل: وهي من الخدمات المهمة المرافقة للخدمة البنكية الحماية وأمن التعاملات المصرفية وتؤكد كل البنوك محل الدراسة توافرها على وسائل مختلفة للحماية أهمها التعريف الشخصي pin البصمة البيولوجية، بالإضافة إلى وسائل أخرى.

ويبين الجدول التالي الخدمات المصرفية الالكترونية في البنوك التجارية عينة بحثنا:

جدول رقم (07): الخدمات البنكية الالكترونية في البنوك التجارية محل الدراسة.

القرض الشعبي الوطني	بنك التنمية المحلية	بنك الفالحة والتنمية الريفية		
نعم	نعم	نعم	بطاقة سحب	البطاقة البنكية المعتمدة
لا	لا	لا	بطاقة قرض	
لا	لا	لا	بطاقة عالمية	
نعم	نعم	نعم	الموزعات الآلية DAP	القنوات الالكترونية المتوفرة
لا	لا	لا	نقاط البيع TPE	
لا	لا	لا	الصيرفة بالهاتف	
نعم	نعم	نعم	الصيرفة بالانترنت	
لا	لا	لا	تحويل مالي	نوع الخدمة عبر الموقع
لا	نعم	لا	فتح حساب	
نعم	نعم	نعم	التحقق من الرصيد	
لا	نعم	نعم	الفواتير	
لا	استخراج كشوفات الرصيد.	لا	أخرى	
نعم	نعم	نعم	العملة الصعبة	نوع الحساب المفتوح
نعم	نعم	نعم	العملة المحلية	
نعم	نعم	نعم	العملة الصعبة والعملة المحلية	
نعم	نعم	نعم	التعريف الشخصي pin	وسائل التحقق من هوية المتعامل
نعم	نعم	نعم	البطاقة البنكية	
نعم	نعم	نعم	البصمة البيولوجية	
نعم	نعم	نعم	صورة التوقيع الالكتروني	

المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على نتائج المعالجة الإحصائية للاستبيان.

المبحث الثاني: منهجية الدراسة الميدانية ووصف خصائص العينة:

يتضمن هذا المبحث وصفا للمنهجية التي قمنا باستخدامها أثناء إجراء هذه الدراسة، إذ يشتمل وصفا لمجتمع وعينة الدراسة، والمنهج المستخدم فيها وكذلك يبين الاداة المستخدمة في جمع بيانات الدراسة ومدى صدقها وثباتها، كما تضمن بيانا للطرق المتبعة في جمع البيانات والاساليب الاحصائية وكيفية تحليلها.

المطلب الأول: منهجية الدراسة الميدانية:

من أجل الوقوف على أهم العوامل المؤثرة على انتشار الصيرفة الالكترونية بالبنوك العمومية التجارية محل الدراسة اعتمدنا بشكل أساسي على الاستبيان كأداة من الأدوات الميدانية للحصول على المعلومات والبيانات المطلوبة من العاملين بالبنوك التجارية محل الدراسة.

أولاً: المنهج والأدوات المستخدمة في الدراسة:**1. المنهج المستخدم في الدراسة:**

من أجل معالجة حيثيات الموضوع تخلصنا باستخدام المنهج الوصفي في بعض أجزاء البحث لتكوين القاعدة النظرية المستقاة من مختلف المراجع، ويعتبر الأسلوب الوصفي مناسباً لتقرير الحقائق والتعريف بمختلف المفاهيم ذات الصلة بالموضوع.

و المنهج التحليلي في إطار معالجة البيانات التي تحصلنا عليها من خلال توزيع استمارة استبيان على عينة من العاملين بالوكالات البنكية التجارية العمومية بولاية ميله، للكشف عن طبيعة العوامل المؤثرة في الصيرفة الإلكترونية.

2. أدوات الدراسة:

فيما يخص أدوات البحث والدراسة فقد اعتمدنا في الجزء النظري من هذا البحث على المسح المكتبي لمجموعة من المراجع، تنوعت ما بين الكتب، والمقالات، رسائل الماجستير، الملتقيات العلمية، أما عن أدوات الدراسة الميدانية فهي موضحة فيما يلي:

1. الاستبيان: يعتبر المصدر الأساسي التي تم الاعتماد عليه للحصول على المعلومات اللازمة، حيث تم تصميم استمارة استبانة خاصة بالعاملين بالبنوك التجارية محل الدراسة هدفها معرفة العوامل المؤثرة في انتشار الصيرفة الإلكترونية.

2. المقابلات الشخصية: كما اعتمدنا أيضاً على المقابلة الشخصية لجمع المعلومات الخاصة بالاستبيان الموجه للعاملين حيث قام الباحث بشرح وتوضيح الأسئلة للمبحوث ليفهمها ويدرك معناها ليجيب بدقة.

ثانيا: تصميم أداة الدراسة واختبارها:

1. تصميم أداة الدراسة:

اعتمدنا في تصميم الاستبيان المستخدم في هذه الدراسة على عدة دراسات سابقة عربية و أجنبية وهو مقسم كما هو موضح في الجدول الآتي:
جدول رقم (08): وصف محاور الاستبيان الموجه للعاملين عينة البحث.

أجزاء الاستبيان	شرح الأهداف	الأسئلة	مصدر الأسئلة
يتعلق المحور الاول بالخصائص الديمغرافية للعينة، بالإضافة للخدمات الالكترونية المقدمة من طرف البنوك محل الدراسة	لمعرفة مختلف خصائص العينة(الجنس، السن المستوى التعليمي، المهنة، الخبرة...) ودرجة توفر الخدمات الالكترونية.	/	أسئلة مأخوذة من مختلف المقالات والدراسات السابقة المطع عليها.
محور ثاني خاص بالعوامل الداخلية المؤثرة في انتشار الصيرفة الالكترونية	لمعرفة مدى تأثير العوامل الداخلية على انتشار الصيرفة الالكترونية في البنوك عينة الدراسة.	من السؤال رقم (01) إلى غاية السؤال رقم (22)	(أيمن أحمد، مقومات العمل المصرفي الالكتروني كأداة لتعزيز وتطوير نظم الدفع والتجارة الإلكترونية، فلسطين 2013)، (مسعودي عبد الهادي، العوامل المؤثرة على تبني الصيرفة الالكترونية من وجهة نظر الادارة البنكية، الجزائر 2015)،(ثائر عدنان قديمي، العوامل المؤثرة في انتشار الصيرفة الالكترونية، الأردن 2008)
محور ثالث خاص بالعوامل الخارجية المؤثرة في انتشار الصيرفة الالكترونية	لمعرفة مدى تأثير العوامل الخارجية على انتشار الصيرفة الالكترونية في البنوك عينة الدراسة.	من من السؤال رقم (23) إلى غاية السؤال رقم (43).	(مسعودي عبد الهادي، العوامل المؤثرة على تبني الصيرفة الالكترونية من وجهة نظر الادارة البنكية، الجزائر 2015) (أيمن أحمد، مقومات العمل المصرفي الالكتروني كأداة لتعزيز وتطوير نظم الدفع والتجارة الإلكترونية، فلسطين 2013) (ثائر عدنان قديمي، العوامل المؤثرة في انتشار الصيرفة الالكترونية، الأردن 2008)

المصدر: من إعداد الطالبة.

وقد تم قياس متغيرات كل من المحور الثاني والثالث باستخدام مقياس ليكرت باعتباره أنسب المقاييس التي تسمح لنا بقياس إدراكات العاملين بالبنوك التجارية عينة البحث لمحتويات تلك المحاور من الاستبيان.

ويتكون هذا المقياس من خمس درجات تتراوح بين الرقم 1 ويعبر عن عدم الموافقة المطلقة، ودرجة الرضا المتدنية على محتوى كل عبارة، والرقم 5 الذي يعبر عن الموافقة المطلقة عليها، في حين يعبر الرقم 3 عن حيادية المقياس.

وقد تم تقسيم مقياس الدراسة الخماسي إلى ثلاث فئات لغاية التحليل الاحصائي حيث يعكس المدى [1- 2.32] درجة الموافقة والرضا المتدنية، وال المدى [2.33- 3.66] درجة الموافقة والرضا المتوسطة، أما المدى [3.67- 5] فيعكس درجة الموافقة والرضا العالية.

ويلاحظ هنا أن طول المدى المستخدم هو 1.33 وقد حسب المدى على أساس أن الأرقام من واحد إلى خمسة تحصر أربع مسافات ونحن نحتاج ثلاثة مسافات فقط وبالتالي قسمنا (4/3) لنحصل على طول المدى المناسب.

2. اختبار أداة الدراسة:

أ. صدق أداة الدراسة:

للتأكد من صدق الاستبيان تم عرضه على بعض الأساتذة بالمركز الجامعي لميلة لتحكيمه وقد تم اجراء بعض التعديلات اللازمة على الاستبيان وفق ملاحظاتهم و مقترحاتهم لجعل الأداة أكثر دقة وموضوعية في القياس.

كذلك وزع الاستبيان أداة البحث على مجموعة استطلاعية تجريبية من العاملين بالبنوك التجارية محل الدراسة وأخذت ملاحظاتهم بعين الاعتبار في الصياغة النهائية للاستبيان.

وبذلك أصبح الاستبيان بصورته النهائية وجاهز لعملية التوزيع.

ب. ثبات أداة الدراسة:

أما درجة ثبات الاستبيان فتم التأكد منها وفق قيمة ألفا كرونباخ (Cronbach's Alpha) الذي يدل على مدى تناسق وارتباط عبارات الاستبيان، حيث تعد قيمة ($0.60 < \text{Alpha}$) مقبولة في البحوث الاقتصادية، وقد بلغت قيمتها الإجمالية (0.91) في بحثنا هذا، وتجاوزتها في كل الأبعاد كذلك والجدول التالي يوضح معاملات الثبات لمتغيرات الدراسة.

جدول رقم(09): قيم معاملات الثبات لمتغيرات الدراسة.

المتغير	قيمة الفا
ثقافة البنك حول الصيرفة الإلكترونية	0.82
الخبرة والمؤهلات البنكية للقيام بالصيرفة الإلكترونية	0.65
البنية التحتية للبنك	0.61
الأمن والخصوصية	0.76
الوعي والثقافة المجتمعية للعمليات المصرفية الإلكترونية	0.85
البنية التحتية للإتصالات	0.84
النظام المالي والمصرفي الجزائري	0.61
النظام التجاري والقانوني للصيرفة الإلكترونية	0.84
المتغيرات السابقة معا	0.91

المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على نتائج التحليل الإحصائي.

ثالثا: أساليب تحليل البيانات:

من أجل دراسة وتحليل نتائج الاستبيان الموزع على العاملين بالبنوك العمومية التجارية محل الدراسة، تم الاستعانة ببرمجية الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية الاصدار الثاني والعشرون (22 . Statistical Package For Social Sciences) بالاعتماد على الاساليب والادوات التالية:

- التكرارات والنسب المئوية لإظهار نسب إجابات مفردات عينة الدراسة؛
- المتوسطات الحسابية، لمعرفة درجة موافقة المستجوبين على أسئلة الاستبيان؛
- استخدام الانحراف المعياري، لقياس درجة تشتت قيم إجابات العاملين بالبنوك محل الدراسة عن وسطها الحسابي؛
- اختبار One sample t-test لاختبار الفرضيات.

المطلب الثاني: عينة الدراسة:

أولا: تحديد مجتمع وعينة الدراسة:

اقتصر هذه الدراسة على القطاع البنكي العمومي، وعلى وجه التحديد وكالات ولاية ميله، حيث يتمثل مجتمع الدراسة في كل الموظفين العاملين بهذه الوكالات.

ثانيا: وصف خصائص عينة الدراسة:

مما سبق يتضح لنا أن حجم عينة الدراسة هو 56 موظف موزعين على مختلف الوكالات البنكية بولاية ميله، كما هو موضح في الجدول الآتي:

جدول رقم (10): خصائص أفراد عينة الدراسة.

المتغير	الفئات	التكرارات	النسبة
الجنس	ذكر	39	69.6%
	أنثى	17	30.4%
السن	30 - 21	26	46.4%
	40 - 31	25	44.6%
	50 - 41	4	7.1%
	51 فما فوق	1	1.8%
سنوات الخبرة	أقل من 5 سنوات	22	39.3%
	10 - 5	16	28.6%
	أكثر من 10	18	32.1%

المصدر: من اعداد الطالبة اعتمادا على نتائج التحليل الاحصائي.

تضمن الاستبيان أربعة أسئلة حول البيانات العامة لعينة الدراسة هي: الجنس، الفئة العمرية، المنصب، سنوات الخبرة، ويبين الجدول في أعلى الصفحة نتائج التحليل الخاص بأفراد عينة الدراسة، حيث نلاحظ من الجدول أن نسب 69.6% من المستجوبين كانوا ذكورا، في حين كانت نسبة الإناث منهم 30.4%، كما نلاحظ أن أغلبية المستجوبين شباب حيث سجلنا نسبة 46.4% ممن تتراوح أعمارهم ما بين 30-21 سنة، ونسبة 44.6% ممن تقع أعمارهم ما بين 40-31 سنة، أما النسبة المتبقية فتوزعت بين فئة 50-41 بنسبة 7.1% وفئة أكبر من 50 سنة بنسبة 1.8%.

كما عكس الجدول أيضا توزيعا متساو تقريبا لفئات سنوات الخبرة حيث كانت نسبة الفئة الأولى أقل من خمس سنوات 39.3%، وبنسبة أقل بلغت 28.6% للفئة الوسطى من خمس سنوات إلى عشرة سنوات، وبنسبة أكثر 32.1%، أكثر من 10 سنوات وبهذا يكون غالبية العاملين من عينة البحث يتمتعون بخبرة جيدة تساعدهم على الأداء الجيد وخدمة العميل بشكل أفضل.

أما فيما يخص المسمى الوظيفي أو منصب العمل فقد تنوعت عينة البحث ما بين عمال شبابيك عاديين وعمال رئيسيين، بالإضافة إلى أمناء الصناديق، و رؤساء مصالح ومكلفين بالدراسات ونواب مديرين وموظفين إداريين آخرين.

المبحث الثالث: تحليل نتائج الدراسة واختبار الفرضيات:

سنحاول في هذا المبحث معرفة آراء ومواقف العاملين عينة الدراسة حول مختلف وأهم العوامل المؤثرة في انتشار الصيرفة الإلكترونية في البنوك التجارية محل الدراسة، وهذا حسب ترتيبها في الاستبيان بداية بالمحور الأول المكون من العوامل الداخلية التالية: ثقافة البنك حول الصيرفة الإلكترونية، الخبرة والمؤهلات البنكية للقيام بالصيرفة الإلكترونية، البنية التحتية للبنك، الأمن والخصوصية.

ثم ننتقل للمحور الثاني المكون من العوامل الخارجية التالية: الوعي والثقافة المجتمعية للعمليات المصرفية الإلكترونية، البنية التحتية للاتصالات، النظام المالي والمصرفي الجزائري، وأخيرا النظام التجاري والقانوني للصيرفة الإلكترونية.

المطلب الأول: تحليل نتائج الدراسة الميدانية:

أولا: تحليل نتائج العوامل الداخلية المؤثرة على انتشار الصيرفة الإلكترونية:

1. ثقافة البنك حول الصيرفة الإلكترونية:

يوضح الجدول الموالي التوزيعات التكرارية والنسب المئوية، وقيم الوسط الحسابي والانحرافات المعيارية لعبارات بعد ثقافة البنك حول الصيرفة الإلكترونية وفق آراء العاملين المستجوبين بالبنوك محل الدراسة وهذا ما تبينه النتائج التالية:

جدول رقم (11): نتائج التحليل الاحصائي الوصفي لبعث ثقافة البنك حول الصيرفة الإلكترونية .

الرقم	العبارة	قياس الاستجابة					المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الموافقة	
		موافق تماما	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق تماما				
01	البنك لا يشجع على ممارسة العمل الإلكتروني	1	02	04	22	27	1.71	0.88	منخفضة	
		1.8	3.6	7.1	39.3	48.2				
02	لا توجد داخل البنك ثقافة لنشر وتبادل الخبرات المتراكمة في مجال الأعمال المصرفية الإلكترونية بين الموظفين.	00	11	06	26	13	2.27	1.036	منخفضة	
		00	19.6	10.7	46.4	23.2				
03	لا يهتم البنك بالترويج لخدماته الإلكترونية	00	02	07	26	21	1.82	0.789	منخفضة	
		00	3.6	12.5	46.4	37.5				
04	لا يقوم البنك بتطوير وتحديث خدماته الإلكترونية لزيادة تنافسيته	00	04	09	25	18	1.98	0.884	منخفضة	
		00	7.1	16.1	44.6	32.1				
05	لا يقوم البنك بتقديم خدمات إلكترونية شاملة كما هو الحال بالنسبة للخدمات التقليدية	00	15	08	22	11	2.48	1.095	متوسطة	
		00	26.8	14.3	39.3	19.6				
منخفضة		المتوسط الحسابي العام للعبارات					2.05			

المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على نتائج المعالجة الإحصائية للاستبيان.

الملاحظ من الجدول أعلاه أن اتجاهات أفراد العينة المستجوبة نحو عبارات بعد ثقافة البنك حول الصيرفة الإلكترونية كانت اجمالا ضمن مجال الموافقة المنخفضة، حيث بلغ المعدل العام للمتوسطات الحسابية 2.05 (أكبر من 1 وأقل من 2.33)، وهذا على الرغم من درجة الموافقة المتوسطة المسجلة في العبارة الخامسة التي نصها التالي: " لا يقوم البنك بتقديم خدمات إلكترونية شاملة كما هو الحال بالنسبة للخدمات التقليدية".

حيث قدر متوسطها الحسابي بـ: 2.48، ولكن نسبة الموافقين عليها من العاملين المستجوبين كانت 26.8% فقط، بينما كانت نسبة 14.3% من المستجوبين حيادية و الذين لم تكن لهم رؤيا واضحة عن المتغير المبحوث.

مع تسجيل أدنى قيمة للمتوسط الحسابي 1.71 عند العبارة الأولى أين نجد نسبة مرتفعة من أفراد عينة الدراسة والتي بلغت 87.5% يؤكدون على تشجيع البنك على القيام بالعمل الإلكتروني.

2. الخبرة والمؤهلات البنكية للقيام بالصيرفة الإلكترونية:

اعتمدنا على خمسة (05) عبارات لقياس بعد الخبرة والمؤهلات البنكية للقيام بالصيرفة الإلكترونية في البنوك التجارية محل دراستنا، والجدول التالي يوضح التوزيعات التكرارية والنسب المئوية، وقيم المتوسط الحسابي والانحرافات المعيارية لعبارات هذا البعد، مع درجة الموافقة عليها من طرف العاملين المستجوبين، وهذا ما تبينه النتائج التالية:

جدول رقم (12): نتائج التحليل الإحصائي الوصفي الخاصة ببعد الخبرة والمؤهلات البنكية للقيام بالصيرفة الإلكترونية.

الرقم	العبارة	قياس الاستجابة					المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الموافقة
		غير موافق تماما	غير موافق	محايد	موافق	موافق تماما			
01	لا يملك البنك الخبرة المهنية الكافية لمزاولة الأعمال الإلكترونية	13 23.2	20 35.7	13 23.2	10 35.7	00 00	2.36	1.034	متوسطة
02	يستعين البنك بالخبرات الخارجية لمزاولة الأعمال الإلكترونية	05 8.9	19 33.9	15 26.8	16 28.6	01 1.8	2.80	1.017	متوسطة
03	يوجد جهة أو إدارة مختصة بالبنك تهتم بشكل دوري بالأعمال الإلكترونية للبنك.	01 1.8	08 14.3	05 8.9	38 67.9	04 7.1	3.64	0.883	متوسطة
04	لا يوجد بالبنك برنامج تدريبي لاستخدامات التكنولوجيات البنكية وإجراءات الحماية والأمان المتعلقة بها.	13 23.2	18 32.1	11 19.6	13 23.2	1 1.8	2.48	1.144	متوسطة
05	هناك نقص في الكفاءة والقدرة لتقدير التكاليف والمنافع المتأتية من استخدام العمل الإلكتروني.	09 16.1	18 32.1	11 19.6	18 32.1	00 00	2.68	1.097	متوسطة
		المتوسط الحسابي العام للعبارات					2.79		متوسطة

المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على نتائج المعالجة الإحصائية للاستبيان.

من خلال نتائج الجدول السابق يتضح لنا أن هناك درجة موافقة متوسطة على تأثير الخبرة والمؤهلات البنكية للقيام بالصيرفة الإلكترونية داخل البنوك التجارية محل الدراسة، وهذا ما يؤكد المتوسط الحسابي العام الذي بلغت قيمته 2.79.

و سجلنا أعلى نسبة موافقة متوسطة في العبارة الثالثة والتي تنص على تواجد جهة أو إدارة مختصة بالبنك تهتم بشكل دوري بالأعمال الإلكترونية للبنك بمتوسط حسابي يقدر 3.64. بينما كانت أصغر قيمة للمتوسط الحسابي في العبارة الأولى التي كان مضمونها " لا يملك البنك الخبرة المهنية الكافية لمزاولة الأعمال الإلكترونية " وبلغت 2.36.

3. البنية التحتية للبنك:

تم قياس هذا العنصر من خلال سبعة (07) عبارات، والجدول التالي يوضح التوزيعات التكرارية والنسب المئوية، وقيم المتوسط الحسابي والانحرافات المعيارية لعبارات هذا البعد، مع درجة الموافقة عليها من طرف العاملين المستجوبين بالبنوك محل الدراسة.

جدول رقم (13): نتائج التحليل الاحصائي الوصفي الخاصة ببعد البنية التحتية للبنك.

الرقم	العبارة	قياس الاستجابة						المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الموافقة
		موافق تماما	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق تماما				
01	لا يتوفر البنك على بنية تحتية تقنية كافية لتقديم خدماته الإلكترونية.	00	10	15	21	10	00	0.989	متوسطة	
		00	17.9	26.8	37.5	17.9				
02	الأخطاء والأعطال الفنية والتقنية تحول دون استخدام القنوات الإلكترونية للبنك.	03	16	15	17	05	03	1.083	متوسطة	
		5.4	53.6	23.2	14.3	3.6				
03	بطئ شديد في تحديث وتطوير وصيانة البنى التحتية.	04	18	14	14	06	04	1.144	متوسطة	
		7.1	32.1	25.0	25.0	10.7				
04	يتم مواكبة التطورات التكنولوجية والحصول على أحدث الأجهزة والبرامج	02	26	14	12	02	02	0.958	متوسطة	
		3.6	46.4	25.0	21.4	3.6				
05	تتوافر شبكات إتصال وشبكات إلكترونية تربط البنوك ببعضها البعض	05	29	06	08	08	05	1.243	متوسطة	
		8.9	51.8	10.7	14.3	14.3				
06	يطور البنك أدوات الصيرفة الإلكترونية ويقوم بتحديث خصائصها وقنوات التوزيع المناسبة لها بشكل دوري	03	30	13	08	02	03	0.931	متوسطة	
		5.4	53.6	23.2	14.3	3.6				
07	أجهزة التحويلات وأعداد الموزعات غير منتشر بالشكل المطلوب	08	18	04	23	03	08	1.240	متوسطة	
		14.3	32.1	7.1	41.1	5.4				
متوسطة		المتوسط الحسابي العام						3.05		

المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على نتائج المعالجة الاحصائية للاستبيان.

من خلال نتائج الجدول في الأعلى يتبين لنا بوضوح درجة الموافقة المتوسطة على عبارات بعد البنية التحتية للبنوك التجارية محل الدراسة وأثرها على انتشار الصيرفة الإلكترونية، وهذا ما يبينه المتوسط الحسابي العام للعبارات والذي قدر بـ 3.05.

حيث سجلنا درجة موافقة متوسطة في كل العبارات لكن بدرجات متفاوتة القيمة وقد كانت أعلى نسبة في العبارة السادسة التي مضمونها "يطور البنك أدوات الصيرفة الإلكترونية ويقوم بتحديث خصائصها وقنوات التوزيع المناسبة لها بشكل دوري" التي قدر متوسطها الحسابي بـ: 3.43، مع تسجيل أدنى نسبة للموافقة في العبارة الأولى التي تنص على عدم توفر البنك على بنية تحتية تقنية كافية لتقديم خدماته الإلكترونية والتي بلغ متوسطها الحسابي: 2.45.

4. الأمن والخصوصية:

تمت دراسة وتحليل هذا البعد من خلال خمسة (05) عبارات، مرفقة بتوزيعاتها التكرارية ونسبها المئوية، وقيم متوسطاتها الحسابية، وكذا انحرافات المعيارية، مع درجة الموافقة عليها من طرف العاملين المستجوبين بالبنوك محل الدراسة موضحة في الجدول التالي:

جدول رقم(14) : نتائج التحليل الاحصائي الوصفي الخاصة ببعد الأمن والخصوصية.

الرقم	العبارة	قياس الاستجابة						المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الموافقة
		موافق تماما	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق تماما				
01	لا يتوفر بالبنك السرية والخصوصية في التعاملات البنكية الالكترونية	32 57.1	15 26.8	04 7.1	03 5.4	02 3.6	1.71	1.057	منخفضة	
02	لا توجد أنظمة للرقابة الداخلية للبنك على العمليات المصرفية	24 42.9	26 46.4	04 7.1	01 1.8	04 1.8	1.73	0.820	منخفضة	
03	لا توجد نظم وبرامج متطورة للأمن والحماية من اختراق نظم المعلومات البنكية	23 41.1	17 30.4	10 17.9	05 8.9	01 1.8	2.00	1.062	منخفضة	
04	اجراءات التحقق من هوية الزبون ونظام الأمان غير موثوق به وقابل للاختراق	19 33.9	20 35.7	13 23.2	03 5.4	01 1.8	2.05	0.980	منخفضة	
05	تواجد الموزعات الآلية DAB في أماكن غير آمنة وغير مهياة للاستعمال.	17 30.4	23 41.1	13 23.2	03 5.4	00 00	2.04	0.873	منخفضة	
منخفضة	المتوسط الحسابي العام للعبارات						1.906			

المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على نتائج المعالجة الاحصائية للاستبيان.

تبين النتائج في الجدول أعلاه نسبة موافقة منخفضة لأفراد العينة المستجوبة في البنوك التجارية محل الدراسة لعبارات بعد الأمن والخصوصية وهذا ما تبينه قيمة المتوسط الحسابي العام التي بلغت 1.90.

حيث سجلنا أدنى قيمة موافقة في العبارة الأولى التي تنص على عدم توفر البنك على السرية والخصوصية في التعاملات البنكية الالكترونية وبلغ متوسطها الحسابي 1.71، تليها العبارة الثانية بمتوسط حسابي قدره 1.73 ونصها التالي: " لا توجد أنظمة للرقابة الداخلية للبنك على العمليات المصرفية ".

أما في العبارات المتبقية فكانت نسب الموافقة فيها تقريبا متساوية بمتوسطات حسابية بلغت قيمتها على التوالي 2.00 بالنسبة للعبارة الثالثة التي نصها: " لا توجد نظم وبرامج متطورة للأمن والحماية من اختراق نظم المعلومات البنكية" و 2.05 بالنسبة للعبارة الرابعة التي نصها: " اجراءات التحقق من هوية الزبون ونظام الأمان غير موثوق به وقابل للاختراق" و 2.04 بالنسبة للعبارة الأخيرة والتي نصها: " تواجد الموزعات الآلية DAB في أماكن غير آمنة وغير مهيأة للاستعمال.

ثانيا: تحليل نتائج العوامل الخارجية المؤثرة على انتشار الصيرفة الإلكترونية:

1. الوعي والثقافة المجتمعية للعمليات المصرفية الإلكترونية:

تم قياس هذا المتغير من خلال أربعة (04) عبارات، والجدول التالي يوضح التوزيعات التكرارية والنسب المئوية، وقيم المتوسط الحسابي والانحرافات المعيارية لعبارات هذا البعد، مع درجة الموافقة عليها من طرف العاملين المستجوبين بالبنوك محل الدراسة.

جدول رقم (15): نتائج التحليل الاحصائي الوصفي الخاصة ببعد الوعي والثقافة المجتمعية للعمليات المصرفية الإلكترونية.

الرقم	العبارة	قياس الاستجابة						المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الموافقة
		موافق تماما	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق تماما				
01	الزبائن ليس لديهم المعرفة والمهارة الكافية للاستفادة من الخدمات البنكية الإلكترونية عبر قنواتها المختلفة.	04	37	03	09	03	3.54	1.026	متوسطة	
		7.1	66.1	5.4	16.1	5.4				
02	الزبائن لا يملكون وسائل تقنية لاستفادة من الخدمات البنكية الإلكترونية.	03	28	09	12	04	3.25	1.083	متوسطة	
		5.4	50.0	16.1	21.4	7.1				
03	لا توجد ثقة كبيرة للزبائن في الخدمات البنكية الإلكترونية.	07	23	14	08	04	3.38	1.105	متوسطة	
		12.5	41.1	25.0	14.3	7.1				
04	يفضل الزبائن الخدمات التقليدية على الخدمات الإلكترونية	11	29	07	08	01	3.73	1.000	مرتفعة	
		19.6	51.8	12.5	14.3	1.8				
متوسطة		المتوسط الحسابي العام للعبارات						3.45		

المصدر: من إعداد الطلبة اعتمادا على نتائج المعالجة الاحصائية للاستبيان.

تظهر نتائج الجدول السابق أن هناك درجة موافقة متوسطة حول تمتع العملاء والأفراد بصفة عامة بثقافة صيرفة الكترونية تجعلهم يقبلون بشكل كبير على الخدمات الإلكترونية المقدمة من طرف البنوك التجارية محل الدراسة، حيث بلغ المتوسط العام لعبارات هذا البعد 3.45.

حيث سجلنا من خلال نتائج الجدول السابق درجة موافقة متوسطة لكل العبارات لكن بمتوسطات متفاوتة القيمة، حيث كانت أدنى درجة عند العبارة الثانية التي نصها: "الزبائن لا يملكون وسائل تقنية لاستفادة من الخدمات البنكية الإلكترونية بمتوسط حسابي قدره: 3.25.

أما أعلى درجة موافقة فكانت في العبارة الرابعة التي نصها التالي: "يفضل الزبائن الخدمات التقليدية على الخدمات الإلكترونية" حيث بلغت قيمة متوسطها الحسابي 3.73.

2. البنية التحتية للاتصالات في الجزائر:

قمنا بتخصيص أربعة (04) عبارات لقياس أنشطة داخل البنوك التجارية محل دراستنا، مرفقة بتوزيعاتها التكرارية ونسبها المئوية، وقيم متوسطاتها الحسابية، وكذا انحرافات المعيارية، مع درجة الموافقة عليها من طرف العاملين المستجوبين بالبنوك موضحة في الجدول التالي:

جدول رقم (16): نتائج التحليل الاحصائي الوصفي الخاصة ببعده البنية التحتية للاتصالات.

الرقم	العبارة	قياس الاستجابة						المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الموافقة
		غير موافق تماما	غير موافق	محايد	موافق	موافق تماما				
01	الأسعار وتكلفة الاتصال غير مشجعة لاعتماد الخدمات البنكية الالكترونية.	11	18	10	15	02	2.63	1.184	متوسطة	
	%	19.6	32.1	17.9	26.8	3.6				
02	خدمات شركات الاتصال بالجزائر لا تلي حاجات ومتطلبات التجارة والأعمال عبر الانترنت والوسائط المختلفة.	06	11	13	22	04	3.13	1.145	متوسطة	
	%	10.7	19.6	23.2	39.3	7.1				
03	بطئ خدمة الانترنت من قبل المزودين تعيق انتشار الخدمات البنكية الالكترونية.	04	11	08	27	06	3.36	1.135	متوسطة	
	%	7.1	19.6	14.3	48.2	10.7				
04	صعوبة الحصول على مواقع للتجارة الالكترونية وإدارتها بما يساير التطورات العالمية الجديدة.	04	05	15	24	08	3.48	1.079	متوسطة	
	%	7.1	8.9	26.8	42.9	14.3				
		المتوسط الحسابي العام للعبارات						3.15		متوسطة

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على المعالجة الإحصائية للاستبيان.

تبين النتائج في الجدول أعلاه نسبة موافقة متوسطة لأفراد العينة المستجوبة في البنوك التجارية محل الدراسة لعبارات بعد البنية التحتية للاتصالات، وهذا ما تبينه قيمة المتوسط الحسابي العام التي بلغت 3.15.

كما تعكس ذلك نسبة الموافقة المتوسطة في كل عبارات هذا البعد، حيث بلغت نسبة المتوسط الحسابي للعبارة الرابعة 3.48 التي نصها كالتالي "صعوبة الحصول على مواقع للتجارة الإلكترونية وإدارتها بما يساير التطورات العالمية الجديدة وهي أعلى قيمة للمتوسطات الحسابية، تليها قيمة العبارة الثالثة التي بلغت قيمتها 3.36 والتي نصها كالتالي: "بطئ خدمة الانترنت من قبل المزودين تعيق انتشار الخدمات البنكية الالكترونية"، تليها العبارة الثانية التي تنص على أن: "خدمات شركات

الاتصال بالجزائر لا تلبى حاجات ومتطلبات التجارة الإلكترونية والأعمال عبر شبكة الأنترنت والوسائط المختلفة وبلغت قيمة متوسط حسابها 3.13 .

أما آخر عبارة من حيث الترتيب هي العبارة الأولى وتتص على أن الأسعار وتكلفة الاتصال غير مشجعة لاعتماد الخدمات البنكية الإلكترونية، بمتوسط حسابي قيمته 2.63.

3. النظام المالي والمصرفي الجزائري:

قمنا بتخصيص خمسة (05) عبارات لقياس أنشطة داخل البنوك التجارية محل دراستنا، مرفقة بتوزيعاتها التكرارية ونسبها المئوية، وقيم متوسطاتها الحسابية، وكذا انحرافات المعيارية، مع درجة الموافقة عليها من طرف العاملين المستجوبين بالبنوك موضحة في الجدول التالي:

جدول رقم (17): نتائج التحليل الإحصائي الوصفي الخاصة ببعده النظام المالي والمصرفي الجزائري.

الرقم	العبارة	قياس الاستجابة							المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الموافقة	
		غير موافق تماما	غير موافق	محايد	موافق	موافق تماما	موافق	موافق تماما				
01	النظام المصرفي الجزائري لا يشجع على القيام بالتجارة والأعمال الإلكترونية.	08	12	11	20	05	14.3	21.4	3.04	1.235	متوسطة	
02	بعد القطاع المالي والمصرفي الجزائري عن المنافسة والانفتاح على العالم الخارجي.	03	11	05	25	12	5.4	19.6	3.57	1.189	متوسطة	
03	قلة فتح الحسابات البنكية بالعملة الصعبة في الجزائر.	17	23	03	12	01	30.4	41.1	2.23	1.160	منخفضة	
04	خصوصية البطاقة البنكية الدولية وعدم تداولها في السوق الجزائرية.	04	04	16	25	07	7.1	7.1	3.48	1.044	متوسطة	
05	النظام المصرفي الجزائري لا يدعم البنوك ولا يشجعها لتقديم منتجاتها الإلكترونية.	04	17	23	11	01	7.1	30.4	2.79	0.909	متوسطة	
متوسطة	المتوسط الحسابي العام للعبارات							3.02				

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على المعالجة الإحصائية للاستبيان.

من خلال نتائج الجدول أعلاه نجد أن المتوسط الحسابي العام قدر بـ: 3.02، و هذا يدل على الموافقة المتوسطة لأفراد عينة البحث لعبارات بعد النظام المالي والمصرفي الجزائري، حيث سجلنا أعلى درجة موافقة في العبارة الثانية بمتوسط حسابي بلغت قيمته 3.57، والتي تنص على بعد القطاع المالي والمصرفي الجزائري عن المنافسة والانفتاح على العالم الخارجي.

بينما سجلنا أقل درجة موافقة في العبارة الثالثة مقارنة بباقي العبارات الأخرى والتي تنص على قلة فتح الحسابات البنكية بالعملة الصعبة في الجزائر وقدر متوسطها الحسابي بـ: 2.23.

كما سجلنا أيضا درجات موافقة متوسطة في العبارات المتبقية بمتوسطات حسابية قدرت على الترتيب 3.48 في العبارة الرابعة التي نصها: " خصوصية البطاقة البنكية الدولية وعدم تداولها في السوق الجزائرية"، 3.04 في العبارة الأولى التي نصها: " النظام المصرفي الجزائري لا يشجع على القيام بالتجارة والأعمال الإلكترونية، وأخيرا 2.79 في العبارة الخامسة التي تنص على أن: " النظام المصرفي الجزائري لا يدعم البنوك ولا يشجعها لتقديم منتجاتها الإلكترونية".

4. النظام التجاري والقانوني للصيرفة الإلكترونية: نتائج هذا البعد موضحة في الجدول الموالي:

جدول رقم (18): نتائج التحليل الإحصائي الوصفي الخاصة ببعده النظام التجاري والقانوني للصيرفة الإلكترونية.

الرقم	العبارة	قياس الاستجابة						المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الموافقة
		موافق تماما	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق تماما				
01	النظام التجاري بالجزائر لا يشجع القيام بالأعمال والتجارة الإلكترونية	14 5.4	23 41.4	15 26.8	06 10.7	09 16.1	09 16.1	3.09	1.180	متوسطة
02	لا توجد أسواق إفتراضية معتمدة بالجزائر تشجع الأعمال والتجارة الإلكترونية	08 14.3	33 58.9	06 10.7	04 7.1	05 8.9	05 8.9	3.43	1.059	متوسطة
03	البيئة التجارية لا تشجع الزبائن على التعامل بوسائل الدفع الإلكتروني.	08 14.3	29 51.8	13 23.2	04 7.1	02 3.6	02 3.6	3.63	0.105	متوسطة
04	الحصول على سجل تجاري وتراخيص اعتماد التجارة عبر الانترنت غير متاح.	03 3.6	17 30.4	18 32.1	11 19.6	07 12.5	07 12.5	3.66	1.940	متوسطة
05	طول وتعقيد اجراءات الحصول على التراخيص لاعتماد الموزعات الآلية TPE لدى التجار ومقدمي الخدمات.	01 1.8	05 8.9	20 35.7	25 44.6	05 8.9	05 8.9	2.93	1.086	متوسطة
06	لا توجد قوانين لحماية البنك عند حدوث أي خطأ أو مخالفة في استعمال التكنولوجيا البنكية.	02 3.6	08 14.3	18 32.1	22 39.3	25 44.6	25 44.6	2.50	0.853	متوسطة
07	لا توجد قوانين لحماية الزبون من مخاطر استعمال التكنولوجيا البنكية الحديثة.	02 3.6	08 14.3	18 32.1	22 39.9	06 10.7	06 10.7	2.61	0.985	متوسطة
08	لا توجد قوانين وتشريعات لتقنين الأعمال الإلكترونية والتنظيم القانوني للبطاقات البنكية.	02 3.6	06 10.7	20 35.7	23 41.1	05 8.9	05 8.9	2.59	0.930	متوسطة
متوسطة		المتوسط الحسابي العام						3.05		

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على المعالجة الإحصائية للاستبيان.

من خلال نتائج الجدول أعلاه يتبين لنا درجة الموافقة المتوسطة على عبارات النظام التجاري والقانوني للصيرفة الالكترونية في الجزائر، حيث سجلنا متوسط حسابي عام لمختلف العبارات قدر بـ: 3.05.

من نتائج الجدول أعلاه سجلنا أعلى قيمة للمتوسط الحسابي والتي بلغت 3.66 عند العبارة الرابعة التي تنص على عدم امكانية الحصول على سجل تجاري وتراخيص اعتماد التجارة الخارجية عبر الأنترنت، تليها العبارة الثالثة التي كان مضمونها " البيئة التجارية لا تشجع الزبائن على التعامل بوسائل الدفع الإلكتروني "، بمتوسط حسابي قدره 3.63، أما العبارة الثانية فقد بلغت قيمة متوسطها 3.43 ونصها: " لا توجد أسواق افتراضية معتمدة بالجزائر تشجع الأعمال والتجارة الإلكترونية". في حين سجلنا في العبارة الأولى المتعلقة بعدم تشجيع النظام التجاري الجزائري على القيام بالأعمال والتجارة الإلكترونية متوسطا حسابيا قدر بـ: 3.09.

أما العبارات الأخرى المتبقية لهذا البعد فقد كانت بدرجات موافقة متوسطة ولكن بقيم متوسطات منخفضة (أقل من 3)، وهذا ما سجلناه في كل من العبارة الخامسة العبارة الخامسة التي مضمونها " طول وتعقيد إجراءات الحصول على التراخيص لاعتماد الموزعات الآلية TPE لدى التجار ومقدمي الخدمات" بمتوسط حسابي يقدر بـ: 2.93.

كذلك العبارة السابعة التي نصها التالي: " لا توجد قوانين لحماية الزبون من مخاطر استعمال التكنولوجيا البنكية الحديثة " بمتوسط قيمته 2.61، تليها العبارة الثامنة تقريبا بنفس القيمة و هي 2.59 وهي تدل أيضا على درجة موافقة متوسطة حيث نص مضمون العبارة التالي: " لا توجد قوانين وتشريعات لتقنين الأعمال الالكترونية والتنظيم القانوني للبطاقات البنكية"، أما بالنسبة لأدنى قيمة للمتوسط الحسابي لفقرات هذا البعد فقد قدرت بـ: 2.50، وهذا عند العبارة الخامسة التي مضمونها " طول وتعقيد إجراءات الحصول على التراخيص لاعتماد الموزعات الآلية TPE لدى التجار ومقدمي الخدمات".

المطلب الثاني: اختبار فرضيات الدراسة:

من أجل اختبار صحة فرضيات الدراسة سواء الرئيسة منها أو الفرعية اعتمدنا على قيمة المتوسطات الحسابية وكذا اختبار (t-test) للعينة الواحدة، مع العلم أن التحليل الاحصائي واختبار فرضيات الدراسة سوف يعتمد على قاعدة قرار مفادها: " ترفض الفرضية الصفرية إذا كانت قيمة $(\alpha < 0.05)$ وتقبل الفرضية البديلة، بينما تقبل الفرضية الصفرية إذا كانت قيمة الفا أكبر من (0.05) وترفض الفرضية البديلة.

أولاً: اختبار الفرضية الرئيسية الأولى:

على ضوء التحليل السابق في المطلب الأول يمكن اختبار صحة الفرضية الرئيسية الأولى والتي تنص على: " لا يوجد أثر ذو دلالة احصائية للعوامل الداخلية للبنك متمثلة في ثقافة البنك حول الصيرفة الإلكترونية، الخبرة والمؤهلات البنكية للقيام بالصيرفة الإلكترونية، البنية التحتية للبنك، الأمن والخصوصية على انتشار الصيرفة الإلكترونية في البنوك التجارية محل الدراسة عند مستوى معنوية ($\alpha < 0.05$)".

حيث تبين لنا أن هناك تأثير لهذه العوامل الداخلية المذكورة في الفرضية الرئيسية الأولى مجتمعة في تبني وانتشار الصيرفة الإلكترونية في البنوك التجارية محل الدراسة بدرجة متوسط، فقد بلغت قيمة المتوسط الحسابي العام لكل عبارات محور العوامل الداخلية المؤثرة في انتشار الصيرفة الإلكترونية (2.44)، وهذا رغم درجة الموافقة المنخفضة المسجلة في البعد الأخير الخاص بالأمن والخصوصية كما هو موضح في الجول التالي.

جدول رقم (19): نتائج التحليل الاحصائي الخاصة بالمتوسطات الحسابية وقيم T لأبعاد المحور الثاني من الاستبيان.

الرقم	العبارة	المتوسط الحسابي	قيمة T المحسوبة	مستوى المعنوية sig
01	ثقافة البنك حول الصيرفة الإلكترونية	2.05	21.164	0.000
02	الخبرة والمؤهلات البنكية للقيام بالصيرفة الإلكترونية	2.79	30.976	0.000
03	البنية التحتية التقنية للبنك	3.05	20.569	0.000
04	الأمن والخصوصية	1.90	20.569	0.000
05	جميع الفقرات	2.44	23.031	0.000

المصدر: من إعداد الطالبة بناء على التحليل الإحصائي للاستبيان.

كما تبين نتائج الجول السابق أيضا قيمة T المعنوية التي بلغت صفر (0.00) في كل أبعاد محور العوامل الداخلية (ثقافة البنك حول الصيرفة الإلكترونية، الخبرة والمؤهلات البنكية للقيام بالصيرفة الإلكترونية، البنية التحتية للبنك، الأمن والخصوصية) المؤثرة في انتشار الصيرفة الإلكترونية وهي أقل من مستوى الدلالة المعتمد لأغراض الدراسة (0.05) وهذا ما يؤكد معنوية عبارات أبعاد العوامل الداخلية وأثرها على انتشار الصيرفة في البنوك التجارية محل الدراسة وإن كان بنسب متوسطة على المستوى العام.

ومما سبق نرفض الفرضية الصفرية ونقبل الفرضية البديلة أي يوجد تأثير ذو دلالة احصائية للعوامل الداخلية المتمثلة في ثقافة البنك حول الصيرفة الإلكترونية، الخبرة والمؤهلات البنكية

للقيام بالصيرفة الإلكترونية، البنية التحتية للبنك، الأمن والخصوصية على انتشار الصيرفة الإلكترونية في البنوك التجارية محل الدراسة" عند مستوى معنوية ($\alpha < 0.05$).

1. اختبار صحة الفرضية الفرعية الأولى: والتي تقول: "لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لثقافة

البنك حول الصيرفة الإلكترونية على انتشار الصيرفة الإلكترونية في البنوك التجارية محل

الدراسة عند مستوى معنوية ($\alpha < 0.05$)".

وللتأكد من صحة هذه الفرضية الفرعية نقوم باختبار (t-test) للعينة الواحدة، مدعوما

نتائج المتوسطات الحسابية والذي تظهر نتائجه في الجدول التالي:

جدول رقم (20): نتائج اختبار T لبعث ثقافة البنك حول الصيرفة الإلكترونية وأثره في انتشار

الصيرفة الإلكترونية.

الرقم	العبارة	المتوسط الحسابي	قيمة T المحسوبة	مستوى المعنوية sig
01	البنك لا يشجع على ممارسة العمل الإلكتروني.	1.71	14.437	0.000
02	لا توجد داخل البنك ثقافة لنشر وتبادل الخبرات المتراكمة في مجال الأعمال المصرفية الإلكترونية بين الموظفين.	2.27	16.388	0.000
03	لا يهتم البنك بالترويج لخدماته الإلكترونية.	1.82	17.282	0.000
04	لا يقوم البنك بتطوير وتحديث خدماته الإلكترونية لزيادة تنافسيته.	1.98	16.779	0.000
05	لا يقوم البنك على تقديم خدمات إلكترونية شاملة كما هو الحال بالنسبة للخدمات التقليدية.	2.48	16.959	0.000
	جميع العبارات معا	2.05	16.369	0.000

المصدر: من إعداد الطالبة بناء على التحليل الإحصائي للاستبيان

تبين نتائج الجول السابق متوسط حسابي إجمالي لكل الفقرات يقدر بـ: 2.05، كما تبين النتائج أعلاه أيضا قيمة T المعنوية التي بلغت صفر (0.00) في كل عبارات بعد ثقافة البنك حول الصيرفة الإلكترونية، وهي أقل من مستوى الدلالة المعتمد لأغراض الدراسة (0.05) وهذا ما يؤكد معنوية عبارات هذا العبد وأثره على انتشار الصيرفة في البنوك التجارية محل الدراسة وإن كان بنسبة عامة منخفضة.

ومما سبق نرفض الفرضية الصفرية ونقبل الفرضية البديلة أي يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لثقافة البنك حول الصيرفة الإلكترونية على انتشار الصيرفة الإلكترونية في البنوك التجارية محل الدراسة عند مستوى معنوية ($\alpha < 0.05$)".

2. اختبار صحة الفرضية الفرعية الثانية: والتي تقول: "لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للخبرة والمؤهلات البنكية للقيام بالصيرفة الإلكترونية على انتشار الصيرفة الإلكترونية في البنوك التجارية محل الدراسة عند مستوى معنوية ($\alpha < 0.05$)".

وللتأكد من صحة هذه الفرضية الفرعية نقوم باختبار (t-test) للعينة الواحدة، مدعوماً بنتائج المتوسطات الحسابية والذي تظهر نتائجه في الجدول التالي:

جدول رقم (21): نتائج اختبار T لبعد الخبرة والمؤهلات البنكية للقيام بالصيرفة الإلكترونية وأثره في انتشار الصيرفة الإلكترونية.

الرقم	العبارة	المتوسط الحسابي	قيمة T المحسوبة	مستوى المعنوية Sig
01	لا يملك البنك الخبرة المهنية الكافية لمزاولة الأعمال الإلكترونية.	2.68	17.054	0.000
02	يستعين البنك بالخبرات الخارجية لمزاولة الأعمال الإلكترونية.	2.36	20.638	0.000
03	يوجد جهة أو إدارة مختصة تهتم بشكل دوري بالأعمال الإلكترونية للبنك	2.80	30.882	0.000
04	لا يوجد بالبنك برنامج تدريبي لاستخدامات التكنولوجيات البنكية وإجراءات الحماية والأمان المتعلقة بها.	3.64	16.236	0.000
05	هناك نقص في الكفاءة والقدرة لتقدير التكاليف والمنافع المتأتية من استخدام العمل الإلكتروني	2.48	18.268	0.000
	جميع العبارات معا	2.79	20.615	0.000

المصدر: من إعداد الطالبة بناء على التحليل الإحصائي للاستبيان

من خلال الجدول أعلاه يتبين أن المتوسط الحسابي العام هو 2.79، كما تبين النتائج أعلاه أيضا قيمة T المعنوية التي بلغت صفر (0.00) في كل عبارات بعد ثقافة البنك حول الصيرفة الإلكترونية، وهي أقل من مستوى الدلالة المعتمد لأغراض الدراسة (0.05) وهذا ما يؤكد معنوية عبارات هذا العبد وأثره على انتشار الصيرفة في البنوك التجارية محل الدراسة وإن كان بنسبة عامة منخفضة.

ومما سبق نرفض الفرضية الصفرية ونقبل الفرضية البديلة أي يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لعامل الخبرة والمؤهلات البنكية على انتشار الصيرفة الإلكترونية في البنوك التجارية محل الدراسة عند مستوى معنوية ($\alpha < 0.05$)".

3. اختبار صحة الفرضية الفرعية الثالثة: والتي تقول: "لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للبنية التحتية للبنك على انتشار الصيرفة الإلكترونية في البنوك التجارية محل الدراسة عند مستوى معنوية ($\alpha < 0.05$)".

وللتأكد من صحة هذه الفرضية الفرعية نقوم باختبار (t-test) للعينة الواحدة، مدعوماً بنتائج المتوسطات الحسابية والذي تظهر نتائجه في الجدول التالي:
جدول رقم (22): نتائج اختبار T لبعد البنية التحتية وأثره في انتشار الصيرفة الإلكترونية.

الرقم	العبارة	المتوسط الحسابي	قيمة T المحسوبة	مستوى المعنوية SIG
01	لا يتوفر البنك على بنية تحتية تقنية كافية لتقديم خدماته الإلكترونية.	2.45	18.504	0.000
02	الأخطاء والأعطال الفنية والتقنية تحول دون استخدام القنوات الإلكترونية للبنك.	2.91	20.105	0.000
03	بطئ شديد في تحديث وتطوير وصيانة البنى التحتية.	3.00	19.621	0.000
04	يتم مواكبة التطورات التكنولوجية والحصول على أحدث الأجهزة والبرامج	3.25	25.381	0.000
05	تتوافر شبكات إتصال وشبكات إلكترونية تربط البنوك ببعضها البعض	3.27	27.381	0.000
06	يطور البنك أدوات الصيرفة الإلكترونية ويقوم بتحديث خصائصها وقنوات التوزيع المناسبة لها بشكل دوري	3.43	27.546	0.000
07	أجهزة التحويلات وأعداد الموزعات غير منتشر بالشكل المطلوب	3.09	18.645	0.000
	جميع العبارات معا	3.05	20.569	0.000

المصدر: من إعداد الطالبة بناء على التحليل الإحصائي للاستبيان.

من خلال الجدول أعلاه يتبين أن المتوسط الحسابي العام هو 2.79، كما تبين النتائج أعلاه أيضا قيمة T المعنوية التي بلغت صفر (0.00) في كل عبارات بعد ثقافة البنك حول الصيرفة الإلكترونية، وهي أقل من مستوى الدلالة المعتمد لأغراض الدراسة (0.05) وهذا ما يؤكد معنوية عبارات هذا العبد وأثره على انتشار الصيرفة في البنوك التجارية محل الدراسة وإن كان بنسبة عامة منخفضة.

ومما سبق نرفض الفرضية الصفرية ونقبل الفرضية البديلة أي يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لعامل الخبرة والمؤهلات البنكية على انتشار الصيرفة الالكترونية في البنوك التجارية محل الدراسة عند مستوى معنوية ($\alpha < 0.05$).

4. اختبار صحة الفرضية الفرعية الرابعة: والتي تقول: "لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للأمن والخصوصية على انتشار الصيرفة الالكترونية في البنوك التجارية محل الدراسة عند مستوى معنوية ($\alpha < 0.05$)".

وللتأكد من صحة هذه الفرضية الفرعية نقوم باختبار (t-test) للعينة الواحدة، مدعوماً بنتائج المتوسطات الحسابية والذي تظهر نتائجه في الجدول التالي:

جدول رقم (23): نتائج اختبار T لبعده الأمن والخصوصية وأثره في انتشار الصيرفة الالكترونية.

الرقم	العبارة	المتوسط الحسابي	قيمة T المحسوبة	مستوى المعنوية SIG
01	لا يتوفر بالبنك السرية والخصوصية في التعاملات البنكية الالكترونية	1.71	12.139	0.000
02	لا توجد أنظمة للرقابة الداخلية للبنك على العمليات المصرفية	1.73	15.807	0.000
03	لا توجد نظم وبرامج متطورة للأمن والحماية من اختراق نظم المعلومات البنكية	2.00	14.096	0.000
04	اجراءات التحقق من هوية الزبون ونظام الأمان غير موثوق به وقابل للاختراق	2.05	15.676	0.000
05	تواجد الموزعات الآلية DAB في أماكن غير آمنة وغير مهيأة للاستعمال	2.04	17.448	0.000
	جميع العبارات معا	1.906	20.569	

المصدر: من إعداد الطالبة بناء على التحليل الإحصائي للاستبيان

من خلال الجدول أعلاه يتبين أن المتوسط الحسابي العام هو 2.79، كما تبين النتائج أعلاه أيضا قيمة T المعنوية التي بلغت صفر (0.00) في كل عبارات بعد ثقافة البنك حول الصيرفة الإلكترونية، وهي أقل من مستوى الدلالة المعتمد لأغراض الدراسة (0.05) وهذا ما يؤكد معنوية عبارات هذا العبد وأثره على انتشار الصيرفة في البنوك التجارية محل الدراسة وإن كان بنسبة عامة منخفضة.

ومما سبق نرفض الفرضية الصفرية ونقبل الفرضية البديلة أي يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لعامل للأمن والخصوصية على انتشار الصيرفة الالكترونية في البنوك التجارية محل الدراسة عند مستوى معنوية ($\alpha < 0.05$).

ثانيا: إختبار الفرضية الرئيسية الثانية:

على ضوء التحليل السابق في المطلب الأول من هذا المبحث الثاني يمكن إختبار صحة الفرضية الرئيسة الثانية والتي تنص على: " لا يوجد أثر ذو دلالة احصائية للعوامل الخارجية للبنك المتمثلة في الوعي والثقافة المجتمعية للعمليات المصرفية الإلكترونية، البنية التحتية للاتصالات، النظام المالي والمصرفي الجزائري، النظام التجاري والقانوني الجزائري على انتشار الصيرفة الإلكترونية في البنوك التجارية محل الدراسة عند مستوى معنوية ($\alpha < 0.05$)".

حيث تبين لنا أن هناك تأثير لهذه العوامل الخارجية المذكورة في الفرضية الرئيسة الثانية مجتمعة على تبني وانتشار الصيرفة الإلكترونية في البنوك التجارية محل الدراسة بدرجة متوسطة، فقد بلغت قيمة المتوسط الحسابي العام لكل عبارات محور العوامل الخارجية المؤثرة على انتشار الصيرفة الإلكترونية (3.16)، وهذا ما هو موضح في الجول التالي.

جدول رقم (24): نتائج التحليل الاحصائي الخاصة بالمتوسطات الحسابية وقيم T لأبعاد المحور الثالث من الاستبيان.

الرقم	العبرة	المتوسط الحسابي	T	مستوى المعنوية sig
1	الوعي والثقافة المجتمعية للعمليات المصرفية الإلكترونية	3.45	29.495	0.000
2	البنية التحتية للاتصالات	3.15	25.153	0.000
3	النظام المالي والمصرفي الجزائري	3.02	29.580	0.000
4	النظام التجاري والقانوني للصيرفة الإلكترونية	3.05	31.569	0.000
	جميع العبارات معا	3.16	28.949	0.000

المصدر: من إعداد الطالبة بناء على التحليل الإحصائي للاستبيان.

تبين نتائج الجول السابق أن قيمة T المعنوية بلغت صفر (0.00) في كل أبعاد محور العوامل الخارجية (التمثلة في الوعي والثقافة المجتمعية للعمليات المصرفية الإلكترونية، والبنية التحتية للاتصالات، والنظام المالي والمصرفي الجزائري، النظام التجاري والقانوني الجزائري) المؤثرة على انتشار الصيرفة الإلكترونية وهي أقل من مستوى الدلالة المعتمد لأغراض الدراسة (0.05) وهذا ما يؤكد معنوية عبارات أبعاد العوامل الخارجية وأثرها على انتشار الصيرفة في البنوك التجارية محل الدراسة وإن كان بنسب متوسطة على المستوى العام.

ومما سبق نرفض الفرضية الصفرية ونقبل الفرضية البديلة أي يوجد تأثير ذو دلالة احصائية للعوامل الخارجية المتمثلة في الوعي والثقافة المجتمعية للعمليات المصرفية الإلكترونية، والبنية التحتية للاتصالات، والنظام المالي والمصرفي الجزائري، النظام التجاري والقانوني الجزائري على انتشار الصيرفة الإلكترونية في البنوك التجارية محل الدراسة عند مستوى معنوية ($\alpha < 0.05$)".

1. إختبار الفرضية الفرعية الخامسة: والتي نصها: " لا يوجد أثر ذو دلالة احصائية للوعي والثقافة المجتمعية للعمليات المصرفية الإلكترونية على انتشار الصيرفة الالكترونية في البنوك التجارية محل الدراسة عند مستوى معنوية ($\alpha < 0.05$)".
و للتأكد من صحة هذه الفرضية الفرعية نقوم باختبار (t-test) للعينة الواحدة، مدعوماً بنتائج المتوسطات الحسابية والذي تظهر نتائجه في الجدول التالي:
جدول رقم (25): نتائج اختبار T لبعد الوعي والثقافة المجتمعية للعمليات المصرفية الإلكترونية وأثره في انتشار الصيرفة الالكترونية.

الرقم	العبارة	المتوسط الحسابي	قيمة T المحسوبة	مستوى المعنوية SIG
01	الزبائن ليس لديهم المعرفة والمهارة الكافية للاستفادة من الخدمات البنكية الإلكترونية عبر قنواتها المختلفة.	3.54	25.781	0.000
02	الزبائن لا يملكون وسائل تقنية لاستفادة من الخدمات البنكية الإلكترونية.	3.25	22.458	0.000
03	لا توجد ثقة كبيرة للزبائن في الخدمات البنكية الإلكترونية.	3.38	22.862	0.000
04	يفضل الزبائن الخدمات التقليدية على الخدمات الإلكترونية	3.73	27.933	0.000
	جميع العبارات معا	3.45	29.495	0.000

المصدر: من إعداد الطلبة بناء على المعالجة الإحصائية للاستبيان.
من خلال الجدول أعلاه يتبين أن المتوسط الحسابي العام هو 3.45، كما تبين النتائج أعلاه أيضا قيمة T المعنوية التي بلغت صفر (0.00) في كل عبارات بعد ثقافة البنك حول الصيرفة الإلكترونية، وهي أقل من مستوى الدلالة المعتمد لأغراض الدراسة (0.05) وهذا ما يؤكد معنوية عبارات هذا العبد وأثره على انتشار الصيرفة في البنوك التجارية محل الدراسة وإن كان بنسبة عامة متوسطة.

ومما سبق نرفض الفرضية الصفريّة ونقبل الفرضية البديلة أي يوجد أثر ذو دلالة احصائية للوعي والثقافة المجتمعية للعمليات المصرفية الإلكترونية على انتشار الصيرفة الالكترونية في البنوك التجارية محل الدراسة عند مستوى معنوية ($\alpha < 0.05$)".

2. إختبار الفرضية الفرعية السادسة: والتي نصها: " لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للبنية التحتية للاتصالات على انتشار الصيرفة الالكترونية في البنوك التجارية محل الدراسة عند مستوى معنوية $(\alpha < 0.05)$."

جدول رقم (26): نتائج اختبار T لبعد البنية التحتية للاتصالات وأثره في انتشار الصيرفة الالكترونية.

الرقم	العبارة	المتوسط الحسابي	قيمة T المحسوبة	مستوى المعنوية SIG
01	الأسعار وتكلفة الاتصال غير مشجعة لاعتماد الخدمات البنكية الالكترونية.	2.63	16.588	0.000
02	خدمات شركات الاتصال بالجزائر لا تلبي حاجات ومتطلبات التجارة والأعمال عبر الانترنت والوسائط المختلفة	3.13	20.421	0.000
03	بطئ خدمة الانترنت من قبل المزودين تعيق انتشار الخدمات البنكية الالكترونية.	3.36	22.134	0.000
04	صعوبة الحصول على مواقع للتجارة الالكترونية وادارتها بما يساير التطورات العالمية الجديدة.	3.48	24.160	0.000
	جميع العبارات معا	3.15	25.153	0.000

المصدر: من إعداد الطالبة بناء على المعالجة الإحصائية للاستبيان.

من خلال الجدول أعلاه يتبين أن المتوسط الحسابي العام هو 3.15، كما تبين النتائج أعلاه أيضا قيمة T المعنوية التي بلغت صفر (0.00) في كل عبارات بعد ثقافة البنك حول الصيرفة الإلكترونية، وهي أقل من مستوى الدلالة المعتمد لأغراض الدراسة (0.05) وهذا ما يؤكد معنوية عبارات هذا العبد وأثره على انتشار الصيرفة في البنوك التجارية محل الدراسة وإن كان بنسبة عامة متوسطة.

ومما سبق نرفض الفرضية الصفرية ونقبل الفرضية البديلة أي يوجد تأثير ذو دلالة احصائية للبنية التحتية للاتصالات على انتشار الصيرفة الالكترونية في البنوك التجارية محل الدراسة عند مستوى معنوية $(\alpha < 0.05)$."

3. إختبار الفرضية الفرعية السابعة: والتي نصها: " لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للنظام المالي والمصرفي الجزائري على انتشار الصيرفة الالكترونية في البنوك التجارية محل الدراسة عند مستوى معنوية ($\alpha < 0.05$)".

جدول رقم (27): نتائج اختبار T لبعد للنظام المالي والمصرفي الجزائري وأثره في انتشار الصيرفة الالكترونية.

الرقم	العبارة	المتوسط الحسابي	قيمة T المحسوبة	مستوى المعنوية SIG
01	النظام المصرفي الجزائري لا يشجع على القيام بالتجارة والأعمال الإلكترونية.	3.04	18.390	0.000
02	بعد القطاع المالي والمصرفي الجزائري عن المنافسة والانفتاح على العالم الخارجي	3.57	22.484	0.000
03	قلة فتح الحسابات البنكية بالعملة الصعبة في الجزائر.	2.23	14.402	0.000
04	خصوصية البطاقة البنكية الدولية وعدم تداولها في السوق الجزائرية.	3.48	24.952	0.000
05	النظام المصرفي الجزائري لا يدعم البنوك ولا يشجعها لتقديم منتجاتها الإلكترونية.	2.79	22.938	0.000
	جميع العبارات معا	3.02	29.580	0.000

المصدر: من إعداد الطلبة بناء على المعالجة الإحصائية للاستبيان.

من خلال الجدول أعلاه يتبين أن المتوسط الحسابي العام هو 3.02، كما تبين النتائج أعلاه أيضا قيمة T المعنوية التي بلغت صفر (0.00) في كل عبارات بعد ثقافة البنك حول الصيرفة الإلكترونية، وهي أقل من مستوى الدلالة المعتمد لأغراض الدراسة (0.05) وهذا ما يؤكد معنوية عبارات هذا العبد وأثره على انتشار الصيرفة في البنوك التجارية محل الدراسة وإن كان بنسبة عامة متوسطة.

ومما سبق نرفض الفرضية الصفرية ونقبل الفرضية البديلة أي يوجد تأثير ذو دلالة احصائية للنظام المالي والمصرفي الجزائري على انتشار الصيرفة الالكترونية في البنوك التجارية محل الدراسة عند مستوى معنوية ($\alpha < 0.05$)".

4. إختبار الفرضية الفرعية الثامنة: والتي نصها: " لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للنظام التجاري والقانوني الجزائري على انتشار الصيرفة الالكترونية في البنوك التجارية محل الدراسة عند مستوى معنوية ($\alpha < 0.05$)".

جدول رقم (28): نتائج اختبار T لبعء النظام التجاري والقانوني الجزائري وأثره في انتشار الصيرفة الالكترونية.

الرقم	العبارة	المتوسط الحسابي	قيمة T المحسوبة	مستوى المعنوية SIG
01	طول وتعقيد اجراءات الحصول على التراخيص لاعتماد الموزعات الآلية TPE لدى التجار ومقدمي الخدمات.	3.09	19.595	0.000
02	لا توجد أسواق افتراضية معتمدة بالجزائر تشجع الأعمال والتجارة الإلكترونية.	3.43	19.595	0.000
03	البيئة التجارية لا تشجع الزبائن على التعامل بوسائل الدفع الإلكتروني.	3.63	24.221	0.000
04	الحصول على سجل تجاري وتراخيص اعتماد التجارة عبر الانترنت غير متاح.	3.66	29.156	0.000
05	طول وتعقيد اجراءات الحصول على التراخيص لاعتماد الموزعات الآلية TPE لدى التجار ومقدمي الخدمات.	2.93	19.987	0.000
06	لا توجد قوانين لحماية البنك عند حدوث أي خطأ أو مخالفة في استعمال التكنولوجيا البنكية.	2.50	21.937	0.000
07	لا توجد قوانين لحماية الزبون من مخاطر استعمال التكنولوجيا البنكية الحديثة.	2.61	19.808	0.000
08	لا توجد قوانين وتشريعات لتقنين الأعمال الالكترونية والتنظيم القانوني للبطاقات البنكية.	2.59	20.838	0.000
	جميع العبارات معا	3.05	31.56	0.000

المصدر: من إعداد الطالبة بناء على المعالجة الإحصائية للاستبيان.

من خلال الجدول أعلاه يتبين أن المتوسط الحسابي العام هو 3.05، كما تبين النتائج أعلاه أيضا قيمة T المعنوية التي بلغت صفر (0.00) في كل عبارات بعء النظام التجاري والقانوني الجزائري، وهي أقل من مستوى الدلالة المعتمد لأغراض الدراسة (0.05) وهذا ما يؤكد معنوية

عبارات هذا العبد وأثره على انتشار الصيرفة في البنوك التجارية محل الدراسة وإن كان بنسبة عامة متوسطة.

ومما سبق نرفض الفرضية الصفرية ونقبل الفرضية البديلة أي يوجد تأثير ذو دلالة احصائية النظام التجاري والقانوني الجزائري على انتشار الصيرفة الالكترونية في البنوك التجارية محل الدراسة عند مستوى معنوية ($\alpha < 0.05$).

خلاصة الفصل الثالث:

من خلال هذا الفصل الذي خصص لدراسة عينة من البنوك العمومية التجارية الجزائرية شملت (BADR, BDL, CPA) بولاية ميله، من أجل التعرف على العوامل المؤثرة على انتشار الصيرفة الالكترونية تبين لنا ما يلي:

- تقدم البنوك التجارية محل الدراسة مجموعة من الخدمات الالكترونية تتميز بقله التنوع وغير كافية؛
- وجود تأثير للعوامل الداخلية على انتشار الصيرفة الالكترونية بالبنوك العمومية التجارية الجزائرية محل الدراسة بمستوى متوسط على العموم؛
- تعتبر البنية التحتية والتقنية للبنك من العوامل الداخلية الأكثر تأثيرا واعاقه لانتشار الصيرفة الالكترونية بالبنوك العمومية التجارية الجزائرية محل الدراسة؛
- وجود تأثير للعوامل الخارجية على انتشار الصيرفة الالكترونية بالبنوك العمومية التجارية الجزائرية محل الدراسة بمستوى متوسط؛
- يعتبر كل من الوعي والثقافة المجتمعية للعمليات المصرفية الإلكترونية والبنية التحتية للاتصالات من أشد العوامل الخارجية تأثيرا واعاقه لانتشار الصيرفة الالكترونية بالبنوك العمومية التجارية الجزائرية محل الدراسة.

خاتمة

خاتمة:

في ختام هذا البحث الذي حاولنا من خلاله تسليط الضوء على موضوع الصيرفة الإلكترونية كأحد المفاهيم المعاصرة في المؤسسات المالية بصفة عامة، والبنوك التجارية بصفة خاصة، من خلال دراسة ومعالجة إشكالية العوامل المؤثرة على انتشار الصيرفة الإلكترونية في البنوك التجارية العمومية الجزائرية، وضمن هذه الخاتمة سنتطرق إلى:

- أهم النتائج التي توصلنا إليها كخلاصة لدراسة إشكالية العوامل المؤثرة على انتشار الصيرفة الإلكترونية بالبنوك التجارية العمومية محل الدراسة؛
- محاولة تقديم توصيات يمكن العمل بها، والاستفادة منها سواء على مستوى الدراسات العلمية، أو على مستوى الممارسات الفعلية في البنوك التجارية العمومية الجزائرية.

أولاً: نتائج البحث:

لقد توصلنا من خلال بحثنا إلى العديد من النتائج وفق سياق معرفي منهجي مترابط مع الإشكالية محل الدراسة، تلك النتائج نقدمها فيما يلي:

1. النتائج النظرية: ونوردها فيما يلي:

- ✓ إن الصيرفة الإلكترونية أتاحت للمصارف خدمات متطورة استطاعت من خلالها تخفيض تكاليف المصارف، وذلك من خلال تخفيض تكلفة الخدمة المصرفية والسرعة والفعالية، وبدون التنقل إلى المصرف؛
- ✓ لقد تطورت الصيرفة الإلكترونية إلى أن أصبح هناك مصارف تعمل عن بعد أو ما يسمى بالمصارف الإلكترونية، إذ أنه كيان افتراضي مصرفي، مما فتح فرص جديدة للمتعاملين؛
- ✓ تعتبر البنوك الإلكترونية وسيلة هامة لجذب العملاء وللتوسع في تقديم الخدمات؛
- ✓ هناك العديد من التحديات القانونية وغير القانونية تواجه الصيرفة الإلكترونية، كالتوقيع الإلكتروني، إثبات الشخصية، أنظمة الدفع النقدي، المال الرقمي أو الإلكتروني، سرية وأمن المعلومات، أمن المعلومات من مخاطر إجرام التقنية المالية، خصوصية العميل؛
- ✓ تعمل الصيرفة الإلكترونية على زيادة تحسين الإدارة واقتصاد الوقت والتكلفة والاستفادة من خدمات عالية وبتكلفة أقل؛
- ✓ إن تطبيق الخدمات الحديثة في المصارف سيكون له الأثر الأكبر على النشاط الاقتصادي.

2. النتائج التطبيقية:

- يؤكد أغلبية العاملين من عينة البحث على وجود وتوافر ثقافة كافية للعمليات المصرفية الالكترونية بالوكالات البنكية التجارية بولاية ميله، إلا أنه توجد نسبة معتبرة من العاملين (26.8%)، ترى أن ادارة البنك لا تقدم خدمات إلكترونية شاملة كما هو الحال بالنسبة للخدمات التقليدية؛
- يرى العاملون بالوكالات البنكية التجارية بولاية ميله أن الخبرة والمؤهلات البنكية للقيام بالصيرفة الإلكترونية لها تأثير متوسط في انتشار الخدمات المصرفية الالكترونية، فنسبة 42.8% من العاملين المستجوبين يؤكدون على عدم استعانة البنك بالخبرات الخارجية لمزاولة الأعمال الإلكترونية، ونسبة 25% من العاملين يؤكدون أيضا على غياب برنامج تدريبي لاستخدامات التكنولوجيات البنكية وإجراءات الحماية والأمان المتعلقة بها وهذا ما يؤثر على انتشار العمل المصرفي الالكتروني وتطوره؛
- إن الأخطاء والأعطال الفنية والتقنية تحول دون استخدام القنوات الإلكترونية للبنوك التجارية محل الدراسة، بالإضافة إلى بطئ تحديث وتطوير وصيانة البنى التحتية، كما أن أجهزة التحويلات وأعداد الموزعات غير منتشر بالشكل المطلوب مما يؤثر سلبا على انتشار استعمال الخدمات المصرفية الالكترونية؛
- يؤكد أغلبية العاملين من عينة البحث على توافر الأمن والخصوصية في العمليات المصرفية الالكترونية بالوكالات البنكية التجارية بولاية ميله، مما يشجع على الاقبال على خدماتها الالكترونية وانتشارها بشكل أوسع؛
- يرى أغلبية العاملين بالوكالات البنكية التجارية بولاية ميله أن عدم وعي الزبائن وضعف انتشار الثقافة المجتمعية للصيرفة الإلكترونية وعدم تقفهم في التعاملات المصرفية الالكترونية من أهم معوقات انتشار الصيرفة الإلكترونية؛
- يؤكد العاملون عينة البحث في البنوك التجارية محل الدراسة على أن البنية التحتية للاتصالات تعيق من انتشار الأعمال المصرفية الالكترونية، لأن الاسعار مرتفعة والخدمات لا تلبي المتطلبات والاحتياجات الضرورية لتطور وانتشار الصيرفة الالكترونية؛
- يؤثر النظام المالي و المصرفي الجزائري تأثير سلبي على انتشار الصيرفة الالكترونية في البنوك التجارية محل الدراسة فأغلبية العاملين عينة الدراسة يرون أنه لا يشجع على بالتجارة والأعمال الإلكترونية وأنه بعيد عن المنافسة والانفتاح على العالم الخارجي؛

– النظام التجاري بالجزائر لا يشجع القيام بالأعمال والتجارة الإلكترونية فعدم وجود اسواق افتراضية وتراخيص اعتماد التجارة عبر الانترنت غير متاحة وهذا يحد من انتشار الصيرفة الالكترونية.

– تؤكد نسبة معتبرة من المستجوبين بالبنوك محل الدراسة عدم كفاية القوانين والتشريعات لتنظيم الاعمال الالكترونية وحماية البنك والزبون من مخاطر الاعمال الإلكترونية، وهذا يحد ايضا من انتشار الصيرفة الالكترونية.

ثالثا: التوصيات:

من خلال ما توصلت إليه هذه الدراسة من نتائج نظرية وتطبيقية، يمكن تقديم مجموعة من التوصيات نوردتها فيما يلي:

✓ ضرورة القيام بتوفير الأمن والحماية والثقة في البنية المعلوماتية لتشجيع العملاء في الإقبال على العمليات المصرفية الإلكترونية، والتوسع في استخدام شبكات المعلومات التي تساعد في نجاح عملية التغيير واستخدام الصيرفة الإلكترونية.

✓ لا بد أن تضمن البنوك وجود أساليب تدقيق واضحة لكل المعاملات المصرفية الإلكترونية والسجلات والمعلومات؛

✓ ضرورة توافر شبكات اتصال فعالة وشبكات إلكترونية تربط البنوك ببعضها البعض.

✓ يجب أن يطور البنك بنيته التحتية و التقنية باستمرار لتقديم خدمات إلكترونية ترضي العملاء.

✓ ضرورة وجود التدريب الكافي لاستخدامات التكنولوجيا البنكية وإجراءات الحماية والأمان المتعلقة بها؛

✓ ضرورة تحسين خدمات الأنترنت من قبل المزودين لأنها تعيق انتشار الصيرفة الإلكترونية؛

✓ ضرورة قيام البنك بالمساهمة في نشر ثقافة الصيرفة الالكترونية لدى العملاء بصفة عامة وزبائنه لصفة خاصة من خلال الابواب المفتوحة والدعاية والاشهار...؛

✓ توسيع نطاق استخدام أجهزة الصراف الآلي من قبل البنوك التي لا زال نصيبها من إجمالي الأجهزة متواضعا وهذا ما سيساعد على اقبال الزبائن على الخدمات والمنافذ الالكترونية.

✓ ضرورة مواكبة التشريعات الجزائرية للأعمال الالكترونية المتطورة لتنظيمها وتقنينها بالشكل الذي يحمي العميل والبنك معا.

المراجع

أولاً: المراجع باللغة العربية:

1- الكتب:

- إبراهيم بختي: التجارة الالكترونية مفاهيم واستراتيجيات التطبيق المؤسسة، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، ط2، 2002
- أحمد صبحي العيادي: أدوات الاستثمار الإسلامية، دار الفكر ناشرون وموزعون، عمان، ط1، 2010.
- أحمد محمد غنيم: التسويق والتجارة الإلكترونية، المكتبة العصرية للنشر والتوزيع، مصر، 2011.
- أحمد محمود الزامل وآخرون: تسويق الخدمات المصرفية إثراء للنشر والتوزيع، الأردن، ط1، 2012.
- باسم أحمد المبيضين: التجارة الإلكترونية، دار جليس الزمان للنشر والتوزيع، عمان ط1، 2010
- توفيق شنبور: النقود الالكترونية وتأثيرها على دور المصارف المركزية، الجديدة في أعمال المصارف من الوجهتين القانونية و الاقتصادية، أعمال المؤتمر العلمي السنوي لكلية الحقوق، جامعة بيروت العربية، ط1، الجزء الأول، منشورات الحلبي الحقوقية، 2002.
- جعفر حسن جاسم: مقدمة في الاقتصاد الرقمي، دار البداية للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2010.
- جلال عايد الشورى: وسائل الدفع الإلكتروني، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2009
- حسين بن هاني: اقتصاديات النقود والبنوك، دار الكندي للنشر والتوزيع، الأردن، 2003.
- حسين شحادة الحسين: الجديد في أعمال المصارف من الوجهتين القانونية والاقتصادية، أعمال المؤتمر العلمي السنوي لكلية الحقوق، جامعة بيروت العربية، الجديد في التمويل المصرفي، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، 2002، ص: 207.
- خالد أمين عبد الله اسماعيل الطراد: إدارة العمليات المصرفية المحلية والدولية، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2006.
- خبابة عبد الله: الاقتصاد المصرفي، مؤسسة شباب الجامعة، مصر، 2008،
- دريد كامل آيت شبيب: إدارة البنوك المعاصرة، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2012.

- سامر جلدة: البنوك التجارية والتسويق المصرفي، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2011.
- السيد أحمد عبد الخالق: التجارة الإلكترونية والعولمة، منشورات المنظمة العربية، القاهرة، ط2، 2008.
- السيد متولي عبد القادر: اقتصاديات النقود والبنوك، دار الفكر ناشرون وموزعون، عمان، ط1، 2010.
- شاكِر القزويني، محاضرات في اقتصاد البنوك، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1999
- شقيرِي نوري موسى وآخرون: إدارة المخاطر، دار المسيرة للنشر والتوزيع، ط1، 2012.
- صادق راشد الشمري : إدارة المصارف ، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، ط2، 2015.
- الطاهر لطرش: تقنيات البنوك، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2007.
- عبد الهادي النجار، الجديد في أعمال المصارف من الوجهتين القانونية والاقتصادية، أعمال المؤتمر العلمي المستوي لكلية الحقوق، جامعة بيروت العربية، ط1، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، 2002.
- فليح حسن خلف: النقود والبنوك، عالم الكتب الحديث للنشر والتوزيع، عمان، 2006.
- محمد إبراهيم عبيدات: أساسيات التسعير في التسويق المعاصر، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، ط2، 2008.
- محمد عبد الحسين الطائي: التجارة الإلكترونية، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2010
- محمود أحمد أبوفروة: الخدمات البنكية عبر الانترنت، دار الثقافة للنشر والتوزيع، الأردن، ط1، 2009.
- مصطفى كمال السيد الطايل: الصناعة المصرفية في ظل العولمة، اعتماد المصارف العربية، مصر، 2007.
- منير إبراهيم الجنببي: البنوك الإلكترونية، دار الفكر الجامعي، مصر، 2006.
- نادر عبد العزيز شافي: المصارف والنقود الإلكترونية، المؤسسة الحديثة للكتاب، لبنان، ط1، 2007.
- ناظم محمد نوري الشمري، عبد الفتاح زهير العبد اللات: الصيرفة الإلكترونية، الأدوات والتطبيقات ومعوقات التوسع، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2008.

- وسيم محمد الحداد وآخرون: الخدمات المصرفية الإلكترونية، دار الميسر للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2012.
- وصفي عبد الرحمن النعسة: التسويق المصرفي، دار كنوز المعرفة العلمية للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2011.
- يوسف حسن يوسف: المصارف الإلكترونية، المركز القومي للإصدارات القانونية، مصر، ط1، 2011.

2- الرسائل والأطروحات:

- أحمد عبد الله العوضي: العوامل المؤثرة في التسويق والتجارة الإلكترونية، مجلة الاقتصاد والمجتمع، الكويت، العدد6، 2010،
- إياد زكي محمد أبو رحمة: أساليب تنفيذ عمليات التجارة الإلكترونية ونظم التسوية المحاسبية، رسالة ماجستير، كلية التجارة، الجامعة الإسلامية غزة، 2009.
- آيت مبارك سامية: دور التجارة الإلكترونية في تفعيل الأداء التجاري، رسالة ماجستير في العلوم التجارية، جامعة الجزائر 3، 2012.
- أيمن أحمد محمد شاهين: مقومات العمل المصرفي الإلكتروني كأداة لتعزيز وتطوير نظم الدفع والتجارة الإلكترونية، رسالة ماجستير، الجامعة الإسلامية غزة، 2013.
- بركان أمينة: الصيرفة الإلكترونية كحتمية لتفعيل أداء الجهاز المصرفي، أطروحة لنيل دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية التجارية وعلوم التسيير، 2014.
- بريس عبد القادر : تسويق الخدمات المصرفية في البنوك الإسلامية، رسالة ماجستير جامعة الحاج لخضر - باتنة، 2008، ص: 24.
- بريس عبد القادر: التحرير المصرفي ومتطلبات تطوير الخدمات المصرفية وزيادة القدرة التنافسية للبنوك الجزائرية، أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، جامعة الجزائر، 2006.
- بوخمر أمينة: أثر التسويق الداخلي على أداء العاملين، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر، المركز الجامعي ميله، 2008.
- بوطلاعة خديجة: إدارة المخاطر المصرفية في البنوك التجارية، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر، المركز الجامعي ميله، 2013.
- حلوز وفاء: تدعيم جودة الخدمات البنكية وتقييمها من خلال رضي العميل، أطروحة دكتوراه، جامعة أبو بكر بلقايد، تلمسان، 2014.

- خولة فرحات: أثر التجارة الالكترونية على تحسين نوعية الخدمة المصرفية، رسالة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية، جامعة الحاج لخضر باتنة، 2008.
- راحو بلال: الخدمات المصرفية الالكترونية وأثرها في تحسين جودة الخدمات المصرفية، رسالة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة يحي فارس، المدية، 2014.
- رشيد علام: عوائق تطوير التجارة الالكترونية، رسالة لماجستير في إدارة الأعمال، المملكة المتحدة بريطانيا، 2010
- زقير عادل: تحديث الجهاز المصرفي العربي لمواجهة تحديات الصيرفة الشاملة، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، جامعة محمد خيضر بسكرة، 2009.
- سمية ديمشي: التجارة الالكترونية، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية، جامعة منتوري قسنطينة، 2011.
- شايب محمد: اثر تكنولوجيا الإعلام والاتصال على فعالية أنشطة البنوك التجارية الجزائرية، رسالة ماجستير في العلوم الاقتصادية، جامعة فرحات عباس، سطيف، 2007.
- شفيقة ضويبي: دور وسائل الدفع الإلكترونية في تحديث خدمات الجهاز المصرفي، رسالة ماجستير، جامعة المدية، 2015 .
- صخري عمر: دراسة تحليلية حول التجربة الجزائرية في مجال النقد الآلي البيبنكي، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، جامعة الجزائر، 2008، ص:135.
- صراع كريمة: واقع وآفاق التجارة الالكترونية في الجزائر، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، جامعة وهران، 2014.
- طارق محمد خليل الأعرج: العوامل المؤثرة في اختيار نوع الخدمات والنوافذ التي تقدمها البنوك الالكترونية، أطروحة دكتوراه في إدارة المصارف، الأكاديمية العربية، الدانمارك، 2013.
- طلحة محمد: الصيرفة الالكترونية وأثرها على الأداء التسويقي للبنوك، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في علوم التسيير، المدية، 2009.
- عبد الرحيم وهيبة: إحلال وسائل الدفع المصرفية التقليدية بالإلكترونية، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، كلية العلوم الاقتصادية، جامعة الجزائر، 2006.
- عبد الرزاق حميدي: جودة الخدمات البنكية كمدخل لتحقيق رضا العملاء وزيادة القدرة التنافسية للبنوك، رسالة ماجستير، في العلوم الاقتصادية، جامعة بومرداس، 2008.

- عبد الله سليمة: دور تسويق الخدمات المصرفية الإلكترونية في تفعيل النشاط البنكي، رسالة ماجستير، جامعة الحاج لخضر باتنة، 2009.
- قاسمي آسيا: تحليل الضمانات في تقييم جدوى تقديم القروض في البنك، رسالة ماجستير، جامعة أمحمد بومرداس، 2009.
- قرماط لمياء: دور وسائل الدفع الحديثة في تحسين جودة الخدمات المصرفية، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر، المركز الجامعي ميلة، 2014.
- لوصيف عمار: إستراتيجيات نظام المدفوعات للقرن الحادي والعشرون، رسالة ماجستير، جامعة منتوري قسنطينة، 2009.
- محمد تقروت: واقع وآفاق التجارة الإلكترونية في الوطن العربي، رسالة ماجستير، جامعة حسيبة بن بوعلي، الشلف، 2005.
- محمد شكرين: بطاقة الإئتمان في الجزائر، رسالة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية، جامعة يوسف بن خدة، الجزائر، 2006.
- ميهوب سماح: اثر تكنولوجيا المعلومات والاتصالات على الأداء التجاري والمالي للمصارف الفرنسية، أطروحة دكتوراه، جامعة قسنطينة 2، 2014.
- نعيم عبد الكريم الطراونة: أثر أبعاد جودة الخدمات الإلكترونية في تحقيق الرضا لدى ممثلي المنشآت الخاصة للضمان الاجتماعي، رسالة ماجستير، جامعة الشرق الاوسط، 2011.

ج- الملتقيات والمؤتمرات:

- عبد الغني ريوح ونور الدين غردة: تطبيق أنظمة الصيرفة الإلكترونية في البنوك الجزائرية بين الواقع والآفاق، مداخلة مقدمة في إطار فعاليات المؤتمر الدولي العلمي حول إصلاح النظام المصرفي الجزائري في ظل التطورات العالمية الراهنة، جامعة ورقلة، 2007.
- كمال رزيق وفريد كورتل: إدارة مخاطر القروض الاستثمارية في البنوك التجارية الجزائرية، المؤتمر العلمي السنوي الخامس، جامعة فيلادلفيا الأردنية، يومي 4-2007/07/5.
- موسى خليل متري: القواعد القانونية الناظمة للصيرفة الإلكترونية، ورقة بحث ضمن المؤتمر العلمي السنوي لكلية الحقوق، جامعة بيروت العربية، منشورات الحلبي الحقوقية، 2002.

د- الدوريات والمجلات:

- بحوصي مجدوب وسفيان بن عبد العزيز: واقع وآفاق البنوك الإلكترونية، المجلة العربية الدولية، العدد3، 2013.
- جليد نور الدين، بركان أمينة: الصيرفة الالكترونية والمصارف الالكترونية، مجلة العلوم القانونية والاقتصادية، المركز الجامعي خميس مليانة، العدد العاشر، جوان، 2011.
- خالد محمود القطناني: أثر خصائص البيئة التقنية وتكنولوجيا المعلومات في مخاطر الرقابة التشغيلية، مجلة المنارة، المجلد 13، العدد2.
- رحيم حسين، هوارى معراج: الصيرفة الالكترونية كمدخل لعصرنة المصارف الجزائرية، ورقة ضمن ملتقى المنظومة المصرفية الجزائرية والتحول الاقتصادي، واقع وتحديات، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة الشلف الجزائر، 14-15 ديسمبر 2004.
- السعيد بريكة، فوزي شوق: تحديات وسائل الدفع الإلكتروني، مجلة البحوث الاقتصادية والمالية، أم البواقي، العدد 2، ديسمبر 2014.
- سفيان عبد العزيز: واقع وآفاق البنوك الإلكترونية، المجلة العربية الدولية، عدد 5.
- شاكر تركي إسماعيل: التسوق المصرفي والخبرة التنافسية للمصارف الأردنية، مجلة العلوم الإنسانية، عدد 45، جامعة فيلادلفيا، الأردن، 2010
- طاري محمد العربي: التسويق المصرفي في الجزائر بين النظرية والتطبيق، مجلة العلوم الاقتصادية والقانونية، دمشق، عدد1، 2007.
- عبد الرحيم الشحات البحيطي: المخاطر المالية في نظم المدفوعات في التجارة الإلكترونية كأحد التحديات التي تواجه النظم المصرفية، مجلة جامعة الملك عبد العزيز، الاقتصاد والإدارة، عدد2، 2007.
- محاجبية نصيرة: دور تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في تفعيل التنمية المستدامة، مجلة العلوم الاقتصادية، بغداد، العدد الخاص، 2014.
- محمد ناصر إسماعيل وآخرون: البطاقة الذكية وأثرها في التقليل من بعض المخاطر المصرفية، مجلة العلوم الاقتصادية، بغداد، عدد37، 2013.
- نصر حمو مزنان فهد: إمكانية التحول نحو الصيرفة الالكترونية في البلدان العربية، مجلة كلية الإدارة و الاقتصاد، العدد4، 2011،
- نهى خالد عيسى الموسوي، إسراء خضير مظلوم الشمري: النظام القانوني للنقود الإلكترونية، مجلة جامعة بابل للعلوم الإنسانية، المجلد 22، العدد2، 2014،

- وعود كاتب الانباري: السداد الالكتروني، مجلة رسالة الحقوق، العدد الخاص ببحوث المؤتمر القانوني السابع، جامعة كربلاء، 2010
- وهاب نعمون: النظم المعاصرة لتوزيع الخدمات المصرفية كمدخل لزيادة القدرة التنافسية للبنوك التجارية، مجلة العلوم الاقتصادية والإدارية، جامعة الجزائر، العدد الرابع، 2008.
- فارس عبد الله: مشكلات تسويق الخدمات المصرفية الإلكترونية في العراق وعلاقتها برضا الزبون، مجلة العلوم الاقتصادية، بغداد، العدد الخاص، 2013.

ه - المراجع باللغة الأجنبية:

SELMAN shamin&KASHIF sardar , **electronic bankig and-readnessadoption by commercial banks in Pakistan**, linnaeus university, 2010,p7

و - المواقع الإلكترونية:

<http://www.startimes.com> 02/04/2016, 17:30

<http://www.mustafadiq O.wordpress.com> 02/04/2016, 14:30

<http://www.abahe.go.uk> 02/04/2016, 17:30

الملاحق

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

المركز الجامعي عبد الحفيظ بوالصوفى - ميله

استبيان خاص بإطارات البنوك التجارية - ميله

الملحق رقم (01): أداة الدراسة

سيدي الفاضل، سيدي الفاضلة تحية طيبة و بعد:

في اطار تحضير مذكرة التخرج تحت عنوان: "العوامل المؤثرة على انتشار الصيرفة الالكترونية في البنوك التجارية من وجهة نظر العاملين فيها - دراسة حالة - عينة من البنوك التجارية العمومية بولاية ميله" المكملة لنيل شهادة الماستر ل.م.د في علوم التسيير تخصص بنوك، ونظرا لما لانطباعاتكم وآرائكم من أهمية بالغة في نجاح هذه الدراسة نأمل أن تتكرموا بالإجابة على أسئلة هذا الاستبيان بدقة .

مع العلم ان ما تدلون به من إجابات سيحاط بالسرية التامة ولن يستخدم الا لأغراض علمية

بجته.

نشكر لكم مسبقا حسن تعاونكم ومساهمتمكم القيمة في انجاح هذه الدراسة

المحور الأول: بيانات شخصية عامة: من فضلك علم بالرمز (X) على الاجابة المناسبة.

- 1.الجنس: ذكر أنثى
- 2.العمر: من 30-21 من 40 -31 من 50-41 51 فما فوق
- 3.المنصب (الوظيفة الحالية):
.....
- 4.عدد سنوات
الخبرة:.....
.....
5. اسم البنك (الوكالة
البنكية):.....
.
6. البطاقة البنكية المعتمدة: بطاقة سحب بطاقة قرض بطاقة عالمية
أخرى.....
7. القنوات الالكترونية المتوفرة : الموزعات الآلية DAP نقاط البيع TPE الصيرفة بالهاتف
الصيرفة بالإنترنت
أخرى.....
- 8.نوع الخدمة عبر الموقع: تحويل مالي فتح حساب التحقق من الرصيد دفع الفواتير
أخرى.....
- 9.نوع الحسابات المفتوحة: بالعملة الصعبة بالعملة المحلية
- 10.وسائل التحقق من هوية المتعامل: التعريف الشخصي pin البطاقة البنكية البصمة البيولوجية
صورة التوقيع الالكتروني
أخرى.....

أولاً:ثقافة البنك حول الصيرفة الالكترونية: من فضلك علم بالرمز (X) أمام الاجابة التي تتوافق مع رايبك.

الرقم	العبارة	غير موافق تماماً	غير موافق	محايد	موافق	موافق تماماً
01	البنك لا يشجع على ممارسة العمل الالكتروني.					
02	لا توجد داخل البنك ثقافة لنشر وتبادل الخبرات المتراكمة في مجال الاعمال المصرفية الالكترونية بين الموظفين.					
03	لا يهتم البنك بالترويج لخدماته الالكترونية.					
04	لا يقوم البنك بتطوير وتحديث خدماته الالكترونية لزيادة تنافسيته					
05	لا يقوم البنك على بتقديم خدمات الكترونية شاملة كما هو الحال بالنسبة للخدمات التقليدية.					

ثانياً: الخبرة والمؤهلات البنكية للقيام بالصيرفة الالكترونية: من فضلك علم بالرمز (X) أمام الاجابة التي

تتوافق مع رايبك

الرقم	العبارة	غير موافق تماماً	غير موافق	محايد	موافق	موافق تماماً
06	لا يملك البنك الخبرة المهنية الكافية لمزاولة الاعمال الالكترونية.					
07	يستعين البنك بالخبرات الخارجية لمزاولة الاعمال الالكترونية.					
08	يوجد جهة أو إدارة مختصة بالبنك تهتم بشكل دوري بالأعمال الالكترونية للبنك.					
09	لا يوجد بالبنك برنامج تدريبي لاستخدامات التكنولوجيات البنكية واجراءات الحماية والأمان المتعلقة بها.					
10	هناك نقص في الكفاءة والقدرة لتقدير التكاليف والمنافع المتأتية من استخدام العمل الالكتروني.					

ثالثا: البنية التحتية للبنك: من فضلك علم بالرمز (X) أمام الاجابة التي تتوافق مع رايبك.

الرقم	العبارة	غير موافق تماما	غير موافق	محايد	موافق	موافق تماما
11	لا يتوفر البنك على بنية تحتية تقنية كافية لتقديم خدماته الالكترونية.					
12	الاحطاء والاعطال الفنية والتقنية تحول دون استخدام القنوات الالكترونية للبنك.					
13	بطئ شديد في تحديث وتطوير وصيانة البنى التحتية.					
07	يتم مواكبة التطورات التكنولوجية والحصول على أحدث الاجهزة والبرامج.					
14	تتوافر شبكات اتصال وشبكات الكترونية تربط البنوك ببعضها البعض.					
15	يطور البنك ادوات الصيرفة الالكترونية ويقوم بتحديث خصائصها وقنوات التوزيع المناسبة لها بشكل دوري					
16	أجهزة التحويلات TPE وأعداد الموزعات DAB غير منتشر بالشكل المطلوب					

رابعا: الأمن والخصوصية: من فضلك علم بالرمز (X) أمام الاجابة التي تتوافق مع رايبك.

الرقم	العبارة	غير موافق تماما	غير موافق	محايد	موافق	موافق تماما
17	لا يتوفر بالبنك السرية والخصوصية في التعاملات البنكية الالكترونية (عبر النت).					
19	لا توجد أنظمة للرقابة الداخلية للبنك على العمليات المصرفية الالكترونية.					
20	لا توجد نظم وبرامج متطورة للأمن والحماية من اختراق نظم المعلومات البنكية.					
21	اجراءات التحقق من هوية الزبون ونظام الأمان غير موثوق به وقابل للاختراق.					
22	تواجد الموزعات الآلية DAB في أماكن غير آمنة وغير مهيأة للاستعمال.					

خامسا: الوعي والثقافة المجتمعية للعمليات المصرفية الالكترونية: من فضلك علم بالرمز (X) أمام الاجابة التي

تتوافق مع رايك.

الرقم	العبارة	غير موافق تماما	غير موافق	محايد	موافق	موافق تماما
23	الزبائن ليس لديهم المعرفة والمهارة الكافية للاستفادة من الخدمات البنكية الإلكترونية عبر قنواتها المختلفة.					
24	الزبائن لا يملكون وسائل تقنية لاستفادة من الخدمات البنكية الالكترونية.					
25	لا توجد ثقة كبيرة للزبائن في الخدمات البنكية المقدمة عبر القنوات الالكترونية.					
26	يفضل الزبائن الخدمات التقليدية على الخدمات الالكترونية.					

سادسا: البنية التحتية للاتصالات: من فضلك علم بالرمز (X) أمام الاجابة التي تتوافق مع رايك.

الرقم	العبارة	غير موافق تماما	غير موافق	محايد	موافق	موافق تماما
27	الأسعار وتكلفة الاتصال غير مشجعة لاعتماد الخدمات البنكية الالكترونية.					
28	خدمات شركات الاتصال بالجزائر لا تلبي حاجات ومتطلبات التجارة والاعمال عبر الانترنت والوسائط المختلفة.					
29	بطء خدمة الانترنت من قبل المزودين تعيق انتشار الخدمات البنكية الالكترونية.					
30	صعوبة الحصول على مواقع للتجارة الالكترونية وادارتها بما يساير التطورات العالمية الجديدة					

سابعاً: النظام المالي والمصرفي الجزائري: من فضلك علم بالرمز (X) أمام الاجابة التي تتوافق مع رايك.

الرقم	العبارة	غير موافق تماماً	غير موافق	محايد	موافق	موافق تماماً
31	النظام المصرفي الجزائري لا يشجع على القيام بالتجارة والأعمال الإلكترونية.					
32	بعد القطاع المالي والمصرفي الجزائري عن المنافسة والانفتاح على العالم الخارجي.					
33	قلة فتح الحسابات البنكية بالعملة الصعبة في الجزائر.					
34	خصوصية البطاقة البنكية الدولية وعدم تداولها في السوق الجزائرية.					
35	النظام المصرفي الجزائري لا يدعم البنوك ولا يشجعها لتقديم منتجاتها الإلكترونية.					

ثامناً: النظام التجاري والقانوني للصيرفة الالكترونية: من فضلك علم بالرمز (X) أمام الاجابة التي تتوافق مع

رايك.

الرقم	العبارة	غير موافق تماماً	غير موافق	محايد	موافق	موافق تماماً
36	النظام التجاري بالجزائر لا يشجع القيام بالأعمال والتجارة الإلكترونية.					
37	لا توجد اسواق افتراضية معتمدة بالجزائر تشجع الاعمال والتجارة الإلكترونية.					
38	البيئة التجارية لا تشجع الزبائن على التعامل بوسائل الدفع الإلكتروني.					
39	الحصول على سجل تجاري وتراخيص اعتماد التجارة عبر الانترنت غير متاح					
40	طول وتعقيد اجراءات الحصول على التراخيص لاعتماد الموزعات الآلية TPE لدى التجار ومقدمي الخدمات.					
41	لا توجد قوانين لحماية البنك عند حدوث أي خطأ أو مخالفة في استعمال التكنولوجيا البنكية.					
42	لا توجد قوانين لحماية الزبون من مخاطر استعمال التكنولوجيا البنكية الحديثة.					
43	لا توجد قوانين وتشريعات لتقنين الاعمال الإلكترونية والتنظيم القانوني للبطاقات البنكية.					

الملحق (02): عرض نتائج الدراسة

❖ ألفا كرونباخ للإستمارة ككل:

Récapitulatif de traitement des observations

	N	%
Observations Valide	55	98,2
Exclue ^a	1	1,8
Total	56	100,0

a. Suppression par liste basée sur toutes les variables de la procédure.

Statistiques de fiabilité

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
,913	43

إحصائيات خصائص عينة الدراسة:

❖ حسب الجنس:

		الجنس			
		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	ذكر	39	69,6	69,6	69,6
	أنثى	17	30,4	30,4	100,0
	Total	56	100,0	100,0	

❖ حسب العمر:

السن

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	من 21 إلى 30 سنة	26	46,4	46,4	46,4
	من 31 إلى 40 سنة	25	44,6	44,6	91,1
	من 41 إلى 50 سنة	4	7,1	7,1	98,2
	أكثر من 51 سنة	1	1,8	1,8	100,0
Total		56	100,0	100,0	

❖ حسب الخبرة:

الخبرة

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	أقل من 5 سنوات	22	39,3	39,3	39,3
	من 5 إلى 10 سنوات	16	28,6	28,6	67,9
	أكثر من 10 سنوات	18	32,1	32,1	100,0
Total		56	100,0	100,0	

❖ البطاقة البنكية المعتمدة:

البطاقة البنكية المعتمدة

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	بطاقة سحب	50	89,3	89,3	89,3
	بطاقة قرض	4	7,1	7,1	96,4
	بطاقة عالمية	1	1,8	1,8	98,2
4		1	1,8	1,8	100,0
Total		56	100,0	100,0	

❖ القنوات الإلكترونية المتوفرة

قنوات إلكترونية متوفرة

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	الموزعات الآلية	41	73,2	73,2	73,2
	الصيرفة بالهاتف	4	7,1	7,1	80,4
	الصيرفة بالإنترنت	5	8,9	8,9	89,3
	أخرى	6	10,7	10,7	100,0
	Total	56	100,0	100,0	

❖ نوع الخدمة عبر الموقع:

نوع الخدمة عبر الموقع

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	تحويل مالي	13	23,2	23,2	23,2
	فتح حساب	28	50,0	50,0	73,2
	التحقق من الرصيد	13	23,2	23,2	96,4
	الفواتير	2	3,6	3,6	100,0
	Total	56	100,0	100,0	

❖ نوع الحساب المفتوح:

نوع الحساب المفتوح

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	العملة الصعبة	4	7,1	7,1	7,1
	العملة المحلية	13	23,2	23,2	30,4
	العملة الصعبة و العملة المحلية	39	69,6	69,6	100,0
	Total	56	100,0	100,0	

❖ وسائل التحقق من هوية المتعامل

وسائل التحقق من هوية المتعامل

	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide PIN التعرف الشخصي	25	44,6	44,6	44,6
التعرف البنكية	27	48,2	48,2	92,9
البصمة البيولوجية	3	5,4	5,4	98,2
صورة التوقيع الإلكتروني	1	1,8	1,8	100,0
Total	56	100,0	100,0	

❖ المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية:

العوامل الداخلية المؤثرة في انتشار الصيرفة الإلكترونية.

العوامل الخارجية المؤثرة في انتشار الصيرفة الإلكترونية.

عن طريق الأسئلة من (1-43):

العوامل الداخلية المؤثرة في انتشار الصيرفة الإلكترونية:

المتوسط الحسابي والانحراف المعياري للبعد الأول: ثقافة البنك حول الصيرفة الإلكترونية

Statistiques descriptives

	N	Moyenne	Ecart type
ج1	56	1,71	,889
ج2	56	2,27	1,036
ج3	56	1,82	,789
ج4	56	1,98	,884
ج5	56	2,48	1,095
N valide (liste)	56		

المتوسط الحسابي والانحراف المعياري للبعد الثاني: الخبرة والمؤهلات البنكية للقيام بالصيرفة الإلكترونية

	N	Moyenne	Ecart type
ج6	56	2,36	1,034
ج7	56	2,80	1,017
ج8	56	3,64	,883
ج9	56	2,48	1,144
ج10	56	2,68	1,097
N valide (liste)	56		

المتوسط الحسابي والانحراف المعياري للبعد الثالث البنية التحتية للبنك

	ج11	ج12	ج13	ج14	ج15	ج16	ج17
N Valide	56	56	56	56	56	56	56
Manquant	0	0	0	0	0	0	0
Moyenne	2,45	2,91	3,00	3,25	3,27	3,43	3,09
Ecart type	,989	1,083	1,144	,958	1,243	,931	1,240

المتوسط الحسابي والانحراف المعياري للبعد الرابع: الأمن والخصوصية

Statistiques descriptives

	N	Moyenne	Ecart type
ج18	56	1,71	1,057
ج19	56	1,73	,820
ج20	56	2,00	1,062
ج21	56	2,05	,980
ج22	56	2,04	,873
N valide (liste)	56		

البعد الخامس: الوعي والثقافة المجتمعية

Statistiques descriptives

	N	Moyenne	Ecart type
ج23	56	3,54	1,026
ج24	56	3,25	1,083
ج25	56	3,38	1,105
ج26	56	3,73	1,000
N valide (liste)	56		

البعد السادس: البنية التحتية للاتصالات في الجزائر:

Statistiques descriptives

	N	Minimum	Maximum	Moyenne	Ecart type
ج27	56	1	5	2,63	1,184
ج28	56	1	5	3,13	1,145
ج29	56	1	5	3,36	1,135
ج30	56	1	5	3,48	1,079
N valide (liste)	56				

❖ البعد السابع: النظام المالي والمصرفي الجزائري:

Statistiques descriptives

	N	Minimum	Maximum	Moyenne	Ecart type
ج31	56	1	5	3,04	1,235
ج32	56	1	5	3,57	1,189
ج33	56	1	5	2,23	1,160
ج34	56	1	5	3,48	1,044
ج35	56	1	5	2,79	,909
N valide (liste)	56				

البعد الثامن: النظام التجاري والقانوني

للتصنيف الإلكتروني

Statistiques descriptives

	N	Moyenne	Ecart type
ج37	56	3,43	1,059
ج38	56	3,62	1,105
ج39	56	3,66	,940
ج40	55	2,93	1,086
ج41	56	2,50	,853
ج42	56	2,61	,985
ج43	56	2,59	,930
N valide (liste)	55		

❖ إختبار الفرضيات الرئيسية: من أجل اختبار صحة فرضيات الدراسة الرئيسية منها اعتمدنا على قيمة

المتوسطات الحسابية وكذا اختبار (t-test) للعينة الواحدة.

• إختبار الفرضية الرئيسية الأولى :

Statistiques sur échantillon uniques

	N	Moyenne	Ecart type	Moyenne erreur standard
x1	56	2,0536	,72613	,09703
x2	56	2,7929	,67470	,09016
x3	56	1,9071	,69383	,09272
x4	56	1,9071	,69383	,09272

Test sur échantillon unique

	Valeur de test = 0					
	t	ddl	Sig. (bilatéral)	Différence moyenne	Intervalle de confiance de la différence à 95 %	
					Inférieur	Supérieur
x1	21,164	55	,000	2,05357	1,8591	2,2480
x2	30,976	55	,000	2,79286	2,6122	2,9735
x3	20,569	55	,000	1,90714	1,7213	2,0930
x4	20,569	55	,000	1,90714	1,7213	2,0930

• إختبار الفرضية الرئيسية الثانية:

Statistiques sur échantillon uniques

	N	Moyenne	Ecart type	Moyenne erreur standard
x5	56	3,4732	,88122	,11776
x6	56	3,1473	,93636	,12513
x7	56	3,0214	,76437	,10214
x8	55	3,0545	,71757	,09676

Test sur échantillon unique

	Valeur de test = 0					
	t	ddl	Sig. (bilatéral)	Différence moyenne	Intervalle de confiance de la différence à 95 %	
					Inférieur	Supérieur
x5	29,495	55	,000	3,47321	3,2372	3,7092
x6	25,153	55	,000	3,14732	2,8966	3,3981
x7	29,580	55	,000	3,02143	2,8167	3,2261
x8	31,569	54	,000	3,05455	2,8606	3,2485