

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

Ministry of Higher Education and Scientific Research

جامعة محمد البشير الإبراهيمي - برج بوعريريج -

University of Mohamed el Bachir el Ibrahimi - Bba

كلية الحقوق والعلوم السياسية

Faculty of Law and Political Sciences



مذكرة مقدمة لإستكمال متطلبات شهادة ماستر في الحقوق

تخصص: قانون أعمال

الموسومة بـ

دور الصيرفة الإلكترونية في ضمان جودة الخدمات المصرفية

تحت إشراف الدكتورة

صديقي سامية

إعداد الطالبة :

بودشيشة نادية

لجنة المناقشة

الاسم واللقب	الرتبة	الصفة
د. خوضري محمد	أستاذ محاضر - أ -	رئيسا
د. بلفروم محمد الأمين	أستاذ محاضر - ب -	ممتحنا
د. صديقي سامية	أستاذة محاضرة - أ -	مشرفا

السنة الجامعية: 2022/2021

## التشكرات

وصلت رحلتي الجامعية إلى نهايتها بعد تعب ومشقة وها أنا ذا أختتم بحث تخرجي بكل همة ونشاط فالحمد لله عز وجل الذي وفقني في إتمام هذا البحث العلمي، وأحمده سبحانه الذي وهبني الصحة والعافية والعزيمة.

أتقدم بجزيل الشكر والتقدير إلى الأستاذة الدكتورة " صديقي سامية " على كل ما قدمته لي من توجيهات ومعلومات قيمة ساهمت في إثراء موضوع دراستي ولم تبخني بارشاداتها ونصائحها القيمة كل ما واجهتني مشكلة أو صعوبة، كما أتقدم بجزيل الشكر إلى أعضاء المناقشة الدكتورين الموقرين " خوضري محمد وبلفروم محمد الأمين " .

كما لا أنسى أن أتقدم بالشكر لجميع الأساتذة الدكاترة في كلية الحقوق والعلوم السياسية الذين لم يخلوا علينا بدروسهم القيمة ومعارفهم الملمة وآرائهم وتوجيهاتهم السديدة طيلة سنوات الدراسة وعلى رأسهم عميد كليتنا البروفسور " فرشة كمال "، وكذا العمال الذين عملوا جاهدين على توفير الجو والمناخ المناسبين للدراسة فشكرا جزيلاً للجميع.

وإلى كل من أمدني بيد المساعدة ولو بكلمة طيبة لإنجاز هذا العمل.

## الإهداء

إلى التي وهبت فلذة كبدها كل العطاء والحنان، إلى التي صبرت على كل شيء، التي رعتني حق الرعاية وكانت سندي في الشدائد، وكانت دعواتها لي بالتوفيق والنجاح، تتبعني خطوة خطوة في مشواري الدراسي، إلى من إرتحت كلما تذكرت إبتسامتها في وجهي نبع الحنان أُمِّي " سمية " أعز ملاك على القلب والعين جزاها الله عني خير الجزاء في الدارين (أمين).

إلى الذي وهبني كل ما يملك حتى أحقق لي آلامي وله آماله، إلى من كان يدفعني قدما نحو الأمام لنيل المبتغى، إلى الإنسان الذي إمتلك الإنسانية بكل قوة، إلى الذي سهر على تعليمي بتضحيات جسام مترجمة في تقديسه للعلم، إلى مدرستي الأولى في الحياة، أبي "محمد" الغالي على قلبي أطل الله في عمره وحفظه من كل شر (أمين).

إلى الشخص الذي كان هو سبب نجاحي، إلى من أنار دربي، وكان سندي ومشجعي الأول وملهمي إلى خطيبي الغالي "حسام" حفظه الله لي من كل شر (أمين).

إلى كل عائلتي الكريمة التي ساندتني ولا تزال، وخاصة أهلي في ولاية واد سوف.

إلى رفيقاتي ورفقاء مشواري الذين تقاسمت معهم كل اللحظات رعاهم الله ووفقهم.

إلى كل خرجي دفعة قانون أعمال 2022 بجامعة البشير الابراهيمى برج بوعريريج وإلى كل من كان لهم أثر على حياتي وإلى كل من أحبهم قلبي ونسيهم قلبي.

## مقدمة

يشهد العالم ومنذ نهاية القرن العشرين وبدايات القرن الحالي تغيرات واسعة النطاق، نتيجة التطورات الهائلة في مجال تكنولوجيا المعلومات والتي إنعكست على كافة نواحي الحياة وقطاعاتها المختلفة بما فيها قطاع المصارف والتي أصبحت تعمل في بيئة عمل تنافسية، ونتيجة لإستفادة البنوك من التطور التكنولوجي أصبحت الصيرفة الإلكترونية فرصة لزيادة ربحية في حصة البنك السوقية بإستخدام المزيد من أدوات ومجالات الصيرفة الإلكترونية.

وتؤكد الأبحاث العلمية أهمية الإستثمار في الخدمات المصرفية المرتكزة على التكنولوجيا الحديثة، وأن مستقبل المصرف لايعتمد فقط على خدمة الزبون من خلال الفروع الموزعة في مختلف المناطق بل على البيئة التكنولوجية الحديثة حيث يعتاد الزبون على إستعمال الوسائل التقنية المختلفة في العالم المصرفي مثل أجهزة الصراف الآلي والبنك الناطق والبنك الخليوي وبنوك الإنترنت ونقاط البيع وأدوات التحويل الإلكتروني للأموال والتي أصبحت القنوات الرئيسة لخدمة العملاء، فهذا التطور جعل الإقتصاديين يتنبئون بعالم بدون ورق حيث تحل وسائل الدفع الإلكترونية محل وسائل الدفع التقليدية، وخاصة في مجال أنظمة الدفع التي ألغت القيود والحدود المالية والجغرافية، فقد ساهمت في جعل هذا العالم مجرد سوق واحد تتعادل فيه الفرص لكل الأفراد.

إن الصيرفة الإلكترونية بمفهومها الواسع ليست مجرد فرع لبنك قائم يقدم خدمات مالية فحسب بل موقعا ماليا إداريا تجاريا شاملا، له وجود مستقل على الخط يتم التعاقد معه للقيام بخدمات مصرفية أو تسوية المعاملات وإتمام الصفقات على مواقع الكترونية، وإبتكار تقنيات حديثة تساهم في تطوير وتحسين الخدمات المصرفية المقدمة من قبل البنوك وهو ما يمثل أهم تحدي في ميدان البنوك الإلكترونية.

من هذا المنطلق يعد التركيز على جودة الخدمات المصرفية عنصرا فعالا للنجاح في الأعمال المصرفية إلى جانب بروز فكرة البنوك الإلكترونية، والتي أدت إلى زيادة حدة المنافسة بين المصارف

التقليدية التي تبحث عن دور لها وبين المصارف الإلكترونية التي نمت في إطار التراكم المعرفي والتطور التكنولوجي والإتصال سمح بربط عدة شبكات محلية ودولية.

## 1- أهمية البحث:

تستمد هذه الدراسة أهميتها من أهمية الدور الذي تلعبه الصيرفة الإلكترونية ووسائل الدفع الإلكترونية في البنوك التجارية وضرورة مسايرة التطور المصرفي الذي يعتبر دعامة التطور الإقتصادي، فأصبح من المهم إختيار التقنيات والوسائل والأنظمة التي تحقق للبنوك عوائد وأرباح من جهة، وتقلل تكاليفها وأخطائها من جهة أخرى وبالمقابل تحقق رضا الزبائن وراحتهم خاصة مع ظروف جائحة كورونا التي سهلت على العميل حصوله على خدمات سريعة من منزله أو من الأجهزة الإلكترونية القريبة إليه لتفادي أي إحتكاك أو تجمعات يمكن أن تسبب خطرا عليه أو على غيره.

## 2- أسباب إختيار الموضوع:

إن مبررات إختيارنا لهذا الموضوع تمكن:

- أسباب ذاتية: تعود إلى الميول الشخصي و الرغبة في دراسة موضوع الصيرفة الإلكترونية كآلية حديثة خاصة في ظل المنافسة المتسارعة التي يشهدها القطاع البنكي، كذلك الرغبة في الإطلاع حول الموضوع باعتباره يدخل في مجال تخصصي العلمي الجامعي باعتبار مجال الصيرفة الإلكترونية من أهم الحقول التي نالت أهمية كبيرة في الآونة الأخيرة، هذه الأهمية أملتتها الظروف الإقتصادية المعاشة والمنافسة الحادة التي يشهدها عالم الأعمال في وقتنا الحالي، والذي يعرف بأنه عصر المعلومات ، عصر اقتحمت فيه تكنولوجيا المعلومات كافة الأنشطة البشرية بدون إستثناء لذا فإن التحكم في التكنولوجيا وحسن إستغلالها أصبح ضروريا، ومؤشرا هاما لمدى فعالية المصارف.

- أسباب موضوعية: تكمن في إعتبار موضوع الصيرفة الإلكترونية موضوع حديث مواكب للتطورات التكنولوجية التي يشهدها النظام المصرفي العالمي خاصة في مجال المعاملات الإلكترونية،

الذي صاحب وجود أرضية للأعمال الصيرفة التي دفعت بالبنوك إلى انتهاج سياسة مصرفية تتمثل في تقديم نوع جديد من الخدمات يتماشى مع معاملات الاقتصادية الإلكترونية بغرض تطوير أدائها على نحو يتماشى مع الظروف الجديدة المحيطة بها نتيجة التوسع الكبير للتجارة الإلكترونية، وتزايد عمليات البيع والشراء عن طريق الإنترنت.

### 3- أهداف البحث:

تتمثل أهداف البحث محل الدراسة في مايلي:

- إعطاء لمحة على الصيرفة الإلكترونية وعن الخدمة المصرفية بصفة عامة والجودة المصرفية بصفة خاصة.
- ايضاح طرق تعامل البنوك مع التكنولوجيا.
- إكتشاف الدور الذي تلعه الصيرفة الإلكترونية في تحقيق جودة الخدمات
- التعرف على أهم مميزات ومزايا الخدمات المصرفية الإلكترونية

### 4- إشكالية

لقد أدى التحول نحو إستخدام تكنولوجيا المعلومات والإتصال كمفهوم يعبر عن السرعة، والتفاعل الآني، وإختراق الحدود إلى إحداث قفزة نوعية في القطاع المصرفي الذي لم يعد في منأى عن هذه التطورات العلمية والتقنية الحاصلة، الأمر الذي يتطلب تطوير أساليبه وانظمه والإنتقال من الأنماط التقليدية إلى الأنماط الإلكترونية، ولقد نتج عن ذلك التحول جملة من التغييرات مست مفهوم الخدمة المصرفية، وأحدثت نقلة نوعية في نموذج الخدمات المقدمة، مثل إنتهاج الصيرفة الإلكترونية كتوجه عالمي يشجع على تبني نظم الخدمات الإلكترونية كالخدمة المصرفية الإلكترونية، للتحسين من الخدمة المصرفية المقدمة بما يكفل إنسيابها بسرعة ودقة وتكلفة منخفضة، من هنا يمكن طرح الإشكالية الرئيسية التالية:

مامدى تفعيل دور الصيرفة الإلكترونية في تقديم الخدمات المصرفية للعميل؟

وتتفرع عن الإشكالية الرئيسة التساءلات الفرعية التالية:

1- ماهي الوسائل المدعمة للصيرفة الإلكترونية من أجل ضمان جودة الخدمات المصرفية؟

2- ماهي مخاطر اعتماد الصيرفة الإلكترونية في البنوك؟

3- فيما تتمثل متطلبات تفعيل الصيرفة الإلكترونية؟

## 5- المنهج المتبع:

للإجابة على الاشكالية الرئيسة تم الاعتماد في هذا البحث على المنهج الوصفي باعتباره الأنسب في مثل هذا النوع من البحوث لتقرير الحقائق ، و إبراز المفاهيم المتعلقة بالدراسة حيث تم إعماده من أجل استعراض مختلف المفاهيم المتعلقة بالخدمات المصرفية الإلكترونية وجودة الخدمات المصرفية، إضافة إلى المنهج التحليلي وذلك من خلال تحليل بعض النصوص القانونية المتعلقة بالطبيعة القانونية للصيرفة الإلكترونية، وتحليل مدى تحسين جودة الخدمات المصرفية من قبل هذا النوع من البنوك وتحليل آراء بعض الفقهاء، بالإضافة إلى المنهج المقارن من خلال مقارنة بين البنوك التقليدية والبنوك الإلكترونية.

## 6- الخطة:

للإجابة على إشكالية تم الاعتماد على التقسيم الثنائي بحث قسمت الدراسة إلى فصلين، حيث تم تناول في الفصل الأول الصيرفة الإلكترونية في البنوك، والذي قسم بدوره إلى مبحثين، ففي المبحث الأول نعالج الإطار المفاهيمي للصيرفة الإلكترونية وفيه تطرقنا إلى مطلبين، المطلب الأول بعنوان أدوات الصيرفة الإلكترونية وذلك من خلال تعريفها وطبيعتها القانونية وقنواتها، أما المطلب الثاني بعنوان مبادئ الصيرفة الإلكترونية وفيه نتعرف على المبادئ المتعلقة بمسؤولية الإدارة العليا ومبادئ التحكم بالأمن ومبادئ المتعلقة بإدارة المخاطر، أما في المبحث الثاني فكان بعنوان الإطار المفاهيمي للخدمة المصرفية وقسم إلى مطلبين المطلب الأول بعنوان أنماط الخدمات المصرفية من خلاله نتعرف على تعريف الخدمات المصرفية وتصنيفها أما المطلب الثاني نتطرق من خلاله إلى مفهوم جودة الخدمة المصرفية من خلاله نتعرف على تعريف جودة الخدمة وأبعادها.

أما الفصل الثاني فهو بعنوان فعالية الصيرفة الاللكترونية في ضمان جودة الخدمة المصرفية وقسم إلى مبحثين المبحث الأول بعنوان تقييم دور الصيرفة الإللكترونية في تقديم خدمات جيدة للعملاء سنتطرق من خلال المطلب الأول إلى مزايا وعيوب الصيرفة الإللكترونية أما المطلب الثاني نتعرف فيه على مخاطر الصيرفة الإللكترونية أما المبحث الثاني فهو بعنوان سبل تفعيل دور الصيرفة الإللكترونية لضمان جودة خدمات مصرفية جيدة وقسم إلى مطلبين المطلب الأول نتناول فيه العراقيل التي تواجه الصيرفة في مجال تقديم الخدمات المصرفية أما المطلب الثاني نتعرف من خلاله على متطلبات نجاح الخدمة المصرفية.



الفصل الاول: الصيرفة الالكترونية في البنوك

في ظل التطورات الحالية التي تشهدها البيئة المصرفية المعاصرة، أصبحت الصيرفة الإلكترونية من أهم مظاهر الانتقال إلى إقتصاد متطور مواكب لهذه التطورات، والوجه الجديد للبنوك في ظل الإقتصاد الجديد القائم على تكنولوجيات الإعلام والإتصال، ولهذا فقد سارع كل العالم في هذه العشرية الأخيرة للإندماج في الإقتصاد العالمي بهدف إصلاح المنظومة المصرفية بإعتبار أن القطاع المصرفي من أهم القطاعات الفاعلة في تحقيق التنمية الإقتصادية للدولة، وذلك من خلال السعي إلى إصدار نصوص تشريعية وتنظيمية تسهل عملية التلائم مع متغيرات البيئة المصرفية العالمية، ولعل أهم ما جاء فيها إدراج الصيرفة الإلكترونية كمشروع جديد تحاول من خلاله البنوك تحديث وعصرنة الخدمات المصرفية التي تقدمها بهدف تنشيط العمليات الإقتصادية والمالية والتجارية بمختلف أنواعها، ومحاولة الإرتقاء بها إلى مستوي التحديات المتباينة التي يواجهها العمل المصرفي من أجل مواكبة الدخول في عصر التجارة الإلكترونية التي عرفت إنتعاشا كبيرا في الآونة الأخيرة بسبب فيروس كورونا covid19، مما إستدعى ضرورة القيام بإصلاحات عميقة في هياكل هذا القطاع وتحديث آليات عمله وخلق الوسائل الضرورية التي تسمح بالتكيف مع المحيط الدولي كحتمية ضرورية أوجدتها ظروف السوق، ومن أجل الإلمام بالموضوع سوف نتناول في المبحث الأول الإطار المفاهيمي للصيرفة الإلكترونية أما المبحث الثاني سنعالج فيه مفهوم الخدمات المصرفية.

## المبحث الأول: الإطار المفاهيمي للصيرفة الإلكترونية

تعود نشأة الصيرفة الإلكترونية إلى بداية الثمانينيات مع ظهور النقود الإلكترونية، أما إستخدامها كان بداية القرن الماضي في فرنسا على شكل بطاقات كرتونية تستخدم في الهاتف العمومي، وفي عام 1958م أصدرت أول بطاقة بلاستيكية، ثم قامت بعدها ثمانية بنوك بإصدار بطاقة Americard Bank عام 1968م لتتحول إلى شبكة Visa العالمية وفي سنة 1992 أصبحت كل البطاقات المصرفية تحمل بيانات شخصية لحاملها، وخلال منتصف التسعينات ظهر أول بنك الكتروني في الولايات المتحدة الأمريكية الذي ميز بين نوعين من البنوك أولها البنوك الافتراضية التي تحقق أرباح تصل إلى ستة أضعاف البنك العادي والثانية بنوك أرضية تمارس الخدمات التقليدية وخدمات الصيرفة الإلكترونية<sup>1</sup>، وعليه نتناول في المطلب الأول أدوات الصيرفة الإلكترونية أما المطلب الثاني نتعرف من خلاله على مبادئ الصيرفة الإلكترونية.

## المطلب الأول: أدوات الصيرفة الإلكترونية

تعتبر البنوك هي الوسيط الذي يقوم بقبول الودائع ومنح القروض وتقديم مجال أوسع من خدمات أي مؤسسة مالية أخرى، حيث ينطوي تحت إسمها منشآت متعددة كالمصارف التجارية ومؤسسات الإقراض والإدخار، ومصارف منح الإئتمانات، والمصارف الإلكترونية، كما تلعب دور الوساطة المالية من خلال تفاعلها مع الفرد بصورة مستمرة ومذكورة، وعليه سوف نعالج في هذا المطلب تعريف الصيرفة الإلكترونية كفرع أول أما الفرع الثاني نحدد فيه الطبيعة القانونية للصيرفة الإلكترونية والفرع الثالث سوف نتناول فيه قنوات الصيرفة الإلكترونية .

## الفرع الأول: تعريف الصيرفة الإلكترونية

يستخدم مصطلح الصيرفة الإلكترونية أو كما يسمى بنوك الإنترنت أو البنوك الإلكترونية كتعبير متطور وشامل للمفاهيم التي ظهرت مع مطلع التسعينات كمفهوم الخدمات المالية عن بعد

<sup>1</sup> يوسف حسن يوسف، البنوك الإلكترونية، المركز القومي للإصدارات القانونية، القاهرة، الطبعة الأولى، 2012، ص 12.

أو البنوك الإلكترونية عن بعد أو البنك المنزلي أو البنك على خط أو الخدمات المالية الذاتية وجميعها تعبيرات تتصل بقيام الزبائن بإدارة حساباتهم وإنجاز أعمالهم المتصلة بالبنك عن طريق المنزل أو المكتب أو أي مكان آخر وفي الوقت الذي يريد الزبون ويعبر عن ذلك<sup>1</sup>.

يعرف بنك التسوية الدولية الصيرفة الإلكترونية على أنها: تقديم خدمات عن بعد أو عبر الخط أو من خلال قنوات إلكترونية سواءً للمقيمين أو لغير المقيمين داخل وخارج البلد<sup>2</sup>، ويعرف جانب من الفقهاء الصيرفة الإلكترونية بأنها كافة الأنشطة والعمليات التي يتم عقدها أو تنفيذها أو الترويج لها بواسطة الوسائل الإلكترونية مثل الهاتف والحاسوب وآلات الصراف الآلي والإنترنت والتلفزيون الرقمي وغيرها، وذلك من قبل المصارف أو المؤسسات التي تتعاطى التحويلات النقدية الإلكترونية<sup>3</sup>، كما يعرفها جانب آخر على أنها المعاملات المالية بين المؤسسات المصرفية والمالية والأفراد والشركات التجارية الحكومية متخذة من التكنولوجيا والإبتكار أدواتها لتقديم خدمات مصرفية جديدة ومتنوعة للعمل<sup>4</sup>.

من التعاريف السابقة نستنتج أن الصيرفة الإلكترونية هي جملة من العمليات المصرفية بشكل إلكتروني وبذلك فهي مصارف إفتراضية تنشأ لها مواقع إلكترونية على الأنترنت، يعد هدفها الرئيسي حصول العملاء المصرفين على المعلومات الخاصة بكل تعاملاتهم، أي فيما يخص معرفة أرصدهم وطلبات القروض وتحديد بياناتهم، لأجل تنفيذ العمليات المصرفية ومثالها تحويل الأموال إلكترونياً، حيث تعود أهمية إنشائها إلى تنامي أهمية ودور الوساطة بفعل تزايد حركة التدفقات النقدية والمالية من جهة وتطور المعلوماتية وتكنولوجيا الإعلام والاتصال من جهة أخرى.

<sup>1</sup> يوسف مسعداوي، البنوك الإلكترونية، الملتقى الوطني حول المنظومة الجزائرية والتحويلات الإقتصادية، جامعة الشلف، 14-15 ديسمبر 2004 ص227.

<sup>2</sup> عبد الكريم قندوز، بومدين نوردين، الصيرفة الإلكترونية في المؤسسات المصرفية كمدخل لبناء الاقتصاد الرقمي في الجزائر، الملتقى الدولي حول المعرفة في ضل الاقتصاد الرقمي ومساهمتها في تكوين المزايا التنافسية للبلدان العربية، جامعة حسيبة بن بوعلي، الشلف، 4-5 ديسمبر 2007.

<sup>3</sup> معموري صورية، مزنيق عاشور، عصرنة القطاع المصرفي والمالي وواقع الخدمات البنكية الإلكترونية بالجزائر، المؤتمر الدولي العلمي حول إصلاح النظام المصرفي الجزائري في ظل التطورات الراهنة، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، 11 ديسمبر 2008، ص3.

<sup>4</sup> شول بن شهرة، ماجدة مدوخ، الصيرفة الإلكترونية (ماهيتها- مخاطرها- حمايتها)، مداخلة مقدمة إلى المنظومة المصرفية في الألفية الثالثة، جامعة جيجل، الجزائر، 6-7 جوان 2005، ص3.

تعمل الصيرفة الإلكترونية على توفير الوقت والجهد والتعب على العملاء الذين يتعاملون معهم، وكذلك توفر لهم فرصة نقل الأموال وإرسالها واستقبالها بطريقة آمنة وسريعة دون الخوف من التعرض لعمليات النصب أو الهجمات، ورغم هذه المزايا فهي تعاني من بعض العراقيل التي تحول دون تقديم الخدمات بشكل فعال كعدم وجود شبكات معلوماتية سريعة و مستقرة تستطيع نقل معلومات بالصورة و الصوت بنفس الوقت و بسرعة وجودة عالية و عدم إيجاد طرق عملية آمنة للتوقيع الإلكتروني، وبسبب الإستجابة للتغيرات المصرفية أصبح التوجه إلى الصيرفة الإلكترونية هو الإتجاه الأمثل بالنسبة للبنوك وذلك لما تكتسبه من خصائص يمكن تحديدها فيما يلي<sup>1</sup>:

- أنها خدمة تتم عن بعد وبدون إتصال مباشر بين أطراف الخدمة المصرفية.
- أنها خدمات على التقاضي بدون مستندات وهذا ما طرح عدة مسائل قانونية متعلقة بأدلة الإثبات.
- أنها خدمات عبر الحدود ولا تعرف قيودا جغرافية.
- يمكن للمصرف الذي يرغب في ممارسة الصيرفة الإلكترونية أن يحصل على ترخيص من السلطات ببساطة بعد التأكد من الخبرات التقنية والسياسات الرقابية والسياسة العامة في تأدية الخدمات المصرفية والمالية والإلكترونية، بالإضافة إلى التأكد من الوسائل والإجراءات المتعلقة بحفظ المعلومات.

### الفرع الثاني: الطبيعة القانونية للصيرفة الإلكترونية

تشابه البنوك الإلكترونية مع البنوك التقليدية في الكثير من الخصائص كقيامها بدور الوسيط للعملاء في السوق المالي في شراء وبيع وتحصيل الأرباح الناتجة مقابل عمولة معينة، لكن هناك خصائص تنفرد بها البنوك الإلكترونية، جعلتها تتميز بها عن غيرها من البنوك، وهذا ما جعلها تكتسب أهمية كبيرة في مجال المعاملات المصرفية فقبل التطرق إلى الطبيعة القانونية للصيرفة

<sup>1</sup> عرابة رابع، دور تكنولوجيا الخدمات المصرفية الإلكترونية في عصرنة الجهاز المصرفي الجزائري، الأكاديمية للدراسات الاجتماعية والإنسانية، جامعة حسينية بن بوعلوي، شلف، العدد 8، 2012، ص15.

الإلكترونية لابد من تحديد الفرق بينها وبين البنوك التقليدية من حيث سريان النصوص القانونية ومن حيث إشراف البنوك المركزية عليها ومدى قيام هذه البنوك بالعمليات المصرفية والقواعد والأسس المحاسبية وتصنيف عقودها قانونيا:

### أولا- مدى سريان القواعد القانونية الخاصة بالبنوك التقليدية على البنوك الإلكترونية:

من حيث الكيان القانوني فإن البنوك التقليدية لها كيان قانوني لما لها من واقع ملموس على الأرض، متمثلا في فروعها الكثيرة المنتشرة وعدد كبير من الموظفين المنتشرين في تلك الفروع، بينما البنوك الإلكترونية ليس لها فروع منتشرة على الأرض وإنما هو فرع واحد يستطيع أي من العملاء الوصول إليه مهما كان الوقت الذي يريد الدخول فيه إلى البنك، كذلك البنوك الإلكترونية ليس لها هذا العدد المهول من الموظفين الموجود في البنوك التقليدية .

ومن حيث الخدمات المقدمة إلى العملاء فإن البنوك التقليدية تقدم كافة العمليات المصرفية إلى عملائها ولكن بطريقة تقليدية تحتاج إلى الكثير من الجهد والوقت لكل من البنك والعميل، أما البنوك الإلكترونية فهي تقدم ذات الخدمات إلى عملائها أيضا ولكن بطريقة إلكترونية حديثة توفر كل هذا الوقت والمجهود<sup>1</sup>، وعليه فنحن نرى أن البنوك الإلكترونية لابد وأن تخضع لذات القواعد القانونية المنظمة لعمل البنوك التقليدي، وذلك حتى يتوفر للعملاء الحد المناسب من الطمأنينة عند قيامهم بالتعامل مع تلك النوعية من البنوك.

### ثانيا- مدى خضوع البنوك الإلكترونية لإشراف البنوك المركزية :

لا يشترط في بعض دول العالم إشراف البنك المركزي على البنوك العامة، سواء كانت البنوك تقليدية أو الإلكترونية، وإن خضوع البنوك سواء التقليدية أو الإلكترونية لإشراف البنوك المركزية الموجودة في كل دولة يوفر الكثير من الحماية للعملاء، الذين تتوفر لهم الحماية من إشراف البنك

<sup>1</sup> حورية جنان، دور الصرافة الإلكترونية في تحسين جودة الخدمات المصرفية، مذكرة مقدمة لإستكمال متطلبات نيل شهادة الماجستير أكاديمي علوم الإقتصاد، تخصص مالية وبنوك، كلية العلوم الإقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسير، جامعة العربي بن مهيدي، عين مليلة، 2013/2012، ص 10، 11.

المركزي على ما يقوم به البنك من عمليات مصرفية وذلك لحماية أموالهم المودعة بتلك البنوك ولكي لا تكون تلك الأموال بدون إشراف أو مراقبة فتستخدم في عمليات مريبة كعمليات غسل الأموال، التي تنتشر في الكثير من البلدان التي لا يتوفر فيها أي قدر من الإشراف والمراقبة على العمليات المصرفية التي تقوم بها تلك البنوك أين كان نوعها تقليدي أو إلكتروني<sup>1</sup>.

إن إشراف البنك المركزي على البنوك يوفر للعملاء الثقة والطمأنينة في التعامل معها، وذلك أن أموالهم المودعة لدي البنوك تكون محمية، من خلال إخضاع جميع العمليات المصرفية لإشراف البنك المركزي، لكي لا تكون تلك الأموال بدون إشراف ومراقبة وتصبح عرضةً للإنتهاكات والإختراقات وهذا ما أكدته المادة 56 مكرراً من الأمر 04-10 المتعلق بالنقد والقرض التي قضت بأنه "يتأكد بنك الجزائر من سلامة وسائل الدفع، غير العملة الإئتمانية، وكذا إعداد المعايير المطبقة في هذا المجال وملائمتها"<sup>2</sup>، فبعد إستقراء نص المادة يتبين أن البنك المركزي يعتبر هوالمسؤول عن عملية تأمين سلامة وسائل الدفع بأنواعها والعمليات المصرفية بمختلفها.

### ثالثاً- مدى قيام البنوك الإلكترونية بالعمليات المصرفية:

لقد ثار الكثير من الجدل في البداية عما إذا كان من حق البنوك الإلكترونية القيام بالعمليات المصرفية التي تقوم بها البنوك التقليدية، إلا أن هذا الجدل لم يلبث إلا وحسم لصالح تلك البنوك حيث أنه من حقها القيام بكافة العمليات المصرفية بطريقة إلكترونية وذلك لما فيه من مميزات عن البنوك التقليدية، من توفير للوقت والجهد والأموال سواء للعميل أو البنك نفسه، حيث إن كلاهما يتمتعان بنفس الكيان القانوني ويخضعان لنفس الإشراف والمراقبة والإختلاف بينهما سوى أن البنوك التقليدية تقدم خدماتها للعملاء بطريقة تقليدية بينما البنوك الإلكترونية تقدم خدماتها

<sup>1</sup> صديق سهام، البنوك الإلكترونية بين متطلبات التجارة الإلكترونية والخطر القانوني في الجزائر، مجلة البصائر للدراسات القانونية والإقتصادية، جامعة بلحاج بوشعيب، عين تموشنت، العدد 1، 2021، ص 122.

<sup>2</sup> أمر رقم 04-10 المتعلق بالنقد والقرض المؤرخ في 16 رمضان عام 1431 الموافق 26 أوت سنة 2010، يعدل ويتم الأمر رقم 03-11 المؤرخ في 27 جمادى الثانية عام 1424 الموافق 26 أوت سنة 2003 والمتعلق بالنقد والقرض، الجريدة الرسمية، عدد 50، الصادر بتاريخ 01 سبتمبر 2010.

بطريقة إلكترونية، وكلاهما يتمتعان بنفس الكيان القانوني ويخضعان لنفس الإشراف والمراقبة ويقدمان نفس العمليات المصرفية<sup>1</sup>، بل إن تلك البنوك الإلكترونية قد استطاعت أن تقدم خدمات مصرفية إلكترونية لا تستطيع البنوك التقليدية تقديمها وعليه فإن للبنوك الإلكترونية الحق قانوناً في أن تقدم الخدمات لعملائها.

#### رابعاً- القواعد وأسس المحاسبة التي تنطبق على البنوك الإلكترونية:

لكل دولة من دول العالم قواعد وأسس محاسبة تطبقها على البنوك التقليدية التي تعمل داخل تلك الدولة، وقد تختلف تلك القواعد والأسس من دولة إلى أخرى إلا أنها في مجموعها لا تختلف في المضمون، وقد اختلف فقهاء القانون فيما إذا كان الواجب تطبيق تلك الأسس والقواعد على تلك البنوك الإلكترونية من عدمه، نظراً للطبيعة الخاصة التي تتمتع بها البنوك الإلكترونية، فهناك من الفقهاء من ذهب رأيه إلى وجوب تطبيق تلك القواعد والأسس على البنوك الإلكترونية، لكونها لا تختلف عن البنوك التقليدية إلا في طريقة تقديم الخدمات المصرفية لعملائها، وذهب رأي آخر إلى عدم تطبيق تلك القواعد والأسس على أساس أن تلك البنوك تختلف كلياً عن البنوك بمعناها التقليدي<sup>2</sup>.

#### خامساً- التصنيف القانوني لعقود تقديم الخدمات المصرفية الإلكترونية:

إن الخدمات المصرفية التي تقدمها البنوك التقليدية تعتبر أعمال تجارية من حيث الموضوع بالنسبة للبنوك إستناداً إلى الفقرة 13 من المادة 02 من القانون التجاري الجزائري، أما بالنسبة للعمليات تختلف العقود المصرفية التي يقوم بها حيث تكتسب طابعاً تجارياً إذا قام بها شخص طبيعي أو معنوي له صفة التاجر، أما إذا قام بالعقود المصرفية شخصاً ليس له صفة التاجر تبقى هذه الأعمال مدنية.

<sup>1</sup> شراديد محمد الحاج، مخاطر العمليات المصرفية الإلكترونية، مذكرة لاستكمال شهادة ليسانس أكاديمي، تخصص قانون خاص، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، 2013/2014، ص 20.

<sup>2</sup> محمد الصيرفي، الإدارة الإلكترونية، دار الفكر الجامعي للنشر والتوزيع، الإسكندرية، الطبعة الأولى، 2007، ص 451.



وباعتبار أن الفقرة 13 من المادة 02 من القانون التجاري الجزائري لم تحدد طبيعة البنوك التقليدية و الإلكترونية فإن المعاملات التي يقوم بها البنك الإلكتروني هي أعمال من حيث الموضوع<sup>1</sup>.

أما فيما يخص العميل، فإنه أولاً يجب تحديد صفته، فإذا تعامل مع البنك على أنه تاجر تطبق عليه قواعد القانون التجاري حسب المادة 01 مكرر من القانون التجاري الجزائري التي تنص على: "يسري القانون التجاري على العلاقات بين التجار، وفي حالة عدم وجود نص يطبق القانون المدني وأعراف المهنة عند الاقتضاء" أما إذا لم يكن تاجر فيعتبر العقد بالنسبة له مدني وتطبق عليه قواعد القانون المدني<sup>2</sup>.

ومن خلال ما سبق نستنتج أن الطبيعة القانونية لعقود الخدمات البنكية الإلكترونية بأنها في الأصل عقود مدنية إلا أنها تكتسب الصفة التجارية إذا ما أحاط بتكوينها ظروف معينة، فإن أبرمت من طرف شخص طبيعي أو معنوي مكتسب لصفة تاجر ولأغراض تجارية أو بمناسبةها فإن هذه الصفة تنعكس على العقود لتصبح تجارية.

### الفرع الثالث: قنوات الصيرفة الإلكترونية

لقد تطورت وسائل وأدوات العمل البنكي الإلكتروني بتطور تكنولوجيا المعلومات والاتصالات فظهرت عدة قنوات للعمل البنكي الإلكتروني من أهمها ما يلي:

#### أولاً- آلات الصرف الذاتي:

هي أكثر الوحدات الإلكترونية شيوعاً وإستخداماً، وهي عبارة عن محطات طرفية الكترونية متصلة بالحاسب الآلي، يتم من خلالها تقديم الخدمات المصرفية دون توقف ودون مساعدة الصارف البشري، وبدأ إستخدام هذه الآلات عام 1967 بأحد فروع بنك " Barclays "

<sup>1</sup> مقرروي ميرة، مقرروي كنزة، النظام القانوني للبنوك الإلكترونية، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في الحقوق، تخصص قانون الخاص الشامل، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عبد الرحمان ميرة، بجاية، 2020/2019، ص 17.

<sup>2</sup> الأمر رقم 59/75، المؤرخ في 20 رمضان 1395، الموافق 26 سبتمبر 1975 الذي يتضمن القانون التجاري المعدل والمتمم بالمر 27/96 المؤرخ في 1996/01/09، جريدة رسمية عدد 77 المؤرخة في 1996/12/11.

بإنجلترا، وكانت تتيح خدمة السحب النقدي فقط ما جعلها تسمى حينها بالصراف النقدي " Dispenser Cash " وعقب نجاحها إنتقل تطبيقها إلى الولايات المتحدة الأمريكية بواسطة بنك "National First" ومن ثم إلى باقي أنحاء العالم، خاصة مع دخول شركة " IBM " للحواسيب الآلية في مجال تصنيع تلك الآلات، تعمل آلة الصرف الآلي عن طريق الإتصال بالحاسوب الرئيسي للبنك، بحيث يمكن استعمال بيانات العميل كرقم التعريف الشخصي ورقم الحساب، ورمز الخدمة المطلوبة بمجرد إدخال بطاقة التشغيل<sup>1</sup>، فتقوم الآلة بعد ذلك بإعطاء إستجابات فورية للخدمة المصرفية المطلوبة كالسحب النقدي، الإيداع النقدي، إيداع شيكات، كشف حساب، بيان الأرصدة وتنقسم آلات الصرف الذاتي بدورها إلى<sup>2</sup>:

- **آلات صرف بعيدة المدى:** تتواجد في أماكن بعيدة عن مبنى البنك كالنوادي الرياضية، محطات السكك الحديدية، المطارات، الفنادق والقرى السياحية، والأسواق المركزية، والمراكز التجارية، ويستهدف استخدام هذا النوع من الآلات لتحقيق درجة أكبر من الملائمة المكانية للخدمة المصرفية.

- **آلات صرف داخلية:** تتواجد داخل مبنى البنك بغرض تخفيض الإكتظاظ في صفوف الإنتظار أمام موظفي البنك أثناء أوقات العمل، ويستهدف استخدام هذا النوع من آلات الصرف الذاتي تحقيق الملاءمة الأدائية للخدمة المصرفية.

- **آلات صرف خارج المبنى:** تتواجد حول المبنى الخارجي للبنك بغرض توفير خدمات مصرفية بعد ساعات العمل الرئيسية، ويستهدف استخدام هذا النوع من آلات الصرف الذاتي توفير الملائمة الزمنية للخدمة وعرفت آلات الصرف الذاتي إنتشاراً واسعاً بفضل دورها الفعال في تنشيط التعاملات المصرفية.

<sup>1</sup> طارق طه، إدارة البنوك في بيئة العولمة والأنترنت، دار الفكر الجامعي للنشر والتوزيع، الإسكندرية، 2007، ص 02.

<sup>2</sup> نصيرة شبوب، الإدارة البنكية الإلكترونية في الجزائر دراسة ميدانية حول أنظمة النقد الآلي، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والإتصال، تخصص مجتمع معلومات، كلية العلوم السياسية وإعلام والإتصال، قسم علوم الإعلام والإتصال، جامعة الجزائر 3، 2013/2012، ص 57.

### ثانيا- الصرافة عبر الهاتف النقال:

هناك من يسميها بالمصارف الخلوية وتقوم هذه القناة على تزويد الزبون بالخدمة المصرفية في أي مكان وفي أي وقت، وتشتمل الخدمات المصرفية عبر الهاتف النقال الخدمات المعلوماتية، كالإستعلام عن الأرصدة والإطلاع على عروض المصارف وأسعار العملات والفوائد ومعدلاتها والإستشارات والنصائح بشأن القروض والتسهيلات وموقع المصارف الفعلية ودوائرها وغير ذلك من الخدمات الإستعلامية. كما تشمل الخدمات المالية كتحويل الأرصدة من حساب إلى حساب وخدمات الدفع النقدي وفتح الحسابات وغلقها، وغيرها من الأعمال والخدمات المصرفية<sup>1</sup>.

فمنذ إنطلاق فكرة الخدمات المصرفية بواسطة الهواتف الخلوية وتوظيف البطاقات الذكية لهذه الغاية، جرى تطور مذهل في حقل توظيف وسائط وبروتوكولات الإتصال وتبادل المعلومات في البيئة المصرفية.

### ثالثا- خدمة الهاتف المصرفي:

تستخدم البنوك خدمة الهاتف المصرفي لتفادي صفوف العملاء في الإستفسار عن حساباتهم ومختلف الخدمات المصرفية الأخرى، وتتيح هذه الخدمة للعميل إجراء عمليات متعددة منها الخدمات الإستعلامية، تحويل المبالغ المالية من حساب إلى حساب آخر عبر الإنترنت، طلب كشف الحساب، شراء الأوراق المالية، متابعة سوق الأسهم، وتستمر هذه الخدمة يوميا ولمدة 24 ساعة<sup>2</sup>، وتعتمد على شبكة تربط فروع البنك الواحد ككل وقد إستفاد البنوك وكذلك العملاء من هذه الخدمة، فأصبحت هناك مراكز متخصصة للإتصال (خدمة العملاء)، مما يوفر عليها الكثير من الخدمات التي تستغرق منها ومن العميل وقتا كبيرا، زيادة على الإقتصاد في التكلفة وتطورت هذه الخدمات لاسيما في الدول المتقدمة وأصبح العميل يشعر بخصوصيته مع البنك

<sup>1</sup> بوعافية رشيد، الصرافة الإلكترونية ( الواقع والتحديات )، مجلة الإقتصاد الجديد، جامعة بومرداس، الجزائر، العدد3، 2011، ص 147  
<sup>2</sup> بورقابة فريدة، وسائل الدفع الحديثة في المؤسسات المالية والبنكية، مذكرة تخرج مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة ماستر أكاديمي، التخصص إقتصاد نقدي وبنكي، كلية العلوم الإقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة عبد الحميد بن باديس، مستغانم، 2018/2019، ص 63.

الذي يتعامل معه، فساعدت هذه المراكز على نمو علاقة خاصة بين العميل والمصرف، وإزدادت هذه الخدمات تطورا وذلك بإدخال البريد التلقائي لرد على مكالمات العملاء.<sup>1</sup>

#### رابعا - البنوك الإلكترونية (بنوك الإنترنت):

يستخدم إصطلاح البنوك الإلكترونية كتعبير متطور وشامل للمفاهيم التي ظهرت مع مطلع التسعينات كمفهوم الخدمات المالية عن بعد أو البنوك الإلكترونية عن بعد أو البنك على الخط وجميعها تعبيرات تتصل بقيام الزبائن بإدارة حساباتهم وإنجاز أعمالهم المتصلة بالبنك عن طريق المنزل أو المكتب أو أي مكان آخر وفي الوقت الذي يريد الزبون وللبنوك الإلكترونية ثلاث صور أساسية تتمثل في<sup>2</sup>:

- **الموقع المعلوماتي:** وهو مستوى البنوك الإلكترونية أو ما يمكن تسميته بصورة الحد الأدنى من النشاط الإلكتروني المصرفي، من خلال هذا الموقع يقدم البنك معلومات حول منتجاته وخدماته المصرفية.

- **الموقع التفاعلي أو الاتصالي:** يسمح هذا الموقع بنوع ما من التبادل الاتصالي بين البنك وعملائه، ويتم هذا التبادل عن طريق البريد الإلكتروني.

- **الموقع التبادلي:** هذا هو المستوى الذي يمكن القول أن البنك فيه يمارس خدماته في بيئة إلكترونية، حيث يستطيع العميل الوصول لحساباته وإدارتها، وإجراء الدفعات النقدية.

#### خامسا- نهائي نقطة البيع الإلكترونية:

تسمح هذه الخدمة بتسديد قيمة مبلغ مشتريات العميل من سلع وخدمات وذلك من خلال إقتطاعه مباشرة من حسابه الخاص بالبنك ليضاف هذا المبلغ إلى رصيد البائع بحسابه

<sup>1</sup> بن منصور فريدة، الصرافة الإلكترونية كمدخل لبناء الاقتصاد الرقمي في الجزائر، مذكرة لإستكمال شهادة الماستر في العلوم الاقتصادية، تخصص بنوك ومالية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، 2010/2011، ص 44.

<sup>1</sup> هالة عبدلي، الصرافة الإلكترونية آلية لضمان جودة الخدمات المصرفية، مجلة الأصيل للبحوث الاقتصادية والإدارية، جامعة عباس لغرور، خنشلة، الجزائر، العدد 01، 2017، ص 388.

البنكي وتتم هذه العملية إلكترونياً، وتستعمل هذه الوسيلة بدلا من الدفع نقدا أو إصدار الشيكات، كما يطلق على أجهزة نهائي نقطة البيع الإلكترونية أيضا الوحدات الطرفية عند نقاط البيع<sup>1</sup>، ويتم تركيبها في المحلات التجارية ونقاط البيع من طرف البنك ليتم توصيلها إلكترونياً مع حاسوب البنك، ويتم استخدامها من طرف الزبائن الذين يملكون بطاقات بنكية يوفرها لهم البنك طبعا، ليتم إستخدامها في عمليات الشراء عن طريق إدخالها في جهاز نهائي نقطة البيع الإلكترونية وتشكيل الرمز السري الممنوح للعميل من طرف البنك وقيد مبلغ المعاملة .

### سادسا - شبكة سويفت للتحويل الآلي للمدفوعات الدولية:

يمكن إدراج خدمة سويفت إلى قائمة أهم قنوات توزيع منتجات الصيرفة الإلكترونية، وذلك نظرا لدورها في نقل التعليمات والأوامر والرسائل بين بنوك العامل وبسرعة فائقة، فكلمة "swift" هي إختصار ل:

"Society for World wide Inter-bank Financial Transaction"

أي المؤسسة الدولية للمبادلات المالية بين البنوك، وتم إنشاؤها في شهر ماي 1973 بمبادرة 293 بنكا من أوروبا، الولايات المتحدة وكندا، ومقرها في بروكسل وهي خاضعة للقانون البلجيكي، وقد باشرت نشاطها الفعلي في ماي 1977، ولكن لم تعرف إزدهار إلى في بداية الثمانينات من القرن الماضي، كما يعتبر هذا النظام كبديل للتيلكس.<sup>2</sup>

من خلال ما سبق نستنتج أن هذه القنوات تحتاج إلى مجموعة من الوسائل الإلكترونية الحديثة المساعدة لإستكمال عملها بهدف زيادة الأرباح من خلال السيطرة على التكاليف وحفظ المصروفات التشغيلية متخذة من التكنولوجيا أدوات لتحقيق ذلك محددة كالتالي:

<sup>1</sup> جلايلة عبد الجليل، الصيرفة الإلكترونية خدماتها ومخاطرها، مجلة الإصلاحات الإقتصادية والإندماج في الإقتصاد العالمي، جامعة أحمد دراية أدرار، العدد 13، 2019/01/24، ص 257.

<sup>2</sup> جلايلة عبد الجليل، المرجع نفسه، ص 259.

**1- الشيكات الإلكترونية:** عبارة عن رسالة تحتوي جميع البيانات الموجودة في الشيك الورقي العادي حيث يقوم أحد طرفي العلاقة بتحريره للطرف الثاني وإرساله له عبر البريد الإلكتروني، وتكون جميع التوقيعات التي يتضمنها الشيك توقيعات إلكترونية من ثم فإنه يتمتع بنفس قوة الشيك الورقي في الدول التي تعتبر التوقيع الإلكتروني بمثابة التوقيع اليدوي وتعطيه حجية في الإثبات، ومن ميزات هذه التقنية الإلكترونية أنها لا تشترط توافر كل من الطرفين على حسابات بنفس البنك الذي يقوم بعملية المقاصة، لأن ظهور نظام المقاصة الآلية أعطي إمكانية إجراء المقاصة بين البنوك بعيدا عن الإجراءات اليدوية، ومادام أن الشيكات الإلكترونية تتوافر على جميع البيانات التي يتطلبها المشرع في الشيكات العادية فلا يوجد أي إشكال في اعتبارها شيكات قانونية في الدول التي تعترف بحجية التوقيع الإلكتروني<sup>1</sup>.

كما ينتشر استخدام هذا النوع من الشيكات في المعاملات الإلكترونية التي تتم في قطاع الأعمال بكثرة وذلك لما يحمله من مزايا تخدم القطاع يمكن حصرها فيما يلي<sup>2</sup>:

- خفض تكاليف المصروفات الإدارية.
- زيادة كفاءة إنجاز عمليات الحسابات والودائع للتجار والمؤسسات المالية.
- تسريع عملية الدفع والمحاسبة التي يقوم بها الزبون.
- تزويد العملاء بمعلومات وتفاصيل أكثر لكشف الحساب.
- الصرف الفوري للشيك والتخلص من الزمن الذي يستغرقه الشيك الورقي.
- بعث الثقة بين المعاملين.

**2- البطاقات البنكية الإلكترونية (البطاقات البلاستيكية):** عبارة عن بطاقات مغناطيسية يستطيع حاملها استخدامها في شراء معظم احتياجاته أو أداء مقابل ما يحصل عليه من خدمات

<sup>1</sup> محمود محمد أبو فوة، الخدمات البنكية الإلكترونية عبر الإنترنت، دار الثقافة للنشر والتوزيع، الأردن، الطبعة الأولى، 2009، ص 50.

<sup>2</sup> كردي نبيلة، الشيك الإلكتروني، مجلة العلوم الاقتصادية والسياسية، جامعة تبسة، العدد 13، 2017، ص 256.

دون الحاجة لحمل مبالغ كبيرة قد تتعرض لمخاطر السرقة أو الضياع أو الإتلاف<sup>1</sup>، وتنقسم البطاقات الإلكترونية بطبيعتها إلى بطاقات ائتمانية وغير ائتمانية توضح كالتالي:

#### - البطاقات الائتمانية:

تتيح هذه البطاقات لحاملها الحصول على إئتمان، فيستطيع المستهلك إستعمالها لشراء مستلزماته ثم التسديد لاحقاً فإذا كان الغير راغب في تسديد جميع ما قام بإقتراضه (شرائه) في أي شهر فإنه يسمح له بتدوير جزء من المبلغ المقترض إلى الشهر التالي ويترتب عليه في هذه الحالة دفع الفائدة على الرصيد المدين<sup>2</sup>.

وتنقسم البطاقات الائتمانية بدورها إلى قسمين:

#### - بطاقات الإئتمان المتجددة:

هي نوع من بطاقات الدفع تستخدم كأداة وفاء وائتمان في نفس الوقت، فهي تتيح لحاملها الحصول على السلع والخدمات للبنك المصدر لتلك البطاقة فالائتمان المتولد عن إستخدام هذه البطاقة يعد ديناً متجدداً على صاحبها، أي أن صاحب البطاقة غير ملزم بدفع قيمة الفاتورة المرسله إلى البنك كل شهر بل هو ملزم بدفع جزء منها فقط حسب الإتفاق بينه وبين البنك وهو مخير في الباقيين أن يقضي في الموعد المحدد أو يدعه معلقاً بدمته، ويكون ملزماً بدفع فواتر شهرية على هذا التأخير في الدفع وتحسب الفواتر بصفة يومية على المبالغ المتبقية وتلجأ بعض البنوك لمطالبة العميل بمبلغ مالي تبقيه رهناً مقابل عمليات البطاقة<sup>3</sup>.

<sup>1</sup> هاني وجيه العطار، التجارة الإلكترونية، دار الأكاديميون للنشر والتوزيع، الأردن، 2016، ص 138.

<sup>2</sup> نادر شعبان، إبراهيم سواح، النقود البلاستيكية وأثر المعاملات الإلكترونية على المراجعة الداخلية في البنوك التجارية، الدار الجامعية للنشر والتوزيع، الإسكندرية، 2006، ص 19.

<sup>3</sup> زهير زواش، دور نظام الدفع الإلكتروني في تحسين المعاملات المصرفية، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية، تخصص تمويل دولي والمؤسسات المالية والنقدية، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسير، جامعة العربي بن مهدي، أم البواقي، 2010/2011، ص 26.

– بطاقات الائتمان غير المتجددة:

تسمى كذلك بطاقة الخصم الشهري أو بطاقة الوفاء المؤجل أو بطاقة الحساب والفرق الرئيسي بين هذه البطاقة وسابقتها أنه لا يمكن أن يكون لدى حاملها حساب لدى البنك المصدر ومن ثم فعندما يقوم الفرد باستخدامها فإنه يحصل آلياً على قرض (ائتمان) مساوي لقيمة السلعة أو الخدمة ولكل عميل حد أعلى للقرض يحدده العقد ويسمى خط الائتمان ويلتزم حامل البطاقة لشروط الإصدار بتسديد كامل مبلغ الفاتورة خلال فترة لا تزيد غالباً عن 30 يوم من تاريخ إستلامه لها، وفي حالة المماثلة يقوم البنك المصدر بإلغاء عضوية حامل البطاقة وسحبها منه، ومن أهم هذه البطاقات بطاقة الصرف البنكي وتعرف هذه البطاقة أيضاً ببطاقات الصرف الشهري<sup>1</sup>، لأنه يجب على العميل أن يقوم بالسداد بالكامل خلال نفس الشهر الذي يتم فيه السحب بمعنى إن فترة الإئتمان التي تمنحها هذه البطاقة لا تتجاوز الشهر الواحد، ومن ثم لا يتحمل العميل جراء ذلك أية فوائد وتقع في مقدمتها البطاقة الخضراء.

– البطاقات غير الإئتمانية:

يتيح هذا النوع من البطاقات منح إتمادات مالية لحاملها إلا أنها تختلف عن سابقتها في أن السداد يتم بالكامل من قبيل عميل البنك خلال الشهر الذي يتم فيه السحب أي أن الفترة الإئتمانية في هذه الحالة لا تتجاوز شهر فهذا النوع من البطاقات يعتبر أوسع البطاقات إنتشاراً في العالم لأنه يقلل من مخاطر الديون المعدومة لدى البنوك المصدرة للبطاقات ويتميز هذا النوع بأنه لا يعطي العميل أي إئتمان<sup>2</sup>، وتنقسم البطاقات الغير إئتمانية بدورها إلى:

<sup>1</sup> علي محمد أحمد أبو العز، التجارة الإلكترونية وأحكامها في الفقه الإسلامي، دارالفنانش للنشر والتوزيع، الأردن، 2008، ص 233.  
<sup>2</sup> ماي عبد القادر بوعالم، دور وسائل الدفع الإلكترونية في الحد من عمليات تبيض الأموال، مذكرة لنيل شهادة الماستر، جامعة عبد الحميد بن باديس، مستغانم، 2017/2016، ص12.



- البطاقات المدنية:

إذ تسمح لحاملها تسديد مشترياتهم من خلال السحب على حساباته الجارية في المصرف مباشرة. أي إنه بدلا من الإقراض من مصدر البطاقات والتسديد لاحقا كما هو الحال في البطاقة الائتمانية فإن العميل يحول الأموال العائدة له إلى البائع (لتاجر) عند إستعماله لهذه البطاقة فإذا كانت البطاقة المدنية على الخط فإن تحويل الأموال يتم عادة خلال اليوم نفسه الذي يتم فيه تنفيذ معاملات الشراء أما إذا كانت البطاقة المدنية خارج الخط فإن التحويل يتم خلال عدة أيام لاحقة<sup>1</sup>.

- بطاقات الدفع المسبق:

حيث يقوم صاحب البطاقة الإلكترونية بشحنها بمبلغ مالي وعند إتمام أي معاملة تجارية يتم سحب المقابل المالي من هذه البطاقة حتى ينتهي المبلغ المشحون أو المعبأ في البطاقة ولإعادة إستخدامها يجب إعادة شحنها وهكذا وقد عممت هذه الطريقة على مجالات عدة أهمها قطاع الإتصالات الهاتفية الثابتة والنقالة<sup>2</sup>.

- بطاقة الشيكات:

يتعهد فيها البنك بسداد الشيكات التي يحررها العميل بشروط معينة وتحتوي هذه البطاقة عادة إسم العميل وتوقيعه ورقم حسابه والحد الأقصى الذي يتعهد البنك الوفاء به في كل شيك يحرره العميل ويقوم العميل بإبراز البطاقة للمستفيد والتوقيع على الشيك إضافة إلى التأكد من مدة صلاحية البطاقة للإستعمال وإذا تحققت هذه الشروط وبخاصة تحرير الشيك وفقا للحد الأقصى المسموح به وكتابة رقم البطاقة على ظهر الشيك وصحة توقيع الساحب<sup>3</sup>، فإن البنك المسحوب عليه ملزم بدفع قيمة الشيك للمستفيد بغض النظر عن وجود رصيد كاف لديه من عدمه.

<sup>1</sup> زهير زواش، مرجع سابق، ص 28.

<sup>2</sup> سمية عباس، تحديات العمليات البنكية الإلكترونية في الجزائر، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه الطور الثالث، تخصص مالية وبنوك، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي، 2016/2017، ص 107

<sup>3</sup> فياض القضاة، الإلتزامات الناتجة عن إستعمال بطاقات الائتمان، مجلة الدراسات، الأردن، المجلد6، العدد20، 1999، ص 400.

### ثالثاً- النقود الإلكترونية:

عرف بعض الفقهاء النقود الإلكترونية بأنها وحدات إلكترونية يتم إنتقالها بطريقة معينة من حساب شخص إلى حساب شخص آخر، حيث تخزن هذه الوحدات إما في ذاكرة كمبيوتر صغير ملتصق في كارت يحمله المستهلك، بحيث يستخدمها في الوفاء عن طريق هذا الكارت، أو تخزن في ذاكرة الكمبيوتر الشخصي للمستهلك، بحيث يستخدمها عن طريق هذا الكمبيوتر<sup>1</sup>.

بينما ذهب رأي آخر إلى أن النقود الإلكترونية هي بطاقات تحتوي على مخزون إلكتروني أو أرصدة نقدية محملة إلكترونيا على بطاقة تخزين القيمة هي عبارة عن قيمة نقدية بعملة محددة تصدر في صورة بيانات إلكترونية مخزنة على كارت ذكي أو قرص صلب بحيث يستطيع صاحبها نقل ملكيتها إلى من يشاء دون تدخل شخص ثالث.<sup>2</sup>

### رابعاً- الحوالة التجارية (السفتجة):

قد تكون مستندة على دعامة ورقية أو دعامة ممغنطة، ويراد بالكمبيالة الإلكترونية الورقية بأنها كمبيالة تصدر على ورق، ومن ثم تحول إلى الأسلوب الإلكتروني، أي أنها تنشأ على الورق ولا تختلف في المحتوى على الحوالة الورقية، من حيث تضمنها البيانات اللازمة لإنشائها، ويقوم المصرف بالمعالجة الإلكترونية عند تقديمها إليه لخصمها، أو بمناسبة خصمها لديه، وذلك بنقل البيانات من الكمبيالة الورقية إلى الكمبيالة الإلكترونية، مع الإختلاف بينهما في الوفاء أن يكون بالوسائل الإلكترونية وتشترط الحوالة الإلكترونية إضافة التوقيع بالطرق الإلكترونية على الحوالة الورقية المعالجة بالطريقة الإلكترونية<sup>3</sup>، لذلك سوف تحمل الكمبيالة توقيعين، الأول على النسخة الورقية، والثاني عند معالجتها إلكترونياً، وأن تراعى قواعد سحب النسخ وذكر أنها نسخة مع ذكر رقمها.

<sup>1</sup> زكرياء مسعودي، ماهية النقود الإلكترونية، المجلة الدولية للبحوث القانونية والسياسة، جامعة الشهيد حمة لخضر، الوادي، الجزائر، العدد3، 2018، ص 41.

<sup>2</sup> عبد الصبور عبد القوي علي مصري، التجارة الإلكترونية والقانون، دار العلوم للنشر والتوزيع، القاهرة، 2010، ص 71.

<sup>3</sup> إيلاف فاخر كاظم علي، مخاطر العمليات المصرفية الإلكترونية، المركز العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، الطبعة الأولى، 2019، ص37.

#### خامسا- الإعتداد المستندي الإلكتروني:

كانت الإعتمادات المستندية تتم بصورة يدوية، إلا أن التطور التكنولوجي أدى إلى الإستغناء عن تلك الطريقة وإستبداله بأخرى تعتمد على الحسابات الإلكترونية، ويعرف الإعتماد المستندي بأنه عقد يتعهد المصرف بمقتضاه بفتح إعتماد لصالح المستفيد بناء على طلب الأمر بفتح الإعتماد بضمان مستندات تمثل بضاعة منقولة أو معدة للنقل، حيث يقوم المستورد بإرسال طلب لإصدار إعتماد مستندي عن طريق الإنترنت، فإذا وافق المصرف على طلب عميله، يقوم بإرسال نص الإعتماد بنفس الطريقة، وقبل إنتهاء الأجل المحدد في الإعتماد يقوم المستفيد بإرسال كافة المستندات المتعلقة بالشحن، وللحصول على قيمة الإعتماد يطلب من كافة الأطراف إرسال مستنداتهم للمصرف مصدر الإعتماد عن طريق الإنترنت، وفي حالة كان هناك أكثر من مستند فإن كل واحد منهم يرسل البيانات الواردة للمصرف المبلغ بصورة إلكترونية، وإذا وجدت المستندات موافقة لما ورد في الطلب فإنه يقوم بتحويل المبلغ بصورة إلكترونية، علما أن مطابقة هذه المستندات تعتمد على معيار موضوعي على خبرة المصرف بهذا الخصوص<sup>1</sup>.

#### سادسا- المقاصة الإلكترونية:

وهي نظام لتسوية مدفوعات الشيكات إلكترونيا بين المصارف بدلا من المدفوعات الورقية في غرفة المقاصة وتسجل المدفوعات إلكترونيا على شريط ممغنط، وهي عملية منح الصلاحية من مصرف لمصرف آخر للقيام بحركات التحويلات المالية الدائنة والمدينة إلكترونيا من حساب مصرفي إلى حساب مصرفي آخر<sup>2</sup>، فهي تتم من خلال أجهزة الحاسوب الآلي وهي جزء من نظام التحويلات المالية الإلكترونية، فهي إيفاء دين مطلوب لدائن بدين مطلوب منه لمدينه بإستخدام الوسائل الإلكترونية.

<sup>1</sup> ايلاف فاخر كاظم علي، مرجع سابق، ص 38.

<sup>2</sup> صفاء يوسف القواسمي، المسؤولية القانونية الناشئة عن العمليات المقاصة الإلكترونية في قانون الأردن، رسالة ماجستير في القانون الخاص، كلية الحقوق، جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا، الأردن، 2010/2009، ص12.

سابعاً- المحفظة الإلكترونية:

وهي عبارة عن بطاقة ممغنطة مزودة بشريحة يمكن تثبيتها على جهاز الحاسوب الشخصي، أو تكون قرصاً مرناً يمكن إدخاله في فتحة القرص المرن في جهاز الحاسوب الشخصي ليتم نقل القيمة المالية منه وإليه عبر الإنترنت باستخدام برامج معينة<sup>1</sup>، إن المحفظة الإلكترونية في خدمتها تشبه الوظيفة المماثلة للمحافظ المادية، حيث تحفظ بطاقات الإئتمان والنقد الإلكتروني والهوية الشخصية فيها ومعلومات اتصال المالك، وتقدم هذه المعلومات على موقع التجارة الإلكترونية، وأحياناً تحتوي المحفظة الإلكترونية على دفتر عناوين كذلك<sup>2</sup>.

المطلب الثاني: مبادئ الصيرفة الإلكترونية

تتميز الخدمات المصرفية الإلكترونية في التغير السريع في الابتكارات التقنية مما يستوجب على المصارف إعادة تقييم لإجراءاتها وسياساتها في إدارة أعمالها، مع ضرورة تأكيد السلطات الإشرافية من إمتلاك المصارف لآليات وإجراءات وأنظمة شاملة لإدارة ومراقبة مخاطر الصيرفة الإلكترونية، وتحقيق هذا الأمر يجب العمل بمبادئ أساسية للسلطات الإشرافية للتحقق من تواجد الممارسات السليمة من قبل المصارف في تعاملها مع قضايا الصيرفة الإلكترونية وعليه سوف نتناول في الفرع الأول مبادئ مسؤولية الإدارة العليا على المؤسسات المصرفية وفي الفرع الثاني نتطرق إلى أهم مبادئ الصيرفة الإلكترونية في التحكم في الأمن والفرع الثالث سوف نبين من خلاله المبادئ المتعلقة بإدارة المخاطر القانونية المرتبطة بالسمعة.

الفرع الأول: المبادئ المتعلقة بمسؤوليات الإدارة العليا للمؤسسات المصرفية

يتعين على مجلس الإدارة والإدارة العليا في المؤسسات المصرفية العمل بمجموعة من المبادئ قبل مباشرة العمليات المصرفية الإلكترونية مراعيًا في ذلك ما يلي<sup>3</sup>:

<sup>1</sup> أمينة بن جدو، سمية دقيش، مرجع سابق، ص 95.

<sup>2</sup> هدون نبيل شيخ الأرض، تصميم وتنفيذ محفظة إلكترونية، رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، تخصص تقنيات ويب، الجامعة السورية الافتراضية، 2017/2016، ص 30

<sup>3</sup> خالد أحمد على محمود، إقتصاد المعرفة وإدارة الأزمات المالية في إطار المؤسسات الإقتصادية، دار الفكر الجامعي للنشر، الإسكندرية، الطبعة الأولى، 2019، ص 356.

- إتباع سياسات مراقبة فعالة للإدارة على المخاطر المرتبطة بالأنشطة المصرفية الإلكترونية بما فيها وضع سياسات وأدوات خاصة لإدارة تلك المخاطر وتحديد صريح للمسؤوليات.
- مراجعة وإعتماد النواحي الرئيسة الخاصة بعمليات التحكيم والمراقبة للنواحي الأمنية.
- الإهتمام بوضع منهج شامل ومستمر في إدارة ومراقبة علاقات المصرف مع الأطراف الخارجية ممن يدعمون العمليات المصرفية الإلكترونية للمصرف.

### الفرع الثاني: المبادئ المتعلقة بالتحكم بالأمن

- هناك الكثير من التهديدات التي تواجه العمليات المصرفية الإلكترونية باعتبارها حديثة وأكثر إستعمالاً فيتعين على المؤسسات المصرفية عند إنشائها العمل على مبدأ الأمن الذي يعتبر هو ركيزة البنوك الإلكترونية ويتم ذلك بإتباع الخطوات التالية<sup>1</sup>:
- إتخاذ الإجراءات اللازمة والسليمة للتحقق من صحة وهوية وتفويض العملاء ممن يقومون بإجراء عمليات من الصرف عن طريق الإنترنت.
  - إستخدام طرق التحقق من صحة التعليمات التي تعزز عدم الإنكار وتحدد التعاملات المصرفية الإلكترونية.
  - التأكد من إستخدام أدوات مناسبة لمراقبة التفويض فيما يخص الأنظمة المصرفية الإلكترونية وقواعد المعلومات والتطبيقات.
  - إتخاذ الإجراءات اللازمة الهادفة لحماية سلامة المعلومات الخاصة بالتعاملات المصرفية الإلكترونية والمعلومات المرتبطة بها.
  - ضمان وجود تحقيق واضح لجميع التعاملات المصرفية الإلكترونية.
  - إتخاذ الإجراءات اللازمة الكفيلة بالحفاظ على سرية المعلومات المصرفية الإلكترونية الهامة بما يتناسب مع حساسية المعلومات التي يتم نقلها وتخزينها في قواعد المعلومات.

<sup>1</sup> أحمد بوراس، أعمال الصرافة الإلكترونية الأدوات ومخاطر، دار الكتاب الحديث للنشر والتوزيع، القاهرة، 2014، ص86.

الفرع الثالث: المبادئ المتعلقة بإدارة المخاطر القانونية والمخاطر المرتبطة بالسمعة:

يرتبط نجاح المصارف في أعمالها بالسمعة التي تؤسسها كمؤسسات جديرة بالثقة، وتنشأ مخاطر السمعة فيما يتعلق بالعمليات المصرفية الإلكترونية في حال فشل المصرف في إرساء شبكة موثوقة فيتوجب على المؤسسات أن تحمي نفسها من الوقوع في المخاطر وتتنبأ بها حماية لسمعتها ويتم ذلك من خلال ما يلي<sup>1</sup>:

- التأكد من الإفصاح عن المعلومات الصحيحة على موقع الإنترنت الخاص بالمصرف بغية السماح للعملاء المحتملين التوصل لإستنتاج واضح حول هوية هذا المصرف والوضع التنظيمي والقانوني له قبل الدخول في تعاملات مصرفية إلكترونية.
- إتخاذ الإجراءات المناسبة الكفيلة بالإلتزام بالمتطلبات المتعلقة بخصوصية العملاء في إطار الإلتزامات التشريعية والقانونية السائدة في المنطقة التي يقدم هذا المصرف المنتجات والخدمات المصرفية الإلكترونية فيها.
- ضرورة إمتلاك المصرف للقدرة الفعالة على الإستمرارية في تقديم الخدمات الإلكترونية وإمتلاكه لخطط وبدائل في حالات الطوارئ بما يكفل توفر الأنظمة وخدمات المصرفية الإلكترونية في جميع الأوقات.

### المبحث الثاني: مفهوم الخدمات المصرفية

إزدادت أهمية الخدمة المصرفية المقدمة للعملاء كأساس لتحقيق التميز في مواجهة المنافسين في المصارف والمؤسسات المالية، وأصبحت الخدمة المميزة هي الأساس في المفاضلة بين مصرف وآخر، وبالتالي أصبح مستوي جودة أداء الخدمات المصرفية أحد الأسلحة التنافسية القوية في تأسيس الإستمرار والنمو لمؤسسات الخدمات عموماً والمصارف علي وجه الخصوص فالمعايير التي يعتمد عليها العملاء في الحكم على جودة الخدمة المقدمة إليهم تختلف عن تلك المستعملة في السلع المادية، وذلك بسبب الخصائص المميزة للخدمة، لذلك فقد إهتم الكثير من الباحثين في

<sup>1</sup> خالد أحمد على محمود، مرجع سابق، ص 258.

إبراز أهميتها النسبية من وجهة نظر الزبون مجال الخدمات بتحديد أهم هذه الأبعاد أو كما أهتموا أيضا بدراسة الجوانب المختلفة لجودة الخدمة المصرفية من حيث نماذج وصعوبات قياسها ووضع متطلبات لتحقيق جودة الخدمة المصرفية للمحافظة على إستمرار العملاء مع المصرف وللتوسع أكثر حول هذا الموضوع قسم هذا المبحث إلى مطلبين الأول نتعرف فيه على أنماط الخدمات المصرفية من خلال تعريف الخدمات المصرفية أما المطلب الثاني فسوف نتطرق من خلاله إلى مفهوم جودة الخدمة المصرفية.

### المطلب الأول: أنماط الخدمات المصرفية

عند الحديث عن الخدمة المصرفية يتوجب علينا معرفة أنها من المواضيع ذات الأهمية البالغة، وذلك لإرتباطها بمواضيع مهمة تؤثر على وجود المؤسسة ونموها، كونها تحتاج إلى الكثير من الدقة في جميع مراحل بنائها بدءًا من فكرة تقديمها حتى نقطة بيعها، ويعود سبب الدقة والإهتمام البالغ بالخدمة المصرفية وإرتباطها بموضوع رضا العملاء، وسوف نتناول من خلال هذا المطلب تعريف الخدمات المصرفية كفرع أول أما الفرع الثاني نتطرق من خلاله إلى تصنيف الخدمات المصرفية.

### الفرع الأول: تعريف الخدمات المصرفية

لا يختلف تعريف الخدمة المصرفية كثيرا عن مفهوم الخدمة بشكل عام، لذلك وقبل التطرق إلى تعريف الخدمة المصرفية يجب أولا تحديد مفهوم الخدمة بصفة عامة، حيث تعرف الخدمة من جهة على أنها أنشطة أو منافع يقدمها البائع إلى المشتري وهي بطبيعتها غير ملموسة، ولا يترتب على بيعها أو تقديمها نقل ملكية شئ، وقد يرتبط أو لا يرتبط إنتاجها وتقديمها بمنتج مادي ملموس<sup>1</sup>.

كما تعرف من جهة أخرى بأنها نشاط يرافقه عدد من العناصر الغير ملموسة والتي تتضمن بعض التفاعل مع الزبائن أو خاصية الحيازة، وليس نتيجة إنتقالها للمالك، فهي تلك الخدمات التي

<sup>1</sup> عمروش مصطفى، متطلبات الخدمات المصرفية وزيادة القدرة التنافسية للبنوك الجزائرية، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر، تخصص إدارة أعمال المالية، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسير، جامعة 8 ماي 1945، قلعة، 2010/2009، ص02.

تتضمن كل الأنشطة الاقتصادية التي مخرجاتها ليست منتجات مادية وهي بشكل عام تستهلك عند وقت إنتاجها، وتقديم قيمة مضافة وهي بشكل أساسي غير ملموسة<sup>1</sup>. وعليه فإن الخدمة عموماً هي عمل موجه بشكل مباشر لتلبية حاجات أو رغبات أطراف فتكون مادية أو غير مادية.

أما الخدمة المصرفية هي خدمات تقدم للأشخاص عن طريق المصارف وهي مجموعة من الأنشطة والعمليات ذات المضمون المنفعي الكامن في العناصر الملموسة وغير الملموسة والمقدمة من قبل المصرف، والتي يدركها المستفيدون من خلال ملامحها وقيمها المنفعية والتي تشكل مصدر لإشباع حاجاتهم ورغباتهم المالية والإئتمانية الحالية والمستقبلية وفي الوقت ذاته تشكل مصدر لأرباح المصرف من خلال العلاقة التبادلية بين الطرفين<sup>2</sup>، وتعرف الخدمة المصرفية إجرائياً على أنها مجموعة الخدمات التي تقدمها المؤسسات المصرفية لعملائها، وتتمثل في مجموعة المنافع التي يسعى العميل إلى تحقيقها والتي تأتي بإتقان موظفي المصرف لفن تقديم الخدمة، والتي تتمثل في عملية السحب والإيداع والتحويلات للمبالغ المالية ودفع قيمة المشتريات<sup>3</sup>.

قد يخلط البعض بين السلع والخدمات، والتفرقة الواضحة بين السلع والخدمات تكمن في أن الخدمة ليست شيئاً مادياً ملموساً ولا يمكن تملكها فعلياً سبيل المثال عندما نستأجر غرفة في الفندق لا نأخذ شيئاً مادياً عندما نترك الفندق، وإنما نحصل على درجة من الإشباع وهي الخدمة التي تلقيناها وهي شيء غير ملموس، كذلك الحال عندما نتقدم إلى البنك لإجراء عملية تحويل مبلغ المال لأحد الأقارب فإننا لا نحصل على شيء مادي ملموس، وإنما نحصل على الإشباع

<sup>1</sup> منصورى نسرين، يوسفى حسينية، الصيرفة الإلكترونية ودورها في تحسين جودة الخدمات البنكية، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر أكاديمي، تخصص إقتصاد نقدي وبنكي، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية، جامعة محمد بوضياف، المسيلة، 2021/2020، ص 27.

<sup>2</sup> تيسير العجارمة، التسويق المصرفي، دار الورق للنشر والتوزيع، الأردن، الطبعة الأولى، 2005، ص 34.

<sup>3</sup> مساعد العياشي، شامي رشيرة، إتجاهات موظفي المؤسسات المصرفية نحو التسويق الإلكتروني للخدمات المصرفية، مجلة دراسات إقتصادية، المجلد 21، العدد 1، 2021، ص 586.



والرضى من خلال تحويل مبلغ من المال<sup>1</sup>.

من خلال التعاريف السابقة نستنتج أن الخدمة المصرفية هي مختلف الأنشطة الممارسة من قبل البنوك بهدف تحقيق إشباع حاجات ورغبات زبائنها ولا يترتب عنها إنتقال ملكية. وحسب وجهات نظر الفقهاء هناك مجموعة من الخصائص العامة للخدمات المصرفية إتفق معظم الباحثين عليها يمكن إدراجها فيما يلي:

### 1 - لا يمكن إنتاج الخدمة المصرفية مقدما، أو تخزينها:

من المستحيل إنتاج خدمة مقدما، وتخزينها لحين طلب العميل، فالموظف يصنع الخدمة بمجرد أن يظهر العميل أمامه، وفي لحظات قليلة يبدأ بتجهيز عناصر الخدمة<sup>2</sup>، وفي نفس اللحظات يتم إعداد الخدمة بما يتناسب مع طلب العميل، وبالتالي فإن موظف البنك لا يعمل في مصنع أمام خط إنتاج مستمر، فالبنك الذي قرر تعيين الموظف في هذا المنصب، قد وضعه في خط الواجهة، وعلى نقطة الحدود للتعامل مع العميل.

### 2 - الخدمات المصرفية تنتج وتستهلك في نفس الوقت:

يقوم العميل بإستهلاك الخدمات التي تقدم إليه في نفس لحظة إنتاجها، وإنجازها وبالتالي فالعميل لا يستطيع أن يتداول هذه الخدمة مع طرف ثالث، وكل ما يبقى للعميل هو سعادته، أو تعاسته من الخدمة،

والتي يصعب عليه حتي أن يعيد وصفها للآخرين بأكثر من شعوره بالسعادة أو التعاسة<sup>3</sup>.

<sup>1</sup> بریش عبد القادر، جودة الخدمات المصرفية كمدخل لزيادة القدرة التنافسية للبنوك، مجلة إقتصاديات شمال إفريقيا، جامعة حسيبة بن بوعلی بالشلف، الجزائر، العدد 03، ص 253.

<sup>2</sup> إیاد منصور حسن، إدارة العمليات البنكية والنقدية، دار ابن النفیس للنشر والتوزیع، القاهرة، 2019، ص 187.

<sup>3</sup> فاطمة سليمان، جودة الخدمات المصرفية وأثارها على تحقيق رضا الزبون، مذكرة لنيل شهادة المساتر أكاديمي، تخصص إستراتيجية وتسويق، كلية العلوم الإقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة المسيلة، 2014/2013، ص 15.

### 3 - الخدمات غير قابلة للاستدعاء (سحبها من السوق) مرة أخرى:

إن بعض المنتجين لسلع معينة يضطرون إلى سحب سلعهم من السوق بسبب أخطاء فنية في إنتاجها، وأحيانا بسبب فسادها، أو عدم صلاحيتها للإستهلاك الآدمي، أما الخدمة المصرفية التي تقدم للعميل لها طبيعة مختلفة، ذلك أنها غير قابلة للاستدعاء مرة أخرى بعد تقديمها، وبمجرد أن تصنع الخدمة، وتقدم للعميل فإنها تستهلك في اللحظة نفسها، وعادة لا يكون هناك فرصة لإضافة أي تعديلات عليها، أو سحب جزء منها، وعلى موظف البنك أن يتذكر أنها لحظة واحدة ثمينة، وغالية عند وضع الخدمة وإستهلاكها من طرف العميل.

كما عليه أن يتأكد ليس فقط من أن الخدمة مناسبة، بل أيضا متفوقة في كل جوانبها، بحيث لا يوجد مجال للإضافة إليها، حيث أنه لا وقت لذلك بعد تلك اللحظة<sup>1</sup>، وإذا حدث وظروف خارجة عن الإرادة إن هبطت الخدمة عن المستوى توقعات العميل، فالترضية، والإعتذار، هما البديل الوحيد المتاح، وإن كان هذا الإعتذار لا يضمن إصلاح ما تم افساده.

### 4 - جودة الخدمة غير قابلة للفحص:

لو كان الموظف يعمل في مصنع، وأمام خط إنتاج لكانت الأمور أسهل كثيرا بالنسبة له، فهو ينتج السلعة، وبعد ذلك يجلس ليتأملها، ويراجع المواصفات ويستبعد الوحدات المعينة من خلال عملية الفرز<sup>2</sup>، ولكن موظف البنك يتعامل ويتفاعل مباشرة مع العملاء، وإنتاجه، وتقديمه للخدمة يتم بناءً على تفاعل إنساني بينه وبين العميل، ولا يمكنه إجراء الفرز والرقابة على الجودة بعد الإنتاج ومن ثم لا يمكنه إستبعاد الوحدات المعينة، فالإستهلاك قد تم بالفعل والمسؤولية هنا أكبر وأخطر، وتتطلب ضمانات الجودة قبل لحظة الإنتاج.

ورغم الإتفاق بين المفكرين حول خصائص الخدمات المصرفية فإن الملاحظ أن هناك إختلاف على الخصائص المميزة نظرا لخصوصية النشاط المصرفي من ناحية ومن ناحية أخرى نظرا

<sup>1</sup> إباد منصور حسن، مرجع سابق، ص 186.

<sup>2</sup> وصفي عبد الرحمان أحمد النعسة، التسويق المصرفي، دار كنوز المعرفة للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، 2010، ص 139.

لطبيعة الخدمات المصرفية وتعددتها وتنوعها فبالإضافة إلى الخصائص السابقة هناك خصائص أخرى تتمثل في مايلي<sup>1</sup>:

- الخدمات المصرفية ليست مادية مجسمة وبالتالي فهي غير قابلة للتلف.
  - الخدمات المصرفية ليست محمية ببراءة الإختراع وكل خدمة جديدة يوجددها بنك ما يمكن لبنك آخر تقديمها.
  - الخدمات المصرفية غير قابلة للتجزئة أو التقسيم أو الانفصال عند تقديمها.
  - تعتمد الخدمات المصرفية على التسويق الشخصي بدرجة كبيرة، حيث تعتمد في تقديمها على الإتصال الشخصي بين مقدم الخدمة والعميل.
  - لا يمكن لموظف البنك إنتاج عينات من الخدمة وإرسالها للزبون للحصول على موافقته عن جودتها قبل الشراء.
  - إن تقديم الخدمة المصرفية غير نمطي وتختلف طريقة تقديم الخدمة من زبون لآخر حسب درجة التفاعل بين موظف البنك والعميل.
- ونظرا لتنوع وتعدد الخدمات المصرفية أصبح من الصعب حصر جميع الخدمات المصرفية التي تقدمها البنوك، وأصبحت خاضعة لتطورات مستمرة نتيجة إستخدام الوسائل التكنولوجية في تقديم الخدمات المصرفية، ويمكن تقسيم أنواع الخدمات المصرفية إلى:

### 1 - قبول الودائع المصرفية:

يقوم المصرف بقبول الودائع من عملائه ويصنفها إلى ودائع تحت الطلب يحق للمودع أن يسحبها في أي وقت يشاء وعادة تكون بدون فوائد وودائع لأجل تستحق بعد فترة زمنية مقابل عوائد لأصحابها تتمثل في سعر الفائدة الذي يختلف باختلاف الأجل المتفق عليه<sup>2</sup>، ومن جهة

<sup>1</sup> بريش عبد القادر، مرجع سابق، ص 254.

<sup>2</sup> محبوب مراد، إستخدام إستراتيجية إعادة الهندسة الإدارية في تحسين جودة الخدمات المصرفية، أطروحة مقدمة لنيل دكتوراه علوم الإقتصاد، تخصص إقتصاد وتسيير المؤسسة، كلية العلوم الإقتصادية والتجارية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2013/2014، ص 73.

أخرى تستقبل البنوك ودائع الإدخار التي توضع في حساب العميل مقابل فوائد سنوية وتسمح له بسحب وإيداع أي مبلغ بمجرد تقديمه لدفتر التوفير .

## 2 - تقديم التسهيلات الائتمانية:

تعتبر القروض نوع من التسهيلات بحيث تعتبر الخدمة المصرفية الرئيسية للبنوك وهي المصدر الأول لربحيتها، حيث يمنح البنك الأموال للعميل مع الإتفاق على أن يتم السداد على أقساط أو يتم سداد قيمة القرض دفعة واحدة في تاريخ محدد متفق عليه مقابل فائدة متفق عليها أيضاً<sup>1</sup>، وقد تكون هذه القروض قصيرة الأجل بحيث تقل مدتها عن سنة واحدة، وتمنح لتمويل رأس المال العامل عادة أو بقروض متوسطة وطويلة الأجل تزيد آجالها عن سنة ويصل إلى عشرة أو عشرين سنة حيث تمنح لتمويل الأنشطة والعمليات ذات الطبعة الرأسمالية كمشروع إئتمان أو بناء مصنع أو إقامة مشاريع جديدة.

## 3 - الخدمات المتعلقة بالإستثمار في الأوراق المالية:

وتتمثل هذه الخدمات في إدارة محافظ الأوراق المالية لصالح الزبائن، المساهمة في رؤوس أموال المشاريع الإستثمارية، خدمات الهندسة المالية، تقديم الإستثمارية، دراسة الجدوى الإقتصادية للمشاريع لصالح العملاء، تنفيذ أوامر البورصة للعملاء<sup>2</sup>.

## 4 - تسير وسائل الدفع:

من أهم العمليات التي تقوم بها المصارف هي عملية تسير وسائل الدفع وهي تلك الخدمات التي تقدمها المصارف التجارية يوميًا لزيائنها مقابل حصولها على عمولات مثل<sup>3</sup>:

- صرف الشيكات المسحوبة على المصرف بالعملة المحلية أو الأجنبية.

<sup>1</sup> محمد الصربي، إدارة العمليات المصرفية، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، الطبعة الأولى، 2016، ص 155.

<sup>2</sup> زكي خليل المساعد، تسويق الخدمات وتطبيقاته، دار المناهج للنشر والتوزيع، الأردن، الطبعة الأولى، 2003، ص 299.

<sup>3</sup> بن أحمد لخضر، متطلبات تطوير وتحرير الخدمات المصرفية في الجزائر، أطروحة لنيل شهادة دكتوراه في علوم التسيير، تخصص تسيير، كلية العلوم الإقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر 3، 2012/2011، ص 39.

- تحصيل شيكات لصالح زبائن المصرف.
- إجراء جميع عمليات التحويلات وفقا لأوامر الزبائن بالداخل والخارج.
- إصدار الشيكات للزبائن.
- فتح الحسابات بالعملة المحلية والأجنبية.
- إصدار الشهادات التي تثبت القيام بالعمليات المالية مع الزبائن.
- تحصيل الأوراق التجارية من سفتجة وسند لأمر.
- تنفيذ عملية المقاصة بين حسابات التي تتواجد في مصارف مختلفة.

## 5 - الخدمات المصرفية الحديثة:

لقد تعدد أشكال تقدم الخدمات المصرفية الحديثة وذلك بالإعتماد على وسائل الدفع الإلكترونية كبطاقات الإئتمان وآلات الصراف الآلي ونظم التحويل الإلكتروني لأموال والخدمات المصرفية عن طريق الإنترنت.

## الفرع الثاني: تصنيف الخدمات المصرفية

هناك الكثير من التصنيفات للخدمات المصرفية ولكنه تم التطرق إلى هذا التصنيف بإعتباره الأكثر إستعمالا ووضوحا لذلك فإن الخدمات المصرفية يمكن تصنيفها كما يلي:

### أولا - خدمات ميسرة:

وتتمثل في الخدمات التي يستهلكها الزبون والعميل بشكل دائم بحيث لا يلقي أي مشكلة في الحصول عليها لكونها ميسرة ومتاحة وسهلة كخدمة السحب والإيداع ويكون ذلك الإستخدام من خلال الأجهزة والمعدات التي توفرها البنوك أو من خلال الأجهزة الإلكترونية المتاحة والمنتشرة التي توفر أجر منخفض نسبيا، وهذا رغبة في جلب العملاء وإرضائهم، وهذه الخدمات تتكرر طبقا لشكلها ونوعها<sup>1</sup>.

<sup>1</sup> زعباب سهام، النظام القانوني للبنوك الإلكترونية، مذكرة لنيل شهادة الماستر، تخصص قانون أعمال، كلية العلوم السياسية والقانونية، جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي، 2018/2019، ص 15.

### ثانياً- خدمات السوق:

يسعى العميل أو الزبون جاهدا للحصول على الخدمات التي تطرحها البنوك الإلكترونية والتي قد تستخدم في فترات زمنية متباعدة أو بين فترة وأخرى، إذ أنه يكون إستخدامها وقت الحاجة وفي مواسم معينة، إن هذه الخدمات لا تقدم إلا في وقتها ولا تتاح في أي وقت، والقروض مثال لا تمنح على نحو عشوائي دون شروط معينة، فالأمر يتطلب توافر جوانب معينة تمكن من

تحقيق القرض كالقدرة على الإيفاء والضمان بعد القرض وغيرها من الاعتبارات الأخرى<sup>1</sup>.

### ثالثاً- خدمات خاصة:

هي الخدمات ذات خصوصية معينة ينفرد بها البنك على آخر، تقدم بشكل خاص للمستفيدين منها، وهذا راجع لخصوصية بعض البنوك التي تقبل الودائع وفتح الحسابات بناء على مقابل ورسوم يتحملها الزبون، وقد تكون بناء على التوصية من الزبون نفسه، أما بالنسبة لقروض الإستثمار وإدارة الإستثمارات، يتم تصميم هذه الخدمات وفق رغبة الزبون كذلك وحاجته لها، على النحو الذي يراه مناسب لعمله أو نشاطه<sup>2</sup>.

كما يوجد تصنيف آخر للخدمات المصرفية حيث أن هذا التصنيف يعتمد على عدة مؤشرات هي<sup>3</sup>:

1- مؤشر عرض السوق: وينقسم هذا المؤشر بدوره إلى:

- فيما إذا كانت الخدمة المصرفية تتميز بعرض أولي.

<sup>1</sup> سلمية عبد الله، دور تسويق الخدمات المصرفية الإلكترونية في تفعيل النشاط البنكي، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية، تخصص تسويق، جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2008/2009، ص 32.

<sup>2</sup> رزقي سميرة، دور الخدمة المصرفية في إستقطاب العملاء، مذكرة لنيل شهادة الماستر في العلوم الاقتصادية، تخصص إقتصاد نقدي وبنكي، كلية علوم الإقتصادية والتجارية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2020/2019، ص 16.

<sup>3</sup> عليوش عبد المالك، أهمية الإتصال التسويقي في تحسين الخدمة المصرفية، مذكرة لنيل شهادة الماستر، تخصص نقود ومالية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2014/2015، ص 8.

- فيما إذا كان للخدمة المصرفية دور إنشادي.
  - عندما تكون الخدمات مع مساندة السلعة المادية هنا دور الساند مثل الخدمات المصرفية.
  - 2- عرض الخدمات وفقا للحاجات السوقية:
- حيث تتنوع على أساس إما اعتمادها على الأفراد كما تتنوع الخدمات التي تعتمد على الأفراد حسب آدائها من قبل العمال الماهرين أو غير الماهرين أو من قبل المحترفين.
- 3- مدى مشاركة المستفيدين في عملية إنتاج الخدمة:
- حيث تطلب بعض الخدمات حضور الزبون كي تؤدي الخدمة بينما لا تطلب خدمات أخرى وجود زبائن.

#### رابعا- تصنيفات أخرى:

- بسبب التداخل والتنوع الذي تم إستعراضه فإن مزيدا من الفهم لطبيعة الخدمات يمكن أن يتبع ما يلي:
- من حيث نوع الحاجة: حيث تتباين الخدمات إذا كانت تحقق حاجة شخصية أو حاجات الأعمال أو غيرهما.
  - من حيث أهداف مجهزي الخدمات: حيث يختلف مجهزو الخدمات من أهدافهم ( الربحية والالربحية ) أو من حيث الملكية ( خاصة / عامة ).

#### المطلب الثاني: تعريف جودة الخدمات المصرفية

يعتبر الإهتمام بالجودة من أهم الإستراتيجيات المتبعة لضمان التميز والتفوق في المجال المصرفي، ونظرا لأهمية الخدمات التي تقدمها المصارف، فإن إدارتها مطالبة بتحسين جودة الخدمات المقدمة بما يفي بالتزاماتها ويجعلها قادرة على تلبية توقعات العملاء، كما أدى إزدیاد حدة المنافسة بين المصارف سواء على المستوى المحلي أو على المستوى العالمي إلى قيام الإدارة بالبحث عن وسائل لتحسين مزاياها التنافسية حيث لجأت هذه المصارف إلى الإرتقاء بجودة الخدمات التي تقدمها لعملائها بهدف المحافظة على هؤلاء العملاء، وتحسين الأداء بالقدر الذي يؤمن رضا

العملاء عن خدماتها أو منتجاتها وبهدف التعرف أكثر على الدور الذي تلعبه هذه الجودة في ضمان رضا العميل سوف نقسم هذا المطلب إلى فرعين، الفرع الأول سوف نتطرق إلى تعريف جودة الخدمة المصرفية أما الفرع الثاني فسوف نتناول فيه أبعاد جودة الخدمات المصرفية.

### الفرع الأول: تعريف جودة الخدمات المصرفية:

قبل التطرق إلى تعريف جودة الخدمات المصرفية يجب التعرف على مفهوم الجودة وجودة الخدمة:

تعرف الجودة بأنها خصائص والصورة الكلية للمنتج التي تقوي القدرة على إشباع حاجات معينة أو ضمنية للزبون وخلو الخدمة من أي عيب أثناء إنجازها نتيجة الحكم بتوقعات الزبون المدركة عن الخدمة والأداء الفعلي لها<sup>1</sup>، أما جودة الخدمة هي قياس مدى تطابق مستوى الجودة المقدمة مع توقعات المستفيد فتقديم ذات الجودة يعني في النهاية أن تكون الخدمة متوافقة مع توقعات المستفيدين<sup>2</sup>.

تعتبر جودة الخدمة المصرفية إرضاء لمتطلبات الزبائن ودراسة قدرة المصرف على تحديد هذه المتطلبات والقدرة على إلتئائها، فإذا تبنى المصرف عملية تقديم خدمات ذات جودة عالية يجب أن يسعى من خلالها التعرف على متطلبات العملاء<sup>3</sup>.

عرف جانب من الفقهاء جودة الخدمة المصرفية على أنها مجموعة من العمليات ذات مضمون منفعي كامن في مجموعة من العناصر الملموسة وغير الملموسة، والمدركة من قبل الأفراد أو المؤسسات، من خلال دلالاتها وقيمها المنفعية التي تشكل مصدرا لإشباع حاجاتهم المالية والإئتمانية الحالية والمستقبلية والتي تشكل مصدرا لربحية المصرف من خلال علاقة تبادلية بين الطرفين<sup>4</sup>.

<sup>1</sup> أحمد طرطار، سارة حليمي، جودة الخدمات المصرفية كآلية لتفعيل الميزة التنافسية للبنك، مداخلة مقدمة إلى ملتقى الدولي لإدارة الجودة الشاملة في قطاع الخدمات، جامعة منتوري، قسنطينة، الجزائر، 2010، ص 9.

<sup>2</sup> أحمد طرطار، سارة حليمي، المرجع نفسه، ص 02.

<sup>3</sup> رعد حسن الصرف، أهمية دراسة العلاقات بين شبكة الإنترنت وجودة الخدمة المصرفية، مجلة العلوم الإنسانية، العدد 2، جامعة بسكرة، ص 32.

<sup>4</sup> ماهر جروح، جودة الخدمات المصرفية وأثارها في ربحية المصارف، دراسة لنيل درجة الماجستير في العلوم المالية والمصرفية، تخصص مصارف وتأمينات، كلية الاقتصاد، جامعة دمشق، سوريا، ص 27.



بينما عرف جانب آخر جودة الخدمة المصرفية الإلكترونية بأنها هي درجة تسهيل موقع ويب لعمليات التخزين، الشراء والتسليم الفعال للمنتجات، بالإضافة إلى هذا البعد النفسي الذي يتمثل في تسهيل الصفقة والبعد المتعي وهو مجمل العواطف التي يشعر بها مستخدم الإنترنت عند زيارته للمواقع<sup>1</sup>.

كما يمكن تعريفها بأنها ملائمة ما يتوقعه العملاء مع الخدمة المصرفية المقدمة إليهم باستخدام الوسائل التكنولوجية الحديثة، مع إدراكهم الفعلي للمنفعة التي يحصلون عليها نتيجة حصولهم على الخدمة، لذا فإن الخدمة الجيدة من وجهة نظر الزبائن هي التي تتفق أو تتطابق مع توقعاتهم<sup>2</sup>.

نستنتج من التعاريف السابقة بأن جودة الخدمة لا تكون داخل المصرف إلا إذا تمكن المصرف من معرفة إحتياجات عملائه وتوفيرها بالشكل الملائم وفي الوقت والمكان المناسبين وهذا بهدف الحصول على رضاهم، أي أن رضا العملاء مرآة عاكسة على جودة الخدمات المقدمة من قبل المصرف.

وجودة الخدمة المصرفية يعني العمل على تلبية إحتياجات ورغبات العملاء، خاصة وأن رغباتهم وإحتياجاتهم في تزايد مستمر، وإن العملاء يتصفون بالعلم والدراية ليس لتنوع الخدمات المقدمة فحسب، وإنما لمستوى جودة الخدمة المقدمة، فهم يطالبون بما يلي إحتياجاتهم، وبما هو أفضل وذو جودة عالية.

وبما أن لجودة الخدمة المصرفية أهمية كبيرة لدى التنظيمات التي تهدف إلى تحقيق الإستقرار والنجاح وإلى تعزيز مكانتها التنافسية، ففي مجال المنتجات السلعية يمكن إستعمال التخطيط في الإنتاج وتصنيف المنتجات بإنتظار الزبائن ولكن في مجال الخدمات فإن الزبائن والموظفين يتعاملون

<sup>1</sup> كترين فيو، ترجمة وردية واشد، التسويق الإلكتروني، مجد المؤسسة الجامعية لدراسات والنشر والتوزيع، لبنان، الطبعة الأولى، 2008، ص66.

<sup>2</sup> صالح الدين مفتاح، سعد الباهي، أثر جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية على رضا الزبائن، مذكرة ماجستير في إدارة الأعمال، كلية إدارة الأعمال، جامعة الشرق الاوسط، الأردن، 2016، ص09.

معا من أجل تحقيق الخدمة وتقديمها بأعلى مستوى، ولذلك فإن على المنظمات الإهتمام بالموظفين والزبائن معا لذلك تكمن أهمية جودة الخدمة من خلال ما يلي<sup>1</sup>:

- يعتبر رضا العملاء أحد أركان جودة الخدمة، وبما أن المؤسسات الخدمائية تعمل في ظل منافسة قوية وشديدة لا بد لها من أن تهتم برغبات ومتطلبات العملاء وذلك من أجل كسب ولائهم، وكذلك كسب عملاء جدد من أجل تقديم خدمات متميزة أفضل من الخدمات التي تقدمها المؤسسات الأخرى المنافسة.

- جودة الخدمة المصرفية تؤثر على نية العملاء الحاليين في إعادة شراء الخدمة، وكذلك تؤثر على العملاء المحتملين، لأن العميل الغير راضي عن الخدمة سوف ينقل صورته السيئة عن المؤسسة التي تعامل معها إلى عملاء آخرين، وبالتالي فإن الخدمة السيئة أو منخفضة الجودة سوف تؤدي إلى التقليل من العملاء الحاليين والمحتملين، وكذلك فإن عملية جذب عميل جديد يكلف المؤسسة أضعاف الإحتفاظ بالعميل الحالي.

- تحقيق الفوائد المالية فعند توفر الشركة خدمات تمتاز بجودة عالية أكبر من جودة الشركات المنافسة، هذا سوف يؤدي إلى احتفاظ الشركة بالعملاء وجذب عملاء جدد ينتج عنه نمو العوائد المالية نتيجة لزيادة مبيعات الشركة من الخدمات.

- تحفز الجودة العالية التي تقدمها المنظمة للعملاء الإدارة بمواكبة التطورات التكنولوجية.

- تقديم خدمة ذات جودة عالية تحافظ على بقاء المؤسسة وإستمرارها.

- خلق صورة إيجابية واضحة للمصرف في أذهان العملاء.

- الإحتفاظ بالعميل لمدة تتجاوز الخمس سنوات يضيف تقريبا \$175 في أرباح المصرف. وهذا ما أكدته الجمعية المحلية لمراقبة الجودة، بأنه يوجد علاقة قوية بين جودة الخدمة المصرفية والأرباح، بالإضافة إلى أن العميل الراضي يبلغ عدد قليل من الأفراد في حين الغير الراضي يبلغ في المتوسط 19 فردا اخر.

<sup>1</sup> إلهام عطوي، جودة الخدمات المصرفية وأثارها على أداء المصارف الأردنية، رسالة إستكمال الحصول على درجة الماجستير، تخصص العلوم المالية والمصرفية، جامعة اليرموك، أربد، الأردن، 2012/2011، ص 27.

الفرع الثاني: أبعاد جودة الخدمة المصرفية:

تباينت آراء الباحثين في عدد الأبعاد الأساسية لجودة الخدمة المصرفية، وفي دراسة أجراها في محاولة لوضع مقياس لجودة الخدمة كأول نموذج لقياس وتفسير جودة الخدمة توصلت إلى أن هناك عشرة أبعاد لجودة الخدمة تتمثل فيما يلي:

أولاً- الإعتمادية:

وتعني ثبات الأداء وإنجاز الخدمة بشكل سليم، وتنفيذ البنك لوعوده نحو العميل وذلك عن طريق<sup>1</sup>:

- دقة الحسابات والملفات وعدم حدوث الأخطاء.
- تقديم الخدمة المصرفية بشكل صحيح.
- تقديم الخدمة في المواعيد المحددة وفي الوقت المصمم لها.
- ثبات مستوى أداء الخدمة.

ثانياً- الإستجابة:

يقصد بالإستجابة الرغبة في المساعدة، من خلال وجود الإرادة لمساعدة الزبائن وتزويدهم فوراً بالخدمة

ويركز هذا البعد على المجاملة واللفظ والأصل في التعامل مع طلبات الزبون من الأسئلة، والشكاوي والمشكلات، وفي خدمة المواجهة حيث الموازنة بين الإستجابة والأحداث التي ترافقها والتي يمكن أن تؤدي إلى التكميفية، فهناك تشابه قوي بين سلوك الزبون في خدمة المواجهة الحاسمة وبعد الإستجابة لجودة الخدمة، وتصل الإستجابة للزبون من خلال طول الوقت الذي ينتظره لتلقي المساعدة<sup>2</sup>، ومن أجل التفوق ببعد الإستجابة يجب على المصرف أن يكون واثقاً من

<sup>1</sup> هاجر محمد الملك، الطاهر محمد أحمد علي، جودة الخدمات المصرفية وأثارها على رضا العميل، مجلة العلوم الاقتصادية، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، كلية الدراسات التجارية، العدد 17، 2016، ص 57.

<sup>2</sup> عبد الأمير عبد الحسن شيباع، رحيم عبد محمد الموسوي، أثر عناصر أبعاد جودة الخدمة المصرفية على سلوك الزبائن في إختيار المصارف التجارية، مجلة الإدارة والإقتصاد، المعهد العالي للدراسات المحاسبية والمال، جامعة بغداد، العدد العاشر، ص 95.

صورة المعالجة لتسليم الخدمة ومعالجة الطلبات من نقطة رؤية الزبون أكثر منها من نقطة رؤية المصرف.

### ثالثاً- القدرة أو الكفاءة:

وتعكس المهارة والقدرة على أداء الخدمة والتي تستمر من توافر المعلومات والإمام بظروف وطبيعة العمل وإمتلاك كافة المهارات الضرورية لتحقيق الأداء السليم للخدمة<sup>1</sup>.

### رابعاً- سهولة الحصول على الخدمة:

ويتضمن هذا سهولة الإتصال وتيسير الحصول على الخدمة من طرف العميل وذلك يقصر فترة انتظار الحصول على الخدمة وملائمة مواعيد عمل البنك، وتوفر عدد كافي من منافذ الحصول على الخدمة<sup>2</sup>.

### خامساً- اللباقة:

وتعني أن يكون موظفي البنك وخاصة من لهم إتصال مع العملاء على قدر من الإحترام وحسن المظهر، والتمتع بروح الصداقة والود والإحترام للعملاء، وتقدير ظروفهم والتعاطف معهم.

### سادساً- المصداقية:

وتعني إلتزام الصدق والأمانة في التعامل مع العملاء مما يولد الثقة بين الطرفين لأن العمل المصرفي قائم على أساس الثقة، الأمر الذي يؤدي بهم إلى أخذ صورة حسنة وإنطباع جيد نحو البنك.

### سابعاً- الأمان:

وهو الإطمئنان من قبل بأن الخدمة المقدمة للعملاء تخلو من الخطأ أو الخطر أو الشك ويكون هذا الأمان شاملاً على الإطمئنان النفسي والمادي<sup>1</sup>.

<sup>1</sup> عائشة حفصاوي، أثر جودة الخدمة البنكية على رضا الزبون، مذكرة لنيل شهادة الماستر أكاديمي، تخصص مالية وتأمينات وتسير المخاطر، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التجارية والتسير، جامعة أم بواقي، 2015/2016، ص 21.

<sup>2</sup> عائشة حفصاوي، مرجع نفسه، ص 22.

### ثامنا- الإتصال:

ويعني دوام إمداد العملاء بالمعلومات ومخاطبة العميل باللغة التي يفهمها، والإنصات له ولتأمين الحصول على المعلومات المرتدة<sup>2</sup>.

### تاسعا- الفهم:

ويعكس الجهد المبذول للتعرف على إحتياجات العميل، وملائمة الخدمة في ضوء تلك المعرفة، كما يتضمن هذا الجانب توفير الإهتمام الشخصي للعميل، وسهولة التعرف عليه.

### عاشرا- الجوانب المادية الملموسة (المكونات المادية):

وتمثل الجوانب المادية الملموسة المتعلقة بالخدمة مثل مباني المصرف والتقنيات الحديثة المستخدمة فيه والتسهيلات الداخلية للأبنية والتجهيزات اللازمة لتقديم الخدمة ومظهر الموظفين وأسلوب الإتصال مع العملاء وغير ذلك. وغالبا تستخدم المصارف الملموسة لتحسين صورتها وتؤمن التواصل مع زبائنها كمؤشر للجودة<sup>3</sup>.

<sup>1</sup> عطاوي إلهام، جودة الخدمات المصرفية وأثارها على أداء البنوك، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في العلوم الإقتصادية، تخصص مالية، كلية العلوم الإقتصادية والعلوم التجارية والتسير، جامعة الجليلي يابس، سيدي بلعباس، 2015/2014، ص 39.

<sup>2</sup> عطاوي إلهام، مرجع نفسه، ص 40.

<sup>3</sup> حسام كامل سليم أبو عجوة، أثر تقانة المعلومات على جودة الخدمات المصرفية، مجلة جامعة الإستقلال للأبحاث، العدد 2، 2020، ص307.

### خلاصة الفصل الأول

نستخلص من الفصل الأول أن المصارف تسعى جاهدة لمواكبة التطور الحاصل في مجال الصيرفة من خلال تقديم خدمات مصرفية تلبي إحتياجات العملاء المتزايدة، ولتحقيق ذلك تبنت المصارف ما يسمى بالصيرفة الإلكترونية معتمدة على عدة مناهج حديثة لتقديم خدمات متنوعة والأهم من ذلك كله الإعتماد على ما وصلت إليه تكنولوجيا المعومات والإتصال من تطور وإستغلت ذلك في تقديم خدماتها في كل مكان وزمان، فإنتهجت الخدمات المصرفية الإلكترونية التي صارت تغطي الخدمات المصرفية التقليدية بخدمات أكثر حداثة وجاذبية متمثلة في وسائل دفع جديدة كالبطاقات المصرفية المختلفة، النقود الإلكترونية، الشيكات الإلكترونية، السفتجة الإلكترونية وغيرها وبهذا ازدادت المنافسة بين المصارف لتقديم أحسن الخدمات وتلبية إحتياجات الزبائن المختلفة، حيث إن المحافظة على جودة متميزة للخدمة المصرفية يؤدي إلى خفض التكاليف وزيادة الربحية والحصة السوقية للمصرف، ولتحقيق ذلك يجب على المصرف التعرف على أبعاد جودة الخدمة ووضع معايير الحكم عليها من أجل تحسينها.

الفصل الثاني: فعالية الصرافة الإلكترونية في ضمان جودة الخدمات المصرفية

## الفصل الثاني: فعالية الصيرفة الإلكترونية في ضمان جودة الخدمات المصرفية

تمثل المنافسة على خدمة الزبائن تحدياً كبيراً للمؤسسات المصرفية مما يتطلب بذل جهود مقدرّة وإبتكار منتجات وخدمات تعطي قيمة مضافة للمصرف وجاذبة للزبائن، ولضمان قدرة المصرف على البقاء والإستمرار في السوق فإن هذا يعتمد على قدرة المصارف في الإستجابة لجميع المتغيرات التكنولوجية والإقتصادية والإجتماعية والتفاعل معها، بغرض زيادة حصتها السوقية بإعتبار أن العلاقة بين المصرف والعميل علاقة وثيقة قائمة على تقديم خدمات مصرفية تتلاءم واحتياجات العملاء، وبموجبها يتحدد مدى إقبال وإستمرار العملاء في التعامل مع المصرف يعتمد ذلك على قدرة المصرف في تلبية متطلباتهم وإحتياجاتهم بشكل كامل وبأقل تكلفة وجهد ووقت ممكن، لضمان تحقيق هذه الغاية من قبل المصارف والوصول إلى الأهداف المنشودة لابد من توفير بعض المزايا للخدمات المصرفية الإلكترونية. وعليه يتم تقسيم هذا الفصل حسب الخطة التالية:

المبحث الأول: تقييم دور الصيرفة الإلكترونية في تقديم خدمات جيدة للعملاء.

المبحث الثاني: سبل تفعيل دور الصرافة الإلكترونية لضمان جودة خدمات مصرفية جيدة.



### المبحث الأول: تقييم دور الصيرفة الإلكترونية في تقديم خدمات جيدة للعملاء

لقد نشأت الصيرفة الإلكترونية في بيئة التكنولوجيا المعاصرة ومرت بعدة تطورات إلى أن وصلت على ما هي عليه الحال الآن حيث تعددت مفاهيمها من مختلف الزوايا وتعددت أطرافها المتشابكة، ولقد أدى تبني الخدمات المصرفية الإلكترونية إلى ظهور العديد من المزايا التي يستفيد منها الأفراد من جهة والدولة ككل من جهة أخرى، إلا أن هذه التقنية الحديثة وكغيرها من التقنيات الخدمائية لا تخلو من الانتقادات والسلبيات فرغم إيجابياتها لمستخدميها ظهر العديد من العيوب عليها كالجرائم الإلكترونية والمخاطر متعلقة بالبنوك والعملاء، وهناك أيضاً تحديات قانونية وهذا أدى إلى ضرورة التفكير في إستراتيجية تفعيل هذه الخدمات لمواجهة هذه التحديات والمعوقات وسوف نقوم من خلال هذا المبحث بتقسيم دراستنا إلى مطلبين، نتطرق في المطلب الأول إلى مزايا وعيوب الصيرفة الإلكترونية، أما المطلب الثاني سيكون بعنوان مخاطر الصيرفة الإلكترونية.

#### المطلب الأول: مزايا وعيوب الصيرفة الإلكترونية

إن نجاح وإنتشار إستخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية أو غيرها من الخدمات الإلكترونية لا يعتمد فقط على مزود الخدمة وطبيعة هذه الخدمات فهناك عوامل عدة تلعب دوراً رئيسياً في تشجيع الأفراد على تبني التكنولوجيا لتنفيذ الخدمات إلكترونيا فمن هذه العوامل هو مدى إدراك الأفراد لهذه الخدمات والمزايا التي تكون أفضل من الطرق التقليدية فهذا سيدفع الأفراد أكثر إلى إستخدام الصيرفة الإلكترونية مع ضرورة إطلاعهم على العيوب التي من الممكن أن تكون متوفرة في تقديم هذه الخدمة وهذا ما دفع بنا إلى تقسيم هذا المطلب إلى فرعين، الفرع الأول نوضح من خلاله أهم مزايا الصيرفة الإلكترونية أما الفرع الثاني فسوف نتطرق فيه إلى تبيان عيوب الصيرفة الإلكترونية.

### الفرع الأول: مزايا الصيرفة الإلكترونية

تنفرد البنوك الإلكترونية في تقديم خدمات متميزة عن غيرها من البنوك التقليدية تلبية لإحتياجات العميل المصرفي وهو ما يحقق للبنك مزايا عديدة عن غيره من البنوك المنافسة، ومن هنا سوف نوضح مجالات تميز البنوك الإلكترونية عن غيرها من البنوك التقليدية:

#### أولاً- المزايا من حيث الخدمات

العمل الرئيسي للبنوك هو تقديم خدمات لعملائها بهدف تحقيق إيجابيات تتمثل فيما يلي:

#### 1- إمكانية الوصول إلى قاعدة أوسع من العملاء:

تتميز البنوك الإلكترونية بقدرتها علي الوصول إلى قاعدة عريضة من العملاء دون التقيد بمكان أو زمان معين، كما تتيح لهم إمكانية طلب الخدمة في أي وقت وخلال طول أيام الأسبوع وهو ما يوفر الراحة للعميل، إضافة إلى أن سرية المعاملات التي تميز هذه البنوك تزيد من ثقة العملاء فيها<sup>1</sup>.

#### 2- تقديم خدمات مصرفية كاملة وجديدة:

تقدم البنوك الإلكترونية كافة الخدمات المصرفية التقليدية، وإلى جانبها خدمات أكثر تطوراً عبر الإنترنت تميزها عن الأداء التقليدي مثل<sup>2</sup>:

- شكل بسيط من أشكال النشرات الإلكترونية الإعلانية عن الخدمات المصرفية.
- إمداد العملاء بطريقة التأكد من أرصدهم لدى المصرف.
- تقديم طريقة دفع العملاء للكمبيالات المسحوبة عليهم إلكترونياً.
- كيفية إدارة المحافظ المالية (من أسهم وسندات) للعملاء.

<sup>1</sup> مصطفى يوسف الكافي، النقود والبنوك الإلكترونية في ظل التقنيات الحديثة، دار مؤسسة رسلان للطباعة والنشر، سوريا، 2012، ص 130.

<sup>2</sup> مداح عرابي الحاج، نعيمة برك، أهمية البنوك الإلكترونية في تفعيل وسائل الدفع الإلكترونية في الوطن العربي الواقع والآفاق، مجلة الإقتصاد الجديد، جامعة الشلف، العدد 02، 2010، ص 63.

- طريقة تحويل الأموال بين حسابات العملاء المختلفة.

### 3- خفض التكاليف:

من أهم ما يميز البنوك الإلكترونية أن تكاليف تقديم الخدمة منخفضة مقارنة بالبنوك العادية، ومن ثم فإن تقليل التكلفة وتحسين جودتها هي من عوامل جذب العميل، ففي دراسة تقديرية خاصة بتكلفة الخدمات المقدمة عبر قنوات مختلفة تبين أن تكلفة تقديم خدمة عبر فرع البنك تصل إلى 295 وحدة<sup>1</sup>، في حين تقل عنها فيما لو قدمت من خلال شبكة الإنترنت بتكلفة 4 وحدات، وتصل إلى تكلفة واحدة من خلال الصراف الآلي.

### 4- زيادة كفاءة البنوك الإلكترونية:

مع إتساع شبكة الإنترنت وسرعة إنجاز الأعمال عن البنوك التقليدية أضحى سهلاً على العميل الإتصال بالبنك عبر الإنترنت الذي يقوم بتنفيذ الإجراءات التي تنتهي في أجزاء صغيرة من الدقيقة الواحدة بأداء صحيح وكفاءة عالية مما لو إنتقل العميل إلى مقر البنك شخصياً وقابل أحد الموظفين الذي عادة ما يكونون منشغولون عنه.

### 5- خدمات البطاقات:

توفر البنوك الإلكترونية خدمات مميزة لرجال الأعمال والعملاء ذو المستوى المرموق مثل خدمات سامبا الماسية والذهبية المقدمة لفئة محددة من العملاء على شكل بطاقات إئتمانية وبخصم خاص، ومن هذه البطاقات بطاقة سوني التي تمكن العميل من إستخدامها في أكثر من 18 دولة من أكبر الأماكن<sup>2</sup>، وتشتمل على خدمات خاص، كخدمة مراكز الأعمال، الإعفاء من الرسوم وعمولات الخدمات البنكية، بالإضافة إلى الكثير من الخدمات الخاصة الأخرى.

<sup>1</sup> مصطفى يوسف الكافي، مرجع سابق، ص 31.

<sup>2</sup> Saleh Mnsouhi et Andrea Schaechter, les enjeux de la banque électronique, revue finance et développement, septembre 2002, p 48

## الفصل الثاني: فعالية الصيرفة الإلكترونية في ضمان جودة الخدمات المصرفية

عموما للبنوك الإلكترونية خيارات أوسع للمتعاملين بها وحرية أكثر في إختيار 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.

### ثانيا- المزايا التي تحققها للأفراد

بما أن العميل يعتبر ركن مهم من أركان قيام الصيرفة الإلكترونية فهناك مجموعة من المزايا التي توفرها هذه الخدمة للفرد تتمثل فيما يلي<sup>1</sup>:

- تحقق للأفراد درجة عالية من الراحة كعدم الوقوف في طوابير طويلة.
- تحقيق سرية الحسابات التي يرغب فيه عدد كبير من العملاء.
- إن قيام البنوك بتسوية أنشطتها وخدماتها المالية عبر الإنترنت تعود عليها بالفوائد الكثيرة.
- إمكان وصول البنوك إلى قاعدة أعرض من العملاء المودعين والمقترضين وطالبي الخدمات المصرفية.
- تخفيف التكاليف والنفقات التي يتحملها البنك لأجراء بعض المعاملات البنكية المختلفة بدون الحاجة للإنتقال إلى البنك.
- تعزيز رأس المال الفكري وتطوير تكنولوجيا المعلومات.
- إختصار المسافات الجغرافية ورفع الحواجز التقليدية.
- قيام علاقات مباشرة بين المشتري والبائع.
- تيسر التعامل بين المصارف وتجعله على مدار الساعة.
- تقديم خدمات مصرفية جديدة.
- زيادة كفاءة أداء البنوك.

<sup>1</sup> رشدي عبد اللطيف وادي، أهمية ومزايا البنوك الإلكترونية في قطاع غزة بفلسطين ومعوقات إنتشارها، مجلة الجامعة الإسلامية، كلية التجارة، الجامعة الإسلامية، غزة، فلسطين، العدد الثاني، 2008، ص 861.

## الفصل الثاني: فعالية الصيرفة الإلكترونية في ضمان جودة الخدمات المصرفية

- سرعة إنجاز الأعمال المصرفية فإتساع وسائل التقنية الحديثة وما أحدثته من سرعة في إنجاز الأعمال المصرفية، أضحى سهلا على الزبون الإتصال بالمصرف وأن يقوم بتنفيذ الإجراءات التي تنتهي في أجزاء صغيرة من الدقيقة الواحدة بأداء صحيح وبكفاءة عالية مما لو إنتقل الزبون إلى مقر المصرف شخصا لأداء نشاطه المطلوب<sup>1</sup>.

### ثالثا- مزايا الصيرفة الإلكترونية للبنوك:

وتعتبر البنوك الأكثر استفادة من مزايا البنوك الإلكترونية ومن أهمها<sup>2</sup>:

- إمكانية البنوك بواسطة التكنولوجيا الإستفادة من البيانات المتوفرة لديها من عملاءها وتحويلها إلى معلومات كاملة عنهم بإستخدام برامج الكمبيوتر الخاصة بقواعد البيانات.
- زيادة المنافسة بين البنوك، ويسمح لها بالتغلغل إلى أسواق جديدة ومن ثم إلى زيادة إنتشارها الجغرافي.
- إيجاد الولاء المصرفي للعملاء الحاليين للحفاظ عليهم من جهة، وجذب عملاء مرتقبين من جهة أخرى.
- تقليص التكاليف الإجرائية كإستخدام الأوراق، الوقت والجهد في البنوك لأنهاء معاملات العملاء الأمر الذي يساعد على خفض التكلفة الكلية التي تقوي الميزة الإستراتيجية التي تعتبر متغيرا مهما في التمييز التنافسي.
- الميزات التنافسية التي يحاول كل بنك نجاح التمييزها في خدماته فإتصال الزبون بينكه عبر الإنترنت يزيد حسب جودته وسرعته من تميز البنك الجوده الشاملة التي تزيد من قوته التنافسية.

### رابعا- مزايا البنوك الإلكترونية لإقتصاد الوطن:

إن التكنولوجيا الحديثة تعد من الدعائم القوية للإقتصاد الوطني كذلك فنجد أن الصيرفة الإلكترونية حققت ذلك من خلال مزايا عديدة من أهمها<sup>1</sup>:

<sup>1</sup> نصر حمود، مزان فهد، إمكانات التحول نحو الصيرفة الإلكترونية في البلدان العربية، مجلة كلية الإدارة والإقتصاد، العدد 4، 2011، ص 8.  
<sup>2</sup> بن عباد محمد سمير ، سماحي أحمد، التكنولوجيا الإلكترونية البنكية ضرورة أم حتمية بالنسبة للمؤسسات المصرفية الجزائرية، مداخلة في الملتقى الوطني حول المنظومة البنكية في ظل التحولات الإقتصادية والقانونية، جامعة بشار، يومي 24/25 أفريل 2006، ص 05.

## الفصل الثاني: فعالية الصيرفة الإلكترونية في ضمان جودة الخدمات المصرفية

- زيادة الدخل المالي للبنوك الوطنية ومن ثم مساهمتها في إجمالي الدخل الوطني، بحيث تستطيع تحديد رسوم رمزية على مستخدمي الإنترنت في التعامل المصرفي معها تساعدها هذه الرسوم في تطوير الخدمات المصرفية عبر الإنترنت، هذه الرسوم سوف تعيد دورتها في إقتصاد البلد وتنعشه من خلال إستثمار البنوك في الشركات المحلية التي تطور خدمات الإنترنت في هذا المجال.

- إن المعدلات المصرفية عبر الإنترنت تزيد من الكفاءة الإنتاجية للبنوك، والتي بدورها تساعد على تحسين الأداء الإقتصادي.

- التعامل مع البنوك عبر الإنترنت يتطلب توفر أجهزة الكمبيوتر وجميع ما يلزم الزبون للقيام بعملية الإتصال مع البنك، الأمر الذي يعني شراء أجهزة كمبيوتر من المحلات التجارية المتخصصة وبالتالي إنعاش إقتصاد في مجال الحواسيب وإنخفاض أسعارها بزيادة الطلب عليها، أما إذا كان زبون البنك لا يملك القدرة المالية للدخول على حسابه في البنك لعدم توفر على جهاز حاسوب فإتجاهه يكون إلى مقاهي الإنترنت مقابل مبلغ يحدده صاحب المقهى وتعتبر هذه المبالغ المالية التي تحصدتها مقاهي الإنترنت تصب من جديد في مصلحة الإقتصاد المحلي.

نستنتج مما سبق أن الصيرفة الإلكترونية تتيح خيارات أوسع للمتعاملين بها وحرية أكثر في إختيار 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.

### الفرع الثاني: عيوب الصيرفة الإلكترونية

رغم أن للصيرفة الإلكترونية العديد من المزايا، إلا أنها تكتسب بعض العيوب، ويمكن حصر سلبيات هذه الأخيرة فيما يلي<sup>2</sup>:

<sup>1</sup> وافي ميلود، واقع ومتطلبات تفعيل البنوك الإلكترونية، مجلة الدراسات التسويقية وإدارة الأعمال، المركز الجامعي، مغنية، الجزائر، العدد 1، 2017، ص 11.

<sup>2</sup> - محمد إبراهيم أبو هيجاء، التحكم بواسطة الإنترنت، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، الطبعة الأولى، 2002، ص 21.

## الفصل الثاني: فعالية الصيرفة الإلكترونية في ضمان جودة الخدمات المصرفية

- يتعين على المستخدم أن يكون له القدرة والراحة لإستخدام الكمبيوتر.
- يتطلب العمل بإرتياح وبنجاح من المستخدم، أي إستثماره لوقت معين للتعلم.
- تغيير البرامج أو تغيير البنك يتطلب جهدا لإعادة إدخال معلومات جديدة، ولكن هذا لا يعني زبائن المصارف التي تعتمد على أنظمة الإنترنت.
- ويمكن إضافة بعض العيوب التي ترافق عمليات الصيرفة الإلكترونية، والتي يمكن إدراجها تحت إشكالية موحدة، ألا وهي إشكالية التواصل، التي يمكن أن تصادف فئات من الزبائن نذكر من بينهم<sup>1</sup>:
- فاقد البصر ومحدود النظر: إن الصيرفة الإلكترونية تعتمد كثيرا على أجهزة الإعلام الآلي والهواتف المحمولة وبعض الأجهزة الأخرى، وبالتالي يصعب الأمر على هذه الفئة إستخدام هذه المنافذ، التي لا بد من قراءة محتوى البرامج المعروضة على تلك الأجهزة.
- الفئات العمرية الكبيرة (الشيخوخ): هذه الفئة نجد فيها من نظره ضعيف، ومن ذاكرته ضعيفة، وبالتالي سيجد معيقات لإستعمال خدمات الصيرفة الإلكترونية، خاصة إذا كان موقع البنك لا يتوفر على خدمة تكبير النص " zoom "، وكذلك في حالة نسيان الرقم السري.
- المعاقين حركيا: من المعلوم أن الإستفادة من خدمات الصيرفة الإلكترونية، يتطلب إستعمال الأيدي في تشكيل الأرقام وكتابة الأحرف، هنا تبرز إحدى سلبيات هذه الخدمات عندما يطلبها معاق.
- ذوي المستوى المعرفي الضعيف: هذه الفئة كيف يمكن لها الإستفادة من خدمات الصيرفة الإلكترونية، والتي تتطلب مستوى معرفي سهل ويساعد على التواصل مع معطيات ومعلومات الخدمة المصرفية المتاحة.

<sup>1</sup> - جلايلة عبد الجليل، مرجع سابق، ص 259.

### المطلب الثاني: مخاطر الصيرفة الإلكترونية

تواجه الصيرفة الإلكترونية عدة مخاطر تتعلق أساساً بفشل مورد الخدمة في تقديم ما يتوقعه البنك من خدمات، نتيجة القصور في النظام المستخدم فيتعرض البنك للمساءلة من قبل عملاءه، ومخاطر ناتجة عن ممارسة العمليات المصرفية عبر الحدود، الأمر الذي يتطلب من البنوك الإلمام بالقوانين والضوابط الرقابية التي تتحكم في هذه العمليات مثل الحصول على ترخيص وحماية المستهلك، كما يمكن أن تهدد مشكلة القرصنة واقع الصيرفة الإلكترونية حيث تسبب في خسائر فادحة للأطراف المشاركة في العملية ومن خلال هذا المطلب سوف نتعرف في الفرع الأول على المخاطر التشغيلية للصيرفة الإلكترونية أما الفرع الثاني نتناول فيه المخاطر الإستراتيجية والفرع الثالث نشير فيه إلى المخاطر القانونية ومن خلال الفرع الرابع نتعرف على المخاطر المتعلقة بسمعة الصيرف الإلكترونية.

### الفرع الأول: المخاطر التشغيلية

هي المخاطر التي تنتج من احتمالات الخسارة الناتجة عن خلل في شمولية النظام أو من أخطاء العملاء أو من برنامج إلكتروني غير ملائم للصيرفة والأموال الإلكترونية، وهنا كنوع جديد من المخاطر للمؤسسات التي تلعب دوراً أو تصدر أموالاً بحيث يمكن إختراق نظم حسابات البنك بهدف عدم التأمين الكافي للنظم<sup>1</sup>، إضافة إلى التعرف على المعلومات الخاصة بالعملاء وإستغلالها سواء تم ذلك من خارج البنك أو من العاملين به بما يستلزم توافر إجراءات كافية لكشف وإعاقه ذلك الإختراق، أو إنجاز العمل أو أعمال الصيانة التي تنشأ عن عدم ملائمة تصميم النظم وعدم كفاءة النظم لمواجهة متطلبات المستخدمين وعدم السرعة في حل هذه المشكلة وصيانة النظم.

<sup>1</sup> موسى خليل متري، الجديد من أعمال المصارف من الوجهتين القانونية والاقتصادية، الجزء الأول، منشورات الحلبي الحقوقية، لبنان، الطبعة الأولى، 2002، ص 99.



### الفرع الثاني: المخاطر الإستراتيجية

تنتج المخاطر الإستراتيجية عن عدم تبني الإستراتيجيات المناسبة التي تأخذ في إعتبارها كيفية تحقيق المزيج المناسب بين كل من الخدمات المصرفية التقليدية، والخدمات المصرفية الإلكترونية، وبما لا يعرض المصرف لمزيد من المخاطر، ولا يؤثر على مركزه التنافسي، وتأتي أهمية هذه النوعية من المخاطر من حيث تأثيرها الكبير على مستقبل المصرف، ومن حيث العناصر العديدة المكونة لها، والتي يحتاج كل منها لضوابط رقابية تتوافق مع ظروف كل مصرف<sup>1</sup>. وعليه فإن إدارة المصرف بحاجة إلى دراسة مدى مساهمة إستراتيجية الأنترنت في الحفاظ على تنافسية المؤسسة وربحيتها، مع التأكد من عدم حصول زيادة غير مرغوبة بها في بنية المخاطر. وعلى السلطات الرقابية أن تتوقع من المصارف قيامها بتقييم الفوائد والمخاطر المرتبطة بخياراتها الإستراتيجية.

### الفرع الثالث: مخاطر قانونية

تحدد المخاطر القانونية عندما لا يحترم البنك القواعد القانونية والتشريعات المنصوص عليها، أو عندما لا تكون هناك نظم قانونية واضحة ودقيقة بخصوص عمليات مصرفية جديدة، وتبرز أهم التحديات المتمثلة في تحدي قبول القانون للتعاقدات الإلكترونية، حجيتها في إثبات أمن المعلومات، وسائل الدفع، التحديات الضريبية، إثبات الشخصية، التوقيع الإلكتروني، أنظمة الدفع النقدي، أمن المعلومات من مخاطر الجرائم التقنية العالية، المسؤولية عن الأخطاء والمخاطر، حجية المراسلات الإلكترونية، التعاقدات المصرفية الإلكترونية، مسائل الملكية الفكرية لبرمجيات وقواعد معلومات البنك أو المستخدمة من موقع البنك أو المرتبطة بها، علاقات وتعاقدات البنك مع الجهات المزودة للتقنية أو المورد لخدماتها أو مع المواقع الحليفة. إضافة إلى محاولات معتمدة لإدخال الأموال غير المشروعة الناتجة عن الأنشطة الخفية<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> نادر الفرد قاحوش، العمل المصرفي عبر الإنترنت، الدار العربية للعلوم للنشر والتوزيع، بيروت، الطبعة الأولى، 2002، ص 83.

<sup>2</sup> عصام مهدي محمد عابدين، موسوعة البنوك، دار محمود للطباعة والنشر، القاهرة، الطبعة الأولى، 2022، ص 853.

### الفرع الرابع: مخاطر سمعية

تدمر إنتهاكات الأمان والإضطرابات في توفير خدمات النظام سمعة المصرف، فكلما ازداد المصرف في الإعتماد على قنوات متعددة لتقديم الخدمة المصرفية الإلكترونية إزدادت إحتتمالات مخاطر السمعة، وتنشأ مخاطر السمعة في حالة توافر رأي عام سلبي تجاه البنك الأمر الذي قد يمتد إلى التأثير على بنوك أخرى نتيجة عدم مقدرة البنك على إدارة نظمه بكفاءة أو حدوث اختراق مؤثر لها<sup>1</sup>.

بالإضافة إلى المخاطر السابقة فالصيرفة الإلكترونية لا تخلو من مخاطر الأخرى الخاصة بالصيرفة التقليدية والتي تشمل عدة مخاطر مثل: المخاطر الإئتمانية، أسعار الصرف، أسعار الفائدة، التسعير، السيولة والمحددة كالتالي:

### أولاً- المخاطر الإئتمانية:

إن الاتجاه المتزايد نحو العوالة في السنوات الأخيرة أدى إلى تزايد الأزمات المالية وإنتشارها، وتأثر بعض الدول بأزمات دول أخرى بفعل العدوى. وقد أوضحت أغلب الدراسات الإقتصادية أن أزمات البنوك كانت القاسم المشترك في معظم الأزمات المالية، سواء في الدول النامية أو المتقدمة، وكانت المخاطر الناتجة عن الإئتمان بالإضافة إلى سوء الإدارة من أهم أسباب تعثر البنوك وحدوث الأزمات، حيث يعد التوسع الإئتماني من الأنشطة الرئيسية للبنوك، والتي ترتبط بعدد من المخاطر مثل عدم قابلية أو إجحاف العميل أو الطرف الآخر للوفاء بالتزاماتهم فيما يتعلق بالإقتراض، التجارة، الحماية من الخسائر، التسديد والعمليات المالية الأخرى، أو مخاطر التركيز الإئتماني، أو فشل البنك في تحديد جودة الأصول وما يترتب على ذلك من عدم تكوين المخصصات الكافية لتجنب تعرض أموال المودعين لخسائر غير محسوبة<sup>2</sup>، هذا وتشمل المخاطر

<sup>1</sup> عماد أحمد أبو شنب، وآخرون، الخدمات الإلكترونية، دار الكتاب الثقافي للنشر والتوزيع، الأردن، 2012، ص 126.

<sup>2</sup> مختيار صابر بايز حسين، مسؤولية المصرف في الإعتماد المسندي والمخاطر التي تواجهه، دارشحات للنشر والبرمجيات، مصر، الطبعة الأولى، 2010، ص 287.

## الفصل الثاني: فعالية الصيرفة الإلكترونية في ضمان جودة الخدمات المصرفية

الإئتمانية البنود داخل الميزانية مثل القروض والسندات والبنود خارج الميزانية مثل خطابات الضمان أو الإعتمادات المستندية.

### ثانياً- مخاطر أسعار الصرف:

تواجه البنوك خطر فقدانها لجزء من أصولها نتيجة لتحركات أسعار الصرف، وذلك على الرغم مما تتيحه القواعد المحاسبية الراسخة من شفافية وتحديد بصورة نموذجية لهذه النوعية من المخاطر، على سبيل المثال فإن تبنى البنوك لمراكز مفتوحة لعملائها في وقت تتسم فيه أسعار الصرف بعدم الاستقرار، سوف يسهم في زيادة مخاطر السوق التي يتعرض لها البنك، هذا ويشمل المركز المفتوح العمليات الفورية والعمليات الآجلة بأشكالها المختلفة والتي تندرج تحت مسمى المشتقات المالية<sup>1</sup>.

### ثالثاً- مخاطر أسعار الفائدة:

تنشأ هذه المخاطر عن تقلبات أسعار الفائدة بالسوق بما يؤدي إلى تحقيق خسائر ملموسة للبنك في حالة عدم اتساق أسعار الفائدة على كل من الإلتزامات والأصول، وتتصاعد هذه المخاطر في حالة عدم توافر نظام معلومات لدى البنك يمكنه من الوقوف على معدلات تكلفة الإلتزامات ومعدلات العائد على الأصول، أو يساعده على تحديد مقدار الفجوة بين الأصول والإلتزامات لكل عملة من حيث إعادة التسعير ومدى الحساسية لمتغيرات أسعار الفائدة<sup>2</sup>.

### رابعاً- مخاطر التسعير:

وتنشأ عن التغيرات في أسعار الأصول، وبوجه خاص محفظة الإستثمارات المالية، وتوجد عوامل خارجية وداخلية تؤثر في مخاطر التسعير، وتتمثل العوامل الخارجية في الظروف الإقتصادية المحلية، ومناخ الأعمال السائد بالسوق، أما العوامل الداخلية فتتعلق بالوحدة الإقتصادية نفسها، ومنها الهيكل التمويلي، ونتيجة النشاط ومدى كفاءة التشغيل وغيرها من الظروف الداخلية<sup>3</sup>.

<sup>1</sup> أحمد سفر، أنظمة الدفع الإلكترونية، دار منشورات الحلبي الحقوقية للنشر والتوزيع، لبنان، الطبعة الأولى، 2008، ص 28.

<sup>2</sup> أحمد سفر، مرجع نفسه، ص 30

<sup>3</sup> بختيار صابر بايز حسين، مرجع سابق، ص 289.

### خامساً- مخاطر السيولة:

- تنشأ مخاطر السيولة عن عدم قدرة البنك على تلبية إلتزاماته قبل الغير أو تمويل زيادة الأصول، وهو ما يؤدي إلى التأثير السلبي على ربحية البنك وخاصة عند عدم القدرة على التسبيل الفوري للأصول بتكلفة مقبولة، وقد تقف عدة أسباب وراء التعرض لمخاطر السيولة نذكر منها<sup>1</sup>:
- ضعف تخطيط السيولة بالبنك، مما يؤدي إلى عدم التناسق بين الأصول والإلتزامات من حيث آجال الإستحقاق.
  - سوء توزيع الأصول على إستخدامات يصعب تحويلها لأرصدة سائلة.
  - التحول المفاجئ لبعض الإلتزامات العرضية إلى إلتزامات فعلية.
  - مساهمة بعض العوامل الخارجية مثل الركود الإقتصادي والأزمات الحادة في أسواق المال في التعرض لمخاطر السيولة .

### المبحث الثاني سبل تفعيل دور الصيرفة الإلكترونية لضمان جودة الخدمات المصرفية

أدى النمو الكبير في أنشطة الصيرفة الإلكترونية إلى خلق تحديات جديدة أمام البنوك والجهات الرقابية أظهرت العديد من المشاكل، تولد عنها ظهور عراقيل جديدة للعمل التجاري عامة والمصرفي خاصة في ضوء افتقار الإدارة والعاملين بالبنوك إلى الخبرة الكافية لملاحقة التطورات المتسارعة في تكنولوجيا الإتصالات، هذا بالإضافة إلى تصاعد إمكانيات الإحتيال والغش على الشبكات المفتوحة مثل الإنترنت، نتيجة لغياب الممارسات التقليدية والتي كان يتم من خلالها التأكد من هوية العميل وشرعيته، لهذا البنوك تسعى جاهدة لوضع السياسات والإجراءات التي تتيح إدارة مخاطر العمل المصرفي الإلكتروني من خلال تقييمها والرقابة عليها ومتابعتها، من المؤكد أن ممارسة المصارف لإعمالها وأنشطتها عبر شبكة الإنترنت قد أفرز مجموعة من التحديات التي

<sup>1</sup> خلف محمد حمد، مخاطر السيولة وأثرها على ربحية المصارف التجارية، مجلة كلية بغداد للعلوم الإقتصادية الجامعة، جامعة تكريت، العراق، العدد 52، 2017، ص407.

## الفصل الثاني: فعالية الصيرفة الإلكترونية في ضمان جودة الخدمات المصرفية

تواجه المصارف من خلال التعامل مع الأدوات الإلكترونية المصرفية منها على سبيل المثال عدم وجود كوادر ذات خبرة ودراية كافية في النواحي التقنية المرتبطة بإدارة العراقيل التي من الممكن أن تواجه العمليات المصرفية الإلكترونية في وقت تفتقد فيه الكثير من المصارف إلى توفر هذه العناصر.

ومن خلال هذا المبحث سوف نتعرف في المطلب الأول على العراقيل التي تواجه الصيرفة الإلكترونية في مجال تقديم الخدمات المصرفية أما في المطلب الثاني فسوف نعالج من خلاله متطلبات نجاح الخدمة المصرفية عن طريق الصيرفة الإلكترونية.

### المطلب الأول: العراقيل التي تواجه الصيرفة الإلكترونية في مجال تقديم الخدمات المصرفية

تعتبر المصارف الإلكترونية الوسيلة المناسبة لتحقيق معدلات أفضل للمنافسة والبقاء في السوق، في ظل التنافس القوي للسوق المصرفي والذي عنوانه الخدمة الشاملة والأسرع والأقل تكلفة، فهي تفتح آفاق وفرص جديدة للإستثمار ومكان لتقديم الخدمة المالية السريعة بأقل كلفة ومكان للإدارة المتميزة لاحتياجات الزبون فهي تؤدي إلى تسهيل التعامل بين البنوك، وجعله في إتصال مباشر على مدار الوقت وذلك من خلال المقاصة الإلكترونية بالاضافة إلى تعزيز رأس المال الفكري وتطوير تكنولوجيا المعلومات وجعلها في مصالح البنوك والعملاء عن طريق تعزيز الشفافية في المعاملات المصرفية، فمن خلال الإنترنت يمكن للعملاء الإطلاع والتعرف على الخدمات والمؤشرات المالية وعصرنة الخدمات التي تقدمها البنوك كما يمكن تسويق خدماتها وزيادة مناصب العمل وإمكانية الإستثمار بشكل أسهل وأسرع، لذلك فإن وجود مثل هذه البنوك التي تتعامل إلكترونياً أصبحت حقيقة لا يمكن إنكارها أو الإستغناء عنها، وإذا لا يمكن اعتبارها جزء من البنوك التقليدية التي أصبحت مفهوم جديد للعمل المصرفي خاصة في ظل تزايد التجارة الإلكترونية وتطور التكنولوجيا في الجانب البنكي.

## الفصل الثاني: فعالية الصيرفة الإلكترونية في ضمان جودة الخدمات المصرفية

لكن لا يمكن أن نتجاوز مساوئ الصيرفة الإلكترونية التي يجب الحذر منها ووضع أطر وقوانين للوقاية منها تجنباً للتعرض لعراقيل التي قد تقف حجرة عثرة على أداءها لمهامها بشكل فعال وتمثل هذه العراقيل أساساً فيما يلي:

- صعوبة توفير البنية التحتية المناسبة للتجارة الإلكترونية فالأجهزة والبرمجيات والبنية التحتية للاتصالات وخدمات الإنترنت والصيانة المستمرة للأجهزة والمعدات والتطوير الدائم إنما تمثل البنية الأساسية لممارسة التجارة الإلكترونية بثقة عالية، ونقص الوعي بأهمية الإنترنت في العالم العربي والإستخدام الصحيح لتقنية المعلومات<sup>1</sup>.

- حاجز اللغة حيث تتم معظم التعاملات التجارية الإلكترونية باللغة الإنجليزية.  
- قضية العملات المختلفة التي تعرض بها أسعار السلع والخدمات في كل بلد.  
- إن الاعتماد بشكل كبير على بطاقات الائتمان في مجال الدفع يشكل عقبة كبيرة لدى الزبائن إذ أظهرت الدراسات إن 60% من مستخدمي الشبكة لا يثقون فيها كقناة يتم الدفع من خلالها خاصة وإن هناك بعض الزبائن قد خسرو مبالغ كبيرة من جراء ذلك.

- عدم وجود شبكات معلوماتية سريعة ومستقرة تستطيع نقل معلومات بالصورة والصوت بنفس الوقت وبسرعة وجودة عالية وعدم إيجاد طرق عملية آمنة للتوقيع الإلكتروني<sup>2</sup>.  
- إنتشار الغش التجاري وغياب التشريعات الملائمة وضعف أمن الإتصالات عبر الإنترنت تعتبر من العراقيل التي تعطل نمو التجارة الإلكترونية في العالم العربي وبالتالي تعطل عمل البنوك الإلكترونية.

- التكلفة العالية وندرة الموظفين القادرين على التعامل مع النظم الحديثة في إدارة التجارة الإلكترونية.

<sup>1</sup> مصطفى يوسف الكاظمي، مرجع سابق، ص 133، 134.

<sup>2</sup> بختيار صابر بايز حسين، مرجع سابق، ص 290.

## الفصل الثاني: فعالية الصيرفة الإلكترونية في ضمان جودة الخدمات المصرفية

- مشكلات يتعرض لها العملاء فكثير من مواقع الإنترنت تعرض بيع أشياء أو تقديم خدمات سريعة عبر الهاتف Online وتطلب بيانات شخصية والتي من الممكن التلصص عليها وسرقتها وسوء إستخدامها.
- نقص الإعتمادية والأمان والمعايير والبروتوكولات وتغير أدوات تطوير البرمجيات بإستمرار وسرعة.

بالإضافة إلى العراقيل السابقة فعدم نضج ثقافة التعامل عن بعد لدى بعض الدول كغياب ثقافة التسويق الإلكتروني لديها أو رفض بعض فئات المجتمع للتغيير الذي يحول دون توسع الصيرفة الإلكترونية والإفتقار إلى الإجراءات المرنة المتحمسة لمشروع الإدارة الإلكترونية التي تقف في وجه التطبيق مما يفرغ المشروع من مضمونه<sup>1</sup>، ويتحول إلى مجرد ممارسات مفككة ليس له كيان إداري يعد من أكثر العراقيل التي تتعرض لها الصيرفة الإلكترونية وذلك لقلّة الخبراء والإطارات في مجال التقنية المصرفية الحديثة مع عدم التوافق والإنسجام التام بين محتويات البرامج الإلكترونية لدى موظفي بعض البنوك، ومتطلبات استعمال الصيرفة الإلكترونية.

### المطلب الثاني: متطلبات الصيرفة لضمان جودة الخدمات المصرفية

إن ضمان قدرة منظومة الدفع المصرفي الإلكتروني على البقاء والإستمرار في السوق يعتمد على قدرتها في الإستجابة لجميع المتغيرات التكنولوجية والإقتصادية والإجتماعية والتفاعل معها بغرض زيادة حصتها السوقية، كما أن تصاعد إمكانيات الإحتيال والغش على شبكة الإنترنت بسبب غياب الممارسات التقليدية التي من خلالها يتم التأكد من هوية العميل وشرعيته، ومن أجل خلق بيئة مناسبة لأعمال إلكترونية ناجحة لابد من توفر مجموعة من الشروط والمقومات الأساسية تساهم في فعالية وتعزيز دور البنوك الإلكترونية في تقديم خدمات مصرفية للعميل على أكمل وجه. وهذا ما سوف نتعرف عليه في هذا المطلب من خلال الفرع الأول بعنوان البنية التحتية

<sup>1</sup> Imola Driga and Claudia Isac, E-banking Services – Features, Challenges and Benefits, Annals of the University of Petrolane, Economics ,Econpapers, Vol 14, issue 01/ 2014, p 51.

## الفصل الثاني: فعالية الصيرفة الإلكترونية في ضمان جودة الخدمات المصرفية

التقنية والفرع الثاني نتعرف من خلاله على المتطلبات القانونية والتشريعية أما الفرع الثالث نتناول فيه التطوير والإستمرارية والتفاعلية من المستجدات أما الفرع الرابع بعنوان التفاعل مع متغيرات الوسائل والإستراتيجيات الفنية والإدارية والمالية.

### الفرع الأول: البنية التحتية التقنية:

من أجل توفير البنية التحتية للصيرفة الإلكترونية في الجهاز البنكي فإنه من الأجدر أن يتم ضبط أهداف وأولويات إدراج عمليات الصيرفة الإلكترونية في الجهاز البنكي ووضع الإطار التشريعي للصيرفة الإلكترونية بما يوضح جميع الإلتزامات الواجب إحترامها من البنوك وعملائها وبما يحدد نطاق التدخل الحكومي عند ممارستها مع رسم السياستين الخدمية والتسويقية للصيرفة الإلكترونية بما يلائم إيقاع العصر الحديث وبما يستقطب الإستثمار ويزيد من حدة المنافسة بين البنوك محليا ودوليا. ويعتبر هذا الشرط من أهم متطلبات عمل البنوك الإلكترونية، وهو بدوره يتضمن عنصرين مهمين هما:

### أولا- عنصر الإتصالات:

إن البنى التحتية للبنكرس لا يمكن أن تكون معزولة عن بنى الإتصالات وتقنية المعلومات التحتية للدولة ومختلف القطاعات، ذلك لأن البنوك الإلكترونية تحيا في بيئة الأعمال الإلكترونية والتجارة الإلكترونية فأداء البنوك الإلكترونية لخدماتها إنما يتأثر بالأداء التكنولوجي ذاته<sup>1</sup>، وهذا الأخير بدوره يستند في قيامه على شبكة الإتصالات، وبالتالي فإنه كلما زادت العقبات التي يمكن أن تعوق المتعاملين مع شبكة الإتصالات كلما أثر ذلك على فاعلية التعامل مع البنوك الإلكترونية سلبا. ومن بين هذه العقبات مثلا تداخل الخطوط على نحو يتعذر معه توافر السرعة في التعامل بين العميل والشبكة، أو إرتفاع التكلفة المقررة لربط الشبكة بالإتصالات<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> خلف محمد حمد، مرجع سابق، ص 408.

<sup>2</sup> قدة حبيبة، آليات وضوابط البنوك الإلكترونية، المؤتمر العالمي الدولي حول النظام القانوني للمرفق العام الإلكتروني واقع وتحديات وآفاق، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد بوضياف، المسيلة، 2018/11/18، ص 11.



### ثانيا- عنصر تقنية المعلومات

والعنصر الثاني للبنى التحتي يتمثل في تقنية المعلومات، من حيث الأجهزة والبرمجيات والحلول والكفاءات البشرية المدربة والوظائف الاحترافية، وهذه دعامة الوجود والاستمرارية والمنافسة، ولم يعد المال وحده المتطلب الرئيسي، بل إستراتيجيات التلائم مع المتطلبات وسلامة البرامج والنظم المطبقة لضمان تعميم التقنية بصورة منظمة وفاعلة وضمان الإستخدام الأمثل والسليم للوسائل التقنية<sup>1</sup>.

### الفرع الثاني: المتطلبات القانونية والتشريعية:

إن معظم التشريعات والقوانين النافذة سُنّت لتتناسب بيئة العمل التقليدية وفقاً لمعايير العمل واللقاء المباشر بين الموظف والمستفيد من الخدمة، لذا فإن التحول إلى أسلوب الصيرفة الإلكترونية يتطلب سن قوانين وتشريعات جديدة أو تعديل القوانين النافذة لكي تتناغم وتنسجم مع التطور التكنولوجي وتتلائم مع بيئة الأعمال الإلكترونية، ولعل أبرز ما ينبغي الإهتمام به في هذا المجال هو موضوع الوسائل الثبوتية الإلكترونية كالتوقيع الإلكتروني والبصمة الإلكترونية ومدى توافقها مع القوانين النافذة، إذ أن وسائل الثبوتية الإلكترونية هي من أهم المتطلبات القانونية اللازم توافرها لتطبيق الصيرفة الإلكترونية ولا بد من أن تكون القوانين والتشريعات النافذة تسمح باستخدام هذا النوع من الوسائل الثبوتية<sup>2</sup>، كما هناك مجموعة من النقاط التي تعد من المتطلبات القانونية الضرورية الواجب توفرها في الصيرفة الإلكترونية والمتمثلة في<sup>3</sup>:

- إعتقاد نظام إثبات قانوني يكرس حجية مستخرجات كل من الحاسوب والبريد الإلكتروني والعقود والتواقيع الإلكترونية كأدلة مقبولة في النزاعات القضائية.

<sup>1</sup> عامر إبراهيم قنديلجي، التجارة الإلكترونية وتطبيقاتها، دارالمسيرة للنشر والتوزيع، الأردن، 2014، ص 177.

<sup>2</sup> محمد زهير عبد الأمير العزاوي، مدى توافر متطلبات تطبيق الصيرفة الالكترونية في المصارف العراقية، مذكرة لنيل متطلبات درجة الماجستير في العلوم المالية والمصرفية، كلية الإدارة والاقتصاد، جامعة كربلاء، العراق، 2012، ص 66.

<sup>3</sup> فضيلة شيروف، أثر التسويق الإلكتروني على جودة الخدمات المصرفية، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، تخصص تسويق، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة منتوري، قسنطينة، 2010/2009، ص 20.

## الفصل الثاني: فعالية الصيرفة الإلكترونية في ضمان جودة الخدمات المصرفية

- تنظيم أسواق التقنيات وخدماتها على أساس معايير الجودة وحجية نظام المعلومات وأمنها وأصول السلوكيات المهنية في حقل خدمات الأنترنت والخدمات على الخط.
- تجريم الأفعال التي تستهدف المعلومات والبيانات المخزنة والمعالجة والمنقولة في نظم الكمبيوتر وعبر الشبكات بدءاً من الدخول غير مشروع إليها مروراً بالغش في المعلومات والإنهاء بالتجسس وتدمير المعطيات.
- توفير حماية قانونية كافية للمعلومات والبيانات الخاصة من شأنها ضبط عملية جمعها ومعالجتها وتداولها ونقلها داخليا وخارجيا.
- تقنين قواعد التجارة الإلكترونية وأصول حمايتها.
- تطوير تشريعات الخدمات الحيوية في ميدان الاتصالات في ضوء الإتفاقات والقواعد الدولية الجديدة.
- تطوير الأنظمة القضائية وتسهيل إجراءات التقاضي بموازنة قواعد فحص المنازعات وقواعد التحكيم الدولية.

### الفرع الثالث: التطوير والإستمرارية والتفاعلية من المستجدات:

ويعتبر من أهم العناصر للتمييز بين متطلبات البنوك الإلكترونية فهذا العنصر هو ضد الجمود والركود الذي لا يتفق ولا يتماشى مع التميز الذي تريد البنوك إلتقاطه والوصول إليه، وتعتبر هذه المشكلة الأكبر التي تعاني منها البنوك العربية في الوقت الحالي، لأنها لا تهدف إلى إقتحام الجديد، فهي تنتظر ما تقوم به البلدان المتقدمة وتعتمد عليه في تسيير بنوكها بشكل دائم رغم الإختلافات الموجودة بين البيئتين<sup>1</sup>، وبالتالي لها عائق كبير في اجتياز المخاطر التي تواجهها، ومبررها في ذلك هو الخشية على أموال المساهمين، لذلك يجب عليها إعداد الخطة المناسبة لمواكبة كل ما هو جديد وذلك بالسرعة الكبيرة في الإنجاز.

<sup>1</sup> Monique Zollinger, Eric la marque ,Marketing et stratégie de la banque, dunod, Paris.1999, p19

الفرع الرابع: التفاعل مع متغيرات الوسائل والإستراتيجيات الفنية والإدارية والمالية:

لا تشمل العملية التفاعلية التعامل مع الجديد فقط أو مع البنى التقنية فقط وإنما تشمل أكثر الأفكار والنظريات الحديثة في حقول الأداء الفني والتسويقي والمالي والخدمي، تلك الأفكار التي تجيء وليد تفكير إبداعي وليس وليد تفكير نمطي التقليدي. من هذا المنطلق فإن تطور الذي صاحب الإقتصاد وتوجهه نحو الرقمية وزيادة المنافسة بين المصارف أدى إلى إستخدام أفضل وأحسن ما أفرزته التكنولوجيا المتقدمة، فبعد أن تطورت الخدمة المصرفية من التقليدية إلى الإلكترونية، أصبح هناك مصارف إفتراضية تعمل عن بعد، من خلال شبكات الإتصال المختلفة لي طرح بعد ذلك المصارف الإلكترونية متطلبات وتحديات التي لا بد من توافرها من أجل تحسن دور الصيرفة الإلكترونية لمهامها على أكمل وجه<sup>1</sup>.

تتحقق المتطلبات الإدارية من خلال وجود قيادات إدارية يمكنها أن تتعامل بكفاءة وفاعلية مع تكنولوجيا المعلومات والإتصالات، مع قدرتها على الإبتكار وإعادة هندسة الثقافة التنظيمية وصنع المعرفة فالصيرفة الإلكترونية تحتاج إلى تطوير واضح للمكونات التقليدية لثقافة المنظمة باتجاه تجاوز التنظيم الهرمي والتوجه نحو التنظيم الشبكي، وإنتقال العلاقات من النمط العمودي إلى النمط الأفقي ومن الصالحية المحددة إلى التمكين الإداري، كمايتوجب على جميع الإدارات في المنظمة التخلص من الإجراءات الروتينية المملة والمعيقة للتطور والتجديد وتعد الصيرفة الإلكترونية من المشاريع الضخمة التي تحتاج إلى موارد مالية كبيرة لضمان الإستمرار والنجاح وبلوغ الأهداف المنشودة، إن أهم المتطلبات المالية لتطبيق الصيرفة الإلكترونية هي<sup>2</sup>:

- تخصيص الأموال اللازمة لإنشاء البنية التحتية للصيرفة الإلكترونية، لاسيما ما يتعلق ببناء شبكات الإتصال وشراء الأجهزة والمعدات الحديثة.

<sup>1</sup> بلخضر محمد، مشاش عبد الرزاق، الصيرفة الإلكترونية والنظام المصرفي الجزائري الافاق والتحديات، مذكرة لنيل شهادة الماستر في العلوم الاقتصادية، تخصص إقتصاد نقدي وبنكي، كلية العلوم الإقتصادية والتجارية والتسير، جامعة العقيد أكلي محمد أولحاج، البويرة، 2018/2019 ص 9.

<sup>2</sup> محمد زهير عبد الأمير العزاوي، مرجع سابق، ص 65

## الفصل الثاني: فعالية الصيرفة الإلكترونية في ضمان جودة الخدمات المصرفية

- الدعم المالي اللازم لتصميم المواقع الإلكترونية وتطوير النظم وتحديث البرامج.
- توفير التخصيصات المالية اللازمة لتدريب الكفاءات البشرية لكي تتمكن المؤسسات من الإستعانة بمدرين مؤهلين سواء كانوا يعملون لحسابهم الخاص أم تابعين لشركات متخصصة في مجال التدريب، سواء أكانت الدورات التدريبية داخل البلد أم خارجه.
- توفير التخصيصات المالية اللازمة لصيانة الأجهزة والمعدات.
- ضمان الدعم المالي المستمر واللازم لتحديث الحواسيب والبرمجيات والنظم.

### خلاصة الفصل الثاني

إن الصيرفة الإلكترونية هي مجموع العمليات المصرفية بواسطة تكنولوجيا الإعلام والاتصال، يهدف البنك من خلالها إلى زيادة أرباحه عن طريق إقتصار الوقت والجهد والتكلفة، وذلك بتقديم مجموعة من الخدمات المصرفية بوسائل دفع عديدة وحديثة، مما يضمن إيجابيات وأرباح للبنك، ورغم ذلك فهناك عدة سلبيات ومخاطر تواجه الصيرفة الإلكترونية منها ما هو تقليدي يتم مشاركتها مع البنوك التقليدية وأخرى خاصة بها فقط كالمخاطر التشغيلية والمخاطر الإستراتيجية إضافة إلى بعض العراقيل خاصة مع إنتشار الغش التجاري، وتضافرت الجهود لتقليل هذه المخاطر عن طريق السلطات الإشرافية بسن مجموعة من القوانين لحماية المتعاملين بشكل عصري، وكذا جهود لسعي لتعديل القوانين النافذة لكي تتناغم وتنسجم مع التطور التكنولوجي وتلائم مع بيئة الأعمال الإلكترونية.

## الخاتمة

نتج عن النمو المتسارع لوسائل الدفع الحديثة وتكنولوجيات المعلومات والاتصالات آثار كبيرة على المصارف وذلك من ناحية أشكال هذه المصارف وتسويق خدماتها، فلقد أتاحت الصيرفة الإلكترونية للمصارف خدمات متطورة استطاعت من خلالها تخفيض التكلفة وزيادة حجم السوق المستهدف من خلال الخدمة المصرفية عن بعد بمختلف أنواعها، كما أثر ذلك على عملاء المصارف، من خلال تخفيض تكلفة الخدمة المصرفية والسرعة والفعالية، وبدون الانتقال إلى المصرف، كما أثر ذلك على جميع القطاعات خاصة القطاع التجاري، من خلال زيادة رقم أعمالها وارتفاع عدد متعاملها. ومن هذا المنطلق تم التوصل إلى مجموعة من النتائج والإقتراحات:

### أولاً - النتائج:

- تطورت الصيرفة إلى أن أصبح هناك مصارف تعمل عن بعد أو ما يسمى بالمصارف الإلكترونية مما فتح فرص جديدة للمتعاملين بهدف تحقيق الجودة من خلال الخدمات المقدمة، حيث يعمل البنك الإلكتروني عبر الشبكات الإتصال وبدون مقر، ويختلف المصرف العادي على الإلكتروني من حيث تقديم خدمة متنوعة إلى الزبائن، كخدمات الصراف الآلي والصيرفة المحمولة والصيرفة عبر الهاتف الأرضي، والمقاصة الإلكترونية.
- يطرح موضوع الصيرفة الإلكترونية عدة قضايا، ومنها 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 الأخطار التي تواجهه هي انتشار الغش التجاري وغياب التشريعات الملائمة وضعف أمن الاتصالات عبر الأنترنت التي تعتبر من العراقيل التي تعطل نمو التجارة الإلكترونية في العالم العربي ككل وبالتالي تعطل عمل البنوك الإلكترونية.
- رغم الدور الهام الذي تلعبه الصيرفة الإلكترونية في مجال المعاملات المصرفية إلا أنها تعرف بعض النقائص التي تحتاج إلى تفعيلها لتجنبها مستقبلاً.

- تتيح الصيرفة الإلكترونية تقديم الخدمات المصرفية الحديثة والمبتكرة بالإضافة إلى الخدمات المصرفية التقليدية.
- تقدم البنوك الإلكترونية خدمات مصرفية تقوم على التعاقد بدون مستندات ورقية وهو ما يطرح عدد من المسائل القانونية المتعلقة بأدلة الإثبات.
- فرصة لتحقيق معدلات أفضل للتنافسية والبقاء في السوق المصرفية من خلال تقديم خدمات مصرفية أكثر جاذبية للعملاء.
- صعوبة الاستخدام مثل صعوبة اللغة أو عدم توافر النشرات الإرشادية، وعدم توافر الأمان والسرية في استخدام التكنولوجيا في العمل المصرفي، وانتشار واسع لجرائم غسيل الأموال.

#### ثانياً - الاقتراحات:

- الإرتقاء بالعنصر البشري الذي يعد من الركائز الأساسية للإرتقاء بالأداء المصرفي وزيادة رؤوس أموال البنوك التجارية بما يؤهلها لتحسين قدرتها التنافسية.
- التوجه نحو التعامل في سوق الأوراق المالية وتفعيل دورها بما يسمح لها بتقوية قاعدة رأسمالها من جهة، وتنشيط هذه الأخيرة من جهة أخرى.
- القيام بالرقابة الحماية اللازمة للأجهزة بحيث تحفظ في أماكن آمنة لا يسمح للدخول إلا للموظفين المخولين، وكذا استخدام نظام الكتروني معقد بتكوين كلمات سرية مقابلة لمفاتيح الدخول الإلكترونية.
- يتوجب على المصارف تطوير أنظمة الحماية الملائمة وإدارة أنظمتها الداخلية بما يتناسب والمعايير والقواعد المعمول عليها دولياً على أصعدة التأكد من هوية العملاء وشرعية التوقيع الإلكتروني والتشفير.
- ضرورة متابعة التطورات الحديثة في مجال الصيرفة الإلكترونية والوصول إلى العملاء عبر أحدث الوسائل الإلكترونية بإعتبار أن لها تأثير مباشر على جودة الخدمات المصرفية.

- ضرورة التطوير المستمر في أداء المصرف لرفع مستوى كفاءة التشغيل بحيث يقدم المصرف خدماته دائما بأفضل جودة خدمة ممكنة وبأفضل وقت وبأقل تكلفة خاصة وأن الزبائن اليوم يبحثون عن جودة الخدمة الأفضل.



## قائمة المراجع

### أولاً- قائمة المراجع باللغة العربية

#### 1- القوانين

- الأمر رقم 59/75، المؤرخ في 20 رمضان 1395، الموافق 26 سبتمبر 1975 الذي يتضمن القانون التجاري المعدل والتمم بالأمر 27/96 المؤرخ في 09/01/1996، جريدة رسمية عدد 77 المؤرخة في 11/12/1996.
- أمر رقم 04-10، مؤرخ في 16 رمضان عام 1431، الموافق 26 أوت سنة 2010، يعدل ويتمم الأمر رقم 03-11 المؤرخ في 27 جمادى الثانية عام 1424 الموافق 26 أوت سنة 2003 والمتعلق بالنقد والقرض، الجريدة الرسمي عدد 50، الصادر بتاريخ 01 سبتمبر 2010.

#### 2- الكتب

- أحمد سفر، أنظمة الدفع الإلكترونية، دار منشورات الحلبي الحقوقية للنشر والتوزيع، لبنان، الطبعة الأولى، 2008.
- أحمد بوراس، أعمال الصيرفة الإلكترونية الأدوات ومخاطر، دار الكتاب الحديث للنشر والتوزيع، القاهرة، 2014.
- إيلاف فاخر كاظم علي، مخاطر العمليات المصرفية الإلكترونية، المركز العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، الطبعة الأولى، 2019.
- إياد منصور حسن، إدارة العمليات البنكية والنقدية، دار ابن النفيس للنشر والتوزيع، القاهرة، 2019.
- بختيار صابر بايز حسين، مسؤولية المصرف في الإعتماد المسندي والمخاطر التي تواجهه، دار شتات للنشر والبرمجيات، مصر، الطبعة الأولى، 2010.
- تيسير العجارمة، التسويق المصرفي، دار الورق للنشر والتوزيع، الأردن، الطبعة الأولى، 2005.
- خالد أحمد علي محمود، إقتصاد المعرفة وإدارة الأزمات المالية في اطار المؤسسات الإقتصادية، دار الفكر الجامعي للنشر، الإسكندرية، الطبعة الأولى، 2019.

- زكي خليل المساعد، تسويق الخدمات وتطبيقاته، دار المناهج للنشر والتوزيع، الأردن، الطبعة الأولى، 2003.
- طارق طه، إدارة البنوك في بيئة العولمة والأنترنيت، دار الفكر الجامعي للنشر والتوزيع، الإسكندرية، 2007.
- علي محمد أحمد أبو العز، التجارة الإلكترونية وأحكامها في الفقه الإسلامي، دار النفائس للنشر والتوزيع، الأردن، 2008.
- عبد الصبور عبد القوي علي مصري، التجارة الإلكترونية والقانون، دار العلوم للنشر والتوزيع، القاهرة، 2010.
- عماد أحمد أبو شنب، وآخرون، الخدمات الإلكترونية، دار الكتاب الثقافي للنشر والتوزيع، الأردن، 2012.
- عامر إبراهيم قنديلجي، التجارة الإلكترونية وتطبيقاتها، دارالمسيرة للنشر والتوزيع، الأردن، 2014.
- عصام مهدي محمد عابدين، موسوعة البنوك، دار محمود للطباعة والنشر، القاهرة، الطبعة الأولى، 2022.
- فياض القضاة، الإلتزامات الناتجة عن إستعمال بطاقات الائتمان، مجلة الدراسات، المجلد6، العدد20، الأردن، 1999.
- كترين فيو، ترجمة وردية واشد، التسويق الإلكتروني، مجد المؤسسة الجامعية لدراسات والنشر والتوزيع، لبنان، الطبعة الأولى، 2008.
- محمد إبراهيم أبو هيجاء، التحكيم بواسطة الإنترنت، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، الطبعة الأولى، 2002.
- موسي خليل متري، الجديد من أعمال المصارف من الوجهتين القانونية والاقتصادية، الجزء الأول، منشورات الحلبي الحقوقية، لبنان، الطبعة الأولى، 2002.
- محمد الصبري، الإدارة الإلكترونية، دار الفكر الجامعي للنشر والتوزيع، الإسكندرية، الطبعة الأولى، 2007.
- محمود محمد أبو فروة، الخدمات البنكية الإلكترونية عبر الإنترنت، دار الثقافة للنشر والتوزيع، الأردن، الطبعة الأولى، 2009.

- مصطفى يوسف الكافي، النقود والبنوك الإلكترونية في ظل التقنيات الحديثة، دار مؤسسة رسلان للطباعة والنشر، سوريا 2012.
- محمد الصرفي، إدارة العمليات المصرفية، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، الطبعة الأولى، 2016.
- نادر الفرد قاحوش، العمل المصرفي عبر الأنترنت، الدار العربية للعلوم للنشر والتوزيع، بيروت، الطبعة الأولى، 2002.
- نادر شعبان، إبراهيم سواح، النقود البلاستيكية وأثر المعاملات الإلكترونية على المراجعة الداخلية في البنوك التجارية، الدار الجامعية للنشر والتوزيع، الإسكندرية، 2006.
- هاني وجيه العطار، التجارة الإلكترونية، دار الأكاديميون للنشر والتوزيع، الأردن، 2016.
- وصفي عبد الرحمان أحمد النعسة، التسويق المصرفي دار كنوز المعرفة للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، 2010.
- يوسف حسن يوسف، البنوك الإلكترونية، المركز القومي للإصدارات القانونية، القاهرة، الطبعة الأولى، 2012.

### 3- أطروحات ومذكرات التخرج:

#### - أطروحات الدكتوراه:

- بن أحمد لخضر، متطلبات تطوير وتحديث الخدمات المصرفية في الجزائر، مذكرة لنيل شهادة دكتوراه في علوم التسيير، تخصص تسيير، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر 3، الجزائر، 2012/2011.
- سمية عباس، تحديات العمليات البنكية الإلكترونية في الجزائر، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه الطور الثالث، تخصص علوم التسيير، جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي، 2017/2016.
- عطاوي إلهام، جودة الخدمات المصرفية وأثارها على أداء البنوك، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في العلوم الاقتصادية، تخصص مالية، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية والتسيير، جامعة الجلايلي يابس، سيدي بلعباس، 2015/2014.
- محبوب مراد، إستخدام إستراتيجية إعادة الهندسة الإدارية في تحسين جودة الخدمات المصرفية، أطروحة مقدمة لنيل دكتوراه علوم الاقتصادية، تخصص إقتصاد وتسيير المؤسسة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2014/2013.

## - رسائل الماجستير

- إلهام عطاوي، جودة الخدمات المصرفية وأثارها على أداء المصارف الأردنية، رسالة إستكمال الحصول على درجة الماجستير، تخصص العلوم المالية والمصرفية، جامعة اليرموك، أربد، الأردن، 2011.
- زهير زواش، دور نظام الدفع الالكتروني في تحسين المعاملات المصرفية، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في العلوم الإقتصادية، تخصص تمويل دولي والمؤسسات المالية والنقدية، كلية العلوم الإقتصادية وعلوم التسيير، جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي، 2011/2010.
- سليمة عبد الله، دور تسويق الخدمات المصرفية الإلكترونية في تفعيل النشاط البنكي، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في العلوم الإقتصادية، تخصص تسويق، جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2009/2008.
- صفاء يوسف القواسمي، المسؤولية القانونية الناشئة عن العمليات المقاصة الالكترونية في قانون الأردني، رسالة ماجستير في القانون الخاص، كلية الحقوق، جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا، الأردن، 2009.
- صالح الدين مفتاح، سعد الباهي، أثر جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية على رضا الزبائن، مذكرة ماجستير في إدارة الأعمال، كلية إدارة الأعمال، جامعة الشرق الأوسط، الأردن، 2016.
- فضيلة شيروف، أثر التسويق الالكتروني على جودة الخدمات المصرفية، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، تخصص تسويق، كلية العلوم الإقتصادية وعلوم التسيير، جامعة منتوري، قسنطينة، 2010/2009.
- محمد زهير عبد الأمير العزاوي، مدى توافر متطلبات تطبيق الصيرفة الإلكترونية في المصارف العراقية، مذكرة لنيل متطلبات درجة الماجستير في العلوم المالية و المصرفية، كلية الإدارة و الإقتصاد، جامعة كربلاء، العراق، 2012.
- ماهر جروح، جودة الخدمات المصرفية وأثارها في ربحية المصارف، دراسة لنيل درجة الماجستير في العلوم المالية والمصرفية، تخصص مصارف وتأمينات، كلية الإقتصاد، جامعة دمشق، سوريا.
- نصيرة شوب، الإدارة البنكية الإلكترونية في الجزائر دراسة ميدانية حول انظمة النقد الألي، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، تخصص مجتمع معلومات، كلية العلوم السياسية، قسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر 3، الجزائر، 2013/2012.

- هدون نبيل شيخ الأرض، تصميم وتنفيذ محفظة إلكترونية، رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، تخصص تقنيات ويب، الجامعة السورية الافتراضية، 2017/2016.

### -مذكرات ماجستير

- حورية جنان، دور الصيرفة الإلكترونية في تحسين جودة الخدمات المصرفية، مذكرة مقدمة لإستكمال متطلبات نيل شهادة الماجستير أكاديمي علوم الإقتصاد، تخصص مالية وبنوك، كلية العلوم الإقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة العربي بن مهيدي، عين مليلة، 2013/2012.

- سهام زعباب، النظام القانوني للبنوك الإلكترونية، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، تخصص قانون أعمال، كلية العلوم السياسة والقانونية، جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي، 2019/2018.

- سميرة رزقي، دور الخدمة المصرفية في إستقطاب العملاء، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في العلوم الإقتصادية، تخصص إقتصاد نقدي وبنكي، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2020/2019.

- شراديد محمد الحاج، مخاطر العمليات المصرفية الإلكترونية، مذكرة لإستكمال شهادة ماستر أكاديمي، تخصص قانون خاص، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، 2014/2013.

- عبد المالك عليوش، أهمية الإتصال التسويقي في تحسين الخدمة المصرفية، مذكرة لنيل شهادة الماجستير تخصص نقود ومالية، كلية العلوم الإقتصادية والتجارية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2015/2014.

- عائشة حفصاوي، أثر جودة الخدمة البنكية على رضا الزبون، مذكرة لنيل شهادة الماجستير أكاديمي، تخصص مالية وتأمينات وتسيير المخاطر، كلية العلوم الإقتصادية والعلوم التجارية والتسيير، جامعة أم البواقي، 2016/2015.

- فريدة بن منصور، الصيرفة الإلكترونية كمدخل لبناء الإقتصاد الرقمي في الجزائر، مذكرة لإستكمال شهادة الماجستير في العلوم الإقتصادية، تخصص بنوك ومالية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، 2011/2010.

- فاطمة سليمان، جودة الخدمات المصرفية وأثارها على تحقيق رضا الزبون، مذكرة لنيل شهادة الماجستير أكاديمي تخصص إستراتيجية وتسويق، كلية العلوم الإقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة المسيلة، 2014/2013.

- مصطفى عمروش، متطلبات الخدمات المصرفية وزيادة القدرة التنافسية للبنوك الجزائرية، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في إدارة أعمال المالية، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة 8 ماي 1945، قلمة، 2010/2009.
- ماي عبد القادر بوعالم، دور وسائل الدفع الإلكترونية في الحد من عمليات تبيض الأموال، مذكرة لنيل شهادة الماستر جامعة عبد الحميد بن باديس، مستغانم، 2017/2016.
- محمد بلخضر، مشاش عبد الرزاق، الصيرفة الإلكترونية والنظام المصرفي الجزائري الأفق والتحديات، مذكرة لنيل شهادة الماستر في العلوم الاقتصادية، تخصص إقتصاد نقدي وبنكي، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية والتسيير، جامعة العقيد أكلي محند أولحاج، البويرة، 2019/2018 .
- ميرة مقرابي، مقرابي كنزة، النظام القانوني للبنوك الإلكترونية، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في الحقوق، تخصص قانون الخاص الشامل جامعة عبد الرحمان ميرة، بجاية، 2020/2019.
- نسرین منصوري، يوسف حسين، الصيرفة الإلكترونية ودورها في تحسين جودة الخدمات البنكية، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر أكاديمي، تخصص إقتصاد نقدي وبنكي، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية، جامعة محمد بوضياف بالمسيلة، 2021/2020.

#### 4- المقالات

- أمينة بن جدو، سمية دقيش، ممرسات خدمات المصرفية الإلكترونية في البنوك الجزائرية، مجلة العلوم الإدارية والمالية، جامعة سطيف1، الجزائر، العدد 2، 2020/09/30.
- بوعافية رشيد، الصيرفة الإلكترونية، مجلة الإقتصاد الجديد، جامعة بومرداس، الجزائر، العدد3، 2011.
- جلايلة عبد الجليل، الصيرفة الإلكترونية خدماتها ومخاطرها، مجلة الإصلاحات الاقتصادية والاندماج في الإقتصاد العالمي، جامعة أحمد دراية أدرار، الجزائر، العدد13، 2019.
- حسام كامل سليم أبو عجوة، أثر تقنية المعلومات على جودة الخدمات المصرفية، مجلة جامعة الإستقلال للأبحاث، العدد 2، 2020.
- خلف محمد حمد، مخاطر السيولة وأثرها على ربحية المصارف التجارية، مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية، جامعة تكريت، العراق، العدد 52، 2017.

- رعد حسن الصرف، أهمية دراسة العلاقات بين شبكة الإنترنت وجودة الخدمة المصرفية، مجلة العلوم الإنسانية، العدد 2، جامعة بسكرة، 2005.
- رشدي عبد اللطيف وادي، أهمية ومزايا البنوك الإلكترونية في قطاع غزة بفلسطين ومعوقات إنتشارها، مجلة الجامعة الإسلامية، كلية التجارة، الجامعة الإسلامية، غزة، فلسطين، العدد الثاني، 2008.
- رابح عرابة، دور تكنولوجيا الخدمات المصرفية الإلكترونية في عصرنة الجهاز المصرفي الجزائري، الأكاديمية للدراسات الاجتماعية والانسانية، جامعة حسيبة بن بوعلي، شلف، العدد 8، 2012.
- زكرياء مسعودي، ماهية النقود الإلكترونية، المجلة الدولية للبحوث القانونية والسياسة، جامعة الشهيد حمه لخضر، الوادي، الجزائر، العدد3، 2018.
- سارة بن غيدة، سعيدة حركات، إدارة مخاطر الصيرفة الإلكترونية وأثرها على الخدمة البنكية الإلكترونية، مجلة العلوم الإنسانية، جامعة أم البواقي، الجزائر، العدد التاسع، 2018.
- سهام صديق، البنوك الإلكترونية بين متطلبات التجارة الإلكترونية والخطر القانوني في الجزائر، مجلة البصائر للدراسات القانونية والإقتصادية، جامعة بلحاج بوشعيب، عين تموشنت، الجزائر، العدد 1، 2021.
- عبد القادر بريش، جودة الخدمات المصرفية كمدخل لزيادة القدرة التنافسية للبنوك، مجلة إقتصاديات شمال إفريقيا، جامعة حسيبة بن بوعلي بالشلف، الجزائر، العدد 3.
- عبد الأمير عبد الحسن شيع، رحيم عبد محمد الموسوي، اثر عناصر أبعاد جودة الخدمة المصرفية على سلوك الزبائن في إختيار المصارف التجارية، مجلة الإدارة والإقتصاد، المعهد العالي للدراسات المحاسبية والمال، جامعة بغداد، العدد العاشر، 2013.
- مداح عرايبي الحاج، نعيمة بارك، أهمية البنوك الإلكترونية في تفعيل وسائل الدفع الإلكترونية في الوطن العربي الواقع والآفاق، مجلة الاقتصاد الجديد، جامعة الشلف، لعدد02، 2010.
- ميلود وافي، واقع ومتطلبات تفعيل البنوك الإلكترونية، مجلة الدراسات التسويقية وإدارة الأعمال، المركز الجامعي، مغنية، الجزائر، العدد 1، 2017.
- مساعد العياشي، شامي رشيرة، إتجاهات موظفي المؤسسات المصرفية نحو التسويق الإلكتروني للخدمات المصرفية، مجلة دراسات إقتصادية، المجلد 21، العدد 1، 2021.
- نصر حمود، مزنان فهد، إمكانات التحول نحو الصيرفة الإلكترونية في البلدان العربية، مجلة كلية الإدارة والإقتصاد، العدد 4، 2011.

- نبيلة كردي، الشيك الإلكتروني، مجلة العلوم الإقتصادية والسياسية، جامعة تبسة، الجزائر، العدد 13، 2017.

- هاجر محمد الملك، الطاهر محمد احمد علي، جودة الخدمات المصرفية واثارها علي رضا العميل، مجلة العلوم الإقتصادية، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، كلية الدراسات التجارية، العدد 17، 2016.

- هالة عبدلي، الصيرفة الإلكترونية آلية لضمان جودة الخدمات المصرفية، مجلة الأصيل للبحوث الإقتصادية والإدارية، جامعة عباس لغرور، خنشلة، الجزائر العدد الأول، 2017..

## 5- المداخلات العلمية

- أحمد طرطار، سارة حليمي، جودة الخدمات المصرفية كآلية لتفعيل الميزة التنافسية للبنك، مداخله مقدمة إلى ملتقى الدولي إدارة الجودة الشاملة في قطاع الخدمات، جامعة منتوري، قسنطينة، الجزائر، 2010

- بن عياد محمد سمير، سماحي أحمد، التكنولوجيا الإلكترونية البنكية ضرورة أم حتمية بالنسبة للمؤسسات المصرفية الجزائرية، مداخله في الملتقى الوطني حول المنظومة البنكية في ظل التحولات الإقتصادية والقانونية، جامعة بشار، يومي 24/25 أفريل 2006.

- حبيبة قدة، آليات وضوابط البنوك الإلكترونية، المؤتمر العالمي الدولي حول النظام القانوني للمرفق العام الإلكتروني واقع وتحديات وآفاق، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد بوضياف المسيلة، 2018/11/18

- شول بن شهرة، ماجدة مدوخ، الصيرفة الإلكترونية (ماهيتها- مخاطرها- حمايتها)، مداخله مقدمة إلى المنظومة المصرفية في الألفية الثالثة، جامعة جيجل، الجزائر، 6-7 جوان 2005.

- صورية معموري، مرزيق عاشور، عصرنة القطاع المصرفي والمالي وواقع الخدمات البنكية الإلكترونية بالجزائر، المؤتمر الدولي العلمي حول إصلاح النظام المصرفي الجزائري في ظل التطورات الراهنة جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، 11 ديسمبر 2008.

- عبد الكريم قندوز، بومدين نوردين، الصيرفة الإلكترونية في المؤسسات المصرفية كمدخل لبناء الاقتصاد الرقمي في الجزائر، الملتقى الدولي حول المعرفة في ضل الإقتصاد الرقمي ومساهماتها في تكوين المزايا التنافسية للبلدان العربية، جامعة حسيبة بن بوعلي، الشلف، 4-5 ديسمبر 2007.

- يوسف مسعداوي، البنوك الإلكترونية، الملتقى الوطني حول المنظومة الجزائري والتحويلات الإقتصادية، جامعة الشلف، 14-15 ديسمبر 2004.



**a. Ouvrages:**

- MoniqueZollinger, Eric la marque, Marketing et stratégie de la banque, dunod. Paris.1999.

**b. Articles:**

- Imola Driga and Claudia Isac, E-banking Services - Features, Challenges and Benefits, Annals of the University of Petrolane, Economics ,Econpapers, Vol 14, issue 01/ 2014,p 51

- Saleh Mnsouhi et Andrea Schaechter, les enjeux de la banque électronique, revue finance et développement, septembre 2002,p 48

## محتوى الفهرس

اهداء

شكر وعرهان

05-01 ..... مقدمة

### الفصل الأول: الصيرفة الإلكترونية في البنوك

07 ..... تمهيد

08 ..... المبحث الأول: الإطار المفاهيمي للصيرفة الإلكترونية

08 ..... المطلب الأول: أدوات الصيرفة الإلكترونية

08 ..... الفرع الأول: تعريف الصيرفة الإلكترونية

10 ..... الفرع الثاني: الطبيعة القانونية للصيرفة

14 ..... الفرع الثالث: قنوات الصيرفة الإلكترونية

25 ..... المطلب الثاني: مبادئ الصيرفة الإلكترونية

25 ..... الفرع الأول: المبادئ المتعلقة بمسؤوليات الإدارة العليا للمؤسسات المصرفية

26 ..... الفرع الثاني: المبادئ المتعلقة بالتحكم بالأمن

..... الفرع الثالث: المبادئ المتعلقة بإدارة المخاطر القانونية والمخاطر المرتبطة

27 ..... بالسمعة

27 ..... المبحث الثاني: مفهوم الخدمات المصرفية

28 ..... المطلب الأول: أنماط الخدمات المصرفية

28 ..... الفرع الأول: تعريف الخدمات المصرفية

34 ..... الفرع الثاني: تصنيف الخدمات المصرفية

36 ..... المطلب الثاني: تعريف جودة الخدمات المصرفية

37 ..... الفرع الأول: تعريف جودة الخدمة المصرفية

40 ..... الفرع الثاني: أبعاد جودة الخدمات المصرفية

43 ..... خلاصة الفصل الأول

	<b>الفصل الثاني: فعالية الصيرفة الإلكترونية في ضمان جودة الخدمات المصرفية</b>
45	تمهيد .....
	<b>المبحث الأول: تقييم دور الصيرفة الإلكترونية في تقديم خدمات جيدة</b>
46	للعلماء .....
46	المطلب الأول: مزايا وعيوب الصيرفة الإلكترونية .....
47	الفرع الأول: مزايا الصيرفة الإلكترونية .....
51	الفرع الثاني: عيوب الصيرفة الإلكترونية .....
53	المطلب الثاني: مخاطر الصيرفة الإلكترونية .....
53	الفرع الأول: المخاطر التشغيلية .....
54	الفرع الثاني: المخاطر الإستراتيجية .....
54	الفرع الثالث: المخاطر القانونية .....
55	الفرع الرابع: المخاطر السمعية .....
	<b>المبحث الثاني: سبل تفعيل دور الصرافة الإلكترونية لضمان جودة خدمات</b>
57	مصرفية جيدة .....
	<b>المطلب الأول: العراقيل التي تواجه الصيرفة الإلكترونية في مجال تقديم</b>
58	الخدمات المصرفية .....
60	المطلب الثاني: متطلبات الصيرفة لضمان جودة الخدمات المصرفية .....
61	الفرع الأول: البنية التحتية التقنية .....
62	الفرع الثاني: المتطلبات القانونية والتشريعية .....
63	الفرع الثالث: التطوير والإستمرارية والتفاعلية من المستجدات .....
	الفرع الرابع: التفاعل مع متغيرات الوسائل والإستراتيجيات الفنية والإدارية
64	والمالية .....
66	خلاصة الفصل الثاني .....
70-68	الخاتمة .....
80-72	قائمة المراجع .....

## الملخص:

إن البنك الإلكتروني هو بنك العصر في الواقع فهو يقدم فوائد ومزايا هائلة للعميل، وتعتبر وسائل الدفع الإلكترونية مسايرة للتطور الإقتصادي والتكنولوجي الذي تعرفه الصيرفة الإلكترونية وتتواءم وشبكة الانترنت، كما أنها تريح الموظف في تعاملاته البنكية، وقد تم التوصل إلى أن استخدام ثورة الإتصالات جعلت من الخدمات المصرفية أمراً حتمياً سيفرض نفسه في تحديد مستقبل المصارف وتطورها، كما تم التوصل إلى أن هناك أثر للصيرفة الإلكترونية على جودة الخدمات المصرفية من خلال توفير إمكانيات واسعة كلها تساعد على الرفع من أداء البنوك لخدماتها بالرغم من وجود بعض المخاطر في تقديم الخدمة الإلكترونية كما يتضح الأثر أيضاً من خلال تغيير شكل أو مكان تقديم الخدمة من التقليدي إلى الإلكتروني، الذي يعمل على تقليل التكاليف وتقديم خدمة ذات جودة عالية والوصول بذلك إلى أكبر شريحة من العملاء.

## résumé

La banque électronique est la banque de l'époque, en effet, elle offre d'énormes bénéfices et avantages au client, et les modes de paiement électroniques sont en phase avec l'évolution économique et technologique que connaît la banque électronique, et elle est compatible avec Internet, et elle conforte également le salarié dans ses opérations bancaires. Il a été conclu que l'utilisation de la révolution des communications a rendu les services. La banque est une question incontournable qui s'imposera pour déterminer l'avenir des banques et leur développement. Il a également été conclu qu'il y a un impact de la banque électronique sur la qualité des services bancaires en fournissant de larges capacités, qui contribuent toutes à améliorer la performance des banques pour leurs services, malgré la présence de certains risques dans la fourniture de services électroniques. L'effet est également évident pendant le changement de forme ou de lieu de prestation de services du traditionnel à l'électronique, qui vise à réduire les coûts et à fournir un service de haute qualité et ainsi atteindre le plus grand segment de clients.