

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي



## جامعة العربي التبسي – تبسة



كلية العلوم الاقتصادية، العلوم التجارية، وعلوم التسيير

قسم العلوم الاقتصادية

الرقم التسلسلي: ..... / 2021

مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة ماستر أكاديمي (ل م د)

فرع: العلوم الاقتصادية

التخصص: إقتصاد نقدي وبنكي.

المذكرة موسومة بـ:

البنوك الإلكترونية ودورها في تحسين جودة الخدمات المصرفية

دراسة حالة: بنك سكريل -Skroll-

تحت إشراف الأستاذ:

سيف الدين قحايرية

من إعداد الطالبتين:

- أمل كماش

- خولة بووشمة

### لجنة المناقشة

الصفة	الرتبة العلمية	الإسم واللقب
رئيساً	أستاذ محاضر أ	مهري عبد المالك
مشرفاً مقرراً	أستاذ محاضر ب	سيف الدين قحايرية
عضواً مناقشاً	أستاذ محاضر أ	رياض موساوي

السنة الجامعية: 2020 / 2021



## شكر وعرفان

الحمد لله العلي الكبير غافر الذنب وقابل التوب، شديد العقاب،  
ذي الطول لا إله إلا هو إليه المصير، الخالق لكل شيء بلا معين  
يهدي من يشاء بفضله ويضل من يشاء بعدله وهو على كل  
شيء قدير، والصلاة والسلام على البشير النذير والسراج المنير  
خير خلق الله وعلى آله وصحبه أجمعين وبعد:

نتوجه بكل عبارات الشكر والإمتنان إلى الأستاذ المشرف قحايرية  
سيف الدين على كل مجهوداته الجبارة وتوجيهاته السديدة مع  
خالص الإحترام والتقدير

إلى كل الأساتذة الذين أثروا رصيدنا المعرفي خلال مشوارنا  
الجامعي.

## إهداء

بسم خالق هذا الكون المصور المبدع الرحمان الرحيم نحمده رب العالمين حمدا كثيرا طيبا مباركا فيه كما  
يحب ربنا ويرضى وصلي اللهم وسلم على خير خلقك وبعد:  
بفضله تعالى تم إنجاز هذا العمل الذي أهديه إلى كل من كان سببا في نجاحي أمي الحبيبة ووالدي  
الغالي إلى إخواني وأخواتي وأخص بالذكر أخي الغالي فريد  
إلى زميلتي في البحث وكل صديقاتي.

خولة

## إهداء

الحمد لله الذي هدانا لهذا ولولاه ما كنا لنهتدي وصلي اللهم وسلم على سيدنا محمد وعلى آله وصحبه  
أجمعين أما بعد:

أهدي ثمرة جهدي هذا إلى سر نجاحي ومن أرشدني إلى درب الفلاح إلى ما أعذب من تنقوه له البشرية  
وأجمل مناداة فالوجود أُمِّي الحبيبة إلى الذي أنار دربي وكان عوني وسندي أبي حفظه الله إلى كل أهوتي  
وأخواتي إلى جميع زملائي أهدي عملي هذا المتواضع.

أمل



# فهرس المحتويات

الصفحة	فهرس المحتويات
	شكر وعرافان
	إهداء
V-II	فهرس المحتويات
VI	قائمة الجداول
VII	قائمة الأشكال
<b>المقدمة العامة أ-هـ</b>	
<b>الفصل الأول: الإطار النظري البنوك الإلكترونية</b>	
03	المبحث الأول: ماهية البنوك الإلكترونية
03	المطلب الاول: نشأة وتطور البنوك الإلكترونية
04	المطلب الثاني: مفهوم البنوك الإلكترونية وأنماطها
04	أولاً: تعريف البنوك الإلكترونية
05-04	ثانياً: خصائص البنوك الإلكترونية
05	ثالثاً: أنماط البنوك الإلكترونية
06	المطلب الثالث: متطلبات وعوامل نجاح البنوك الإلكترونية
07-06	أولاً: متطلبات البنوك الإلكترونية
07	ثانياً: عوامل نجاح البنوك الإلكترونية
07	المبحث الثاني: أنظمة الدفع الإلكترونية
08	المطلب الأول: مفهوم أنظمة الدفع الإلكترونية
08	أولاً: تعريف أنظمة الدفع الإلكترونية
08	ثانياً: أطراف الدفع الإلكتروني
09	المطلب الثاني: أنظمة التحويلات المالية الإلكترونية
10-09	أولاً: تعريف أنظمة التحويلات المالية الإلكترونية
12-10	ثانياً: أشكال أنظمة التحويلات المالية الإلكترونية
13	ثالثاً: منافع أنظمة التحويلات المالية الإلكترونية

15-13	المطلب الثالث: تأمين أنظمة الدفع الإلكترونية
15	المبحث الثالث: قنوات ووسائل الدفع الإلكترونية
16	المطلب الأول: مفهوم وسائل الدفع الإلكترونية
16	أولاً: تعريف وسائل الدفع الإلكترونية
16	ثانياً: خصائص وسائل الدفع الإلكترونية
24-16	المطلب الثاني: أنواع وسائل الدفع الإلكترونية
24	المطلب الثالث: قنوات الخدمات المصرفية الإلكترونية
25-24	أولاً: الصراف الآلي
25	ثانياً: نقاط البيع الإلكترونية
25	ثالثاً: الصيرفة المنزلية
25	رابعاً: الصيرفة المحمولة
25	خامساً: الصيرفة الهاتفية
26	سادساً: التلفزيون الرقمي
	<b>الفصل الثاني: جودة الخدمات المصرفية.</b>
30	المبحث الأول: مدخل إلى الخدمات المصرفية
30	المطلب الأول: مفهوم الخدمات المصرفية
30	أولاً: تعريف الخدمات المصرفية
31-30	ثانياً: خصائص الخدمات المصرفية
31	المطلب الثاني: أنواع الخدمات المصرفية
31	المطلب الثالث: بيئة وتصميم الخدمات المصرفية
34-32	أولاً: بيئة الخدمات المصرفية
36-34	ثانياً: تصميم الخدمات المصرفية
36	المبحث الثاني: جودة الخدمات المصرفية



37	المطلب الأول: مفهوم جودة الخدمات المصرفية
38-37	أولاً: تعريف جودة الخدمات المصرفية
38	ثانياً: الخصائص الرئيسية لجودة الخدمات المصرفية
39-38	ثالثاً: أهداف جودة الخدمات المصرفية
39	المطلب الثاني: أبعاد جودة الخدمات المصرفية وفوائدها
41-39	أولاً: أبعاد جودة الخدمات المصرفية
42	ثانياً: فوائد جودة الخدمات المصرفية
44-42	المطلب الثالث: أدوات قياس جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية
45	<b>المبحث الثالث: تأثير خدمات البنوك الإلكترونية على جودة الخدمات المصرفية</b>
47-45	المطلب الأول: أثر الخدمات المصرفية الإلكترونية على الأداء المصرفي
47	المطلب الثاني: أثر الخدمات الإلكترونية على الأداء ونوعية الخدمات المصرفية
48-47	أولاً: أثر الخدمات المصرفية الإلكترونية في تحسين إنتاجية الخدمات المصرفية
51-48	ثانياً: أثر الخدمات المصرفية الإلكترونية في تحسين عرض الخدمات المصرفية
51	المطلب الثالث: أثر الخدمات المصرفية الإلكترونية في تقوية العلاقة مع الزبائن
54-51	أولاً: أثر الخدمات المصرفية الإلكترونية في تعزيز العلاقة بين المصرف والعملاء
55-54	ثانياً: أثر الخدمات المصرفية الإلكترونية في الوصول إلى العملاء والإحتفاظ بهم
	<b>الفصل الثالث: دراسة حالة البنك الإلكتروني سكريل SKRILL</b>
59	<b>المبحث الأول: لمحة عن بنك سكريل Skrill</b>
59	المطلب الأول: التعريف بالبنك الإلكتروني Skrill
59	أولاً: تعريف بنك سكريل Skrill
60-59	ثانياً: مميزات بنك سكريل Skrill
60	المطلب الثاني: أهم الحسابات في بنك سكريل Skrill
63-61	المطلب الثالث: كيفية إنشاء حساب في بنك سكريل Skrill
63	<b>المبحث الثاني: آلية عمل بنك سكريل Skrill</b>
63	المطلب الأول: كيفية الإيداع والسحب في بنك سكريل Skrill
64-63	أولاً: كيفية الإيداع في بنك سكريل Skrill
66-65	ثانياً: طريقة السحب من بنك سكريل Skrill
66	المطلب الثاني: تحويل الأموال من بنك سكريل Skrill إلى البنوك الأخرى

67-66	أولاً: البنوك الإلكترونية التي تدعم التحويل من بنك سكريل Skrill
67	ثانياً: خطوات التحويل من سكريل Skrill إلى حساب بنكي
67	ثالثاً: رسوم الإيداع والسحب في بنك سكريل Skrill
68	المطلب الثالث: سكريل Skrill والعملات الرقمية
68	أولاً: أهم الخصائص الجديدة التي يقدمها بنك سكريل Skrill في مجال العملات الرقمية
68	ثانياً: العملات الرقمية المدعومة من بنك سكريل Skrill
70-69	ثالثاً: كيفية شراء البيتكوين من بنك سكريل Skrill
70	<b>المبحث الثالث: إجراءات الدراسة</b>
70	المطلب الأول: تحديد نموذج الدراسة والعينة مجتمع الدراسة
71-70	أولاً: نموذج الدراسة
71	ثانياً: مجتمع وعينة الدراسة
72	ثالثاً: حدود الدراسة
72	المطلب الثاني: مصادر البيانات والأساليب الإحصائية
72	أولاً: مصادر البيانات
73-72	ثانياً: وصف الإستبيان الإلكتروني
73	ثالثاً: الأساليب الإحصائية
73	المطلب الثالث: معالجة وتحليل بيانات الإستبيان الإلكتروني
76-74	أولاً: البيانات الشخصية والوظيفية
86-76	ثانياً: مساهمة الخدمات الإلكترونية التي يقدمها بنك سكريل Skrill في تحسين جودة الخدمات المصرفية
91-89	<b>الخاتمة العامة</b>
100-97	<b>قائمة المراجع</b>
104-102	<b>الملاحق</b>
105	<b>الملخص</b>

## قائمة الجداول والأشكال

رقم الصفحة	عنوان الجدول	رقم الجدول
41 -40	أبعاد العشرة لجودة الخدمة المصرفية	01
67-66	البنوك التي تدعم بنك سكريل	02
67	رسوم بنك سكريل عند عملية الإيداع والسحب	03
70-69	منصات شراء البيتكوبن من سكريل.	04
71	نسبة عينة الدراسة	05
73	أجزاء الاستبيان	06
74	توزيع أفراد العينة حسب الجنس	07
75	توزيع أفراد العينة حسب العمر	08
75	توزيع أفراد العينة حسب المؤهل العلمي	09
76	توزيع أفراد العينة حسب عدد سنوات التعامل مع البنك	10
77	الخدمات المصرفية الإلكترونية للبنك أكثر ملائمة لإحتياجات العملاء.	11
78	يحقق التعامل بالخدمات المصرفية الإلكترونية ميزة تسوية معاملات عملائه نيابة عنهم.	12
79	ساهمت في تخفيض عمولة يوضح أن الخدمات المصرفية الإلكترونية الخدمات.	13
80	إستخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية سمح للعملاء بالحصول على أي خدمة في أي وقت وأي مكان.	14
80	الخدمات المصرفية الإلكترونية حققت للعملاء راحة أكثر في تعاملهم مع البنك.	15
81	الخدمات المصرفية الإلكترونية المقدمة من البنك ذات تصميم وترتيب صحيح وجذاب.	16
82	تساهم الخدمات المصرفية الإلكترونية في تعزيز التفاعل والتواصل مع البنك.	17
83	التعامل بالخدمات المصرفية الإلكترونية يؤدي إلى التخلي عن عناء الذهاب إلى البنك.	18
84	الخدمات المصرفية الإلكترونية أدت إلى الثقة في المعلومات الخاصة بأي خدمة (عمولة، مبلغ العملية)	19
85	الخدمات المصرفية الإلكترونية زادت من ثقة العملاء بالبنك	20
85	الخدمات المصرفية الإلكترونية ساهمت من تقليل مخاطر ضياع وثائق عملاء البنك.	21

رقم الصفحة	عنوان الشكل	رقم الشكل
17	الخدمات المصرفية الإلكترونية ساهمت من تقليل مخاطر ضياع وثائق عملاء البنك.	01
20	خطوات العمل بالبطاقة الذكية	02
24	مراحل التعامل بالشيك	03
37	مفهوم جودة الخدمة المصرفية.	04
45	أبعاد الأداء المصرفي	05
61	التسجيل في بنك سكريل	06
62	البيانات للتسجيل في بنك سكريل Skrill	07
62	تأكيد التسجيل في بنك سكريل Skrill	08
63	حساب مفعّل في بنك سكريل Skrill	09
64	الخيارات المتاحة للإيداع في بنك سكريل Skrill	10
65	سحب الأموال من بنك سكريل Skrill إلى البطاقة	11
71	مختلف أبعاد جودة الخدمة المصرفية الإلكترونية.	12
74	يوضح توزيع أفراد العينة حسب الجنس	13
75	يوضح توزيع أفراد العينة حسب العمر	14
75	يوضح توزيع أفراد العينة حسب المؤهل العلمي	15
76	يوضح توزيع أفراد العينة حسب عدد سنوات التعامل مع البنك	16
77	المصرفية الإلكترونية للبنك أكثر ملائمة لإحتياجات العملاء الخدمات	17
78	يوضح أن التعامل بالخدمات المصرفية الإلكترونية يحقق ميزة تسوية معاملات عملائه نيابة عنهم.	18
79	يوضح أن الخدمات المصرفية الإلكترونية ساهمت في تخفيض عمولة الخدمات	19
80	يوضح استخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية سمح للعملاء بالحصول على أي خدمة في أي وقت وأي مكان.	20
81	يوضح أن الخدمات المصرفية الإلكترونية حققت للعملاء راحة أكثر في تعاملهم مع البنك	21
82	يوضح أن الخدمات المصرفية الإلكترونية المقدمة من البنك ذات تصميم وترتيب صحيح وجذاب	22
83	التعامل بالخدمات المصرفية الإلكترونية يؤدي إلى التخلي عن يوضح عناء الذهاب إلى البنك	23
83	يوضح التعامل بالخدمات المصرفية الإلكترونية يؤدي إلى التخلي عن عناء الذهاب إلى البنك.	24
84	يوضح أن الخدمات المصرفية الإلكترونية أدت إلى الثقة في المعلومات الخاصة بأي خدمة (عمولة، مبلغ العملية).	25
85	يوضح الخدمات المصرفية الإلكترونية زادت من ثقة العملاء بالبنك	26
86	يوضح أن الخدمات المصرفية الإلكترونية ساهمت من تقليل مخاطر ضياع وثائق عملاء البنك.	27

# مقدمة

تعتبر مواكبة التطورات التكنولوجية المتلاحقة في مجال الصناعة المصرفية، أحد المداخل الرئيسية لتطوير جودة الخدمات المقدمة من طرف البنوك، من خلال تحديث الخدمات المصرفية وتكثيف الإستفادة من تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وتطويعها بكفاءة بغية ابتكار خدمات مصرفية مستحدثة وتطوير أساليب تقديمها بما يكفل انسيابها من البنوك إلى العملاء بدقة وسهولة.

فقد استخدمت الشبكة العالمية للمعلومات (الإنترنت) على نطاق واسع في جميع المجالات وخاصة في الأغراض التجارية، وفتحت المجال للمصارف لتقديم خدماتها وكذا المعلومات الخاصة بها لشرائح عريضة من المتعاملين، وذلك لمساعدتها في تحسين خدماتها وتحديثها وكذا تكييفها لمواجهة الآثار السلبية الناجمة عنها والإستفادة من المكاسب التي تحققها، فظهر للوجود مفهوم حديث للصيرفة هو الصيرفة الإلكترونية، مضيئة بذلك للنشاط التقليدي لها الذي يقوم على قبول الودائع ومنح الإئتمان، نشاطا أكثر تطورا وجاذبية من خلال تقديم خدمات مصرفية ومالية متنوعة في المكان والزمان المناسبين.

### 1. إشكالية البحث:

تتمثل مشكلة الدراسة في الإجابة على السؤال الرئيسي التالي:

- إلى أي مدى تساهم البنوك الالكترونية في تحسين جودة الخدمات المصرفية؟ وما هو واقع ذلك في بنك Skrill؟

وللإجابة على الإشكالية المطروحة، يمكن الاستعانة بالأسئلة الفرعية التالية:

- ماهي الآليات التي ساهمت على تحسين الخدمات المصرفية في البنوك الإلكترونية؟

- ما هي أهم معايير قياس جودة الخدمة المصرفية وكيف ساعدت البنوك الإلكترونية في تطويرها؟

- هل ساهم تطور جودة وأداء بنك سكريل في تحسين جودة الخدمة المصرفية من خلال أبعاد مختلفة؟

### 2. فرضيات الدراسة:

للإجابة على الأسئلة السابقة، يمكن الاستعانة بالفرضيات التالية:

- الفرضية الأولى: تلعب الآليات الحديثة للبنوك الإلكترونية دورا كبيرا في تحسين الخدمات المصرفية.

## مقدمة

- الفرضية الثانية: تطور نشاط البنوك الإلكترونية أدى إلى تطوير الخدمات المصرفية التقليدية والإلكترونية.

الفرضية الثالثة: ساهم مستوى جودة وتطور أداء بنك سكريل والتكنولوجيا المستخدمة ومن خلال عدة أبعاد في تحسين جودة الخدمة المصرفية المقدمة.

### 3. أهمية الموضوع:

تتبع أهمية الموضوع بشكل رئيسي من البنوك الإلكترونية والدور الفعال الذي تلعبه في تحسين الخدمات المصرفية، حيث تسعى جاهدة لمسايرة التطورات الحاصلة في مجال تكنولوجيا المعلومات والإتصال للنهوض بخدماتها من خلال تعميم شبكة إعلام الآلي وترقية وسائل الدفع الإلكتروني، ومنه يمكن أن تكون نتائج البحث ذات أهمية للجهاز المصرفي.

### 4. أسباب اختيار الموضوع:

يعود سبب اختيارنا لهذا الموضوع إلى جملة من الأسباب، أهمها:

- الرغبة الشخصية في تبني هذا الموضوع بالذات بحكم التخصص العلمي وأمل التخصص الوظيفي في المستقبل.
- ميول الباحث في التعرف على أهم الآليات التي تتبعها البنوك الإلكترونية في تقديم الخدمات لربائنها بألية حديثة.
- يعتبر موضوع الدراسة من المواضيع الحديثة نسبيا والذي جذب إهتمام العديد من الباحثين.
- لفت الإنتباه إلى أهمية جودة الخدمة المصرفية الإلكترونية في كسب العملاء.
- إبراز دور الخدمات المصرفية الإلكترونية في التحسين من جودة الخدمات المصرفية.

### 5. أهداف الدراسة:

يتمثل الهدف الرئيسي من هذه الدراسة في رصد واقع الخدمات المصرفية الإلكترونية في البنك العالمي skrill، ومعرفة مدى مساهمة الخدمات المصرفية الإلكترونية في تحسين جودة هذه الخدمات.

6. منهج الدراسة :

للإجابة عن الأسئلة المطروحة في الإشكالية، سيتم الاعتماد في هذه الدراسة على الأسلوب الإستنباطي لمختلف البيانات المنتقاة من الكتب والمجلات المتوفرة، كما سيتم الاعتماد على الأعمال العلمية المنجزة من طرف باحثين متخصصين، وسيتم اعتماد منهج دراسة الحالة في الجزء التطبيقي وذلك من خلال الموقع الرسمي لبنك سكريل على شبكة الانترنت والتواصل مع البنك.

7. دراسات سابقة :

- دراسة (المحاميد والسعيد، 2012)، بعنوان أثر جودة الأعمال الإلكترونية على جودة الخدمات المصرفية-دراسة ميدانية في البنوك العاملة في الأردن-:

هدفت هذه الدراسة إلى تقييم مستوى جودة الأعمال الإلكترونية المستخدمة من قبل البنوك العاملة في الأردن من وجهة نظر العاملين فيها بالإضافة إلى التعرف على أثر جودة الأعمال الإلكترونية على جودة الخدمات المصرفية المقدمة من تلك البنوك من وجهة نظر العملاء، ولتحقيق أهداف الدراسة استخدموا استبيان كأداة لجمع البيانات، حيث أظهرت نتائج الدراسة وجود مستوى عالي للجودة الأعمال الإلكترونية المستخدمة في البنوك العاملة في الأردن من وجهة نظر العاملين وأن مستوى جودة الخدمات المصرفية المقدمة من قبل البنوك كانت أيضا مرتفعة وأظهرت أيضا أن العوامل الديمغرافية ليست لها دلالة عند تقييم جودة الأعمال الإلكترونية المستخدمة من قبل البنوك العاملة فالأردن بالإضافة إلى عدم وجود علاقة بينهما.

- دراسة (النعميات، 2014) تحت عنوان أثر جودة الخدمات المصرفية على الأداء-دراسة ميدانية على المصارف الأردنية- :

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على أثر أبعاد جودة الخدمات المصرفية على الأداء في المصارف الأردنية، وذلك باستخدام مقياس الأداء الفعلي المعروف (SER VPERF) تكون مجتمع الدراسة من جميع العاملين والعملاء فالمصارف الأردنية واستخدم في ذلك إستبيان لجمع البيانات توصلت إلى أن مستوى إدراك العام لجميع أفراد عينة الدراسة من عملاء وعاملين لجودة الخدمات المصرفية مرتفع K وأوجدت أيضا وجود فروق معنوية في تصورات عينة الدراسة حول أبعاد جودة الخدمات المصرفية وحول الأداء من منظور العملاء، إضافة إلى وجود أثر معنوي لأبعاد جودة الخدمات المصرفية على الأداء فالمصارف الأردنية.



– Exploring The Relationships Between e- service equality , Satisfaction, Attitudes and Behaviors in Content- Driven e-service Web Sites) بعنوان (2010،carlson and O’cass )

هدفت هذه الدراسة إلى تطوير نموذج النظري للدراسة العلاقة بين جودة الخدمة الإلكترونية ورضا المستهلك والمواقف اتجاه الموقع على شبكة الأنترنت والنوايا السلوكية للزبائن من خلال محتوى الموقع واستخدمت الدراسة منهجية جمع البيانات من 18518 زبون عبر الإستطلاع على موقع الأنترنت في أستراليا، حيث أكدت النتائج أن التقييمات الإيجابية لجودة الخدمة الإلكترونية تأثيرات على رضا وسلوك ومواقف الزبائن كما أن نتائج هذه الدراسة توفر إطار يفيد في إدارة محتوى الخدمات الإلكترونية وكذلك الباحثين في جودة الخدمة الإلكترونية.

– دراسة (saeedet,al, 2015)، بعنوان Service Quality Factors Affecting Adoption of Internet Banking in PAKISTAN

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على تأثير جودة الخدمة في الخدمات المصرفية عبر الأنترنت وتفسير العلاقة بين جودة خدمة العملاء ورضاهم، حيث توصلت إلى أنه يمكن للإدارة أن تعطي أولوية لمتابعة وتحسين جودة خدمة العملاء في الخدمة المصرفية الإلكترونية وأن الأبعاد الخمسة لجودة الخدمة تلعب دورا حيويا في سد الفجوة بين توقعات العملاء وإدراكاتهم في ما يتعلق بهاته الخدمات، إضافة لها أهمية بالغة في جودة الخدمة المصرفية عبر أجهزة ATM أو الموبايل أو الأنترنت لتفحص جودة هذه الخدمات.

– تختلف دراستنا في كونها تطرقت بشكل عام للبنوك الإلكترونية وليس فقط للخدمات الإلكترونية إضافة شقها التطبيقي إذ أن البنك الذي تناولته الدراسة ( البنك الإلكتروني skrill ) لم تسبق دراسته من قبل كما أننا تطرقنا له من منظور مغاير وذلك بإستخدام إستبيان إلكتروني موجه إلى عملاء هذا البنك من مختلف الدول كالسعودية، مصر، تركيا، الجزائر... لتبيان مدى أهمية جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية التي يقدمها بنك سكريل skrill في جذب العملاء واكتساب ثقتهم ومدى مساهمتها في تحسين الخدمات المصرفية .

8. حدود الدراسة :

لكل دراسة حدود بشرية (المجتمع الإحصائي)، المكانية والزمانية على النحو التالي:

– الحدود البشرية تتمثل في: العملاء الذين يتعاملون مع بنك سكريل؛

- الحدود المكانية تتمثل في: بنك سكريل؛

- الحدود الزمانية: هي المدة المستغرقة من تاريخ 13 أبريل 2021 إلى 17 ماي 2021 على مستوى بنك سكريل.

### 9. هيكل الدراسة :

لتجسيد موضوع البحث، فستتم معالجته في ثلاث فصول، يستعرض الأول منها " الإطار النظري للبنوك الإلكترونية"، وقد اشتمل هذا الفصل على ثلاثة مباحث تم من خلالها تعريف البنوك الإلكترونية مع إبراز أهم أنظمة ووسائل وقنوات الدفع الإلكتروني.

ويتناول الفصل الثاني والذي جاء تحت عنوان " جودة الخدمات المصرفية " حيث تناول المبحث الأول مدخل إلى الخدمة المصرفية، كما تضمن هذا الفصل عموميات حول جودة الخدمة المصرفية في المبحث الثاني، كما تطرقنا إلى تأثير الخدمات التي تقدمها البنوك الإلكترونية على جودة الخدمات المصرفية في المبحث الثالث.

أما الفصل الثالث سيتم التطرق الى دراسة حالة لبنك سكريل حيث قمنا بتقسيمه الى ثلاث مباحث حيث تم التطرق إلى لمحة عن بنك سكريل أولاً ثم إلى آلية عمله ثانياً وأخيراً قمنا بتحليل الإستبيان الإلكتروني.

### 10. صعوبات الدراسة:

واجه الباحثين صعوبات كبيرة في الحصول على المعلومات والإحصائيات لقلّة المراجع في موضوع الدراسة، إضافة إلى عدم التعاون معنا في الإجابة عن الإستبيان الإلكتروني.

الفصل الأول:

الإطار النظري للبنوك

الإلكترونية.

لقد شهدت الصناعة المالية تطورا وتوسعا كبيرا في التكنولوجيا البنكية، حيث من أبرز مظاهرها إنتشار البنوك الإلكترونية، التي تعد نجاحا حديثا في الساحة المصرفية، ومع تزايد عمليات التجارة الإلكترونية أصبح الإنتاج كبير لنوعية جديدة من البنوك غير التقليدية تتجاوز نمط الأداء الإعتيادي ولا تتقيد بمكان معين أو وقت محدد، وكنتيجة للنمو المسارع لتكنولوجيا الإعلام والإتصال جاءت هذه البنوك التي ساهمت وبشكل فعال في تقديم خدمات متنوعة، وتكاليف منخفضة فهي ليست مجرد فرع لبنك قائم يقدم خدمات مالية فحسب، بل موقعا ماليا تجاريا، وإديريا وإستشاريا شاملا للوجود مستقل على الخط يتم التعاقد معه للقيام بخدمات، أو تسوية التعاملات أو إتمام الصفقات على مواقع إلكترونية وهذا ما تعكسه العمليات المصرفية الإلكترونية، حيث يعرض هذا الفصل عموميات حول البنوك الإلكترونية بالحديث عن ماهية البنوك الإلكترونية وأنماطها، ثم أنظمة الدفع الإلكتروني في المبحث الثاني، وأخيرا إلى قنوات ووسائل الدفع الإلكتروني في المبحث الثالث.

## الفصل الأول: الإطار النظري للبنوك الإلكترونية

### المبحث الأول: ماهية البنوك الإلكترونية

لقد أدت الثورة العلمية والتطور السريع والمتوالي في مجال الإلكترونيات، خلال القرن الحالي الى قفزة نوعية في مجال الأعمال المصرفية مما أدى الى السماح لزبائن البنوك بإجراء العمليات البنكية بألية حديثة تواكب التطور الحاصل في مجال تكنولوجيا المعلومات والتطور المسمى في مجال التقنية المصرفية.

### المطلب الأول: نشأة وتطور البنوك الإلكترونية

تعود نشأة البنوك الإلكترونية إلى بداية الثمانينات مع ظهور النقد الإلكتروني، أما استخدام البطاقات فإن مع بداية القرن الماضي في فرنسا على شكل بطاقات كرتونية تستخدم في الهاتف العمومي، وبطاقات معدنية تستعمل على مستوى البريد الولايات المتحدة الأمريكية، وفي عام 1958 أصدرت ( American Express) أول بطاقة بلاستيكية تنتشر على نطاق واسع، ثم قامت بعدها ثمانية مصارف بإصدار بطاقة (Banque américaine) عام 1968 لتتحول الى شبكة Visa العالمية، كما تم إصدار في نفس العام البطاقة الزرقاء (carte Bleu) من طرف ستة مصارف فرنسية وفي عام 1986 قامت إتصالات فرنسا (France télécom) بتزويد الهواتف العمومية بأجهزة قارئ للبطاقة الذاكرة (carte mémoire)، لتصبح عام 1992 كالتحولات المصرفية بطاقات برغوثية (carte à puce)، تحمل بيانات شخصية لحاملها، خلال منتصف السبعينات ظهر أول مصرف إلكتروني في الولايات المتحدة الأمريكية تميز بين نوعين من المصارف كلاهما يستخدم تقنية الصرف الإلكترونية.

✓ البنوك الافتراضية (مصارف الأنترنت): تحقق أرباحا تصل الى ستة أضعاف المصرف العادي؛

✓ البنوك الأرضية: ونقصد بها المصارف التي تقدم خدمات تقليدية وخدمات المصرفية الكترونية، وكان سببه إنتشار المصارف الإلكترونية:

- أهمية ودور الوساطة بفعل تزايد حركية التدفقات النقدية والمالية في مجال التجارة المالية؛

- تطور المنظمة الإعلامية للإتصال التكنولوجي موقع إلكتروني<sup>1</sup>

<sup>1</sup> جاسم السنوسي، المصارف الإلكترونية، [www.Bank.OF.cd.com](http://www.Bank.OF.cd.com)، تم الإطلاع عليه في تاريخ 03 مارس 2021، على

## الفصل الأول: الإطار النظري للبنوك الإلكترونية

### المطلب الثاني: مفهوم البنوك الإلكترونية وأنماطها

هناك تسميات كثيرة للبنوك الإلكترونية (Banques électroniques) وحميد عماد يعكس نفس المعنى وهو القيام بالعمليات المصرفية من خلال شبكة الأنترنت ضمن هذه التسميات:

بنوك الأنترنت	Banques internet؛
بنوك الويب	Banques Web؛
البنك على الخط	Banques en ligne.

### أولاً: تعريف البنوك الإلكترونية

يعرف البنك الإلكتروني بأنه العمل المصرفي الذي يكون فيه الأنترنت وسيلة الإتصال بين المصرف والعميل، وبمساعدة عدة نظام أخرى يصبح عميل المصرف من خلال استخدام جهاز الكمبيوتر موجود لديه، ويسمى بالمضيف أو من خلال استخدام أي مضيف آخر وكل ذلك عن بعد وبدون الحاجة للإتصال المباشر بالمصرف البشري<sup>2</sup>.

تعرف البنوك الإلكترونية على أنها: ذلك النظام الذي يتيح للزبون الوصول الى حساباته أو أية معلومات يريدها، والحصول على مختلف الخدمات والمنتجات المصرفية، أي نظم كافة العمليات أو النشاطات التي يتم عقدها أو تنفيذها أو الترويج لها بواسطة الوسائل الإلكترونية مثل: الهاتف والحاسب الآلي والصراف الآلي والأنترنت والتلفزيون القمي وغيرها، وذلك من قبل المصارف المؤسسات المالية<sup>3</sup>.

يمكن التوصل الآن إلى مفهوم شامل للبنوك الإلكترونية: هو إجراء العمليات المصرفية بشكل إلكتروني والتي تعد الأنترنت من أهم أشكالها، وبذلك هي بنوك إفتراضية نشئ لها مواقع إلكترونية على الأنترنت لتقنين خدمات نفس خدمات موقع البنك وبأقل تكلفة وفي وقت محدد.

### ثانياً: خصائص البنوك الإلكترونية:

تمتاز البنوك الإلكترونية بميزات عند البنوك النقدية، من بين هذه المميزات نذكر ما يلي

<sup>2</sup> خالد أمين عبد الله، إدارة العمليات المصرفية، الطبعة الأولى، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2006، ص 223.

<sup>3</sup> عبد الله ضباية، الإقتصاد المصرفي، الطبعة الأولى، مؤسسة شباب الجامعة الإسكندرية، مصر، 2008، ص ص 94-95.

## الفصل الأول: الإطار النظري للبنوك الإلكترونية

1. إختفاء الوثائق الورقية للعمليات: حيث أن كافة للإجراءات والمراسلات بين طرفي الخدمة البنكية تتم إلكترونيا دون إستخدام أي أوراق؛
2. فتح المجال أمام البنوك صغيرة الحجم: وذلك لتوسيع نشاطها عالميا بإستخدام شبكة الأنترنت دون الحاجة الى التفرغ خارجيا وزيادة الإستثمار والموارد البشرية وغيرها؛
3. القدرة على إدارة العمليات البنكية للبنوك عبر شبكة الأنترنت بكفاءة من أي موقع جغرافي وبالتالي يستطيع البنك أن يختار أفضل الأماكن على مستوى العالم حيث الاقتصاد المجمع أو الأوضاع السياسية المستقرة، أو المعاملة الضريبية الأفضل ليمارس أعماله في بيئة مناسبة، وينشرها في جميع أنحاء العالم<sup>4</sup>؛
4. عدم إمكانية تحديد الهوية، حيث لا يرى طرف التعاملات الإلكترونية كل منها الآخر مما يثبت السرية في التعامل بين البنك وعميله؛
5. بإمكان تسليم بعض الخدمات إلكترونيا بسرعة وبدون حاجة الى الإنتظار مثل كشف الحساب والصيد وغيرها<sup>5</sup>.

### ثالثا: أنماط البنوك الإلكترونية

حددت مؤسسات الإشراف الأمريكية والأوروبية ثلاث أنماط أساسية لبنك على الأنترنت هي<sup>6</sup>:

- **الموقع المعلوماتي:** وهو الحد الأدنى من النشاط الإلكتروني المصرفي، يقدم البنك من خلاله جميع المعلومات الأساسية حول خدماته المصرفية، وهو موقع أشبه بالإعلان عند البنك ولا يوجد إتصال فيه بين العميل والبنك؛
- **الموقع الدفاعي والإتصالي:** يوجد فيه نوع من الإتصال بين البنك والعملاء، حيث يستطيع العميل تعبئة طلبات أو نماذج من خلال الموقع، إرسال وإستقبال بريد إلكتروني من وإلى البنك؛
- **الموقع التبادلي:** يكون التواصل هنا كاملا بين العميل والبنك من خلال الموقع، ويستطيع العميل من خلاله إنجاز كافة معاملاته المصرفية، من خلال بيئة إلكترونية بالكامل.

<sup>4</sup>ناظر محمد نوري الشمري عبد الفتاح زهير عبد اللات، الصيرفة الإلكترونية، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2008، ص 34.

<sup>5</sup>وسيم محمد الحداد وآخرون، الخدمات المصرفية الإلكترونية، ط1، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2012، ص127.

<sup>6</sup> أحمد عبد البديع نصر، البنوك الإلكترونية، على الموقع الإلكتروني <http://www.alaqbas.com>، تم الإطلاع عليه في

تاريخ: 2021/04/4، على الساعة 19:26

## الفصل الأول: الإطار النظري للبنوك الإلكترونية

### المطلب الثالث: متطلبات وعوامل نجاح البنوك الإلكترونية

#### أولاً: متطلبات البنوك الإلكترونية:

إن إيجاد بنوك إلكترونية فعالة يرتكز على توفير جملة من العناصر الضرورية نوجز أهمها فيما يلي:

- ❖ **البنية التحتية التقنية:** تعتبر البنية التحتية التقنية من أهم الركائز التي تقوم عليها عملية إيجاد البنوك الإلكترونية، بحيث ترتبط هذا البنية مع بين الاتصالات وتقنية المعلومات التحتية للدولة ومختلف القطاعات الإلكترونية، بحيث ترتبط هذه البنى مع بنى الاتصالات وتقنية المعلومات التحتية للدولة ومختلف القطاعات كما أن فعالية وسلامة الاتصالات تعتمد على سلامة التنظيم الإستثماري، ودقة المعايير وكفاءة وفعالية التنظيم القانوني لقطاع الاتصالات، كما أن العنصر الثاني للبناء التحتي، والمتمثل في تقنية المعلومات، والتي تشمل على الأجهزة والبرمجيات والحلول والكفاءات البشرية والوظائف الإحترافية، وهذا دعا من الوجود والمنافسة والإستمرارية.
- ❖ **الكفاءة الأدائية المثقفة مع عصر التقنية:** هذه الكفاءة القائمة على فهم احتياجات الأداء والتواصل التأهيلي والتدريبي والأهم من ذلك أن تمتد كفاءة الأداء الى كافة الوظائف الفنية والمالية والتسويقية والقانونية والإستشارية والإدارية المتصلة بالنشاط البنكي الإلكتروني<sup>7</sup>.
- ❖ **التطوير والإستمرارية والتفاعلية مع المستجدات:** يتقدم عنصر التطوير والإستمرارية والتبوية على العديد من عناصر متطلبات بناء البنوك الإلكترونية وتمييزها، فالجهود وانتظار الآخرين ل يتفق مع فرص التمييز<sup>8</sup>.
- ❖ **التفاعل مع متغيرات الوسائل والإستراتيجيات العينة والإدارية والمالية:** التفاعلية لا تكون في التعامل مع الجيد فقط، أو مع البنى التحتية فقط وإنما مع الأفكار والنظريات الحديثة في صقول الأداء الفني والتسويقي والمالي والخدمات التي يولد تفكير إبداعي ولا تولد تفكير نمطي<sup>9</sup>.
- ❖ **الرقابة التقسيمية الحيادية:** إن أحد عناصر النجاح الإرتكاز للقادرين على التقديم الموضوعي ومن هنا أغلبية مواقع البنوك الإلكترونية أقامت جهات منشورة في تخصصات التقنية والتسويق

<sup>7</sup> حازم نعيم الحمادي، المسؤولية في العمليات المصرفية الإلكترونية، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2003، ص49.

<sup>8</sup> فاروق السيد حسن، التجارة الإلكترونية وتأمينها، هلا للنشر والتوزيع، الجيزة، مصر، 2005، ص119.

<sup>9</sup> منير محمد الجنبهي ممدوح محمد الجنبهي، البنوك الإلكترونية، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، مصر، 2005، ص61.



## الفصل الأول: الإطار النظري للبنوك الإلكترونية

والقانون والنشر الإلكتروني لتقييم وفعالية وأداء مواقعها، ويتعين أن نحذر من مصيدة الإرتكاز إلى زائري الموقع كمؤشر على النجاح، إذ يسود فهم عام أن كثرة زيادة الموقع دليل نجاحه لكنه ليس كذلك دائما وإن كان مؤشرا حقيقيا على سلامات وضع الموقع على محركات البحث وسلامة الخطط الدعائية والترويجية<sup>10</sup>.

ثانيا: عوامل نجاح البنوك الإلكترونية.

يقتضي على أداء البنوك الإلكترونية الإلتزام بعدد من العوامل والتي هي بمثابة قواعد للعمل الإلكتروني والتي تتمثل في:

- ✓ وجود شبكة عريضة تضم كل الجهات ذات الصلة، وترتبط بالإنترنت وفقا للأسس القياسية مع مراعاة التأمين في تصميم هذه الشبكة؛
- ✓ وضع خطط للبدء في إدخال خدمات البنوك الإلكترونية بداية وضع إستراتيجية على مستوى البنك المركزي أو البلد أو التحالفات الدولية؛
- ✓ وضع تنظيمات قياسية تسمح بالربط بين مختلف الجهات والعالك لكل؛
- ✓ إعداد خطة لتدريب الموارد البشرية؛
- ✓ العمل على إنشاء التنظيم الإداري الذي يعمل على التنسيق بين الأطراف المتعاقدة<sup>11</sup>.

### المبحث الثاني: أنظمة الدفع الإلكترونية

إن نظام الدفع يرتكز أساس على النقد، بإعتباره أداة لتبادل السلع والخدمات بين الأفراد وتسوية إلتزاماتهم فيما بينهم، ولقد تطورت وسائل الدفع على مر الزمن مع تطور الحياة الاقتصادية للأفراد وتغير حاجاتهم، سوق نتطرق في هذا الجزء تعريف نظام الدفع والأهداف المتوخاة من تحديثه، ثم التعرف لنظام التحويلات المالية الإلكترونية وبعدها تأمين نظام الدفع الإلكتروني، ثم يتم التعرض لبعض وسائل الدفع الإلكتروني.

<sup>10</sup> ناظر محمد ثوري الشمري، عبد الفتاح زهير عبد اللات، مرجع سبق ذكره، ص31.

<sup>11</sup> عز الدين كامل أمين مصطفى، "الصيرفة الإلكترونية"، الموقع الإلكتروني [www.bank.org/arabic/period](http://www.bank.org/arabic/period)، تم الإطلاع عليه تاريخ 04مارس 2021 على الساعة 00:00.

## الفصل الأول: الإطار النظري للبنوك الإلكترونية

### المطلب الأول: مفهوم أنظمة الدفع الإلكترونية

أنظمة الدفع لا يقرضها القانون بل تنتج عن مميزات ثقافية تاريخية، إجتماعية وإقتصادية لأي بلد وكذا التطورات التكنولوجية فإن هذه المميزات تحدد أشكال وطرق استعمال وسائل الدفع.

#### أولاً: تعريف أنظمة الدفع الإلكترونية

**1. مفهوم النظام:** هو عبارة عن مجموعة من العناصر المتفاعلة فيما بينها من أجل تحقيق هدف محدد، وهذه العناصر فيما بينها من أجل تحقيق هدف محدد، وهذه العناصر تسمى مدخلات النظام، يتم المزج فيما بينها على أساس مجموعة من الموارد والإجراءات، قصد تحقيق نتائج مرغوبة تسمى مخرجات النظام<sup>12</sup>.

**2. مفهوم الدفع:** تجل كلمة الدفع على إطفاء دين أو تسوية إلتزام.

**3. مفهوم أنظمة الدفع الإلكترونية:** هناك عدة تعريفات لأنظمة الدفع الإلكترونية منها: "مجموعة الأدوات، والهيئات، إجراءات التشغيل، نظام المعلومات والاتصالات التي تستخدم في نقل المعلومات المتعلقة بالمدفوعات من القائم بالدفع الى المدفوع إليه سواء كان شخص معنوي أو طبيعي<sup>13</sup>، وتتم بطريقة إلكترونية".

ويشير هذا النظام إلى أن عملية الدفع تتم بطريقة إلكترونية، دون إستخدام الورق (النقد والشيكات والمستندات وغيرها) فالعميل يقوم بدفع الفواتير ونقل الأموال وغيرها من عمليات الدفع بطريقة إلكترونية.

ويجب أن تتصف طرق الدفع بالعديد من الصفات لكي تضمن لها التقدم والنجاح منها:

سهولة الإستخدم، وأن تكون الرسوم والعمولات مناسبة، ولا تتطلب الحصول على أجهزة وبرمجيات متعددة وصعبة الإستخدم، وتوفر الأمن والسرية.

#### ثانياً: أطراف الدفع الإلكتروني.

تتضمن طريقة الدفع الإلكتروني خمسة أطراف هي:

<sup>12</sup>أبو أحمد أبو العز، "التجارة الإلكترونية وأحكامها فالفقه الإسلامي"، دار النقاش للنشر والتوزيع، الأردن، 2008، ص10.  
<sup>13</sup> مصطفى جبران، النظام المصرفي الجزائري (إشكالية الاندماج في النظام المصرفي العالمي)، مذكرة ماجستير كلية العلوم

الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة تبسة، الجزائر، 2004-2005، ص170

## الفصل الأول: الإطار النظري للبنوك الإلكترونية

- ✓ العميل أو الزبون (client/consommateur): وهو الطرف الذي يقوم بالدفع إلكترونياً لشراء السلع والخدمات؛
- ✓ التاجر أو البائع (Marchant/vendeur): وهو الطرف الذي يقوم بإستقبال الدفعة الإلكترونية من العميل؛
- ✓ المصدر (émetteur): وهو المصدر لأداة الدفع الإلكتروني وقد يكون مؤسسة بنكية أو غير بنكية؛
- ✓ المنظم (régulateur): وعادة تقوم دوائر حكومية بتنظيم عملية الدفع؛
- ✓ غرفة إلتقاص الإلكتروني (chambre de compensation automatisée): وهي شبكة إلكترونية تنقل الأموال بين البنوك<sup>14</sup>.

### المطلب الثاني: أنظمة التحويلات المالية الإلكترونية

دفع ظهور وتطور التجارة الإلكترونية التجار والبنوك الى البحث عن وسائل الدفع آمنة تستخدم في الوفاء عبر الأنترنت بتطوير الوسائل الموجودة وابتكروا وسائل جديدة.

### أولاً: تعريف أنظمة التحويلات المالية الإلكترونية.

يعرف نظام التحويلات المالية الإلكترونية على أنه: "عملية يتم بموجبها نقل مبلغ معينة من حساب إلى آخر عن طريق تقييده في الجانب المدين للأمر والجانب الدائن للمستفيد سواء أتم هذا التحويل بين حسابين مختلفين في نفس البنك أم في بنكين مختلفين، ويكون بوسيلة إلكترونية مثل الأنترنت"<sup>15</sup>.

يعتبر نظام التحويلات المالية الإلكترونية من أهم الدعائم الأساسية التي تركز عليها المصارف الإلكترونية التي تعمل عبر الأنترنت، حيث يمكن هذا النظام وبطريقة إلكترونية آمنة نقل التحويلات المالية من حساب مصرفي الى حساب مصرفي آخر، إضافة الى نقل المعلومات المتعلقة بهذه التحويلات.

<sup>14</sup> ناظم نوري الشمري، عبد الفتاح زهير عبد اللات، مرجع سبق ذكره، ص ص 46-47.

<sup>15</sup> محمود محمد أبو فروة، الخدمات البنكية الإلكترونية عبر الأنترنت، الطبعة الأولى، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، 2009، ص ص 55-59.

## الفصل الأول: الإطار النظري للبنوك الإلكترونية

ويمتاز هذا النظام في حال تطبيقه بطريقة صحيحة بدرجة عالية من الأمن وسهولة الإستخدام الموثوقة<sup>16</sup>.

ثانياً: أشكال أنظمة التحويل الإلكتروني.

تنقسم الأنظمة الداخلية للتحويل الإلكتروني الى ما يلي:

**1-2 التحويلات التلغرافية (virement par télégamme):** يتيح هذا النظام تسوية المدفوعات ودفع الحوالات المالية خلال اليوم وبطريقة فورية، إذ يعتبر من الأنظمة التي تساهم في تحريك الأموال بصورة سريعة ومؤكدة وهو لا يحتوي على أي معلومة وشرح يخص المعاملة المالية، إذ أنه يحتوي فقط على وجهة الدفعة، ويعتمد هذا النظام في الحوالات ذات المبالغ الكبيرة<sup>17</sup>.

**2-2 نظام غرفة المقاصة الآلية: (chambre de compensation automatisée)** تم إعتقاد هذا النظام في السبعينات، وهو نظام تشغيله من طرف البنك الفدرالي الإحتياطي والمصارف الأخرى، حيث تم وضع أنظمة التعامل به من طرف جمعية الناشئة وتم تطويره عام 1974، إذ تم ربطه بوالي 2 ألف مؤسسة مالية وحوالي 40 ألف شركة كما أنه 1 مليون مستخدم بهذا النظام، ويقوم هذا الأخير بدفع الحوالات خلال يوم أو يومين، كما أنه مصمم للحوالات الصغيرة والكبيرة التي تتم بين الأفراد والشركات وهو نظام غير مكلف ويستخدم للتحويل الى حسابات الأفراد، خاصة دفع الروابط وتحصيل أقساط التأمين والدفعات العادية المتكررة.

**3-2 تكنولوجيا التحويل الإلكتروني للأموال عند نقاط البيع: ( Transfert électronique de fonds de ventes):** أول دولة إعتمدت هذه الخدمة هي الولايات المتحدة الأمريكية وتلتها فرنسا في الثمانينات، وبدأ إنتشارها في الدول من 1988، حيث كان الهجف الأساسي من وراء تبني هذه الإستراتيجية هو العمل على وتوفير الخدمات للعميل في العديد من الأماكن، إذ أن هذه الطريقة مريحة وآمنة وتساهم في خلق حجم التعامل بالأوراق النقدية بالنسبة للمؤسسات كما يترتب عليها تخفيض في التكاليف، بالإضافة الى مساهمتها في الربط بين البنوك والمؤسسات من خلال إستخدام بطاقات الدفع

<sup>16</sup> منير محمد جنبهي، ممدوح محمد جنبهي، مرجع سبق ذكره، ص15

<sup>17</sup> أحمد سفر، (العمل المصرفي الإلكتروني) "في البلدان العربية للعلوم"، المؤسسة الحديثة للكتاب، طرابلس، لبنان، 2006، ص69.

## الفصل الأول: الإطار النظري للبنوك الإلكترونية

والطرفيات المتصلة بشبكة الحاسب الإلكتروني الخاص بالبنوك، وتنقسم أنظمة التحويل الإلكتروني للأموال عند نقاط البيع إلى قسمين<sup>18</sup>:

**2-3-1 أنظمة التحويل الإلكتروني للأموال بالإتصال المباشر on-line:** يتم من خلال هذا الأسلوب التحويل الإلكتروني للأموال بخصم مباشر للأموال المدفوعة من أرصدة العميل الموجودة لدى المصرف لصالح الحسابات الخاصة بالتجار، بمعنى أن هناك إتصال مباشر بين الأجهزة والبنوك المتعاقد معها.

**2-3-2 أنظمة التحويل الإلكتروني بتخزين المعلومات off-line:** تقوم هذه الأنظمة بخزين المعلومات الخاصة بعملية البيع والشراء التي يقوم بها ل يتم إرسالها فيما بعد وذلك من خلال الطرفيات المتصلة بشبكة المحتسب لدى البنوك بإستخدام نظام التحويل الإلكتروني للبيانات وتساهم التكنولوجيا هذا النظام في ظل الإجراءات الرقابية والوقائية المستخدمة.

**2-4 نظام السويتش الإلكتروني E. Switch:** يعمل هذا النظام على الربط بين شبكة المصرف الواحد حيث يمكن العميل من السحب والإيداع والتحويل في أي فرع من فروع المصرف، كما يساهم في تبادل الرسائل الإلكترونية بين العميل والصرف وبين المصارف الأخرى فيما بينها، وهو نظام مستقر وعلى درجة عالية من الأمان.

**2-5 أنظمة التحويل الإلكتروني للمدفوعات الدولية:** يستخدم هذا النوع من الأنظمة في تسوية العمليات المالية إلكترونيا والتي تتم خارج الدولة المستخدمة لهطا النظام، وقد تكون المعاملات المالية ناتجة عن المصرف أو المؤسسة أو الفرد، ويضم العديد من الأنظمة منها ما يلي:

**2-5-1 نظام تحويل الأموال الى أوروبا:** وهو نظام معتمد من طرف الدولة الأوروبية ويشمل 15 نظام دولي، وهي مربوطة بواسطة إجراءات عامة وأرضية موحدة بمعالجة الدفعات ذات المبالغ الكبيرة وذلك عبر 30 ألف مشترك من مؤسسات مختلفة في أوروبا. يهدف هذا النظام لتسهيل المعاملات المالية بين الدول الأوروبية.

<sup>18</sup> مدحت صادق، "أدوات وتقنيات مصرفية"، الطبعة الأولى، دار الغريب للطباعة والنشر، القاهرة، مصر، 2001، ص296.

## الفصل الأول: الإطار النظري للبنوك الإلكترونية

**2-5-1 نظام الدفع الدولي سويفت Swift:** تأسست شبكة سويفت في ماي 1977م، تمتلك أسماها المصرف والمؤسسات المالية العالمية الأعضاء فيها، وعدد أعضائها حوالي 4 آلاف بنك، يقع مركزها في بروكسل وتخضع إلى القانون البلجيكي وتتبادل أكثر من مليون رسالة يوميا، وتغطي هذه الشبكة أكثر من 110 دولة في العالم، وتعمل على مدار 24 ساعة، وهدفها تأمين الاتصالات بين الأعضاء بطريقة سرية ودقيقة وموثقة بشكل مأمون<sup>19</sup>.

لقد كان هذا التحويل بإستخدام البريد التلغراف والتيلكس مع تضمن الرسالة لشفرة سرية محفوظة لدى المصرفين لضمان سلامة التحويل، ونتيجة لكون هذه الأخيرة مكلفة وبطيئة وكذا حرص البنوك على مواكبة التطورات العالمية في مجال الاتصالات، وتماشيا مع التطور المتسارع في تقييم الخدمات البنكية عملت البنوك على إدخال نظام جديد في مجال التحويل النقدي الدولي يعرف "بشبكة سويفت" وهدف المصارف من وراء ذلك هو تحقيق السرعة المطلوبة للتحويلات النقدية الدولية، حيث يستخدم لتوفير هذه الخدمة أحدث التقنيات في مجال الإتصال بعيدة المدى بالإضافة الى ربط أجهزة الكمبيوتر الموجود في البنوك المشاركة في هذا النظام بخطوط الإتصال مستأجرة، حيث يقدم هذا النظام الخدمات التالية:

- ✓ تحويل الرسائل الإلكترونية الخاصة بمدفوعات العملاء؛
- ✓ تبليغ الإعتمادات المستندية الصادرة والواردة وخدمة الضمانات؛
- ✓ شراء وبيع العملات الأجنبية وإستثمار الودائع؛
- ✓ عمليات مبادلة أسعار الفائدة؛
- ✓ التحويلات التي يتم بين المؤسسات المالية.

**2-6 أنظمة الدفع عبر الأنترنت:** هي أنظمة تتيح إستخدام أدوات الدفع الإلكتروني عبر الأنترنت سواء بإستخدام البطاقات أو النقود الإلكترونية أو الشيكات الإلكترونية، ويعتبر أهم داعم لنجاح وإنتشار هذه الأنظمة هو التطور الذي تشهده التجارة الإلكترونية ومن أشهر الأنظمة نظام (SET). إن هذا النظام يتيح عملية الدفع بواسطة البطاقة حيث إعتد سنة 1994م من طرف ماستر كارد وفيزا كارد" كما إنظمت إليهما "أمريكا إكسبريس"<sup>20</sup>.

<sup>19</sup> نادر عبد العزيز شافي، "المصارف والنقود الإلكترونية"، الطبعة الأولى، المؤسسة الحديثة للكتاب، طرابلس، لبنان، 2007، ص74.

<sup>20</sup> سماح ميهوب، "أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصالات على الأداء التجاري والمالي للمصارف الفرنسية"، رسالة دكتوراه، كلية العلوم

الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، قسنطينة، الجزائر، 2014، ص-ص 87-88.

## الفصل الأول: الإطار النظري للبنوك الإلكترونية

### ثالثاً: منافع أنظمة التحويلات المالية الإلكترونية.

حيث توفر منافع عدة لكل من المصارف والعملاء والتجار نوجزها أهمها فيما يلي:

- ✓ تنظيم الدفعات بحيث يكفل الاتفاق على وقت إقسطاع وتسديد قيمة التحويلات المالية وتنظيم الدفعات بشكل رسمي؛
- ✓ تسهيل العمل حيث ألغت المقاصة الآلية حاجة العميل والمستفيد لزيارة المصرف لإيداع قيمة للتحويلات المالية مما يعني تسهيل الأمر ورفع فعالية نظام العمل؛
- ✓ السلامة والأمن لأن التعامل عن طريق المقاصة الآلية والتحويلات المالية الإلكترونية يقلل من الخوف وسرقة الصكوك الورقية؛
- ✓ تحسين التدفق النقدي لأن التحويلات المالية إلكترونياً ترفع من موثوقية التدفق النقدي وسرعة تناقل النقد؛
- ✓ تقليل الأعمال الورقية؛
- ✓ توفير المصاريف؛
- ✓ زيادة رضى العملاء.

### المطلب الثالث: تأمين أنظمة الدفع الإلكترونية.

بالرغم من الإحتياطات التي يتخذها المتعاملون عبر الأنترنت لتأمين المعلومات الخاصة بالبطاقات الائتمانية، إلا أن الخطر لا يزال مائلاً إتجاه أصحاب البطاقات يسطر اللصوص على بياناتها والتعرض لسرقة أموالهم سداد المشتريات لم يقوموا بها أصلاً.

إن مشكلة الأمن لأنظمة الدفع التقليدي معروفة جداً<sup>21</sup>:

- ✓ النقود يمكن تزيفها؛
- ✓ التوقعات يعدكن تقليدها وتلفيقها؛
- ✓ الشيكات يمكن تزيفها؛

وأنظمة الدفع الإلكترونية بها نفس المشاكل مثل الأنظمة التقليدية وأكثر:

<sup>21</sup> منير محمد الجنيبي، ممدوح محمد جنيبي، مرجع سبق ذكره، ص58.

## الفصل الأول: الإطار النظري للبنوك الإلكترونية

- ✓ الوثائق الرقمية يعدكن نسخها بدقة أكثر وعشوائيا؛
- ✓ التوقيعات الرقمية يمكن إنتاجها بواسطة أي شخص يعرف المفتاح الخاص؛
- ✓ هوية الدافع يمكن أن تصاحب مع كل تعامل دفع<sup>22</sup>.

وتشير حصيلة دراسات أمن المعلومات وما شهده هذا الحقل من تطورات على مدى الثلاثين عام المنصرفة أن مستويات ومتطلبات الأمن الرئيسية في بيئة المعلومات تتمثل بما يلي:

الوعي بمسائل الأمن بمختلف مستويات الأداء الوظيفي، الحماية المادية للتجهيزات التقنية، الحماية الأدائية (استراتيجيات رقابة العمل والموظفين)، الحماية التقنية الداخلية، والحماية من المخاطر الخارجية<sup>23</sup>، أما من الجانب العملي هناك وسيلتين أساسيتين لتأمين المعاملات<sup>24</sup>:

🚩 **الوسيلة الأولى: الأمن البرمجي software Sécurité:** تعتمد هذه الوسيلة على تشفير المعلومات البنكية، عن طريق برنامج خاص يكون محتوى في برنامج الإيجار، كما هو الحال في بروتوكل (SSL) لشركة Netscape، وهي طريقة معيارية للتشفير، كما أن هناك بعض الأنظمة الخاصة في نوعها مثل Klein cyber cash، أن يتحصل المستهلك على برنامج إضافي ينفذ في نفس الوقت مع برنامج الإيجار يتدخل من أجل تشفير المعلومات الخاصة بإتمام عمليات الشراء بحيث لا يمكن قراءتها في حالة اعتراضها.

🚩 **الوسيلة الثانية: الأمن العتادي Sécurité Hard Ware:** تتم هذه الوسيلة بإستعمال البطاقة الذكية الخاصة بالمستهلك، فعندما يقوم هذا الأخير بعملية الشراء، يدخل بطاقته بقارئ خاص يسمى (pinpad)، ثم يكتب عليه مبلغ الشراء ورمزه السري تتم عملية التأكد من الرمز محليا، أي أن الرمز السري يترجم مباشرة من قبل القارئ ولا يرسل عبر الشبكة لتتم مراقبته من بعد، ويوفر هذا الحل عدة مزايا أهمها<sup>25</sup>:

- ✓ قراءة الرمز محليا من أي قرصنة؛

<sup>22</sup> فاروق السيد حسين، مرجع سبق ذكره، ص 31.

<sup>23</sup> عبد الله خبايا، الإقتصاد المصرفي (البنوك الإلكترونية، البنوك التجارية، السياسات النقدية)، مؤسسة شباب الجامعة الإسكندرية، مصر، 2008، ص 115.

<sup>24</sup> أمينة رباعي، "التجارة الإلكترونية وأفاق تطورها في البلدان العربية"، مذكرة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، 2004-2005، ص 57.

<sup>25</sup> أمينة رباعي، مرجع سابق ذكره، ص ص 58-59.



## الفصل الأول: الإطار النظري للبنوك الإلكترونية

- ✓ إذا كان بالإمكان نسخ رقم البطاقة فإن البطاقة في حد ذاتها أداة لم يتم نسخها حتى اليوم، والرمز السري لا يعرفه إلا حاملها الذي يمكن التعرف عليه بإجراءات أمنية بسيطة؛
- ✓ أصبحت عملية إدخال وإخراج البطاقة سهلة بالمقارنة مع تحويل برنامج التشفير الى الحاسب؛
- ✓ البطاقة الذكية لا تتطلب تعليم معقد بل هي وسيلة اعتيادية؛
- ✓ يتم التعرف على حامل البطاقة بتقديم الرمز السري أثناء قراءة الطاقة إمضاء إلكترونيا، إرادة الشراء تصبح غير مشكوك فيها وإمكانية نقض المعاملة مستحيلة؛

كما أن أهم استراتيجيات الأمان هي توفر الكفاءات التقنية القادرة على كشف وملاحقة الإختراقات وضمان وجود فريق تدخّل سريع يدرك جيدا مت يقوم به لأن أهم الإختراقات تظل الحماية القانونية غير ذات الموضوع إذا لم تتوفر نصوص الحماية الجنائية التي تخلق مشروعية ملاحقة أفعال الاعتداء الداخلية والخارجية على نظم الكمبيوتر وقواعد البيانات<sup>26</sup>.

ولتوفر أكبر قدر من الأمان يتعين توفر خصائص في صيغ وسائل الدفع الإلكتروني المقترح إبرازها كما يلي:

- ✓ تحقيق وسائل الأمان اللازم عند استخدامها حيث يصبح من الصعب على القرصنة اختراعها لكي يتحقق الأمان؛
- ✓ إدخال الطمأنينة الى نفوس المستخدمين ويتحقق ذلك بالتأكد من صلاحية النقود وأنها لم تستخدم من قبل الآخرين؛
- ✓ أن يكون بمقدور أي طرف من الأطراف التحقق من هوية الآخر وعادة يتم ذلك من خلال التوقيع الإلكتروني، ومفاتيح الشفرة العامة والخاصة.

### المبحث الثالث: قنوات ووسائل الدفع الإلكترونية.

في ضوء اكتساح التكنولوجيا الحديثة وإنتشار التجارة الإلكترونية أصبح من الضروري إبتكار وسائل دفع حديثة تمثلت في وسائل الدفع الإلكترونية والتي سنتطرق في هذا المطلب الى إعطاء تعريف لها ثم التطرق الى خصائصها وأنواعها وأهم.

<sup>26</sup>جلال عايد الشورة، "وسائل الدفع الإلكتروني، الطبعة الأولى، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2009، ص ص

## الفصل الأول: الإطار النظري للبنوك الإلكترونية

المطلب الأول: مفهوم وسائل الدفع الإلكترونية.

أولاً: تعريف وسائل الدفع الإلكترونية.

تعرف وسائل الدفع الإلكترونية بمختلف أدوات الوفاء الإلكترونية بحيث يصبح الوفاء بهذه الأدوات وفاء الدين كلياً أو جزئياً ومن بين الوسائل الحديثة التي تلاقي إقبالا واسعا الدفع عن طريق البطاقات البنكية والنقود الإلكترونية.

ثانياً: خصائص وسائل الدفع الإلكترونية.

يتسم الدفع الإلكتروني بالطبيعة الدولية، أي أنه وسيلة مقبولة من جميع الدول حيث يتم استخدامه لتسوية الحساب في المعاملات التي تتم عبر فضاء إلكتروني بين الحساب في المعاملات في جميع أنحاء العالم، يستخدم هذه الأسلوب لتسوية المعاملات الإلكترونية عن بعد، حيث يتم إبرام العقد بين أطراف متباعدين في المكان وفقا للمعطيات الإلكترونية تسمح بالإتصال المباشر بين طرفي العقد ويتم الدفع إلكترونياً يترتب على طبيعة الدفع الإلكتروني تواجد نظام بنكي مسبق يتيح الدفع بهذه الوسيلة أي توفر أجهزة تقوم بإدارة مثل هذه العمليات التي تتم عن بعد من شأنها أن تتوفر الثقة للمتعاملين بهذه الوسيلة. يتم الدفع الإلكتروني من خلال نوعين من الشبكات، شبكة خاصة يقتصر الإتصال بها على أطراف التعاقد ويفترض ذلك وجود معاملات وعلاقات تجارية مسبقة بينهم، وشبكة عامة حيث يتم التعامل بين العديد من الأفراد لا توجد بينهم قبل ذلك روابط معينة، يتم الدفع الإلكتروني بأحد الأسلوبين، إما من خلال نقود مخصصة سلفاً لهذا الغرض ومن ثم لا يتم الدفع إلا بعد الخص من هذه النقود، أو من خلال البطاقات البنكية العادية.

المطلب الثاني: أنواع وسائل الدفع الإلكترونية.

هناك العديد من وسائل الدفع الإلكتروني التي سنتعرض لبعضها في هذا الجزء.

أولاً: البطاقات البنكية.

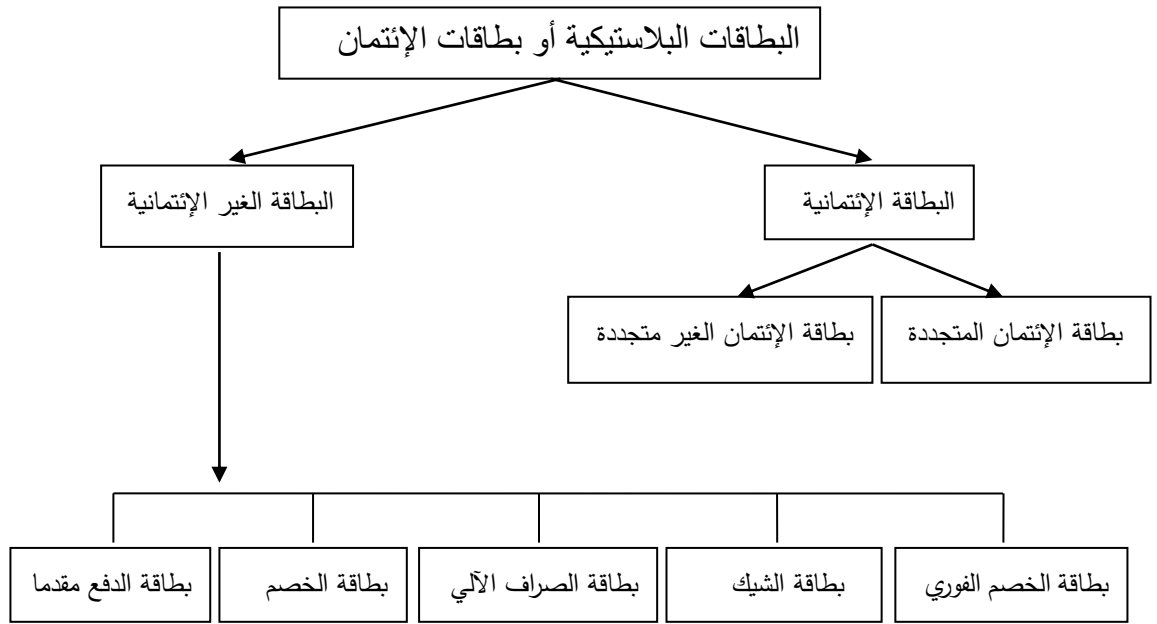
تعرف البطاقات البنكية الشبكية على أنها عبارة عن بطاقات بلاستيكية ومغناطيسية يصدرها البنك لصالح عملائه بدلاً من حمل النقود، فهي بطاقة بلاستيكية مستطيلة الشكل، تحمل اسم المؤسسة

## الفصل الأول: الإطار النظري للبنوك الإلكترونية

المصدرة لها وشعارها وتوقيع حاملها، وبشكل بارز على وجه الخصوص رقمها واسم عاملها ورقم حسابه وتاريخ انتهاء صلاحيته<sup>27</sup>.

وتنقسم البطاقات البنكية الى قسمين: البطاقات الائتمانية والبطاقات غير الائتمانية الموضحة في الشكل التالي:

الشكل رقم (01): التقسيم الأساسي للبطاقات البلاستيكية البنكية.



المصدر: ثناء علي قباني وآخرون، النقود البلاستيكية وأثرها على المعاملات في المراجعة الداخلية في البنوك التجارية،

الدار الجامعية، القاهرة، مصر، 2006، ص16.

1. **البطاقات الائتمانية:** وهي بطاقات خاصة تصدرها البنوك أو المؤسسات المالية الأخرى لعملائها خدمت إضافية، وهي عبارة عن بطاقات مغناطيسية يستطيع حاملها أن يستخدمها في شراء معظم احتياجاته أو أداء مقابل ما يحصل عليه من خدمات<sup>28</sup> وتنقسم بدورها الى:

- **البطاقات الائتمانية المتجددة:** ظهرت في أواخر الستينات من القرن الماضي في و.م.أ من خلال بطاقتين شهريتين وهما فيزا وماستر كارد وهذا النوع تصدره البنوك في حدود مبالغ فيها،

<sup>27</sup> محمد أمين الرومي، التعاقد الإلكتروني عبر الأنترنت، الطبعة الأولى، دار المطبوعات الجامعية، الإسكندرية، مصر، 2004، ص130.

<sup>28</sup> محمد عبد الحسن الطائي، التجارة الإلكترونية المستقبل الواعد للأجيال الصاعدة، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2010، ص186.

## الفصل الأول: الإطار النظري للبنوك الإلكترونية

حيث يكون حامل البطاقة مخييرا بين تسديد كلي لقيمة فاتورة البطاقة خلال فترة الإستفادة أو جزء منها على فترات لاحقة، وفي كلتا الحالتين السابقتين يتم تجديد القرض المصدر لها بما يحصل عليه من رسوم مقابل الخدمات أو فوائد التأخير ولا يتم إصدار هذه البطاقات إلا بعد دراسة جيدة لموقف العميل<sup>29</sup>.

- **البطاقات الائتمانية الغير متجددة:** وتسمى أيضا للبطاقة الصرف الشهري لأنها يجب على العميل أن يقوم بسداد كامل خلال نفس الشهر الذي يتم فيه السعي بمعنى أن فترة الائتمان التي تمنحها هذه البطاقة لا تتجاوز شهر واحد<sup>30</sup>.

2. **البطاقات غير الائتمانية:** وهي بطاقة لا تمنح لصاحبها بعملية الدفع أو التسوية لمستحقاته إلا إذا توفر فعليا على الأموال المقابلة لعملية التسوية وبالتالي فهي لا تمنح لصاحبها أي ائتمان أو قرض، وتنقسم بدورها الى قسمين:

- **بطاقة الدفع المسبق:** حيث يقوم صاحب الخدمة الإلكترونية بشحنها بمبلغ مالي وعند إتمام أي معاملة تجارية يتم سحب المقابل المالي من هذه البطاقة حتى ينتهي المبلغ المشحون أو المعيا في البطاقة ولإعادة استخدامها يجب إعادة شحنها.
- **البطاقات المدنية:** ويتطلب هذا النوع من البطاقات وجود حساب بنكي جاري لصاحب البطاقة حيث يتيح استخدام هذه البطاقة عملية التسوية أو الدفع من خلال تمكين المستفيدين من سحب الأموال من حساب صاحب البطاقة الذي يفترض فيه أن يكون حسابة مدنيا وفي حالة العكس لا تتم عملية التسوية وتتطلب رصيда كافيا ومغطيا للنفقات بواسطة البطاقة<sup>31</sup>.

### ثانيا: البطاقة الذكية (SMART CARDS)

تعتبر البطاقة الذكية من بين مكونات نظام الدفع المؤجل ويمكن إيجاز بعض المفاهيم الخاصة بها في الآتي:

<sup>29</sup>فرحات طولة، أثار التجارة الإلكترونية على تحسين نوعية الخدمة المصرفية-دراسة حالة البنك الإلكتروني-، رسالة ماجستير في إدارة الأعمال، جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2007، ص71.

<sup>30</sup>أحمد محمد غليم، التسويق والتجارة الإلكترونية، المكتبة العصرية للنشر والتوزيع، المنصورة، مصر، 2008، ص70.

<sup>31</sup>حكيم بتاولة، وسائل الدفع الإلكتروني، الملتقى العملي الرابع حول عصرة نظام الدفع في البنوك الجزائرية وإشكالية اعتماد التجارة الإلكترونية في الجزائر-عرض تجارب دولية، المركز الجامعي، خميس مليانة، عين الدفلى، 25/ 26/ 27 أبريل 2011، ص4.

## الفصل الأول: الإطار النظري للبنوك الإلكترونية

1. تعريف البطاقة الذكية: هي بطاقة دفع بلاستيكية وتختلف عن غيرها بوجود شريحة دقيقة مثبتة على البطاقة وقد تكون هذه الشريحة مشغول حاسوب صغير بذاكرة أو مجرد شريحة ذاكرة عندما يمكن إضافة أي إلغاء أو تشغيل المعلومات على البطاقة، بينما يستخدم شريحة الذاكرة فإنها للقراءة فقط مثل بطاقات الحساب الأخرى<sup>32</sup>.

2. أنواع البطاقات الذكية: للبطاقات الذكية نوعين هما كالاتي<sup>33</sup>:

- **البطاقات المتصلة:** يجب أن يكون استخدامها متصل مع قارئ البطاقة الذكية تتم عملية تحديد المعلومات وقراءتها من قبل شريحة الكمبيوتر الموجودة على البطاقة الذكية.
- **البطاقة الغير متصلة:** تعتبر مفيدة جيد وهي تتطلب من المستخدم إدخال كلمة المرور واسم المستخدم صحيحين حيث تغطيها المزيد من الأمن والحماية من السرقة أو الإحتيال وتخزن المعلومات فيها بطريقة مشفرة، وأيضا من الممكن أن تحتوي البطاقة الذكية على صورة حاملها في أحد أوجهه كل ذلك يعطيها المزيد من الأمن والتوقف على بطاقات الإعتماد لمنع السرقات والإحتيال من قبل كلا الطرفين البائع والمشتري.
- **مزايا البطاقات الذكية:** تحقق هذه البطاقة العديد من الفوائد مما تتسم به من مزايا:
  - فهي توفر السير والسهولة في التعامل؛
  - تقلل فرص التحويل والتلاعب؛
  - هذه البطاقة تجمع في بطاقة واحدة لكل الأدوار التي تؤديها بطاقات الإئتمان، وبطاقات الحسم، وبطاقات الصراف الآلي وكذلك البطاقات العادية مدفوعة القيمة مقدما؛
  - تلعب دور النقود من مختلف الفئات، مما يضفي عليها الكثير من المرونة؛
  - سهولة الحصول عليها من خلال منافذ الصرف الإلكتروني ومراكز البيع التجارية والهواتف؛
  - البطاقات الذكية تشبه النقود من حيث:
    - لا توجد تسوية نهائية أو مقاصة؛
    - لا يوجد نظام لتعقب الصفقات والتعاملات؛
    - إذا فقدت البطاقة فيكون مثلما تفقد النقود ولا يستطيع الغير أن يستخدمها؛
    - يوجد إتجاه لإستخدامها في نقل الأموال من بطاقة إلى أخرى؛

<sup>32</sup>ثامر البكري وأحمد الرحومي، تسويق الخدمات المالية، إثراء للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2008، ص231.

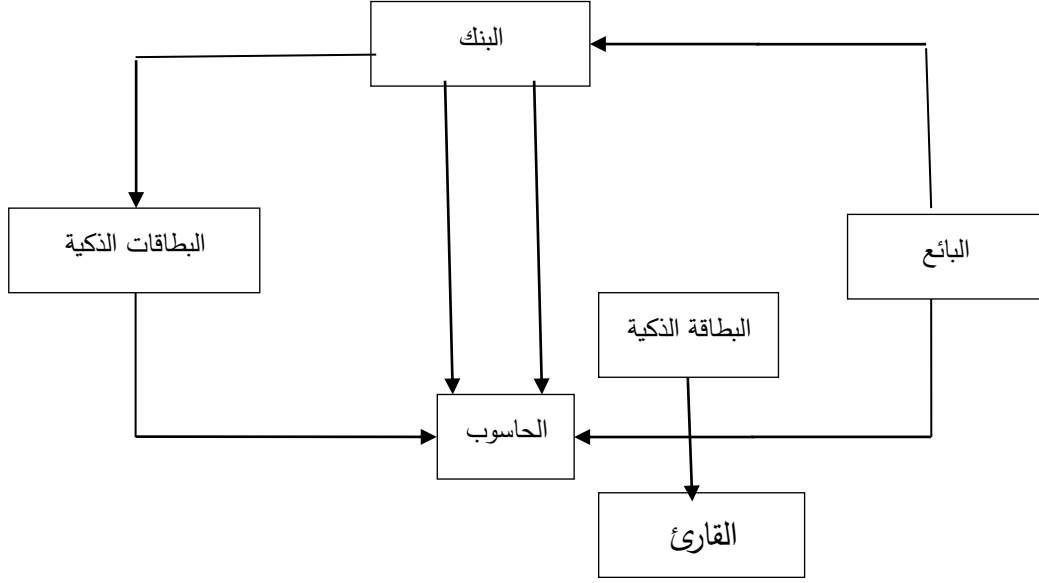
<sup>33</sup>وسيم محمد الحداد وآخرون، مرجع سبق ذكره، ص ص180-181.

## الفصل الأول: الإطار النظري للبنوك الإلكترونية

- أنها تمثل قيمة نقدية<sup>34</sup>.

وتمثل آلية عمل البطاقة البنكية في الشكل الموالي:

الشكل رقم (02): خطوات العمل بالبطاقة البنكية.



المصدر: محمد عبد الحليم، الجوانب التسويقية والمصرفية والمحاسبية لبطاقات الإئتمان، ديتريك للنشر والتوزيع، مصر، 1997، ص

.128

<sup>34</sup>السيد أحمد عبد الخالق، التجارة الإلكترونية والعولمة، الطبعة الأولى، المنظمة العربية للتنمية الإدارية، مصر، 2008، ص95.

## الفصل الأول: الإطار النظري للبنوك الإلكترونية

### ثالثاً: النقود الإلكترونية.

تعتبر النقود الإلكترونية إحدى الوسائل المستحدثة للتعامل التجاري من خلال شبكة الأنترنت، وهي إن كانت تتشابه مع النقود العادية في بعض خصائصها إلا أنها تختلف على أنها إلكترونية غير ملموسة وغير مصنوع من الورق أو المعدن.

1. **تعريف النقود الإلكترونية:** هي قيمة نقدية مخزنة على وسيلة إلكترونية مدفوعة مقدما وغير مرتبطة بحساب بنكي<sup>35</sup>، يمكن تعريفها أيضا بأنها قيمة نقدية لعملة تصدر بشكل إلكتروني مخزن على وسيلة إلكترونية في شكل أرقام ترميزية ذات قيمة معنية ومختلفة<sup>36</sup>.

### 2. خصائص النقود الإلكترونية:

#### • خصائص عملية متعلقة بالاستخدام:

يتميز النقد الإلكتروني عن أدوات الدفع الأخرى بما يلي:<sup>37</sup>

- تحتفظ بالقيمة كمعلومات ورقمية مستقلة عن أي حساب مصرفي؛
- يسمح بتحويل القيمة الى شخص عن طريق تحويل المعلومات الرقمية. يسمح بالتحويل عن بعد عبر شبكات عامة كالأنترنت أو شبكات اتصال اللاسلكية؛
- لا يستلزم وجود طرق ثالث لإظهار أو مراجعة أو تأكيد التبادل.

#### • خصائص متعلقة بإحتياجات الأمن:

لتحقيق أكبر قدر من الأمان يتعين توفر عدة خصائص في صيغ نقد إلكترونية.

- إن تحقق الأمان عند استخدامها بحيث يصعب اختراقها من بل القرصنة والمحتالين؛
- أن تتميز بالقدرة على العمل المتواصل والتشغيل في كافة الظروف بما يحفظ حقوق المتعاملين بالنقد الإلكتروني.

### 3. أنواع النقود الإلكترونية:

هناك عدة تقسيمات للنقود الإلكترونية من بينها:<sup>38</sup>

<sup>35</sup> محمد محمود أبو فروة، مرجع سبق ذكره، ص 63.

<sup>36</sup> زهير زواتي، دور نظام الدفع الإلكتروني في تحسين المعاملات المصرفية-دراسة حالة الجزائر، مذكرة ماجستير في العلوم الإقتصادية، جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي، 2010/2011، ص 46.

<sup>37</sup> رأفت رضوان، علم التجارة الإلكترونية، المنظمة العربية للتنمية الإدارية، القاهرة، مصر، 1999، ص 46.

## الفصل الأول: الإطار النظري للبنوك الإلكترونية

أ- من حيث متابعتها والرقابة عليها: تنقسم النقود الإلكترونية من حيث متابعتها والرقابة عليها الى:

- ❖ **نقود إلكترونية قابلة للتعرف عليها:** وتتميز بإحتوائها على معلومات عن الشخص الذي قام يسعى النقود من المصرف في بداية التعامل ثم الإستمرار كما هو الشأن لبطاقات الإئتمان في متابعة حركة النقود داخل النظام الإلكتروني وحتى يتم تدميرها في نهاية المطاف.
- ❖ **نقود إلكترونية غير إسمية:** تستخدم تماما كالأوراق النقدية من حيث كونها مثبتة الصلة بمن يتعامل بها فلا تترك من ورائها أثر يدل على هوية من المنتقلة منه وإليه.

ب- حسب أسلوب التعامل بها: تقسم وفق هذا الأسلوب كما يلي<sup>39</sup>:

- **نقود إلكترونية ناشئة عن طريق الشبكة:** وهي نقود رقمية تتم في بداية سحبها من مصرف أو مؤسسة وتخزينها في أداة معدنية داخلية توضع في جهاز الحاسوب الشخصي وبالضغط على الفارة الخاصة لهذا الجهاز ترسل النقود عبر الأنترنت الى المستفيد في ظل الإجراءات تضمن لهذا المتعامل قدرا من الأمان والسرية فهي نقود حقيقية ولكنها رقمية وليست مادية.
- **نقود إلكترونية خارجية الشبكة:** تتم المعاملات دون الحاجة للإتصال المباشر بالمصدر، فهي تتخذ عادة صورة بطاقة يحوزها المستهلك وتتضمن مؤشر يظهر به التغيرات التي تطرأ على قيمتها المخزنة بعد إجراء كل تعامل نقدي وهي تثير قدرا أكبر من المشاكل الخاصة فيما يتعلق بالأمان من مخاطر الصرف المزدوج.

رابعا: الشيكات الإلكترونية.

1. **تعريف الشيك الإلكتروني:** هو محور ثلاثي الأطراف معالج إلكتروني بشكل كلي أو جزئي يتضمن أمرا من شخص يسمى الساحب الى البنك المحسوب عليه بأن يدفع مبلغا من النقود لإذن شخص ثالث يسمى المستفيد.

<sup>38</sup> سماح ميهوب، مرجع سابق ذكره ، ص128.

<sup>39</sup> عمار لوصيف، استراتيجية نظام المدفوعات للقرن الحادي والعشرين مع الإشارة للتجربة الجزائرية، مذكرة ماجستير للعلوم الإقتصادية، الطبعة الأولى، جامعة المنتوري، قسنطينة، 2009، صص 50-51.



## الفصل الأول: الإطار النظري للبنوك الإلكترونية

ولعل الشيك الإلكتروني هو أكثر الأوراق التجارية التي يعدكن الإستفادة منها في مجال التقنيات الإلكترونية.<sup>40</sup>

### 2. فوائد الشيك الإلكتروني:

للكشيك الإلكتروني عدة فوائد أهمها<sup>41</sup>:

- ✓ خفض تكاليف المصروفات الإدارية من خلال زيادة السرعة وتقليل تكلفة المواد الورقية والطباعة؛
- ✓ تسريع عملية الدفع والمحاسبة التي يقوم بها العميل؛
- ✓ تزويد العميل بمعلومات وتحصيلات أكثر من كشف الحساب؛
- ✓ زيادة كفاءة إنجاز عمليات الحسابات والودائع للتجارة والمؤسسات المالية.

### 3. إجراءات استخدام الشيك الإلكتروني:

تتضمن دورة إجراءات استخدام الشيك الإلكتروني على الخطوات التالية:<sup>42</sup>

- **الخطوة الأولى:** اشتراك المشتري لدى جهة التخليص في الغالب كون البنك حيث يتم فتح حساب جاري خاص بالمشتري أو يتم الاتفاق على الصرف خصما من حساب المشتري بأي حساب جاري متفق عليه ويتم تحديد توقيع إلكتروني للمشتري وتسجيله في قاعدة بيانات جهة التخليص.
- **الخطوة الثانية:** اشتراك البائع لدى جهة التخليص نفسها حيث يتم أيضا فتح الحساب الجاري، أو بالطمع أي حساب جاري للبائع ويتم تحديد التوقيع الإلكتروني للبائع وتسجيله على قاعدة بيانات جهة التخليص.
- **الخطوة الثالثة:** فيها يقوم المشتري بإختيار السلعة التي يرغب في شرائها من البائع المشترك لدى جهة التخليص ويتم تحديد السعر الكلي والاتفاق على أسلوب الدفع.
- **الخطوة الرابعة:** يقوم المشتري بتحرير المشفر الإلكتروني يقوم بإرسال هذا الشيك بالبريد الإلكتروني المؤمن الى البائع.

<sup>40</sup>مصطفى كمال طه ووائل بندق، الأوراق التجارية ووسائل الدفع الإلكترونية الحديثة، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، مصر، 2007، ص350.

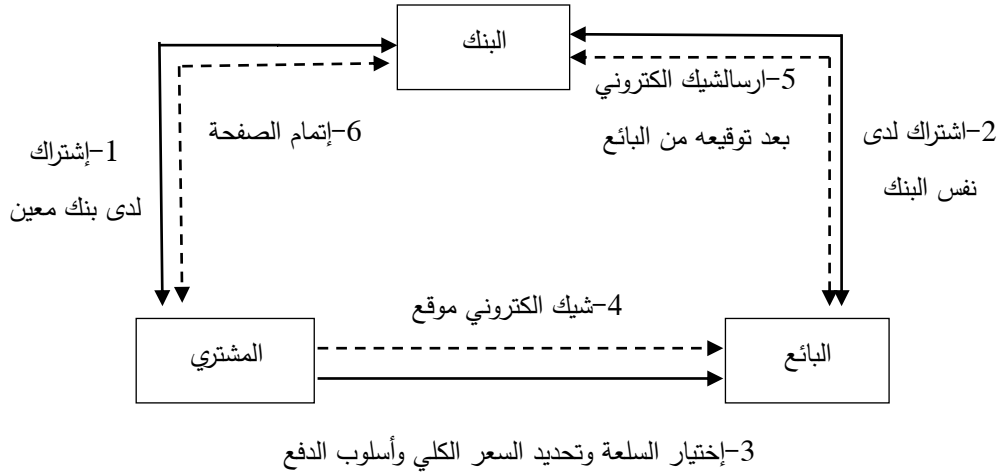
<sup>41</sup>محمد نور وصالح لجداية، التجارة الإلكترونية، دار حامد للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان، الأردن، 2009، ص51.

<sup>42</sup>رأفت رضوان، مرجع سبق ذكره، ص70.

## الفصل الأول: الإطار النظري للبنوك الإلكترونية

- **الخطوة الخامسة:** يقوم البائع بإستلام الشيك الإلكتروني الموقع من المشتري يقوم بالتوقيع عليه كمستفيد من توقيعه الإلكتروني المشفر ويقوم بإرساله الى جهة التخليص.
- **الخطوة السادسة:** تقوم جهة التخليص بمراجعة الشيك والتحقق من صحة الأرصدة والتوقعات

الشكل رقم (03): مراحل التعامل بالشيك.



المصدر: محمد الصرفي، الإدارة الإلكترونية، دار الفكر الجامعي للنشر، ط1، الإسكندرية، مصر، 2006، ص 471.

### المطلب الثالث: قنوات الخدمات المصرفية الإلكترونية

تعددت قنوات الخدمات المصرفية الإلكترونية منها<sup>43</sup>:

#### أولاً: الصراف الآلي.

وهي تلك الآلات التي يمكن نشرها بالأماكن المختلفة سواء بالجدار أو بشكل متنقل وتكون متصلة بشبكة حساب المصرف، ويقوم العميل بإستخدام بطاقة بلاستيكية أو بطاقة ذكية للحصول على الخدمات المختلفة، مثل السحب النقدي، الإيداع النقدي، والإستفسار عن الحساب، وغيره من الخدمات، ولقد أصبحت هذه الأجهزة منذ بدئ تشغيلها عام 1975م من المستلزمات اليومية في تنفيذ العمليات المصرفية الحديثة للأفراد، وتبلغ عدد ماكينات الصراف الآلي و.م.أ نحو (1324) آلة عام 1999، بينما يوجد في المملكة المتحدة نحو (22 ألف) آلة تنفذ نحو 80% من مجموع العمليات النقدية في العام المذكور.

ومن الإرشادات لمستخدمي الصراف الآلي:

<sup>43</sup>ناظم محمد نوري الشمري، محمد عبد الفتاح زهير عبد اللات، مرجع سبق ذكره، ص31.

## الفصل الأول: الإطار النظري للبنوك الإلكترونية

- المحافظة على بطاقة الصراف الآلي وتسمى أيضا (Selitcard) والتأكد من وجودها مع العميل دائما.
- الإبلاغ بسرعة في حالة فقدانها.
- اختيار رقم سري للبطاقة مختلف عن رقم الهاتف، أو الرقم الوطني، أو تاريخ الميلاد، لأن ذلك يؤدي صعوبة في الإستخدام في حالة السرقة.
- التأكد من صحة الوصول الى إجراء أي عملية مالية.

### ثانيا: نقاط البيع الإلكترونية Electronicpoint of sale .

وهي الآلات التي تنتشر لدى المؤسسات التجارية والخدمية لمختلف أنواعها وأنشطتها، ويعدكن للعميل استخدام بطاقات بلاستيكية أو بطاقات ذكية للقيام بأداء مدفوعات من خلال الخصم على حسابه إلكترونيا بتمرير هذه البطاقة داخل هذه الآلات المتصلة إلكترونيا بجانب المصرف.

### ثالثا: الصيرفة المنزلية (Home Ban King).

وهو ذلك الحاسب الشخصي الموجود في المنزل أو العمل وأي مكان آخر، والذي يتصل بحاسب المصرف ليتمكن من خلال كلمة السر Pass Word أو رم سري أو كليهما فتمام العملية المصرفية المطلوبة.

### رابعا: الصيرفة المحمولة (Mobile Banking).

وهي تلك الخدمات المصرفية التي تتاح من خلال الهاتف المحمول، من خلال استخدام العميل رقم سري يتيح له الدخول الى حسابه للإستعلام عن أرصده، وكذلك الخصم منه تنفيذ الأي من الخدمات المصرفية المطلوبة.

### خامسا: الصيرفة الهاتفية (Phone Banking).

وتسمى أيضا مركز خدمة العملاء call centre اذ تقوم البنوك بتشغيل مراكز الاتصالات وخدم العملاء، بحيث تتيح أداء الخدمة المصرفية هاتفيا بإستخدام رقم سري، وتعمل هذه المراكز على مدار الساعة.

## الفصل الأول: الإطار النظري للبنوك الإلكترونية

---

سادسا: التلفزيون الرقمي (Digital Tv).

وهو عبارة عن ربط عبر الأقمار الصناعية بين جهاز التلفزيون بالمنزل وبين حاسب البنك، وبالتالي يمكن الدخول من خلال رقم سري الى حاسب البنك أو شبكة الأنترنت وتنفيذ العمليات المطلوبة، ويعد هذا التلفزيون من أحدث القنوات التي تم ابتكارها والتي تمكن المصرف مع ربات البيوت، لاسيما في حالة عدم توفر جهاز حساب، ووجدت هذه التقنية راجا خصوصا في بريطانيا والسويد وفرنسا<sup>44</sup>.

---

<sup>44</sup>ناظم محمد الشمري، محمد عبد الفتاح زهير عبد اللات، مرجع سبق ذكره، ص32.

## الفصل الأول: الإطار النظري للبنوك الإلكترونية

### خلاصة الفصل

لقد تناولنا في هذا الفصل الإطار النظري للبنوك الإلكترونية حيث تطرقنا من خلاله إلى ثلاث مباحث حيث تطرقنا في المبحث الأول إلى ماهية البنوك الإلكترونية، أما المبحث الثاني يتمحور حول نظام الدفع الإلكتروني وفي المبحث الأخير إلى قنوات ووسائل الدفع الإلكتروني.

مما سبق يمكن القول أن البنوك الإلكترونية هي تلك البنوك والمؤسسات التي تقوم بإجراء أعمالها من خلال توظيف تكنولوجيا المعلومات والاتصالات لتقديم كافة الخدمات بسرعة والدقة اللازمين وبأقل تكلفة وجهد في ظل تحقيق مزايا عديدة، ونظرا لكون العمل المصرفي الإلكتروني حديث الساعة وغاية كل بنك، دفع بالقطاع المصرفي المالي بالنهوض باستعماله ومحاولة تطبيق الصيرفة الإلكترونية وتقديم خدمات مصرفية إلكترونية حديثة تواكب الاقتصاد الرقمي.

الفصل الثاني:

جودة الخدمات

المصرفية.

## الفصل الثاني: جودة الخدمات المصرفية

### الفصل الثاني: جودة الخدمات المصرفية

تعد الجودة من أهم القضايا التي يهتم بها المصارف، فهي تسعى دوما لرفع مستوى أدائها من حيث عمليات تقديم الخدمات، واستخدام العديد من الأساليب والأدوات التي تمتلكها لتحسين مستوى جودة خدماتها، والتي يقصد من ورائها توفير الخدمات التي تشبع الرغبات الكاملة لزبائنها سواء الداخليين (العاملين باختلاف مستوياتهم الوظيفية) أو الخارجيين (الزبائن باختلاف طلباتهم ورغباتهم) وذلك عن طريق تلبية متطلباتهم واحتياجاتهم.

مما سبق تم تقسيم الفصل إلى المباحث التالية:

- المبحث الأول: مدخل الى الخدمات المصرفية؛
- المبحث الثاني: جودة الخدمات المصرفية؛
- المبحث الثالث: تأثير خدمات البنوك الالكترونية على جودة الخدمات المصرفية.

## الفصل الثاني: جودة الخدمات المصرفية

### المبحث الأول: مدخل إلى الخدمات المصرفية.

يهدف هذا المبحث الى إبراز تعريف الخدمات المصرفية وكذلك أنواع الخدمات المصرفية وكما سوف نتطرق الى بيئة وتصميم هاته الخدمات وهي كالآتي:

#### المطلب الأول: مفهوم الخدمات المصرفية.

##### أولاً: تعريف الخدمات المصرفية.

1. تعريف الخدمة: عرفها (Kotlerphilip) عام 2000 أنها: "أي عمل أو أداء يمكن أن يقدمه أحد الأطراف الآخر، حيث يكون بشكل أساسي غير ملموس ولا ينتج عنه أي شيء وأن انتاجه يمكن أو لا يمكن أن يرتبط بالسلعة المادية".
2. تعريف الخدمة المصرفية: "هي منتج غير ملموس يقدم المنافع للمستفيد نتيجة لاستخدام بشري أو آلي".

ويمكن القول أن الخدمات المصرفية تمثل أحد الأنشطة الاقتصادية الهامة في أي دولة وتعتبر صناعة يتوافر فيها كل عناصر النشاط الإنتاجي<sup>1</sup>.

##### ثانياً: خصائص الخدمات المصرفية.

برغم الاتفاق بين المفكرين حول خصائص الخدمات فإن الملاحظ أن هناك اختلاف على الخصائص المميزة للخدمات المصرفية نظراً لطبيعتها وخصوصية النشاط المصرفي من ناحية ومن ناحية أخرى نظراً لطبيعة الخدمة المصرفية وتعددتها وتنوعها وخضوعها لتغيرات مستمرة.

ونستعرض فيما يلي خصائص الخدمات المصرفية حسب آراء بعض الكتاب المختصين في مجال تسويق الخدمات المصرفية.

- يرى محسن الخضيرى أن الخدمات المصرفية تتصف بخصائص أهمها:

---

<sup>1</sup> عادل رحال، تحديث الخدمة المصرفية لمواجهة اختلالات المنظومة المصرفية في ظل التوجه نحو اقتصاد السوق في الجزائر، رسالة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير، تخصص اقتصاد تنمية، جامعة لحاج لخضر، باتنة، 2013، ص20.



## الفصل الثاني: جودة الخدمات المصرفية

- الخدمات المصرفية ليست مادية مجسمة بالتالي فهي غير قابلة للتلف ولا يمكن تخزينها؛
- الخدمات المصرفية ليست محمية ببراءة الاختراع وكل خدمة جديدة يوجد بها 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.
- كما يعدد عوض الحداد الخصائص التالية للخدمات المصرفية:
- لايمكن صنع الخدمة المصرفية مقدما أو تخزينها فهي تنتج وتقدم في نفس اللحظة التي يتقدم الزبون لطلبها؛
- لا يمكن لموظف البنك انتاج عينات من الخدمة وارسالها للزبون للحصول على موافقته عن جودتها قبل الشراء؛
- الخدمات المصرفية غير قابلة للإستدعاء مرة أخرى، في حالة وجود أخطاء في إنتاجها أو عيوب عند تقديمها فان الإعتذار وترضية العميل هما البديل الوحيد أمام موظف البنك؛
- جودة الخدمة المصرفية غير قابلة للفحص بواسطة موظف البنك قبل تقديمها للزبائن؛
- أن تقديم الخدمة المصرفية غير نمطي وتختلف طريقة تقديم الخدمة من زبون لآخر حسب درجة التفاعل بين موظف البنك والعميل<sup>1</sup>.

### المطلب الثاني: أنواع الخدمات المصرفية.

للخدمة المصرفية ثلاثة أنواع:

#### أولاً: خدمات ميسرة.

هي تلك الخدمة التي في متناول الزبون من احتاج إليها بحيث تكون سهلة المنال كخدمات السحب والايداع والتحويل وكذلك الاستخدام الآلي، والمعدات المتوفرة في المصرف وخارجه، وغالبا ما تكون أجورها قليلة سببا

<sup>1</sup> عبد القادر بريش: جودة الخدمات كمدخل لزيادة القدرة التنافسية للبنوك، مجلة اقتصاديات شمال إفريقيا، العدد الثالث، صدرت من جامعة الشلف، ص ص: 253-254.

## الفصل الثاني: جودة الخدمات المصرفية

أو تقدم مجاناً دون مقابل، إذ تلجأ المصارف لتقديمها طمعا في إرضاء الزبائن، ويلاحظ أنها تتكرر باستمرار يوميا أو أسبوعيا أو وقت الحاجة تبعا لشكلها أو نوعيتها.

### ثانيا: خدمات التسوق.

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

### ثالثا: خدمات خاصة.

هذه الخدمات قد تقدم إلا بشكل خاص للمستفيدين منها، ولها خصوصية معينة ينفرد بنك عن آخر فبعض البنوك قد تقبل الودائع أو فتح الحسابات لديها إلا من خلال تحميل الزبون الأجر مقابل هذه الخدمة أو تكون الخدمات المقدمة مقترنة أساسا بتوصية من الزبون إذا يتم تصميم الخدمة وفقا لما يطلبه الزبون والذي يتوافق مع ما يراه الزبون مناسب لعمله ونشاطه<sup>1</sup>.

### المطلب الثالث: بيئة وتصميم الخدمات المصرفية.

#### أولا: بيئة الخدمات المصرفية (ENN).

اعترضت بيئة الخدمة المصرفية مجموعة من التغيرات التي أثرت على هيكل وطبيعة المنافسة فيها، وشكلت هذه التغيرات مراحل داخلية وخارجية تركت أثارا هامة على قطاع الخدمات المصرفية بأكمله، ومن أهم هذه العوامل تلك العوامل الاقتصادية والاجتماعية والثقافية، وترتبط بيئة الخدمة المصرفية بالعوامل التالية:

<sup>1</sup>فاطمة سلمان، جودة الخدمات المصرفية وأثرها على تحقيق ارضا الزبون، مذكرة مقدمة ضمن شهادة الماجستير، تخصص استراتيجية التسويق، المسيلة، 2013-2014، ص 18.

## الفصل الثاني: جودة الخدمات المصرفية

### البيئة التنافسية:

من المعروف أن تزايد المنافسة يكون لصالح العملاء في النهاية ذلك أنها تتيح لهم فرصة اختيار أوسع. وحتى يتمكن البنك من النجاح في السوق ينبغي أن يكون مدركا لما تعرضه البنوك والمؤسسات المماثلة من الخدمات والأساليب التسويقية المستخدمة، كذلك ينبغي على إدارة التسويق في البنك أن تعمل باستمرار على تفهم العوامل التي تحكم اختيار العملاء لخدمات المصرفية والتعامل مع البنوك.

### الظروف الاقتصادية:

على البنوك أن تستجيب للمتغيرات الاقتصادية التي تتسم بعدم الاستقرار مثل ارتفاع معدلات التضخم وتقلب أسعار الفائدة المستمر وكذلك أسعار الصرف أن تزود العملاء باحتياجاتهم من الخدمات المالية والمصرفية المناسبة للظروف الاقتصادية السائدة، وعند تحليل تأثير البيئة الاقتصادية على البنوك يجب أن تركز اهتماماتها على ناحيتين أساسيتين هما: الموقف الاقتصادي المالي للبنك والموقف الاقتصادي أو الحالة الاقتصادية للعملاء.

### البيئة السياسية والقانونية:

يفرض التشريع قيودا قانونية على النشاط التسويقي للبنك، والأمر الذي لا شك فيه أن القيود التي تصنعها حكومات الدول المختلفة تفرض العديد من النظم الرقابة على العديد من الجوانب المتعلقة بالتجارة من النقل والتوزيع وغيرها.

وفيما يتعلق بالبنوك فإن التشريع يضع قوانين التي تحكم منح الائتمان الاستهلاكي فتح الفروع، السماح للبنوك الأجنبية بفتح فروع لها في السوق المحلي وغير ذلك من التشريعات والقوانين.

### البيئة الديمغرافية:

ينبغي على البنك كذلك أن يأخذ في الحساب عند رسم الإستراتيجيات والسياسات التسويقية الإتجاهات والتغيرات المتوقعة في الظروف الديموغرافية فيما يتعلق بمعدلات المواليد، حجم السكان وكافة الخصائص

## الفصل الثاني: جودة الخدمات المصرفية

الديمغرافية ولا شك أن دراسة هذه العوامل له دلالات تسويقية بالنسبة لنشاط البنك حيث تظهر أهمية اتجاهات العملاء نحو الإدخار والصراف والاقتراض في التأثير على النشاط التسويقي للبنك.

### ✚ البيئة الثقافية:

ينبغي الأخذ في الحساب العوامل الثقافية والاجتماعية وأثرها في كيفية إدارة البنك والتعامل مع العملاء وعلى الرغم من اقتناع البنوك بأن هناك عملاء جدد ينبغي الوصول إليهم إلا أن الكثير من البنوك تجد نفسها في حالة من التحفظ وعدم الإستجابة السريعة لكثير من مطالب العملاء غير المتعلمين أو ذوي المستوى التعليمي المنخفض، وإذا كان هناك اتجاهات نحو إقناع هؤلاء الذين لا يتعاملون مع البنوك باستخدام الخدمات التي يقدمها البنك فإن على موظفي البنك أن يبدؤوا روح الصداقة والمعاملة الجيدة لهؤلاء العملاء.

### ✚ البيئة التكنولوجية:

تعتبر صناعة البنوك من أكثر الصناعات تأثرا بالتطور التقني الذي كان له أكبر الأثر على تنوع وتعدد الخدمات من بينها: الصراف الآلي، البنك المنزلي<sup>1</sup>.

### ثانيا: تصميم الخدمات المصرفية.

تتقيد المصارف أثناء تصميم مجموعة اعتبارات هامة تتعلق بكيفية تحديد ملائمة الخدمة للزبون واختيار مفهوم التصميم الذي يجب أن ينسجم مع الاحتياجات الزبائن وترجمة هذا المفهوم إلى مواصفات وبعد ذلك يجب أن يعطي البنك تأكيدا خاصا على الجوانب الإضافية لجودة التصميم من خلال المراجعة الدورية للخدمة، أي أن تصميم جودة الخدمة المصرفية يتعلق بالعناصر الثلاث التالية كما نوضحها في معادلة التالية:

$$DES=F (STAN, CON, AUD)$$

حيث:

<sup>1</sup> أحمد الكردي مقال "تسويق مصرفي"، الموقع الإلكتروني، [www.kenaneonline.com/users](http://www.kenaneonline.com/users)، تم الاطلاع عليه في 2020/2/03

على 13:00.

## الفصل الثاني: جودة الخدمات المصرفية

- DES: تصميم الخدمة المصرفية ؛

- STAN: معايير الخدمة ؛

- CON: المطابقة؛

- AUD: مراجعة الخدمة.

### 1. معايير الخدمة (STAN):

وهي التوقعات ومستويات الأداء القابلة للقياس التي تحدد جودة الاتصال بالزبون وهي تتضمن المعايير مثل زمن الاستجابة أو المعايير السلوكية.

ويصنف (Gilmor and borland) معايير جودة الخدمات المصرفية في قسمين: معايير نفسية صعبة القياس هي الاستجابة والتعاطف والإستعداد للمساعدة والإتصال الجيد وكفاءة الموظفين الخدمية وسرعة التسليم والتسهيلات الائتمانية والدعم الفني والمظهر ولباقة موظفي البنك وتشكل احتياجات وتوقعات الزبائن أساس معايير الخدمة القابلة للقياس ويجب على البنوك إيصال معايير الخدمة القابلة للقياس ويجب على البنوك إيصال معايير الخدمة لجميع الموظفين ذوي الإتصال المباشر مع الزبون وضرورة شرح هذه المعايير ضد إعطاء توجيهات للموظفين وللحفاظة على تماسك وفاعلية هذه المعايير يجب على البنوك إيصال معايير الخدمة المصرفية لجميع الموظفين ذوي الإتصال المباشر مع الزبون وضرورة شرح هذه المعايير عند إعطاء توجيهات للموظفين والحفاظة على تماسك وفاعلية هذه المعايير يجب على البنوك أن تدعم وتعزز معايير خدماتها باستمرار ويمكن الاستفادة من التغذية العكسية لشكاوي الزبائن في تحسين وتطوير معايير الخدمة المصرفية.

### 2. المطابقة (CON):

أي إنجاز المواصفات وتوثيق الخدمة والإلتزام بمعاييرها، حيث تشكل العمليات المصرفية، والمهارات التي يتمتع بها أفراد البنك بهدف تسليم خدمات مصرفية ذات جودة مطابقة لتصميم هذه الخدمة أي أنها تلتقي المواصفات الموضوعة لها.

## الفصل الثاني: جودة الخدمات المصرفية

- ويتحقق ذلك من خلال منع ورقابة الأخطاء في المعاملات المصرفية، لذلك تلعب العمليات المصرفية دورا أساسيا في تحقيق جودة المطابقة ويجب أن يكون أفراد البنك ذوي دراية كافية ليروا أن أعمالهم المصرفية تقود إلى جودة الخدمة في مستوى التكلفة المناسبة وتعد القيم والاتجاهات التي يتمتع بها الأفراد هامة جدا في تشجيع إنجاز جودة الخدمة وتعد هذه الخطوات مهمة جدا لإكتشاف الأفراد غير المؤهلين للدخول في إستراتيجية عولمة جودة الخدمات المصرفية بحيث يتم إعادة تدريبها وتأهيلها وإعدادها لخدمة الأهداف المستقبلية لإدارة البنك<sup>1</sup>.

### 3. مراجعة الخدمة (AUD):

تعد المراجعة عنصرا أساسيا في إستراتيجية الخدمة المصرفية بهدف تحسين جودة وعملية تسليم هذه الخدمة خصوصا على المستوى العالمي من الضروري أن تأخذ هذه المراجعة بعين الاعتبار تقييم الزبائن للخدمات المصرفية الموجودة حاليا. والاحتياجات الحالية المستقبلية لهم والمسائل التي تواجه موظفي البنك أثناء تسليم الخدمات المصرفية والأولويات والاعتبارات الاقتصادية والاجتماعية والمالية السائدة في بلد الأمم المتحدة، والتطورات المهنية والإدارية والقانونية وبيئة الموارد المتوفرة.

ويجب أن تنفذ مراجعة تصميم الخدمة في نهاية كل مرحلة التصميم بهدف معرفة النتائج الفعلية التي حققها التصميم واعتبرت المواصفة الدولية ج ISO9004 1991 من الواجب أن تتضمن مراجعة تصميم الخدمة ممثلين عن جميع الوظائف المؤثرة على جودة الخدمة المناسبة للمرحلة التي تم مراجعتها، ويجب أن تحدد المراجعة التصميم الأخطاء والمشكلات والنقاط الضعف في تصميم لضمان التقاء المواصفات الدولية الموضوع على هذا المجال.

### المبحث الثاني: جودة الخدمات المصرفية.

تعتبر قضية جودة الخدمة من القضايا الحديثة في الفكر التسويقي والتي أثارت اهتمام الباحثين والممارسين، حيث أصبحت عنصرا حاسما في تحديد الموقف التنافسي وما سيتتبع ذلك من تحديد النصيب

<sup>1</sup> رعد حسن الصرف، عولمة جودة الخدمات المصرفية، دار التواصل العربي، دمشق، 2007، ص237.

## الفصل الثاني: جودة الخدمات المصرفية

السوقي والأرباح، وهناك عدة متغيرات دفعت بقضية الجودة لتحتل موقع الصدارة من بين اهتمامات دراسات سوقية تطبيقية للحصول على توقعات العملاء بالابتعاد على أبعاد أو مؤشرات الجودة.

**المطلب الأول: مفهوم جودة الخدمات المصرفية.**

قبل التطرق إلى مفهوم جودة الخدمات المصرفية سنتطرق إلى مفهوم الجودة حيث:

**أولاً: تعريف جودة الخدمات المصرفية.**

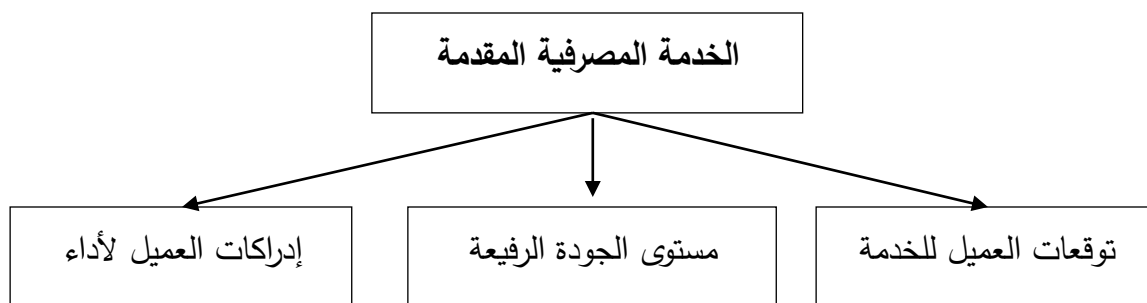
❖ عرفت الجمعية الأمريكية للجودة: "أنها الهيئة أو الخصائص الكلية للسلعة أو الخدمة التي تعكس قدرتها على تلبية حاجات صريحة وضمنية"<sup>1</sup>.

أما فيما يخص مفهوم جودة الخدمة فقد أعطيت لها العديد من التعاريف أهمها:

✚ **التعريف الأول:** "خلو الخدمة المصرفية من أي عيب أثناء إنجازها نتيجة الحكم المتعلق بتوقعات الزبون أو العميل المدركة عن الخدمة البنكية والأداء الفعلي لها".

✚ **التعريف الثاني:** "جودة الخدمة المصرفية هي الفرق بين توقعات العملاء للخدمة المستهدفة وإدراكهم للأداء الفعلي لها"<sup>2</sup>.

**الشكل (04): مفهوم جودة الخدمة المصرفية.**



المصدر: عوض بدر حداد، "تسويق خدمات مصرفية"، دار البيان للنشر، مصر، 1999، ص337.

<sup>1</sup>رعد عبد الله الطائي، عيسى قعادة، إدارة الجودة الشاملة، دار البازوري للنشر، عمان، 2008، ص28.

<sup>2</sup>أحمد طارطار، سارة حلبي، "جودة الخدمة المصرفية كألية لتفعيل الميزة التنافسية للبنك، مداخلة مقدمة الى الملتقى دولي "إدارة الجودة الشاملة في قطاع خدمات"، جامعة منتوري قسنطينة، الجزائر، 2010، ص03.

## الفصل الثاني: جودة الخدمات المصرفية

يوضح الشكل أعلاه أنه إذا توافقت إدراكات العملاء للنتائج مع توقعاتهم له، فإنهم سيكونون راضيين من هذه الخدمة، أما إذا فاق الناتج التوقعات فإن الخدمة متميزة، أما إذا حدث العكس فإن الناتج لم يرق إلى مستوى التوقعات أو ناتج الخدمة فإنها تصبح رديئة.

بناءً على التعريفين السابقين فإن جودة الخدمات المصرفية هي "المجموع الكلي لمزايا والخصائص التي تؤثر على مقدرة سلعة أو خدمة معينة على تلبية حاجات معينة"<sup>1</sup>.

### ثانياً: الخصائص الرئيسية لجودة الخدمات المصرفية.

تنقسم الخصائص الرئيسية لجودة الخدمة المصرفية إلى نوعين:

✓ **الجودة الفنية:** يتطلب هذا النوع من الجودة للاعتماد على موظفي البنوك والخبرات والمعارف والتميز بالخدمات المصرفية وإجراءاتها المتنوعة ويلائم هذا النوع الخدمات المصرفية المعقدة مثل: خطط التقاعد والمعاشات حيث تعد المعرفة الفنية متطلباً رئيسياً واضحاً؛

✓ **الجودة الوظيفية:** يركز هذا النوع على المصادقة الخدمية والكيفية التي تقدم به الخدمة وهي تتطلب التفاعل النفسي بين البنك وزبائنه حيث يجب أن تسعى إدارة المصرف إلى تعزيز جودة خدماتها المصرفية من خلال تحديد الهدف الإستراتيجي ومتابعة إحتياجات وتوقعات الزبائن؛ إذا فجودة الخدمة المصرفية تتمتع بخاصيتين أساسيتين من ناحية الجودة الفنية والتي تعني خبرات ومهارات موظفي البنك ومقدمي الخدمة، ومن الناحية الأخرى ألا وهي الجودة الوظيفية وهي الكيفية والطريقة التي تقدم بها الخدمة والتي تتطلب وجود اللازم وتفاعل بين البنك وعملائه<sup>2</sup>.

### ثالثاً: أهداف جودة الخدمات المصرفية.

هناك نوعين من الأهداف:

<sup>1</sup>أحمد طرطارو سارة حلبي، مرجع سبق ذكره، ص 03.

<sup>2</sup>رعد حسن الصرف، مرجع سبق ذكره، ص 201.



## الفصل الثاني: جودة الخدمات المصرفية

- أهداف تخدم ضبط جودة الخدمة المصرفية وهي التي تختلف بالمعايير التي يرغب البنك في المحافظة عليها وهي تصاغ على مستوى البنك ككل وذلك باستخدام ذات مستوى أدنى تتعلق بصفات متميزة مثل: الأمان ورضا الزبائن؛
  - أهداف تحسين جودة الخدمة المصرفية وهي غالبا ما تنحصر في الحد من الأخطاء والفاقد وتطوير منتج جديد يرضى الزبائن بفاعلية أكبر.
- كما يمكن تصنيف هاته الأهداف إلى 5 فئات:

- أهداف الأداء الخارجي المنظمة ويتضمن الأسواق والبيئة والمجتمع؛
- أهداف أداء المنتج وتتناول حاجات الزبائن والمنافسة؛
- أهداف العمليات وتتناول مقدرة العمليات وفعاليتها وقابليتها للضبط؛
- أهداف الأداء للعاملين وتتناول المهارات والقدرات والتحفيز وتطوير العاملين<sup>1</sup>.

المطلب الثاني: أبعاد جودة الخدمات المصرفية وفوائدها.

أولا: أبعاد جودة الخدمات المصرفية.

وتعد الدراسة التي قدمها كل من ( 1985 parasuraman and beery and Zeithamal ) لجودة الخدمات المصرفية من أهم الإسهامات في الفكر التسويقي، حيث نوصل هؤلاء إلى تقديم نموذج الفجوات الشهير، والذي عرف أيضا بنموذج (PZB) اختصارا لأسماء الباحثين الثلاث الذين طور لهذا النموذج وأصبح يعرف بنموذج SERVQUAL، وأبرز هؤلاء الباحثين أن المظاهر الرئيسية لجودة الخدمة، التي يبني عليها العملاء توقعاتهم وإدراكاتهم، ومن ثم الحكم على جودتها تتمثل في عشرة أبعاد رئيسية وهي كالتالي:

<sup>1</sup>قاسم نايف علوان المحياوي، إدارة الجودة في الخدمات، مفاهيم، عمليات، تطبيقات، الطبعة الأولى، دار الشروق ، عمان، 2006،

## الفصل الثاني: جودة الخدمات المصرفية

الجدول (01): الأبعاد العشرة لجودة الخدمة المصرفية.

الأبعاد	التوضيح
الإعتمادية	وتتمثل في ثبات الأداة وقدرة المنظمة على تقديم الخدمة التي وُعدت بها بشكل يمكن من الاعتماد عليها، بالإضافة إلى أداء الخدمة بطريقة صحيحة من أول مرة ويضم هذا البعد ما يلي: <ul style="list-style-type: none"> <li>- الدقة في الحسابات؛</li> <li>- للحفاظ على سجلات صحيحة؛</li> <li>- تقديم الخدمة في المواعيد المحددة.</li> </ul>
الإستجابة	وتتعلق بمدى رغبة واستعدادا مقدمي الخدمة لتقديم خدمة فورية للعملاء وتشمل: <ul style="list-style-type: none"> <li>- الاستجابة الفورية لاحتياجات العملاء؛</li> <li>- الرد الفوري على استفسارات العملاء أو شكاويهم؛</li> <li>- تقديم الخدمة في المواعيد المحددة؛</li> </ul>
الكفاءة	وتعني امتلاك المهارات والمعارف المطلوبة لتقديم الخدمة وتتضمن: <ul style="list-style-type: none"> <li>- معارف ومهارات موظفي المكاتب الأمامية؛</li> <li>- معارف ومهارات موظفي الجهاز التنظيمي؛</li> <li>- قدرة المنظمة على انجاز بحوث من أجل تقديم خدمات أفضل؛</li> </ul>
الوصول إلى الخدمة	ويتعلق الأمر بالقرب وسهولة إتصال بمقدم الخدمة ويضم هذا البعد مايلي: <ul style="list-style-type: none"> <li>- سهولة الوصول إلى الخدمة عن طريق الهاتف (الخطوط غير مشغولة أو ترك العميل ينتظر)</li> <li>- مدة الإنتظار من أجل الحصول على الخدمة (في بنك مثلا) ليست طويلة؛</li> <li>- ملائمة أوقات العمل؛</li> <li>- ملائمة مكان تقديم الخدمة.</li> </ul>
المجاملة	وتتمثل أدب، احترام مراعاة وصدقة موظفي المكاتب الأمامية للعملاء ويشمل هذا البعد ما يلي: <ul style="list-style-type: none"> <li>- مراعاة ظروف العمال والتعاطف معهم؛</li> <li>- حسن مظهر موظفي المكاتب الأمامية.</li> </ul>
	ويقصد بهذا البعد أن يعمل موظفو البنك على جعل العملاء على علم دوما بخصائص

## الفصل الثاني: جودة الخدمات المصرفية

<p>الخدمة وكيفية الحصول عليها عن طريق مخاطبتهم باللغة التي يستطيعون فهمها، وتعديل هذه اللغة حسب مستوى كل عميل وذلك بزيادة التعقيد مع الزبون المثقف والتحدث ببساطة ووضوح مع الأقل تثقيفا بالإضافة إلى الإنصات لهم ويشمل هذا البعد ما يلي:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- شرح الخدمة نفسها للعملاء؛</li> <li>- توضيح تكلفة الخدمة؛</li> <li>- توضيح المفاضلة بين الخدمة والتكلفة؛</li> <li>- طمأنة العميل على إمكانية حل مشكل ما.</li> </ul>	<p><b>الإتصال</b></p>
<p>وتعبر عن الثقة، الصدق، الأمانة هي تعني جعل خدمة العميل من أهم أولويات المنظمة ويشمل هذا البعد ما يلي:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- الثقة في اسم المنظمة؛</li> <li>- الثقة في سمعة المنظمة؛</li> <li>- الثقة في الخصائص الشخصية لموظفي المكاتب الأمامية؛</li> <li>- درجة الصعوبة في البيع أثناء التعامل مع العملاء.</li> </ul>	<p><b>المصداقية</b></p>
<p>ويعني الخلو من النظر، المخاطرة الشك ويتضمن هذا البعد ما يلي:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>🚩 الأمن المادي؛</li> <li>🚩 الأمن المالي؛</li> <li>🚩 المحافظة على سرية تعاملات العميل مع المنظمة.</li> </ul>	<p><b>الأمان</b></p>
<p>ويتعلق هذا البعد ببذل من أجل فهم حاجات العميل وذلك عن طريق:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- معرفة حاجات العملاء بدقة؛</li> <li>- تقديم اهتمام فردي لكل عميل؛</li> <li>- معرفة العملاء الدائمين للمنظمة.</li> </ul>	<p><b>فهم معرفة العميل</b></p>
<p>وتشير إلى الدلائل المادية المتابعة لمنظمة الخدمة ويشمل هذا البعد ما يلي:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- التسهيلات المادية؛</li> <li>- الأدوات والتجهيزات المستخدمة في تقديم الخدمة؛</li> <li>- مظهر الموظفين في منظمة الخدمة؛</li> <li>- الصورة المادية للخدمة مثل: البطاقات البلاستيكية، أو كشوفات البنك.</li> </ul>	<p><b>الجوانب المادية الملموسة</b></p>

المصدر: حلى مدى، "قياس جودة الخدمة المصرفية، دراسة حالة بنك البركة الجزائري"، رسالة لنيل شهادة الماجستير في العلوم التجارية، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة منتوري، قسنطينة، الجزائر، 2006-2007، ص ص 72-74.

## الفصل الثاني: جودة الخدمات المصرفية

### ثانيا: فوائد جودة الخدمات المصرفية.

وتظهر الفوائد الداخلية لجودة الخدمات المصرفية من خلال علاقاتها بموظفي البنك في تعبير زيادة الرضا ورفع الروح المعنوية، والالتزام بالأعمال المصرفية التي ينفذوها في العلاقات العمالية الجيدة والولاء المتزايد للموظفين يساعد في تخفيض معدل دوران العمال، والتكاليف المترافقة مع نشاطات الاستقطاب والاختيار والتدريب، وهذا من شأنه أن يحقق النجاح المصرفي أي إيجاد البيئة الملائمة للعمل المصرفي من خلال البحث عن الفرص الأفضل لاكتساب المهارات وتنويع الأعمال وتطبيق التحسينات، وبذلك يكون موظفو المصرف جزءا من ثقافة الخدمة المصرفية الموجهة للزبون كونهم يشاركون ويشتركون في التحسينات التي يتطلبها العمل المصرفي.

إن جودة الخدمة الجيدة تفرز سمعة البنك وصورته أمام جمهور المتعاملين معه، مما يعزز بدوره وضع المصرف في مواجهة المنافسة فقد يحصل موظفو البنك على جوائز إيماناً منهم بأهمية جودة الخدمة الموثقة حيث تقود جودة الخدمة الناجحة إلى تخفيض التكاليف سواء تكاليف الأخطاء أو تكاليف لتشغيل أو حتى تكاليف الإعلان والترويج إضافة إلى زيادة الإنتاجية والحصة التسويقية وربحية المصرف وتحسين أداء الأعمال المصرفية<sup>1</sup>.

### المطلب الثالث: أدوات قياس جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية.

لقد تطورت جودة الخدمات من التقليدية الى الالكترونية كان نتيجة توجه العديد من المنظمات الى عرض خدماتهم على مواقع في الأنترنت، مما دفع العديد من الباحثين الى إيجاد أدوات قياس تتماشى مع هذا التطور.

#### أولاً: الجودة على الخط (Webqual).

عرفه Barnes بأنه الاستبيان على الخط (الاستبيان الالكتروني) الذي يقدم للعملاء لتقييم جودة المواقع على شبكة الأنترنت وفقاً لتطوراتها، الاستبيان ينجز من قبل العملاء ليجيب على التساؤلاتفي الاستبيان وتقييم العملاء النوعي يحول الى مقاييس كمية تعتبر مفيدة لإدارة عملية صنع القرار.

<sup>1</sup> رعد حسن الصرف، مرجع سابق ذكره، ص201.

## الفصل الثاني: جودة الخدمات المصرفية

(Webqual) يسمح بإجراء مقارنات بين بيئة التجارة الإلكترونية في نفس الميدان ومع مرور الوقت، وقد تم تطبيقه في العديد من المجالات منها مواقع الجامعة على الشبكة، مواقع البيع بالمزاد العلني، موقع بيع الكتب على الشبكة، كما أنها تعتبر تتابع جزئي لتقييم جودة المعلومة، وانتشارها في بيئة التجارة الإلكترونية ان وسلب Webqual أصبحت سلوك متكرر تنجز وتعديل حسب كل ميدان في التجارة الإلكترونية.

### أولاً: E. Servqual

عرفه (parasurman and al) بأنه نموذج مفاهيمي لجودة الخدمة في محيط الجدار الإلكتروني (tailling en vironnennent) وهي قائمة على هيكل جودة الخدمات التقليدية خارج الخط المسماة (Servqual) وهي مشتقة من البحوث الاستكشافية حول مجموعات التعديل ومرحلتين من مجموعة المعلومة التجريبية التحليلية، هذا ينتج سبعة خصائص لجودة الخدمة، الكفاءة، الاعتمادية، الإنجاز السرية، الاستجابة، التعويض، الاتصال المباشر كل هذه الخصائص تمثل مقاييس، الاتصال المباشر كل هذه الخصائص تمثل مقاييس يستعملها العملاء لتقييم الخدمات على الخط على سبيل المثال: خاصية الاستجابة تقيس قدرة الإجابة على أسئلة العملاء، الأداء السريع تحديث نظام القوانين، ويمكن استعمال (E. Servaqual) كهيكول لمديري التسويق لتقييم جودة الخدمات في محيط الجدار الإلكتروني.

### ثانياً: E. Sequal

عام (Pawsonetal 2003) بأنه هيكل لجودة الخدمة التي تعتبر أساس تجربة وإدماج علاقات العملاء الإلكترونية (E.CRM) واستراتيجيات HCI للتصميم الفعال وتطوير محيط الجدار الإلكتروني (E.Tailingenvironoments) E.sequal يمكن أن يوفر توجيهات وارشادات للتجارة الإلكترونية فيما يتعلق بتكامل الواجهة وانهاء الإجراءات التجارية (back-and) وعبر مختلف نقاط إلتماسا للعملاء مثل: الهاتف، الفاكس، البريد الإلكتروني... ويمكن تطبيقه كوسيلة تقييمية لتوجيه مصممي web ومختصي التسويق لطريقة استخدام تتماشى مع الشروط الأساسية لإدماج توقعات العملاء لتحقيق جودة الخدمة، وقابلية الاستعمال في تصميم محيط الجدار الإلكتروني.

## الفصل الثاني: جودة الخدمات المصرفية

### ثالثاً : E.S.Gual

عرفها كل من (parasurman, zethaml, malhotra, valarie, arvind): على أنها مشتقة لقياس جودة الخدمة المقدمة على الخط، ومن المعلومات التجريبية المجمعة، اكتسبت وضعيتين مختلفتين وضرورتين لقياس جودة الخدمة الالكترونية الوضعية الأولى (E.squal) تضم أربعة أبعاد لها 232 صفة وهي: الكفاءة، الوفاء، توفر النظام والخصوصية والوضعية الثانية (E.Recs.qual) هي تكون مع العملاء الذين ليس لهم روتيني مع الموقع وتضم ثلاثة أبعاد لهم 11 صفة وهي: الاستجابة، التعويض، الاتصال<sup>1</sup>.

---

<sup>1</sup>فضيلة شريف، أثر التسوق الإلكتروني على جودة الخدمات المصرفية، دراسة حالة بعض البنوك في الجزائر، مذكرة مكملة لنيل شهادة ماجستير في التسويق، قسم العلوم التجارية، كلية الاقتصادية علوم التسيير، جامعة منتوري، قسنطينة، الجزائر، 2005-2010، ص54-

## الفصل الثاني: جودة الخدمات المصرفية

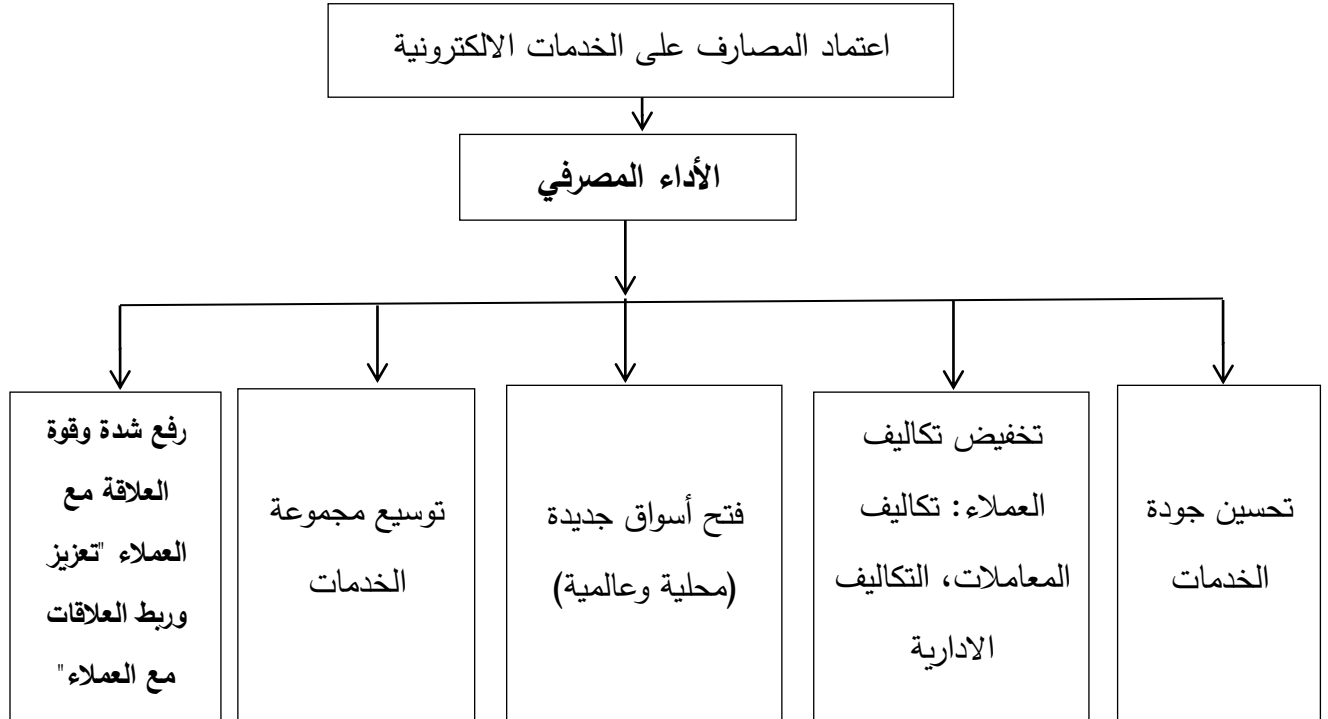
### المبحث الثالث: تأثير خدمات البنوك الإلكترونية على جودة الخدمات المصرفية.

تعمل الخدمات الإلكترونية على تطوير الخدمات المصرفية والتحسين من جودتها فلعبت دورا كبيرا في ذلك ولها أثر فعال على الأداء المصرفي وتقوية علاقة البنك مع العملاء، وعليه سيتم التعرض إلى ذلك من خلال المطالب الآتية:

#### المطلب الأول: أثر الخدمات الإلكترونية على الأداء المصرفي.

إن الخدمات المصرفية الإلكترونية متوفرة لدى إدارة المعاملات المصرفية لمدة 86/86 ساعة، و 2/2 أيام وبأي وسيلة فعالة لنظام المعلومات كي يجري كل نوع من المعاملات المالية وفقا للمستويات المختلفة بتطبيق تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، وهناك خمسة أبعاد للأداء المصرفي التي تعتمد المعاملات الإلكترونية يوضحها الشكل التالي :

#### الشكل رقم(05): أبعاد الأداء المصرفي.



المصدر: العطرة دغوش، استخدام شبكة الانترنت كأداة لتقديم الخدمات البنكية وأثرها على أداء البنكي - حالة البنوك الجزائرية - أطروحة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، تخصص نقود ومالية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2016-2017، ص170.

## الفصل الثاني: جودة الخدمات المصرفية

من خلال الشكل السابق يتضح لنا أن اعتماد البنوك على الخدمات الالكترونية ينعكس على الأداء المصرفي في النقاط التالية:

1. تحسين جودة الخدمات وتوسيع مجموعة عروضه: ويتم ذلك من خلال تجديد استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال، وتلجا البنوك للاعتماد على قنوات التوزيع الالكتروني لزيادة ولاء (الرضا) العملاء من الخدمات المتطورة والدائمة التي تسمح بها مختلف المعدات وأنظمة المعلومات، وليريح الوقت، إمكانية التفاوض، المرونة، تسهيل عملية الحصول على هذه الخدمات، التفاعل في الوقت الحقيقي، الإستجابة السريعة، تبادل المعلومات الموثوقة والأمانة، وغير ذلك، فالعميل ينظر إلى هذه الخدمات الالكترونية المقدمة عبر شبكة الأنترنت على أمنها وزيادة في حرية الخدمات، والخدمات الإستثمارية عن بعد.
2. فتح أسواق جديدة: إن درجة اعتماد المعاملات المصرفية عبر الأنترنت له أثر إيجابي على فتح أسواق جديدة للمصارف لأن المصرف الذي يعتمد على قنوات التوزيع الالكتروني والإتصالات سيكون قادرا على كسر الحواجز المكانية والزمانية والوصول إلى أسواق جديدة عبر جغرافيا أوسع لإستهداف شرائح جديدة في الأسواق المحلية والأجنبية.
3. توسيع نطاق الخدمات: تتيح الخدمات الالكترونية فرصا جديدة للبنوك لتوسيع نطاق المنتجات والخدمات المقدمة للعملاء لتلبية متطلباتهم واحتياجاتهم مما يسمح للبنوك التميز أكثر عن المنافسين من البنوك الأخرى.
4. تعزيز العلاقة مع الزبائن: يسمح للمؤسسات المالية التي تعتمد على الخدمات الالكترونية تعزيز علاقتها مع عملائها المحتملين وزيادة رضا العاملين الحاليين من خلال استخدام قنوات الإتصال المتعددة والمتكاملة والمتاحة في جميع الأوقات، هذه العلاقة تميل إلى أن تصبح أكثر تخصيصا، في تخصيص العلاقة يمكن أن تكون أفضل ميزة تتجاوز لتلبية الاحتياجات المحددة لكل عميل في البنك<sup>1</sup>.

<sup>1</sup>العطرة دغنوش، مرجع سبق ذكره، ص ص 170-171.



## الفصل الثاني: جودة الخدمات المصرفية

5. **إنخفاض التكاليف:** إن أداء المؤسسات المصرفية لأعمالها ونشاطاتها من خلال الخدمات الإلكترونية أدى إلى تخفيض التكاليف لعدم الحاجة إلى البنى التحتية للاستثمار، والحد من العوائق اللوجستية، مما ساوى ما بين المؤسسات المصرفية الكبيرة والصغيرة في أن تقدم كل منها ما لديها عبر شبكة الأنترنت أو الوسائل التكنولوجية الأخرى<sup>1</sup>.

**المطلب الثاني: أثر الخدمات الإلكترونية على أداء ونوعية الخدمات المصرفية.**

تعمل تكنولوجيا المعلومات والاتصال على تحسين إنتاجية الخدمة وعرضها.

**أولاً: أثر الخدمات المصرفية الإلكترونية في تحسين إنتاجية الخدمات المصرفية.**

تلجأ المصارف لتطوير إنتاجيتها إلى التوجه نحو إدخال الخدمات الإلكترونية والإكثار من الاعتماد على الأنظمة، فمدخل الأنظمة يحاول تحديد عناصر التشغيل الأساسية المطلوب عملها واختيار الطرق البديلة للقيام بأدائها والتوصية بالطرق البديلة وتحسين التنسيق داخل النظام ككل، يمكن تطبيق هذا المدخل من خلال ثلاثة طرق: من خلال تكنولوجيا الأجهزة والمعدات أو تكنولوجيا البرامج أو كلاهما.

1. **تكنولوجيا الأجهزة:** تعني إحلال الآلات والوسائل محل العنصر البشري.

2. **تكنولوجيا البرامج:** تعني إحلال أنظمة البرامج المعدة محل عمليات الخدمات التقليدية، هذه الأنظمة قد تشمل على بعض التكنولوجيا لكن خصائصها الأساسية هو بالنظام ذاته الذي يصمم للحصول على أفضل النتائج.

3. **خليط من النوعين السابقين:** حيث يتم إدخال برامج مخصصة على الأجهزة لزيادة الفعالية والسرعة في عملية إنتاج الخدمة.

وبالتالي هذا المدخل له تأثير كبير على إنتاجية الخدمات وينعكس التأثير على الخصائص التالية:

---

<sup>1</sup>رمزي طلال حسن الردايدة، أثر جودة الخدمة المصرفية الإلكترونية في تقوية العلاقة بين المصرف والزبائن، دراسة مقارنة على عينة من زبائن المصارف الأردنية والمصارف الأجنبية في مدينة عمان، رسالة استكمال متطلبات الحصول على درجة الماجستير في الأعمال الإلكترونية، قسم الأعمال الإلكترونية، كلية الأعمال، جامعة الشرق الأوسط، 2011، ص 8.

## الفصل الثاني: جودة الخدمات المصرفية

- زيادة تنميط الأداء والإنتاج الكبير؛

- تقسيم الوظائف يكون الاهتمام فيه منصبا حول كيف يمكن لطرق التحسين من أجل أن تجعل أداء الوظيفة مختلفا وأكثر فعالية؟ وكيف يمكن للوظائف والمهام أن تتغير؛

- التخصيص في الجهود والأسواق لجعل العامل أكثر إنتاجية؛

هذه الخصائص هي موضع اهتمام بعض الخدمات التي يمكن تنميطها وذات تقدير من قبل الزبائن، إلا أن إحدى المشاكل هي أن القدرة على تنميط مدى كبير من الخدمات أمر محدد يكون صعبا في بعض الأحيان، وقد يكون السبب هو أن الزبون قد يطلب اهتماما وعناية شخصية أو قد يرجع إلى طبيعة المهمة نفسها والتي قد تكون في شكل خدمات مهنية كالخدمات القانونية.

- إن الزيادة في البراعة في أداء بعض الخدمات من الممكن فعله من خلال تحسين الجوهر المادي للخدمة، وهذا قد يكون بديلا للجمالية أو كطريق لتقوية الطبيعة الشخصية وجوهر الخدمة<sup>1</sup>.

- كما أن أثر الخدمات الإلكترونية على تحسين الخدمات الحالية وتطوير الخدمات الجديدة في السنوات الأخيرة في حقول متنوعة كمناداة المواد والنقل وأنظمة المراقبة الإلكترونية في العمل والبنك الإلكتروني والمكتبات... الخ، أصبحت الدافع الرئيسي للمؤسسات الخدمية للبحث في تطبيقات هذه التكنولوجيا وذلك لتحسين إنتاجياتها وتخفيض تكاليفها.

### ثانيا: أثر الخدمات المصرفية الإلكترونية في تحسين عرض الخدمات المصرفية

يتضمن عرض الخدمة مجموعة من الخدمات والتي يطلق عليها بحزمة الخدمة وتشمل هذه الحزمة قسمين هما<sup>2</sup>: الخدمة الجوهر (core) والخدمات التكميلية الداعمة للجوهر supplementary Service وقد قسم الباحثون في تسويق الخدمات التكميلية الداعمة للخدمة الجوهر إلى ثمانية مجموعات رئيسية هي:

✓ المعلومات؛

<sup>1</sup>هاني حامد الضمور، تسويق الخدمات، الطبعة 4، دار وائل للنشر، عمان، 2008، ص ص 541-543

<sup>2</sup>بشير علاق، تطبيقات تكنولوجيا المعلومات، مؤسسة الواروق، عمان، 2002، ص ص 171-178.

## الفصل الثاني: جودة الخدمات المصرفية

✓ استلام الطلبات؛

✓ حماية ممتلكات الزبون؛

✓ إصدار الفواتير؛

✓ الضيافة؛

✓ الاستثناءات؛

✓ الدفع؛

✓ الإستشارة.

وقد تم تشكيل هذه الخدمات التكميلية على شكل زهرة جوهره تحيط بها ثمان أوراق، ولهذا يطلق عليها: زهرة الخدمة " flower of service " ففي المؤسسات الخدمية الفعالة تكون الزهرة منفتحة وأوراقها نضرة أما في المؤسسات الخدمية الضعيفة فإن الزهرة تكون ذابلة، وأوراقها كذلك سرعان ما تتساقط بفعل نسمة هواء بسيط.

وفي عصر الانترنت صارت معظم أوراق الزهرة معتمدة على المعلومات وعليه أصبح بالإمكان تقديمها الكترونياً من خلال وسائل متعددة مثل: الهاتف، الفاكس، والشيكات الإلكترونية أو الانترنت.

الطرق المختلفة لاستخدام الموقع الشبكي لتقديم أو تعزيز الخدمة لكل ورقة من أوراق زهرة الخدمة.

**1. المعلومات والإستشارة:** لكي يحصل المستفيد على القيمة فإنه يحتاج إلى معلومات عن هذه الخدمة، كما

أن مزودي الخدمة هم أحوج للمعلومات عن الخدمات التي يرغبون بتسويقها إلى الزبائن.

وهناك معلومات أساسية يحتاجها الزبون من مزودي الخدمة مثل المعلومات حول استلام الطلبية ومواعيد تنفيذها واليوم أصبح التركيز على استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال في هذا المجال، فالمواقع الشبكية المصممة بشكل بارع هي التي توفر ثورة من المعلومات التي تحتاجها الزبائن حول المؤسسة وخدماتها، فالعديد من المواقع تحتوي على أقسام تحمل عبارة (Frequently Asked Questions) (FAQ) وترجمتها إلى العربية ( الأسئلة التي يتكرر توجيهها باستمرار) بالإضافة إلى الربط بالبريد الإلكتروني للمتابعة الإضافية من قبل ممثل خدمة الزبائن، كما أن بعض المواقع الشبكية توفر تسهيلات المخاطبة (chatting) التي تتيح للزبائن فرصة التحدث إلى بعضهم البعض، ولا تقتصر المعلومات على الزبائن فحسب، بل ينبغي أيضا

## الفصل الثاني: جودة الخدمات المصرفية

توفرها للقائمين على تقديم الخدمة حيث يمكن تحويل هؤلاء إلى خبراء فوريين من خلال منحه فرصة الوصول السهل إلى المعلومات الملائمة المرتبطة بمسؤولياتهم ومهام أعمالهم.

**2. إستلام الطلبات:** فتقديم الطلبات بشكل شخصي أو عبر الهاتف أو البريد أو الفاكس هي أساليب مازالت تستخدم على نطاق واسع، وبلاستفادة من التطورات الحاصلة في تكنولوجيا المعلومات والاتصال، أصبح بالإمكان تقديم الطلبات عبر نظم الهواتف المؤتمنة المرتبطة بالحواسيب والشبكات، وهي إحدى الخبرات المتاحة اليوم، فمؤسسات الطيران تشجع الزبائن على التحقق من جداول السفر والقيام بإجراءات الحجز بأنفسهم كما تتامت استخدامات أساليب تقييم الطلبات عبر الشبكة فيما بين مؤسسات الأعمال نفسها.

**3. الضيافة حماية ممتلكات الزبائن و الإستثناءات:** تساهم عناصر الضيافة و حماية ممتلكات الزبائن، والتي تنطوي على إجراءات ملموسة في بيئات مادية، في المساعدة على جعل زيارات الزبائن أكثر متعة وراحة من خلال معاملاتهم والاهتمام بتلبية حاجاتهم و رغباتهم المتنوعة، أما فئة الإستثناءات فهي تتضمن الطلبات الخاصة وحل المشاكل (problemsolving) مع فالطلبات الخاصة خصوصا تلك التي تنطوي على حاجات طبية وغذائية معينة تعتبر شائعة في الصناعات مثل: الضيافة الفندقية والسياحة، ويمكن تحدي الأسس في هذا المجال السريع من قبل القائمين على تقديم الخدمة أو الإدارة المسؤولة عنهم ويتألف دور تكنولوجيا المعلومات في التخزين مثل: الطلبات وتميرها إلى الإدارات المختصة ذات العلاقة، وتوثيق تنفيذها وتساهم تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تسريع عملية حل المشاكل أيضا. فشركة التأمين المعروفة باسم (USSA) تصور كافة الوثائق إلكترونيا، وتخزينها على ديسكات بصرية، كما أنها تتولى مهمة ترقيم الاتصالات الهاتفية إلكترونيا، وتخزينها مع الوثائق والصور والأدلة ذات علاقة بدعاوي المطالبة بالتعويض وغيرها من أمور التأمين، وبهذا تم تسريع الإجراءات من خلال تقليص الجهد والوقت اللازمين لمعالجة الكثير من مسائل التأمين التي كانت تنطوي عليها عمليات تخزين الوثائق وفق الأساليب الورقية التقليدية<sup>1</sup>.

<sup>1</sup> بشير علاق، مرجع سبق ذكره، ص ص 179-180.

## الفصل الثاني: جودة الخدمات المصرفية

4. **إعداد الفواتير والدفع:** تعتبر الفواتير وكشوفات الحساب من الوثائق المهمة سواء كانت على شكلورقي أو إلكتروني، فال زبائن يرغبون بأن تكون الفواتير وكشوفات الحساب واضحة ومتضمنة معلومات مفيدة ومرتبطة بشكل يوضح بسهولة كيفية حساب مفرداتها للوصول إلى إجمالي المبلغ المطلوب، وغالبا ما تلجأ المؤسسات الرائدة في هذا المجال إلى بحوث التسويق للوقوف على ما يتوقعه الزبائن بصدد الكشوفات والفواتير من حيث هيكلها والتفاصيل المطلوبة فيها لكي تتمكن من استخدام التكنولوجيا الملائمة لتنظيم عملية إعداد وإصدار الفواتير والكشوفات بما يتطابق مع رغبات الزبائن الحقيقية، فقد قرر أحد المصارف العربية طرح ثلاثة أنواع من كشوفات الحساب وترك المجال للزبائن لاختيار أفضلها بغرض فاتورة الحساب على شاشة التلفزيون الداخلي أو عبر الشبك (الموجودة داخل غرف النزلاء، وذلك لتمكنهم بشكل مسبق من الاطلاع عليها، والتحقق منها والمصادقة أو الاعتراض عليها قبل مغادرة الفندق بفترة كافية وفي بعض المطاعم الفرنسية يجلب النزل إلى طاولة الضيافة قارئ بطاقة لاسلكي عندما يحين موعد دفع الفاتورة، حيث يتم إدخال مبلغ فاتورة وتقديمها للتوقيع من قبل الضيف، إن أمكنه كهذه توفر الوقت للزبون ومزود الخدمة معا، بالإضافة إلى تقليصها للعمل الورقي واحتمالات الوقوع في الأخطاء التي غالبا ما تنتج عن نقل يدوي للبيانات<sup>1</sup>.

### المطلب الثالث: أثر الخدمات المصرفية الإلكترونية في تقوية العلاقة مع الزبائن.

بعد أن أصبح العميل سيد السوق أو هو المنتج، فقد توجب على منظمات الأعمال الإلكترونية استخدام التكنولوجيا التي تخلق علاقات اربط مباشرة أو حقيقة مع العملاء<sup>2</sup>.

### أولا: أثر الخدمات الإلكترونية المصرفية في تعزيز العلاقة بين المصرف والعملاء.

إن تطور الخدمات الإلكترونية وتوفرها، أتاح للعملاء خيارات متعددة مما جعل البنوك التي تفشل في انتهازها عدم النجاح في السوق، فعلى البنوك أن تبحث عن وسائل تحرك جديدة تستطيع من خلالها الاستماع

<sup>1</sup> يشير علاق، مرجع سبق ذكره، ص ص 179-180.

<sup>2</sup> فضيلة شريف، مرجع سبق ذكره، ص ص 117.

## الفصل الثاني: جودة الخدمات المصرفية

إلى العميل والتعلم منه بدلا من الأساليب القديمة التي تنتظر إلى العميل من منظور ساكن، لذلك على المصارف أن تفكر في:

- كيفية فتح باب النقاش للعميل، وتقديم كل ما هو مبتكر له؛

- قدرة المصارف على فهم واستيعاب متعمق للكيفية والأسباب التي تجعل تكنولوجيا الاتصالات قادرة على تغيير العلاقة الأساسية القائمة بين البنوك وعملائها؛

- كيفية تغيير تدفق الخدمات والمعلومات في المصارف؛

- كيفية بناء وتعزيز وتفعيل الشبكات في المؤسسة؛

وإذا امتثلت البنوك لهاته النقاط السابقة يتعين عليها إحداث تغييرات وحالات تكيف جوهرية في النماذج التقليدية للخدمة. لتعزيز دور الخدمات الالكترونية في المصارف. ويمكن أن تضيف تكنولوجيا الاتصالات أيضا للعلاقة القائمة بين البنك والعميل قيمة تعزز من خلالها القدرة على الوصول والتي تعرف على أنها قدره الوصول إلى المصارف أو إلى المعلومات التي يحتاجها العميل وفي الوقت الذي يحتاج إليه، كذلك يمكن القول إن قدرة الوصول هي قدرة باتجاهين إلى المصارف. أي المدى الذي يجعل المصارف في وضع أو حالة تمكنها من مساعدة العميل الوصول إلى الشخص أو المعلومات التي يحتاجها وزمن حاجته إليها وبالتالي تضيف البنوك قيمة لعلاقتها مع العميل.

وبنفس الأسلوب فإن تمكين البنوك من الوصول إلى العميل ومعلوماته من خلال التكنولوجيا. من شأنه أن يضيف قيمة للعلاقة بينهما. والواقع أن الأشكال الجديدة للوصول من البنوك للعميل والعكس قد قلبت مفاهيم التسويق التقليدية رأسا على عقب. فالعميل أصبح قادر على اختيار زمان ومكان الاتصال بالبنك.

ومكان وزمان وكيفية التعامل معه. والقناة المستخدمة في التعامل، ويرى كل من (BOWMAN & NARA) (GANDAS2001) أن العميل صار يحدد التكتيكات التسويقية وبذلك أصبح العميل يحقق الآتي<sup>1</sup>:

❖ المبادرة في إرسال إشارة حول اهتمامه بسلعة أو خدمة ما؛

<sup>1</sup>أفضيلة شريف، مرجع سبق ذكره، ص118.

## الفصل الثاني: جودة الخدمات المصرفية

- ❖ المشاركة في نشاطات الخدمة الذاتية والتي تمنحهم القدرة للسيطرة على عملية التبادل متابعة مشترياتهم ووضعهم المادي، حساباتهم والمشاركة في إتمام معاملاتهم التي لا تتطلب تفاعل بشري؛
- ❖ إيجاد حلول ممكنة جديدة أو البحث عنها لأي مشكلة تواجههم والحصول على إجابات لمختلف أسئلتهم؛
- ❖ المشاركة والانخراط في المجتمعات الافتراضية (على الخط) لإيجاد سوق السلع والخدمات أو لتسويق أنفسهم؛
- ❖ توفير الوقت اللازم للشراء والبيع وإعادة الطلبية...إلخ؛
- ❖ الانخراط في أنواع جديدة من الحوار مع البنوك التي توفر معرفة جديدة للعملاء تفيدهم في اتخاذ قراراتهم؛
- ❖ المساهمة في وضع أو تحديد السعر؛

ومن هنا نستنتج أن العميل أصبح سيد الموقف في احتياجاته الخاصة واختيار مزود الخدمة الذي يليه هذه الاحتياجات في المكان والزمان المناسبين له.

أما من جهة البنك أصبح بإمكانه الحصول على معلومات فورية من العميل والتفاعل معه بشكل منفرد وبسريرة تامة. وبالتالي توفر تكنولوجيا الاتصالات قادرة على الوصول إلى العملاء وتحديثهم في الوقت الحقيقي. وتؤدي استخداماتها وتطبيقاتها الفعلية إلى إحداث ثورة حقيقية في ميدان الخدمات الإلكترونية. ومن هنا يتضح ما يلي:

- أن تكوين مفهوم التوجه بالعميل يعتمد أساسا على نجاح وقدرة الخدمات الإلكترونية في خدمة العميل وتحقيق الاستجابة الفورية لحاجاته وخصوصياته بأقل جهد ممكن من قبله وتحقيق أعلى مستويات الرضا؛
- توفر الخدمات الإلكترونية من اتخاذ قرارات وتعاملات صائبة وفي الوقت الحقيقي وخدمات ذات جودة عالية؛

## الفصل الثاني: جودة الخدمات المصرفية

- إن الخدمات الإلكترونية توفر وبشكل كبير الوقت والمال والجهد بالنسبة لكافة الأطراف، وبالأخص العملاء، كما أنها تقدم حلول ترضيهم وتكرس ولاءاتهم للمصرف (خاصة إذا كانت التكنولوجيا المطبقة متطورة وتوفر تأمين أكثر) ؛

-إن استخدام الخدمات الإلكترونية لقواعد البيانات وتفعيلها من خلال عمليات التحديث المتواصلة لتكنولوجيا الاتصالات يضيف عليها قدرا من الدقة والمصداقية والموثوقية أي الجودة<sup>1</sup>.

ثانيا: أثر الخدمات المصرفية الإلكترونية في الوصول إلى العملاء والإحتفاظ بهم.

إنه من الصعب جدًا جذب العملاء والمحافظة عليهم وتحويل رغباتهم إلى خدمات حقيقية، ويكمن الحل في استخدام مجموعة من الأساليب التكنولوجية هدفها الأساسي هو خلق تعاون بين الأنشطة الخدمية والتسويق والعملاء داخل المصرف، وبالتالي جذب العملاء والاحتفاظ بهم حيث تقوم باستخدام الويب لخلق علاقات الفريق بين المصرف والعملاء، حيث عرف Dyche 2001 e-CRM على أنها مزيج بين البرمجيات والأجهزة وتطبيق إدارة الالتزام.

لذلك فإن عملية تنظيم التفاعل بين البنك والعملاء يستدعي وضع برامج مهيأة لتتفق وعملاء البنك ، فالخطوط بين التسويق والإنتاج مثلا تختلف من بنك لآخر، هذا يعني أن كل بنك يحتاج إلى مجموعة من البرمجيات تتفق وسير العمل داخله، ومن فوائد CRM-e هي<sup>2</sup>:

- إنتاج تقارير منتظمة تمكن الإدارة من تتبع الجهود في مجال التوزيع ونتائجها، حيث تمكن مديري الاطلاع على البيانات المتعلقة بالعملاء الفعليين والمحتملين والكيفية التي يستخدمون بها لطرق بيع معينة.

- تساعد (e-CRM) على استعمال الشبكة الالكترونية كالبريد الالكتروني والتقارير الآلية، في دعم المنتجات المقدمة والهواتف المزودة بمتصفح وتشتمل أيضا على نظم قواعد وبيانات ضخمة، لكن يجب أن تدرب الأفراد على استخدام هذا لمتابعة اتصالات العملاء.

<sup>1</sup>فضيلة شريف، مرجع سبق ذكره، ص119.

<sup>2</sup> المرجع نفسه، ص120.



## الفصل الثاني: جودة الخدمات المصرفية

- إن استخدام موقع الويب المدعم بالصوت، وغيره من أنواع الاتصالات الأخرى بالعملاء يؤدي العمل المطلوب بصورة أوتوماتيكية عبر مناطق مختلفة لتنفيذ طلبات العملاء وتقوم بمراقبة مستوى الخدمات للتأكد من تحقيق الجودة، والنظام المثالي يتم من خلال اتخاذ الخطوات المختلفة بواسطة المعلومات المتاحة السابقة مثل: تفضيلات العملاء وحجم عمليات الشراء التي يقوم بها، ثم يتم ربط كل هذا بنظام تخطيط موارد البنك وتطبيقات قواعد البيانات.

من خلال ما سبق نجد أن قدرة البنك على توفير إدارة العلاقات مع العملاء من خلال أدوات الأعمال الالكترونية التي تسمى (e-CRM) تجعل من الصورة المثالية للعملاء تقترب من الواقع بدرجة كبيرة، وتقوم بتتبع كافة أوجه العملاء بصورة أفضل هو الذي جعل مديري التسويق يطورون إدارة علاقات العملاء وذلك باستخدام تقنيات تكنولوجيا الاتصال والمعلومات لأن هذه القنوات نجحت بنفوذها بذكاء للعملاء حيث أن التفاعلات الالكترونية مع العملاء تسمح للبنوك الحصول على كميات ضخمة من المعلومات تساعد على تطوير خدماتهم بجودة عالية<sup>1</sup>.

<sup>1</sup>فضيلة شريف، مرجع سبق ذكره، ص 120.

## الفصل الثاني: جودة الخدمات المصرفية

### خلاصة الفصل الثاني

إن ازدياد حدة المنافسة بين البنوك فرض البقاء تحت مفهوم الأقوى والأفضل وتطلب ذلك من البنوك الإرتقاء بمستويات الأداء وتحسين نوعية الخدمات وذلك من أجل الوصول إلى أعلى درجة من الرضا لدى زبائنها عن طريق إشباع حاجاتهم ورغباتهم وفق ما يتوقعونهم، بل ويحظى هذا التوقع تماشياً مع إستراتيجية تدرك أن رضا الزبون وهدف البنوك هما هدف واحد وبقاء البنوك ونجاحها يعتمد على زبائنها ومورديها.

وتعد الجودة في الخدمات المصرفية من العوامل الرئيسية لزيادة الحصة السوقية والعائد على الإستثمار وتخفيض التكاليف، لذلك أدركت المصارف الدور الداعم الذي تلعبه جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية بوصفها ميزة تنافسية تستطيع من خلالها التركيز عليها كأحد أهم الأهداف التي تسعى لتحقيقها.

# الفصل الثالث:

دراسة حالة البنك

الإلكتروني سكريل

**skrill**

### تمهيد الفصل.

إن البنوك الناجحة التي تمتلك أكبر قدرة تنافسية هي البنوك التي تقدم خدماتها بنوعية وأداء مصرفي متميز معتمد على قاعدة معلوماتية وإطارات مؤهلة مصرفية، وتتمتع بمهارات مميزة للتعامل مع العملاء كما أنها تتميز بقدرة على إستخدام تكنولوجيا بنكية المتطورة، حيث نجد في الآونة الأخيرة أن البنوك الإلكترونية إحتلت مكانة هامة في الإقتصاد العالمي ومن أبرز هذه البنوك بنك سكريل.

حيث سيتم تخصيص هذا الفصل لإبراز مدى مساهمة البنوك الإلكترونية في تحسين الخدمات المصرفية (بنك سكريل نموذجا) وذلك بإجراء دراسة حالة لهذا البنك، حيث تم تقديم البنك أولا مع ذكر أهم حساباته وكيفية إنشائها، أما في المبحث الثاني تم تناول آلية بنك سكريل حيث تطرقنا إلى كيفية الإيداع والسحب في بنك سكريل أولا ثم إلى كيفية تحويل الأموال من بنك سكريل إلى البنوك الأخرى ثانيا أما أخيرا إلى بنك سكريل والعملات الرقمية.

## الفصل الثالث: دراسة حالة البنك الإلكتروني سكريل skril

### المبحث الأول: لمحة عن بنك سكريل Skril.

بنك سكريل Skril أنشئ ليحظى بمكانة هامة ضمن أفضل البنوك الإلكترونية التي تتيح خدمات إرسال وإستقبال الأموال بين الأشخاص والشركات عبر الأنترنت بكل سهولة وأمان مقابل نسبة منخفضة من العمولة، وعليه كان علينا التطرق إلى تعريف هذا البنك وأهم مميزاته إضافة إلى الحسابات الموجودة فيه وكيفية إنشائها.

### المطلب الأول: التعريف بالبنك الإلكتروني سكريل Skril.

من خلال هذا المطلب سيتم التعرف على البنك الإلكتروني سكريل Skril وعلى أهم خصائصه.

#### أولاً: تعريف بنك سكريل skril.

بنك سكريل skril أو بما كان يعرف سابقاً بـ Moneybookers هو شركة بريطانية تأسست سنة 2001 ، كانت بداياته في ألعاب القمار عبر الأنترنت وقد تم تحويل مهامه من موقع ألعاب إلى بنك إلكتروني.

ويعد بنك سكريل من أشهر البنوك الإلكترونية على المستوى العالمي حيث يوجد له فرع بالولايات المتحدة الأمريكية وهو تابع للمجموعة التجارية للطرق المختلفة للدفع الإلكتروني، ويخضع هذا البنك لهيئة الرقابة المالية الشهيرة، ويتمكن العميل عن طريق بنك سكريل من تحويل مجموعة كبيرة من الأموال مهما كان عددها لأي بلد من بلدان العالم المختلفة، ويتم ذلك نظير عمولات منخفضة مقارنة بغيره من البنوك الإلكترونية الأخرى كما أن جميع الرسوم.<sup>1</sup>

#### ثانياً: مميزات بنك سكريل skril

وأما عن مميزات بنك سكريل فتتمثل في مايلي:

- ✓ يدعم كافة شركات الفوركس.
- ✓ عمولة بنك سكريل منخفضة مقارنة بالبنوك الأخرى.
- ✓ يمكنك سحب أموالك من سكريل إلى حسابك البنكي.

<sup>1</sup> الموقع الإلكتروني [www.account.skrill.com](http://www.account.skrill.com)، تم الإطلاع عليه في تاريخ 29 أبريل 2021، على الساعة 23:25،

## الفصل الثالث: دراسة حالة البنك الإلكتروني سكريل skrill

- ✓ سهولة الربط من حيث الإيداع والسحب بين بنك سكريل ونتلر.
- ✓ البنك يدعم 200 دولة حول العالم بالإضافة إلى 40 عملة مختلفة.
- ✓ يمكن شراء البيتكوين عن طريق سكريل من منصات تداول العملة بسهولة.
- ✓ تستطيع سحب رصيدك من البنك إلى بطاقة الفيزا الخاصة بك أو حسابك البنكي.
- ✓ يوفر لك البنك بطاقة ماستر كارد عالمية لتتمكن من سحب أموالك من أي مكان.
- ✓ البنك حائز على العديد من الجوائز العالمية المرموقة بسبب الخدمات التي يقدمها.
- ✓ يوفر البنك منصة يمكن استخدامها في شراء البيتكوين وغيرها من العملات الرقمية بالفيزا.

### المطلب الثاني: أهم الحسابات في بنك سكريل skrill.

يتوفر ببنك سكريل مجموعة مختلفة من الحسابات وتتم جميع هذه الحسابات في نطاق حجم تعاملاتك وأموالك وتشكل هذه الحسابات ما يلي:

✓ الحساب الشخصي وهو الحساب الذي يوجد بجميع البنوك الإلكترونية ويتمكن العميل من خلاله من الدفع والشراء والتعامل أيضًا مع كافة مواقع الدفع الإلكتروني وتحويل الأموال المختلفة، كما يمكن أيضًا من خلال حساب سكريل الشخصي القيام بكافة العمليات السابقة بجانب إرسال واستقبال الأموال، ولكن من الملاحظ أن هناك بعض القيود التي تجرى على الحساب والسبب وراء هذه القيود مجموعة كبيرة من الأسباب المختلفة والتي تتمثل في نوع الحساب وحساب مفعّل أم غير مفعّل وحجم تعاملاتك والوثائق الشخصية بالحساب، وكل ذلك من معايير وضع القيود على التعامل في البنك الإلكتروني بنك سكريل، ومن الجدير ذكره أيضًا أنه يصعب أن يتم فتح أكثر من حساب للشخص الواحد ببنك سكريل، وفي حالة القيام بذلك فسوف يتم غلق جميع الحسابات له.

✓ حساب سكريل التجارية وينقسم هذا الحساب التجاري في بنك سكريل لعدة أنواع مختلفة وهما SkrillSilver، Skrill Gold، SkrillDiamond، وجميع هذه الحسابات السابقة يطلق عليها Skrill VIPs، ويتمكن أصحاب هذه الحسابات من فتح أكثر من حساب ببنك سكريل.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> الموقع الإلكتروني [www.account.skrill.com](http://www.account.skrill.com)، تم الإطلاع عليه في تاريخ 29 أبريل 2021، على الساعة 50: 23.

## الفصل الثالث: دراسة حالة البنك الإلكتروني سكريل skril

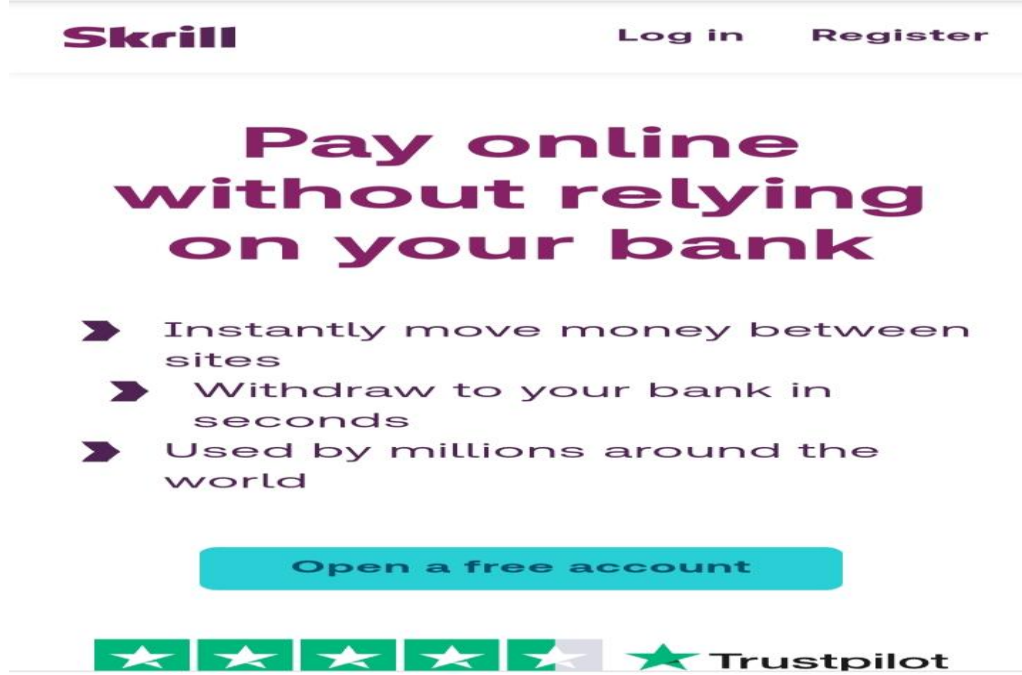
المطلب الثالث: كيفية إنشاء حساب في بنك سكريل skril.

سيتم تناول طريقة إنشاء حساب في بنك سكريل skril والمعلومات اللازمة لذلك.

للتسجيل في بنك skril يتم إتباع الخطوات التالية :

- التسجيل من خلال هذا الرابط [www.account.skrill.com](http://www.account.skrill.com) وذلك بالضغط على فتح حساب جديد .

الشكل رقم (06): التسجيل في بنك سكريل



المصدر: التسجيل في بنك [www.account.skrill.com](http://www.account.skrill.com) 19-05-2021، 30:19.

- ثم بكتابة البريد الإلكتروني الخاص بك يفضل أن يكون فالجيميل gmail ثم كتابة الباسورد؛
- كتابة إسمك الأول ولقبك وتاريخ ميلادك ثم الضغط على next؛
- اختيار البلد وعملة الحساب (لن تستطيع تغيير عملة الحساب بعد ذلك)؛
- كتابة الكود البريدي بشكل صحيح ثم الضغط على next، كما هو مبين في الشكل التالي:

## الفصل الثالث: دراسة حالة البنك الإلكتروني سكريل skrill

### الشكل رقم (07): البيانات للتسجيل في بنك سكريل Skrill

Register

Already have an account? [Log in](#)

First Name

Last Name

Country  
Algeria

Currency  
EUR

Email

Password

[Privacy - Terms](#)

المصدر: التسجيل في بنك [www.account.skrill.com/skrill](http://www.account.skrill.com/skrill)، 2021-04-30، 44: 23.

- ثم سيطلب تأكيد التسجيل بالضغط على **Getstarted** واتباع الخطوات التالية:
  - ✓ كتابة بريدك الصحيح في الخانة الأولى وتأكيده فالخانة الثانية؛
  - ✓ كتابة إسم مدينتك فالخانة الثالثة؛
  - ✓ كتابة الكود المرافق لبريدك فالخانة الرابعة؛
  - ✓ الخانة الخامسة خاصة بتاريخ ميلادك؛
  - ✓ وأخيرا كتابة رقم الهاتف والضغط على **next**، كما هو مبين فالشكل التالي:

### الشكل رقم(08): تأكيد التسجيل في بنك سكريل Skrill

Skrill EUR 0.00

Complete registration

Explore Complete Add money Ready

Enter details

We'll encrypt your data and store it securely in compliance with the law.

Address \*

Address (Optional)

Address (Country)

City \*

Postal Code \*

Date of birth \*

SSN \*

Phone number \*

Back Next

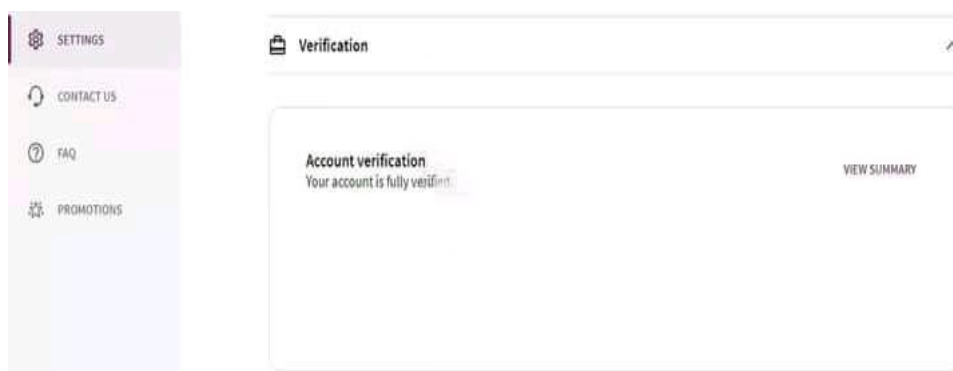
المصدر: التسجيل في بنك [www.account.skrill.com/skrill](http://www.account.skrill.com/skrill)، 2021-04-30، 53: 23.



## الفصل الثالث: دراسة حالة البنك الإلكتروني سكريل skrill

- ثم الضغط على رابط التفعيل المرسل إليك في بريدك؛
- يمكن إضافة ماستر كارد أو فيزا أو حساب مصرفي بالضغط على credits&bankaccounts أو عملية شحن رصيدك من خلال نفس الخانة أو شحن رصيد سكريل عن طريق كاش يو؛
- تكون بهذه الحالة تمتلك حسابا في بنك سكريل وإيداع وسحب الأموال بسهولة وسرعة وأمان.
- بعد انتهاء المراجعة سيظهر أن الحساب أصبح مفعّل بالكامل، كما هو موضح بالشكل التالي :

### الشكل رقم (09): حساب مفعّل في بنك سكريل Skrill



المصدر: التسجيل في بنك [www.account.skrill.com/skrill](http://www.account.skrill.com/skrill)، 2021-05-02، 35: 21

### المبحث الثاني: آلية عمل بنك سكريل skrill

مع تزايد عمليات التجارة الإلكترونية كانت الحاجة إلى آلية تحكم نشاط هذه البنوك بطرق ووسائل حديثة تتماشى مع طبيعة الخدمات المالية عبر قنوات الإتصال الإلكترونية خالية من المخاطر، حيث نجد أن بنك سكريل يقدم مجموعة من الخدمات من بينها كيفية الإيداع والسحب والتحويل وكيفية شراء العملات مشفرة وهو كما موضح في المطالب التالية.

#### المطلب الأول: كيفية الإيداع والسحب في بنك skrill.

يوفر بنك سكريل Skrill عدة طرق للإيداع والسحب في بنك سكريل skrill التي يمكن الإعتماد عليها، ويجب الإنتباه أن هذه الطرق تختلف من دولة إلى أخرى.

#### أولاً: كيفية الإيداع في بنك skrill.

1. أولاً سنقوم بفتح رابط بنك سكريل وتسجيل الدخول للحساب ثم الضغط على deposit؛

## الفصل الثالث: دراسة حالة البنك الإلكتروني سكريل skroll

2. ستظهر الخيارات المتاحة للإيداع في سكريل وهي الإيداع عبر البطاقات الائتمانية سواء فيزا أو ماستر كارد أو الإيداع عبر حساب نيتلر neteller، فمثلا الإيداع عن طريق البطاقة الائتمانية يكون بالضغط على depositnow، كما هو مبين من خلال الشكل أدناه:<sup>1</sup>

الشكل رقم(10): الخيارات المتاحة للإيداع في بنك سكريل Skroll



المصدر: التسجيل في بنك skroll/ [www.account.skroll.com](http://www.account.skroll.com)، 03-05-2021، 50: 23

3. الضغط على addcard، (يرجى الإنتباه أن المبالغ التي يتم إيداعها عبر بطاقة ماستر كارد لا يمكن سحبها إلا بطاقة فيزا أو استخدامها في الدفع وشحن حسابك في أي مواقع)؛

4. سيتم كتابة بيانات البطاقة التي سيتم إستخدامها في شحن سكريل؛

5. بعد ذلك الرجوع إلى قسم deposit وكتابة أرقام cvv وهي الثلاث الأرقام الموجودة خلف البطاقة ثم الضغط next؛

6. كتابة المبلغ المراد إيداعه ثم الضغط على continue؛

7. لتظهر لنا معلومات العملية بالكامل وتشمل المبلغ الذي سيتم إيداعه، بالإضافة إلى عمولة الإيداع سيتم الضغط confirm لتأكيد العملية؛

- في الغالب تستغرق عملية الإيداع من 20 دقيقة إلى 24 ساعة حتى تظهر فالحساب.

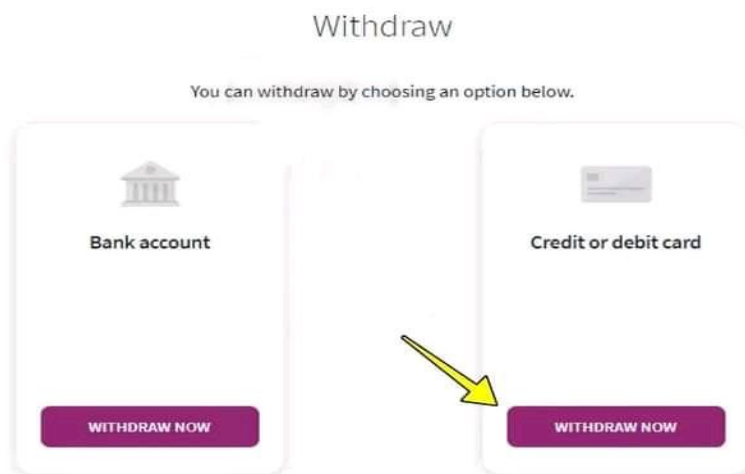
<sup>1</sup> الموقع الإلكتروني [www.account.skroll.com](http://www.account.skroll.com)، تم الإطلاع عليه في تاريخ 03 ماي 2021، على الساعة 55: 23.

## الفصل الثالث: دراسة حالة البنك الإلكتروني سكريل skroll

ثانياً: طريقة السحب من بنك سكريل:

سحب الأموال من سكريل إلى الفيزا

1. الطريقة الأولى التي يمكن الإعتماد عليها في سحب رصيد سكريل هي من خلال بطاقة نوع فيزا visa فقط، لأن بطاقة ماستركارد mastercard لا يمكن استخدامها في السحب، لذا يجب التأكد من أنواع البطاقات البنكية التي تستخدمها في السحب؛
  2. أيضاً يجب أن تدعم البطاقة إستلام التحويلات المالية لأن ليس كل بطاقة فيزا يمكنها استقبال تحويلات، لذلك يجب التأكد من البنك المصدر للبطاقة حسب البلد أو يمكن تجربة السحب لمعرفة إذا كانت البطاقة تقبل السحب، في حالة عدم قبول البطاقة للسحب سيتم رد المبلغ بالكامل إلى الحساب؛
  3. إذا كانت بطاقة الفيزا فعالة يمكن إستخدامها في عملية السحب ويمكن إتباع الخطوات التالية لمعرفة طريقة سحب الرصيد إلى بطاقة الفيزا والرسوم التي سيتم اقتطاعها :
    - 1- تسجيل الدخول إلى حساب سكريل ثم التوجه إلى خيار السحب.<sup>1</sup>
    - 2- إختيار السحب إلى البطاقة، كما هو موضح فالشكل التالي :
- الشكل رقم (11): سحب الأموال من بنك سكريل إلى البطاقة.**



المصدر: التسجيل في بنك skroll [www.account.skroll.com](http://www.account.skroll.com)، 04-05-2021، 09:23

<sup>1</sup> مقتبس من الموقع الإلكتروني [www.account.skroll.com](http://www.account.skroll.com)، تم الإطلاع عليه في تاريخ 04ماي2021، على الساعة 10:23.

## الفصل الثالث: دراسة حالة البنك الإلكتروني سكريل skril

- 3- الضغط على add a visa card لإضافة البطاقة لحسابك؛
- 4- كتابة بيانات البطاقة؛
- 5- الضغط على addcard&continue ؛
- 6- كتابة المبلغ المراد سحبه ثم الضغط على next؛
- 7- ثم الضغط على confirm لتأكيد عملية السحب؛
- 8- كتابة كود pin لتأكيد الحساب؛
- 9- وهكذا تكون عملية سحب الأموال من سكريل إلى الفيزا تمت بنجاح.

المطلب الثاني: تحويل الأموال من بنك سكريل skril إلى البنوك الأخرى.

أولاً: البنوك الإلكترونية التي تدعم التحويل من سكريل:

في حالة كانت بلدك غير مدعومة يمكنك الإعتماد على حساب بنكي إلكتروني في التحويل. سنتعرف سريعاً على الحسابات البنكية الإلكترونية التي يمكن إستخدامها في التحويل من سكريل، والتي يمكنك بسهولة فتح حسابات فيها من أجل تحويل رصيدك من سكريل إليها.

الجدول رقم (02): البنوك التي تدعم بنك سكريل.

التحويل من سكريل إلى بايسيرا	التحويل من سكريل إلى transferwise	التحويل من سكريل إلى بايونير
- يمكن من خلال بنك بايسيرا المميز الحصول على حساب بنكي يمكن من خلاله السحب من سكريل.	- بنك transferwise يعتبر واحد من أهم الخدمات المالية المتوفرة حالياً والتي تمنح المستخدم حرية كبيرة جداً في نقل الأموال بسهولة عبر الأنترنت، وهو أيضاً يوفر للمستخدمين إمكانية إنشاء حسابات بنكية بجنسيات	- الطريقة الأولى هي الإعتماد على خدمة بايونير، لكن يجب الإنتباه أن سكريل لا يدعم التحويل إلى حساب بنكي أمريكي، وبالتالي سنحتاج إلى عمل حساب أوروبي عبر بايونير، سنحتاج أولاً إلى التسجيل في البايونير

## الفصل الثالث: دراسة حالة البنك الإلكتروني سكريل skril

مختلفة منها الحسابات الأوروبية والتي يمكننا الإعتماد عليها في نقل أموالنا من سكريل بسهولة.	وإنشاء حساب إذا لم يكن لديك حساب.
--	-----------------------------------

المصدر: تحويل الأموال من بنك سكريل، [www.account.skrill.com](http://www.account.skrill.com)، تم الإطلاع عليه في تاريخ 04ماي 2021، على

الساعة 10: 23

### ثانيا: خطوات التحويل من سكريل إلى حساب بنكي

بعد التأكد من إمتلاك حساب بنكي يمكن إستخدامه في السحب سواء كان حساب محلي إذا كانت الدولة مدعومة من سكريل، أو حساب بنكي إلكتروني، الخطوات التالية توضح عملية تحويل الأموال من سكريل إلى حساب بنكي:

- ✓ الدخول إلى الحساب البنكي ثم إلى قسم السحب واختيار السحب إلى حساب بنكي، ثم الضغط على إضافة حساب بنكي؛
- ✓ إختيار دولة الحساب سواء كان حساب محلي أو حساب دولي إلكتروني ثم إكمال بيانات الحساب؛
- ✓ بعد إضافة معلومات الحساب القيام بالضغط على إضافة حساب بنكي؛
- ✓ وهكذا تم إضافة حساب بنكي في سكريل بنجاح؛
- ✓ الآن سيتم كتابة المبلغ المراد تحويله، والضغط على confirm لتأكيد عملية السحب، وهكذا تتم عملية السحب من سكريل إلى الحساب البنكي بنجاح.

### ثالثا: رسوم الإيداع والسحب في سكريل.

#### الجدول رقم (03): رسوم بنك سكريل عند عملية الإيداع والسحب

نوع الخدمة	الإستلام على سكريل	الإيداع في حساب سكريل	السحب من سكريل للفيزا	عدم إستخدام الحساب لمدة عام	التحويل من سكريل إلى سكريل	التحويل من سكريل إلى حساب بنكي
قيمة الرسم	مجانا	2,5 % من قيمة الإيداع	7,5 % من قيمة التحويل	5 يورو شهريا.	1,46 % من قيمة التحويل	3,99 % من قيمة التحويل

المصدر: تحويل الأموال من بنك سكريل، [www.account.skrill.com](http://www.account.skrill.com)، تم الإطلاع عليه في تاريخ 06ماي 2021، على الساعة 10: 14.

## الفصل الثالث: دراسة حالة البنك الإلكتروني سكريل skril

### المطلب الثالث: سكريل والعملات الرقمية.

نشط خلال الفترة السابقة الإهتمام بالعملات الرقمية من قبل شركات الدفع عبر الأنترنت، في هذا الشأن فقد أعلنت شركة سكريل عن توسيع نطاق دعمها للعملات الرقمية وإضافة خصائص جديدة.

#### أولاً: أهم الخصائص الجديدة التي يقدمها سكريل skril في مجال العملات الرقمية

شركة skril التي تتخذ بريطانيا مقراً لها، كانت قد بدأت بتقديم الخدمات المتعلقة بالعملات الرقمية منذ عام 2018، مما جعلها سباقة في هذا المجال.

هذا وكان يمكن شراء بيتكوين عن طريق سكريل، وشراء العملات الرقمية مقابل العملات النقدية، ولكن في حال رغبة العملاء إستبدال عملة رقمية إلى عملة رقمية أخرى كان يتوجب عليهم بيعها على شكل عملات نقدية، ومن ثم شراء العملة الرقمية الأخرى التي يريدونها. إلا أنه أعلن مؤخراً عن إتاحة خدمات البيع والشراء عن طريق العملات الرقمية، حيث أتاح لمستخدميه إمكانية إستخدام عملة البيتكوين BTC في عمليات شراء عملات رقمية، مما يجعل المعاملات على المنصة أسرع وأقل تكلفة.

#### ثانياً: العملات الرقمية المدعومة من بنك سكريل

أشارت سكريل إلى أن عدد العملات التي يمكن لعملائه إستخدامها هي 9 عملات رقمية وهي كالتالي:

✓ عملة البيتكوين الرقمية - BTC؛

✓ عملة البيتكوين الكاش الرقمية - BCH؛

✓ عملة EOS الرقمية؛

✓ عملة الريبل الرقمية XRP؛

✓ عملة لات كوين الرقمية LTC؛

✓ عملة إيثريوم كلاسيك ETC ؛

✓ عملة ستيلر الرقمية XLM؛

✓ عملة OX الرقمية ZRX.

كما أشارت الشركة أنها تتوقع إضافة المزيد من العملات الرقمية الأخرى قريباً.

## الفصل الثالث: دراسة حالة البنك الإلكتروني سكريل skril

ثالثاً: كيفية شراء البيتكوين من بنك سكريل Skril .

يمكن شراء العملة الرقمية بيتكوين من خلال عدة منصات أهمها:

الجدول رقم (04): منصات شراء البيتكوين من سكريل.

إسم المنصة	كيفية الشراء منها
<b>Bitpanda</b>	- تعتبر هذه المنصة منصة تبادل من خلال شبكة الويب تسمح لبنك سكريل كوسيلة للدفع، كما أنها تقبل المستثمرين من أوروبا عن طريق الدخول لحسابه الخاص ثم يتجه للشراء. وتقدر الرسوم الخاصة بهذه المنصة %4 وهي الأقل من الرسوم الموجودة في السوق،
<b>Virwox</b>	- من خلالها يمكن شراء second life lindens عن طريق بنك سكريل ثم يقوم المستثمر ببيعها والحصول على عملة البيتكوين مقابل ذلك. تتميز برسومها المرتفعة لذلك تكون الخيار الأخير للمستثمرين.
<b>Localbitcoin</b>	- هذه المنصة عبارة عن سوق من خلال شبكة الويب يستطيع المستثمر الشراء منها كما يمكن إيجاد العديد من البائعين من مختلف بلدان العالم بإستخدام طرق مختلفة للدفع. تتميز برسوم مرتفعة كما يجب أن يكون حذرا في تعامله مع البائعين لكي لا يتم خداعه.
<b>Paxful</b>	- هذه المنصة مشابهة لحد كبير لمنصة Localbitcoin وهي السوق يمكن من خلالها بيع وشراء عملة البيتكوين، لذلك يجب أن يكون إختيار أشخاص موثوقين ذو سمعة جيدة.

## الفصل الثالث: دراسة حالة البنك الإلكتروني سكريل skril

<p>-هي عبارة عن منصة ومحفظة يمكن من خلالها شراء العملات المشفرة، تقدر رسوم الإيداع 3.5% والذي يكون كحد أقصى 5000 يورو،</p>	<p><b>Spactrocoin</b></p>
<p>-وهي عبارة شركة سويسرية تمنح للمستثمرين فرصة الشراء وبيع وتبادل مجموعة من العملات الرقمية، كما أنها لا تقوم بفرض رسوم على المستثمرين ولا على عملية التداول ولا على عملية الإيداع، حيث يجب على المستثمر أن يحمل تطبيق Lykke من أجل القيام بعملية إيداع الأموال</p>	<p><b>Lykke</b></p>

المصدر: من إعداد الطالبتين بناء على معلومات الموقع التالي، [www.cdn.ampproject.org](http://www.cdn.ampproject.org)، تم الإطلاع عليه في تاريخ

20 أبريل 2021، على الساعة 29: 20

### المبحث الثالث: إجراءات وتحليل معطيات الدراسة .

من أجل التعرف على مدى مساهمة الخدمات المصرفية الإلكترونية التي يقدمها بنك سكريل - skril - في تحسين جودة الخدمات المصرفية وتماشيا مع الإطار النظري لمتغيرات الدراسة تم وضع إستبيان إلكتروني لمعرفة إجابات بعض عملاء هذا البنك واستخدام الأدوات الإحصائية المناسبة لتحليل ودراسة خصائص العينة المدروسة.

### المطلب الأول: تحديد نموذج الدراسة والعينة مجتمع الدراسة.

سيتم في هذا المطلب تحديد عينة الدراسة وتحديد نموذج الدراسة.

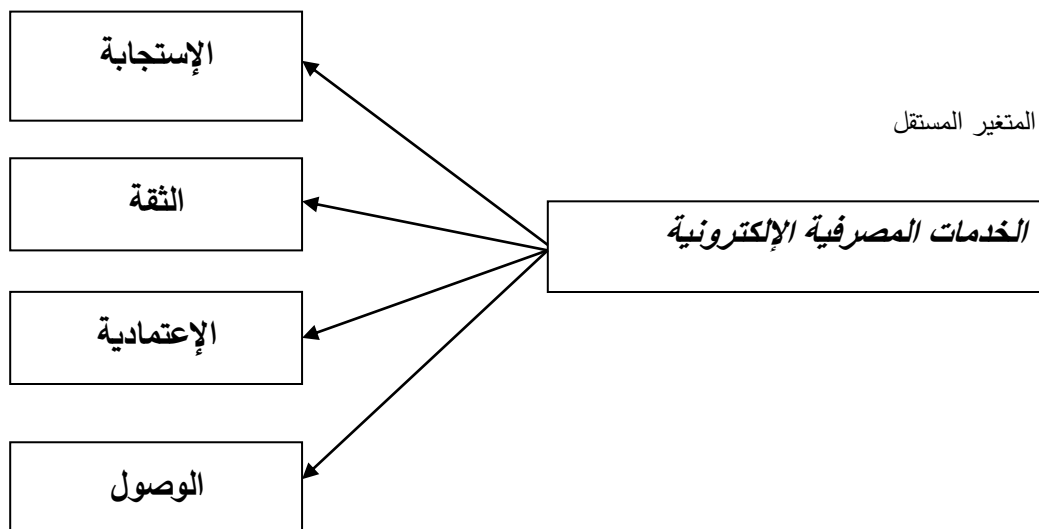
### أولا: تحديد نموذج الدراسة.

تطرقنا أولا إلى تحديد نموذج الدراسة وذلك على النحو التالي:



## الفصل الثالث: دراسة حالة البنك الإلكتروني سكريل skril

الشكل رقم (12): مختلف أبعاد جودة الخدمة المصرفية الإلكترونية. المتغيرات المفسرة للمتغير التابع



المصدر: من إعداد الطالبتين

وسوف يتم من خلال الدراسة معرفة مدى مساهمة الخدمات المصرفية الإلكترونية (متغير مستقل) في تحسين جودة الخدمة المصرفية من خلال كل بعد من أبعادها (متغير تابع)، حيث أن علاقة الربط بين المتغير التابع والمستقل سوف تكون علاقة مباشرة.

### ثانياً: مجتمع وعينة الدراسة.

يتمثل مجتمع الدراسة في عملاء بنك سكريل الذين يستخدمون على الأقل خدمة إلكترونية واحدة، ونظراً لعدم القدرة على الحصر الشامل لعملاء البنك فقد تم إختيار عينة تتكون من 20 عميل فقط.

الجدول رقم (05): نسبة عينة الدراسة.

العينة	الإستمارات الموزعة	النسبة	الإستمارات المسترجعة	النسبة	الإستمارات القابلة للتحليل	النسبة
عدد الإستمارات	20	100%	20	100 %	20	100%

المصدر: من إعداد الطالبتين

## الفصل الثالث: دراسة حالة البنك الإلكتروني سكريل skril

ثالثاً: حدود الدراسة.

تنقسم إلى قسمين:

1- المجال الزمني: يمتد المجال الزمني لهذا البحث بشقيه النظري والتطبيقي من تاريخ 01 ماي 2021

إلى 18 ماي 2021

2- المجال المكاني: اقتصرت هذه الدراسة على عملاء بنك سكريل والذين يستخدمون خدمة إلكترونية

واحدة على الأقل.

المطلب الثاني: مصادر البيانات والأساليب الإحصائية.

من أجل الوصول للأهداف المسطرة إستخدمنا إستبيان كأداة لجمع البيانات كما موضح فيما يلي :

أولاً: مصادر البيانات.

ولجمع البيانات للجوانب التحليلية لموضوع البحث لجأ الطالبان إلى جمع البيانات الأولية من خلال الإستبيان الإلكتروني كأداة رئيسية لجمع البيانات من الزبائن صممت خصيصاً لهذا الغرض.

ثانياً: وصف الإستبيان الإلكتروني.

باعتبار الإستبيان من أكثر الأدوات استعمالاً في جميع البيانات، تم تصميم الإستبيان الإلكتروني (أنظر الملحق رقم 01) يتناسب مع طبيعة الدراسة، والذي قسم إلى محورين كما يلي:

المحور الأول: بيانات أساسية شخصية عن المستجوبين من عملاء البنك (الجنس، السن، المؤهل العلمي، عدد سنوات التعامل مع البنك).

المحور الثاني: الذي يضم محاور الدراسة الثلاثة، حيث يتكون من 12 عبارة مقسمة كما يلي:

❖ الجزء الأول: مساهمة الخدمات المصرفية الإلكترونية في تحسين جودة الخدمة المصرفية من خلال

بعد الإعتمادية، يتكون من ثلاث عبارات.

## الفصل الثالث: دراسة حالة البنك الإلكتروني سكريل skril

❖ **الجزء الثاني:** مساهمة الخدمات المصرفية الإلكترونية في تحسين جودة الخدمة المصرفية من خلال بعد الإستجابة، يتكون من عبارتين.

❖ **الجزء الثالث:** مساهمة الخدمات المصرفية الإلكترونية في تحسين جودة الخدمة المصرفية من خلال بعد الوصول-الموقع، يتكون من ثلاث عبارات.

❖ **الجزء الرابع:** مساهمة الخدمات المصرفية الإلكترونية في تحسين جودة الخدمة المصرفية من خلال الثقة والأمان، يتكون من ثلاث عبارات.

ويمكن توضيح عدد أجزاء هذا الإستبيان والعبارات الملائمة لكل محور في الجدول التالي:

**الجدول رقم (06):** أجزاء الإستبيان.

الرقم	الجزء	العبارات الملائمة للجزء
01	الأسئلة المتعلقة ببعيد الإعتمادية	03
02	الأسئلة المتعلقة ببعيد الإستجابة	02
03	الأسئلة المتعلقة ببعيد الوصول-الموقع	03
04	الاسئلة المتعلقة ببعيد الثقة -الأمان	03

المصدر: من إعداد الطالبتين بناء على الملحق (01)

### ثالثا: الأساليب الإحصائية.

من أجل القيام بالتحليل تم الإعتماد على أدوات التحليل الإحصائي المناسبة والتي تمثلت في:

✓ **التكرارات النسبية:** من خلالها يمكن معرفة تكرارات إجابات عملاء البنك محل الدراسة.

✓ **النسب المئوية:** فمن خلالها يمكن الحصول على الأشكال البيانية.

### المطلب الثالث: معالجة وتحليل بيانات الاستبيان الإلكتروني.

في هذا المطلب سيتم تحليل المعطيات المتحصل عليها من الإستبيان الإلكتروني وتمثيلها بيانيا حتى

نستطيع معرفة مدى مساهمة الخدمات المصرفية الإلكترونية التي يقدمها بنك سكريل skril في تحسين من جودة الخدمات المصرفية.

## الفصل الثالث: دراسة حالة البنك الإلكتروني سكريل skрил

### أولاً: البيانات الشخصية والوظيفية

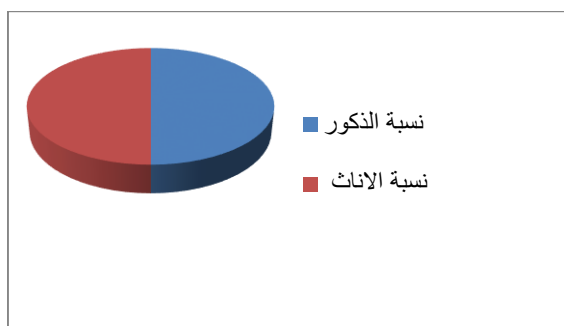
كما سبق لنا وأن ذكرنا في المطلب السابق فإن البيانات الشخصية والوظيفية لأفراد العينة المدروسة تتمثل في خمسة عناصر هي: الجنس، العمر، التأهيل العلمي، عدد سنوات التعامل مع البنك، إذ سنقوم بتحليل كل عنصر على حدى.

#### • الجنس

استنادا للشكل البياني رقم(13) أسفله يمكننا القول أن عينة الدراسة متساوية فئة الذكور بنسبة 50% ونسبة الإناث بنسبة 50%.

الشكل رقم(13): يوضح توزيع أفراد العينة

حسب الجنس



الجدول رقم(07): توزيع أفراد العينة حسب الجنس.

الجنس	التكرار	النسبة %
ذكر	10	50%
أنثى	10	50%
المجموع	20	100%

المصدر: من اعداد الطالبتين بناء على الاستبيان

المصدر: من اعداد الطالبتين بناء على الاستبيان

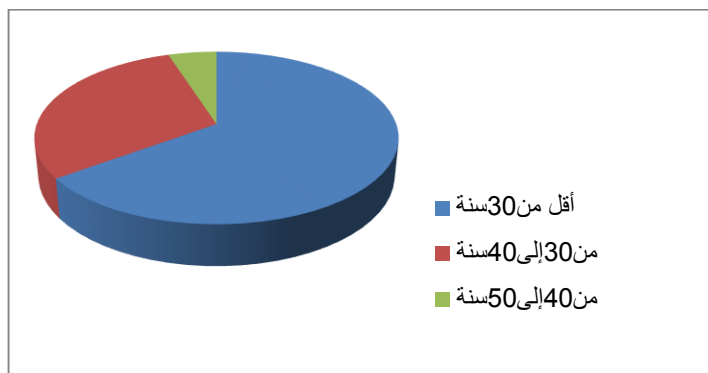
#### • العمر

حسب الشكل رقم (14) أدناه نجد أن الفئة العمرية الأولى (أقل من 30 سنة) تمثل ما نسبته 65%، والفئة الثانية التي تتراوح أعمارهم بين (30الى 40 سنة) تقدر بنسبة 30%، أما الفئة العمرية الثالثة (من 40 الى 50 سنة) تمثل ما نسبته 5% من اجمالي العينة ، وفيما يخص العينة العمرية الرابعة التي تضم العملاء الذين يفوق عمرهم 50 سنة فنسبتهم منعدمة ، يمكننا استنتاج أن الفئة الأولى التي أعمارها أقل من 30سنة أكبر من نصف العينة تليها الفئة الثانية بعدها الفئة الثالثة.

## الفصل الثالث: دراسة حالة البنك الإلكتروني سكريل skrill

الشكل رقم (14): يوضح توزيع أفراد العينة حسب

العمر .



المصدر: من اعداد الطالبتين بناء على الإستبيان

الجدول رقم (08): توزيع أفراد العينة حسب العمر

العمر	التكرار	النسبة %
أقل من 30 سنة	13	65%
من 30 - 40 سنة	06	30%
من 40-50 سنة	01	5%
أكثر من 50 سنة	00	00%
المجموع	20	100%

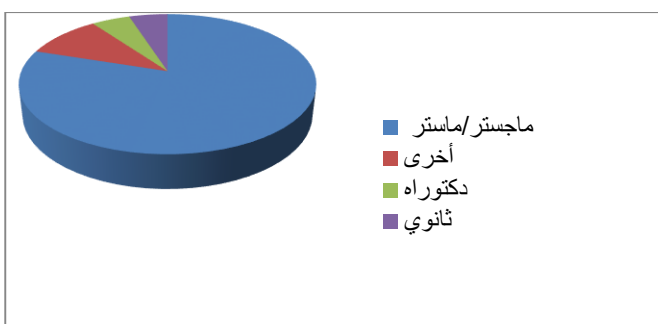
المصدر: من إعداد الطالبتين بناء على الاستبيان

### • المؤهل العلمي

من الشكل رقم (15) رقم أدناه نلاحظ أن أعلى نسبة كانت للعملاء المتحصلين على شهادة (ماستر/ماجستير) بنسبة 80% ، تليها العملاء المتحصلون على شهادات أخرى ما نسبته 10%، كما بلغت نسبة العملاء المتحصلون على درجة الدكتوراه ما يعادل 10% أما العملاء الذي مستواهم ثانوي كانت نسبتهم 5% ويوضح لنا أن البنك سكريل معظم عملائه ذوي مستويات عالية كالمجستير والماستر و هذا الأمر يساعده على تحسين أدائها.

الشكل رقم (15): يوضح توزيع أفراد العينة حسب المؤهل

العلمي



المصدر: من اعداد الطالبتين بناء على الاستبيان

الجدول رقم (09): توزيع أفراد العينة حسب المؤهل

العلمي

المؤهل العلمي	التكرار	النسبة %
الثانوية العامة	01	5%
ليسانس	/	/
ماستر/ماجستير	16	80%
دكتوراه	01	5%
أخرى	02	10%
المجموع	20	100%

المصدر: من اعداد الطالبتين بناء على الاستبيان

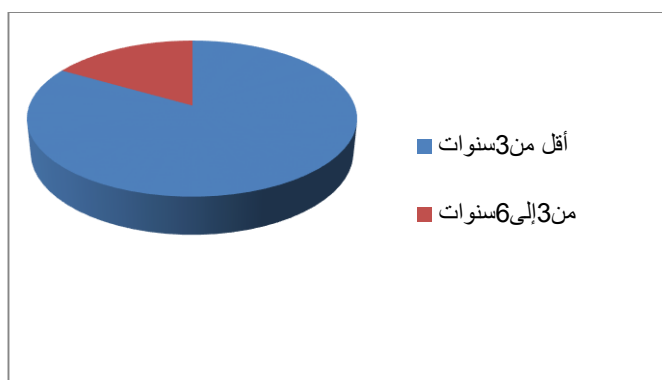
## الفصل الثالث: دراسة حالة البنك الإلكتروني سكريل skrill

### • عدد سنوات التعامل مع البنك

حسب الشكل رقم (16) أدناه تلاحظ أن: أعلى نسبة كانت للعملاء الجدد التي تتراوح مدة تعاملهم مع البنك أقل من 3 سنوات بنسبة 75%، يليها العملاء الذين لديهم خبرة أكثر مع هذا البنك حيث تراوحت مدة تعاملهم معه بين 3 إلى سنوات بنسبة 25%، ومن هذا نستنتج أن بنك سكريل حديث الانتشار.

الشكل رقم (16): يوضح توزيع أفراد العينة

حسب عدد سنوات التعامل مع البنك



المصدر: من اعداد الطالبتين بناء على الاستبيان

الجدول رقم (10): توزيع أفراد العينة حسب

عدد سنوات التعامل مع البنك

عدد السنوات	التكرار	النسبة %
أقل من 3 سنوات	15	75%
من 3 إلى 6 سنوات	05	25%
من 6 إلى 9 سنوات	/	/
أكثر من 9 سنوات	/	/
المجموع	20	100%

المصدر: من إعداد الطالبتين بناء على الاستبيان

ثانيا: مساهمة الخدمات المصرفية الإلكترونية التي يقدمها بنك سكريل skrill في تحسين من جودة الخدمات المصرفية.

حيث في هذا الفرع سوف يتم تحليل اجابات الأسئلة التي وردت في الإستبيان الإلكتروني بخصوص مساهمة الخدمات المصرفية الإلكترونية التي يقدمها بنك سكريل skrill في تحسين من جودة الخدمات المصرفية.

الجزء الأول: مساهمة الخدمات المصرفية الإلكترونية في التحسين جودة الخدمة المصرفية من خلال بعد الاعتمادية.

1. حسب الشكل رقم (17) أدناه نلاحظ أن ما نسبته 70% أي ما يعادل 14 فردا من عينة الدراسة اختاروا إجابة الموافقة على أن الخدمات البنكية الإلكترونية للبنك أكثر ملائمة لاحتياجاتهم، في حين أن

## الفصل الثالث: دراسة حالة البنك الإلكتروني سكريل skril

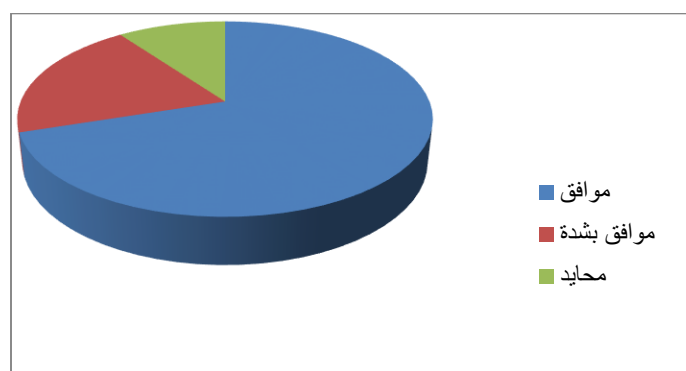
ما نسبته 20% أكدوا على ذلك بشدة ، أما نسبة 10% تمثل اختيار إجابة محايد، مما يدل على أن البنك سكريل يقدم خدمات مصرفية إلكترونية تلئم إحتياجات العملاء.

الجدول رقم (11): الخدمات المصرفية الإلكترونية للبنك أكثر ملائمة لإحتياجات العملاء.

المجموع	موافق بشدة	موافق	محايد	غير وافق	غير موافق بشدة	العبرة الأولى التكرار النسبة
20	04	14	02	/	/	
100%	20%	70%	10%	/	/	

المصدر: من اعداد الطالبان بناء على الاستبيان

الشكل رقم (17): الخدمات المصرفية الإلكترونية للبنك أكثر ملائمة لإحتياجات العملاء.



المصدر: من اعداد الطالبين بناء على الاستبيان

2. حسب الشكل رقم (18) أدناه نلاحظ أن ما نسبته 50% اختاروا إجابة موافق على عبارة يحقق التعامل بالخدمات المصرفية الإلكترونية ميزة تسوية معاملات عملائه نيابة عنهم، أما نسبة 40% تمثل اجابة موافق بشدة، في حين نسبة 10% اختاروا إجابة محايد، مما يدل أن البنك سكريل يوفر لعملائه عناء تسوية معاملاتهم.

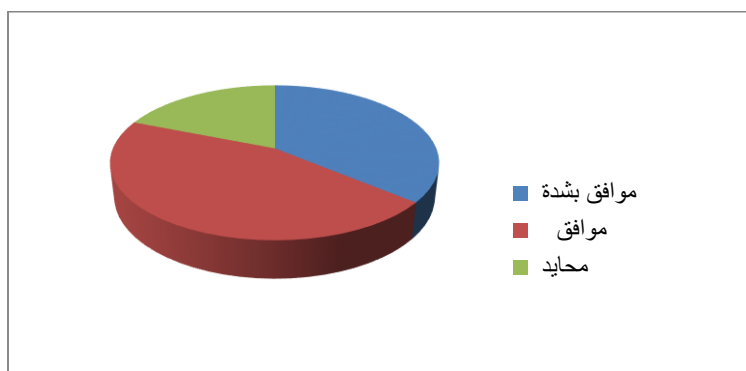
## الفصل الثالث: دراسة حالة البنك الإلكتروني سكريل skril

الجدول رقم (12): يحقق التعامل بالخدمات المصرفية الإلكترونية ميزة تسوية معاملات عملائه نيابة عنهم.

المجموع	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة	العبرة الثانية
20	08	10	02	/	/	التكرار
100%	40%	50%	10%	/	/	النسبة

المصدر: من اعداد الطالبان بناء على الاستبيان

الشكل رقم (18): يوضح أن التعامل بالخدمات المصرفية الإلكترونية يحقق ميزة تسوية معاملات عملائه نيابة عنهم.



المصدر: من إعداد الطالبان بناء على الاستبيان

3. حسب الشكل رقم (19) أدناه نلاحظ أن ما نسبته 55% اختاروا اجابة موافق على عبارة ساهمت الخدمات المصرفية الإلكترونية في تخفيض عمولة الخدمات، أما نسبة 40% تمثل اجابة موافق بشدة ، في حين نسبة 5% اختاروا إجابة محايد ، هذا ما يدل على أن عمولة الخدمات المصرفية الإلكترونية التي يقدمها بنك سكريل skril منخفضة.



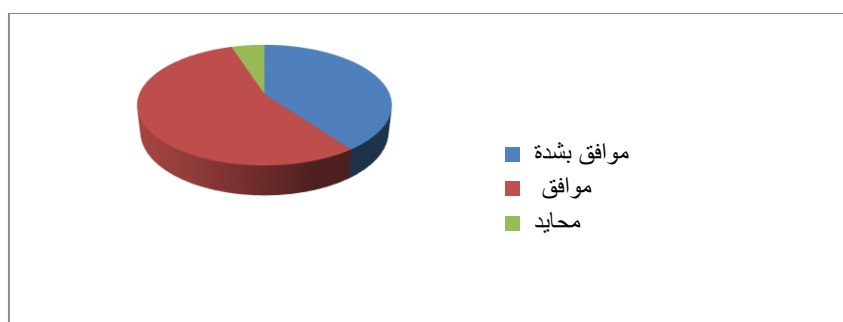
## الفصل الثالث: دراسة حالة البنك الإلكتروني سكريل skrill

الجدول رقم (13): يوضح أن الخدمات المصرفية الإلكترونية ساهمت في تخفيض عمولة الخدمات.

المجموع	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة	العبارة الثالثة
20	08	11	01	/	/	التكرار
100%	40%	55%	5%	/	/	النسبة

المصدر: من اعداد الطالبتين بناء على الاستبيان.

الشكل رقم (19): يوضح أن الخدمات المصرفية الإلكترونية ساهمت في تخفيض عمولة الخدمات.



المصدر: من إعداد الطالبتين بناء على الاستبيان

الجزء الثاني: مساهمة الخدمات المصرفية الإلكترونية في تحسين جودة الخدمة المصرفية من خلال بعد الإستجابة.

1. حسب الشكل رقم (20) أدناه نلاحظ أن ما نسبته 95% اختاروا إجابة موافق بشدة على عبارة أن استخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية سمح للعملاء بالحصول على أي خدمة في أي وقت وأي مكان، أما نسبة 5% تمثل إجابة موافق، مما يؤكد أن الخدمات المصرفية الإلكترونية التي يقدمها بنك سكريل skrill سمحت للعملاء بالحصول على أي خدمة في أي وقت وأي مكان.

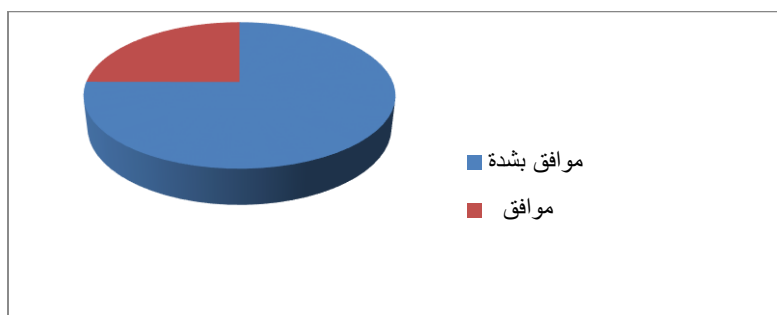
## الفصل الثالث: دراسة حالة البنك الإلكتروني سكريل skril

الجدول رقم (14): إستخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية سمح للعملاء بالحصول على أي خدمة في أي وقت وأي مكان.

المجموع	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة	العبارة الأولى
20	19	01	/	/	/	التكرار
100%	95%	5%	/	/	/	النسبة

المصدر: من اعداد الطالبتين بناء على الاستبيان

الشكل رقم (20): يوضح إستخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية سمح للعملاء بالحصول على أي خدمة في أي وقت وأي مكان.



المصدر: من اعداد الطالبتين بناء على الاستبيان

2. حسب الشكل رقم (21) أدناه نلاحظ أن ما نسبته 100% اختاروا اجابة موافق بشدة على عبارة أن الخدمات المصرفية الإلكترونية حققت للعملاء راحة أكثر في تعاملهم مع البنك، مما يدل على أن الخدمات المصرفية الإلكترونية التي يقدمها بنك سكريل skril أعطت راحة أكثر للعملاء في تعاملهم مع البنك.

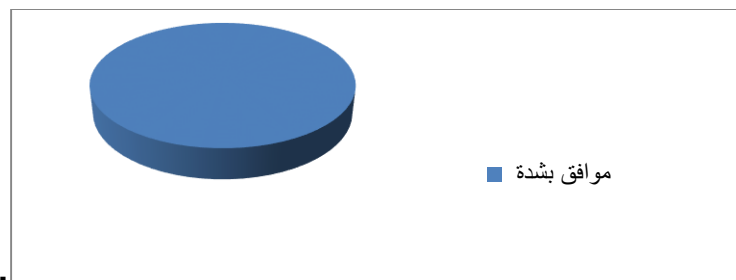
الجدول رقم (15): الخدمات المصرفية الإلكترونية حققت للعملاء راحة أكثر في تعاملهم مع البنك.

المجموع	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة	العبارة الثانية
20	20	/	/	/	/	التكرار
100%	100%	/	/	/	/	النسبة

المصدر: من اعداد الطالبتين بناء على الاستبيان

## الفصل الثالث: دراسة حالة البنك الإلكتروني سكريل skrill

الشكل رقم (21): يوضح أن الخدمات المصرفية الإلكترونية حققت للعملاء راحة أكثر في تعاملهم مع البنك.



المصدر: من اعداد الطالبتين بناء على الاستبيان.

الجزء الثالث: مساهمة الخدمات المصرفية الإلكترونية في تحسين جودة الخدمة المصرفية من خلال بعد الوصول-الموقع.

1. حسب الشكل رقم (22) أدناه نلاحظ أن ما نسبته 80% اختاروا إجابة موافق على عبارة الخدمات المصرفية الإلكترونية المقدمة من البنك ذات تصميم وترتيب صحيح وجذاب، أما نسبة 20% تمثل إجابة موافق بشدة، مما يدل على أن الخدمات المصرفية الإلكترونية التي يقدمها بنك سكريل skrill ذات تصميم وترتيب صحيح وجذاب.

الجدول رقم (16): الخدمات المصرفية الإلكترونية المقدمة من البنك ذات تصميم وترتيب صحيح وجذاب.

العبارة الأولى التكرار النسبة	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة	المجموع
	/	/	/	16	4	20
	/	/	/	80%	20%	100%

المصدر: من اعداد الطالبتين بناء على الاستبيان

## الفصل الثالث: دراسة حالة البنك الإلكتروني سكريل skrill

الشكل رقم (22): يوضح أن الخدمات المصرفية الإلكترونية المقدمة من البنك ذات تصميم وترتيب صحيح وجذاب.



المصدر: من اعداد الطالبتين اعتمادا على الاستبيان.

2. حسب الشكل رقم (23) أدناه نلاحظ أن ما نسبته 50% اختاروا إجابة موافق على عبارة تساهم الخدمات المصرفية الإلكترونية في تعزيز التفاعل والتواصل مع البنك، أما نسبة 45% تمثل اجابة موافق بشدة، في حين نسبة 5% اختاروا إجابة محايد، هذا ما يدل على أن الخدمات المصرفية الإلكترونية التي يقدمها بنك سكريل skrill تساهم في تعزيز التفاعل والتواصل العملاء معه.

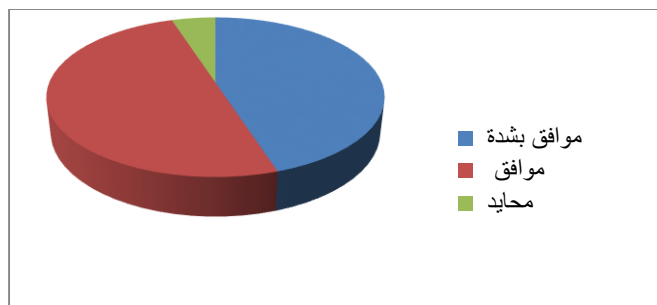
الجدول رقم (17): تساهم الخدمات المصرفية الإلكترونية في تعزيز التفاعل والتواصل مع البنك.

العبرة الثانية	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة	المجموع
التكرار	/	/	01	10	09	20
النسبة	/	/	5%	50%	45%	100%

المصدر: من اعداد الطالبتين بناء على الاستبيان.

## الفصل الثالث: دراسة حالة البنك الإلكتروني سكريل skrill

الشكل رقم (23): يوضح مساهمة الخدمات المصرفية الإلكترونية في تعزيز التفاعل والتواصل مع البنك.



المصدر: من اعداد الطالبان اعتمادا على الاستبيان.

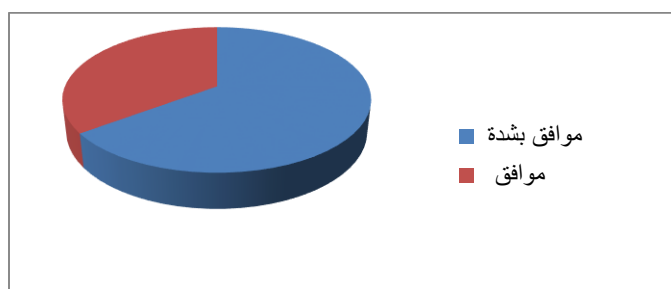
3. حسب الشكل رقم (24) أدناه نلاحظ أن ما نسبته 80% اختاروا إجابة موافق بشدة على عبارة أن التعامل بالخدمات المصرفية الإلكترونية يؤدي إلى التخلي عن عناء الذهاب إلى البنك ، أما نسبة 20% تمثل إجابة موافق ، مما يدل على أن الخدمات الإلكترونية لبنك سكريل skrill تساهم في التقليل من عناء ذهاب العملاء للبنك.

الجدول رقم (18): التعامل بالخدمات المصرفية الإلكترونية يؤدي إلى التخلي عن عناء الذهاب إلى البنك.

المجموع	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة	العبارة الثالثة التكرار
20	16	4	/	/	/	التكرار
100%	80%	20%	/	/	/	النسبة

المصدر: من اعداد الطالبتين بناءا على الاستبيان

الشكل رقم (24): يوضح التعامل بالخدمات المصرفية الإلكترونية يؤدي إلى التخلي عن عناء الذهاب إلى البنك.



المصدر: من اعداد الطالبتين استنادا على الاستبيان.

## الفصل الثالث: دراسة حالة البنك الإلكتروني سكريل skril

الجزء الرابع: مساهمة الخدمات المصرفية الإلكترونية في تحسين جودة الخدمة المصرفية من خلال الثقة والأمان.

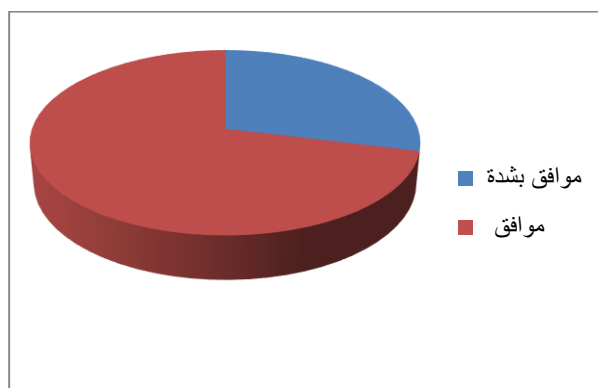
1. حسب الشكل رقم (25) أدناه نلاحظ أن ما نسبته 65% اختاروا إجابة موافق على عبارة أن الخدمات المصرفية الإلكترونية أدت إلى الثقة في المعلومات الخاصة بأي خدمة ( عمولة، مبلغ العملية)، أما نسبة 35% تمثل إجابة موافق بشدة، مما يدل على أن الخدمات المصرفية الإلكترونية التي يقدمها بنك سكريل skril أدت إلى ثقة العملاء بالمعلومات الخاصة بأي خدمة.

الجدول رقم (19) : الخدمات المصرفية الإلكترونية أدت إلى الثقة في المعلومات الخاصة بأي خدمة ( عمولة، مبلغ العملية).

العبارة الأولى	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة	المجموع
التكرار	/	/	/	13	07	20
النسبة	/	/	/	65%	35%	100%

المصدر: من اعداد الطالبتين استنادا على الاستبيان.

الشكل رقم (25): يوضح أن الخدمات المصرفية الإلكترونية أدت إلى الثقة في المعلومات الخاصة بأي خدمة (عمولة، مبلغ العملية).



المصدر : من اعداد الطالبتين استنادا على الاستبيان

2. حسب الشكل رقم (26) أدناه نلاحظ أن ما نسبته 50% اختاروا اجابة موافق على عبارة الخدمات المصرفية الإلكترونية زادت من ثقة العملاء بالبنك، أما نسبة 25% تمثل إجابة محايد ، في حين

## الفصل الثالث: دراسة حالة البنك الإلكتروني سكريل skril

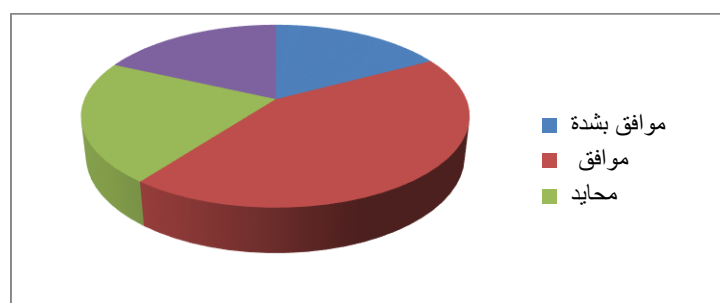
نسبة 20% اختاروا إجابة موافق بشدة ، غير أن ما نسبته 5% اختاروا إجابة عدم الموافقة ، هذا يدل على أن الخدمات المصرفية الإلكترونية التي يقدمها بنك سكريل skril لعملائه زادت من ثقتهم به.

الجدول رقم (20): الخدمات المصرفية الإلكترونية زادت من ثقة العملاء بالبنك.

المجموع	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة	العبارة الثانية
20	04	10	05	01	/	التكرار
100%	20%	50%	25%	5%	/	النسبة

المصدر: من اعداد الطالبتين استادا على الاستبيان

الشكل رقم (26): يوضح الخدمات المصرفية الإلكترونية زادت من ثقة العملاء بالبنك.



المصدر: من اعداد الطالبتين استادا على الاستبيان

3. حسب الشكل رقم (27) أدناه نلاحظ أن ما نسبته 55% اختاروا إجابة موافق على عبارة أن التعامل بالخدمات المصرفية الإلكترونية يؤدي إلى التقليل من مخاطر ضياع وثائق العملاء، أما نسبة 30% تمثل إجابة موافق بشدة، أما نسبة 15% فكانت على إجابة محايد، مما يدل على أن الخدمات الإلكترونية لبنك سكريل skril ساهمت في التقليل من مخاطر ضياع وثائق العملاء.

الجدول رقم (21): الخدمات المصرفية الإلكترونية ساهمت من تقليل مخاطر ضياع وثائق عملاء البنك.

المجموع	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة	العبارة الثالثة
20	06	11	03	/	/	التكرار
100%	30%	55%	15%	/	/	النسبة

المصدر: من اعداد الطالبتين استادا على الاستبيان

## الفصل الثالث: دراسة حالة البنك الإلكتروني سكريل skril

الشكل رقم (27): يوضح أن الخدمات المصرفية الإلكترونية ساهمت من تقليل مخاطر ضياع وثائق عملاء البنك.

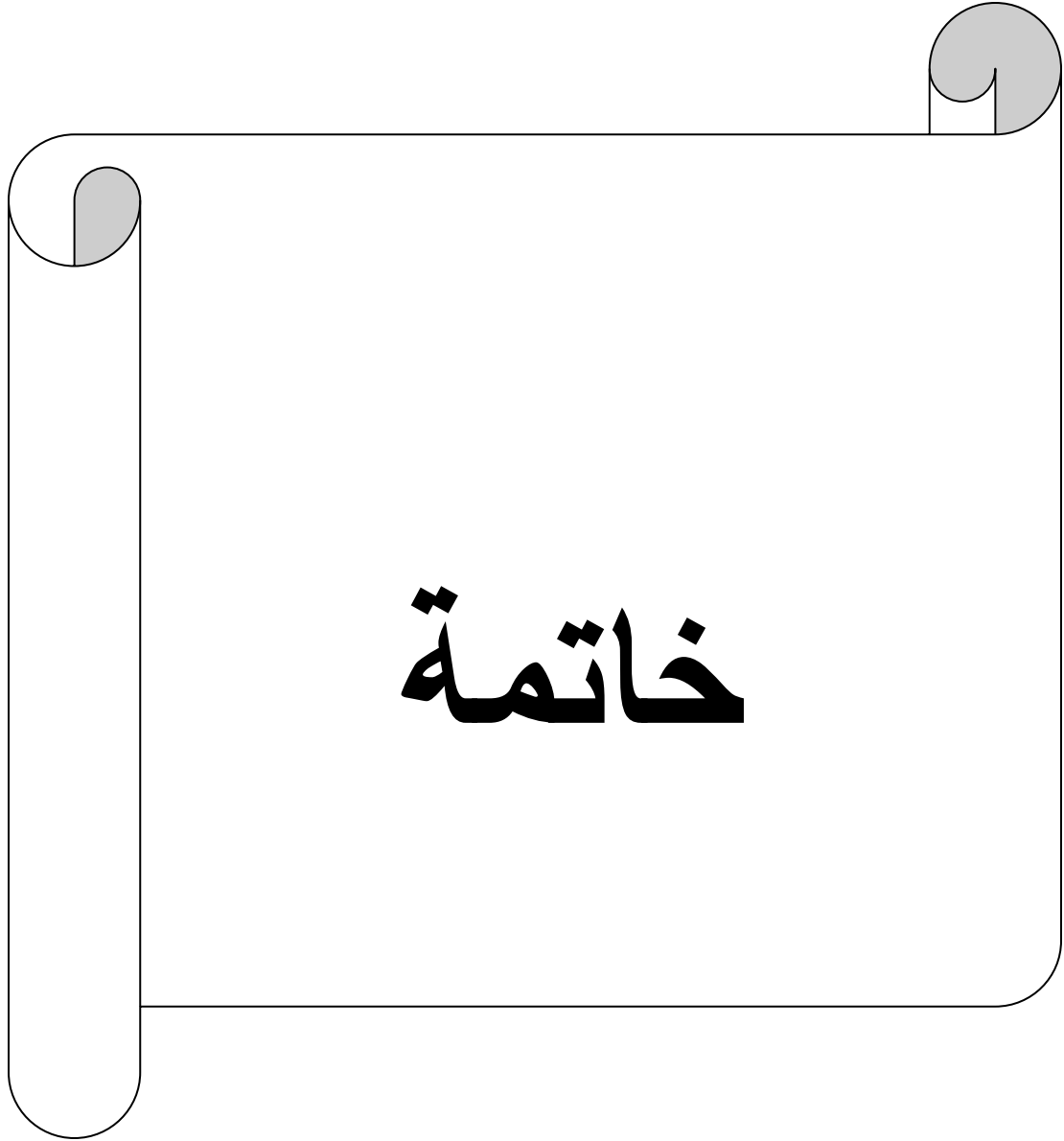


المصدر: من اعداد الطالبتين استنادا على الاستبيان



### خلاصة الفصل:

يعد بنك سكريل من أهم البنوك الإلكترونية التي إستطاعت أن تتيح لمستخدميها الصدق والشفافية عند التعامل مع خدماتها، فمن خلال تحليل النتائج المتحصل عليها من أداة الدراسة والمتمثلة في الإستبيان الإلكتروني الذي كان موجها لعملاء البنك حيث وقفنا على أهمية وفعالية الخدمات المصرفية الإلكترونية في تحسين جودة الخدمات المصرفية وتوصلنا إلى أن الخدمات المصرفية الإلكترونية التي يقدمها بنك سكريل Skril وفرت الكثير من التكاليف وذلك من خلال التكنولوجيات الحديثة التي يستعملها إضافة إلى القنوات والأنظمة التي تستعملها مما أدى إلى زيادة ثقة الزبائن وجذب أكبر عدد ممكن منهم وكسب رضاهم.



خاتمة

أصبح العميل أكثر إماما بالخدمات المصرفية الإلكترونية التي أحدثت تغيير في حجم تطلعاته للخدمات التي يقدمها له البنك، مما أدى إلى اهتمامه المتزايد بالخدمات المصرفية الإلكترونية، فالعميل يرغب بالحصول على الخدمات فالمكان والزمان اللذان يريدهما وعن طريق الوسائل التي يختارها، مما أوجب على البنوك إدماج الخدمات المصرفية الإلكترونية في أعمالها اليومية حيث ساعدها هذا فالاستفادة منها وتطويرها ليس فقط للرفع من جودة الخدمات المصرفية التقليدية، وإنما كمصدر للكثير من الخدمات المصرفية الجديدة ولهذا اتجهت البنوك إلى ابتكار العديد من الخدمات المصرفية الإلكترونية بما يتلائم مع احتياجات وطلبات العملاء من جهة، وتحقيق الربح للبنك من جهة أخرى .

وبناء على مما سبق استهدفت دراسة البحث في مساهمة البنوك الإلكترونية في تحسين جودة الخدمة المصرفية من خلال قسميها النظري والتطبيقي، حيث تم إختيار بنك -skrill- لتجسيد الواقع النظري ميدانيا وقد أثارت الدراسة جملة من التساؤلات وقدمت فرضيات تتعلق بطبيعة العلاقة بين متغيرين وتوصلت إلى عدة نتائج تساهم في حل إشكالية الدراسة والإجابة عن تساؤلاتها وفرضياتها وتقديم اقتراحات.

### 1. اختبار الفرضيات:

- **الفرضية الأولى:** تنص الفرضية الأولى على "تلعب الآليات الحديثة للبنوك الإلكترونية دورا كبيرا في تحسين الخدمات المصرفية."، من خلال الدراسة النظرية تم التأكد من صحة الفرضية.

- **الفرضية الثانية:** تنص الفرضية الثانية على "تطور نشاط البنوك الإلكترونية أدى إلى تطوير الخدمات المصرفية التقليدية والإلكترونية" من خلال الدراسة النظرية تم التأكد من صحة الفرضية.

- **الفرضية الثالثة:** تنص الفرضية الثالثة على "ساهم مستوى جودة وتطور أداء بنك سكريل من خلال عدة أبعاد في تحسين جودة الخدمة المصرفية." من خلال الدراسة التطبيقية تم التأكد من صحة الفرضية.

## خاتمة

### 2. نتائج الدراسة:

1. يرتبط مفهوم جودة الخدمات المصرفية من وجهة نظر العميل بمدى قدرة المنظمة على تقديم خدمة تقابل توقعاته أو تتجاوزها، فتقديم خدمات ذات جودة متميزة يعني تطابق مستوى الجودة الفعلي ويعكس مدى توافر أبعاد جودة الخدمة مع توقعات العملاء لهذه الأبعاد؛
2. تقدم البنوك الإلكترونية فوائد عديدة لعملائها من سرعة وأمان واختصار للوقت والجهد؛
3. إن النقود الإلكترونية تسهل على الأفراد الإستعمال بسبب سهولة تنقلها؛
4. تشمل الصيرفة الإلكترونية خدمات عدة يتطلب تجسيدها وجود بيئة تركز على تكنولوجيا المعلومات وشبكات الاتصال، مع تطوير وسائل الحماية والأمن لضمان سرية جميع العمليات المصرفية؛
5. ظهرت الصيرفة الإلكترونية كمظهر من مظاهر التطور التكنولوجي في مجال الصناعة المصرفية، وهي وسيلة لإتاحة طلبات العملاء؛
6. ساهمت تكنولوجيا البنوك الإلكترونية في إرتفاع جودة الخدمة المصرفية وهو ما تبين من خلال دراستنا لبنك سكريل Skrill.

### 3. توصيات واقتراحات:

- ضرورة متابعة التطورات الحديثة في مجال الصيرفة الإلكترونية، والوصول إلى العملاء عبر أحدث الوسائل الإلكترونية بإعتبار أن لها تأثير مباشر على جودة الخدمات المصرفية؛
- يجب على البنوك إجراء دراسات لمتابعة كل ما هو جديد فيما يتعلق بتطوير الخدمات المصرفية، وإدراج خدمات مصرفية إلكترونية؛
- لا بد إجراء الكثير من الدراسات من أجل الاستفادة من تجارب الدول السابقة سواء كانت متقدمة أو في طريق النمو فيما يخص تحديث وسائل الدفع للإلمام بجميع المشاكل داخل البنوك الإلكترونية وكيفية إيجاد حلول لها.

## خاتمة

---

### 4. آفاق الدراسة:

استنادا لنتائج الدراسة والتوصيات السابقة المقترحة في هذا السياق، تبين أن هنا جوانب اخرى تحتاج

لدراسة وتحليل أعمق وبحوث جديدة مستقبلا منها:


- الخدمات الإلكترونية ومدى تقبلها من طرف الزبون؛

- دور البنوك في تعزيز الخدمات الإلكترونية؛

- دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحقيق الميزة التنافسية للبنوك؛

- دراسة سلوك الزبون في الدول النامية تجاه الخدمات الالكترونية؛

- المنافسة بين البنوك الإلكترونية والبنوك التقليدية.



# قائمة المراجع

## 1. الكتب:

- أبو أحمد أبو العز، "التجارة الإلكترونية وأحكامها فالفقه الإسلامي"، دار النقاش للنشر والتوزيع، الأردن، 2008.
- أحمد سفر، العمل المصرفي الإلكتروني (في البلدان العربية للعلوم)، المؤسسة الحديثة للكتاب، طرابلس، لبنان، 2006.
- أحمد محمد غليم، التسويق والتجارة الإلكترونية، المكتبة العصرية للنشر والتوزيع، المنصورة، مصر، 2008.
- بشير علاق، تطبيقات تكنولوجيا المعلومات، مؤسسة الوارق، عمان، 2002.
- ثامر البكري وأحمد الرحومي، تسويق الخدمات المالية، إثراء للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2008.
- ثناء علي قباني وآخرون، النقود البلاستيكية وأثرها على المعاملات في المراجعة الداخلية في البنوك التجارية، الدار الجامعية، القاهرة، مصر، 2006.
- جلال عايد للشورة، "وسائل الدفع الإلكتروني، الطبعة الأولى، عمان، الأردن، 2009.
- حازم نعيم الحمادي، المسؤولية في العمليات المصرفية الإلكترونية، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2003.
- خالد أمين عبد الله، إدارة العمليات المصرفية، الطبعة الأولى، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2006.
- رأفت رضوان، علم التجارة الإلكترونية، المنظمة العربية للتنمية الإدارية، القاهرة، مصر، 1999.
- رعد حسن الصرف، عولمة جودة الخدمات المصرفية، دار التواصل العربي، دمشق، 2007.
- رعد عبد الله الطائي، عيسى قداة، إدارة الجودة الشاملة، دار البازوري للنشر، عمان، 2008.
- عبد الله خباية، الإقتصاد المصرفي (البنوك الإلكترونية، البنوك التجارية، السياسات النقدية)، مؤسسة شباب الجامعة الإسكندرية، مصر، 2008.
- عبد الله ضباية، الإقتصاد المصرفي، الطبعة الأولى، مؤسسة شباب الجامعة الإسكندرية، مصر، 2008.
- عوض بدر حداد، "تسويق خدمات مصرفية"، دار البيان للنشر، مصر، 1999.
- فاروق السيد حسين، "التجارة الإلكترونية وتأمينها"، ط1، هلا للنشر والتوزيع، الجيزة، مصر، 2001.
- قاسم نايف علوان المحياوي، إدارة الجودة في الخدمات، مفاهيم، عمليات، تطبيقات، دار الشروق، ط1، عمان، 2006.
- محمد أمين الرومي، التعاقد الإلكتروني عبر الأنترنت، الطبعة الأولى، الإسكندرية، مصر، 2004.
- محمد عبد الحسن الطائي، التجارة الإلكترونية المستقبل الواعد للأجيال الصاعدة، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2010.

## قائمة المراجع

- محمد الصرفي، الإدارة الإلكترونية، دار الفكر الجامعي للنشر، ط1، الإسكندرية، مصر، 2006.
  - محمد عبد الحليم، الجوانب التسويقية والمصرفية والمحاسبية لبطاقات الائتمان، ديتريك للنشر والتوزيع، مصر، 1997.
  - محمود محمد أبو فروة، الخدمات البنكية الإلكترونية عبر الأنترنت، دار الثقافة للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان، 2009.
  - محمد نور وصالح لجداية، التجارة الإلكترونية، دار حامد للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان، الأردن، 2009.
  - مدحت صادق، "أدوات وتقنيات مصرفية"، دار الغريب للطباعة والنشر، الطبعة الأولى، القاهرة، مصر، 2001.
  - مصطفى كمال طه ووائل بندق، الأوراق التجارية ووسائل الدفع الإلكترونية الحديثة، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، مصر، 2007.
  - منير محمد الجنيهي ممدوح محمد الجنيهي، البنوك الإلكترونية، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، مصر، 2005.
  - نادر عبد العزيز شافي، "المصارف والنقود الإلكترونية، المؤسسة الحديثة للكتاب، الطبعة الأولى، طرابلس، لبنان، 2007.
  - ناظر محمد نوري الشمري عبد الفتاح زهير عبد اللات، الصيرفة الإلكترونية، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2008.
  - هاني حامد الضمور، تسويق الخدمات، دار وائل للنشر، الطبعة 4، عمان، 2008.
  - وسيم محمد الحداد وآخرون، الخدمات المصرفية الإلكترونية، دار المسيرة للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان، الأردن، 2012.
- 2. المذكرات والرسائل:**
- العطرة دغوش، استخدام شبكة الانترنت كأداة لتقديم الخدمات البنكية وأثرها على أداء البنكي – حالة البنوك الجزائرية – أطروحة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، تخصص نقود ومالية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2016-2017.
  - أمينة رباعي، "التجارة الإلكترونية وأفاق تطورها في البلدان العربية"، مذكرة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، 2004-2005.
  - حلى مدى، "قياس جودة الخدمة المصرفية، دراسة حالة بنك البركة الجزائري"، رسالة لنيل شهادة الماجستير في العلوم التجارية، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة منتوري، قسنطينة، الجزائر، 2006-2007.
  - رمزي طلال حسن الردايدة، أثر جودة الخدمة المصرفية الإلكترونية في تقوية العلاقة بين المصرف والزبائن، دراسة مقارنة على عينة من زبائن المصارف الأردنية والمصارف الأجنبية في مدينة عمان، رسالة استكمال متطلبات الحصول على درجة الماجستير في الأعمال الإلكترونية، قسم الأعمال الإلكترونية، كلية الأعمال، جامعة الشرق الأوسط، 2011.



## قائمة المراجع

- زهير زواتي، دور نظام الدفع الإلكتروني في تحسين المعاملات المصرفية-دراسة حالة الجزائر، مذكرة ماجستير في العلوم الاقتصادية، جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي، 2010/2011.
- سماح ميهوب، "أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصالات على الأداء التجاري والمالي للمصارف الفرنسية"، رسالة دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، قسنطينة، الجزائر، 2014.
- عادل رحال، تحديث الخدمة المصرفية لمواجهة اختلالات المنظومة المصرفية في ظل التوجه نحو اقتصاد السوق في الجزائر، رسالة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير، تخصص اقتصاد تنمية، جامعة لحاج لخضر، باتنة، 2013.
- عمار لوصيف، استراتيجية نظام المدفوعات للقرن الحادي والعشرين مع الإشارة للتجربة الجزائرية، مذكرة ماجستير للعلوم الاقتصادية، الطبعة الأولى، جامعة المنتوري، قسنطينة، 2009.
- فاطمة سلماني، جودة الخدمات المصرفية وأثرها على تحقيق ارضا الزبون، مذكرة مقدمة ضمن شهادة الماجستير، تخصص استراتيجية التسويق، المسيلة، 2013-2014.
- فرحات طولة، أثار التجارة الإلكترونية على تحسين نوعية الخدمة المصرفية-دراسة حالة البنك الإلكتروني-، رسالة ماجستير في إدارة الأعمال، جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2007.
- فضيلة شريف، أثر التسوق الإلكتروني على جودة الخدمات المصرفية، دراسة حالة بعض البنوك في الجزائر، مذكرة مكملة لنيل شهادة ماجستير في التسويق، قسم العلوم التجارية، كلية الاقتصادية علوم التسيير، جامعة منتوري، قسنطينة، الجزائر، 2005-2010.
- مصطفى جعران، النظام المصرفي الجزائري (إشكالية الاندماج في النظام المصرفي العالمي)، مذكرة ماجستير كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة تبسة، الجزائر، 2004-2005.

### 3. المواقع الإلكترونية:

- جاسم السنوسي، المصارف الإلكترونية، <http://www.Bank.OF.cd.com>
- أحمد عبد البديع نصر، البنوك الإلكترونية، <http://www.alaqbas.com>
- أحمد الكردي مقال "تسويق مصرفي"، <http://www.kenaneoline.com/users>
- عز الدين كامل أمين مصطفى، "الصيرفة الإلكترونية"، [www.bank.org/arabic/period](http://www.bank.org/arabic/period)
- <http://www.account.skrill.com>
- <http://www.cdn.ampproject.org>

## قائمة المراجع

---

### 4. الملتقيات:

- أحمد طارطار، سارة حليمي، "جودة الخدمة المصرفية كآلية لتفعيل الميزة التنافسية للبنك، مداخلة مقدمة الى الملتقى دولي "إدارة الجودة الشاملة في قطاع خدمات"، جامعة منتوري، قسنطينة، الجزائر، 2010.
- حكيم بتاولة، وسائل الدفع الإلكتروني، الملتقى العملي الرابع حول عصرنة نظام الدفع في البنوك الجزائرية وإشكالية إعتماذ التجارة الإلكترونية في الجزائر (عرض تجارب دولية)، المركز الجامعي، خميس مليانة، عين الدفلى، 25/26/27 أبريل 2011.

### 5. المقالات:

- عبد القادر بريش: جودة الخدمات كمدخل لزيادة القدرة التنافسية للبنوك، مجلة اقتصاديات شمال إفريقيا، العدد الثالث، صدرت من جامعة الشلف.



الملاحق

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة الشيخ العربي التبسي - تبسة -

كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

قسم: العلوم الاقتصادية

تخصص: إقتصاد نقدي وبنكي

هذا الاستبيان الإلكتروني الذي بين يديك هو إحدى أدوات الدراسة لإستكمال متطلبات نيل شهادة ماستر أكاديمي في العلوم الاقتصادية تخصص اقتصاد نقدي وبنكي.

**بعنوان: البنوك الإلكترونية ودورها في تحسين الخدمات المصرفية .**

سيدي سيدتي تحية طيبة أما بعد:

يعد هذا الاستبيان الإلكتروني أحد الجوانب الهامة في البحث ويهدف إلى دراسة مدى مساهمة البنك الإلكتروني سكريل Skrill في تحسين الخدمات المصرفية، وسوف يساعدنا في الوصول إلى نتائج قيمة تخدم موضوع الدراسة، فصحة نتائج هذا الاستبيان تعتمد بدرجة كبيرة على صحة إجاباتك، نرجو منكم الإجابة على الأسئلة المطروحة بالضغط في المربع الذي أمام الإجابة التي ترونها ملائمة.

الطالبات:

- أمل كماش.
- خولة بووشمة.

شكرا مسبقا لحسن تعاونكم.

## المحور الأول: المعلومات الشخصية

يرجى الضغط في المربع الذي أمام الإجابة التي ترونها ملائمة:

1. الجنس

ذكر

أنثى

2. العمر

أقل من 30 سنة

من 30 إلى 40 سنة

من 40 إلى 50 سنة

أكثر من 50 سنة

3. المؤهل العلمي

ثانوية عامة

ماجستير / ماجستير

دكتوراه

أخرى

4. عدد السنوات التعامل مع البنك

أقل من 3 سنوات

من 3 إلى 6 سنوات

من 6 إلى 9 سنوات

أكثر من 9 سنوات

**المحور الثاني: مدى مساهمة البنك الإلكتروني سكريل Skrill في تحسين الخدمات المصرفية**

الرقم	العبارة	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق
	<b>الجزء الأول: مساهمة الخدمات المصرفية الإلكترونية في تحسين جودة الخدمة المصرفية من خلال بعد الاعتمادية.</b>				
01	الخدمات البنكية الإلكترونية للبنك أكثر ملائمة لإحتياجاتي				
02	يحقق التعامل بالخدمات المصرفية الإلكترونية ميزة تسوية معاملاتي نيابة عني (الصراف الآلي، عبر الأنترنت)				
03	ساهمت الخدمات المصرفية الإلكترونية في تخفيض عمولة الخدمة				
	<b>الجزء لثاني: مساهمة الخدمات المصرفية الإلكترونية في تحسين جودة الخدمة المصرفية من خلال بعد الإستجابة</b>				
01	إستخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية سمح للعملاء بالحصول على أي خدمة في أي وقت وأي مكان.				
02	الخدمات المصرفية الإلكترونية حققت للعملاء راحة أكثر في تعاملهم مع البنك.				
	<b>مساهمة الخدمات المصرفية الإلكترونية في تحسين جودة الخدمة المصرفية من خلال بعد الوصول-الموقع.</b>				
01	الخدمات المصرفية الإلكترونية المقدمة من البنك ذات تصميم وترتيب صحيح وجذاب.				
02	الخدمات المصرفية الإلكترونية زادت من ثقة العملاء بالبنك.				
03	الخدمات المصرفية الإلكترونية ساهمت من تقليل مخاطر ضياع وثائق عملاء البنك.				

## ملخص:

تهدف هذه الدراسة إلى تبيان مدى مساهمة الخدمات المصرفية التي تقدمها البنوك الإلكترونية في تحسين جودة الخدمات المصرفية، من خلال أبعادها المتمثلة في الإعتماضية، الإستجابة، الوصول والثقة، وللتحقق من ذلك أجريت دراسة إحصائية لآراء عدد من عملاء البنك الإلكتروني **skrill** وذلك للوقوف على مدى التزام البنك بأبعاد الجودة ولمعرفة مدى مساهمة خدماته في تحسين من جودة الخدمات المصرفية.

وخلصت هذه الدراسة إلى:

أن الخدمات المصرفية التي تقدمها البنوك الإلكترونية تساهم بدور كبير في تحسين جودة الخدمات المصرفية بمختلف أبعادها (الاعتمادية، الاستجابة، الوصول-الموقع، الثقة)، كما أنها تعزز من ثقة العملاء بالبنك.

## Résumé :

Le but de cette étude est d'amplifier la contribution des services bancaires que représentent les banques électroniques afin d'améliorer la qualité de ces services , à partir de ses dimensions qui consistent à la fiabilité, la réponse, l'accès et la confiance , et pour vérifier tout ça une étude statistique a été réalisée pour avoir les avis des agents de la banque électronique skrill afin de s'informer des progrès et pour déterminer la mesure dans laquelle ses services contribuent à l'amélioration de la qualité des services bancaires.

Cette étude a esquissé :

Que les services bancaires que représentent les banques électroniques participent avec un rôle important pour améliorer la qualité de ces services, avec ses différentes dimensions.