# جامعة يحي فارس بالمدية

## كلية العلوم الاقتصادية و العلوم التجارية وعلوم التسيير

## قسم العلوم التجارية

## تخصص: مالية وبنوك


# الصيرفة الإلكترونية كمدخل لعصرنة المصارف الجزائرية

## تجارب بعض المصارف العاملة في الجزائر في تطبيق الصيرفة الإلكترونية

**مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر في العلوم التجارية**

**تخصص: مالية وبنوك**


**من إعداد الطالبين:**

- فاطمة سحاب
- مولود قلاعي

**تحت إشراف الأستاذة:**

خديجة عراب هريش


**لجنة المناقشة:**

| الاسم و اللقب | الرتبة | الجامعة الأصلية | |
|---|---|---|---|
| د.محمد بن عيشوش | أستاذ محاضر –ب– | جامعة المدية | رئيسا |
| أ. خديجة عراب هريش | أستاذ مساعدة – أ– | جامعة المدية | مقررة |
| د.محمد أمين بلكحل | أستاذ محاضر – ب– | جامعة المدية | ممتحنا |

**السنة الجامعية: 2017–2018**

## شكر وتقدير

الحمد لله الذي أعاننا على إتمام هذا العمل، ونسأله الخير و العافية لنا ولجميع المسلمين

وأن يجعله منيرا لأي طالب علم ولو بجزء يسير.

لايسعنا بعد الانتهاء من إعداد هذا البحث إلا أن نتقدم بجزيل الشكر و الامتنان إلى أستاذتنا الفاضلة" خديجة عراب هريش" على دعمها وصبرها لإنهاء هذا العمل.

كما لا يفوتنا أن نتقدم بجزيل الشكر و العرفان إلى كل الأساتذة بدون استثناء وكل الطاقم الاداري، على بذل مجهوداتهم .

# إهداء

الحمد لله الذي وفقني لإنجاز هذا العمل

إلى روح أبي الذي لا يزال حيا فينا رغم مرور السنين على رحيله رحمة الله عليه

إلى النبع الصافي إلى شجرتي التي لا تذبل إلى الظل الذي آوي إليه في كل حين إلى التي تغمرني بحنانها فتزرعني في حدائق قلبها، تحرسني بعيونها وتحميني.

إلى قرة عيني أمي الحبيبة أمدها الله بالصحة و العافية.

إليك يا من أنت أغلى من نفسي وأحب إلى من روحي يا من أجد عنده سعة الصدر إلى سندي في هذه الحياة

يا من زرعت في طموحا صار يدفعني نحو الأمام إلى مستقبل ناجح

إلى جدي أمده الله بالصحة و العافية

إلى كل أفراد عائلتي "سحاب – عياد"

إلى أعمدة ومصابيح بيتنا: أحمد، صلاح الدين

إلى أخواتي: أمينة ،سارة، ياسمين، خولة ،شيماء، سرين.

إلى أعز صديقاتي: خولة، سهيلة، سمية.

إلى من شاركني في هذا العمل " مولود"

إلى كل من طلب العلم وسعى وراءه

إلى كل أستاذ علمني وكل معلم وجهني حفظهم الله وجزاهم كل خير

إلى كل باحث وطالب علم أهدي ثمرة جهدي

**فاطمة**

# إهداء

بسم الله الرحمن الرحيم

قَالَ تَعَالَىٰ: ﴿وَقُلِ ٱعۡمَلُواْ فَسَيَرَى ٱللَّهُ عَمَلَكُمۡ وَرَسُولُهُۥ وَٱلۡمُؤۡمِنُونَۖ وَسَتُرَدُّونَ إِلَىٰ عَٰلِمِ ٱلۡغَيۡبِ وَٱلشَّهَٰدَةِ فَيُنَبِّئُكُم بِمَا كُنتُمۡ تَعۡمَلُونَ ١٠٥﴾ "التوبة الآية ١٠٥ "

صدق الله العظيم

إلهي لا تطيب اللحظات إلا بذكرك . . . ولا تطيب الأخرة إلا بعفوك

إلى من بلغ الرسالة وأدى الأمانة ونصح الأمة إلى نبي الرحمة ونور العالمين سيدنا محمد صلى الله عليه وسلم.

إلى من كلله الله بالهيبة والوقار...إلى من أحمل إسمه بكل افتخار...أرجو من الله أن يمد في عمرك لترى ثمارا قد حان قطافها بعد طول انتظار وستبقى كلماتك نجوما أهتدي بها اليوم وفي الغد وإلى الأبد

**والدي العزيز**

إلى بسمة الحياة وسر الوجود إلى من كان دعاؤها سر نجاحي وحنانها بلسم جراحي إلى أغلى الحبايب

**أمي الغالية**

إلى من بعثها الله أن تكون نورا لدربي وسندا لحياتي

**زوجتي**

إلى من أرى التفاؤل بأعينهم والسعادة في ضحكتهم

**إخوتي ( زوبير وحسام)**

إلى الوجه المفعم بالبراءة ولمحبتك أزهرت أيامي وتفتحت براعم الغد

**إبني (أمير)**

**مولود**

**مستخلص:**

تسعى المصارف جاهدة إلى عصرنة خدماتها المصرفية، من خلال إدخالها تقنيات حديثة تضمن لها تقدمها بجودة عالية ودقة وسرعة في الأداء، مواجهة كل التحديات الواقعة عليها وكل حسب قدرته وكفاءته للوصول و التكيف مع المتغيرات الواقعة في مجال الصيرفة ومواكبة أحدث التطورات، تبرز الصيرفية الالكترونية كأهم القضايا الإستراتيجية الحديثة التي تميز السوق المصرفية.

وبغرض الوقوف على واقع الصيرفة الالكترونية ومدى تأثيرها على المصارف الجزائرية، قمنا بإجراء دراسة لبعض المصارف الجزائرية بغية إعطاء لمحة على مدى تطبيقها في هذه المصارف، وذلك من خلال الدارسة الميدانية التي تم القيام بها.

وقد أظهرت نتائج الدراسة أن المصارف الجزائرية تعتمد في معاملاتها الالكترونية على مختلف الوسائل والأجهزة مثل بطاقات الائتمان والأجهزة الالكترونية للدفع و السحب، حيث أنها تختلف من مصرف إلى آخر كل حسب درجة تطوره ووفقا للشروط المتفق عليها.

**ملخص باللغة الأجنبية:**

The banks aim to modernize their banking services by introducing modern technologies that ensure their progress in high quality, accuracy and speed in performance, facing all the challenges. Eachone according to its ability and efficiency to reach and adapt to the changes in the domine of banking and keep pace with the latest developments.
E- banking is emerging as the most important strategic issues wish characterize banking markett.

In order to identify the reality of electronic banking and its impact on the Algerian banks, we conducted a study of some Algerian banks to give a glimpse of the extent of their application in these banks, through the applied study that was carried out

The results of the study showed that the Algerian banks rely , in electronic transactions on various means and devices such as credit cards and electronic devices for payment and withdrawal, as they vary from one bank to another depending on the degree of development and in accordance with agreed terms.

# فهرس المحتويات

**مستخلص بالغتين العربية و الانجليزية**

**شكر**

**إهداء**

**الفهرس**

**قائمة الجداول و الأشكال**


| المحتوى | الصفحة |
|---|---|
| **المقدمة** | ب- هـ |
| **الفصل الأول: الإطار النظري حول المصارف وخدماتها** | 01-35 |
| **تمهيد** | 02 |
| **المبحث الأول:ماهية المصارف** | 03 |
| المطلب الأول: مفهوم المصارف وأنواعها. | 03 |
| المطلب الثاني: خصائص المصارف ووظائفها. | 05 |
| المطلب الثالث: أهمية المصارف وأهدافها | 10 |
| **المبحث الثاني: الخدمات المصرفية** | 13 |
| المطلب الأول: مفهوم وخصائص الخدمات المصرفية. | 13 |
| المطلب الثاني: الاتجاهات الحديثة للخدمة المصرفية و المزايا الناتجة عنها. | 17 |
| المطلب الثالث: جودة الخدمات المصرفية وقياسها. | 19 |
| **المبحث الثالث: لمحة عامة حول الجهاز المصرفي الجزائري** | 24 |
| المطلب الأول: تطور الجهاز المصرفي الجزائري. | 24 |
| المطلب الثاني:هيكل المصرفي الجزائري. | 29 |
| المطلب الثالث: التحديات التي تواجه الجهاز المصرفي. | 31 |
| **خلاصة الفصل** | 35 |
| **الفصل الثاني: الصيرفة الالكترونية** | 36-74 |
| **تمهيد** | 37 |
| **المبحث الأول: ماهية الصيرفة الالكترونية** | 38 |
| المطلب الأول: الصيرفة الالكترونية : النشأة، التعريف و الخصائص | 38 |
| المطلب الثاني: الصيرفة الالكترونية: الأهمية مجالات الاستخدام ومتطلبات النجاح | 41 |
| المطلب الثالث: مزايا ومخاطر الصيرفة الالكترونية | 44 |

| | |
|---|---|
| **المبحث الثاني: الصيرفة الالكترونية كاتجاه لتطوير المصارف الجزائرية** | 49 |
| المطلب الأول: الصيرفة الالكترونية وحتمية تطوير الخدمات المصرفية في المصارف الجزائرية | 49 |
| المطلب الثاني: أسباب تأخر نظام الصيرفة الالكترونية في الجزائر | 52 |
| المطلب الثالث: أهمية العمل بالصيرفة الالكترونية في الجزائر | 56 |
| **المبحث الثالث: جهود الجزائر في مجال الصيرفة الالكترونية** | 58 |
| المطلب الأول: تطوير إستخدام وسائل الدفع الالكتروني في الجزائر | 58 |
| المطلب الثاني: نظم الدفع المصرفية المتبعة من قبل المصارف الجزائرية | 61 |
| المطلب الثالث: آفاق تفعيل مشروع الصيرفة الالكترونية في المصارف الجزائرية | 65 |
| **خلاصة الفصل** | 71 |
| **الفصل الثالث: تجارب بعض المصارف العاملة في الجزائر في تطبيق الصيرفة الالكترونية** | 105-72 |
| **تمهيد** | 73 |
| **المبحث الأول: واقع الصيرفة الإلكترونية في مصرف الوطني الجزائري BNA (وكالة المدية)** | 74 |
| المطلب الأول: تقديم المصرف الوطني الجزائريBNA | 74 |
| المطلب الثاني: الهيكل التنظيمي للمصرف الوطني الجزائري | 76 |
| المطلب الثالث: الخدمات الالكترونية للمصرف الوطني الجزائري | 76 |
| **المبحث الثاني: مصرف الفلاحة و التنمية الريفية BADR (وكالة قصر البخاري)** | 79 |
| المطلب الأول: نشأة وهيكل مصرف الفلاحة و التنمية الريفية | 80 |
| المطلب الثاني: بطاقة الدفع لمصرف الفلاحة و التنمية الريفيةCIB | 84 |
| المطلب الثالث: الخدمات الالكترونية لمصرف الفلاحة و التنمية الريفية | 86 |
| **المبحث الثالث: واقع الصيرفة الإلكترونية لمصرف الخليج الجزائر AGB** | 91 |
| المطلب الأول: لمحة عن مصرف الخليج الجزائر | 91 |
| المطلب الثاني: بطاقات مصرف الخليج الجزائر | 93 |
| المطلب الثالث: خدمات مصرف الخليج الجزائر | 98 |
| **خلاصة الفصل** | 102 |
| **الخاتمة** | 106-103 |
| **قائمة المراجع** | 112-107 |

| | |
|---|---|
| الملاحق | 121-113 |

## قائمة الجداول


| الرقم | عنوان الجدول | الصفحة |
|---|---|---|
| (1-1) | قياس جودة الخدمة المصرفية بالمقارنة بين المتوقعة و الفعلية من قبل العملاء | 23 |
| (1-2) | تكلفة تقديم الخدمات المصرفية عبر كل قناة توزيع | 46 |
| (1-3) | نوعي بطاقة CIB | 77 |
| (2-3) | أسعار عوائد الخزنات الفولاذية | 99 |


## قائمة الأشكال


| الرقم | عنوان الشكل | الصفحة |
|---|---|---|
| (1-1) | هيكل الجهاز المصرفي الجزائري الحالي | 30 |
| (1-2) | تكلفة إنشاء فرع جديد مقارنة بشراء آلة صرف | 46 |
| (1-3) | البطاقة الكلاسيكية | 77 |
| (2-3) | البطاقة الذهبية | 77 |
| (3-3) | بطاقة CIB | 85 |
| (4-3) | إشهار عن مصرف بدر الالكتروني | 87 |
| (5-3) | صفحة خدمات مصرف بدر الالكتروني | 87 |
| (6-3) | صفحة للترحيب لمستخدمي بدر الالكترونية | 88 |
| (7-3) | مخطط موقع بدر الالكتروني | 88 |
| (8-3) | صفحة طلب الاشتراك | 89 |
| (9-3) | صفحة إثبات الهوية | 89 |
| (10-3) | طلب تغيير الرقم السري | 90 |
| (11-3) | عرض للحساب المصرفي الخاص بالعميل | 90 |
| (12-3) | بطاقات مصرف الخليج الجزائر | 96 |
| (13-3) | صورة لبطاقة مصرف الخليج مسبقة الدفع | 97 |
| (14-3) | صورة لبطاقة أخرى لبطاقة مصرف الخليج مسبقة الدفع | 97 |
| (15-3) | شكل بين إطلاق خدمة self Barkingفي موقع مصرف الخليج الجزائر | 100 |

## قائمة الملاحق


| الرقم | العنوان | الصفحة |
|---|---|---|
| (01) | التعريف بالمصرف الوطني الجزائري | 114 |
| (02) | الهيكل التنظيمي للمصرف الوطني الجزائري | 116 |
| (03) | الخدمات الإلكترونية للمصرف الوطني الجزائري | 117 |
| (04) | بطاقة CIB وجهاز TPE | 120 |
| (05) | الهيكل التنظيمي لمصرف الفلاحة و التنمية الريفية | 121 |

# المقدمة

يشهد العالم تغيرات متسارعة في كل المجالات وبالأخص القطاع المصرفي، الذي يلعب دورا رئيسيا في تمويل النشاط الاقتصادي وتطويره، كما أن نجاحه مرتبط بأداء وظيفته الأساسية وقدرته على التكيف مع الأوضاع الجديدة.

يمكن تقييم مستوى نجاح المصرف بمردوده، وجودة منتجاته وخدماته وتطويرها، إذ ترجع فعالية هذه النتائج إلى مستوى أداء أعماله وأنشطته الداخلية هذا من جهة، وقدرته على تكييف أنظمته وهياكله وإستراتيجياته لتغيرات المحيط الخارجي واستغلال الفرص المتاحة فيه من جهة أخرى.

في ظل ذلك أدركت الجزائر ضرورة الارتقاء بنظامها المصرفي إلى مستوى تلك التطورات، وضرورة عصرنة خدماتها المصرفية، إذ أصبح لزاما عليها، ليس فقط السعي إلى إستخدام خدمات جديدة تلبي رغبة العملاء، حيث أن الجزائر وجدت نفسها أمام تحديات للخوض في تطوير قطاعها المصرفي الراجع لثقافة المجتمع والذي معظم تعاملاته تقوم على أساس السيولة النقدية وضمن هذا الإطار تبرز ملامح الإشكالية الرئيسية التي يمكن صياغتها على النحو التالي:

**كيف تساهم الصيرفة الإلكترونية في عصرنة المصارف الجزائرية؟**

للتمكن من تحليل هذه الإشكالية، نطرح الأسئلة الفرعية التالية:

1. فيما تتمثل مختلف الخدمات التي تقدمها المصارف التجارية الجزائرية؟
2. هل الجزائر قادرة على مواجهة التحديات لمواكبة مختلف التطورات في القطاع المصرفي؟
3. ما هي سبل وجهود الجزائر في تطوير قطاعها المصرفي و التوجه نحو الصيرفة الإلكترونية؟
4. ماهي الأجهزة والبطاقات الإلكترونية المستعملة في المصارف الجزائرية؟

**الفرضيات:**

لمعالجة إشكالية بحثنا، قمنا بصياغة بعض الفرضيات التي نعتبرها أكثر الإجابات احتمالا للأسئلة المطروحة، و التي تبقى دائما للاختبار وهي كما يلي:

1. تقدم المصارف الجزائرية خدمات مصرفية تسعى بها إلى تطوير نظامها المصرفي؛
2. تبني الصيرفة الالكترونية يساهم في تحسين جودة الخدمات المصرفية ؛

3. تحتاج الجزائر إلى تطوير جهازها المصرفي من خلال مواكبة التطورات ومواجهة التحديات؛

4. تسعى المصارف العاملة في الجزائر لتطوير جهازها المصرفي الإلكتروني، لمواكبة التغيرات المصرفية.

**أهمية الدراسة:**

تتضح أهمية الدراسة من خلال محاولة معرفة مختلف الخدمات المصرفيةبصفة عامة والصيرفة الإلكترونية بصفة خاصة، ومعرفة أسباب تأخر النظام المصرفي الجزائري في هذا المجال، والسبل المنتهجة لمواجهة مختلف التحديات المتأتية عن ذلك والبحث عن بعض المصارف التي تخوض تجارب في مجال الصيرفة الالكترونية.

**أهداف الدراسة:**

يمكن إيجاز أهم الأهداف التي نسعى إلى تحقيقها من خلال هذه الدراسة في النقاط التالية:

- محاولة تعميق الفهم بمختلف الخدمات المصرفية و الصيرفة الالكترونية خاصة، وإلقاء الضوء على مفاهيمها، خصائصها وأنواعها؛
- محاولة معرفة جهود الجزائر في مجال الصيرفة الإلكترونية؛
- محاولة معرفة مدى استجابة المصارف العاملة في الجزائر للتطورات الحاصلة في مجال الصيرفة، ومدى توسعها في تبنيها.

**أسباب اختيار الموضوع:**

يمكن تبرير دوافع اختيار موضوع الدراسة بجانبين، أحدهما موضوعي والآخر ذاتي:

**مبررات موضوعية:** حداثة الموضوع واحتلاله الصدارة على المستوى الدولي سواء كان في المراجع العلمية، الملتقيات الدولية، أو في التقارير التي تصدرها الهيئات الدولية.

**مبررات ذاتية:** بتيقننا الشخصي بأهمية الموضوع، وكذا الدور الذي تلعبه الصيرفة الإلكترونية لتطوير القطاع المصرفي.

**منهج الدراسة:**

من أجل دارسة إشكالية البحث، واختبار فرضياته، تم الاعتماد على المنهج الوصفي الذي يساعد على وصف الإطار النظري للمصارف التجارية و الخدمات التي تقدمها، بالتركيز على عمليات الصيرفة الإلكترونية،ووصف واقع بعض المصارف العاملة في الجزائر في مجال تطبيق الصيرفة الإلكترونية.

**صعوبات الدراسة:**

تركزت الصعوبات التي واجهتنا أثناء الدراسة إلى عدم استقبال بعض الهيئات المالية في الجزائر للطبلة الجامعيين ورفض تقديم المساعدة لهم من قبل إطارات المصارف بحجج ومبررات غير مقنعة، ولكون الموضوع جديد في الجزائر فإن المراجع وإن وجدت تحتوي على مواضيع محددة.

**حدود الدراسة:**

الفترة التي أنجزت فيها الدراسة عام ( 2017-2018 ) من خلال دراسة ميدانية لبعض المصارف العاملة في الجزائر( مصرف الفلاحة و التنمية الريفية – المصرف الوطني الجزائري – مصرف خليج الجزائري).

**الدراسات السابقة:**

من الدراسات السابقة التي تناولت جوانب ومواضيع تشبه موضوع الدراسة نجد:

1. الدراسة التي قامت بها الطالبة (رشيد بوعافية) تحت عنوان:" **الصيرفة الإلكترونية والنظام المصرفي الجزائري واقع وتحديات** " مذكرة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة البليدة، الجزائر،2004، تناولت الدراسة موضوع الصيرفة الإلكترونية من الجانب الاقتصادي في عرضها للأفاق، اعتبرت الطالبة أن اعتماد الصيرفة الالكترونية سوف يساهم في تطوير وتحديث النظام المصرفي.

تختلف دراستنا عن هذه الدراسة في ذكرنا مختلف الأسباب التي أدت إلى تأخر النظام المصرفي الجزائري.

2. الدراسة التي قام بها الطالب (سيد أحمد معطي) تحت عنوان: " **واقع وتأثير التكنولوجيا الجديدة للإعلام و الاتصال على أنشطة البنوك الجزائرية** "، مذكرة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم

التسيير، جامعة تلمسان، الجزائر، 2012، تناولت الدراسة الواقع الحقيقي لاستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال في النشاط المصرفي بشكل عام.

وتوصلت إلى النتائج أن دراستنا تختلف عن هذه الدراسة في كون أن دراستنا لم تتعمق بشكل كبير في تكونولوجيا الإعلام و الاتصال على غرار هذه الدارسة التي تعمقت في ذلك .

3. الدراسة التي قام بها الطالب (محمد شكرين) بعنوان:" **بطاقة الائتمان في الجزائر** "مذكرة ماستر، كلية العلوم الاقتصادية ، جامعة الجزائر، 2006، هدفت هذه الدراسة إلى معرفة واقع بطاقة الائتمان في الجزائر، وتوصلت الدراسة إلى أن العمل بنظام بطاقة الائتمان في الجزائر لن يكون ناجحا إلا في إطار إصلاح شامل للمنظومة المصرفية.

تختلف دراستنا عن هذه الدراسة في كون دراستنا تتناول سبل تطوير القطاع المصرفي الجزائري باستخدام مختلف الوسائل في حين تهتم هذه الدراسة ببطاقة الائتمان بصفة خاصة.

**هيكل الدراسة:**

لقد تم تقسيم الدراسة إلى ثلاثة فصول رئيسية تسبقهم مقدمة عامة، بحيث شملت المقدمة على إشكالية رئيسية، الأسئلة الفرعية، فرضيات الدراسة،أهمية الدراسة، أهداف الدراسة، أسباب اختيار الموضوع، والمنهج المتبع، صعوبات الدراسة، حدود الدراسة، الدراسات السابقة.

جاء الفصل الأول بعنوان:" **الإطار النظري للمصارف وخدماتها** "كما تضمن ثلاثة مباحث، خصص المبحث الأول للتعرف على المصارف ومختلف خدماتها والجهاز المصرفي الجزائري، ، أما المبحث الثاني فتناولنا فيه الخدمات المصرفية، كما ذكرنا في المبحث الثالث لمحة عامة حول الجهاز المصرفي الجزائري.

بينما جاء الفصل الثاني بعنوان:" **الصيرفة الالكترونية**"، وقد تضمن هذا الفصل أيضا ثلاثة مباحث، تم التركيز في المبحث الأول على نشأة الصيرفة الالكترونية، مفهومها، وخصائصها، ومختلف مزاياها ومخاطرها بالإضافة إلى متطلبات نجاحها، أما المبحث الثاني جاء بعنوان الصيرفة الالكترونية كاتجاه لتأهيل وتطوير المصارف الجزائرية، كما ذكرنا في المبحث الثالث جهود الجزائر في مجال تطبيق الصيرفة الالكترونية في مصارفها.

أما الفصل الثالث: فجاء بعنوان :"**تجارب بعض المصارف العاملة في الجزائر في تطبيق الصيرفة الالكترونية**"،وخصصنا المصرف الوطني الجزائري، مصرف الخليج الجزائر، ومصرف الفلاحة التنمية الريفية بالدراسة.

وفي نهاية الدراسة تم تلخيص أهم ما جاء في هذا البحث في خاتمة عامة تضمنت تقييم الفرضيات، وكذا جملة من التوصيات، بالإضافة إلى أفاق تسمح بالبحث في مواضيع أخرى ذات صلة بدراستنا.

# الفصل الأول: الإطار النظري للمصارف وخدماتها

**مقدمة الفصل**

يعتبر قطاع المصارف من الأمور الحساسة، ويلتمس ذلك من الدور المتزايد الأهمية في النشاط الاقتصادي وذلك من خلال إمداد الاقتصاد الوطني بالأموال اللازمة لتنميته وتقدمه، حيث يقوم المصرف بتأدية العديد من الوظائف والخدمات منها التقليدية والحديثة.

إن الخدمات المصرفية تعتبر أهم الأنشطة الاقتصادية في أي دولة، إذ أن درجة الطلب عليها تدل على درجة التقدم الاقتصادي للبلد أما عرضها فهو يعمل على تحقيق رفاهية المجتمع، لذا نجد النشاط المصرفي يتأثر بالتطورات الاقتصادية المختلفة، حيث انتقلت المصارف من تقديم خدمات تقليدية إلى اقتحام مجالات متعددة في تقديم خدمات مصرفية حديثة.

لذلك حاولنا من خلال هذا الفصل الإلمام بمختلف الجوانب النظرية للمصارف وخدماتها من خلال ثلاث مباحث كالتالي:

**المبحث الأول:** ماهية المصارف

**المبحث الثاني:** الخدمات المصرفية

**المبحث الثالث:** لمحة عامة حول الجهاز المصرفي الجزائري

## المبحث الأول: ماهية المصارف:

إن ظهور المصارف جاء نتيجة لتطور العلاقات الاقتصادية، وفي كل مرحلة من هذا التطور زادت حاجة الفرد و المجتمعات إلى مثل هذه المؤسسات نظرا للوظائف التي تقوم بها من ربط للعمليات الاقتصادية والصفقات التجارية وغيرها، وهذا من أجل تنشيط جميع القطاعات التي تساهم في بناء اقتصاد كل دولة وفقا لهذا الغرض سيتم التطرق من خلال هذا المبحث إلى المفاهيم العامة حول المصارف .

### المطلب الأول: مفهوم المصارف وأنواعها:

إن إعطاء تعريفا شاملا للمصرف ليس بالأمر السهل، وذلك لاشتراك بعض المنشآت المالية لأداء واحد أو أكثر من الخدمات التي تؤديها المصارف، فلو أعتبر قبول الودائع لوحدها ما يميز المصرف عن غيره من المنشآت المالية.

#### أولا:مفهوم المصارف

إن أصل كلمة " مصرف" بكسر الراء في اللغة العربية مأخوذة من الصرف بمعنى " بيع النقد بالنقد"، ويقصد بها المكان الذي يتم فيه الصرف، وتقابله كلمة بنك ذات الأصل الأوروبي والمشتقة من الكلمة الايطالية " بنكو " التي تعني المنضدة أو الطاولة ، وتسمى هذه التسمية ذلك أن الصرافين كانوا يستعملون مناضد خشبية لممارسة أعمالهم في أسواق بيع وشراء العملات المختلفة وذلك في القرون الوسطى؛ [1]

أما بالنسبة للتعاريف الخاصة بالمصارف فهي تختلف باختلاف القوانين والأنظمة التي تحكم أعمالها و التي تتباين من بلد لأخر، كما تختلف باختلاف طبيعة نشاط هذه المصارف وشكلها القانوني.

ويمكن إبراز مفهوم المصارف من خلال تعاريف نذكر منها:

-المصرف هو منشأة مالية تقوم بقبول الودائع من القطاعات المختلفة، وتوفيرها للقطاعات التي تحتاجها على شكل قروض أو سلفيات، بالإضافة لأداء بعض الخدمات المالية للمتعاملين بها؛ [2]

---

[1] خالد أمين عبد الله، **العمليات المصرفية الطرق المحاسبية الجديدة**، الطبعة2، دار وائل للنشر، عمان، الأردن ،2000،ص16.

[2] جعفر الجداد، **البنوك في العالم**، الطبعة3، دار البقاش للطباعة و النشر و التوزيع،، بيروت، لبنان،198

-المصرف هو مؤسسة تستقبل الأموال وتستخدمها لتنفيذ عمليات الإقراض والعمليات المالية،كما أنها تتحمل تكلفة عرضها وتسييرها لوسائل الدفع؛ [1]

**ثانيا: أنواع المصارف**

لا تقوم المصارف جميعا بأعمال مصرفية من نوع واحد، كما أنها ليست كلها خاضعة لنظام واحد،ولقد افترض تعدد الفعاليات المصرفية من حيث الاختصاص أن تصنف المصارف إلى الأنواع التالية:

1. **من حيث طبعة النشاط**: وتنقسم إلى: [2]

أ. **المصرف المركزي**: ويطلق عليه أيضا اسم " مصرف المصارف" لكونه يقف على قمة النظام المصرفي سواء من ناحية الإصدار النقدي أو من ناحية العمليات المصرفية وتحقيق الرقابة عليها، إضافة إلى توليه إدارة احتياطات الدولة من الذهب والعملات الصعبة.

ب. **المصارف التجارية**: هي التي تقوم بالأعمال التجارية المعتادة من تلقي الودائع وتوظيفها وخصم الأوراق التجارية ومنح القروض وما شابه ذلك، وأهم ما يميز المصارف التجارية عن غيرها من المصارف الأخرى هو قبولها للودائع تحت الطلب والحسابات الجارية مما يجعلها على استعداد لدفع هذه الأموال إلى أصحابها في أي وقت أثناء الدوام الرسمي للمصرف. [3]

ت. **المصارف الصناعية**: وهي التي تختص بتقديم الاعتبارات والمساعدات للمشاريع الصناعية.

ث. **المصارف الزراعية**: وهي التي تختص بتقديم الاعتمادات والمساعدات للمشاريع الزراعية.

ج. **المصارف العقارية** : وهي التي تقدم القروض إلى الشركات الإنشائية مقابل رهونات أو تأمينات عقارية.

2. **من حيث الملكية**: وتنقسم إلى: [4]

أ. **المصارف الخاصة** : تأخذ هذه المصارف شكل الملكية الفردية أو شركات الأشخاص، حيث تعود ملكيتها إلى شخص واحد، أو عائلة واحدة أو مجموعة شركاء.

---

[1] عبد الحميد عبد المطلب، **البنوك الشاملة عملياتها وإدارتها**، الدار الجامعية، الإسكندرية، مصر ،2000، ص95.

[2] شاكر القزويني، **محاضرات في اقتصاد البنوك**، ديوان المطبوعات الجامعية، بن عكنون، الجزائر، 1989، ص28.

[3] رشاد العصار، رياض الحلبي، **النقود و البنوك**، الطبعة1 ، دار صفاء للنشر و التوزيع ، عمان، الأردن ، 2010،ص ص(69-79).

[4] محمد سعيد سلطان، **إدارة البنوك**، دار الجامعية الجديدة، الإسكندرية، مصر، 2005، ص 17.

**ب. مصارف المساهمة:** وتأخذ هذه المصارف شكل الملكية بالمساهمة، حيث تكون شركات أموال وتطرح أسهمها للاكتتاب العام، كما يجري تداول هذه في الأسواق المالية.

**ت. المصارف التعاونية:** تعود ملكيتها إلى الجمعيات التعاونية أو النقابات المهنية أو الحرفية أو العمالية وغيرهم.

**3. من حيث علاقتها بالدولة:** وتنقسم إلى:

**أ. مصارف القطاع العام:** وتعود ملكية هذه المصارف إلى الدولة .

**ب. مصارف القطاع الخاص:** وتعود ملكية هذه المصارف إلى القطاع الخاص سواء كانوا أشخاص طبعيين أو إعتباريين، سواء كانت على شكل مشروعات فردية أو شركات أشخاص، أو شركات أموال.

**ت. مصارف مختلطة:**ويشترك ملكية هذه المصارف القطاع العام والخاص.

**4. من حيث جنسيتها:** وتنقسم إلى : [1]

**أ. المصارف الوطنية:** هي المصارف التي تعود ملكيتها إلى أشخاص طبعيين أو معنويين تابعين للدولة التي تقوم هذه المصارف على أرضها، أي المصارف التي يكون رأسمالها وإدارتها وطنيا.

**ب. المصارف الأجنبية:** هي المصارف التي تعود ملكيتها إلى رعاية دولة أخرى غير الدولة المحلية فيها أي المصارف التي تكون مؤسسة في دولة أجنبية وافتتحت لها فرعا في الدولة المحلية.

## المطلب الثاني:خصائص المصارف ووظائفها

تعمل المصارف على تحقيق قد كبير من الأرباح كغيرها من المؤسسات المالية وتتميز بعدة خصائص هي:

### أولا: خصائص المصارف:

### 1 -خصائص المميزة لمصرف المركزي:

للمصرف المركزي خصائص عديدة والتي أهمها: [2]

---

[1] خالد أمين عبد الله، مرجع سابق ، ص ص (22،23).

[2] محمد سعيد سلطان، مرجع سابق، ص13.

- هو مصرف أو مؤسسة تصدر النقود القانونية للدولة، أي خلق النقود التي تتمتع بالقدرة الإجبارية على الوفاء بالالتزامات، وهو كذلك المشرف والمتحكم في شؤون النقد وتوجيه السياسة النقدية في الاقتصاد الوطني؛
- هو الوحدة المركزية التي تحتكر عملية إصدار النقد القانوني، ويشرف على الائتمان لهذا لا يمكن تصور تعدد الوحدات المصدرة للنقد مع استقلال بعضها على بعض.

**2 -خصائص المميزة للمصارف التجارية:**

تتميز المصارف التجارية بالخصائص التالية: [1]

-تختص المصارف التجارية دون غيرها من المؤسسات والمشاريع التجارية بأن معظم أصولها تشكل حقوق على مؤسسات وأشخاص في شكل ودائع مختلفة، وتعتبر هي الوحيدة القادرة على خلق خصوم قابلة للتحويل من شخص لآخر أو من مؤسسة لأخرى باستخدام شيك، وتقوم بفتح حسابات جارية لعملائها و إجراء عمليات المقاصة لحسابهم بأدنى سرعة وأدنى جهد، فتقوم بذلك المصارف التجارية بأهم وظيفة وهي إدارة عرض النقود في المجتمع؛

-تختص بالقدرة على الإقراض، وهذا يتم بالوساطة بين المدخرين والمستثمرين(إيداع وإقراض)تحويل وإقراضها، ولهذا السبب تمارس المصارف أثرا فعالا على حجم الائتمان وتوزعت بين مختلف القطاعات الاقتصادية في المجتمع؛

-المصارف التجارية لها القدرة على إنشاء نقود الودائع، فعندما تقوم باقتناء أية أصول مالية تدر عائدا فإن ناتج بيع أو تحويل هذه الأصول ينعكس في شكل زيادة في ودائع المصارف التجارية وتعتبر أهم مورد مباشر للتغيرات في عرض النقود من أجل تحقيق أكبر عائد ممكن؛

-تتميز المصارف التجارية بعمليات الائتمان قصير الأجل.

**3 -خصائص المميزة للمصارف غير التجارية:**

تتميز المصارف غير التجارية ( المصارف المتخصصة) بالخصائص التالية: [2]

---

[1] نور الدين موساوي، **دور الجهاز المصرفي الجزائري في تحويل المؤسسات الصغيرة و المتوسطة**، مذكرة ماجستير غير منشورة،كلية العلوم الاقتصادية، جامعة الجزائر، 2009، ص4.

[2] عبد الغفار حنفي، **إدارة المصارف**، دار الجامعة الجديدة، مصر،2002، ص ص(63،64)

-تتميز عمليات الائتمان فيها متوسط وطويل الأجل في أي نشاط اقتصادي معين تعكس تسميتها كالمصارف العقارية والصناعية، والزراعية...، كما تعتمد المصارف المتخصصة بالإضافة إلى مواردها الذاتية على موارد خارجية و التي غالبا ما يكون مصادرها الإقراض من السوق المالي، وقد تقترض أيضا من المصرف المركزي و المصارف التجارية؛

-تقوم بعملية الاستثمار المباشر عن طريق إنشاء مشروعات جديدة وليس عملية الإقراض فقط؛

-كما أنها لا تتلقى الودائع من الأفراد وإنما تعتمد على رؤوس أموالها وما تصدره من سندات تستحق بعد آجال طويلة، وما تعقده من قروض طويلة الأجل تحصل عليها من المصرف المركزي وبعض المصارف الأخرى.

**ثانيا: وظائف المصارف:**

تتلقى المصارف سمعتها من خلال الوظائف الهامة التي تؤديها، حيث أن تطورها وتطور الاقتصاد بشكل عام فرض عليها تطوير خدماتها و وظائفها والتي يمكن تقسيمها إلى نوعين:

**1. الوظائف التقليدية:**تقوم المصارف بجملة من الوظائف الأساسية تتمثل أهمها فيما يلي: [1]

-**قبول الودائع:** بمختلف أنواعها والتي تتألف من:

أ. **ودائع لأجل**: وهي الوديعة التي تودع لدى المصرف التجاري ولا يجوز لصاحبها سحبها أو سحب جزء منها إلا بعد انقضاء المدة المتفق عليها مع المصرف.

ب. **ودائع تحت الطلب** : وهي الودائع التي تودع لدى المصرف دون شرط و يستطيع صاحبها أن يسحبها في أي وقت شاء ولا يدفع المصرف فائدة على هذا النوع من الودائع.

ت. **الودائع بإشعار:** وهي الوديعة التي لا يمكن لصاحبها أن يسحبها إلا بإخطار المصرف بفترة زمنية متفق عليها.

[1] رشاد العصارو رياض الحلبي، مرجع سابق، ص ص( 70،71).

-**توظيف موارد المصرف التجاري:** وذلك على شكل قروض ممنوحة للعملاء واستثمارات متعددة مع مراعاة أسس توظيف أموال المصرف وهي الربحية والسيولة و الأمان، وتتخذ أوجه توظيف موارد المصرف الأشكال التالية: [1]

أ. **تقديم القروض والسلفيات:** إن المصرف التجاري يمنح القروض والتسهيلات للهيئات والمؤسسات والأفراد المشتغلين في شتى القطاعات الاقتصادية.

ب. **الاستثمارات:** وهي قروض طويلة الأجل تستخدم في شراء الأجهزة وبراءات الاختراع وإقامة المؤسسات وغالبا ما تكون مدتها لا تقل عن السنتين وتمتد لسبع سنوات أو أكثر.

ت. **القيام بخدمات التجارة الخارجية** : وهنا تؤدي المصارف التجارية دورا في التسوية المالية الناشئة عن التجارة الدولية وذلك بتقديم الائتمان اللازم سواء للمصدر أو المستورد.

ث. **التعامل بالأوراق المالية**: ويقصد بها شراء الأوراق المالية من أسهم وسندات لحساب العملاء وحفظها لهم وتحصيل كوبوناتها في مواعيد استحقاقها، وكذلك بيعها في بورصة الأوراق المالية.

ج. **القيام بالعمليات المالية لحساب العملاء** : وتتمثل في التحويلات النقدية بين العملاء والقيام بتحصيل شيكاتهم وكمبيالاتهم وسداد ديونهم نيابة عنهم داخل الدولة أو خارجها.

ح. **التعامل بالعملات الأجنبية** : وذلك بيعا وشراء، كذلك استبدال العملات المحلية بأخرى أجنبية إلى جانب التعامل في الشيكات والحوالات الداخلية والخارجية.

خ. **خدمات مصرفية أخرى** : يقدم المصرف لعملائه بعض الخدمات الملحقة بعملياته المختلفة، ويقدم خدمات فنية أهمها ما يلي:

- تنظيم حسابات الأفراد؛
- تحصيل الأوراق التجارية وخصمها و التسليف بضمانات؛
- تأجير الخزائن الآمنة لحفظ المجوهرات و المستندات.

**2. الوظائف الحديثة:** نظرا لاتساع أعمال المصارف التجارية وزيادة نشاطها فقد تغيرت النظرة للمصرف من مجرد مكان لتجميع الأموال وإقراضها إلى المؤسسات والأفراد، حيث أصبحت تهدف إلى تأدية الخدمات المصرفية للمجتمع وزيادة تمويل المشاريع التنموية في الدولة، وأدى ذلك إلى الازدهار الاقتصادي و لحد من

[1] حميد قطوش ، **تكييف البنوك التجارية مع اقتصاد السوق**، مذكرة ماجستير غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية، جامعة الجزائر، 2001،ص ص( 17،18).

البطالة والعمل على وقف التضخم المالي ورفع مستوى معيشة الأفراد وكل هذا أدى إلى ظهور وظائف حديثة للمصرف التجاري سنجملها في الوظائف التالية: [1]

-**الخدمات المصرفية الاستثمارية** : والتي تتضمن ثلاث وظائف أساسية وتتعلق بخدمات تغطية الإصدارات الجديدة، خدمات تسويق المنتجات المالية بالإضافة إلى تقديم خدمات الاستشارات المالية وإنشاء المشاريع الاستثمارية وتحويلها ومتابعتها إداريا.

-**القيام بعمليات خارج الميزانية:** وتتمثل هذه العمليات في فتح الإعتمادات المستندية وتقديم خطابات الضمان بالإضافة إلى التعامل في المشتقات المالية.

-**خدمات وحدات الترست** : وتعني شراء وبيع الأوراق المالية لصالح الغير، وكذا متابعتها وتسيير محافظ الأوراق المالية و تقديم الاستشارة في هذا المجال.

-**إنشاء صناديق الاستثمار وشركات رأس المال المخاطر** : بتقديم الدعم المالي والفني اللازمين للمشروعات الواعدة التي تعمل في مجالات استثمارية عالية المخاطر، أملا في جني الأرباح الرأسمالية،هذا فضلا عن تقديم الاستشارات المالية اللازمة للمشروعات القائمة التي توجد في صعوبات خاصة وتتوافر لديها إمكانيات ذاتية لاستعادة نموها، ولكنها في حاجة إلى إعادة هيكلة مالية مما يساعد على إعادة ترتيب أوضاع المشروع المتعثر.

-**تقديم التمويل التأجيري** : يعتبر التمويل التأجيري من عناصر دفع التنمية الاقتصادية ووسيلة جديدة لتمويل المشروعات التي تعاني من صعوبات مالية، ويمكن للمصارف المساهمة في نشاط التمويل التأجيري من خلال المشاركة في تأسيس شركات التمويل التأجيري أو القيام بإعداد الدراسات اللازمة لهذا المشروع من التمويل، و القيام بدور المستشار المالي و الاقتصادي للأطراف المشاركة.

-**المساهمة في تنشيط سوق الأوراق المالية** : وذلك بقيام المصرف بالمساهمة في إنشاء الشركات التي تعمل في مجال الأوراق المالية ودعمها والعمل على تطويرها والقيام بإدارة محافظ الأوراق المالية لصالح عملائها.[2]

-**إدارة أعمال وممتلكات العملاء:** ويؤدي المصرف هذه الوظيفة من خلال إدارة الاستثمارات ويطلب هذه الخدمة عادة جمهور المتعاملين الذين ليس لديهم الوقت والخبرة لإدارة أموالهم.

---

[1] رشاد العصارو رياض الحلبي، مرجع سابق، ص71.

[2] حميد قطوش، مرجع سابق،ص19.

-**تقديم الدراسات والاستشارات لحساب الغير** : حيث أصبحت المصارف تشترك في إعداد الدراسات المالية المطلوبة للمتعاملين معها لإنشاء مشاريعهم، ويتم على أساس هذه الدراسات تحديد الحجم الأمثل للتمويل وكذا طريقة السداد و تواريخها. [1]

بالإضافة إلى وظائف أخرى تتمثل في: [2]

- وظائف مرتبطة بالخدمات المصرفية كتوزيع وتطوير الخدمات المصرفية وتسويتها؛
- وظائف متعلقة بالاستمرارية والتوسع في النشاط، كسب حصص جديدة في السوق وتوسيع شبكة فروع المصرف ومواكبة جميع التطورات الحاصلة في المجال المصرفي؛
- أهداف مرتبطة بالمتعاملين مع المصرف كتلبية رغباتهم.

**المطلب الثالث: أهمية المصارف وأهدافها:**

إن للمصارف أهمية بالغة في تمويل الاقتصاد، كما وأنها تسعى لتحقيق مجموعة من الأهداف .

**أولا: أهمية المصارف:**

لقد أصبح لزاما على المصارف التجارية توسيع دورها الاقتصادي، وقد أدركت الحكومة أهمية هذا النشاط المصرفي وأخذت بعين الاعتبار أن المصارف تعد ضمن المؤسسات المالية في إطار الاقتصاد الوطني، وعليه فإنها تساهم بشكل جوهري في تصعيد وتيرة التنمية الاجتماعية والاقتصادية.

وتكمن أهمية المصارف للفرد ولتنمية الاقتصاد الوطني في النقاط التالية: [3]

-بدون وساطة المصارف يتعين على صاحب الفائض المالي أن يجد المستثمر المطلوب، والعكس بالنسبة للشروط و المدة الملائمين للطرفين؛

-نظرا لتنوع استثمارات المصارف، فإنها توزع المخاطر ما يجعل في الإمكان الدخول في مشاريع ذات مخاطرة عالية، وكذا جذب رؤوس الأموال الأجنبية وخاصة العربية منها في الأسواق العالمية سواء في صورة ودائع آجلة أو سندات؛

---

[1] حورية حمني ، **آليات رقابة البنك على البنوك التجارية وفعالياتها ( حالة الجزائر)**، مذكرة ماجستير ،غير منشورة كلية العلوم الاقتصادية،جامعة قسنطينة، 2006، ص15.

[2] عبد المنعم راضي، **النقود و البنوك**، مطبعة النهضة، مصر، 1988، ص 216.

[3] مرجع سابق، ص 217.

-المساهمة في التخفيض من العجز في ميزان الدفوعات، وذلك بإسهامها في تمويل التجارة الخارجية؛

-توفير العملات الأجنبية المطلوبة لقيام المشروعات الاستثمارية يخفف من عبء الديون الخارجية؛

-يمكن للمصارف نظرا لكبر حجم الأرصدة أن تدخل في مشاريع طويل الأجل؛

-إن وساطة المصارف تزيد من سيولة الاقتصاد بتقديم أصول فريدة من النقود تدر عائدا مما يقلل الطلب على النقود؛

-تؤدي المصارف دورا مهما في التنمية الاقتصادية من خلال تقديمها للقروض بعد أن يقتنع المصرف من الهدف والغاية من القرض الذي يطلبه العميل، حيث يؤدي إلى تحقيق مصلحة اقتصادية للعميل والمجتمع على حد سواء؛

-كما تبرز أهمية المصارف كذلك من خلال تأثيرها على العرض الكلي للنقود ، فهي لا تقبل الودائع فقط بل تقوم بإنشائها أيضا، وهي بذلك أكبر الوسطاء الماليين تأثيرا على الاقتصاد، الأمر الذي جعل منها هدفا للسياسات النقدية ومحل تركيز من طرف المصرف المركزي الذي يتولى تنفيذ السياسات ومراقبة المصارف. [1]

**ثانيا: أهداف المصارف**

تسعى المصارف للوصول إلى مجموعة من الأهداف الأساسية المرتبطة مباشرة بأنشطتها الرئيسية،وذلك لضمان بقائها في السوق وبغية تحقيق تأقلمها مع محيط يتميز بالمنافسة المتزايدة و التغير المستمر، فتعمل المصارف على تحقيق الربحية، الأمان للمودعين و السيولة اللازمة.

**أ -تحقيق الربحية:**

ينتج عن قيام المصرف بدور الوسيط المالي مجموعة من التكاليف تتمثل أساسا في الفوائد المقدمة لأصحاب الودائع إضافة إلى مصاريف أخرى تتعلق بجمع واستغلال المعلومات الضرورية لاختبار العملاء، مصاريف الخدمات و الدراسات المصرفية وكذا المصاريف المتعلقة بمتابعة العملاء وتسيير القروض المتعثرة، أما إيرادات المصرف فتتمثل أساسا في الفوائد على القروض الممنوحة وكذا العوائد الناتجة عن الاستثمار في الأوراق المالية، فإذا اعتبرنا أن التكاليف الأساسية للنشاط المصرفي هي تلك المتعلقة بالفوائد على الودائع

[1] عبد القادر خليل، **مبادئ الاقتصاد النقدي و المصرفي** ،الجزء الثاني، ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر،2012، ص 112.

وهي تكاليف ثابتة نسبيا، فزيادة الربحية تستدعي منطقيا تعظيم إيرادات المصارف من خلال الاعتماد على الودائع وزيادة حجمها بدل الاعتماد على أموال الملكية، وذلك لأن نسبة الفوائد على الودائع أقل من نسبة الفوائد التي يطلبها مالكو المصرف، حيث أن الاعتماد على الودائع يحقق هامش صافي الفوائد. [1]

**ب -تحقيق الأمان:**

يأتي عنصر الأمان من مدى ثقة المصرف بأن الأموال التي يقرضها في كل عملية من عملياته سوف يسترجعها إليه في الأجل المتفق عليه، لذا يتوقف إقدام المصرف على منح القروض لمتعامل ما على مدى الثقة التي يتوفر عليها المقترض من حيث متانة مركزه المالي وسمعته ومدى الضمانات التي يكون على استعداد لتقديمها.

إن مصدر تسديد التسهيلات الائتمانية أساسا هو دخل الشخص المقترض وهذا يتأثر في ظل اقتصاد السوق بالظروف الاقتصادية والمنافسة والتطورات التكنولوجية، وبالتالي يصبح هدف الأمان صعب المنال.[2]

**ت -تحقيق السيولة:**

يقوم المصرف بدور الوساطة المالية عن طريق جمع الودائع خاصة الودائع تحت الطلب التي تشكل الجانب الأكبر من الإيرادات، وتحويلها إلى قروض ساعيا بذلك إلى اختبار العملاء الذين يشكلون أقل خطر، الشيء الذي يسمح له بتحقيق السيولة اللازمة لعمله. [3]

## المبحث الثاني: ماهية الخدمات المصرفية

---

[1] أحمد بن الصم ، **إدارة القروض المصرفية من خلال التحكم في خطر عدم التسديد –دراسة حالة بنك الجزائر الخارجي**، مذكرة ماجستيرغير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية و علوم التسيير، جامعة الجزائر، 2002،ص ص (13،14).

[2] حميد قطوش، مرجع سابق، ص56.

[3] أحمد بن الصم ، مرجع سابق، ص 16.

من المعلوم أن المصارف تشكل محورا أساسيا في عملية تطور اقتصاد أي دولة كانت، وهذا لما تؤديه من دور مباشر في مختلف المشاريع و في شتى القطاعات، ويكون هذا من خلال سعي المصارف إلى تقديم وتوفير أجود الخدمات والتسهيلات للعملاء والمتعاملين بغية تلبية حاجاتهم ورغباتهم والتي بدورها تساهم في خلق المشاريع و في بناء الاقتصاد الوطني،ولهذا الغرض سيتم التطرق من خلال هذا المبحث إلى ماهية الخدمات المصرفية.

**المطلب الأول:مفهوم وخصائص الخدمات المصرفية**

نظرا لأهمية الخدمات المصرفية في المصارف، وجب عليها العمل على تطويرها وذلك من خلال التعرف عليها ومعرفة خصائصها وفي هذا المطلب سوف نذكر مفهوم الخدمات المصرفية وخصائصها.

**أولا: مفهوم الخدمات المصرفية:**

إن التباين في أنواع الخدمات المصرفية أخضع مفهوم الخدمة بصفة عامة لتغيرات عديدة والتي من بينها:

– تعريف جمعية التسويق الأمريكية للخدمة على أنها:" عبارة عن الأنشطة أو المنافع التي تعرض للبيع أو التي تقدم وتكون مرتبطة بالسلع المباعة. [1]

كما يعرفها كل من (Armstrong ) بأنها: " أنشطة أو منافع أو إشباعات يقدمها طرف ( البائع) لطرف آخر ( المشتري)، وهي بطبيعتها غير ملموسة ولا يترتب على بيعها نقل ملكية شيء" وقد يرتبط إنتاجها وتقديمها بمنتج مادي ملموس. [2]

أما الخدمة المصرفية تعرف على أنها مجموعة من العمليات ذات المضمون المنفعي الكامن في مجموعة من العناصر الملموسة (الحقيقية)، وغير الملموسة ( غير الحقيقية) المدركة من قبل الأفراد أو المؤسسات، ذلك من خلال دلالتها وقيمتها المتنوعة التي تشكل مصدر لإشباع حاجاتهم المالية والائتمانية الحالية والمستقبلية،

---

[1] محمود جاسم محمد الصميدعي، **مدخل التسويق المتقدم**، الطبعة1، دار زهران، عمان ، الأردن، 1999، ص213.

[2] G-Anmstrong ,**pinciples of marketing service**,Edition perntice ball,u k ,P66.

والتي تشكل في الوقت نفسه مصدرا لربحية الخدمة المصرفية، ويتصف مضمونها بتغلب العناصر الملموسة على العناصر غير الملموسة. [1]

**ثانيا:خصائص الخدمة المصرفية:**

يقوم المصرف بتقديم مجموعة من الخدمات المصرفية التي تلبي رغبات وحاجات العملاء، كما يمكن للبنك أن يطور خصائص ومواصفات الخدمة الحالية، ومن ثم فإن عملية تطوير الخدمة المصرفية عملية أساسية تحتاج إلى دراسة ثلاثة مجموعات من الخصائص و المتمثلة في : [2]

1. **الخصائص الظاهرة:** وهي أخطر وأهم أنواع الخصائص التي يتم إجراء التطوير عليها، وهي في الوقت ذاته الخصائص التي يسهل التعرف عليها وتمييزها من قبل العملاء. وترتبط هذه الخصائص بما تقدم به إدارة المصرف من إحداث تعديلات في مواصفات الخدمة المصرفية التي يقوم بها المصرف لعملائه. وهناك اعتبارات أساسية يهتم بها المصرف عند القيام بعملية تطوير خدمة من خدماته المصرفية و هي: [3]

أ **المواصفات:** تمتلك أي خدمة مصرفية مجموعة من المواصفات الأساسية التي تشكل أبعادها وجوانبها،ويحتاج كل مصرف إلى توضيح خصائص خدماته وتعريف العملاء بها، (كون الخدمة عامة لكافة العملاء أو خاصة لنوع معين من العملاء، فعلى سبيل المثال خدمة الحساب الجاري والذي يحتاج إليه رجال الأعمال وأصحاب المشاريع والذي يرغبون في دفع ديونهم بالشيكات فهي خدمة خاصة بهؤلاء العملاء...إلا أنها تطورات وأصبحت خدمة عامة متاحة لكل العملاء باختلاف أنواعهم فكل عميل يرغب في الحصول على أي خدمة مصرفية يقوم أولا بفتح حساب جاري يتم من خلاله تنفيذ العمليات المصرفية الخاصة به مثل خدمات بطاقات الائتمان...

ب **التمييز:** يجب على كل مصرف تمييز خدماته المصرفية عن الخدمات التي تقدمها المصارف المنافسة، ويكون ذلك عن طريق إكسابها بعض الخصائص والمميزات باستخدام مجموعة متعددة من الأدوات من

---

[1] موسى أحمد صحيح، **التسويق المصرفي**، أطروحة دكتوراه غير منشورة،كلية العلوم الإدارية، جامعة عمان العربية للدراسات العليا، الأردن، 2009، تاريخ الاطلاع 2018/03/15، ص ص (03،04).

[2] محسن أحمد الخضيري، **التسويق المصرفي**، الطبعة1، دار ايتراك للنشر والتوزيع، الإسكندرية، مصر،1999،ص226.

[3] محسن أحمد الخضيري، **دور التسويق في إدارة النشاط المصرفي**، الطبعة1، دار ايراك للنشر و التوزيع، القاهرة،مصر، 1999، ص ص(213،226).

بينها: الأسماء والكلمات، الإشارات، الرموز، الرسوم أو مزيجا منها جميعا بقصد إكسابها هوية يستطيع بها العميل تميزها عن بقية الخدمات المصرفية المنافسة.

**ت -التشكيل:** بعض المصارف تفصل تجزئة الخدمة المقدمة إلى مجموعة ذات تشكيلة متكاملة لتغطية أكبر عدد من العملاء ، بحيث تكون التشكيلة مترابطة، فعلى سبيل المثال، تقوم المصارف بتقديم خدمة شهادات الادخار وهي خدمة لها ما يميزها عن غيرها من الخدمات، ويتم إعداد تشكيلة منها سواء بتقسيمها إلى مجموعات حسب قيمة ومبلغ كل منها أو حسب الآجال إلى فترات زمنية وفقا لتاريخ استحقاقها.

**ث -التنميط:** يجب أن تكون الخدمة المصرفية المقدمة أي لا تختلف من عميل إلى آخر وبالتالي يسهل تقديمها من خلال شبكة فروع المصرف لمختلف العملاء بصرف النظر عن مكانتهم الاجتماعية، أو قدراتهم الشرائية...

**ج -الخدمات المعاونة:** غالبا ما يحتاج المصرف عند تقديمه لبعض الخدمات مساعدة أو جانبية حتى تكتمل استفادة العميل من الخدمة المصرفية، فمثلا يقوم المصرف بتقديم خدمة الحساب الجاري للعميل وفي نفس الوقت يسمح لهذا الأخير بالاستفادة من خدمات الشيكات أو الدفع نيابة عن الإيجار أو الأقساط ومصاريف الهاتف والإنارة سواء كانت مرتبطة بشكل دوري أو عرضي بوجود خدمات مساعدة أو جانبية لدى المصرف.

**2. الخصائص الضمنية:** بحكم طبيعة هذه الخصائص تعتبر ضمنية، أي أنها خصائص غير ظاهرة مرتبطة بالانطباع المتولد لدى العميل وتصوراته الذهنية عن الخدمات المصرفية التي يقدمها المصرف له، وكذلك مرتبطة بمدى قدرة المصرف على إدخال وتوليد مجموعة الانطباعات الايجابية داخل النفس البشرية للعملاء الحاليين و المرتقبين وينظر العميل إلى الخدمة المصرفية التي يقدمها المصرف له وفقا لمجموعة من الاعتبارات أهمها: [1]

**أ -الرمزية:** إن كل خدمة مصرفية ترمز إلى الغرض منها، حيث يستعمل المصرف رموز خاصة للخدمة للتأكد من استقلالها و تميزها و خاصة إذا كان للخدمة المصرفية أكثر من وظيفة أو أكثر من غرض، فعلى سبيل المثال خدمة لا ترتبط بعنصر الأمان والثقة في المصرف فقط بل تتعدى هذا إلى سهولة دفع الالتزامات و الاستغناء عن حمل النقود.

---

[1] محمد فريد الصحن و إسماعيل السيد، **التسويق**، دار الجامعية، الإسكندرية، مصر، 2000، ص351.

ب **الاتصال:** إن كل خدمة مصرفية مقدمة تعتمد على إجراء اتصال بين المصرف وعميله الحالي أو المرتقب، حيث يتم توصيل رسالة اختيارية تتضمن معلومات عن خصائص معينة للخدمة المصرفية المراد تقديمها للعميل المصرفي، وتتضمن هذه الرسالة مجموعة من الألفاظ والأشكال والألوان ذات المعاني القوية حتى تصبح منسجمة في صياغتها ومرتبطة بالدوافع التي تحقق هدف المصرف عن طريق الاتصال الذي يقوم بنقل مواصفات الخدمة إلى العميل.

ت **الإدراك:** إن عنصر الإدراك متصل بالعميل المصرفي، فمعرفة العميل بخصائص الخدمة المصرفية يجعله يتخذ قرار التعامل بها أو عدم التعامل.

ث **الإشباع أو التعامل:** عندما يعرف العميل خصائص الخدمة المصرفية يقوم بعملية مراجعة وتقييم دوافعه وقدراته مع ما تقدمه له الخدمة المصرفية من مميزات وخصائص لإشباع رغباته، فإذا توافقت هذه الأبعاد والجوانب، اتخذ قرار التعامل مع المصرف والاستفادة من تلك الخدمة وبعد حصوله على هذه الخدمة يقوم العميل بقياس وحدات الإشباع التي تحققت له مع مقدار التكلفة التي تحملها، سواء كانت هذه التكلفة أموال دفعها أو جهد تحمله في سبيل الحصول عليها، ومن ثم يتخذ قرار أخر يتصل بمدى استمراره في التعامل مع المصرف أو عدم استمراره معه.

3. **الخصائص الخارجية** : عند تطوير الخدمات المصرفية هناك عدة عوامل يجب على رجال التسويق مراعاتها، فالمصرف مثله مثل كائن حي يعيش في وسط اجتماعي يضمن تقبل المجتمع ويتوافق مع العادات والتقاليد في المجتمع حتى يضمن استمراره وعدم رفضه من طرف المجتمع وأهم هذه العوامل ما يلي: [1]

أ **أثر الخدمة على بيئة المجتمع** : إن تقديم الخدمة المصرفية يمكن أن يتعارض مع رغبات المجتمع واحتياجاته الحقيقية، مثل قيام أحد المصارف بتقديم بعض النشاطات الضارة بالمجتمع كتمويل مصانع الخمور أو تقديم قروض لمصانع تساهم في ازدياد تلوث البيئة، وهنا يصبح المصرف شريك هذا العمل الإجرامي الذي أضر بالمجتمع، فعلى رجال التسويق الانتباه لخطورة هذه الأعمال.

[1] حامد أبو زيد الدوسقي، **إدارة البنوك النظرية و التطبيق**، الطبعة 4، دار الثقافة العربية، القاهرة، مصر، 1998، ص104.

**ب -الطلب على الموارد:** تقوم خدمات المصرف بتقديم التمويل المطلوب للنشاط الاقتصادي والذي يعمل بدوره على زيادة الطلب على بعض الموارد النادرة فعندما تعرض هذه الموارد في السوق ترتفع أسعارها مما يؤدي إلى حدوث أزمة شديدة.

في حين أنه إذا تم توجيه هذه الأموال إلى هذه الموارد وزيادة مصادرها أو إلى موارد بديلة غير مستقلة وقابلة للاستغلال يتم تطوير العائد الاقتصادي و الاجتماعي.

**ت -توفير عنصر الثقة و الأمان للعميل** : يجب مراعاة عند إدخال الخدمة المصرفية للسوق لأول مرة أن تحدث اختلال أو تقلبات عنيفة في توازن أو استقرار السوق المصرفي، التي تهدد استقرار المصرف أو قدراته على الوفاء بالتزاماته، وعلى هذا الأساس يجب توفير عنصر الأمان والثقة لدى العميل.

**ث -صدق المعلومات المقدمة عن الخدمة المصرفية:** في سوق المعاملات المصرفية نجد منافسة شديدة بين المصارف، حيث يقوم كل مصرف بحملات إعلامية مكثفة وهدفها توصيل كمية هائلة ومعتبرة من المعلومات والبيانات عن الخدمة المصرفية التي يقوم بتقديمها، وعليه يحصل العميل على هذه المعلومات ويتخذ قرار بعد تحليل هذه المعلومات، ويجب أن تكون هذه المعلومات حقيقية وصادقة.

**المطلب الثاني: الاتجاهات الحديثة للخدمة المصرفية و المزايا الناتجة عنها**

تمثل الخدمة المصرفية أحد الأنشطة العامة في أي دولة، وقد شهدت السنوات الأخيرة تحولات كبيرة وتنوع ملحوظ في الخدمات المصرفية أو صناعة المصرف بصفة عامة، والتي دفعت المصارف إلى القيام بالتجديد المالي بهدف إدارة ومواجهة هذه الانعكاسات.

**أولا: للخدمة المصرفية اتجاها ت حديثة:** تشير الدلائل العلمية إلى تنوع الخدمات والأنشطة التي تقوم بها المصارف في الوقت الحالي سواء في الدول المتقدمة أو في الكثير من الدول النامية، وفي هذا الصدد سنحاول أهم الاتجاهات الحديثة للخدمة المصرفية من خلال النقاط التالية؛

-شراء أو إنشاء وإدارة شركات صناعية وتجارية وزراعية وخدماتية أو المساهمة فيها؛

-إنشاء العديد من الفروع للمصرف الأم، والتي تتخصص فقط في الأنشطة التجارية التقليدية وأسواق الجملة؛

-دخول المصارف في صناعة التأمين من خلال تقديم كافة الخدمات الخاصة بالحسابات الآتية: الاستثمار المشترك، السمسرة، وكتابة أو إصدار بوالص التأمين بأنواعها المختلفة ( التأمين على الحياة ...)؛

-تقديم المصرف الكثير من الخدمات المصرفية للأفراد مثل القروض الشخصية وتنظيم وتخطيط الضرائب الشخصية وميزانيات الإنفاق، دفع الإيجارات، منح بطاقات الائتمان وتسهيلات وقروض مالية لكافة خدمات الصيانة، الاستبدال الخاصة بالمنازل (الأثاث،التجهيزات المنزلية)، بالإضافة لكل ما يتعلق بالاستشارات الخاصة بشراء المساكن الجديدة أو بيعها وكذلك شراء السيارات والتأمين عليها؛

-أوراق مالية قابلة للتسويق: عن طريق تحويل أصول مالية غير سائلة إلى أدوات لسوق رأسمالية قابلة للتسويق، ولقد حفزت هذه العملية التقدم في استخدام تكنولوجيا الكمبيوتر، إذ مع الحفظ الالكتروني للحسابات و المستندات، فإن المؤسسات المالية تجد نفسها قادرة على أن تجمع محفظة قروض (مثل قروض عقارية) ذات فئات صغيرة تم تجميع الفائدة والأصل وتدفع بهم إلى طرف ثالث؛

-تنظيم وإدارة كل ما يتعلق بتقديم وصرف المعاشات و المنافع الاجتماعية المقدمة من الدولة إلى الأفراد؛

-منح الأفراد بطاقات صرف نقدية من الوحدات الآلية التابعة لفروع المصرف في كل مكان فيستطيع الفرد الحصول على أي مبلغ من النقود دون التقيد بمواعيد العمل الرسمي في المصارف، ويمنح هذه البطاقات لأصحاب الحسابات الجارية وأصحاب حسابات الإيداع؛

-التعامل مع كافة أنواع العملات ( البيع و الشراء)؛

-تقديم كافة الخدمات الخاصة بالكمبيوتر ونظم المعلومات؛

-تقديم التسهيلات للشركات التجارية الراغبة في إصدار بطاقات الضمان لعملائها كوسيلة لترويج مبيعاتها.

**ثانيا: المزايا الناجمة عن الاتجاهات الحديثة في الخدمة المصرفية:**

في خضم المنافسة الشديدة التي تشهدها السوق المصرفية، أجبرت المصارف على تحديث ما تقدمه من خدمات ومنتجات ناهيك عن تقديم خدمات غير مسبوقة، وهو ما نجم عنه عدة مزايا بالنسبة لهذه المصارف و الموضحة في النقاط التالية: [1]

**1.الدعاية والإعلان للمصرف:** حيث يشكل تقديم الخدمات الحديثة عاملا هاما في الوصول إلى قاعدة عريضة من العملاء وتداول اسم المصرف سواء من طرف هؤلاء العملاء أو من طرف غيرهم، وهذا يعد

[1] طارق خاطر،**قوى التغيير الإستراتيجية في المجال المصرفي وأثرها على أعمال البنوك، دراسة حالة الجزائر**،مذكرة ماجستير غير منشورة،كلية العلوم الاقتصادية، جامعة بسكرة، الجزائر،2006، ص 36.

إشهارا غير مباشر له، والذي يؤدي غالبا إلى اجتناب متعاملين جدد راغبين في الاستفادة من هذه الخدمات.

**2.زيادة موارد المصرف** : إن وفاء العملاء للمصرف الذين يتعاملون معه وجلب متعاملين جدد مرهون بتقديم خدمات بوسائل متميزة تسهل للعميل الاستفادة من أمواله بأفضل الصيغ وأقصر الأوقات والإجراءات، وبالتالي فإن تقديم الخدمات الحديثة يسمح للمصرف بتوسيع قاعدة عملاءه، من أفراد ومشروعات، وهو ما يمكنه من الحصول على قدر أكبر من الأموال والمدخرات.

**3.زيادة توظيف المصرف** : إن الوجه الآخر لتنمية حجم الأصول هو البحث عن توظيف مجدي له، وتتيح الخدمات والمنتجات المصرفية والمالية الحديثة فرصا هامة ومتنوعة يستطيع المصرف استغلالها في تحقيق هذا الهدف، وهذا من خلال توافرها على خصائص ومزايا عديدة تخص طريقة استعمالها، وتعدد الأدوار والمجالات.

**المطلب الثالث: جودة الخدمات المصرفية و قياسها**

حتى يتمكن المصرف من تقديم أفضل الخدمات لعملائه، يقوم بتطوير خدماته من خلال رداءتها وجودتها باستعمال مجموعة مقاييس، حتى يحدد نوعية خدماته المقدمة للعملاء.

**أولا: مفهوم جودة الخدمة المصرفية:**

تعرف جودة الخدمة المصرفية على أنها معيار لدرجة تطابق الأداء الفعلي للخدمة مع توقعات العملاء لهذه الخدمة. [1]

لقد اختلفت التعاريف الخاصة بالجودة المصرفية وذلك للتحولات الاقتصادية عبر الزمن، ولما كان مفهوم الجودة متعدد الأبعاد لم يتفق المفكرون والباحثون على إعطاء مفهوم موحد ودقيق، حيث عرفها الكثير من المفكرين بعدة تعاريف يمكن عرض البعض منها:

يرجع مفهوم الجودة " quality " إلى الكلمة اللاتينية " qualitas" التي تعني طبيعة الشخص ودرجة صلابته، وكانت تعني قديما الدقة و الإتقان. [2]

---

[1] مأمون الدراردكة وطارق الشبلين، **الجودة في المنظمات الحديثة**، دار الصفاء، القاهرة، مصر، 2002، ص 15.

[2] عوض بدير الحداد، **تسويق الخدمات المصرفية** ،دار البيان للطباعة و النشر، الإسكندرية، مصر، 1999، ص 366.

وتعرف الجودة على أنها:" القدرة على الوفاء بمتطلبات وإشباع الرغبات من خلال تصنيع سلعة أو تقديم خدمة تفي باحتياجات ومتطلبات المستهلك. [1]

أما (Maow Ishimawal, 1984) فيعرفها على أنها:" القدرة على إرضاء الزبون". [2]

و الجودة المصرفية بمعناها العام:" تقديم خدمة بمستوى عالي من الجودة المتميزة، تكون قادرة من خلالها على الوفاء باحتياجات ورغبات عملائها بالشكل الذي يتفق مع توقعاتهم وتحقيق الرضا والسعادة لديهم.[3]

**ثانيا: قياس جودة الخدمات المصرفية:**

إن الارتقاء بجودة الخدمات المصرفية وتحسين مستوياتها، يتطلب وجود نماذج ومقاييس كمصدر معلومات مفيدة لإدارة المصارف، تعتمد لقياس مستوى الجودة في خدماتها المصرفية، ومن ثم تقييم رضا العميل عنها، غير أن طبيعة الخدمة كانت أحد الأسباب التي اعترضت الباحثين في محاولاتهم للتوصل إلى نماذج علمية وعملية، بالإضافة للعوامل الآتي ذكرها:

- إن الجودة عبارة عن أداء يختلف من مقدم لآخر ومن وقت لأخر، وتختلف باختلاف العملاء؛
- إن الحكم على جودة الخدمات المصرفية لا يشمل الجودة الفنية فقط بل يمتد إلى الجودة الوظيفية؛
- صعوبة رقابة المصرف على جودة تقديم الخدمة، لمشاركة العملاء في عمليات الخدمة.

وسنعرض فيما يلي نماذج مختلفة في قياس جودة الخدمة مع العملاء:

1. **نموذج النتائج و العمليات:** يقوم هذا النموذج في قياس جودة الخدمة على أساس مكوناتها، المتمثلة في النتائج والعمليات، فالنتائج تشير إلى أداء الخدمة بشكل نهائي في الوقت والمكان المناسبين، وأما العمليات فيقصد بها التفاعل القائم بين مقدم الخدمة والعميل طالب المنفعة، وهو ما يمثل الخدمة والعلاقة بين الطرفين، إلا أنه لا يعتبر كافيا من حيث التصميم والقياس، وذلك لسببين رئيسيين:

✓ يركز بصفة أساسية على عمليات الخدمة ( عمليات التشغيل و عمليات تقديم الخدمة)؛

---

[1] محمد عبد الفتاح الصوفي، **الإدارة الرائدة** ،الطبعة1، دار الصفاء للنشر و التوزيع، عمان، الأردن، 2003، ص197.

[2] Détire, Philips,**construire une démarche**, 4eme édition, Eb Edition, Paris, France,p55.

[3] بيان هاني حرب، **مدخل إدارة الأعمال**، الطبعة1، الدار العلمية الدولية ودار الثقافة للنشر و التوزيع، عمان، الأردن، 2000، ص180.

✓ لم يقدم مقياسا محددا يمكن الاعتماد عليه في التطبيق العملي لقياس وتقييم جودة الخدمة؛

**2. نموذج أبعاد وعناصر جودة الخدمة:** يتم قياس جودة الخدمة في ظل هذا النموذج، بالاعتماد على أبعاد الجودة وعناصرها الأساسية، وبالرغم من صحته إلا أنه لم يجد القبول الكافي، ويرجع ذلك إلى السببين التاليين:

✓ الاختلافات القائمة حول أبعاد جودة الخدمة، حيث اعتبرها البعض في ثلاث أبعاد رئيسية هي:

- **الجودة المادية:** وتشير إلى التسهيلات المادية والمعدات والعاملين ومستوى التكنولوجيا؛
- **جودة المؤسسة:** والمتمثلة في الانطباع العام لدى العميل عن خدمات المصرف وسمعته؛
- **الجودة التفاعلية"جودة العمليات"**: وتعكس درجة الاحتكاك لمقدم الخدمة والمستفيد منها.

والبعض الآخر اعتبرها في خمسة أبعاد هي: الكفاءة، السمعة والمصداقية، أسلوب التعامل، الثقة والاعتمادية.

✓ عدم تقديمه لمقياس كمي واضح يعتمد عليه في قياس أبعاد وعناصر جودة الخدمة. [1]

**3. نموذج الفجوة بين الإدراكات والتوقعات:** يعتمد هذا النموذج في قياس الجودة المصرفية على الفجوة بين التوقعات، والإدراكات لمستوى الأداء الفعلي، حيث توصل "Zethanl Paras", "Aman Berry" من جامعة نيويورك عام (1985)، إلى تحديد الأبعاد الخاصة بجودة الخدمة، تتمثل في الأشياء الملموسة، الثقة، الاستجابة، الكفاءة، اللباقة، المصداقية، الأمان، إيصال الخدمة، الاتصال وفهم العميل.

ثم تطورت دراستهم عام (1988) إلى اختصار الأبعاد السابقة في خمسة أبعاد أساسية هي: الكفاءة واللباقة، المصداقية، الأمان والتعاطف ويتضمن (إيصال الخدمة، الاتصال وفهم العميل).

وباستخدام نموذج"Servqual"*، تم إجراء استقصاء مكون من 22 عبارة، تعكس الأبعاد الخمسة لجودة الخدمة، والمقارنة بين جودة الخدمة كما يتوقعها العملاء، وبين إدراكهم لمستوياتها كما حصلوا عليها بالفعل، ومن ثم طرح قيم الاستجابات على مقياس" **ديكارت**" المكون من 5نقاط، تتراوح من 1 غير موافق بشدة إلى 5 موافق بشدة، ومن ثم حساب الفرق بين (الأداء-التوقعات) لتحديد فجوة الخدمة.

---

[1] فريدة معارفي ، **جودة الخدمات المصرفية وعلاقتها بتنافسية البنوك في ظل إدارة الجودة الشاملة** ،مذكرة ماجستير غير منشورة، جامعة محمد خيضر،بسكرة، الجزائر، 2008، ص35.

* نموذج لتقييم الخدمات.

ويقوم تطبيق مقياس الفجوة على الافتراضات التالية: [1]

- أن العملاء قادرون على التعبير عن توقعاتهم للخصائص العامة المميزة لجودة الخدمة؛
- أن العملاء قادرون على التمييز بين التوقعات و الإدراك الحقيقي لأداء الخدمة الفعلي.

وعليه فإن نموذج "Servqual" هو أكثر تطورا عن سابقه، فهو لا يركز على تاريخ الخدمة بل يتعداه إلى عمليات تقديم الخدمة، و العلاقة التفاعلية بين مقدم الخدمة و العملاء بالمقارنة بين الأداء الفعلي والتوقعات، وذلك لقياس جودة الخدمة المدركة ورضا العملاء، ويظهر هذا النموذج خمس فجوات أساسية:

1 -الفجوة بين توقعات العميل وإدراكات الإدارة؛

2 -الفجوة بين إدراكات الإدارة لتوقعات العملاء ومواصفات جودة الخدمة؛

3 -الفجوة بين مواصفات جودة الخدمة وتسليم الخدمة؛

4 -الفجوة بين تسليم الخدمة والاتصالات الخارجية للعملاء؛

5 -الفجوة بين توقعات العميل والخدمة التي يدركها.

وإضافة إلى الفجوات الخمس المقدمة ضمن النموذج، أضافت الدراسات فجوة أساسية هي الفجوة بين المصرف والعولمة الثقافية والبيئة التقنية والتنظيمية، وتقع أساسها في عدم وضوح ثقافة المصرف لجودة الخدمة وغموض البيئة المصرفية ومنعرجاتها، ويتم قياس جودة الخدمة المصرفية بطريقة معرفة مستوى الخدمة المقدمة، من خلال مجموعتين من الأسئلة، حيث تتعلق المجموعة الأولى بالتوقعات والثانية بالأداء الفعلي للبنك الذي يتعامل معه أي عميل. [2]

[1] فريدة معارفي ، مرجع سابق، ص ص( 35،36).

[2] فارس محمود أبو معمر، **قياس جودة الخدمة المصرفية في البنوك العاملة بقطاع غزة** ، مجلة الجامعة الإسلامية(سلسلة دراسات الإنسانية)غزة،العدد الأول، يونيو2005، ص93.

**الجدول رقم(1-1): قياس جودة الخدمة المصرفية بالمقارنة بين المتوقعة و الفعلية من قبل العملاء.**

| أبعاد الجودة | الأسئلة |
|---|---|
| أولا: التجسيد | 1. توفر معدات و تكنولوجيا<br>2. جاذبية ومظهر المكان<br>3. تمييز العاملين وأناقتهم<br>4. المظهر العام للمصرف |
| ثانيا: الاعتمادية | 5. الالتزام بالوقت لأداء الخدمة<br>6. تعاطف المصرف مع العميل<br>7. تأدية المصرف للخدمة من أول مرة<br>8. احتفاظ المصرف بسجلات دقيقة |
| ثالثا: الاستجابة | 9. تحديد المصرف لوقت إنجاز الخدمة<br>10. تقديم الخدمة الفورية للعملاء<br>11. استعداد الموظف لمساعدة العملاء<br>12. تلبية طلبات العملاء فورا |
| رابع: الأمان | 13. ثقة العملاء في موظف المصرف<br>14. شعور العملاء بالأمان<br>15. السلوك المهذب للعاملين<br>16. المساندة الكافية من قبل المصرف |
| خامسا: التعاطف | 17. الاهتمام الفردي لكل عميل<br>18. الاهتمام الشخصي لكل عميل<br>19. معرفة احتياجات العميل<br>20. تقديم مصلحة العملاء<br>21. توفير ساعات ملائمة |

**المصدر:** علي حيزي وآخرون، **تقييم مستوى جودة الخدمات المصرفية من وجهة نظر الزبائن، دراسة استطلاعية لأراء عينة من زبائن مصارف دهوك**، كلية الإدارة والاقتصاد جامعة دهوك ، متاح على الموقع الإلكتروني: بتاريخ 19 مارس 2018.

واعتمد " Taylor Cronin"* في نموذجه على نفس الأبعاد الخمسة و العبارات 21 التي يتكون منها نموذج "servqual "، وكذلك على نفس أسلوب القياس مقياس" ديكارت" المكون من خمسة نقاط،إلا أن نموذج "servqual " يقوم في قياس الجودة على تقييم الأداء الفعلي، ويلغي الحاجة لقياس

* مفكر أمريكي من أهم كتبه مبادئ الادارة العلمية (1911).

التوقعات، وهو ما يجعله قابلا للتطبيق، ويترتب عنه دلالات في عملية القياس والتقييم، ويقيس الجودة المدركة بمنطق الأداء ورضا العميل، وكما أن المستخدم لهذا المقياس يفيد المؤسسة المصرفية في معرفة العلاقات التي يمكن أن تتميز فيها، وبالتالي تحديد مستوى الخدمة المقدمة للعملاء وتحسين الأداء، وهو ما يتفق مع الدراسات المعاصرة. [1]

**4.طرق أخرى لقياس جودة الخدمات المصرفية:** إضافة إلى نماذج القياس السابقة، يمكن الاعتماد على أساليب أخرى لجمع البيانات وذلك من خلال: [2]

- استقصاء العملاء بصفة دورية و لمدة لا تزيد عن 6أشهر، قصد التعرف على أرائهم عن مستوى الخدمات المقدمة لهم كعملاء خارجيين وتحديد احتياجات وأراء العملاء الداخليين؛

- مقابلات شخصية مع العملاء وموظفي المصارف، حول ما يرضي وما لا يرضي بخصوص الخدمات المصرفية؛

- وضع خطوط تليفون أو شبابيك لتسجيل الاقتراحات و تقديم الشكاوي.

ويبقى أن نشير إلى أن المقياس الرئيسي لجودة الخدمة المصرفية هو رضا العميل، ومن الصعوبة قياس هذا الرضا نتيجة غياب الفهم الصحيح لمحددات رضا العميل المصرفي.

## المبحث الثالث: لمحة عامة حول الجهاز المصرفي الجزائري:

مر الجهاز المصرفي الجزائري بعدة مراحل والتي كان من أهمها مرحلة ( 1990)أين عرف انفتاحا على العالم الخارجي، فأصبحت السوق المصرفية الجزائرية مركز نشاط عدة مصارف أجنبية ومؤسسات مالية غير مصرفية، ويشكل هذا الجهاز عصب الاقتصاد الوطني بوصفه الممول الأساسي لمختلف الأنشطة الاقتصادية.

[1] فريدة معارفي ، مرجع سابق، ص ص (36-38)

[2] المرجع السابق، ص ص (38-39)

**المطلب الأول: تطور الجهاز المصرفي الجزائري**

يعتبر الجهاز المصرفي القلب النابض لاقتصاد أي دولة، فهو ميزان التقدم الاقتصادي لها لما يتمتع به من موارد مالية كبيرة وانتشار واضح لفروعه، فهو يمد النشاط الاقتصادي بالتمويل اللازم لتنشيطه وتطويره، وهذا ما دفع بالسلطات العمومية الجزائرية إلى التفكير في إدخال إصلاحات عميقة على الجهاز المصرفي.

**أولا:الجهاز المصرفي الجزائري قبل إصلاحات (1990)**

ورثت الجزائر عشية استقلالها نظاما مصرفيا هشا بسبب هجرة الإطارات والكفاءات التي كانت تسير النشاط الاقتصادي والمصرفي إبان فترة الاستعمار، مما استدعى بناء نظام مصرفي جزائري يتمتع بالاستقلالية، فباشرت بإنشاء نظام بنكي جزائري سواء عن طريق تأميم الفروع المصرفية الأجنبية، أو عن طريق مصارف جديدة.

**1. مرحلة إقامة جهاز مصرفي وطني (1962-1967)**

بعد الاستقلال عملت الجزائر على تشكيل النظام المصرفي وذلك من خلال إضفاء السيادة على المؤسسات المالية الكبرى، ومن بين هذه الإجراءات إنشاء الهياكل الضرورية لذلك:

-**الخزينة العمومية**: تأسست الخزينة في08 أوت 1962 وأسندت لها المهام التقليدية مع منحها امتيازات هامة تتمثل في منح قروض للاستثمارات للقطاع الاقتصادي، وكذلك قروض التجهيز للقطاع الفلاحي المسير ذاتيا. [1]

-**إنشاء البنك المركزي (BCA)**: والذي يعتبر أول مؤسسة نقدية تم تأسيسها في الجزائر المستقلة في 13 01 جانفي 1963 بموجب القانون رقم 62-441 المصادق عليه من قبل المجلس التأسيسي في ديسمبر 1962، والمتعلق بإنشاء البنك المركزي وتحديد قانونه الأساسي. [2]

[1] شاكر القزويني، **محاضرات في اقتصاد البنوك**، الطبعة 2، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1992، ص 49.

[2] محمود حميدات، **مدخل للتحليل النقدي**، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2000، ص 125.

-**الصندوق الجزائري للتنمية** :تأسس هذا الصندوق بموجب القانون رقم 63-165 في 07 ماي 1963 ومنح صلاحيات واسعة، منها تعبئة المدخرات المتوسطة والطويلة الأجل وتمويل الاستثمارات الإنتاجية الضرورية لتحقيق التنمية الاقتصادية. [1]

-**الصندوق الوطني للتوفير والاحتياط**: تم تأسيسه في 10 أوت 1964 بموجب القانون رقم 64-227 وتتمثل مهمته في جمع مدخرات الأفراد والعائلات، أما في مجال منح القروض فقد أبدت له مهمة تمويل ثلاثة عمليات وهي: تمويل البناء، الجماعات المحلية، العمليات الخاصة ذات المنفعة الوطنية. [2]

-**البنك الوطني الجزائري**: تأسس هذا المصرف بموجب المرسوم رقم 66-178 المؤرخ في 12 جوان 1966 لتمويل المشاريع الاقتصادية، إضافة إلى مهام أخرى منها تنفيذ خطة الدولة في مجال الائتمان القصير والمتوسط، إقراض المؤسسات والمنشآت الصناعية العامة.

-**القرض الشعبي الجزائري**: تأسس بموجب المرسوم المؤرخ في 11 ماي 1967، وهو مصرف ودائع، عمل على إعادة الأنشطة التي كانت تقوم بتمويلها بعض فروع المصارف الأجنبية كالصناعات التقليدية الحرفية، السياحية، الفنادق، قروض المجاهدين، والبيع بالتقسيط. [3]

-**البنك الخارجي الجزائري**: تأسس هذا المصرف بموجب الأمر رقم 67-204 الصادر بتاريخ 01 اكتوبر 1967 وأسندت له مجموعة من المهام، كمنح الضمانات للمستوردين والمصدرين، تنفيذ عمليات التجارة الخارجية، منح القروض قصيرة الأجل لقطاع الصناعة. كما تمتد النشاطات الاقراضية لهذا لمصرف إلى قطاعات أخرى. كما أن الشركات الكبرى تركز عملياتها المالية على مستوى هذا المصرف. [4]

## 2. الإصلاح المالي والمصرفي (1971-1973)

جاء هذا الإصلاح في إطار المخطط الرباعي الأول ( 1970-1973)، يهدف إلى إزالة الاختلال وتخفيف الضغط على الخزينة في تمويل الاستثمارات، كما أجبر قانون المالية المؤسسات العمومية العامة على مركزية حساباتها الجارية، وكل عملياتها الاستقلالية على مستوى مصرف واحد، تحددها الدولة حسب

---

[1] محمود حميدات، **مدخل إلى التحليل النقدي**، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1996، ص 141.

[2] مفيد عبد اللاوي، **محاضرات في الاقتصاد النقدي والسياسات النقدية**، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2002، ص 120.

[3] نور الدين محدادي، **الجهاز المصرفي الجزائري وإصلاح نظام التمويل**، مذكرة ماجستير غير منشورة،كلية العلوم الاقتصادية، جامعة الجزائر، 2004، ص 36.

[4] بن علي بالعزوز، **محاضرات في النظريات والسياسات النقدية**، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر،2004، ص ص( 174، 175).

اختصاص المصرف في القطاع، هذا الإجراء الذي اتخذته وزارة المالية يبين طريقة غير مباشرة دور المصرف المتمثل في إعطائه إمكانية تسيير ومراقبة حسابات المؤسسة التي يفتح لديها حسابات.

**-بنك الفلاحة والتنمية الريفية** :تأسس في 1982/03/13 بمقتضى المرسوم رقم ( 206/82) يتولى مهمته جمع الودائع سواء كانت جارية أو لأجل ويقوم بمنح قروض للقطاع الفلاحي والحرفي وتمويل الأنشطة المختلفة في الريف. [1]

**-بنك التنمية المحلية** : تأسس بموجب المرسوم رقم 85-85 المؤرخ في 30 أفريل 1985، يتولى مهمة تجميع الودائع بالإضافة إلى تقديم القروض لصالح الجماعات والهيئات العامة المحلية.

### 3. الإصلاح المصرفي من خلال قانون القرض والبنك (1986)

بموجب القانون رقم 86-12 الصادر في 19 أوت 1986 المتعلق بنظام المصارف والقروض، تم إدخال إصلاح جذري على الوظيفة المصرفية وقد كان روح هذا القانون يسير في اتجاه إرساء المبادئ العامة والقواعد الكلاسيكية للنشاط المصرفي. وهو من الناحية العملية جاء ليوحد الإطار القانوني الذي يسير النشاط الخاص بكل المؤسسات المالية مهما كانت طبيعتها القانونية، ويمكن التعرف إلى أهم الأفكار التي تضمنها: [2]

- إعادة الدور للمؤسسات التمويلية والمصارف وتعبئة الادخار وتوزيع القروض في إطار المخطط الرباعي؛
- إنشاء هيئات رقابية للنظام المصرفي وهيئات استشارية أخرى.

### 4. الإصلاح المصرفي لعام (1988)

لقد جاء القانون 88-06 الصادر في 12 جانفي 1988 ومضمونه إعطاء الاستقلالية للمصرف في إطار التنظيم الجديد للاقتصاد والمؤسسات ويمكن تحديد مبادئه فيما يلي[3]:

---

[1] شاكر القزويني، **محاضرات في اقتصاد البنوك** ،مرجع سابق، ص 63.

[2] المادتان 02 و15 من القانون (86-12) المؤرخ في 1986/08/11 والمتعلق بنظام البنوك والقروض، الجريدة الرسمية العدد 34، الصادرة بتاريخ 1986/08/19،ص 26.

[3] المادة 02 من القانون (88-06) المتضمن علاقة النظام المصرفي بالمؤسسات العمومية الاقتصادية، الجريدة الرسمية العدد 02، الصادرة بتاريخ 18 جانفي 1988،ص 49.

-إعطاء الصفة التجارية لمصرف أي تخضع المصارف إلى قواعد التجارة ويأخذ أثناء نشاطه بمبدأ الربحية والمردودية؛

-إعطاء الاستقلالية في إطار التنظيم الجديد للاقتصاد والمؤسسات؛

-دعم دور المصرف المركزي في ضبط وتسيير السياسة النقدية لإحداث التوازن في الاقتصاد الكلي؛

-تمكين المؤسسات المالية غير المصرفية توظيف نسبة من أصولها المالية في اقتناء أسهم وسندات صادرة من مؤسسات داخل التراب الوطني أو خارجه.

**ثانيا: مرحلة ما بعد عام (1990)**

تعطي إعادة التنظيم المنبثقة عن القانون المتعلق بالنقد والقرض استقلالية نسبية للمصرف المركزي، ويعرف قانون النقد والقرض مصرف الجزائر في مادته 11 بأنه:" مؤسسة وطنية تتمتع بالشخصية المعنوية والاستقلالية". [1]

يتضمن المصرف المركزي محافظا يساعده ثلاث نواب له ومجلس النقد والقرض، ومراقبون يتولون شؤون المديرية والإدارة والمراقبة على التوالي، يعين المحافظ بمرسوم يصدره رئيس الجمهورية لمدة ست سنوات ويعين نوابه بنفس الكيفية لمدة خمس سنوات، ولا يمكن إحالتهم من وظائفهم آلا بمرسوم في حالة عجز أو خطأ فادح.

يتضمن مجلس النقد والقرض الذي يترأسه المحافظ، نواب المحافظ الثلاثة وثلاثة موظفين سامين يختارهم رئيس الحكومة نظرا لخبرتهم وكفاءتهم في الشؤون الاقتصادية والمالية.

يعمل مجلس النقد والقرض تارة بصفة مجلس إدارة لمصرف الجزائر وهو يمتلك عندئذ الصلاحيات العادية الخاصة بمجلس إدارة، كما يتصرف تارة أخرى بصفته سلطة نقدية مكلفة بالعمل على تحقيق المهام المنوطة بالمصرف المركزي.

تقوم الحكومة باستشارة مصرف الجزائر بالنسبة لكل مشروع قانوني أو نص تنظيمي خاص بالمالية أو كما يمكن لمصرف الجزائر اقتراح أي إجراء من شأنه أن يؤثر إيجابا على ميزان المدفوعات، على الوضعية

---

[1] الطاهر لطرش، **تقنيات البنوك(دراسة في طرق استخدام النقود من طرف البنوك مع الإشارة إلى التجربة الجزائرية)** ،الطبعة2، ديوان المطبوعات الجامعية، بن عكنون، الجزائر،2008، ص ص (200،201).

المالية العامة، وعلى تطور الاقتصاد الوطني بصفة عامة، كما يلزم قانون النقد والقرض مصرف الجزائر باطلاع الحكومة على كل أمر من شأنه أن يمس بالاستقرار النقدي.

يتمتع مجلس النقد والقرض بطبيعة الحال بكل الصلاحيات الأخرى الخاصة بأية سلطة نقدية كتحديد القواعد والنسب المطبقة على المصرف والمؤسسات المالية لا سيما في مجال التغطية وتوزيع أخطار السيولة والملاءة وهو ما يعكس الاهتمام بسير وأمن النظام المالي.

كما يستلزم على اللجنة المصرفية أن تكون حاضرة وأن تمارس العملية الوقائية، ويتجلى هذا الدور الوقائي للجنة المصرفية من خلال ممارستها في آن واحد لمراقبة قد نصفها بغير المنتظمة ومراقبة التسيير،خاصة وأن القانون يمنحها صلاحية مطالبة أي مصرف باتخاذ كل إجراء من شأنه أن يصحح أساليب تسييره، وعلى كل حال فإن اللجنة المصرفية تراقب احترام المصارف لقواعد الحذر المحددة من طرف مصرف الجزائر في مجال تقييم وتغطية الأخطار.

إن إنشاء السوق النقدية في جوان 1998 فتح المجال أمام المؤسسات المالية غير المصرفية للتدخل في السوق النقدية بصفتها مقترضة، سمحت هذه العملية للمصرف المركزي بمراقبة هذه السوق وذلك باستعمال أسعار الخصم التي أصبحت أعلى من سعر الفائدة، في هذا الإطار بإمكان المصرف المركزي أن يعيد خصم السندات المنشأة لتشكيل قروض متوسطة الأجل لمدة أقصاها ستة أشهر، كما يمكن تجديد هذه العملية على أن لا تتعدى ثلاث سنوات.

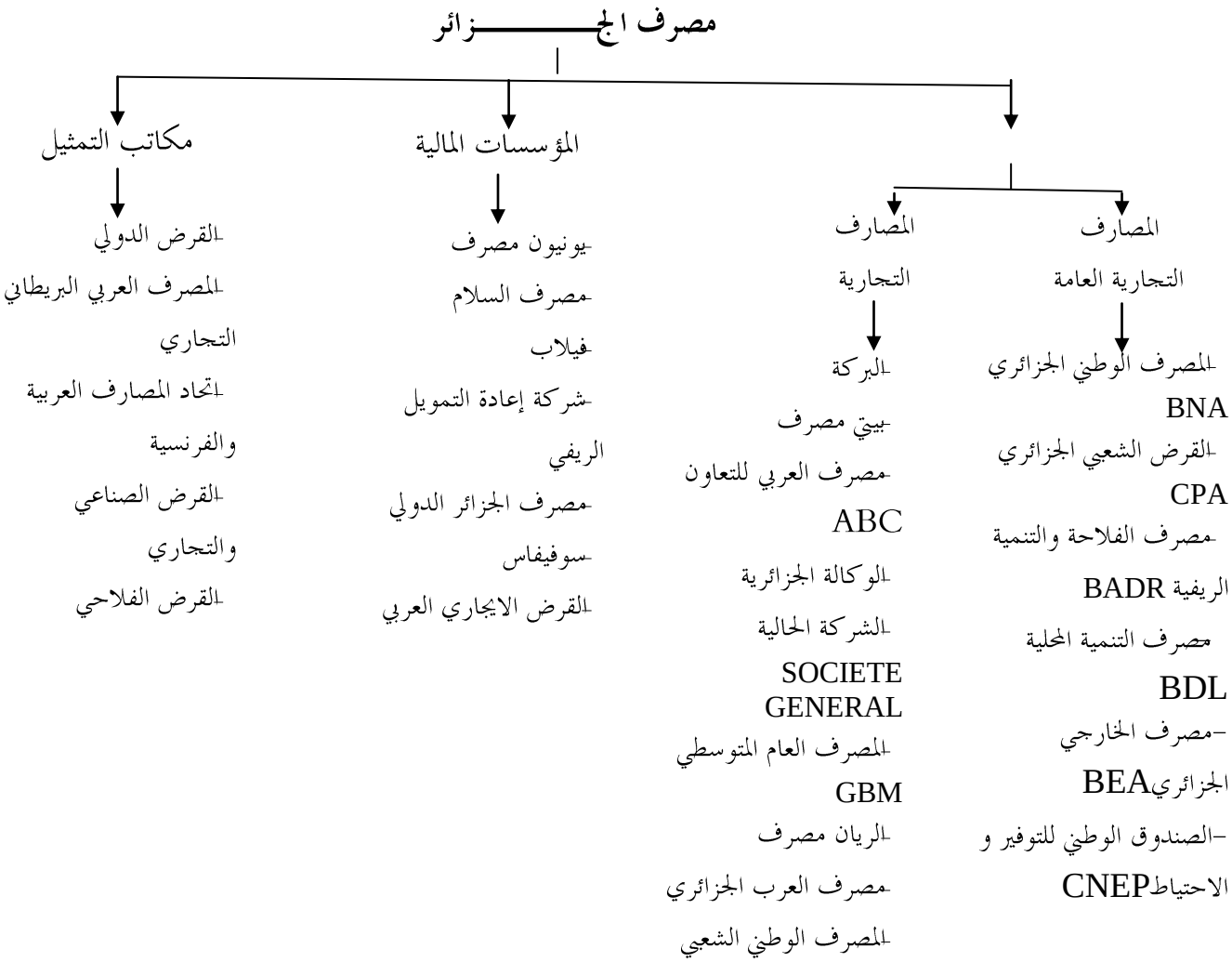
في خضم تطور نشاط السوق النقدية، يؤسس قانون النقد والقرض عمليات السوق المفتوحة (open-market) الممثلة في بيع و شراء السندات العمومية.

إلى جانب ذلك تم وضع حد لعلاقة التبعية السابقة بين المصرف المركزي والخزينة وهذا بتحديد سقف لكشف الحساب الجاري بنسبة ( 10%) من إجمالي إيرادات الخزينة للسنة المالية المنقضية، كما تم تحديد آجال قصوى مدتها ( 15) سنة لإعادة تسديد الديون المستحقة للمصرف المركزي على الخزينة، وهكذا وفي إطار قانون (90-10) تم السماح بإنشاء مصارف أجنبية أو خاصة أو مختلطة.

**المطلب الثاني: هيكل الجهاز المصرفي الجزائري**

شهدت المنظومة المصرفية توسعا ملحوظا في الفترة الأخيرة، فإلى جانب المصارف العمومية الستة ( 6) وصل عدد المصارف المعتمدة إلى 26 مصرفا ومؤسسة مالية، ويتكون الجهاز المصرفي من ثلاث قطاعات أساسية وهي مصارف ومؤسسات مالية ومكاتب التمثيل وهو ما يبينه الشكل الموالي:

**الشكل رقم (1-1):هيكل الجهاز المصرفي الجزائري الحالي**




**المصدر**: . www.bank of the algeria.dz.com: 10/03/2018

**المطلب الثالث: التحديات التي تواجه الجهاز المصرفي الجزائري:**

لقد كانت المصارف الجزائرية تفتقد إلى إطار مؤسسي والخبرة للنهوض بالأعمال المصرفية التي تتميز بالفاعلية، وأمام التحولات السريعة التي يشهدها الاقتصاد العالمي أصبح من الضروري انتهاج إستراتيجية فعالة لإعادة إدماج الاقتصاد الجزائري في الاقتصاد العالمي، لأن الأجهزة المصرفية لها دور رئيسي في توجيه الاقتصاد.

إن أغلب الدول تعتبر المصارف مقياسا لنشاطها وتطورها الاقتصادي، لهذا تسعى الجزائر إلى تعجيل بالإصلاح الفعلي والعميق لهياكل وآليات عمل الجهاز المصرفي الجزائري في إطار التحديات التي يفرضها الاقتصاد الدولي المتغير.

ولكي نتكلم عن فعالية الجهاز المصرفي في أي دولة لا بد أن يكون لهذا الأخير القدرة على تعبئة الموارد المالية وخاصة الموارد التي لا تأتي من الإصدار النقدي ومدى تخصيص الأموال القابلة للإقراض، وفق أفضل السبل الممكنة والحفاظ على البقاء في السوق، وتتطلب هذه العملية بيئة اقتصادية ومالية وسياسية ذات مميزات مناسبة، وهيكل داخلي سليم وكفء، ولا شك أن هذا الإصلاح سيكون عاملا في تطوير جهاز التمويل ويسمح هذا للاقتصاد الوطني باندماج بنجاح في الاقتصاد العالمي.

ومن أهم التحديات التي تواجه الجهاز المصرفي الجزائري هي:

**أولا: عجز الجهاز المصرفي عن تعبئة الادخار:**

إن المؤسسات المصرفية في الاقتصاد تمتاز بصفة الوسيط المالي النشيط الذي يقوم بمنح القروض لكل من القطاع الخاص والقطاع العام، وكذلك المساهمة بشتى الوسائل والأدوات المناسبة والفعالة لحث الأفراد والمؤسسات على الادخار، ومن ثمة توظيفه في مختلف المشاريع الاستثمارية التي سيكون لها الوضع الايجابي في الاقتصاد.

غير أن الأوضاع الاقتصادية السائدة في الجزائر لم تسمح بتهيئة هذه الظروف الملائمة لانطلاقة اقتصادية، حيث أن القطاع المصرفي كان يساوي تقريبا بين الفوائد المنوحة على الودائع في المصارف والأموال الموجهة للتوظيفات، ومن بينها الأسباب التالية: [1]

### 1. غياب سياسة ادخارية محفزة:

إن المصارف الأولية الاقتصادية المخططة مركزيا كحالة الجزائر تكتفي بتوزيع القروض حسب التوجيهات التي يمليها المركز.

وفي مثل هذه النماذج لا توفر الوساطة المصرفية أية امتيازات لجمع الادخار، وذلك عن طريق صيغ تحفيزية للادخار وخدمات تستجيب لاحتياجات العملاء، بالإضافة إلى ذلك فإن الاختلالات المالية التي تميز هذه الاقتصاديات تجهل من ديناميكية تدفقات الأموال بين الأعوان ذات القدرة غير الموجودة، فهي تجد في السوق الموازية فرصا لتوظيف أموالهم مقابل عوائد ذات مردودية أحسن من توظيفها في المصارف، وكنتيجة لذلك يمكن أن نستنتج أنه يوجد غياب أو فقدان الثقة في الجهاز المصرفي، لذا يجب التفكير في جملة من الإجراءات التي من شأنها وضع منتوجات ادخارية جديدة وفعالة تتوفر فيها صفات الحماية لكل من المصدر والمستعمل لهذه المنتجات.

### 2. غياب أدوات مالية جديدة:

إن وجود وتوفر الأدوات المالية وتنوعها يعتبر في أي اقتصاد من الضروريات والأساسيات لتعبئة ادخارات الأفراد، غير أن هذه الأدوات هي غائبة في الاقتصاد الجزائري، وذلك في كل من الشطر المتعلق بأدوات الادخار وكذلك المتعلق بالقرض. [2]

**أ. على مستوى أدوات الادخار:** إن تطور وتوسع السوق الموازي يعتبر معوق من معوقات تجنيد أو تعبئة الادخار في الاقتصاد عن طريق الجهاز المصرفي، وذلك للتفاوت في المكاسب التي تدرها هذه السوق مقارنة بالمصارف.

---

[1] حميد قطوش، مرجع سابق، ص 134.

[2] مرجع سابق، ص137.

وفي هذا الإطار فإن غياب أدوات قادرة على اجتذاب رؤوس الأموال تمثل عائقا هيكليا يضعف من تعبئة موارد الادخار، حيث يمكن لهذه الأدوات أن تكون في شكل صناديق التوظيف المشتركة، وفي شكل أسهم شركات الاستثمار ذات الرأسمال المتغير.

**ب. الأدوات البديلة للقروض البنكية:** إن من بين الأدوات البديلة للقروض المصرفية والتي تساهم في تمويل سليم لا يترتب عنه مضاعفات تضخمية يوجد الائتمان وذلك لتمويل الاستثمارات، وتوجد تقنية أخرى تدعى factoring وذلك من أجل تمويل الصادرات.

كما أن هناك بعض الإجراءات السريعة التي يجب أن تهتدي إليها المصارف من أجل تقديم خدمات بنكية مقبولة ويتعلق الأمر بـــ:

- اللجوء إلى آلية في المقاصة وكذا عمليات المعالجة داخل المصرف؛
- تنويع المنتجات المالية؛
- منح فوائد محفزة للأفراد.

**ثانيا: قيود ذات طبيعة تنظيمية وقانونية:**

إن التحولات التي أصبحت تطرأ على الاقتصاد الوطني نتيجة الانتقال من اقتصاد مخطط إلى اقتصاد السوق جعلت المؤسسات المصرفية تتحمل جملة من الصعاب التي تحول دون مباشرة أعمالها طبقا للتقاليد المصرفية الشائعة عالميا، الأمر الذي عرقل هذه المؤسسات عن التطور نحو العصرنة والفعالية التي يتطلبها اقتصاد السوق[1].

وبنوع من الإيجاز يمكن أن نحصر الصعاب التي يعاني منها القطاع المصرفي ضمن أربعة عناصر أساسية، يرتبط العنصر الأول بالوضعية القانونية للمصارف، والثاني بالعلاقات التي تمارسها المصارف مع الغير، والثالث بالتنظيمات التي تحدد النشاط التجاري للمصارف، وأخيرا نعرج إلى عراقيل أخرى ترتبط بالمجال الاجتماعي والثقافي.

[1] حميد قطوش، مرجع سابق، ص ص (149، 150).

**ثالثا: ضعف مردودية العنصر البشري:**

إن العنصر البشري يعتبر احد العوامل الأساسية والهامة في قطاع الخدمات وبالخصوص فيما يتعلق بقطاع المصارف، حيث أن تكوين وتسيير الموارد البشرية في هذا القطاع يجب أن يكون من الأولويات، كون مقتضيات المحيط وفعاليات السوق تستوجب التحلي بصفات الاحترافية، وذلك بوجود عناصر مسيرة ذات خبرة وكفاءة عالية متحكمة في دواليب التسيير لا تترك مجالا للهفوات والأخطاء وتسمح بتقديم خدمة ذات جودة ونوعية من شأنها المساهمة في تعظيم ربح المؤسسة وتدني تكاليفها.

**خلاصة الفصل**

يعتمد نجاح المصرف على مدى كفاءته في استغلال الفرص لتحقيق رضا العملاء الذي يرتبط ارتباطا متزايدا بالابتكارات التقنية والخدمات المصرفية الحديثة، والغرض من ذلك هو الحفاظ على مكانتها المصرفية واستقرارها في ظل التغيرات الحاصلة في كل المجالات، بالإضافة إلى وقوفها في وجه المنافسين.

وعلى المصارف الجزائرية مواكبة التحولات السريعة في قطاع المصارف لأنه أصبح من الضروري إدماج الاقتصاد الجزائري في الاقتصاد العالمي، لما للمصارف من أهمية في توجيه اقتصاد الدولة، حيث سنتطرق في الفصل الثاني إلى تقديم الصيرفة الالكترونية التي تعتبر من الاتجاهات الحديثة للمصارف.

# الفصل الثاني:

# الصيرفة الالكترونية

## مقدمة الفصل

تشهد دول العالم تطورا ملحوظا في مجال المعلوماتية و الاتصالات، وقد أخذت تقنيات المعلوماتية والاتصالات ترتبط بالأنشطة و المجالات الاقتصادية على تنوعها، وأخذت هذه التقنيات عنصرا مساعد للتقدم و التطور في تلك الأنشطة، وربما كان قطاع المصارف من أبرز القطاعات التي تأثرت بثورة المعلوماتية والاتصالات و التي شكلت عاملا مساعدا لتنمية العمل المصرفي منذ أوائل السبعينات من القرن العشرين، وفي اتجاهات متطورة للغاية خلال الثمانينات و التسعينات وحتى اليوم.

ومع بداية الانتقال إلى عصر المعرفة و المعلومات، ومع ظهور التجارة الالكترونية، وفي ضوء الاستخدام الواسع لتكنولوجيا الإعلام والاتصال، عرفت الصناعة المصرفية تطبيق نظم ووسائل جديدة حققت السرعة في الاستفادة القصوى مما تتيحه هذه التكنولوجيا الحديثة، وتمثل أساسا في الاستخدام الواسع لوسائل الدفع والسداد الالكترونية.

لذلك حاولنا من خلال هذا الفصل الإلمام بمختلف الجوانب النظرية للصيرفة الالكترونية وخدماتها، وكذا واقعها في الجزائر من خلال ثلاث مباحث كالتالي:

**المبحث الأول**: ماهية الصيرفة الالكترونية.

**المبحث الثاني**:الصيرفة الالكترونية كاتجاه لتطوير المصارف الجزائرية.

**المبحث الثالث**:جهود الجزائر في مجال الصيرفة الالكترونية.

## المبحث الأول: ماهية الصيرفة الالكترونية

يعتبر الاهتمام بظاهرة الصيرفة الالكترونية في أدبيات الفكر الإداري عموما وفي الفكر الإداري المصرفي خصوصا حديث العهد، إلا أن الباحثين يحاولون إزالة الغموض وإيضاح نشأة الصيرفة الالكترونية وتحديد مفهومها وطرح مزاياها.

### المطلب الأول: الصيرفة الالكترونية: النشأة، التعريف والخصائص

تشكل الصناعة المصرفية أحد أهم مؤشرات النهضة الاقتصادية التي ارتقت لها المجتمعات البشرية عبر تطورها، نظرا لإسهامها الواسع في توفير متطلبات الاستثمار والتنمية، إذ يمكن قياس مستوى التقدم والتطور الاقتصادي لأي مجتمع ما بمدى كفاءة ونجاعة نظامه المصرفي ونوعية خدماته المقدمة.

#### أولا: نشأة الصيرفة الالكترونية:

تعود نشأة الصيرفة الالكترونية إلى بداية الثمانينات تزامنا مع ظهور النقد الالكتروني، أما استخدام البطاقات فكان في القرن الماضي في فرنسا على شكل بطاقات كرتونية تستخدم في الهاتف العمومي وبطاقات معدنية تستعمل على مستوى البريد في الولايات المتحدة الأمريكية وفي عام ( 1958)أصدرت "Carte Bleu" من طرف ستة مصارف فرنسية.[1]

وفي نهاية السبعينات وبفضل ثورة الإلكترونيك تم تزويد البطاقات بمسارات مغناطيسية" Pistes magnétique" في عدد من البلدان الصناعية، حيث أصبحت البطاقات تحوي ذاكرة ويمكن تجزئة القيمة المخزنة فيها لإجراء عمليات الدفع، وفي عام ( 1986) شرعت اتصالات فرنسا " France Telecom" في تزويد غرف الهاتف العمومي بأجهزة قارئة لبطاقات الذاكرة ( Cartes à mémoire) ومع بداية التسعينات (1992) أصبحت كل البطاقات المصرفية (بطاقات دفع أو سحب) في فرنسا برغوثيه "carte à puce " وبالتالي فهي تساهم في التعرف على سلامة البطاقة وعلى هوية صاحبها وهو ما يعد دعم كبير لأمن العمليات التي تجري بها.

إن التغير الذي حدث في تسعينات القرن العشرين بفعل التطور الهائل في مجال تكنولوجيا الإعلام والاتصال وخاصة منها ثورة الانترنيت، أدى إلى تحولات عميقة في مجال الصيرفة فلقد ظهر في منتصف التسعينات أول مصرف اقتراضي في الولايات المتحدة الأمريكية، لتتلاحق ببروز مصارف من نفس النمط

---

[1] محمد مولود عزيل، **معوقات تطبيق التجارة الالكترونية في الجزائر وسبل المعالجة** ، أطروحة دكتورة غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير والتجارية، جامعة تلمسان،2010، ص153.

وبصورة متسارعة في مناطق أخرى من العالم، خاصة وأن تسيير العميل الافتراضي (client virtuel) أقل من تسيير العميل التقليدي كما بينت ذلك الدراسات المتخصصة.[1]

**ثانيا: تعريف الصيرفة الإلكترونية:**

الصيرفة الإلكترونية أو المصارف الإلكترونية، مصارف على الخط، مصارف عن بعد أو مصارف الانترنيت كلها اصطلاحات تؤدي ذات المقصود مع فرق في درجة "الإلكترونية" أو في أعمالها، إذ نجد مصارف تعمل كلية على الخط، فهي بالتالي مصارف افتراضية ومصارف أخرى تقدم خدمات بالطرق الإلكترونية، بالإضافة إلى عملها بالطرق التقليدية ومهما كانت درجة "الإلكترونية" على المستويات الجزئية، فإن عالم الوساطة المالية عرف تحولا نوعيا غير من أبعاد وأهداف استراتيجيات المصارف في السنوات القليلة الأخيرة، وكان ذلك نتيجة منطقية لثورة التكنولوجيات الجديدة في الإعلام والاتصال وعولمة الأسواق المالية المصرفية.

ونجد بعض التعاريف فيما يخص الصيرفة الالكترونية:

**التعريف الأول** : الصيرفة الإلكترونية هي استخدام الحواسب الشخصية والاشتراك في الانترنت للتعامل والتبادل الفوري للمعلومات، التي ترتبط في شكل شبكة تظم المؤسسات المالية والأسواق المالية والشركات والمستثمرين المتعاملين، يؤخذ ذلك في شكل برنامج ابتكاري للتواصل بين المشتركين عن طريق البريد الإلكتروني.[2]

**التعريف الثاني** : الصيرفة الإلكترونية هي منافذ تسليم الخدمة المصرفية قائمة على الحسابات الآلية وعلى شبكة الانترنت ذات مدى متسع زمنيا ومكانيا ودون عمالة بشرية.[3]

**التعريف الثالث** : هو إجراء العمليات المصرفية بطرق الكترونية أي باستخدام تكنولوجيات الإعلام والاتصال الجديدة، سواء تعلق الأمر بالسحب أو بالدفع أو بالائتمان أو بالتحويل أو التعامل في الأوراق المالية أو غير ذلك من أعمال المصارف، وفي ظل هذا النمط من الصيرفة لا يكون العميل مضطرا للتنقل إلى

---

[1] محمد مولود عزيل ،مرجع سابق،ص154.

[2] فريد النجار، **الاقتصاد الرقمي، الانترنت وإعادة هيكلة الاستثمار والبنوك الالكترونية** ، الدار الجامعية،الإسكندرية، مصر، 2007،ص478.

[3] طارق طه، **إدارة البنوك و نظم المعلومات المصرفية**، دار المقر الجامعي، الإسكندرية، مصر، 2000،ص48.

المصرف، إذ يمكنه القيام ببعض العمليات مع مصرفه وهو في مترله أو في مكتبه وهو ما يعني تجاوز بعدي للمكان والزمان.[1]

**ثالثا: خصائص الصيرفة الإلكترونية:**

للصيرفة الالكترونية عدة خصائص نذكر منها: [2]

-**الالتزام:** غالبا ما تنجز الخدمات المصرفية وتتحقق للمستفيد على نحو ملازم للإنتاج، أي أنها الخدمة التي تنتج و تستهدف في نفس الوقت، وأن انعدام ظاهرة التخزين للخدمة لمجابهة الطلبات المستقبلية مسألة واردة،بالإضافة إلى أنه عند ابتكار خدمات جديدة فإن التكلفة والنوعية تظهران بشكل واضح في مثل هذه الحالة؛

-**التنوع (عدم التجانس):** تتصف الخدمات المصرفية بتنوعها وعدم تجانسها مما يجعلها خدمات غير معيارية،و من الصعب إخضاعها للقياس ما دامت تستند في أدائها على اعتبارات الخبرة، المهارة والنوعية في تقديمها، وبالتالي فإن النوع الظاهر في الخدمة يأخذ مكانة واضحة في مثل هذه الحالة؛

-**التمايز (المدى الواسع):** تعمل المؤسسات المصرفية على تقديم مدى واسع للخدمات والمنتجات لتلبية الحاجات المصرفية المتنوعة من قبل عملاء مختلفين، وفي مناطق مختلفة حيث تقدم من جهة خدمة لعميل صناعي مثلا وفي الجهة الأخرى تقدم خدمة لعميل عادي؛

-**التشتت الجغرافي:** إن امتلاك شبكة فروع في أي مصرف ذي حجم ومجال واسعين وبشكل متتابع للتزويد بالمنافع وتلبية الحاجات المحلية الوطنية وحتى العالمية يجعل من الخدمات والترويج ذات تطبيق واسع؛

-**الموازنة بين النمو و المخاطر** : عندما تكون المنتجات المصرفية ذات درجة معينة من المخاطرة يصبح من الضروري أن تكون هناك رقابة لإيجاد التوازن والحذر من ارتفاع المخاطرة؛

-**تقلبات الطلب:** قد يحدث تقلب في أصناف معينة من الخدمة لأسباب طارئة أو ظروف موسمية مثل الطلب على القروض الموجهة للمشاريع السياحية الموسمية أو بطاقات الائتمان أو مواسم زراعية معينة مما يخلق ضغطا كبيرا على وظائف التسويق في المصارف؛

-**المسؤولية الائتمانية:** من أهم المسؤوليات التي يعنى بها أي مصرف هي حماية ودائع ومكاسب عملائهم، وهذا مهم ليس فقط في المصارف و إنما في أغلب المؤسسات المالية الأخرى.

---

[1] محمد مولود عزيل ،مرجع سابق،ص155.

[2] سمية فرقاني، **وسائل الدفع الحديثة كمدخل لعصرنة الخدمات المصرفية في البنوك**، مذكرة ماسترغير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية و التجارية وعلوم التسيير، جامعة المدية،2013،ص48.

**كثافة العمل:** يبقى قطاع الخدمات المصرفية ذو كثافة عمل عالية الأمر الذي يرفع من تكلفة الإنتاج ويؤثر في سعر المنتجات.

**المطلب الثاني: الصيرفة الإلكترونية: الأهمية، مجالات الاستخدام ومتطلبات النجاح**

تمتاز الصيرفة الالكترونية بعدة خصائص، نظرا لأهميتها في القطاع المصرفي ويلزم ذلك توفير بيئة مناسبة لسير العمليات المختلفة من أجل نجاحها وتفادي الوقوع في المخاطر، سوف نذكر في هذا المطلب خصائص الصيرفة الالكترونية وأهميتها ومختلف مجالات استخداماتها.

**أولا: أهمية الصيرفة الإلكترونية:**

يعود استخدام الصيرفة الالكترونية المتعلقة بتسوية أنشطتها وخدماتها المالية عبر الانترنيت بفوائد كثيرة عليها أهمها: [1]

1 – تخفيض النفقات التي يتحملها المصرف لإجراء بعض المعاملات المصرفية المختلفة، دون الحاجة للانتقال إلى المصرف، وهذا ما يؤدي إلى توفير تكلفة إنشاء فروع جديدة للمصرف في المناطق البعيدة، لأن تكلفة إنشاء موقع يحتاج إلى مباني وأجهزة وعمالة مدربة ومستندات وصيانة؛

2 – إن دخول المصارف العالمية شبكة الانترنيت وبما تملكه من قدرات على المنافسة، يلزم بالضرورة دخول المصارف العربية ومن بينها الجزائرية لهذه الخدمة لمواجهة التحديات الجديدة الناجمة عن عرض المصارف الأجنبية لخدماتها وقيام العملاء وفقا لذلك بالمقارنة بين خدمات جميع المصارف لاختيار ما يناسبهم؛

3 – تعزيز رأس المال الفكري وتطوير تكنولوجيا المعلومات؛

4 – إن الصيرفة الالكترونية تؤدي إلى تيسير التعامل بين المصارف وجعله متواصلا على مدار الوقت؛

5 – اختصار المسافات الجغرافية ورفع الحواجز التقليدية،

6 – قيام علاقات مباشرة بين المشتري والبائع،

7 – توفير المزيد من فرص العمل والاستثمار؛

[1] فريد النجار ،مرجع سابق ، ص46.

8 – إن استخدام الانترنيت في المصارف يشكل نافذة إعلامية لتعزيز الشفافية، وذلك من خلال التعريف بهذه المصارف وترويج خدماتها والإعلام بنشأة المصارف وتطوير مؤشراتها المالية ولوضعها في خدمة الباحثين والدراسيين وسائر الأطراف الأخرى المعنية بالأمر.

**ثانيا: مجالات استخدام الصيرفة الالكترونية :**

في سياق المتغيرات التي اجتاحت البيئة المالية الدولية إقليميا وعالميا، أصبح من الضروري العمل بالصيرفة الالكترونية، في مختلف المجالات للوصول إلى الأهداف المسطرة، وهذه المجالات هي: [1]

1 –كافة المعاملات التجارية المتعلقة بالصفقات التجارية، وكافة أنواع المعاملات الخاصة بعمليات الإنتاج والتصميم؛

2 – كافة المعاملات المالية والمصرفية بين مؤسسات الأعمال والمؤسسات المالية أو بين مؤسسات الأعمال فيما بينها؛

3 – كافة المعاملات المتعلقة بالخدمات بين الأفراد أو بين المؤسسات والجهات الحكومية.

ويمكن زيادة المجالات التي يغطيها التبادل الإلكتروني حسب الأهمية و الضرورة.

ولقد أوضحت إحدى الدراسات على شركة من الشركات الأمريكية أن تكلفة إتمام العمليات التجارية الخاصة بالشراء بالطريقة اليدوية تكلف ( 70) دولار وهذه التكلفة تنخفض إلى دولار واحد باستخدام نظام التبادل الالكتروني للوثائق، كما أوضح منسق ( EDI) ( Electroniqeu Data Inter Change) في إحدى مصانع السيارات بأنه يتم تنفيذ أربعمائة ألف معاملة الكترونية شهريا في المصنع ويوفر دولارين شهريا لكل فاتورة.

**ثالثا: متطلبات نجاح الصيرفة الالكترونية:**

مما لا شك فيه أن نجاح الصيرفة الالكترونية في أي مصرف يتطلب توفير مجموعة من الشروط الضرورية ويصنفها الباحثون إلى نوعين: [2]

---

[1] سميةفرقاني ، مرجع سابق ، ص49.

[2] أحمد شعبان محمد علي، **انعكاسات المتغيرات المعاصرة في القطاع المصرفي و دور البنوك المركزية** ،الطبعة 1، الدار الجامعية، الإسكندرية، مصر، 2006، ص174.

**1. متطلبات إستراتيجية:**

و هي محددات مرتبطة بمدى توجه المصرف استراتيجيا:

-**تبني الإستراتيجيات المناسبة:** التي تأخذ باعتبارها كيفية تحقيق المزيج المناسب بين كل من الخدمات المصرفية التقليدية والخدمات المصرفية الالكترونية في بناء الإستراتيجية التنافسية:

-**التوجه الدولي للمصرف:** تشير الدراسات والأبحاث بأن المصارف التي لها فروع في دول أخرى حققت نجاحات مثمرة باستخدامها الصيرفة الالكترونية، إن الصيرفة الإلكترونية المعتمدة على نظم التبادل الالكتروني للبيانات تولد حالة من التوسع الكبير في الأسواق والأعمال الجديدة، إضافة إلى أنها تسمح للمصرف و بحكم تواجده في دول أخرى، بمتابعة التطورات الحاصلة سواء في المجال المصرفي أو التطور الحاصل في مجال أنظمة وتكنولوجيا المعلومات، فهذا المطلب يحقق للمصرف عدم الوقوع في الجمود ويكون قادرا على مواجهة تحديات التطور التكنولوجي.

-**قدرة المصرف على إدارة المخاطر:** من المعلوم أن العمل في بيئة رقمية مليء بالمخاطر بغض النظر عن المخاطر الناجمة على القروض المقدمة، فتوجه المصرف للاعتماد على التقنية الرقمية وحتى يقلل من درجة المخاطرة مطالب بتكوين فريق متكامل متحكم جيدا بالأساليب الحديثة لإدارة المخاطر.

**2. متطلبات تنظيمية:**

وهي مجموعة من الخصائص التي يجب أن تتوفر في تنظيم المصرف ككل:

– **البنية التحتية للمصرف** : من الضروري التأكيد على تنمية البنية التحتية الخاصة بالصرفة الالكترونية على مستوى المصرف، من وسائل اتصالات متطورة، أجهزة ونظم حاسبات آلية حديثة وما يلزم من تطبيق نظام وسائل دفع وائتمان الكتروني، مع وضع الضوابط والصيغ التي تضمن تسهيل المعاملات المصرفية والتجارية الالكترونية وعوامل الأمان اللازمة لاستقرار تلك المعاملات.

– **نظام اتخاذ القرار** : و تتعلق بالكيفية التي يتم فيها اتخاذ القرار، قرارات مركزية أو لا مركزية كلما كانت القرارات لا مركزية كلما ساهم ذلك في نجاح الصيرفة الالكترونية، فنجاح الصيرفة الالكترونية يتم في بيئة عمل داخلية تعتمد على تبادل البيانات والمعلومات بين مختلف الوظائف وعلى درجة عالية من التفاعل مع

العميل الذي يسمح للمصرف بفهم وإدراك حاجاته، فعملية تلبية حاجة العميل لا تحتاج إلى الانتظار وفي هذه الحالة يكون اتخاذ قرار المصرف في نقطة تفاعل العميل مع نقطة البيع.

– **توفر الكفاءات الأدائية للموظفين:** و نميز بين الكفاءات الإدارية والكفاءات التقنية، وكمثال الكفاءات الإدارية الكفاءات التسويقية و التي تكون قائمة على فهم احتياجات وسلوك العميل المصرفي، والكفاءات التقنية هي الكفاءات المتحكمة بالنظام الالكتروني الذي يشغل خدمات الصيرفة الالكترونية، فكلما كانت هذه الشروط متوفرة كلما ساهم ذلك في نجاح الصيرفة الالكترونية.

– **الخبرة الدولية لصناع القرار** : فمتخذ القرار في أعلى هرم التنظيم المصرفي لما يملكه من سلطة اتخاذ القرارات الإستراتيجية خصوصا التي تمس جوانب التغير داخل المصرف، فكلما كانت لها خبرة دولية كلما انعكس ايجابيا على اتجاهاته وميوله اتجاه الابتكارات المصرفية الالكترونية.

– **القدرة المالية:** يشير هذا الشرط إلى قدرة المصرف في تمويل تكاليف البحث والتطور وتكاليف تنفيذ برنامج الصيرفة الالكترونية.

– **تطوير التنظيم الإداري** : ويتم ذلك من خلال إعادة هندسة العمليات والإجراءات الإدارية وتنظيم مختلف الوظائف، خاصة الوظيفة التسويقية التي ستجد نفسها أكثر قربا للعميل، مما يتطلب منها الاعتماد على مفاهيم تسويقية حديثة والتي حتما سيتم تجسيدها ميدانيا على شكل عمليات وإجراءات، وعلى شكل إدخال وظائف أخرى تهتم بإدارة العلاقة مع العميل اعتمادا على تكنولوجيا المعلومات.

**المطلب الثالث: مزايا و مخاطر الصيرفة الإلكترونية**

كما تتحلى الصيرفة الالكترونية بعدة مزايا، هنالك دائما مخاطر تصاحبها ومعرفة نوع الخطر يساهم في التقليل منه، من هذا سوف نحاول ذكر مختلف مزايا ومخاطر الصيرفة الالكترونية.

**أولا:مزايا الصيرفة الإلكترونية**

تحقق الصيرفة الإلكترونية العديد من المزايا لكل من المصارف والعملاء وأهم هذه المزايا: [1]

[1] محمد عبد الفتاح الصوفي، مرجع سابق ، ص68.

- توفير الخدمات المالية للعملاء على مدار 24 ساعة؛

-تقديم معلومات حديثة عن حسابات العملاء؛

-إجراء المعاملات بسرعة أكبر؛

-الحصول على نصائح مالية من المصرف سواء من خلال البريد الالكتروني أو بشكل مرئي من خلال الكاميرات.

بالإضافة إلى مزايا أخرى تتمثل في: [1]

-**لا تخضع للحدود** : يستخدم العميل الصيرفة الالكترونية لتسهيل تسوية معاملاته التجارية من أي مكان إلى آخر في العالم، فهي خدمات عبر الحدود، و لا تعرف قيودا جغرافيا.

- **بسيطة وسهلة الاستخدام** : إن استخدام الصيرفة الإلكترونية في التعاملات المصرفية يغني عن بعض الإجراءات الإدارية التي غالبا ما تعرقل التعاملات التجارية مثل: الاستغناء عن ملء الاستمارات، مما يعني تسريع العمليات المصرفية.

-**تشجيع عمليات الدفع الآمنة:** يعتمد استخدام الصيرفة الالكترونية على أجهزة الكترونية جد متطورة تدعم بأنظمة وبروتوكولات، كما تستخدم استعراضات بشبكة الواب تدعم هي الأخرى بأنظمة وبروتوكولات جد آمنة، مما يجعل عملية النفوذ آمنة.

-**فرصة لتخفيض تكاليف إنشاء الفرع** : يقر العمليين في المجال المصرفي أن تكلفة تقديم الخدمة من خلال المصرف العادي تكلف ما لا يقل عن ستة أضعاف تقديمها على إحدى منافذ التوزيع الإلكترونية، [2] ويمكن توضيح بعض التقديرات الخاصة بتكلفة الخدمات المقدمة عبر القنوات المختلفة بالجدول رقم ( 2-1) وتوضيح الفرق بين تكلفة إنشاء فرع وتكلفة شراء آلة صرف في الشكل (2-1).

---

[1] فريد النجار، مرجع سابق ، ص478.

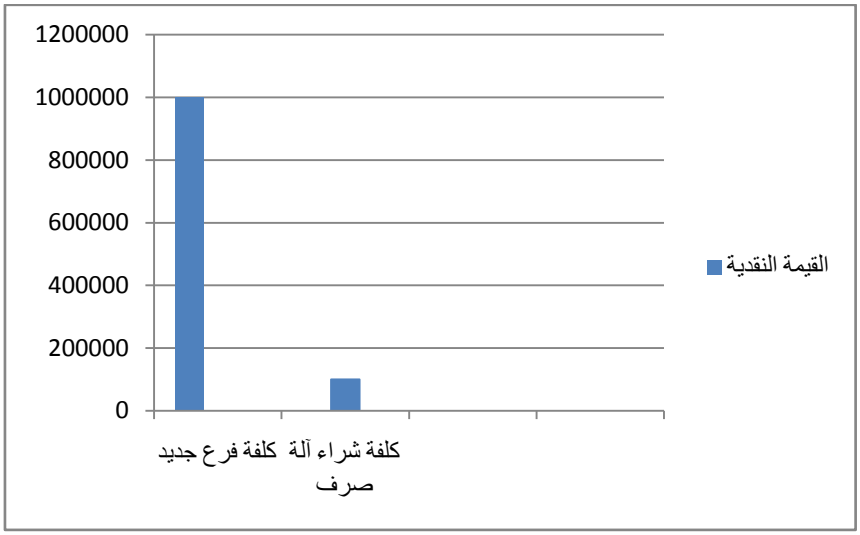
[2] خير الدين معطي الله و محمد يوقمون، **المعلوماتية و الجهاز المصرفي حتمية تطوير الخدمات المصرفية**، ملتقى "المنظومة المصرفية الجزائرية والتحولات الاقتصادية (واقع و تحديات)"، كلية العلوم الاقتصادية،جامعة الشلف، الجزائر، يومي 15/14 ديسمبر، 2004، ص196.

**الجدول رقم (2-1): تكلفة تقديم الخدمات المصرفية عبر كل قناة توزيع**

| تقدير التكلفة | قناة تقديم الخدمة |
|---|---|
| 295 وحدة | خدمة مقدمة عبر نقطة البيع |
| 56 وحدة | خدمة من خلال مركز الاتصال الهاتفي |
| 04 وحدة | خدمة من خلال شبكة الانترنت |
| وحدة واحدة | خدمة من خلال إحدى آلات الصرف الذاتي |

**المصدر**،خير الدين معطي الله ، يوقمون محمد، **المعلوماتية و الجهاز المصرفي حتمية تطوير الخدمات المصرفية**، ملتقى "المنظومة المصرفية الجزائرية و التحولات الاقتصادية (واقع و تحديات)"، كلية العلوم الاقتصادية، جامعة الشلف، الجزائر، يومي 15/14 ديسمبر، 2004، ص196.

**الشكل رقم (2-1): تكلفة إنشاء فرع جديد مقارنة بشراء آلة صرف**




**المصدر**:طارق طه ، **إدارة البنوك في بيئة العولمة والانترنت**، دار الفكر الجامعي،الإسكندرية، مصر، 2007، ص268.

و من الجدول رقم (2-1) و الشكل رقم (2-1) يتضح لنا استخدام الصيرفة الالكترونية، تساهم في تقليل حجم التكاليف بما في ذلك تكاليف بناء الفرع، كما أن تكلفة طباعة وتوزيع الأدلة الاتصالية والترويجية والكتالوجات تمثل نسبة كبيرة من التكاليف الإجمالية، بينما في حالة استغلال شبكة الانترنت، ونخص بالذكر الموقع الالكتروني للمصرف، قد تنخفض التكاليف بشكل كبير.

التجربة بينت لنا أن معظم المصارف تتجاهل الترويج لنشاطاتها اعتمادا على الإعلانات بحكم أنها تزيد من الأعباء و التكاليف، فتطوير موقع الكتروني مستوفي للشروط سيغني عنه توجه المصرف للوكالات الإعلانية التي تجبره على تسديد تكاليف أكبر.

إيصال المعلومات التي تتعلق بالمصرف وأنشطته إلى العملاء بهدف إخبارهم بما يمكن أن تقدم لهم من منتجات مصرفية، وبما أن العملية تفاعلية فإن المصرف يضمن:[1]

**1.** مسح السوق وذلك من خلال الاتصال بالعملاء، وجمع المعلومات اللازمة عن توجهات العميل؛

**2.** تحديد الفرص السوقية من خلال الاتصال التي تتم بهدف جمع المعلومات اللازمة عن السوق؛

**3.** سهولة دراسة مدى فعالية النقاط التوزيعية الالكترونية وتحسين أدائها؛

**4.** تحديد المناطق التي يقع فيها الطلب على الخدمات المصرفية وعلى السلع والخدمات المتعلقة بها.

**ثانيا: مخاطر الصيرفة الالكترونية:**

يصاحب تقديم العمليات المصرفية الالكترونية مخاطر متعددة لا يمكن مواجهتها دون وضع إطار قانوني و تطويره مع كل المستجدات، وأهم هذه المخاطر ما يلي:

**1 – مخاطر التشغيل:**

تنشأ مخاطر التشغيل من عدم التأمين الكافي للنظم أو عدم ملاءمة تصميم النظم و البرمجيات التي يتعامل بها المصرف، أو إنجاز العمل أو أعمال الصياغة، وكذا نتيجة إساءة الاستخدام من قبل العملاء وذلك على النحو التالي:[2]

-**عدم التأمين الكافي للنظم:** تنشأ هذه المخاطر عن إمكانية اختراق غير المرخص لهم لنظم حسابات المصرف، بهدف التعرف على المعلومات الخاصة بالعملاء واستغلالها، وأحيانا لسرقة البطاقات الائتمانية الخاصة بهم، سواء تم ذلك من خارج المصرف أو من العاملين به، مما يستلزم توافر إجراءات كافية لكشف وإعاقة ذلك الاختراق؛

---

[1] محمد حاسم الصميدعي و يوسف ردينة عثمان ، **التسويق المصرفي– مدخل استراتيجي كمي تحليلي** ،الطبعة1، دار المناهج للنشر والتوزيع، عمان، الأردن ، 2005، ص22.

[2] منير الجنيهي، ممدوح الجنيهي، **البنوك الالكترونية**، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، مصر، 2005، ص19.

-**عدم ملاءمة تصميم النظم أو إنجاز العمل أو أعمال الصيانة** : وهي تنشأ من إخفاق النظم أو عدم كفاءتها (بطء الأداء، إحداث تغير في نشاط المصرف مع عدم متابعته بتغيير في الهيكل التنظيمي للمصرف) لمواجهة متطلبات المستخدمين وعدم السرعة في حل المشاكل، وصيانة النظم، وخاصة إذا زاد الاعتماد على مصادر من خارج المصرف لتقديم الدعم الفني بشأن البنية الأساسية اللازمة؛

-**إساءة الاستخدام من قبل العملاء:** و يرد ذلك نتيجة عدم إحاطة العملاء بإجراءات التأمين الوقائية، أو بسماحهم لعناصر إجرامية بالدخول إلى حسابات عملاء آخرين، أو القيام بعمليات غسيل الأموال باستخدام معلوماتهم الشخصية.[1]

## 2 – مخاطر السمعة:

تنشأ هذه المخاطر في حالة فشل المصرف في إرساء خطة تنظيمية موثوقة وآمنة يترابط فيها جميع الفاعلين في نظام الصيرفة الإلكترونية، فإذا ما واجه المصرف خطر مثل هذا فإنه يؤدي إلى فشل نظام الصيرفة الإلكترونية في تحقيق أهدافه،كما قد يكون الخطر ناجم عن عدم إلمام العميل بقواعد استخدام الصيرفة الالكترونية فينعكس سلبيا على ثقته بالمصرف، أشارت إحدى الدراسات أن توجه العملاء نحو الصيرفة الالكترونية يختلف من عميل إلى آخر، فالعميل ذو المستوى الدراسي العالي يسهل عليه استخدام الصيرفة الالكترونية باعتبار أنها تتطلب معارف ومهارات متقدمة في لغة الإعلام الآلي، وفي المقابل العملاء ذو المستوى الدراسي المنخفض والذين يفتقدون إلى المعرفة والدارية بأساليب ووسائل التعامل مع أجهزة الإعلام الآلي والبرمجيات، الكثير منهم يفقدون أموالهم وأرصدتهم لجهلهم لكيفية التعامل، وأضافت الدراسة أن هذا النوع من العملاء فقد ثقته بالمصرف.[2]

## 3 – المخاطر القانونية:

تحتوي الصيرفة الالكترونية على درجة عالية من المخاطر القانونية بالنسبة للمصارف نجد أبرز فكرة تطرح حاليا كون الصيرفة الالكترونية يمكن أن تساهم في عملية غسيل الأموال وتمويل العمل الإجرامي ،

---

[1] نسيمة اعمر ستي، **دور الصيرفة الالكترونية في تحسين الأداء التسويقي للمصارف** ، مذكرة ماستر غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة المدية، 2013، ص17.

[2] محمد طلحة، **الصيرفة الالكترونية و أثرها على الأداء التسويقي للبنوك** ، مذكرة الماجستير، كلية العلوم الاقتصادية و العلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة المدية، 2009، ص16.

وهذا كله ناجم من السرية التي توفرها هذه التقنية للمتعاملين، مما يستدعي التفكير في وضع إطار قانوني وتشريعي يحارب كل استعمال غير شرعي للصيرفة الالكترونية، فضلا عن التنسيق والتكامل الدولي تضيق الخناق عن الاستعمال غير الشرعي وإنشاء وكالة خاصة للمراقبة، وهناك مخاطر أخرى مرتبطة بالنشاطات المختلفة للقرصنة وما يمكن أن تشكله من خطر على نظام الشبكة الإلكترونية.[1]

## المبحث الثاني: الصيرفة الالكترونية كاتجاه لتطوير المصارف الجزائرية

لاحظنا مؤخرا تسارع المؤسسات الاقتصادية إلى الاعتماد على التجارة الالكترونية بهدف الاستفادة من مزاياها، و بالتالي فإن معظم التعاملات تتم عبر شبكة الانترنت، عن طريق التحويلات المصرفية بين حسابات المشترين وحسابات البائعين على مستوى المصارف، وهذا التوجه هو أهم عوامل المساهمة في إحداث تغييرات جذرية في أنماط العمل المصرفي، وذلك للاستفادة أكثر من تقنيات المعلومات والاتصال بما يكفل وصول الخدمات المصرفية للعميل بدقة وسهولة، ومع عصر الانترنت والاقتصاد الرقمي، صارت معظم الخدمات المصرفية المقدمة تعتمد على المعلومات، فبدل تقديمها بشكل مادي أصبح بالإمكان تقديمها الكترونيا من خلال وسائل عدة كالهاتف، الفاكس، الانترنت، الأكشاك الالكترونية.

### المطلب الأول: الصيرفة الالكترونية وحتمية تطوير الخدمات المصرفية في المصارف الجزائرية

تحاول الجزائر اللحاق بركب التطور في مجال تكنولوجيات الإعلام والاتصال والاستفادة من المزايا التي يتيحها استخدام الانترنت، وسنتعرض فيما يلي إلى مدى تطور شبكة الانترنت في الجزائر والمجهودات الكبرى التي تقوم بها الجزائر من أجل تعميم تكنولوجيات الإعلام والاتصال ثم بعض الصفقات الالكترونية التي تقوم بها من الخارج: [2]

---

[1] رشيد بوعافية، **الصيرفة الالكترونية و النظام المصرفي الجزائري الافاق و التحديات** ، مذكرة ماجستير في العلوم الاقتصادية، جامعة البليدة، 2005 ، ص80.

[2] عادر رحال،**تحديث الخدمة الصرفية لمواجهة اختلالات المنظومة المصرفية في ظل التوجه نحو اقتصاد السوق** ،مذكرة ماجستير،كلية العلوم الاقتصادية،جامعة باتنة، ص81.

**أولا: تطور شبكة الانترنت و واقعها في الجزائر:**

لقد أثر التأخر الكبير في قطاع تكنولوجيا الإعلام والاتصال بطريقة سلبية على أداء الخدمات المصرفية التي تقدمها المصارف الجزائرية، إلا أننا نشهد بداية تحرير هذا القطاع لاسيما في مجال الهاتف النقال وشبكة الانترنت، وسنحاول إبراز واقع شبكة الانترنت في الجزائر، لأن الحديث عن الصيرفة الالكترونية في أي بلد مرتبط ببيئتها المتمثلة في الانترنت وعدد الأفراد المستعملين لها بانتظام، ولقد تم ربط الجزائر بالانترنت عام (1994)عن طريق ايطاليا، وقد تم ذلك في إطار مشروع تعاون مع منظمة اليونسكو بهدف إقامة شبكة معلوماتية في إفريقيا تسمى ريناف ( Rinaf)، تكون الجزائر هي النقطة المحورية للشبكة في شمال إفريقيا، وكانت سرعة الارتباط آنذاك ضعيفة جدا حيث لم تتجاوز 9600 حرف ثنائي في الثانية لتصل عام (1996) إلى 64 ألف حرف ثنائي في الثانية ثم 1 ميغابايت في الثانية ليصل عام (2002) إلى 140 ميغابايت في الثانية، ففي البداية كان استخدام الانترنت مقتصرا على الهيئات ومراكز البحث العلمي دون الأفراد، فقد قدر عدد الهيئات المشتركة في الشبكة 130 فقط عام ( 1996) ثم ارتفع ليصل 800 هيئة عام (1999)، أما بالنسبة لعدد مستخدمي الانترنت فقد تجاوز 4700000 عام (2010)، وهذا العدد مرشح للارتفاع.

ورافق ارتفاع عدد متصفحي الانترنت تضاعف عدد نوادي الانترنت، فقد انتقل تعدادها من 100 مقهى عام ( 2000) ليصل إلى 500 مقهى عام ( 2007)، إلا أن هذا الارتفاع ما يزال ضعيفا مقارنة بدول الجوار و الأسباب تعود لما يلي: [1]

-نقص الوعي في المجتمعات الجزائرية بأهمية هذه النوادي أو المقاهي في تطوير المعارف وفعاليتها في النشاط الاقتصادي و المالي؛

-ارتفاع أسعارها وأسعار لوازمها؛

[1] منية خليفة، **الصيرفة الالكترونية كمدخل التأهيل و عصرنه البنوك** ، الملتقى العلمي الدولي الرابع حول: "عصرنه نظام الدفع في البنوك الجزائرية وإشكالية اعتماد التجارة الالكترونية في الجزائر – عرض تجارب دولية"، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية و علوم التسيير المركز الجامعي بخميس مليانة، الجزائر، يومي: 27/26 أفريل 2011، ص ص(7،6).

-الضعف في الارتباط بين المؤسسات الاقتصادية والإدارية بالشبكة، والتي وإن امتلكت مواقع على هذه الشبكة فغالبا تكون لتعريفها لا أكثر، أي أن استعمالها غير تجاري وبالتالي فهي محصورة أساسيا في البحث العلمي فقط؛

-قلة موزعي الانترنت في الجزائر، حيث نجد من بين 95 معتمد لا ينشط سوى 20 موزع فقط.

لقد قامت الجزائر باستثمارات جديدة في قطاع الاتصالات وذلك لتحديثه وكذا الحد من مشكل الانقطاعات المذكورة لشبكة الانترنت ورفع قوة تدفق الشبكة من خلال تحديث الشبكات، وذلك لأن أغلبيتها يعود إلى بداية التسعينات، كما أدخلت الحكومة الجزائرية ما يسمى بتقنيات الجيل الجديد، وذلك باقتناء 400 ألف جهاز وصول بالانترنت تم توزيعها على 5 ولايات هي: العاصمة، وهران، سطيف، قسنطينة والشلف تم تسويقها في جوان 2011، كما تم اقتناء 500 ألف جهاز آخر في أكتوبر 2011 وزعت على 14 ولاية أخرى، وستسمح خدمة الجيل الجديد بتحسين نوعية خدمات الانترنت، حيث أن سرعة التدفق ستصل إلى 500 ميغا في الثانية الواحدة، وسيتم بث القنوات التلفزيونية على شبكة الانترنت،حيث طموح إدارة اتصالات الجزائر أن يفوق عدد مستخدمي الانترنت 6 ملايين مشترك مع نهاية (2014).

ورغم المشروع الطموح الذي قامت به وزارة البريد و تكنولوجيا الإعلام والاتصال أي "مشروع أسرتك" والهاتف إلى أن تملك كل أسرة حاسوب، إلا أن عدد الأسر المالكة للحواسب لم تتعدى 3,1% فيما وصلت النسبة في ماليزيا 41,23 % و في الصين 14,75 %.

**ثانيا: مجهودات الجزائر في مجال تعميم تكنولوجيات الإعلام و الاتصال:**

منذ عام ( 2000) والجزائر تقوم بعدة مشاريع بهدف تحرير سوق مزودي خدمة الانترنت ولقد قامت في هذا المجال بإصدار عدة قوانين تحدد بها شروط وضع خدمة الانترنت وكيفيات استغلالها ومن بينها: [1]

أ – القيام بإدخال تدريجي للتسيير التقني و التجاري لشبكة الاتصالات السلكية واللاسلكية (IDT)؛

[1] عادر رحال،مرجع سابق،ص83.

ب –إدخال الأعمال الالكترونية E-Business ونظام الدفع الالكتروني على مستوى الحسابات البريدية (2005/2004)؛

ج – المعالجة المعلوماتية للصندوق الوطني للتوفير والاحتياط (انطلق في مارس 2004)؛

د – إدراج 200 جهاز إعلامي متعدد الوسائط يسمح بدخول مشترك في شبكة الانترنت (نهاية نوفمبر2004)؛

ه – نظام تسديد مكثف للمصرف SPM (2005)؛

و – تعميم شبكة في كافة المستويات التعليمية الجزائرية (نهاية 2005)؛

ز – إنشاء قطب معلوماتي في المدينة الجديدة سيدي عبد الله بالعاصمة الجزائرية؛

ح – تشغيل حلقتين وطنيتين للألياف البصرية يقدر طولها ب 15000كم (تم انجازها في الفترة (2003/2001)؛

ط – تطوير استعمال الانترنت بالسرعة الفائقة ADSL (تم انجازها في نوفمبر 2003)؛

ي – تحضير مشروع الألياف البصرية الرابط بين الجزائر وأبوجا (نيجيريا) المدرج في إطار الشراكة الجديدة من أجل تنمية إفريقيا (النيباد)؛

**المطلب الثاني: أسباب تأخر نظام الصيرفة الالكترونية في الجزائر:**

في ظل سعي الدولة الجزائرية للاندماج في الحركية الاقتصادية الدولية، كثر الحديث عن عصرنة النظام المصرفي نظرا لتحكمه في تدوير دواليب الاقتصاد، وعصرنة النظام المصرفي تشمل عملية تحديث وتطوير أحد عناصر النظام ألا وهي الخدمات المصرفية إذ سنتطرق في هذا المطلب إلى سمات الخدمات المصرفية ثم مبادئ إقامة الصيرفة الالكترونية في الجزائر.

**أولا: سمات الخدمات المصرفية في المصارف الجزائرية:**

-تتسم الخدمات المصرفية بالخصائص التالية: [1]

أ – خدمات مصرفية تقليدية وتقدر ب 40 خدمة مصرفية في الوقت الذي تصل فيه خدمات المصاريف في العالم إلى 360 خدمة؛

ب – غياب التسويق المصرفي، الأمر الذي يعيق تسويق الخدمات؛

ج - انخفاض معدلات الفائدة أدى إلى توجه الاستثمارات المربحة إلى السوق السوداء (أكثر من 1400 مليار دينار جزائري خارج الدائرة الرسمية للتداول)؛

د – غياب شبكة تبادل معلومات متطورة بين مختلف الهياكل الإدارية للمصرف؛

ه –التعقيد في المعاملات المصرفية أدى إلى البطء في الإجراءات فمثلا تتجاوز دراسة ملف طلب قرض السنة غالبا؛

و –قلة الإطارات ذات الكفاءة العالية، حيث أن هناك مدرسة متخصصة وحيدة للتكوين (المدرسة العليا للمصارف بالجزائر)؛

ز – غياب التكنولوجيات المتطورة داخل المصارف الجزائرية.

تسعى النظم المصرفية عبر العالم إلى عصرنة وسائل الدفع المصرفية نظرا لأهميتها، وتعمل المصارف الجزائرية على مواكبة التطورات التي تشهدها الصناعة المصرفية، وتطبيق العديد من التقنيات المصرفية مثل:استخدام آلات السحب لآلي.

**ثانيا: مقومات إقامة الصيرفة الإلكترونية في الجزائر:**

لتحقيق أي مشروع جديد لا بد من توفر ثلاثة مقومات أساسية هي: [2]

[1] عادر رحال،مرجع سابق،ص ص (85،86).

[2] رشيد بوعافية ، مرجع سابق، ص ص(174، 175).

أ – الدقة في تحديد الهدف ووقت إنجاز المشروع؛

ب – تخصيص الموارد المالية والبشرية اللازمة؛

ج – توفر بيئة ملائمة (قانونية، صناعية، سياسية...) ولا يكفي أن تكون مساعدة بل يجب أن تكون محفزة.

أما عن مشروع الصيرفة الإلكترونية في الجزائر فهو يواجه صعوبات وعراقيل تجعل إقامة هذا المشروع شبه مستحيلة في الوقت الراهن، فباعتبار أن المصارف العمومية تسيطر على 90%من السوق المصرفية حيث لا يسمح لهذه المصارف بتخصيص الموازنات التي يحتاج لها مثل هذا المشروع، خاصة لأنها خرجت للتو من تطهير مالي وإعادة رسملة كلف خزينة الدولة 518 مليار دينار، أما بالنسبة للمصارف الخاصة لا تزال تفتقد إلى إستراتيجية نمو تمكنها من تنويع وتوجيه مواردها نحو الأنشطة الأكثر ضمانا والأسرع ربحا.

لذا من الضروري أن يؤخذ هذا المشروع كمشروع وطني تكون الدولة طرفا أساسيا وحاسما فيه،وربما ما يشجع على تأكيد هذا الدور الوضعية المريحة للبلاد وهذه الوضعية تشكل فرصة نادرة للانطلاق نحو التنمية التي تنطلق من مفهوم الاقتصاد الجديد، الذي نرغب الاندماج فيه؛ والصيرفة الالكترونية تمثل أحد أركانه، وهنا دور الدولة يتمثل في جانبين:

-المساهمة في إرساء قاعدة تكنولوجيا الإعلام والاتصال، وذلك في إطار مخطط إنعاش اقتصادي؛

-تشجيع البحث والتطوير، وذلك في إطار المخطط الوطني للبحث والتطوير.

إن اعتماد الصيرفة الالكترونية في النظام المصرفي الجزائري سوف يتيح للنظام دخول العصرنة من أبوابها الواسعة، سواء تعلق الأمر بالمصارف التجارية أو بمصرف الجزائر أو المؤسسات المالية الأخرى، فهي تمنح عدة امتيازات يمكن حصرها فيما يلي: [1]

**أولا**: إن قيام المصارف الجزائرية بتسوية أنشطتها وخدماتها المصرفية الإلكترونية، يؤدي إلى تخفيض النفقات التي تتحملها في أداء خدماتها ويوفر تكلفة إنشاء فروع جديدة للمصارف في المناطق البعيدة، خاصة أن

[1] رشيد بوعافية ، مرجع سابق،ص ص(177، 178).

الجزائر بلد كبير المساحة، مثلا: إنشاء موقع للمصرف عبر شبكة الانترنت لا تقارن بتكلفة إنشاء فرع للمصرف بما يحتاجه من مباني و أجهزة وعمالة مدربة ومستندات وصيانة، حيث يمكن من خلال المصرف الالكتروني تسويق مختلف خدماته المصرفية، فضلا عن إجراء التعاملات البيئية (بين المصارف والمصارف الأخرى) والتبادل الالكتروني للوثائق في مدة وجيزة.

**ثانيا:** إن دخول المصارف العالمية شبكة الانترنت وبما تملكه من قدرات على المنافسة يلزم بضرورة دخول المصارف الجزائرية لهذه الخدمة لمواجهة تحديات السوق المصرفية الدولية، وبالتالي دخول السوق المصرفية الجزائرية في المنافسة الداخلية والخارجية، ويجب في هذه الحالة أن تكيف المنظومة المصرفية الجزائرية خدماتها المصرفية وفق ما يجري حاليا في الأسواق المصرفية العالمية.

**ثالثا:** الجزائر بمساحتها الكبيرة، لا يستطيع المصرف فتح فروع عن كل منطقة وبالتالي يساهم اعتماد الصيرفة الالكترونية في النظام المصرفي الجزائري على اختصار المساحة وتقليل تكلفة إنشاء الفروع الجديدة.

**رابعا:** إن استعمال شبكة الانترنت في المصارف الجزائرية بشكل نافذة إعلامية لتعزيز الشفافية وذلك من خلال التعريف بهذه المصارف وترويج لخدماتها والإعلام بالنشرة وتطورات المؤشرات المالية لوضعها تحت تصرف الباحثين والدارسين وسائر الأطراف الأخرى المعينة بالأمر.

**خامسا:** تساهم ثورة الاتصال والمعلومات في شؤون الحياة اليومية، ففي البلدان المقدمة تقوم كل أسرة وكل مؤسسة تجارية باستعمال شبكة الانترنت لإغراض التسويق أو تنفيذ بعض العمليات المصرفية، فيمكن من خلال الصيرفة الالكترونية تحسين وتسهيل معيشة العائلات والأفراد.

**سادسا:** تفعيل دور بورصة القيم المنقولة بالجزائر، من خلال إقامة سوق مالية إلكترونية، وإقامة أنظمة دفع الكترونية تساهم في تطور أدائها وترقيتها.

**سابعا:** مواكبة المصارف الجزائرية العالمية في ميدان الخدمات المصرفية الالكترونية وهي تستعد للمنافسة في ظل بداية تطبيق الأجر، فالأولى من اتفاقية الشراكة الاوروجزائرية والانضمام المترقب إلى المنظمة العالمية للتجارة.

**ثامنا:** المساهمة في جلب الاستثمارات لاسيما الاستثمار الأجنبي المباشر، من خلال توفير خدمة مصرفية الكترونية (24/24) و سبعة أيام على سبعة أيام.

لكن هذا لا يعني أن الصيرفة الالكترونية في ظل اعتمادها في الجزائر ليس لها سلبيات، بل هناك الكثير ومنها مثلا مخاطر القرصنة، تكلفة الصيانة، البنية التحتية، أمن و سرية التعاملات المصر فية.

**المطلب الثالث: أهمية العمل بالصيرفة الالكترونية في الجزائر**

إن تبني نظام الصيرفة الالكترونية في الجزائر سيؤدي إلى حدوث العديد من التغيرات الإيجابية على الاقتصاد بصفة عامة و النظام المصرفي الجزائري خصوصا.

**1 -تأثير الصيرفة الالكترونية على الاقتصاد الجزائري**

إن مرور الاقتصاد الجزائري بفترة انتقالية نحو اقتصاد السوق جعله مستعدا لتبني كل الوسائل التي تؤدي به إلى الاستقرار، و نحن نتحدث عن الصيرفة الالكترونية، بما ستضيفه للاقتصاد الجزائري وتقدمه لمكونات هذا الاقتصاد، ويمكن إيجاز ذلك فيما يلي: [1]

**-تأثير الصيرفة الالكترونية على المؤسسة الاقتصادية:** تعمل الصيرفة الالكترونية على زيادة تحسين الإدارة و اقتصاد الوقت و التكلفة و الاستفادة من خدمات بجودة عالية و بتكلفة و جهد أقل.

**-محاربة الاقتصاد الموازي :** [2]لقد فرض تأخر وسائل الدفع في المنظومة المصرفية الجزائرية على المتعاملين التجاريين التعامل خارج الدائرة المصرفية، هذا التعامل قد ساعد على تداول النقود خارج هذا الإطار الذي ساهم بدوره في بروز ظاهرة الاقتصاد الموازي (غير الرسمي) و تفشي ثقافة الاكتناز كلها عوامل ساعدت على ارتفاع السوق الموازية، و هذا الأمر أصبح يهدد الاقتصاد الوطني الذي مازال هشا، و بالتالي فإن اعتماد الصيرفة الالكترونية و إقامة أنظمة دفع الكترونية سوف يسهل دخول النقود المتداولة في السوق

---

[1] محمد مولود غزايلي، **معوقات تطبيق التجارة الالكترونية في الجزائر وسبل معالجتها**، أطروحة دكتوراه ،كلية العلوم الاقتصادية و التجارية وعلوم التسيير، جامعة تلمسان، 2010، ص 163.

[2] الاقتصاد الموازي هو مجموعة من النشاطات غير الشرعية التي تمارس على هامش الاقتصاد الرسمي من طرف أفراد و جماعات محترفة في الميدان الأساسي للبحث عن الربح السهل و التهرب من الضرائب و من المراقبة.

الموازي إلى دائرة السوق المصرفية و بالتالي المساهمة في التخفيف من حدة الاقتصاد غير الرسمي و السوق الموازية بالأخص في ظل توفير بيئة مناسبة لذلك.

- **إيجاد و تطوير التجارة الالكترونية في الجزائر:** إن أساس ظهور و تطور التجارة الالكترونية يعود في الأصل إلى مدى إنتشار استخدام وسائل الدفع الالكترونية و فعالية الصيرفة الالكترونية، و لا أحد تخفى عليه أهمية التجارة الالكترونية و بالتالي على الجزائر تدعيم الصيرفة و وسائل الدفع الالكترونية لإيجاد وسط مناسب لهذا النوع من التجارة.

- **إعطاء دفع الحكم الالكتروني في الجزائر :** لقد أصبحت فكرة إنشاء الحكومة الالكترونية أمرا لا بد منه في ظل انفتاح الجزائر على الاقتصاد العالمي و تشجيعها للاستثمارات الأجنبية و تزايد المطالب الشعبية بضرورة تخفيف الأعباء البيروقراطية، و هذا المشروع يتطلب توفير بنية أساسية للانطلاق أحد دعائمها هي الصيرفة الالكترونية.

- **بناء الاقتصاد الرقمي في الجزائر** : إن تبني نظام الصيرفة الالكترونية يكون القاعدة نحو الانطلاق في مشاريع رقمية أخرى، تنقل الاقتصاد الوطني نحو اقتصاد رقمي.

## 2- تأثير الصيرفة الالكترونية في النظام المصرفي الجزائري:

إن اعتماد الصيرفة الالكترونية في النظام المصرفي الجزائري سوف يتيح للنظام دخول العصرنة من أبوابها الواسعة سواء تعلق الأمر بالمصارف التجارية أو مصرف الجزائر أو المؤسسات المالية الأخرى، و هي تمنح عدة امتيازات مثل: [1]

-تخفيض النفقات التي تتحملها المصارف في أداء الخدمات و إنشاء فروع جديدة في مناطق مختلفة، خاصة أن الجزائر مساحتها واسعة و التواجد على الانترنت قادر على التكفل بالوصول إلى عدد كبير من العملاء و تقديم خدمات جيدة و متنوعة و بتكلفة أقل، إضافة إلى إمكانية تسويق خدماتها المصرفية، فضلا عن التعاملات بين المصارف و المبادلات الالكترونية.

[1] رشيد بوعافية، **الصيرفة الالكترونية و النظام المصرفي الجزائري**، مرجع سابق، ص، 168، 169.

– إن استخدام الانترنت في المصارف الجزائرية يشكل نافذة إعلامية لتعزيز الشفافية و ذلك من خلال التعريف بهذه المصارف و ترويج خدماتها و الإعلام بالنشرة وتطورات المؤشرات المالية لوضعها تحت تصرف الباحثين و سائر الأطراف الأخرى المعنية بالأمر.

–تساهم ثورة الاتصالات و المعلومات في الشؤون الحياة اليومية و ذلك بتحسين و تسهيل معيشة العائلات و الأفراد بترقيتها للأفضل و تطوير المجتمع بتمكينه من وسائل جديدة.

– تفعيل دور بورصة القيم المنقولة بالجزائر من خلال إقامة سوق مالية الكترونية و إقامة أنظمة دفع الكتروني تساهم في تطور أدائها و ترقيتها.

–مواكبة المصارف الجزائرية للتطورات العالمية في ميدان الخدمات المصرفية الالكترونية و هي تستعد للاندماج في الاقتصاد العالمي و تبحث عن جلب الاستثمار الأجنبي.

رغم كل هذه المميزات التي تقدمها الصيرفة الالكترونية، إلا أنه يجب علينا عدم إغفال حجم المخاطر التي تتولد عن هذا النوع من الخدمات إذا تم اعتماده بشكل متسرع و غير واعي.

## المبحث الثالث:جهود الجزائر في مجال الصيرفة الالكترونية

تسعى الجزائر جاهدة إلى تطوير خدماتها الالكترونية، من خلال تطوير وسائل الدفع الالكترونية، تماشيا مع المتغيرات الواقعة في العالم، هذا يلزمها على إتباع كل ما هو معمول به في المصارف والمعاملات الخارجية لتصل إلى الأهداف المرجوة، وتطوير نظام الدفع لتفادي مختلف المخاطر.

### المطلب الأول: تطوير استخدام وسائل الدفع الكترونية في الجزائر

إن وسائل الدفع المستعملة في النظام المصرفي الجزائري تتميز بأنها تقليدية في أغلبها ولا تتناسب مع الواقع العالمي الجديد، ولكن تبعا لحرص الجزائر على مواكبة الأحداث والتطورات التكنولوجية في العمل المصرفي خاصة في مجال الصناعة المصرفية، وسعيها نحو الصيرفة الإلكترونية شرعت في تقديم وتبني بعض وسائل الدفع الحديثة وهذا ما سيتم عرضه في هذا المطلب.

**أولا: البطاقة الائتمانية**

إن هدف اعتماد بطاقة مصرفية في الجزائر هو توحيد التقنيات المكونة للجهاز ولذلك فإن الطريقة المثلى للدفع هي تلك التي تتميز بالبساطة في الاستعمال ونموذج موحد لاستعمالها (خط + الدفع + الالكتروني) ووسيلة دفع مؤمنة بالنسبة للحامل (بطاقة ذكية) وبها جهاز مقاصة إلكترونية يتميز بالسرعة،فضلا عن تزويد موزعات ومعدات ضرورية لمركز المعالجة بأجهزة طرفية، بالإضافة إلى تكوين لجنة من المصارف تمثل كل المشاركين لتحديد ووضع دليل للدفع الالكتروني وقواعد التعامل بين التجار والعاملين ومعالجة قضايا التسديد والنزاعات المختلفة، بعد هذه التهيئة الواسعة ورسم الهدف المنشود تقوم شركة "ساتيم" بالإشراف على العملية التقنية وذلك بإدماج الهياك ل الموجودة حاليا في الشبكة النقدية بين المصارف على ضمان المبادلات مع جهاز الموزع server وجهاز المعلومات لمختلف المصارف، ويجب أن تشير هذا إلى ضرورة أن يصحب هذه العملية أو البرنامج حمل ة إعلامية تحسيسية موسعة ومكثفة وتكوين مهني وتطبيقي حتى تساعد وتسهم في تحقيق المشروع، ثم تقوم شركة "ساتيم" بعد هذه المرحلة مع جميع المصارف المنخرطة إلى انضمام شبكات الدفع الدولية بإصدار بطاقة دفع master card أو visa القابلة للاستعمال على المستوى الوطني والدولي لعمليتي السحب أو الدفع. [1]

وكل ما سبق ذكره من إجراءات قد عملت الجزائر على تحقيقها ليس بصورة كاملة وشاملة ولكن نستطيع القول أنها تسير على خطوات منتظمة ومتباطئة من أجل تحقيقها بشكل تام وهذا العمل كان أثناء قيامها بالإصلاح المصرفي من أجل فتح المجال لتطوير التجارة الالكترونية، وذلك بإصدار بطاقة هي "سي – بي –أي– فيزا– غولد".

**1. بطاقة "سي– بي– أي– فيزا– غولد" "C-B-I-Visa-Gould":**

لقد بدأت تظهر بوادر الصيرفة الالكترونية في الجزائر عن طريق إصدار أول بطاقة ائتمانية وهي بطاقة الدفع الالكترونية العالمية "سي– بي–أي– فيزا– غولد" التي ترخصها هيئة علمية "فيزا" حيث عن طريق هذه البطاقة يتمكن صاحبها من شراء السلعة التي يرغبها عبر الانترنت في أي مكان في العالم وتحويل الأموال إلى البائع عن طريق إرسال المعلومات المصرفية عبر البريد الالكتروني بشكل مشفر لضمان عدم

[1] عادل رحال، مرجع سابق، ص179.

قراءتها في حالة اعتراضها غير أن ما يعيق هذه العملية في الجزائر هو بطء إجراءات تحويل الأموال عبر المصارف.

### 2. بطاقة "كاش يو":Cash U

أن بطاقة "كاش يو" المنتشرة في منطقة الخليج العربي والشرق الأوسط قد أبدت اهتماما خاصا بالسوق الجزائرية، حيث نشرت عدة إعلانات في موقع مكتوب تبحث عن موزعين لبطاقتها الالكترونية في الجزائر، ورغبة بعض الجزائريين في التعرف على التسوق الالكتروني بواسطة بطاقة "كاش يو" التي تنظم عدة حملات إعلامية ومسابقات عبر الانترنت تقدم خلالها جوائز مغرية ولكنها تشترط مقابل ذلك شراء بطاقتها الالكترونية.

### ثانيا: شبكة الاتصالات والبريد

إن إقامة نظام دفع إلكتروني حقيقي في الجزائر يستلزم تطوير كل من شبكات الاتصال والبريد والانترنت وتعميمها على كل أنحاء القطر، وقد بدأت الجزائر في السعي إلى تحقيق هذا التطور في مجال الاتصالات و البريد.

### 1. الاتصالات: نظام "وي – ماكس":

عملت اتصالات الجزائر على توزيع تلك البطاقات على زبائنها أصحاب الحسابات الجارية ، إذ ينتظر ألاف الزبائن الحصول على تلك البطاقة التي ستخفف عليهم عناء الوقوف في طوابير لا تنتهي في مكاتب البريد من أجل سحب مبالغ نقدية للتعامل بها، بينما بلغ استعمال بطاقات الدفع الالكتروني مراحل متقدة في سائر البلدان، بل هناك من البلدان الغربية التي افتقدت فيها السيولة المالية إلى درجة اختصت بها المصارف دون غيرها.

حيث نظام الخط المشترك الرقمي بالسرعة جد الفائقة "وي- ماكس"، وبفضل هذه التكنولوجيا الجديدة التي تعتمد على موجات لا سلكية، تمكن في سابقة بالجزائر من استقبال التلفزيون عبر الانترنت وبأسعار تنافسية. [1]

## 2. البريد:

تظهر جهود الجزائر ومساعيها من أجل تطوير الصيرفة الالكترونية في مجال البريد من خلال ما تقوم به من اتفاقيات في مجال البريد والاتصال، ذلك بهدف إعطاء البريد المستعجل أبعاد دولية حيث تضمنت هذه الاتفاقيات اعتماد نوعية خدمات متطورة تتجاوب ومتطلبات الزبون وفتح السوق الجزائرية، وتطبيق البطاقات الممغنطة، وفي هذا الإطار تم وضع أكثر من 250 جهاز دفع عبر التراب الوطني على أن يتم تجاوز 500 جهاز آلي قبل نهاية السنة الجارية، و بهدف حماية المواطنين من السرقة تم اعتماد رقم سري يسلم لأصحاب البطاقات لإدخاله عند كل عملية استعمال لهذه البطاقة ولمواكبة هذا التطور في البرمجيات المعمول بها تم اعتماد دورات تكوينية "دائمة". [2]

## المطلب الثاني: نظم الدفع المصرفية المتبعة بين المصارف الجزائرية

لا بد من توفر بيئة مناسبة لإقامة صيرفة الكترونية في الجزائر وذلك من خلال تطوير وتحديث الجهاز المصرفي الجزائري كإقامة أنظمة دفع متطورة واعتماد بطاقات الائتمان وتطوير شبكة الاتصالات والبريد، وفي هذا الصدد بادر مصرف الجزائر بالتعاون مع وزارة المالية وبمساعدة المصرف العالمي بتطوير أنظمة الدفع من خلال ضبط المعايير والمقاييس التي تحكمها، وتحديث البنية التحتية المصرفية في مجال أنظمة الدفع، فتم انجاز نظام دفع الكتروني متطور هو نظام التسوية الإجمالية الفورية "RTGS" في شهر فيفري 2006، ويهدف هذا المشروع إلى تحسين وتحديث الخدمة المصرفية خاصة من حيث أنظمة الدفع وذلك للوصول إلى المستوى الدولي.

---

[1] عادل رحال، مرجع سابق، ص183.

[2] رحيم حسين و هواري معراج، **الصيرفة الالكترونية كمدخل العصرنة المصارف الجزائرية**، الملتقى العلمي حول:" المنظومة المصرفية والتحولات الاقتصادية-واقع التحديات-"،جامعة حسيبة بن بوعلي، الشلف، الجزائر، يومي15/14 ديسمبر2004،ص317.

**أولا:تعريف نظام التسوية الإجمالية الفورية RTGS*** :

إن تعريف هذا النظام يتضح لنا من خلال قراءة اسمه فهو نظام تسوية المبالغ الإجمالية في وقت حقيقي،ويتم فيه سير التحويلات على الفور بدون تأجيل وعلى أساس إجمالي.[1]

ويمكن من خلاله ربط جميع أنظمة المدفوعات النقدية والمقاصة والتحويلات النقدية، ويتميز هذا النظام بسرعة الأداء ويوفر مؤشرات نقدية دقيقة تساعد على سرعة اتخاذ القرارات ورفع كفاءة إدارة السيولة النقدية لدى المصارف بسهولة ويسر، [2]وتم تحديده بمقتضى النظام رقم 05-04 الصادر في 3 أكتوبر 2005 وهو نظام دفع ما بين الصارف للمبالغ الكبيرة والمستعجلة التي تفوق قيمتها عشرة ملايين دينار.

كما يعرف أيضا أنه: "نظام مركزي الكتروني يعمل على أساس فوري إجمالي نهائي ومستمر لتنفيذ أوامر التحويل الدائنة ويوفر نقطة تسوية لأنظمة التصفية العاملة في بلد ما من خلال الحسابات المركزية للمصارف".

ولإقامة هذا النظام يجب إنشاء لجنة قيادية تحت إشراف مصرف الجزائر تقوم بمتابعة المشروع، وإقامة شبكة اتصالات بين جهاز المقاصة الالكترونية وشركة SATIM* وشبكة اتصال بين المصارف ومصرف الجزائر وكذا شبكة اتصال مع جهاز المحاسبة العامة لمصرف الجزائر. [3]

**ثانيا: أهداف النظام RTGS**:

يهدف هذا النظام إلى ما يلي: [4]

---

* **RTGS :**régime de traitement des Grondes sommes.

[1]قاسي ياسين و كمال فايدي ، **إسهامات الصيرفة الالكترونية في تطبيق التنمية المستدامة بالجزائر** ، الملتقى العالمي الدولي الرابع حول:" عصرنة نظام الدفع في البنوك الجزائرية و إشكالية اعتماد التجارة الالكترونية في الجزائر، عرض تجارب دولية"، المركز الجامعي بخميس مليانة، الجزائر، يومي: 27/26 أفريل 2011، ص9.

[2]بنك الإسكندرية، النشرة الاقتصادية، إدارة البحوث و الترجمة، المجلد السابع و الثلاثون، 2005، ص10.

* Société d'Automatisation des Transaction Interbancaires et de Monétique.

[3]عادل رحال، مرجع سابق، ص185.

[4]ياسين قاسي و فايدي كمال، مرجع سابق، ص9.

– تلبية احتياجات المستعملين؛

– تخفيض التكاليف؛

– تقوية العلاقات بين المصارف؛

– ربح الوقت حيث تتم فيه المدفوعات في نفس اليوم دون تأخير؛

– تشجيع استعمال النقود الكتابية؛

– تشجيع إقامة المصارف الأجنبية؛

– جعل الدفع الجزائري يتمتع بالمقاييس الدولية؛

– سلامة وسرعة تنفيذ عمليات تسوية المدفوعات؛

– دفع المدفوعات بنفس قيمة اليوم؛

– تعزيز ثقة المستخدمين في نظم الدفع.

**ثالثا: مبادئ عمل النظام :**

يقوم نظام RTGS على المبادئ التالية: [1]

**1 – المشاركون:** إن كل مؤسسة لها حساب تسوية في مصرف الجزائر لها حق المشاركة في النظام، كما يمكن الانضمام إلى مصرف الجزائر كمسير وحامل للتسوية لكل من مجموعة المؤسسات المصرفية والمالية، الخزينة العمومية، مركز الصكوك البريدية.

**2 – العمليات التي يعالجها النظام:** يعالج النظام العمليات على النحو التالي:

**أ. العمليات ما بين المصارف:** وفيها يتم تحويلات بين المصارف وذلك من خلال هذا النظام أو حسابات الزبائن ذات المبالغ الهامة والمستعجلة؛

**ب. عمليات مصرف الجزائر:** يعتبر مصرف الجزائر المشارك الوحيد والقادر على توجيه وإصدار الأوامر للقرض أو الخصم من حسابات المشتركين وذلك في حدود اختصاصاته؛

[1] عادل رحال، مرجع سابق، ص187.

**ت. تسوية المبالغ عن طريق المقاصة الالكترونية؛**

**ث. حساب التسوية:** يشرف على إدارة النظام مصرف الجزائر والذي يفتح في سجلاته باسم كل مشارك حسابات تسوية تقسم إلى حسابات فرعية، وهذه الحسابات تحول حسب الحالة في زيادة أو نقص مبالغ الحسابات الجارية للمشاركين، وتقوم المحاسبة العامة لمصرف الجزائر بضبطها، والتسويات التي تتم عن طريق النظام تكون بصفة مستمرة وفي وقت حقيقي، ومن ثم يتم التأكد الآلي من وجود مخزون كافي في حساب المشارك المعنى، ويطبق مبدأ أول من يدخل أول من يخرج مع الأخذ بعين الاعتبار الأولويات التالية:

-**الأولوية الأولى:** عمليات مصرف الجزائر؛

-**الأولوية الثانية:** المبالغ المخصصة للمقاصة؛

-**الأولوية الثالثة:** الأوامر المستعجلة.

إن تسوية الحسابات تتم بصفة لا رجعة فيها، حيث بمجرد أن تقبل من طرف نظام RTGS لا يمكن إلغاؤها، وتتم عملية التسويات بصفة دائمة وعلى مدى يوم المبادلة وذلك على النحو التالي: [1]

-**الساعة الثامنة ونصف صباحا** : يقوم مصرف الجزائر بمعالجة العمليات (عمليات السوق النقدي، عمليات الصرف)؛

-**التاسعة و النصف صباحا:** بدء المبادلات؛

-**منتصف النهار:** تسوية حصيلة المقاصة؛

-**الساعة الثالثة:** وقف المبادلات؛

-**من الساعة الثالثة إلى الرابعة** : تسديد المبالغ التي تمت في اليوم الأخير ثم تسوية أو رفض الأوامر التي كانت في الانتظار؛

-**الساعة الرابعة** : اختتام وغلق الحسابات وإرسال إخطارات حصيلة الحسابات واستخراج حسابات المشاركين وإفراغها في جهاز المحاسبة العامة لمصرف الجزائر.

[1] عادل رحال، مرجع سابق، ص188.

**رابعا: هندسة نظام RTGSو وظائفه:**

يتم ربط جميع المشاركين بجهاز RTGS المتواجد بمصرف الجزائر عن طريق مقراهم باستعمال قاعدة plate forme، والتي تتمثل وظيفتها في إرسال وتلقي أوامر التحويل وكل المعلومات الضرورية الخاصة بالعمليات المعالجة بواسطة النظام وهو مؤمن للغاية.

تتمثل وظائف النظام المركزي RTGS فيما يلي: [1]

– مراقبة أوامر الانتظار؛

– تسوية الأوامر وفق طبيعتها؛

– تخصيص مبالغ المقاصة؛

– المعالجة وهي تتم في آخر اليوم؛

– إدارة ومراقبة الحسابات للعمليات المعالجة بواسطة النظام؛

أما المشاركون فتتمثل وظائفهم فيما يلي:

– تلقي ومراقبة صفة الأوامر وملاءمتها؛

– إصدار وتلقي الأمر بنظام RTGS؛

– متابعة خطوط الانتظار للمشاركين المعنيين مباشرة أو المشاركة غير المباشرة (المستخدمين من خدمات النظام)؛

**المطلب الثالث: آفاق تفعيل مشروع الصيرفة الالكترونية في المصارف الجزائرية:**

إن تسارع تطور المنظومة المصرفية مع تسارع التطور الاقتصادي والاجتماعي الذي يشهده الاقتصاد العالمي جعل الأنظمة المصرفية مرنة تجاه هذا التغير، لذا بدأت المصارف العمومية تتبنى سياسات

[1] ياسين قاسي وكمال فايدي ، مرجع سابق، ص ص(12،11).

تهدف إلى زيادة قدراتها التنافسية للمحافظة على تنمية نشاطاتها ومواجهة التحولات الاقتصادية والعالمية التي تمر بها مختلف الاقتصاديات، نلخص هذه السياسات فيما يلي:[1]

**أولا: تبني مفهوم المصارف الشاملة:**

تم إلغاء التخصص المصرفي في بداية التسعينات وذلك لتفعيل دور المصارف العمومية، حيث سعت المصارف الجزائرية لتعظيم العائد والاستفادة من المتغيرات العالمية والمحلية، ومع تزايد درجة المنافسة في السوق المصرفية والرغبة في تقليل المخاطر المصرفية وفي ظل العولمة والنظام الاقتصادي الجديد أخذت المصارف العمومية بمبدأ الصيرفة الالكترونية الشاملة كانعكاس طبيعي لتضخم أعمال تلك المصارف بهدف جذب المزيد من الودائع لتوظيفها في مختلف النشاطات التي تتطلبها التنمية مع سعي المصارف لتعظيم الأرباح من خلال القيام بأنشطة مصرفية واسعة تستجيب لاحتياجات ورغبات العملاء، وقد ساهمت التكنولوجيا المستخدمة في مجال العمل المصرفي إلى تلاشي الفوارق بيت تخصصات كل من المصارف التجارية ومصارف الاستثمار والأعمال والمصارف المتخصصة، مما أدى إلى التحول لنظام المصارف الشاملة لتستطيع من خلالها التكيف مع متطلبات الاقتصاد العالمي.

**ثانيا: مواكبة التطورات التكنولوجية:**

إن ما يميز العمل المصرفي في عصر العولمة المالية تفاقم وتعاظم دور التكنولوجيا المصرفية والسعي نحو تحقيق الاستفادة القصوى من فوائد تكنولوجيا الاتصال والمعلومات من أجل ترقية وتطوير نظم ووسائل تقديم الخدمة المصرفية، وابتكار تطبيقات جديدة للخدمة المصرفية تتسم بالكفاءة والسرعة في الأداء بما يتوافق والإيقاع المتسارع للصناعة المصرفية،إذ كان يجب على المصارف الجزائرية مواكبة التطورات في الصناعة المصرفية وذلك بجلب العديد من التقنيات المصرفية إلى السوق الجزائرية لتواكب متطلبات العصر الحديث، وقد ساهمت تلك الجهود بشكل كبير في تطوير العمل المصرفي في الجزائر وابتكار أدوات مصرفية جديدة، إلا أن الفجوة التكنولوجية مازالت كبيرة بين المصارف العمومية ونظائرها من المصارف الأجنبية،

[1] محمد زيدان و رشيد دريس ، **متطلبات اندماج البنوك الجزائرية في الاقتصاد العالمي**، ملتقى علمي حول:" المنظومة المصرفية الجزائرية والتحولات الاقتصادية (واقع و تحديات)"، جامعة الشلف، مداخلة يومي: 15/14 ديسمبر 2004، ص2.

وهذا راجع إلى العديد من المعوقات، ومن أجل ترقية وتطوير وسائل تقديم الخدمة المصرفية يجب الأخذ بعين الاعتبار المحاور التالية: [1]

-زيادة الإنفاق الاستثماري في مجال تكنولوجيا المعلومات؛

-التوسع في استخدام الانترنت لتقديم خدمات مصرفية متنوعة بكفاءة أعلى وتكلفة أقل؛

-إنشاء شبكة مصرفية بين المصارف من جهة وبين الشركات والعملاء من جهة أخرى؛

- تفعيل دور شبكة الاتصال بين المركز الرئيس لكل مصرف وبين باقي فروعه يحقق السرعة في تداول المعلومات الخاصة بالعملاء وإجراء التسويات اللازمة عليها.

**ثالثا: مواصلة الإصلاحات المصرفية:**

يتم الإصلاح المصرفي عن طريق عملية إعادة الهيكلة التي يمكن تعريفها بأنها:"مجموعة من الإجراءات تهدف إلى تصحيح الهياكل الفنية أو المالية أو الإدارية بغرض تحسين كفاءة المصارف، وتمكنها من الاستمرار بنجاح على المدى المتوسط والطويل"، لذا قامت السلطات العمومية وذلك بهدف بناء منظومة مصرفية تستطيع الوقوف ضد التحديات التي تفرضها التطورات الاقتصادية العالمية.

**رابعا: تبني وتطوير التسويق المصرفي:**

مع تزايد التطورات والتغيرات التي تشهدها الساحة المصرفية أصبحت المصارف العمومية ملزمة على تبني مفهوم التسويق المصرفي الحديث، وبالتالي اشتداد النافسة بين المصارف لاكتساب قدرات تنافسية تمكنها من زيادة مواردها، ومن أهم وظائف التسويق المصرفي الحديث ما يلي: [2]

- صناعة العميل بالسعي نحو العميل المرتقب؛

— تطوير الصناعة المصرفية؛

— إشباع رغبة العميل بشكل دائم عن طريق تصميم مزيج من الخدمات المصرفية باستخدام أساليب إبتكارية غير تقليدية سواء من حيث نوعية الخدمة أو كيفية تقديمها؛

---

[1] محمد زيدان و رشيد دريس ، مرجع سابق، ص3.

[2] ياسين قاسي وكمال فايدي، مرجع سابق، ص16.

– عقد دورات تعليمية وتدريبية لطواقم وإطارات المصارف الجزائرية حول التسويق الالكتروني والأعمال الالكترونية، وذلك من أجل استخدام آليات وأدوات التجارة الالكترونية في تحقيق الميزة التنافسية على المستوى المحلي والإقليمي والدولي.[1]

**خامسا: الارتقاء بالعنصر البشري:**

لقد تحدثنا في أحد العناصر السابقة عن ضرورة مواكبة التطورات التكنولوجية في مجال الخدمات المصرفية، إلا أن هذه الجهود سوف تظل محدودة ما لم يواكبها تطوير لإمكانيات العاملين وقدراتهم، فالعنصر البشري ركيزة أساسية للارتقاء بالأداء المصرفي فبواسطته نستطيع رفع مستوى تقديم الخدمة المصرفية، فلا بد على العاملين تبني عدد من الاستراتيجيات المتكاملة للوصول إلى نموذج "المصرفي الفعال" من خلال التكوين المستمر في استعمال التكنولوجيات المتطورة المرتبطة بالعمل المصرفي، وفي مجال تحديد علاقة حميمة بين المصرف والعميل، وبالتالي تنمية مهارات حسن التصرف والقدرة على التفاوض والتخطيط واتخاذ القرار في الوقت المناسب.

**سادسا: مواكبة المعايير الدولية:**

أدت التطورات التي شهدتها الساحة المصرفية العالمية إلى وضع عدة قواعد ومعايير، وذلك من أجل تحقيق السلامة المصرفية الدولية، والمصارف الجزائرية تسعى لمواكبة هذه التطورات بتنويع خدماتها والارتقاء بمستواها في السوق المصرفية، لذا أصبح لزاما عليها مراعاة هذه القواعد ومن أهم المجالات التي يجب مواكبتها نذكر: [2]

**أ – تدعيم القواعد الرأسمالية** : تحتل قضية تدعيم رؤوس أموال المصارف أهمية بالغة باعتبارها صمام أمان لمواجهة الصدمات والأزمات.

---

[1] عبد القادر بودي و عبد الصمد بودي ، **تكنولوجيا الانترنت كأداة لتميز الخدمات المصرفية** ، الملتقى العالمي الدولي الرابع حول:" عصرنة نظام الدفع في البنوك الجزائرية و إشكالية اعتما التجارة الالكترونية في الجزائر، عرض تجارب دولية"، المركز الجامعي بخميس مليانة، مداخلة يومي: 27/26 أفريل 2011، ص21.

[2] عبد القادر بودي و عبد الصمد بودي ، مرجع سابق، ص23.

**ب – تطوير السياسات الائتمانية بالمصارف:** حددت لجنة بازل رؤيتها الخاصة بالرقابة على المخاطر المصرفية التي احتلت فيها قواعد منح الائتمان، وفي هذا الإطار تسعى المصارف العمومية الجزائرية إلى وضع ضوابط ومحددات لمنح القروض تفاديا لأزمات السيولة.

**ج – الاهتمام بإدارة المخاطر:** في ضوء ما تشهده السوق المصرفية من تطورات كبيرة نتيجة انفتاحها على القطاع الخاص الوطني والأجنبي، أصبح النشاط المصرفي يرتكز في مضمونه على إدارة المخاطر، وعلى هذا الأساس تم إجراء تعديلات هامة في قانون النقد والقرض لتفعيل دور مصرف الجزائر وهياكله المختلفة في مواجهة المخاطر وإدارتها.

**د – وضع آلية للإنذار المبكر بالمصارف:** مع تعاظم الاهتمام بموضوع سلامة النظام المالي والمصرفي ومع التوجيهات القوية لتدعيمها من طرف المؤسسات الدولية وفي مقدمتها صندوق النقد والمصرف الدوليين ولجنة بال للرقابة المصرفية، فإن هناك حاجة ماسة لوضع آلية للتنبؤ المبكر بالأزمات المصرفية بالمصارف الجزائرية،وذلك للعمل على زيادة قدرة المصارف على الاستخدام الكفء لمواردها ومواجهة المخاطر التي قد تواجهها.

**سابعا: ضرورة تفعيل دور الدولة والمصرف المركزي في تطوير الجهاز المصرفي الجزائري:**

لا يمكن إغفال الدور الذي يمكن أن تؤديه الدولة ومؤسساتها المختلفة خاصة المصرف المركزي، وفي هذا الإطار ينبغي القيام بما يلي:[1]

أ – تهيئة مناخ تشريعي يتناسب مع ما يحدث في الساحة المصرفية الدولية خاصة في ظل العولمة والتحرر الاقتصادي، من خلال سن التشريعات المتعلقة بنظم الدفع الالكترونية وكذا تأسيس لجنة للإشراف على التوثيق الالكتروني وحل النزاعات التي يمكن أن تنشأ بين المصارف وعملائها، وربط الشبكة المعلوماتية بين مختلف الجهات القضائية والتسيير المعلوماتي للملفات وخلق بوابة للقانون على شبكة الانترنت وترقيم الأرشيف القضائي.

[1] ياسين قاسي و كمال فايدي ، مرجع سابق، ص20.

ب – تطوير الدور الرقابي والإشرافي للمصرف المركزي على المصارف ليتلاءم مع المخاطر العديدة التي أصبحت تتعرض لها في ظل استخدام التكنولوجيات الحديثة، بحيث ينبغي تقديم منتجات مصرفية مستحدثة بشرط أن تتم عملية التحديث في ضوء مقررات لجنة بازل.

ج –إنشاء خلية متخصصة لما يعرف بالذكاء الاقتصادي تتبنى أنظمة الخبرة في مجال اتخاذ القرار، وهدفها جمع المعلومات ومعالجتها من أجل توضيح الرؤى وتقديم النصح لمتخذي القرار في المصارف.

**خلاصة الفصل**

بعد تعرضنا للصيرفة الالكترونية وأهميتها لدى المصارف أصبح من الضروري على المصارف الجزائرية بذل جهود كبيرة للارتقاء بالعمل المصرفي وإعطائها أهمية بالغة، مع دراسة مختلف النقائص و التحديات ومحاولة التقليل وإبعاد الأخطار الناتجة عنها.

لذا يتعين على المصارف الراغبة في دخول عالم الصيرفة الالكترونية أن تملك المعرفة والقدرة على وضع إستراتيجية شاملة لنظام المعلومات وأساليب الاتصالات بما يحقق السرعة في أداء الخدمات وتقديمها وإنشاء علاقات مع العملاء.

# الفصل الثالث:

## تجارب بعض المصارف العاملة في الجزائر في تطبيق الصيرفة الالكترونية

## مقدمة الفصل:

لقد عملت المصارف منذ وجودها على تحسين نوعية الخدمات المصرفية اتجاه المتعاملين الاقتصاديين،وبدخول الجزائر مرحلة اقتصاد السوق عمل كل من المصرف الوطني الجزائري ومصرف الفلاحة والتنمية الريفية ومصرف الخليج الجزائري على تحديث وتطوير مهامهم إلى جانب إدخال التكنولوجيا في عملياتهم المصرفية .

سنتعرض في الفصل الأخير إلى دراسة تطبيقية لملف الخدمات الإلكترونية من خلال ثلاثة مباحث:

**المبحث الأول**: واقع الصيرفة الالكترونية في المصرف الوطني الجزائري( وكالة المدية).

**المبحث الثاني**: مصرف الفلاحة و التنمية الريفية( وكالة قصر البخاري ) والصيرفة الالكترونية.

**المبحث الثالث**:واقع الصيرفة الالكترونية في مصرف الخليج الجزائر .

## المبحث الأول: واقع الصيرفة الالكترونية في المصرف الوطني الجزائري ( BNA) وكالة المدية

بعد أن تم التطرق في الجزء النظري إلى المصارف والصيرفة الالكترونية، سنحاول إسقاط العديد من المفاهيم والأدوات التي عولجت فيما سبق من مباحث على الدراسة والمتمثلة في المصرف الوطني الجزائري وكالة المدية.

### المطلب الأول: تقديم المصرف الوطني الجزائري

يعتبر المصرف الوطني الجزائري مصرفا تجاريا، حيث تم إنشاؤه بحسب المرسوم 78/99 بتاريخ 13-06-1966 على شكل شركة وطنية تسير بواسطة القانون الأساسي لها والتشريع التجاري الذي يخص شركات التضامن ما لم تتعارض مع القانون الأساسي المنشئ لها.

و لقد تأسس ليعمل كمصرف ودائع قصيرة وطويلة الأجل، كما وجد ليكون أداة لتحقيق أهداف الحكومة في التخطيط المالي بوضع القروض على المدى القصير والمساهمة مع الهيئات المالية الأخرى لوضع القروض الطويلة والمتوسطة الأجل، إذ يقوم إلى جانب العمليات المصرفية التقليدية بتمويل القطاع الاقتصادي العمومي صناعيا كان أم زراعيا.

ويعتبر المصرف الجزائري بحكم الزمن أقدم مصرف وطني، إذ يحتوي على ما يقارب 200 وكالة باختلاف فئاتها (وكالة رئيسية، وكالة الصنف أ، وكالة من الصنف ب، وكالة من الصنف ج، حيث يتم تصنيف الفئة على أساس: رقم الأعمال – حجم الوكالة – عدد العمال حجم العمليات...) كما يحتوي على أكثر من مليون و نصف مليون حساب، الشيء الذي يمنحه مكانة رئيسية على مستوى الجهاز المصرفي الجزائري، مما يدفعه للتجديد و الحداثة قصد الحفاظ على مكانته و تشريف صورته الخدماتية. [1]

– **مهام المصرف الوطني الجزائري:** يقوم المصرف الوطني الجزائري بعدة مهام أهمها:

[1] معلومات مقدمة من طرف المصرف، الملحق رقم (01).

-استقبال الودائع المتعلقة برؤوس الأموال من طرف الأشخاص، كما أن المصرف يسمح بالتسديد إما نقدا أو لأجل، أي عند حلول أجل الاستحقاق وكذلك يصدر وصولات استحقاق وسندات (و تتم عمليات الاقتراض من أجل تغطية الحاجات التي يتطلبها نشاط معين)؛

-استقبال عمليات الدفع التي تتم نقدا أو عن طريق الشيك والمتعلقة بعمليات التوطين والتحصيل وجميع عمليات المصرفي؛

-منح قروض بجميع أشكالها سواء كانت قروض أو تسبيقات بدون ضمانات من أجل تحقيق نشاطات معينة؛

-يضمن جميع العمليات المتعلقة بالقروض، وذلك لحساب مؤسسات مالية أو لحساب الدولة؛

-توزيع رؤوس أموال الأفراد ومراقبة استعمالها؛

-اكتتاب كلي أو جزئي سواء بضمان أو بدون ضمان ناتج عن تحقيق نهاية جيدة لعملية التنازل عن جميع الديون التي يتم دفعها مباشرة من طرف المدين؛

-يقوم بجميع العمليات المتعلقة بالاكتتاب، الخصم، شراء الأوراق التجارية، الوصولات، دفوعات المبالغ الصادرة من طرف الخزينة العمومية أو الشركاء العموميين، الالتزام عند حلول موعد الاستحقاق والذي يحول إلى أمر ناتج عن العمليات الصناعية، الزراعية، التجارية والمالية وكذلك العمليات التي تتم عن طريق هيئات وإدارات عامة كالتفاوض ووضع بعض الأبعاد، إعادة خصم القيم؛

-يقوم بدور المصرف المراسل مع المصارف الأخرى؛

-تمويل بشتى الطرق، عمليات التجارة الخارجية؛

-استقبال مبالغ السندات في شكل وديعة؛

-استقبال أموال ناتجة عن عمليات الدفع، والخاصة بالسفتجة، السند لأمر، الشيك، الفواتير، اذونات الفائدة، أو أوراق أخرى تجارية و مالية؛

-يؤدي دور الوساطة في عمليات الشراء و البيع في الأوراق المالية كالأسهم و السندات وخصوصا في القيم المنقولة.

**المطلب الثاني: الهيكل التنظيمي للمصرف الوطني الجزائري**

يعتبر التنظيم من السياسات المبدعة لتحقيق أهداف المصرف، وهذا لأنه مسؤولية كل هيئة داخل هذا النظام ويبين دورها، ونجد على رئاسة النظام الهيكلي للمصرف الوطني الجزائري مجلس الإدارة بقيادة رئيس المديرية العامة والأمانة العامة التي تقوم بالتنسيق بين مختلف هيئات هذا التنظيم كما يكون هذا المجلس على صلة دائمة بلجنة المساهمين في المصرف و النقابة الوطنية لعمال المؤسسة.

كما يضم هذا التنظيم الهيكلي خلية للمراقبة والتدقيق الداخلية تتولى مراقبة جميع أعمال وحسابات المصرف، هذا من جهة ومن جهة أخرى نجد مختلف انقسامات الإدارة للمصرف فنجد المديرية المركزية الجهوية،مديريات شبكات الاستغلال (DRE)حيث تضم الأخيرة مجموعة الوكالات الرئيسية، حيث من خلال الشكل الآتي نجد أن الشبكة تتكون من سبعة عشر ( 17) مديرية جهوية للاستغلال تتواجد تحت مراقبتها مئة وثمانية وستون ( 168) وكالة على المستوى الوطني، والملحق رقم ( 02) يوضح الهيكل التنظيمي للمصرف الوطني الجزائري.

**المطلب الثالث: الخدمات الإلكترونية للمصرف الوطني للجزائري**

يقدم المصرف الوطني الجزائري عدة خدمات وخاصة الإلكترونية نذكر منها: [1]

**أولا:خدمة الدفع الإلكتروني عبر الانترنت:**

يقدم المصرف الوطني الجزائري خدمة الدفع الالكتروني من أجل تسوية فواتير...والخدمات عبر مواقع الانترنت التي تقبل هذه الوسيلة، ويجب أن يكون للعميل البطاقة المصرفية (CIB) (كلاسيكية أو ذهبية)، وتتجلى نموذج هاتين البطاقتين من خلال الشكلين:

[1] معلومات مقدمة من طرف المصرف، الملحق رقم (03).

**الشكل رقم (3–1) : البطاقة الكلاسيكية**




**الشكل رقم (3–2) : البطاقة الذهبية**




**المصدر**: أخذ من الموقع http//www.bna- bank.dz/2018/index.htm

بتاريخ :2018/04/15.

حيث تكون البطاقة على شكل صيغتان:

**الجدول رقم (3–1): يوضح نوعي بطاقة CIB**

| نوع البطاقة | الراتب الأدنى | الحد الأقصى |
|---|---|---|
| بطاقة كلاسيكية | أقل من 120000 دج/شهرا | 80% من الراتب على الموزع الآلي للأوراق النقدية الشهر حسب الرصيد المتواجد في الشباك الآلي المصرفي |
| بطاقة ذهبية | أكثر من 120000 دج/شهرا | 80% من الراتب |

**المصدر**: أخذ من الموقع http//www.bna- bank.dz/2018/index.htm

بتاريخ :2018/04/15.

**مزايا بطاقة CIB:**

لبطاقة **CIB** عدة مزايا أبرزها: [1]

-**الحماية:** خدمة مزمنة و تضمن حقوق المستثمرين عبر الواب (Web Acheteurs) ؛

-**السهولة:** الدفع عبر الانترنت بكل بساطة؛

-**إمكانية الولوج:** بإمكانكم الولوج إلى خدمة الدفع الالكتروني حيثما كنتم و أينما وجدتم 24/24 سا و 7 /7 أيام؛

-**الرفاهية:** اقتصاد الوقت و الطاقة بتفادي التنقلات.

أثناء القيام بعمليات مصرف إلى دفع مشتريات دون حمل الأموال نقدا، يقترح المصرف الوطني الجزائري على العملاء و طاقته المصرفية الالكترونية CIB، حيث تسمح للعميل بسحب أمواله، بالدفع الموازي وعن بعد، تحويل وتلقي الأموال.

تمنح هذه البطاقة مجانا عند فتح حساب شيك و بمدة صلاحية تبلغ 03 سنوات.

كما تسمح البطاقة المصرفية الإلكترونية بما يلي: [2]

*على مستوى الموزع الآلي الخاص بالمصرف الوطني الجزائري: السحوبات، الاطلاع على الرصيد.

*الشبابيك الآلية للمصارف الأخرى: السحوبات.

*على مستوى الشباك الآلي الخاص بالمصرف الوطني الجزائري: السحوبات، التحويلات، الدفع النقدي، الاستعلام في الرصيد، الاطلاع على رقم التعريف المصرفي RIS، العمليات السابقة استلام الشيك للقبض (في الشباك الآلي المصرفي للوكالة المستوطن فيها فقط).

*الدفع عن طريق جهاز الدفع الالكتروني.

[1] معلومات مقدمة من طرف المصرف الملحق رقم (04).

[2] www. bna -bank.com, http://www. bna-bank.com/article-view-52.html,15/04/2018.

*الدفع عن طريق الانترنت.

**ثانيا: جهاز الدفع الالكتروني:** (TPE)

هو جهاز موجه للعملاء من تجار المؤسسات و رجال الأعمال، يسمح لحاملي البطاقة المصرفية بدفع ثمن مشترياتهم بسرعة و بحماية تامة.

يتمتع هذا الجهاز بعدة مزايا نذكر منها: [1]

**السرعة:** اكتساب الوقت عن طريق معالجة العمليات الذي يتم خلال بضعة ثواني فقط.

**السهولة:** جهاز سهل الاستعمال.

**الحماية:** الاستفادة من الحماية التي يوفرها هذا الجهاز من خلال الوقاية من خطر التلاعب بالأموال، الأخطاء و الأوراق النقدية المزورة.

## المبحث الثاني :مصرف الفلاحة والتنمية الريفية (BADR) والصيرفة الالكترونية

لم يبق مصرف الفلاحة والتنمية الريفية بمنأى عن الحركية التي يشهدها القطاع المصرفي المحلي والعالمي،حيث بذل جهودا معتبرة قصد تحقيق الشروط التي تقتضيها ممارسة النشاط المصرفي من خلال سعيه إلى تقوية مركزه عبر الانتشار الجغرافي المميز في كامل التراب الوطني وكذا توسيع وتنويع منتجاته ومجالات تدخله.

وفي إطار ترقية أنشطة المصرف للحصول على أكبر حصة في السوق المصرفية تم وضع إستراتيجية شاملة لمواجهة التغيرات المحتملة التي يفرضها المحيط المصرفي، وهذا استجابة لمتطلبات الاقتصاد وتلبية لحاجيات وتطلعات العملاء، وعليه سوف نتطرق في هذا المبحث إلى تقديم المصرف ومختلف المعاملات الالكترونية التي يقوم بها.

[1] معلومات مقدمة من طرف المصرف، الملحق رقم (04).

**المطلب الأول :نشأة وهيكل مصرف الفلاحة والتنمية الريفية:**

للجهاز المصرفي دور كبير في تحويل المشاريع والعمل من أجل التنمية الاقتصادية وقد اهتمت الجزائر منذ استقلالها بتنمية وإصلاح وتقوية النظام المصرفي، ومصرف الفلاحة والتنمية الريفية ينتمي إلى الدائرة المصرفية الجزائرية.

## أولا: نشأة مصرف الفلاحة والتنمية الريفية:

حتى مطلع الثمانينات من القرن العشرين، كان المصرف الوطني الجزائري BNA المسؤول الوحيد عن تمويل القطاع الفلاحي في الجزائر، ونظرا للحاجات المتزايدة والمستمرة لهذا القطاع، أظهر هذا المصرف عجزا ملموسا في أداء هذه المهمة، مما أدى إلى ضرورة إنشاء مصرف متخصص تسند إليه هذه المهمة.

أنشئ هذا المصرف بموجب المرسوم رقم 82-206المؤرخ في 13مارس ( 1982)، تحت اسم مصرف الفلاحة والتنمية الريفية بعد إعادة الهيكلة التنظيمية والمالية للقطاع المصرفي وذلك بهدف تمويل الأنشطة الخاصة والعمومية للقطاع الفلاحي والقطاع الصناعي الفلاحي، الري، الصيد البحري وكل الأنشطة التي تهدف إلى تطوير القطاع الريفي. [1]

ويعتبر مصرف الفلاحة والتنمية الريفية مؤسسة عمومية تتمتع بالشخصية المعنوية والاستقلال المالي تحت وصاية وزارة المالية، كما يعتبر أداة للتخطيط المالي بحيث يساعد على تنفيذ المخططات والبرامج المقررة لتحقيق الأهداف المرسومة لاسيما ما يتعلق برفع الإنتاج الفلاحي.

كما أنه بعد صدور قانون النقد والقرض 10/90بتاريخ1990/04/14والذي منح استقلالية أكبر للمصارف وألغى نظام التخصص، أصبح مصرف الفلاحة والتنمية الريفية كغيره من المصارف يساهم جميع الوظائف التي تقوم بها المصارف التجارية والمتمثلة في منح التسهيلات الائتمانية وتشجيع عملية الادخار والمساهمة في التنمية، ولتحقيق أهدافه وضع المصرف إستراتيجية شاملة من خلال التغطية الجغرافية لكامل التراب الوطني بأكثر من 290 وكالة مؤطرة بأكثر من 7000 موظف، والقيام بتنويع منتجاته وخدماته وهذا بغية اكتساب ميزة تنافسية تؤهله لمنافسة المصارف الخاصة والأجنبية التي تزاول نشاطها في السوق المصرفية الجزائرية. [2]

---

[1] www.badr-bank.com, http://www.badr-bank.com/article-view-63.html,15/04/2018.

[2] المرسوم 82-106 المؤرخ في 1982/03/13 المتعلق بإنشاء مصرف الفلاحة و التنمية الريفية، الجريدة الرسمية، العدد 11، 1982/03/16.

**ثانيا: الهيكل التنظيمي لمصرف الفلاحة والتنمية الريفية:**

يظهر على رأس الهيكل التنظيمي لمصرف الفلاحة والتنمية الريفية، مجلس إدارة يشرف على السير الحسن للمصرف من خلال القرارات واللوائح والتوصيات التي يتخذها، يتكون هذا المجلس من رئيس مدير عام تعينه وزارة المالية وأعضاء من داخل المصرف وعضوين يمثلان الدولة باعتبار المصرف شركة مساهمة مملوكة كلية من قبل الدولة، كما تقوم بشؤون المصرف مديرية عامة تشرف على ست مديريات فرعية هي: [1] والملحق رقم(05)يوضح ذلك.

**1-نيابة المديرية العامة المكلفة بالإدارة والوسائل** : تهتم بجميع العمليات المتعلقة بالدائرة وتشرف على أربع مديريات مركزية هي:

- **مديرية الموارد البشرية** : تهتم بكل الجوانب الإدارية المتعلقة بعاملي المصرف وكذا متابعة مساراتهم المهنية؛

- **مديرية إعادة تقييم الموارد البشرية:** تتكفل بتنظيم دورات تكوينية لعمال المصرف لرفع مستوى أدائهم المهني؛

- **مديرية الوسائل العامة:** تتكفل بالشؤون العامة للمصرف مثل وسائل العمل وتنظيم العلاقة بين الإدارة والمصرف؛

- **مديرية التنظيم والدراسات القانونية والمنازعات:** تختص بإدارة وتنظيم جميع المسائل القانونية التي يكون المصرف طرفا فيها مع عملائه.

**2- نيابة المديرية العامة للإعلام المحاسبة والخزينة:** تشرف هذه المديرية على سبع مديريات مركزية هي:

- مديرية الاستغلال وتطوير الإعلام الآلي؛
- مديرية الصيانة (لأجهزة الإعلام الآلي؛
- مديرية تنظيم الطرائق ونظم المعلومات؛
- مديرية النقدية وشبكة الاتصال؛

[1] www.badr-bank.com, http://www.badr-bank.com/article-view-66.html/,16/04/2018.

- مديرية المقاصة الالكترونية ووسائل الدفع؛
- مديرية المحاسبة العامة؛
- مديرية الخزينة.

المديريات الخمس لها توجه تقني بحت، فهي تهتم بتطوير وصيانة البرمجيات لمعالجة مختلف العمليات البنكية بطريقة آلية وتدريب عمال المصرف، وكذا متابعة نظام معلومات المصرف وتطويره ومتابعة كل العمليات المصرفية الالكترونية، في حين تتولى مديرية المحاسبة إعداد القائم المالية الدورية للمصرف والسهر على تطبيق النظام المحاسبي داخل المصرف، أما مديرية الخزينة فهي تعنى بكل ما له علاقة بتسيير سيولة المصرف.

- **3 –نيابة المديرية العامة للائتمان:** تتعامل مع وكالات المصرف ومجمعات الاستغلال، وتشمل:
- مديرية تمويل المؤسسات الكبيرة؛
- مديرية تمويل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة؛
- مديرية تمويل القطاع الفلاحي والصيد والتربية المائية؛
- مديرية التمويل الخاص؛
- مديرية الدراسات العامة.

حيث تقوم مديريات التمويل بتلقي ملفات القروض، التي تقع في مجال تخصصها وسلطتها، بعد أن يتم دراستها أوليا على مستوى الوكالات والمجمعات الجهوية، ثم يتم إعادة النظر وتعميق الدراسة فيها،كما تقوم لجنة القروض على مستوى هذه المديريات بالبث وإعطاء القرار النهائي فيما يخص قبولها أو رفضها.

أما مديرية الدراسات العامة فتتكفل بدراسة ملفات المشاريع والدراسات الاقتصادية والمالية للمؤسسات الأخرى التي لا تقع في مجال تخصص المديريات السابقة، في حين تقوم مديرية المتابعة وتسيير القروض بإعداد دراسات إحصائية حول القروض الممنوحة من طرف المصرف ومراقبة وكالات المصرف في السهر على متابعة تنفيذ القروض الممنوحة للعملاء.

**4–نيابة المديرية العامة للتحصيل** : تسهر هذه المديرية على متابعة إجراءات تحصيل القروض الممنوحة وتوجيه المجمعات الجهوية والوكالات في هذا المجال، وهذا من خلال أربع مديريات مركزية هي:

- مديرية التحصيل على قطاع الفلاحة والصيد والتربية المائية؛
- مديرية التحصيل على القطاع الصناعي والتجاري؛

- مديرية التحصيل القضائي؛
- دائرة الإدارة والتقرير.

**5- نيابة المديرية العامة للعمليات الخارجية:** تقوم بمعالجة العمليات المتعلقة بالتجارة الخارجية كالاستراد والتصدير ومتابعة حركة الأموال وتشرف على خمس مديريات مركزية هي:

- مديرية العلاقات الدولية؛
- مديرية التجارة الخارجية؛
- مديرية العمليات المالية؛
- مديرية السويفت و الإعلام الآلي؛
- مديرية الدراسات والمتابعة.

تتكفل مديرية عمليات التجارة الخارجية بمنح القروض قصيرة الأجل ومتابعتها، أما مديرية العلاقات الدولية فتقوم بمنح ومتابعة القروض متوسطة الأجل مثل قرض المشتري، في حين تقوم مديرية العمليات المالية ومديرية السويفت والإعلام الآلي بعمليات تحويل الأموال من وإلى الخارج.

**6 -نيابة المديرية العامة للاستغلال:** تعمل هذه المديرية على تطوير شبكة المصرف وتقريبه من عملائه وهذا من خلال الانتشار الجغرافي وتقديم الخدمات التي تستجيب لمتطلبات العملاء واحتياجاتهم، وتباشر وظائفها من خلال ثلاث مديريات مركزية هي:

- مديرية شبكة الاستغلال؛
- مديرية التسويق والاتصال؛
- مديرية التنبؤ ومراقبة التسيير.

بحيث أوكلت لمديرية الاستغلال المهام التالية:

- تحقيق الأهداف العامة للمصرف بخصوص توسيع انتشاره الجغرافي؛
- إيصال تعليمات المديرية العامة إلى مختلف وكالات المصرف؛
- متابعة وتنشيط جميع الموارد؛
- التنسيق بين مختلف مديريات المصرف ووكالاته؛
- تطوير العمل المصرفي على مستوى المصرف.

كما أوكلت لمديرية التسويق والاتصال المهام التالية:

- دراسة السوق من حيث تحليل العملاء والنافسين؛
- القيام ببحوث التسويق ووضع نظام للمعلومات التسويقية؛
- العمل على تطوير المنتجات والخدمات المصرفية؛
- إعداد الحملات الترويجية للتعرف بمنتجات وخدمات المصرف؛
- تصميم وإعداد الإستراتيجية التسويقية للمصرف؛
- الإشراف على إصدار وتوزيع نشرية المصرف(أخبار بدر)؛
- إنجاز الدراسات، التقارير والبحوث الموجهة للاستعمال على مستوى المصرف؛
- متابعة الابتكارات التكنولوجية ومحاولة توظيفها لصالح المصرف.

أما مديرية التنبؤ ومراقبة التسيير فهي تتكفل بتحديد أهداف المصرف ووضع الخطط العملية والبرامج لتحقيق هذه الأهداف، كما أنها تعنى بمهمة التابعة اليومية لنشاط هياكل المصرف عن طريق إعداد الإحصائيات وجمع المعلومات الضرورية للتنبؤ بكل الاختلالات التي يمكن أن تحدث ووضع الإجراءات التصحيحية اللازمة لتعديل الانحرافات، كما أنها تسهر على وضع ضوابط التسيير للمحافظة على التوازن المالي وعلى مردودية النشاط المصرفي.

7 –**المفتشية العامة:** هي هيئة رقابية تقوم بالمهام التالية:

- متابعة ومراقبة جميع الوكالات ومجمعات الاستغلال التابعة للمصرف بهدف حماية سلامة العمليات والممتلكات والأشخاص؛
- مراقبة مدى احترام تطبيق القوانين، الضوابط الداخلية، الأنظمة وكذا أخلاقيات المهنة؛
- تأمين حماية نشر المعلومة الصحيحة وجعلها في متناول الجميع؛
- مراقبة مدى احترام الأهداف والقوانين المحددة من طرف المديرية العامة.

## المطلب الثاني :بطاقة الدفع لمصرف الفلاحة والتنمية الريفيةCIB

تعد البطاقة من أهم وسائل الدفع التي لقت رواجا كبيرا في كل أنحاء العالم، ومنها سنتطرق لما يلي: [1]

**أولا: تعريف البطاقة:**

[1] www.badr-bank.com, http://www.badr-bank.com/article-view-66.html/,16/04/2018.

تعتبر البطاقة أداة للسحب والدفع وهي صالحة في الجزائر فقط، وتسمح لحاملها التصرف في أمواله باستخدام الموزعات الآلية للأوراق النقدية التي عادة ما تقع خارج مبنى المصرف أو باستخدام الشبابيك الآلية للأوراق النقدية الواقعة داخل المصرف، ويكون السحب وفق سقف أسبوعي يحدده المصرف ويعتبر المصرف البطاقة وسيلة لتحسين خدمة العملاء، وتطوير البطاقة مرتبط بالتجار وذلك بقبولهم الدفع عن طريقها وكذا الأفراد الحاملين لها.

**ثانيا: شكل البطاقة:** تتصف البطاقة بما يلي :

**الشكل رقم (3-3): بطاقة CIB**




**المصدر**: أخذ من الموقع http//www.badr- bank.com/2018/index.htm

بتاريخ :2018/04/15.

**أ- واجهة البطاقة:** تحمل المعلومات التالية:

- رقم البطاقة وهو مكون من ستة عشرة رقما؛
- تاريخ انتهاء مدة صلاحية البطاقة؛
- اسم ولقب المستفيد مكتوبان بلون ذهبي؛

**ب- ظهر البطاقة:** تحمل المعلومات التالية:

- شريط مغناطيسي يحتوي المعلومات التالية: حامل البطاقة، المصرف، استعلامات عن البطاقة؛
- شريط أبيض خاص بإمضاء حامل البطاقة؛
- نص مرفق بعنوان المصرف من أجل إرسال البطاقات الضائعة.

**ثالثا: وظائف البطاقة:** تسمح هذه البطاقة لحاملها بـــ :

- القيام بسحوبات نقدية من الوكالات المصرفية BADR والصرافات الآلية للأوراق النقدية الخاصة بشبكة BADR؛
- تسديد المشتريات من السلع وذلك من مختلف المحلات التجارية التي تعمل بنظام البطاقة؛
- تسديد الخدمات كفاتورت الفندق أو المطعم.

ويتم ذلك بمجرد إمضاء حامل البطاقة على فاتورة التاجر المشترك في شبكة مصرف الفلاحة والتنمية الريفية.

**رابعا: استعمال بطاقة BADRفي الموزع الأوتوماتيكيDAB:**

1-يجب إدخال الرمز السري الصحيح لتقبل الآلة البطاقة؛

2- لقبول البطاقة للعميل الحق في ثلاث محاولات وبعد المحاولة الثالثة تحجز البطاقة من طرف الجهاز؛

3- يعطي المصرف مبلغ أسبوعي( يحسب بعد التأكد من مبلغ الدخل الصافي الشهري المصرح به) مثبت في العقد ويمكن سحب هذا المبلغ في عملية أو عدة عمليات؛

4- يمنح الجهاز للعميل في كل عملية سحب، تذكرة تشير إلى التاريخ والساعة والمبلغ المسحوب.

**المطلب الثالث: الخدمات الالكترونية لمصرف الفلاحة والتنمية الريفية**

يعتبر مصرف بدر واحدا من أهم المصارف العمومية التي حاولت جاهدة تطوير نوعية الخدمات المصرفية الالكترونية التي تندرج ضمن ما يسمى" E-Banking"، وهذه الخدمة تسمح للعميل بفحص الحساب إلكترونيا أي باستخدام الانترنت وذلك خلال 24/24 ساعةو 7/7 أيام، وقد تم الإعلان عن إطلاق خدمة المصرف الالكتروني، [1] والشكل التالي يوضح ذلك:

[1] www.badr-bank.com, http://www.badr-bank.com/article-view-52.html,18/04/2018.

**الشكل رقم (3-4): إشهار عن مصرف البدر الالكتروني**




**المصدر**: أخذ من الموقع http//www.badr- bank.com/2018/index.htm

بتاريخ :2018/04/15.

وتعتبر هذه الخدمة نقطة تحول في مستوى تقديم الخدمات وعلاج للكثير من المشاكل التي يمكن أن يتعرض لها العميل كالسرقة والضياع ويمكنه توفير الوقت وذلك بالتخلص من طوابير الانتظار، واستخدام التكنولوجيا الحديثة من شأنه تسريع وتيرة العمل ويقلل من التكلفة، وللاستفادة من الخدمات الالكترونية يقدم للعميل رقم سري يمكنه من الدخول للمصرف الالكتروني وذلك بعد الدخول إلى الموقع الالكتروني لمصرف الفلاحة والتنمية الريفية الذي هو كالتالي: http//www.badr- bank.dz/2018/index.htm

يمكن للعميل الاستفادة من عدة خدمات وفق المخطط الموضح في الشكل التالي:

**الشكل رقم(3-5):صفحة خدمات مصرف بدر الالكترونية**




**المصدر**: أخذ من الموقع http//www.badr- bank.com/2018/index.htm

بتاريخ :2018/04/15.

**الشكل رقم(3–6): صفحة للترحيب لمستخدمي خدمات" BADR" الالكترونية**




**المصدر**: أخذ من الموقع http//www.badr- bank.com/2018/index.htm

بتاريخ :2018/04/15.

يمكن للعميل الاستفادة من عدة خدمات وفق المخطط الموضح في الشكل التالي:

**الشكل رقم (3–7): مخطط موقع "BADR " الالكتروني**



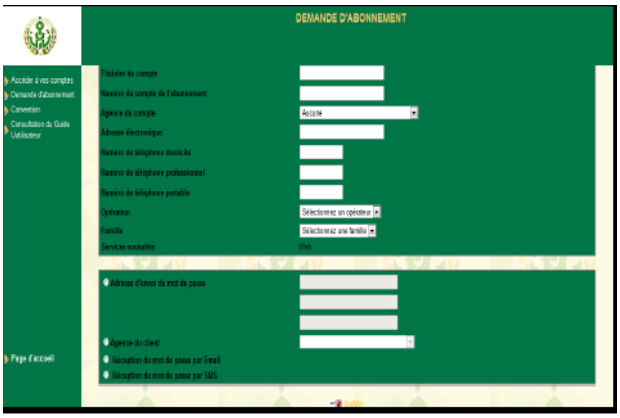

**المصدر**: أخذ من الموقع http//www.badr- bank.com/2018/index.htm

بتاريخ :2018/04/15.

عند أول دخول للموقع يمكن للعميل طلب الاشتراك مجانا، كما يمكن تسوية مختلف معاملته لدى المصرف.

أ – **طلب الاشتراك** : في هذه الصفحة يجب على العميل إدخال البيانات الشخصية المطلوبة بشكل صحيح،ويطلب منه اختيار طريقة وصول كلمة السر إليه، بالإضافة إلى إتباع بعض الخطوات وذلك ليقوم المصرف بحفظ المعلومات بطريقة آمنة.

**الشكل رقم (3–8): صفحة طلب الاشتراك**




**المصدر**: أخذ من الموقع http//www.badr- bank.com/2018/index.htm

بتاريخ :2018/04/15.

بعد تأكيد الاشتراك بالنقر على كلمة تثبيت (valider) يستطيع العميل الاستفادة من جميع الخدمات الالكترونية، حيث يجب النقر على " Accéder à vos compte" الموجودة على الجهة اليسرى للصفحة، ثم يقوم بإثبات الهوية عن طريق رقم الاشتراك وكلمة المرور، وهذا ما يوضحه الشكل التالي:

**الشكل رقم(3–9): صفحة إثبات الهوية**




**المصدر**: أخذ من الموقع http//www.badr- bank.com/2018/index.htm

بتاريخ :2018/04/15.

تتكون كلمة المرور من ستة أرقام أما لوحة المفاتيح من عشرة مرات(من 0إلى9)، ويمكن للعميل تغيير كلمة المرور متى ما شاء والشكل التالي يبين ذلك:

**الشكل رقم (3–10): طلب تغيير الرقم السري**




**المصدر**: أخذ من الموقع http//www.badr- bank.com/2018/index.htm

بتاريخ :2018/04/15.

**ب– الاطلاع على الحساب:** بعد إدخال العميل كلمة المرور ورقم الاشتراك الخاص به، يعرض المصرف الالكتروني مباشرة كشف الحساب الخاص بك كما هو مبين في الشكل التالي:

ج **طلب دفتر الشيكات** :أصبح بإمكان العميل طلب دفتر الشيكات دون التنقل إلى مقر الوكالة، وذلك عن طريق ملء استمارة إلكترونية المبينة في الشكل التالي:

**الشكل رقم(3–11):عرض للحساب المصرفي الخاص بالعميل**




**المصدر**: أخذ من الموقع http//www.badr- bank.com/2018/index.htm

بتاريخ :2018/04/15.

## المبحث الثالث:واقع الصيرف الإلكترونية لمصرف الخليج الجزائر(AGB)

يعد مصرف الخليج الجزائر أحد أهم المصارف في الجزائر، ويسعى المصرف إلى ترقية الخدمات المصرفية في الجزائر لإشباع رغبات عملائه.

### المطلب الأول: لمحة عن مصرف الخليج الجزائر

سيتم تناول العناصر التالية:

**أولا.تعريف المصرف:**

هو عضو في أبرز مجموعة أعمال في الشرق الأوسط وهيKIPCO

بدأ نشاطه في مارس 2004 برأسمال يقدر بـ 10مليار دينار جزائري ومهمته الرئيسية هي المساهمة في التنمية الاقتصادية و المالية للجزائر، من خلال تقديم منتجات متطورة وخدمات مصرفية حديثة وذلك لتلبية احتياجات العملاء، كما يقوم بتقديم منتجات مصرفية تتوافق مع مبادئ الشريعة الإسلامية.

ويقدم مصرف الخليج الجزائر مجموعة كاملة من المنتجات و الخدمات لتلبية احتياجاتك اليومية من أعمال تجارية ومهنية وشخصية، وقد وسع المصرف شبكته بحكمة، ففي عام ( 2011) تم افتتاح ثلاث وكلات جديدة اثنان منها في وسط البلاد ( القبة، البرج البحري)، و الأخرى افتتحها في الغرب بوهران، ليصل عدد وكالات مصرف الخليج الجزائر إلى 29 وكالة. [1]

وقد فتح مصرف الخليج الجزائر، وكالة مصرفية تقدم خدمات ذاتية متعددة في شارع ديدوش مراد بالجزائر العاصمة، وتعد الوكالة الأولى من نوعها كونها ذات استقلالية تامة و تمكن العملاء المصرف من

[1] www.agb-bank.com, http://www.agb-bank.com/article-view-1.html,20/04/2018.

إيداع الأموال بشكل أو توماتيكي دون الحاجة إلى موظفي المؤسسة المالية، وتعد الاستقلالية التامة للوكالة سابقة في القطاع المصرفي بالجزائر.[1]

أما عن موقعه الالكتروني فهو http://www.ag-bank.com/ و الشكل التالي يبين الصفحة الرئيسية له.

**ثانيا:التوجه الاستراتيجي لمصرف الخليج الجزائر:** تم تحديد إستراتيجية للمصرف بداية (2009) ركزت على خمسة مجالات هي:[2]

1. **إدارة الجودة الشاملة:** وهي إحدى الإجراءات التي اتخذها المصرف من أجل تحقيق جودة الخدمة المصرفية مع العملاء الداخليين والخارجيين، وهي تغطي عدة مجالات تتمثل في: جودة الخدمات والمنتجات، البنية التحتية، الإدارة وإدارة المخاطر، وغيرها.
2. **التوسع في شبكة المصرف:** وذلك ليكون دوما قريبا من العملاء، مما يتيح لهم التمتع بالمنتجات والخدمات المصممة خصيصا لتلبية احتياجاتهم على المستوى المحلي و العالمي.
3. **التوسع في النتجات و الخدمات:** وذلك من أجل تلبية توقعات الجميع
4. **إدارة الموارد البشرية** : فالمصرف يسعى إلى تحقيق أداء جيد للموظفين
5. **نمو وفتح سوق الأسهم:** إيمانا بإمكانيات الجزائر، وقدرات موظفيها و الدعم القوي لفريق العمل، ركز المصرف على نمو وفتح سوق الأسهم وذلك للمشاركة في مجال التنمية الاقتصادية بالجزائر.

**ثالثا. حسابات المصرف:** تعتبر الحسابات أساس العمليات المصرفية و تتمثل حسابات المصرف فيما يلي:[3]

1. الحساب الجاري بالدينار(Comptes courants dinars)؛

---

[1] www.agb-bank.com, http://algerianembassy-kuwait.com/ar/index.php?option=com-content &view=article&id=104:2011-12-13-14-46&catid=43:2011-11-08-09-46-33&itemid=48. 20/04/2018,

[2] www.agb-bank.com,20/04/2018, http://www.ag-bank.com/article-view-7.html,20/04/2018.

[3] www.agb-bank.com,20/04/2018, http://www.ag-bank.com/article-view-98.html,20/04/2018.

2. حسابات الشيك للعملاء(Comptes de cheque clientele)؛
3. حسابات الشيك الشخصية(Comptes de cheque personnel)؛
4. الحسابات المهنية I.N.R. (Comptes professions libérale comptes I.N.R) ؛
5. حسابات C.E.D.A.C للأفراد (Comptes C.E.D.A.C personnel physique)؛
6. حسابات C.E.D.A.C للشركات (Comptes C.E.D.A.C personnel morales)؛
7. حسابات العملة للأفراد(Comptes devises personnes physique)؛
8. حسابات العملة للشركات(Comptes devises personnes morales)؛
9. حسابات العملة للمصدرين(Comptes devises exportateurs)؛
10. حسابات بالعملة الأجنبية(Comptes devises etrangers).

**رابعا. مميزات مصرف الخليج:** تجد في مصرف الخليج ما يلي: [1]

1. النوعية وسرعة تنفيذ العمليات؛
2. شبكة واسعة ملائمة في جميع أنحاء العالم؛
3. مهارات من الدرجة الأولى؛
4. تقديم المشورة.

**المطلب الثاني:بطاقات مصرف الخليج الجزائر:**

للمصرف عدة بطاقات تتمثل في: [2]

**أولا:البطاقة المصرفيةCIB-SAHLA:**

**1. تعريف البطاقة:** بطاقة ساهلة هي الأداة الوحيدة العملية و الآمنة للسحب و الدفع، فهي تجعل الأموال التي في حسابك متاحة لك في أي وقت.

---

[1] www.agb-bank.com,20/04/2018, http://www.ag-bank.com/article-view-35.html,20/04/2018.

[2] www.agb-bank.com,http://algerianembassy-kuwait.com/ar/index.php?option=com-content &view=article&id=104:2011-12-13-14-46&catid=43:2011-11-08-09-46-33&itemid=48,20/04/2018.

**2. مميزات البطاقة:**

لبطاقة **CIB-SAHLA** عدة مزايا أبرزها:

-عدم وجود سقف لها؛

-سهولة استخدامها؛

-آمنة وموثوق بها؛

-الأموال متاحة لك 7/7 أيام و 24/24 ساعة؛

-صالحة في كامل التراب الوطني (كل الصرافات الآلية التي تحمل شعار (CIB).

**3. كيفية الحصول على البطاقة** : إن الحصول على بطاقة ساهلة جد سهل .

- بالنسبة للعملاء الحاليين في مصرف الخليج: ما عليهم سوى طلبها من مستشار العملاء.

بالنسبة للعملاء الجدد في مصرف الخليج: ما عليهم سوى فتح حساب خاص بهم و تلقائيا سيحصلون على البطاقة.

**4. كيفية استعمال بطاقة ساهلة:**

تتمثل عمليات بطاقة ساهلة فيما يلي:

**أ -بالنسبة للسحب:**

- وضع البطاقة في جهاز الصراف الآلي؛
- إدخال الرقم السري الخاص بك؛
- تأكيد الرقم؛
- الحصول على المال الخاص بك.

**ب بالنسبة للدفع:**

- إدخال البطاقة في TPE؛
- إدخال الرقم السري الخاص بك؛
- يقدم لك التاجر تذكرة عليك المحافظة عليها.

**5. بعض المعلومات عن البطاقة:** [1]

-في حال نسيت الرقم السري عليك إبلاغ الوكالة للحصول على رقم سري آخر.

-في حال فقدان أو سرقة البطاقة يجب على الفور إتباع الخطوات التالية:

- إعلام الوكالة التي تتعامل معها بذلك عن طريق الهاتف أو الفاكس أو الذهاب إلى موقعها، أو الاتصال بمركز الشبكة النقدية ما بين البنوك المتاحة 7/7 أيام من الساعة الثامنة و النصف صباحا إلى غاية الساعة الرابعة و النصف مساءا على الرقم 021448977.
- الإبلاغ عن ضياعها في مركز الشرطة.
- التقدم للوكالة للحصول على بطاقة جديدة.

**ثانيا:بطاقة فيزا:**

للتصرف بحرية في أموالك الخاصة، مصرف الخليج الجزائر يقدم لك مجموعة من بطاقات فيزا الائتمانية الدولية ، وهي نوعان:

**1.بطاقة فيزا المسبقة الدفع:** تمنحك بطاقة فيزا المسبقة الدفع الراحة في السفر، لأنها تقدم الأمن و المرونة والراحة في التعامل مع نفقاتك في الخارج وعلى شبكة الانترنت. [2]

**2.بطاقة فيزا الذهبية وفيزا الكلاسيكية:** تعتبر بطاقة فيزا الكلاسيكية مناسبة جدا للأشخاص الذين يسافرون باستمرار للخارج، لأنها يمكن أن ترافقك في شبكة دولية في أكبر من 300 بلد، وبالتالي ستكون معك في سفرك و تسوقك وفي أماكن الترفيه لأنها تمنحك قدرة عالية في السحب و الدفع. [3]

---

[1] www.agb-bank.com, http://www.ag-bank.com/article-view-111.html,21/04/2018.

[2] www.agb-bank.com, http://www.ag-bank.com/article-view-185.html,21/04/2018.

[3] www.agb-bank.com, http://www.ag-bank.com/article-view-113.html,21/04/2018.

**3.مميزات بطاقة فيزا: تتميز بطاقة فيزا بـــ :** [1]

-بطاقة عالمية؛

-بالنسبة للسحب فهي صالحة في كل صراف آلي في العالم يحمل شعار VISA

-مقبولة عند جميع التجار الذين تحمل متاجرهم شعار VISA و VISA Electron

-بالنسبة للدفع فهي مقبولة في شبكة الانترنت؛

-يعاد شحنها ببساطة؛

-صالحة لمدة عامين؛

-يتم سحب المال بالعملة المحلية للبلد الذي تتواجد فيه؛

إن كيفية استعمال بطاقة فيزا المسبقة الدفع و بطاقة فيزا الذهبية و فيزا الكلاسيكية تتم بنفس طريقة استعمال بطاقة سهلة في السحب و الدفع.

- **شكل بطاقات مصرف الخليج:** الشكل التالي هو صور لبطاقات مصرف الخليج وهي من اليسار إلى اليمين بطاقة ساهلة (CIB)وبطاقة فيزا الذهبية الكلاسيكية وفيزا المسبقة الدفع.

**الشكل رقم .(3-12):بطاقات مصرف الخليج الجزائر**




**المصدر**: أخذ من الموقع http//www.agb - bank.com/2018/index.htm

بتاريخ:2018/04/21.

[1] www.agb-bank.com, http://www.ag-bank.com/article-view-175.html,21/04/2018.

**الشكل رقم (3-13):صورة لبطاقة مصرف الخليج المسبقة الدفع.**




**المصدر**: أخذ من الموقع http//www.agb- bank.com/2018/index.htm

بتاريخ:2018/04/21.

**الشكل رقم(3-14): صورة أخرى لبطاقة مصرف الخليج المسبقة الدفع**




**المصدر**: أخذ من الموقع http//www.agb - bank.com/2018/index.htm

بتاريخ:2018/04/21.

**ثالثا: بطاقةRIB:**

لبطاقة RIB عدة مزايا أبرزها: [1]

**مميزات البطاقة:** بطاقة **RIB**تنهي إزعاج حاملها عن طريق:

[1] www.agb-bank.com, http://www.ag-bank.com/article-view-177.html21/04/2018.

- الدعم القوي الذي من غير المرجح تدهوره؛
- بطاقة ممغنطة آمنة؛
- السحب بدون سقف من وكالتك **AGB**؛
- السحب يكون على كامل شبكة**AGB**؛
- عملية طلب الشيكات؛
- الاستعلام عن الرصيد و تسليم كشف عن الحساب.

تمنح البطاقة لك إذا كنت: [1]

-مدير شركة؛

-صاحب حسابات شيك**AGB**

**المطلب الثالث: خدمات مصرف الخليج الجزائر**

يقدم مصرف الخليج العديد من الخدمات نذكر منها: [2]

**1.خدمة (AGB online)** : هي خدمة تمنح العميل الراحة وهي تمكنه من الاطلاع على حسابه المصرفي بمجرد نقرة عبر الانترنت وهي خدمة متوفرة 7/7أيام و 24/24 ساعة، وهذه الخدمة متاحة لكل عملاء مصرف الخليج الجزائر أيا كانت الحسابات المفتوحة ، وهي تطور واستجابة لاحتياجات العملاء.

**2.طريقة استخدام** AGB online : للاستفادة من خدمات AGB online يجب إتباع الخطوات التالية:

- عند فتح العميل الحساب الخاص به، عليه القيام بملئ استمارة AGB online ؛
- زيارة الموقع الالكتروني للمصرف www.ag-bank.com؛

[1] www.agb-bank.com, http://www.ag-bank.com/article-view-110.html,22/04/2018.

[2] www.agb-bank.com, http://www.ag-bank.com/article-view-140.html,22/04/2018.

نشير إلى أنه سيطلب من تغيير كلمة السر عند أول اطلاع له على حسابه و يجب أن يحافظ على سريته. [1]

**ب.خدمة الرسائل القصير (SMS push)**: للاستفادة من هذه الخدمة ما على العميل سوى وضع رقم هاتفه الجوال عند مستشار العملاء، وبالتالي سيبقى العميل على علم بكل التغيرات الحاصلة في حسابه من دفع ونقل وسحب أو غيرها وذلك عن طريق رسائل قصيرة تصل على جواله دون عناء منه. [2]

**ج.أجهزة الصراف الآلي (Distributeurs Automatique de billets)** : وفر مصرف الخليج الجزائر أجهزة الصراف الآلي في جميع وكالاته المنتشرة على كامل التراب الوطني، وعلى مستوى المطارت الدوليةl'aéroport international d'ALGER .

ونشير إلى أن بطاقات السحب متوفرة مجانا لكل عملاء المصرف الذين لديعم حساب في AGB،وهذه الخدمة متاحة 7/7أيام و 24/24 ساعة وتمكنك من سحب النقود بالدينار وكشف الحساب. [3]

**الجدول رقم (3-2): أسعار كراء الخزنات الفولاذية**

| LOCATION COFFRES –FORTS | DATE DE VALEUR | INTERET / COMMISSION / FRAIS |
|---|---|---|
| Petit modèle | Veille opération | 5 000DA / An |
| Moyen modèle | Veille opération | 10 000 DA /An |
| Grand modèle | Veille opération | 15 000 DA /An |

**المصدر**: أخذ من الموقع http//www.agb- bank.com/2018/index.htm

بتاريخ:2018/04/22.

(1) www.agb-bank.com, http://www.ag-bank.com/article-view-154.html22/04/2018,.

(2) www.agb-bank.com, http://www.ag-bank.com/article-view-24.html22/04/2018,.

(3) www.agb-bank.com, http://www.ag-bank.com/article-view-80.html22/04/2018,.

**هـــ. خدمة البريد السريع** (Mail Swift): للحصول على خدمة البريد السريع يجب على العميل وضع بريده الالكتروني عند مستشار العملاء و بالتالي فعند إجراء العميل لعملية استيراد أو تصدير، وعندما يريد أن يعلم بالتقدم الحاصل في عملياته الدولية، فإن هذه الخدمة ستسهل عليه الحصول عن تلك المعلومات وفي حقيقي ستحصل على نسخ من الرسائل المرسلة و المستلمة على شبكة سويفت، تعلمه بـــ:

1. فتح رسائل الائتمان؛
2. تغييرات في رسائل الائتمان؛
3. دفع رسائل الائتمان. [1]

كما أطلق مصرف الخليج الجزائر خدمتين جديدتين في مجال التحديث المصرفي هما:

**و. خدمة self banking (الخدمات المصرفية الذاتية)**: وهي الأولى من نوعها في الجزائر، حيث تسمح للعميل من خلال أجهزة الصراف الآلي إجراء مختلف العمليات المصرفية ( السحب، إيداع الصكوك، الإيداع النقدي، طلب دفاتر الصكوك و البطاقات المصرفية CIB ساهلة)، الاطلاع على وضعية الحسابات، الحصول على الكشوف المصرفية)، وطبعا هذا دون تدخل من قبل موظفي المصرف وهذه الخدمة متوفرة 7/7أيام و 24/24 ساعة .

وقد تم الإعلان عن هذه الخدمة في الجرائد و الموقع الرسمي للمصرف و الشكلين التاليين يبين ذلك:

**الشكل رقم:(3–15): يبين إطلاق خدمة self Banking في موقع مصرف الخليج الجزائر.**




**المصدر**: أخذ من الموقع http//www.agb- bank.com/2018/index.htm

بتاريخ:2018/04/22.

[1] www.agb-bank.com,22/04/2018, http://www.ag-bank.com/article-view-96html,22/04/2018.

**ز. خدمة Drive Banking :** هو جهاز صراف آلي مصمم خصيصا ليسمح للعملاء بسحب النقود دون أن يتركوا سيارتهم.

تتميز هذه الخدمة بـــ: [1]

– السرعة و الأمان و الراحة؛

– ينفرد مصرف الخليج بتقديمه لهذه الخدمة، فهو المصرف الوحيد في الجزائر الذي عرض واقترح هذا النوع من الخدمات، ويسعى المصرف إلى توسيع الخدمة في جميع فروعه.

وبهاتين الخدمتين الحديثتين فإن مصرف الخليج يؤكد مكانته كشركة رائدة في مجال الخدمات المصرفية، سواء من حيث تقنياته الحديثة أو من حيث منتجاته الجديدة.

[1] www.agb-bank.com,23/04/2018, http://www.ag-bank.com/article-view-63.html ,23/04/2018.

**خلاصة الفصل**

يختلف واقع الصيرف الالكترونية لدى المصارف حسب درجة تطور هذه الأخيرة، فالمصارف التي لها بيئة مناسبة للعمل المصرفي وإمكانيات متطورة تجعلها قادرة على مواكبة أحدث التطورات، حيث تكون مختلف عملياتها بوسائل متطورة من بطاقات وأجهزة إلكترونية تسهل العمليات المصرفية، حيث أنه لكل مصرف بطاقة خاصة به تعمل وفقا لشروط يسطرها، وفي نفس الوقت السهر على رضا العميل، كما ولكل بطاقة مزايا تميزها عن الأخرى من حيث الشكل و القيمة المخزنة وطريقة الاستخدام.

# الخاتمة

**الخاتمة:**

إن انفتاح المصارف على العالم التكنولوجي لم يكن اختيارا منها، وإنما كان مفروضا عليها من باب البقاء للأقوى، فسرعة التغيير في بيئة الأعمال جعلتها أمام خيارين: إما البقاء في عزلة عن التحولات العالمية، أو التعامل بإيجابية مع هذه التطورات ومواجهة التحديات، ونظرا لاشتداد المنافسة المتلاحقة التي تشهدها البيئة المصرفية العالمية، كان لابد على هذه المصارف من مواكبة مثل هذه التطورات التكنولوجية والمعلوماتية باستخدام تقنيات حديثة في تلبية حاجات ورغبات عملائها باعتبارهم محور اهتمام المصارف في تحقيق أهدافها.

أما موقع الجزائر من هذه التطورات فهو محتشم نوعا ما، حيث أنها تشهد مشاكل في تطبيق وسائل الدفع التقليدية وتحسين خدماتها فكيف هو الحال مع وسائل دفع ظهرت حديثا وتشهد بعض الدول المتقدمة صعوبات في تطبيقها، بالإضافة إلى ثقافة المجتمع الجزائري و التي لا تبلي اهتماما بالقطاع المصرفي نظرا لنقص الأمان بسبب مختلف العمليات التي نتج عنها تهريب للأموال في الآونة الأخيرة، هذا بجعل المجتمع يفضل الاحتفاظ بالسيولة النقدية على استخدام المصارف.

**اختبار صحة الفرضيات:**

1. المصارف الجزائرية تعمل جاهدة إلى تطوير الخدمات المصرفية، وهذا مواكبة لمختلف التطورات التي تسعى إلى ترقية نظامها المصرفي وهذا ما يثبت صحة الفرضية الأولى.
2. الصيرفة الالكترونية تؤثر على جودة الخدمات المصرفية مما يساهم في تحسينها وترقيتها وهذا ما يثبت صحة الفرضية الثانية.
3. الجهاز المصرفي يحتاج إلى تطور و تحديث مما يستوجب على الجزائر تطويره من خلال مواكبة التطورات ومواجهة التحديات، وهذا ما يثبت صحة الفرضية الثالثة.

**نتائج الدراسة:**

توصلنا من خلال دراستنا إلى جملة من النتائج أبرزها:

1.يعاني النظام المصرفي الجزائري من ضعف في استخدام التكنولوجيا المصرفية ومن تأخر في مواكبة الصناعة المصرفية الحديثة؛

2.إن تردد الجزائر في خوصصة المصارف العمومية من شأنه أن يبقي على هيمنتها على السوق وبالتالي ضعف التنافسية في السوق المصرفي الجزائري، الأمر الذي ينعكس سلبا على تطوير الخدمات المصرفية ومواكبة أحدث التطورات التي عرفتها الصناعة المصرفية في العالم؛

3.إن ظهور وسائل الدفع الالكترونية شجع على قيام خدمات مصرفية الكترونية ووسع الآفاق أمام التجارة الالكترونية، وفتح المجال لظهور سوق خاص بها يتضمن شركات عملاقة حققت أرباحا طائلة بالتخصص في هذه الوسائل؛

4.يعود تعثر الجزائر فيما يتعلق بتحديث وسائل الدفع إلى جملة من المعوقات و التي تشكل حجر عثرة أمام النجاح في المشاريع الجارية التنفيذ ولعل أهم المعوقات ما يلي:

-ارتفاع تكلفة إنشاء وصيانة الشبكات الخاصة بالعمليات المصرفية الالكترونية ؛

-ضعف انتشار شبكة الانترنت وبطئها.

5. تختلف وسائل الدفع في المصارف العمومية و المصارف الخاصة من حيث الشكل و القيمة المخزنة وطريقة الاستخدام؛

6. تعمل المصارف الجزائرية المدروسة على تطوير جهازها المصرفي ومحاولة إيجاد الحلول المناسبة في رضا العميل؛

7. الخدمات المصرفية الالكترونية تكون متوفرة على مدى 24 /24 ساعة و 7/7 أيام وهذا الأمر لا يعرقل العمل المصرفي وإنما يعمل على تطويره وعصرنته.

**الاقتراحات :**

حتى تقوم المنظومة الجزائرية بتطوير وعصرنة نظامها المصرفي يمكن تقديم بعض التوصيات المتمثلة فيما يلي:

1. مواصلة الإصلاحات المصرفية تماشيا مع التطورات التي تشهدها الساحة المصرفية العالمية؛
2. تحديث وعصرنة المنظومة المصرفية الجزائرية من خلال الاستفادة القصوى من التكنولوجيات الحديثة، وتحديث الخدمات المصرفية وكذا نظام الدفع، ذلك بهدف إرضاء رغبات العملاء؛
3. تشجيع إنشاء المصارف التي لا تتعامل بالربا، نظرا لرغبة الجمهور الواسع في ذلك؛
4. تشديد الرقابة على المشاريع السارية التطبيق في مجال العصرنة وتحليف النظام المصرفي؛
5. تشجيع التعامل بوسائل الدفع الالكترونية، ومنح تحفيزات للتجار الذين يقبلون التعامل ببطاقات الائتمان؛
6. الارتقاء بالعنصر البشري وذلك بالاستعانة ببيوت الخبرة و الاستشارة الدولية في تدريب الإطارات المصرفية على استخدام أحداث النظم المصرفية، وكذلك الرفع من كفاءة العاملين بإعطاء الأولوية في التوظيف لخرجي الجامعات ولأصحاب التخصصات في الميدان المصرفي؛
7. استغلال الوضعية المالية التي تتمتع بها البلاد في هذه الفترة، وذلك بإعطاء الأولوية لإقامة صيرفة الكترونية على مستوى مصارفا الجزائرية؛

**أفاق الدراسة:**

إن موضوع الصيرفة الإلكترونية يعتبر موضوعا واسعا، وهذه الدراسة لم تتناول إلا جزءا منه، لذا لا تزال جوانب عديدة يمكن أن تكون إشكاليات موضوعات دراسات مستقلة:

1. القطاع المصرفي الجزائري وإمكانية التطبيق الكفء للصيرفة الالكترونية ؛
2. أثر المعلوماتية على نجاح الصيرفة الالكترونية؛
3. دور الصيرفة الالكترونية في الحد من المخاطر المصرفية.

# قائمة المراجع

**قائمة المراجع:**

**أولا: باللغة العربية**

**أ. الكتب:**

1. أحمد شعبان محمد علي، انعكاسات المتغيرات المعاصرة في القطاع المصرفي و دور البنوك المركزية، الطبعة1،الدار الجامعية، الإسكندرية، مصر، 2006.

2. بن علي بال عزوز، محاضرات في النظريات والسياسات النقدية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر،2004.

3. بيان هاني حرب، مدخل إدارة الأعمال، الطبعة1، الدار العلمية الدولية ودار الثقافة للنشر والتوزيع،عمان، الأردن، 2000.

4. جعفر الحداد، البنوك في العالم، الطبعة3، دار البقاش للطباعة و النشر و التوزيع،لبنان، بيروت ،1985.

5. حامد أبو زيد، إدارة البنوك (النظرية و التطبيق)، الطبعة 4، دار الثقافة العربية، القاهرة، مصر، 1998.

6. خالد أمين عبد الله، العمليات المصرفية الطرق المحاسبية الجديدة، الطبعة 2، دار وائل للنشر، عمان، الأردن،2000.

7. رشاد العصار، رياض الحلبي، النقود و البنوك، الطبعة1 ، دار صفاء للنشر و التوزيع ، عمان، الأردن، 2010.

8. شاكر القزويني، محاضرات في اقتصاد البنوك، ديوان المطبوعات الجامعية، بن عكنون، الجزائر، 1989.

9. شاكر القزويني، محاضرات في اقتصاد البنوك، الطبعة2، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1992.

10. طارق طه، إدارة البنوك و نظم المعلومات المصرفية، دار المقر الجامعي، الإسكندرية، مصر، 2000.

11. الطاهر لطرش، تقنيات البنوك(دراسة في طرق استخدام النقود من طرف البنوك مع الإشارة إلى التجربة الجزائرية) ،الطبعة2، ديوان المطبوعات الجامعية، 2002.

12. عادل أحمد حشيش، أساسيات الاقتصاد النقدي و المصرفي، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، مصر، 2004.

13. عبد الحميد عبد المطلب، البنوك الشاملة عملياتها وإدارتها، الدار الجامعية، الإسكندرية، مصر،2000.

14. عبد الغفار حنفي، إدارة المصارف، دار الجامعة الجديدة، مصر،2002.

15. عبد القادر خليل، مبادئ الاقتصاد النقدي و المصرفي الجزء الثاني، ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر،2012.

16. عبد المنعم راضي، النقود و البنوك، مطبعة النهضة، مصر، 1988.

17.عوض بدير الحداد، تسويق الخدمات المصرفية ،دار البيان للطباعة و النشر، الإسكندرية، مصر، 1999.

18.فريد النجار، الاقتصاد الرقمي، الانترنت وإعادة هيكلة الاستثمار والبنوك الالكترونية، الدار الجامعية،الإسكندرية، مصر، 2007.

19.مأمون الدراردكة وطارق الشبلين، الجودة في المنظمات الحديثة، دار الصفاء، القاهرة،مصر، 2002.

20.محسن أحمد الخضيري، التسويق المصرفي، الطبعة1، دار اي راك للنشر و التوزيع، الإسكندرية، مصر،1999.

21.محسن أحمد الخضيري، دور التسويق في إدارة النشاط المصرفي، الطبعة1، دار ايراك للنشر و التوزيع، القاهرة،مصر، 1999.

22.محمد حاسم الصميدعي، ردينة عثمان يوسف، التسويق المصرفي- مدخل استراتيجي كمي تحليلي،ط1، دار المناهج للنشر و التوزيع، الأردن ، 2005.

23.محمد سعيد سلطان، إدارة البنوك، دار الجامعية الجديدة، الإسكندرية، مصر، 2005.

24.محمد عبد الفتاح الصوفي، الإدارة الرائدة ، الطبعة1، دار الصفاء للنشر و التوزيع، عمان، الأردن، 2003.

25.محمد فريد الصحن و إسماعيل السيد،التسويق ، دار الجامعية ،الإسكندرية، مصر، 2000.

26.محمود جاسم محمد الصميدعي، مدخل التسويق المتقدم، الطبعة1، دار زهران، عمان ، الأردن، 1999.

27.محمود حميدات، مدخل إلى التحليل النقدي، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1996.

28.محمود حميدات، مدخل للتحليل النقدي، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2000.

29.منير الجنيهي، ممدوح الجنيهي، البنوك الالكترونية، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، مصر، 2005

**ب.الأطروحات و المذكرات:**

- **أطروحات الدكتوراه:**

30. محمد مولود غزيل، معوقات تطبيق التجارة الالكترونية في الجزائر وسبل معالجتها، أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير ، جامعة تلمسان، 2010.

31.موسى أحمد صحيح، التسويق المصرفي، أطروحة دكتوراه غير منشورة،كلية العلوم الإدارية، جامعة عمان العربية للدراسات العليا، الأردن، 2009، تاريخ الاطلاع 2018/03/15.

- **مذكرات الماجستير:**

32.أحمد بن الصم ، إدارة القروض المصرفية من خلال التحكم في خطر عدم التسديد –دراسة حالة بنك الجزائر الخارجي–، مذكرة ماجستير، غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية و علوم التسيير، جامعة الجزائر، 2002

33.بوعافية رشيد، الصيرفة الالكترونية و النظام المصرفي الجزائري، مذكرة ماجستير غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية جامعة البليدة، 2005.

34.حميد قطوش ، تكييف البنوك التجارية مع اقتصاد السوق، مذكرة ماجستير في العلوم الاقتصادية غير منشورة، جامعة الجزائر، 2001.

35.حورية حمني ، آليات رقابة البنك على البنوك التجارية وفعالياتها ( حالة الجزائر)، مذكرة ماجستير غير منشورة كلية العلوم الاقتصادية،جامعة قسنطينة، 2006.

36.طارق خاطر،قوى التغيير الإستراتيجية في المجال المصرفي وأثرها على أعمال البنوك، دراسة حالة الجزائر، مذكرة ماجستير، غير منشورة،كلية العلوم الاقتصادية، قسم علوم الاقتصاد تخصص نقود وتمويل، جامعة بسكرة، الجزائر،2006.

37.عادل رحال،تحديث الخدمة الصرفية لمواجهة اختلالات المنظومة المصرفية في ظل التوجه نحو اقتصاد السوق،شهادة ماجستير،كلية العلوم الاقتصادية،جامعة باتنة.

38.فريدة معارفي ، جودة الخدمات المصرفية وعلاقتها بتنافسية البنوك في ظل إدارة الجودة الشاملة ،مذكرة ماجستير غير منشورة، جامعة محمد خيضر،بسكرة، الجزائر، 2008.

39.محمد طلحة، الصيرفة الالكترونية و أثرها على الأداء التسويقي للبنوك، مذكرة الماجستير، كلية العلوم الاقتصادية و العلوم التجارية و علوم التسيير، المدية، 2009.

40.نور الدين محدادي، الجهاز المصرفي الجزائري وإصلاح نظام التمويل، مذكرة ماجستير غير منشورة،كلية العلوم الاقتصادية، جامعة الجزائر، 2004.

41.نور الدين موساوي، دور الجهاز المصرفي الجزائري في تحويل المؤسسات الصغيرة و المتوسطة، مذكرة ماجستير في علوم التسيير، جامعة الجزائر، 2009/2008.

- **مذكرات ماستر:**

42.سمية فرقاني، وسائل الدفع الحديثة كمدخل لعصرنة الخدمات المصرفية في البنوك، مذكرة ماستر غير منشورة، كلية العلوم التجارية، المدية،2013.

43.نسيمة اعمر سبتي، دور الصيرفة الالكترونية في تحسين الأداء التسويقي للمصارف، مذكرة ماستر غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية و العلوم التجارية وعلوم التسيير، المدية، 2013.

**ج. المداخلات في الملتقيات :**

44. رحيم حسين، أ. هواري معراج، الصيرفة الالكترونية كمدخل العصرنة المصارف الجزائرية، مداخلة مقدمة إلى ملتقى المنظومة المصرفية والتحولات الاقتصادية-واقع التحديات-جامعة حسيبة بن بوعلي، شلف، الجزائر، يومي14/15 ديسمبر2004.

45. خير الدين معطي الله ، يوقمون محمد، المعلوماتية و الجهاز المصرفي حتمية تطوير الخدمات المصرفية، ملتقى "المنظومة المصرفية الجزائرية و التحولات الاقتصادية (واقع و تحديات)"، كلية العلوم الاقتصادية،جامعة الشلف، الجزائر، يومي 15/14 ديسمبر، 2004.

46. زيدان محمد، دريس رشيد، متطلبات اندماج البنوك الجزائرية في الاقتصاد العالمي، مداخلة قدمت في ملتقى المنظومة المصرفية الجزائرية .

47. عبد القادر بودي ، بودي عبد الصمد، تكنولوجيا الانترنت كأداة لتميز الخدمات المصرفية، مداخلة قدمت في الملتقى العالمي الدولي الرابع حول عصرنة نظام الدفع في البنوك الجزائرية و إشكالية اعتما التجارة الالكترونية في الجزائر، عرض تجارب دولية، المركز الجامعي بخميس مليانة، الجزائر يومي: 27/26 أفريل 2011.

48. ياسين قاسي ، فايدي كمال، إسهامات الصيرفة الالكترونية في تطبيق التنمية المستدامة بالجزائر، مداخلة قدمت في الملتقى العالمي الدولي الرابع حول عصرنة نظام الدفع في البنوك الجزائرية و إشكالية اعتما التجارة الالكترونية في الجزائر، عرض تجارب دولية، المركز الجامعي بخميس مليانة، الجزائر، يومي: 27/26 أفريل 2011.

49. مفيد عبد اللاوي، محاضرات في الاقتصاد النقدي والسياسات النقدية، الجزائر 2002.

50. منية خليفة، الصرفة الالكترونية كمدخل التأهيل و عصرنه البنوك، مداخلة قدمت في الملتقى العلمي الدولي الرابع حول عصرنه نظام الدفع في البنوك الجزائرية وإشكالية اعتماد التجارة الالكترونية في الجزائر – عرض تجارب دولية، المركز الجامعي بخميس مليانة، الجزائر، يومي: 27/26 أفريل 2011.

**د. المقالات في المجلات:**

51. بنك الإسكندرية، النشرة الاقتصادية، إدارة البحوث و الترجمة، المجلد السابع و الثلاثون، 2005.

52. حميد عبد الهادي، الحكومة الالكترونية هل تقضي على البيروقراطية في الجزائر؟ إعلاميتك أسبوعية وطنية متخصصة، العدد 16، من 14 إلى 21 جانفي 2007.

53. فارس محمود أبو معمر، قياس جودة الخدمة المصرفية في البنوك العاملة بقطاع غزة، مجلة الجامعة الإسلامية(سلسلة دراسات الإنسانية) غزة،العدد الأول، يونيو2005.

**القوانين:**

54. القانون رقم (86-12) الصادر بتاريخ 1986/08/19 والمتعلق بنظام البنوك والقروض، الجريدة الرسمية العدد 34.

55. القانون رقم (88-06) الصادر في 18 جانفي 1988،المتضمن علاقة النظام المصرفي بالمؤسسات العمومية الاقتصادية، الجريدة الرسمية، العدد 02.

56. قانون النقد والقرض والمر رقم 01/90 الصادر في 04 جويلية 1990، الجريدة الرسمية، العدد 04.

**ثانيا: باللغة الفرنسية:**

1. AtationF, la faillite de l'economie administree ; PVF,1990.
2. Banque d'algérie, direction oéméral des etudesrapporammiel 90/91.
3. Détire, Philips,construire une démarche, 4eme édition, Eb, Edition, Paris, France.

**ثالثا: باللغة الانجليزية:**

4. G-Anmstrong ,pinciples of marketing service,Edition perntice ball,VK .

**رابعا: المواقع الانترنت:**

5. www.badr-bank.com .
6. www.agb-bank.com.
7. www. bna -bank.com.
8. www.bank of the algeria.dz.

# الملاحق

## الملحق رقم(01)

**المصرف الوطني الجزائري:**

يعتبر المصرف الوطني الجزائري مصرفا تجاريا، حيث تم إنشاؤه بحسب المرسوم 78/99 بتاريخ 13-06-1966 على شكل شركة وطنية تسير بواسطة القانون الأساسي لها والتشريع التجاري الذي يخص شركات التضامن ما لم تتعارض مع القانون الأساسي المنشئ لها.

و لقد تأسس ليعمل كمصرف ودائع قصيرة وطويلة الأجل، كما وجد ليكون أداة لتحقيق أهداف الحكومة في التخطيط المالي بوضع القروض على المدى القصير والمساهمة مع الهيئات المالية الأخرى لوضع القروض الطويلة والمتوسطة الأجل، إذ يقوم إلى جانب العمليات المصرفية التقليدية بتمويل القطاع الاقتصادي العمومي صناعيا كان أم زراعيا.

ويعتبر المصرف الجزائري بحكم الزمن أقدم مصرف وطني، إذ يحتوي على ما يقارب 200 وكالة باختلاف فئاتها (وكالة رئيسية، وكالة الصنف أ، وكالة من الصنف ب، وكالة من الصنف ج، حيث يتم تصنيف الفئة على أساس: رقم الأعمال – حجم الوكالة – عدد العمال حجم العمليات...) كما يحتوي على أكثر من مليون و نصف مليون حساب، الشيء الذي يمنحه مكانة رئيسية على مستوى الجهاز المصرفي الجزائري، مما يدفعه للتجديد و الحداثة قصد الحفاظ على مكانته و تشريف صورته الخدماتية.

**– مهام المصرف الوطني الجزائري:** يقوم المصرف الوطني الجزائري بعدة مهام أهمها:

-استقبال الودائع المتعلقة برؤوس الأموال من طرف الأشخاص، كما أن المصرف يسمح بالتسديد إما نقدا أو لأجل، أي عند حلول أجل الاستحقاق وكذلك يصدر وصولات استحقاق وسندات (و تتم عمليات الاقتراض من أجل تغطية الحاجات التي يتطلبها نشاط معين)؛

-استقبال عمليات الدفع التي تتم نقدا أو عن طريق الشيك والمتعلقة بعمليات التوطين والتحصيل وجميع عمليات المصرفي؛

-منح قروض بجميع أشكالها سواء كانت قروض أو تسبيقات بدون ضمانات من أجل تحقيق نشاطات معينة؛

-يضمن جميع العمليات المتعلقة بالقروض، وذلك لحساب مؤسسات مالية أو لحساب الدولة؛

-توزيع رؤوس أموال الأفراد ومراقبة استعمالها؛

-اكتتاب كلي أو جزئي سواء بضمان أو بدون ضمان ناتج عن تحقيق نهاية جيدة لعملية التنازل عن جميع الديون التي يتم دفعها مباشرة من طرف المدين؛

-يقوم بجميع العمليات المتعلقة بالاكتتاب، الخصم، شراء الأوراق التجارية، الوصولات، دفوعات المبالغ الصادرة من طرف الخزينة العمومية أو الشركاء العموميين، الالتزام عند حلول موعد الاستحقاق والذي يحول إلى أمر ناتج عن العمليات الصناعية، الزراعية، التجارية والمالية وكذلك العمليات التي تتم عن طريق هيئات وإدارات عامة كالتفاوض ووضع بعض الأبعاد، إعادة خصم القيم.

-يقوم بجميع العمليات المتعلقة بالاكتتاب، الخصم، شراء الأوراق التجارية، الوصولات، دفوعات المبالغ الصادرة من طرف الخزينة العمومية أو الشركاء العموميين، الالتزام عند حلول موعد الاستحقاق والذي يحول إلى أمر ناتج عن العمليات الصناعية، الزراعية، التجارية والمالية وكذلك العمليات التي تتم عن طريق هيئات وإدارات عامة كالتفاوض ووضع بعض الأبعاد، إعادة خصم القيم؛

-يقوم بدور المصرف المراسل مع المصارف الأخرى؛

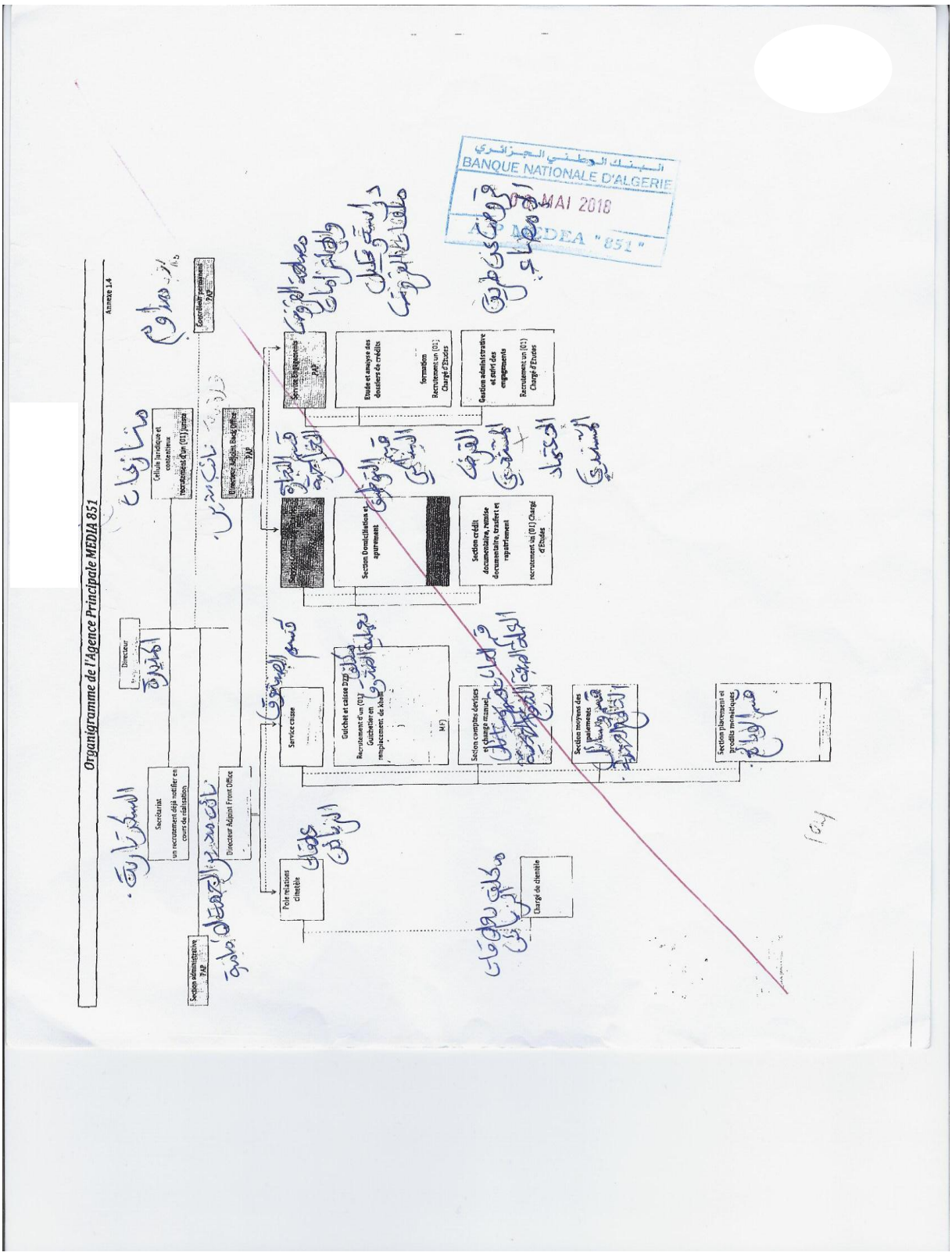
-تمويل بشتى الطرق، عمليات التجارة الخارجية؛

-استقبال مبالغ السندات في شكل وديعة؛

-استقبال أموال ناتجة عن عمليات الدفع، والخاصة بالسفتجة، السند لأمر، الشيك، الفواتير، اذونات الفائدة، أو أوراق أخرى تجارية و مالية؛

-يؤدي دور الوساطة في عمليات الشراء و البيع في الأوراق المالية كالأسهم و السندات وخصوصا في القيم المنقولة.

***الملحق رقم (02):***



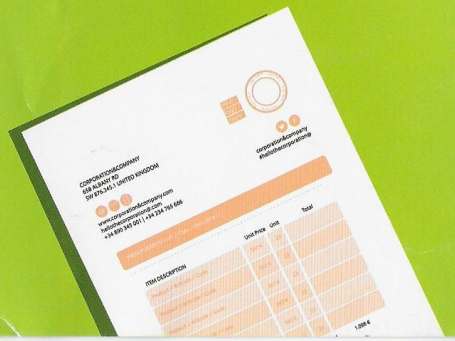
**الملحق رقم (03):**



## الإرشادات المتوجب إتباعها:

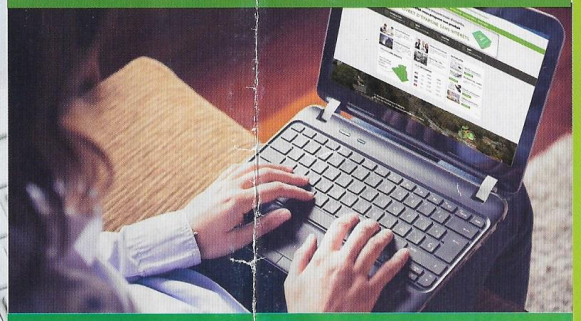
يتوجب على "المشتري عبر الواب " ما يلي:

- أخذ كافة التدابير لضمان المحافظة على بطاقته و رمزه السري (كلمة السر)، و ذلك لتفادي أي إستعمال مشبوه من قبل أي شخص آخر؛
- التحقق من الشروط العامة للبيع المعلنة على الموقع الإلكتروني للتاجر؛
- التأكد من أن الموقع الإلكتروني الذي تم من خلاله الدفع يحوي موقعا محميا (يتم التأكد من الموقع المحمي من خلال العنوان: https:// بدل http://)؛
- الحرص على طبع الوصل الذي يؤكد عملية الدفع و المحافظة عليه؛
- في حال تسجيل حادث أو خلل في الدفع، يتوجب على الزبون طرح انشغاله لدى وكالته البنكية.



## الإنشغالات التي يمكن للزبون رفعها:

- معاملة غير معترف بها من قبل الزبون "المشتري عبر الواب "؛
- معاملة دفع متعددة لنفس الخدمة؛
- معاملة دفع منجزة عن طريق البطاقة البينكية ووسيلة دفع أخرى لنفس الخدمة؛



- معاملة دفع منجزة و خدمة غير مقدمة (عدم تلقي الخدمة)؛
- معاملة تعويض مؤكدة عن بعد دون إيداع المقابل المالي في حساب "المشتري عبر الواب "؛
- خطأ في مبلغ المعاملة.

لمعلومات أكثر، الرجاء التقرب من وكالة البنك الوطني الجزائري الأقرب إليكم، حيث تجدون المكلفين بالزبائن تحت تصرفكم.

لكل إستفساراتكم، يرجى الإتصال بـ :

BNA

هاتف "BNA "e-Paiement : 021.35.08.49 /021.35.24.54

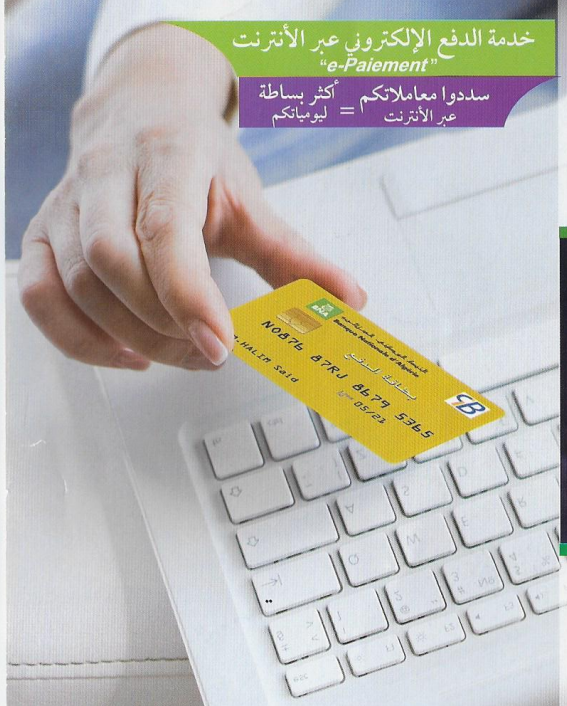
هاتف SATIM: 021.56.24.10/13

## البنك الوطني الجزائري
## Banque Nationale d'Algérie

BNA

### خدمة الدفع الإلكتروني عبر الأنترنت
### "e-Paiement"

سددوا معاملاتكم عبر الأنترنت = أكثر بساطة ليومياتكم



سددوا فواتيركم بواسطة البطاقة البينكية عبر الأنترنت

إستفيدوا من وسيلة دفع مؤمنة

متاحة وقتما شئتم و حيثما كنتم
24 ساعة /24 و 7 أيام /7

البنك الوطني الجزائري...قوة الخبرة و روح التغيير

## من المستفيد من خدمة الدفع الإلكتروني عبر الأنترنت:

- أنت زبون لدى البنك الوطني الجزائري، حامل لبطاقة CIB كلاسيكية أو ذهبية، و ترغب في تسوية معاملاتك عن بعد و اقتصاد و قتك و مجهودك.

البنك الوطني الجزائري يضع تحت تصرفك خدمة الدفع الإلكتروني عبر الأنترنت "e-Paiement" التي تمنحك إمكانية تسديد مختلف الخدمات، عبر مواقع الأنترنت للتجار المعتمدين لهذه الوسيلة.




## كيفية الولوج إلى هذه الخدمة:

- الانخراط في خدمة الدفع الإلكتروني عبر الأنترنت "e-Paiement" يتم من خلال توقيع عقد الانخراط، الذي يعتمده البنك، و الذي ينص على موافقة الزبون على كافة الشروط المبينة في العقد المشار إليه، مكتسبا بذلك صفة "المشتري عبر الواب ".
- رمز سري قابل للتغيير عند أول استعمال، يمنح للزبون بمجرد انخراطه في هذه الخدمة.

## إستعمال خدمة الدفع الإلكتروني عبر الأنترنت "e-Paiement"

يتوجب على حامل بطاقة "المشتري عبر الواب ":

- الدخول الى الموقع الإلكتروني "للبائع عبر الواب"، إختيار الخدمة المرغوب فيها، تأكيد تفاصيل العملية و قبول الشروط العامة للبيع ؛
- إختيار وسيلة الدفع ( بالنقر على زر CIB) ؛
- كتابة رقم بطاقة CIB، الر مز CVV2 (يمثل الأرقام الثلاثة الأخيرة المطبوعة على ظهر البطاقة و الذي يسمح بالتصديق عليه خلال الدفع عبر الانترنت)، تاريخ إنتهاء الصلاحية، إسم و عنوان "المشتري عبر الواب "؛
- كتابة الرمز السري و تأكيده ؛
- بعد تأكيد العملية، يتلقى "المشتري عبر الواب " جوابا يسمح له بقبول أو رفض المعاملة؛




- في حالة تأكيد الموافقة من طرف الزبون، يتم طبع وصل الدفع آليا؛
- لأكثر أمان يتوجب على "المشتري عبر الواب " الخروج من الموقع الإلكتروني بعد كل عملية.

**ملاحظة هامة:** يتوجب على "المشتري عبر الواب " طبع الملخص الشامل للمعاملة المنجزة و حفظه، و كذا الوصل الإلكتروني للدفع.

## إمتيازات الدفع الإلكتروني عبر الأنترنت"e-Paiement":

- بساطة الاستعمال؛
- ربح الوقت؛
- إمكانية القيام بمعاملات على مواقع الأنترنت بكل سهولة و دون عناء التنقل؛
- خدمة مؤمنة ؛
- ضمان حقوق "المشتري عبر الواب "؛
- سعر تنافسي و متطابق مع الشروط العامة للبنك.

**الملحق رقم (04):**



## بطاقة CIB لأحسن طريقة دفع




### أنت حامل بطاقة CIB، يمكنك :

- دفع، عن قرب مستحقات السلع والخدمات المقتنية من تجار شبكة CIB
- دفع، عن بعد مستحقات السلع والخدمات المقتنية عبر المواقع التجارية لشبكة CIB
- سحب نقدي على آلات شبكة CIB
- الاستفادة من خدمات أخرى يوفرها البنك على الشباك التالي

### يتم التعرف على مكان قبول البطاقة

بملصقة CIB الظاهرة على واجهة المحلات التجارية المعتمدة.

بشعار CIB الظاهر على صفحات المواقع التجارية المعتمدة.

CIB الدفع ببطاقة متوفر هنا

### بطاقة CIB

1. صادرة عن البنك
2. مسندة إلى حساب بنكي
3. مسندة إلى عقد "بطاقة"
4. ذات إستعمال شخصي
5. تسمح بالدفع والسحب 07 أيام على 07 و24 ساعة على 24
6. تعزز الأمن (الشريحة)
7. تغنيك عن عناء التنقل بالنقود
8. تقتصد وقتك
9. تستخدم على جميع شبكة CIB
10. صالحة لمدة محدودة




1. تحديد مؤسسة الإصدار وصاحب البطاقة
2. شعار البينكية
3. تاريخ نهاية الصلاحية
4. إسم ولقب الزبون
5. الشريحة، العنصر الرئيسي لحماية النظام
6. رقم البطاقة
7. لوحة الإمضاء
8. عنوان مؤسسة الإصدار
9. رقم الشفرة البصرية، الأرقام الثلاثة الأخيرة الظاهرة على ظهر البطاقة، هو عنصر إضافي لتأمين الدفع عن بعد
10. الشريط المغناطيسي

### كيف تدفع مشترياتك على المواقع التجارية عبر الأنترنت ؟

- تصفح الموقع التجاري
- اختر السلعة التي تريد شراءها
- إضغط على شعار CIB للشروع في الدفع
- تقترح عليك واجهة الدفع إدخال معطيات البطاقة ورقمك السري الخاص بالدفع عبر الأنترنت
- في نهاية العملية، إختر طريقة الحصول على وصل الدفع





### كيف تدفع مشترياتك عند التاجر ؟

- قدم بطاقتك عند صندوق التسديد
- أدخل بطاقتك في جهاز TPE
- يدخل التاجر قيمة مشترياتك
- أكتب رقمك السري على جهاز TPE
- يعيد لك التاجر بطاقتك ووصلك في نهاية العملية

**الملحق رقم (05):**

