

مذكرة مقدمة في إطار متطلبات نيل شهادة الماستر  
تحت عنوان:

الصيرفة الإلكترونية ودورها في عصرنة الخدمات البنكية

تخصص: اقتصاد نقدي و بنكي

تحت إشراف:

بونعاس شيماء

من إعداد الطلبة:

كلبي وردة

العتروس خلود

إن الهدف من هذه الدراسة هو إبراز دور الصيرفة الإلكترونية في عصنة الخدمة البنكية وإيضاح علاقة التأثير والتأثر بينهما، فالصيرفة الإلكترونية حسنت كثيرا من نوعية الخدمات البنكية ومنحت للبنوك عديد الإمتيازات لم تكن لتحققها من خلال الخدمات التقليدية، كما تم استعراض عينة من البنوك العربية في: "الجزائر، الإمارات، السعودية و العراق"، حيث بينت الدراسة أن عمليات الرقمنة طورت وبشكل متفاوت نوع وكم الخدمات المالية البنكية ، من حيث وسائل الدفع، المعاملات الرقمية بكل أشكالها،... إلخ، وهذا ما توضحه الإحصائيات المتحصل عليها. و تم التوصل في هذه الدراسة إلى أن البنوك الإلكترونية في الجزائر تبذل مجهودات لتقديم خدمات مصرفية إلكترونية لتلبية احتياجات زبائنهم، إلا أنها لم تصل إلى ما وصلت إليه بنوك الشرق الأوسط من تطور في مجال رقمنة الأنشطة البنكية، ويعود ذلك لعدة مبررات منها التأخر الكبير و إهمال إستخدام وتعميم التكنولوجيات الحديثة في الاقتصاد الجزائري ككل، و في النظام المالي الممثل في الجهاز المصرفي بالتحديد.

### الكلمات المفتاحية:

الصيرفة الإلكترونية، الخدمة البنكية، البنوك الرقمية والتقليدية، الدول العربية.

## **Résumé :**

L'objectif de cette étude est de mettre en évidence l'e-banking dans la modernisation du service bancaire et de clarifier les relations d'influence et d'influence entre eux, L'e-banking a grandement amélioré la qualité des services bancaires et accordé aux banques de nombreux privilèges qu'elles n'auraient pas eu obtenus grâce aux services traditionnels, Un échantillon de banques arabes en (Algérie, Émirats arabes unis, Arabie saoudite et Irak), a également été examiné où l'étude a montré que les processus de numérisation ont développé de différentes manières le type et la quantité de services financiers bancaires , En termes de moyens de paiement, de transactions numériques sous toutes leurs formes,.....etc. et c'est ce que montrent les statistiques obtenues, Dans cette étude, il a été conclu que les banques électroniques en Algérie font des efforts pour fournir des services bancaires électroniques pour répondre aux besoins de leurs clients, mais elles n'ont pas atteint le niveau de développement que les banques du Moyen-Orient ont atteint dans le domaine de la numérisation des activités bancaires , en raison de plusieurs justifications, dont le grand retard et la négligence d'utiliser La diffusion des technologies modernes dans l'économie algérienne dans son ensemble, et dans le système financier représenté dans le système bancaire en particulier.

## **Les mots clé :**

Banque électronique, services bancaire, Banques digitales et traditionnelles, les pays arabes

## إهداء

"العلم رأس مال لا يفنى فحاجتنا للمعرفة بعدد الأنفاس

فالتأمن يا الله من أفة نسيانه"

كلمات طيبة أهدىها لمن كان لشخصيتي بناء، لمن رعايني

دون ملل أو استياء لمن رأى في الأمل والرجاء أمي، أبي لا

أطبخ منكما سوى الرضاء

هتورا لكل الأعبة والأصدقاء

"العتروس خلود"

## إهداء

الحمد لله وكفى، والسلاة والسلام على الحبيب المصطفى

أما بعد:

أهدي ثمرة جهدي إلى :

إلى الوالدين الكريمين

إلى إخوتي الأعمام

إلى عائلتي الكريمة

إلى كل من علمني حرفا

إلى أساتذتي الكرام

"خليتي وردة"

## شكر وعرفان

قال رسول الله صلى الله عليه وسلم

" التحدث بنعمة الله شكر وتركتما كفر، ومن لا يشكر القليل لا يشكر  
الكثير، ومن لا يشكر الناس لا يشكر الله"

الحمد لله للبارئ الذي هدانا لهذا العلم والشكر كله للواحد فلولاً  
فضله لما وفقنا في إتمام هذا العمل.

كما نتقدم بوافر الشكر لكل معلم أفادنا بعلمه من أولى المراحل  
الدراسية حتى هذه اللحظة، ونسأل الله أن يجازي الأستاذة الدكتورة  
"بونعاس شيما" خير جزاء التي أشرفنا على هذا العمل وفي الأخير لا  
يسعنا إلا قول اللهم لا تردنا خائبين وأتينا أفضل ما يؤتى عبادك  
الصالحين.



## قائمة الأشكال

الصفحة	عنوان الشكل	رقم الشكل
18	وسائل الدفع الإلكتروني	الشكل رقم 01
27	كيفية سير العملية عن طريق جهاز الصراف الآلي	الشكل رقم 02
29	كيفية سير العملية عن طريق نهائيات الدفع	الشكل رقم 03
60	التطور التاريخي للبنك الوطني الجزائري.	الشكل رقم 04
63	تطورات عدد الشبايبك الأوتوماتيكية البنكية وأجهزة الدفع الإلكتروني قيد الخدمة خلال الفترة (2017-2018)	الشكل رقم 05
64	عدد البطاقات البنكية قيد الخدمة خلال الفترة (2017-2018)	الشكل رقم 06
64	عدد المشتركين في خدمة البنك عن بعد خلال الفترة (2017-2018).	الشكل رقم 07
71	نسبة عمليات الدفع والسحب بواسطة بطاقة CIB خلال الفترة (2017-2018)	الشكل رقم 08
72	نسبة بطاقات الدفع الإلكترونية الدولية خلال الفترة (2017-2018)	الشكل رقم 09
72	نسبة تطور أجهزة الدفع الإلكتروني TPE خلال الفترة (2017-2018).	الشكل رقم 10
73	عدد الإشتراكات السنوية في الصيرفة عبر الأنترنت خلال الفترة (2017-2018)	الشكل رقم 11
75	عدد فروع وأجهزة الصراف الآلي وأجهزة الإيداع الفوري في بنك الإمارات دبي الوطني سنة 2018.	الشكل رقم 12
83	الإنجازات التي حققها مصرف التنمية الدولي خلال الفترة (2012-2019).	الشكل رقم 13

## قائمة الجداول

الصفحة	عنوان الجدول	رقم الجدول
17	مزايا وعيوب وسائل الدفع الإلكتروني	الجدول رقم 01
20-19	الصيرفة الإلكترونية من خلال الصرافات الآلية	الجدول رقم 02
54	مجموع مستخدمي الأنترنت عبر العالم	الجدول رقم 03
55	إجمالي عدد مستخدمي الأنترنت في الجزائر خلال الفترة (2010-2017)	الجدول رقم 04
58-56	أهم البطاقات البنكية الإلكترونية الأكثر استعمالا في الجزائر	الجدول رقم 05
59	المقر الرئيسي للبنك الوطني الجزائري	الجدول رقم 06
62	عرض البيانات المالية والخدمات المصرفية الإلكترونية للبنك الوطني الجزائري لسنة 2018	الجدول رقم 07
65	المقر الرئيسي لبنك السلام الجزائر	الجدول رقم 08
67	البيانات المالية والخدمات المصرفية الإلكترونية لبنك السلام الجزائر لسنة 2018	الجدول رقم 09
68	المقر الرئيسي لبنك التنمية المحلية	الجدول رقم 10
70	البيانات المالية والخدمات المصرفية الإلكترونية لبنك التنمية المحلية لسنة 2018	الجدول رقم 11
76	المقر الرئيسي لبنك الإمارات دبي الوطني	الجدول رقم 12
78-77	البيانات المالية والخدمات المصرفية الإلكترونية لبنك الإمارات دبي الوطني لسنة 2018	الجدول رقم 13
79	المقر الرئيسي لبنك الراجحي	الجدول رقم 14
80	أهم المعطيات والخدمات المصرفية الإلكترونية لبنك الراجحي لسنة 2018	الجدول رقم 15
81	الموقع الرئيسي لمصرف التنمية الدولي	الجدول رقم 16
84	البيانات المالية والخدمات المصرفية الإلكترونية لمصرف التنمية الدولي لسنة 2018	الجدول رقم 17

## فهرس المحتويات

الصفحة	المحتوى
I	- ملخص
II	- Résumé
III	- إهداء
V	- شكر وعرفان
VI	- قائمة الأشكال
VII	- قائمة الجداول
VIII	- فهرس المحتويات
05-01	- المقدمة
48-06	<b>الفصل الأول: الإطار النظري للصيرفة الإلكترونية والخدمة البنكية</b>
07	تمهيد
08	المبحث الأول: مدخل للصيرفة الإلكترونية
08	المطلب الأول: ماهية الصيرفة الإلكترونية
14	المطلب الثاني: وسائل الدفع الإلكتروني
20	المطلب الثالث: واقع الصيرفة الإلكترونية في الجزائر
29	المبحث الثاني: مفاهيم عامة حول الخدمة البنكية
29	المطلب الأول: عموميات حول الخدمة البنكية
33	المطلب الثاني: عصنة الخدمة البنكية
39	المطلب الثالث: الخدمات البنكية التقليدية والحديثة
41	<b>المبحث الثالث: علاقة الصيرفة الإلكترونية بعصنة الخدمة البنكية</b>
41	المطلب الأول: العلاقة بين الصيرفة الإلكترونية والزبون
44	المطلب الثاني: ارتباط التسويق الإلكتروني بالخدمة البنكية
46	المطلب الثالث: علاقة تأثير الصيرفة الإلكترونية على القدرة التنافسية للبنك
48	خلاصة الفصل
83-49	<b>الفصل الثاني: عرض ودراسة الخدمات الرقمية في عينة من البنوك العربية</b>
50	تمهيد
51	المبحث الأول: واقع آليات الدفع الجديدة في البنوك الجزائرية
51	المطلب الأول: عرض لأبرز البنوك الجزائرية التي تقدم الخدمات المصرفية

53	المطلب الثاني: لمحة عن واقع الخدمات الرقمية في الجزائر
55	المطلب الثالث: وسائل الدفع الرقمية في البنوك الجزائرية
58	- المبحث الثاني: الخدمات الرقمية في عينة من البنوك الجزائرية
58	المطلب الأول: البنك الوطني الجزائري BNA والخدمات المصرفية الإلكترونية المقدمة
65	المطلب الثاني: بنك السلام الجزائر والخدمات المصرفية الإلكترونية المقدمة
68	المطلب الثالث: بنك التنمية المحلية BDL والخدمات المصرفية الإلكترونية المقدمة
74	- المبحث الثالث: الخدمات الرقمية في عينة من بنوك دول الشرق الأوسط
74	المطلب الأول: بنك الإمارات دبي الوطني والخدمات المصرفية الإلكترونية المقدمة
78	المطلب الثاني: مصرف الراجحي والخدمات المصرفية الإلكترونية المقدمة
80	المطلب الثالث: مصرف التنمية الدولي والخدمات المصرفية الإلكترونية المقدمة
86	خلاصة الفصل
87	الخاتمة
91	قائمة المراجع
96	الملاحق

# المقدمة

نتيجة التطور الهائل الذي تشهده الإقتصادات كافة بفعل الثورة التكنولوجية في شتى المجالات، يتجه العالم نحو توجه متسارع إلى رقمنة كافة النشاطات الإقتصادية بفضل ما تسمح به من إجراء وإنجاز للأعمال بشكل بسيط وفي وقت قصير، حيث اعتمدت مختلف المؤسسات على التطور التكنولوجي لوسائل الإتصال وذلك لتحسين خدماتها ومنتجاتها وتقديمها بجودة عالية وبأقل التكاليف والتي تحقق لها التقرب من العميل على مدار الساعة وفي أي مكان.

ونجد في هذا الجانب أن النظام البنكي الأكثر تأثراً بالرقمنة، حيث توسع إهتمام البنوك بمجال التكنولوجيا والرقمنة البنكية من خلال تقديم خدمات إلكترونية متنوعة، وكذلك القيام بمعاملات مالية تعتمد على الأنترنت وكل هذه الجهود التي تهدف إلى مواكبة التطور التكنولوجي هي التي أدت إلى ظهور مفهوم الصيرفية الإلكترونية، ثم ظهور البنوك الرقمية بشكلها سواء كانت بنوك لها وجود فعلي أي ملموسة وطورت من خدماتها التقليدية لتبدأ في الولوج على الساحة الرقمية، أو التي بدأت نشاطها عبر الأنترنت مباشرة و لا وجود لعقاراتها في الواقع و تعرف أيضا بالبنوك الافتراضية، لذلك فمعيار النجاح بالنسبة لكل هذه البنوك هو تقديم خدمات مصرفية مبتكرة، وما تسعى إليه جميع المصارف ليس تحسين الجودة فقط بل هو أكثر بكثير من ذلك فهي تسعى لبلوغ مستوى التميز من أجل ضمان استمرارية البقاء و الحفاظ القدرة على القدرة التنافسة لها.

لذلك تعد عصرنة الخدمة البنكية من أجمع الإستراتيجيات التي ساهت في تطوير القطاع البنكي بشكل كبير في الوقت الراهن، والجزائر كغيرها من الدول شهدت تغيرات وتطورات على مستوى الجهاز البنكي الذي يعد المحرك الأساسي لنشاطها الإقتصادي، إذ سعت في السنوات الأخيرة لتطوير وعصرنة آلية عمل المصارف لمواكبة التطور العالمي بهدف تقديم أفضل الخدمات للزبائن.

### أولاً: إشكالية الدراسة

- ✓ بناء على ما تقدم، يمكن بلورة إشكالية الدراسة على النحو التالي:
- ما دور الصيرفة الإلكترونية في عصرنة الخدمة البنكية على مستوى البنوك الرقمية في الدول العربية؟
- ✓ للإجابة عن إشكالية الدراسة إرتأينا تقسيمها إلى الأسئلة الفرعية التالية:
- ✓ ما المقصود بالصيرفة الإلكترونية والخدمة البنكية؟
- ✓ فيما تتمثل العلاقة بين الصيرفة الإلكترونية والخدمة البنكية؟
- ✓ كيف ساهمت الصيرفة الإلكترونية في تطوير البنوك الرقمية لخدماتها في الإقتصادات العربية؟

### ثانياً: فرضيات الدراسة

لمعالجة إشكالية البحث والإجابة عن التساؤلات المطروحة كان من الضروري وضع مجموعة من الفرضيات والمتمثلة في:

- **الفرضية 1:** الصيرفة الإلكترونية والخدمات البنكية الرقمية تعمل على تطوير وتحسين جودة المنتج المصرفي.
- **الفرضية 2:** تؤدي العلاقة بين الصيرفة الإلكترونية والخدمات البنكية على خلق فرص مهمة للبنك في مجال المنافسة والتسويق عن بعد مما يعمل على جذب أكبر للزبائن.
- **الفرضية 3:** توفر الصيرفة الإلكترونية في الإقتصادات العربية تنوعا هاما في الخدمات المصرفية الغير تقليدية وتقدم المرونة العالية التي تتماشى مع متطلبات الزبائن.

### ثالثا: أهداف الدراسة

ترمي هذه الدراسة إلى تحقيق جملة من الأهداف نذكر منها ما يلي:

- إبراز الدور الذي تلعبه الصيرفة الإلكترونية في عصرنة الخدمة البنكية.
- بيان العلاقة التي تربط الصيرفة الإلكترونية بالخدمة البنكية.
- التعرف على وسائل الدفع الإلكتروني، وأهم الوسائل المستخدمة على مستوى البنوك الجزائرية.
- معرفة مدى استجابة البنوك الجزائرية للصيرفة الإلكترونية.
- دراسة تجارب بعض الدول العربية في مجال الصيرفة الإلكترونية.

### رابعا: أهمية الدراسة

تستمد هذه الدراسة أهميتها كون أن القطاع البنكي أصبح يشهد تقدما سريعا خاصة على مستوى الاقتصاديات كافة من خلال ما تبذله هذه الأخيرة من مجهودات للوصول إلى مستويات عالية من الأرباح المحققة، التي ساهمت فيه الصيرفة الإلكترونية بشكل فعال، مما يعمل على المساهمة في ترقية العمل البنكي الإلكتروني وتحسين أدائه.

### خامسا: حدود الدراسة

حددت هذه الدراسة بمجموعة حدود نوجزها فيما يلي:

- ✓ **الحدود الموضوعية:** تكمن حدود الدراسة الموضوعية في توضيح ماهية الصيرفة الإلكترونية والدور الذي تلعبه في تطوير الخدمة البنكية.
- ✓ **الحدود المكانية:** من الناحية المكانية أسقطنا الدراسة على بعض البنوك الرقمية على مستوى الدول العربية، المتمثلة في الجزائر من خلال اختيار عينة متمثلة في (البنك الوطني الجزائري، بنك السلام الجزائر، بنك التنمية المحلية)، وبنك الإمارات دبي الوطني، مصرف الراجحي السعودية وأخيرا مصرف التنمية الدولي بالعراق.

✓ **الحدود الزمنية:** لم نعتمد في هذه الدراسة على فترة زمنية محددة، إلا أنها إقتصرت في الدراسة التحليلية للبيانات الرقمية على العشرية الأخيرة، وفق ما توفر من بيانات إحصائية.

#### سادسا: أسباب اختيار الموضوع

يعود اختيار هذا الموضوع إلى جملة من الأسباب المتمثلة فيما يلي:

- ✓ الرغبة الشخصية في دراسة الموضوع.
- ✓ ارتباط الموضوع بتخصص الدراسة اقتصاد نقدي وبنكي.
- ✓ الأهمية التي يكتسيها الموضوع على المستوى العالمي والدولي.
- ✓ الإنتشار المذهل للصيرفة الإلكترونية ومساهمته في الرفع من مستويات الخدمة البنكية على مستوى الكثير من الاقتصادات.
- ✓ التقدم التكنولوجي للمعلومات والإتصال الذي أصبح يميز العمل البنكي في المرحلة الراهنة.
- ✓ محاولة معرفة موقع الجزائر ومدى تطبيقها للصيرفة الإلكترونية.

#### سابعا: منهجية الدراسة

تقوم هذه الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي كما يلي:

**المنهج الوصفي:** من خلال عرض مختلف المفاهيم المرتبطة بالصيرفة الإلكترونية والخدمة البنكية، وكذلك العلاقة بينهما.

**المنهج التحليلي:** من خلال عرض وتحليل المعلومات المجمعة من قبل البنوك الرقمية قيد الدراسة.

#### ثامنا: هيكل الدراسة

للإجابة عن إشكالية البحث المطروحة والتأكد من صحة الفرضيات تم تقسيم بحثنا إلى فصلين، فصل نظري سبقته مقدمة عامة وفصل تحليلي تلتها خاتمة عامة مرفوقة بأهم النتائج والتوصيات المقترحة، وكان التقسيم كالاتي:

**الفصل الأول:** بعنوان الإطار النظري للصيرفة الإلكترونية والخدمة البنكية، نتطرق فيه من خلال ثلاث مباحث إلى:

✓ **المبحث الأول:** مدخل للصيرفة الإلكترونية.

✓ **المبحث الثاني:** مفاهيم عامة حول الخدمة البنكية.

✓ **المبحث الثالث:** العلاقة بين الصيرفة الإلكترونية والخدمة البنكية.

**الفصل الثاني:** تحت عنوان عرض ودراسة الخدمات الرقمية في عينة من البنوك العربية، نتطرق فيه من خلال ثلاث مباحث إلى:

- ✓ المبحث الأول: واقع آليات الدفع الجديدة في البنوك الجزائرية.
- ✓ المبحث الثاني: الخدمات الرقمية في عينة من البنوك الجزائرية.
- ✓ المبحث الثالث: الخدمات الرقمية في عينة من بنوك دول الشرق الأوسط.

#### تاسعا: الدراسات السابقة

نظرا لأهمية هذا الموضوع توجد عدة دراسات سابقة تم الإستعانة بها في هذه الدراسة، منها الدراسات الآتية:

- ✓ دراسة السعيد بريكة 2011، أطروحة دكتوراه بعنوان "واقع عمليات الصيرفة e-banking وآفاق تطورها في الجزائر": هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على الصيرفة الإلكترونية وأهم نماذج تقديم الخدمات عن بعد، مع بيان أهمية الدفع الإلكتروني والصيرفة عبر الأنترنت وكذا المشاكل والمخاطر التي تواجه عمليات الصيرفة الإلكترونية، ووصلت هذه الدراسة إلى العديد من النتائج أهمها، أن تبني الصيرفة الإلكترونية يساهم في تطوير الرقمنة البنكية في الجزائر والدخول إلى الاقتصاد الرقمي.
- ✓ دراسة نادية عبد الرحيم 2011، مذكرة ماجستير بعنوان "تطور الخدمات المصرفية ودورها في تفعيل النشاط الاقتصادي -دراسة حالة الجزائر-": هدفت هذه المذكرة إلى معرفة ماهية الخدمة المصرفية، ومحاولة رصد التوجه العالمي في مجال الخدمة المصرفية الحديثة، وخاصة الوقوف على حالة الخدمات المصرفية في النظام المصرفي الجزائري، وأن الاهتمام بتطوير الخدمات المصرفية لما لها من أهمية بالغة في جذب العملاء من خلال التسويق المصرفي لهذه الخدمة.
- ✓ دراسة مالك صالح سعيد حسين 2012، أطروحة دكتوراه بعنوان "أثر استراتيجيات تسويق الخدمات المصرفية على أداء الجهاز المصرفي السوداني للفترة (2000-2012)": عرضت هذه الدراسة أثر استراتيجيات تسويق الخدمات المصرفية على أداء الجهاز المصرفي السوداني، إذ توصلت في نتائجها إلى أن جودة الخدمة المصرفية ومميزاتها لما يتوافق ومتطلبات الزبائن تجعل المصرف يحتل الصدارة من بين البنوك المنافسة.
- ✓ دراسة بسمة محمد سامي الخطيب 2014، أطروحة دكتوراه بعنوان "دور الصيرفة الإلكترونية في تحقيق الميزة التنافسية-دراسة ميدانية للمصارف العاملة في سورية-": تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على الصيرفة الإلكترونية ونظم الدفع الإلكتروني، كذلك استخدام الصيرفة الإلكترونية وانعكاسها على سلوك العميل المصرفي، وهذا للتوصل إلى معرفة الدور الذي تلعبه الصيرفة الإلكترونية في تحقيق الميزة التنافسية للمصارف.
- ✓ دراسة بركان أمينة 2014، أطروحة دكتوراه بعنوان "الصيرفة الإلكترونية كحتمية لتفعيل أداء الجهاز المصرفي -حالة الجزائر-": استطاعت الباحثة من خلال دراستها التي تهدف إلى محاولة إظهار أن الصيرفة

الإلكترونية في المصارف ترفع من أداء وفعالية الجهاز المصرفي، ومدى معرفة تأثير اعتماد الصيرفة الإلكترونية على الجهاز المصرفي الجزائري من خلال استعراض تجارب بعض الدول، ومعرفة البنية التحتية وواقع وسائل الدفع الإلكتروني في الجزائر، للتوصل إلى أن التقدم التكنولوجي أحدث تغييرا جذريا في العمل المصرفي.

✓ **دراسة فكار شكيب 2020، مذكرة ماستر غير منشورة بعنوان " تطبيق الصيرفة الإلكترونية في البنوك الجزائرية":** هدفت هذه الدراسة إلى معرفة مدى استجابة البنوك الجزائرية للتطورات الحاصلة في القطاع البنكي، وواقع الصيرفة الإلكترونية في الجزائر، إذ توصلت في الأخير إلى أن البنية التحتية للصيرفة الإلكترونية للبنوك الجزائرية لازالت غير مهيأة مما يجب العمل على تطوير خدماتها وبناء شبكة أنترنت، وتشجيع البحث العلمي حول وسائل الدفع الإلكتروني.

#### ✓ **التعليق على الدراسات السابقة وخصائص الدراسة الحالية:**

إن الشبه بين الدراسة الحالية والدراسات السابقة هو جانب الموضوع النظري، إلا أن أهم ما يميزها أنها ركزت على الصيرفة الإلكترونية في الإقتصاديات العربية، من خلال الجمع بين المصارف المحلية (عينات من مصارف الجزائر) والمصارف الأجنبية (عينات من مصارف الشرق الأوسط) في دراستها التحليلية، بالإضافة إلى حداثة المعطيات المتحصل عليها مقارنة بالدراسات السابقة.

#### **عاشرا: صعوبات الدراسة**

من بين الصعوبات التي واجهتنا في هذه الدراسة مايلي:

- رفض البنوك على مستوى ولاية الطارف قبولنا لإجراء دراسة تطبيقية على مستواها.
- عدم توفر مراجع وكتب حول الموضوع المتناول على مستوى مكتبة الجامعة.
- نقص في المعلومات في مواقع البنوك على الأنترنت، بإعتبار موضوع الصيرفة الإلكترونية موضوع حديث على مستوى البنوك الجزائرية.
- عدم نشر البنوك لإحصائياتها الخاصة بالرقمنة البنكية بدقة مما يصعب عليه إنجاز الدراسة التحليلية.
- ضيق الوقت التي تم فيه إعداد المذكرة.

# الفصل الأول

الإطار النظري للصيرفة الإلكترونية والخدمة البنكية

تمهيد:

تعد البنوك من أهم الركائز التي يقوم عليها أي اقتصاد لذا كان لزاما الإهتمام بالقطاع البنكي من أجل تطوير أدائه بإعتماده على أنظمة وأدوات حديثة هدفها مواجهة التطورات السريعة والمحافظة على استقراره من خلال سعي مختلف البنوك للإستفادة من أحدث التقنيات الحديثة:

تكنولوجيا المعلومات والاتصال، وألحوا سبب الآلية وكذلك شبكة الإنترنت، وتطويرها بغية إبتكار خدمات مصرفية مستحدثة، وتطوير أساليب تقديمها وكل ذلك أدى بالبنوك نحو التوجه إلى الصيرفة الإلكترونية فكل الدول تسعى لإستخدام هذه التقنية لعصرنة نشاطها البنكي ففي الوقت الراهن أصبح التطور التكنولوجي أفضل سبيل لنيل رضا العميل وانجذابه لإقتناء المنتجات والخدمات المصرفية بشتى أنواعها، الأمر الذي يؤدي إلى توسع نطاق الخدمات المصرفية وكذلك زيادة القدرة التسويقية والتنافسية للبنوك.

وللتفصيل أكثر حول الصيرفة الإلكترونية في عصرنة الخدمة البنكية تم تقسيم الفصل الأول إلى المباحث التالية:

**المبحث الأول:** مدخل للصيرفة الإلكترونية.

**المبحث الثاني:** مفاهيم عامة حول الخدمة البنكية.

**المبحث الثالث:** علاقة الصيرفة الإلكترونية بعصرنة الخدمة البنكية.

## المبحث الأول: مدخل للصيرفة الإلكترونية

عرف القطاع المالي والمصرفي تغيرات جذرية نتيجة تعميم استخدام شبكة الأنترنت وتوجه المؤسسات المصرفية والمالية نحو الصيرفة الإلكترونية لتحقيق الإستفادة من تكنولوجيا المعلومات والإتصال، بهدف رفع مستوى الأداء البنكي.

## المطلب الأول: ماهية الصيرفة الإلكترونية

عمدت حل البنوك لإدخال التقنيات الحديثة للنهوض بالقطاع البنكي اعتمادا على الصيرفة الإلكترونية للسيرورة في مواكبة التطورات الحاصلة في مجال التكنولوجيات والرقميات.

## الفرع الأول: الصيرفة الإلكترونية وتطورها عبر التاريخ

سيحدد في هذا الجانب مراحل تطور العمل المصرفي الإلكتروني بدءا بالنشأة ثم التطور.

## أولا: نشأة الصيرفة الإلكترونية

تعود نشأة الصيرفة الإلكترونية إلى بداية الثمانينيات تزامنا مع ظهور النقد الإلكتروني، أما استخدام البطاقات كان مع بداية 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 American Express أول بطاقة بلاستيكية لتنتشر على نطاق واسع، ثم قامت بعدها ثمانية بنوك بإصدار بطاقة "Bank Americard" عام 1968 لتتحول إلى شبكة Visa العالمية، كما تم إصدار في نفس العام البطاقة الزرقاء "Carte Bleue" من طرف ستة بنوك فرنسية. وفي عام 1986 قامت اتصالات فرنسا "France Telecom" بتزويد الهواتف العمومية بأجهزة قارئة للبطاقات الذاكرة "cartes à mémoire" لتصبح عام 1992 كل البطاقات المصرفية بطاقات برغوئية "Puce" à Cartes،<sup>1</sup> تحمل بيانات شخصية لحاملها.

## ثانيا: مراحل تطور الصيرفة الإلكترونية

مرت الصيرفة الإلكترونية بمجموعة من المراحل تتمثل فيما يلي:<sup>2</sup>

1. مرحلة الدخول: وهي المرحلة التي دخلت فيها التكنولوجيا إلى أعمال المصارف بغرض إيجاد حلول للأعمال المكتبية الخلفية (Back Office Operations)، حيث بدأ الأخصائون في شؤون التكنولوجيا يدخلون إلى المصارف لإيجاد حلول لتأخر التقارير المالية والمحاسبية، ولم يكن هناك تدخل مباشر للإدارات العليا في الحلول المقترحة، وكان المهم هو حل المشاكل المتعلقة بالعمل المصرفي.

<sup>1</sup> محمد الفاتح محمود بشير المغربي، التجارة الإلكترونية، دار الجنان للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2016، ص 162.

<sup>2</sup> عبد الهادي مسعودي، الأعمال المصرفية الإلكترونية، داراليازوري العلمية، ط1، عمان، 2016، ص18.

2. مرحلة تعميم الوعي بالتكنولوجيا: وهي المرحلة التي بدأت بتعميم الوعي بالتكنولوجيا على كافة العاملين بالمصرف، من خلال برنامج تدريب تغلب عليها التقنية على حساب المعرفة بالأعمال.

3. مرحلة دخول الاتصالات والتوفير الفوري للخدمات: بدأ اهتمام الإدارة العليا بالتكنولوجيا، وتميزت هذه المرحلة بالتكاليف العالية تليها مرحلة ضبط الإستثمار في التكنولوجيا، وذلك بالإستعانة بأخصائيين واستشاريين في شؤون التكنولوجيا لمساعدتهم في ضبط التكاليف.

4. مرحلة اعتبار التكنولوجيا ضمن أعمال المصرف: وهي المرحلة التي بدأت فيها الإدارة الإستراتيجية للتكنولوجيا والتي ارتكزت على تفعيل الإنتاجية على الصعيد الداخلي وتسويق التكنولوجيا على الصعيد الخارجي.

وهكذا يتضح أن المرحلة الأولى للصيرفة الإلكترونية بدأت بظهور ماكينات الصراف الآلي Automated Teller Machine وربطها بشبكة الهاتف، ما أدى إلى إجراء عمليات مصرفية عن بعد دون تدخل بشري، وهي تعتبر الآن من الوسائل المسلم بها لتسهيل الوصول الخدمة للزبون طيلة 24 ساعة، ثم اعتمدت الصيرفة الإلكترونية الفورية Online Services التي تركزت على الحاسوب الشخصي كقاعدة متكاملة للترابط الشبكي المتاح، وأخيرا استخدام النقود الإلكترونية والإستغناء عن القيود الورقية المستخدمة.

### الفرع الثاني: مفهوم الصيرفة الإلكترونية

ساهمت الصيرفة الإلكترونية ورقمنة العمل البنكي في تطور الخدمة المصرفية التقليدية، حيث يوجد نوعين من المصارف التي تمارس الصيرفة الإلكترونية "e-banking"، فهناك المصارف الإلكترونية أو الافتراضية التي ليس لها وجود فعلي، وهناك مصارف فعلية تقدم خدمات تقليدية بالإضافة إلى ممارسة الصيرفة الإلكترونية، وحظي مفهوم الصيرفة الإلكترونية بعدة تعاريف من بينها:

**التعريف الأول:** هي قيام زبائن البنك بإدارة معاملاتهم وأعمالهم المصرفية، من المكتب أو المنزل أو في أي مكان آخر وفي أي وقت يريدونه عبر شبكة الاتصالات الإلكترونية أو الإنترنت.<sup>1</sup>

**التعريف الثاني:** تشمل الصيرفة الإلكترونية المعاملات المالية بين المؤسسات المالية والأفراد والشركات التجارية والحكومية، ومن أجل تحسين الربحية تحاول المنظمات المصرفية كالمنظمات الأخرى، السيطرة على التكاليف، وخفض المصروفات التشغيلية، متخذة من التكنولوجيا والإبتكار أدواتها لتحقيق ذلك.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> عبد الهادي مسعودي، مرجع سابق، ص 20.

<sup>2</sup> مرزوق عاشور، معموري صورية، عصرنة القطاع المالي والمصرفي وواقع الخدمات البنكية الإلكترونية بالجزائر، مداخلة ضمن المؤتمر الدولي العلمي حول إصلاح النظام المصرفي الجزائري في ظل التطورات العالمية الراهنة، جامعة حسينية بن بوعلي، الشلف، الجزائر، ص 03.

التعريف الثالث: وهي إجراء العمليات المصرفية بشكل الكتروني والتي تعد الإنترنت من أهم أشكالها، وبذلك فهي بنوك افتراضية تنشئ لها مواقع الكترونية على الإنترنت لتقديم خدمات نفس خدمات موقع البنك من سحب ودفع وتحويل دون انتقال العميل إليها.<sup>1</sup>

✓ وفي الأخير يمكن تعريف الصيرفة الإلكترونية على أنها " خدمات الكترونية تتم عبر شبكة الأنترنت، حيث تمكن العميل من الحصول على مختلف الخدمات المصرفية الإلكترونية بشكل مستمر على مدار اليوم".

### الفرع الثالث: أهمية وعوامل نجاح الصيرفة الإلكترونية وخصائصها

باعتبار الصيرفة الإلكترونية بالغة الأهمية للعملاء والبنوك، فمن الضروري معرفة العوامل التي تساهم في نجاحها.

#### أولاً: أهمية وعوامل الصيرفة الإلكترونية

سيتم التطرق في هذا العنصر إلى أهمية وعوامل نجاح الصيرفة الإلكترونية.

#### 1. الأهمية العلمية والاقتصادية للصيرفة الإلكترونية

تحقق الصيرفة الإلكترونية فوائد كثيرة من أهمها:<sup>2</sup>

أ- تخفيض النفقات التي يتحملها البنك يجعل تكلفة إنشاء موقع للبنك عبر الإنترنت لا تقارن بتكلفة إنشاء فرع جديد للبنك وما يتطلبه من مبان وأجهزة وكفاءة إدارية، إضافة إلى أن تسويق البنك لخدماته من موقعه على الإنترنت يساعده على امتلاك ميزة تنافسية تعزز من مكانته التنافسية وتؤهله إلى مستوى المعاملات التجارية العالمية.

ب- إن توجه البنوك العالمية نحو شبكة الإنترنت وما تتميز به من قدرات تنافسية يلزم البنوك الصغيرة ضرورة الإرتقاء إلى مستوى هذه التحديات، ووفقاً لذلك سيقوم العملاء بالمقارنة بين خدمات البنوك لإختيار الأنسب، وبذلك يكون الإنترنت عامل منافسة قوي في جذب العملاء.

ت- يساهم الإنترنت في التعريف بالبنوك والترويج للخدمات المصرفية بشكل إعلامي وهو ما يساهم في تحسين جودة الخدمات المصرفية المقدمة.

ث- إن الصيرفة الإلكترونية تؤدي إلى تيسير التعامل بين المصارف، وبناء علاقات مباشرة، وتوفير المزيد من فرص العمل والاستثمار وهو ما يساعد على النجاح والبقاء في السوق المصرفية.

ج- استخدام الإنترنت يساهم في تعزيز رأس المال الفكري وتطوير تكنولوجيا المعلومات والاستفادة من الابتكارات الجديدة التي يكون لها انعكاس على أعمال البنوك.

<sup>1</sup> محمد الصيرفي، إدارة العمليات المصرفية: العادية - غير العادية-الإلكترونية، دار الفجر للنشر والتوزيع، ط1، القاهرة، مصر، 2016، ص91.

<sup>2</sup> مصطفى كافي، النقود والبنوك الإلكترونية، دار مؤسسة رسلان للطباعة والنشر والتوزيع، دمشق، سوريا، د.ط، 2011، ص ص 149، 150.

## 2. عوامل نجاح الصيرفة الإلكترونية

يقتضي نجاح الصيرفة الإلكترونية التقيد بجملة من القواعد والمتمثلة في<sup>1</sup>:

- أ- وجود شبكة عريضة تضم كل الجهات ذات الصلة، وترتبط بالإنترنت وفقا للأسس القياسية مع مراعاة التأمين في تصميم هذه الشبكة.
- ب- وضع خطط للبدء في إدخال خدمات الصيرفة الإلكترونية، بداية من وضع استراتيجية على مستوى البنك المركزي أو البلد أو التحالفات الدولية.
- ت- وضع تنظيمات قياسية تسمح بالربط بين مختلف الجهات والعالم ككل.
- ث- إعداد خطة لتدريب الموارد البشرية.
- ج- العمل على إنشاء تنظيم إداري يعمل على التنسيق بين مختلف الأطراف المتعاقدة.

## ثانيا: خصائص الصيرفة الإلكترونية

تتميز الصيرفة الإلكترونية عن الصيرفة التقليدية بمجموعة من الخصائص، والتي يمكن تلخيصها في العناصر الآتية:<sup>2</sup>

1. سهولة التواصل بين الداخل والخارج من خلال شبكة الإتصالات التكنولوجية المتطورة مما يسمح بتخطي العقبات الجغرافية والزمنية في إنجاز الصفقات المصرفية.
2. خدماتها تتم عن بعد، بدون وجود شخصي مباشر بين أطراف العلاقة البنكية كونها خدمات عبر الحدود لا تعرف قيود جغرافية.
3. تخفيض تكلفة الخدمات المصرفية بالمقارنة مع الوسائل الأخرى مما يساعد على انتعاش التجارة الإلكترونية وزيادة فرص إنشاء العلاقات التجارية الدولية دون الحاجة لفتح أسواق جديدة وترويج الخدمات المصرفية واستقطاب العملاء وتسيير أعمالها وتلبية حاجاتها.
4. تخفيض نفقات البنوك لإجراء بعض العمليات البنكية، مما يوفر تكلفة إنشاء فروع جديدة للبنك في المناطق البعيدة، إذ أن تكلفة إنشاء موقع للبنك على الإنترنت لا تقارن بتكلفة إنشاء فرع جديد للبنك وما يحتاجه هذا الفرع من أجهزة وعنصر بشري مختص وغيرها.
5. تسهيل الأبحاث والدراسات، ووضع خطط جديدة، وكشف العقبات ومعالجة المشاكل بسرعة وسهولة وأقل تكلفة.

## الفرع الرابع: مزايا وعيوب الصيرفة الإلكترونية

<sup>1</sup> وائل رفعت خليل، أساسيات الإدارة المالية، دار التعليم الجامعي، د.ط، الإسكندرية، مصر، 2018، ص132.

<sup>2</sup> سارة بن غيدة، سعيدة حركات، إدارة مخاطر الصيرفة الإلكترونية وأثرها على الخدمة البنكية الإلكترونية، مجلة العلوم الإنسانية لجامعة أم البواقي، العدد التاسع، جوان 2018، ص668.

باعتبار الصيرفة الإلكترونية أحد نواتج الثورة التكنولوجية الحديثة، لها العديد من المزايا كذلك لها بعض النقائص.

### أولاً: مزايا الصيرفة الإلكترونية

تتمثل مزايا الصيرفة الإلكترونية فيما يلي:<sup>1</sup>

أ- **تخفيض التكاليف:** تساهم الصيرفة الإلكترونية في تخفيض التكاليف التي قد يتحملها البنك في حالة

فتح فروع جديدة كتكاليف شراء الموقع (المبنى) وتأثيثه وتكاليف التشغيل والصيانة... إلخ، كونها لا

تحتاج إلى عقار وتأثيث وعمالة كثيرة.

ب- **تقديم خدمات مصرفية كاملة وجديدة:** تقدم الصيرفة الإلكترونية عمليات مصرفية جديدة من حيث

الدقة والسرعة والفورية، هذا وتستطيع تقديم جميع الخدمات التي تقوم بها البنوك التقليدية وبكفاءة عالية

دون تأخير وبخصوصية وسرية تامة للعميل ودون التقييد بوقت العمل ودون الحضور الشخصي.

ت- **التوسع الجغرافي:** إن استخدام الإنترنت في البنوك يشكل نافذة إعلامية لتعزيز الثقافة وذلك من خلال

التعريف بهذه البنوك والترويج لخدماتها والإعلام بنشأة المصرف وتطوره ومؤشراته المالية، هذا ما يتيح تقديم

خدمات ومنتجات مصرفية لعدد أكبر عن طريق الاستفادة من التوسع الجغرافي الذي توفره.

ث- **تعميق الولاء:** تعمل الإنترنت على زيادة فرص إتصال العميل بمصرفه والحصول على خدماته، ومنتجاته

ضمن دائرة مكان وزمان أوسع، فإن ذلك يعمل على توطيد العلاقة بين العميل والمصرف وخلق نوع

جديد من الولاء له، هذا ما يساعد على المنافسة والمحافظة على زبائنه الحاليين واستقطاب زبائن جدد.

### ثانياً: عيوب الصيرفة الإلكترونية

للصيرفة الإلكترونية عيوب يمكن إجمالها في النقاط التالية:

1. إمكانية اختراق حسابك.
2. بعض الأماكن تمنع من التسجيل للدخول إليها.<sup>2</sup>
3. عدم توفيق الأمان والسرية على استخدام القنوات الإلكترونية.
4. صعوبة الاستخدام مثل صعوبة اللغة أو عدم توفر النشرات الإرشادية.
5. عدم توفر المهارات اللازمة لإستخدام الخدمة مثل عدم المعرفة في استخدام الإنترنت.
6. استخدام الصيرفة الإلكترونية ينطوي على تلاعب من قبل البنوك مثل فرض عمولات أو رسوم إضافية.
7. عدم توفر الأجهزة اللازمة لإستخدام القنوات الإلكترونية مثل عدم توفر الحاسوب.

<sup>1</sup> أمينة بن جدو، سمية ديقش، ممارسات خدمات الصيرفة الإلكترونية في البنوك الجزائرية، مجلة العلوم الإدارية والمالية، المجلد 4، العدد 2، الجزائر، 2020، ص 89.

<sup>2</sup> وسيم محمد حداد، شقيري نوري موسى وآخرون، الخدمات المصرفية الإلكترونية، دار المسيرة للنشر والتوزيع، ط 1، عمان، 2012، ص 59.

8. وجود أعطال فنية تحول دون استخدام الصيرفة الإلكترونية وقت الحاجة.

9. وجود قيود على الخدمة مثل تحديد سقف أعلى للسحب النقدي.<sup>1</sup>

### الفرع الرابع: مخاطر الصيرفة الإلكترونية

تتعرض الصيرفة الإلكترونية التي تقوم بها البنوك إلى جملة من المخاطر يترتب عنها خسائر مالية، وهذه المخاطر يمكن تصنيفها فيما يلي:<sup>2</sup>

#### 1. المخاطر التقنية:

تحدث هذه المخاطر من احتمال الخسارة الناتجة عن خلل في شمولية النظام أو من أخطاء العملاء، أو من برنامج الكتروني غير ملائم للصيرفة والأموال الإلكترونية.

#### 2. مخاطر الإحتيال:

وتتمثل في تقليد برامج الحواسيب الإلكترونية أو تزوير معلومات مطابقة للبرامج الإلكترونية، أو تعديل بعض المعلومات بخصوص الأموال الإلكترونية.

#### 3. مخاطر ناتجة عن سوء عمل النظام الإلكتروني:

قد ينشأ الخطر من سوء استخدام هذا النظام، أو سوء مراقبة البرامج في حد ذاتها.

#### 4. مخاطر قانونية:

تحدث المخاطر القانونية عندما لا يحترم المصرف القواعد القانونية والتشريعات المنصوص عليها أو عندما لا تكون هناك نظم قانونية واضحة ودقيقة بخصوص عمليات مصرفية جديدة.

#### 5. مخاطر فجائية:

مثل هذه المخاطر تؤدي إلى مشاكل في السيولة وفي سياسة القروض المصرفية، حيث أن فشل المشاركين في نظام نقل الأموال الإلكترونية أو في سوق الأوراق المالية بشكل عام في تنفيذ التزاماتهم -الدفع والتسديد- يؤدي غالباً إلى توتر قدرة مشارك أو مشاركين آخرين للقيام بدورهم في تنفيذ التزاماتهم في موعدها، وهذا ما يؤدي إلى توتر العلاقات وزعزعة الإستقرار المالي في السوق.

#### 6. مخاطر تكنولوجية:

ترتبط المخاطر بالتغيرات التكنولوجية السريعة، وإن عدم إلمام موظفي المصارف بالإستخدام الأمثل للتكنولوجيا الحديثة يؤدي إلى قصور في أداء العمليات الإلكترونية بشكل صحيح.

<sup>1</sup> ادب قاسم شندي، الصيرفة الإلكترونية أنماطها وخيارات القبول والرفض، مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية، جامعة واسط، العدد 27، 2011، ص15.

<sup>2</sup> خالد أحمد علي محمود، الخدمات المصرفية في البنوك الإسلامية، دار الفكر الجامعي، ط 1، الإسكندرية، 2019، ص ص 405، 406.

## المطلب الثاني: وسائل الدفع الإلكتروني

تشمل وسائل الدفع الإلكتروني كل البطاقات والأجهزة التقنية الخاصة التي تستخدم كأداة لإجراء المدفوعات النقدية بين أطراف المتعاملين بها.

## الفرع الأول: بطاقات الدفع الإلكتروني

تتمثل في البطاقات البنكية والنقود الإلكترونية، الشيكات الإلكترونية والبطاقات الذكية.<sup>1</sup>

1. **البطاقات البنكية:** أو البطاقات البلاستيكية، وهي عبارة عن بطاقات مغناطيسية يستطيع حاملها استخدامها في

شراء معظم احتياجاته أو أداء مقابل ما يحصل عليه من خدمات دون الحاجة لحمل مبالغ كبيرة قد تتعرض لمخاطر السرقة أو الضياع أو الإتلاف.

وتنقسم البطاقات البنكية إلى ثلاث أنواع هي:

أ- **بطاقات الدفع:** تصدرها البنوك أو شركات التمويل الدولية بناء على وجود أرصدة فعلية للعميل في صورة حسابات جارية تقابل المسحوبات المتوقعة له.

ب- **البطاقات الائتمانية:** وهي البطاقات التي تصدرها المصارف في حدود مبالغ معينة تمكن حاملها من الشراء الفوري لإحتياجاته مع دفع أجل لقيمتها مع احتساب فائدة مدينة على كشف الحساب بالقيمة التي تجاوزها العميل نهاية كل شهر.

ت- **بطاقات الصرف الشهري:** تختلف هذه البطاقات عن البطاقات الائتمانية كونها تسدد بالكامل من قبل العميل للبنك خلال الشهر الذي تم فيه السحب (أي أن الائتمان في هذه البطاقة لا يتجاوز شهر).

تصدر البطاقات البنكية من طرف مجموعة من المنظمات العالمية والمؤسسات المالية والتجارية نذكر منها:

➤ **فيزا: Visa international** تعد أكبر شركة دولية في إصدار البطاقات الائتمانية يعود تاريخ إنشائها لعام 1958 عندما أصدر بنك أمريكا البطاقات الزرقاء والبيضاء والذهبية.

➤ **ماستركارد: Master card international** هي ثاني أكبر شركة دولية في إصدار البطاقات الائتمانية مقرها في الولايات المتحدة الأمريكية بطاقتها مقبولة لدى أكثر من 9,4 مليون محل تجاري استخدمت لتسوية معاملات بلغت أكثر من 200 مليون دولار.

➤ **أمريكان إكسبريس American Express:** هي من المؤسسات المالية الكبرى التي تصدر بطاقات ائتمانية مباشرة دون ترخيص إصدارها لأي مصرف، وأهم البطاقات الصادرة عنها:

<sup>1</sup> وائل رفعت، مرجع سابق، ص ص 132، 135.

- أكسبرس الخضراء: تمنح للعملاء ذوي الملاءة المالية العالية.
- أكسبرس الذهبية: تمتاز بتسهيلات غير محددة السقف الائتماني تمنح للعملاء ذوي الملاءة المالية العالية.
- أكسبرس الماسية: تصدر لحاملها بعد التأكد من الملاءة المالية، وليس بالضرورة أن يفتح حاملها حساب لديها.

➤ **ديتر كلوب: Diter Club** من مؤسسات البطاقات الائتمانية الرائدة عالميا، رغم صغر عدد حملة بطاقتها إلا

أنها حققت أرباح وصلت إلى 16 مليون دولار تصدر بطاقات متنوعة مثل:

- بطاقات الصرف البنكي لكافة العملاء.
- بطاقات الأعمال التجارية لرجال الأعمال.
- بطاقات التعاون مع الشركات الكبرى مثل شركات الطيران.

## 2. النقود الإلكترونية

بعد ظهور البطاقات البنكية ظهرت "النقود الإلكترونية" أو "النقود الرقمية" والتي هي عبارة عن نقود غير ملموسة تأخذ صورة وحدات الكترونية تخزن في مكان آمن على الهارد ديسك لجهاز الكمبيوتر الخاص بالعميل يعرف بإسم المحفظة الإلكترونية، ويمكن للعميل استخدام هذه المحفظة في القيام بعمليات البيع أو الشراء أو التحويل. وعلى ذلك يمكن تجسيد النقد الإلكتروني في صورتين:

➤ حامل النقد الإلكتروني Le Porte-monnaie électronique يحتوي على احتياطي نقدي مخزن في البطاقة يسمح

بإجراء الدفع للمشتريات الصغيرة.

➤ النقد الافتراضي La monnaie virtuelle عبارة عن برنامج يسمح بإجراء الدفع عبر شبكات الإنترنت.

## 3. الشبكات الإلكترونية

وهو مثل الشيك التقليدي حيث تعتمد فكرة الشيك الإلكتروني على وجود وسيط لإتمام عملية التخليص والممثل في جهة التخليص "البنك" الذي يشترك لديه البائع والمشتري من خلال فتح حساب جاري بالرصيد الخاص بهما مع تحديد التوقيع الإلكتروني لكل منهما وتسجيله في قاعدة البيانات لدى البنك الإلكتروني من البنوك التي تتبنى فكرة الشبكات الإلكترونية بوسطن، سيتي بنك.

## 4. البطاقات الذكية

تماشيا مع التطورات التكنولوجية ظهرت البطاقات الذكية Smart Cards والتي هي عبارة عن بطاقة بلاستيكية تحتوي على خلية الكترونية يتم عليها تخزين جميع البيانات الخاصة بحاملها مثل الإسم، العنوان، المصرف المصدر، أسلوب الصرف، المبلغ المنصرف وتاريخه، وتاريخ حياة العميل المصرفية.

إن هذا النوع من البطاقات الجديدة يسمح للعميل بإختيار طريقة التعامل سواء كانت ائتمانية أو دفع فوريا وهو ما يجعلها بطاقة عالمية تستخدم على نطاق واسع في معظم الدول الأوروبية والأمريكية ومن الأمثلة للبطاقات الذكية بطاقة المندكس Mondex card التي تم طرحها لعملاء المصارف وتوفر لهم العديد من المزايا نذكر منها:

- يمكن استخدامها كبطاقة ائتمانية أو بطاقة خصم فوري طبقا لرغبة العميل.
- سهولة إدارتها مصرفيا بحيث لا يمكن للعميل أن يستخدمها بقيمة أكثر من الرصيد المدون على الشريحة الإلكترونية للبطاقة.
- أمان الإستخدام لوجود ضوابط أمنية محكمة في هذا النوع من البطاقات ذات الذاكرة الإلكترونية.
- إمكانية التحويل من رصيد بطاقة إلى رصيد بطاقة أخرى من خلال آلات الصرف الذاتي أو أجهزة الصرف الذاتي أو أجهزة التليفون العادي أو المحمول.
- يمكن للعميل السحب من رصيد حسابه الجاري بالبنك وإضافة القيمة إلى رصيد البطاقة من خلال آلات الصرف الذاتي أو أجهزة التليفون العادي أو المحمول.

#### الفرع الثاني: مزايا وعيوب وسائل الدفع الإلكتروني

تتميز وسائل الدفع الإلكتروني بالعديد من المزايا، إلا أن هذا لا يعني بأنها تخلو من العيوب التي يجب الإنتباه إليها، لذلك سيتم التطرق لأهم هذه المزايا والعيوب.

#### 1- مزايا وعيوب وسائل الدفع الإلكتروني

يتم التطرق في الجدول أدناه إلى مزايا وعيوب وسائل الدفع الإلكتروني:

الجدول رقم (01): مزايا وعيوب وسائل الدفع الإلكتروني

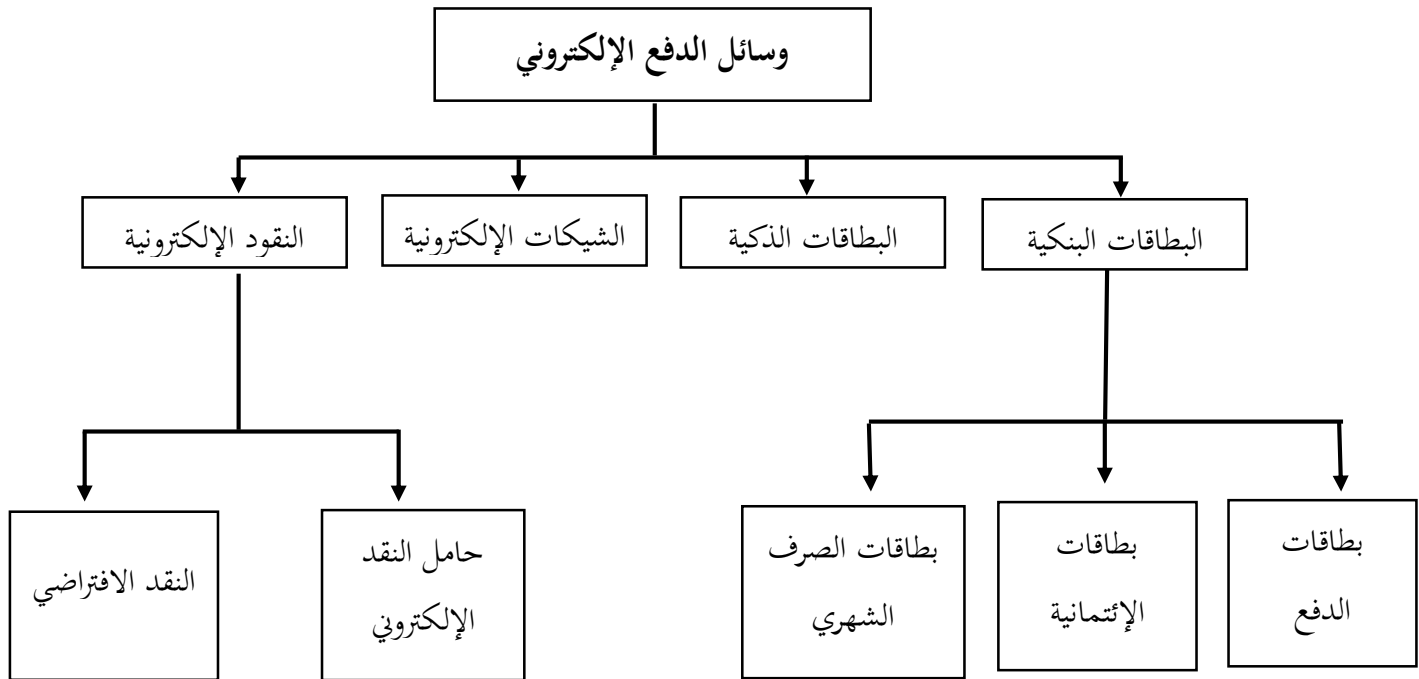
العيوب	المزايا	
<ul style="list-style-type: none"> <li>- زيادة الإقتراض والإنفاق بما يتجاوز القدرة المالية.</li> <li>- عدم سداد حامل البطاقة في الوقت المحدد يترتب عنه وضع إسمه في القائمة السوداء.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- سهولة ويسر الإستخدام.</li> <li>- تمنحه الأمان وتفادي السرقة والضياع.</li> <li>- تتيح فرصة الإئتمان المجاني لفترة محددة.</li> <li>- تمكنه من إتمام صفقاته فوراً بمجرد ذكر رقم البطاقة.</li> </ul>	بالنسبة لحاملها
<ul style="list-style-type: none"> <li>- يلغي البنك التعامل معه ويضع اسمه في القائمة السوداء في حال عدم التزامه بالشروط.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- تعد أقوى ضمان لحقوق البائع.</li> <li>- تساهم في زيادة المبيعات.</li> <li>- أزاحت عبء متابعة ديون الزبائن.</li> </ul>	بالنسبة للتاجر
<ul style="list-style-type: none"> <li>- أهم خطر يواجه مصدريها هو مدى سداد حاملي البطاقات للديون المستحقة عليهم وكذلك تحمل البنك المصدر نفقات ضياعها.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- تعتبر الفوائد والرسوم والغرامات من الأرباح التي تحققها المصارف والمؤسسات المالية.</li> </ul>	بالنسبة لمصدرها

من إعداد الطالبين بناء على المصدر: مصطفى كافي، النقود والبنوك الإلكترونية، دار مؤسسة رسلان للطباعة والنشر والتوزيع، د.ط،

دمشق، سوريا، 2011، ص ص 155، 156.

إن وسائل الدفع الإلكتروني حُضيت بالقبول لدى الأفراد، وما أدى إلى الإنتشار الواسع لإستخدامها هو مزاياها المتعددة التي وفرتها لكل من حامل البطاقة، الجهة المصرفية والتاجر غير أنها لم تخلو من العيوب الواجب أخذها بعين الإعتبار.

الشكل رقم (01): وسائل الدفع الإلكتروني



المصدر: من إعداد الطالبين بناء على المعلومات الموجودة أعلاه.

نلاحظ من خلال الشكل أعلاه تنوع في البطاقات البنكية الإلكترونية التي يستعملها العملاء في مختلف عملياتهم المالية والتجارية، حيث تنقسم كل من البطاقة البنكية والنقود الإلكترونية إلى أنواع أخرى من البطاقات لكل منها مزاياها وخصائص تميزها عن الأخرى.

### الفرع الثالث: أصناف خدمات الصيرفة الإلكترونية

إن تطور التقنيات الحديثة كان سببا في تنوع الخدمات المصرفية الإلكترونية، مما أتاح للمتعاملين مع المصارف الاستفادة من هذه الخدمات مدة 24 ساعة وطوال أيام الأسبوع وبتكاليف أقل.

#### أولا: الصيرفة الإلكترونية من خلال الصرافات الإلكترونية

من وسائل الصيرفة الإلكترونية أجهزة الصرف الآلي التي تؤدي دورا هاما في توزيع المنتجات المصرفية وتمثل فيما يلي:

الجدول رقم (02): الصيرفة الإلكترونية من خلال الصرافات الآلية

جهاز الصرف الآلي	تعريفه	المبادئ العامة	التقنية
الموزع الآلي للأوراق <b>D.A.B</b>	-آلة أوتوماتيكية تسمح للعميل عن طريق بطاقة الكترونية بسحب مبلغ من المال دون حاجة اللجوء إلى الفرع.	-يسمح بالسحب لكل حائز على بطاقة السحب. -يوجد في البنوك الشوارع أماكن أخرى. -يعمل دون انقطاع.	- جهاز موصول بوحدة مراقبة الكترونية تقرأ المدارات المغناطيسية للبطاقة هذه الأخيرة تسجل عليها المبالغ المالية الممكن سحبها أسبوعياً.
الشباك الآلي للأوراق <b>G.A.B</b>	- آلة أوتوماتيكية أكثر تعقيداً وتنوعاً، فبالإضافة إلى خدمة السحب النقدي تقدم خدمات أخرى: كقبول الودائع، طلب صك عمليات التحويل من حساب لآخر.	-يخول لكل حائز على البطاقة القيام بالعديد من العمليات منها: السحب، معرفة الرصيد، القيام بتحويلات طلب شيكات.	- جهاز موصول بالكمبيوتر الرئيسي للبنك يقرأ المدارات المغناطيسية للبطاقة التي تسمح بمعرفة الزبون للرصيد بفضل رمز سري.
نهائي نقطة البيع الإلكتروني <b>T.P.V</b>	- تسمح هذه التقنية بخصم قيمة مشتريات العميل من رصيده الخاص بعد أن يمرر موظف نقطة البيع البطاقة الإئتمانية على القارئ الإلكتروني الموصول مباشرة مع الحاسوب المركزي للبنك بإدخال الرقم السري للعميل أين تخصم القيمة من	- يوضع في المحلات حيث يسمح للعميل بتسوية عملياته التجارية بالبطاقة أثناء التسديد.	- فروع موصولة بشبكة تجمع بنوك مختلفة.

		رصيده وتضاف إلى رصيد المتجر الكترونيا.	
--	--	--	--

من إعداد الطالبين بناء على المصدر: وائل رفعت خليل، أساسيات الإدارة المالية، دار التعليم الجامعي، الإسكندرية، مصر، 2018، ص ص، 137، 139.

يتضح من خلال الجدول أعلاه أنه بفضل أجهزة الصرافات الآلية استطاع العملاء أن يستفيدوا من عدة خدمات منها: التعرف على رصيد حساباتهم، القيام بعمليات السحب أو الإيداع، إجراء تحويلات نقدية وغيرها الأمر الذي جعلها توفر الكثير من الجهد والوقت.

### ثانيا: خدمات الصيرفة الإلكترونية عبر الهاتف "الهاتف المصرفي"

مع تطور الخدمات المصرفية على مستوى العالم أنشأت المصارف "خدمة الهاتف المصرفي" لتسهيل إدارة العملاء لعملياتهم البنكية وتفادي البنوك طوابير العملاء للإستفسار عن حساباتهم وتستمر هذه الخدمة 24 ساعة يوميا (بما فيها الإجازات والعطل الرسمية)، تقدم هذه الخدمة بالإعتماد على شبكة الإنترنت المرتبطة بفروع البنك أين تمكن العميل من الحصول على خدمات محددة، فقط بإدخال الرقم السري الخاص به.<sup>1</sup>

### ثالثا: أوامر الدفع المصرفية الإلكترونية وخدمات المقاصة الإلكترونية

تأسست خدمات المقاصة الإلكترونية عام 1960 "Banker Automated Clearing Serves" ويتم من خلالها تحويل النقود من حسابات العملاء إلى حسابات أشخاص أو هيئات أخرى في أي فرع ولأي مصرف في دولة أخرى كدفع المرتبات الشهرية من حساب صاحب العمل إلى حساب الموظفين، أو دفع المعاشات الشهرية من حساب هيئة التأمين والمعاشات إلى المستفيدين، أو دفع التزامات دورية من حساب العميل إلى مصلحة الكهرباء، غاز.... كما يتم تسوية المدفوعات المصرفية عن طريق نظام التسوية الإجمالية بالوقت الحقيقي "Real Time (RTGS) Settlement System" ضمن خدمات المقاصة الإلكترونية ويتيح هذا النظام بطريقة الكترونية أمانة نقل وتحويل مبالغ مالية من حساب بنكي إلى آخر<sup>2</sup> بسهولة حيث تتم المدفوعات في نفس اليوم وبنفس قيمة اليوم دون إلغاء أو تأخير.

### المطلب الثالث: واقع الصيرفة الإلكترونية في الجزائر

لازالت الجزائر من الدول المتأخرة للوصول إلى مرحلة متطورة من الثورة التكنولوجية، إلا أنها تعرف مدى أهمية الإستثمار في تكنولوجيات المعلومات والاتصال، وهو ما شجعها على تطوير هذه التكنولوجيا في السوق الجزائرية. لذلك يتم التطرق في هذا المطلب إلى أنظمة الصيرفة الإلكترونية وخدمات الصيرفة الإلكترونية في الجزائر.

<sup>1</sup> وائل رفعت خليل، مرجع سابق، ص 139.

<sup>2</sup> علي قابوسة، المصارف الإلكترونية: الفرص والتحديات حالة الجزائر، المركز الجامعي بالوادي، ص 4.

## الفرع الأول: أنظمة الصيرفة الإلكترونية في الجزائر

عملت البنوك الجزائرية على إقامة أنظمة الكترونية لتطوير الصيرفة الإلكترونية في الجزائر، وفيما يأتي أهم أنظمة الصيرفة الإلكترونية:

## أولاً: الصيرفة على الخط في الجزائر:

إن أحد أهم أوجه الصيرفة الإلكترونية هي الصيرفة على الخط، لذلك عملت الجزائر على إيجاد هذا النوع من الخدمة في السوق المصرفية والمالية، لكن قدرات البنوك لم تسمح بذلك، ومن هنا جاءت فكرة إنشاء مؤسسة تساعد البنوك الجزائرية على تقديم هذا النوع من الخدمات، فكانت "الجزائر لخدمات الصيرفة الإلكترونية (AEBS)"<sup>1</sup>، وفيما يلي تعريف بالشركة وخدماتها<sup>2</sup>:

## 1. الجزائر لخدمات الصيرفة الإلكترونية:

تحت هذه الشركة عن اتفاق شراكة بين المجموعة الفرنسية EDI-DIAGRAM الرائدة في مجال البرمجيات المتعلقة بالصيرفة الإلكترونية وأمن تبادل البيانات المالية، وثلاث مؤسسات جزائرية هي MAGACTMULTIMEDIA وENGINERINGSOFT ومركز البحث في الإعلام العلمي والتقني CERIST، لتنشأ شركة مختلطة سميت "الجزائر لخدمات الصيرفة الإلكترونية". تقدم خدماتها المتعلقة بالبنوك عن بعد، وتسيير وتؤمن تبادل البيانات المالية لجميع البنوك والمؤسسات المالية، على اختلاف زبائنها (مؤسسات كبرى، ومجموعات شركات، وتجار، ومهنيين، وخواص....) وتعرض تشكيلة من الخدمات بدرجة عالية من الأمن والسلامة في أداء العمليات. أنشئت هذه الشركة في جانفي 2004، حيث ركزت على عمليات التطوير والتدعيم موجهة جهودها بصفة رئيسية نحو عصنة الخدمات البنكية وأنظمة الدفع الإلكترونية (AEBS).

## 2. خدمات شركة الجزائر لخدمات الصيرفة الإلكترونية (AEBS):

إن هذه الشركة أنشئت من أجل هدف أساسي، هو تلبية حاجات المؤسسات المالية، بإقتراح برمجيات تقدم خدمات عن طريق برمجيات متعددة (DES PROLOGICIELS)، وذلك من خلال (AEBS):

أ- اقتراح حلول للبنوك عن بعد.

ب- تبسيط وتأمين المعاملات الإلكترونية متعددة الأقسام.

إذ توجد الخدمات المقدمة على قسمين، وعلى نفس الدرجة من التطور التكنولوجي وهما:

➤ الصنف الخاص بالبنك (DIAGRAM E-BANKING).

<sup>1</sup> AEBS : Algerian e-banking solution

<sup>2</sup> السعيد بريكة، واقع عمليات الصيرفة الإلكترونية (E-Banking) وآفاق تطورها في الجزائر، أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة أم البواقي، الجزائر، 2011، ص ص 246، 247.

➤ صنف التبادل الإلكتروني للبيانات (EDI) متعددة الواجهات والأقسام (DIAGRAM E-FILES) يتضمن التبادل الإلكتروني للبيانات، تزويد الزبائن بكل تطور تكنولوجي ووظيفي للقطاع وكذلك تقديم الخدمات بصفة مستمرة طوال مدة الإستفادة منها.

### 3. أهداف شركة الجزائر لخدمات الصيرفة الإلكترونية (AEBS): تهدف أساسا إلى:

أ- اقتراح حلول على الزبائن (بنوك ومؤسسات مالية) معتمدة على خدمات متعددة القنوات والفعالية العالية، مع تأمين تام لمبادلات المعلومات.

ب- تكييف الخدمات وفق حاجات كل زبون ووفق لرغباته.

ت- تسمح لزيائنها بإكتساب نظام معلومات ممتد على مجالات عديدة بما يتوافق مع مستلزمات كل واحد منهم. ولقد اعتمدت العديد من البنوك الجزائرية على شركة الجزائر لخدمات الصيرفة الإلكترونية في تقديم خدمات عبر الإنترنت، وذلك من خلال إمضاء عقود نذكر منها:

➤ عقد مع القرض الشعبي الجزائري في جويليلة 2005، لتزويد البنك بخدمات (DIAGRAMEDI).

➤ عقد مع بنك "باري باس" (BNP PARIBAS) الجزائر في 21 نوفمبر 2005، لتزويده بخدمات (DIAGRAM E-BANKING)، فمعظم الخدمات المقدمة عبر الإنترنت في البنوك الجزائرية عبارة عن خدمات استعلاماتية والإطلاع على الأرصدة أو الحسابات.

### ثانيا: نظام التسوية الإجمالية الفورية RTGS<sup>1</sup>:

إن هذا المشروع يندرج ضمن إطار تحسين الخدمة المصرفية المقدمة كبديل للمعالجة الورقية، وفيما يلي يتم التعرف على نظام التسوية الإجمالية الفورية:

#### 1. تعريف نظام RTGS: نظام RTGS هو نظام تسوية المبالغ الإجمالية في وقت حقيقي ويتم فيه سير التحويلات

بصفة مستمرة وعلى الفور بدون تأجيل وعلى أساس إجمالي. كما يعرف أيضا على 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، ويهدف هذا النظام إلى تحقيق جملة من الأهداف أهمها مايلي:

أ- تكييف المصارف الجزائرية مع المعايير المصرفية الدولية.

ب- تخفيض أجال التسوية وتشجيع استعمال النقود الكتائبية.

ت- تخفيض التكلفة الإجمالية للمدفوعات.

<sup>1</sup> بركان أمينة، الصيرفة الإلكترونية كتحتمية لتفعيل أداء الجهاز المصرفي - حالة الجزائر-، أطروحة دكتوراه في علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية التجارية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر 03، الجزائر، 2014، ص ص 501،500.

ث- تقوية العلاقات بين المصارف الأجنبية.

ج- تلبية مختلف احتياجات المستعملين بإستخدام نظم الدفع الأخرى.

## 2. مبادئ ومكونات نظام RTGS

تتمثل مبادئ ومكونات نظام RTGS فيما يلي:

أ- **المشاركون في نظام RTGS:** المشاركة في نظام RTGS مفتوحة لكل مؤسسة لها حساب تسوية في بنك الجزائر، وبالإضافة إلى ذلك نجد كل من بنك الجزائر كمسير وحامل للتسوية، وكذا مجموعة المؤسسات المصرفية والمالية والخزينة العمومية ومراكز الصكوك البريدية.

ب- **العمليات التي يقوم بها نظام RTGS:** يعالج نظام RTGS مختلف العمليات المصرفية بين المؤسسات المالية

والمصرفية والمشاركين عامة، وبهذا يخص النظام العمليات التالية:

➤ التحويلات بين المصارف أو مع البنك المركزي أو بين حسابات العملاء، والتي تكون فيها المبالغ هامة أو مستعجلة.  
➤ عمليات بنك الجزائر فهو المشارك الوحيد القادر في حدود اختصاصاته على توجيه وإصدار أوامر الإقراض أو الخصم من حسابات المشتركين.

✓ حسابات التسوية: إن بنك الجزائر الذي يشرف على إدارة النظام يفتح في سجلاته بإسم كل مشارك حسابات تسوية، تقسم إلى حسابات فرعية، وهذه الحسابات تحول حسب الحالات في زيادة أو نقص مبالغ الحسابات الجارية للمشاركين والتي تضبطها الحاسبة العامة لبنك الجزائر والتسويات التي تتم عن طريق النظام، حيث تتم بصفة مستمرة وفي وقت حقيقي، وبعد التأكد الآلي بوجود مخزون كافي في حساب المشارك المعني، يطبق في هذا المبدأ: "أول من يدخل أول من يخرج" مع الأخذ بعين الاعتبار الأولويات التالية:

الأولى: عمليات بنك الجزائر.

الثانية: المبالغ المخصصة للمقاصة.

الثالثة: أوامر مستعجلة بطبيعتها.

ثالثا: المقاصة عن بعد (ACTI)

عرفت عملية عصرنة نظام الدفع نقلة نوعية، إذ تم إنشاء نظام مكمل لنظام التسوية الإجمالية الفورية، هو نظام (ACTI)<sup>1</sup>

**1. تعريف بالنظام:** يختص نظام (ACTI) بمعالجة آلية لوسائل الدفع العام، وصكوك وتحويل واقتطاع، وعمليات

السحب والدفع بالبطاقات البنكية، باستعمال وسائل متطورة، مثل الماسحات الضوئية والبرمجيات المختلفة، ويمثل

<sup>1</sup> فكار شكيب، قابة نجس، تطبيق الصيرفة الإلكترونية في البنوك الجزائرية، مذكرة ماستر في اقتصادنقدي وبنكي (غير منشورة)، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم

التسيير، جامعة باجي مختار عنابة، الجزائر، 2020، ص ص 43، 44.

هذا النظام القسم الثاني من أنظمة الدفع المتطورة، وفق المعايير الدولية، قصد التحسين النهائي للخدمات البنكية المقدمة للزبائن.

## 2. أهداف نظام (ACTI): يهدف النظام إلى:

- أ- التسيير المحاسبي اليومي، وإعطاء نظرة شاملة عن وضعية الخزينة في السوق المالية الوطنية.
- ب- تقليص أجال المعالجة، تأمين أنظمة الدفع العام وإعادة الثقة للزبائن في وسائل الدفع.
- ت- مواجهة عملية تبييض الأموال.

## رابعاً: شركة النقد الآلي والعلاقات بين المصارف (SATIM):

أنشأت شركة (SATIM) سنة 1995م ما بين المصارف الثمانية من البنك الوطني الجزائري، بنك الفلاحة والتنمية الريفية، بنك الجزائر الخارجي، الصندوق الوطني للتوفير والإحتياط، القرض الشعبي الجزائري، بنك التنمية المحلية، الصندوق الوطني للتعاون الفلاحي، بنك البركة الجزائري، سنة 1995، وهي شركة ذات أسهم رأسمالها 267 مليون دينار جزائري، وذلك من أجل:

1. تحديث وسائل الدفع للنظام المصرفي الجزائري وتطوير وتسيير التعاملات النقدية ما بين المصارف.
2. تحسين الخدمة المصرفية وزيادة حجم تداول النقود ووضع الموزعات الآلية في المصارف والتي تشرف عليها الشركة.
3. ضمان حسن سير عملية السحب وتكامل الموزعات الآلية.<sup>1</sup>

## الفرع الثاني: الخدمات المصرفية الإلكترونية في الجزائر

يتناول هذا الفرع أهم الخدمات المصرفية الإلكترونية وقنواتها التي يوفرها الجهاز المصرفي الجزائري، ويمكن توضيح ذلك فيما يلي:<sup>2</sup>

### 1. الخدمات التي تقدمها المصارف الجزائرية الكترونياً: هذه الخدمات متاحة 24/24 ساعة و 7/7 أيام، وتمثل

في:

- أ- طلب دفتر الشيكات.
- ب- طلب كشف للعمليات المصرفية.
- ت- سعر الصرف للعملات.
- ث- التحويل: وهو أمر يعطيه عميل المصرف من أجل اقتطاع قيمة محدودة من حسابه لكي يتم نقلها إلكترونياً ودفعها في حساب المستفيد المسير من طرف مصرف لآخر.

<sup>1</sup> مرجع سبق ذكره، ص 40.

<sup>2</sup> بركان أمينة، مرجع سابق، ص 494-498.

- ج- الإستشارة: هناك مساحة حرة مع جهاز كمبيوتر وطابعة، حيث يمكن للعميل أن يرى تحركات حسابه من خلال إعطاء البنك رمز شخصي له.
- ح- الإطلاع على سير العمليات.
- خ- عرض جميع المعاملات الخاصة بالعميل لمدة 30 يوم.
- د- سحب الأوراق النقدية بالدينار.
- ذ- شحن بطاقات الهاتف النقال.

ر- النظام الآلي لتحويل الأجور: في 13 جانفي 2010 أطلق البنك الوطني الجزائري النظام الآلي لتحويل الأجور ويعتبر هذا أولى مراحل المصرف الإلكتروني والتعاملات الإلكترونية عن بعد والتي ستمكن في غضون السنتين المقبلتين من بلوغ مرحلة التوقيع الإلكتروني والتحويل والدفع عن بعد، وقد تم إطلاق العملية من خلال إلغاء التعامل الورقي تماما في مجال تحويلات الأجور والتعاقد مع المؤسسات، وسيتبع هذه العملية إتاحة المجال للتعامل المصرفي عن بعد سواء السحب المالي أو الدفع أو معاينة، علما بأن كل المصارف الجزائرية سوف تعمل بهذا النظام مستقبلا.

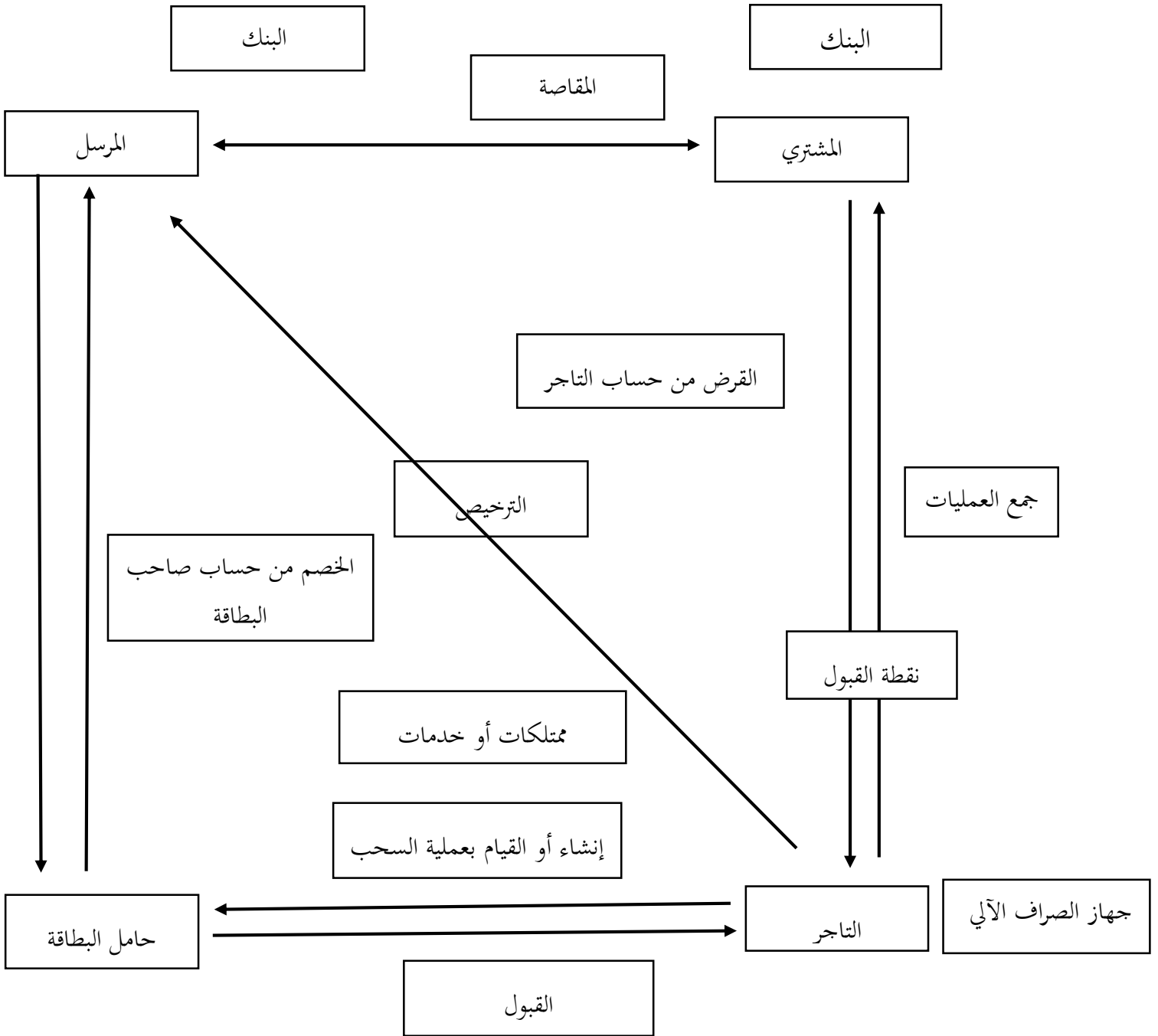
2. قنوات الإتصال التي يوفرها الجهاز المصرفي الجزائري: من القنوات التي يتيحها الجهاز المصرفي الجزائري في تقديم الخدمة المصرفية مايلي:

- أ- عن طريق الإنترنت: حيث يمكن معرفة حساباتك الخاصة على الإنترنت، وهي متوفرة 24/24 سا و 7/7 يوم.
- ب- عن طريق الهاتف: يمكن معرفة الرصيد من خلال خدمة الهاتف .
- ت- عن طريق أجهزة الصراف الآلي: من الخطوات الرئيسية لإستخدام جهاز الصراف الآلي:
- رسالة الترحيب.
  - إدخال البطاقة في الجهاز لقراءتها.
  - تحديد اللغة.
  - كتابة الرقم السري الخاص بالبطاقة ثم الضغط على زر الموافقة.
  - اختيار العملية المراد القيام بها.
  - اختيار الحساب.
  - تحديد المبلغ.
  - معالجة العملية.
  - سحب الأموال.

- في حالة ما إذا كنت تريد المواصلة عليك بالضغط على كلمة موافق.
- نهاية العملية.

أما عن سير العملية عن طريق هذا الجهاز فهي موضحة في الشكل التالي:

الشكل رقم (02): كيفية سير العملية عن طريق جهاز الصراف الآلي



المصدر: بركان أمينة، مرجع سابق، ص 496.

هناك العديد من الإجراءات لكيفية سير العملية عن طريق جهاز الصراف الآلي والتي ترتبط بالأطراف التالية:

- الزبون القائم بالعملية المصرفية عبر الصراف الآلي.
- البنك المصدر للبطاقة المصرفية الذي يودع لديه حساب ذلك الزبون.
- البنك الذي يملك الصراف الآلي الذي تتم عبر إجراء العملية المصرفية.
- كما تتم عملية التسوية بين البنوك بفرض رسوم على الأشخاص الذين يستعملون صرافات تابعة لبنوك أخرى والتي تتيح لهم إمكانية استعمال بطاقتهم على مستوى صرافاتها.

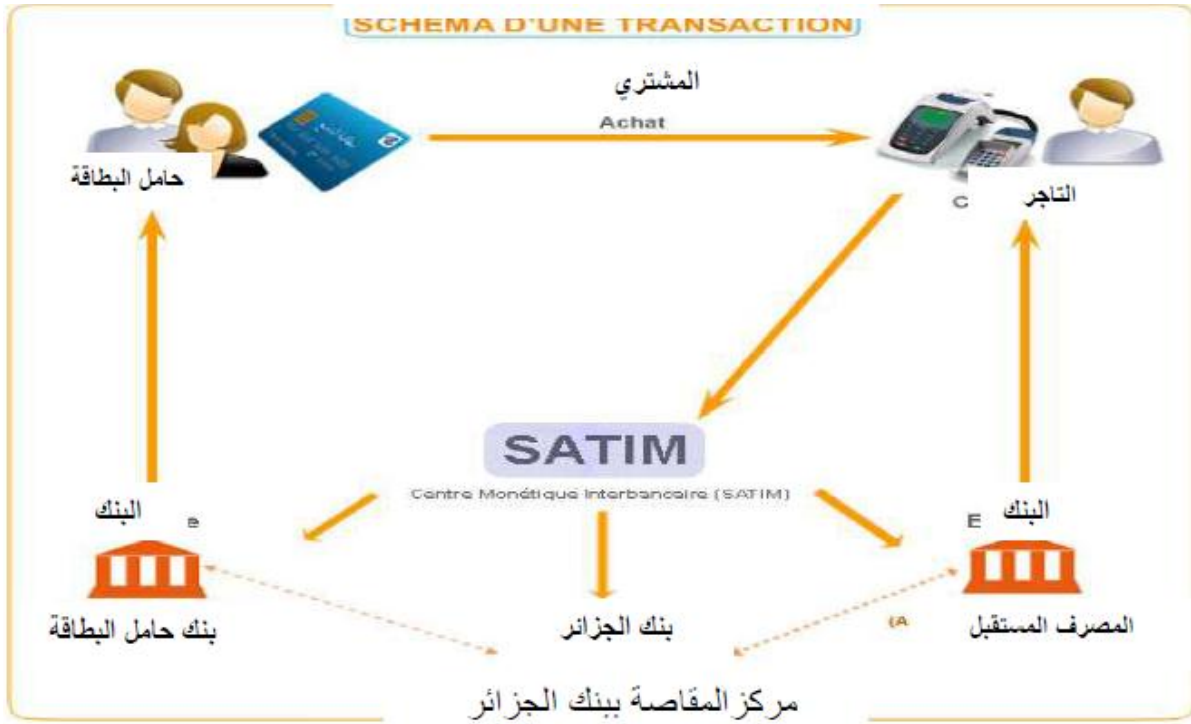
ث- عن طريق نهائيات الدفع: في الجزائر هناك نوعين من نهائيات الدفع :

- نهائيات الدفع الثابتة.
  - نهائيات الدفع من النوع المحمول.
- قبل استخدام هذا الجهاز لابد من اختبار استعدادده للقيام بوظيفته، ومن ثم القيام بالعملية، والجدير بالذكر أن هناك بعض العمليات لتتم وهذا وفقاً للحالات التالية:

- البطاقات الموجودة ضمن القائمة السوداء.
- انتهاء مدة صلاحية البطاقة.
- إذا لم تصدر البطاقة من الشبكة النقدية ما بين البنوك RMI .
- سحب البطاقة قبل نهاية معالجة المعاملات.
- في حالة حدوث مشكلة فنية.
- تجاوز السقف المسموح به لصالح صاحب البطاقة.
- تتجاوز السقف المسموح به من التاجر (ويعرف السقف تاجر حسب نوع النشاط).
- في حالة وجود خطأ في إدخال الرقم السري بعد ثلاث محاولات يتم تجميد البطاقة.
- خلل في الجهاز الطرقي (قارئ البطاقة الذكية).

والشكل التالي يبين كيفية سير العملية عن طريق نهائيات الدفع:

الشكل رقم (03): كيفية سير العملية عن طريق نهائيات الدفع



المصدر: بركان أمينة، مرجع سابق، ص 497.

ج- عن طريق الفاكس: بإرسال كشوف الحساب الأسبوعي عن طريق الفاكس.

ح- الرسائل القصيرة: هذه الخدمة تتيح الحصول دوريا عبر الرسائل القصيرة على رصيدك فضلا عن معلومات حول المعاملات في الحسابات الخاصة بك.

3. شروط الحصول على الخدمات المصرفية الإلكترونية: تشمل هذه الشروط ما يلي :

- أ- يجب أن يملك حسابا مصرفيا.
- ب- اشتراك في أحد الوكالات المصرفية.
- ت- التوقيع على اتفاقية اشتراك عن طريق إدخال الحساب متضمن الإشتراك.

### المبحث الثاني: مفاهيم عامة حول الخدمة البنكية

تقدم البنوك العديد من الخدمات للمتعاملين لديها والتي تكون على شكل تعاملات مالية، وهذه الخدمات أخذت في التطور لتواكب التغيرات المستمرة خاصة في مجال الرقميات، وكلها تهدف لتحسين تلك الخدمات والرفع من مستوى البنك المقدم لها بأقل التكاليف وإنجازها في أسرع وقت ممكن فالبنوك الناجحة هي التي لها القدرة على استخدام التكنولوجيا المتطورة والتحكم بها من خلال إطارات مؤهلة.

### المطلب الأول: عموميات حول الخدمة البنكية

تعد الخدمة البنكية عاملا مهما في تطوير النشاط البنكي وتنحلي أهميتها في تعزيز قدراته من خلال تأثيرها على تفضيلات العملاء لهذا قد زاد الإهتمام بها في الوقت الراهن حيث أصبحت عملية تقديمها ضرورة لا بد منها.

### الفرع الأول: مفهوم وخصائص الخدمة البنكية

يتم التطرق في هذا العنصر إلى مفهوم الخدمة البنكية وأهم خصائصها.

#### أولاً: مفهوم الخدمة البنكية

إن الخدمة البنكية كغيرها من الخدمات الأخرى، إلا أنها تخص الخدمات التي تقدمها البنوك لعملائها والتي تكون مرتبطة بالوظائف الأساسية للبنك.

#### 1. تعريف الخدمة

عرفتها الجمعية الأمريكية للتسويق بأنها: " عبارة عن الأنشطة والمنافع التي تعرض للبيع أو التي تعرض لإرتباطها بسلعة معينة"<sup>1</sup>.

يعرفها Stanton الخدمة بأنها: " النشاطات غير الملموسة والتي تحقق الإشباع للرغبات، ولا ترتبط أساسا ببيع سلعة ما أو خدمة أخرى"<sup>2</sup>

#### 2. تعريف الخدمة البنكية

تعني الخدمة البنكية نشاط غير ملموس، يهدف إلى إشباع حاجات ورغبات الزبون مقابل دفع عمولة معينة.<sup>3</sup> تعرف الخدمات بصورة عامة بأنها عبارة عن تصرفات أو أنشطة أو أداء يقدم من طرف إلى طرف آخر وهذه الأنشطة تعتبر غير ملموسة ولا يترتب عليها نقل ملكية أي شيء كما أن تقديم الخدمة قد يكون مرتبط أو غير مرتبط بمنتج مادي ملموس.<sup>4</sup>

كما تعرف الخدمة البنكية أيضا على أنها مجموعة الأنشطة والعمليات ذات المضمون المنفعي الكامن في العناصر الملموسة، وغير الملموسة والمقدمة من قبل المصرف، والتي يدركها المستفيدون من خلال ملاحظها وقيمتها، والتي تشكل مصدرا لإشباع حاجاتهم المالية والإئتمانية الحالية والمستقبلية، وفي الوقت ذاته تشكل مصدرا لأرباح المصرف من خلال العلاقة التبادلية بين الطرفين.<sup>5</sup>

#### ثانيا: خصائص الخدمة البنكية

<sup>1</sup> حديجة عتيق، واقع التسويق المصرفي في البنوك وأثرها على رضا العملاء، 2016، الجزائر، ص30.

<sup>2</sup> ربحي مصطفى عليان، إيمان فاضل السامرائي، تسويق المعلومات وخدمات المعلومات، دار صفاء للنشر والتوزيع، ط2، عمان، 2015، ص120.

<sup>3</sup> أحمد محمود الزامل، ناصر جردات واخرون، تسويق الخدمات المصرفية، دار الفجر للنشر والتوزيع، ط1، 2011، ص85.

<sup>4</sup> عبد القادر بريش، جودة الخدمات المصرفية كمدخل لزيادة القدرة التنافسية، مجلة اقتصاديات شمال إفريقيا، العدد3، جامعة الشلف، الجزائر، ص253.

<sup>5</sup> فضل محمد إبراهيم المحمودي، التسويق المصرفي، ط1، صنعاء، 2013، ص18.

تتميز الخدمة البنكية بجملة من الخصائص والتي يمكن تلخيصها فيما يلي:<sup>1</sup>

1. **غير ملموسة:** الخدمة المصرفية غير ملموسة، وهذا ما يشكل صعوبة بالنسبة للعاملين في تقديمها، حيث أن الزبون لا يمكنه إلتماس المنافع التي تحققها له هذه الخدمة، وبالتالي لا يمكنه معرفة جودتها إلا أثناء إقتنائها، ولهذا ركزت المصارف على تعزيز جهودها الترويجية والتي من شأنها خلق صورة ذهنية جيدة عن المصرف لدى العميل، هذا بالإضافة إلى ضرورة الحرص على التطوير الذي تقوم به العلاقات العامة في المصرف وتدريب الموظفين، خاصة في ظل إشتراك العميل في إنتاج الخدمات المصرفية.
2. **لا يمكن فصلها عن مقدمها:** ترجع في الأصل هذه الخاصية إلى عدم إمكانية الفصل ما بين إنتاج وتقديم الخدمة، بالنسبة للمصرف لا يمكنه الفصل بين وظيفة إنتاج وتقديم الخدمة وعملية توزيعها على عكس الكثير من الخدمات، وهناك مجهودات تقوم بها المصارف للتغلب على مشاكل الإرتباط بين هاتين الوظيفتين، فإبتكار لبطاقة الإئتمان مكن المصارف من التغلب على الكثير من المشاكل المتعلقة بتوزيع الخدمات.
3. **نظام تسويقي مشخص جدا:** إن عملية توزيع الخدمة المصرفية تتم عن طريق فروع ووكالات المصرف والمنتشرة في مختلف المناطق، ففردية النظام التسويقي للمصارف تكمن في العلاقة المباشرة بين الزبون والمصرف، والتي تسهل لهذا الأخير عملية الرقابة والأداء، فالخدمة المصرفية لا يمكن إعادة توزيعها.
4. **التشتت الجغرافي:** يتم توزيع الخدمات المصرفية بفتح فروع ووكالات تابعة لمركز المصرف في مناطق جغرافية مختلفة، بحيث تمكن من تلبية حاجات ورغبات أكبر قدر ممكن من الزبائن، وبالتالي فإن إختيار المصرف أو الوحدات التابعة له للموقع المناسب يتميز بقدر كبير من الأهمية، ولهذا يجب أن تسبق عملية إختيار الموقع مجموعة من الدراسات والبحوث، خاصة وأن الموقع الجغرافي يعد معيارا أساسيا في إختيار الزبون للمصرف وبهذا قد يكون المصرف قد تمكن من إستغلال مجمل الفرص المتاحة له.
5. **تفاوت معايير الإختيار من عميل إلى آخر:** تختلف معايير إختيار المصرف والخدمة المصرفية من عميل إلى آخر، وذلك تبعاً لأهمية الخدمة بالنسبة للزبون، وكذا المواصفات التي يطلبها، لذلك يجب على المصرف أن يرقى بالخدمة المصرفية إلى مستوى توقعات العميل ومعاييرها في إختيار المصرف المناسب.
6. **غياب التعريف الخاص:** تتمثل الوظيفة الأساسية للمصرف مجملا في الحصول على الأموال ثم إعادة إقراضها أو توظيفها، فهي تتصف بقدر كبير من التشابه والنمطية، ولذلك أصبحت عملية التمييز صعبة نسبيا لأن إختيار الزبون للمصرف يقوم على أساس مجموعة من المعايير المتعلقة بالموقع والسمعة وجودة الخدمات التي

<sup>1</sup> حميدي زقاي، واسيني محمد، سلوك المستهلك المصرفي، دار زهران للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2016، ص ص 76-78.

يقدمها، بالإضافة إلى السرعة وكفاءة الموظفين، الأمر الذي دفع بالإدارة التسويق في المصرف إلى الحرص دائما على الإبداع وتطوير خدمات جديدة والتي يمكن أن تميزها عن منافسيها حتى وإن كان ذلك ظرفيا.

7. التنوع أو العدد الكبير من الخدمات أو المنتجات: توفير المصرف لعدد كبير من المنتجات والخدمات التي تلبي حاجات المالية المختلفة والمرتبطة بحاجات مختلف الزبائن في مختلف المناطق.

### الفرع الثاني: أنواع وأهداف تطوير الخدمة البنكية

يتناول هذا الفرع أنواع وأهداف تطوير الخدمة البنكية.

#### أولا: أنواع الخدمة البنكية

للخدمة البنكية ثلاث أنواع تتمثل في:<sup>1</sup>

1. خدمات ميسرة: هي تلك الخدمات التي في متناول الزبون متى احتاج إليها، بحيث تكون سهلة المنال كخدمات السحب والإيداع والتحويل وكذلك الاستخدام الآلي، والمعدات المتوفرة في المصرف وخارجه، وغالبا ماتكون أجورها قليلة نسبيا أو لا تقدم مجانا بدون مقابل، إذ تلجأ المصارف لتقديمها طمعا في إرضاء الزبائن، ويلاحظ ألا تتكرر باستمرار يوميا أو أسبوعيا أو وقت الحاجة تبعا لشكلها أو نوعيتها.

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

3. خدمات خاصة: هذه الخدمات قد لا تقدم إلا بشكل خاص للمستفيدين منها، ولها خصوصية معينة ينفرد بها المصرف عن آخر، فبعض المصارف قد لاتقبل الودائع أو فتح حسابات لديها إلا من خلال تحميل الزبون الأجر مقابل هذه الخدمة أو تكون الخدمات المقدمة مقترنة أساسا بتوصية من الزبون إذ يتم تصميم الخدمة وفقا لما يطلبه الزبون والذي يتوافق مع ما يراه الزبون مناسب لعملة أو نشاطه.

#### ثانيا: أهداف تطوير الخدمة البنكية

<sup>1</sup> سلماني فاطمة، جودة الخدمات المصرفية وأثرها على تحقيق رضا الزبون، مذكرة ماستر في علوم التسويق، كلية العلوم الإقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة المسيلة، الجزائر، 2014، ص 19.

إن الهدف من عملية تطوير الخدمة البنكية هو إضافة مزايا جديدة للخدمات الحالية من أجل تعزيز وضع البنك التنافسي وفيما يلي استعراض لأهم الأهداف:<sup>1</sup>

1. جذب العديد من العملاء.
2. زيادة تعامل العملاء الحاليين.
3. تخفيض تكلفة تقديم الخدمات المماثلة التي تقدمها البنوك المنافسة وما يتصل بها من جهد ووقت.
4. تحسين الوضع التنافسي للبنك.
5. زيادة حصة البنك ونصيبه من السوق المصرفي.
6. اكتساب قدرة على الاستمرار والتواصل السليم في السوق المصرفي.

ومن ناحية أخرى فالهدف من عملية التطوير هو تأكيد ريادة البنك وتفوقه وسبقه الدائم نحو التجديد، وفي نفس الوقت سد الفجوات القائمة بين مستوى الإشباع الحالي الذي يحظى به العميل، وما بين تطلعات العميل لمستوى إشباعي أفضل، ولهذا تحرص البنوك على إيجاد قسم خاص مهمته تحسين وتطوير الخدمات البنكية التي يقدمها البنك تدعيماً لكيان الثقة والفاعلية والقدرة على الإشباع المتنامي والمتطور لحاجات ورغبات العملاء الحاليين والمرقبين.

### المطلب الثاني: عصرنة الخدمة البنكية

إن عصرنة الخدمة البنكية هي عملية متكاملة هدفها زيادة قدرة تنافسية البنك ومن ثم زيادة أرباحه على المدى الطويل، فالزبائن ينجذبون للبنك الذي يتميز بتقديم خدمات عصرية ويعمل على تطويرها بشكل مستمر.

### الفرع الأول: مزايا واستراتيجيات عصرنة الخدمة البنكية

اكتسحت أهمية عصرنة الجهاز البنكي مجالات واسعة في القطاع البنكي لما تنطوي عليه من مزايا عديدة والتي من شأنها التأثير إيجاباً على مردودية البنوك، لذا وجب على هذه الأخيرة الإعتماد على مجموعة من الإستراتيجيات التي تواكب التطور المستمر في مجال التقنية البنكية.

### أولاً: المزايا التي تحققها البنوك من تقديم الخدمات حديثة

يؤدي تطوير وعصرنة الخدمة البنكية لتحقيق عدة مزايا، وأهم هذه المزايا:<sup>2</sup>

<sup>1</sup> حفايضية مريم، بن جبار خلود، جودة الخدمات المصرفية وأثرها على القدرة التنافسية للبنوك، مذكرة ماستر (غير منشورة)، كلية العلوم الاقتصادية العلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة الطارف، 2017، ص15.

<sup>2</sup> نادية عبد الرحيم، تطور الخدمات المصرفية ودورها في تفعيل النشاط الاقتصادي، مذكرة ماجستير في العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر 3، الجزائر، 2011، ص ص 72، 73.

1. **الدعاية والإعلان للمصرف:** يعتمد المصرف في تقديمه لهذه الخدمات على قاعدة عريضة من المتعاملين معه، ولا شك أن تداول إسم المصرف بين عدد كبير من الناس سواء أكانوا من المتعاملين معه أو من غير المتعاملين معه، يحمل إعلانا غير مباشر عن المصرف خاصة إذا ما ارتبط هذا الإسم بتقديم خدمة نافعة، وكثيرا ما تكون النتيجة اجتذاب متعاملين جدد يرغبون في الإنتفاع من هذه الخدمات.
2. **زيادة موارد المصرف:** إن احتفاظ المتعاملين بأموالهم في المصرف معناه ثقتهم في تلبية حاجاتهم المالية عند نشوئها، وزيادة عدد المتعاملين مع المصرف يؤدي إلى زيادة موارد المصرف، لذا يجب ممارسة جميع الوسائل ليحسب الأفراد أن المصرف وجد ليخدمهم لا ليسلبهم أموالهم.
3. **زيادة توظيفات المصرف:** هناك خدمات مصرفية تنطوي على ائتمان يمنحه المصرف للمتعاملين معه مقترنا بالخدمة المصرفية ذاتها، ويكون هذا الإئتمان قصير الأجل ينتهي بإنهاء الخدمة أو بعدها بوقت قصير، مما يمثل عنصر موائمة بين وقت استحقاق الدفع وبين وقت توفر الأموال لدى المتعامل، ومن أمثلة هذه الخدمات: دفع ثمن الكهرباء أو اشتراك التلفون بالنيابة عنه... إلخ
4. **التعامل بكفاءة مع النمو الهائل والسريع لعدد حسابات العملاء بالمصارف:** أي تحقيق كفاءة في التعامل من الناحية المحاسبية بدون زيادة عدد الموظفين، مع تحقيق السرعة في إنجاز المعاملات المصرفية.
5. **تخفيض التكلفة الحقيقية لعمليات المدفوعات وإجراء المقاصة فيما بين الشيكات التي تمثل هذه المدفوعات:** فقد ازداد استخدام الشيكات كأداة لسداد المدفوعات زيادة ضخمة عقب الحرب العالمية الثانية، وتقلص استخدام النقود إلى حد ما، وقد شكك الكثير من المصرفيين في مدى قدرة المصارف على التعامل مع هذا الكم الهائل من الشيكات ومايصاحبها من كم هائل أيضا من المعاملات المصرفية. وقد أدى إدخال استخدام الكمبيوتر في معالجة هذه الشيكات إلى خفض المعاملات الورقية خفضا هائلا، وخفض تكلفة إرسال الشيكات من فرع إلى فرع آخر ومن مصرف إلى آخر، وتكلفة العمالة المرتبطة بفرز وقيد هذه الشيكات يدويا.
6. **تحرير العملاء من قيود الزمان والمكان:** إذ أصبح في وسع العملاء أن يتعاملوا مع المصارف في أي وقت دون الحاجة إلى الإنتقال إلى مقر هذه المصارف.
7. **تمكين المصارف من تقديم خدمات لعملائها لم تكن معروفة لهم من قبل:** مما أتاح لهم الإستفادة من فرص أفضل لتوظيف أموالهم.
8. **زيادة القدرة التنافسية:** حيث من خلال توسع المصارف في الصيرفة الإلكترونية يستطيع تقديم خدمات مصرفية بسعر أقل وبجودة أكبر وبكلفة أقل.

9. زيادة الحصة السوقية: من خلال القدرة على تقديم خدمات مصرفية إلكترونية متكاملة وعلى مدار الساعة، وأيضا مراعاة السرية والأمان والدقة، ومراعاة حاجات العملاء الحالية والمستقبلية.
10. تشجيع الابتكار والتنوع في الخدمات: فمن خلال التوسع في الصيرفة الإلكترونية يستطيع المصرف التوسع في حجم الخدمات التي يقدمها، وتخفيض كلفة تقديم تلك الخدمات، والتنوع في تلك الخدمات.

### ثانيا: استراتيجيات تطوير الخدمة البنكية

أمام البنك عدة استراتيجيات لتطوير خدماته ومنه:<sup>1</sup>

#### 1. استراتيجية تنمية وتطوير السوق:

وتعني إشباع حاجات ورغبات قطاعات سوقية جديدة بالإعتماد على خدمات مصرفية حالية مثل تدعيم وتوسيع شبكات التوزيع للوصول إلى مناطق جديد أو تطوير مواصفات في الخدمة وتكثيف حملات الترويج يكون الهدف منها هو تعريف هؤلاء الزبائن الجدد بالخدمة، أو القيام بالبحث عن زبائن جدد إضافة للمحافظة على الحاليين منهم.

#### 2. استراتيجية تطوير الخدمات الجديدة وتحسين الخدمات الحالية:

وفيها يتم الدخول إلى السوق الحالية بمنتجات جديدة أو خدمات حالية إلا أنه تم تحسينها وتعديلها في ناحية ما لتلائم حاجات ورغبات العملاء.

#### 3. استراتيجية التنوع:

يكون التطوير على مستويين، أي الدخول بخدمات مصرفية جديدة والتي عادة ماتكون خارجة عن نطاق الخدمات المألوفة إلى أسواق جديدة أيضا.

### الفرع الثاني: مؤشرات عصرنة الخدمة البنكية

تعتمد البنوك على مجموعة من المؤشرات لعصرنة خدماتها البنكية من خلال المؤشرات التي تتمثل في:

#### أولاً: مواكبة أحدث التطورات التكنولوجية في العمل البنكي:<sup>2</sup>

لعل أهم ما يميز العمل المصرفي في عصر العولمة المالية هو تفاقم دور التكنولوجيا المصرفية والسعي الحثيث نحو تحقيق الاستفادة القصوى من فوائد تكنولوجيا الإتصال والمعلومات، من أجل ترقية وتطوير وسائل تقديم الخدمة المصرفية بما يتوافق والإيقاع المتسارع للصناعة المصرفية في القرن الواحد والعشرين.

<sup>1</sup> ملاك صالح سعيد حسين، أثر استراتيجيات تسويق الخدمات المصرفية على أداء الجهاز المصرفي السوداني للفترة (2000-2012)، رسالة دكتوراه في إدارة الأعمال، كلية الدراسات العليا والبحث العلمي، جامعة شندي، 2012، ص 37، 38.

<sup>2</sup> مرزوق عاشور، معموري صورية، مرجع سابق، ص 15-17.

ولعل أهم المحاور التي يجب أخذها بعين الاعتبار لتعظيم الاستفادة القصوى من ثورة العلم والتكنولوجيا، ومن أجل ترقية وتطوير وسائل تقديم الخدمة المصرفية بما يتوافق والإيقاع المتسارع للصناعة المصرفية في القرن الواحد والعشرين. وتمثل في:

1. زيادة الإنفاق الاستثماري في مجال تكنولوجيا المعلومات.
2. التوسع في استخدام الإنترنت لتقديم تشكيلة متنوعة من الخدمات المصرفية للعملاء بكفاءة أعلى وتكلفة أقل.
3. العمل على خلق شبكة مصرفية تكون بمثابة حلقة وصل إلكترونية بين البنوك من جهة وبين الشركات والعملاء من جهة أخرى.
4. تفعيل دور شبكة الإتصال بين المركز الرئيس لكل بنك وبين باقي فروعها بما يحقق السرعة في تداول المعلومات الخاصة بالعملاء وإجراء التسويات اللازمة عليها، بالإضافة إلى الإرتباط بالشبكات الإلكترونية الخاصة بالبنوك والمؤسسات المالية الأخرى.

#### ثانيا: تنويع الخدمات المصرفية

نظرا لحدة المنافسة التي أصبحت تواجه البنوك، بات لزاما عليها تدعيم قدراتها التنافسية من خلال تقديم حزمة متنوعة ومتكاملة من الخدمات المصرفية تجمع فيها ما بين التقليدي والحديث تكريسا لمفهوم البنوك الشاملة ومن أهم هذه الخدمات نذكر على سبيل المثال لا الحصر:

1. الإهتمام بالقروض الإستهلاكية الموجهة لتمويل الإحتياجات الشخصية والعائلية.
2. الإهتمام بتمويل المشروعات الصغيرة والمتوسطة والمتناهية الصغر.
3. استخدام أسلوب الإئتمان الإيجاري.
4. القروض المشتركة.
5. تقديم خدمات الإستشارة وخدمات الحيطرة من مخاطر تقلب أسعار الفائدة وأسعار الصرف.

#### ثالثا: تطوير العنصر البشري

يعتبر رأس المال الفكري العنصر البشري في العصر الذي نعيش وهو عصر المعلومات، الثروة الحقيقية للأمم وأساس عملية التنافسية الإقتصادية بإعتباره أساس الإبداع والإبتكار، فإن تطوير هذا العنصر على مستوى البنوك الجزائرية بشكل خاص يتطلب تبني العديد من الإستراتيجيات نذكر منها:

1. الإستعانة ببيوت الخبرة ومكاتب الإستشارة الدولية في تدريب الإطار المصرفية على استخدام أحدث النظم البنكية.
2. وضع نموذج لتقييم أداء العنصر البشري من خلال عدة معايير تأخذ في اعتبارها أداء الوحدة ودوره في تحقيق هذه النتائج.

3. الرفع من مستوى كفاءة العاملين بإعطاء الأولوية في التوظيف لخريجي الجامعات.

#### رابعاً: تطوير التسويق المصرفي

يعد تبني مفهوم التسويق الحديث، أي دراسة السوق البنكي والزبون المستهدف مع تحديد رغباته واحتياجاته مع تكييف المؤسسة البنكية معها، وإشباع هذه الإحتياجات والرغبات بدرجة أكبر من درجة الإشباع التي يحققها المنافسين، أمراً في غاية الأهمية في ظل التحولات العميقة التي تشهدها الساحة المصرفية، ومن أهم وظائف التسويق الحديث التي ينبغي التركيز عليها نذكر:

1. خلق أو صناعة العميل بالسعي نحو العميل المرتقب.
2. تصميم مزيج الخدمات المصرفية بما يحقق حاجات ورغبات العملاء ورضاهم.
3. العمل على اكتشاف الفرص الاقتصادية ودراستها وتحديد المشروعات الجيدة.
4. تصميم مزيج الخدمات المصرفية بالشكل الذي يتلاءم وحاجات وقدرات العملاء المالية وذلك بإستخدام الأساليب الحديثة سواء من حيث النوعية أو سبل تقديم الخدمة.
5. متابعة ومراقبة السوق المصرفي والوقوف على انطباعات العملاء حول مزيج الخدمات المصرفية المقدمة لهم.
6. تدعيم وسائل الإتصال الشخصي وتكثيف وسائل الحوار المتبادل مع العملاء.

#### خامساً: مواكبة المعايير الدولية

وهذا عن طريق:<sup>1</sup>

1. تدعيم القواعد الرأسمالية: تحتل قضية تدعيم رؤوس أموال البنوك أهمية كبيرة باعتبارها خط الدفاع الأول عن المودعين وصمام الأمان في مواجهة الصدمات والأزمات، فضلاً عن أهميتها في منح قدرة أكبر للبنوك في تنويع خدماتها وتوسيع نشاطها المصرفي.
2. تطوير السياسات الائتمانية بالبنوك: حددت لجنة بال رؤيتها الخاصة بالرقابة على المخاطر المصرفية التي احتلت فيها قواعد منح الائتمان.
3. الإهتمام بإدارة المخاطر: في ضوء ما تشهده السوق المصرفية من تطورات كبيرة نتيجة انفتاحها على القطاع الخاص الوطني والأجنبي، أصبح النشاط المصرفي يتركز في مضمونه على إدارة المخاطر.
4. وضع آلية للإنذار المبكر بالبنوك: مع تعاظم الإهتمام بموضوع سلامة النظام المالي والمصرفي ومع التوجهات القوية لتدعيمها من طرف المؤسسات الدولية وفي مقدمتها صندوق النقد والبنك الدوليين ولجنة بال للرقابة المصرفية، فإن

<sup>1</sup> زيدان محمد، ودريس رشيد، متطلبات اندماج البنوك الجزائرية في الإقتصاد العالمي، ملتقى المنظومة المصرفية الجزائرية والتحويلات الإقتصادية - الواقع والتحديات -، جامعة الشلف وجامعة الجزائر، ص ص 418، 419.

هناك حاجة ماسة لوضع الية للتنبؤ المبكر بالأزمات المصرفية، وذلك للعمل على زيادة قدرة البنوك على الإستخدام الكفئ لمواردها ومواجهة المخاطر التي قد تواجهها.

### الفرع الثالث: الاتجاهات الحديثة في مجال عصنة الخدمة البنكية

تتمثل الإتجاهات الحديثة لعصنة الخدمة البنكية فيما يلي:

#### أولاً: التنوع في الأنشطة والخدمات البنكية

حيث تشير الدلائل العملية إلى تنوع وتعدد الخدمات والأنشطة التي تقوم بها البنوك في الوقت الحالي سواء في الدول المتقدمة أو الكثير من الدول النامية وفي هذا الخصوص يمكن الإشارة إلى بعض الحالات الخاصة:

1. شراء أو إنشاء وإدارة شركات صناعية وتجارية وزراعية وخدمية أو مساهمة فيها.
2. إنشاء العديد من الفروع للبنك الأم التي تقدم الخدمات المصرفية التقليدية.
3. منح الأفراد بطاقات صرف نقدية من الوحدات الآلية التابعة لفروع البنك في كل مكان حتى يستطيع الفرد الحصول على أي مبلغ من النقود دون التقيد بمواعيد العمل الرسمي في البنوك.
4. تقديم التسهيلات للشركات التجارية التي ترغب في إصدار بطاقات الضمان لعملائها كوسيلة لترويج مبيعاتها.

#### ثانياً: التوسع الكبير في استخدام تكنولوجيا الخدمات المصرفية

من أهم مظاهر التقدم في تقديم الخدمة المصرفية هي التوسع الكبير في استخدام الكمبيوتر، حيث أدى هذا إلى السرعة في تقديم الخدمات وتقليل الأعباء البيروقراطية وتوفير الوقت لكل من العملاء والعاملين في البنوك. وقد أدى هذا إلى مواكبة التزايد الكبير في حجم المعاملات المالية، وإمكانية حصول العميل على الخدمات المطلوبة في أي فرع من فروع البنك المعينة دون الحاجة إلى الإتصال بالفرع الذي قام العميل بفتح حساب فيه، كما أن العميل يستطيع معرفة رصيده، ومجموع وتفاصيل مسحوباته وتواريخها والحصول على النقدية في ظرف دقيقة واحدة.<sup>1</sup>

#### رابعاً: النمو عن طريق الإندماج

1. تعريف الإندماج المصرفي: يعرفه البعض على أنه اتفاق بين مصرفين أو أكثر، وذوبانهما إرادياً في كيان مصرفي واحد، بحيث يكون الكيان الجديد ذو قدرة أعلى وفاعلية أكبر على تحقيق أهداف كان لا يمكن أن تتحقق من قبل إتمام عملية تكوين الكيان المصرفي الجديد.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> تاريخ الإطلاع 15 أبريل 2021 الساعة 30:19 <https://kenanaonline.com/users/ahmedkordy/posts/19691320>

<sup>2</sup> خالد أحمد علي محمود، اقتصاد المعرفة وإدارة الأزمات المالية في إطار المؤسسات الاقتصادية، دار الفكر الجامعي، ط1، الإسكندرية، 2019، ص 340.

## 2. أهداف الإدماج المصرفي: يهدف إدماج المصارف إلى:<sup>1</sup>

- زيادة قدرتها على التواجد والإستمرار في السوق المصرفية، خاصة بعد التوقيع على اتفاقية تحرير تجارة الخدمات المصرفية، وتحديد الحد الأدنى لرأس مال المصارف ضمن مقررات لجنة بازل للرقابة المصرفية.
- زيادة القدرة التنافسية في ظل العولمة من خلال تحقيق اقتصاديات الحجم، والوصول بالوحدة المصرفية إلى حجم اقتصادي معين يتيح لها القدرة على زيادة الكفاءة من خلال تخفيض التكاليف وتعظيم الأرباح والعوائد.
- توفير رؤوس أموال ضخمة وزيادة القدرة على تحمل المخاطر وتحسين مستوى اليد العاملة، نتيجة توفر الخبرة والتدريب الجيد والقدرة الفائقة على الإتصال بفضل شبكة المعلومات المرتبطة بأنظمة الإتصال المختلفة بما فيها الإنترنت.

## خامسا: التدويل المصرفي

هو أحد أهم الركائز الأساسية في تحديث الجهاز المصرفي وتمكين المصارف من تلبية الإحتياجات المالية المتزايدة للشركات، خاصة في الجو المشحون بالمنافسة الحادة نتيجة التغيرات التي أحدثتها العولمة المصرفية على النشاط المصرفي.<sup>2</sup>

### المطلب الثالث: الخدمات البنكية التقليدية والحديثة

أصبح لزاما تجاوز الخدمات البنكية التقليدية والتوجه نحو الخدمات الحديثة وهذا ما يسعى إليه كل البنوك في الوقت الراهن وهذا استجابة للتطور التكنولوجي في الحاسبات الآلية.

### الفرع الأول: الخدمات البنكية التقليدية

تتمثل الخدمات البنكية التقليدية في:<sup>3</sup>

1. **قبول الودائع:** يعتبر قبول الودائع من أقدم الخدمات المصرفية وأول وأهم الوظائف للبنوك التجارية إذ أن مهمة البنوك الحقيقية هي استقبال الأموال من الجمهور في شكل ودائع متنوعة ليقوم البنك بتوظيفها لحسابه الخاص في شكل عمليات إقراض مختلفة ، والوديعة النقدية هي حساب يسلم بمقتضاه شخص مبلغا من المال إلى البنك التجاري، ويتعهد هذا الأخير بأن يرجع إليه قيمته دفعة واحدة أو على عدة دفعات عند الطلب أو بعد فترة، وحسب الشروط المتفق عليها ، وتحقق عملية الإيداع هذه فوائد للطرفين ،فبالنسبة للمودع تعتبر نوعا من الإدخار يحصل مقابله على فوائد يختلف معدلها باختلاف مدة ونوعية الإيداع ، أما بالنسبة للبنك فهي تؤمن له المبالغ اللازمة للقيام بعملية الإقراض والخصم التي تضمن له فوائد وعمولات هامة.

<sup>1</sup> دوفي قومية، عيساوي سهام، أثر الإدماج المصرفي على الأداء المالي للمصارف الإسلامية، مجلة إقتصاد المال والأعمال، المجلد 4، العدد 2، جامعة الشهيد حمه لخضر بالوادي، الجزائر، 2019، ص25.

<sup>2</sup> خالد أحمد علي محمود، مرجع سابق، ص342.

<sup>3</sup> خيثر آمنة، خطايب أسماء، دور الصيرفة الإلكترونية في تحسين الخدمة البنكية، مذكرة ماستر في العلوم الإقتصادية، كلية العلوم الإقتصادية التجارية وعلوم التسيير، جامعة قلمة، الجزائر، 2015، ص ص 39، 40.

2. منح الإئتمان: ونعني بهذه الوظيفة، قيام البنوك بتقديم مبالغ نقدية سواء ورقية أو كتابية للأفراد ورجال الأعمال والمشروعات على اختلاف أنواعها لأجل مختلف، على أن يقوموا برد هذه المبالغ والفوائد المستحقة عليها عند حلول الآجال المتفق عليها، وتتعدد أشكال الإئتمان الذي تمنحه البنوك التجارية والتي تتمثل في القرض النقدي، الدفع تحت الحساب، عمليات خصم الأوراق التجارية، الضمان المصرفي، الإئتمان المقدم للتجارة الخارجية.
3. خلق نقود الودائع: يقصد بعملية خلق الودائع هي اشتقاق أو توليد ودائع جديدة من الودائع الأولية، وهذه يطلق عليها بالودائع المشتقة وتعتمد عملية خلق الودائع على إجراءات متسلسلة ضمن دورة محددة تطلق عليها بدورة خلق الودائع.
4. تقديم خدمات استشارية للمتعاملين: أصبحت معظم البنوك تقوم بإعداد الدراسات المالية المطلوبة للمتعاملين معها عند إنشائهم للمشروعات وعلى ضوء هذه الدراسات يتم تحديد الحجم الأمثل للتمويل المطلوب وكذلك تحديد طريقة السداد ومدى اتفاقها مع سياسة المشروع في الشراء، الإنتاج، البيع والتحصيل وضمن هذا الإطار تقوم البنوك التجارية بدراسة الدورة النقدية وعلاقتها، بالمركز المالي للمشروع لإبداء الرأي السليم لأصحاب المشروعات.
5. الإدخار للمناسبات: تشجع البنوك المتعاملين معها على القيام بالإدخار لمواجهة مناسبات معينة.

#### الفرع الثاني: الخدمات البنكية الحديثة

إن إدخال التكنولوجيا في العمل البنكي ساهم في تسهيل تقديم الخدمات وتقليص وقت إنجازها، ويتم التطرق للخدمات البنكية الحديثة المتمثلة في: <sup>1</sup>

1. الخدمة المصرفية المكتبية والمنزلية: **Office/ Home Banking** يستطيع العميل سواء كان شركة أو فردا أن يحصل على خدمات مصرفية متنوعة عن طريق شبكة اتصالات، ووحدات عرض، وجهاز كمبيوتر، ومن هذه الخدمات نجد خدمات تسديد ما عليه من مدفوعات، خدمات إدارة الأموال، وخدمات الحصول على تقارير عن تعامله مع البنك، حيث يتم كل ذلك والعميل في مكتبه أو في بيته.
2. خدمة الاعتماد المستندي الإلكتروني **Electronic Letter of Credit**: تساعد هذه الخدمة العميل على أن يفتح أو يعدل كتاب الاعتماد المستندي، وهو في مكتبه، ويرسل ذلك إلى البنك في الحال.
3. خدمة تزويد العميل بالمعلومات المالية **Provision of Financial information**: يتم تزويد العميل بالمعلومات المالية بصورة دورية، وذلك بإرسالها لهم برفقا عن طريق أجهزتهم ومن هذه المعلومات التقارير الخاصة بالعملاء الأجنبية وأسعار الفوائد، وتوقعات الأسعار المختلفة، والتنبؤات والتعليقات .

<sup>1</sup> حلبي فتح الله يزيد، واقع البنوك التجارية وتحدياتها لمواكبة التطورات التكنولوجية الحديثة، مذكرة ماستر في علوم التسيير، كلية العلوم الإقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة أم البواقي، الجزائر، 2016، ص ص 16، 17.

4. خدمة إدارة النقود على المستوى العالمي: **Global cash management** أصبحت هذه الخدمة متوفرة عن طريق ثورة الإتصالات التكنولوجية، التي سهلت نقل المعلومات لمسافات بعيدة، فهذه الخدمة تعتبر مفيدة للشركات الدولية والتي تحتفظ بحسابات في دول مختلفة، حيث مكنت هذه الخدمة العملاء من أن يقوموا بإصدار تعليمات إلى البنك فيما يختص بحساباتهم تحويل النقود بصورة إلكترونية، كما تزودهم بتقارير عن حساباتهم على النطاق الدولي.
5. الخدمة المصرفية بنفسك: **Self Service Bank** وهو عبارة عن مكتب في البنك يتكون من عدد محدود من الموظفين، ولكنه يقدم مجموعة كبيرة ومتنوعة من الأجهزة الأوتوماتيكية التي تسمح للزبائن بالقيام بالمعاملات المصرفية بأنفسهم.
6. خدمة آلات الصرف النقدي الأوتوماتيكية: **ATM Cash Dispenser** تم استخدام آلات الصرف الأوتوماتيكية في بريطانيا منذ عدد من السنين، ولكن الإتجاه الحديث هو قيام البنوك في بريطانيا ببناء وظائف جديدة لهذه الآلات داخل آلات الصرف النقدي السريعة.
7. خدمة تحويل النقود إلكترونياً في نقطة البيع: **EFTPOS** وهذه وسيلة لا تستخدم النقود، ولا الشيكات في التسوق وسداد المدفوعات في مكان البيع، ومن متطلبات هذا النظام، أن العمليات تحتاج إلى بطاقة القيد على الحساب **Debit Card** ، ورقم سري خاص **personel identification Number code PIN**، وجهاز كمبيوتر في مكان البيع، متصل بشبكة البنك الرئيسية، وتتميز هذه الخدمة بتسجيل قيمة المشتريات على حساب الزبون وتسجيلها لحساب التاجر في نفس الوقت.

### المبحث الثالث: علاقة الصيرفة الإلكترونية بعصرنة الخدمة البنكية

إن الصيرفة الإلكترونية ترتبط ارتباط وثيق بعصرنة الخدمة البنكية، فهي عبارة عن تقديم الخدمة اعتماداً على التكنولوجيا الحديثة والرقمنة وهذا الذي أمكن إتاحتها كل أيام الأسبوع وطوال اليوم بسرعة فائقة وتكلفة أقل.

### المطلب الأول: العلاقة بين الصيرفة الإلكترونية والزبون

يتم توضيح العلاقة بين الصيرفة الإلكترونية والعملاء من خلال العوامل المؤثرة في الصيرفة الإلكترونية، وولاء العملاء.

### أولاً: العوامل المؤثرة في الصيرفة الإلكترونية

أهمها ما يلي:<sup>1</sup>

<sup>1</sup> عزيزة ياسمين، مساهمة الصيرفة الإلكترونية في كسب ولاء الزبون، مذكرة ماستر في العلوم التجارية، كلية العلوم الإقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة بسكرة، الجزائر، 2020، ص 37.

1. **التغير في سلوك الزبائن:** إن أكثر الظواهر الخاصة بالتغيير في سلوك الزبائن تلك التي تتطلب اكتساب المعرفة في كيفية استخدام الآلة والتعامل مع الأجهزة الحديثة والبطاقات المصرفية، عند طلب كمية من النقود وإيداعها أو تحويلها، مما يعني ضرورة التوجه نحو الزبائن وتعيمهم كيفية استخدام هذه التقنيات والتعامل مع آلياتها .
2. **المنافسة:** إن عامل المنافسة يعد من أقوى العوامل التي تدفع المصارف لإستخدام الأنترنت كوسيلة اتصال تقدم من خلالها الخدمات والمنتجات المصرفية لعملائها وتحافظ عليهم وتستقطب عملاء جدد .
3. **الإبداع التكنولوجي:** هذه الناحية لها تأثير واضح في سوق الخدمات المصرفية، فاستخدام التكنولوجيا يساهم في توسيع الموارد وقدرة المصارف على المنافسة في هذه الصناعة المقبلة.
4. **علاقات الزبون والجودة:** المهمة الرئيسية للتسويق تكمن في جذب الزبون واستمرارية تعزيز العلاقة معه وتحصيل الرضا الكلي له عن الخدمات المصرفية، فالزبون يضع جانب جودة الخدمة في مقدمة الأمور المطلوبة، فالإبداع والسحب والتحويل كلها ترتبط بعنصر الجودة من حيث السرعة والدقة والكفاءة في العمل والإنترنت يوفر له ذلك.
5. **تعميق الولاء:** تحرص المصارف دائما على توطيد وتعميق العلاقة بينها وبين العملاء لخلق نوع من الولاء للمصرف، وبما أن الإنترنت يعمل على زيادة فرص اتصال العميل بمصرفه والحصول على خدماته ومنتجاته ضمن دائرة مكان وزمان أوسع، فإن ذلك يعمل على توطيد العلاقة بينهما وخلق نوع جديد من الولاء.

#### ثانيا: العوامل المؤثرة في ولاء العملاء (الزبائن)

من العوامل التي لها تأثير على ولاء زبائن البنوك التجارية المتضمنة أربعة أبعاد المتمثلة في:<sup>1</sup>

1. **الثقة Trust:** هي الحالة التي يكون فيها الإنسان متأكدا من كفاءة أو دقة أمر ما يتعلق به أو بشخص أو بشيء آخر، وفي حالة الأشخاص، من الممكن أن تكون تلك الثقة نوعا من التأكد من ولاء هذا الشخص تجاه أشخاص آخرين أو قضايا معينة، وعادة يكون صاحب الثقة ذا موقف ووجهة نظر ثابتة، ولا فرق إذا كان ذلك الموقف صحيحا أم خطأ، بل هو مدى تأكد الشخص من ثبوته وتعد الثقة أحد مخرجات العملية المصرفية التي تعطي العميل نوعا من الراحة والأمان.
2. **القيمة المدركة Perceived value:** ينظر العميل إلى القيمة المدركة في الخدمات المصرفية الإلكترونية على أنها تكلفة تلك الخدمة ومقارنتها مع الخدمات المصرفية الأخرى، إذ يلعب السعر دورا كبيرا في إمكانية قبول المستهلك هذه الخدمة ومدى توفر البدائل منها في البنوك الأخرى، إذ عرفت القيمة المدركة من قبل الزبون بأنها التقييم المحتمل لجميع فوائد وتكاليف أي عرض لسلعة أو خدمة بالمقارنة مع البدائل المتاحة لهذا العرض، وتختلف القيمة

<sup>1</sup> ليث محمود أحمد الحاج، نظام الخدمات المصرفية الإلكترونية عبر (SMS) ودوره في تحقيق ولاء العملاء في البنوك التجارية الأردنية، مذكرة ماجستير في إدارة الأعمال، كلية الأعمال، جامعة الشرق الأوسط، 2012، ص ص 26-30.

المدركة للزبائن من زبون إلى زبون وذلك حسب عوامل كثيرة منها العوامل الديمغرافية والعوامل الإجتماعية والعوامل السياسية والعوامل الإقتصادية.

وتم استخدام مقياس (Lassar ,W ,B.Mittal ,&A.sharma) الذي اعتمد القيمة المدركة من خلال الأبعاد التالية:

➤ تكلفة الخدمة التي يدفعها العملاء.

➤ القيمة التي يحصل عليها العملاء لقاء ما يدفعه.

➤ كيفية إدراك العملاء للسعر بالمقارنة مع أسعار المنافسين الآخرين.

3. **الرضا Satisfaction**: يعتمد رضا العملاء على الأداء المدرك للمنتج بالنسبة إلى توقعات الزبون، إذا ما كان هذا الأداء غير متفق مع توقعات الزبون فإن الزبون لن يكون راضيا، وإذا ما كان هذا الأداء يتقابل مع توقعات الزبون فإن الزبون سيتحقق عنده الرضا، وإذا ما زاد هذا الأداء على توقعات الزبون فإن رضا الزبون سيزداد أو يتهجج. والرضا هو مقياس لمدى المنتجات والخدمات التي تقدمها الشركة لتحقيق أو تجاوز توقعات الزبون.

4. **جودة الخدمة Quality Of Service**: تعرف جودة الخدمة على أنها الفرق الذي يحصل العميل مقارنة مع خدمات أخرى، أو التي يحس بها بعد استعماله للخدمة أو بعد تقديمها له، وهي قياس مدى قدرة مستوى الخدمة التي تصل إلى العميل والمتوافقة مع توقعاته، وهي أيضا معاملة منجزة من طرف المؤسسة بحيث لا ينتج عن التبادل تحويل الملكية كما في السلع الملموسة.

5. **ولاء العملاء Customer Loyalty**: يتمثل في عملية الإستخدام المتكرر والمنتظم اتجاه الخدمات المصرفية الإلكترونية، إذ يصبح العميل أداة تسويقية للبنك يمكن قياسها، حيث تختلف من عميل إلى آخر.

### ثالثا: تحليل العلاقة التفاعلية بين المصرف والزبون<sup>1</sup>

تعتبر العلاقة التفاعلية عن:"الفترة الزمنية التي يتفاعل فيها المستفيد "الزبون" بشكل مباشر مع الخدمة، والتي تمتد أيضا إلى التفاعل مع التسهيلات المادية والعناصر الملموسة الأخرى".

يمكن تصنيف مجموعات العلاقات التفاعلية إلى:

1. **علاقات تفاعلية بعيدة**: تظهر من خلال تفاعل الزبون مع الخدمة عن طريق البريد مثلا.

2. **علاقات تفاعلية شخصية ومباشرة**: تتجلى عبر التفاعل المباشر للزبون مع القائمين على تقديم الخدمة المصرفية مباشرة ومجموع السند المادي ضمن عملية إنتاج الخدمة المصرفية.

<sup>1</sup> عزيزة ياسمين، مرجع سابق، ص ص 38، 39.

**3. علاقات تفاعلية شخصية غير مباشرة:** تتجلى من تفاعل الزبون مع القائمين على تقديم الخدمة عن طريق الهاتف، استعمال الإنترنت...

وبالرغم من وجود بعض الاختلافات البسيطة في الممارسات والتطبيقات التي تقوم بها المصارف، إلا أن الهدف النهائي لها هو الحصول على ولاء الزبائن، لذلك فهي تقوم بمحاولة خلق وتلبية التفضيلات والإهتمامات، التي تجعل هذا الزبون محتفظ بمشاعر خاصة وإيجابية عن البنك ومنتجاته، ولقد أصبحت الإنترنت جزءا مكملا لبرامج ولاء الزبون، فتقنياته تمكن الزبائن من مشاهدة جميع المنتجات التي توفرها البنوك والمؤسسات المالية، وتقديم الشكاوى والإقتراحات، كما تبين نقاط المكافآت والعروض والخصومات وكيفية الإستفادة منها.

ويعتبر الهاتف طريقة أخرى تجعل الزبون راضي وسعيد عن البنك وعن منتجاته المختلفة، ومن الممارسات التسويقية التي تقوم بها مؤسسات الأعمال في هذا المكان:

توفير أرقام مجانية للإتصال بالمؤسسة في أي وقت، واستخدام أسلوب البريد الخلزوني Snail Mail للمحافظة على الزبائن، وإرسال الإشارات والتنبيهات والعروض والخصومات لهم عبر الجوال. ولاء الزبون هو خبرة تراكمية من شراء واستخدام الزبون التجاري للمنتج أو الخدمة، تتأثر هذه الخبرة بعاملين، التوقعات وجودة الخدمة، مما يؤدي في النهاية إلى ولائه، لكن أحد عوامل الجذب الرئيسية خاصة في حالة الخدمات المصرفية عبر الأنترنت، هو خلق شعور بالثقة فيهم، الخدمات الأخرى التي قد تتسبب في ولاء العملاء هي توفير الخدمات الإلكترونية، مثل الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول، والرسائل القصيرة عبر الهاتف المحمول، والحصول على النقد من أجهزة الصراف الآلي، وتوفير الخدمات عبر الأنترنت.

### المطلب الثاني: ارتباط التسويق الإلكتروني بالخدمة البنكية

يتناول هذا المطلب ارتباط التسويق الإلكتروني بالخدمة البنكية، حيث يتم التطرق أولا إلى تعريف التسويق الإلكتروني:

#### أولا: تعريف التسويق الإلكتروني

هو عبارة عن تسويق المنتجات عن طريق شبكة الأنترنت أي يتم عرض منتجات الشركات في الأنترنت وتتم عملية البيع والشراء عن طريق الأنترنت.<sup>1</sup>

ثانيا: تأثير التسويق الإلكتروني على تطوير الخدمة البنكية (جودة الخدمة البنكية)

<sup>1</sup> مصطفى يوسف كافي، التسويق الإلكتروني في ظل المتغيرات التكنولوجية المعاصرة، دار رسلان للطباعة والنشر والتوزيع، د.ط، سوريا، دمشق، 2009، ص55.

لبيان تأثير التسويق الإلكتروني من خلال مراعاة المقاييس التالية:<sup>1</sup>

1. **التفاعل:** وهي حالة التفاعل القائم بين البنك والعميل ويمكن قياسها لأسئلة التالية:

- كم هي نسبة الإتصالات التي تكون بين البنك والعميل سواء من خلال البريد المباشر الإلكتروني، الإتصالات الصوتية، الرسائل الصوتية، ومن هو البادئ فيها؟
- إلى أي مدى يمكن للعميل الإنخراط في تفاعل حقيقي مع البنك خاصة أنها تتطلع لإدامة علاقة وطيدة معه للحصول على رضاه؟

2. **القدرة على الوصول:** تعتبر مسألة مدى إدراك العميل لسهولة وصعوبة الوصول إلى الموقع وهي تعتبر من المسائل المهمة التي ينبغي على المؤسسة قياسها وذلك من خلال استطلاعات أو دراسات ميدانية للحصول على رأي العملاء وذلك من خلال :

- سهولة الوصول: ما مدى سهولة اتصال العميل بالبنك وفقا لطريقته ووقته؟ وما مدى الصعوبات التي يواجهها عند تعامله التجاري معه؟
- سهولة التعامل: ما مدى سهولة تعامل العملاء مع البنك حالة اتصالحهم به؟ هل يحصل العملاء على معلومات المطلوبة من البنك؟ هل هناك مجالات لتحسين أسلوب تعامل البنك مع العملاء؟ هل هناك استجابة فعالة لطلبات العملاء؟

3. **الاختيار:** يعتبر العميل الإلكتروني سيد الموقف في بيئة الخدمة الإلكترونية، أي أنه صاحب القرار في اختيار مزود الخدمة الذي يريجه ويضمن له الأمان. مما يسمح للبنك الإتصال به في الأماكن والأوقات المتفق عليها بينهما وذلك من خلال مدى الإختيار والإذن، أي الإذن الذي يمنحه العميل للبنك يكون على مستويات:

المنخفض: يقتصر على قيام العميل بتزويد البنك اسمه وعنوانه وبريده الإلكتروني فقط.

المتوسط: يتضمن السماح للبنك الإتصال لعميل عبر أجهزته الخلوية تحت ظروف محددة.

العالي: الذي يمكن من خلاله الإتصال لعميل في كل زمان ومكان وتزويده لمعلومات التي تراها مهمة له.

4. **الإلتصاق:** هو مدى التزام العملاء لتعامل مع المؤسسة وتفضيلهم واستعدادهم للبقاء معها رغم وجود منافس لها ويمكن قياسها من خلال :

➤ هل البنك هو المفضل لديك؟

➤ ما حجم تكرارات الزيارة لموقع البنك الشبكي وكم من الوقت الذي يمضيه الزائر فيه؟

<sup>1</sup> بزخامي سليمة، أثر التسويق الإلكتروني على جودة الخدمات المصرفية، مذكرة ماستر في التسويق، كلية العلوم الإقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة مستغانم، الجزائر، 2015، ص ص 102-103.

➤ هل هناك أشياء تثير اهتمام الزائر لموقع البنك وتجعله يلتصق به؟

➤ حصول المؤسسة على معلومات وانطباعات حول القيمة المدركة من خلال الخدمة الإلكترونية المقدمة مما يجعل التصاق العميل لبنك وثيقاً.

➤ الكلمة المنطوقة: هل يقوم العملاء بإبلاغ آخرون عن البنك (اسمه، هدفه، نشاطه، خدماته وإنجازاته)

بما أن التسويق الإلكتروني هو ممارسة الأعمال والأنشطة التي يقوم إدارة متخصصة في المنظمات المعاصرة والتي تهدف أساساً إلى توفير المنتجات للعملاء والمستهلكين بالجودة المطلوبة وذلك بالكمية المناسبة وفي المكان والزمان المناسبين وبما يتلائم مع أذواق ورغبات واحتياجات هؤلاء العملاء والمستهلكين بأيسر الطرق وأسهلها و أقل التكاليف عن طريق استخدام شبكات الإتصالات الإلكترونية المتقدمة، و بالتالي التسويق الإلكتروني يحقق الجودة في المنتج من خلال بحوث التسويق الإلكتروني لتحليل أذواق المستهلكين مما يسمح بخدمة العميل بالدرجة الأولى إلى أن أصبح العميل هو المنتج.

### المطلب الثالث: علاقة تأثير الصيرفة الإلكترونية على القدرة التنافسية للبنك

يتبين تأثير الصيرفة الإلكترونية على أبعاد الميزة التنافسية بمايلي:<sup>1</sup>

1. التأثير على الاستجابة للعملاء: يقصد بها تقديم العديد من الخدمات المصرفية في أي وقت وفق نمط يشبع

احتياجات العميل على ما يرغبه من خدمات مصرفية دون الحاجة لتحمل عناء الانتقال الى مبنى المصرف والوقوف في صفوف الانتظار، إضافة إلى عدم تقييد العميل بأيام عمل المصرف أو بالساعات الرسمية له؛ وكل هذا يتيح للبنك فرصة اجتذاب عملاء جدد.

فالصيرفة الإلكترونية للبنك توسع من قاعدة عملائه وذلك من خلال اجتذابها لطبقة جديدة من العملاء، إضافة إلى ذلك فإنها تمكن للبنك من تنويع أسواقه على المستوى المحلي والدولي

2. التأثير على الإبداع والتطوير: تعد الصيرفة الإلكترونية من أهم الوسائل التي تساعد المصارف على الإبداع

والتميز وتحقيق سبق على المنافسين في قطاع الأعمال، وذلك من خلال التميز باستخدام أساليب إدارية وتكنولوجية حديثة سواء في إعادة تدريب العاملين وتحفيزهم، أو التحول من الصفات التقليدية أو إعادة هندسة العمليات أو التوسع في التجارة الإلكترونية، أو التحول من الصفات التقليدية إلى الأنظمة الإلكترونية الحديثة، أو توفير بنية تحتية للاتصالات، أو توفير قواعد بيانات شاملة وحديثة.

والتي من شأنها أن تضمن لتلك البنوك السيطرة على الأسواق حيث تعد الصيرفة الإلكترونية من أهم الوسائل التي تساعد المصرف في مواجهة المنافسين، والدخول إلى الأسواق حيث سهلت التكنولوجيا الحديثة عملية الحصول على

<sup>1</sup> بسمة محمد سامي الخطيب، دور الصيرفة الإلكترونية في تحقيق الميزة التنافسية، أطروحة دكتوراه في إدارة الأعمال، كلية الإقتصاد، جامعة دمشق، سوريا، 2014، ص ص 118-120 (بتصرف)

أية معلومة عن أي سوق وبسرعة، وذلك بإستخدام شبكة اتصالات حديثة ومتطورة أن تحدد السوق الذي يعاني من النقص والعمل على سداد هذا النقص إن أمكن.

3. تحقيق الربحية في الأجل الطويل: يؤدي توظيف الصيرفة الإلكترونية إلى تحقيق معدلات ربحية أعلى في الأجل الطويل ويعود ذلك إلى:

أ- التأثير على التكاليف: إن القنوات الإلكترونية وسائل لتقديم كافة الخدمات المصرفية بتكلفة أقل وذلك على ضوء العديد من الدراسات، التي تؤكد انخفاض تكاليف تأدية الخدمة المصرفية بإستخدام الأدوات الإلكترونية مقارنة بالأدوات التقليدية.

ب- ارتفاع ربحية قطاع عملاء الخدمة المصرفية المستعملين لهذه القنوات نظرا للإنخفاض النسبي في حساباتهم السعرية مقارنة بعملاء الخدمة المصرفية التقليدية.

ت- كذلك التأثير على وقت التسليم يعد الوقت سواء في إدارة الإنتاج أو في إدارة الخدمات ميزة تنافسية أكثر أهمية مما كان عليه في السابق، فالوصول إلى العميل في أقل وقت ممكن يمثل ميزة تنافسية، ويمكن تحديد الميزة التي تعد جوهر المنافسة على أساس الوقت كالتالي:

➤ تخفيض زمن دورة الخدمة للعميل وتخفيض زمن تقديم الخدمة الجديدة ويتحقق ذلك من خلال تقديم الخدمات المصرفية الإلكترونية.

4. التأثير على الكفاءة التشغيلية: تؤدي الكفاءة إلى إحداث تحسينات جوهرية في عمليات البنك، وبالتالي تحقيق الميزة التنافسية مستعينة في ذلك بالصيرفة الإلكترونية حيث يمكن عرض السلع والخدمات على المستوى العالمي وعلى مدار اليوم مما يوجد أسواقا جديدة للعملاء ويخفف نفقات بناء الأسواق ومصاريف الترويج وكذلك التواصل الفعال مع المصارف الأخرى والعملاء أينما وجدوا.

✓ فالكفاءة التشغيلية من شأنها التأثير على جودة الخدمة المصرفية التي تعد العامل الوحيد الأكثر أهمية الذي يؤثر على أداء وحدات الأعمال على المدى البعيد مقارنة مع ما يقدمه المنافسون الآخرون، فتقديم خدمة ذات جودة متفوقة وتطبيق الصيرفة الإلكترونية يعد من الطرق الأكثر فاعلية للنهوض بالعمل، لأن الجودة في أداء الأعمال تقود إلى كل من التوسع في السوق وتحقيق مكاسب إضافية من خلال زيادة حصتها السوق.

5. توزيع واسع الانتشار: تغطي العمليات المصرفية التقليدية مبنى البنك وفروعه على نطاق جغرافي محدد في حين أن للصيرفة الإلكترونية تغطية واسعة الانتشار.

## خلاصة الفصل:

في نهاية هذا الفصل يمكن القول أنّ الصيرفة الإلكترونية تعمل على تخفيض التكاليف وكذا ربح الوقت وعدم التقيد بأوقات الدوام، وهو الأمر الذي من شأنه تعظيم الأرباح وزيادة المداخيل للبنك. إذ تعد الخدمات المصرفية المستحدثة والتي تعتمد على التقنيات المتطورة التي تقدمها البنوك مصدر جذب للعملاء ومكسب للأرباح، وفي مقابل ذلك يتحصل العميل على سهولة التعاملات مع البنك وزيادة ثقته به، فالصيرفة الإلكترونية سهلت من تقديم وتنويع ورفع جودة الخدمات البنكية من حيث سرعة الإنجاز وإمكانية إتاحتها 24\24س، وهذا ما فتح المجال للمنافسة على تقديم أفضل وأجود الخدمات وتسويقها عبر الوسائل الإلكترونية لتحقيق هدف البقاء، مع ضمان مكانة سوقية هامة تسمح لها بالقدرة على مواكبة التغيرات السريعة والمستمرة.

## الفصل الثاني

عرض ودراسة الخدمات الرقمية في عينة من البنوك العربية

## تمهيد

إن البنوك الرقمية تقدم نفس خدمات البنوك التقليدية إلا أنها تعتمد على شبكة الأنترنت لتأخذ خدماتها الشكل الإلكتروني هدفها تسهيل المعاملات المالية، فبعد توفير خدمات البنوك الرقمية أصبح من السهل على العملاء القيام بمختلف العمليات والإجراءات المالية دون الحاجة للتنقل إلى مقر البنك أو الإلتزام بمواعيد العمل وبهذا تكون قد قلصت الكثير من الوقت والجهد.

في الوقت الراهن أصبحت البنوك الرقمية ثورة تكنولوجية تلعب دورا فعالا في تقديم خدمات متنوعة من أجل مواكبة التقدم التكنولوجي السريع والذي لن يتوقف حتما عند هذا الحد.

تطرقنا في هذا الفصل لدراسة تحليلية لعينة من البنوك الرقمية وتم تقسيمه إلى المباحث التالية:

**المبحث الأول:** واقع آليات الدفع الجديدة في البنوك الجزائرية

**المبحث الثاني:** الخدمات الرقمية في عينة من البنوك الجزائرية

**المبحث الثالث:** الخدمات الرقمية في عينة من بنوك دول الشرق الأوسط

## المبحث الأول: واقع آليات الدفع الجديدة في البنوك الجزائرية

عرفت الصيرفة الإلكترونية إنتشارا في البنوك الجزائرية خلال السنوات الأخيرة الماضية، إلا أنها لازالت لم تصل إلى مرحلة متقدمة من تكنولوجيا المعلومات والاتصال التي تعي مدى أهميتها في الإستثمار إلا أنها تعمل على تطويرها واستخدامها في كافة المجالات، وفي هذا المبحث سوف نتطرق إلى استعراض للبنوك الجزائرية وواقع قطاع تكنولوجيا الإعلام والاتصال في الجزائر وأهم وسائل الدفع.

## المطلب الأول: عرض لأبرز البنوك الجزائرية التي تقدم الخدمات المصرفية

توجد عدة أنواع من البنوك في الجزائر سواء بنوك تجارية أو بنوك مشتركة وأجنبية، تقدم مجموعة من الخدمات المصرفية، لذلك في هذا المطلب أعدنا تقديم مصغر لهذه البنوك.

## الفرع الأول: التعريف بأهم البنوك التجارية في الجزائر

تمتلك الجزائر مجموعة من البنوك التجارية التي تمارس نشاطات مختلفة، وفيما يلي تقديم مصغر لهذه البنوك:

1. البنك الوطني الجزائري: (BNA) أنشئ البنك الوطني الجزائري بتاريخ 13 جوان 1966، حيث مارس كافة النشاطات المرخصة للبنوك التجارية ذات الشبكة، كما تخصص إلى جانب هذا في تمويل القطاع الزراعي.<sup>1</sup>
2. بنك الجزائر الخارجي (BEA): هو بنك تجاري جزائري تأسس سنة 1967.<sup>2</sup>
3. بنك التنمية المحلية: (BDL) هو بنك عمومي برأس مال يصل إلى 36800000000 مليون دينار جزائري، يملك شبكة متكونة من 155 وكالة منتشرة بإحكام على مستوى التراب الوطني.<sup>3</sup>
4. بنك الفلاحة والتنمية الريفية (BADR): هو مؤسسة مالية وطنية تم إنشاؤها 13 مارس 1982 تعتبر من حيث الشكل القانوني بمثابة شركة ذات أسهم.<sup>4</sup>
5. القرض الشعبي الجزائري (CPA): أسس بنك القرض الشعبي الجزائري في عام 1966 بموجب المرسوم 366/66 برأس مال قدره 15 مليون دينار جزائري.<sup>5</sup>

<sup>1</sup> موقع البنك <https://www.bna.dz/ar>

<sup>2</sup> <https://arabtechnologie.com/%D9%82%D8%A7%D8%A6%D9%85%D8%A9%D8%A7%D9%84%D8%A8%D9%86%D9%88%D9%83-%D9%81%D9%8A-%D8%A7%D9%84%D8%AC%D8%B2%D8%A7%D8%A6%D8%B1> تاريخ الإطلاع 2021/05/20

<sup>3</sup> موقع البنك <https://www.bdl.dz/Algerie/arabe/index.html>

<sup>4</sup> موقع البنك- <https://badrbanque.dz/ar/sample-page-2/%d9%85%d9%80%d9%80%d9%86-%d8%9f-%d9%86%d9%80%d9%80%d8%ad%d9%80%d9%80%d9%86-%d8%9f>

<sup>5</sup> موقع البنك <https://www.cpa-bank.dz/index.php/fr/la-banque/presentation>

6. الصندوق الوطني للتوفير والاحتياط (CNEP): تأسس في عام 1964 ومنذ إنشائه واصل تأكيد وجوده في المركز المالي وليس فقط كبنك لتمويل الإسكان، وإنما أيضا كبنك علمي، مواطن حديث، أقرب إلى الجزائريين.<sup>1</sup>

7. الصندوق الوطني للتعاون الفلاحي (CNMA): تقدم CNMA خدماتها من خلال شبكتها المكونة من الزراعيين والريفيين والمستثمرين في القطاع الزراعي، في مجال التأمين على الممتلكات.<sup>2</sup>

### الفرع الثاني: البنوك المشتركة والأجنبية في الجزائر

بالنسبة للبنوك المشتركة والأجنبية في الجزائر سنقوم بإبرازها في هذا العنصر من خلال تعريف مصغر لكل بنك:

1. بنك البركة الجزائر: هو أول مصرف برأس مال مختلط (عام وخاص)، تم إنشاؤه في 20 ماي 1991 برأس مال 500.000.000 دج، وبدأ بمزاولة نشاطاته بصفة فعلية خلال شهر سبتمبر 1991.<sup>3</sup>

2. المؤسسة المصرفية العربية الجزائر (ABC): تأسس بنك المؤسسة العربية المصرفية ABC في البحرين عام 1980، وهو متواجد في أكثر من سبعة عشرة دولة منها دول الخليج وشمال إفريقيا والشرق الأوسط وأوروبا والأمريكيتين وآسيا.

ونظرا لتنامي اهتمام مجمع بنك ABC بالسوق الجزائري فقد تحول المكتب التمثيلي الذي تم إنشائه عام 1995 إلى بنك كامل في ديسمبر 1998 بقرار من مجلس النقد والقرض، وهكذا نشأت المؤسسة العربية المصرفية الجزائر التي تم تسميتها تحت الاسم التجاري لبنك ABC الجزائر، والتي أصبحت بالفعل أول بنك خاص دولي يستقر في الجزائر.<sup>4</sup>

3. بنك الخليج الجزائر: هو مصرف كويتي أنشئ عام 1960 يتركز في مجالات الخدمات المصرفية الفردية، الخدمات المصرفية للشركات، وخدمات الخزينة والخدمات المصرفية الدولية.<sup>5</sup>

4. بنك الإسكان للتجارة والتمويل الجزائر: تم تأسيس بنك الإسكان للتجارة والتمويل الجزائر في تشرين الأول عام 2003 برأس مال قدره 10 مليار دينار جزائري وكانت تبلغ حصة بنك الإسكان للتجارة والتمويل 61.2% من رأسماله، ولاحقا تم رفع حصته إلى أن أصبحت 85% من العام 2014.

<sup>1</sup> موقع البنك <https://www.cnepbanque.dz/index.php/a-propos>

<sup>2</sup> موقع البنك / <https://www.cnma.dz/presentation-2>

<sup>3</sup> موقع البنك [/https://www.albaraka-bank.com](https://www.albaraka-bank.com)

<sup>4</sup> موقع البنك <https://www.bank-abc.com/world/Algeria/Ar/Pages/default.aspx>

<sup>5</sup> <https://arabtechnologie.com/%D9%82%D8%A7%D8%A6%D9%85%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D8%A8%D9%86%D9%88%D9%83-%D9%81%D9%8A-%D8%A7%D9%84%D8%AC%D8%B2%D8%A7%D8%A6%D8%B1>

2021/05/20. تاريخ الإطلاع %D8%A7%D9%84%D8%AC%D8%B2%D8%A7%D8%A6%D8%B1

يقدم بنك الإسكان للتجارة والتمويل الجزائر مجموعة كبيرة من الخدمات المصرفية في السوق الجزائري لعملائه في قطاعي الأفراد والشركات والذي يعمل على خدمتهم من خلال فروع موجودة حاليا.<sup>1</sup>

5. **بنك السلام الجزائري:** هو بنك شمولي يعمل طبقا للقوانين الجزائرية ووفقا لأحكام الشريعة الإسلامية، كثمرة للتعاون الجزائري الخليجي، تم اعتماد المصرف من قبل بنك الجزائر سبتمبر 2008، ليبدأ مزاوله نشاطه مستهدفا تقديم خدمات مصرفية مبتكرة.<sup>2</sup>

6. **سيتي بنك الجزائر:** هو أول بنك أجنبي يتم تأسيسه في الجزائر تم إنشاء مكتب تمثيلي في الجزائر العاصمة في عام 1991 وفي عام 1997 كان أول مؤسسة أجنبية تقدمت بطلب الحصول على رخصة مصرفية تجارية والحصول عليها، تم افتتاح الفرع بالكامل سنة 1998.<sup>3</sup>

7. **إتش إس بي سي الجزائر:** بنك HSBC الجزائر هو أحد فروع بنك HSBC الشرق الأوسط المحدود، الذي يصنف من بين أهم مجموعات الخدمات المصرفية والمالية على مستوى العالم ويعد جزءا لا يتجزأ من مجموعة HSBC. وقد تم اعتماده من قبل مجلس العملات والإئتمان ببنك الجزائر في 17 يونيو 2008 بموجب المادتين 70 و 90 من القرار رقم 03-11 بتاريخ 26 أبريل 2003 الخاص بالعملات والإئتمان.<sup>4</sup>

8. **بنك ناتكسيس الجزائر:** نتيكسيس الجزائر هي الفرع الجزائري لمجموعة Groupe BPCE المدعومة من ناتيكسيس وأول بنك أوروبي أنشئ في الجزائر منذ عام 1998 مع ما يقرب من 800 موظف و 28 وكالة منتشرة في جميع أنحاء الجزائر تقريبا، تقدم نتيكسيس الجزائر مجموعة واسعة من المنتجات والخدمات المالية للشركات الكبيرة، الشركات الصغيرة والمتوسطة، المحترفين والأفراد الجزائريين.<sup>5</sup>

9. **سوسيتيه جينيرال الجزائر:** سوسيتي جنرال الجزائر هو أحد البنوك التجارية المملوكة بنسبة 100% لمجموعة سوسيتيه جنرال وهو واحد من أوائل البنوك الخاصة التي تأسست في الجزائر منذ عام 2000، يقدم مجموعة متنوعة ومبتكرة من الخدمات المصرفية لأكثر من 230 ألف عميل من الأفراد والمهنيين والشركات.<sup>6</sup>

**المطلب الثاني: لمحة عن واقع الخدمات الرقمية في الجزائر**

<sup>1</sup>موقع البنك <https://www.hbtf.com/ar/network-the-housing-bank-for-trade-and-finance-algeria>

<sup>2</sup>موقع البنك <https://www.alsalamalgeria.com/#1/page6>

<sup>3</sup>موقع البنك <https://www.citigroup.com/citi/about/countries-and-jurisdictions/algeria.html>

<sup>4</sup>موقع البنك <https://www.business.algeria.hsbc.com/ar-dz/dz/generic/legal>

<sup>5</sup> <https://arabtechnologie.com/%D9%82%D8%A7%D8%A6%D9%85%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D8%A8%D9%86%D9%88%D9%83-%D9%81%D9%8A-%D8%A7%D9%84%D8%AC%D8%B2%D8%A7%D8%A6%D8%B1> تم الإطلاع 20/05/2021.

<sup>6</sup>موقع البنك <https://particuliers.societegenerale.dz/fr/nous-connaitre/presentation-societe-generale-algerie>

يتضمن هذا العنصر واقع الأنترنت وتكنولوجيا المعلومات والإتصال في الجزائر.

### الفرع الأول: التعريف بشبكة الأنترنت وواقع خدمة الأنترنت في الجزائر

#### أولاً: التعريف بشبكة الأنترنت

وهي وسيلة لتوصيل كمبيوتر بكمبيوتر آخر، بحيث يمكن للأجهزة إرسال أو تلقي جميع أنواع المعلومات مثل النصوص والصوتيات والرسومات ومقاطع الفيديو. وتلك الشبكة ليست مملوكة من قبل أي شخص بل تتعاون العديد من المنظمات حول العالم في عملها وتطورها<sup>1</sup>.

#### ثانياً: واقع خدمة الأنترنت في الجزائر

نتطرق في هذا الفرع أولاً إلى إحصائيات مستخدمي الأنترنت في العالم عامة والجزائر خاصة وذلك كما يلي:

#### 1- مستخدمي الأنترنت حول العالم

يعرض هذا الجدول إحصائيات حول مجموع مستخدمي الأنترنت عبر العالم خلال الفترة الممتدة من سنة 2000-2020.

#### الجدول رقم (03): مجموع مستخدمي الأنترنت عبر العالم

إحصائيات استخدام الأنترنت والتعداد السكاني في العالم تقديرات عام 2021-الربع الأول-				
مناطق العالم	عدد السكان (EST 2021)	النسبة المئوية للسكان %	مستخدمي الأنترنت إحصائيات 2000/12/31	مستخدمي الأنترنت إحصائيات 31/12/2020
مجموع مستخدمي الأنترنت عبر العالم	7.875.765.584	100%	360.985.492	5.053.911.722

المصدر: <https://www.internetworldstats.com/stats.htm>

<sup>1</sup> نرمين السطالي، أثر شبكات الأنترنت على اتجاهات الشباب في عصر العولمة، ببلومانيا للنشر والتوزيع، 2019، ص23.

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه توسع في استخدام الأنترنت في العالم وفقا لما تبينه قاعدة بيانات الأنترنت الإحصائية العالمية خلال الفترة الممتدة من (2000-2020) بمعدلات واضحة للغاية، وهذا راجع إلى التوجه العالمي نحو التكثيف من استعمال التكنولوجيات الرقمية، في إطار ما يعرف بالثورة التكنولوجية الرابعة.

## 2-تكنولوجيا الإنترنت في الجزائر

وبالنسبة لتطور إجمالي مستخدمي الإنترنت في الجزائر خلال الفترة (2010-2017)، يمكن الإطلاع على الجدول أدناه:

الجدول رقم(04): إجمالي عدد مستخدمي الإنترنت في الجزائر خلال الفترة (2010-2017)

السنوات	عدد المستخدمين
2010	4.700.000
2012	5.230.000
2013	6.404.264
2014	6.669.9207
2015	11.000.000
2016	15.000.000
2017	18.580.000

المصدر: <https://www.internetworldstats.com/af/dz.htm>

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه ارتفاع ملحوظ في عدد مستخدمي الأنترنت في الجزائر من سنة لأخرى، خاصة في سنة 2015مقارنة بسنة 2014. وظلّ الإرتفاع مستمر حيث قدّر سنة 2017 بـ 18.580.000 مستخدم. وهو راجع إلى التطور الذي تشهده التكنولوجيا كل عام، مما يزيد من إقبال المجتمع نحو استخدام الأنترنت في مجالات عديدة لما تسهل عليه كافة عملياته في أسرع وقت وبأقل التكاليف.

## المطلب الثالث: وسائل الدفع الرقمية في البنوك الجزائرية

تقدم البنوك الجزائرية مجموعة من البطاقات البنكية لتسوية كافة المعاملات البنكية الإلكترونية، وفيما يلي أهم البطاقات البنكية في البنوك الجزائرية من خلال ما يوضحه الجدول أدناه:

الجدول رقم (05): أهم البطاقات البنكية الإلكترونية الأكثر استعمالاً في الجزائر

أهم البطاقات الرقمية البنكية في البنوك الجزائرية		
1- بطاقات CIB البنكية		
		
اسم البطاقة	تعريف	مزايا
بطاقة CIB الكلاسيكية	- وهي بطاقة للسحب والدفع مابين البنوك تمنح للأشخاص الذين يملكون حسابات بالعملة الوطنية، صالحة لمدة سنتين حيث يتم تجديدها تلقائياً إلا في حالة الإلغاء من قبل البنك الذي تتعامل معه ويتم تجديدها قبل شهرين من تاريخ انتهاء صلاحيتها.	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ سهولة الإستخدام.</li> <li>▪ إجراء عمليات السحب والدفع 24/سا و 7/7 أيام.</li> <li>▪ تمكين العميل من إجراء مدفوعاته لدى جميع التجار باستخدام TPE وكذلك الدفع عبر الانترنت.</li> </ul>
بطاقة CIB الذهبية	- يقدمها البنك لزيائنه ويتم اختيارها وفقاً لشروط محددة، بالإضافة إلى خدمات الدفع والسحب فإن هذه البطاقة توفر خدمة إضافية مع سقف سحب ودفع مرتفع نسبياً.	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ متاح من خلال جميع الموزعات الآلية.</li> </ul>
2- بطاقة Corporate و coporate+		



<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ حاملة لإسم صاحبها.</li> <li>▪ تاريخ صلاحية البطاقة 3 سنوات.</li> </ul>	<p>- هي بطاقة معدة للإستخدام المحلي مدعومة بحسابات محترفي الشركات، متخصصون، شركات كبيرة والهيئات العامة، فحاملها شخص طبيعي "مفوض أو معين" من قبل الشركة التي تملك الحساب، صالحة لمدة 3 سنوات قابلة للتجديد التلقائي.</p> <p>فهي بطاقة أثبتت نفسها على مر السنين كأداة عمل أساسية تسمح لحاملها بإدارة نفقاته المهنية بسهولة أكبر.</p>	<p><b>بطاقة Corporate</b></p>
	<p>- هي بطاقة سحب ودفع مزودة برمز سري وكلمة مرور، ومرتبطة بالحسابات للشركات المهنية والهيئات العامة.</p>	<p><b>بطاقة coporate+</b></p>

3- البطاقات المصرفية الإلكترونية الدولية



--	--	--

<p>- داخل التراب الوطني: تسديد قيمة مشترياته من السلع والخدمات لدى المحلات الموضوعة تحت الرقابة الجمركية المتواجدة داخل التراب الوطني.</p> <p>- خارج التراب الوطني: تمكن حاملها من السحب من أي جهاز صراف الي والدفع لدى أي تاجر يعرض شعار شبكة فيزا الدولية.</p> <p>- يحصل العميل على أمواله على مدار 24/سا و 7/7 أيام.</p>	<p>- هي بطاقة دولية للسحب والدفع صالحة لمدة سنتين وقابلة للتجديد تلقائيا.</p>	<p><b>بطاقة VISA الكلاسيكية</b></p>
	<p>وهي بطاقة دولية للسحب والدفع صالحة لمدة سنتين.</p>	<p><b>بطاقة VISA الذهبية</b></p>

المصدر: من إعداد الطالبين بالإعتماد على مواقع البنوك (البنك الوطني الجزائري، بنك التنمية المحلية، بنك القرض الشعبي الجزائري، بنك الفلاحة والتنمية الريفية).

وعليه نلاحظ من الجدول أن البنوك التجارية في الجزائر تقدم مجموعة من الخدمات الرقمية التي تمكن عملائها من الاستفادة منها، من خلال مجموعة من البطاقات الإلكترونية كبطاقة CIB الكلاسيكية والذهبية وبطاقة Corporate+ و Corporate+ إضافة إلى بطاقة فيزا الدولية.

#### المبحث الثاني: الخدمات الرقمية في عينة من البنوك الجزائرية

تزامنا مع التطور المعلوماتي الذي مس كل القطاع المالي سعت الجزائر كغيرها من الدول للحاق بهذا السباق التكنولوجي، وأدخلت العديد من الخدمات الإلكترونية على مستوى عدد كبير من البنوك الوطنية بهدف تقديم خدمة مصرفية ذات جودة وفي وقت قياسي وبأقل التكاليف، حتى تتمكن من فرض مكانتها السوقية وتكون قادرة على منافسة غيرها من البنوك، حيث سيتم التطرق لعينة من البنوك الجزائرية التي فتحت مواقع الكترونية تدعيما لبنوكها الفعلية من خلال إجراء معاملات عبر الخط وتقديم خدمات مصرفية إلكترونية متنوعة.

#### المطلب الأول: البنك الوطني الجزائري BNA والخدمات المصرفية الإلكترونية المقدمة

يتم التطرق في هذا المطلب إلى تقديم البنك الوطني الجزائري والخدمات المصرفية الإلكترونية التي يقدمها لزيائته.

## الفرع الأول: البنك الوطني الجزائري BNA

يتم في هذا الفرع تناول البنك الوطني الجزائري من حيث التعريف بالبنك وتبيان مقره الرئيسي إضافة إلى التطورات التي مر بها البنك والخدمات الإلكترونية التي يقدمها البنك.

## أولاً: تعريف البنك الوطني الجزائري

هو أول بنك تجاري وطني، يقدم خدمات مالية أكثر من 50 سنة منذ نشأته.

## ثانياً: التعريف بالمقر الرئيسي للبنك الوطني الجزائري

في الجدول أدناه يتم عرض بطاقة المعلومات الأساسية للبنك الوطني الجزائري:

## الجدول رقم (06): المقر الرئيسي لبنك الوطني الجزائري

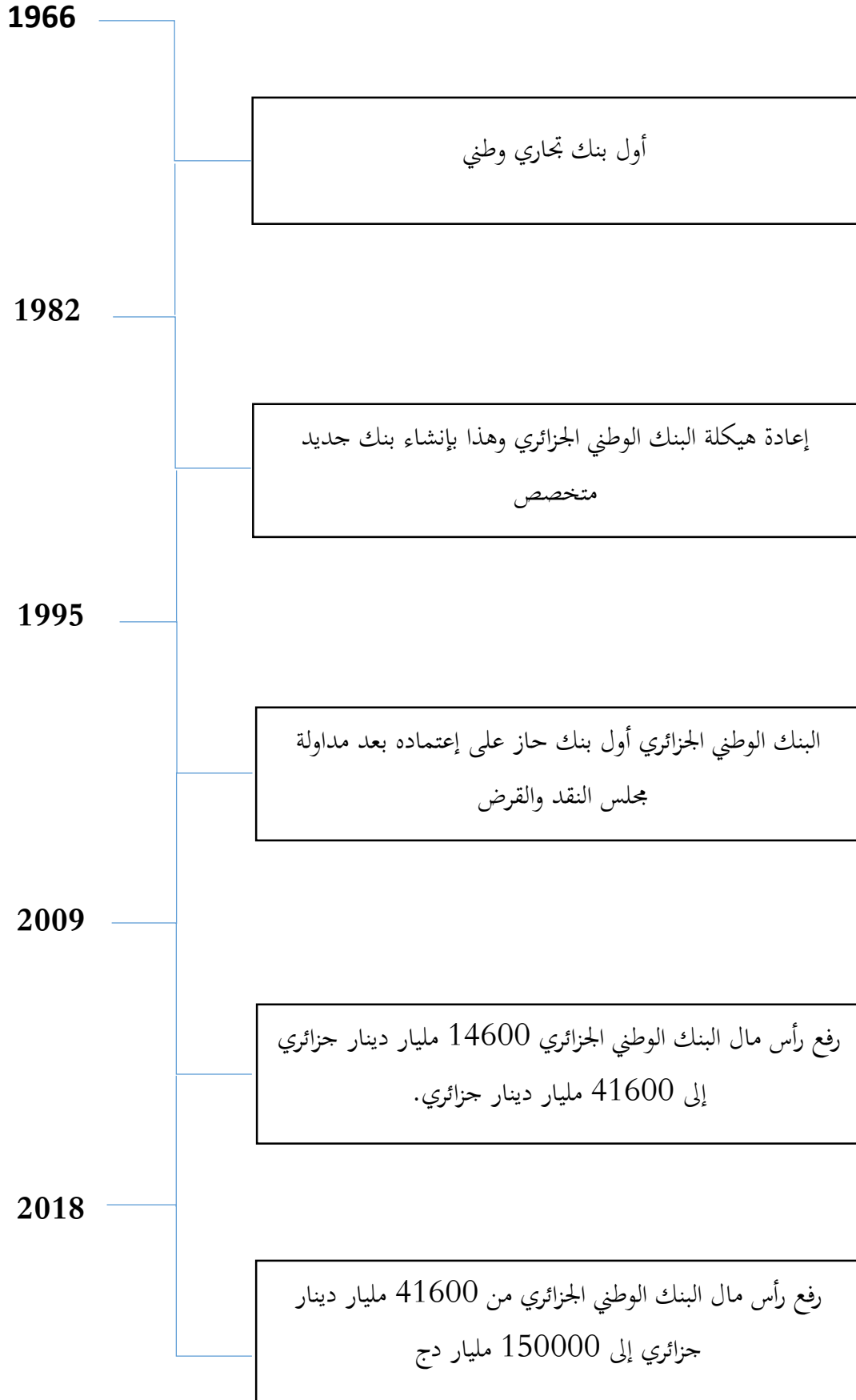
رقم الهاتف	عنوان البنك	
(023) 49 80 43	شارع 08 ارنستو شي غيفارة-الجزائر	البنك الوطني الجزائري
	البريد الإلكتروني: sec.dg@bna.dz	

المصدر: من إعداد الطالبين بالإعتماد على موقع البنك <https://www.bna.dz/ar>

## ثالثاً: نشأة وتطور البنك الوطني الجزائري

مرّ تطور البنك الوطني الجزائري بمراحل عديدة منذ نشأته إلا أنه تم التركيز على أهم التغييرات الحاصلة على مستواه فقط، ففي سنة 1988 تأثر تنظيم ومهام البنك بالقانون رقم 01-88 الصادر بتاريخ: 12 جانفي 1988.

الشكل رقم (04): التطور التاريخي للبنك الوطني الجزائري



المصدر: من إعداد الطالبين بالإعتماد على موقع البنك <https://www.bna.dz/ar>

## رابعاً: عرض الصفحة الرئيسية للبنك الوطني الجزائري BNA

للبنك الوطني الجزائري موقع رسمي على الأنترنت لإستقبال العملاء باللغتين العربية والفرنسية، يحدد من خلال صفحة رئيسية تحتوي على عدة صفحات ثانوية، يمكن الدخول لكل منها على حدا من خلال الخيارات الموجودة في أعلى الصفحة والتي فيها الخيارات الآتية (، عن البنك الوطني الجزائري ACCUEIL، منتجاتنا وخدماتنا PRODUITS ET SERVICES، الصيرفة الإسلامية FINANCE ISLAMIQUE، بنك عن بعد BANQUE A DISTANCE، الخدمات الإئتمانية MONITIQUE، خدمات التأمين البنكي BANCASSURANCE، فضاء الصحافة والإعلام (MEDIA & PRESS)

## الصورة رقم (01): الصفحة الرئيسية للبنك الوطني الجزائري BNA



المصدر: موقع البنك <https://www.bna.dz/ar>

## خامساً: عرض للبنك الوطني الجزائري الرقمي

دعم البنك الوطني الجزائري خدماته التقليدية بخدمات حديثة متاحة على مستوى البنك الرقمي التابع له حتى يمكن عملائه من الاتصال الدائم بالبنك دون تحمل عناء التنقل إلى الوكالات.

الجدول رقم (07): عرض البيانات المالية والخدمات المصرفية الإلكترونية لبنك الوطني الجزائري

BNA لسنة 2018.

البنك الوطني الجزائري BNA			
موقع البنك <a href="https://www.bna.dz/ar">/https://www.bna.dz/ar</a>			
المعاملات على الخط	الخدمات المصرفية الإلكترونية	أهم معطيات البنك لسنة 2018	
البنك الإلكتروني	بطاقات الدفع الإلكتروني	214 وكالة	عدد الوكالات التجارية
الخدمة البنكية عن طريق الهاتف	جهاز الدفع الإلكتروني	17 مديرية	عدد المديريات الجهوية
خدمة تبادل المعطيات المرقمنة	البطاقات البنكية الدولية	145 موزع آلي	عدد الموزعات الآلية
خدمة الدفع الإلكتروني عبر الإنترنت		97 شبك	عدد الشبائيك الآلية
		234122 بطاقة	عدد البطاقات البنكية
		2780481	حساب الزبائن
		95705 مليون دج	المنتج البنكي الصافي
		73600 مليون دج	الناتج الاجمالي للإستغلال
		50036 مليون دج	ناتج الاستغلال
		35832 مليون دج	الناتج الصافي
		150.000 مليار دج	رأسمال البنك
		5000 موظف	عدد الموظفين

المصدر : من إعداد الطالبين بالإعتماد على موقع البنك [/https://www.bna.dz/ar](https://www.bna.dz/ar)

من خلال الجدول نلاحظ أن البنك الرقمي لـ BNA يضع كافة المعلومات التي تم الزبائن، كما أنه طور من خدماته الرقمية بشكل ملحوظ فأتاح العديد من الخيارات سواء كانت خدمات مصرفية إلكترونية أو معاملات على الخط أما بالنسبة لعدد الموزعات الآلية فبلغ 145 موزع و 97 شبك آلي كما يصرح بالعدد السنوي للبطاقات البنكية 234122 بطاقة، كما أنه يحوز على أكثر من 2.7 مليون زبون من الخواص والمؤسسات الناشطة من مختلف الأحجام.

فالبنك يتبنى منهج توصيلها فعال أكثر ملائمة متعدد القنوات: الموقع الإلكتروني، مركز الإتصالات، خلية الإنصات، التكفل بالشكاوى، كذلك تأثر كغيره من المؤسسات بقانون النقد والقرض 90/10.

### الفرع الثاني: تطورات الخدمات البنكية الإلكترونية في البنك الوطني الجزائري BNA

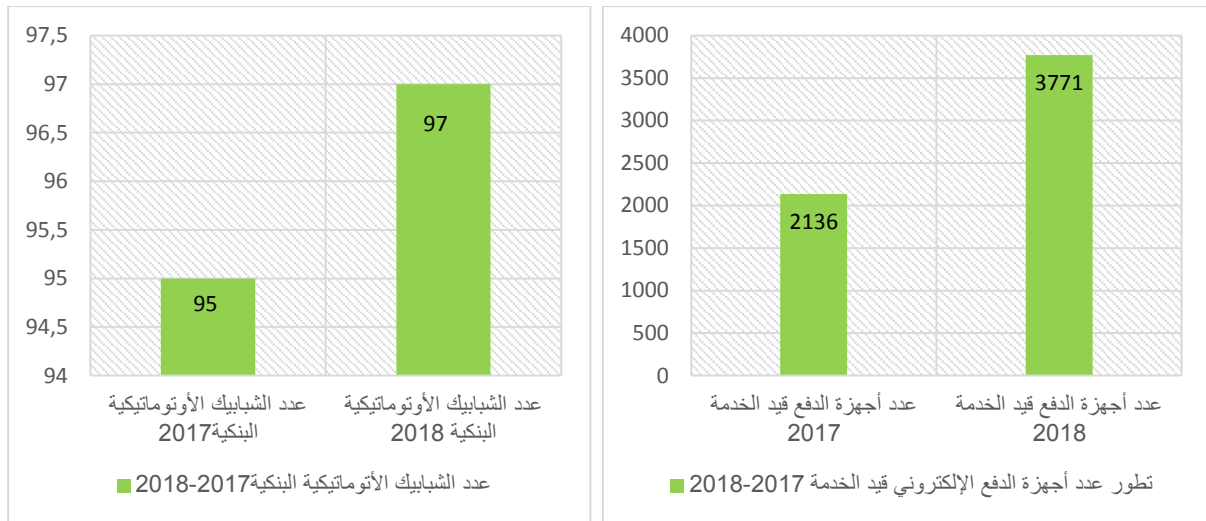
يضع البنك الوطني الجزائري مجموعة من البطاقات البنكية والشبائيك الأوتوماتيكية، وأجهزة الدفع الإلكترونية والخدمات عن بعد، لعملائه حتى تمكنهم من إجراء عملياتهم البنكية الإلكترونية بسرعة وبوقت وجهد أقل.

### أولاً: الشبائيك الأوتوماتيكية وأجهزة الدفع الإلكتروني في البنك الوطني الجزائري

يتم التطرق إلى عدد الشبائيك البنكية وأجهزة الدفع الإلكترونية قيد الخدمة في البنك الوطني الجزائري بين سنتي 2017-2018 وذلك من خلال الشكل الموضح أدناه:

### الشكل رقم (05): تطورات عدد الشبائيك الأوتوماتيكية البنكية وأجهزة الدفع الإلكتروني

قيد الخدمة خلال الفترة (2018-2017).



المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على التقرير السنوي لبنك الوطني الجزائري، 2017 ص 10، 11 و2018 ص 8.

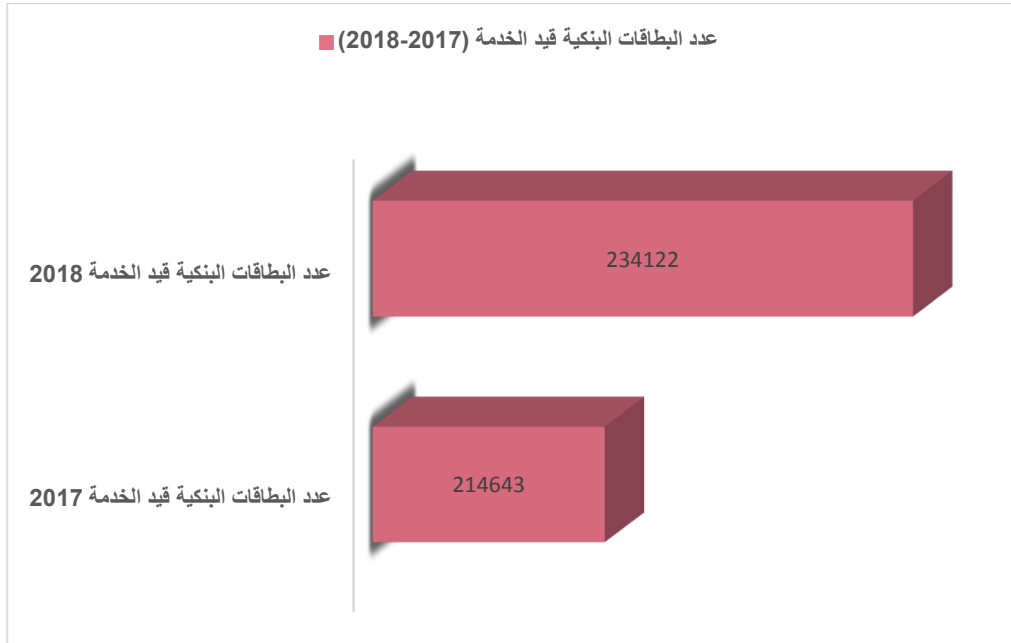
نلاحظ من خلال الشكل أعلاه زيادة في عدد أجهزة الدفع الإلكتروني قيد الخدمة لسنة 2018 مقارنة بسنة 2017 بزيادة تقدر بـ 1635 جهاز، وهو يعتبر تطور ملحوظ يشهده بنك الوطني الجزائري.

كذلك نلاحظ زيادة في عدد الشبائيك الأوتوماتيكية قيد الخدمة بزيادة تقدر بشبائيكين أوتوماتيكيين بين سنتي 2017 و2018.

### ثانياً: عدد البطاقات البنكية قيد الخدمة

يقدم البنك الوطني الجزائري خدمات مصرفية إلكترونية من خلال البطاقات البنكية، وفيما يلي نعرض عدد البطاقات البنكية قيد الخدمة:

## الشكل رقم (06): عدد البطاقات البنكية قيد الخدمة خلال الفترة (2017-2018)



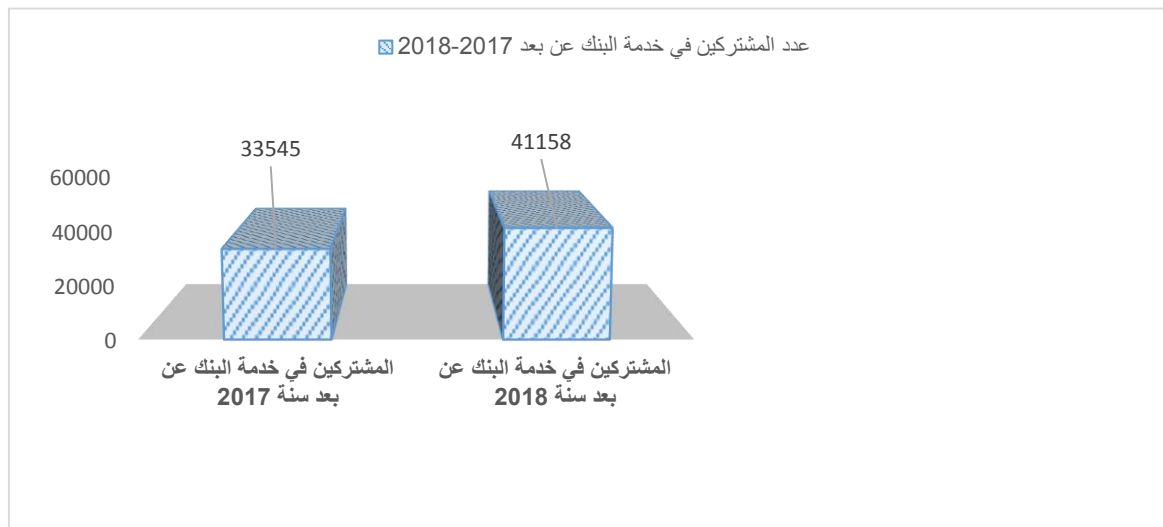
المصدر: من إعداد الطالبتين بالإعتماد على التقرير السنوي للبنك الوطني الجزائري، 2017 ص 10، 11 و 2018 ص 8.

يعرض الشكل أعلاه عدد البطاقات البنكية قيد الخدمة على مستوى بنك bna لسنتي 2017 و 2018، حيث وصل عدد البطاقات البنكية قيد الخدمة سنة 2018 إلى 234122 بطاقة بعدما كانت 214643 بطاقة قيد الخدمة لسنة 2017، أي بزيادة تقدر بـ 19479، وهذا ما يدل على الإقبال على استخدام البطاقات البنكية.

## ثالثا: عدد المشتركين في خدمة البنك عن بعد

نبين من خلال الشكل أدناه عدد المشتركين في خدمة البنك عن بعد خلال سنتي 2017-2018 كما يلي:

## الشكل رقم (07): عدد المشتركين في خدمة البنك عن بعد خلال الفترة (2017-2018)



المصدر: من إعداد الطالبتين بناء على معطيات التقرير السنوي للبنك الوطني الجزائري 2017 ص 10، 11 و 2018 ص 8.

عرفت سنة 2018 زيادة في عدد المشتركين في خدمة البنك عن بعد مقارنة بسنة 2017، وهو ما يتم ملاحظته في الشكل أعلاه بزيادة تقدر بـ 7613 مشترك، وهو يدل على إعطاء صورة واضحة وإيجابية نحو قابلية العملاء على استخدام الصيرفة عن بعد.

### المطلب الثاني: بنك السلام الجزائر والخدمات المصرفية الإلكترونية المقدمة

يعد بنك السلام الجزائر من البنوك حديثة التأسيس في الجزائر بالنظر لغيره من البنوك إلا أنه فرض وجوده نسبيا بعد 13 سنة من ممارسة النشاط البنكي.

### الفرع الأول: بنك السلام الجزائر

نقدم في هذا الفرع التعريف ببنك السلام الجزائر ومقره الرئيسي وصفحته الرئيسية إضافة إلى الخدمات البنكية الإلكترونية التي يقدمها البنك.

### أولاً: تعريف بنك السلام الجزائر

هو بنك شمولي يعمل طبقاً للقوانين الجزائرية ووفقاً لأحكام الشريعة الإسلامية، كثمرة للتعاون الجزائري الخليجي، تم اعتماد المصرف من قبل بنك الجزائر سبتمبر 2008، لبدء مزاولة نشاطه مستهدفا تقديم خدمات مصرفية مبتكرة.<sup>1</sup>

### ثانياً: التعريف بالمقر الرئيسي لبنك السلام الجزائر

في الجدول أدناه يتم عرض المعلومات الأساسية لبنك السلام الجزائر:

### الجدول رقم (08): المقر الرئيسي لبنك السلام الجزائر

رقم الهاتف	عنوان البنك	
(+213) (0) (21) 38 88 88	233، شارع أحمد واكد دالي إبراهيم الجزائر	بنك السلام الجزائر
	البريد الإلكتروني: <a href="mailto:tawassol@alsalamalgeria.com">tawassol@alsalamalgeria.com</a>	

المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على موقع البنك <https://www.alsalamalgeria.com/ar>

### ثالثاً: تقديم للصفحة الرئيسية لبنك السلام الجزائر

يعرض بنك السلام مثله مثل البنوك الجزائرية على موقعة الإلكترونية مجموعة خدماته التي يقدمها، من خلال صفحات، كل صفحة تحتوي على عناصر تندج تحتها وهذه الصفحات تتمثل فيما يلي (من نحن، هيئة الفتوى، الخدمات عبر الأنترنت، بطاقات مصرف السلام، الشركات، الأفراد)

<sup>1</sup>موقع البنك <https://www.alsalamalgeria.com/ar/accueil.html#!/page6>

## الصورة رقم (02): الصفحة الرئيسية لبنك السلام الجزائر



المصدر: موقع البنك <https://www.alsalamalgeria.com/ar>

من خلال الصورة أعلاه نلاحظ بأن بنك السلام الجزائر يضع بياناته على موقعه في الانترنت من خلال 6 نوافذ حيث كل نافذة تحتوي على بيانات معينة من تعريف بالبنك، الخدمات التي يقدمها...إلخ.

**الفرع الثاني: عرض لبنك السلام الجزائر الرقمي والخدمات الإلكترونية التي يقدمها**

يشجع بنك السلام الجزائر على تبني الرقمنة وما يصاحبها من تسهيلات في التعاملات البنكية وإستعمال وسائل الدفع الحديثة.

الجدول رقم (09): البيانات المالية والخدمات المصرفية الإلكترونية لبنك السلام الجزائر لسنة 2018

مصرف السلام الجزائر			
موقع البنك <a href="https://www.alsalamalgeria.com">https://www.alsalamalgeria.com</a>			
المعاملات على الخط	الخدمات المصرفية الإلكترونية	أهم معطيات البنك لسنة 2018 ( آلاف دينار جزائري )	
خدمات عبر الأنترنت.	بطاقة السلام فيزا الذهبية	13 فرع	عدد الفروع
الخدمة المصرفية عن بعد السلام مباشر.	بطاقة التوفير أميني		
خدمة مبايل بنكنغ.	بطاقة الدفع آمنة	-	عدد الموزعات الآلية
خدمة الدفع عبر الانترنت E-Amina.	السلام فيزا مسبقة الدفع	-	عدد الشباييك الآلية
E-PREDOM	السلام فيزا بلاتينيوم	-	عدد البطاقات البنكية
E-CREDOC		75339606	مجموع تمويل الزبائن
		7015658	الناتج البنكي
		4468002	الناتج الإجمالي للإستغلال
		3335966	ناتج الإستغلال
		2418015	الناتج الصافي
		10000000	رأسمال البنك
		7238024	الاحتياطات
		496	عدد الموظفين

المصدر: من إعداد الطالبين بالإعتماد على موقع البنك <https://www.alsalamalgeria.com> //!# والتقرير السنوي للبنك لسنة 2018 ص ص 50،45،42،41

من الجدول نلاحظ أنه على الرغم من عديد الخدمات المصرفية الإلكترونية والمعاملات على الخط التي يقدمها بنك السلام الجزائر والتي تعد ناجحة بالنظر إلى مجموع تمويل الزبائن والذي بلغ 75339606 ألف دينار جزائري، إلا أن عدد فروعها لم يتجاوز 13 فرعاً وكذا رغم زيادة عدد الموظفين مقارنة بسنة 2017 الذي كان يبلغ 325 موظف ليصل إلى 496 موظف لأنه يعد بنكا فتيا مقارنة بسنوات تأسيس البنوك الأخرى، غير أنه لا يتم على مستواه التصريح بعدد الخدمات والمعاملات الرقمية كالشباييك الآلية والموزعات الآلية وعدد البطاقات البنكية.

المطلب الثالث: بنك التنمية المحلية BDL والخدمات المصرفية الإلكترونية المقدمة

نقوم في هذا العنصر بتقديم بنك التنمية المحلية، والخدمات الصيرفة الإلكترونية المقدمة.

الفرع الأول: بنك التنمية المحلية BDL

أولاً: تعريف بنك التنمية المحلية

تأسس بنك التنمية المحلية بموجب المرسوم رقم 85/85 المؤرخ في 1985/04/30<sup>1</sup>، فهو أولا بنك المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، الصناعات الصغيرة والمتوسطة والتجارة في أوسع معانيها، ثم بنك المهن الحرة والأفراد والعائلات يسعى إلى المشاركة الفعالة في تطوير الاقتصاد الوطني.<sup>2</sup>

ثانياً: التعريف بالمقر الرئيسي لبنك التنمية المحلية

يبين الجدول أدناه المقر الرئيسي لبنك التنمية المحلية:

الجدول رقم (10): المقر الرئيسي لبنك التنمية المحلية

رقم الهاتف	عنوان البنك	
+21321994800	05، نھجقاسي عمار، سطاوي، الجزائر.	بنك التنمية المحلية
	البريد الإلكتروني: <a href="mailto:cliente@bdl.dz">cliente@bdl.dz</a>	

المصدر: من إعداد الطالبين بالإعتماد على موقع البنك <https://www.bdl.dz/Algerie/arabe/index.html>

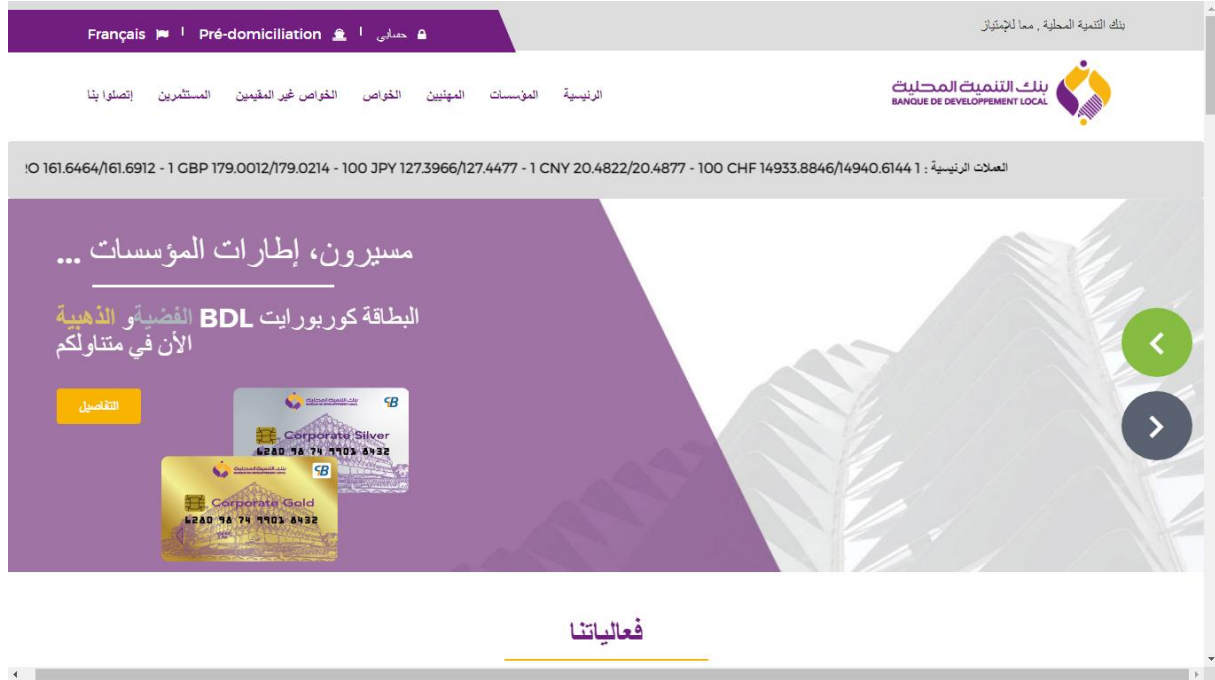
ثالثاً: عرض الصفحة الرئيسية لبنك التنمية المحلية

تمكن الصفحة الرئيسية لبنك BDL من معرفة مختلف الخدمات والمنتجات التقليدية والإلكترونية، التي يمكن الدخول إليها من خلال موقع البنك الذي يتيح جملة من الخيارات موجودة أعلى الصفحة والتي تحتوي على (الصفحة الرئيسية ACCUIEL، المؤسسات ENTREPRISE، المهنيين PROFESSIONNEL، الخواص PARTICULIER، الخواص غير مقيمين PARTICULIER NON RESIDENTE، المستثمرين INVESTISSEURS) وبمجرد الدخول لأي واحدة منها تفتح صفحات أخرى.

<sup>1</sup>التقرير السنوي لبنك التنمية المحلية 2018، ص 9.

<sup>2</sup>موقع البنك <https://www.bdl.dz/Algerie/arabe/index.html>

## الصورة رقم (03): الصفحة الرئيسية لبنك التنمية المحلية



المصدر: موقع البنك <https://www.bdl.dz/Algerie/arabe/index.html>

## رابعاً: عرض لبنك التنمية المحلية الرقمي

يعرض بنك التنمية المحلية كغيره من البنوك الجزائرية على موقعه عبر الانترنت، معطيات البنك إضافة إلى مختلف الخدمات المصرفية الإلكترونية التي يقدمها، وفيما يلي عرض هذه المعلومات بواسطة الجدول أدناه:

## الجدول رقم (11): البيانات المالية والخدمات المصرفية الإلكترونية لبنك التنمية المحلية لسنة 2018

بنك التنمية المحلية BDL - الجزائر -			
موقع البنك: <a href="https://www.bdl.dz/Algerie/arabe/index.html">https://www.bdl.dz/Algerie/arabe/index.html</a>			
المعاملات على الخط		أهم معطيات البنك لسنة 2018	
البنك الإلكتروني e-bdl	الخدمات المصرفية الإلكترونية	160 وكالة	عدد الوكالات التجارية
بنك DIGIT	بطاقات البنكية الإلكترونية	35 قطب	عدد الأقطاب التجارية
	بطاقة الدفع الإلكترونية الدولية	5 وكالة	عدد وكالات قرض على الرهن
	جهاز الدفع الإلكتروني	2 فرع	عدد الفروع التجارية
		147 وكالة	وكالات مكلفة بتسيير عمليات بنكية
		36800000000 مليون دينار.	رأس مال البنك
		4.424 موظف	عدد الموظفين
		1048882 مليون دج	إجمالي الميزانية
		60911	المنتجات البنكية
		47439	صافي الناتج المصرفي

المصدر: من إعداد الطالبين بالإعتماد على موقع البنك <https://www.bdl.dz/Algerie/arabe/index.html> والنقرير السنوي للبنك لسنة 2018

ص ص 23، 24.

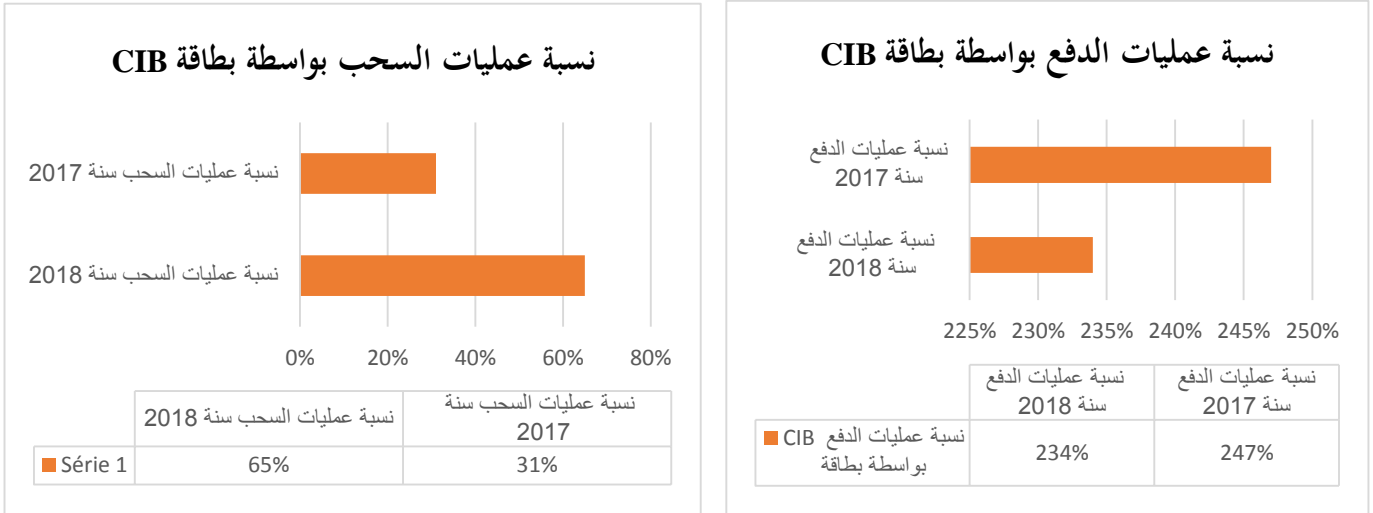
نلاحظ من الجدول أعلاه بأن بنك التنمية المحلية يعمل مثله مثل البنوك الجزائرية على وضع بياناته المتاحة لعملائه عبر موقعه في الإنترنت، من عدد الوكالات التجارية، رأس المال، عدد الموظفين، المنتجات البنكية.... إلخ. كذلك يعرض مجموعة خدماته المصرفية الإلكترونية ومعاملاته عبر الخط.

الفرع الثاني: إحصائيات البطاقات البنكية وأجهزة الدفع والصيرفة عن بعد التي يقدمها بنك التنمية المحلية

يوفر بنك التنمية المحلية BDL مجموعة من الخدمات البنكية الإلكترونية لعملائه نذكر منها:

أولاً: بطاقات البنكية الإلكترونية لبنك التنمية المحلية

1. بطاقة الدفع الإلكترونية CIB: هي بطاقة بنكية تمكن حاملها بإجراء كافة معاملاته المصرفية من عمليات دفع وسحب، وفيما يلي يوضح الشكل أدناه نسبة عمليات السحب والدفع بواسطة بطاقة CIB البنكية:  
الشكل رقم (08): نسبة عمليات الدفع والسحب بواسطة بطاقة CIB خلال الفترة (2017-2018)



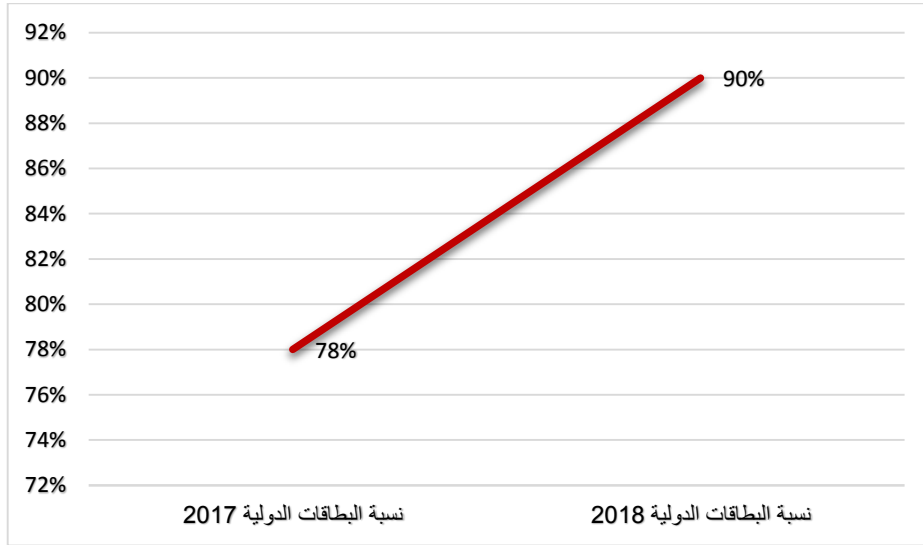
المصدر: من إعداد الطالبين بالإعتماد على التقرير السنوي لبنك التنمية المحلية، 2017 ص 42 وتقرير 2018 ص 40.

نلاحظ من خلال الشكل أعلاه تطور ملحوظ في عمليات السحب بواسطة بطاقة CIB، حيث زادت النسبة أكثر من النصف سنة 2018 مقارنة بسنة 2017. وهو ما يدل على وجود قابلية في استخدام بطاقات CIB الإلكترونية. أما بالنسبة لعمليات الدفع نلاحظ انخفاض في نسبة عمليات الدفع بواسطة بطاقة CIB سنة 2018 بنسبة 13% مقارنة بسنة 2017.

2. بطاقة كوربورايت: هي بطاقة متخصصة موجهة إلى المهنيين والمؤسسات من أجل تغطية النفقات، صالحة لمدة 3 سنوات قابلة للتجديد بطريقة أوتوماتيكية.

3. بطاقة الدفع الإلكترونية الدولية: يوفر بنك التنمية المحلية لعملائه البطاقة الدولية VISA، والشكل أدناه يبين نسبة بطاقات الدفع الإلكترونية الدولية:

## الشكل رقم (09): نسبة بطاقات الدفع الإلكترونية الدولية خلال الفترة (2017-2018)



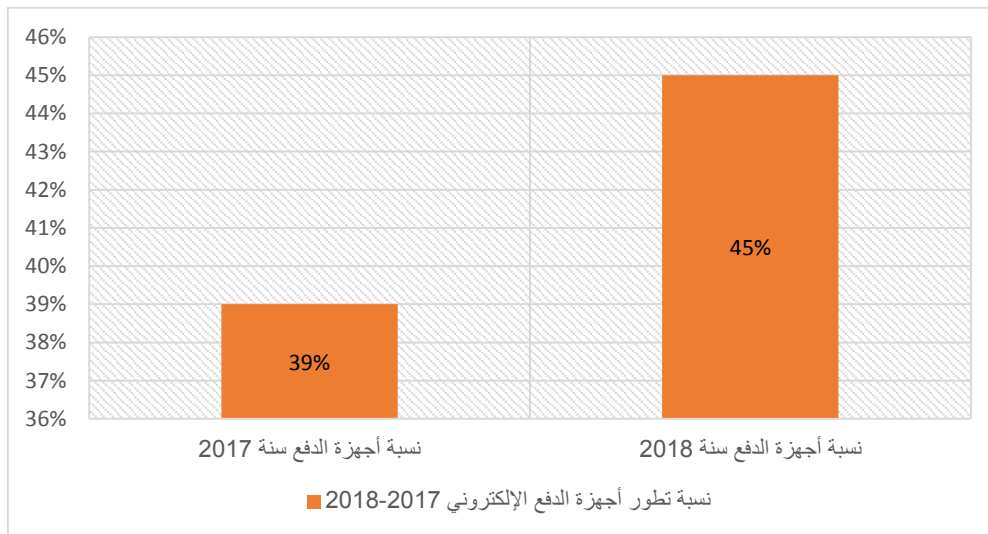
المصدر: من إعداد الطالبين بالإعتماد على التقرير السنوي لبنك التنمية المحلية 2017 ص 42 و2018 ص 40.

نلاحظ من خلال الشكل أعلاه تطور ملحوظ في نسبة استخدام بطاقات الدفع الإلكترونية الدولية حيث بلغت النسبة 78% سنة 2017 لتنتقل إلى 90% سنة 2018. وهو ما يدل على أن بنك التنمية المحلية يعمل على تطوير عملياته البنكية الإلكترونية بواسطة البطاقات.

## ثانيا: جهاز الدفع الإلكتروني TPE

هي وسيلة دفع الكترونية تسمح بالتخليص بواسطة البطاقة البنكية CIB الكلاسيكية والذهبية 24/24 و 7/7 أيام، تضمن حماية أكثر ضد التزوير والسرقة.<sup>1</sup>

## الشكل رقم (10): نسبة تطور أجهزة الدفع الإلكتروني TPE خلال الفترة (2017-2018)



المصدر: من إعداد الطالبين بالإعتماد على التقرير السنوي لبنك التنمية المحلية سنة 2017 ص 42 وتقرير سنة 2018 ص 40.

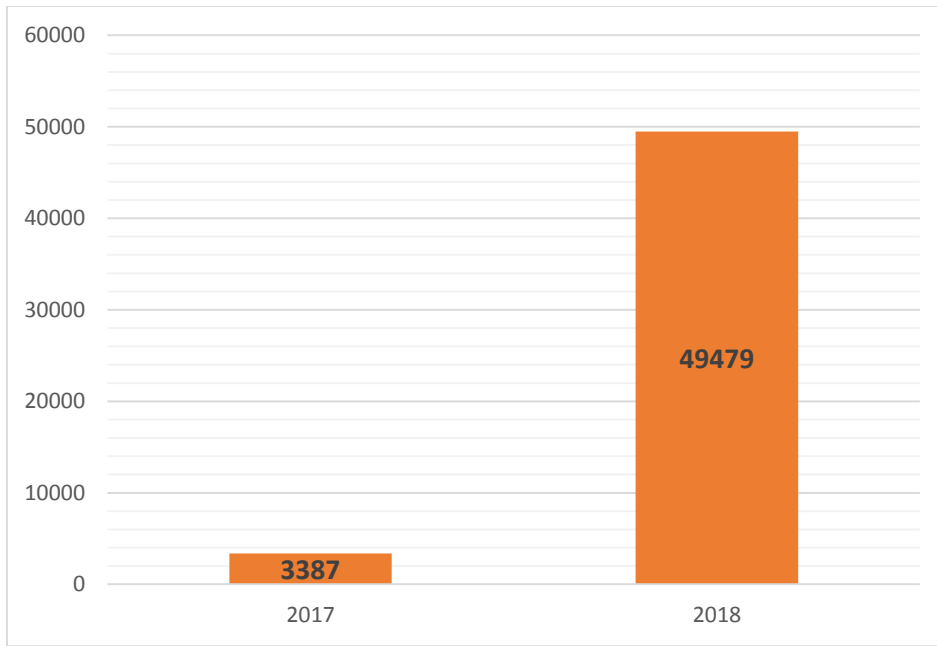
<sup>1</sup>موقع البنك <https://www.bdl.dz/Algerie/arabe/TPE.html>

يبين الشكل أعلاه نسبة تطور أجهزة الدفع الإلكتروني TPE لبنك BDL، حيث نلاحظ تطور في تركيب أجهزة الدفع الإلكترونية، وهو ما يدل على أن البنك يبذل مجهودات معتبرة لإنتشار جهاز TPE لدى عملائه من التجار.

### ثالثا: الصيرفة عبر الإنترنت في بنك التنمية المحلية

البنك الإلكتروني e-BDL هو اشتراك يسمح للعميل بالإطلاع على حساباته البنكية في أي وقت دون عناء التنقل إلى الوكالة عن طريق الإنترنت أو الهاتف النقال.<sup>1</sup>

### الشكل رقم (11): عدد الإشتراكات السنوية في الصيرفة عبر الإنترنت خلال الفترة (2017-2018)



المصدر: من إعداد الطالبين بالإعتماد على التقرير السنوي لبنك التنمية المحلية سنة 2018، ص42.

من خلال الشكل نلاحظ تطورا واضحا في عدد الإشتراكات للصيرفة عبر الإنترنت، مما يجعل بنك التنمية يعمل على تطوير الصيرفة الإلكترونية عبر الإنترنت وهو ما نلاحظه من خلال القفزة النوعية بين عدد الإشتراكات في الصيرفة عبر الإنترنت بين سنتي 2017-2018.

### رابعا: خدمة مونغرام

هي خدمة تسمح للعملاء بتحويل الأموال بطريقة سهلة وسريعة من أي بلد بالخارج إلى الجزائر، واستلامها عبر وكالات بنك التنمية المحلية المتواجدة عبر كامل التراب الوطني.<sup>2</sup>

### خامسا: الخدمة المصرفية الرقمية عبر تطبيق DIGIT بنك

DIGI بنك هو تطبيق موجه لزبائن بنك التنمية المحلية، يمكن الإستفادة منه عن طريق تحميل منصة DIGIT بنك.

<sup>1</sup>موقع البنك <https://www.bdl.dz/Algerie/arabe/e-banking.html>

<sup>2</sup>موقع البنك <https://www.bdl.dz/Algerie/arabe/MoneyGram.html>

لذلك تعتبر منصة DIGIT بنك خدمة مصرفية رقمية مبتكرة وسهلة الاستخدام لزبائن بنك التنمية المحلية والمستخدمين الراغبين في الحصول على الخدمة، صممت خصيصا لتلبية الاحتياجات على مدار الساعة ومن أي مكان حيث يمكن للزبون تثبيت التطبيق عن طريق جهاز قوقل بلاي (Google Play) وأبل ستور (AppleStore) ويمكن تثبيت التطبيق أيضا عبر تحميله من برامج تثبيت " نقل أندرويد" وايزو ios.

يحتوي التطبيق على فضائين فضاء عمومي موجه إلى كل الأشخاص الراغبين بتثبيت التطبيق عن طريق جهاز أبل ستور، وفضاء مصادق عليه أي يتم عن طريق إدخال الرقم السري للبنك الإلكتروني مع توفير الولوج لجملة من الخدمات، يمكن التواصل بثلاث لغات (العربية، الفرنسية، الإنجليزية)، ومدة الإشتراك فيه غير محددة.<sup>1</sup>

### المبحث الثالث: الخدمات الرقمية في عينة من بنوك دول الشرق الأوسط

إن عملية الرقمنة تحطت كل الحدود وكل المجالات فأصبح الجميع يسعى لمسايرة الركب التكنولوجي بما فيها البنوك التي كانت أكبر مستفيد من هذه القفزة النوعية فمنطقة الشرق الأوسط شهدت تغيرات جذرية على مستوى القطاع المالي بتسارع وتيرة الاندماج والاستحواذ بين البنوك والتي زادت من حدة المنافسة في المنطقة وكذا ساهمت في زيادة ربحية القطاع على المدى الطويل وكل هذه التغيرات أجبرت عددا من البنوك على التكيف مع التحول التكنولوجي كعزم بنك الإمارات دبي الوطني مثلا لتحويل نصف فروعه التقليدية إلى فروع رقمية.

### المطلب الأول: بنك الإمارات دبي الوطني والخدمات المصرفية الإلكترونية المقدمة

يعد بنك الإمارات دبي الوطني من أفضل المصارف في الإمارات، حيث حصد العديد من الجوائز لتقديمه لخدمات مصرفية مميزة في مجال الإستثمار، الخدمات المالية، بطاقات الإئتمان... إلخ، على نطاق واسع ليشمل تونس والمملكة المتحدة كمناطق لتقديم خدماته.

### الفرع الأول: تأسيس وتطور بنك الإمارات دبي الوطني

تأسس بنك الإمارات دبي الوطني، المجموعة المصرفية الرائدة في منطقة الشرق الأوسط وشمال إفريقيا وتركيا في 19 يونيو 1963 فكان أول بنك وطني تم تأسيسه في دبي ودولة الإمارات العربية المتحدة في 16 أكتوبر 2007 تم دمج بنك دبي الوطني وبنك الإمارات الدولي ثم تلاه الإستحواذ على دينيز بنك.<sup>2</sup>

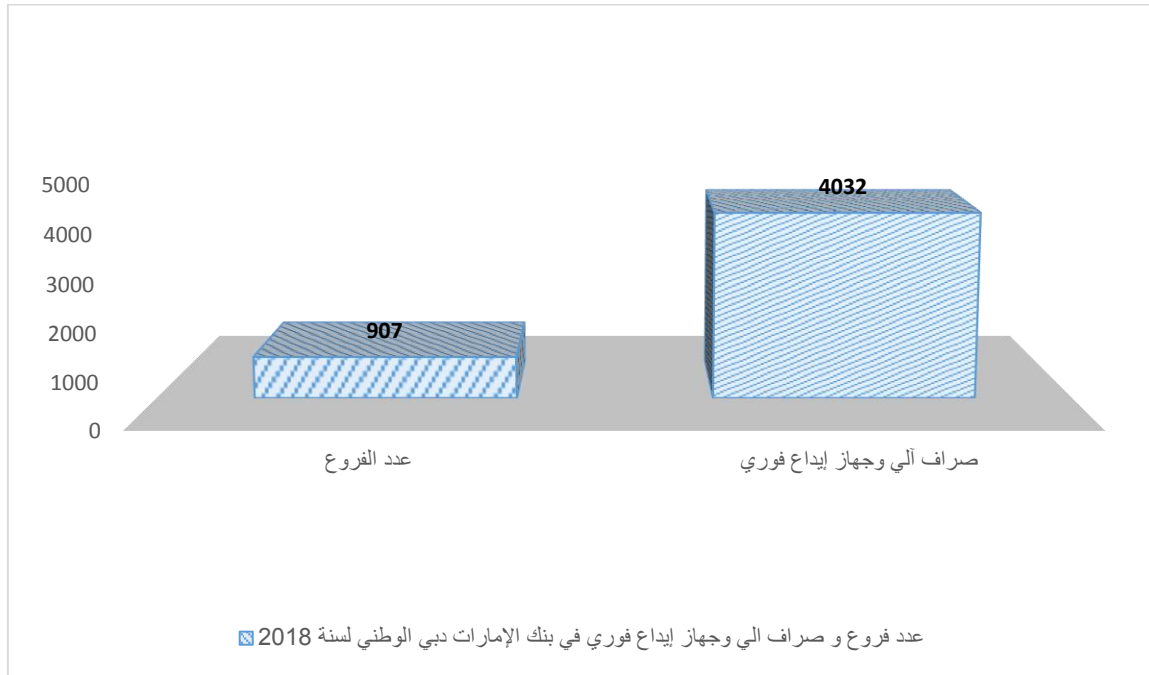
### الفرع الثاني: فروع وأجهزة الصراف الآلي في بنك الإمارات دبي الوطني

يبلغ عدد فروع بنك الإمارات دبي 907 فرع إضافة إلى 4032 جهاز صراف آلي وجهاز إبداع فوري وهو ما يوضحه الشكل أدناه:

<sup>1</sup>موقع البنك <https://www.bdl.dz/Algerie/arabe/Digitbank.html>

<sup>2</sup>موقع البنك <https://www.emiratesnbd.com/ar/about-emirates-nbd/about-us>

الشكل رقم (12): عدد فروع وأجهزة الصراف الآلي وأجهزة الإيداع الفوري في بنك الإمارات دبي الوطني لسنة 2018



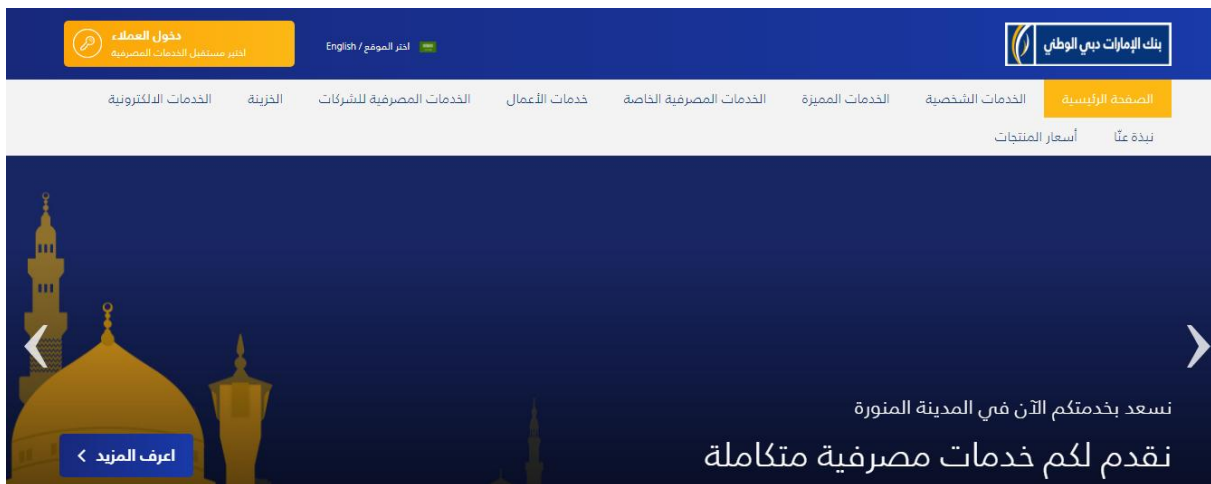
المصدر: من إعداد الطالبتين بالإعتماد على موقع البنك <https://www.emiratesnbd.com/ar/about-emirates-nbd/about-us>

نلاحظ من خلال الشكل بأن عدد الصرافات الآلية وأجهزة الإيداع الفوري أكبر بكثير من فروع البنك، وهو ما يعني بأن البنك يعتمد بشكل كبير على خدمات الصرافات الآلية التي تتيح تقديم خدمات للعملاء على مدار 24/24 ساعة.

الفرع الثالث: عرض الصفحة الرئيسية لبنك الإمارات دبي الوطني

نوضح من خلال الصورة أدناه محتويات الصفحة الرئيسية لبنك الإمارات دبي الوطني:

الصورة رقم (04): الصفحة الرئيسية لبنك الإمارات دبي الوطني



المصدر: موقع البنك <https://www.emiratesnbd.com.sa/ar-sa>

نلاحظ من خلال الصورة أعلاه بأن بنك الإمارات دبي الوطني يقدم عبر صفحته على الأنترنت جملة من الخدمات لخدمة عملائه وتقديم صورة واضحة حول كل ما يخص البنك من موقع، تعريف بالبنك، تاريخ تأسيسه وغيرها من البيانات الموجودة على صفحته، حيث بمجرد الدخول إلى هذه الصفحة نجد مجموعة من النوافذ الرئيسية، تندرج تحت كل نافذة نوافذ ثانوية، وأهم ما يوجد فيها مايلي: (الصفحة الرئيسية، الخدمات الشخصية، الخدمات المميزة، الخدمات المصرفية الخاصة، خدمات الأعمال المصرفية للشركات، الخزينة، الخدمات الإلكترونية).

#### الفرع الرابع: التعريف بالمقر الرئيسي لبنك الإمارات دبي الوطني

إن بنك الإمارات دبي الوطني كغيره من البنوك له وجود فعلي قبل أن يتوجه إلى رقمنة خدماته، وفيما يلي المقر الرئيسي للبنك:

#### الجدول رقم (12): المقر الرئيسي لبنك الإمارات دبي الوطني

رقم الهاتف	عنوان البنك	
+971 4 609 4112	دبي الإمارات العربية المتحدة	بنك الإمارات دبي الوطني
	الموقع الإلكتروني: <a href="http://www.emiratesnbd.com">www.emiratesnbd.com</a>	

المصدر: من إعداد الطالبين بناء على التقرير السنوي للبنك 2018 ص 57.

#### الفرع الخامس: عرض لبنك الإمارات دبي الوطني الرقمي

يصرح بنك الإمارات دبي الوطني بأرقامه المالية على موقعه عبر الأنترنت ومختلف خدماته المصرفية والإلكترونية والجدول الموالي يوضح أهم الأرقام المالية المصرح بها على موقع بنك الإمارات دبي الوطني الرقمي:

الجدول رقم (13): البيانات المالية والخدمات المصرفية الإلكترونية لبنك الإمارات دبي الوطني لسنة 2018.

بنك الإمارات دبي الوطني			
الموقع الإلكتروني: <a href="http://www.emiratesnbd.com">www.emiratesnbd.com</a>			
المعاملات على الخط	الخدمات المصرفية الإلكترونية	المراجعة المالية لسنة 2018 (الوحدة مليار درهم إماراتي)	
- وصلت نسبة العملاء عبر القنوات الرقمية 50% أما خارج الفروع بلغت 30%.	U- من إعمار : إطلاق مجموعة من بطاقات الإئتمان بتعاون شركة إعمار مع بنك الإمارات دبي الوطني.	40%	الأرباح الموزعة
- تحديث تطبيق فيتنس. - توسيع نطاق خدمة التحول المباشر دايركت ريميت. - طرح خدمة غوغل باي.	- برنامج " إكستشينجر " Exchanger التطوعي : الذي يشجع على روح العمل التطوعي. المباشر دايركت ريميت.	17.402 +13%	إجمالي الدخل
	- استخدام الالعاب الرقمية: بهدف جذب شريحة أوسع من العملاء والتعريف بالعلامة التجارية للبنك.	12.888 +19%	صافي دخول الفوائد
	- البث المباشر لعام 2018: بدأ من خلال مبادرة AskEmiratesNBD# ونجاح هذه المبادرة أدى لإطلاق برنامجين مباشرين.	-----	الإيرادات من غير فوائد
		5.62 +16%	إجمالي التكاليف
		10.042	صافي الربح

		+20%	
		500	إجمالي الموجودات
		20.9%	نسبة كفاية رأس المال

المصدر: من إعداد الطالبين بالإعتماد على التقرير السنوي للبنك لسنة 2018، ص ص 13، 19.

نلاحظ من خلال الجدول أنه في سنة 2018 تم تحقيق نتائج قياسية و متميزة من خلال تحقيق بيانات مالية قوية ليكون البنك نهما رائدا في رقمنة الخدمات المصرفية أما بالنسبة لإرتفاع التكاليف فهو عاد إلى إرتفاع تكاليف التسويق وتكنولوجيا المعلومات بالإستثمار المدروس في المشاريع إضافة إلى إرتفاع تكاليف الموظفين وزيادة إجمالي الربح راجع إلى نمو الموجودات وإرتفاع الهوامش وزيادة المخصصات.

### المطلب الثاني: مصرف الراجحي والخدمات المصرفية الإلكترونية المقدمة

تعمل البنوك السعودية في ظل النمو التقني المتسارع على تطوير الصناعة المصرفية مع الإلتزام بالشفافية وعمدت جلّ البنوك لعمليات الإندماج البنكي لتشكيل تكتلات أكثر قوة وكذا التوجه نحو التحول الرقمي وتحويل جزء كبير من الخدمات البنكية إلى خدمات الكترونية حتى تحقق التوسع في تقديم تلك الخدمات دون الحاجة لتوسيع فروعها الأمر الذي قلّص من حجم التكاليف وزيادة الأرباح المحققة.

### الفرع الأول: تعريف مصرف الراجحي

تأسس مصرف الراجحي عام 1957 وهو واحد من أكبر المصارف في العالم مع خبرة سنوات طويلة في الأنشطة المصرفية والتجارية، تم دمج المؤسسات الفردية المختلفة تحت اسم الراجحي في مظلة شركة الراجحي للتجارة والتبادل في عام 1978 وتم تأسيس المصرف كشركة مساهمة سعودية في عام 1988.<sup>1</sup>

### الفرع الثاني: عرض المقر الرئيسي لبنك الراجحي

مصرف الراجحي قبل أن ينشئ بنكه الرقمي له وجود فعلي منذ أكثر من 58 عاما، والجدول التالي يبين المقر الرئيسي للبنك:

<sup>1</sup>موقع البنك <https://www.alrajhibank.com.sa/alrajhi-group/about>

## الجدول رقم (14): المقر الرئيسي لبنك الراجحي

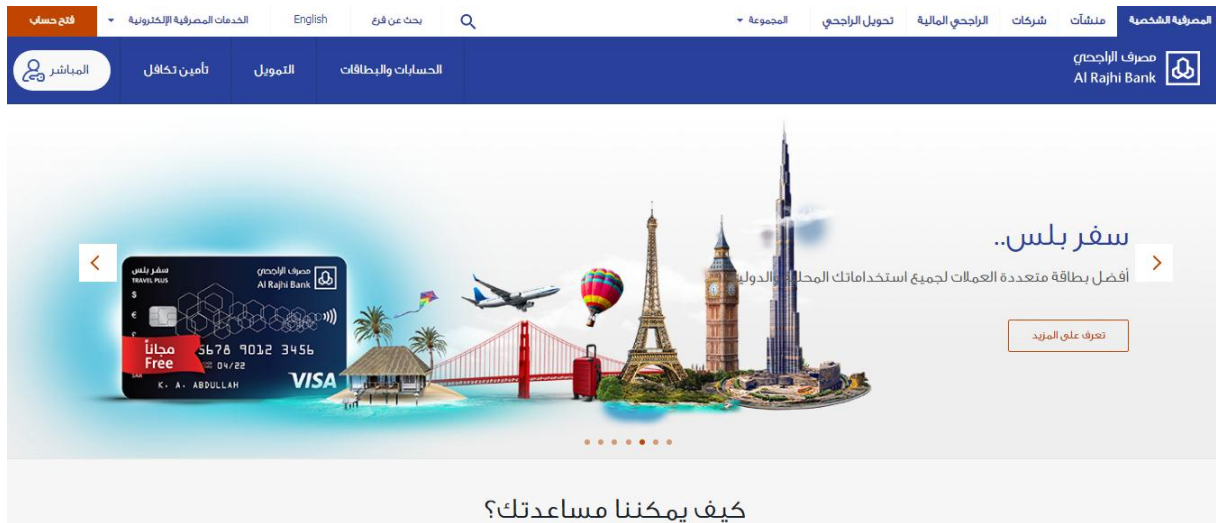
رقم الهاتف	المقر الرئيسي للبنك	
العملاء الحاليين +966114603333	الرياض، السعودية	مصرف الراجحي
العملاء الجدد 800-124-1222		

المصدر: من إعداد الطالبين بالإعتماد على موقع البنك [/https://www.alrajhibank.com.sa](https://www.alrajhibank.com.sa)

## الفرع الثالث: عرض الصفحة الرئيسية لبنك الراجحي

توضح الصفحة الرئيسية لبنك الراجحي كافة خدماته ومعلوماته المتاحة على موقعه عبر الأنترنت والتي تحوي على البيانات الآتية: (منشآت، شركات، الراجحي المالية، تحويل الراجحي، المجموعة، الحسابات والبطاقات، التمويل، تأمين تكافل) ومن خلال هذه الصفحة يمكن التواصل مع الموقع عبر الموقع الإلكتروني أو الهاتف النقال.

## الصورة رقم (05): الصفحة الرئيسية لبنك الراجحي



المصدر: موقع البنك [/https://www.alrajhibank.com.sa](https://www.alrajhibank.com.sa)

## الفرع الرابع: عرض لبنك الراجحي الرقمي

الجدول الموالي يوضح أهم المعطيات التي يصرح بها البنك على مستوى بنكه الرقمي:

## الجدول رقم (15): أهم معطيات والخدمات المصرفية الإلكترونية لبنك الراجحي لسنة 2018

مصرف الراجحي			
الموقع <a href="https://www.alrajhibank.com.sa/ar">https://www.alrajhibank.com.sa/ar</a>			
المنتجات المصرفية	الخدمات المصرفية الإلكترونية	أهم معطيات البنك (مليار ريال سعودي)	
- مدى سيجنشر	- المباشر للشركات	411	قيمة الأصول
- بطاقة الفرسان	- المباشر للمنشآت	250	قيمة رأسمال
- بطاقة مدى للأعمال	- التجارة الإلكترونية	11.8	صافي الأرباح قبل الزكاة
- بطاقة مصرف الراجحي	- مباشر القطاع العام	9600 موظف	عدد الموظفين
	- التداول	543 فرع	عدد الفروع
	- استثمار الراجحي	142 فرع	عدد الفروع النسائية
		5211 صراف آلي	عدد أجهزة الصراف الآلي
		204549 جهاز	عدد أجهزة نقاط البيع
		226 مركز	عدد مراكز الحوالات المالية

المصدر: من إعداد الطالبين بالإعتماد على موقع البنك [/https://www.alrajhibank.com.sa](https://www.alrajhibank.com.sa)

من خلال الجدول نلاحظ أن مصرف الراجحي يقدم خدمات ومنتجات مصرفية إلكترونية متنوعة على نطاق 543 فرع و 142 فرع نسائياً فهو يتمتع بشبكة انتشار واسعة، كما يوظف 9600 موظف إضافة إلى أنه يضم عدد كبير من أجهزة الصراف الآلي المقدرة بـ 5211 صراف آلي و أجهزة نقاط البيع البالغ عددها 204549 جهاز هذا ما جعل منه بنكا مميزا واحدا من أهم البنوك المصرفية السعودية.

## المطلب الثالث: مصرف التنمية الدولي والخدمات المصرفية الإلكترونية المقدمة

تأسس مصرف التنمية الدولي في عام 2011 برأسمال قدره 100 مليار دينار عراقي، وقام بزيادة رأس ماله خلال السنوات (2013-2015) ليصبح برأس مال مدفوع قدره 250 مليار دينار عراقي، وسرعان ما أصبح واحدا من المصارف الرائدة على المستويين المحلي والإقليمي، حيث يوفر خدمات مصرفية لكافة زبائنه على صعيد قطاعي الأفراد والشركات.<sup>1</sup>

<sup>1</sup>موقع البنك <https://www.idb.iq/ar/dynamic-pages/page/2/lmh-aan-almstrf>

### الفرع الأول: تقديم الصفحة الرئيسية لمصرف التنمية الدولي

لمصرف التنمية الدولي العراقي موقع رسمي على الأنترنت لإستقبال العملاء، يحدد من خلال صفحة رئيسية تحتوي على عدة صفحات ثانوية، يمكن الدخول لكل منها على حدا من خلال الخيارات الموجودة في أعلى الصفحة، والشكل الموالي يوضح الصفحة الرئيسية لمصرف التنمية الدولي:

### الصورة رقم (06): الصفحة الرئيسية لمصرف التنمية الدولي



المصدر: <https://www.idb.iq>

تبين الصورة أعلاه الصفحة الرئيسية لمصرف التنمية الدولي على موقعة عبر الانترنت، حيث تحتوي على (عن مصرف التنمية الدولي للإستثمار والتمويل، الخدمات المصرفية للأفراد، الخدمات المصرفية للشركات، الخدمات الإلكترونية، العلاقات مع المستثمرين، المسؤولية والمساهمات المجتمعية)، كذلك ينشر الموقع التقارير السنوية للبنك.

### الفرع الثاني: الموقع الرئيسي لمصرف التنمية الدولي

يمثل الجدول أدناه الموقع الرئيسي لمصرف التنمية الدولي:

### الجدول رقم (16): الموقع الرئيسي لمصرف التنمية الدولي

رقم الهاتف	عنوان البنك	
رقم الهاتف الأرضي +9647805660867	شارع عرصات الهندية، الكرادة، بغداد، العراق.	مصرف التنمية الدولي
رقم الفاكس +96417763596		
		البريد الإلكتروني: <a href="mailto:info@idb.iq">info@idb.iq</a>

المصدر: من إعداد الطالبتين بالإعتماد على موقع البنك <https://www.idb.iq/ar/contact-us>

### الفرع الثالث: الإنجازات التي حققها مصرف التنمية الدولي

فيما يلي نستعرض سلسلة من النجاحات والإنجازات التي حققها مصرف التنمية الدولي خلال السنوات الأخيرة:

الشكل رقم (13): الإنجازات التي حققها مصرف التنمية الدولي خلال الفترة (2012-2019)



## الفرع الرابع: عرض لبنك التنمية الدولي الرقمي

يسعى مصرف التنمية الدولية بصفته أحد المصارف السبّاقة في استخدام الخدمات والتعاملات المصرفية الإلكترونية في العراق، إلى تسهيل التعامل المصرفي وجعله بمتناول جميع العراقيين في داخله وخارجه<sup>1</sup>، وفيما يلي استعراض لأهم معطيات مصرف التنمية الدولي:

## الجدول رقم (17): البيانات المالية والخدمات المصرفية الإلكترونية لمصرف التنمية الدولي لسنة 2018

مصرف التنمية الدولي - العراق -			
موقع البنك <a href="https://www.idb.iq">/https://www.idb.iq</a>			
أهم معطيات البنك لسنة 2018 (الوحدة مليار دينار عراقي)	الخدمات المصرفية الإلكترونية	المعاملات على الخط	
إجمالي إيرادات الفوائد والعمولات	بطاقة كلاسيك Classic	إدارة النقد عبر الانترنت	45
موجودات المصرف	البطاقات الائتمانية من "ماستر كارد"	خدمة الرسائل النصية	661
حقوق مساهمين المصرف	بطاقات الدفع المسبق من "ماستر كارد"	الخدمات المصرفية على الهاتف المحمول	264
رأس مال المصرف	البطاقات المدينة من "فيزا"		250
عدد الموظفين	بطاقة فيزا "سغنتشر"		550 موظف.
ودائع الزبائن	الصراف الآلي		326
عدد فروع المصرف			15 فرع.
نقاط البيع المباشرة			2000 .
الصراف الآلي			200 صراف آلي.

المصدر: من إعداد الطالبين بالإعتماد على موقع البنك [/https://www.idb.iq](https://www.idb.iq) والتقارير السنوي للبنك لسنة 2018 ص ص 7، 8، 11.

نلاحظ من خلال البيانات المالية لمصرف التنمية الدولي بأن عدد الصرافات الآلية يقدر عددها بـ 200 صراف آلي و 2000 نقطة بيع وهو عدد أكبر بكثير من عدد فروع المصرف التي تقدر بـ 15 فرع. كذلك يقدم المصرف جملة من الخدمات المصرفية الإلكترونية بواسطة الأنواع المختلفة من البطاقات ولذلك فإن مصرف التنمية الدولي يعد من البنوك التي تعمل

<sup>1</sup>موقع البنك <https://www.idb.iq/ar/dynamic-pages/page/3/alroey-oalrsal>

جاهدة على تطوير منظومتها المصرفية الإلكترونية، من خلال تقديم مختلف الخدمات المصرفية الإلكترونية التي تلبي حاجات الزبائن.

## خلاصة الفصل:

من خلال الدراسة التحليلية لعينة من البنوك العربية بغرض التعرف على مدى توجه تلك البنوك نحو تبنيها للصيرفة الإلكترونية، وفعالية البنوك الرقمية التي أطلقتها لدعم بنوكها الفعلية من أجل القيام بالمعاملات البنكية عن بعد، وتوفير خدمات مصرفية تعتمد على التقنية المتقدمة على مدار الساعة و بأفضل الأسعار أصبحت حتمية لما تنطوي عليه الصيرفة الإلكترونية من فوائد عديدة منها تقليل الرسوم، ورفع التنافسية، توفير خدمات أكثر مرونة، كذلك تسهيل أداء الخدمات المصرفية وتقليل ضغط الوقت و الجهد وتقليل تكاليف الصيرفة التقليدية، وتم التوصل إلى أنه رغم التفاوت في الإيرادات التي تحققها البنوك الجزائرية بالنظر إلى إيرادات بنوك الشرق الأوسط إلا أنه يوجد تشابه كبير في نوع الخدمات البنكية الإلكترونية المقدمة .

الختامة

إن توجه البنوك نحو رقمنة خدماتها المالية أصبح حتمية لا بد منها وعليها أن تتكيف مع التطور التكنولوجي من خلال الحث على أداء أعمالها بصفة كاملة عبر الأنترنت، وهذا الانتقال مكنها من اختزال الوقت وتقليل الجهد والتكاليف، مما سمح للعملاء الإستفادة من الخدمات المصرفية على مدار الساعة؛ فالخدمات الآنية فتحت المجال للمنافسة الشديدة بين البنوك، فكلها تسعى لتقديم أحسن وأفضل المنتجات والعمل من أجل ابتكار خدمات جديدة ومميزة لجذب أكبر قدر من المتعاملين، سواء تعلق الأمر بالبنوك المحلية ( الجزائر ) أو بنوك أجنبية.

### اختبار الفرضيات

- **الفرضية الأولى:** عرفت الصيرفة الإلكترونية والخدمة البنكية اهتمام كبير على مستوى استراتيجيات المصارف نتيجة التحول الذي عرفه الجهاز البنكي في العالم خلال السنوات القليلة الأخيرة، من خلال إدخال الصيرفة الإلكترونية على البنوك التقليدية التي ساهمت في تحول الأعمال المصرفية التقليدية إلى خدمات مصرفية إلكترونية، تجدد وتحسن من الخدمات البنكية التي تقدمها البنوك على مستواها لما يتجاوب ومتطلبات الزبون بشكل مرن وفعال. ما يؤكد صحة الفرضية الأولى.
- **الفرضية الثانية:** إن دور الذي لعبته الصيرفة الإلكترونية في الخدمة البنكية يعد دورا إيجابيا من عدة جوانب ، وظيفية وخدمائية، وتنافسية ..، ففي الوقت الراهن أصبح من الصعب الفصل بينهما فعمليات الرقمنة أضافت الكثير للخدمات البنكية وعلى مستويات مختلفة، فنجدها عامل جد مهم في جذب العملاء وكسب ولائهم وذلك بفضل الخدمات الآنية والموثوقة التي تقدمها البنوك ، كذلك سهلت عمليات التسويق والتعريف بالبنك وعرض كل الخدمات المتاحة على مستواه وكل هذه الميزات منحت للبنوك ميزة التنافس فيما بينها لتقديم أجود الخدمات واكتساب أكبر حصة في الأسواق. وهو ما يؤكد صحة الفرضية الثانية.
- **الفرضية الثالثة:** تطورت الصيرفة الإلكترونية تدريجيا لتصل إلى فتح البنوك رقمية، التي يتم على مستواها تقريبا جل الخدمات التقليدية بسرعة و دقة ،وتتطلع البنوك مستقبلا إلى إلغاء وجودها الفعلي وتفتح نشاطا بنكيا كاملا يعتمد على الأنترنت، لما وجدته من مميزات وخصائص في البنوك الرقمية و هذا ما تصبو إليه الدول العربية و بالرغم من أنها لا تنافس البنوك الأجنبية و خاصة الجزائر إلى أنها تبذل جهود لا مفر منها للنهوض بالقطاع البنكي اعتمادا على الرقمنة وهذا ما وضحته الإحصائيات -الخاصة بعينة من البنوك العربية- التي تم الإعتماد عليها في الدراسة. ما يؤكد صحة الفرضية الثالثة.

### نتائج الدراسة

انطلاقاً مما سبق ذكره، سلطت هذه الدراسة الضوء على عينة من البنوك العربية ومدى تبنيها للصيرفة الإلكترونية إلى غاية إطلاق البنوك الرقمية التي أتاحت لها تقديم خدمات بنكية عن بعد، حيث تم التوصل إلى جملة من النتائج أهمها:

- عدد مستخدمي الأنترنت في الجزائر يتزايد بصفة كبيرة وهذا يترجم لنا إرادة الجزائر في تحسين نوعية الخدمات المتعلقة بالأنترنت والرقمنة في البلد، إلا أن الجهود المبذولة تبقى غير كافية لمواكبة التطورات العالمية.
- كل البنوك الجزائرية تقدم بطاقات الدفع الإلكتروني مع وجود اختلاف في طرق استخدامها من بنك لآخر، لكنها محدودة من حيث التنوع كما ونوعاً.
- تقدم البنوك الجزائرية منصات تعرف بالبنك الإلكتروني الذي يتيح للزبائن الإطلاع على الرصيد، القيام بعمليات السحب والإيداع، وتحويل الأموال .... إلخ.
- البنوك الإلكترونية في الجزائر تدعم البنوك الفعلية ذات الخدمات التقليدية، بهدف تقريب البنك من العميل وتقديم الخدمات 24\24 ساعة و7\7 أيام، كتوجه مستحدث لوظائفها.
- يسعى كل من البنك الوطني الجزائري، بنك السلام الجزائر، بنك التنمية المحلية إلى مواكبة تقديم خدمات مصرفية إلكترونية حديثة، والذي يتيح له جذب العملاء ويمنحه القدرة على تجسيد المنافسة في نظام مصرفي جزائري البعيد عن التنافسية حالياً.
- بنوك الشرق الأوسط من البنوك السبّاقة لتبني عمليات الرقمنة التي رفعت من إيراداتها، لذلك نجدها تسعى لتجديد وتحسين المنتجات البنكية بشكل مستمر ومتدارك للتطورات الراهنة.
- رغم ما تبذله البنوك الجزائرية من تقدم في إدخال التكنولوجيا للخدمة البنكية إلا أنها لم تصل إلى ما وصلت إليه بنوك الشرق الأوسط من تطور وذلك لإعتبارات عديدة، أهمها بعدها عن التعامل بمنطق السوق (العرض-الطلب) وإعتمادها الكبير على التمويل الريعي لأنشطتها.

### توصيات الدراسة

رغم سعي الجزائر لرقمنة خدماتها البنكية وتنويع المنتجات الإلكترونية التي تقدمها البنوك المحلية، إلا أنها تبقى بعيدة عن مسايرة التطور العالمي أو حتى العربي، فالعديد من دول الشرق الأوسط استطاعت تقليص التعامل بالنقد لدى الأفراد بشكل كبير ولديها آفاق مستقبلية لتحويل المجتمع النقدي إلى غير نقدي، وفيما يلي يمكن تقديم التوصيات التالية لزيادة كفاءة الخدمة المصرفية الإلكترونية الجزائرية:

- العمل على توعية العملاء بأهمية الخدمات البنكية الرقمية مع منحهم امتيازات لتشجيع التعامل بوسائل الدفع الإلكتروني مع الحرص على كسب ثقتهم لأن معظمهم يجهلون وجود هذه الخدمات في الواقع وإن كانوا على دراية بوجودها لا يثقون في مصداقيتها.

- فرض استخدام وسائل الدفع الإلكتروني في المعاملات الهامة حتى يتعود الزبون ويعتمد الرقمنة في تعاملاته.
- إضافة خدمات جديدة أكثر إبتكارا وعدم حصرها في الشكل الذي هي عليه الآن كتسديد الفواتير أو دفع الأجر فقط.
- على الدولة أن تعمل على زيادة تدفق الأنترنت وزيادة أمان المعطيات الرقمية لتكوين شبكة معلومات مصرفية جزائرية قوية.
- جعل البنوك الجزائرية تعمل وفق منطق السوق (العرض-الطلب) والتخفيف التدريجي من اعتمادها على التمويل الربحي لأنشطتها، لتتمكن من خلق سوق تنافسي فعلي (غير مصطنع).

# قائمة المراجع

أولاً: الكتب

1. أحمد محمود الزامل، ناصر جردات وآخرون، تسويق الخدمات المصرفية، دار الفجر للنشر والتوزيع، ط1، 2011.
2. حميدي زقاي، واسيني محمد، سلوك المستهلك المصرفي، دار زهران للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2016.
3. خالد أحمد علي محمود، اقتصاد المعرفة وإدارة الأزمات المالية في إطار المؤسسات الإقتصادية، دار الفكر الجامعي، ط1، الإسكندرية، 2019.
4. خالد أحمد علي محمود، الخدمات المصرفية في البنوك الإسلامية، دار الفكر الجامعي، ط1، الإسكندرية، 2019.
5. خديجة عتيق، واقع التسويق المصرفي في البنوك وأثرها على رضا العملاء، 2016، الجزائر.
6. ربحي مصطفى عليان، إيمان فاضل السامرائي، تسويق المعلومات وخدمات المعلومات، دار صفاء للنشر والتوزيع، ط2، عمان، 2015.
7. عبد الهادي مسعودي، الأعمال المصرفية الإلكترونية، داراليازوري العلمية، ط1، عمان، 2016.
8. فضل محمد إبراهيم المحمودي، التسويق المصرفي، ط1، صنعاء، 2013.
9. محمد الصيرفي، إدارة العمليات المصرفية: العادية - غير العادية - الإلكترونية، دار الفجر للنشر والتوزيع، ط1، القاهرة، مصر، 2016.
10. محمد الفاتح محمود بشير المغربي، التجارة الإلكترونية، دار الجنان للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2016.
11. مصطفى كافي، النقود والبنوك الإلكترونية، دار مؤسسة رسلان للطباعة والنشر والتوزيع، دمشق، سوريا، د.ط. 2011.
12. مصطفى يوسف كافي، التسويق الإلكتروني في ظل المتغيرات التكنولوجية المعاصرة، دار رسلان للطباعة والنشر والتوزيع، د.ط، سوريا، دمشق، 2009.
13. نرمين السطالي، أثر شبكات الإنترنت على اتجاهات الشباب في عصر العولمة، بيلوماليا للنشر والتوزيع، 2019.
14. وائل رفعت خليل، أساسيات الإدارة المالية، دار التعليم الجامعي، د.ط، الإسكندرية، مصر، 2018.
15. وسيم محمد حداد، شقيري نوري موسى وآخرون، الخدمات المصرفية الإلكترونية، دار المسيرة للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2012.

ثانياً: المجلات

1. اديب قاسم شندي، الصيرفة الإلكترونية أنماطها وخيارات القبول والرفض، مجلة كلية بغداد للعلوم الإقتصادية، جامعة واسط، العدد 27، 2011.

2. أمينة بن جدو، سمية ديقش، ممارسات خدمات الصيرفة الإلكترونية في البنوك الجزائرية، مجلة العلوم الإدارية والمالية، المجلد 4، العدد 2، الجزائر، 2020.
3. دوفي قومية، عيساوي سهام، أثر الاندماج المصرفي على الأداء المالي للمصارف الإسلامية، مجلة إقتصاد المال والأعمال، المجلد 4، العدد 2، جامعة الشهيد محمد لخضر بالوادي، الجزائر، 2019.
4. سارة بن غيدة، سعيدة حركات، إدارة مخاطر الصيرفة الإلكترونية وأثرها على الخدمة البنكية الإلكترونية، مجلة العلوم الإنسانية لجامعة أم البواقي، العدد التاسع، جوان 2018.
5. عبد القادر بريس، جودة الخدمات المصرفية كمدخل لزيادة القدرة التنافسية، مجلة اقتصاديات شمال إفريقيا، العدد 3، جامعة الشلف، الجزائر.

### ثالثا: الأطروحات والمذكرات الأكاديمية

1. بركان أمينة، الصيرفة الإلكترونية كتحتمية لتفعيل أداء الجهاز المصرفي - حالة الجزائر-، أطروحة دكتوراه في علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية التجارية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر 03، الجزائر، 2014.
2. بزخامي سليمة، أثر التسويق الإلكتروني على جودة الخدمات المصرفية، مذكرة ماستر في التسويق، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة مستغانم، الجزائر، 2015.
3. بسمة محمد سامي الخطيب، دور الصيرفة الإلكترونية في تحقيق الميزة التنافسية، أطروحة دكتوراه في إدارة الأعمال، كلية الإقتصاد، جامعة دمشق، سوريا، 2014. (بتصرف)
4. حفايضية مريم، بن جبار خلود، جودة الخدمات المصرفية وأثرها على القدرة التنافسية للبنوك، مذكرة ماستر (غير منشورة)، كلية العلوم الاقتصادية التجارية وعلوم التسيير، جامعة الطارف، 2017.
5. حللمي فتح الله يزيد، واقع البنوك التجارية وتحدياتها لمواكبة التطورات التكنولوجية الحديثة، مذكرة ماستر في علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة أم البواقي، الجزائر، 2016.
6. خيثر امنة، خطابي أسماء، دور الصيرفة الإلكترونية في تحسين الخدمة البنكية، مذكرة ماستر في العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية التجارية وعلوم التسيير، جامعة قالمة، الجزائر، 2015.
7. السعيد بريكة، واقع عمليات الصيرفة الإلكترونية (E-Banking) ووافق تطورها في الجزائر، أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة أم البواقي، الجزائر، 2011.
8. سلماني فاطمة، جودة الخدمات المصرفية وأثرها على تحقيق رضا الزبون، مذكرة ماستر في علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة المسيلة، الجزائر، 2014.

9. عزيزة ياسمين، مساهمة الصيرفة الإلكترونية في كسب ولاء الزبون، مذكرة ماستر في العلوم التجارية، كلية العلوم الإقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة بسكرة، الجزائر، 2020.
10. فكار شكيب، قابة نرجس، تطبيق الصيرفة الإلكترونية في البنوك الجزائرية، مذكرة ماستر في اقتصادنقدي وبنكي (غير منشورة)، كلية العلوم الإقتصادية وعلوم التسيير، جامعة باجي مختار عنابة، الجزائر، 2020.
11. ليث محمود أحمد الحاج، نظام الخدمات المصرفية الإلكترونية عبر (SMS) ودوره في تحقيق ولاء العملاء في البنوك التجارية الأردنية، مذكرة ماجستير في إدارة الأعمال، كلية الأعمال، جامعة الشرق الأوسط، 2012.
12. ملاك صالح سعيد حسين، أثر استراتيجيات تسويق الخدمات المصرفية على أداء الجهاز المصرفي السوداني للفترة (2000-2012)، رسالة دكتوراه في إدارة الأعمال، كلية الدراسات العليا والبحث العلمي، جامعة شندي، 2012.
13. نادية عبد الرحيم، تطور الخدمات المصرفية ودورها في تفعيل النشاط الإقتصادي، مذكرة ماجستير في العلوم الإقتصادية، كلية العلوم الإقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر 3، الجزائر، 2011.

#### رابعاً: الملتقيات

1. زيدان محمد، ودريس رشيد، متطلبات اندماج البنوك الجزائرية في الإقتصاد العالمي، ملتقى المنظومة المصرفية الجزائرية والتحويلات الإقتصادية - الواقع والتحديات -، جامعة الشلف وجامعة الجزائر.

#### خامساً: المداخلات

1. علي قابوسة، المصارف الإلكترونية: الفرص والتحديات حالة الجزائر، المركز الجامعي بالوادي.
2. مرزيق عاشور، معموري صورية، عصرنة القطاع المالي والمصرفي وواقع الخدمات البنكية الإلكترونية بالجزائر، مداخلة ضمن المؤتمر الدولي العلمي حول إصلاح النظام المصرفي الجزائري في ظل التطورات العالمية الراهنة، جامعة حسيبية بن بوعلي، الشلف، الجزائر

#### سادساً: التقارير

1. التقرير السنوي لبنك التنمية المحلية 2018.

#### سابعاً: المواقع الإلكترونية

1. <https://arabtechnologie.com/%D9%82%D8%A7%D8%A6%D9%85%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D8%A8%D9%86%D9%88%D9%83-%D9%81%D9%8A-%D8%A7%D9%84%D8%AC%D8%B2%D8%A7%D8%A6%D8%B1> تاريخ الإطلاع 2021/05/20.

2. <https://kenanaonline.com/users/ahmedkordy/posts/196913>

3. موقع البنك <https://www.alsalamalgeria.com/#!/page6>
4. موقع البنك - <https://particuliers.societegenerale.dz/fr/nous-connaitre/presentation-societe-generale-algerie>
5. موقع البنك <https://www.albaraka-bank.com>
6. موقع البنك <https://www.alrajhibank.com.sa/alrajhi-group/about>
7. موقع البنك <https://www.bank-abc.com/world/Algeria/Ar/Pages/default.aspx>
8. موقع البنك <https://www.bdl.dz/Algerie/arabe/Digitbank.html>
9. موقع البنك <https://www.bdl.dz/Algerie/arabe/e-banking.html>
10. موقع البنك <https://www.bdl.dz/Algerie/arabe/index.html>
11. موقع البنك <https://www.bna.dz/ar>
12. موقع البنك <https://www.citigroup.com/citi/about/countries-and-jurisdictions/algeria.html>
13. موقع البنك <https://www.cnepbanque.dz/index.php/a-propos>
14. موقع البنك / <https://www.cnma.dz/presentation-2>
15. موقع البنك <https://www.emiratesnbd.com/ar/about-emirates-nbd/about-us>
16. موقع البنك <https://badrbanque.dz/ar/sample-page-2/%d9%85%d9%80%d9%80%d9%86-%d9%86%d9%80%d9%80%d8%ad%d9%80%d9%80%d9%86-%d8%9f>
17. موقع البنك <https://www.bdl.dz/Algerie/arabe/index.html>
18. موقع البنك <https://www.bdl.dz/Algerie/arabe/MoneyGram.html>
19. موقع البنك <https://www.bdl.dz/Algerie/arabe/TPE.html>
20. موقع البنك <https://www.business.algeria.hsbc.com/ar-dz/dz/generic/legal>
21. موقع البنك <https://arabtechnologie.com/%D9%82%D8%A7%D8%A6%D9%85%D8%A9-2021/05/20>
22. موقع البنك <https://www.cpa-bank.dz/index.php/fr/la-banque/presentation>
23. موقع البنك <https://www.hbtf.com/ar/network-the-housing-bank-for-trade-and-finance-algeria>
24. موقع البنك <https://www.idb.iq/ar/dynamic-pages/page/2/lmh-aan-alsrfs>
25. موقع البنك <https://www.idb.iq/ar/dynamic-pages/page/3/alroey-oalrsal>

الملاحق

الملحق رقم (01): أهم البطاقات البنكية الإلكترونية الأكثر استعمالاً في الجزائر

1. بطاقة CIB البنكية الكلاسيكية والذهبية



2. بطاقة Corporate+ و Corporate



3. بطاقة VISA الكلاسيكية



#### 4. بطاقة VISA الذهبية



الملحق رقم (02): الصفحة الرئيسية للبنك الوطني الجزائري BNA

الملحق رقم (03): الصفحة الرئيسية لبنك السلام الجزائر



## الملحق رقم (04): الصفحة الرئيسية لبنك التنمية المحلية

BDL Corporate Silver  
6280 98 74 9903 8432

BDL Corporate Gold  
6280 98 74 9903 8432

العملات الرئيسية: 161.6464/161.6912 - 1 GBP 179.0012/179.0214 - 100 JPY 127.3966/127.4477 - 1 CNY 20.4822/20.4877 - 100 CHF 14933.8846/14940.6144 1

مسيرون، إطارات المؤسسات...  
الآن في متناولكم

التفاصيل

بنك التنمية المحلية  
BANQUE DE DEVELOPPEMENT LOCAL

الرئيسية المؤسسات المهنيين الخواص الخواص غير المقيمين المستثمرين إتصلوا بنا

الصفحة الرئيسية: 161.6464/161.6912 - 1 GBP 179.0012/179.0214 - 100 JPY 127.3966/127.4477 - 1 CNY 20.4822/20.4877 - 100 CHF 14933.8846/14940.6144 1

فعالياتنا

## الملحق رقم (05): الصفحة الرئيسية لبنك الإمارات دبي الوطني

دخول العملاء  
أختر مستقبل الخدمات المصرفية

English / آخر الموقع

بنك الإمارات دبي الوطني

الصفحة الرئيسية الخدمات الشخصية الخدمات المميزة الخدمات المصرفية الخاصة خدمات الأعمال الخدمات المصرفية للشركات الخزينة الخدمات الإلكترونية

نبرة عتًا أسعار المنتجات

نسعد بخدمتكم الآن في المدينة المنورة  
نقدم لكم خدمات مصرفية متكاملة

اعرف المزيد

## الملحق رقم (06): الصفحة الرئيسية لبنك الراجحي

فتح حساب الخدمات المصرفية الإلكترونية English البحث عن فرع

المجموعة تحويل الراجحي الراجحي المالية شركات منشآت المصرفية الشخصية

صندوق الراجحي  
Al Rajhi Bank

سفر بلس..  
أفضل بطاقة متعددة العملات لجميع استخداماتك المحلية والدولية

تعرف على المزيد

كيف يمكننا مساعدتك؟

## الملحق رقم (07): الصفحة الرئيسية لمصرف التنمية الدولي

English f in t

الرابط السريع

الصفحة الرئيسية

البنك الدولي للتنمية الاقتصادية

المسؤولية والمساهمات المجتمعية

العلاقات مع المستثمرين

الخدمات الإلكترونية

الخدمات المصرفية للشركات

الخدمات المصرفية للأفراد

عن مصرف التنمية الدولي للاستثمار والتمويل

International Development Bank  
مصرف التنمية الدولي

تطبيق البطاقات المصرفية الدفع

اتصل بنا

مواقع البيع أجهزة نقاط البيع

JOIN OUR AGENTS TO SELL  
AND RECHARGE PREPAID CARDS