

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة ابن خلدون - تيارت-

ميدان: علوم اقتصادية، تجارية وعلوم التسيير

شعبة: علوم اقتصادية

تخصص: اقتصاد نقدي بنكي



كلية: العلوم الاقتصادية، التجارية وعلوم

التسيير

قسم: علوم اقتصادية

مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات نيل شهادة الماستر

من إعداد الطلبة:

مغازي عبد القادر

عدة محمد

تحت عنوان:

واقع عصرنة الخدمات البنكية في ظل التحول إلى الرقمنة بالجزائر دراسة حالة
في بنك الوطني الجزائري - تيارت

نوقشت علنا أمام اللجنة المكونة من:

رئيسا

(استاذة التعليم العالي)

أ. كلاخي لطيفة

مشرفا ومقرر

(استاذ محاضر)

أ. جيلالي خالدية

مناقشا

(استاذ محاضراً)

أ. لعريفي عودة

السنة الجامعية: 2024/2023

إهداء

الهي لا يطيب الليل الا بذكرك ، و لا يطيب النهار الا بطاعتك ، ولا تطيب الاخرة الا بعفوك

ولا تطيب الجنة الا برؤيتك جل جلالك.

الى من بلغ الرسالة و أدى الأمانة و نصح الأمة ، الى بني الرحمة و نور العالمين سيدنا محمد صلى

الله عليه و سلم.

الى هبة الرحمن لولاهما لما كنت أعيش أسعد أيام حياتي ، فالحمد لله على نعمة الوالدين ، الى من وهبا

حياتهما بلا مقابل و علماني مبادئ الحياة ، و كانا سندا لي في حياتي في كل خطوة خطوتها ، و دفعاني الى

الأمم حتى نلت بفضل ربي الشهادة و المقام ، و أي شهادة اعلى من بركما : أبي الغالي ، أمي الحنونة فلكما

مني كل الحب و التقدير متمنيا لكما حياة حافلة بالعطاء مكللة بالصحة والعافية .

الى جميع أفراد عائلة

مغازي عبد القادر

إهداء

الحمد لله أولا وأخرا وشكرا وامتنانا على البدئ والختام والذي بنعمته تتم الصالحات
ها أنا أقف اليوم على عتبة تخرجني و قطف ثمار تعبي وأرفع قبعة فخرا ،فאלلهم لك الحمد
قبل أن ترضى و لك الحمد إذا رضيت ولك الحمد بعد الرضى .

بكل حب و اخلاص اهدي ثمرة تخرجني و نجاحي : الى الذي زين اسمي بأجمل الألقاب
ومن دعمني بلا حدود و أعطاني بلا مقابل و من علمني أن الدنيا كفاح و سلاحها العلم و المعرفة .داعمي
الأول في مسيرتي و سند وقوفي بعد الله فخري واعتزازي "والدي " ، و الى من جعل الله الجنة تحت أقدامها و
احتضني قلبها قبل يديها وسهلت لي الشدائد بدعائها و القلب الحنون و الشمعة التي كانت في الليالي
مضلّمات "والدتي " .

الى كل من ساندني بكل حب عند ضعفي و أزاحوا عن طريقي المتاعب ممهدين لي الطريق زارعين الثقة
والإصرار بداخلي "جدتي عماتي " الى اخواني حفظهم الله من كبيرهم الى صغيرهم و لا أنسى رفقاء الروح الذي
شاركوني و شجعوني على المثابرة "أصدقائي" .

الى مهما كتبت لهم من العبارات لم أجد لهم أصدق و أوفى من الدعاء "أهل غزة" فاللهم انصرهم نصرًا جميلاً
وكن معهم و لا تكن عليهم .

وأخيرا لا يمكن للكلمات أن تعبر عن امتناني لجميع معلمين و أساتذة الذين علموني من خلال مسيرتي
الدراسية و بكل اخلاص و شكر أتقدم جزيل الشكر للأستاذة المشرفة "جيلالي خالدية" الذي تستحق أفضل

عبارة للشكر

عدة محمد

شكر وتقدير

والصلاة والسلام على أشرف الحمد لله حمدا كثيرا حتى يبلغ الحمد منتهاه
مخلوق أناره الله بنوره واصطفاه

انطلاقا من باب من لم يشكر الناس لم يشكر الله عز وجل أتقدم بخالص الشكر
والتقدير للأستاذة المشرفة

جميلتي خالدية على إرشاداتها وتوجيهاتها التي لم تبخل بها علينا يوما
وكل طلبة كلية العلوم الاقتصادية و التجارية وعلوم التسيير وإلى كل طالب
يسعى لتحقيق مستقبله.

كما أتقدم بجزيل الشكر والعطاء إلى كل يد رافقتنا في هذا العمل سواء من قريب
أو من بعيد.

فهرس المحتويات

الفهرس المحتويات

إهداء.....	8
شكر و تقدير.....	8
فهرس المحتويات.....	12
قائمة الجداول:	14
قائمة الأشكال:	15
مقدمة.....	17
الفصل الأول الاطار المفاهيمي للإقتصاد الرقمي لجودة الخدمة البنكية	
المبحث الأول: عموميات حول الخدمات البنكية.....	22
المطلب الأول: مفهوم الخدمات البنكية وتطورها.....	22
المطلب الثاني: خصائص الخدمة المصرفية.....	26
المطلب الثالث: دورة حياة الخدمة المصرفية.....	26
المبحث الثاني: عصرنة الخدمات البنكية.....	30
المطلب الأول: ماهية التحوّل الرقمي (الرقمنة):.....	31
المطلب الثاني: خصائص التحوّل الرقمي .	33
المطلب الثالث: أهداف وأهميّة التحوّل الرقمي.	35
المبحث الثالث: ضرورة تحديث الخدمات البنكية من خلال تنفيذ التحوّل الرقمي.....	39
المطلب الاول : الإقتصاد الرقمي.....	39
المطلب الثاني: متطلّبات التحوّل الرقمي.....	39
الفصل الثاني دراسة ميدانية لبنك الوطني الجزائري BNA تيارت	
تمهيد.....	30
المبحث الأول: التعريف بالبنك الوطني الجزائري وخدماته.....	31
المطلب الأول: نشأة وتقديم البنك الوطني الجزائري:	31
المطلب الثاني: إحصائيات عن البنك الوطني الجزائري.....	33
المطلب الثالث: بطاقة تعريفية لوكالة تيارت للبنك الوطني الجزائري:	35
المبحث الثاني: الخدمات الالكترونية المقدمة من طرف BNA تيارت.....	39

39.....	المطلب الأول: مفهوم الخدمات المصرفية الإلكترونية.....
39.....	المطلب الثاني: تصنيف الخدمات المصرفية الإلكترونية.....
52.....	خلاصة الفصل:.....
56.....	خاتمة:.....

قائمة الجداول و الأشكال

قائمة الجداول:

الصفحة	اسم الجدول	رقم الجدول
35	توزيع موظفي وكالة تيارت	جدول 1-2
41	أسقف البطاقة البنكية للبنك الوطني الجزائري	جدول 2-2
42	أسقف البطاقة البنكية مسبقة الدفع للبنك الوطني الجزائري	جدول 3-2
44	أسقف بطاقة النخبة	جدول 4-2
46	توزيع البطاقات البنكية بوكالة تيارت	جدول 5-2
47	عدد المشتركين في E-banking	جدول 6-2
48	احصائيات أجهزة الدفع الالكتروني SITUATION TPE	جدول 7-2

قائمة الجدول و الأشكال

قائمة الأشكال:

الصفحة	اسم الشكل	رقم الشكل
32	الهيكل التنظيمي المركزي للبنك الوطني الجزائري	شكل 2-1
36	الهيكل التنظيمي لوكالة تيارت للبنك الوطني الجزائري	شكل 2-2
47	توزيع البطاقات البنكية بوكالة تيارت	شكل 2-3
48	عدد المشتركين في E-banking	شكل 2-4
49	احصائيات اجهزة الدفع الالكتروني	شكل 2-5
32	الهيكل التنظيمي المركزي للبنك الوطني الجزائري	شكل 2-1
36	الهيكل التنظيمي لوكالة تيارت للبنك الوطني الجزائري	شكل 2-2

قائمة الملحق

اسم الملحق	رقم الملحق
البطاقة البنكية الكلاسيكية	الملحق 1
البطاقة البنكية الذهبية	الملحق 2
بطاقة التوفير للقصر بدون فائدة	الملحق 3
بطاقة التوفير بفائدة	الملحق 04

مقدمة

تعتبر الخدمات المصرفية أحد أهم الأنشطة الاقتصادية في أي دولة إذ إن درجة الطلب عليها تدل على درجة التقدّم الاقتصادي للبلد، وأما عرضها فهو يعمل على تحقيق رفاهية المجتمع إذ نجد النشاط المصرفي يتأثر بالتطورات الاقتصادية المختلفة حيث إنتقلت البنوك من تقديم خدمات تقليدية محصورة في الإيداع والأقراض إلى مجالات متعدّدة في تقديم خدماتها المصرفية، كما أنّ تقديم هذه الأخيرة لم يعد يستفيد من حماية الدولة فلقد أصبح السوق هو المسؤول عن تحديد نوعية التّوجهات البنكية المصرفية، ضرورة فرضتها التّغيرات الاقتصادية المختلفة خاصّة العولمة والتّطورات التكنولوجية في مجال الإعلام والإتصال، والتّوجه نحو تقديم خدمات مصرفية عن بع، والصّيرفة عبر الأنترنت، وظهور الرّقمنة أدّى إلى ظهور المصارف الإلكترونية.

لذلك أصبح القطاع المصرفي مطالب بالتّرفع عن الأعمال الرّوتينية والإهتمام بالإستراتيجيات والسياسات التي تساعد على إستمراره وتقدّمه لهذا إهتم العديد من الباحثين بدراسة الجوانب المختلفة للخدمات المصرفية كما عملت البنوك في إطار سياسة تقريب الخدمة من العميل على إدخال قنوات الإتصال المختلفة في تقديم خدماتها وكذا التّقنيات الإلكترونية وهذا التّأقلم مع الإقتصاد الرّقمي والذي يعمل في بيئة إلكترونية .

وقد إستطاعت الصّيرفة الإلكترونية والتي تشكّل بدورها أحد قرارات الإقتصاد الرّقمي أن تفرض حضوراً متعاضماً الأهميّة في هذا الوقت إلى جانب تقنية المعلومات التي ساهمت بشكل كبير في تطويرها وأصبحت بذلك إتجاهاً حديثاً ومختلف عن الأعمال المصرفية التّقليدية لما حقّقه من مزايا عديدة .

وإعتمدت البنوك في خدماتها المصرفية الحديثة نظم دفع حديثة أثناء رسم إستراتيجياتها وذلك بفضل ما توفّره هذه الوسائل من معلومات دقيقة عن الرّبائن وبالتالي توفير الوقت والجهد والمال المخصّص لخدمة الرّبائن، كما أنّ البنوك فيها أجوبة وحلول للمشاكل التي تواجهها وعلى رأسها المخاطر التي تحمل التّقنية الرّقمية في طيّاتها من قرصنة المعلومات .

وغنّ محاولة الجزائر التّهوض بإقتصادها وتنشيط حركته وتطوّره كان لا بدّ من أن تقدّم بإصلاحات في نظامها المصرفي، والإستفادة من التطّورات التكنولوجية وإستخدامها لتطوير خدماتها المصرفية .

ومن أجل تنظيم هذه العمليات المصرفية قام هذا الأخير بتبني مجموعة من الأفكار والمشاريع ولعل أهم هذه المشاريع إعتقاد التحوّل الرقمي والتنويع في عدّة خدمات إلكترونية في وسائل الدّفع بإدخال وسائل دفع تتماشى مع تطوّرات العصر.

إشكالية الدراسة:

من خلال ما تقدّم وأمام كلّ هذه المستجدّات التي تفرضها التطوّرات الهائلة لتكنولوجيا المعلومات والإتصال، توجهت المصارف إلى إعتقاد الرّقمنة حيث تبرز إشكالية بحثنا في التّساؤل التّالي:

ما مدى تأثير التّحوّل إلى الرّقمنة بالجزائر على تطوّرات الخدمات البنكية؟

التّساؤلات الفرعية:

وهذا السّؤال يندرج ضمنه مجموعة من الأسئلة والتي يمكن طرحها كالتّالي:

- ماهي الخدمات المصرفية؟
- ما الحاجة لتطوير الخدمات المصرفية في البنوك التّجارية؟
- ما الخدمات المستحدثة في البنوك التّجارية في البنك محل الدّراسة؟

فرضيات البحث:

في ضوء الإشكالية العامّة للدّراسة والأسئلة الجزئية، تمّ صياغة الفرضيات التّالية:

- 1- يتوفّر البنك الوطني الجزائري على مختلف الخدمات المصرفية الإلكترونيّة .
- 2- من إيجابيات الإعتقاد على التّحوّل الرقمي في البنك الوطني الجزائري، تحسين أدائه وتخفيض الوقت والجهد والتّكلفة.
- 3- أنّ تحديث وسائل الدّفع وخدمات الصّيرفة الإلكترونيّة يساهم في جلب الرّبائن إلى البنك .

أهمية البحث:

تتجلى أهمية البحث من خلال المكانة التي يحتلها القطاع المصرفي في الإقتصاد وخاصة الإقتصاد الجزائري والتطورات والتحديات التي يشهدها، وفي ظلّ العولمة وما فرضتها من تطورات خاصة أن القطاع المصرفي الجزائري يسعى إلى تحديث خدماته من أجل المنافسة وإعتماده على وسائل نفع حديثة لتلبية رغبات العملاء وإعتماد الرقمنة لتقليل الوقت والجهد وتحسين الخدمات من خلال تبسيط وسرعة الإجراءات وتخفيف الأعباء والقيود .

أهداف البحث:

ترمي هذه الدراسة إلى تحقيق جملة من الأهداف نذكر منها مايلي:

- محاولة التعرف على تحديث الخدمة المصرفية على تحسين أداء المصارف الجزائرية .
- محاولة التعرف على أثر الرقمنة وواقعها في النظام المصرفي الجزائري.
- إبراز أهمية وسائل الدفع ومدى تطبيقها في البنوك الجزائرية .
- توضيح مدى إستجابة الزبائن للخدمات المصرفية الإلكترونية المقدمّة من طرف البنوك الجزائرية وخاصة بنك bna.

أسباب إختيار الموضوع:

هناك عدّة أسباب دفعتنا إلى إختيار الموضوع نذكر منها :

- الرغبة في التعرف على هذا الموضوع، وموقع البنوك الجزائرية منه .
- حداثة الموضوع في الجزائر .
- يعتبر الموضوع وهو عصريّة الخدمات البنكية في الجزائر من المواضيع الرئيسية المطروحة على الساحة المصرفية في الجزائر .

المنهج المتبع في البحث: بناءً على طبيعة الإشكالية المطروحة وقصد الإطاحة بجوانب موضوع الدراسة وعليه فالمنهج المستخدَم هو المنهج الوصفي التحليل وهذا لتوضيح الجوانب النظرية وبإضافة إلى أسلوب دراسة حالة في الجانب التطبيقي.

حدود البحث:

يتم من خلال هذا البحث محاولة تسليط الضوء على عصنة الخدمات المصرفية في ظلّ التحوّل الرقمي ووسائل الدّفع بصفة خاصّة، على أن تتم دراسة حالة البنك الوطني الجزائري على المعطيات والإحصائيات الخاصة بالتحوّل إلى الرّقمنة .

صعوبات البحث:

من التّحدّيات الّتي عرقلت إنجاز هذا البحث في أفضل صورة هو تحفّظ البنك .

الدّراسات السّابقة: أورد في موضوع الرّقمنة جملة من الأدبيات والدّراسات والّتي تُركّز في أغلبها على الجوانب النظرية للرّقمنة، من خلال المفاهيم المختلفة للرّقمنة لإعتبارها تكنولوجيا حديثة قصد التّعرف عليها وفي شقّها الإجرائي من خلال تطبيقها في مجال المكتبات، بإعتبارها أحد نواتج التطوّر التكنولوجي الّتي إعتد عليها العديد من الباحثين والقائلين في توفير الجهد والوقت، والّتي نذكرها في الآتي .

- نجد كتاب بعنوان: (الرّقمنة وتقنياتها في المكتبة العربية)، نجلاء أحمد يس، وهي دراسة تهدف إلى تحديد مفهوم إصطلاحي موحّد للرّقمنة، وإستكشاف المراحل الإجرائية المختلفة الّتي يمرّ بها عملية الرّقمنة والتّعرف على التكنولوجيات الرّاهنة المستخدمة في عملية الرّقمنة وكذلك حصر وتقييم وتحليل التّجارب العربيّة المبذولة لرقمنة مصادر المعلومات وقد إستقادت الدّراسة من الجوانب النظرية للرّقمنة من حيث المفاهيم والإجراءات والخطوات المتعلّقة بالرّقمنة إلّا أنّ هذه الدّراسة لم تشير إلى علاقة الرّقمنة بجودة الخدمات.

- نجد مداخلة الأستاذ مزريق عاشور و أ. معمورة صورية، بعنوان عصنة القطاع المالي والمصرفي وواقع الخدمات البنكية الإلكترونيّة بالجزائر وهي دراسة تهدف لتحديد المحاور الّتي يجب أن تأخذ بعين الإعتبار من طرف البنوك الجزائريّة لتعظيم الإستفادة القصوى من ثورة العلم والتكنولوجيا في العمل المصرفي في

الوقت التي أصبحت فيه البنوك ملزمة بتدعيم قدراتها لمواجهة التّحدّيات المرهونة بمدى نجاحها في تحقيق مكاسب تقنية المعلومات خاصّة مع ظهور البنوك الإلكترونيّة إضافة لدراستين

هيكل الدّراسة:

للإجابة على إشكالية البحث المطروحة وإختبار الفرضيات إرتأينا تقسيم بحثنا إلى فصلين، سبقتهم مقدّمة وتليهم خاتمة، وتتضمّن ملخّص عام عن البحث متبوع بأهمّ النتائج.

تناول الفصل الأوّل مدخل نظري حول الخدمات المصرفية وأهمّ خصائصها، والحاجة إلى تطوير الخدمات المصرفية وتطرّقنا في هذا الفصل إلى الخدمات المصرفية الإلكترونيّة ووسائل الدّفع الإلكتروني وفي الجانب النظري أيضاً تطرّقنا إلى تعريف التّحوّل الرّقمي أهدافه ومتطلّباته وتحديث النّظام البنكي الجزائري.

أمّا في الفصل الثّاني قمنا بدراسة أثر عصرنة الخدمات المصرفية على البنوك الجزائرية - البنك الوطني الجزائري - bna تيارت ، حيث ذكرنا نبذة عن البنك وتقديم الوكالة الفرعية ثمّ التّطرّق إلى مختلف الخدمات المصرفية الإلكترونيّة المتوفّرة على مستوى وكالة تيارت.

الفصل الأول

الاطار المفاهيمي للإقتصاد الرقمي لجودة
الخدمة البنكية

تمهيد :

يعتبر القطاع البنكي من أهم القطاعات الفاعلة في الاقتصاد، لارتباطه تقريباً بالأنشطة بجميع الاقتصادية، حيث شهد تطوراً كبيراً مكن إدارة البنوك من تبني فكرة الجودة في تقديم خدماتها، فالخدمات المصرفية تعد الأساس في تمييز البنك عن الخدمات الأخرى.

إذ تعد الجودة ذات أهمية بالغة في أداء الخدمة البنكية وأحد أهم الطرق المتبعة في تحسينها، لتتمكن البنوك من المنافسة في اختراق السوق، وكسب اهتمام العملاء لجذبهم والتعامل معهم؛ من أجل إشباع حاجاتهم ورغباتهم.

المبحث الأول: عموميات حول الخدمات البنكية.

لقد كانت الخدمات البنكية عبارة عن مخرجات غير ملموسة ولا قيمة لها، ولكن مع التطور التاريخي والتقدم التكنولوجي أصبح العميل يبحث عن خدمة بنكية في المستوى وهذا ما أدى إلى زيادة الطلب عليها وتربعها على مكانة مرموقة وعليه سنتطرق في هذا المبحث إلى مفهومها، وخصائصها وأنواعها.

المطلب الأول: مفهوم الخدمات البنكية وتطورها**أولاً: مفهوم الخدمات البنكية**

إن مفهوم الخدمة المصرفية لا يبتعد أو لا يختلف كثيراً عن مفهوم الخدمة بشكل عام، حيث أنها تمثل نشاط أو عمل يحصل عليه المستفيد من الخدمة وأن مستوى الإشباع للمستفيد يرتبط بمستوى مقدم الخدمة وذلك لعدم ملموسية هذا النشاط حيث قد يرتبط تقديمها بمنتج أو قد لا يرتبط. قبل التطرق إلى تعريف الخدمات البنكية، سوف نتطرق إلى تعريف الخدمة بصفة عامة ثم نقوم بتعريف الخدمة البنكية تعريف الخدمة:¹

يعرف الخدمة بأنها نشاط أو أداء غير ملموس يحدث من خلال عملية تفاعل هادفة إلى تلبية توقعات العملاء وإرضائهم وقد تكون هذه العملية مقترنة بمنتج مادي ملموس لكن إنتاجها هو أساس غير ملموس وعند عملية الاستفادة منها ليس بالضرورة ينتج عنها نقل للملكية.²

تعريف الخدمات البنكية

تعرف الخدمة البنكية على أنها تحمل مفهومين

الأول تسويقي: كونها مصدراً لإشباع احتياجات ورغبات الزبائن.³

الثاني منفعي: يتمثل في مجموعة المنافع التي يسع الزبون لتحقيقها من جراء استخدامه للخدمة. وتعرفها بأنها مجموعة من الأنشطة والعمليات ذات المضمون المنفعي الكامن في العناصر الملموسة وغير ملموسة والمقدمة من قبل البنك، والتي يدركها المستفيدون من خلال ملامحها وقيمتها النفعية، والتي تشكل مصدراً لإشباع حاجاتهم

¹ محمود جاسم الصميدعي ردينة عثمان يوسف التسويق المصرفي مدخل إستراتيجي كمي"، الطبعة الأولى، دار المناهج للنشر والتوزيع، عمان الأردن، 2005، ص47

² هاني حامد الضمور، تسويق الخدمات، الطبعة الأولى، دار حامد للنشر والتوزيع، عمان - الأردن، 2008، ص21.

³ رعد حسناصرن، عولمة جودة الخدمة المصرفية، دار التواصل العربي، عمان - الأردن، بدون سنة النشر، ص272.

ورغباتهم الائتمانية الحالية والمستقبلية وفي الوقت ذاته تشكل مصدراً لأرباح البنك من خلال العلاقة التبادلية بين الطرفين.¹

وتعرف بأنها كل ما يقدمه البنك في إطار نشاطه للطرف الثاني متمثل في العميل، فهي عبارة عن مصدر لإشباع ما يرغب فيه العميل من حاجات ورغبات، فمن وجهة نظر العميل للخدمة المصرفية هي مصدر للحصول على تلك الحاجة أما من وجهة نظر المصرف مصدر للربح.²

تعرف الخدمة المصرفية بأنها تشتمل على بعدين أساسيين هما:

1- البعد المنفعي : يسعى العميل للحصول على الخدمة لتحقيق منفعة أو مجموعة من المنافع، وإذا كان الغرض الرئيسي للتسويق المصرفي هو تحقيق مستويات أعلى من الرضا لدى العميل بكل ما يتضمنه ذلك من توجهات لتحقيق الربح، فإن هذا الرضا هو محصلة المنافع التي يمكن أن يحققها هذا العميل من خلال الخدمات محل التعامل، ومن هذا المنظور فإن أهمية الخدمة المصرفية والقيمة الإضافية المرتبطة بها من وجهة نظر العميل تقاس بمدى ما تحققه من منافع.³

2- البعد الخصائصي : إذا كان البعد الأول يرتبط بالعميل نفسه فإن البعد الخصائصي يرتبط بالخدمة المصرفية ذاتها، ومن ذلك فإن خصائصها تعبر عما تؤديه في حين تعبر المنافع عما يحصل عليه العميل. تعرفها بأنها مجموعة من العمليات ذات المضمون المنفعي الذي يتصف بتغلب العناصر الغير ملموسة على العناصر الملموسة والتي تدرك من قبل الأفراد أو المؤسسات من خلال دلالاتها وقيمها المنفعية التي تشكل مصدراً لإشباع حاجاتهم المالية والائتمانية الحالية والمستقبلية والتي تشكل مصدراً لربحية البنك وذلك من خلال علاقة تبادلية بين الطرفين، ويتجسد المضمون المنفعي للخدمة المصرفية في بعدين أساسيين هما:

1- البعد المنفعي : يتمثل في مجموعة المنافع المادية المباشرة التي يسعى العميل للحصول عليها من خلال شرائه للخدمة المصرفية.⁴

¹ تيسر العجارمة، التسويق المصرفي"، الطبعة الأولى، دار حامد للنشر والتوزيع، عمان - الأردن، بدون سنة النشر، ص31.

² أبو عربي مروان محمد، "الخدمات المصرفية في البنوك الإسلامية والتقليدية"، الطبعة الأولى، دار نسيم للنشر والتوزيع، عمان الأردن، 2006، ص ص 62 .73

³ صفيح صادق، يقور أحمد التسويق المصرفي وسلوك المستهلك"، بدون طبعة، مؤسسة الثقافة الجامعية الإسكندرية 2010، ص42.

⁴ ناجي ديب معلا، "الأصول العلمية للتسويق المصرفي"، الطبعة الأولى، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة عمان - الأردن، 2015، ص74.

2- **البعد السماتي:** فيتمثل في مجموعة الخصائص والسمات التي يتصف بها المضمون المنفعي المباشر للخدمة.¹ ومن خلال التعاريف السابقة توصلنا إلى تعريف الخدمات البنكية على أنها تتمثل في مختلف الأنشطة والعمليات المقدمة من طرف البنك إلى العميل لتلبية رغباتهم ولجذب ولأهم بصفة دائمة مع الاهتمام بجانب الربحية بالنسبة للبنك.

ثانياً: التطور التاريخي للخدمات البنكية

لقد تطورت الخدمات المصرفية تبعاً لتطور المفهوم التسويقي بعدة مراحل. لذلك سوف نستعرض نبذة موجزة حول تطور مفهوم الخدمات المصرفية عبر مراحل التطور الاقتصادي وتطور الأنشطة التسويقية من خلال ما يلي:

1- **الخدمات البنكية في مرحلة ما قبل التصنيع :** حيث اعتمدت المجتمعات في هذه المرحلة على الزراعة والصيد في توفير احتياجاتها ولقد تميزت بالخصائص التالية:

1-1- **الاكتفاء الذاتي :** حيث أن كل أسرة تنتج ما تحتاجه من سلع وخدمات، لذلك تتصف هذه المرحلة بعدم وجود أي نشاط تسويقي وعدم وجود أي نشاط مالي وبنكي؛

1-2- **تبادل الفائض من الإنتاج:** حيث اتجهت الأسرة إلى التخصص في الإنتاج، مما أحدث فائضاً في الإنتاج دفعها إلى القيام بعملية المبادلة بالسلع، وذلك من خلال مقايضة سلعة بسلعة أخرى، والخدمات المقدمة فكانت بسيطة وشخصية وطوعية، أما الخدمات البنكية فلم تظهر معالمها؛²

1-3 **تدهور النقود :** بعد الاتجاه نحو تبادل فائض الإنتاج، ظهرت صعوبات جراء ذلك بسبب عدم تكافؤ السلع والخدمات من حيث الجودة والقيمة الحقيقية، فان ذلك دفع إلى إيجاد سلعة وسيطة تمكن الأفراد من التوصل إلى عملية تبادل مرضية ما أدى إلى ظهور النقود؛

1-4- **الإيداع:** بعد ظهور المسكوكات الذهبية والفضية والنقود وبعد أن أصبح هناك أفراد يمتلكون ثروات وأصبحوا يخشون عليها من السرقة والضياع قاموا بإيداعها في المعابد، وبذلك تعتبر هذه المرحلة البداية لفكرة البنوك والخدمات البنكية بشكل بسيط وهو الإيداع؛

¹شاكر تركي إسماعيل، التسويق المصرفي الإلكتروني والقدرة التنافسية للمصارف الأردنية"، مؤتمر العلمي الخامس، نحو مناخ استثماري وأعمال مصرفية إلكترونية، الذي تنظمه كلية العلوم إدارية والمالية، جامعة فيلادلفيا، عمان - الأردن 4-5 تموز، 2007.

² عبد الرزاق حميدي، محاضرات في التسويق المصرفي"، مطبوعة مقدمة لطلبة السنوات الثانية والثالثة مالية وبنوك، بنوك وتأمينات، تسويق، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير جامعة البويرة - الجزائر، 2015، ص ص 41 42.

- 1-5- الإيداع والقروض :** لقد لجأ أصحاب الثروات إلى إيداع ثروتهم لدى صائغي الذهب وأن هؤلاء اخذوا يقومون بإعطاء القروض لقاء فائدة معينة، ويكون القرض لفترة قصيرة في هذه المرحلة ظهر إيداع القروض والفائدة.¹
- 2- الخدمات البنكية في مرحلة التصنيع:** تميزت هذه المرحلة بتراكم رأس المال، مما دفع اصحابها إلى استثماره في المشاريع الصناعية، وأن هذا الاستثمار أدى إلى زيادة الثروات، وهنا ظهرت الحاجة بشكل أكبر إلى مصارف أكثر تخصصاً من الفترات السابقة بالشكل الذي جعلها تمثل مؤسسات ذات كيان لها.²
- 3- الخدمات المصرفية في مرحلة ما بعد التقدم الصناعي و الظروف الحالية :** إن أهم ما يميز القطاع المصرفي في هذه المرحلة هو تعاضد دور التكنولوجيا المصرفية، والعمل على تحقيق الاستفادة القصوى من ثمار تكنولوجيا المعلومات والاتصالات بغية تطوير نظم ووسائل تقديم الخدمات المصرفية وابتكار تطبيقات جديدة للخدمة المصرفية تتسم بالكفاءة والسرعة في الأداء. وتتميز هذه المرحلة بالخصائص التالية :
- تزايد الطلب على الخدمات المصرفية؛
 - تزايد عدد المصارف وتنوع الخدمات المقدمة؛
 - زيادة عدد الفروع التابعة للمصرف؛³
 - اتساع الرقعة الجغرافية التي تنتشر عليها هذه المصارف وفروعها؛
 - استخدام الحاسب الآلي في تنفيذ العمليات المصرفية؛
 - الاشتراك في شبكة الانترنت لتسهيل عملية الترويج والاتصال بالزبائن.⁴

1 - محمود جاسم الصيمدي، ردينة عثمان يوسف، مرجع سبق ذكره"، ص 47.

2 محمود جاسم الصيمدي، ردينة عثمان يوسف، مرجع سبق ذكره، ص ص 47 48.

3 عوض بدير الحداد، "التسويق استراتيجيات التسويق المصرفي والخدمات المصرفية"، بدون طبعة دار الكتاب الحديث، القاهرة - مصر، 2009، ص53

4 عبد الرزاق حميدي، مرجع سبق ذكره، ص 39.

المطلب الثاني: خصائص الخدمة المصرفية

ان منتج الخدمة كونه يتصف بعدم اللمس نتج عن ذلك عدم امكانية التذوق به او رؤيته كل ذلك يجعل الخدمة، منتج غير مرض للزبون قياسا الى منتج السلع المادية لان ما يترتب على هذه الخاصية من صعوبات أخرى تؤثر على عمليات صناعة الخدمة، كان تكون معايير قياسها غير واضحة حيث نلاحظ اداء الخدمة يختلف من مجهز خدمة الى آخر، حتى وان كانا يؤديان الخدمة ذاتها، وهي ذاتها تختلف لمجهز الخدمة الواحد من زبون الى اخر.¹

هناك العديد من الخصائص التي تميز الخدمة وتجعلها مختلفة عن المنتجات المادية، فالخدمة غير ملموسة، تنتج وتستهلك في نفس الوقت، ولا يمكن تخزينها فهي عبارة عن اداء ونشاط، وهي متغيرة الخواص، لا يمكن نقلها، تنتج لمساعدة الزبون.²

ونتيجة للتقدم التكنولوجي تشكلت خاصية أخرى للخدمة وهي الافتراضية، فعلى الويب أصبح الوصول الى برنامج يعمل على جهاز الكمبيوتر يشكل خدمة حتى ولو لم يتدخل أحد في تقديمها، كما ساعدت البرمجة على تشكيل روبوتات افتراضية صغيرة تدعم تقديم خدمات تكنولوجيا المعلومات.³

أما بالنسبة لخصائص الخدمة المصرفية فتمثل فيما يلي:

- تتميز خدمات البنوك التجارية بانها خدمات غير ملموسة لذلك تتعامل مباشرة مع الجمهور معتمدة على الثقة التي يجب ان تتوفر بين البنك وعملائه.

- عملت البنوك التجارية على تنويع الخدمات فقد بدأت بخدمة واحدة هي الايداع لتتضاعف وتبلغ عام 1992 في الولايات المتحدة الأمريكية نحو 260 خدمة مصرفية.⁴

¹ قاسم نايف المحياوي، إدارة الجودة في الخدمات مفاهيم وعمليات دار الشروق للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان، 2006، ص 58.

² عبد الكريم أحمد جميل، مرجع سبق ذكره، ص 118.

³ Didier CHAMBARETAUD, Construire une stratégie de service, Dunod, Paris, 2003, P06.

⁴ محمد العربي، طاري التسويق المصرفي في الجزائر حقائق وافاق دراسة حالة القرض الشعبي الجزائري، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في العلوم الاقتصادية، جامعة الجزائر، 2007، ص 15.

- الخدمة المصرفية تصنع فور وصول العميل الى الكاونتر ، حيث يبدأ موظف الكاونتر بعملية تصنيع الخدمة حسبما يرغب العميل، اذن الخدمة المصرفية لا تنتج ولا تخزن بانتظار وصول العميل الراغب في الاستفادة منها.¹
- الخدمة المصرفية التي تقدم هي غير قابلة للاستدعاء مرة اخرى، وبمجرد الحصول عليها لا يمكننا اضافة تحسينات عليها أو سحبها، وفي حالة عدم انسجامها مع توقعات العميل، فالبديل الوحيد للإصلاح هو الاعتذار مع مراعات العمل مستقبلا على توفيرها حسب قناعة واحتياجات العميل.²
- الخدمات المصرفية ليست محمية ببراءة الاختراع وكل خدمة جديدة يوجد لها مصرف ما يمكن لمصرف اخر تقديمها (سهولة التقليد)

-نظام التسويق ذو توجه شخصي بدرجة عالية: عند اختيار قنوات توزيع الخدمات المصرفية تعتمد المصارف بشكل كبير على البيع الشخصي الذي يوم على جهود العاملين في البنك وعبر نشر فروع المصرف في الاماكن الأكثر ملاءمة للعملاء، حيث ان تقديم هذه الخدمات يقوم على العلاقات الشخصية بين الموظف والعميل من خلال البحث عن توطيد العلاقة بين الطرفين، فقناعة العميل واستعداده للتعامل مع المصرف واستمرار تعامله معه يرتبط بدرجة كبيرة بالانطباع الشخصي المتكون لديه نتيجة التعامل مع موظفي البنك بشكل مباشر.³

وإذا نظرنا الى الخدمات المصرفية كنشاط اقتصادي، نجد أنه ينطوي على عدد من الخصائص نذكر منها:

- تشعب وتعدد مجالات الخدمة المصرفية وارتباطها بجميع الأنشطة الاقتصادية والاجتماعية الاخرى
- أن الطلب على الخدمات المصرفية دلالة على درجة التقدم الاقتصادي للدولة، حيث أن الخدمة المصرفية نشاط انتاجي ذات طبيعة خاصة ويرتبط بقضايا التنمية بمجالاتها المتعددة.
- أن الطلب على الكثير من الخدمات المصرفية يتصف بالتكرار.
- أن الخدمات المصرفية تعتبر صناعة حيث يتوافر فيها كل متطلبات وعناصر أي نشاط انتاجي.⁴

1 5 سامر جلدة البنوك التجارية والتسويق المصرفي دار أسامة للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان، 2009، ص49.

2 مداح عرابي، الحاج قياس جودة الخدمات المصرفية الاسلامية باستخدام نموذج servqual تجربة المصارف الاسلامية بالمملكة الاردنية الهاشمية مداخلة في الملتقى الدولي الأول بعنوان: الاقتصاد الاسلامي الواقع، ورهانات المستقبل يومي 23 و 24 فيفري 2011 جامعة الشلف، ص6

3 صباح م محمد ابوتاية، التسويق المصرفي بين النظرية والتطبيق دار وائل للنشر والتوزيع الطبعة الأولى، عمان، 2008، ص 69.

4 2 نفس المرجع السابق، ص70.

المطلب الثالث: دورة حياة الخدمة المصرفية

تمر الخدمة المصرفية بأربعة مراحل والتي تمثل حجم التطور والتعامل بالخدمة عبر الزمن، وان منحى دورة الحياة يعبر عن التاريخ البيعي لها ولهذا تحليل دورة حياة المنتج أو الخدمة المصرفية يساعد على وصف الكيفية التي تعمل بها الخدمة المصرفية، كما يوضح المفهوم المتفاوت في سلوك الخدمة من مرحلة الى أخرى وهو ما يسمح بتطبيق استراتيجية تسويقية مختلفة من مرحلة لأخرى، ويمكن توضيح مراحل حياة المنتج المصرفي فيما يلي :

1. مرحلة التقديم: في هذه المرحلة يتم تعريف الزبائن بالخدمة المصرفية بوصف ميزاتها وخصائصها وفوائد استعمالها وتمتاز هذه المرحلة بانخفاض نسبة المبيعات وارتفاع التكاليف خاصة الترويجية منها لعدم تمكن العديد من الزبائن التعرف على الخدمة المصرفية من جهة وعدم اقتناعه التام بها في مرحلتها الأولى.

2. مرحلة النمو : وفيها يزداد التعامل بالخدمة وتنمو المبيعات مما يزيد من إيرادات المصرف وهو ما يحفز المصارف الأخرى على تقديم الخدمة وتتميز هذه المرحلة بارتفاع الأرباح وسعي المصرف للمحافظة وزيادة حصة السوق بشكل مستمر عن طريق تحسين جودة المنتج أو اضافة نماذج جديدة له.

3. مرحلة النضج فيها يبدأ الانخفاض التدريجي لمعدل نمو المبيعات وتزداد المنافسة في السوق وتزيد المصارف من ميزانياتها المخصصة للبحث والتطوير لتحسين الخدمة.

4. مرحلة التدهور: وهي المرحلة الحرجة التي تمتاز بانخفاض المبيعات وتتحقق الخسائر وهنا يبدأ البنك في الغاء الخدمة واستبدالها بخدمات أخرى جديدة.

المبحث الثاني: عصنة الخدمات البنكية.

شرعت الجزائر منذ سنوات في إصلاحات إقتصادية هيكلية شملت جميع المجالات، متخذة التحوّل الرقمي كمفتاح لهذه الإصلاحات، وحظي القطاع المصرفي بحصة الأسد في هذا التوجّه، وتجلّى ذلك من خلال صدور نصوص تشريعية وتنظيمية تسهّل مواكبة متغيّرات البيئة البنكية الجديدة .

المطلب الأول: ماهية التحوّل الرقمي (الرقمنة):

التحوّل الرقمي (DIGITAL TRANSFORMATION) المعروف إختصاراً بإسم (DX أو DT) هو مفهوم إقترحه الأستاذ إريك ستولترمان من جامعة أوميو السويدية في سنة 2004 الذي أوضح أنّ التكنولوجيا الكتطورة ستؤثّر على حياة الناس في المستقبل، وتتّبأ بحصول عملية التحوّل الرقمي الذي سيغيّر حياة الناس إلى الأفضل من خلال تطبيق ودمج التكنولوجيا المتقدّمة في الحياة اليوميّ، كما تطرّق العديد من الباحثين والمستشارين إلى مفهوم التحوّل الرقمي على أنّه:

- 1- التحوّل الرقمي هو دمج التكنولوجيا الرقمية في جميع مجالات الأعمال التجاريّة ممّا يؤدّي إلى تغيير جذري في طريقة تسييرها¹
- 2- عملية تحويل المواد المطبوعة ل مواد شكل رقمي التي يستطيع الحاسب التّعامل معه وذلك بتنظيمها بوحدات منفصلة من البيانات التي يطلق عليها bytes وتخزينها على وسائط تخزين داخلية كالأقراص الصّلية، أو خارجية، أو إتاحتها عبر شبكة الأنترنت².
- 3- يعرف التحوّل الرقمي بأنّه نموذج عمل جديد قائم على إستعمال التّقنيات الرقمية في إبتكار منتجات، وخدمات جديدة، وطريقة توزيعها والتّركيز على العميل أو المستخدم³.
- 4- يمكن تعريف التحوّل الرقمي أنّه شكل من أشكال التّوثيق الإلكتروني حيث تتمّ عملية الرقمنة بنقل الوثيقة على وسيط إلكتروني وتتخذ شكلين:

¹ What is digital transformation in site : <https://entrepriseproject.com/what-is-digital-transformation>

² نجلاء يس، لامتطلبات التحوّل الرقمي لمؤسسات المعلومات العربية، مجلة المكتبات والمعلومات ، عضو إتحاد الناشرين الليبيين، العدد13، السّنة السادسة، يناير 2015، دار النّخلة للنّشر، طرابلس-ليبيا، 2015ص30.

³ صدوفي غريس وآخرون، واقع التحوّل الرقمي مجلة راد الدراسات الإقتصادية والإدارية، المركز الجامعي، آطو، المجلد3، العدد2، 2015، ص101.

الرقمنة بشكل صورة والرقمنة بشكل نصّ أين يمكن إدخال بعض التحويلات والتّعديلات عليها وذلك بعد معالجة النصّ بمساعدة برنامج خاصّ للتعرف على الحروف¹

5- يعرف أيضاً بأنه عملية إنتقال الشّركات إلى تقنية رقمية لدعم وتطوير وإبتكار في نشاطها سواء تقديم خدمات او منتجات أو عمليات تسويقية².

6- التحوّل الرقمي هو التّغيير الثقافي والتنظيمي والتّشغيلي لمؤسسة أو صناعة أو نظام إيكولوجي م خلال التّكامل الذّكي للتّقنيات والعمليات والكفاءات الرقمية عبر جميع المستويات والوظائف بطريقة مرحلية وإستراتيجية، بتفسير التحوّل الرقمي أبضاً (dx أو dt) من التّقنيات لخلق قيمة وخدمات جديدة لمختلف أصحاب المصلحة (العملاء بالمعنى الواسع)، والإبتكار وإكتساب القدرات للتكيف بسرعة مع الطّروف المتغيرة³.

مما سبق يمكن إعطاء تعريف إجرائي للتحوّل الرقمي بالقطاع المصرفي على أنّه عملية تطوير تقني وتنظيمي وثائقي معقّدة تقوم بها البنوك لتلبية إحتياجات عملائها المتغيرة والتكيف مع متطلبات موظفيها عبر الإستفادة من القدرات الرقمية بناء نماذج أعمال مصرفية وإبتكار خدمات مصرفية جديدة وتحسين تجارب المستخدم ورقمنة العمليات التّشغيلية بهدف تحسين الأداء المالي وتخفيض المخاطر المصرفية ودعم الميزة التنافسية، وبالتالي خلق القيمة للبنك.

من خلال التعاريف السابقة يمكن القول أنّ للتحوّل الرقمي ثلاث دوافع رئيسية تتمثل في:

1- زيادة العملاء ومتطلباتهم.

2- التّمورة التكنولوجية وإستعمالها في كلّ القطاعات.

3- المنافسة الشّديدة بين المؤسسات خاصة في ظلّ الإنفتاح العالمي.

¹ زهير حافظي، الأنظمة الآلية ودورها في تنمية الخدمات الأرشيفية، دراسة مقدّة لإستكمال متطلبات نيل شهادة الدكتوراه تخصّص علم المكتبات، قسنطينة، 2008، ص23 .

² مصطفى رديف، واقع التحوّل الرقمي وخدمات الصّيرفة الإلكترونيّة في الدول العربيّة دراسة تحليلية، المؤتمر الدولي الثّاني التحوّل الرقمي إثره على التّمتية المستدامة، جامعة عمر للعلوم الإقتصادية، ديت، ص4 .

³ What is digital business transformation ? the essential guide to DX, sur site : <https://www.i-scoop.eu/digital-transformation> .

المطلب الثاني: خصائص التحوّل الرقمي .

التحوّلات الرّقمية المالية أدّت إلى تسهيل عمليات تبادل المعلومات والبيانات دون التّعرّض لحواجز مكانية أو زمانية ويعود هذا للخصائص التي يتميّز بها التحوّل الرقمي ومن أهمّها: ¹

التّفاعلية: حيث يتبادل القائم بالإتصال والملتقى والأدوار، وتكون ممارسة الإتّصال ثنائية وتبادلية وليست في إتّجاه أحادي بل يكون هناك حوار بين الطّرفين.

الالتزامية: وهي إمكانية التّفاعل مع العملية الإتّصالية في الوقت الذي يناسب الفرد سواء كان مستقبلاً أو مرسلأ.

المشاركة والإنتشار: يسمع التحوّل الرقمي لكل شخص يمتلك وسائل بسيطة أن يكون ناشراً لرسالته ويشاركها مع الآخرين ².

المرون: تتسم الشّبكة الرّقمية بالمرونة حيث تخضع النّظم الرّقمية عادة للتّحكّم إلى جانب برنامج software بالحاسوب ممّا يسمح بقدر عال جداً من جودة الإستخدام .

الدّكاء: تتسم الشّبكات الرّقمية بقدر عال جداً من الدّكاء، حيث يمكن أن يصمّم النّظام الرّقمي لكي يراقب تغيّر أوضاع القنوات الإتّصالية بصفة مستمرة ويصحّ مسارها ³ كما يختص التحوّل الرقمي بمجموعة من الخصائص الأخرى هي:

- التّنوع: فمع تطوّر للمسندتات الرّقمية في الغنّصال وتعدّها بالإضافة إلى إرتفاع القدرة على الإنتاج والتّخزين والإتاحة للمحتوى الإتّصالي أدّى ذلك في تنوّع عناصر العملية الإتّصالية، التي وفّرت للمتلقّي خيارات أكثر لتوظيف عملية الإتّصال بما يتفق مع حاجاته ودوافعه للإتّصال ⁴.

- التّكامل: تمثّل شبكة الأنترنت مظلة إتّصالية تجمع بين نظم الإتّصال وأشكالها والوسائل الرّقمية المختلفة والمحتوى بأشكاله، في منظومة واحدة توفّر للمتلقّي الخيارات المتعدّدة في إطار متكامل عن طريق توفير

¹ نورهان سليمان، تكنولوجيا الإعلام المتخصصّة، ديناميكيات مستقبلية، مؤسّسة، الرّيادة للنشر والتّوزيع، دبي، ط1، 2020 ص20

² بشرى حسين الحمداني، التّربية الإعلامية ومحو الأمية الرّقمية، ط1، دار وائل للنشر، الأردن 2015 ص 138.

³ حسن عماد المكاوي، تكنولوجيا الإتّصال الحديثة في عصر المعلومات، ط2، الدّار المصرية اللّبنانية، القاهرة، 1997، ص151.

⁴ فاطمة الزّهران فرحات، دور التحوّل الرقمي في تحسين أداء وظائف العلاقات العامة في المؤسّسة العمومية الجزائرية، دراسة تحليلية لصفحة فيسبوك، مديرية

الصّحة والسّكان لولاية أم البواقي، مذكرة ماستر، جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي، 2019-2020، ص64.

أساليب التعرّض والإتاحة ووسائل التخزين بأسلوب متكامل خلال وقت التعرّض على شبكة الأنترنت ومواقعها¹.

• تجاوز وحتى الزمان والمكان: فالتحوّل الرقمي يتيح إمكانية الإتصال عن بعد وبالتالي لا يفترض فيه وجود طرفي عملية الإتصال في مكان واحد كما هو في الإتصال المواجهي والذي كان شرطاً لتوفّر عنصر المرونة والتفاعلية.

• الإستغراق في عملية الإتصال: من الخصائص المميّزة للتحوّل الرقمي إنخفاض تكلفة الإتصال أو الإستخدام نظراً لتوفّر البنية الأساسية للإتصال وانتشار الأجهزة الرقمية، وكذلك تطوّر برامج المعلومات ونظم الإتصال بكلفة زهيدة ممّا يشجّع المستخدمين لأجهزة الحاسوب وبرامجه على الإستغراق في هذه البرامج بهدف التعلّم لأوقات طويلة في إطار فردي، كمساعد تطوّر برامج النصوص الفائقة والوسائل الفائقة على طول فترة التحوّل بين المعلومات والأفكار التي تتضمنها لأغراض إكتساب المعلومات أو التسليّة، ولذلك فإنّ فترة إستخدام الحاسب الآلي وبرامجه وتوفّق في كثير من الأحيان الوقت المستغرق في القراءة والإستماع أو المشاهدة، خصوصاً بعد أن أصبحت الشبكة العالمية مصدراً مضافاً لعرض المواد الإعلامية التي تقدّمها وسائل الإعلام على مواقعها في هذه الشبكة².

عليه فإنّ لتكنولوجيات المعلومات والإتصال والتحوّلات الرقمية دوراً هاماً في تعزيز التنمية البشرية والإقتصادية والإجتماعية والمالية، وذلك لمالها من خصائص متميّزة وأكثر كفاءة من وسائل الإتصال التقليديّة، فتكنولوجيات المعلومات والإتصال الواسعة الإنتشار تتخطّى بذلك الجذر الجغرافية والسّياسية للدول كما أنّها تمتاز بكثرة وتنوع المعلومات والبرامج التثقيفية والتعليمية لمختلف الشرائح البشرية، متاحة في كلّ زمان ومكان، وبتكلفة منخفضة فهي تعدّ مصدراً هاماً للمعلومات، سواء للأشخاص أو للمنظمات بمختلف أنواعها أو الحكومات³.

¹ نفس المرجع .

² محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام وإتجاهات التأثير، ط3، عالم الكتب، القاهرة، 2004، ص110 .

³ ماهر عودة الشّمالية وآخرون، تكنولوجيا الإعلام والإتصال، ط1، دار الإصدار العلمي للنشر والتوزيع، عمان 2015، ص99 .

المطلب الثالث: أهداف وأهمية التحوّل الرقّمي.

يهدف من التّوجّه إلى التّحوّل الرقّمي تحقيق مجموعة من الغايات، والتي تحقّق العديد من المزايا للأفراد والمؤسّسات والدّول، ومن خلال هذا المطلب سيتمّ التّطرّق إلى أهداف وأهميّة التّحوّل الرقّمي.

1- أهداف التّحوّل الرقّمي:

للتّحوّل الرقّمي عدّة أهداف تتمثّل في: ¹

- إعادة تشكيل ثقافة المجتمع بشكل عام سواء في العمل أو التّفكير أو التّفاعلات والتّواصل وذلك بالإعتماد على تقنيات الحديثة المتاحة مع التّخطيط المستدام للبحث والتّطوير وإعادة صياغة الخبرات العلمية والعملية.
- تحسين الكفاءة والإرتقاء لمستوى الخدمات والمنتجات المقدّمة وإتسامها بالمرونة والسّرعة.
- تغيير نماذج الأعمال والأساليب المتّبعة في إدارة الخدمات وإستراتيجيات المؤسّسات نحو التّسويق والحصول التّسويقية مستقبلاً.
- محاولة تحقيق الإستفادة القصوى من التّقنيات الحديثة مثل الذّكاء الإصطناعي وغيره في إضفاء طابع المرونة والسّرعة وتوفير الوقت على الخدمات والمنتجات بالإضافة لتحليل البيانات والتّنبؤ ومن ثمّ التّخطيط للمستقبل كما توجد أهداف أخرى للتّحوّل الرقّمي تتمثّل في ².
- 1- دفع المؤسّسات إلى تبني منهج يتم عن طريقه وضع إستراتيجية تحوّل واضحة وإعطاء تطلع واضح عن إلتزام جميع أصحاب المصلحة.
- 2- التّطوّر الشّامل وتنسيق سرعة وكفاءة العمليات والخدمات المالية ومن ثمّ تقديم هذه الخدمات بأسعار معقولة للعملاء وبكل سهولة .
- 3- ممارسة الأعمال بشكل أكثر شفافية وببساطة المعلومات وإظهارها إلى العملاء المواطنين، الموردين.
- 4- الحدّ من التّكاليف العالية في التّحوّلات بين الدّول.

¹ نورا ناصر عبد الهادي، المهارات والجدارات المستقبلية للبنوك، المسابقة البحثية العاشرة للمعهد المصرفي المصري، 2020، ص18.
² أحمد كاظم بريس وورود قاسم جبر، 2020، تكنولوجيا التحوّل الرقّمي وتأثيرها في تحسين الأداء الإستراتيجي للمصرف، المجلة العراقية للعلوم الإدارية، المجلد 16، العدد65، ص2013 .

5- تسريع التحويلات الإجتماعية والإنسانية.

6- التطور المتواصل وبناء المعرفة والخبرات العملاقة.

7- بيان طريقة أداء العمليات التنظيمية للوصول إلى مستويات مبتكرة والعمل على تطوير نماذج الأعمال وخدمات الإنتاج.

2 / أهمية التحوّل الرقّمي:

للتحوّل الرقّمي أهمية كبيرة، فهو العمل بمستوى سرعة واحدة ولفترة طويلة من الزمن لهذا قد أسهم التحوّل الرقّمي بصورة إيجابية في تنظيم الوقت من خلال البرامج المعدّة لها والموجودة من أجلها، قد عملت الكثير من الدّول بتفعيل هذه الخدمة وفي كافّة القطاعات، حيث خلقت تطوّرات وتأثيرات إيجابية وإبداعية للأعمال في التحوّل الرقّمي وتعامل الناس بطريقة أكثر حذراً مع الأموال حيث الرّبائن هم المستفيدون من التطوّر للتحوّل الرقّمي والموجة السريعة¹.

بالإضافة إلى².

- **تحسين الخدمة:** يعدّ تحسين الخدمة أحد الأركان الأساسية للتحوّل الرقّمي، لا يمكن أن تكون أي تحسينات داخلية في حدّ ذاتها، أي يجب أن يتمتّع العملاء بخدمة أفضل ويجب تلبية إحتياجاتهم بشكل أسرع وأكثر إكتمالاً، وسيكون لهذا تأثيراً إيجابياً على الإدارة والأرباح.
- **زيادة التعاون الداخلي:** إذا كان مشروع التحوّل الرقّمي كبيراً بما يكفي، فيمكنه لمس المؤسّسة بأكملها وتعزيز التعاون الداخلي بشكل أفضل والأمثلة النّمونجية الأفضل لتحسين عمليات إدارة المستندات هي شبكات الشركة الداخلية المستخدمة، إذ يمكننا فتح فرص للنقاش بين العاملين في الفرق الذين لم يكن لديهم أيّ إتصال.
- **زيادة الكفاءة:** الكفاءة هي النتيجة الطّبيعية للعكليات المتطوّرة والجيدة، وباستخدام القوّة التي لا مثيل لها للتكنولوجيا الحديثة، يمكن أن تصبح تدفّقات العمل أسرع وأكثر سلاسة وقابلية للتكرار إذ يقضي الموظفون

¹ شروق هادي عبد علي، ارادان حاتم خضير، التحوّل الرقّمي للعمليات المصرفية كأداة لتطوير الأداء المالي الإستراتيجي لمصرف بغداد نموذجاً، مجلّة الإدارة والإقتصاد، الجامعة المستنصرية، العدد126، 2020ص3.

² راند الأعمال العربي، التحوّل الرقّمي: دليل شامل للتعرّف على التحوّل الرقّمي للعالم 2022، متاح على الموقع <https://the.arabic.entrepreneur.com>.

وقتاً أقلّ في المهام العادية حتّى يتمكّنوا من التّركيز على الأفكار والإبتكارات كما يستفيد العملاء أيضاً من زيادة الكفاءة في تعاملاتهم مع المنظّمات .

- **الإستقلالية:** في سوق سريع الحركة، تعدّ المرونة التّنظيمية سمة مرغوبة . لقد ولّت أيّام المنظّمات الجامدة وبطيئة الحركة التي تملّي على العملاء كيفية التّعامل معهم بل في الوقت الحاضر، حتّى أكبر الشّركات عليها التّكيّف مع الإتّجاهات والإستماع إلى المستهلكين، إضافة إلى ذلك تتيح التّكنولوجيا للشّركات أن تصبح متّصلة ومرتبّة، يقلّ وقت إتّخاذ القرار وتقتصر دورات التّعلّم، إذاً بإستخدام التّحوّل الرّقمي=، يمكن قياس كمّيات هائلة من نقاط البيانات وتحليلها بهدف التّحسين وزيادة السّرعة.
- إنشاء نماذج أعمال جيّدة: قد فنحت الثّورة الرّقمية العيدي من نماذج الأعمال الجذبيّة، فمثلاً التّحسينات في التّكنولوجيا أصبحت تحمل من سرقة نماذج الأعمال القديمة والإستيلاء عليها في أيّ وقت من الأوقات.
- **تقليل التّكاليف:** خفض التّكلفة أمر مرغوب فيه للغاية في الأعمال التّجارية، فمنذ أيّام الثّورة الصّناعية التي قادت العمليات اليدوية، كان خفض التّكلفة هو الفرق بين بقاء الأعمال وفشلها، أمّا اليوم يقوم الدّكاء الإصطناعي القويّ بأداء مهام عالية ومتكرّرة ويأخذ أعداداً كبيرة من الشّركات لتوفير التّكاليف.

المبحث الثالث: ضرورة تحديث الخدمات البنكية من خلال تنفيذ التحوّل الرقّمي

يعتبر التحوّل الرقّمي إطاراً مهماً لنجاح الأعمال البنكية، حيث يعيد تشكيل الطريقة التي يعيش بها الناس ويعملون ويفكّرون ويتفاعلون ويتواصلون اعتماداً على التّقنيات المتاحة، فتظهر أنشطة جديدة، إذ يمكن إنشاء خدمات بنكية جديدة ومن ثم تنسيقها وتأطيرها وترتيب أولوياتها حتّى تتضجّ الفكرة، وبهذا يوفّر التحوّل الرقّمي إمكانيات ضخمة لبناء مجتمعات فعّالة، تنافسية ومستدامة عبر تحقيق تغيير جذري في خدمات مختلف الأطراف¹، ولقد أوضحت التجارب والأمثلة المتاحة عن تطبيقات تكنولوجيا المعلومات الرقّمية الحديثة بالبنوك أن قدرتها فائقة حيث لا تقتصر قيمتها على السّعر الإقتصادي للخدمات، بل يتعدّى الأمر ذلك، وهذا يمكن البنوك أن تلعب دوراً أساسياً في بناء إقتصاد رقمي حديث.

المطلب الاول : الإقتصاد الرقّمي.

1- ماهية الإقتصاد الرقّمي (digital economy) :

وهو أحد إفرازات إقتصاد المعرفة knowledge economy هو إقتصاد يبني المعرفة كمنطلق أساسي في النشاط الإقتصادي وتشكّل المعلومات والتكنولوجيات الحديثة المنتج الوحيد في العملية الإقتصادية².

يتكوّن الإقتصاد الرقّمي من فرعين أساسيين هما:

1- التكنولوجيا الحديثة للإعلام والإتصال.

2- التجارة الإلكترونية عبر شبكة الأنترنت.

- وهو مصطلح جديد برز مؤخراً، ولا يوجد تعريف متفق عليه عالمياً وللتوضيح نطرح الكلمتين كلا على حدا:

الإقتصاد economy: هو طريقة نظامية لوصف كيفية تبادل السلع والخدمات بين الأفراد في مجتمع معيّن³.

الرقّمي digital : هو أي شيء يمكن ترجمته على شكل أرقام، والأهم من ذلك هو إعادته إلى حالته الأصلية دون أن يفقد أيّاً من عناصره الأساسية⁴.

1 د.أسامة محمد التابعي الدانون، تأثير التحوّل الرقّمي على الأداء المالي للبنوك المصرية، دراسة حالة بنك مصر، العدد الثاني، أبريل 2022.

2 الحاج عبد الرحمان، الإقتصاد الرقّمي " مجلة صانعو الحدث" العدد29، 2005، ص07.

3 التّميمي سيطرة، إشراف نجاح عشري، الجانب المظلم للتجارة الإلكترونية من وجهة المرأة العربية www.winshanic.com 10:50 صباحاً، 2010.

4 التّميمي سيطرة، المرجع نفسه.

ومما سبق فإنّ الإقتصاد الرقّمي (digital economy) هو طريقة نظامية لوصف كيفية تبادل الأشياء إلكترونياً، والتي يمكن التّحكّم في تحويل صورتها إلى حلّة رقمية، والأهمّ من ذلك القدرة على إعادتها إلى حالتها الأصلية دون أن تفقد أياً من عناصرها الأساسية عبر شبكة الأنترنت¹.

وهناك تعريف آخر مفاده " يشير الإقتصاد الرقّمي أو إقتصاد الأنترنت إلى ذلك الإقتصاد الذي يعتمد الجزء الأكبر منه على التّقنيات الرقّمية، والتي تتضمّن شبكات الإتّصال الرقّمية كالأنترنت والآنترنت والإكسترنت والبرمجيات والتّقنيات الأخرى ذات الصّلة"².

أمّا التّعريف الثالث فيقول أنّ: " الإقتصاد الرقّمي هو ذلك الإقتصاد الذي يعتمد على أساليب الإنتاج المتميّزة بكثافة تطبيقات ثورة تقنيات الإعلام الآلي والإتّصال، وخاصّة شبكة الأنترنت"³.

2/ أهمية الإقتصاد الرقّمي:

تكمّن أهمية الإقتصاد الرقّمي في كونه يتعلّق بقضايا التّمنية الإقتصادية والإجتماعية المعتمدة على أساليب الإنتاج المتميّزة بكثافة تطبيقات تكنولوجيايات الإعلام والإتّصال، مستنداً على قوّة شبكة الأنترنت، وتشير العديد من الدّراسات الإقتصادية إلى الجذر الجوهرى والعميق لتطبيقات ثورة تكنولوجيايات الإعلام والإتّصال، والتّحوّل إلى العالم الإلكتروني في دفع عجلة التّمنية وزيادة القدرة التّنافسية للدّول من خلال:

- تطوير وتحديث قطاع تكنولوجيايات الإتّصال ليكون قطاعاً إقتصادياً رائداً بما يعظّم إسهاماته في قيمة النّاتج لأيّ دولة.
- نشر وتعميم إستخدام تكنولوجيايات الإعلام والإتّصال في كافّة القطاعات الإقتصادية والإجتماعية لتحسين قدرات الدّول التّنافسية، وزيادة جودة منتجاتها وخدماتها⁴.

3/ مبادئ الإقتصاد الرقّمي:

مكوّنات الإقتصاد الرقّمي يتمّ التّعبير عنها بنبضات أو متواليات من 0 و1 أي نبضة موجودة أو غير موجودة، ويمكن تلخيص مبادئ الإقتصاد الرقّمي في النّقاط التّالية:⁵

¹ التميمي سيطرة، مرجع سبق ذكره.

² طارق طه، إدارة البنوك في بنية العولمة والآنترنت، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2007، ص176.

³ المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم (إدارة العلوم والبحث العلمي)، الإستراتيجية العربية للمعلوماتية، تونس، 2006، ص414.

⁴ المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم (إدارة العلوم والبحث العلمي) (الإستراتيجية العربية للمعلوماتية، تونس، 2006، ص18.

⁵ المرجع نفسه ص05-06.

- المرونة والقدرة الفائقة على التكيف مع المتغيرات والمستجدات التي تعرفها الحياة اليومية.
- القدرة الفائقة على التجدد والتطور والتواصل الكامل مع بقية الإقتصادات التي ترغب في الاندماج فيه، حيث يصعب فصله عنها أو الحديث عنها دون أن يكون له مكاناً بارزاً فيها.
- القدرة على الابتكار وولادة منتجات فكرية معرفية جديدة لم تعرفها الأسواق من قبل، وإيجاد المسوق والأكثر إشباعاً وإمتاعاً للمستهلك والموزع والمتعامل معه.
- مجالات تكوين القيمة المضافة متعددة وذات طبيعة تزامنية وتكاد تكون لا نهائية، وتعطي تأثيرها على كل مجالات الإقتصاد بشكل فوري وملمس.
- إقتصاد مفتوح بالكامل، أي لا وجود لفواصل زمنية أو عقبات مكانية أمام من يرغب في التعامل فيه ومعه، فقط عليه أن يملك معرفة عقلية وإدارة تشغيله ووعي كامل بأبعاد وجوانب هذا الإقتصاد وإحترام تام لأطراف التعامل مع.
- إرتباطه بالذكاء والقدرة على الابتكار والخيال الجامع مع الوعي الإدراكي بأهمية الإختراع، والمبادئ الذاتية والجماعية لتحقيق ما هو أفضل وتفعيل كل ذلك من أجل إنتاج أكبر في الحجم وأحسن في الأداء، وأجود في النوعية والأهم هو الأفضل إتاحة للإشباع.
- تجدد الحاجة إلى هذا الإقتصاد والطالب على منتجاته المعرفية التي تغذي كل نشاط أو وظيفة بشكل كبير وبمعدلات متميزة، مما يدفعنا إلى القول أنّ أي نشاط يستحيل القيام به دون معرفة.
- تجدد المصادر المعرفية لهذا الإقتصاد وإزديادها ونموها وعدم نفاذها سواء بكثرة الإستخدام أو بالإحتفاظ.
- القدرة على إبتكار مصادر معرفية جديدة وتطوير وتنوع وإنتشار وسائل تداولها دون أي حواجز تعيق هذا التبادل.
- يعمل هذا الإقتصاد على تكوين رغبات جديدة وإطلاق دوافع تحرض من لديه هذه الرغبات على إشباعها، وتوفير الموارد والإمكانات اللازمة لتحقيق هذا الإبداع.
- إنّ الرقمية ستشكل إقتصاداً جديداً في مجالاته وآلياته ونظمه التي ستكون دائمة التطور والإرتقاء، وتنظم هذه النظم :

- نظم الإنتاج الرقمية.
- نظم التسويق الرقمية.
- نظم التمويل الرقمية.
- نظم الإطارات البشرية البمؤهلة والمدربة و الخبرة في المجالات الرقمية¹.

4/ معالم الإقتصاد الرقمي:

نّ ما يحرك الإقتصاد الرقمي ليس أدوات رقمية وزخم هائل من المعلومات فحسب، بل تميّزه مجموعة من خصائص جعلت منه عالماً مرئياً ومسموعاً فهو عالم غير مكادّي ولكنة واقعي بفضل التكنولوجيا المتطورة التي تمكّنتنا من التفاعل والتّحاور مع أشخاص غير حقيقيين في الظاهر ضمن واقع إفتراضي، ويتميّز الإقتصاد الرقمي بثلاث خصائص:²

- المنتجات الإفتراضية.
- الإبتكارات في عمليات التصنيع الإفتراضية.
- التقارب في ذوبان الحواجز بين المنتجات والأسواق والبيئية التّحتية .

5/ آثار الإقتصاد الرقمي:

- لا شكّ أن تحوّل الإقتصاد إلى الشكل الرقمي له آثار بالغة، حيث يعتبره البعض أنّه ما يعرف بالعولمة ومن آثاره:³
- سيطرة شركات متعدّدة الجنسيات على الإنتاج العالمي .
- تكبير الشّركات الوطنية الصّغيرة بمعايير وشروط معلوماتية رقمية لا تتوفّر عليها .
- فتح الأسواق ورفع الحواجز عنها لتسهيل التّحكّم فيها من طرف الشّركات الكبرى لما تملكه من شبكات ومعلومات وتقنية.

¹ الخضيرى محسن أحمد، التسويق المصرفي مكتبة الأنجلو المصرية، 1986ص22.

² الرماني زيد بن محمد، الأنترنت والإقتصاد الرقمي: الثّورة الإقتصادية الرقمية www.bebe.com ص125.

³ عادل حمّار أبو عزة، الإقتصاد الرقمي صحيفة الجزيرة أسبوعية متخصصة، العدد 157 بتاريخ 09أفريل2006، ص178.

- حفاظ الشركات الكبرى على قيادة التحديث والتجديد في علوم البحث والتطوير، بحيث تبقى الوحدات الإنتاجية الصغيرة تحت سيطرتها.

- الدخول إلى المجتمعات وتغيير معتقداتها و أنظمتها وطرق معيشتها .

المطلب الثاني: متطلبات التحوّل الرقمي.

لنجاح التحوّل الرقمي يجب الدمج بين الحاسبات الآلية وشبكات الإتصالات الرقمية، والتي يمكن إستعراضها من خلال الأدوار التي تقوم بها كالتالي ¹ .

1- الحاسبات الآلية: إنّ التحوّلات الرقمية أثبتت أنّ فكرة عمليات الإتصال لم تعد بالصورة التقليدية التي تقتضيه وتستلزم وجود إنسان مرسل وإنسان مرسل إليه، ورسالة بينهما. كشرط من شروط تشكيل عملية التواصل، إنّما أصبح الأمر يتعلّق بحوار الآلة مع الإنسان والتفاعل بين العاملين الإنساني والمادي، ومازاد من شدّة هذا التفاعل هو تطوير أنظمة الحواسيب وبرمجياتها القائمة على التتولوجيا الرقمية، حيث إنتقلت من كونها آلة لمعالجة البيانات data processing إلى كونها آلة معالجة المعلومات information processing ثمّ إلى آلة معالجة المعارف knowledge processing بحيث أصبح الحاسوب يتمتّع بخاصية الذكاء الإصطناعي التي تجعله قادراً على الإستتساخ وإستخلاص الأحكام وهو ما يفسّر برمجيات وأنظمة يطلق عليها عبارة النظم الخبيرة expert system وسمّيت هكذا لأنّها نظم قادرة على القراءة والسمع والرؤية وحتى على التمييز بين المسافات والأشكال وتستطيع أن تفهم وتحلّل المسائل وتبرهن النظريان وتتخذ القرارات بل وتؤلّف النصوص والأشكال أيضاً، ويواصل علم الحاسوب التّقدم لإنتاج حواسيب أكثر نكاء حتى أصبح اليوم الآلاف من النظم الرقمية ذات الإستخدام اليومي في العديد من المجالات .

2- الشبكات الرقمية: تعني الشبكة مجموعة من الأماكن أو العلاقات بين عدّة وحدات سواء كانت تلك الوحدات إجتماعية أو تكنولوجية، أما الشبكة الرقمية فتتمثّل في شبكات الإتصال بين الأجهزة الرقمية وعلى رأسها الكمبيوتر، وتعني الرّبط بين الأجهزة وبعضها البعض كما لو كانت جهازاً واحداً نوعان من شبكات الإتصال:

¹ عبد الرزاق مساعديّة، تحوّلات القراءة في العصر الرقمي (طلبة الدراسات العليا بجامعة أحمد بوقرة نموذجاً) مذكرة مقدّمة لإستكمال متطلبات نيل شهادة الماجستير في علوم المكتبات والعلوم الوثائقية جامعة وهران الجزائر 2015،2014 ص39-40.

1-2 الشبكات المحلية **local area net work** : وهي الشبكة التي ترتبط بين مجموعة من الحواسيب في نطاق ضيق ومحدود مما يتيح للمستخدمين إمكانية مشاركة استخدام الموارد المتاحة كأجهزة الطباعة والمسح الضوئي وغيرها.

2-2 شبكة واسعة النطاق **wide area network** : وهي الشبكة التي توفر إمكانية التعامل والاتصال بين مختلف محطات العمل المتباعدة جغرافياً فهي يمكن أن تعطي مدينة أو دولة أو مواقع منتشرة في جميع أنحاء العالم.

ومن أبرز المعدات المستخدمة في التحوّل الرقمي مايلي¹.

- الحاسبات الآلية ذات المواصفات الملائمة لعمليات القرصنة .
- الماسحات الضوئية المرقمنة scanner لفحص أنواع المعلومات المكتوبة، المطبوعة، المصورة.
- الكامرات الرقمية لرقمنة المواد التلفة التي لا يمكن نقلها.
- أجهزة الحماية من الزيادة المفاجئة في الكهرباء (تفادياً لإتلاف الأجهزة وبالتالي فقدان المعلومات) .
- أجهزة النسخ الاحتياطية، وتضمّ هذه الأجهزة تخزين وحفظ الملفات الرقمية في أمان في حالة حدوث خطر ويفضّل حفظها خارج المؤسسة .
- الطابعات التي تساعد في طباعة المعلومات المرقمنة في حاملات ورقية .
- البرمجيات المستخدمة في عملية الرقمنة وبرامج الإدخال من بينها:
- محرّر html ويسمح بتحرير أو كتابة أكواد html عن طرثوق عملية الترميز.
- محرّر xml يعمل هذا المحرّر بشكل كبير بطريقة محرّر html (الترميز) .
- محرّر النصّ أو معالج الكلمات الذي يسمح بإنشاء النصّ وكتابته وصيغته وتحريره.
- محرّر الصور الذي يسمح بإنتاج الصور وتحريرها لأغراض الحفظ والعرض.
- برمجيات المسح الضوئي .

¹ نجلاء يس، متطلبات التحوّل الرقمي لمؤسسات المعلومات العربية، مرجع سبق ذكره، ص 37 .

- برمجيات التعرف الضوئي للحروف.
- برمجيات بروتوكول نقل للملفات ftp.
- برمجيات تخطيط الصفحات وتصميمها.
- برمجيات pdf.
- برمجيات ضغط وضبط الصورة .
- برمجيات الإسترجاع (لإسترجاع المعلومات من الوثائق المقرصنة).
- برمجيات نسخ الوثائق المقرصنة على الوسائط الفارغة ¹.

¹ المرجع نفسه .

الفصل الثاني

دراسة ميدانية لبنك الوطني الجزائري

BNA تيارت

تمهيد

نتيجة للتطورات التكنولوجية والمعلوماتية التي شهدتها العالم بصفة عامة والاقتصاد بصفة خاصة قامت المصارف الجزائرية بسعي الي العايش مع هذه التغيرات العالمية في ضل الانفتاح والعولمة وذلك بتطوير الخدمات الصيرفة الالكترونية التي تعتبر من اهم مظاهر العصرنة لأي جهاز مصرفي والذي يعكس مدي تطور المعاملات المالية وطرق معالجها هذا وقد عملت البنوك الجزائرية وعلى راسها البنك الوطني الجزائري علي تطويره.

حيث سنتطرق الي:

المبحث الأول: تقديم مؤسسة البنك الوطني الجزائري BNA

المبحث الثاني: الخدمات المصرفية الالكترونية المقدمة من طرف BNA تيارت

المبحث الأول: التعريف بالبنك الوطني الجزائري وخدماته

المطلب الأول: نشأة وتقديم البنك الوطني الجزائري:

أولاً: نشأة وتقديم البنك الوطني الجزائري

سنتطرق في هذا المبحث إلى التعريف بالبنك الوطني الجزائري، الذي يعتبر أحد أقدم البنوك في الجزائر وذلك من خلال التطرق إلى نشأة هذا البنك وتنظيمه إضافة إلى أهم الخدمات التي يقدمها من خلال وكالة تيارت.

أسس البنك الوطني الجزائري بمرسوم 66-178 بتاريخ 13 جوان 1966 على شكل شركة وطنية تسير بواسطة القانون الأساسي لها والتشريع التجاري والتشريع الذي يخص الشركات الخفية ما لم تتعارض مع القانون الأساسي المنشئ لها.

على الرغم من أنها أسست على شركة وطنية برأس مال 20 مليون دج، إلا أن هذه الوضعية أخلت بعض الشيء بمفهوم شركة وطنية ذلك ومن خلال المادة السابعة، سمح للجمهور بالمساهمة في رأس المال بمعدل قدره 5 بالمائة ويمكن أيضا إن يصل إلى حد مبلغ مساهمة الدولة في رأس ماله والذي أشرنا إليه أعلاه.

و تم وضع حد لهذه المساهمات الخاصة في رأس مال البنك بحلول عام 1970 ، أين تم شراء جميع هذه المساهمات من طرف الدولة ليصبح البنك ملك للدولة ،حسب القانون الأساسي فان جميع البنك يسير من قبل رئيس مدير عام و مجلس إدارة من مختلف الوزارات و يعمل و يعمل كبنك ودائع قصيرة و طويلة الأجل و تمويل مختلف حاجيات الاستغلال و الاستثمارات لجميع الأعوان الاقتصاد لجميع القطاعات الاقتصادية كالصناعة ،التجارة ،الزراعة ... الخ كما أنها استخدمت كأداة لتحقيق سياسة الحكومة في التخطيط المالي بوضع القروض على المدى القصير و المساهمة مع الهيئات المالية الأخرى لوضع القروض الطويلة و المتوسطة الأجل.

وحتى سنة 1982 قام البنك الوطني الجزائري بكل الوظائف كأي بنك تجاري إلا انه كانت له حق الامتياز في تمويل القطاع الزراعي بمد الدعم المالي والقروض وهذا تطبيقا لسياسة الحكومة في هذا المجال.

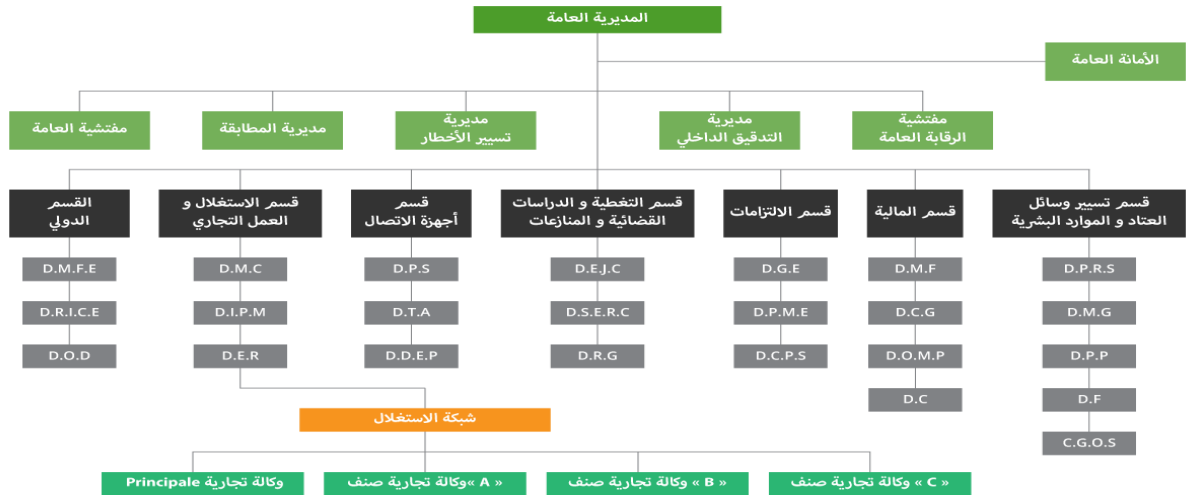
في 16 فيفري 1989 أصبح البنك الجزائري مؤسسة عمومية اقتصادية على شكل شركة بالأسهم، تسير وفقا لقوانين 01-88 و 03-88 و 04-88 ل 12 جانفي 1988 وقانون 11-88 ل 21 جوان 1988 وقانون 177-88 ل 28 سبتمبر 1988 وبالقانون التجاري، وبقيت تسميته بالبنك الوطني الجزائري وبالاختصار ب و ج وبقي المقر الاجتماعي بالجزائر ب 8 شارع شبيغيفارة وحددت مدته ب 99 سنة ابتداء من التسجيل الرسمي بالسجل التجاري.

في شهر جوان 2009 تم رفع رأس مال البنك الوطني الجزائري حيث انتقل من 41.600 مليار دينار جزائري إلى 41.600 مليار دينار جزائري وذلك بإصدار 27.000 سهم جديد يحمل كل سهم قيمة 01 مليون دينار جزائري تم اكتتابها وشرائها من قبل الخزينة العمومية¹.

ثانيا: الهيكل التنظيمي المركزي للبنك الوطني الجزائري:

يتكون البنك المركزي الوطني الجزائري من عدة أقسام وفروع يمكن عرضها من خلال الهيكل التنظيمي التالي:

الشكل 1-2: الهيكل التنظيمي المركزي للبنك الوطني الجزائري



المصدر: موقع البنك الوطني الجزائري على الانترنت www.bna.dz

¹ العربي أحلام، أنظمة الدفع الالكترونية ودورها في تحسين القدرة التنافسية في البنوك التجارية، 2014، رسالة ماستر، جامعة ابن خلدون، تيارت، ص 79

المطلب الثاني: إحصائيات عن البنك الوطني الجزائري

سنتعرف من خلال هذا المطلب على إحصائيات رسمية حول البنك الوطني الجزائري من خلال التطرق إلى النتائج المالية والتجارية لهذا المصرف إلى غاية 2015/12/31.

أولاً: إحصائيات مهمة عن البنك الوطني الجزائري إلى غاية يومنا هذا بعض الأرقام والإحصائيات حول البنك الوطني الجزائري إلى غاية تاريخ 235 وكالة تجارية موزعة على كافة التراب الوطني.

21 مديرية جمهورية للاستغلال

180 موزع آلي للأوراق النقدية DAB

100 - شباك آلي للبنك GAB

- أكثر من 5000 موظف

- المئات من المؤسسات لديها اشتراك في خدمة تبادل المعطيات الإلكترونية EDI

543,772 - بطاقة بنكية

- حساب للزبائن 2,639,319

878,805 - زبون مشترك

8000 - جهاز دفع الكتروني

64 - منخرط في منصة الدفع الالكتروني

9 - وكالات مخصصة حصريا للصيرفة الاسلامية

32- وكالة رقمية

68- شباك اسلامي

137,228- عدد المنخرطين في خدمة الدفع بدون تلامس

النتائج المالية

-المنتج البنكي الصافي: 84,651 مليون دج.

-النتاج الإجمالي للاستغلال: 60,180 مليون دج

-نتاج الاستغلال: 56,986 مليون دج

-النتاج الصافي: 59,206 مليون دج

النتائج التجارية

-الميزانية الإجمالية: 641,639 مليون دج.

-إجمالي موارد الزبائن (دون احتساب العملة الصعبة): 866,679 مليون دج

-وظائف الزبائن: 604,714 مليون دج.

-جاري القروض العقارية: 132,398 أكثر من مليون دج.

-جاري قروض المؤسسات الصغيرة والمتوسطة/الصناعات الصغيرة والمتوسطة:

179,182 مليون دج¹.

¹الموقع الرسمي للبنك الوطني الجزائري، 13 ماي 2024، <http://www.bna.dz>

المطلب الثالث: بطاقة تعريفية لوكالة تيارت للبنك الوطني الجزائري:

سنستهل الآن موضوع دراسة الحالة في البداية بتناول تقديم الوكالة بالإضافة إلى دراسة الهيكل التنظيمي للبنك الوطني الجزائري وكالة تبارت.

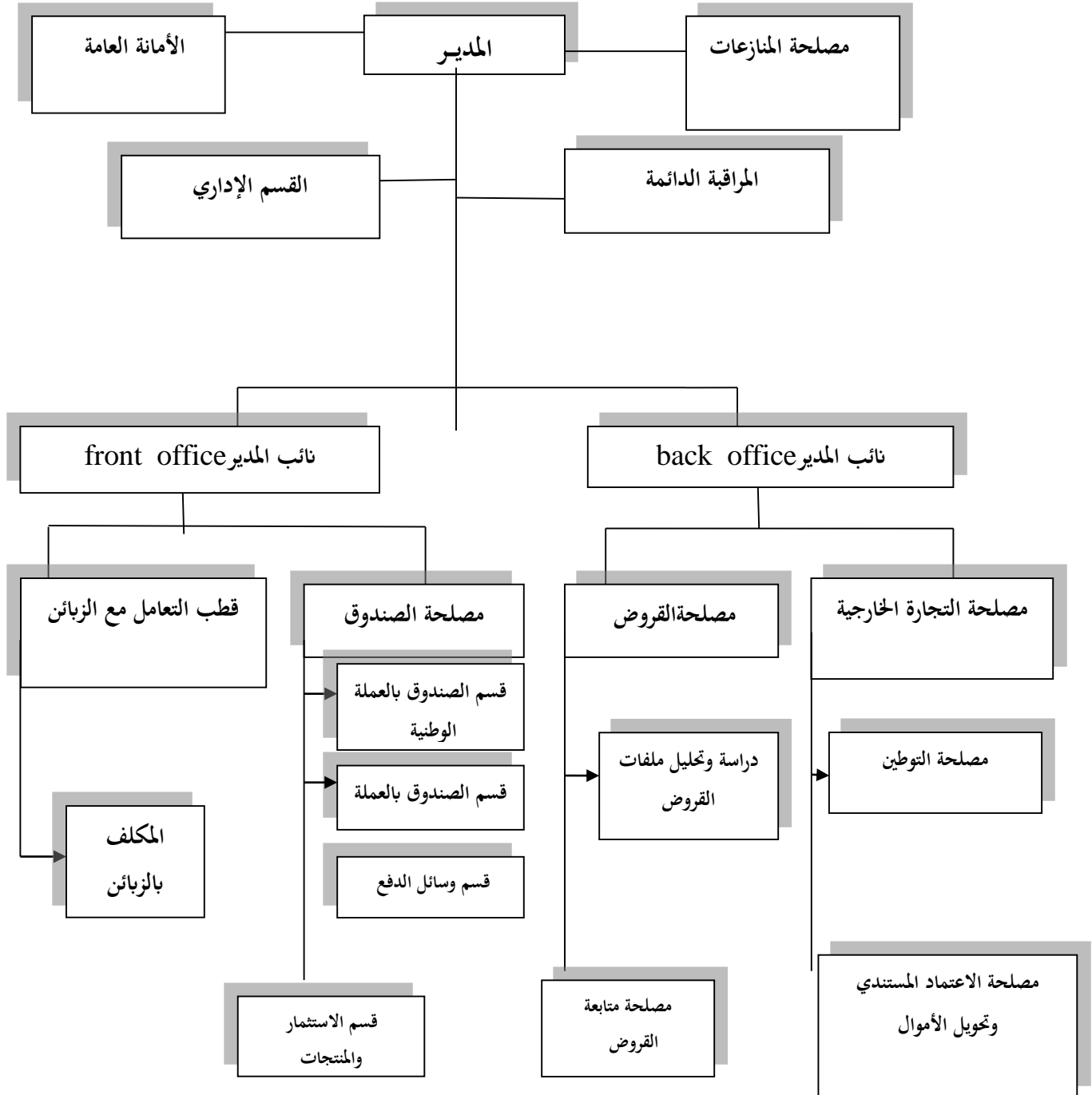
أولاً: تقديم وكالة تيارت: تعتبر وكالة تيارت وكالة رئيسية صنف A نظرا للأعمال الهامة التي تقوم بها، تحمل وكالة تيارت الرقم 540 تم إنشاؤها مباشرة عقب إنشاء البنك الوطني الجزائري، وتتفرع وكالة تيارت عن مديرية الاستغلال لولاية مستغانم التي بدورها تحمل رقم 198 حيث تشرف على أعمال الوكالة وترعاها، يقع مقرها بشارع الانتصار لمدينة تيارت تضم حوالي 21 موظف موزعين على مختلف المكاتب ومصالح البنك حسب الإحصائيات هم يتوزعون كما يلي:

جدول 1-2: توزيع موظفي وكالة تيارت

Agency director	01	المدير
Deputy director	02	المدير المساعد
Account Manager	03	مكلفون بالزبائن
head of Service	02	رؤساء المصلحة
Section Head	01	رؤساء الأقسام
study load	06	مكلفون بالدراسة
Cassirer	04	أمناء الصندوق
Ticket office	02	موظفي الشباك
Housemaid	01	عاملة النظافة
Total	22	المجموع

المصدر: نائب مدير وكالة البنك الوطني الجزائري تيارت

الشكل 2-2: الهيكل التنظيمي لوكالة تيارت للبنك الوطني الجزائري



المصدر: نائب المدير لوكالة البنك الوطني الجزائري تيارت

3/الخدمات التي يقدمها البنك الوطني الجزائري لزبائنه¹:

يقدم البنك الوطني الجزائري لزبائنه من أفراد مهنيين وحرفيين ومؤسسات تشكيلة واسعة من الخدمات نلخصها فيما يلي:

1- الخدمات المقدمة للأفراد:

وتضم ما يلي :

-خدمات الودائع خدمات فتح حساب شيكي حساب بالعملة الصعبة وإصدار الشيكات.

-خدمات الإيداع، السحب ، الدفع والتحويل بالدينار أو بالعملة الصعبة.

-خدمات النقدية: وضع البنك الوطني الجزائري تحت تصرف زبائنه الذين يملكون حساب شيكي، بطاقة السحب

CIBوالتي تسمح لهم بالقيام بسحب النقود لأي وقت (24 سا / 24سا) ، و7(أيام/ 7أيام) وذلك على مستوى كل

موزعات الصراف الآلي المختلفة

-خدمات المساعد: يقوم البنك الوطني الجزائري بإسداء النصح والاستشارة لزبائنه عن طريق أشخاص مكلفين بذلك

على مستوى كل فرع من فروعهم وذلك بتقديم حلول مكيعة حسب حاجة كل زبون.

-خدمات الادخار والتوظيف: يضع البنك الوطني الجزائري أيضا تحت تصرف زبائنه دفتر الادخار وذلك لتسهيل

عمليات سحب وإيداع النقود ، بالفائدة أو بدون فائدة حسب رغبة الزبون.

-تمويل العقارات: يخص هذا المنتج تمويل العقارات كالسكنات جديدة، سكنات قديمة، توسيع، بناء ذاتي.

-تمويل السيارات: يقوم البنك الوطني الجزائري بتمويل السيارات السياحية الموجهة للأفراد خدمة كراء - صناديق

¹ تم تلخيص خدمات البنك الوطني الجزائري بناء على المعلومات لمستفادة من: الموقع الرسمي للبنك الوطني الجزائري <http://www.bna.dz>

2- الخدمات المقدمة للمؤسسات:

وتتمثل في خدمات الودائع، فتح حساب جاري، حساب بالعملة الصعبة، وإصدار الشيكات.

-خدمات المساعدة: وتشمل إيداء النصح والاستشارة فيما يخص إنشاء، تطوير وتوسيع المؤسسات

-خدمات الادخار والتوظيف.

-التمويلات: وتضم

*تمويل الاستغلال عن طريق الصندوق) تمويل المواد الأولية، المنتجات النصف مصنعة، السلع الموجهة لإعادة

البيع تمويل المستحقات، تمويل مسبق للتصدير

*تمويل الاستثمارات.

*التمويل من خلال الإمضاءرهن المناقصة، كفالات ضمان الأداء، ضمان الدفعة المقدمة

*تمويل السيارات: وتشمل تمويل السيارات النفعية.

-خدمات على مستوى دولي وتشمل:

*تنظيم تدفقات التجارة الخارجية الاعتماد المستندي للاستيراد، الاعتماد المستندي للتصدير، التسليم المستندي

للاستيراد التسليم المستندي لتصدير

*ضمانات دولية للاستيراد والتصدير.

ويواصل البنك الوطني الجزائري تطوير خدماته المقدمة للأفراد من خلال تقديم منتجات جديدة مبتكرة بما في ذلك

التامين على الحياة والممتلكات.

المبحث الثاني: الخدمات الإلكترونية المقدمة من طرف BNA تيارت

المطلب الأول: مفهوم الخدمات المصرفية الإلكترونية

تُعرف الخدمات المصرفية الإلكترونية بأنها تقديم المصارف لخدماتها عبر الوسائل الإلكترونية المختلفة مثل المنزل، المكتب، الهاتف، الهاتف الجوال، الإنترنت، وغيرها من الركائز الإلكترونية المتطورة في عالم تكنولوجيا المعلومات والاتصالات.

كما تُعتبر الخدمات المصرفية الإلكترونية إجراء العمليات المصرفية باستخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال الجديدة، سواء كانت تتعلق بالسحب، الدفع، الائتمان، التحويل، التعامل في الأوراق المالية، أو غيرها من الأعمال المصرفية.

ويشير البعض إلى أن الخدمات المصرفية الإلكترونية تتميز بإجراء العمليات دون الحاجة إلى التواجد الفعلي للأطراف المعنية، ودون وجود مستندات أصلية موقعة يدوياً.

المطلب الثاني: تصنيف الخدمات المصرفية الإلكترونية

-الخدمات المصرفية الإلكترونية

-الخدمات المصرفية عبر الهاتف المصرفي

أولاً: الخدمات المصرفية الإلكترونية

1 الموزع الآلي للأوراق: هو آلة أوتوماتيكية تسمح للعميل عن طريق بطاقة الكترونية بسحب مبلغ من المال دون الحاجة الي اللجوء للفرع

2 الشباك الآلي للأوراق: هو أيضا أوتوماتيكي أكثر تعقيدا وتنوعا فبالإضافة الي خدمات السحب يقدم خدمات اخري كقبول الودائع عمليات التحويل من حساب الي حساب

3 البطاقات البنكية المقدمة من طرف BNA

البطاقة البيبنكية للبنك الوطني الجزائري، هي بطاقة ما بين البنوك مدعمة بحساب بنكي، وتأتي في شكلين، وحسب دخل حامل البطاقة:

البطاقة البيبنكية الكلاسيكية



البطاقة البيبنكية الذهبية



البطاقة البيبنكية هي بطاقة للسحب والدفع تسمح بإجراء العمليات البنكية التالية:

- السحب على جميع أجهزة الصراف الآلي المتواجدة على الساحة البنكية،
- الدفع الإلكتروني،

- الدفع الجوّاري على أجهزة الدفع الإلكتروني،
- الاطلاع على رصيد الحساب على أجهزة الصراف الآلي (الموزعات الأوتوماتيكية للأوراق والشبابيك الأوتوماتيكية التابعة للبنك الوطني الجزائري)،
- التحويلات على الشبابيك الأوتوماتيكية للبنك الوطني الجزائري،
- باقة من الميزات الأخرى تجدها متاحة على أجهزة الصراف الآلي الموزعات الأوتوماتيكية للأوراق والشبابيك الأوتوماتيكية البطاقة البيبنكية مجانا وصالحة لمدة ثلاث سنوات،
- تسهل وبشكل آمن معاملات الدفع والسحب،
- وفرة أموالكم 24/24 ساعة و 7/7 أيام على جميع أجهزة الصراف الآلي (الموزعات الأوتوماتيكية للأوراق والشبابيك الأوتوماتيكية للبنك) المتواجدة على الساحة البنكية،
- وكذا المزيد من الأمان بفضل الرسائل النصية القصيرة
- إشعاركم برسالة حول رصيد حسابكم البنكي،
- إشعاركم برسالة حول العمليات المنجزة في وقتها الفعلي.

جدول 2-2: أسقف البطاقة البنكية للبنك الوطني الجزائري

نوع البطاقة	سقف السحب اليومي	سقف الدفع اليومي	السقف حسب مبلغ عملية الدفع
البطاقات البيبنكية الكلاسيكية	100.000 دج	100.000 دج	100.000 دج
البطاقات البيبنكية الذهبية	150.000 دج	150.000 دج	150.000 دج

المصدر: موقع البنك الوطني الجزائري على الانترنت www.bna.dz

إبطاقة مسبقة الدفع : البطاقة البيبنكية مسبقة الدفع هي بطاقة سحب ودفح بين البنوك يتم تعبئتها عن طريق التحويل من الحساب الرئيسي للزبون (من الأفراد). ويمكن أن يكون باسم صاحب الحساب أو حامله.

حيث تسمح لكم بإجراء نفس عمليات بطاقة CIB البيبنكية الكلاسيكية أو الذهبية: السحب من جميع أجهزة الصراف الآلي المتواجدة على الساحة المصرفية،

- الدفع الإلكتروني،
- الدفع عبر أجهزة الدفع الإلكتروني،
- الاطلاع على رصيد الحساب عبر أجهزة الصراف الآلي (الموزعات الأوتوماتيكية للأوراق والشبابيك الأوتوماتيكية التابعة للبنك الوطني الجزائري)،
- الدفع على الشبابيك الأوتوماتيكية للبنك الوطني الجزائري،
- التحويلات على الشبابيك الأوتوماتيكية للبنك الوطني الجزائري،
- باقة من الميزات الأخرى تجدونها متاحة على أجهزة الصراف الآلي الموزعات الأوتوماتيكية للأوراق والشبابيك الأوتوماتيكية.

جدول 3-2: أسقف البطاقة البنكية مسبقة الدفع للبنك الوطني الجزائري

نوع البطاقة	سقف السحب اليومي	سقف الدفع اليومي	السقف حسب مبلغ عملية الدفع
البطاقة البيبنكية مسبقة الدفع	100.000,00 دج	80.000,00 دج	80.000,00 دج

المصدر: موقع البنك الوطني الجزائري على الانترنت www.bna.dz

بطاقة النخبة: بطاقة النخبة هي بطاقة بين البنوك مدعومة بحساب الشيك .

وتأتي في شكلين:

- بطاقة النخبة الموجهة للأفراد،
- بطاقة النخبة الأعمال الموجهة للمهنيين والمؤسسات،



- تسمح لكم بإجراء عمليات السحب والدفع الجوّاري والدفع عبر الإنترنت وكذا التحويل والتحويل،
- كما تتوفر على وظائف أخرى عبر الموزعات الأوتوماتيكية للأوراق والشبابيك الأوتوماتيكية
- تقدم بطاقة النخبة أيضاً باقة من الخدمات الإضافية التي تتمثل في المساعدة الصحية، خدمات الاستقبال، الارشاد والمساعدة في التأمين من الحوادث الجسمانية كلها.

المزايا

- رأس مال حتى مليون دينار،
 - المساعدة على الطريق في حالة حدوث عطل،
 - ضمان النقل والإقامة لزيارة أحد الأقارب في المستشفى،
 - كما تقدم بطاقة النخبة ولوفاً نسقياً بخدمة الرسائل النصية القصيرة:
1. إشعاركم برسالة نصية قصيرة عن رصيد الحساب،
 2. إشعاركم برسالة نصية قصيرة عن المعاملات التي قمتم بإجرائها باستخدام بطاقتكم في الوقت الفعلي.

جدول 4-2: أسقف بطاقة النخبة

نوع البطاقة	سقف السحب اليومي	سقف الدفع اليومي	السقف حسب مبلغ عملية الدفع
بطاقة النخبة	200.000,00 دج	500.000,00 دج	500.000,00 دج

المصدر: موقع البنك الوطني الجزائري على الانترنت www.bna.dz

3. بطاقة التوفير : بطاقة التوفير هي بطاقة سحب مدعومة بحسابات التوفير :

- حساب التوفير بفائدة أو بدون فائدة،
- حساب التوفير "مستقبلي" للقصر بفائدة أو بدون فائدة،
- حساب التوفير ذو عائد تصاعدي.

بطاقة التوفير بفائدة



بطاقة التوفير للقصر بدون فائدة



تتيح لكم توفير أموالكم في أي وقت وأينما كنتم 24/24 ساعة و 7/7 أيام، عبر شبكة أجهزة الصراف الآلي المتواجدة على الساحة المصرفية، كما تسمح لكم بالاطلاع على رصيد حساب التوفير الخاص بكم في أي وقت عبر أجهزة الصراف الآلي.

المزايا:

- عمليات السحب مؤمنة برمز سري،
- وفرة رأس المال المدخر في أي وقت،

- بطاقة التوفير مجانية وصالحة لمدة ثلاث (03) سنوات،
- الاطلاع على رصيد حساب التوفير دون الحاجة للتنقل إلى الوكالة.

4. بطاقة فيزا : VISA

بطاقة فيزا للبنك الوطني الجزائري هي بطاقة سحب ودفعة دولية، تتيح لكم القيام بما يلي:



1- المعاملات عبر أجهزة الصراف الآلي (الموزعات الأوتوماتيكية للأوراق والشبابيك الأوتوماتيكية للبنك الخاصة ببطاقة فيزا) :

- السحب النقدي،
 - الاطلاع على الرصيد،
 - تغيير رقم التعريف الشخصي code PIN.
- 2معاملات الدفع على أجهزة الدفع الإلكتروني الخاصة ببطاقة فيزا بالخارج،
- 3عمليات الدفع عبر الإنترنت 24/24 ساعة و 7/7 أيام.

الأهلية

بطاقة فيزا للبنك الوطني الجزائري موجهة لجميع زبائن البنك من الأفراد الذين لديهم حساب بالعملة الصعبة (يورو)، بالإضافة إلى حساب الشيك بالدينار مفتوح على مستوى نفس الوكالة البنكية.

الشروط

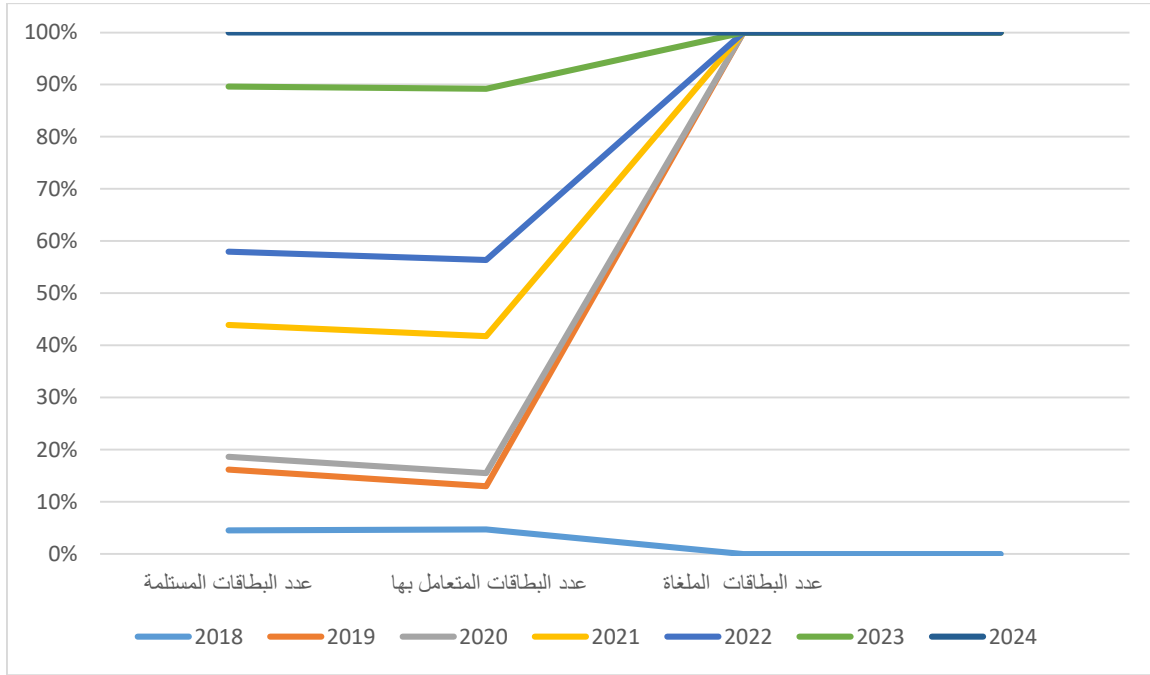
- رصيد دائم متوفر في حساب الشيك بالدينار لا يقل عن ثمانية آلاف دينار (8000.00 دج)،
 - رصيد دائم متاح في حساب العملة الصعبة لا يقل عن مائة (100) يورو،
 - عدم وجود معارضة على الحساب البنكي.
- +ابقوا على اتصال مستمر بحساب العملة الخاص بكم، على مدار الساعة طوال أيام الأسبوع، من خلال الاشتراك في منصة الخدمات البنكية الإلكترونية
- بعض الاحصائيات عن بطاقة CIB :

جدول 5-2: توزيع البطاقات البنكية بوكالة تيارت

2024	2023	2022	2021	2020	2019	2018	
460	1404	623	1122	108	518	200	عدد البطاقات المستلمة
460	1404	623	1122	108	354	200	عدد البطاقات المتعامل بها
	0	0	0	0	164	0	عدد البطاقات الملغاة

موقع البنك الوطني الجزائري على الانترنت www.bna.dz

الشكل 2-4 توزيع البطاقات البنكية بوكالة تيارت



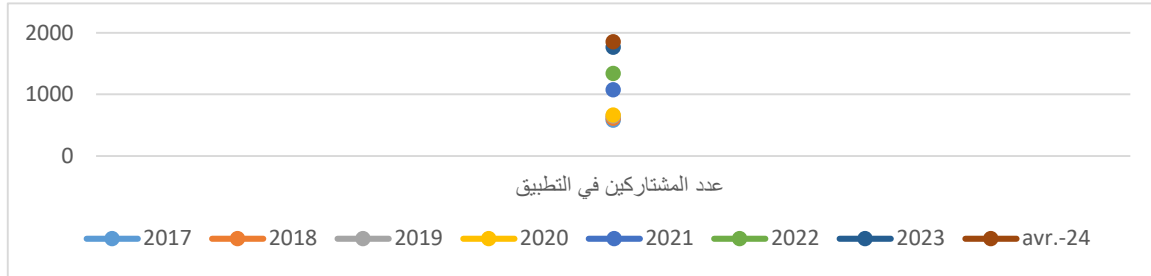
المصدر موقع البنك الوطني الجزائري على الانترنت www.bna.dz

الجدول 2-6 عدد المشتركين في E-banking

	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	avr.-24
عدد المشتركين في E Banking	581	611	646	661	1074	1339	1765	1855

المصدر موقع البنك الوطني الجزائري على الانترنت www.bna.dz

الشكل 2-4 عدد المشتركين في E-banking



المصدر: موقع البنك الوطني الجزائري على الانترنت www.bna.dz

جهاز الدفع الالكتروني: TPE

- جهاز الدفع الإلكتروني مُتاح مجاناً لزبائن البنك الوطني الجزائري من التجار، المؤسسات وكبار المفوترين لتسهيل وتأمين معاملات الدفع الخاصة بنشاطاتهم.
- كما يتيح جهاز الدفع الالكتروني أيضاً تقديم طريقة بديلة للزبائن لدفع ثمن مشترياتهم / فواتيرهم دون الحاجة إلى التعامل نقدياً:
- تسوية العمليات عن طريق بطاقة CIB البيبنكية،
- تأمين العمليات من خلال تجنّب التلاعب بالأموال،
- معالجة سريعة للعمليات وتوفير الوقت،
- سهولة الاستخدام

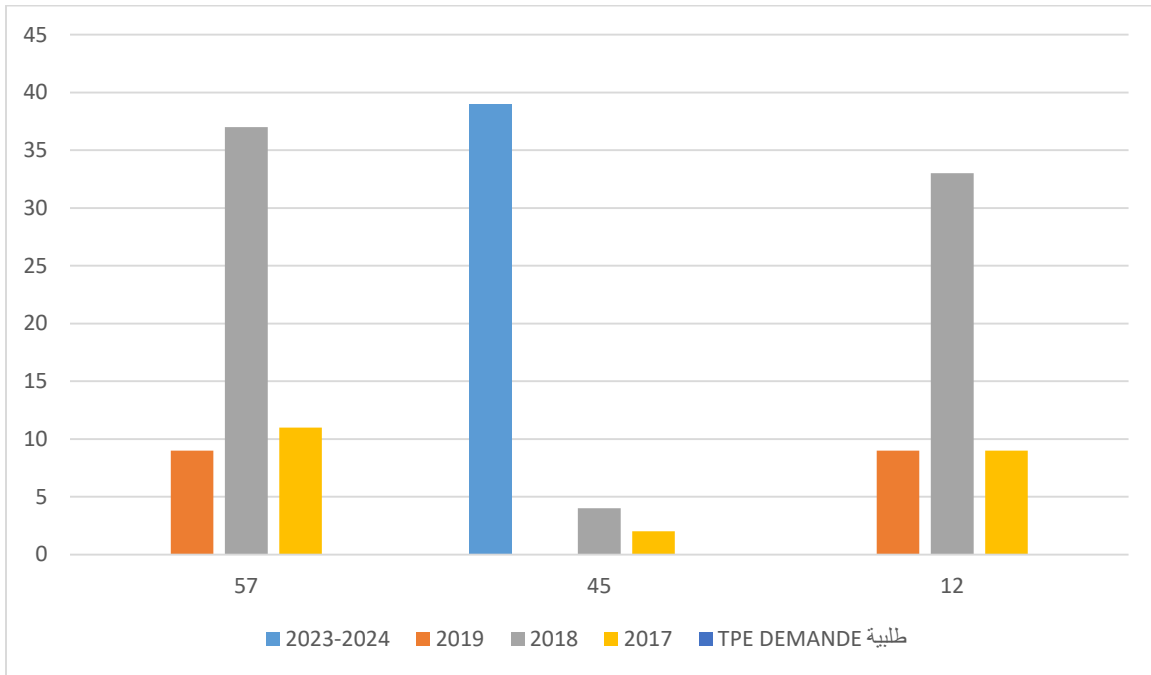
بعض الاحصائيات حول جهاز الدفع الالكتروني

الجدول 2-7 احصائيات أجهزة الدفع الالكتروني SITUATION TPE

طلبية TPE DEMANDE	2017	2018	2019	2023-2024	المجموع
موزعة TPE INSTALE	11	37	9		57
TPE NON ENCORE LIVRER PAR DIPM	2	4	0	39	45
طلبية TPE DEMANDE	9	33	9		12

المصدر: موقع البنك الوطني الجزائري على الانترنت www.bna.dz

الشكل 5-2 احصائيات اجهزة الدفع الالكتروني



المصدر: موقع البنك الوطني الجزائري على الانترنت www.bna.dz

5 خدمة احتياطي:

خدمة احتياطي" هي خدمة مخصصة لدافعي الضرائب والزبائن المهنيين للبنك الوطني الجزائري وأصحاب المؤسسات، حيث تتيح لهم دفع الرسوم الضريبية من خلال طرق الدفع المختلفة عبر الإنترنت.

يتم تسويق خدمة "احتياطي" على شكل حزمة مكونة من منتجات وخدمات مصرفية تهدف إلى تبسيط عملية الدفع الإلكتروني للالتزامات الضريبية:

- حساب فرعي "احتياطي" ملحق بالحساب الرئيسي للزبون،
- بطاقة الأعمال "الضرائب"، مدعومة بالحساب الفرعي "احتياطي"، مصممة خصيصاً لدفع الإتاوات الضريبية إلكترونياً على منصة "مساھمك" التابعة للمديرية العامة للضرائب.

- الوصول إلى الخدمات المصرفية الإلكترونية Pack EDI أو Pack Net أو Pack Net+، وفقاً لاحتياجات الزبائن، مما يسمح لهم بإجراء الدفع الهاتفي للضرائب عن طريق تحويل EDI على منصة الخدمات المصرفية الإلكترونية للبنك الوطني الجزائري.
- يتم دفع الرسوم الضريبية عبر خدمة "احتياطي" على النحو التالي:
- من خلال إجراء الدفع عبر الأنترنت (الدفع الإلكتروني) عبر بطاقة الأعمال "الضرائب" على منصة المديرية العامة للضرائب "مساھمك". أو
- من خلال إجراء تحويل EDI على منصة الخدمات المصرفية الإلكترونية للبنك الوطني الجزائري (خدمة الدفع الإلكتروني للرسوم الضريبية).

ثانياً: الخدمات المصرفية عبر الهاتف المصرفي phone Bank

الخدمات المصرفية الإلكترونية + E banking Bna. Net

تتيح منصة الخدمات الإلكترونية للمشاركين البقاء على اتصال دائم بحساباتهم المصرفية كما يمكن الوصول الي الخدمة على مدار 24س/ 24س و 7/7 أيام عبر الموقع الإلكتروني BNA e-banking. customer http\ds:

او تحميل تطبيق BN tic مجاناً على Play store و App store+

وظائفه:

- الاطلاع على الأرصدة وتاريخ ارصدة الحسابات لمدة 23 شهر

- الاطلاع على حركات معاملات الحساب

- البحث على المعاملات المنجزة في الحساب

- تحميل كشوفات الحساب واصدارها على مدار السنة

- اصدار كشوفات الهوية البنكية

- الاطلاع على البطاقات وعمليات النقد

إضافة الي:

التحويل من حساب الي حساب لنفس الزبون

-التحويل الي المستفيدين المواطنين على مستوى وكالات البنك الوطني الجزائري

-تحويلات اخري EDI

-الاقتطاع المباشر من حسابات زبائن البنك والبنوك الأخرى

-خدمات E. TRADE BNA

الدفع الالكتروني رسائل الرقم السري المتغير e ;payment

خدمات الدفع الالكتروني تسمح بالتسديد عبر الانترنت مشترياتكم وفواتيركم على مواقع الانترنت التي تقبل وسيلة الدفع هذه

مزايا:

-دفع ثمن المشتريات او الفواتير حيثما كنتم وايضا وجدتم 24س

-تجنب طوابير الانتظار الطويلة وتبسيط دفع الضرائب ببضع نقرات دون الحاجة الي التنقل

-عمليات مؤمنة بواسطة خدمات بواسطة خدمة المصادقة في الوقت الفعلي

-خدمة مجانية وبدون عمولة للدفع عبر الانترنت

-تتم عملية الانخراط عن طريق توقيع عقد انخراط لتصبح مشتري عبر الواب

خدمة الدفع بدون تلامس للبنك الوطني الجزائري wimpay BNA

هي خدمة للدفع بدون تلامس تعتمد على تصوير مسح رمز الاستجابة السريعة يمكن تحميلها مجاناً على الهواتف الذكية عبر App store و Play store

وظائفها:

-تسيير الميزانية

-اجراء عمليات الدفع عن طريق رمز الاستجابة السريعة QR CODE

-اجراء عمليات التحويل لمستخدمي WI MPAY.BNA

الفتح المسبق للحساب المصرفي عبر الانترنت

تسمح لكم بفتح حساب مصرفي عبر الانترنت مسبقاً وتحديد موعد لدي وكالة البنك الوطني الجزائري لانتهاء فتح الحساب

مزاياها:

-اجراء فتح رقمه وامنة

-خدمة مجانية متاحة 24س 24س

-تحديد موعد مع المكلف بالزيائن

طلب التمويل عن بعد demander de finance on Ling

تسمح لكم بطلب التمويل الخاص بكم مباشرة عن بعد وتحديد موعد مع الوكالة الأقرب لإنهاء معاملات طلب التمويل

خلاصة الفصل:

من خلال ما سبق يتضح أن عصرنة الخدمات البنكية تلعب دوراً حيوياً في تطوير وتحسين المنظومة المصرفية الجزائرية، مما يعزز الكفاءة والفعالية في العمليات المصرفية ويلبي

احتياجات العملاء بشكل أفضل. وفي هذا السياق، تم اختيار البنك الوطني الجزائري، وكالة تيارت، كدراسة حالة لاستعراض الخدمات المصرفية الإلكترونية التي يعتمدها البنك.

أظهرت الدراسة أن البنك قد تبنى تقنيات إلكترونية واسعة النطاق في خدماته المصرفية، مما أدى إلى تحسين كفاءة العمليات وتقليل الوقت والجهد المطلوبين لإجراء المعاملات المصرفية. وقد تم تسهيل الوصول إلى الخدمات المصرفية من خلال القنوات الإلكترونية مثل الهواتف الذكية والمواقع الإلكترونية.

اعتماد البنك الوطني الجزائري على العمل الإلكتروني في معاملاته وخدماته أسهم في تحسين مستوى الخدمة والأداء، حيث تم تقديم مجموعة متنوعة من الخدمات المصرفية الإلكترونية، مثل البطاقات الإلكترونية، التمويل عن بعد، والدفع بدون تلامس، مما سهل تلبية احتياجات العملاء. هذا التحول يشير إلى تقدم ملحوظ وتحسن كبير في أداء البنك، على الرغم من استمرار بعض التحديات التي تتطلب حلولاً مستدامة.

خاتمة

يعدّ الإهتمام بالخدمات المصرفية بشكل عام والخدمات المصرفية الحديثة بشكل خاص واحد من أهمّ الإتجاهات الحديثة التي شهدت توسعاً كبيراً في السنوات الأخيرة، حيث أنّ الأمر لم يعد يقتصر على تقديم الخدمات التقليدية فحسب أنّ الأمر أصبح يتعدى ذلك إلى البحث على أساليب و الطرق التي يجب أن يتم بها تسويق الخدمات المصرفية الحديثة.

ونجد أنّ الخدمات البنكية الإلكترونية الحديثة أصبحت ضرورة حتمية أوجبتها التغيرات الحاصلة في السوق والتكنولوجيا مستمرة في هذا المجال من أجل تلبية رغبات الزبائن بالدرجة الأولى وتحسين أدائها حيث جلت الإقتصاد الرقمي بما فيم وأسس وأنظمة جديدة نتيجة إستخدام تكنولوجيا المعلومات والإتصال أهمها الأعمال الإلكترونية وفي ظلّ هذه التغيرات العالمية الجديدة وفي أعقاب الإنتفاخ الإقتصادي وفتح المجال امام البنوك الجزائرية نفسها في وضع بالغ الحساسية وأصبحت ملزمة لتدعيم قدراتها التنافسية لمواجهة هذه التّحديات وإعتبر القطاع المصرفي هو العامل الأساسي للإنتقال إلى إقتصاد رقمي في ظلّ التحوّل إلى الرقمنة وكان لازماً على البنوك مسايرة التغيرات التي تحدث في العالم خاصّة كيفية مسايرة البنوك الإلكترونية مثل إصدار بعض البطاقات البنكية الإلكترونية، ورغم ذلك تبقى الجزائر بعيدة عن التطوّرات الحاصلة في المجال المصرفي ومن خلال الأهمية البالغة لعصرنة الخدمات المصرفية زودنا دراستنا النظرية للدراسة التطبيقية BNA-TAIRET وذلك من خلال معرفة واقع وأهمّ التّحديات التي تواجه الخدمات المصرفية الحديثة.

إختبار الفرضيات: بعد دراسة موضوع هذا البحث ومحاولة الإحاطة لبعض جوانبه يمكننا إجراء إختبار لفرضياته كما يلي:

الفرضية 1: إنّ الحاجة إلى تطوير الخدمة المصرفية في البنك الوطني الجزائري يساهم في إكتساب ميزات تنافسية والحفاظ على الحصّة السوقية من أجل تحسين الخدمات ومنها الفرضية صحيحة من خلال دراستنا يتّضح أنّ الخدمة المصرفية سوف يساهم في تحديث النظام المصرفي الجزائري إذا توفّر الشّروط والعوامل الملائمة لتنمية هذا القطاع .

الفرضية 2: والتي نصّت على كلّما دخلت الرقمنة على الخدمة تحوّلت من النظام التقليدي إلى النظام الحديث، هي فرضية صحيحة مع التّوضيح أنّ النظام الحديث يتمثّل في تقديم خدمات إلكترونية عن بعد .

الفرضية 3: والتي نصت على " يقصد بالتحوّل الرقمي الانتقال من الفكر التقليدي في التّعاملات إلى الفكر الرقمي لإستعمال التكنولوجيا، وتمكّن الدّول والمؤسّسات من تطبيقه " هي فرضية صحيحة .

الإقتراحات:

- ضرورة الإهتمام بموضوع الرّقمنة والتّوسّع في الدّراسات المتعلّقة بها بالشكل الذي يمكن الإستثمار فيها .
- تشجيع إستعمال الرّقمنة في كلّ مجالات الحياة.
- وضع تشريعات ونصوص قانونية توضّح كيفية تعميم الرّقمنة على مستوى المنظومة البنكية الجزائرية.
- تكوين البنوك للموظّفين في مجال تكنولوجيا المعلومات والإتصال لتسهيل مواكبة التّحوّل الرقمي .
- إلزامية المواطنين على إستعمال الرّقمنة من خلال إقتناء بعض الخدمات.

آفاق البحث:

بناءً على النّتائج المتّوصل إليها نقوم بتقديم بعض العناوين ذات الصّلة بموضوع دراستنا والتي ستكون كإشكالية لدراسات لاحقة، التي بإمكانها ان تساهم بنجاح رقمنة الخدمات.

1- مساهمة الرّقمنة في تحسين عملية صناعة القرار الإستراتيجي في البنوك الجزائرية.

2- التّحوّل الرقمي ودوره في تسهيل تقديم الخدمة المصرفية.

3- رقمنة الخدمات المصرفية ودورها في تحقيق رضا الرّبون .

مساهمة الرّقمنة في رفع أداء المؤسّسات البنكية.

المصادر والمراجع

الكتب باللغة العربية:

- محمود جاسم الصميدعي ردينة عثمان يوسف التسويق المصرفي مدخل إستراتيجي كمي "، الطبعة الأولى، دار المناهج للنشر والتوزيع، عمان الأردن، 2005.
- هاني حامد الضمور، تسويق الخدمات، الطبعة الأولى، دار حامد للنشر والتوزيع، عمان - الأردن، 2008.
- رعد حسناصرن، عولمة جودة الخدمة المصرفية ، دار التواصل العربي، عمان - الأردن ، بدون سنة النشر. تيسر العجارمة، التسويق المصرفي"، الطبعة الأولى، دار حامد للنشر والتوزيع، عمان - الأردن ، بدون سنة النشر.
- أبو عربي مروان محمد، "الخدمات المصرفية في البنوك الإسلامية والتقليدية"، الطبعة الأولى، دار نسيم للنشر والتوزيع، عمان الأردن، 2006.
- صفيح صادق، يقور أحمد التسويق المصرفي وسلوك المستهلك"، بدون طبعة، مؤسسة الثقافة الجامعة الإسكندرية 2010.
- ناجي ديب معلا، "الأصول العلمية للتسويق المصرفي"، الطبعة الأولى، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة عمان - الأردن، 2015.
- شاكركي إسماعيل، التسويق المصرفي الالكتروني والقدرة التنافسية للمصارف الأردنية"، مؤتمر العلمي الخامس، نحو مناخ استثماري وأعمال مصرفية إلكترونية، الذي تنظمه كلية العلوم إدارية والمالية، جامعة فيلادلفيا، عمان - الأردن 4-5 تموز، 2007 .
- عبد الرزاق حميدي، محاضرات في التسويق المصرفي"، مطبوعة مقدمة لطلبة السنوات الثانية والثالثة مالية وبنوك، بنوك وتأمينات، تسويق، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير جامعة البويرة - الجزائر، 2015.
- عوض بدير الحداد ، "التسويق استراتيجيات التسويق المصرفي والخدمات المصرفية"، بدون طبعة دار الكتاب الحديث، القاهرة - مصر، 2009.
- قاسم نايف المحياوي، إدارة الجودة في الخدمات مفاهيم وعمليات دار الشروق للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان، 2006.
- طارق طه، إدارة البنوك في بنية العولمة والأنترنيت، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2007.

- مداح عرابي، الحاج قياس جودة الخدمات المصرفية الإسلامية باستخدام نموذج servqual تجربة المصارف الإسلامية بالمملكة الأردنية الهاشمية مداخلة في الملتقى الدولي الأول بعنوان: الاقتصاد الإسلامي الواقع، ورهانات المستقبل يومي 23 و 24 فيفري 2011 جامعة الشلف.
- صباح م محمد ابوتاية، التسويق المصرفي بين النظرية والتطبيق دار وائل للنشر والتوزيع الطبعة الأولى، عمان، 2008.
- سامر جلدة البنوك التجارية والتسويق المصرفي دار أسامة للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان، 2009.
- بشرى حسين الحمداني، التربية الإعلامية ومحو الأمية الرقمية، ط1، دار وائل للنشر، الأردن 2015.
- حسن عماد المكاوي، تكنولوجيا الإتصال الحديثة في عصر المعلومات، ط2، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 1997.
- محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، ط3، عالم الكتب، القاهرة، 2004.
- ماهر عودة الشمالية وآخرون، تكنولوجيا الإعلام والاتصال، ط1، دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع، عمان 2015.
- نورا ناصر عبد الهادي، المهارات والجدارات المستقبلية للبنوك، المسابقة البحثية العاشرة للمعهد المصرفي المصري، 2020.

الرسائل والأطروحات:

- محمد العربي، طاري التسويق المصرفي في الجزائر حقائق وافاق دراسة حالة القرض الشعبي الجزائري، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في العلوم الاقتصادية، جامعة الجزائر، 2007.
- زهير حافظي، الأنظمة الآلية ودورها في تنمية الخدمات الأرشيفية، دراسة مقدّة لإستكمال متطلبات نيل شهادة الدكتوراه تخصّص علم المكتبات، قسنطينة، 2008.
- فاطمة الزهراء فرحات، دور التحوّل الرقمي في تحسين أداء وظائف العلاقات العامة في المؤسسة العمومية الجزائرية، دراسة تحليلية لصفحة فيسبوك، مديرية الصحة والسكان لولاية أم البواقي، مذكرة ماستر، جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي، 2019-2020.
- نورهان سليمان، تكنولوجيا الإعلام المتخصصة، ديناميكيات مستقبلية، مؤسسة، الريادة للنشر والتوزيع، دبي، ط1، 2020.
- العربي أحلام، أنظمة الدفع الالكترونية ودورها في تحسين القدرة التنافسية في البنوك التجارية، 2014، رسالة ماستر، جامعة ابن خلدون، تبارت.

- عبد الرزاق مساعديّة، تحوُّلات القراءة في العصر الرّقمي (طلبة الدّراسات العليا بجامعة أحمد بوقرة نموذجاً) مذكرة مقدّمة لإستكمال متطلّبات نيل شهادة الماجستير في علوم المكتبات والعلوم الوثائقية جامعة وهران الجزائر 2015،2014 .

المجلات:

- نجلاء يس، لامتطلّبات التحوُّل الرّقمي لمؤسّسات المعلومات العربية، مجلّة المكتبات والمعلومات ، عضو إتحاد الناشرين اللّيبين، العدد13، السّنة السّادسة، يناير2015، دار النّخلة للنّشر، طرابلس-ليبيا، 2015.
- صدّوفي غريس وآخرون، واقع التحوُّل الرّقمي مجلّة راد الدّراسات الإقتصاديّة والإداريّة، المركز الجامعي، آظو، المجلّد3، العدد2، 2015.
- أحمد كاظم بريس وورود قاسم جبر، 2020، تكنولوجيا التحوُّل الرّقمي وتأطيرها في تحسين الأداء الإستراتيجي للمصرف، المجلّة العراقيّة للعلوم الإداريّة، المجلّد 16، العدد65.
- شروق هادي عبد علي، ارادان حاتم خضير، التحوُّل الرّقمي للعمليات المصرفيّة كأداة لتطويع الأداء المالي الإستراتيجي لمصرف بغداد نموذجاً، مجلّة الإدارة والإقتصاد، الجامعة المستنصريّة، العدد126، 2020.
- د.أسامة محمد التابعي الدانون، تأثير التحوُّل الرّقمي على الأداء المالي للبنوك المصريّة، دراسة حالة بنك مصر، العدد الثّاني، أبريل 2022.
- الحاج عبد الرحمان، الإقتصاد الرّقمي " مجلة صائغو الحدث" العدد29، 2005.
- عادل حمّار أبوعرّة، الإقتصاد الرّقمي صحيفة الجزيرة أسبوعيّة متخصّصة، العدد 157 بتاريخ 09أفريل2006

المواقع الإلكترونيّة:

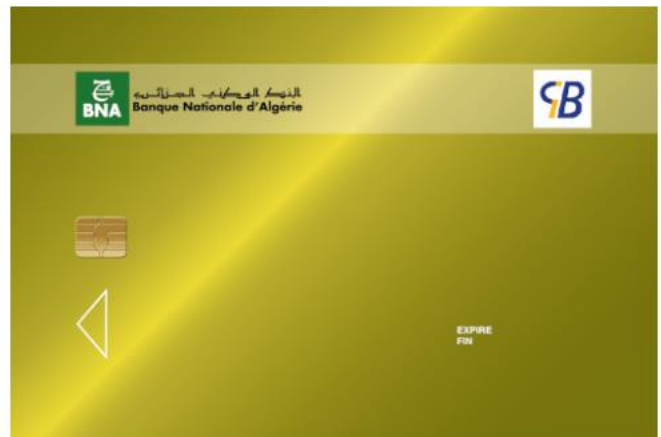
- What is digital transformation in site : <https://entrepriseproject.com/what-is-digital-transformation>
- What is digital business transformation ? the essential guide to DX, sur site <https://www.i-scoop.eu/digital-transformation> .
- <http://www.bna.dz>الموقع الرسمي للبنك الوطني الجزائري، 13 ماي 2024،

- التّيمي سيطرة، إشراف نجاح عشري، الجانب المظلم للتّجارة الإلكترونيّة من وجهة المرآة العربيّة
www.winshanic.com.2010 ، 10:50 صباحاً
- . www.bebe.com الرّماني زيد بن محمد، الأنترنت والإقتصاد الرّقمي: الثّورة الإقتصاديّة الرّقمية

البطاقة البيبنكية الكلاسيكية



البطاقة البيبنكية الذهبية





بطاقة التوفير بفائدة



بطاقة التوفير للقصر بدون فائدة



يعمل التقدم التكنولوجي وتطور العلوم في المجتمعات المتقدمة على تحسين هيكل النظام العالمي. شهدت الأعمال المصرفية تطورًا كبيرًا في مجال المعاملات المالية من خلال اعتماد الأنظمة المتقدمة، مما أدى إلى منافسة شديدة في تقديم الخدمات المصرفية الإلكترونية بهدف زيادة الكفاءة. في هذا السياق، بدأت الجزائر تتبنى هذا النهج المصرفي لما له من تأثير كبير على الاقتصاد المحلي وعلاقته بالاقتصاد العالمي. ونتيجة لذلك، أصبحت البطاقات الإلكترونية ووسائل الدفع والسحب الإلكترونية شائعة في النظام المصرفي الجزائري، مما يساهم في تطوير النظام المصرفي المحلي لمواجهة تحديات العصر.

تهدف هذه الدراسة إلى توضيح ماهية عصنة الخدمات البنكية وتأثيرها على الأداء بالبنكي في الجزائر من خلال دراسة حالة البنك الوطني الجزائري، وكالة تيارت. وأظهرت النتائج أن الخدمات البنكية الإلكترونية، رغم جهود الدولة الجزائرية لدعمها، ما زالت بحاجة إلى اهتمام أكبر لتحقيق الفعالية المطلوبة.

الكلمات المفتاحية: عصنة الخدمات البنكية، الأداء المصرفي، تقييم الأداء.

Technological advancements and the development of sciences in advanced societies contribute to the improvement of the global system structure. The banking sector has witnessed significant progress in financial transactions through the adoption of advanced systems, leading to intense competition in providing electronic banking services aimed at increasing efficiency. In this context, Algeria has begun to adopt this banking approach due to its substantial impact on the local economy and its relationship with the global economy. Consequently, electronic cards and electronic payment and withdrawal methods have become prevalent in the Algerian banking system, aiding in the development of the local banking system to face the challenges of the modern era.

This study aims to clarify the nature of banking modernization and its impact on banking performance in Algeria through a case study of the National Bank of Algeria, Tiaret branch. The results showed that despite the Algerian government's efforts to support electronic banking services, they still require greater attention to achieve the desired effectiveness.

Keywords: banking modernization, banking performance, performance evaluation.