



جامعة ابن خلدون - تيارت -

كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

قسم علوم التسيير

الاقبال على الادخار البديل في البنوك الوطنية دراسة حالة البنك الوطني الجزائري بولاية تيارت 2018-2014

مذكرة تخرج تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر

تخصص: الإدارة المالية

تحت اشراف الدكتور:

سدي علي

مقدمة من طرف الطالب:

بلبيدية عبد الرحمان أمين

نوقشت علنيا بتاريخ: 2019-09-16

السنة الجامعية 2018-2019

الاهداء

أهدي هذا العمل الى والدي

واخوتي واخواتي

وعائلتي واصحابي

الشكر

الحمد لله الذي وفقني لإنجاز هذا العمل

أتقدم بالشكر والتقدير لفضيلة الأستاذ سدي علي الذي ساعدني لإنجاز
هذا البحث

أتوجه بالشكر لأعضاء لجنة المناقشة على قبولهم لمناقشة هذا البحث
كما أشكر كل من ساعدني من قريب أو بعيد لإتمام وتقديم هذه المذكرة

فهرس المحتويات

الصفحة	محتوى الفهرس
	الاهداء
	الشكر
1	فهرس المحتويات
1	مقدمة
3	الفصل الأول عموميات على البنوك
5	المبحث الأول: نشأة البنوك
5	المطلب الأول: البنك
9	المطلب الثاني: البنوك المركزية
10	المطلب الثالث: البنك المركزي الجزائري
13	المبحث الثاني: الأجهزة التمويلية والبنوك الإسلامية
13	المطلب الأول: الأجهزة التمويلية
17	المطلب الثاني: البنوك الإسلامية
20	المبحث الثالث: البنوك الإسلامية وبنوك النواذف الإسلامية في الجزائر
20	المطلب الأول: البنوك الإسلامية في الجزائر
22	المطلب الثاني: بنوك النواذف الإسلامية في الجزائر
27	الفصل الثاني الخدمة المصرفية والادخار
28	المبحث الأول: الادخار العائلي والعوامل المؤثرة فيه
28	المطلب الأول: مفهوم الادخار العائلي وأنواعه
28	المطلب الثاني: أهمية ودوافع الادخار العائلي
29	المطلب الثالث: وسائل تعبئة وتوجيه الادخار العائلي
31	المطلب الرابع: محددات الادخار
38	المبحث الثاني: الخدمة المصرفية
38	المطلب الأول: تعريف الخدمة المصرفية
39	المطلب الثاني: أهمية تسويق الخدمة المصرفية
40	المطلب الثالث: خصائص الخدمة المصرفية
43	المبحث الثالث: التسويق المصرفي
43	المطلب الأول: نشأة وتعريف التسويق المصرفي
45	المطلب الثاني: أهمية ومراحل تطور تسويق الخدمات المصرفية

52	الفصل الثالث دراسة ميدانية في البنك الوطني الجزائري وكالة تيارت
54	المبحث الأول: عموميات حول البنك الوطني الجزائري
54	المطلب الأول: نشأة وتطور البنك الوطني الجزائري
55	المطلب الثاني: مهام وأهداف البنك الوطني الجزائري
57	المطلب الثالث: تنظيم البنك الوطني الجزائري
60	المبحث الثاني: عموميات حول وكالة تيارت
60	المطلب الأول: التعريف بالوكالة
60	المطلب الثاني: تنظيم وكالة تيارت
62	المطلب الثالث: أنشطة وكالة تيارت
65	المبحث الثالث: تحليل ومقارنة الإقبال على الادخار البديل بدون فوائد لدى البنك الوطني الجزائري بتيارت (دراسة الحالة)
65	المطلب الأول: أنواع دفاتر الادخار التي يوفرها بنك BNA وكالة تيارت
66	المطلب الثاني: تطور حسابات الادخار في وكالة تيارت (2014-2018)
67	المطلب الثالث: المقارنة بين دفاتر التوفير بفائدة وبدون فائدة
72	الخاتمة
74	قائمة المراجع
76	قائمة الجداول
77	قائمة الاشكال
	الملخص

مقدمة:

منذ بداية تراجع أسعار المحروقات في 2014 أصبح من المستعجل البحث على مصادر جديدة للتمويل، حيث أصبح على عاتق الحكومة إيجاد طرق جديدة لتمويل مختلف المشاريع التنموية والتجارة الخارجية دون الاعتماد على المصدر الأكثر استعمالا الا ولا هو المحروقات، خاصة أن هاته الأخيرة تمثل 98% من صادرات الجزائر التي تصب مباشرة في الميزانية العامة. ومن هذا تتوافق الآراء حول دور أهمية المؤسسات المالية والبنوك في الاقتصاد الوطني من خلال مختلف الفرص التمويلية والخدمات التي توفرها، ولمواجهة هذه الازمة، أصبح من الضروري تطوير البنوك والمؤسسات المالية ومنتجاتها قبل عرضها وطرحها في السوق.

بما أن الجزائر تعتبر من الدول النامية، فنظامها المصرفي يعاني من نقائص وعوائق كبيرة، وبحكم أهمية إصلاح النظام المصرفي والدور الذي يمكن أن يلعبه في مرحلة الانتقال من اقتصاد مركزي موجه إلى اقتصاد السوق، وفي ظل محيط تنافسي واسع أصبح من الضروري جمع الأموال المتواجدة في السوق الموازية ودمجها في النظام المصرفي (السوق الحقيقية) ولا يتم هذا الا إذا كان من المستطاع جمع هاته الأموال في شكل مدخرات وودائع ادخارية.

الإشكالية:

الاهتمام المتواصل لتطوير النظام المصرفي الجزائري ومنتجاته خاصة الادخارية منها، دفع بنا الى طرح الإشكالية التالية:

- ما مدى اقبال الزبائن على الادخار البديل في البنوك الجزائرية؟

ومنه نطرح الإشكاليات الفرعية الآتية:

- ما مدى معرفة الزبائن بالبنوك؟

- ما مدى معرفة الزبائن بمنتجات البنوك؟

- ما هو نوع الادخار المفضل في المصارف الجزائرية؟

فرضيات الدراسة:

- الزبائن لديهم معرفة تامة بالبنوك.

- الزبائن لديهم معرفة تامة بمنتجاتها.
- الادخار المفضل في البنوك الجزائرية يخص منتجات الادخارية البديلة.

أهمية الدراسة:

- حداثة الموضوع.
- حاجة النظام المصرفي الجزائري الى استقطاب أموال جديدة وضخها في الاقتصاد الوطني.

أهداف الدراسة وسبب اختيار الموضوع:

تهدف هذه الدراسة الى معرفة حقيقة سلوك الزبائن حول تفضيلهم في عملية الادخار في البنوك.

حدود وصعوبات البحث:

- اقتصرت الدراسة على اقبال الزبائن على الادخار بدون فوائد في البنك الوطني الجزائري بوكالة تيارت. أما الصعوبات التي واجهتنا هي:
- قلة المراجع والدراسات السابقة.
 - صعوبة الحصول على المعلومات المعمقة خاصة المالية من الوكالة.

المنهج المستخدم:

اعتمدنا في دراستنا على المنهج الوصفي في عرض المفاهيم النظرية والمنهج التاريخي من جانب الادخار. اما في الجانب التطبيقي اعتمدنا على المنهج التحليلي لدراسة الحالة.

تقسيم البحث:

ارتأينا في دراستنا الى تقسيم البحث الى ثلاثة فصول:

الفصل الأول: يضم هذا الفصل عموميات حول البنوك.

الفصل الثاني: يخص الخدمة المصرفية والادخار.

الفصل الثالث: دراسة حالة البنك الوطني الجزائري وكالة تيارت تخص المقارنة بين فتح حسابات

الادخار بالفوائد وبدون فوائد.

الفصل الأول

عموميات على البنوك

تمهيد:

تعتبر البنوك التجارية عصب الحياة الاقتصادية والاجتماعية لكل بلد، فهي تضطلع بدور حيوي يتمثل في جذب الودائع والعمل على توظيفها، خاصة عن طريق عملية الإقراض التي تمثل المصدر الرئيسي أو الأساسي لأرباح البنوك، فالقروض بأنواعها تمثل أحد أصناف التمويل اللازمة لإقامة ونمو المشروعات على اختلافها. ومع التطورات العالمية في ميدان المال والبنوك، عموماً تعددت البنوك وأشكالها وازدادت أهميتها. لذا كان لزاماً على البنوك انتهاج سياسات جديدة من أجل تلبية طلبات المتعاملين والحفاظ على سيولته لتحقيق الأرباح بهدف تجنب المخاطر والوقاية منها.

ومن أجل معرفة هذه الجوانب ارتأينا تقسيم هذا الفصل إلى ثلاث مباحث متكاملة:

- **المبحث الأول:** نشأة البنوك وأنواعها،
- **المبحث الثاني:** الأجهزة التمويلية والبنوك الإسلامية،
- **المبحث الثالث:** البنوك الإسلامية وبنوك النواذ الإسلامية في الجزائر.

المبحث الأول: نشأة البنوك

المطلب الأول: البنك

1- تعريف البنك:

ان كلمة "بنك" مشتقة لغويا من كلمة "Banca" باللاتينية و كلمة "Banco" بالإيطالية، و هي تعني في كلا الحالتين الطاولة، و كان يقصد بها في البداية المصطبة التي يجلس عليها الصرافون لتحويل العملة، حيث كان الصاغة و الصيارفة خاصة في إيطاليا يمارسون عملهم المتمثل في الاتجار بالنقود بالجلوس على طاولات في الموانئ و الأماكن العامة، ثم تطور المعنى بعد ذلك ليقصد بتلك الكلمة المنضدة التي يتم فوقها عد و تبادل العملات، ثم أصبحت في النهاية تعني المكان الذي توجد فيه تلك المنضدة أي البنك بالمفهوم الحديث، و أصبحت هذه الكلمة مستعملة في معظم اللغات¹.

أما المفهوم الاقتصادي للبنك: فهو المؤسسة التي تتوسط بين طرفين لديهما إمكانيات أو حاجات متقابلة مختلفة، يقوم البنك بجمعها أو توصيلها أو تنميتها بهدف تحقيق فائدة للطرفين مقابل ربح مناسب. اذن فالبنك وسيط مالي يمارس نشاطه من خلال النشاط البنكي الذي يفترض وجود طرفين، والهدف هو تقديم الخدمة لهما، والمقابل هو تحقيق أرباح مقابل هذه الوساطة أو الخدمة.

ومن التعريفات الأخرى للبنك²: أنه منشأة مالية تحمل رخصة قانونية تسمح لها بتقديم القروض المالية، واستلام الودائع، وتوفير خدمات الأموال، مثل صرف العملات، وإدارة الثروات، وتقديم صناديق الودائع المالية الآمنة.

2- تاريخ بداية البنوك

نشأة البنوك تُشير المصادر التاريخية إلى أن نشأة البنوك تعود إلى العصر البابلي، فترجح الآراء إلى أنّ أقدم بنك تاريخي أُسس في مدينة سيبار بالقرب من نهر الفرات، ويوجد رأي آخر يشير إلى أن وجود البنوك يعود إلى العصر الإغريقي؛ إذ نشر الإغريق فن الصرافة الذي أخذته الرومان عنهم، وتزامن ظهور البنوك التجارية مع انتشار النقود الورقية؛ البنوك لذلك يُعدّ الشكل الأول لهذه محلات الصرافة التي كانت

¹ سليمان ناصر، التقنيات البنكية وعمليات الائتمان، ديوان المطبوعات الجامعية 2012، ص 9.
² نشأة-البنوك-وأنواعها-وآثارها-في-الاقتصاد/38267/details/https://www.arabictrader.com/ar/news/، في 2019/05/18 على 19:30.

تتعامل بشراء وبيع العُمَلات، وأسس أول بنك تجاريّ في عام 1517م بمدينة البندقية، ولاحقاً أسس بنك في مدينة أمستردام في عام 1609م، ومن ثمّ انتشرت البنوك في كافة دول العالم¹.

كانت البنوك التجارية هي أول بنوك تم إنشائها حيث كانت تقتصر على الاحتفاظ بأموال التجار ورجال الأعمال وأصحاب النفوذ كودائع لحفظها من السرقة مقابل إيصالات وكانت بعض البنوك تسمح في البداية لبعض عملائها بالسحب على المكشوف وهو يعني سحب مبالغ تتجاوز أرصدتهم مما أدى إلى إفلاس عدد كبير من المؤسسات الأمر الذي دعى إلى إنشاء أول بنك حكومي بالبندقية.

أنشأ أول بنك في العالم في البندقية وكان يدعى بانكو دي جيرو عام 1587، وبعد ذلك أنشأ بنك أمستردام عام 1609. وفي عام 1619 أنشأ في إيطاليا، ومنذ القرن الثامن عشر أخذ عدد البنوك يزداد تدريجياً وكانت أغليبتها مؤسسات يمتلكها أفراد وعائلات، وكانت القوانين تقضي بحماية المودعين بحيث يمكن الرجوع إلى الأموال الخاصة لأصحاب هذه البنوك في حالة إفلاسها.

كما لعبت الثورة الصناعية دوراً مهماً في توسيع البنوك ونموها وكبر حجمها مما سمح لها بخدمة قطاعات اقتصادية واسعة، و تواصل التطور الذي عرفته البنوك حيث شهدت المهنة المصرفية التي تمارسها البنوك التجارية تغيرات كبيرة في طبيعتها وأدواتها وتقنياتها، بالإضافة إلى مختلف أنواع البنوك الأخرى التي ظهرت، ولم يعد الأمر يقتصر على البنوك حيث توجد في كل بلد من بلدان العالم مجموعة من الشركات والمؤسسات التي تتكفل بحفظ النقود وتعبئة موارد المجتمع من الأموال و سد حاجات البلاد من مختلف أنواع الائتمان المتفاوتة الأجل وإنشاء وسائل الدفع المتداولة بين الأفراد وهذه الشركات، و كل هذه المؤسسات تدخل ضمن إطار الجهاز المالي والمصرفي والذي يشكل أحد أهم الآليات التي تدعم النمو الاقتصادي نظراً لارتباطه بأهم عامل في العملية الاقتصادية وهو العامل المالي.

3- العلاقة المالية

العلاقة المالية هي العلاقة التي تستجيب لرغبات الطرفين المكونين لهذه العلاقة وذلك بتلبية احتياجات كل طرف، والطرفان الأساسيان في العلاقة المالية هما²:

¹ تعريف البنك/ <https://mawdoo3.com>، في 2019/05/18 على 19:30.
² سليمان ناصر، مرجع سبق ذكره، ص10.

- أصحاب الفائض المالي: وهم الذين تفوق مداخيلهم مجموع نفقاتهم، وبالتالي فهم يمثلون الطرف الذي له القدرة على التمويل، وورغبتهم هي الحصول على أفضل عائد من خلال اختيار التوظيف المناسب لهذه الفوائض.
- أصحاب العجز المالي: وهؤلاء عكس الطرف الأول؛ حيث تفوق نفقاتهم في العادة مجموع مداخيلهم، وبالتالي فهم في حاجة الى تمويل لتغطية عجزهم، أي هم في حاجة الى تمويل.

4- دور البنوك في الاقتصاد

تلعب البنوك دور الوسيط في العمليات المالية حيث تقوم:

- بإقراض المال إلى الاشخاص أو الشركات أو حتى الحكومات، ولكن بعض البنوك تختص في إقراض الأشخاص فقط والبعض الآخر للشركات أو الحكومات وهناك من البنوك ما يقرض كل هؤلاء.
- بقبول الودائع التي تدفع عند الطلب أو لأجل محددة، وتزاول عمليات التمويل الداخلي والخارجي وخدمته بما يحقق أهداف خطة التنمية، ودعم الاقتصاد القومي وتباشر عمليات تنمية الادخار والاستثمار المالي في الداخل والخارج بما في ذلك المساهمة في إنشاء المشروعات، وما ستلزمه من عمليات مصرفية وتجارية ومالية، وفقاً للأوضاع التي يقررها البنك المركزي.

5- طبيعة عمل البنوك

تتميز البنوك بطبيعة أعمالها المرتبطة باستخدام أموال الأفراد للمتاجرة بها، وفيما يأتي معلومات عن أهم هذه الأعمال¹:

- **الحرص:** وهو دور المصرف في المحافظة على أموال الأفراد؛ لذلك يجب أن يُحافظ على مستوى الثقة الخاصة به؛ حيث من الواجب عليه الالتزام بإعادة الحقوق لأصحابها، كما يشمل الحرص على كافة الضمانات المطلوبة من الأفراد عند حصولهم على قروض من المصرف؛ وذلك حتى يتمكن البنك من استعادة المال الذي قدمه على شكل قروض؛ لأنه يُعدّ مالاّ خاصاً بالأفراد والمؤسسات من المودعين.

¹ عبد الإله بن حسين، ورضوان عيوني، تقرير بحث مقدم ضمن متطلبات نيل شهادة الليسانس، تمويل الاستثمارات عن طريق القروض البنكية دراسة حالة بالبنك الوطني الجزائري BNA Maghnia، جامعة أبي بكر بالفايد تلمسان 2013-2014، صفحة 12.

- **السيولة:** وهي توفير المال للأفراد عندما يحتاجون له، وتعدّ جزءاً من الودائع الماليّة في المصرف، ويُفسر هذا الشيء السبب الرئيسيّ لضرورة وجود سيولة ماليّة بالمصرف؛ حتى يتمكن من توفير المال الكافي لعمليات السحب الخاصة بالعملاء.
- **الربحيّة:** وهي إجماليّ العملين السابقين؛ إذ إنّ الحرص على وجود السيولة يُعدّ من الأمور التي تضمن تحقيق الأرباح، فعندما تزداد أرباح البنك عندها تزداد قدرته على تقديم القروض؛ ممّا يساهم بمنح الائتمان للعملاء، وتغطية العمليات المصرفيّة.
- **الجدول 1-1: أكبر 10 بنوك في العالم لعام 2018 من حيث إجمالي الأصول¹**

أكبر 10 بنوك في العالم لعام 2018 من حيث إجمالي الأصول			
الترتيب الحالي	البنك	المقر	إجمالي الأصول (تريليون دولار)
1	البنك الصناعي والتجاري الصيني Industrial & Commercial Bank of China (ICBC)	الصين	4.0
2	بنك التعمير الصيني China Construction Bank	الصين	3.4
3	البنك الزراعي الصيني Agricultural Bank of China	الصين	3.2
4	بنك أوف تشاينا Bank of China	الصين	3.0
5	ميتسوبيشي يو إف جيه فاينانشال جروب Mitsubishi UFJ Financial Group	اليابان	2.8
6	جي بي مورغان تشيس JP Morgan Chase & Co.	الولايات المتحدة	2.5
7	إتش إس بي سي HSBC Holdings PLC	المملكة المتحدة	2.5
8	بي إن بي باريبا BNP Paribas	فرنسا	2.4
9	بنك أوف أمريكا Bank of America	الولايات المتحدة	2.3
10	كريدي أجريكول Crédit Agricole Group	فرنسا	2.1

أرقام الاستثمارية، <https://www.argaam.com/ar/article/articledetail/id/551892>، في 2019/07/01 على 17:39

المطلب الثاني: البنوك المركزية**1- تعريف البنك المركزي**

يمكن تعريف البنك المركزي بأنه عبارة عن مؤسسة مركزية نقدية تقوم بوظيفة بنك البنوك، ووكيل مالي للحكومة ومسؤول عن إدارة النظام النقدي في الدولة. وباختصار، يأتي البنك المركزي على رأس المؤسسة المصرفية في البلاد. وعلاوة على ذلك، ماعدا بعض الاستثناءات، يجب ألا يقوم البنك المركزي بتلك الاعمال التي تقوم بها البنوك التجارية في تعاملها مع الافراد¹.

2- وظائف البنك المركزي

- تنظيم حجم العملة وفقا لمتطلبات الاعمال والجمهور، ولهذا الغرض فإنه يمنح الحق الوحيد لإصدار الأوراق النقدية أو على الأقل احتكارا جزئيا لذلك.
- إنجاز الاعمال المصرفية العامة وخدمات الوكالة للحكومة.
- الاحتفاظ باحتياطيات البلد من العملات الدولية وإدارتها.
- تقديم التسهيلات الائتمانية بشكل إعادة القتع (الخصم) أو السلفيات مقابل ضمان للمصارف التجارية، وبيوت الخصم، والمتعاملين المجازين بالأوراق التجارية أو المؤسسات المصرفية الأخرى، وذلك بصفته بنك البنوك، وقبوله العام لمسؤولية الملجأ الأخير للإقراض.
- تسوية أرصدة المقاصة بين المصارف، وتقديم تسهيلات لإجراء التحويلات النقدية بين المراكز الرئيسية.
- مراقبة الائتمان وفقا لحاجات الاعمال والاقتصاد بصورة عامة ولأغراض تنفيذ السياسة النقدية العامة التي تتبناها الحكومة.

وبينما قامت البنوك المركزية القديمة بإنجاز الوظائف المدرجة سابقا، على الأغلب، نتيجة لتقليد سائد، فإن البنوك المركزية المنشأة حديثا وجدت بعض هذه الوظائف مثبتة في قوانين تأسيسها ومخولة بها بصراحة².

¹ ضياء مجيد الموسوي، أسس علم الاقتصاد، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزء الثاني، الطبعة الثانية 2014، ص27.
² نفس المرجع السابق، ص 28.

3- أوجه اختلاف البنك المركزي عن البنوك التجارية

- البنك المركزي لا يستهدف تحقيق الربح، وإنما هدفه تحقيق المصلحة العامة، في حين يتمثل دافع البنك التجاري في تحقيق أعلى الأرباح الممكنة.
- يطلق على لبنك المركزي بنك الدولة نظرا للعلاقة الوثيقة بينه وبين الحكومة، فهو بنك الدولة ومستشارها في مسائل السياسة النقدية والنشاطات الأخرى.
- البنك المركزي لا يتعامل مباشرة مع أفراد المجتمع، وإنما بشكل غير مباشر من خلال تعامله مع البنوك التجارية والسوق النقدية والمالية. فالبنك المركزي لا يتقبل ودائع الافراد، في حين تعتبر وظيفة قبول الودائع وتقديم القروض إلى الجمهور من أهم وظائف البنوك التجارية¹.

المطلب الثالث: البنك المركزي الجزائري**1- تعريف:**

يعرف قانون النقد والقرض بنك الجزائر في المادة 11 بأنه "مؤسسة وطنية تتمتع بالشخصية المعنوية والاستقلال المالي". منذ صدور هذا القانون أصبح البنك المركزي يسعى في تعامله مع الغير. يخضع بنك الجزائر إلى قواعد المحاسبة التجارية باعتباره تاجرا وتعود ملكية رأس ماله بالكامل للدولة².

أنشئ البنك المركزي الجزائري بموجب القانون رقم 62-144 الذي صوتت عليه الجمعية التأسيسية في 13 كانون الأول/ديسمبر 1962، ووضع النظام الأساسي للبنك المركزي³.

أدخلت تحسينات كان اثناء السبعينات وبداية الثمانينات. ومع ذلك فإن إصلاح النظام المالي، سواء في ادارته أو في اختصاصه، أمر حتمي، ويمثل القانون رقم 86-12 المؤرخ 19 أب/أغسطس 1986 بشأن النظام المصرفي بداية إعادة هيكله النظام المصرفي الجزائري.

هذه هي الطريقة التي يغطي بها البنك المركزي الامتيازات من حيث تعريف وتطبيق السياسة النقدية والائتمانية، في نفس الوقت الذي تم فيه استعراض علاقاته مع الخزينة العامة.

¹ ضياء مجيد الموسوي، مصدر سبق ذكره، ص 29.
² خبايا عبد الله، الاقتصاد المصرفي، دار الجامعة الجديدة للنشر، الإسكندرية-مصر 2013، ص 280.
³ بنك الجزائر، <https://www.bank-of-algeria.dz/html/present.htm#pre3>، في 2019/05/22 على 23:30.

ومع ذلك، فقد ثبت ان هذه التطورات لم تتكيف بشكل جيد مع السياق الاجتماعي-الاقتصادي الجديد الذي اتسم بإصلاحات عميقة.

ومن شان القانون رقم 90-10 المؤرخ 14 نيسان/ابريل 1990 المعدل والمستكمل فيما يتعلق بالعملية والائتمان ان يعيد تحديد شكل النظام المصرفي الجزائري بالكامل. منح القانون، البنك المركزي، الذي يسمى الآن بنك الجزائر، حكما ذاتيا واسعا، عضويا ووظيفيا على حد سواء.

- المرسوم رقم 03-11 الصادر في 26 آب/أغسطس 2003 بشأن العملة والائتمان يلغي القانون رقم 90-10 المؤرخ 14 نيسان/ابريل 1990.

- المرسوم رقم 10-04 المؤرخ 26 آب/أغسطس 2010 الذي يعدل ويستكمل الأمر رقم 03-11 المؤرخ 26 آب/أغسطس 2003 بشأن العملة والائتمان.

ويتولى إدارة بنك الجزائر والاشراف عليه المحافظ ومجلس الإدارة يرأسه أيضا المحافظ ومراقبان على التوالي. ويتألف مجلس الإدارة من ثلاثة نواب للمحافظين وثلاثة من كبار المسؤولين المعينين بسبب مهاراتهم الاقتصادية والمالية.

يعين المحافظ بموجب مرسوم رئاسي. ويعين نواب المحافظين الثلاثة بنفس الشروط. ويتم تعيين الأعضاء الآخرين في مجلس الإدارة بموجب مرسوم تنفيذي. ويعين المراقبون بموجب مرسوم رئاسي، بناء على اقتراح من الوزير المسؤول عن الشؤون المالية. ويتمتع مجلس الإدارة بالامتيازات الكلاسيكية المعترف بها لجهاز من هذا النوع.

2- الدور والمهام

وتتمثل مهمة بنك الجزائر في الحفاظ في مجال العملة والائتمان والصرف الأجنبي على الشروط الأكثر ملاءمة للتطوير المنظم للاقتصاد.

يحدد بنك الجزائر الشروط العامة التي يمكن بموجبها السماح للبنوك والمؤسسات المالية الجزائرية والأجنبية بالتأسيس والعمل في الجزائر.

كما يحدد الشروط التي يجوز بموجبها تعديل هذا الإذن أو سحبه.

يحدد بنك الجزائر جميع المعايير التي يجب على كل بنك احترامها في جميع الأوقات، بما في ذلك تلك المتعلقة بما يلي:

- نسب أداره البنك
- نسب السيولة
- استخدام الأموال الخاصة-المخاطر بشكل عام، الخ...

3- التنظيم

للقيام بمهامه، يتم تنظيم بنك الجزائر على المستوي المركزي من خلال:

1- سبعة (7) مديريات عامة التي تتعامل مع إدارات الدراسات والتقنيش والأنشطة المصرفية:

- المديرية العامة للدراسات،
- المديرية العامة للمفتشية العامة،
- المديرية العامة للائتمان والتنظيم المصرفي،
- المديرية العامة لمراقبه النقد الأجنبي،
- المديرية العامة لمكتب الصندوق العام،
- المديرية العامة للعلاقات المالية الخارجية،
- المديرية العامة للشبكة.

2- مديريتين لإدارة الجوانب المحددة المتعلقة بإصدار الأوراق النقدية والتدريب البنك، وهذا هو:

- المديرية العامة لفندق العملات (الطباعة والكتابة)،
- المديرية العامة للمدرسة العليا للمصارف التي تتولي تدريب وإعادة تأهيل موظفي القطاع المصرفي بأكمله.

3- مديريتين للإدارة العامة ووسائل البنك:

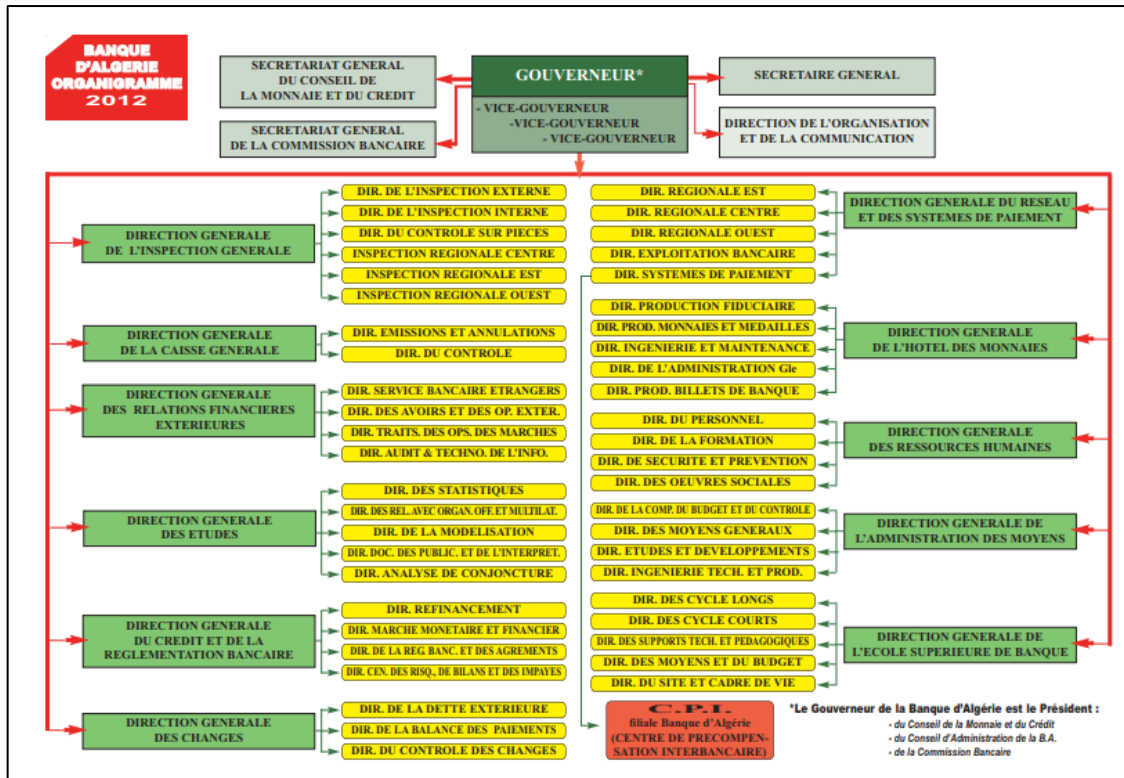
- المديرية العامة للموارد البشرية،
- المديرية العامة لإدارة الوسائل ونظم الدفع.

كما ان لديها شبكه من 48 وكالة وفرع، مما يضمن وجودا فعالا في كل ولاية من ولايات البلد:

وتتولي تنسيق الوكالات والفروع ثلاث مديريات إقليمية تقع في مدن الجزائر العاصمة، وهران وعنابة.

ويساهم موظفون من حوالي 3000 من الوكلاء، على جميع المستويات، في تحقيق أهداف البنك. وتم تنفيذ برنامج موسع لتحديث المعدات وأساليب العمل وبرنامج تدريبي لتمكين بنك الجزائر من الاستجابة وضمان تلبية النظام المصرفي بوجه عام لمتطلبات السياق الجديد، على الصعيدين الوطني والدولي.

الشكل 1-1: الهيكل التنظيمي للبنك المركزي الجزائري



المبحث الثاني: الأجهزة التمويلية والبنوك الإسلامية

المطلب الأول: الأجهزة التمويلية

تعتبر البنوك أهم الأجهزة التمويلية في الاقتصاد الرأسمالي وأقدمه وجوداً ذلك أن تاريخها يعود إلى القرون الوسطى وإلى عصر النهضة. بل أن أصلها يرجع إلى العمليات التي كان يقوم بها كبار التجار الذين كانوا يتعهدون بحراسة أموال الأفراد ثم إقراض الأموال مقابل عمولة، ولما ازدهرت الرأسمالية شاعت البنوك وأصبح لها دور أساسي في تنشيط الحياة الاقتصادية.

1- أقسام البنوك:

تنقسم البنوك إلى نوعين رئيسيين هما البنوك التجارية والبنوك المتخصصة

أ- البنوك التجارية¹

وتُعرف أيضاً باسم بنوك الودائع؛ وهي مؤسسات ذات طبيعة ائتمانية تهتم بالحصول على ودائع الأفراد، وذلك مقابل توفير القدرة على سحبها عند طلبها؛ لذلك تتعامل هذه البنوك مع الإئتمانات قصيرة الأجل، ولا يمكن اعتبار المؤسسة المصرفية بنكاً تجارياً إذا لم توفر إمكانية قبول وسحب الودائع المالية، كما تتعامل هذه البنوك مع كافة الأصول المالية فقط، مثل الأوراق المالية، والقروض، ولا تستخدم باستثماراتها أي نوع من أنواع الأصول الحقيقية.

ب- بنوك الاستثمار

هي البنوك التي تتميز بعملياتها الخاصة ببناء أو تطوير رؤوس الأموال الثابتة، مثل العقارات، والمصانع، والأراضي الزراعية؛ لذلك تعتمد عملياتها على الأموال غير القابلة للسحب، والودائع لأجل، والاقتراض من الآخرين خلال فترة معينة مقابل تقديم سندات مالية تتشابه مع الودائع لأجل؛ إلا أن الفرق بينهما هو سعي البنك إلى الاقتراض وجذب الودائع من الأفراد والمؤسسات وربطها مع منح الفوائد، أمّا

¹ حمزة عبد الحليم، منير دحمان، ومحمود الأبيض، البنوك الشاملة ودورها في تحفيز الاستثمار دراسة حالة: بنك البركة الجزائري-وكالة غرداية- مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة الليسانس في العلوم الاقتصادية، جامعة قاصدي مبراح ورقلة 2012-2013، تخصص: نقود مالية وبنوك ص 8-14.

الودائع لأجل فهي تعتمد على سعي المودعين إلى توظيف أموالهم في هذه البنوك؛ من أجل الحصول على الفوائد الماليّة.

ت- مؤسسات التوفير والادّخار

هي مُنشآت مُتخصصة بجمع المُدخرات الماليّة الخاصة بالأفراد، وغالباً تكون مستحقةً عند طلبها وتُشكّل دفاتر الادّخار، كما قد تُعدّ مدّخراتٍ لأجل؛ أيّ يعتمد سحبها على تاريخ معين وعندها تصبح سندات أو أدونات خزينة.

ث- بنوك الأعمال:

هي بنوك تمتلك طبيعة خاصة بها؛ حيث لا تتعامل مع الجمهور من الأفراد، بل يقتصر تعاملها على تمويل العمليات الخاصة بالمؤسسات المتنوعة؛ من خلال تقديم القروض لها، أو الاستحواذ عليها، أو المشاركة برؤوس أموالها؛ لذلك تعمل هذه البنوك داخل السوق الماليّ.

ج- أما البنوك المتخصصة مثل البنوك الزراعية والتي تقدم خدمات مصرفية لعملائها في مجال الزراعة، البنوك الصناعية التي تتخصص في إقراض المنشآت الصناعية بالقروض الطويلة والمتوسطة الأجل اللازمة لشراء المعدات والآلات الإنتاجية. البنوك العقارية تهتم هذه البنوك بتمويل أنشطة البناء والتشييد والمساهمة وتقديم هذه المصارف قروضاً وتسهيلات للمواطنين بهدف إنشاء المساكن والعمارات، وغالباً ما تقدم قروض لأجل طويلة تتجاوز العشر سنوات.

2- وظائف وخدمات المصارف¹:

- قبول الودائع:

إن من أول وأقدم الوظائف التي تقوم بها المصارف هي قبول الودائع من قبل الأثرياء في بداية الامر ولعامة الافراد والمؤسسات المختلفة في الوقت الحاضر وذلك من خلال فتح حسابات الودائع وتكون هذه الودائع على النحو التالي:

¹ ردينة عثمان يوسف ومحمود جاسم محمد، التسويق المصرفي، دار المناهج للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى 2001م، عمان-الأردن، ص85.

- ودائع تحت الطلب أو ما يسمى بالحساب الجاري: إن هذا النوع من الودائع تكون قابلة للدفع عند الطلب ويستطيع مودعها سحبها نقداً أو عن طريق الشيكات.
- الودائع لأجل: إن السحب من هذه الودائع يكون استناداً إلى طلب يقدمه المودع ويحصل على المبلغ بعد فترة من الزمن وإن المودع ليس له حق استخدام الشيكات ولا يتقاضى المصرف أي عمولة عن هذا الحساب.
- القروض:

تقوم المصارف بمنح القروض للمنظمات أو الافراد أو الى زبائنها على أن يكون هنالك ما يضمن تسديد هذا القرض في حالة عدم تمكن المقترض من تسديد المبلغ. وقد يكون الضمان حجز دار، حجز سيارة، أو ضمان من شخص له حساب في المصرف أو لديه هوية تجارة وذلك حسب الضوابط التي تحدد من قبل المصرف.

- البطاقات الائتمانية:

يمنح الافراد بطاقات على شكل كارت مصنوع من البلاستيك مثبت عليه اسم الزبون ورقم الحساب ويمنح كذلك رقم سري للزبون يستعمله الزبون عند السحب من الصراف الآلي. وأن هذه البطاقة تقدم خدمات عديدة حيث يمكن استخدامها في المحلات التجارية لتسديد مشترياته مما يوفر على الزبون عملية حمل النقود وعدم وجود عملات صغيرة وغيرها. كذلك يستطيع السحب بها دون الرجوع إلى البنك نفسه وإنما يكون مباشرة من الصراف الآلي وفي أي وقت كان.

- خدمات استثمارية:

تقوم بعض المصارف بإعداد الدراسات المالية التي تطلب من قبل زبائنها عند القيام بإنشاء المشاريع لأن الزبائن يعتمدون على هذه الدراسة في تحديد الحجم الأمثل للتمويل.

- خدمات أخرى:

- تقوم المصارف بتقديم خدمات أخرى مثل:
- إدارة ممتلكات وتركات المتعاملين مع المصرف.

- الاسهام في تمويل مشروعات التنمية.
- منح الائتمان التعهدي.
- شراء وبيع حوالات الخزينة وسندات الحكومة وكذلك شراء وبيع الأوراق المالية المسموح بتداولها في سوق الأوراق المالية.
- خلق النقود.
- تجاوز السحب عن مقدار الرصيد للزبون؛ يسمح المصرف لزيائنه بالسحب أكثر من مقدار الرصيد وأن المبلغ الذي يسحب أكثر من الرصيد والمسموح فيه يكون محدد من قبل المصرف.
- استخدام نظام الشيكات.
- تأجير الخزائن الحديدية.
- تحويل العملة للخارج وغيرها.

المطلب الثاني: البنوك الإسلامية:

لقد نشأت البنوك الإسلامية وانتشرت في العالم الإسلامي والغير إسلامي استجابة لتطلعات الافراد والشعوب التي أدركت مدى خطورة النظم الربوية المدمرة لكيانها والمحطمة لقوى الفعل الاقتصادي فيها، ومن هنا تطلع كل منها الى الخلاص من النظم الربوية وإيجاد مؤسسات مصرفية شرعية تستمد ذخيرتها من معين لا ينضب وهو تقوى الله سبحانه وتعالى.¹

1- تعريف البنك الإسلامي:²

"البنك الإسلامي مؤسسة مالية استثمارية ذات رسالة تنموية، إنسانية واجتماعية، يستهدف تجميع الأموال وتحقيق الاستخدام الأمثل لموارده بموجب قواعد وأحكام الشريعة الإسلامية لبناء مجتمع التكافل الإسلامي بين الافراد بالدعوة الى أداء الزكاة وجمعها وانفاقها في مصارفها الشرعية".

2- نشأتها:³

بعد الحرب العالمية الثانية، تحصلت العديد من الدول الإسلامية على استقلالها صاحب ذلك تطور في الفكر الاقتصادي الإسلامي، الذي وانطلاقا من تحريم الإسلام للربا أعيد النظر في الهياكل النقدية

¹ خباياة عبد الله، مرجع سبق ذكره، ص231.

² خباياة عبد الله، مرجع سبق ذكره، ص232.

³ خالد خديجة، البنوك الإسلامية: نشأة، تطور وآفاق، مقالات علمية، جامعة تلمسان ص277-278.

<https://www.asjp.cerist.dz/en/article/12879>

والمالية في الدول الإسلامية بشكل يلغي فيه نظام الفوائد، ويحل محله مبدأ المشاركة في الربح والخسارة، هذا المبدأ الذي جاءت البنوك الإسلامية لكي تكرسه عن طريق ممارستها لمختلف العمليات والخدمات البنكية.

غير أنه وبعد حرب 1973 والزيادة في أسعار النفط، تطورت البنوك الإسلامية تطورا ملحوظا من أجل المساعدة على استيعاب الفائض النقدي الناتج عن تلك الزيادة.

ويعود تاريخ العمل المصرفي الإسلامي إلى سنة 1940 عندما نشأت في ماليزيا صناديق للادخار تعمل بدون فائدة، وفي سنة 1950 بدأ التفكير المنهجي المنتظم يظهر في باكستان من أجل وضع تقنيات تمويلية تراعي التعاليم الإسلامية، غير أن مدة التفكير هذه طالت ولم تجد لها منفذا تطبيقيا إلا في مصر سنة 1963 بما كان يسمى "بنوك الادخار المحلية" تحت إشراف الدكتور أحمد النجار ولقد عرفت التجربة نجاحا كبيرا، وتجاوبا منقطع النظير من طرف الشعب المسلم بمصر ورغم قصر عمر هذه التجربة فإنها أفادت (1963-1967).

وبعد عشر سنوات من انطلاق النظام المالي الإسلامي الذي بدأ بالبنوك الإسلامية ثم شركات التأمين والاستثمار، تسلسل نشوؤها تباعا في الأقطار الإسلامية والعربية بعد أن كان النطاق الجغرافي لظهورها محصورا في الشرق العربي ودول آسيا الإسلامية.

فتأسس بنك ناصر الاجتماعي سنة 1971، بنك دبي الإسلامي بالإمارات العربية المتحدة سنة 1975، البنك الإسلامي للتنمية 1976، بنك التمويل الكويتي 1977، دار المال الإسلامي

هكذا استمرت البنوك الإسلامية في الظهور حتى يومنا هذا فلقد انتقل عدد البنوك الإسلامية من 34 سنة 1983 إلى 195 سنة 1997 ومن ثم إلى 200 سنة 2000. في المقابل، وصل حجم الصناعة البنكية الإسلامية إلى 200 مليار دولار سنة 2000 وهي تنمو بمعدل 15% سنويا.

اليوم يوجد أكثر من 300 بنك إسلامي ومئة مليون زبون عبر العالم.¹

¹ <https://www.pressreader.com/> في 2019/05/25 على 23:40.

وتجدر الإشارة الى أن الدول الإسلامية انقسمت إلى قسمين؛ منها من زاوجت بين النظامين التقليدي والإسلامي مثل مصر، الأردن، الامارات العربية، الكويت، ومنها من حاولت تغيير نظامها المالي والبنكي تغيراً جذرياً يتوافق مع أحكام الشريعة الإسلامية مثل السودان، باكستان، إيران.

3- خصائصها:

- الالتزام بتطبيق أحكام الشريعة الإسلامية
- عدم التعامل بالربا
- خضوع المعاملات المصرفية للرقابة الذاتية والخارجية
- عدم حبس المال وحجبه عن التداول واكتنازه
- الصراحة والصدق والوضوح في المعاملات
- حسن اختيار من يقومون على إدارة الأموال
- عدم أكل مال الناس بالباطل
- أداء الزكاة المفروضة شرعاً على كافة معاملات البنك ونتائج الاعمال

4- منتجات المصارف الإسلامية:¹

تمارس المصارف الإسلامية معظم الاعمال والأنشطة التي تقدمها المصارف التجارية، وتتركز هذه الاعمال فيما يلي:

- الخدمات المصرفية:

وهي تعتبر أساس العمل المصرفي، لذلك حرصت المصارف الإسلامية الابتعاد عن الفوائد أو العمولات على العمليات التي تقدمها؛ لكونها تدخل في دائرة الربا المحرمة شرعاً، ومن أهم الخدمات المصرفية الإسلامية التي تتعامل بها قبول الودائع بأشكالها المختلفة؛ ودائع الادخار، تحت الطلب، الاستثمار، إيداع الوثائق والمستندات. كما تقوم المصارف الإسلامية بتحصيل وخصم الأوراق التجارية، وفتح الاعتمادات المستندية، وتقديم خطابات الضمان، والتحويلات المصرفية وتأجير الصناديق التجارية، وإدارة الممتلكات، وبيع الأسهم والسندات، والعملات الأجنبية، وتقديم القروض.

- خدمات التمويل والاستثمار:

¹ إيداع عبد الفتاح النصور، تسويق المنتجات المصرفية، دار صفاء للنشر والتوزيع - عمان، الاردن، الطبعة الأولى 2015، ص54-55.

تقوم المصارف الإسلامية بتقديم خدمات التمويل والاستثمار للعملاء وفق صيغ التمويل الإسلامية المتعارف عليها: المضاربة، المشاركة، التأجير المنتهي بالتمليك وبيع السلم وبيع المرابحة للأمر بالشراء وبيع التقسيط.

- الخدمات الاجتماعية:

وهي تعد إحدى الخدمات المهمة التي تقوم بها المصارف الإسلامية، في خدمة المجتمعات المحلية التي تعمل ضمنها، وفي خدمة النشاط المصرفي الإسلامي بصفة عامة. وتتمثل هذه الخدمات في التشغيل، وتمويل العائلات الفقيرة والقادرة على الإنتاج، والتركيز على الاستثمار المحلي، ونشر الوعي المصرفي، وتدريب الطلاب.

كما تقوم بإنشاء المشروعات الاجتماعية مثل: مشاريع الخدمة البيئية، وتقديم الإعانات، والمساعدات الاجتماعية، وإقامة المؤتمرات والندوات، كما تقوم معظمها بتجميع الزكاة وإنفاقها على مستحقيها، إضافة إلى منح القروض الحسنة.

المبحث الثالث: البنوك الإسلامية وبنوك النواذ الإسلامية في الجزائر:

المطلب الأول: البنوك الإسلامية في الجزائر:

1- بنك البركة الجزائري:

بنك البركة الجزائري (Al baraka Bank) هو أول مصرف برأس مال مختلط (عام وخاص)، تم إنشائه في 20 ماي 1991 برأس مال 500.000.000 دج، وبدأ بمزاولة نشاطا ته بصفة فعلية خلال شهر سبتمبر 1991¹.

أما فيما يخص المساهمين، فهما بنك الفلاحة والتنمية الريفية-BADR Banque (الجزائر) ومجموعة البركة المصرفية - Al Baraka Banking Group (ABG) (البحرين).

في إطار قانون رقم 03-11 المؤرخ في 26 سبتمبر 2003، فلبنك الحق في مزاولة جميع العمليات البنكية من تمويلات واستثمارات، وذلك توافقا مع مبادئ أحكام الشريعة الإسلامية.

¹ بنك البركة، <https://www.albaraka-bank.com/>، في 06/07/2019 على 00:45.

أهم المراحل التي مر بها بنك البركة الجزائري:

1991 تأسيس بنك البركة الجزائري.

1994 الاستقرار والتوازن المالي للبنك.

2000 المرتبة الأولى بين البنوك ذات الرأس المال الخاص.

2002 إعادة الانتشار في قطاعات جديدة في السوق بالخصوص المهنيين والأفراد.

2006 زيادة رأسمال البنك إلى 2,5 مليار دينار جزائري.

2009 زيادة ثانية لرأسمال البنك إلى 10 مليار دينار جزائري.

2012 تفعيل أول منظومة بنكية شاملة ومركزية متطابقة لمبادئ الشريعة الإسلامية.

2016 الريادة في مجال التمويل الاستهلاكي على مستوى القطر الجزائري.

2017 زيادة ثالثة لرأسمال البنك إلى 15 مليار دينار جزائري.

2018 أحسن مصرف إسلامي في الجزائر للسنة السادسة على التوالي، تصنيف مجلة (Global

Finance).

2018 من بين أحسن وحدات مجموعة البركة المصرفية من حيث المردودية.

2018 من أبرز البنوك على مستوى الساحة المصرفية الجزائرية.

2- مصرف السلام الجزائر:

مصرف السلام-الجزائر (Salam Bank) بنك شمولي يعمل طبقا للقوانين الجزائرية، ووفقا لأحكام الشريعة الإسلامية في كافة تعاملاته. كثمرة للتعاون الجزائري الخليجي، تم اعتماد المصرف من قبل بنك الجزائر في سبتمبر 2008، ليبدأ مزاولة نشاطه مستهدفا تقديم خدمات مصرفية مبتكرة.¹

إن مصرف السلام-الجزائر يعمل وفق إستراتيجية واضحة تتماشى ومتطلبات التنمية الاقتصادية في جميع المرافق الحيوية بالجزائر، من خلال تقديم خدمات مصرفية عصرية تنبع من المبادئ والقيم الأصيلة

¹ <https://www.alsalamalgeria.com/>، في 2019/07/06 على 00:45.

الراسخة لدى الشعب الجزائري، بغية تلبية حاجيات السوق، والمتعاملين، والمستثمرين، وتضبط معاملاته هيئة شرعية تتكون من كبار العلماء في الشريعة والاقتصاد.

المطلب الثاني: بنوك النوافذ الإسلامية في الجزائر:

1- بنك الخليج الجزائر: AGB:

بنك تجاري خاضع للقانون الجزائري تابعة لمجموعة بنك برقان (Brgan Bank Group) وعضو في واحدة من أبرز شركات مجموعة مشاريع الكويت في الشرق الأوسط KIPCO – "Kuwait Projects Company"¹.

بدأ بنك الخليج الجزائر نشاطه في مارس 2004 برأس مال قدره 10 000 000 000 دينار جزائري وله مهمة رئيسية في المساهمة في التنمية الاقتصادية والمالية للجزائر، من خلال تقديم للشركات والمهنيين والأفراد مجموعة واسعة ومتطورة من المنتجات والخدمات المالية.

أيضاً، ولتلبية حاجيات عملائه، يقدم بنك الخليج الجزائر منتجات مصرفية تقليدية وأخرى متوافقة مع مبادئ الشريعة الإسلامية.

لدى بنك الخليج الجزائر الآن شبكة من 63 وكالة كلاسيكية من بينها 6 وكالات أوتوماتيكية (GAB)، من أجل التقرب من عملائها في جميع أنحاء الوطن.

2- ترست بنك الجزائر TBA:

ترست بنك الجزائر Trust Bank Algeria هو عضو في NEST INVESTMENTS HOLDING، LTD Group التي تتخذ من قبرص مقراً لها وتمتلك أسرة "أبو نحل" أغلب رأس مالها. تستثمر Nest Investments Holding، Ltd. في مجموعة متنوعة من الصناعات، بما في ذلك الخدمات المصرفية و / أو المالية والتأمين وإعادة التأمين والتطوير العقاري والصناعة والسياحة.²

¹ <https://www.agb.dz/article-view-1.html>، في 2019/07/06 على 00:45.
² <https://www.trustbank.dz/index.php/2015-04-11-19-56-06/presentation>، في 2019/07/08 على 13:30.

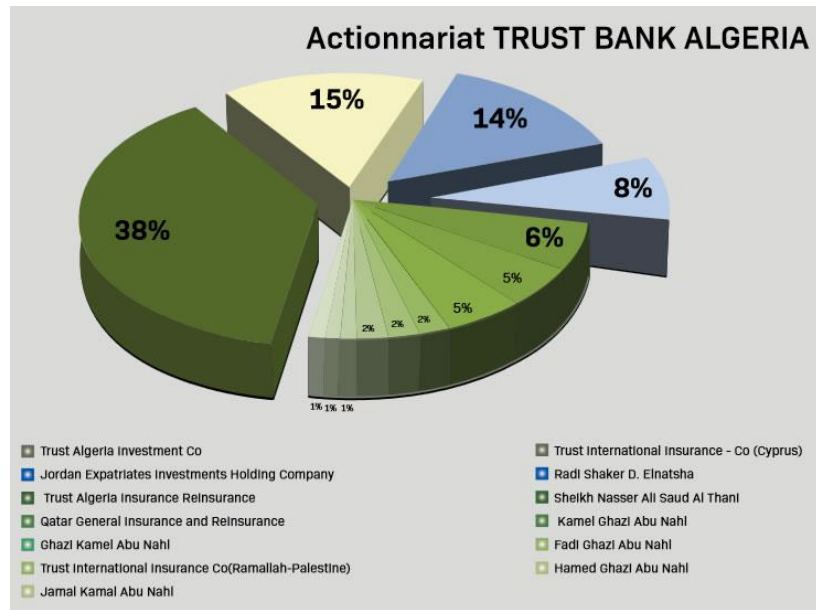
المجموعة موجودة من قبل الشركات التابعة لها في 22 دولة (22) بما في ذلك: الجزائر، الولايات المتحدة الأمريكية، إسبانيا، إنجلترا، قطر، قبرص، البحرين، الأردن، لبنان، فلسطين، المملكة العربية السعودية ... إلخ.

بالإضافة إلى TRUST BANK ALGERIA، تعزز Nest Investments Holding Ltd، وجودها في الجزائر من خلال 05 شركة أخرى، وهي:

- ترست الجزائر للاستثمار Trust Algeria Investments.
- ترست الجزائر للتأمين وإعادة التأمين Trust Algeria Assurance & Reassurance.
- ترست للصناعات Trust Industries.
- ترست العقارية Trust Real Estate.
- مركز التجارة العالمي الجزائر World Trade Center Algeria.

تراست بنك الجزائر (TBA) هو بنك برأس مال خاص يخضع للقانون الجزائري، بدأ النشاط في أبريل 2003 برأس مال أولي قدره 750 مليون دينار، تم زيادته من السنة التاسعة للتشغيل، أي في عام 2012، إلى 13 مليار دينار.

الشكل 1-2: المساهمة في ترست بنك الجزائر¹



¹ <https://www.trustbank.dz/index.php/2015-04-11-19-56-06/presentation>، في 2019/07/08 على 13:30.

أكثر من 50% من رأس مال بنك ترست الجزائر تمتلكه:

- ترست الجزائر للاستثمار. Trust Algeria Investments.
- شركة المغتربين الأردنيين القابضة للاستثمار.

اثنان من أغلبية المساهمين الثلاثة (الذين يمتلكون أكثر من 10% من رأس المال) هم شركات بموجب القانون الجزائري:

- شركة ترست الجزائر للاستثمار
- ترست الجزائر للتأمين وإعادة التأمين.

يحدد مجلس الإدارة توجهات نشاط البنك ويضمن تنفيذها. يترأس هذا المجلس السيد غازي كامل أبو نهل ويتألف من خمسة (5) أعضاء تنتخبهم الجمعية العامة.

تكوين مجلس الإدارة	
رئيس	غازي كامل أبو نحل
نائب الرئيس	الشيخ ناصر بن علي آل ثاني
عضو	جمال كامل ابو نحل
عضو: القابضة للاستثمار الأردن	سد عبد الله
عضو: Trust International Cyprus	كامل غازي ابو نحل

يمثل الإدارة العامة:

السيد بوليدجنت جمال، المدير العام

كجزء من دوره كبنك عالمي وسياسة التحديث والتطوير العالمية، يسعى بنك ترست إلى الحفاظ على وفائه بالتزاماته تجاه عملائه فيما يتعلق بتحسين جودة خدمته وتنوع مجموعة منتجاتها. على هذا النحو، فقد

استثمرت في السنوات الأخيرة في نشر مجموعتها من المنتجات الإلكترونية، "الخدمات المصرفية عن بعد" وفي تسويق منتجات محددة الهامش.

3- بنك الإسكان Housing Bank:

يعتمد بنك الإسكان للتجارة والتمويل - الجزائر على تجربة وخبرة غنية لأكثر من ثلاثين عامًا في المجال المالي والمصرفي. اختار بنك الإسكان الجزائر، من بداية نشاطه في أكتوبر 2003، إطلاق مجموعة متنوعة من المنتجات لكل من الأفراد والشركات.¹

بنك الإسكان الجزائر يستثمر في السوق الجزائري بطموح يستحق ثقة عملائه، مع مهمة تقديم لعملائه، والمنتجات والخدمات المصرفية الحديثة، من الجودة وبما يتوافق مع احتياجاتهم وتوقعاتهم.

تتمثل سياستها في إنشاء نظام لإدارة الجودة لضمان نمو مطرد لنتائجها واحتلال مكانة مهمة في السوق. للقيام بذلك، وضعت نفسها شعار إرضاء عملائها، وتعزيز موظفيها وتطوير العمل الجماعي.

المساهمين:

بالإضافة إلى رأس المال التجريبي للبنك الأم، فإن لدى بنك الإسكان الجزائري رأسمال ناشئ قدره 2.4 مليار دينار جزائري، أو حوالي 30 مليون دولار أمريكي، والتي تم زيادتها إلى 10 مليارات دينار. حوالي 150 مليون دولار. يتم توزيع رأس المال الذي تحتفظ به المؤسسات المالية بسجل حافل في مجال الاستثمار والأعمال على النحو التالي:

- بنك الإسكان للتجارة والتمويل - الاردن 85%.
- الشركة الليبية العربية للاستثمار الأجنبي القابضة - الجزائر 15%.

¹ <https://www.housingbankdz.com/index.php/fr/presentation/nous-connaître>، في 2019/07/10 على 12:00.

خلاصة:

توصلنا إلى أنه ورغم أهمية البنوك وتنوعها، إلا أنها ترتبط بمجموعة من المخاطر خاصة منح القروض وتسويق مختلف الخدمات، مما يتطلب التروي والدراسة قبل إطلاق أي منتج. لذلك على البنوك محاولة انتهاج سياسة مناسبة بهدف استثمار أموالها على الوجه الأمثل وتلبية طلبات زبائنهم بما يوفر لهم السيولة من جهة، وتقادي قدر الإمكان المخاطر التي تواجهها من جهة أخرى، وعلى وجه الخصوص الائتمانات طويلة الأجل.

الفصل الثاني

الخدمة المصرفية والادخار

تمهيد:

من المعروف انه من أهم وظائف البنك التجاري قبول الودائع والمدخرات من الأفراد والمؤسسات وفتح الحسابات الجارية والودائع الادخارية ومن ثم تحويل جزء منها الى قروض مختلفة الآجال للمشروعات والافراد والمساهمة في انشاء المشاريع الاقتصادية أو دعمها ماليا وكذلك تنمية المدخرات والاستثمارات المالية لخدمة الاقتصاد الوطني.

قيام أي بنك تجاري بهذه الوظائف، يعني قيامه بمجموعة من الخدمات البنكية لعملائه، ولتحقيق أهدافه لابد للمصرف من أداء خدمات مصرفية تتوافق مع توقعات الزبائن. ومنه ارتأينا تقسيم هذا الفصل إلى ثلاث مباحث:

- **المبحث الأول:** الادخار.
- **المبحث الثاني:** الخدمة المصرفية.
- **المبحث الثالث:** التسويق المصرفي.

المبحث الأول: الادخار العائلي والعوامل المؤثرة فيه:**المطلب الأول: مفهوم الادخار العائلي وأنواعه:****المفهوم:**

نقصد بالادخار العائلي بالمدخرات التي يقوم بها القطاع العائلي والأسر والمؤسسات والهيئات التي تهدف إلى الربح وتخدم العائلات كالجمعيات والنادي والمستشفيات وكذلك الهيئات والسفارات الاجنبية كما يتضمن أيضا المشروعات التي لا تتخذ شكل شركات أموال مثل المشروعات الفردية وشركات التضامن، وينقسم الادخار العائلي إلى قسمين رئيسيين مدخرات عائلية اجبارية وتتمثل في مدخرات الافراد لدى التأمينات الاجتماعية ومصحة المعاشات والتقاعد، أما المدخرات الاختيارية فتتمثل في التغيير في ارصدة الودائع الجارية بالبنوك، وصناديق التوفير، وشركات التأمين وحصيلة بيع الاصول المالية ، شهادات الاستثمار، الاسهم والسندات الحكومية وغير الحكومية¹.

أنواع الادخار: ينقسم الادخار حسب طبيعة المدخرات الى نوعين:

1- ادخار اختياري:

هو عبارة ذلك النوع من الادخار الذي ينتج عن الافراد دون أية ضغوط من أي طرف وبحرية تامة، حيث تقوم الدولة بتحفيز الافراد من خلال رفع سعر الفائدة من اجل دفعهم للادخار وتوجيه المدخرات إلى القطاع الإنتاجي مثل مدخرات القطاع العائلي ومدخرات قطاع الأعمال الخاص.

2- ادخار إجباري:

ويكون بعكس الاول حيث تنعدم فيه حرية الفرد حيث يفرض على الافراض او المشاريع بمقتضى قوانين ولوائح لا يستطيعون مخالفتها احتجاز جزء من دخلهم².

¹ بربري محمد امين، العوامل المؤثرة على الادخار العائلي في الجزائر، الأكاديمية للدراسات الاجتماعية والإنسانية / قسم العلوم الاقتصادية والقانونية العدد 10 - جوان 2013، ص39.

² عروم شريف، محددات الادخار والاستثمار، دراسة حالة الجزائر خلال الفترة 1980-2013، مذكرة ماستر 2015، جامعة ورقلة، ص07.

المطلب الثاني: أهمية ودوافع الادخار العائلي¹:**أ- أهمية الادخار العائلي:**

يحظى الادخار العائلي بأهمية كبيرة واهتمام بالغ في حياة الفرد والمجتمع الذي يمثل الادخار بالنسبة للفرد وسيلة لمواجهة أحداث المستقبل غير المتوقعة والاحتياط للطوارئ أما بالنسبة للمجتمع فإن أهمية الادخار تتبلور في الدور الذي يلعبه في عملية النمو والتنمية الشاملة.

ب-دوافع الادخار العائلي:

تقوم عملية الادخار على دعامتين أساسيتين القدرة والرغبة، فأما القدرة الادخارية فهي قدرة الفرد على تخصيص جزء من دخله من أجل المستقبل، وأما الرغبة الادخارية فهي مسألة نفسية تربوية تقوى وتضعف تبعاً للدوافع التي تدعو للادخار ومقدار تأثير الفرد والطبقات الاجتماعية هذه الدوافع.

المطلب الثالث: وسائل تعبئة وتوجيه الادخار العائلي²:

عملية تعبئة المدخرات جعل منتجاً ومساهماً في التنمية الاقتصادية وهذا عن طريق تحويله إلى رأسمال عيني سواء القيام باستثماره في مشروع معين أو توجيهه الى سوق رأس المال أو مؤسسات الوساطة المالية.

أ - أجهزة التعبئة والتجميع المصرفية:**- البنوك التجارية:**

إن للبنوك التجارية امكانيات كبيرة تعمل على توليد الطاقات الادخارية وهذا عن طريق تعبئة الفائض النقدي المتوفر في المجتمع وتسهر على عمليات التوظيف الاستثماري والائتماني التي تقوم بها، والتي تعمل على تعظيم القدرات وتعزيز القنوات الادخارية بالشكل الذي يؤدي على جلب المداخل وزيادة الفائض الموجه من صفة ادخار إلى استثمار وكذا ترشيد القرارات التوظيفية والاستثمارية للوحدات الاقتصادية.

- بنوك الاستثمار:

¹ بربري محمد امين، مرجع سابق.
² بربري محمد امين، مرجع سابق.

وهي البنوك التي تباشر عمليات تتصل بتجميع المدخرات وتميئها واستثمارها، وكذا المشاركة في خطط التنمية الاقتصادية وسياسات دعم الاقتصاد المحلي ويمكن لبنوك الاستثمار أن تنشئ شركات استثمارية أو شركات تزاو؎ النشاطات الاقتصادية المختلفة.

ب- أجهزة التعبئة والتجميع غير المصرفية:

- شركات التأمين:

يعتبر التأمين وسيلة ادخارية هامة خاصة في الدول النامية حيث يتميز بصغر اقساطه نسبياً، مما يجعل الافراد ذوي الدخل المنخفض بمقدورهم الادخار للمستقبل ويتميز التأمين عن مختلف الالوعية الادخارية الاخرى في انه يعتبر وعاء ادخاري منظم يدفع في شكل اقساط، مما يعطيها صفة الثبات والاستقرار.

- شركات الاستثمار:

هي شركات تستهدف أساساً استقطاب مدخرات الافراد وتوجيهها لتمويل المشاريع الاستثمارية، وتصدر هذه الشركات أدوات ادخارية في صورة شهادات، حيث يتم استخدام عوائدها في تمويل المشاريع التنموية وفي حالة تحقيق الارباح فإنه يتم توزيع هذه الاخيرة على اساس نسب المساهمة.

- صناديق الاستثمار:

تتيح صناديق الاستثمار فرصة لأصحاب الفوائض المالية لاستثمار مدخراتهم في الالوراق المالية أو بعض الالصول العينية خاصة الافراد الذين يملكون القدرة على استثمارها بأنفسهم وتمتاز هذه الصناديق بالنمو العالي من خلال تحقيق أرباح رأسمالية عالية.

- سوق الالوراق المالية:

تؤثر سوق الالوراق المالية على الميل للادخار، من خلال ما توفره من مجموعة كبيرة من الخيارات لأصحاب المدخرات لتوليد أصول مالية أكبر والمحافظة على تفضيلاتها كما توفر السوق أصولاً تعتبر أكثر جاذبية من نواحي السيولة والعائد والمخاطرة، ومن ثم فهي تشجع الوحدات ذات الفائض لتقليل الانفاق الاستهلاكي لصالح الادخار.

- صناديق توفير البريد:

يعتبر صندوق توفير البريد من أقدم الالوعية الادخارية التي تعمل على تجميع المدخرات الفردية وكذا تشجيع محدودي الدخل على الادخار بما يؤدي إلى تنمية مدخرات القطاع العائلي، وبما يكفل زيادة قدرة الدولة على استثمار هذه المدخرات في المشاريع العامة، ويعد صندوق توفير البريد من أهم أوعية تجميع المدخرات الاختيارية للقطاع العائلي خاصة تلك المدخرات الصغيرة التي لا تجد لها سبيلا مباشرا للاستثمار فتتجه بسهولة نحو الانفاق الاستهلاكي.

ت- الادخار العائلي في المجالات الخاصة:

يعتبر الوعاء العقاري من اهم الالوعية الادخارية الخاصة بالفرد، وكذلك يوجد وعاء آخر للادخار العائلي وهو التحسينات الزراعية متوسطة وطويلة الاجل في الاراضي الزراعية من قبل العائلات التي تعمل في الزراعة، والوعاء الآخر الذي تلجأ إليه العائلات هو الاكتناز في شكل نقد مخزن في المنازل، أو شراء مجوهرات وذهب واحجار كريمة والتحف النادرة والمقتنيات التاريخية.

المطلب الرابع: محددات الادخار¹:

للادخار العديد من المحددات ومن أبرزها نذكر:

1- الدخل:

يقوم الافراد ومهما كان انتماؤهم بتوزيع دخولهم بين إنفاق استهلاكي وادخار، فكلما ارتفع الدخل فإن الإنفاق الاستهلاكي يزيد من اجل الحصول على السلع والخدمات ويدخرون الباقي منه وهذا ما يظهر في العديد من الدراسات المرتبط بالادخار.

2- حجم الثروة:

يرتبط مفهوم الثروة بتلك الاصول العينية والمالية وكذلك العنصر البشري الذي يعتبر جزء من الثروة حسب ما جاء به فريدمان الذي بين اهمية العنصر البشري في التأثير على سلوك بعض المتغيرات لاقتصادية كالادخار، الطلب على النقود.....الخ.

3- معدل التضخم:

يعتبر الاقصاديون ان التضخم هو من العوامل التي تؤثر بصفة كبيرة على الادخار، حيث ان الارتفاع العام للأسعار يؤثر على القوة الشرائية للدخول،

¹ بربري محمد امين، العوامل المؤثرة على الادخار العائلي في الجزائر، الاكاديمية للدراسات الاجتماعية والانسانية، قسم العلوم الاقتصادية والقانونية، العدد 10 -جوان 2013، ص40.

4- الوضع المالي:

ان تطور النظام المالي يعد شرطا مهما من اجل دفع عجلة التنمية الاقتصادية، هذا التطور الحاصل سيؤدي الي زيادة في معدلات الادخارات وخلق قناة مناسبة لتدفق هذه الادخارات باتجاه الاستثمارات.

5- سعر الفائدة:

ان قيام الفرد بالادخار يسمح له بالحصول على عائد يتوقف على شكل الاصول المالية التي يحتفظ فقد يحصل على فائدة او توزيعات ارباح او مكاسب رأسمالية عندما ترتفع اسعار الأوراق المالية التي يمتلكها.

واقع ادخار القطاع العائلي في الجزائر¹

قبل الوقوف على التطورات الحاصلة في ادخار الأسر، تجدر الإشارة إلى أن دراسة سلوك ادخار القطاع العائلي يقنضي الحصول على بيانات فردية. والواقع يشير إلى أنه لا يوجد مسح خاص بادخار الأسر، ولكن مسح لميزانية الأسر، والذي يجمع بيانات الإنفاق والدخل المتاح للأسر، وهذا كما توضحها بيانات الجدول التالي:

¹ أحمد سلامي، مدخرات القطاع العائلي في الجزائر بين الواقع والطموح دراسة تحليلية للفترة 1970-2011، المجلة الجزائرية للتنمية الاقتصادية، عدد 02، ص50. <https://www.asjp.cerist.dz>

الجدول 1-2: تطور ادخار القطاع العائلي في الجزائر للفترة 1970-2011/ الوحدة: مليون دج

الميل المتوسط للادخار *	الميل الحدي للادخار *	الدخل المتاح	الادخار	الاستهلاك	السنوات
0,20	/	16 782,6	3 394,1	13 388,5	1970
0,17	-3,85	16 914,1	2 887,6	14 026,5	1971
0,12	-0,27	19 031,3	2 309,5	16 721,8	1972
0,15	0,44	20 861,4	3 120,3	17 741,1	1973
0,14	0,10	27 730,8	3 806,3	23 924,5	1974
0,12	0,05	33 603,6	4 081,2	29 522,4	1975
0,12	0,11	38 624,1	4 613,6	34 010,5	1976
0,04	-0,45	44 569,8	1 923,8	42 646,0	1977
0,08	0,27	52 990,9	4 197,7	48 793,2	1978
0,15	0,44	66 143,1	9 926,5	56 216,6	1979
0,17	0,27	82 013,6	14 197,1	67 816,5	1980
0,11	-0,26	95 261,7	10 691,4	84 570,3	1981
0,15	0,42	109 151,7	16 503,2	92 648,5	1982
0,17	0,31	124 134,9	21 086,9	103 048,0	1983
0,09	-0,92	134 212,9	11 840,4	122 372,5	1984
0,11	0,24	152 642,0	16 218,9	136 423,1	1985
0,13	0,29	174 857,2	22 662,1	152 195,1	1986
0,16	1,60	178 738,7	28 873,0	149 865,7	1987
0,13	0,02	238 802,4	29 926,7	208 875,7	1988
0,11	0,04	289 466,9	32 197,1	257 269,8	1989
0,16	0,34	362 372,2	57 329,9	305 042,3	1990
0,22	0,34	522 454,2	112 404,3	410 049,9	1991
0,22	0,24	691 955,6	153 111,1	538 844,5	1992
0,22	0,24	823 445,5	184 377,9	639 067,6	1993
0,15	-0,26	972 327,6	145 573,1	826 754,5	1994
0,11	-0,02	1 244 536,7	141 454,8	1 103 081,9	1995
0,12	0,12	1 491 231,3	171 838,1	1 319 393,2	1996
0,12	0,23	1 611 240,8	199 571,3	1 411 669,5	1997
0,15	0,39	1 806 789,1	275 286,2	1 531 502,9	1998
0,18	0,44	2 003 010,2	360 671,7	1 642 338,5	1999

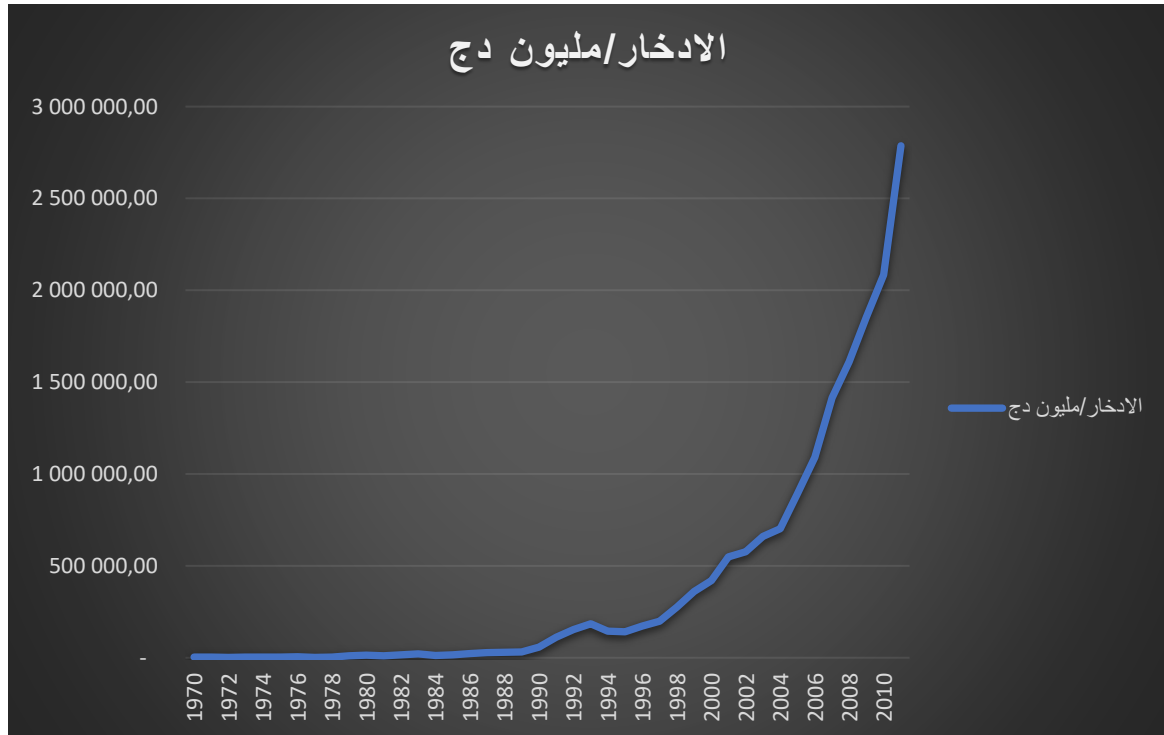
0,20	0,58	2 104 967,3	420 104,5	1 684 862,8	2000
0,23	0,49	2 365 714,9	548 437,5	1 817 277,4	2001
0,23	0,17	2 531 881,8	576 639,8	1 955 242,0	2002
0,24	0,38	2 751 213,9	660 575,9	2 090 638,0	2003
0,23	0,15	3 035 676,8	702 458,3	2 333 218,5	2004
0,26	0,52	3 404 927,8	894 448,4	2 510 479,4	2005
0,29	0,59	3 738 164,1	1 091 159,4	2 647 004,7	2006
0,33	0,57	4 307 598,2	1 414 376,8	2 893 221,4	2007
0,33	0,34	4 885 164,9	1 610 855,0	3 274 309,9	2008
0,34	0,38	5 531 239,8	1 853 679,2	3 677 560,6	2009
0,34	0,39	6 128 101,5	2 084 959,4	4 043 142,1	2010
0,38	0,62	7 262 252,3	2 786 738,6	4 475 513,7	2011

Source : Collections Statistiques N °166/2011, ONS, Alger, pp70–105 &

www.ons.dz.

قيم محسوبة من طرف الباحث. (*)

الشكل 1-2: تطور ادخار القطاع العائلي في الجزائر للفترة 1970-2011/ الوحدة: مليون دج¹



¹ من اعداد الطالب

إذا تتبعنا تطور الادخار العائلي في الاقتصاد الجزائري، نلاحظ أنه شهد عدة فترات متباينة:

- الفترة 1970-1989: تميز الادخار العائلي بالضعف الشديد في هذه الفترة، وهي التي تعرف بفترة الاقتصاد الموجه، الذي يعكس مدى تدخل الدولة في الحياة الاقتصادية، حيث سجل متوسط 1222,87 مليون دج للفترة 1970-1989، وهو ما أدى إلى انكماش في معدل الادخار العائلي الذي بلغ نحو 13 % كمتوسط لنفس الفترة. وقد تزامن ذلك مع فترات انكماش في مستوى الدخل المتاح للأسر، الذي شهد تطورا ولكنه بطيء، ويرجع ذلك إلى صعوبة الظروف التي مر بها الاقتصاد، إذ كان في مرحلة البناء والتطبيق للاقتصاد المخطط، الذي ركز على الجوانب الاقتصادية، وبالتالي أهمل الجوانب الاجتماعية. هذا الوضع ترك أثاره بارزة على ادخار الأسر، حيث كان هذا الأخير يتطور ولكن بطريقة بطيئة جدا. والأمر الآخر الذي ساهم في تدني حجم الادخار الأسري هو ارتفاع معدلات الاستهلاك التي سجلت 87 % كمتوسط لنفس الفترة. ويرجع ذلك لعدة أسباب، منها ارتفاع معدلات التضخم؛ انعدام فرص العمل وزيادة فقر السكان، خاصة مع نهاية الثمانينات، أين تفاقمت الأزمة الاقتصادية للجزائر، وهو ما شكل عبئا ثقيلا للفرد الجزائري، بحيث أصبح من الصعب عليه أن يحافظ على مستواه المعيشي، ناهيك عن أن يرفعه. وإذا أضفنا إلى ذلك، الإهمال في تعبئة الادخار العائلي بغرض تمويل الاستثمار كنتيجة لتزايد الموارد البترولية منذ بداية 1970، يتبين لنا سر تدهور حجم الادخار.

- الفترة 1990-1993: شهد الادخار العائلي نموا جد مرتفع في هذه الفترة، حيث سجلت السنوات: 1990، 1991، 1992، و1993 معدلات النمو التالية 78.06 %، 96.07 %، و36.21 % و20.42 % على التوالي وهكذا انتقل الادخار الأسري من 57,33 مليار دج سنة 1990 إلى 184,38 مليار دج سنة 1993. وهو ما انعكس في تحسن معدل الادخار العائلي الذي عرف متوسط 20,5 % للفترة 1990-1993، والفضل في ذلك يرجع إلى النمو المحسوس في الدخل المتاح للأسر الذي عرف معدلات النمو التالية: 25.19 %، 44.18 %، و32.44 % و19 % خلال السنوات الواردة على الترتيب، حيث انتقل الدخل من 362,37 مليار دج في 1990 إلى 823,44 مليار دج في 1993. وقد تزامن هذا مع نمو الاستهلاك، ولكن بمعدلات أقل بالمقارنة مع نظيره الادخار، حيث سجل معدل نموه القيم التالية: 18.57 %، 34.42 %، و31.41 % و18.60 %

خلال نفس السنوات المذكورة، وبهذا انتقل من 305,04 مليار دج في 1990 إلى 639,06 مليار دج سنة 1993. ويمكن تفسير هذه التطورات الإيجابية في حجم المدخرات العائلية بعدة أسباب، قد يكون منها عدم عدالة توزيع الدخل، والذي أفرز فوارق اجتماعية، تمثلت في بروز طبقات غنية وأخرى فقيرة، وتقليص في نسبة الطبقة المتوسطة، وهو ما أدى إلى تمركز المداخيل لدى الطبقة الغنية وبرزت طبقات ثرية تتمتع بنفوذ كبير، وهي الطبقة التي يعتد بها في زيادة الادخار العائلي. ذلك أن الطبقة الفقيرة تتميز بارتفاع الميل إلى الاستهلاك وانخفاض الميل إلى الادخار، خاصة إذا أضفنا إلى ذلك اتساع نطاق الفقر، وارتفاع معدلات التضخم في هذه المرحلة، الذي أدى إلى انخفاض القدرة الشرائية، بالإضافة إلى ضعف مداخيل هذه الفئة أصلاً.

- الفترة 1994-1995: على عكس الفترة السابقة، عرف الادخار العائلي معدلات نمو سالبة سنوية 1994 و1995 بلغت: (- 21,04 %) و (- 2,83 %) على التوالي، وهكذا تدهور الادخار العائلي إلى مستوى 145,57 مليار دج و141,45 مليار دج على التوالي، بعدما وصل إلى 184,37 مليار دج في 1993، وهو ما أدى إلى تدهور ميله المتوسط، حيث سجل 15 % و 11 % على التوالي، بعدما وصل إلى 22 % سنة 1993. ويمكن إرجاع ذلك إلى النمو الكبير في الاستهلاك الأسري الذي سجل معدل نمو يقدر ب 29,37 % و 33,42 % خلال سنتي 1994 و1995 بعدما وصل إلى 18,60 % في 1993، حيث انتقل إلى 826,75 مليار دج و1103,08 مليار دج خلال سنتي 1994 و1995 على الترتيب، بعدما سجل 639,06 مليار دج في 1993، وهو ما ساهم في ارتفاع معدل الاستهلاك الأسري إلى 85 % و 89 % على التوالي بعدما وصل إلى 78 % في سنة 1993. السبب في ذلك يرجع إلى تحرير الاقتصاد، وما انجر عنه من تحرير لأسعار المواد الغذائية ورفع الدعم عنها، بالإضافة إلى موجات التضخم التي أثرت على القدرة الشرائية والحافز على الادخار، ووصول مؤشر البطالة لمستويات خطيرة، مع تباطؤ في معدلات نمو الدخل المتاح نسبة إلى الفترة السابقة، حيث سجل معدل نموه متوسط 23 % للفترة 1994-1995 مقارنة ب 30.20 % للفترة 1990-1993، أضف إلى ذلك زيادة حدة الفقر، بسبب تطبيق برنامج التعديل الهيكلي، وهو ما زاد من معاناة الفرد الجزائري، الأمر الذي ساهم في توجيه جزء كبير من الدخل المتاح نحو استهلاك المواد الأساسية، مما أدى إلى انخفاض المدخرات العائلية. هذا بالإضافة إلى بروز مجموعة من الاضطرابات السياسية والأمنية التي عرفتها الجزائر،

والتي أفضت إلى الدخول في دوامة من عدم الاستقرار. الأمر الذي يؤثر سلبا على ادخار الأفراد، ويعمل على زيادة استهلاكهم من سنة إلى أخرى. ففي مثل هذه الأوضاع، عادة ما يلجأ الأفراد إلى تهريب أموالهم إلى أماكن أكثر أمنا، أو العمل على اكتنازها، لعدم ثقتهم في الأجهزة التي تضعها الحكومات في متاولهم، وهذا على الأرجح ما حصل في الجزائر، وهو ما كان له الأثر السلبي على عجلة التنمية الاقتصادية من خلال نقص الاستثمارات وضعف المدخرات المحلية بشكل عام.

- الفترة 1996-2011 : صار الفرد الجزائري يعطي للادخار أهمية يمكن تلمسها من خلال بيانات الجدول رقم 1، حيث تزايد معدل الادخار العائلي من سنة لأخرى، فقد انتقل من 12 % من الدخل المتاح لسنة 1996 وظل ينمو إلى نهاية فترة المشاهدة أين سجل متوسط 38 % سنة 2011، فالادخار أخذ يتحسن تدريجيا مع استقرار الاقتصاد الوطني خاصة منذ بداية سنة 1996، كنتيجة لتحسن الدخل المتاح الذي عرف نوعا من النمو والزيادة بشكل كبير خلال هذه الفترة، على عكس الفترة السابقة، أين كان ادخار العائلات ضعيفا نتيجة ارتفاع معدل الاستهلاك الأسري تزامنا مع ضعف الدخل المتاح، وكذا الارتفاع الكبير الذي عرفه معدل التضخم. هذا التحسن أخذ ينمو بشكل سريع خاصة مع تراجع مؤشر التضخم إلى مستويات مريحة بالنسبة للاقتصاد الوطني. فقد شهدت الفترة 1996-2011 معدلات نمو موجبة لقيم الادخار العائلي، بلغت في المتوسط نحو 20,85 %، وقد تزامن ذلك مع تباطؤ ملحوظ في نمو الاستهلاك الأسري منذ سنة 1996، حيث بلغ متوسط نموه خلال نفس الفترة نحو 9,20 %. وإن الانخفاض في معدلات الاستهلاك خلال هذه الفترة قد انعكس مباشرة في ارتفاع معدلات الادخار، ومن الواضح أن تحركات معدل الاستهلاك هي متناظرة مع معدل الادخار. وقد بلغ الادخار العائلي سنة 2011 ما قيمته 2786.74 مليار دج حسب بيانات ONS في حين كشف وزير المالية أن حجم ادخار العائلات الجزائرية قد بلغ 2000 مليار دج أو ما يعادل 27 مليار دولار في سنة 2011، مشيرا إلى أن 40 بالمائة من هذه القيمة (800) مليار دج تم إيداعها على مستوى بنك الصندوق الوطني للتوفير والاحتياط CNEP وحصّة هذا البنك من سوق الادخار الوطني تؤكد بأن المواطن الجزائري أصبح يفضل الاستثمار على المدين المتوسط والطويل، ولاسيما من خلال اقتناء السكن. وتعكس هذه الأرقام الواردة مدى الأهمية التي تحتلها المدخرات العائلية كمصدر لتوفير الموارد المالية الحقيقية لتمويل البرامج الاستثمارية، والتي يتوقف عليها مدى التقدم في تنفيذ خطط التنمية. ويمكن متابعة

تطور مبالغ الادخار العائلي من خلال ما يحصيه بنك الصندوق الوطني للتوفير والاحتياط، باعتباره أول بنك في مجال جمع الادخار في الجزائر، بتعداد 7,5 مليون مدخر على مستوى 220 وكالة على المستوى الوطني، وهذا حسب إحصائيات 2008، هذه المبالغ موضحة في الجدول 2 التالي:

- **الجدول 2-2:** تطور الادخار على مستوى بنك الصندوق الوطني للتوفير والاحتياط للفترة (2004-2010)

السنوات	2010	2009	2008	2007	2006	2005	2004
إجمالي ودائع الادخار عند 12/31 (مجموع مليار دج)	818,78	737,12	667,91	629,88	571,21	544,91	521,75

Source : Annuaire Statistique de l'Algérie, Résultats ; 2007-2009, N 27, Edition 2011, ONS, p 435

.Annuaire Statistique de l'Algérie, Résultats ; 2008-2010, N 28, Edition 2012, ONS, p 470

تظهر معطيات هذا الأخير تطورا بارزا في نمو مدخرات الجزائريين على مستوى CNEP والتي بلغت سنة 2010 ما قيمته 818,78 مليار دج منذ تأسيسه سنة 1964. كما يتبين من هذا الجدول أن حجم الادخار الذي تم جمعه سنة 2010 من طرف هذا البنك على مستوى الشبكتين البنكية والبريدية بلغ 81,66 مليار دج مقابل 69,21 مليار دج سنة 2009 و38,03 مليار دج سنة 2008. وهذه الأرقام تعكس الإمكانيات الادخارية المعتبرة المتاحة لدى العائلات الجزائرية. وبالرغم من ذلك فلا تزال هناك موارد مالية أخرى تحتفظ بها هذه العائلات في شكل عملات ورقية وودائع على مستوى مراكز الصكوك البريدية، أو في شكل سيولة نقدية مكتنزة وغير مستغلة. وتجدر الإشارة إلى أن "بنك الصندوق الوطني للتوفير والاحتياط قام بضخ 400 مليار دج في الاقتصاد الوطني منذ تأسيسه، وساهم أيضا في توفير سكنات أو قروض للحصول على مساكن ل 365 ألف مواطن منذ إنشائه، من بينها 49 ألف مسكن قام ببنائها الصندوق بشكل مباشر"

المبحث الثاني: الخدمة المصرفية:

المطلب الأول: تعريف الخدمة المصرفية:

يمكن تعريف الخدمة المصرفية على أنها "مجموعة من العمليات ذات المضمون المنفعي الكامن في مجموعة من العناصر الملموسة (غير الحقيقية) المدركة من قبل الافراد أو المؤسسات، من خلال دلالاتها

وقيمتها المنفعية التي تشكل مصدرا لإشباع حاجاتهم المالية والائتمانية الحالية والمستقبلية، والتي تشكل في الوقت نفسه مصدرا لربحية الخدمة المصرفية¹.

ويضيف ناجي معلا أن مضمون الخدمة المصرفية يتسم بتغلب العناصر غير الملموسة على العناصر الملموسة، وتتجسد هاتان المجموعتان من العناصر في بعدين أساسيين إثنين هما:

1- **البعد المنفعي:** ويتمثل هذا البعد في مجموعة المنافع المادية المباشرة، والتي يسعى العميل للحصول عليها من خلال شرائه للخدمة المصرفية.

2- **البعد السمائي:** ويتمثل في مجموعة الخصائص والسمات التي يتصف بها المضمون المنفعي المباشر للخدمة.

إذا كان البعد الأول يرتبط بالعميل نفسه، فإن البعد الثاني يرتبط بالخدمة المصرفية نفسها ويعبر عن مستوى جودتها، ويرقى بها إلى مستوى توقعات العميل وإدراكاته.

ويعتبر كلا من Armstrong & Kotler أن جوهر الخدمة المصرفية هو المحتوى الخدمي الذي تقدمه المصارف لعملائها، متمثلاً بمجموع المنافع التي يسعى العميل إلى تحقيقها، والتي تتمثل في عملية السحب والإيداع والتحويلات المالية ودفع قيمة المشتريات.

المطلب الثاني: أهمية تسويق الخدمة المصرفية:

تبين الأدبيات أن مفهوم الخدمات عموماً، والخدمات المصرفية خاصة حظي باهتمام المختصين في مجال التسويق، بعدما كان التركيز على السلع المادية فقط. ولكن بسبب التطور الكبير والسريع الذي حدث في المجتمعات، زادت معه التعقيدات التي رافقت تطور النظام المصرفي نفسه والحياة الاقتصادية بشكل عام، وهو ما أدى بالتالي لزيادة الحاجة إلى وجود الخدمات المصرفية.

فلقد ارتفع مستوى الوعي لدى الأفراد، وزاد معه الدخل وعدد العاملين واتسعت الرقعة الجغرافية التي ينتشر عليها هؤلاء الأفراد ومؤسسات الأعمال، وهو ما دفع المؤسسات المصرفية إلى دراسة حاجات ورغبات الأفراد، ومحاولة تلبيتها للحد من درجة تفوق المنافسين، ولقد كان اتباع المفهوم التسويقي الحديث ضرورة

¹ إيايد عبد الفتاح النصور، تسويق المنتجات المصرفية، الطبعة الأولى 2015م-1436هـ، دار صفاء للنشر والتوزيع - عمان-الأردن، ص63.

لكي تتمكن من توجيه اهتمامها الى الزبائن، وتلبية حاجاتهم من الخدمات المصرفية، وتحديد السوق المستهدف.

لذلك يمكن ايجاز أهمية التسويق المصرفي من خلال مجموعة من النقاط أبرزها ما يلي:

- تقديم خدمات مصرفية تتناسب مع حاجات ورغبات العملاء.
- الحفاظ على الحصة السوقية للمصرف.
- الصمود والتفوق على المصارف المنافسة الأخرى.
- التعرف على حاجات العملاء من الخدمات المصرفية.
- تحديد الأسواق المستهدفة للمصرف.
- دراسة وتحليل سوق الخدمات المصرفية.
- تحديد المزيج الترويجي المناسب للمنتج أو للسوق.
- تحديد الأساليب التوزيعية المناسبة للعملاء.

المطلب الثالث: خصائص الخدمة المصرفية

انطلاقاً من التعريف السابق للخدمة، فإن هناك مجموعة من الخصائص العامة للخدمات، والتي تشترك معها الخدمات المصرفية أيضاً، وقد اتفق معظم الباحثون في مجال التسويق على وجود أربعة خصائص رئيسية للخدمات، يمكن أن تؤثر في تصميم البرامج التسويقية، وفي صياغة السياسات التسويقية لها فيما أضاف البعض خصائص أخرى بهدف تأكيد ما تتميز به الخدمات مقابل السلع وذلك على النحو التالي:

1- عدم ملموسية الخدمة Intangibility: لقد ظهرت خاصية عدم ملموسية الخدمات لتمييز بينها

و بين السلعة المادية، و كما يرى Bateson & Berry أن مفهوم عدم ملموسية الخدمة يعني اللامادية، أي أن الخدمة لا يمكن رؤيتها، أو تذوقها، أو شمها، أو لمسها، أو سماعها. وعليه فإن الخدمات المصرفية يصعب تقييمها كما هي في حالة تقييم المستهلك لأي من الأصول المعمرة كالسيارة أو الأثاث أو المنزل، حيث يمكن فحصها وقيادتها وتجربتها وتكوين رأي عنها قبل الشراء.

2- الترابط وعدم تجزئة الخدمة المصرفية (عدم الفصل بين مكان الإنتاج والاستهلاك)

Inseparability: تقدم الخدمات وتستهلك في نفس الوقت، وهذا الامر لا ينطبق على السلع المادية التي تصنع وتوضع في المعارض، أو توزع على البائعين من خلالهم على المشتريين بحيث يتم استهلاكها لاحقا.

أما الافراد الذين يقدمون الخدمة، ففي ذهن المشتري هم أنفسهم الخدمة، لأن إدراك المستهلك أو المشتري لمقدم الخدمة يصبح إدراكه للخدمة نفسها، ولهذا فإن العملاء غير قادرين على حول نوعية الخدمة قبل شرائها.

3- التباين **Heterogeneity** (الاختلاف **Variability**): إن مستوى نجاح الخدمة يتغير من مصرف

إلى آخر، ومن فرع الى آخر خاصة للخدمات التي تعتمد على التدخل الكبير للعنصر البشري لذا يقوم العميل بترتيب العناصر قبل الشراء حتى يتمكن من المقارنة بين عروض الخدمات، ويصعب على مقدم الخدمة تقديم خدمات متجانسة في الوقت والمكان، وهنا لا تستطيع المصارف تقديم نفس المستوى من الخدمات، وبالتالي لا يمكن للعميل أن يحصل على نفس مستوى الخدمة من العاملين. لذلك تتبع المصارف عدد من الخطوات لتقليل درجة الاختلاف أو التباين في تقديم خدماتها المصرفية إلى أدنى مستوى ممكن، منها الاختيار والتدريب الجيد للعاملين، كما تحاول إدخال بعض العمليات على أداء الخدمة مثل:

استعمال الأجهزة والآلات بدلا عن الافراد، ومتابعة رضا العميل عن خدمات المصرف المقدمة من خلال الاقتراحات والشكاوى التي يقدمها.

4- الزوال أو الفناء **Perishability**: بسبب عدم انفصال الإنتاج عن الاستهلاك في الخدمات فإنها

تتصف بالفناء السريع، وهذا يعني أنه لا يمكن تخزينها للاستخدام في فترات زمنية أخرى. وللتخفيف من آثار هذه الخاصية يمكن اتخاذ عدة إجراءات منها: استخدام أنظمة تنظيم وحجز الخدمة، بشكل مسبق وفقا لأجهزة تنظيم الطلب في المصرف، واستخدام المزايا التي توفرها أجهزة الصراف الآلي، وكذلك إدارة الحسابات المالية عن طريق شبكة الانترنت.

كما قد يلجأ المصرف الى تعيين وتدريب العاملين في الخط الامامي، وهذا ما يجعل الموظف خبيرا يجيد تقديم الخدمة لكل عميل على حدة وبما يجعله يستمر في التعامل معه ويفرض ذلك على العميل ان يهتم بتقديم الخدمة بنفس مستوى الجودة قدر الإمكان في كل مرة، إضافة إلى ما يتطلبه ذلك من مهارة في التعامل مع العملاء.

- 5- الاعتماد على الودائع: تعتمد المصارف على الودائع في تأدية جميع خدماتها المصرفية، والتي تمثل المصدر الأساسي لتمويل المصارف، وتحقيق الأرباح لها.
- 6- تنوع وتعدد الخدمات المصرفية: تعمل المؤسسات المصرفية على تقديم مدى واسع من الخدمات المصرفية التي تلبي حاجات ورغبات العملاء المختلفة، وهم بالأصل من مناطق مختلفة وهو الامر الذي يزيد من صعوبة تسويق هذه الخدمات.
- 7- التشتت الجغرافي (الانتشار): تسعى المصارف إلى امتلاك شبكة من الفروع، في شكل يتناسب مع تقديم الخدمة المصرفية، التي تحقق احتياجات العملاء باختلاف مناطقهم الجغرافية
- 8- التدريب والتطوير للعمالة المصرفية: يتطلب تقديم الخدمات المصرفية نوعية خاصة من العاملين المهرة، الذين يتميزون بسرعة الأداء والدقة في العمل مع توفر الكفاءة، ولا يأتي ذلك إلا من خلال تبني سياسة واضحة ومرنة في تدريب وتطوير قدرات العاملين، لتتناسب مع طبيعة الخدمات التي يقدمها المصرف.
- 9- الموازنة بين النمو والمخاطرة: دائما تكون المنتجات المصرفية ذات مخاطرة، ولذلك لابد من أن تكون هناك رقابة لإيجاد التوازن بين التوسع في البيع والحذر من ارتفاع المخاطرة. ويتطلب ذلك التوسع والمرونة في استخدام التحليل المالي للتنبؤ بالمخاطرة والعائد، أثناء جميع الظروف المتوقع حدوثها أو في ظروف عدم الناكذ.
- 10- استخدام أحدث التقنيات: في ظروف الصيرفة الالكترونية والمصارف الالكترونية، تتطلب الأنشطة المصرفية استخدام أحدث التقنيات لتنفيذها، ويتكامل ذلك مع التدريب والتطوير لخلق المصرفي المتخصص العارف بالتطورات المالية والمصرفية، في الإطار الجغرافي الإقليمي والدولي.
- 11- المسؤولية الائتمانية: من أهم المسؤوليات لأي مصرف هي حماية ودائع ومكاسب عملائه، وهذا مهم ليس في المصارف فقط بل في أغلب المؤسسات المالية. ويثير هذا الامر واجب من واجبات المصارف المتمثل في السرية المصرفية عند التعامل مع حسابات العميل، والمعلومات التي يتقدم بها للمصرف، كما يمتد هذا الواجب ليغطي فترة تعامل العميل مع المصرف، ويمتد إلى ما بعد انتهاء تعاملاته مع المصرف.

المبحث الثالث: التسويق المصرفي:

المطلب الأول: نشأة وتعريف التسويق المصرفي:

1- النشأة:

لقد كانت البداية الأولى للتسويق المصرفي في الولايات المتحدة الأمريكية، من خلال الجمعية الأمريكية للتسويق AMA في فترة العشرينيات من القرن الماضي. ورغم هذه البداية فإن مفهوم التسويق المصرفي لم يظهر فعليا الى بعد نحو أربعة عقود من الزمن على بدايته وتحديدا ما بين عامي 1966-1967، وتعتبر الفترة 1973-1974 البداية الحقيقية له¹.

لقد جاء ذلك التطور بسبب اقتصار عمل المصارف على عمليات الترويج، والتي فشلت في تحقيق أهدافها، وبالتالي انتقالها نحو مرحلة التركيز على الجانب الإنساني والتوجه نحو العملاء، وتم ذلك من خلال تلبية حاجاتهم المتزايدة الحالية والمستقبلية، وكسب ثقة الزبون بروح التعامل واللباقة والبشاشة.

فقد كانت خدمات المصارف في تلك الفترة متشابهة ومتماثلة، وهو ما أدى الى اختفاء روح المنافسة بينها، وأصبح سببا كافيا لتوجه المصارف تحديدا الى زيادة الاهتمام بالابداع والابتكار والتطوير على خدماتها، وذلك بهدف البحث عن طرق جديدة للتميز، وهنا ظهرت ما تسمى بمرحلة الابداع والتجديد.

وفي مرحلة أخرى انتقلت المصارف الى السعي نحو تعظيم حصصها السوقية، من خلال التوجه نحو قطاعات جديدة من العملاء وذلك بالتقرب منهم ومحاولة تقديم أجود الخدمات، فكانت بذلك مرحلة النمو المتوقع، وقد شهدت بداية الثمانينات من القرن الماضي مرحلة تطوير التسويق المصرفي، وذلك كنتيجة لظهور ما يعرف بحركة حماية المستهلك consumerism.

عموما، زاد اهتمام المصارف والمؤسسات المالية في العقود الأخيرة من القرن الماضي بوظيفة التسويق، وكان ذلك قائما على مجموعة من الأسباب التي يتمثل أبرزها في: زيادة قناعة المسؤولين في المصارف بأهمية وظيفة التسويق في مؤسساتهم، كما تبدلت اتجاهاتهم نحو الدور الذي يمكن أن تلعبه

¹ اياد عبد الفتاح النور، تسويق المنتجات المصرفية، مرجع سبق ذكره، ص23.

وظيفة التسويق، في تحقيق أهداف المصارف والمؤسسات المالية المختلفة من حيث النمو والاستمرار والاستقرار.

وخاصة إذا علمنا أن هذا الأمر لم يعد قائماً فقط على تزايد القناعة، بأهمية توفر المعلومات عن الزبائن والأسواق كأساس لاتخاذ القرارات، وإنما تعدى ذلك الى تزايد الاهتمام بضرورة العمل المستمر على تلبية احتياجات المستهلكين، ومواجهة ظروف ومتغيرات السوق، وأصبحت المصارف والمؤسسات المالية لاحقاً تربط بين مقومات بقائها واستمرارها، وبين مقدرتها على استيعاب المفاهيم الحديثة للتسويق المصرفي.

2- تعريف التسويق المصرفي:

تشير الأدبيات أن كلمة التسويق Marketing هي مشتقة بالأصل من المصطلح اللاتيني Merkatius والتي يقصد بها السوق، كما أنه يمكن اشتقاقه من الكلمة اللاتينية Mercari والتي تعني أيضاً المتجر، أما في العصور الحديثة فقد تم وضع إطار مفاهيمي أوضح للنشاط التسويقي في المنظمة¹.

ويعرف التسويق بمفهومه العام وفقاً للجمعية الأمريكية للتسويق AMA في عام 1985 بأنه "العملية الخاصة بالتخطيط والتنفيذ وخلق وتسعير وترويج وتوزيع الأفكار أو السلع أو الخدمات اللازمة لإتمام عملية التبادل، وهي التي تؤدي إلى إشباع حاجات الأفراد وتحقيق أهداف المنظمات".

كما بين Kotler في تعريفه أن التسويق بمفهومه الإداري يشمل "عمليات التخطيط والتنفيذ والتسعير والترويج وتوزيع الأفكار أو السلع أو الخدمات لخلق التبادلات التي تحقق أهداف المنظمات والأفراد.

أما على مستوى التسويق المصرفي (المالي) فقد أصبح دور التسويق في معظم المؤسسات المالية هو المحور الرئيسي الذي تدور حوله معظم الوظائف والعمليات الإدارية الأخرى في المصارف، وأصبحت المؤسسة المالية الناجحة هي الأكثر قدرة على تلبية حاجات الزبائن بشكل واضح، وبالتالي فإنه على هذه المؤسسة فهم الزبون الذي تتعامل معه، والسوق التي تعمل ضمنه، وكذلك فهم نقاط القوة والضعف فيه بفعالية.

ولقد بدأت تنظر المؤسسات المالية ومن ضمنها المصارف إلى التسويق على أنه "تخطيط مستقبلي يقوم به المصرف، وهو ما يدفعه للقيام بدراسة أعماله في الوقت الحاضر، وخلال السنوات القادمة بهدف

¹ إيايد عبد الفتاح النور، مرجع سابق، ص24.

معرفة امكانياته الحقيقية، والتعرف على حاجات الزبائن الحاليين والمحتملين، وبالتالي فهو بذلك إنما يخطط آلية عمل المؤسسة المالية في المستقبل".

وتشير الادبيات الى أن تطبيق المفهوم التسويقي في المؤسسات المصرفية بشكل حقيقي وملموس، لم يأت الا في فترات متأخرة قياسا بما حدث في بقية المنظمات الإنتاجية والتجارية، وأن مصطلح التسويق المصرفي لم يكن معروفا في بداية الخمسينات، ولكن بعد ذلك تم تعريفه وتحددت معالمه بشكل أكثر وضوح.

لقد جاء Marsh بتعريف للتسويق المصرفي على أنه "الطريقة التي تستطيع المصارف من خلالها تحقيق أهدافها، وتلبية حاجات السوق، وتحويل هذه الحاجات الى طلب حقيقي". ويضيف Hodges أن التسويق المصرفي "يمثل إبداع وابتكار وأداء الخدمات المصرفية، التي تحقق الرضا والقناعة لدى المستفيد مع إمكانية تحقيق الربح للمصرف".

وينظر المفهوم الحديث للتسويق المصرفي على أنه "دراسة احتياجات الزبائن الحالية، وتلبية هذه الاحتياجات مع الاحتفاظ بربحية مناسبة من خلال نظام اداري شامل ومتكامل، وبوجود الشعور بالمسؤولية الاجتماعية للمصرف".

المطلب الثاني: أهمية ومراحل تطور تسويق الخدمات المصرفية¹

1- الأهمية:

لم تحظى الخدمات بشكل عام و الخدمات المصرفية بشكل خاص باهتمام المختصين في مجال التسويق ولقد كان التركيز على السلع فقط ولكن يعد التطور السريع الذي حدث في المجتمعات الدخول و زيادة التعقيدات فيها مما أدى الى زيادة الحاجات الى الخدمات التعليمية و الصحية و المصرفية و غيرها من الخدمات و ذلك نتيجة لزيادة الوعي لدى الافراد وزيادة الدخول و زيادة العاملين واتساع الرقعة الجغرافية التي ينتشر عليها هؤلاء الافراد ولإبتعادهم عن المنظمات مما دفع المنظمات المصرفية الى دراسة حاجات و رغبات الافراد و محاولة تلبيةها لكي تتمكن من الصمود بوجه المنافسين مما دفع المنظمات المصرفية الى اتباع المفهوم التسويقي الحديث لكي تتمكن من توجيه اهتمامها الى الزبائن و تلبية حاجاتهم من الخدمات المصرفية و تحديد السوق المستهدفة لذلك يمكن ايجاز أهمية تسويق الخدمات المصرفية بما يلي:

¹ ردينة عثمان يوسف ومحمود جاسم محمد، التسويق المصرفي، دار المناهج للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى 2001م، عمان-الأردن، ص47.

- التعرف على حاجات وزيائن الخدمات المصرفية.
- الحفاظ على الحصة السوقية للمصرف.
- زيادة الحصة السوقية للمصرف.
- تحديد السوق المستهدفة.
- دراسة وتحليل سوق الخدمة المصرفية.
- تقديم خدمات مصرفية تتناسب مع حاجات ورغبات الزبائن.
- تحديد المزيج الترويجي المناسب.
- تحديد الأساليب التوزيعية المناسبة للزيائن.

2- مراحل تطور التسويق المصرفي¹

لقد مر التسويق المصرفي بمراحل عديدة ويمكن ايجازها بما يلي:

- تقديم الخدمات المصرفية.
- التعرف على حاجات ورغبات الزبائن للخدمات المصرفية.
- زيادة وتنوع الخدمات المصرفية وإيجاد الخدمات المصرفية التي تستطيع تلبية هذه الحاجات والرغبات.
- الاهتمام بجودة ونوعية الخدمات المصرفية لكي تحقق الاشباع المطلوب. ويعتبر هذا من أصعب الأنشطة التسويقية لعدم إمكانية لمس الخدمة وتحديد مستوى الجودة بشكل دقيق وإنما يتم الاعتماد في تحديد وتحسين جودة الخدمات المصرفية على جميع المعلومات وبحوث المستهلكين والتعرف على مواقفهم وادائهم ومدى الاشباع المتحقق.
- تدريب العاملين بهدف اعداد كادر مؤهل ويمتلك الصفات المطلوبة التي تمكنه من عملية الاقناع وتحقيق الرضا والاشباع لدى الزبائن.
- ترويج الخدمات المصرفية.
- تجزئة السوق المصرفية.
- تحديد الأسواق المستهدفة للخدمات المصرفية.
- اعتماد أسلوب التوزيع المباشر بشكل أساسي وأسلوب التوزيع الغير مباشر.

¹ ردينة عثمان يوسف ومحمود جاسم محمد، مرجع سابق، ص47.

هناك اختلاف في عدد المراحل التي مر بها التسويق المصرفي ولكن بشكل يمكن ان تحدد تلك المراحل بستة مراحل كما مبين أدناه:

أ- مرحلة الترويج:

حيث يتم الاعتماد على الإعلان والعلاقات العامة وظهرت في المصارف الكبيرة بما يسمى بإدارة التسويق حيث أن 82% من المصارف الكبرى استحدثت أقساما رسمية للتسويق وأن هنالك 12% من المصارف الصغرى أيضا قامت بذلك.

ب- مرحلة الاهتمام الشخصي بالمتعاملين:

لقد أدركت الإدارة في المصارف بأن الترويج وحده كمنشأ غير كافي لجذب الزبائن في ظل منافسة شديدة ولقد أظهرت الدراسات بأن دور مقدمي الخدمات المصرفية لا يقل أهمية عن الخدمة المقدمة

ت- مرحلة تقديم خدمات جديدة:

نظرا للتطور السريع في المجتمعات والذي أثر بشكل كبير على تطور أذواق وحاجات المستفيدين من الخدمات دفع المنظمات المصرفية الى إيجاد خدمات جديدة لكي تتمكن من مواكبة التطور في الأذواق والحاجات.

ث- تسويق الخدمات كنظام:

لقد اعتبر تسويق الخدمات في هذه المرحلة كنظام متكامل لأنه أصبح يمثل مجموعة الأنشطة المتفاعلة والمتداخلة والمتراصة والمعدة بهدف إنتاج وتقديم الخدمات للزبائن الحاليين والمرتقبين.

ج- تسويق الخدمات ضمن نطاق المفهوم التسويقي الحديث:

ان الاتجاه الحديث لمفهوم التسويق هو التركيز بشكل أساسي على المستهلك باعتباره الهدف الأساسي الذي تركز عليه جميع الأنشطة التسويقية. ان المنظمات المصرفية اعتمدت هذا المفهوم وذلك من خلال القيام بدراسة المستهلكين والتعرف على طبيعة الخدمات التي يبحث عنها الزبائن ودراسة السوق

وجميع العوامل المؤثرة، كي تتمكن من صياغة السياسات الترويجية المناسبة لتسويق الخدمات وبشكل عام فلقد تميزت هذه المرحلة بما يلي:

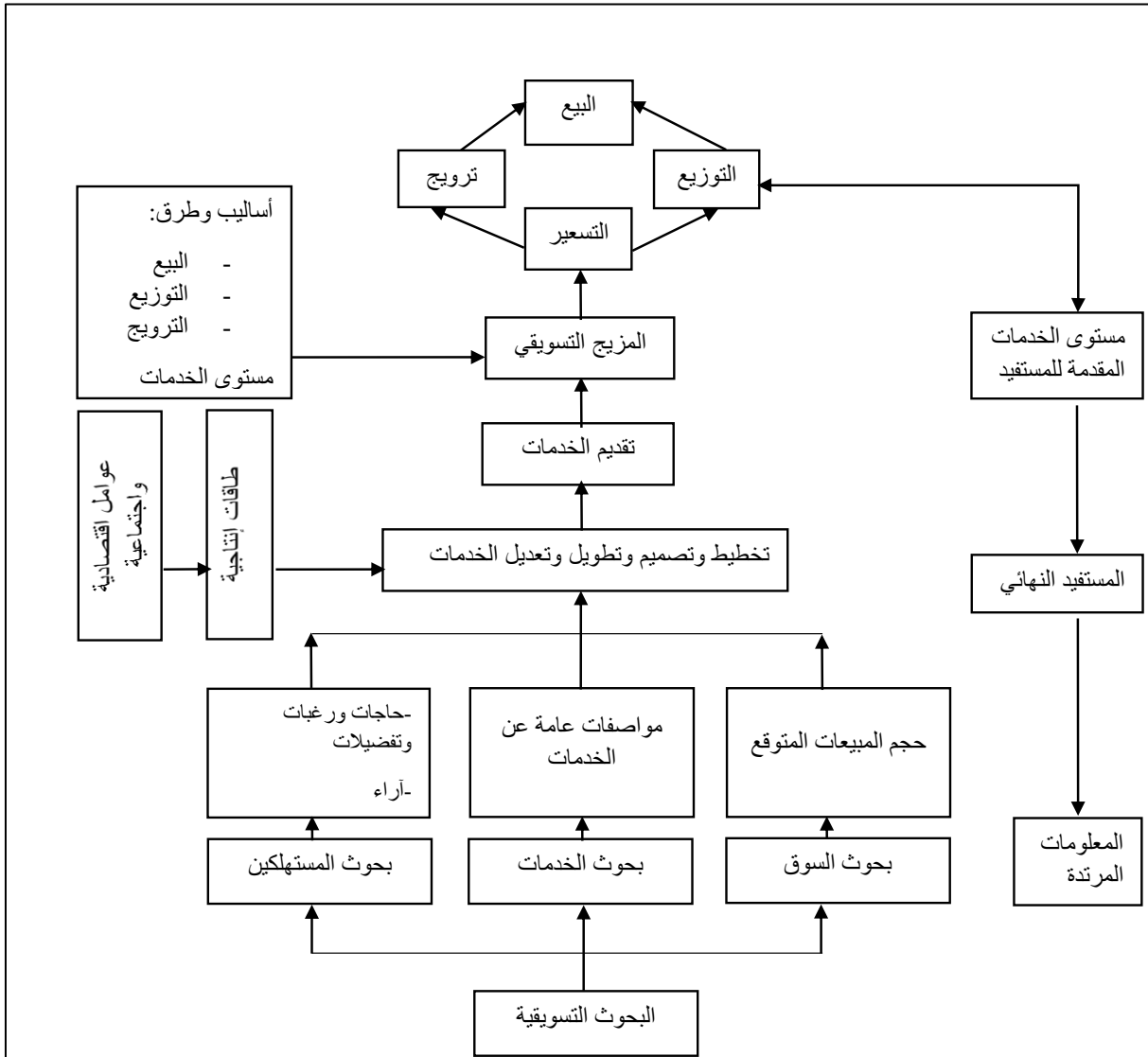
- دراسة حاجات ورغبات الزبائن.
- محاولة تلبية هذه الحاجات والرغبات وفق القدرات المتاحة للمصرف.
- الاعتماد على الأنشطة الترويجية.
- الاعتماد على بحوث المستهلكين.
- دراسة السوق وطبيعة المنافسة فيه.
- إنشاء إدارة مخصصة بالأنشطة التسويقية.
- الاعتماد على التكنولوجيا الحديثة والمتطورة.
- منح فائدة ومحفزات تعمل على جذب الزبائن.
- المساهمة في المشاريع الاستثمارية لزيادة رأس المال.
- التعرف على ردود أفعال الزبائن تجاه الخدمات المصرفية المقدمة.

مما تقدم نجد بأن المفهوم التسويقي الحديث يركز على عنصرين أساسيان هما دور المستهلك في إنجاح سياسة المنظمات ومنها المنظمات المصرفية والتكامل ما بين الأنشطة المختلفة للمنظمات لكي تتمكن هذه المنظمات من تحقيق الأهداف المرسومة والصمود بوجه المنافسة وتلبية حاجات ورغبات المستهلكين.

- التوجه نحو المستهلك: لقد أصبح المستهلك يمثل نقطة الارتكاز الأساسية لجميع الأنشطة المصرفية في الوقت الحاضر وذلك باعتباره المصدر الأساسي للمعلومات التي يعتمد عليها في عملية التخطيط ورسم الاستراتيجيات المصرفية.
- التكامل ما بين الأنشطة المختلفة للمنظمات المصرفية: إن إقبال الافراد على الخدمات المصرفية يعتمد على نوعية وجودة الخدمة وعلى المنافذ التوزيعية والأنشطة الترويجية.

وإن أي خلل في عملية التكامل والتنسيق ما بين الأنشطة المصرفية فإن ذلك سوف ينعكس سلبيا على مستوى الطلب للخدمات المصرفية وإن ديناميكية النشاط التسويقي ضمن المفهوم التسويقي الحديث يتمثل في الشكل التالي:

الشكل 2-2: ديناميكية النشاط التسويقي ضمن المفهوم التسويقي الحديث



من الشكل السابق نجد بأن بحوث المستهلكين أصبحت تحتل المركز الرئيسي وذلك من خلال المعلومات التي تقدمها الى إدارة التسويق كذلك يظهر لنا مدى التفاعل والترابط والتكامل ما بين الأنشطة في المنظمة.

ح- مرحلة المفهوم الاجتماعي للتسويق:

بدأ التركيز في الوقت الحاضر على اجراء نوع من الموازنة المعقولة ما بين حماية المجتمع ككل وحماية المستهلكين والمنظمات مما أدى إلى ظهور دعوات وجمعيات تنادي بحماية المستهلك والمجتمع وأن هذا انعكس على جوانب عديدة

- العمل على تمويل المشروعات التي تخدم أكبر عدد ممكن من الافراد.

- تشجيع وتوجيه الافراد الى القيام بمشاريع تخدم المجتمع وذلك من خلال منح القروض.

خ- التسويق الالكتروني للخدمة المصرفية:

لقد ارتبطت هذه المرحلة باستخدام الحاسبات والاعتماد على قاعدة من المعلومات التي تسهل للمصارف عملية الاتصال من أجل تنفيذ العملية التسويقية.

إن المنظمات التي تعتمد على استخدام التقنيات المتطورة في تنفيذ أنشطتها التسويقية فإنها تتجه في الوقت الحاضر إلى استخدام الحاسبات والاتصال عن طريق شبكات الانترنت وذلك بهدف تحقيق ما يلي:

1- تحقيق الاتصال المباشر ما بين المنظمات والزبائن. ويمكن تصنيف هؤلاء الزبائن الى ما يلي:

- الزبائن الذين لديهم اشتراك على شبكة الانترنت الذين يحققون عملية الشراء المنزلي.
- إجراء عملية الاتصال مع المنظمات الأخرى بهدف عقد الصفقات التجارية.
- 2- إيصال المعلومات التي تتعلق بالمنظمة وأنشطتها إلى الزبائن بهدف إخبارهم بما يمكن أن تقدم لهم من سلع وخدمات مع توضيح جميع المعلومات اللازمة مثل طرق تسديد قيمة المشتريات، إعادة السلعة عند عدم المطابقة للمواصفات، زمن الحصول على السلعة... الخ.
- مسح السوق وذلك من خلال الاتصال بالزبائن وجمع المعلومات اللازمة بهدف التعرف على العوامل التي تحدد اتخاذ قرار الشراء.
- تحديد طبيعة المنافسة.
- تحديد الفرص السوقية، من خلال الاتصالات التي تتم بهدف جمع المعلومات اللازمة عن السوق والعوامل المؤثرة فيه.
- دراسة مدى فعالية النقاط التوزيعية.
- تحليل المبيعات.
- التنبؤ بالمبيعات.
- تحديد الاختناقات في السوق.
- تحديد كمية المبيعات وتقييمها.
- تحديد كمية المخزون.
- تحديد المناطق التي يقع فيها الطلب على السلع والخدمات المصرفية.
- تحديد الوقت المناسب لتقديم السلع والخدمات المصرفية.

- تحديد الأسعار المناسبة للخدمة المصرفية.
- تحقيق الاتصال السريع بالموردين الزبائن.
- تحديد كمية وقيمة المشتريات.
- تحقيق الاتصال السريع على الرغم من التباعد الجغرافي والاختلاف من حيث العادات والتقاليد والثقافة واللغة ما بين الذين يشكلون فريق الاتصال وكذلك سهولة عملية التواصل ما بينهم بالشكل الذي عمل على تغيير عملية الاتصال والاتفاق التقليدي ما بين المنشأة والبلدان.
- لكي تتمكن المنشأة من التحول من التسويق الإقليمي الى التسويق العالمي عليها أن تعتمد على قاعدة معلومات واسعة وأن تلجأ إلى استخدام التقنيات الحديثة في الاتصال حيث أن الكادر الذي تتوفر لديه قاعدة من المعلومات التقنية المتطورة لا تكفي لجعله قادر على القيام بعملية الاتصال وتحقيق الهدف المطلوب وإنما يجب أن يكون على اتصال مستمر ودائم بالمستحدثات التكنولوجية والتي تقوده الى المعرفة والقدرة على الفهم والاستجابة السريعة واتخاذ القرار المناسب.

الخلاصة:

اتضح لنا أنه من أجل جذب الادخار لمختلف أجهزة التعبئة والتجميع المصرفية لابد لها من التعرف على حاجات الزبائن من الخدمات المصرفية واتباع مجموعة من الأسس التسويقية لتسمح لها بالتعريف والترويج لمختلف المنتجات البنكية والحفاظ على الحصة السوقية للمصرف وزيادتها.

الفصل الثالث

دراسة ميدانية في البنك

الوطني الجزائري وكالة تيارت

تمهيد:

نظرا لطبيعة الموضوع الذي يقتضي محاولة معرفة مدى اقبال الزبائن على منتج التوفير البديل في البنوك والمؤسسات المالية الجزائرية سنتطرق في هذا الفصل الى تحليل المعطيات المقدمة من طرف البنك الوطني الجزائري كدراسة حالة، فارتأينا تقسيم هذا الأخير الى ما يلي:

- **المبحث الأول:** عموميات حول البنك الوطني الجزائري.
- **المبحث الثاني:** عموميات حول وكالة تيارت.
- **المبحث الثالث:** تحليل ومقارنة الاقبال على الادخار البديل بدون فوائد لدى البنك الوطني الجزائري بتيارت.

المبحث الأول: عموميات حول البنك الوطني الجزائري:**المطلب الأول: نشأة وتطور البنك الوطني الجزائري¹:**

تأسس البنك الوطني الجزائري طبقا للمرسوم رقم 66/175 المؤرخ في 13 جوان 1966 برأس مال قدره 1 مليار دينار جزائري ويمثل هذا البنك الحلقة الأولى من إجراءات التأمين المصرفية لمواجهة البنوك الأجنبية.

وقد أنشأ هذا البنك أساسا لتلبية متطلبات القطاع الاشتراكي وعلى وجه الخصوص القطاع المسير ذاتيا ومقره الرئيسي في 08، شارع ارنستو شي غيفارا، الجزائر العاصمة، ويجوز له حسب المادة الأولى من قانون تأسيسه فتح فروع ووكالات جديدة على مستوى الوطن حيث في سنة 1966 كان يملك 53 وحدة، وفي سنة 1968 كان يملك 132 وحدة ثم أصبح يملك 110 وحدة عام 1985 أما الآن فهو يملك 214 وحدة.

وقد بدأ البنك ممارسة نشاطه بحوالي 53 مليون دينار جزائري وبتاريخ 1 نوفمبر 1967 منع وزير المالية البنوك الجزائرية المقيمة فالجزائر من ممارسة أي عمليات أخرى مع الخارج وهذا نتيجة للظاهرة محل عدد من البنوك ذات الأنشطة المتشابهة وهي:

- القرض العقاري التونسي في جويلية 1966.
- القرض الصناعي والتجاري في جويلية 1967.
- بنك باريس الوطني في جويلية 1968.

وفي تاريخ 12 جانفي 1988 طبقا للقانون 01 / 88 وعملا بالقانون التجاري والنظام المطبق على البنوك والقروض كما هو مبين في القانون 01 / 88 المؤرخ في 19 أوت 1968 والمعدل بالقانون 06 / 88 إلى 12 جانفي 1988 أصبح البنك الوطني الجزائري بشركة ذات أسهم حيث تخصص في تمويل القطاعات الاقتصاد الوطني، ومع تطوير الاقتصاد، أخذت الجزائر القطاع الصناعي بعين الاعتبار وبدأت في تمويله من طرف البنك الوطني الجزائري BNA إلى غاية 1983.

¹ حقاني عائشة، كفاءة مراقبة التسيير في النظام المصرفي الجزائري وكالة مستغانم، BNA دراسة حالة البنك الوطني الجزائري، مذكرة التخرج مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر الأكاديمي شعبة علوم المالية والمحاسبية، جامعة عبد الحميد بن باديس - مستغانم -، ص52.

المطلب الثاني: مهام وأهداف البنك الوطني الجزائري:**الفرع الأول: مهام البنك الوطني الجزائري:**

البنك الوطني الجزائري يقوم بنشاطات متعددة أهمها:

1- استقبال الودائع المتعلقة برؤوس الأموال من طرف الأشخاص كما أن البنك يسمح بتسديد إما نقداً أو لأجل أي عند حلول أجل الاستحقاق وكذلك يصدر وصولات استحقاق وسندات وتتم عمليات الإقراض من أجل تغطية الحاجيات التي يتطلبها نشاط معين.

2- استقبال عمليات الدفع التي تتم نقداً أو عن طريق الشيك والمتعلقة بعمليات التوطين domiciliation والتحصيل le virement ورسالة القرض وجميع عمليات البنك.

3- يمنح قروض بجميع أشكالها سواء كانت قروض أو تسبيقات بدون ضمانات وذلك من أجل تحقيق نشاطات معينة.

4- يضمن جميع العمليات المتعلقة بالقروض وذلك لحساب المؤسسات المالية أو لحساب الدولة.

5- توزيع رؤوس الأموال للأفراد ومراقبة استعماله.

6- اكتساب جزئي أو كلي سواء بضمان أو بدون ضمان ناتج عن تحقيق أية جيدة لعملية التنازل عن جميع الديون والتي يتم دفعها مباشرة من طرف المدين.

7- يقوم بجميع العمليات المتعلقة بالاكتتاب الخصم/شراء أوراق تجارية/ وصولات (BON) / دفعات المبالغ المصدرة من طرف الخزينة العامة أو الشركاء العموميين. الالتزام عند حلول موعد الاستحقاق والذي يحول إلى أمر ناتج عن العمليات الصناعية والتجارية والزراعية والمالية وكذلك العمليات التي تتم عن طريق هيئات وإدارات عامة تتفاوض في وضع بعض الأبعاد وإعداد خصم القيم.

8- التمويل بشتى الطرق عمليات التجارة الخارجية:

- استقبال في شكل وديعة مبالغ السندات.

- استقبال الأموال الناتجة عن عمليات الدفع والخاصة بالسفحة، السند لأمر، الشيك، الفواتير أو وثائق أخرى تجارية ومالية.

9- يلعب دور الوساطة في عمليات الشراء أو البيع وكذلك الأوراق العامة كالأسهم، السندات، وخصوصا القيم المنقولة.

10- يقوم بجميع عمليات التبادل سواء كانت نقدا أو لأجل كذلك عمليات تعاقد من اجل الإقراض والاقتراض.

11- قبول جميع العمليات المتعلقة بتطهير الاعتمادات المستندية، ضمان تنفيذ جيد لعقد أية جيدة لعملية التسديد ومراقبة جميع العمليات من البداية، يؤمن خدمات المؤسسات الأخرى والمتعلقة بالقرض.

12- اكتساب أموال من العمليات التالية: البيع، الإيجار وجميع العمليات المنقولة وغير المنقولة التي تخصص نشاط البنك أو المتعاملين معه.

13- البنك الوطني الجزائري يقوم بجميع المهام مهما كن شكلها والتي لها فوائد متعلقة بمؤسسات أو شركات جزائرية كانت أو أجنبية تسعى لتحقيق أهدافه وتطوير الأعمال الخاصة به. يعمل على تسيير أعماله بصفة مباشرة أو غير مباشرة لحسابه أو لحساب أطرافه لوحدة أو شركائه في جميع الأعمال التي تدخل في تحقيق أهدافه لذلك يقوم بإنجاز الأعمال المرتبطة بأهدافه في إطار تنظيمي بالإضافة إلى عدة خدمات أخرى متعددة الأنواع:

- كفتح حسابات ومنح الشيكات.

- خدمة التعهدات أو الاتفاقيات.

- تأجير الخزائن الحديدية.

- طلب معلومات اقتصادية من البنوك.

- يقوم بدور البنك المراسل مع البنوك الأخرى.

الفرع الثاني: أهداف البنك الوطني الجزائري: للبنك الوطني الجزائري جملة من الأهداف أهمها:

- محاولة التوسع لفتح المزيد من الوكالات في كل من الولايات الوطنية.

- إدخال تقنيات ووسائل حديثة لمواكبة التقدم التكنولوجي في ظل الإصلاحات النقدية.

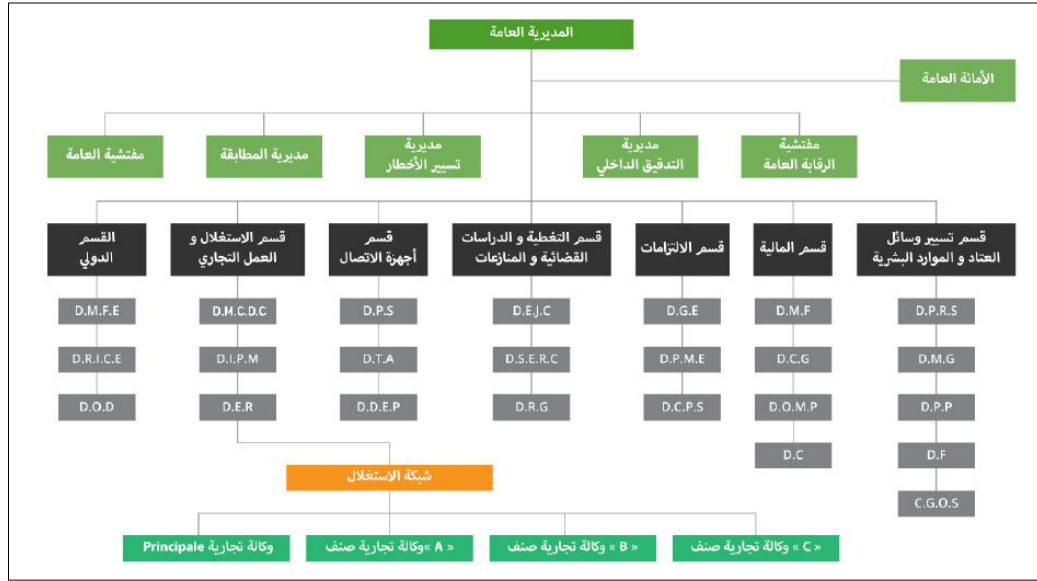
- ترقية العمليات المصرفية المختلفة كمنح القروض وجذب الودائع... الخ.

- احتلال مكانة إستراتيجية ضمن النظام المصرفي.

- لعب دور فعال في إحداث التنمية الاقتصادية.

المطلب الثالث: تنظيم البنك الوطني الجزائري:

الشكل 3-1: الهيكل التنظيمي للبنك الوطني الجزائري¹



1- المديرية العامة:

إن تنظيم البنك الوطني الجزائري يسيره مدير عام ومجلس الإدارة مكون من ممثلي عدة وزارات وتتمثل في الهياكل الملحقة بالرئيس المدير العام فيما يلي:

أ- الأمانة العامة:

تعين من طرف رئيس المدير العام.

ب- المفتشية العامة:

وهي مرتبطة مباشرة بالرئيس المدير العام وتمارس سلطتها الوظيفية على مجموعة هياكل البنك وهي منظمة على شكل هيئات مركزية و جهوية مسيرة من طرف مفتشين عاميين، نائبين وهيئة التنفيذ وكل من الهيئات تحت سلطة المفتش العام وهو مدير المفتشية العامة ومن بين مهامها:

- السهر على التسيير المنظم والفعال في البنكي.
- تضمن مهمة الإعانة والنصح والدراسة.

¹ الموقع الرسمي للبنك الوطني الجزائري، www.bna.dz، في 2019/06/14 على 23:00.

2- المديرية المركزية:

تتألف من الأقسام التالية:

أ - القسم الدولي: ينقسم إلى مديريتين:

- مديرية العلاقات الدولية والتجارة الخارجية.
- مديرية معالجة العمليات في الخارج.

ب- قسم الالتزامات:

من مهام رئيس هذا القسم انه يسهر على احترام التزامات القروض الممنوحة من طرف البنك كما يتأكد من تطابق الإجراءات التي منحت بها القروض مع قوانين منحها وتتمثل مديريات الملحقة بها في:

- مديريات المؤسسات الكبرى: وهي السلطة المسؤولة عن عملية الاستغلال للبنك في مجالات تمويل المؤسسات الكبرى، ومن مهامها:

- تطوير سياسة القرض الموجهة للمؤسسات الكبرى.
- دراسة الحالة الاقتصادية والمالية للمؤسسات الخاصة بالقطاع العمومي والاقتصاد المختلط.
- تحديد احتياجات تمويل هذه المؤسسات وتغطيتها بقروض استغلالها أو الاستثمار.
- تسيير ملفات الالتزامات والزيائن.
- مديرية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة: مهامها هي:
- تطوير سياسة القرض الموجهة للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة.
- دراسة طلبات القروض التي تكون في نطاق قدرتها.
- مراقبة استعمال القروض التي تمنحها وكذا متابعة القروض الممنوحة بالأولوية كما تقوم بتوزيع القروض الممنوحة على المستوى الجهوي والمحلي.
- مديرية الشؤون القانونية والالتزامات.

3- قسم التنظيم والنظام الإعلامي:

مديرية التنبؤ والتنظيم تتمثل فيما يلي:

- المشاركة في شرح الأهداف والمخططات التطبيق التي توافق سياسة البنك.
- التعاون مع مديرية المحاسبة والإعلام الآلي والخزينة في ترقية الإعلام الآلي في البنك.

- تهيئة الموال من طرف الهيئات ومتابعة التحقيق وتحديد النتائج.
 - تحويل المخططات المتوسطة وطويلة الأجل للبنك ومتابعة تنفيذها.
- مديرية المحاسبة والإعلام الآلي: هذه المديرية منظمة على شكل سبع دوائر وتتكفل بالمهام التالية:
- المحاسبة العامة للبنك والزيائن.
 - تحقيق تطبيق الإعلام الآلي في البنك وتسيير الإعلام الآلي وكذا دراسة العمليات الداخلية للإعلام الآلي.
 - دراسة الميزانية وحسابات النتائج وتحليلها.
 - وضع قناة تدفق التحويلات المرتبطة بنشاط القوانين المسطرة.
- 4- قسم الاستغلال والنشاط التجاري: تتمثل الهياكل الملحقة بهذا القسم فيما يلي:
- مديرية التسويق والاتصال.
 - مديرية تطاير الشبكة.
 - مديرية المالية والخزينة.
- 5- قسم تنظيم الوسائل والموارد البشرية: تتمثل الهياكل الملحقة بهذا القسم فيما يلي:
- مديرية الوسائل العامة ومحافظة الأملاك: تتمثل مهامها في:
 - أعمال البناء، التهيئة، التحويل، التصليح.
 - اللقاءات، التحكم في الملكية العقارية في البنك.
 - التموين وتوزيع الوسائل.
 - مديرية الموارد البشرية: تتمثل مهامها في:
 - تطبيق سياسة هيئة المستخدمين بهدف جذبهم، إعلام وتسيير هيئة المستخدمين.
 - تطبيق يؤكد التكوين الإداري والتطبيقي لوكلاء البنك.
- شبكة الاستغلال: تضم شبكة الاستغلال بالبنك الوطني الجزائري 17 مديرية جهوية للاستغلال، تشرف على 211 وكالة تجارية من مختلف الفئات، موزعة على كافة التراب الوطني.

المبحث الثاني: عموميات حول وكالة تيارت:

المطلب الأول: التعريف بالوكالة: هي وكالة بدأت نشاطها سنة 2008 تقع في حي EPLF تابعة للمديرية الجهوية للبنك الوطني الجزائري مستغانم رقم 198 التي تشرف على الوكالات البنكية التابعة لها وهي:

- وكالة مستغانم رقم 876.
- وكالة مستغانم رقم 871.
- وكالة مستغانم رقم 878.
- وكالة سعيدة رقم 724.
- وكالة سيدي بلعباس رقم 773.
- وكالة معسكر رقم 920.
- وكالة المحمدية رقم 921.
- وكالة سيق رقم 920.
- وكالة تيارت رقم 540، رقم 848.
- وكالة تيغنيف رقم 877.

يبلغ عدد الموظفين فيها تسعة ينقسمون إلى مؤطرين، أعوان مصالحي وحراس، يدير البنك مدير معين من طرف المديرية العامة للبنك الجزائري التي تقع بالعاصمة ويفترض أن يكون له مستوى متخصص في البنك، وله تجربة مهنية مقبولة ويعونه مدير فرعي ولا يختلف نشاطها عن باقي الوكالات البنكية الأخرى.

المطلب الثاني: تنظيم وكالة تيارت:

يتكون الهيكل التنظيمي للوكالة كباقي وكالات الوطن مما يلي:

1- مصلحة الإدارة: تتكون من:

- أ- **المدير:** وهو المسؤول الأول عن الوكالة وله مهام تتمثل في:
 - السهر على تطبيق القرارات التنظيمية والقانونية على مستوى الوكالة
 - متابعة وضبط تكاليف التسيير والمحافظة على ممتلكات البنك.
 - استقبال طلبات القرض ومناقشتها ثم اتخاذ القرار بالقبول أو الرفض.

- المحافظة على سمعة المؤسسة وتطويرها.
- ب- نائب المدير: وهو الذي ينوب عن المدير في حالة غيابه وهو مكلف بقسم الشؤون الإدارية كما يقوم بمتابعة الموظفين والعمل على التسيير والتنسيق ما بين المصالح.
- 2- مصلحة الأمانة والإدارية: تقوم باستقبال على جميع المراسلات إضافة إلى حفظ وتجميع الوثائق بمختلف أنواعها منها دفع الرواتب وفتح الحسابات.
- 3- مصلحة التجارة الخارجية: تقوم بكل العمليات الخاصة بالتجارة الخارجية من صرف العملات وغيرها من الوثائق الخاصة بالتجارة الخارجية.
- 4- مصلحة الصندوق: تقوم بخمس عمليات وهي:
 - عمليات الدفع: من إيداعات نقدية أو إيداعات الصكوك والأوراق التجارية.
 - عمليات السحب: من حسابات الزبون لصالحه أو لصالح شخص آخر أو من قبل البنك كالمعاملات.
 - عمليات التحويل: أي نقل المبالغ من حساب إلى حساب في نفس البنك أو إلى حساب بنك آخر.
 - عمليات المقاصة والمحفظة: تجري في قسم المقاصة والمحفظة بإجراء عملية المقاصة مع البنوك المحلية وكذا تحصيل التسبيقات والأوراق التجارية والمالية لحساب الزبون ونعني بالمقاصة تداول أوراق الدين المتقابلة بقصد إطفائها ويجري بغرفة المقاصة ببنك الجزائر يوميا.
 - إعداد اليوميات والإحصائيات والمراجعة: يقوم بها قسم اليوميات والإحصائيات والمراجعة من متابعة للعمليات المحاسبية للوكالة وأعداد الإحصائيات اليومية والأسبوعية والشهرية.
- 5- مصلحة التعهدات: هي المصلحة المكلفة بالقروض وتتكون من الأقسام التالية:
 - قسم أمانة التعهدات: تقوم بدراسة التعهدات وأنواعها ومتابعة تنفيذها وتسديدها.
 - قسم الشؤون القانونية والمنازعات: تقوم بإشعار أصحابها بالقروض إضافة إلى المتابعة القضائية وتسوية الحسابات كما تقوم بفتح الحسابات الجدد للزبائن وتجميد حسابات أخرى.

- تسيير الدراسات وتحليل الأخطار والنشاط التجاري: يقوم هذا القسم بدراسة أخطار القروض بشتى أنواعها إضافة إلى السهر على تنمية الوكالة والمساهمة في جلب الزبائن الجدد وبالتالي المساهمة في مواجهة المنافسة.

المطلب الثالث: أنشطة وكالة تيارت:

يمارس البنك الوطني الجزائري كل أنشطة بنك الودائع، مع تقديم الخدمات المالية للمؤسسات ومعالجة كل العمليات البنكية، الصرف والقرض في إطار التشريعات والقوانين البنكية، لاسيما:

- استقبال الودائع من الجمهور عن طريق الحساب أو غيره، تحت الطلب أو لأجل، إصدار سندات الخزينة... الخ.
- تسديد واستقبال كل المدفوعات النقدية أو عن طريق: الشيك، التحويل، وضع تحت التصرف، رسائل القرض، الاعتماد بالتحويل عن بعد، وغيرها من العمليات البنكية.
- تنفيذ بوجود ضمان من البنك أو عدم وجوده، كل عمليات القرض لحساب منشآت مالية أخرى أو لحساب الدولة، وكذا توزيع كل الإعانات من الأموال العمومية ومراقبة استعمالها.
- تمويل بكل الطرق عمليات التجارة الخارجية.
- استقبال الودائع في شكل قيم وسندات.
- استقبال وتسديد كل الأوراق التجارية المسلمة للقبض أو للخصم: الكمبيالة، السند لأمر، الشيك، الفواتير والوثائق التجارية والمالية الأخرى.
- أداء دور وسيط لشراء واكتتاب أو بيع كل الأوراق العمومية، أسهم وسندات، والمعادن الثمينة.
- معالجة كل عمليات الصرف نقدا أو لأجل، وإبرام كل عقود القرض، السلفيات، الرهن، التبادل بالعملات الصعبة، مع احترام صارم للقوانين المعتمدة.
- تأمين خدمات الوكالة البنكية والمنشآت الرسمية للقرض.
- إنشاء وتسيير المخازن العمومية.

هذا ويمكن للبنك أن يأخذ حصته من الفوائد والمشاركات في كل المؤسسات أو الشركات المحلية أو الأجنبية، التي لها أهداف متجانسة مع البنك، وهكذا فإن البنك من خلال مختلف أجهزته التنظيمية يعالج وينفذ عددا كبيرا من العمليات البنكية، فان معظم هذه العمليات يتم تنفيذها على مستوى الوكالات حيث فيها تقدم

مختلف الخدمات عبر شبابيك البنك)فتح الحساب، إيداع، سحب، تحويل...الخ)، أضف إلى ذلك تعرض الوكالة لعملائها كل الخدمات التي تغطي التجارة الخارجية(تصدير و استيراد(وكذا تمويل المؤسسات) القروض المختلفة(، وعليه تتوزع العمليات في وكالات البنك الوطني الجزائري كالتالي:

- **عمليات الصندوق:** تتحصر مهمتها الأساسية في استقبال كل الودائع النقدية والتحويلات التي يقوم بها البنك أو لحساب زبائنه مع ضمان تنفيذ كل المدفوعات، وتنقسم هذه المصلحة حسب صنف العمليات إلى الأقسام التالية:
- قسم الشباك: ويتكفل باستقبال العملاء، استعلامهم، نصحهم، الأخذ بطلباتهم، فعلى مستوى الشباك تنفذ عمليات الإيداع والسحب النقدي، تحرير الصكوك البنكية، الدفع بالتحويل عن بعد، استلام الشيكات أو الصكوك للقبض في المكان أو خارج المكان.
- قسم التحويل: وهو مكلف بتنفيذ مجمل أوامر التحويل Ordre de Virement الصادرة من الزبائن أو تنفيذ عمليات التحويل المرسلة لصالحه Déboucllement
- قسم خاص بالإيرادات: ويتكفل باستقبال وحفظ عند الاقتضاء كل المبالغ الخاصة بالمدفوعات في المكان والتي تم تظهيرها للبنك وكذا القيم المستوطنة في صناديق المقر...الخ.
- قسم المقاصة والتحصيل: وهو مكلف بتحصيل المبالغ المرسلة للقبض من الزبون عن طريق المقاصة او عبر خدمات بنوك زميلة، كما يقوم القسم بمعالجة ومتابعة المبالغ المالية الغير مدفوعة.
- قسم اليومية المحاسبية، الإحصاء والتأكد من الحسابات: حيث يقوم هذا القسم بالتسجيل المحاسبي على أوراق أو حالة الحساب أو تسجيل إلي على الكمبيوتر لكل الحسابات التي يمسكها الصندوق، مع ضرورة إرسال التسجيلات الخاصة باليومية المحاسبية إلى مديرية المحاسبة.

مصلحة التجارة الخارجية: تهتم هذه المصلحة أساسا بتنفيذ كل العمليات مع الخارج والمحقة من أو لحساب زبائن البنك في إطار القوانين المعتمدة، بحيث تضمن تحويلات الزبائن واستقبال ما يرسل من الخارج لصالحهم. - قسم التوطين والمصادقة: ويتكفل هذا القسم بتسجيل كل العمليات والمعالجة مع الخارج، بغرض التأكد من مطابقتها للقواعد وأسعار الصرف المعمول بها.

- قسم القرض المستندي: وهو مكلف بتنفيذ مجمل العمليات المتعلقة بالقرض المستندي، فتح القرض المستندي *ouverture du crédit documentaire*، استقبال وفحص الوثائق المرسلة من الخارج وكذا إعداد الإجراءات الشكلية لعمليات التحويل.
- قسم تسليم الوثائق: حيث يقوم هذا القسم باستقبال، تسجيل، فحص ومراجعة كل تسليم للوثائق *remise documentaire* الخاصة بالتجارة الخارجية.
- قسم الخاص بالتبادل اليدوي وحسابات العملة الأجنبية: ويتكفل بفتح وتسيير وكذا متابعة حسابات العملات الأجنبية بكل أنواعها، تحت الطلب أو لأجل، كما يهتم القسم بتنفيذ عمليات الدفع والسحب للأوراق النقدية الأجنبية والمحققة من زبائن البنك، بالإضافة إلى التبادل اليدوي الخاص بشراء أو بيع العملات الصعبة وفق أسعار الصرف الجارية.
- قسم التحويل والاستقبال: وهو يتكفل بعمليات التحويل التي يأمر بها الزبائن، والتي تتحقق طبقاً لقوانين مراقبة الصرف والتجارة الخارجية، وكذا استقبال كل ما قد يرسله الطرف الأجنبي لصالح زبائن البنك.
- قسم التنفيذ المالي للأسواق: ويتكفل القسم بتنفيذ العمليات المتعلقة بالتنظيمات المالية للأسواق.
- 3- الالتزامات البنكية: حيث نجد في الوكالة البنكية: أمانة خاصة بالالتزامات وقسم خاص بدراسة المخاطر، ويكمل هدفها الرئيس في البحث عن زبائن ذات القدرات العالية وكذا مع كل العناصر الضرورية لتقييم وتحليل طلبات القرض لهؤلاء الزبائن، مع تنفيذ صارم للقرض كجمع الضمانات ومتابعة سير الآلات زامات البنكية.
- 4- مصلحة أمانة الالتزامات: وهي تعتبر عضو تسييري وتنفيذي، إذ تقوم بربط وتنسيق كل المهام الموكلة لمختلف الأقسام التي تشكلها:
- قسم القضايا القانونية والمنازعات: وتهتم بتنفيذ جميع العمليات المتعلقة بالقانون والملفات المتنازع عنها.
- قسم المالية: ويعتبر أهم قسم في المصلحة، فهو يتكفل بمتابعة كل العمليات الخاصة بالتسيقات، الضمانات، الكفالات، تسيير الصندوق، حسابات الودائع، إجراءات الاكتتاب لأوراق التعبئة.
- قسم المحفظة: ويتكفل بمعالجة مجمل عمليات المحفظة التجارية والمالية، اختبار الأوراق التجارية، تحصيل الأوراق المرسلة للخصم أو للقبض... الخ.

- قسم دراسة وتحليل المخاطر : service d'étude et d'analyse des risque إن هذا القسم غالبا ما يكون تابع لسيطرة مدير الوكالة، ويتمثل دوره في تقدير فرص وطبيعة القرض وكذا تحديد مختلف المبالغ الخاصة بخطوط القرض الممنوحة للزبائن. وعليه فالقسم يقوم بدراسة طلبات القرض، عمليات التجديد وتنظيم القروض وكذا متابعة باستمرار تطور حالة المؤسسات الممولة من قبل البنك.
- قسم الإحصائيات: وهو القسم الذي يتكفل بإعداد كل اللوائح والقوائم الإحصائية والمحاسبية الخاصة بسير الالتزامات البنكية.
- وأشير في الأخير إلى أهم المنتجات والخدمات التي تعرضها وكالات البنك الوطني الجزائري:
 - سندات الصندوق.
 - ودائع لأجل بالدينار الجزائري والعملة الصعبة.
 - حساب التوفير والادخار، البطاقات البنكية وبطاقات السحب.
 - شيك بقيمة اسمية.
 - تمويل الاستثمارات وتمويل الاستغلال.
 - دليل خاص بالمستثمر الأجنبي.
 - تمويل المؤسسات المصغرة (وكالة تشغيل الشباب Ansej).
 - عمليات التجارة الخارجية.
 - دليل للمصدر الجزائري.
 - الشروط البنكية Les conditions bancaires.
 - أسعار الصرف.

المبحث الثالث: تحليل ومقارنة الاقبال على الادخار البديل بدون فوائد لدى البنك الوطني الجزائري بتيارت (دراسة الحالة):

المطلب الاول: أنواع دفاتر الادخار التي يوفرها بنك BNA وكالة تيارت:

لدى البنك الوطني الجزائري العديد من منتجات الادخار والإيداع، فيوجد دفتر التوفير بفائدة 2.5%/ السنة مع احتساب الفوائد لكل ستة أشهر ويوجد دفتر التوفير بدون فائدة، بحيث أن هذا النوع من دفتر الادخار خاص بالبالغين.

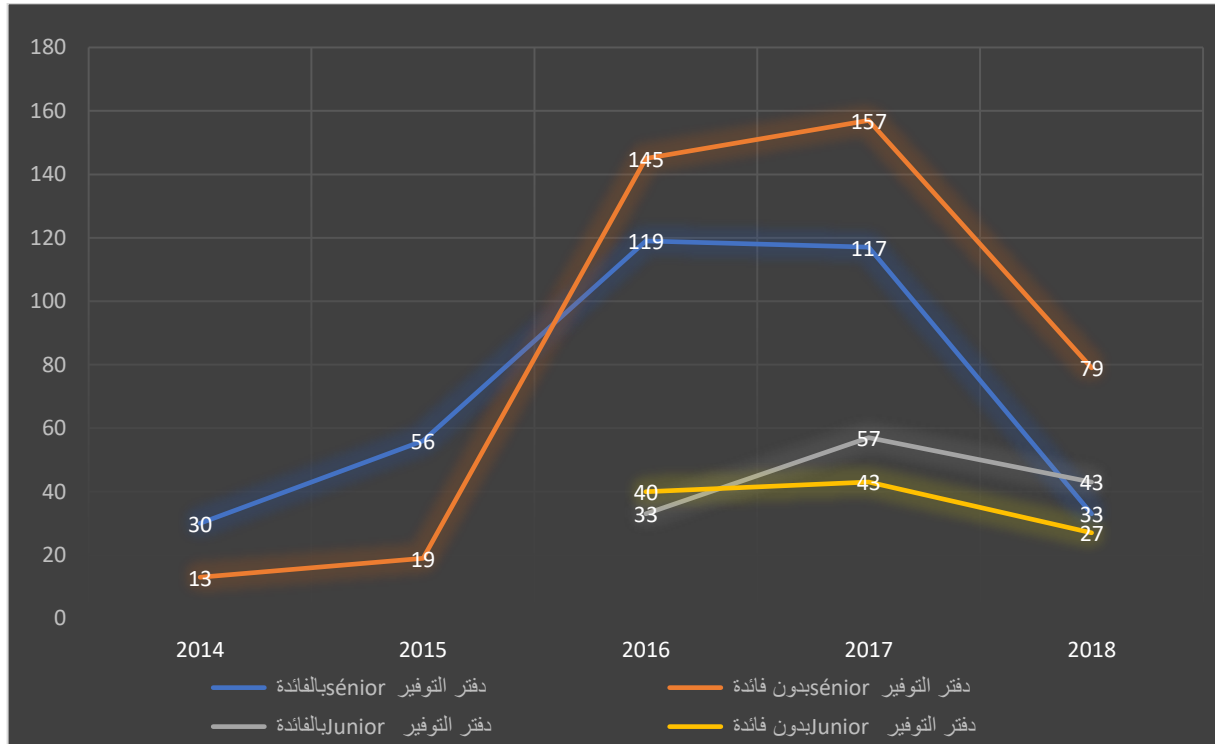
اما بالنسبة للقصر فيوجد حساب التوفير للصغار "مستقبلي" موجه للأطفال (البالغين أقل من 15 سنة)، يتمتع هذا الحساب بنسبة فائدة ثابتة وجد تنافسية تصل إلى 3% في العام (بالنسبة لصيغة حساب بفائدة)، ويمكن اختيار صيغة دفتر توفير "مستقبلي" بدون فائدة.

دفتر الادخار: هو دفتر ذو لون أخضر يحتوي على المعلومات التالية: اسم الوكالة، معلومات حول الزبون، الاسم، اللقب، العنوان، التاريخ ومكان الازيداد، رقم الحساب وإمضاء مدير الوكالة، إمضاء صاحب الدفتر، نوع العملية، المبلغ بالأحرف، تأشيرة العون، إضافة إلى رمز البنك الوطني الجزائري، وجميع العمليات.

المطلب الثاني: تطور حسابات الادخار في وكالة تيارت (2014-2018):

من خلال المعطيات المقدمة من طرف البنك والخاصة بفتح حسابات التوفير من الفترة الممتدة من 2014/1/1 الى غاية 2018/12/31 وجدنا ما يلي:

الشكل 2-3: تطور فتح حسابات الادخار في وكالة تيارت 2014-2018¹



¹ من اعداد الطالب وفق المعطيات المقدمة من البنك.

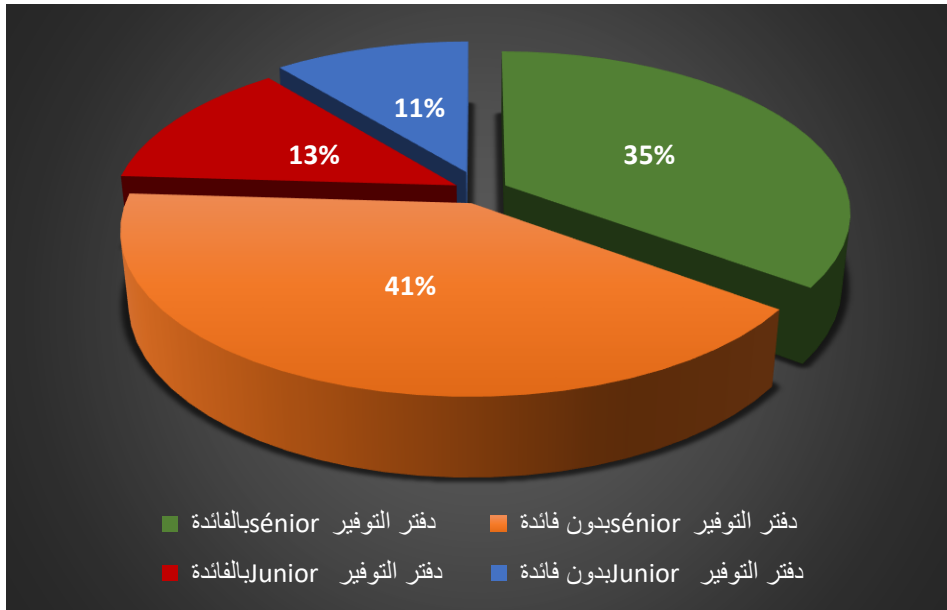
التحليل:

من خلال الشكل 6 نرى ان القبول على فتح الحسابات senior بدون فائدة في السنتين 2014-2015 قبول محتشم (13حساب-19حساب على التوالي). أما بالنسبة للحسابات المتوفرة على الفائدة فكانت عكس ذلك في نفس الفترة (30حساب-56 حساب على التوالي). بدءا من سنة 2016 والى غاية 2017، لاحظنا ارتفاع معتبر لفتح الحسابات في الوكالة و الاغلبية كانت في الحسابات senior بدون فائدة (145 حساب ثم 157) مقارنة مع الحسابات المتوفرة على الفائدة (119 - 117 حساب على التوالي) وذلك تزامنا مع انشاء منصب مستشار الزبائن في الوكالة والحملة الترويجية التي شهدتها مختلف المنتجات خاصة منتجات التوفير والادخار في البنك وذلك من أجل جذب رؤوس الأموال. أيضا في نفس السنة شهدنا انشاء منتوجان آخزان هما دفتر التوفير Junior بالفائدة ودفتر التوفير Junior بدون فائدة. غير أن هاذان المنتجان لم يلقيا اقبالا كبيرا ومعتبرا في الوكالة (40-43-27 حساب بالنسبة لدفتر التوفير Junior بدون فائدة) و (33-57-43 حساب بالنسبة لدفتر التوفير Junior بالفائدة).

المطلب الثالث: المقارنة بين دفاتر التوفير بفائدة وبدون فائدة:

من الشكل والمعطيات السابقة نستخلص الشكل الاتي:

الشكل 3-3: نسبة دفاتر التوفير في الوكالة 2014-2018¹



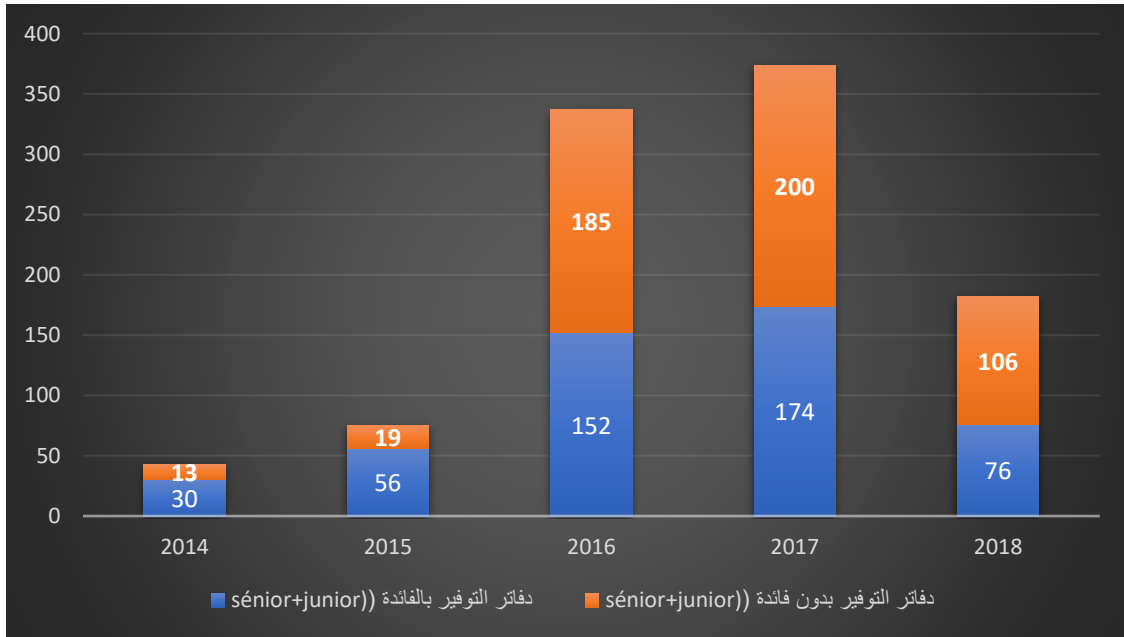
¹ من اعداد الطالب وفق المعطيات المقدمة من البنك.

نجد من الشكل الذي سبق أن:

- 41% من حسابات التوفير عبارة المفتوحة من سنة 2014 حتى 2018 عبارة عن دفاتر التوفير sénior بدون فائدة؛
- 35% عبارة عن دفاتر التوفير sénior بالفائدة؛
- 11% عبارة عن دفاتر التوفير junior بدون فائدة؛
- 13% عبارة عن دفاتر التوفير sénior بالفائدة.

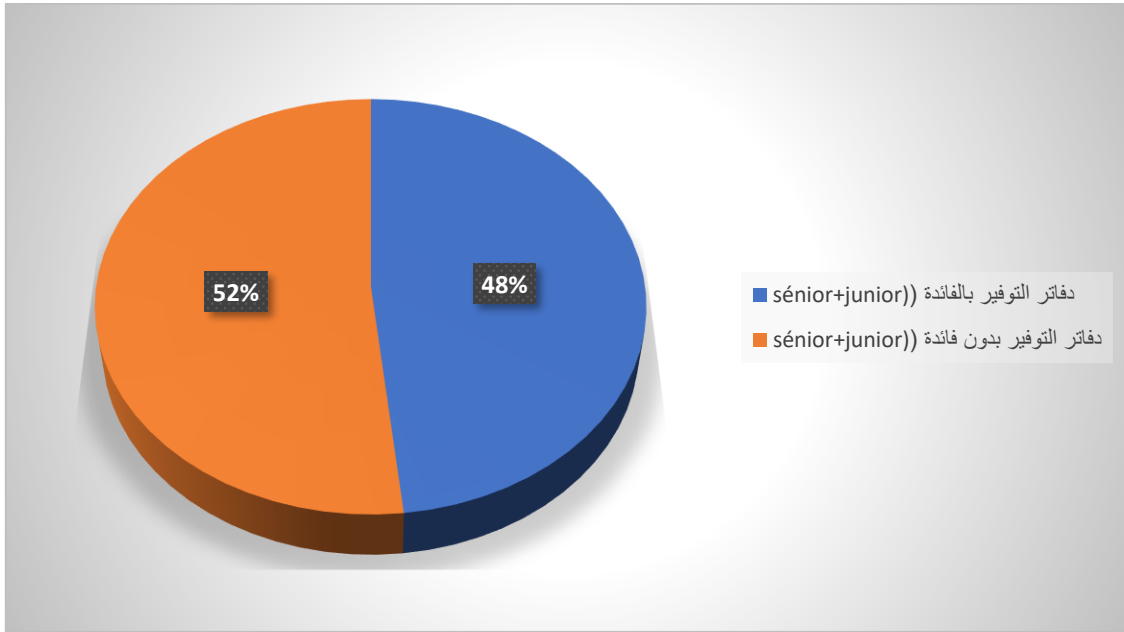
بدمج عدد حسابات التوفير بدون فائدة مع بعضها (senior+junior) وعدد الحسابات التي تعتمد على الفائدة (senior+junior)، نجد ما يلي:

الشكل 3-4: عدد دفاتر التوفير في الوكالة حسب النوع 2014-2018¹



¹ من اعداد الطالب وفق المعطيات المقدمة من البنك.

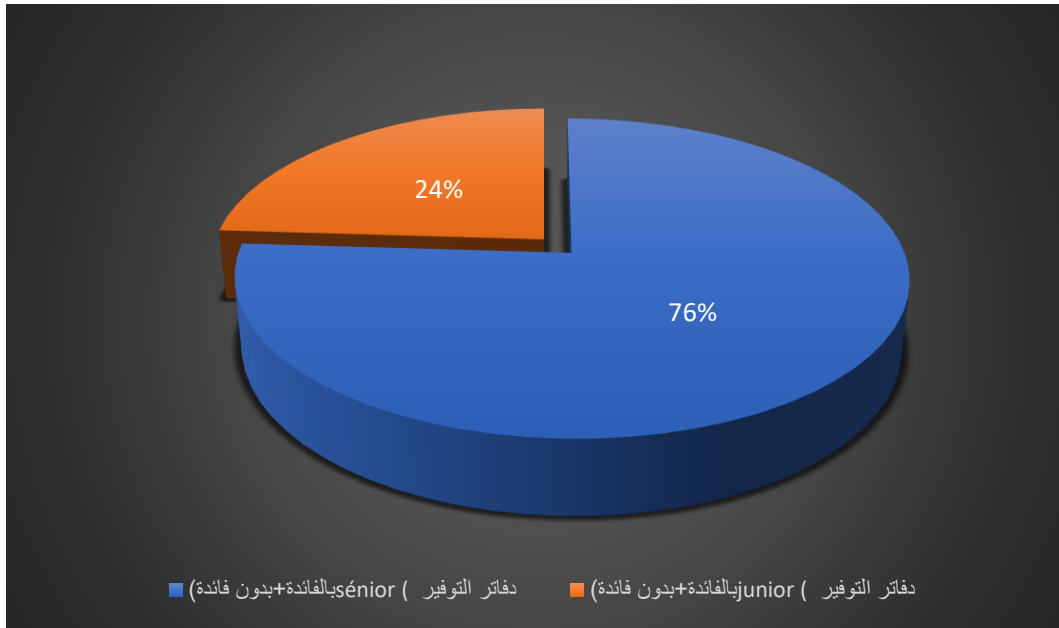
الشكل 3-5: نسبة دفاتر التوفير في الوكالة حسب النوع 2014-2018¹



من الشكلين 8 و 9 نستنتج أن مجموع دفاتر التوفير بدون فائدة (senior+junior) تمثل 52% من مجموع كافة حسابات التوفير المفتوحة ما بين 2014 و 2018.

بدمج عدد دفاتر التوفير للبالغين senior مع بعضها وعدد دفاتر القصر junior مع بعضها نحصل على الشكل الموالي:

¹ من اعداد الطالب وفق المعطيات المقدمة من البنك.



الشكل 3-6: نسبة دفاتر التوفير في الوكالة حسب الاشخاص 2014-2018¹

نستنتج مما سبق أن 76% من المقبلين على فتح دفاتر الادخار في الوكالة هم من الأشخاص

البالغين.

¹ من اعداد الطالب وفق المعطيات المقدمة من البنك.

الخلاصة:

من خلال دراستنا وتحليلنا لفتح حسابات الادخار في وكالة البنك الوطني الجزائري بتيارت تبين لنا أن المقبلين على فتح حسابات التوفير البديلة (بدون فوائد) هم أكثر من المقبلين على فتح حسابات لتوفير التقليدية (ذات الفوائد)، وأن أكبر نسبة من المقبلين على فتح حسابات الادخار هم من البالغين.

الخاتمة:

يعتبر الادخار من الموارد الأساسية للبنوك خاصة وللاقتصاد عامة وذلك من أجل دفع عجلة التنمية وتمويل مختلف المشاريع ولكن ندرة السيولة دفعت بالحكومة الى الاعتماد على التمويل الغير تقليدي خاصة بعد انخفاض أسعار النفط وذلك من خلال طبع النقود وضخها في الاقتصاد، بعد المحاولات العديدة التي قامت بها من خلال العفو الضريبي، إصدار السندات الوطنية، الامتثال الضريبي الطوعي وغيرها.

في الوقت الراهن بات من الضروري تقديم وتطوير منتجات جديدة وترويجها في الادخار أو انشاء نوافذ إسلامية في البنوك التقليدية أو الاعتماد نهائيا والتوجه نحو المالية الإسلامية خاصة أنه هنالك مجموعة كبيرة من المدخرين المحتملين الذين يرغبون في الالتزام بقواعد الشريعة ولا يرغبون بإيداع مدخراتهم في البنوك الربوية، مع العلم أن الادخار البديل أو بدون فائدة بإمكانه أن يمتص الكتلة النقدية المتواجدة في السوق الموازية.

اختبار الفرضيات:

- 1- الزبائن لديهم معرفة تامة بالبنوك: من خلال الدراسة وجدنا أن الزبائن لديهم بعض المعرفة بالبنوك ووزنها في الاقتصاد ولكنها تبقى محدودة وتفضيلهم للبنوك الوطنية على الخاصة.
- 2- لديهم معرفة تامة بمنتجاتها: للزبائن معرفة محدودة بالمنتجات البنكية (المنتجات التقليدية) وذلك لانعدام الثقافة البنكية عند فئة كبيرة من المجتمع.
- 3- الادخار المفضل في البنوك الجزائرية يخص منتجات الادخاري البديلة: من خلال الدراسة ورغم انعدام المعطيات المالية الخاصة بحسابات التوفير، وجدنا أن الزبائن يقبلون على الادخار البديل بدون فوائد لدى البنك الوطني الجزائري بتيارت.

النتائج:

- من خلال دراسة الحالة وجدنا أنه يوجد بيئة تنافسية من جانب الادخار ما بين البنوك.
- وجدنا أيضا ورغم قلة الثقافة البنكية أن الزبائن يفضلون التوفير بدون فوائد على التوفير بالفوائد.
- وجدنا أيضا أن المنتجات ورغم تعددها معظمها تقليدي.

التوصيات:

- الحث على فتح نوافذ إسلامية في البنوك التقليدية الاعتماد نهائيا والتوجه نحو المالية الإسلامية.
- تطوير كافة المنتجات البنكية وحسن ترويجها.

- تعزيز الثقة بين البنوك وأفراد المجتمع.
- غرس الثقافة البنكية والحث على الادخار.
- استخدام التكنولوجيات الحديثة والاستثمار فيها بشكل متواصل.

قائمة المراجع

الكتب:

- 1- إياد عبد الفتاح النور، تسويق المنتجات المصرفية، دار صفاء للنشر والتوزيع - عمان - الأردن، الطبعة الأولى 2015.
- 2- خبابة عبد الله، الاقتصاد المصرفي، دار الجامعة الجديدة للنشر، الإسكندرية-مصر 2013.
- 3- ردينة عثمان يوسف ومحمود جاسم محمد، التسويق المصرفي، دار المناهج للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى 2001م، عمان-الأردن.
- 4- سليمان ناصر، التقنيات البنكية وعمليات الائتمان، ديوان المطبوعات الجامعية 2012.
- 5- ضياء مجيد الموسوي، أسس علم الاقتصاد، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزء الثاني، الطبعة الثانية 2014.

الرسائل الجامعية:

- 1- أحمد سلامي، مدخرات القطاع العائلي في الجزائر بين الواقع والطموح دراسة تحليلية للفترة 1970-2011، المجلة الجزائرية للتنمية الاقتصادية <https://www.asjp.cerist.dz> ، عدد 02.
- 2- بربري محمد امين، العوامل المؤثرة على الادخار العائلي في الجزائر، الأكاديمية للدراسات الاجتماعية والإنسانية أ/ قسم العلوم الاقتصادية والقانونية العدد 10 - جوان 2013.
- 3- حقاني عائشة، كفاءة مراقبة التسيير في النظام المصرفي الجزائري وكالة مستغانم، BNA دراسة حالة البنك الوطني الجزائري، مذكرة التخرج مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر الأكاديمي شعبة علوم المالية والمحاسبية، جامعة عبد الحميد بن باديس، مستغانم.
- 4- حمزة عبد الحليم، منير دحمان، ومحمود الأبيض، البنوك الشاملة ودورها في تحفيز الاستثمار دراسة حالة: بنك البركة الجزائري-وكالة غرداية- مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة الليسانس في العلوم الاقتصادية، جامعة قاصدي مرباح ورقلة 2012-2013، تخصص: نقود مالية وبنوك.
- 5- خالد خديجة، البنوك الإسلامية: نشأة، تطور وآفاق، مقالات علمية، جامعة تلمسان ص 277-278.
- 6- عبد الإله بن حسين، ورضوان عيوني، تقرير بحث مقدم ضمن متطلبات نيل شهادة الليسانس، تمويل الاستثمارات عن طريق القروض البنكية، دراسة حالة بالبنك الوطني الجزائري BNA Maghnia، جامعة أبي بكر بالقائد تلمسان 2013-2014.

7- عروم شريف، محددات الادخار والاستثمار، دراسة حالة الجزائر خلال الفترة 1980-2013، مذكرة ماستر 2015، جامعة ورقلة.

المواقع الالكترونية

<https://www.arabictrader.com> -1

<https://mawdoo3.com> -2

<https://www.argaam.com> -3

<https://www.bank-of-algeria.dz/> -4

<https://www.asjp.cerist.dz/en/article/12879> -5

<https://www.pressreader.com> -6

<https://www.albaraka-bank.com/> -7

<https://www.alsalamalgeria.com/> -8

<https://www.trustbank.dz> -9

<https://www.housingbankdz.com> -10

<https://www.bna.dz> -11

قائمة الجداول

رقم الجدول	العنوان	الصفحة
الجدول 1-1	أكبر 10 بنوك في العالم لعام 2018 من حيث إجمالي الأصول	ص8
الجدول 1-2	تطور ادخار القطاع العائلي في الجزائر للفترة 1970-2011/ الوحدة: مليون دج	ص33
الجدول 2-2	تطور الادخار على مستوى بنك الصندوق الوطني التوفير والاحتياط للفترة (2004-2010)	ص38

قائمة الأشكال

الصفحة	العنوان	الشكل
ص13	الهيكل التنظيمي للبنك المركزي الجزائري	الشكل 1-1
ص23	المساهمة في ترست بنك الجزائر	الشكل 1-2
ص34	تطور ادخار القطاع العائلي في الجزائر للفترة 1970-2011/ الوحدة: مليون دج	الشكل 1-2
ص49	ديناميكية النشاط التسويقي ضمن المفهوم التسويقي الحديث	الشكل 2-2
ص57	الهيكل التنظيمي للبنك الوطني الجزائري	الشكل 1-3
ص66	تطور فتح حسابات الادخار في وكالة تيارت 2014-2018	الشكل 2-3
ص67	نسبة دفاتر التوفير في الوكالة 2014-2018	الشكل 3-3
ص68	عدد دفاتر التوفير في الوكالة حسب النوع 2014-2018	الشكل 3-4
ص69	نسبة دفاتر التوفير في الوكالة حسب النوع 2014-2018	الشكل 3-5
ص70	نسبة دفاتر التوفير في الوكالة حسب الاشخاص 2014-2018	الشكل 3-6

المخلص:

الغرض من هذه الدراسة هو تحديد مدى اقبال الزبائن على منتج التوفير البديل، علما أن الادخار يعتبر المصدر الاساسي للتمويل في أي الاقتصاد. ولكن لتحقيق هذا يجب أن تكون هنالك ثقافة ادخارية في المجتمع، وجود الثقة بين افراد المجتمع والهيآت المالية والترويج لمنتجات مالية متوافقة مع توقعات واحتياجات السوق والزبائن.

Résumé :

Le but de cette étude est de déterminer dans quelle mesure les clients sont intéressés par le produit de l'épargne alternative, en notant que l'épargne est la principale source de financement dans toute économie. Mais pour y parvenir, il doit y avoir une culture de l'épargne dans la société, la confiance entre les membres de la société et les institutions financières et la promotion de produits financiers qui sont en ligne avec les attentes et les besoins du marché et des clients._