

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة محمد بوضياف بالمسيلة

ميدان: العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

فرع: علوم اقتصادية

تخصص: اقتصاد نقدي وبنكي



كلية: العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

قسم: علوم اقتصادية

رقم:

عنوان الموضوع

آليات تطوير القطاع البنكي في ظل اقتصاد المعرفة

- دراسة حالة الجزائر -

مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة ماستر أكاديمي في العلوم الاقتصادية

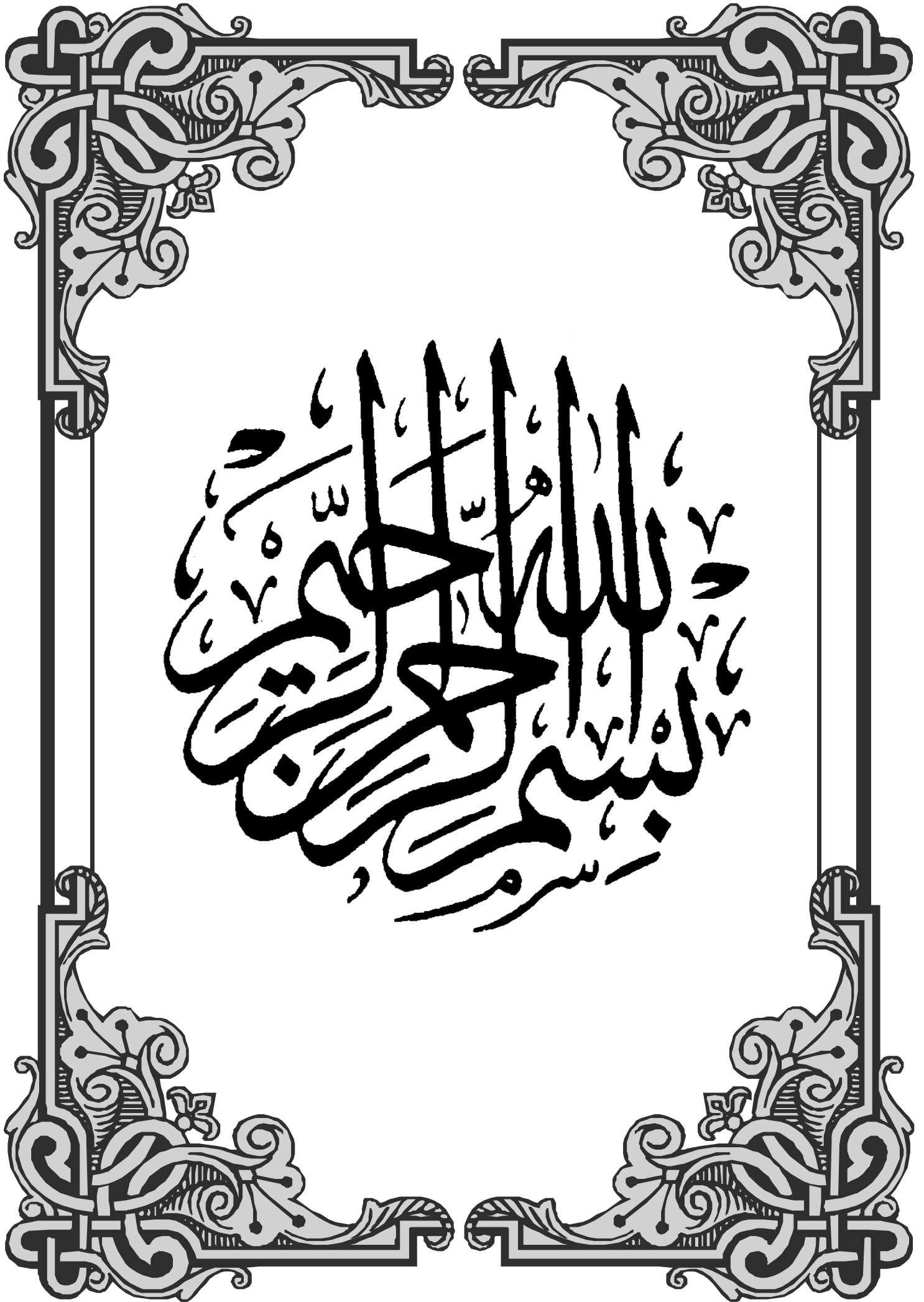
تحت إشراف الأستاذ:

- بالعباس رابح

من إعداد الطالبة:

- قلمين منى

السنة الجامعية: 2020 – 2021 م



بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

شكرا واحسانا فانا

" كن عالما فان لم تستطع فكن متعلما ، فان لم تستطع فأحب العلماء ، فان لم تستطع فلا تبغضهم "

بعد رحلة البحث وجهد واجتهاد تكللت بانجاز هذا البحث ، احمد الله عز وجل على نعمه التي من بها علينا فهو العلي القدير ، كما لا يسعني إلا أن اخص باسمي عبارات الشكر والتقدير الدكتور " رابح بالعباس " لما قدمه لي من جهد ونصح ومعرفة طيلة انجاز هذا البحث .

كما اتقدم بالشكر الجزيل لكل من أسهم في تقديم يد العون لانجاز هذا البحث ، واخص بالذكر أساتذتي الكرام الذين اشرفوا على تكوين دفعة الاقتصاد النقدي والبنكي والأساتذة القائمين على إدارة كلية العلوم الاقتصادية بجامعة محمد بوضياف المسيلة ، إلى الذين كانوا عوناً لي في بحثي هذا ونورا يضيء الظلمة التي كانت تقف أحيانا في طريقي ،

إلى من زرعو النقاؤل في دربي و قدموا لي المساعدات والتسهيلات والمعلومات ، فلهم مني كل الشكر واخص منهم أساتذة كليتي الذين أسهموا بشكل وفير في تشجيعي أثناء انجاز هذا البحث

أما الشكر الذي من النوع الخاص فانا أتوجه بالشكر أيضا إلى كل من لم يقف إلى جانبي ، ومن وقف في طريقي وعرقل مسيرة بحثي وانجازاتي شكرا لكل انك كنت دافعا لي لأتوجه نحو الأحسن .

فلولا وجودهم لما أحسننا بمتعة العمل وحلاوة البحث ، ولما وصلت إلى ما أنا عليه الآن فلهم مني كل الشكر ...

إهداء

بسم الله الرحمن الرحيم والصلاة والسلام على أشرف المرسلين سيدنا محمد
ﷺ وعلى آله وصحبه أجمعين.

في مثل هذه اللحظات يتوقف اليراع ليفكر قبل أن يخط الحروف
ليجمعها في كلمات.. تتبعثر الاحرف وصعباً أن يحاول تجميعها في سطور..
إلى من أرضعتني الحب والحنان الى رمز الحب ...إلى القلب الناصع الى ملاكي في
الحياة ...إلى من كان دعائها سر نجاحي وحنانها شفاء جراحي.....إلى أُمي الغالية

إلى من علمني العطاء بدون انتظار...إلى من أحمل اسمه بكل افتخار ...أرجو من الله
ان يمد في عمرك لتري ثمار ما زرعت بعد طول انتظار.....إلى أبي العزيز

إلى من سكن بين أضلع الفؤاد... وصار قرة العين بين ليلة ونهار.. إلى من لامس قلبي
بحنانه واهتمامه ... إلى توأم روحي وشريك دربيإلى زوجي الحبيب

إلى من يضيئون لي الطريق ويساندوني ...إلى ذوي القلوب الطاهرة
والنفوس البريئةإخوتي الأشقياء

إلى من علموني الحب .. إلى معاني الحنان والتفاني ... إلى بسمات الحياة
أسرار الوجود.....صديقاتي فتحة وشيماء وشمس

إلى من حمل أقدس رسالة... إلى من مهدي إلى العلم والمعرفة ... إلى كل من
أفادني بحرف علم أساتذتي الكرام.....وخاصةً سناذي بلعباس رابح

... إلى كل العائلة...

... إلى كل الأقارب...

... إلى كل الأصدقاء...

... إلى كل الزملاء ...

... إلى من نسيتَه أناملي وتذكره قلبي...

...إلى كل طالب علم...

قائمة المحتويات

فهرس المحتويات

الصفحة	المحتويات
-	شكر و تقدير
-	الإهداء
-	فهرس المحتويات
-	قائمة الجداول و الأشكال
أ - هـ	مقدمة عامة
الفصل الأول : الخدمات البنكية وعلاقتها باقتصاد المعرفة	
02	تمهيد
03	المبحث الأول : ماهية الخدمات البنكية .
03	المطلب الأول : مفهوم الخدمات البنكية وتقسيماتها .
03	الفرع الأول : مفهوم الخدمة المصرفية .
04	الفرع الثاني: تقسيمات الخدمة المصرفية .
05	المطلب الثاني : خصائص الخدمة المصرفية .
08	المطلب الثالث : عوامل نجاح تقديم الخدمات البنكية.
09	المبحث الثاني : ماهية اقتصاد المعرفة
09	المطلب الأول : اقتصاد المعرفة - مفاهيم اساسية .
11	المطلب الثاني : خصائص وسمات اقتصاد المعرفة.
13	المطلب الثالث : دعائم ومتطلبات التحول نحو اقتصاد المعرفة.
13	الفرع الأول : دعائم اقتصاد المعرفة .
14	الفرع الثاني : متطلبات التحول نحو اقتصاد المعرفة .
15	المطلب الرابع : مظاهر اقتصاد المعرفة المتعلقة بالخدمات البنكية.
15	الفرع الأول : الابتكار المصرفي .

16	الفرع الثاني : ظهور مفاهيم إدارية مصرفية حديثة .
17	المبحث الثالث : تطوير الخدمات البنكية في ظل اقتصاد المعرفة .
17	المطلب الأول: مفهوم تطوير الخدمات البنكية ومصادرها .
17	الفرع الأول: مفهوم تطوير الخدمات المصرفية .
18	الفرع الثاني: مصادر تطوير الخدمات المصرفية .
19	المطلب الثاني: مراحل وطرق تطوير الخدمات البنكية .
20	المطلب الثالث: عوامل تطوير الخدمات البنكية في ظل اقتصاد المعرفة .
22	المبحث الرابع: الخدمات البنكية الالكترونية.
22	المطلب الأول: البنوك الالكترونية .
26	المطلب الثاني: الخدمات المصرفية الالكترونية .
31	المطلب الثالث: مخاطر الصيرفة الالكترونية .
32	خلاصة الفصل
الفصل الثاني: الدراسة الميدانية لتطور الخدمات البنكية الجزائرية	
34	تمهيد
35	المبحث الأول : عموميات حول الجهاز المصرفي الجزائري .
35	المطلب الأول : ماهية الجهاز المصرفي الجزائري .
37	المطلب الثاني : الهيكل التنظيمي للجهاز المصرفي الجزائري.
37	الفرع الأول : الخزينة العمومية وبنك الجزائر .
38	الفرع الثاني : البنوك الأولية (التجارية) .
43	المطلب الثالث : مؤشرات الجهاز المصرفي الجزائري .
43	الفرع الأول : هيكل ودائع الجهاز البنكي الجزائري .
45	الفرع الثاني : هيكل القروض .
47	المبحث الثاني: واقع الخدمات البنكية في المصارف الجزائرية .
47	المطلب الأول : واقع التسويق المصرفي في الجزائر .

49	المطلب الثاني : آليات أجهزة الدفع في الجزائر .
53	المبحث الثالث : الاتجاهات الحديثة في مجال الخدمات البنكية الجزائرية في ظل اقتصاد المعرفة.
53	المطلب الأول : التنوع في الأنشطة والخدمات البنكية .
55	المطلب الثاني : التوسع الكبير في استخدام تكنولوجيا الخدمات البنكية .
56	المطلب الثالث : التطور التنظيمي والإداري .
57	المبحث الرابع : تحديات الصيرفة الالكترونية في الجزائر .
57	المطلب الأول : المشاكل المتعلقة بتطبيق خصائص البنوك الالكترونية في الجزائر .
59	المطلب الثاني : حتمية تطوير أنظمة الدفع الحديثة في المصارف الجزائرية.
60	خلاصة الفصل
61	خاتمة عامة
65	قائمة المراجع
-	الملخص

قائمة الأشكال والجداول :

رقم الصفحة	عنوان الشكل	رقم الشكل
30	صور المعاملات المصرفية الالكترونية	(01)
44	هيكل ودائع الجهاز المصرفي الجزائري خلال الفترة 2013 - 2019 .	(02)
46	هيكل القروض حسب الأجل في الجهاز المصرفي الجزائري خلال الفترة 2013 - 2019 .	(03)

رقم الصفحة	عنوان الجدول	رقم الجدول
04	تقسيم الخدمات حسب نوع الخدمة .	(01)
04	تقسيم الخدمات حسب نوع العملاء .	(02)
26	الموزع الآلي للأوراق D.A.B	(03)
27	الشباك الآلي للأوراق G.A.B	(04)
28	نهائي نقطة البيع الالكترونية T.P.V	(05)
43	هيكل الودائع للجهاز المصرفي الجزائري خلال الفترة 2013 - 2019 .	(06)
45	هيكل القروض حسب الأجل في الجهاز المصرفي الجزائري خلال الفترة 2013 - 2019 .	(07)
49	الموزع الآلي للأوراق النقدية .	(08)
50	الشباك الأوتوماتيكي للأوراق النقدية .	(09)
51	نهائي نقطة البيع الالكتروني .	(10)

مقدم ة عام . . . ة

تمهيد :

إن التغيرات الاقتصادية والاجتماعية والسياسية التي تجتاح الاقتصاد العالمي بفعل ثورة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، لعبت دور في التوجه نحو اقتصاد معرفي، حيث أصبحت المعرفة المحرك الأساسي لدفع عجلة النمو الاقتصادي، فانعكس تأثيرها ايجابيا على بنية المجتمع وعلى سلوك أفرادها واحداث آليات تعامل جديدة لم تكن تعرف مسبقا، فقد ظهر مجتمع من نمط جديدي يعتمد اعتمادا متزايدا على المعرفة والتكنولوجيا الرقمية، وهذا أدى إلى ظهور تسميات جديدة ومختلفة لهذا المجتمع الرقمي .

ومن أهم المؤسسات القائمة على المعرفة، نجد المؤسسات البنكية التي تستخدم المعرفة في كل عملياتها وعلاقاتها مع زبائنها، ففي ظل انفتاح الأسواق العالمية على بعضها البعض، فان المؤسسات المصرفية الجزائرية ليست بمنأى عن هذه التطورات، فقد افرز ميلاد اقتصاد المعرفة مستجدات كثيرة وتحولات جذرية في العمل المصرفي، حيث شهد القطاع البنكي تنافسا شديدا بسبب الاستخدام الواسع للمعلوماتية وشبكة الانترنت في مختلف نشاطات البنك، اذ تغلب الطابع الالكتروني في تقديم الخدمات فظهرت بذلك وسائل الدفع الالكتروني والنقود الالكترونية والتجارة الالكترونية .

إن البنوك الجزائرية اليوم مدعوة أكثر من أي وقت مضى إلى التكيف مع اقتصاد المعرفة، فهو يساهم في تطويرها وديمومتها وكذلك لما يشكله من أهمية في امتلاك وتحسين الخدمات في القطاع البنكي وبالتالي تحقيق الميزة التنافسية وتحقيق الربحية وذلك بالاستفادة من التطورات التكنولوجية واستخدامها لتطوير خدماتها.

I. إشكالية البحث :

اثر التغيرات التكنولوجية والمعرفية الحادثة مؤخرا تطورت الخدمات البنكية بشكل ملحوظ مقارنة بالخدمات التقليدية وهذا ما دفعنا إلى طرح الإشكالية التالية :

ما مدى تأثير اقتصاد المعرفة على خدمات القطاع البنكي في الجزائر ؟

ويمكن تجزئة الإشكالية الأساسية إلى الأسئلة الفرعية التالية :

ن فيما تتمثل الخدمات البنكية وما هي عوامل نجاح تقديمها؟؛

ن هل هنالك علاقة بين إنتاج المعرفة وتطوير الخدمات البنكية ؟ ؛

ن كيف تم تطوير الخدمات البنكية في ظل اقتصاد المعرفة ؟ ؛

ن ما هو واقع الخدمات البنكية في الجزائر وما مدى تأثيره باقتصاد المعرفة ؟.

II. فرضيات البحث :

ن تتمثل الخدمات البنكية في الأنشطة والعمليات التي يقوم بها البنك لصالح الزبون من بين عوامل نجاحها السرية في التعامل، ضرورة فهم متطلبات الزبون وتوفيرها له ؛

ن نعم توجد علاقة بين إنتاج المعرفة وتطوير الخدمات البنكية ؛

ن تم تطوير الخدمات البنكية في ظل اقتصاد المعرفة عن طريق توفير التكنولوجيا والاستثمار في رأس المال البشري من خلال الإبداع والابتكار .

ن الخدمات البنكية في الجزائر ذات جودة عالية لأنها تقوم على اقتصاد المعرفة .

III. أسباب اختيار الموضوع :

إن أهم الأسباب التي دفعتنا إلى اختبار الموضوع محل الدراسة هي:

ن قلة الدراسات التي تناولت هذا الموضوع خاصة في الكلية ؛

ن ارتباط موضوع البحث بتخصص الباحث ؛

ن محاولة إثرائه ومتابعة التطورات المعرفية التي تطرأ على الخدمات البنكية في الجزائر ؛

ن متابعة تطور خدمات القطاع البنكي وتحديد نقاط القوة والضعف لها ومعالجتها واستخلاص النتائج ؛

ن كون أن اقتصاد المعرفة هي احد أهم القضايا التي تصبو إليها البنوك ونود أن نعرف إلى أين بلغت مستوياته ومعرفة أهم النقائص.

.IV أهمية البحث :

- ١٠ محاولة دراسة واحدة من اهم المواضيع التي يركز عليها الاقتصاد المعاصر وهذا لمناقشته قضايا جديدة كالملكية الفكرية واس المال المعرفي ..؛
- ١١ الاتجاه المتزايد لتحول نحو اقتصاد المعرفة على الصعيدين الدولي والمحلي ؛
- ١٢ محاولة إيجاد بدائل مجدية لنهوض بالقطاع البنكي الجزائري ؛
- ١٣ إبراز أهمية وتأثير اقتصاد المعرفة على تطوير الخدمات البنكية في الجزائر .

.V أهداف البحث :

- يرمي هذا البحث إلى تحقيق جملة من الأهداف من بينها:
- ١٤ التعمق أكثر في موضوع اقتصاد المعرفة ودوره في تطوير الخدمات البنكية ؛
 - ١٥ إلقاء الضوء على مفهوم اقتصاد المعرفة واهم خصائصه واهم ركائزه ؛
 - ١٦ الاطلاع على مدى تطبيق البنوك الجزائرية لاقتصاد المعرفة من خلال الخدمات التكنولوجية التي تقدمها وإنتاج المعرفة داخل البنك ؛
 - ١٧ إبراز اثر اقتصاد المعرفة في تعبير البنية الاقتصادية والمصرفية في الجزائر، وإسهامه في تحقيق التنمية الاقتصادية المنشودة .

.VI أدوات ومنهج الدراسة:

من اجل الإجابة على الإشكالية والتساؤلات السابقة ونظرا لطبيعة الدراسة وتحقيقا لأهدافها

اعتمدت على :

- ١٨ **المنهج الوصفي:** في الجانب النظري، والتي سأتناول فيها الإطار النظري لاقتصاد المعرفة وتطوير الخدمات المصرفية ؛
- ١٩ **المنهج التحليلي الإحصائي:** في الدراسة الميدانية لشرح وتحليل البيانات والإحصائيات المرتبطة بتطوير الخدمات البنكية في ظل اقتصاد المعرفة في الجزائر .

.VII حدود الدراسة:

تحدد دراستنا للموضوع من عدت جوانب تتلخص في النقاط الآتية:

ü سأركز في دراستي لهذا الموضوع على توضيح معالم اقتصاد المعرفة من خلال التطرق إلى محاوره ؛

ü تسليط الضوء على الخدمات البنكية من خلال إبراز خصائصها وعوامل النجاح في تقديمها وكذلك طرق تطويرها في ظل اقتصاد المعرفة ؛

ü التركيز على واقع اقتصاد المعرفة في البنوك الجزائرية ومساهمته في تطوير خدماتها.

.VIII الدراسات السابقة:

هناك العديد من الدراسات التي تناولت موضوع اقتصاد المعرفة وكذلك توجع العديد من المواضيع التي درست تطوير الخدمات إلا أن الدراسات التي ربطت بين الموضوعين تعتبر قليلة جدا ومن بين هذه الدراسات نجد:

ü شيرين بدري البارودي، دور اقتصاد المعرفة في تطوير الخدمات البنكية الالكترونية (دراسة تحليلية عن بنك الكتروني)، وتهدف الدراسة إلى تحديد معايير اقتصاد المعرفة ومدى الاستفادة من تطورات تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تسيير عمل البنوك؛

ü آسيا قاسمي، اثر العولمة المالية على تطوير الخدمات المصرفية وتحسين القدرة التنافسية للبنوك التجارية، وتهدف الدراسة إلى إبراز أهم إفرازات العولمة المالية والتي من شأنها التأثير على البنوك، وكذلك محاولة بناء توجهات جديدة للصناعة البنكية من اجل البقاء والمنافسة، لمواجهة هذه التأثيرات من جهة، ومن جهة أخرى كيف يمكن أن توظف هذه التوجهات الحديثة في تطوير الخدمات المصرفية وتعزيز القدرة التنافسية للبنوك، وبالتالي زيادة ربحيتها على المدى الطويل ؛

ü الزبير العياش، بوكحيل نسيم، عصرنة وتطوير الخدمات البنكية في ظل التوجه نحو اقتصاد المعرفة (حالة الجزائر)، وتهدف الدراسة إلى التعرف على المدى اهتمام الجزائر بالتوجه نحو اقتصاد المعرفة ومدى الاستفادة من التطورات تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تسيير عمل البنوك.

.IX محتويات البحث :

بغرض الإحاطة بموضوع البحث والإجابة على التساؤلات المطروحة فإنه تم تقسيم الموضوع إلى فصلين تشكل هيكله من فصل نظري وفصل تطبيقي .

- الفصل الأول: هو الفصل النظري، تم من خلاله على المعرفة والتمييز بين الخدمات البنكية واقتصاد المعرفة والتفريق بينهما والعلاقة التي تربط بينهما، حيث قسمنا هذا الفصل إلى أربعة مباحث، المبحث الأول تناولنا فيه ماهية الخدمات البنكية، المبحث الثاني: ماهية اقتصاد المعرفة، أما المبحث الثالث: فتضمن تطوير الخدمات البنكية في ظل اقتصاد المعرفة، ثم المبحث الرابع والأخير: نص على الخدمات البنكية الالكترونية.

- الفصل الثاني: وهو الفصل التطبيقي تناولنا فيه القيام بالدراسة الميدانية والتي تعكس واقع تطوير الخدمات البنكية الجزائرية في ظل اقتصاد المعرفة تم التعرف فيه على عموميات حول الجهاز المصرفي الجزائري في المبحث الأول، أما المبحث الثاني: فتناولت فيه واقع الخدمات البنكية في المصارف الجزائرية، ثم تطرقت الى الاتجاهات الحديثة في مجال الخدمات البنكية في الجزائر في ظل اقتصاد المعرفة، والمبحث الرابع: تحديات الصيرفة الالكترونية في الجزائر.

.X صعوبات الدراسة:

لقد واجهتني مجموعة من الصعوبات التي حالت دون إتمام بحثي في وقت مبكر، ومن بين هذه الصعوبات

- ü قلة المراجع من حيث صعوبة الحصول عليها ؛
- ü قلة المراجع المتخصصة في مجال الاقتصاد المعرفي في الجزائر ؛
- ü نقص المعطيات الإحصائية المتعلقة بالموضوع محل الدراسة خاصة الشق المتعلق بالجزائر.

الفصل الأول: الخدمات البنكية وعلاقتها باقتصاد المعرفة.

تمهيد :

لقد شهدت بيئة الاقتصاد الحالي خلال السنوات الأخيرة تغيرات جذرية وهذه التغيرات هي جزء من سياسة العولمة والتي أفرزت كما هائلاً من التطبيقات شملت جميع القطاعات الاقتصادية ويمكن اعتبار قطاع الخدمات المالية والمصرفية أكثر القطاعات الاقتصادية استفادة من هذه التغيرات الهائلة والمتسارعة في مجال الخدمات الالكترونية والاتصال وذلك لامتلاك القطاع المصرفي إمكانيات مالية ضخمة تمكنه من الاستثمار في قطاع الخدمات الالكترونية . ولقد أدت التطورات التكنولوجية الحديثة إلى استخدامات الكترونية مهمة في ميدان القطاع المصرفي وفي مقدمتها استخدام البنك الالكتروني والذي يحتاج استخدامه إلى بيئة ملائمة تسهل إمكانية تطبيقه وهكذا فقد تميز القرن (21) بقوى جديدة محركة للاقتصاد ولم تعد الأرض أو صاحب رأس المال، هي العوامل الأساسية للقوى الاقتصادية وإنما أصبح المورد المعرفي أو المعلوماتي هو المحرك الأساسي للاقتصاد وهكذا أصبح رأس المال الفكري وتكنولوجيا المعلومات هي القوى الأساسية المحركة للاقتصاد المعرفي Knowledge Economic، وهو المفهوم الجديد الذي برز ليحدد ملامحه من خلال اعتبار المعرفة Knowledge والمعلومات Information هي القوى الاقتصادية التي لها التأثير الإيجابي على عمل المنظمات التي تعمل على استغلاله والانتفاع به وجاءت هذه الدراسة لتوضح مفهوم وخصائص الاقتصاد المصرفي وأثره في تطوير حركة الخدمات الالكترونية في النشاط المصرفي .

وهذا ما سأتطرق إليه بالتفصيل في هذا الفصل من خلال المباحث التالية :

- ✓ **المبحث الأول:** ماهية الخدمات البنكية ؛
- ✓ **المبحث الثاني:** ماهية اقتصاد المعرفة ؛
- ✓ **المبحث الثالث:** تطوير الخدمات البنكية في ظل اقتصاد المعرفة ؛
- ✓ **المبحث الرابع:** الخدمات البنكية الالكترونية .

المبحث الأول: ماهية الخدمات البنكية .

لقد زاد الاهتمام في الوقت الحاضر بالخدمات بشكل عام والخدمات المصرفية بشكل خاص، إذ أصبحت عملية تقديمها من ضروريات الحياة اليومية للأفراد، وذلك نتيجة للتعقيدات والصعوبات الحاصلة في الحياة العامة لهم وفي البيئة المحيطة بهم وان الخدمات يمكن أن تكون عنصراً أساسياً في العرض الكلي

المطلب الأول: مفهوم الخدمات البنكية وتقسيماتها .

تعتبر الخدمة المصرفية أهم عناصر المزيج التسويقي، بما تتمتع به خصائص مميزة تنعكس أثارها على بقية العناصر، الأمر الذي يحتم على إدارة المصارف ضرورة تقديم أكبر عدد ممكن من الخدمات المصرفية الشاملة، بحيث يتم تقديم مزيج خدمي متكامل بأفضل جودة ممكنة

الفرع الأول: مفهوم الخدمة المصرفية.

عرفت الخدمة المصرفية Bank service بأنها مجموعة من العمليات ذات مضمون المنفعي الذي يتصف بتغلب العناصر الغير الملموسة والتي تدرك من قبل الأفراد أو المؤسسات من خلال دلالاتها وقيمتها المنفعية التي تشكل مصراً لإشباع حاجياتهم المالية من خلال علاقة تبادلية بين الطرفين¹ .

وتعرف أيضاً بأنها: مجموعة من المهارات الشخصية والمستلزمات المادية والقواعد القانونية التي يتم عرضها وإنتاجها بشكل يتوافق مع توجيهات الزبون لاتخاذ القرارات المالية الرشيدة² .

وعرفت كذلك بأنها: الخدمات التي تقوم بها المصارف عادة، وتقدمها للزبائن بهدف الربح أساساً³ .

ومن التعاريف السابقة نستطيع أن نقول بان الخدمات المصرفية هي كافة الأنشطة والعمليات التي يمارسها المصرف وتكون مصممة لإشباع حاجات ورغبات الزبائن، وفي الوقت ذاته تشكل مصدراً لأرباح المصرف من خلال العلاقة التبادلية بين الطرفين .

¹ محمد النذير معلا، الأصول العلمية لتسويق المصرفي، ط1، دار الميسرة لنشر وتوزيع، عمان، الأردن، 2015، ص74.

² ثامر البكري، احمد الرحومي - تسويق الخدمات المالية، ط1، دار الإثراء لنشر وتوزيع، عمان، الأردن، ص2008، ص82.

³ علاء فرحات طالب، فؤاد رحومي العطار، المزيج التسويقي المصرفي وأثره في الصورة المدركة للزبائن، ط1، دار الصفاء لنشر وتوزيع، عمان، الأردن، 2010، ص60.

الفرع الثاني: تقسيمات الخدمات المصرفية .

يمكن تقسيم الخدمات المصرفية حسب معيارين:

1- حسب معيار نوع الخدمة:

وتنقسم إلى نوعين كما هو موضح في الجدول الآتي :

الجدول رقم (01): تقسيم الخدمات حسب نوع الخدمة

خدمات مصادر الأموال	خدمات توظيف الأموال
- الحسابات الجارة	- الاعتمادات المصرفية
- الودائع لأجل	- القروض
- حسابات التوفير	- بطاقات الائتمان
- الشهادات الادخارية والاستثمارية	
- صناديق الاستثمار	

المصدر: من إعداد الطالبة، عبده ناجي، تسويق الخدمات المصرفية الأسس والتطبيق العملي

في البنوك، اتحاد المصارف العربية، 2003، ص 199.

2- حسب معيار نوع العملاء:

تنقسم إلى نوعين :

الأول خدمات القطاع الأفراد والثاني خدمات قطاع المنظمات كما يوضحه الجدول الآتي:

الجدول رقم (02): تقسيم الخدمات حسب نوع العملاء .

خدمات قطاع الأفراد	خدمات قطاع المنظمات
- الحسابات الجارية	- الحسابات الجارية
- حسابات التوفير	- الودائع لأجل
- شهادات الاستثمار	- خطابات الضمان
- شهادات ادخارية	- تحويلات العملة
- تحويلات العملة	- صناديق الاستثمار
- صناديق الاستثمار	- قروض

المصدر: من إعداد الطالبة، عبده ناجي مرجع سبق ذكره ،

ص : 199 - 200.

المطلب الثاني: خصائص الخدمات البنكية .

تتصف الخدمة البنكية بمجموعة من الخصائص المميزة التي تضفي عليها درجة من الخصوصية من حيث الشكل والمضمون، والتي يمكن تلخيص أهم هذه الخصائص في ما يلي:
الفرع الأول: عدم الملموسية .

وهذه الصفة عامة للخدمات كلها، وكذلك الحال بالنسبة للخدمات المصرفية، ونعني هذا بالملموسية بان الخدمات المصرفية لا مكن مشاهدتها أو سماعها أو الإحساس بها قبل أن يتم شرائها، وعليه فان مهمة المقدم للخدمة (البائع)، هي جعلها ملموسة بطريقة أو بأخرى . إن عدم ملموسية الخدمة المصرفية، تجعل منها غير قابلة للجرد أو التخزين، وبالتالي طالب الخدمة عليه الانتظار للحصول على خدمته محل الطلب، لذا فمن الناحية العلمية أن إشباع واستهلاك الخدمة يحدث في نفس الآونة، لذا يصعب علينا معاينتها .
ومن ابرز الانعكاسات والمضامين كون الخدمة غير ملموسة، فان المصارف غير معنية بنشاطات التخزين والنقل والرقابة على التخزين وغيرها من النشاطات المرتبطة أصلا بالسلع الملموسة¹ .

الفرع الثاني: التلازم .

تلازم عمليتي إنتاج الخدمة وتوزيعها فالخدمة ترتبط عموما بمؤشر الاستهلاك والانتفاع المباشر بوقت إنتاجها أي أنها تنتج وتستهلك أو ينتفع منها بذات الوقت وعليه فالخدمة البنكية مرتبطة أو متلازمة بمنتجها أو مقدمها وهي نتيجة منطقية لتشارك الخبرة والأدوات والعمليات المنجزة التي ينتج عنها الخدمة، فضلا عن كون المستهلك المنتفع يشترك في أحيان كثيرة في تصميم الخدمة مع منتجها² .

الفرع الثالث: لا يمكن صنع الخدمة مقدما أو تخزينها .

من المستحيل إنتاج الخدمة وتخزينها في انتظار العميل، حيث تعد الخدمة عند حضور العميل بما يتناسب مع طلبه .

¹ محمود احمد محمود، تسويق الخدمات المصرفية (مدخل نظري تطبيقي)، ط1، دار البركة للنشر وتوزيع، عمان، الأردن، 2001، ص43.

² ثامر البكري، مرجع سابق، ص93.

الفرع الرابع: الخدمة المصرفية تنتج وتستهلك في نفس الوقت وغير قابلة لاستدعاء مرة أخرى .

بمجرد أن تقدم الخدمة للعميل فإنه يستهلكها في اللحظة التي تقد له وبالتالي فإن العميل لا يستطيع تداول هذه مع طرف ثالث، كما أن الخدمة المصرفية التي تقدم للعميل لها طبيعة مختلفة من حيث أنها غير قابلة للاستدعاء مرة أخرى بعد تقديمها وبمجرد أن تقدم الخدمة للعميل يستهلكها في التو واللحظة .

الفرع الخامس: التشتت الجغرافي .

ليس هناك حدود جغرافية بين المطالب والاحتياجات المصرفية للعملاء، فهناك طلب محلي موزع على أماكن جغرافية متفرقة داخل أي بلد وهناك طلب خارجي يتمثل في الطلب على التحويلات المصرفية بين الدول وبعضها واستخدام بطاقات الائتمان المصرفية خارج حدود الدولة المصدرة للبطاقة وعلى هذا فإن كافة الخدمات على اختلاف أنواعها يجب تقديمها للعميل حيث يطلبها في اقرب مكان يناسبه مما يجذب العميل على الاستمرار في التعامل مع البنك¹ .

الفرع السادس: الموازنة بين النمو والمخاطرة .

صحيح أن العمل المصرفي يستند على الثقة في التعامل ولكن هناك حقيقة يفترض إدراكها والتي تكمن في ان التوسع و النمو في العمل المصرفي وفي عملية جذب الأموال ومن ثم استثمارها وتنوع مصادرها سمة واضحة، إلا أن المخاطر التي ترافق النشاط الخدمي المصرفي هي الأخرى قد تحدث بسرعة وعلى نحو له تأثير سلبي على هيئة وكيان المصرف ودوام استمرار عمله ونشاطه، مما يعني الموازنة بين النمو والمخاطرة والتي عدت من المسائل الضرورية التي يمكن إخفائها في هذا القطاع .

¹ سامي احمد مراد، تفعيل التسويق المصرفي لمواجهة اثار التجانس، المكتب العربي للمعارف، ط1، القاهرة، مصر، 2007، ص 57.

الفرع السابع: التقلبات في الطلب .

الخدمات المصرفية لا يمكن أن تظهر من دون وجود طلب عليها، هذا الطلب يتخذ شكلا بعدم الاستقرار بسبب التباين في الظروف وتنوع الحاجات، عليه فان التقلبات في الطلب تبدو من السمات الواضحة التي تظهر لظروف معينة أو ظواهر سوقية معينة، لها تأثير على القطاع المصرفي، ولا يشترط أن تكون كل أنواع الخدمات تحت طائل التقلبات وإنما قد تشهد قسما منها حالة استقرار لفترة زمنية طويلة نسبيا وأخرى عكس ذلك .

الفرع الثامن: المسؤولية الائتمانية .

وهي مسؤولية تتبع أصلا من المصرف اتجاه الزبائن وبمختلف صور التعامل وهذه الناحية باتت في حكم المهام الأساسية لدى المصرف والتي لا تحتاج إلى نقاش أو جدال وإلا فان عدم التأكد من المسؤولية الائتمانية في المصرف فان الطرف الثاني والمتمثل في الأفراد والمنظمات أو أي جهة أخرى غير مستعدة للمخاطرة بأرصدها وأموالها في مرافق لا تتضمن المسؤولية الائتمانية¹ .

الفرع التاسع: الاختلاف في طريقة التقديم.

صعوبة تقديم نفس مستوى الخدمة في العديد من الحالات وهو ما يعرف بعدم التجانس في النوعية أو الدقة للخدمة التي تم تقديمها، ويرجع ذلك إلى استحالة تقديم الخدمة البنكية بنفس الدرجة من الإتقان أو الأداء من طرف رجال البيع في البنك لان مقدم الخدمة في الأخير هو إنسان معرض لتغيرات في مزاجه وأحواله النفسية وهو ما ينعكس على جودة أداء الخدمة² .

الفرع العاشر: صعوبة التمييز في الخدمة المصرفية .

الخدمة المصرفية لا تختلف إلا في حدود ضعيفة جدا ولهذا إنها تتصف بقدر كبير من التشابه والنمطية ولقد أدت هذه النمطية إلى محدودية التنافس بين البنوك على أساس جوهر الخدمات مما فرض على المسؤولين في المصارف ضرورة البحث في مجالات أخرى للتنافس كالجودة والإبداع فيما تقدمه المصارف من خدمات لعملائها³ .

المطلب الثالث: عوامل نجاح تقديم الخدمات البنكية.

¹ عبد الرزاق حميدي، محاضرات في التسويق المصرفي، مطبوعة مقدمة لطلبة السنوات الثانية وثالثة " مالية وبنوك، بنوك والتأمينات، تسويق"، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة البويرة، الجزائر، 2015، ص: 41.

² صباح محمد أبو تابة، التسويق المصرفي بين النظرية والتطبيق، ط1، دار وائل لنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2008، ص 70.

³ سليمة عبد الله، دور تسويق الخدمات المصرفية الالكترونية في تفعيل النشاط البنكي (دراسة حالة بنك الشعبي الجزائري)، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، مذكرة منشورة، تخصص تسويق، جامعة الحاج لخضر، باتنة، الجزائر، 2009، ص 34.

لكي تستطيع البنوك أن تقدم الخدمات المصرفية الخاصة بها لابد أن تأخذ بعين الاعتبار العوامل التالية¹ :

- Ø السرية في التعامل: وبالتالي شعور الزبون بالمزيد من الأمان الأمر الذي يساعد على ضمان ولاء الزبون للبنك وعدم خروجه من قائمة الزبائن الكبار له؛
- Ø ضرورة توفير إطارات مؤهلة ومحترفة وذو خبرة متنوعة وعميقة وتستطيع أن توفر حلولاً شاملة ومنفصلة تناسب احتياجات الزبون من حيث الوقت، المكان، السعر، والطريقة المناسبة، والسرعة والدقة اللازمة ؛
- Ø ضرورة فهم طبيعة الزبون وتوقعاته وتوفير راحة التعامل، من خلال المسؤول عن قسم الخدمات المصرفية ؛
- Ø ضرورة توفير مسؤول واحد لكل زبون وذلك لتأمين إقامة علاقات على درجة عالية من الخصوصية ومعرفة وثيقة بمقدم الخدمة ومدير العلاقات وبالتالي ضمان استمرارية العلاقة بين هذا المسؤول والزبون؛
- Ø ضرورة توفير البنك لفريق من المحليين على الصعيدين الجزئي والكلي وذلك لإبقاء الزبائن على معرفة بأحدث المستجدات المالية على المستويين المحلي والعالمي ؛
- Ø وجود سياسة واضحة ومفهومة لدى البنك وهذا على أساس أن تركز الأهداف الرئيسية للبنك في بناء علاقات طويلة المدى محوراً الثقة المتبادلة وفهم الأحداث المالية الحالية والمستقبلية للزبائن وتوفير الخدمة المبنية على المعرفة وفقاً للاحتياجات والأهداف ومتطلبات الزبون .

¹ عليوش عبد المالك، أهمية الاتصال التسويقي في تحسين الخدمة المصرفية – دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية -، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر (مذكرة منشورة)، تخصص نقود ومالية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، الجزائر، 2015، ص 08.

المبحث الثاني: ماهية اقتصاد المعرفة.

أصبحت المعرفة المحرك الأساسي للإنتاجية والتنمية الاقتصادية لذا فإن فهم ديناميكية عناصر المعرفة وعلاقتها المتشابكة مع الاقتصاد هي المدخل الأساسي لتحديد ماهية اقتصاد المعرفة

المطلب الأول: اقتصاد المعرفة - مفاهيم أساسية.

الفرع الأول: مفهوم المعرفة .

تعرف المعرفة على أنها سلعة غير منظورة منافية لقوانين السلع المنظورة فهي لا تخضع لقانون الندرة كونها تعتمد على العقل البشري ولا تخضع لقانون تناقص الغلة بل العكس فهي تحقق عوائد متزايدة: بين ثلاث خصائص للمعرفة باعتبارها سلعة اقتصادية من حيث إنتاجها واستعمالها

كما تعني المعرفة استخدام المعلومات والبيانات بكثافة والتي ترتبت بشكل مباشر بقدرات الإنسان الأساسية والمكتسبة التي توفر له الفهم والإدراك والتطور، والتي يتوصل لها من خلال البيانات والمعلومات الخاصة بظاهرة معينة او حالة خاصة في مجال أو مشكلة معينة، ويمكن أن تتحقق هذه المعرفة عن طريق الملاحظة المباشرة للواقع والأحداث مع توفر القدرة على إدراك وفهم طبيعتها¹.

الفرع الثاني: مفهوم اقتصاد المعرفة .

يعرف بعض الاقتصاديين اقتصاد المعرفة بأنه " ذلك الاقتصاد الذي ينتج عن تقدم المعلومات بعد العصر الصناعي، وهو فرع جديد من فروع العلوم الاقتصادية يقوم على فهم جديد لدور المعرفة ورأس المال البشري في تطوير الاقتصاد وتقدم المجتمع .

ويمكن تعريف اقتصاد المعرفة بأنه الاقتصاد الذي تمثل المعرفة الجزء الأكبر من قيمته المضافة، مما يجعلها المكون الأساسي في العملية الإنتاجية حسب مفهوم التسويق، ويزداد النمو بزيادة عنصر المعرفة المرتبطة بالاتصال وتقنية المعلومات، فاقصاد المعرفة يشكل نمطا متطورا من الاقتصاد، يعتمد على المعلوماتية وشبكات الانترنت في مختلف مجالاته مع مواكبة التطور المستمر في الإبداع والابتكار والمعرفة .

¹ فراس عزت الكساسبه، دور اقتصاد المعرفة في تحسين جودة الخدمات المصرفية الالكترونية في القطاع المصرفي السعودي (دراسة حالة مصارف سعودية مختارة)، المجلة العربية للنشر العلمي، العدد 16، 2020، ص 474.

وحسب تعريف وزارتي التجارة والصناعة بالمملكة المتحدة ونيوزيلندا " الاقتصاد المبني على المعرفة هو الاقتصاد الذي تلعب فيه عمليات توليد واستثمار المعرفة دورا أساسيا ومستديما في خلق ثروة الأمم وزيادة كفاءة كافة القطاعات الاقتصادية¹.

وبناء على ما سبق فإن اقتصاد المعرفة مبني على المعرفة التي تعتمد بشكل أساسي على الاتصال وتقنية المعلومات، بالإضافة إلى الابتكار والإبداع، ويطلق على اقتصاد المعرفة بالاقتصاد الجديد الذي يعتمد على الموارد البشرية ذات المهارة العالية (رأس المال البشري)، ويمثل هذا الاقتصاد غالبا في خدمات الأعمال والخدمات المالية، بالإضافة إلى الصناعات التكنولوجية المتقدمة والمتوسطة².

الفرع الثالث: مؤشرات اقتصاد المعرفة وتتمثل في³:

٧ مؤشر الابتكار والبحث العلمي :

من الضروري للمؤسسات الاقتصادية التي تركز على اقتصاد المعرفة العمل من خلال نظام فعال يلتزم بروابط تجارية مع المؤسسات الأكاديمية والمنظمات الأخرى، التي تستطيع مواكبة واستيعاب الثورة المعرفية المتطورة لتلبية الاحتياجات المحلية للدولة؛

٧ مؤشر التعلم المستمر الأساسي في الزيادة الإنتاجية والقدرة على التنافس الاقتصادي :

من واجب الحكومات توفير الأيدي العاملة الماهرة القادرة على الإبداع ضمن بيئة ومناخ ملائم قادر على دمج تقنية المعلومات المتطورة باحتياجات سوق العمل، كما يتعين على الحكومات إنشاء جيل يمتلك أدوات إدارة اقتصاد المعرفة من خلال إدخال تقنية المعلومات الحديثة والاتصالات ضمن البرامج و المناهج التعليمية ؛

٧ مؤشر البنية التحتية التي تبنى على تقنية المعلومات والاتصالات :

يعتبر قطاع الاتصالات وتقنية المعلومات من المحفزات الأساسية للنمو بشكل عام، حيث توفر التكنولوجيا المعلومات الاحتياجات المحلية من خلال نشر وتجهيز المعارف والمعلومات وتكييفها مع تلك الاحتياجات ؛

¹ سفيان فلول، هبة عبد المنعم، اقتصاد المعرفة: ورقة إيطارية، دراسات اقتصادية، صندوق النقد العربي، العدد 51، 2019، ص 11.

² فراس عزت الكساسبه، مرجع سابق، ص 275.

³ فراس عزت الكساسبه، مرجع سابق، ص 475.

٧ مؤشر حوافز تقوم على أسس اقتصادية قوية وجود بيئة اقتصادية قوية توفر حوافز تدعم آليات الاقتصاد الجديد :

من متطلبات اقتصاد المعرفة وجود اطر سياسية وقانونية تهدف إلى زيادة النمو الإنتاجي،وتهدف هذه السياسات إلى جعل تقنية المعلومات والاتصالات أكثر يسر وسهولة وتكون متاحة عند الحاجة، بالإضافة إلى اطر القانونية والسياسية التي تهدف إلى زيادة الإنتاجية والنمو،وتشمل هذه السياسات تهدف إلى جعل تكنولوجيا المعلومات والاتصالات أكثر إتاحة ويسر، العمل على توفير تخفيضات جمركية على المنتجات التكنولوجية مما يساعد على تنافسية البنوك من حيث الخدمات.

المطلب الثاني: خصائص وسمات اقتصاد المعرفة.

والمعرفة هي من الملامح الأساسية لاقتصاد المعرفة باعتبارها من أهم الموارد الاقتصادية الحديثة وتحاول المنظمات والدول الاستفادة منهما لاستدامة النمو الاقتصادي ومن أهم سمات الاقتصاد الجديد¹ :

1 - التجارة الإلكترونية: E - Commerce باختصار يشير مفهوم التجارة الإلكترونية إلى مجمل عمليات البيع والشراء والتسويق والخدمات المختلفة للسلع والمنتجات والخدمات المتنوعة عبر شبكة معلوماتية حاسوبية هائلة والإطار العام للتجارة الإلكترونية (E- C) يتمثل من خلال القيام بالنشاطات التجارية الاقتصادية المختلفة باستخدام الوسائل الإلكترونية الحديثة، أي الانترنت، الحواسيب ... الخ وهكذا سيتم التعامل المصرفي وخدمات الزبائن والإعلانات وكل ما يتعلق بخدمات البيع والشراء بوسائل تقنية الكترونية حديثة وهذا يتطلب قدرات عقلية تتميز بمستويات عالية معتمدة على المعرفة وكيفية تطويرها ؛

2 - الزبائنية: Consumerism هو ما يحفظ حق الزبون في (النوعية والأمان) وفي جميع مجالات الخدمات العامة والمنتجات السلعية وهذه أهم مميزات مجتمعنا المعرفي الجديد الذي يعتمد على اقتصاد المعرفة وذا خصوصية البحث عن الاستثمار في رأس المال المعرفي لإنتاج وابتكار أشياء جديدة تلي دائماً وأبداً رغبات الزبائن ؛

¹ شيرين بدري البارودي، دور الاقتصاد المعرفة في تطوير الخدمات الإلكترونية (دراسة تحليلية عن البنوك الإلكترونية)، بحث مقدم للمؤتمر العلمي الخامس (اقتصاد المعرفة والتنمية الاقتصادية)، معهد الإدارة / الرصافة، هيئة التعليم التقني، العراق، 2005، ص: 4- 5.

3 - **العولمة: Globalization** وهي الظاهرة التي حولت اقتصاد العالم إلى سوق اقتصادية واحدة، وبدأت أدوات العولمة وأذرعها المهمة في إزالة العوائق والحدود على كافة المستويات والوصول إلى أوسع مدى من خلال تطور التكنولوجيا خاصة في مجال المعلومات والاتصالات وهكذا أوجد الانترنت اقتصاداً عالمياً بلا حدود يعمل على مدار الساعة ؛

4 - **الخدمات الذاتية: Self Services** إن من أفضل الوسائل لخدمة الزبائن والأكثر جدوى هي تطبيقات (الخدمة الذاتية S- S) مثل أنظمة الاستجابة الضوئية والشبكات العنكبوتية والتي يستطيع الزبون من خلالها تقديم الخدمة لنفسه ؛

5 - **قلة الكادر والمهارة: Skill - Staff Shortage** إن من أهم ميزات اقتصادنا المعرفي الحديث اقتصاد المعلومات IE هي قلة الكوادر المحلية والمواهب والطاقات المؤهلة للوظائف الشاغرة في قطاع تكنولوجيا المعلومات هو القطاع الأهم في اقتصادنا المعاصر .

المطلب الثالث: دعائم ومتطلبات التحول نحو اقتصاد المعرفة

تتمثل دعائم ومتطلبات التحول نحو اقتصاد المعرفة في :

الفرع الأول: دعائم اقتصاد المعرفة .

يؤكد البنك الدولي بان الانتقال الفعال والناجح لاقتصاد المعرفة يتطلب توافر مجموعة من الدعائم وفيما يلي سوف نحاول أن نفصل في هذه الدعائم :

1- **العمالة الماهرة:** تعد العمالة الماهرة والمتعلمة شرطا أساسيا من شروط النجاح في اقتصاد المعرفة، وذلك من خلال سماحها باكتساب وخلق ونشر واستخدام ذات الصلة بالنشاط الاقتصادي المحلي والتي تهدف لزيادة إنتاجية عوامل الإنتاج الكلية وتحسين معدلات النمو الاقتصادي ؛

2 - **نظام فعال للإبداع:** يرجع توافر نظام فعال للإبداع إلى تواجد شبكة مؤسسات، وقوانين وإجراءات تؤثر على خلق ونشر، واستخدامها للمعرفة، وكيفية إيجادها لبيئة عامة تبحث على تنمية أنشطة البحث وتطوير، ينتج عنها منتجات وعمليات ومعارف جديدة وهو بذلك عامل رئيسي لأجل ضمان التقدم التقني¹ ؛

¹ سمير مسعي، اقتصاديات المعرفة في الجزائر (واقع ومتطلبات التحول)، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه، مذكرة غير منشورة، قسم العلوم الاقتصادية، جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي، الجزائر، 2015، ص129.

3- البنية الأساسية لمجتمع المعلومات: ويقصد بها البنية الأساسية في مجال الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات والى أي حد هي متقدمة ومنتشرة ومتاحة ورخيصة، ولكن في المفهوم الواسع تتضمن كل البنى الأساسية التي تدعم مجتمع معلومات فعال واقتصاد معلومات فعال، وتوفر لكل الناس إمكانية وصول المعلومات والاتصالات بشكل فعال ومقبول اقتصادياً؛

4- نظام اقتصادي ومؤسسي ممكن: الذي يتضمن بيئة اقتصادية كلية مستقرة ومنافسة، وسوق عمل مرنة وحماية اجتماعية كافية، ويقصد به دور الحكومات في توفير الإطار الاقتصادي والحوافز لمجتمع الأعمال وغيرها من الشروط التي تعمل على رفع المعرفة بالإضافة لأداء الفعلي للاقتصاد والنظام والمؤسسي ممكن هو نظام عام تجد فيه كل الوحدات الاقتصادية الفاعلة في السوق محفزات من أجل واستخدام المعرفة .

الفرع الثاني: متطلبات التحول نحو اقتصاد المعرفة .

من أهم متطلبات التحول نحو اقتصاد المعرفة نجد¹ :

1- البنية التحتية حيث تعد البنية التحتية لتقنيات الاتصال والمعلومات لبلد ما العامل الأهم في تحديد قدرته على الانتقال إلى الاقتصاد العالمي المبني على المعرفة، حيث تشكل كثافة الخطوط الهاتفية وانتشار الحواسيب الشخصية ومدى استخدام الانترنت للمؤشرات الأساسية لهذه البنية التحتية ؛

3- يتطلب اقتصاد المعرفة تعزيز فعالية السياق التنظيمي لإنتاج المعرفة بما يضمن قيام نسق للابتكار يقوم على الإدارة الكفؤة لنقل التقنية واستيعابها وتنشيط المعرفة المؤدي إلى توليد تقنيات جديدة بما يحقق غايات الكفاءة الإنتاجية والتنمية البشرية في أن واحد ؛

4- تعتمد قدرة بلد ما على الاستفادة من اقتصاد المعرفة على مدى السرعة التي يمكن من خلالها أن يتحول إلى اقتصاد تعليمي، حيث يكون الأفراد والشركات القادرين على إنتاج الثروة بحسب قدراتهم على التعلم والمشاركة في الإبداع ؛

5- إعادة هيكلة الإنفاق العام وترشيده وإجراء زيادة حاسمة في الإنفاق المخصص لتعزيز المعرفة، ابتداء من المدرسة الابتدائية وصولاً إلى التعليم الجامعي، مع توجيه الاهتمام المركز للبحث العلمي ؛

6- العمل على خلق رأس مال شري وتطويره بنوعية عالية وعلى الدولة خلق المناخ المناسب له

¹ عدنان داوود وآخرون، الاقتصاد المعرفي وانعكاساته على التنمية البشرية نظرية وتحليل الدول العربية مختارة، ط1، دار الجرير لنشر وتوزيع، عمان، الأردن، 2010، ص 82.

7- إدراك المستثمرين والمنظمات أهمية اقتصاد المعرفة ومساهمة المنظمات في تمويل جزء من تعليم العاملين لديها ورفع مستوى تدريبهم وكفاءتهم، وتخصيص جزء مهم من استثماراتها للبحث العلمي والابتكار، وكذلك تعزيز قدرات الأفراد البحثية وبناء الاكتشاف والإبداع¹؛

8- وجود بيئة قانونية وتشريعية ومناخ عام يضمن حرية وشفافية كاملة في تداول وتدوير المعلومات بلا عوائق، بالإضافة إلى بنية اتصالات قوية تسمح بتدفق البيانات بسرعة وسهولة وإدارة تتصف بالمرونة والانفتاح الكامل على أدوات التعامل مع المعلومات وهي الانترنت والأعمال الالكترونية ونظم المعلومات بكل أشكالها المعاصرة .

المطلب الرابع: مظاهر اقتصاد المعرفة المتعلقة بالخدمات البنكية.

تتطلب بيئة الأعمال المصرفية عدم انعزال البنك عن نفسه بل يجب ان يسمح نظامه بالمشاركة في التغييرات التي تحدث، لهذا ظهرت مفاهيم جديدة طورت من العمل المصرفي وتتمثل في المظاهر التالية:

الفرع الأول: الابتكار المصرفي .

يمكن تعريف الابتكار المصرفي على انه توظيف واستخدام مبكر لفكرة ما بواسطة البنك وتجسيدها في شكل خدمة تتميز عن بقية الخدمات المصرفية وهناك وجهة نظر أخرى ترى أن الابتكارات تشمل المنتجات المصرفية التي تزود عملاء البنك بخبرة جديدة وغير مألوفة او فريدة واستثنائية، وتشمل وجهة النظر هذه الأساليب والأدوات التي تجعل تلك المنتجات في متناول العملاء في الوقت والزمن المناسبين وبسعر يرضي هؤلاء العملاء . هذا قد تؤخذ عملية الابتكار شكلين هما² :

- ابتكار منتجات جديدة ؛

- ابتكار أساليب جديدة .

وتتمثل عناصر الابتكار المصرفي في³ :

¹ محمود حسين المرسومي، واقع الاقتصاد المعرفي في العراق والاستفادة من تجارب بعض البلدان الآسيوية، مجلة الكوت للعلوم الاقتصادية والإدارية، العدد 26، العراق، 2017، ص 07.

² رعد حسين الصرن، عولمة جودة الخدمة المصرفية، ط1، مؤسسة الوراق لنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2007، ص 241.

³ طارق طه، إدارة البنوك في بيئة العولمة والانترنت، ط1، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، مصر، 2005، ص 187.

1- السلوك الابتكاري المصرفي: وهو التصرفات التي تصدر عن موظفي البنك والقادرة على إنتاج أفكار جديدة ومفيدة في مجال الخدمات المصرفية حيث تترجم إلى أفكار وأشكال جديدة في الخدمات ؛

2- القدرة الابتكارية المصرفية: أي الطاقات والإمكانات المتوفرة لإنتاج الأفكار الجديدة للخدمات المصرفية وهي المواهب والقدرات التي تمكن موظفي البنك من إقامة علاقات بين زبائن المصرف؛

3- التفكير الإبداعي في المصرف: هو طريقة جماعية لتشجيع التفكير الجماعي لإيجاد وخلق أفكار مصرفية تظهر فائدة .

الفرع الثاني: ظهور مفاهيم إدارية مصرفية حديثة .

تبعاً للتطورات الحاصلة ظهرت مفاهيم إدارية مصرفية حديثة ساعدت على تجسيد اقتصاد المعرفة في القطاع البنكي ونذكر منها :

أولاً: البنك التعليمي .

وهو الذي يتبنى توفير المعلومات للمتعاملين وإتاحة فرصة المشاركة لهم في تحديد المشاكل التي تعترض الأداء بغرض التحسين المستمر في قدرات البنك ويعتمد البنك التعليمي على تطوير ستة مجالات هي¹:

Ø القيادة ؛

Ø الإستراتيجية التشاركية ؛

Ø الهيكل التنظيمي القائم على فرق العمل الوظيفية؛

Ø الثقافة القوية للبنك القادرة على تكيف مع متغيرات البيئة المحيطة به ؛

Ø الموظفين المفوضين في اتخاذ القرارات ؛

Ø المعلومات المفتوحة لكافة مستويات التنظيمية داخل البنك .

ثانياً: إعادة هندسة النشاط المصرفي .

¹ طارق طه، مرجع سابق، ص 139.

يشير مفهوم إعادة هندسة العمليات إلى ضرورة إعادة التصميم للعمليات المصرفية وذلك لغرض تحسين وتطوير شكل وطريقة أداء العمليات المصرفية وهو ما ينعكس في الأخير على شكل وطريقة تقديم الخدمة للعميل وتكلفة أدائها، ويتضمن مفهوم إعادة هندسة العمليات المصرفية ضرورة إحداث تغيير في المسؤوليات المرتبطة بأداء العمليات المصرفية المختلفة داخل البنك وكذلك ضرورة إجراء تغيير في الأدوات والأساليب¹.

¹ هشام طلعت، إعادة هندسة نظام العمل المصرفي، جريدة أموال الغد، على الموقع الإلكتروني: <http://amwalalghad.com>، اطلع عليه بتاريخ 2021/03/06، سا 23:15

المبحث الثالث: تطوير الخدمات البنكية في ظل اقتصاد المعرفة .

إن عملية تطوير الخدمات البنكية عملية ضرورية وحيوية في ظل تزايد المنافسة وتوسع حاجيات الزبائن وتغيرها بشكل سريع وهذا ما يحتم ضرورة إضافة مزايا جديدة للخدمات الحالية مما يعزز الدور التنافسي للبنك .

المطلب الأول: مفهوم تطوير الخدمات البنكية ومصادرها .

وسوف نتطرق في هذا المطلب على مفهوم تطوير الخدمات المصرفية ومختلف مصادرها .

الفرع الأول: مفهوم تطوير الخدمات المصرفية .

تقتضي الطبيعة الديناميكية للسوق المصرفية من الإدارة المصرفية أن تكون واعية ومدركة لطبيعة وخصائص البيئة المحيطة بالمصرف، إذ تكمن قدرة المصرف على البقاء والاستمرار في السوق بقدرة الاستجابة لمقتضيات التغيير والتفاعل مع هذه البيئة، فالتطوير هو التقدم والامتياز والارتقاء والنمو والتنمية وهو كل ذلك وأكثر، وهو جهاز المناعة ضد الانكماش والتأخر، وهو إحدى مقومات التواجد الرئيسية لأي مصرف

وقد يقصد بتطوير الخدمة طرح خدمات معروضة حالياً في الأسواق، ولكنها جديدة على البنك أو قيام البنك بتقديم خدمات جديدة على الأسواق .

وعملية تطوير الخدمات المصرفية هي عملية شاملة ومتكاملة تهدف إلى تعزيز القوى التنافسية للمصرف، من ثم زيادة ربحيته على المدى الطويل، إذ أن الزبائن يميلون إلى التعامل مع المصارف التي تكون قادرة على تطوير خدماتها بشكل مستمر¹ .

¹ محمود جاسم الصميدي، ردينة عثمان يوسف، التسويق المصرفي مدخل استراتيجي (كمي، تحليلي)، ط1، دار المناهج لنشر وتوزيع، عمان، الأردن، 2001، ص 249.

الفرع الثاني: مصادر تطوير الخدمات المصرفية .

هنالك مجموعة من المصادر لتطوير الخدمات المصرفية يمكن تلخيصها في:

أولاً: مصادر داخلية¹.

1- مديري البنك ورؤساء قطاعاته: يمكن لمديري البنك ورؤساء قطاعاته التنفيذية نتيجة

لمعايشتهم الواقع العملي والظروف المختلفة المحيطة بالبنك ؛

2- موظفي البنك: نتيجة للاحتكاك المباشر بين موظفي البنك وعملائه ومن هذا المنطلق

يتعرف الموظفون

على الانطباع المتولد لدى العميل عن الخدمة ومدى ملائمتها لإشباع احتياجاته

ورغباته، وكل ملامح حول تطوير الخدمة المصرفية من نواحي هذا التطوير أو أوجه

القصور؛

3- إدارة التسويق بالبنك: من وظائف الإدارة التسويقية للبنك هو العمل على تحسين

وتطوير الخدمات المصرفية وتقوم إدارة التسويق المصرفي بالبنك من خلال الدراسات التحليلية.

ثانياً: المصادر الخارجية².

1- البحوث والدراسات الأكاديمية: المتخصصة التي تقدم الأفكار الجديدة والمبتكرة من خلال

البحوث والدراسات والمؤتمرات واللقاءات المتخصصة، التي تتعدّد بشكل دوري غالباً ما

تعتبر مصدراً غنياً للأفكار الجديدة للمنتجات والخدمات البنكية ؛

2- المنافسون: إن تحليل المنافسون والذي يتم من خلاله تحليل نقاط القوة والضعف للبنك

وعلى صوابها يتم تحديد الفرص لتمييزه ككل أو كخدمة بنكية معينة، إذ أن البنك يستطيع

أن يتعلم من الأخطاء والنجاحات التي تحقّقها البنوك المنافسة، ليتجنب الوقوع في نفس

الأخطاء ويعزز النجاحات التي يحقّقها المنافس لصالحه ؛

3- علاقات الزبون بتطوير الخدمة: من المهام الرئيسية الموكلة لتسويق الخدمات المصرفية

تكمن في جذب الزبون واستمرارية تعزيز الثقة معه، وتهدف إلى بناء علاقات الخدمة المتميزة

¹ أسيا قاسمي، اثر العولمة المالية على تطوير الخدمات المصرفية وتحسين القدرة التنافسية للبنوك التجارية، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في العلوم الاقتصادية، تخصص اقتصاديات المالية والبنوك، جامعة احمد بوقرة، بومرداس، الجزائر، 2015، ص 277.

² أسيا قاسمي، مرجع سابق، ص 277.

على المدى الطويل وتحصيل الرضا الكلي له عن الخدمات المصرفية، فالزبون أصبح يطمح في تعاملاته وضع جوانب جودة الخدمة في مقدمة الأمور المطلوبة ؛

4- معرفة ما تحتاجه الحوكمة أو المنظمات الحكومية: بعد اتساع وتطوير دور الدولة وقيامها بتعظيم دورها في تخطيط وترويج وتقديم الخدمات والأنشطة الاقتصادية الاجتماعية، أصبحت الدولة في حاجة إلى خدمات مصرفية ذات طابع ومواصفات خاصة لخدمة هذا الدور، ومن خلال تطلعات الدولة يمكن للبنوك اكتشاف مجموعة من الخدمات المصرفية التي يمكن إدخالها لأول مرة والقيام بتطوير الخدمات الحالية لتتوافق مع احتياجات الدولة .

المطلب الثاني: مراحل وطرق تطوير الخدمات البنكية .

هنالك ثلاث مداخل أساسية لعملية تطوير الخدمات المصرفية وهي¹ :

- تعديلات على نوعية الخدمة المصرفية ؛
- تعديلات في خصائص الخدمة المصرفية ؛
- تعديلات على نمط الخدمة المصرفية .

الفرع الأول: تعديلات على نوعية الخدمة المصرفية .

تهدف إلى تحسين المصدقية والنوعية والمقدرة على الاستمرار في تقديم الخدمة ضمن المستوى نفسه، بغية جذب واستقطاب زبائن جدد وامتلاك أكبر قدر ممكن من الزبائن في السوق بحيث تزداد فرص الربح بشكل أكبر من فرص الربح العادية، إلا أنه في الوقت ذاته يجب على البنك الأخذ بعين الاعتبار أن تكون التعديلات على النوعية منسجمة ومتوافقة مع النوعية المرغوبة من قبل الزبائن المستهدفين .

الفرع الثاني: التعديلات في خصائص الخدمة المصرفية .

تعتبر عملية تحسين وإضافة فوائد ومزايا جديدة لخدمة مصرفية قائمة هي الأكثر ملاءمة، وبشكل عام تعتبر الطريقة الأرخص والأسرع للمحافظة على الوضع التنافسي للمصرف في السوق، ولكن يؤخذ عليها (الطريقة) أنها تقلد بسهولة وبسرعة من طرف المنافسين .

¹ عامر بشير، دور الاقتصاد المعرفي في تحقيق الميزة التنافسية للبنوك (دراسة حالة الجزائر)، اطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، 2011-2012، ص: 270-271.

الفرع الثالث: التعديلات على نمط الخدمة المصرفية .

ويتضمن ذلك التعديلات على كيفية تقديم الخدمة المصرفية للزبائن، وقد يأخذ مفهوم تطوير الخدمة المصرفية أشكالاً متعددة هي :

- ابتكار خدمات مصرفية جديدة لكل من المصرف والسوق ؛
 - تطوير خدمات مصرفية مكملة أو بديلة: وتلجا إليها بعض المصارف في حالة التوجه إدارة المصرف لتحويل طلب الزبائن من خدمة مصرفية معينة في أوقات الازدحام وخاصة أثناء وقوفهم في صف الانتظار، إلى خدمات مصرفية مكملة أو بديلة يتم تطويرها لحل هذه المشكلة
- المطلب الثالث: عوامل تطوير الخدمات البنكية في ظل اقتصاد المعرفة .**

إن من بين الأهداف المهمة لعملية تطوير الخدمات المصرفية زيادة الإنتاجية للمصرف وذلك عن طريق توفير أو استخدام مجموعة من العوامل أهمها¹ :

- استخدام تطبيقات التكنولوجيا المتقدمة ؛
- توفر رأس المال الفكري (التفكير الإبداعي) في المصارف ؛
- توفر ثقافة الخدمة المصرفية (المعارف) .

الفرع الأول: أهمية التكنولوجيا في تطوير الخدمات المصرفية .

إن استخدام التكنولوجيا في تنفيذ تقديم الخدمات المصرفية المختلفة يزيد من كفاءة وفعالية أداء المصرف، من خلال سرعة انجاز الخدمة الحالية والدقة في تنفيذها، كما تمثل مصدراً كثيراً من الخدمات المصرفية الجديدة . فالواضح انه هناك فرق كبير بين تنفيذ مختلف العمليات باستخدام الورق مقارنة باستخدام الوسائل الالكترونية لا من حيث كيفية تقديم الخدمة ولا من حيث التكلفة، فتكلفة صرف الشيكات كبيرة بكثير مقارنة باستخدام بطاقات السحب البنكية .

¹عاملا بشير، مرجع سابق، ص: 271-272.

الفرع الثاني: توفر رأس المال الفكري (التفكير الإبداعي) .

إن التفكير الإبداعي هو عملية جماعية تشجع التفكير على إيجاد وخلق الأفكار، وهذا يعني أن الهدف الأساسي للتفكير الإبداعي المصرفي في تشجيع عملية توليد الأفكار المصرفية وتظهر فائدة هذا النوع من التفكير في حل المشكلات المصرفية، ويعد هذا النوع من التفكير بمثابة الخطوة الأولى في برنامج عولمة جودة الخدمة المصرفية لأنه ذو قدرة هائلة على التعامل مع المشكلات بأسلوب سهل وبسيط بالإضافة إلى قدرة تكيفه مع المستجدات الجديدة في السوق المصرفي الدولي

وتظهر أهمية التفكير الإبداعي في مجال صناعة الخدمات المصرفية بتأثير نوعين من القوى، الأولى: داخلية ناتجة عن الحاجة المستمرة لتطوير الخدمات المصرفية للتوسع والامتداد بغية إشباع رغبات واحتياجات الزبائن، والثانية قوى خارجية من البيئة المحيطة بالمصرف ناتجة عن ظهور قيم جديدة وحدة المنافسة بين المصارف العالمية .

الفرع الثالث: توفر ثقافة الخدمة المصرفية (المعارف) .

فالمعارف المكتسبة من ثقافات الخدمة المصرفية تعد أساسا للتطوير الفعال في تصميم المصرف وخدماته، وتطويره وخلق الميزة التنافسية التي يمكن اكتسابها من ثقافة الخدمة، خصوصا بعد التطورات التي لحقت بتقنيات ووسائل الاتصالات والمعلومات فالجديد في إدارة المعارف في المصارف اليوم هو استعمال الثقافات المعاصرة للمعلومات كالانترنت ووكلاء البرمجيات لتنظيم وتسهيل وتعجيل إدارة المعرفة على مستوى المصرف ويرتبط مديرو المصارف العالميون عولمة جودة الخدمة المصرفية بإدارة المعرفة عن طريق التعليم الجامعي والتعليم المستمر و المصرف المتعلم .

المبحث الرابع: الخدمات البنكية الإلكترونية .

المطلب الأول: البنوك الإلكترونية .

شهدت الساحة المصرفية خلال العشرية الأخيرة توسعا كبيرا في التكنولوجيا البنكية من أبرز مظاهرها انتشار البنوك الإلكترونية التي تعد اتجاها حديثا ومختلفا عن البنوك التقليدية لما تحققه من مزايا عديدة .

الفرع الأول: مفهوم البنوك الإلكترونية ونشأتها .

المقصود إذن بالصيرفة الإلكترونية هو إجراء العمليات المصرفية بشكل إلكتروني والتي تعد الانترنت من أهم أشكالها، وبذلك فهي بنوك افتراضية تنشئ لها مواقع إلكترونية على الانترنت لتقديم خدمات نفس خدمات موقع البنك من سحب ودفق وتحويل دون انتقال العميل إليها .

وتعود نشأة الصيرفة الإلكترونية إلى بداية الثمانينات تزامنا مع ظهور النقد الإلكتروني، أما استخدام البطاقات كان مع بداية القرن الماضي في فرنسا على شكل بطاقات كرتونية تستخدم في الهاتف العمومي،

فحال منتصف التسعينات ظهر أول بنك إلكتروني في الولايات المتحدة الأمريكية يميز بين نوعين من البنوك كلاهما يستخدم تقنية الصيرفة الإلكترونية :

v البنوك الافتراضية (بنوك الإنترنت): تحقق أرباحا تصل إلى ستة أضعاف البنك العادي.
v البنوك الأرضية: وهي البنوك التي تمارس الخدمات التقليدية وخدمات الصيرفة الإلكترونية وعموما يرجع ظهور وانتشار البنوك الإلكترونية إلى عاملين أساسيين¹:

u تنامي أهمية ودور الوساطة بفعل تزايد حركية التدفقات النقدية والمالية إما في مجال التجارة أو مجال

الاستثمار والناجحة عن عولمة الأسواق ؛

u تطور المعلوماتية وتكنولوجيا الإعلام والاتصال، أو ما يعرف "بالصدمة التكنولوجية" والتي كانت في كثير من الأحيان استجابة للعامل الأول .

¹ رحيم حسين، هواري معراج، الصيرفة الإلكترونية كمدخل لعصرنة المصارف الجزائرية، مداخلة مقدمة إلى ملتقى المنظومة المصرفية والتحويلات الاقتصادية - واقع تحديات - جامعة حسيبة بن بوعلي، الشلف - الجزائر، يومي 14 / 15 ديسمبر 2004، ص 317.

الفرع الثاني: أنماط البنوك الإلكترونية .

وفقا لدراسات عالمية أثبتت أن هناك ثلاث صور أساسية للبنوك على الانترنت تتمثل في:

الصورة الأولى: الموقع المعلوماتي Informational: يمثل المستوى الأساسي والحد الأدنى للنشاط الإلكتروني المصرفي، ويسمح هذا الموقع للبنك بتقديم معلومات حول برامجه ومنتجاته وخدماته المصرفية.

الصورة الثانية: الموقع الاتصالي Communicative: يتيح هذا الموقع عملية التبادل الاتصالي بين البنك والعملاء مثل البريد الإلكتروني، تعبئة طلبات أو نماذج على الخط، وتعديل معلومات القيود والحسابات والاستفسارات ؛

الصورة الثالثة: الموقع التبادلي Transactional: ويمكن من خلاله أن يمارس البنك نشاطاته في بيئة إلكترونية، كما يمكن للعميل القيام بمعظم معاملاته إلكترونيا من سداد قيمة الفواتير، وإدارة التدفقات النقدية، وإجراء كافة الخدمات الاستعلامية سواء داخل البنك أو خارجه

الفرع الثالث: مزايا البنوك الإلكترونية .

تفرد البنوك الإلكترونية في تقديم خدمات متميزة عن غيرها من البنوك التقليدية تلبية لاحتياجات العميل المصرفي وهو ما يحقق للبنك مزايا عديدة عن غيره من البنوك المنافسة، وفيما يلي توضيح لمجالات تميز البنوك الإلكترونية¹:

1- إمكانية الوصول إلى قاعدة أوسع من العملاء:

تتميز البنوك الإلكترونية بقدرتها على الوصول إلى قاعدة عريضة من العملاء دون التقيد بمكان أو زمان معين، كما تتيح لهم إمكانية طلب الخدمة في أي وقت وعلى طول أيام الأسبوع وهو ما يوفر الراحة للعميل، إضافة إلى أن سرية المعاملات التي تميز هذه البنوك تزيد من ثقة العملاء فيها .

2- تقديم خدمات مصرفية كاملة وجديدة:

تقدم البنوك الإلكترونية كافة الخدمات المصرفية التقليدية، وإلى جانبها خدمات أكثر تطوراً عبر الانترنت تميزها عن الأداء التقليدي مثل:²

- ✓ شكل بسيط من أشكال النشرات الإلكترونية الإعلانية عن الخدمات المصرفية ؛
- ✓ إمداد العملاء بطريقة التأكد من أرصدهم لدى المصرف ؛
- ✓ تقديم طريقة دفع العملاء للكمبيالات المسحوبة عليهم إلكترونياً ؛
- ✓ كيفية إدارة المحافظ المالية (من أسهم و سندات) للعملاء ؛
- ✓ طريقة تحويل الأموال بين حسابات العملاء المختلفة .

3 - خفض التكاليف:

الخفض من أهم ما يميز البنوك الإلكترونية أن تكاليف تقديم الخدمة منخفضة مقارنة بالبنوك العادية، ومن ثم فإن تقليل التكلفة وتحسين جودتها هي من عوامل جذب العميل، ففي دراسة تقديرية خاصة بتكلفة الخدمات المقدمة عبر قنوات مختلفة تبين أن تكلفة تقديم خدمة عبر فرع البنك تصل إلى 295 وحدة، في حين تقل عنها فيما لو قدمت من خلال شبكة الانترنت بتكلفة 4 وحدات، وتصل إلى تكلفة واحدة من خلال الصرافات الآلية .

¹ منير الجنبهي، ممدوح الجنبهي، البنوك الإلكترونية، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2005، ص 15.

² عبد المنعم راضي، فرج عزت، اقتصاديات النقود والبنوك، البيان للطباعة والنشر، الإسكندرية، 2001، ص 32.

4 - زيادة كفاءة البنوك الالكترونية:

مع اتساع شبكة الانترنت وسرعة إنجاز الأعمال عن البنوك التقليدية أضحت سهلا على العميل الاتصال بالبنك عبر الانترنت الذي يقوم بتنفيذ الإجراءات التي تنتهي في أجزاء صغيرة من الدقيقة الواحدة بأداء صحيح وبكفاءة عالية مما لو انتقل العميل إلى مقر البنك شخصيا وقابل أحد موظفيه الذين عادة ما يكونون منشغولون عنه .

5 - خدمات البطاقات :

توفر البنوك الالكترونية خدمات متميزة لرجال الأعمال والعملاء ذوي المستوى المرموق مثل خدمات سامبا الماسية والذهبية المقدمة لفئة محددة من العملاء على شكل بطاقات ائتمانية وبخصم خاص، ومن هذه البطاقات بطاقة سوني التي تمكن العميل من استخدامها في أكثر من 18 مليون من أكبر الأماكن، وتشتمل على خدمات مجانية على مدار الساعة برقم خاص، خدمة مراكز الأعمال، الإعفاء من رسوم وعمولات الخدمات البنكية، بالإضافة إلى كثير من الخدمات الخاصة الأخرى¹.

وعموما تتيح البنوك الالكترونية خيارات أوسع للمتعاملين بها وحرية أكثر في اختيار الخدمات ونوعيتها، إلا أن التحدي الأكبر يتمحور حول مدى فعالية هذه الصيرفة في كسب ثقة العملاء فيها وهو ما يتطلب من المصرف توفير قاعدة من البيانات لتأدية الخدمات بكفاءة عالية .

¹ نهلة أحمد قنديل، التجارة الالكترونية، بدون دار نشر، القاهرة، 2004، ص 88.

المطلب الثاني: الخدمات المصرفية الالكترونية .

فيما يلي نستعرض خدمات الصيرفة الالكترونية والوسائل المتصلة:

أولا: الصيرفة الالكترونية من خلال الصرافات الالكترونية:

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

1- الموزع الآلي للأوراق (D.A.B) Distributeur Automatique de Billes: هو آلة

أوتوماتيكية تسمح للعميل عن طريق بطاقة الكترونية بسحب مبلغ من المال دون حاجة اللجوء إلى الفرع .

جدول رقم (03): الموزع الآلي للأوراق D.A.B

النتائج	التقنية	المبادئ العامة	
- تخفيض نشاط السحب في الفروع	- جهاز موصول بوحدة مراقبة الكترونية تقرأ المدارات المغناطيسية للبطاقة	- يسمح بالسحب لكل حائز على بطاقة السحب	الموزع الآلي للأوراق D.A.B
	- هذه الأخيرة نسجل عليها المبالغ المالية الممكن سحبها أسبوعيا	- يوجد في البنوك، الشوارع، أماكن أخرى	
		- يعمل دون انقطاع	

المصدر: نعمون وهاب، "النظم المعاصرة لتوزيع المنتجات المصرفية وإستراتيجية البنوك"، مداخلة مقدمة إلى ملتقى المنظومة المصرفية الجزائرية والتحول الاقتصادي - واقع وتحديات - جامعة حسيبة بن بوعلي، الشلف - الجزائر، يومي 15/14 ديسمبر 2004،

ص: 273.

2 - الشباك الآلي للوراق (G.A.B) Guichet Automatique Bancaire: هو أيضا آلة أوتوماتيكية أكثر تعقيدا وتنوعا، فبالإضافة إلى خدمة السحب النقدي تقدم خدمات أخرى كقبول الودائع، طلب صك، عمليات التحويل من حساب إلى آخر... إلخ وكل ذلك والشبابيك الأوتوماتيكية للأوراق متصلة بالحاسوب الرئيسي للبنك .

جدول رقم (04): الشباك الآلي للأوراق G.A.B

النتائج	التقنية	المبادئ العامة	الشباك آلي للأوراق G.A.B
- يستعمل من كرف الزبائن في أوقات غلق البنوك، خاصة بالزبون المستعجل	- جهاز موصول بالكمبيوتر الرئيسي للبنك يقرأ المدارات المغناطيسية للبطاقة التي تسمح بمعرفة الزبون للرصيد بفضل رمز سري	- يخول لكل حائز على البطاقة القيام بالعديد من العمليات منها: السحب، معرفة الرصيد، القيام بتحويلات ؛ طلب شيكات .	

المصدر: نعمون وهاب، "مرجع سابق"، ص 274.

3 -نهائي نقطة البيع الالكترونية (T.P.V) Terminal Pointe de Vente: تسمح هذه التقنية بخصم قيمة مشتريات العميل من رصيده الخاص بعد أن يمرر موظف نقطة البيع البطاقة الائتمانية على القارئ الالكتروني الموصول مباشرة مع الحاسوب المركزي للبنك بإدخال الرقم السري للعميل (code pin) أين تخصم القيمة من رصيده وتضاف إلى رصيد المتجر إلكترونيا.

جدول رقم (05): نهائي نقطة البيع الالكترونية T.P.V

النتائج	التقنية	المبادئ العامة	نهائي نقطة البيع الالكترونية T.P.V
- يحل مشاكل نقل الأموال ويوفر الأمن	- فروع موصولة بشبكة تجمع بنوكا مختلفة	- يوضع في المحلات حيث يسمح للعميل بتسوية عملياته التجارية بالبطاقة أثناء التسديد	

المصدر: نعمون وهاب، "مرجع سابق"، ص 275.

ثانيا: خدمة الصيرفة الالكترونية عبر الهاتف " الهاتف المصرفي " Phone Bank .

مع تطور الخدمات المصرفية على مستوى العالم أنشأت المصارف خدمة " الهاتف المصرفي " لتسهيل إدارة العملاء لعملياتهم البنكية وتفاذي البنوك طوابير العملاء للاستفسار عن حساباتهم وتستمر هذه الخدمة 24 ساعة يوميا (بما فيها الإجازات والعطلات الرسمية)، تقدم هذه الخدمة بالاعتماد على شبكة الانترنت المرتبطة بفروع البنك أين تمكن العميل من الحصول على خدمات محددة، فقط بإدخال الرقم السري الخاص به، ومن الخدمات التي يقدمها الهاتف المصرفي على مستوى العالم:

1- يتم تطبيق هذا النظام في " ميلاند بنك " باسم "First Direct Account" عن طريق الاتصالات الهاتفية بإدخال الرقم السري الخاص بالعمل ليحول من حسابه بالمصرف لسداد بعض التزاماته مثل فاتورة التليفون، الغاز، الكهرباء .

2- في المملكة المتحدة الأمريكية أدخلت هذه الخدمة منذ عام 1985 وتعمل بواسطة شاشة لدى العميل في منزله لها اتصال مباشر بالمصرف، وفي عام 1986 تم إدخال خدمات جديدة للهاتف المصرفي تتمثل في خدمة التحويلات المالية من حساب العميل المدفوعة لسداد الكمبيالات والفواتير عليه .

3- وفي نوفمبر 1994 استحدثت " باركليز بنك " خدمة تحويل الأموال، ودفع الالتزامات وأتاحت خدمة الهاتف المصرفي للعميل فرصة التعاقد للحصول على قرض أو فتح إتمادات مستنديه وغيرها .

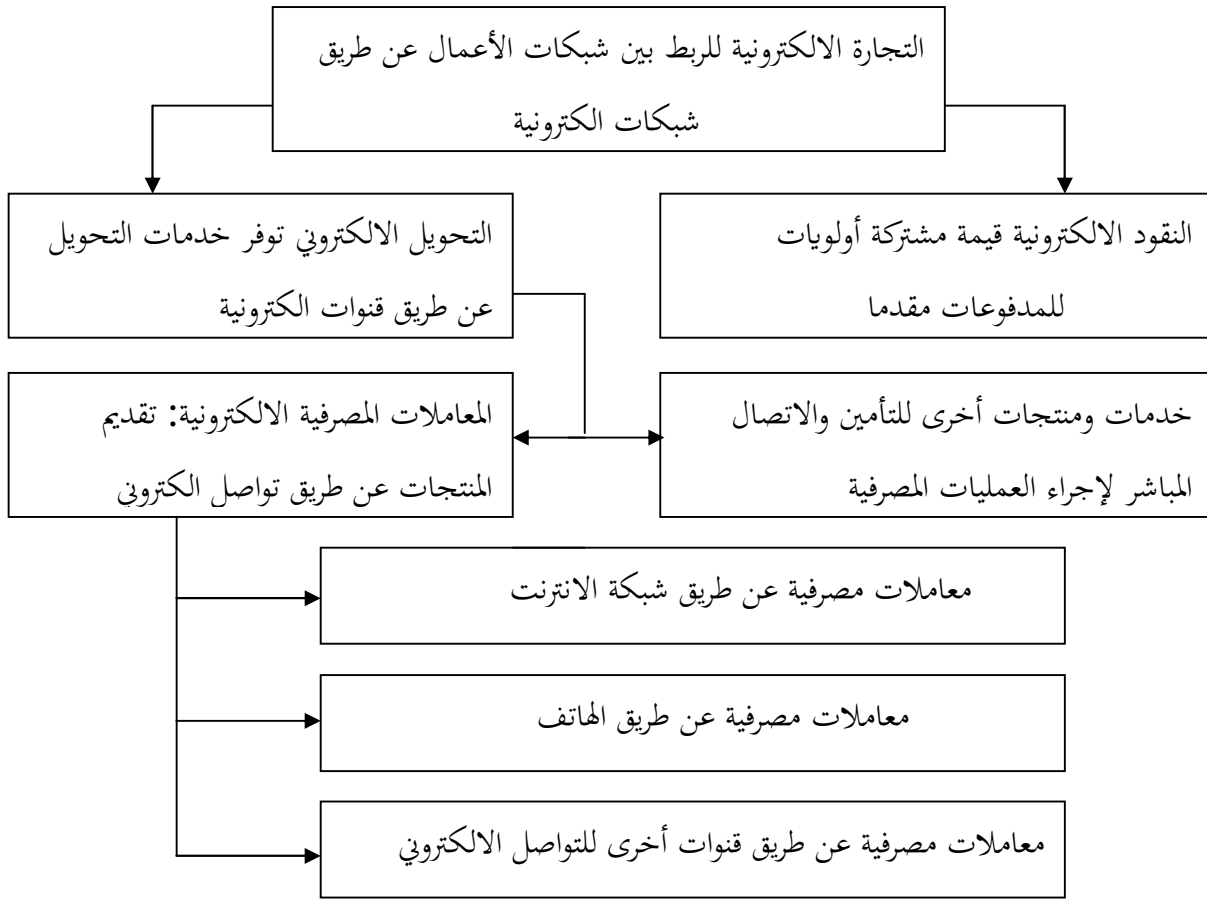
ثالثاً: أوامر الدفع المصرفية الالكترونية وخدمات المقاصة الالكترونية :

تأسست خدمات المقاصة الالكترونية عام 1960، ويتم من خلالها تحويل النقود من حسابات العملاء إلى حسابات أشخاص أو هيئات أخرى في أي فرع ولأي مصرف في دولة أخرى كدفع المرتبات الشهرية من حساب صاحب العمل إلى حساب الموظفين، أو دفع المعاشات الشهرية من حساب هيئة التأمين والمعاشات إلى المستفيدين، أو دفع التزامات دورية من حساب العميل إلى مصلحة الكهرباء، الغاز...¹

كما يتم تسوية المدفوعات المصرفية عن طريق نظام التسوية الإجمالية بالوقت الحقيقي (RTGS) "Real Time Settlement System" ضمن خدمات المقاصة الالكترونية ويتيح هذا النظام بطريقة الكترونية آمنة نقل وتحويل مبالغ مالية من حساب بنكي إلى آخر بسهولة حيث تتم المدفوعات في نفس اليوم وبنفس قيمة اليوم دون إلغاء أو تأخير .

¹ عبد المنعم راضي، فرج عزت، مرجع سابق، ص 31.

شكل رقم (01): صور المعاملات المصرفية الالكترونية



المصدر: جاسم السنوسي، "المصارف الالكترونية"، مقال منشور على الانترنت على الموقع :

www.Bank.Of.cd.com.

المطلب الثالث: مخاطر الصيرفة الالكترونية .

يوجد هناك الكثير من المخاطر التي تحيط بعمل البنك الالكتروني والنقود الالكترونية، إلا أن هذه المخاطر تتباين تبعاً لدرجة تطور التقنية المستخدمة وطرق الإقراض المعتمدة وكذلك طبيعة النظم الأمنية، ومن هذه المخاطر¹ :

- 1 - **خطر سعر الفائدة Interest rate risk**: يتعلق بتحركات غير ملائمة لسعر الفائدة التي قد تخفض من قيمة النقد الالكتروني وبالتالي تؤثر على الوضع المالي للبنك ؛
- 2 - **خطر السيولة Liquidity risk**: ويشكل خطر كبير للبنوك الالكترونية المتخصصة ومصدر هذا الخطر هو الزيادة المفاجئة لاستيراد النقود الالكترونية ؛
- 3 - **خطر السمعة Reputational risk**: يتمثل في محاولة لتدمير النظام الأمني عن طريق إدخال فيروس إلى نظام البنك الالكتروني مما يعطل نظام المعلومات ؛
- 4 - **خطر السوق Market risk**: يأتي من التبادلات الخارجية وقبول العملات الأجنبية في مدفوعات النقد الالكتروني ؛
- 5 - **خطر الائتمان Credit risk**: يتمثل في التوسع في منح الاعتمادات للزبائن خارج السوق المعتاد وعندما ترافقه عدم توفر للمعلومات ؛
- 6 - **خطر التحويل الخارجي Transfer risk**: يتمثل في عدم إمكانية الإيفاء بالالتزامات للعمليات الخارجية بسبب عوامل اقتصادية سياسية اجتماعية ؛
- 7 - **الخطر القانوني Legal risk**: وهذا مصدره الغموض أو الصعوبة في إمكانية تطبيق القوانين وخاصة المتعلقة بالتوقيع الالكتروني .

¹ شيرين بدري البارودي، مرجع سابق، ص 11.

خلاصة الفصل:

لقد حاولنا من خلال هذا الفصل أن نفهم و نؤطر مفهوم الخدمات البنكية والمفاهيم التي لها علاقة بالخدمة البنكية وتطويرها،ومن خلال دراستنا لهذا الفصل نجد أن دور اقتصاد المعرفة في تطوير الخدمات البنكية من خدمات تقليدية إلى خدمات الكترونية، وإدخال التكنولوجيا عليها وذلك من خلال الاهتمام بالبحوث وتطوير والابتكار المصرفي باعتبارهم أهم عوامل تطوير الخدمة البنكية .

ومن ابرز مظاهر التكنولوجيا البنكية الأكثر انتشارا البنوك الالكترونية والتي تعد اتجاه حديثا ومختلفا عن البنوك التقليدية لما حققته من مزايا عديدة المتمثلة في رفع ربحية البنك وتعزيز مكانته التنافسية وكذلك تخفيض تكاليف العمليات البنكية، هذه المزايا التي تتمتع بها البنوك الالكترونية لا تخفي وجود مخاطر عديدة للعمليات البنكية الالكترونية والتي يجب الأخذ بها بعين الاعتبار للحد منها وتفاديها .

الفصل الثاني : الدراسة الميدانية لتطور الخدمات البنكية الجزائرية.

تمهيد :

يعد القطاع المصرفي من أهم القطاعات الاقتصادية وأكثرها تأثرا واستجابة للتطورات الاقتصادية العالمية التي أفرزتها ظاهرة اقتصاد العولمة، والتي تمثلت أهم معالمها في موجة التحولات والتغيرات الجذرية إلي شهدتها الساحة المالية والمصرفية الدولية التي انعكست بشكل واضح على الأنظمة المصرفية لغالبية دول العالم .

ويتكون النظام المصرفي لاقتصاد ما من البنك المركزي والبنوك التجارية والمؤسسات المالية والنقدية ويحتل البنك المركزي الصدارة بحكم وظائفه وعلاقته بالسياسة النقدية العامة أما البنوك التجارية فهي مؤسسات متعددة الوظائف تحتل المركز الفعلي وتماشيا مع ما فرضه اقتصاد المعرفة أجرت الجزائر العديد من الإصلاحات والتغيرات، ومن خلال هذا الفصل سنحاول إلقاء نظرة عامة على الجهاز المصرفي الجزائري وتطورات إضافة إلى واقع الخدمات فيه من خلال أربعة مباحث هي على التوالي :

- عموميات حول الجهاز المصرفي الجزائري .
- واقع الخدمات البنكية في المصارف الجزائرية .
- الاتجاهات الحديثة في مجال الخدمات البنكية الجزائرية في ظل اقتصاد المعرفة .
- تحديات الصيرفة الالكترونية في الجزائر .

المبحث الأول: عموميات حول الجهاز المصرفي الجزائري .

بذلت السلطات الجزائرية بعد الاستقلال مباشرة كل ما في وسعها لاسترجاع كامل حقوق سيادتها بما في ذلك حقها في إصدار النقد وإشياء عملة وطنية، فباشرت بإنشاء البنك المركزي الجزائري سنة 1963 والدينار الجزائري سنة 1964 ، ولهذا من الملائم التطرق في هذا المبحث إلى ماهية الجهاز المصرفي الجزائري والهيكل التنظيمي له ومؤشراته.

المطلب الأول: ماهية الجهاز المصرفي الجزائري .

الفرع الأول: نشأة الجهاز المصرفي الجزائري .

يعتبر النظام المصرفي في الجزائر امتداد للنظام الفرنسي، وتميز بوجود شبكة بنوك هي الأكثر تطورا من أية مستعمرة فرنسية أخرى وكان هناك بنك إصدار أيضا، وكانت وظيفته خدمة الاقتصاد الوطني، دون أن تكون له كل الحقوق التي تمثلها في الدول ذات السيادة. وبجانب البنوك الخاصة كانت هناك بنوك تابعة للقطاع العام إضافة لفروع فرنسية خاصة وعامة ومختلطة وخلال حرب التحرير أضيف بنك التنمية .

أما بعد الاستقلال أحدثت بعض التغيرات في النظام المصرفي نذكر من بينها ما يلي¹:

- 1 - تغيرات مالية: تمثلت في سحب الودائع وهجرة رؤوس الأموال مع من هاجر من المحتلين؛
- 2 - تغيرات سياسية واقتصادية: تمثلت في التوجهات الجديدة للجزائر المستقلة والتطلع لبناء اشتراكية والانفتاح على العالم الخارجي ؛
- 3 - تغيرات إجرائية وإدارية: تمثلت خصوصا في هجرة الإطار المؤهلة لتسيير البنوك؛
- 4 - تغيرات قضائية: تمثلت في تغيير مقرات المصارف وتوقفها عن العمل.

الفرع الثاني: مميزات الجهاز المصرفي الجزائري .

لكل نظام مصرفي خصائص تميزه عن نظام آخر، وهذه الخصائص هي كالآتي¹:

¹ فريدة يعدل، تقنيات وسياسات التسيير المصرفي، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2000، ص 51.

- تعود ملكية النظام البنكي بما فيه البنوك التجارية إلى الدولة: حيث ان السيطرة على رؤوس الأموال البنوك يسمح بالسيطرة على سياستها وأدائها، كما يتيح فرصة توجيهها حسب الأهداف التنموية العامة التي تضعها السلطات العمومية، كما أن هذا التوجه أيضا يخضع للمذهب الاقتصادي ؛
- خضوع النظام البنكي الوطني لقواعد التنظيم واليات الأداء المتماثلة لنظام الاقتصاد الاشتراكي وهذا ينعكس من جهة، على الدور الذي تقوم به السلطات العمومية في تحديد صلاحيات المؤسسات العمومية بواسطة الخزينة في مراقبة التدفقات النقدية لهذا النظام وتوجيهها بطريقة إدارية أيضا ؛
- تعاضد دور الخزينة وهيمنتها على النظام البنكي فهي تعتبر السبب الأول في دفع البنك المركزي إلى إصدار النقود بشكل لا يبرره الوضع النقدي كما تتكفل بتوزيع القرض، وأصبح يتميز بسلبية المفرطة على مستوى الادخار، وعلى مستوى توزيع القرض ورسم السياسات الاقراضية، كما أن البنك المركزي لم يكن رأسا حقيقيا للنظام النقدي، حيث أن إصدار النقود ومراقبة السياسات الاقراضية تتم دون إرادة حقيقية منه ؛
- النشاط البنكي يتم على مبدأ التخصص: أي أن كل بنك يتكفل بتمويل مجموعة من فروع الاقتصاد الوطني وليس له الحق في تمويل فروع من اختصاص بنوك أخرى ؛
- عدم الفعالية المالية إضافة إلى ضعف تشكيلة الخدمات المقدمة ؛
- فقدان الاحترافية كون أن البنوك الجزائرية تخضع قراراتها لسلطة العمومية ؛
- قلة استعمال أجهزة الإعلام الآلي واستخدام الموارد البشرية بكثرة ؛
- عجز التاطير المؤسساتي والبشري بالإضافة إلى ضعف الرقابة والهياكل.

¹ زايزي بالقاسم، اثر تحرير الخدمات المالية على النظام المصرفي الجزائري، الملتقى الوطني حول المنظومة المصرفية في ظل التحولات القانونية والاقتصادية، جامعة بشار، 24 - 25 افريل 2006، ص 09.

الفرع الثالث: أسباب ضعف الجهاز المصرفي الجزائري .

تتمثل هذه أسباب ضعف النظام المصرفي الجزائري في النقاط التالية¹ :

- عجز التسيير (التنظيم، التاطير، ضبط التحول ..) نظرا لغياب الأطارات الكفؤة ؛
- عدم الكفاءة في تقدير الأخطار لعدم أهلية وكفاءة البنوك وجدارتها الائتمانية: نظرا لعدم وجود التكوين الكفاء، عدم اتخاذ إجراءات الحيطة والحذر المعمول به عالميا؛
- عجز أنظمة الإعلام، التسويق والاتصال: لعدم مواكبة التطور التكنولوجي والتقني؛
- غياب المنافسة وتأخر التحديث خاصة التكنولوجي: صغر حجم البنوك وعدم تطبيقها للتكنولوجيا يجعلها غير قادرة على منافسة البنوك الأجنبية ؛
- ضعف دوره كوسيط مالي: فالبنوك حاليا تكتفي بقبول الودائع وتقديم القروض .

المطلب الثاني: الهيكل التنظيمي للجهاز المصرفي الجزائري .

الفرع الأول: الخزينة العمومية وبنك الجزائر .

Ø الخزينة العمومية:

كانت تابعة للخزينة الفرنسية إلى حدود 29 أوت 1962 أين تم الفصل بينهما، ولقد لعبت الخزينة العمومية دورا مهما في إفراغ المؤسسات العمومية، كما يمكن القول أنها حلت الكثير من الأحيان محل البنك المركزي (بنك الجزائر حاليا) في لعب دور الضابط للسياسة النقدية .

Ø بنك الجزائر :

تأسس هذا البنك بالقانون رقم 62 / 144 بتاريخ 13 / 12 / 1962 وهو على شكل مؤسسة عمومية وطنية تتمتع بالشخصية المعنوية والاستقلالية المالية، رأس مال البنك هو ملك للدولة يتم تعيين كل من المحافظ والمدير العام، وكذا مجلس الإدارة مرسوم من رئيس الجمهورية وباقتراح من وزير الاقتصاد، والبنك لا يتعامل مع الأفراد ولا مع المنشآت بل المصارف ومع الدولة الممثلة بالخزينة العامة² .

¹ بلقلم مصطفى، بوشعور راضية، تقييم أداء المنظومة المصرفية الجزائرية، ملتقى الشلف حول إصلاح المنظومة المصرفية الجزائرية، 2005، ص86.

² طاهر لطرش، تقنيات البنوك، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، ط02، 2003، ص201.

الفرع الثاني: البنوك الأولية (التجارية) .

Ø البنك الوطني الجزائري (BNA) :

تأسس بالمرسوم الصادر في 13 / 06 / 1999 ويمكن حصر أهم وظائفه فيما يلي:

- تنفيذ خطة الدولة فيما يخص القرض القصير والمتوسط الأجل وضمان القروض كتسهيلات الصندوق والسحب على المكشوف والتسليف على البضائع والاعتمادات المستندية ؛
- منح القروض الزراعية للقطاع الفلاحي المسير ذاتيا، مع المساهمة في الرقابة على وحدات الإنتاج الزراعي حتى عام 1982، حيث أسس البنك الفلاحي للتنمية ؛
- يقوم بتمويل التجارة الخارجية بالإضافة آلي مساهمته في رأس مال عدد من البنوك التجارية.

Ø القرض الشعبي الجزائري (CPA) :

أنشئ بموجب مرسوم صادر في 11/05/1967 ويقوم بالوظائف التالية¹ :

- تقديم للحرفين والفنادق، وقطاع السياحة والصيد والتعاونيات والمؤسسات الصغيرة والمتوسطة، وكذلك تقديم قروض لأصحاب المهن الحرة وقطاع الري والمياه؛
- يقدم قروضا وسلفيات لقاء سندات عامة إلي الإدارات المحلية، وتمويل مشتريات الدولة والولاية والبلدية والشركات الوطنية ؛
- يقوم بعملية البناء والتسيير من خلال قروض متوسطة وطويلة الأجل .

¹ محمود حميدات، مدخل التحليل النقدي، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1996، ص 129.

Ø البنك الخارجي الجزائري (BEA) :

أنشئ بموجب المرسوم رقم 67 - 204 بتاريخ 1967/10/11 على شكل مؤسسة

وطنية حيث أنه يعمل وفقا للقانون التجاري، ففي الإطار الداخلي يقوم بما يلي :

- تمويل المؤسسات خاصة الشركات الكبرى في ميدان المحروقات؛
- تمويل المؤسسات بالقروض اللازمة للتجهيز سواء كانت مباشرة مثل السحب على المكشوف والتسبيقات المباشرة أو غير المباشرة وتشمل القروض بالتوقيع والاعتمادات المستندية والكفالات ؛
- يمنع القروض الاستثمارية متوسطة الأجل .

أما في الإطار الخارجي فيقوم بما يلي :

- ترقية علاقات الجزائر الخارجية من خلال الاستيراد والتصدير؛
- تمويل التجارة الخارجية وتوفير كل المعلومات المتعلقة بالمؤسسة الخارجية.

Ø بنك الفلاحة والتنمية الريفية (BADR) :

تأسس بالمرسوم رقم 206 / 82 في 1982/03/13 وبصفة عامة يقدم البنك القروض

على الشكل التالي¹:

- قروض العمل والخاصة باليد العاملة .
- قروض التمويل التي تتخصص لتغطية التموين الفلاحي وتطوير الإنتاج الغذائي والحيواني والزراعي على المستوى الوطني وعلى مستوى الريف.
- قروض خاصة بالضمان الاجتماعي والضرائب .

¹ شاكر القرويني، محاضرات في اقتصاد البنوك، ديوان المطبوعات الجامعية، 2000، ص 63.

Ø بنك التنمية المحلية (BDL):

تأسس بالمرسوم رقم 85/85 في 30/04/1985 وهو منبثق عن القرض الشعبي

الجزائري ويقوم بالوظائف التالية:

- خدمة الهيئات المحلية على مستوى البلديات والولايات
- منح القروض القصيرة والمتوسطة الأجل لتمويل عمليات الاستيراد والتصدير
- منح القروض المتوسطة والقصيرة الأجل إلى القطاع الخاص.

Ø الصندوق الوطني لتوفير والاحتياط (CNEP):

تم تأسيسه في 10 أوت 1964، تتمثل مهمته في¹:

- جمع الادخارات الصغيرة للعائلات والأفراد؛
- يقوم بتمويل ثلاثة أنواع من العمليات: تمويل البناء، الجماعات المحلية وبعض عمليات الخاصة ذات المنفعة الوطنية؛
- يقوم بشراء سندات التجهيز التي تصدرها الخزينة العمومية؛
- يمنح القروض لبناء السكن، أو شراء سكن جديد، أو تمويل مشاركة المقترض في تعاونية عقارية.

Ø البنك الجزائري للتنمية (BAD):

تأسس هذا البنك في 07 ماي 1963، تم تحويل اسمه من الصندوق الجزائري للتنمية،

إلى البنك الجزائري للتنمية عام 1972، وفي مجال الإقراض كان يمنح القروض متوسطة وطويلة الأجل لتمويل عمليات التراكم لذلك اعتبر بنك أعمال حقيقي متخصص .

¹ Amour ben Halima Le système bancaire algérien textes et réalité Edition Dahleb Alger.2001.

وحسب تقرير لبنك الجزائر في ديسمبر 2009، فإن البنوك والمؤسسات المالية لا تزال تنشط

حاليا هي 27 بنكا ومؤسسة مالية، هي كالاتي¹:

1 - البنوك:

- البنك الوطني الجزائري BNA ؛
- البنك الوطني الخارجي BEA ؛
- بنك التنمية المحلية BDL ؛
- بنك الفلاحة والتنمية الريفية BADR؛
- القرض الشعبي الجزائري CPA ؛
- الصندوق الوطني للتوفير والاحتياط ؛
- بنك هاوسينغ للتجارة والمالية ؛
- سيتي بنك الجزائر ؛
- السلام بنك الجزائر ؛
- بنك الخليج الجزائر ؛
- بنك باريباس الجزائر؛
- بنك ناتيكسيس ؛
- بنك HSBC الجزائر ؛
- فرانس بنك الجزائر ؛
- بنك العرب الجزائر ؛
- بنك البركة الجزائر ؛
- تراست بنك الجزائر ؛
- بنك كاليون الجزائر ؛
- الشركة العامة للجزائر .

¹ Note d'information sur l'augmentation du capital des banques et établissements financiers communiqué par le 08/12/2009. tiré du site www.bank-of-algeria visité le 06/04/2021.

يلاحظ أن البنوك العمومية تحتل أكبر حصة سوقية تفوق نسبة 90%، بينما البنوك الخاصة الأجنبية لها فروع ومكاتب تمثيل في الجزائر فحصة السوقية لا تفوق نسبة 10% فقط. هذا يدل على أن القطاع الخاص مازال غير قويا على مستوى القطاع المصرفي الجزائري، بمعنى آخر إن عملية التحرير المالي والمصرفي لم تطبق بعد في الجزائر .

2 - المؤسسات المالية :

- شركة إعادة التمويل للرهن العقاري ؛
- صوفيناكس SOFINANCE ؛
- شركة Cetelem الجزائر ؛
- المغرب للتأجير الجزائر (MLA) ؛
- الشركة العربية للإيجار المالي (ALC) .

المطلب الثالث: مؤشرات الجهاز المصرفي الجزائري .

يمكن التطرق إلى مؤشرات الجهاز المصرفي الجزائري من خلال إلقاء نظرة تحليلية لهيكلي الودائع والقروض من سنة 2013 إلى غاية مارس 2019 هذا بالطبع سيسمح بمعرفة السياسات المتبعة فيما يخص كلا من الودائع والقروض :

الفرع الأول: هيكل ودايع الجهاز البنكي الجزائري .

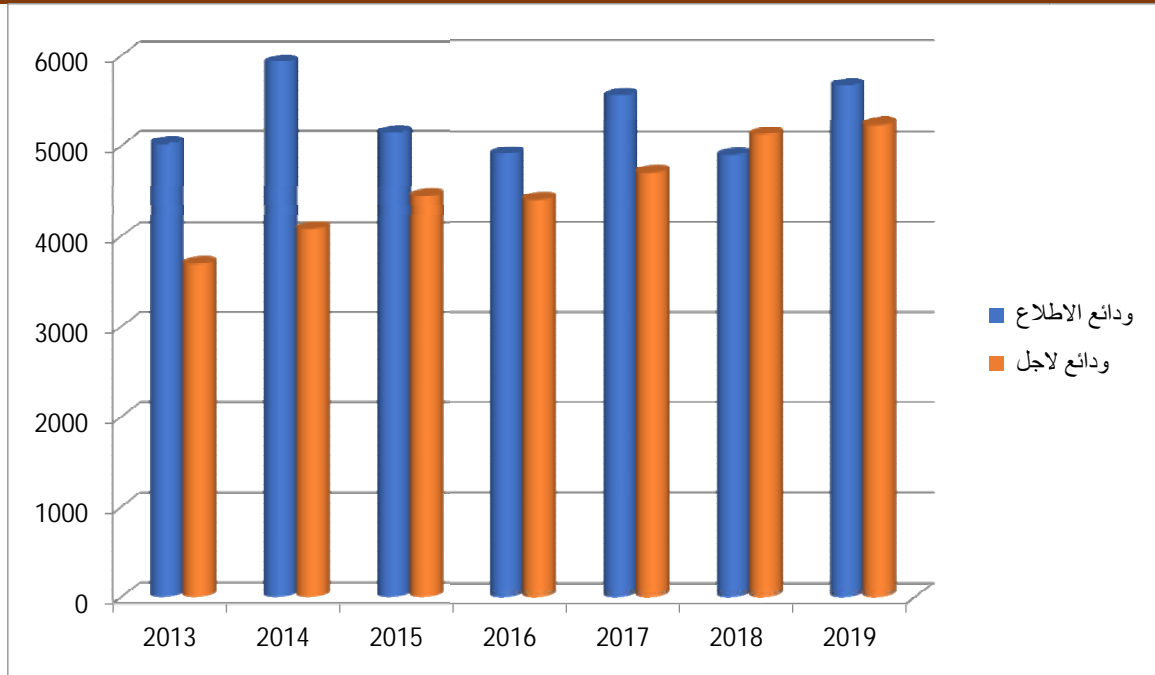
الجدول رقم (06): هيكل الودائع للجهاز المصرفي الجزائري خلال الفترة 2013 - 2019.

- التقييم بملايير الدينارات -

ودائع لأجل		ودائع الاطلاع			البيان		
ودائع بالعملة صعبة	ودائع بدينار	ودائع لدى حساب البريد الجاري	ودائع لدى الخزينة	ودائع لدى البنوك			
370.0	3321.7	3691.7	621.1	860.2	3537.5	5018.7	2013
404.8	3678.9	4083.7	694.5	788.8	4434.8	5918.0	2014
469.0	3947.3	4443.4	707.4	537.2	3891.7	5136.3	2015
479.4	3929.9	4409.3	759.4	405.0	3745.4	4909.8	2016
543.4	4253.9	4708.5	774.5	261.3	4513.3	5549.2	2017
603.4	4529.1	5127.4	5127.4	886.9	311.0	4894.9	2018
659.1	-	5235.1	5235.1	872.7	402.6	5666.1	مارس 2019

المصدر: النشرة الإحصائية الثلاثية، بنك الجزائر، جوان 2019.

الشكل رقم (02): هيكل ودايع الجهاز المصرفي الجزائري خلال الفترة 2013 - 2019 .



المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على معطيات الجدول أعلاه .

من الشكل أعلاه يتضح لنا ان ودائع الاطلاع بالجهاز المصرفي الجزائري اعلي من ودائع لآجل خلال الفترة الممتدة من 2013 إلى غاية 2019 فكانت في تفاوت مستمر إلا انها تقارب نحو التساوي سنة 2018، ثم فاقت ودائع لآجل سنة 2019 وهذا يشكل جانبا سلبيا، مما يعني عدم قدرة المصارف الجزائرية على منح القروض والائتمان متوسط وطويل الأجل .

الفرع الثاني: هيكل القروض .

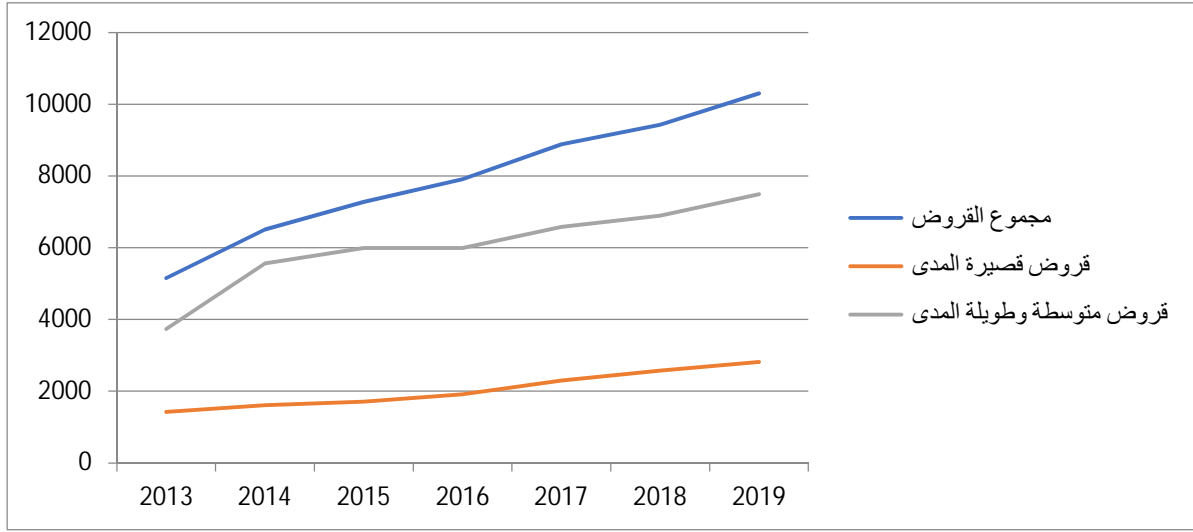
الجدول رقم (07): هيكل القروض حسب الأجل في الجهاز المصرفي الجزائري خلال الفترة

2013-2019: - التقييم بالملايير الدينارات -

التقييم	مجموع القروض	قروض قصيرة المدى	قروض متوسطة وطويلة المدى
2013	5156.3	1423.4	3732.9
2014	6504.6	1608.7	4895.9
2015	7277.2	1710.6	5566.6
2016	7909.9	1914.2	5995.7
2017	8880.0	2298.0	6582.0
2018	9424.2	2575.5	6888.6
مارس 2019	10300.8	2811.3	7489.2

المصدر: النشرة الإحصائية الثلاثية، بنك الجزائر، جوان 2019.

الشكل رقم (03): هيكل القروض حسب الأجل في الجهاز المصرفي الجزائري خلال الفترة 2013 - 2019.



المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على معطيات الجدول أعلاه .

من جدول هيكل القروض حسب الأجل في الجهاز المصرفي الجزائري خلال الفترة 2013 - 2019 نلاحظ :

سجلت نسبة القروض قصيرة الأجل من سنة 2013 إلى مارس 2019 اتجاهها تصاعديا أما القروض المتوسطة وطويلة الأجل فيلاحظ أنها تسير في اتجاه تصاعدي أيضا من سنة 2013 إلى غاية 2015 ثبتت نسبتها وواصلت تصاعدها خلال سنة 2016 إلى غاية 2019.

اعتمادا على التحليل السابق يلاحظ أن اتجاه القروض كان إلى الأجل المتوسط وطويل، وهذا يعكس السياسة التوسعية من اجل التوجه نحو الاستثمار .

المبحث الثاني: واقع الخدمات البنكية في المصارف الجزائرية .

توجهت الجزائر نحو الدخول في الاقتصاد الدولي، فرض على المصارف الجزائرية مواجهة هذه التغيرات المستجدة، حيث ما يميز العمل المصرفي في عصر العولمة المالية هو تقادم دور التكنولوجيا المصرفي، فانتهال المصارف الجزائرية إلى عصر المعلوماتية أوجب عليها ضرورة التكيف مع تغيرات وتطورات المحيط الجديد ومما يجعل ضرورة الإشارة إلى واقع التسويق المصرفي واليات أجهزة الدفع في الجزائر .

المطلب الأول: واقع التسويق المصرفي في الجزائر .

إن الحديث عن واقع التسويق المصرفي يشير بوضوح إلى غياب ثقافة الفكر التسويقي المصرفي في المصارف الجزائرية، ومن الملاحظ ان هذا الغياب ليس بسبب الموارد وإنما تكمن المعوقات في طريقة التفكير والأداء والثقافة التسييرية، وبالتالي فان الحلول الأكثر أهمية في حالة المصارف الجزائرية تتمثل في فتح مجال للتحالفات والشراكات الاستراتيجية مع المصارف العالمية والجهوية التي شهدت تطورا يسمح لها بالاحتكاك واستغلال تجاربها وخبراتها حتى يتسنى لها أن تتنافس في الأسواق العالمية .

ويعتبر التحالف وإحداث الشراكات الحل الأمثل بين المصارف المتطورة والأقل تطورا والتي لها أسواق كبيرة كالسوق الجزائرية، إذ توفر إمكانيات التعاون مزايا متعددة، وتمكن المصارف الجزائرية من اكتساب المفاهيم التسوية الحديثة وطرق الأداء .
والتي تتمثل في :

V التحالفات والشراكات الإستراتيجية في المصارف الجزائرية .

تحتاج المصارف الجزائرية إلى الشراكات والتحالفات الإستراتيجية، والتي تتمثل في نوعين أساسيين :

أ - **التحالفات والشراكات التجارية:** يسمح هذا النوع من الشراكات والتحالفات للمصارف الجزائرية تدارك التأخر فيما يخص كل من :

- **البحث ودراسة الأسواق:** مما يسمح بتخفيض تكاليف الأبحاث ؛
- **ترويج الخدمات المصرفية:** الإشهار باستعمال الإعلانات المشتركة، وهي تسمح باكتساب طرق ترويجية حديثة غير متعارف عليها لحد الآن في السوق المصرفي الجزائري ؛
- **الحضور المشترك في المحافل التجارية والمعارض الدولية:** تسمح المشاركة في التظاهرات التجارية والمعارض الدولية بتحقيق البعد الاستراتيجي للمصارف الجزائرية، ونجاح هذا النوع من الشراكة يعطي عمليات التعاون في المجال المصرفي الديمومة والتوسع ؛
- **توزيع الخدمات المصرفية:** تكون التحالفات والشراكات التجارية في ما يتعلق بعمليات توزيع الخدمات المصرفية بحالتين :

- أن يقوم الشريك الذي له معرفة بالتسويق بتوزيع الخدمات المصرفية وذلك وفق عقد توزيع او وكالة ؛
- والطريقة الأخرى هي اشتراك المصرف مع الشريك بالعلامة التجارية ومن ثم تكوين شبكة توزيع .

ب - **التحالفات والشراكات التكنولوجية:** عرف التطور التكنولوجي نمو وتعقيدا كبيرا في مجالات تقنيات الاتصال والمعلوماتية، والكثير من المصارف لا تمتلك الوسائل الضرورية للبحث والتطوير والبقاء في وضعيتها التنافسية خاصة بعد فتح مجال الاستثمار الخاص والمنافسة، ومن ثم فإن إيجاد شراكات في مجال التكنولوجيا والبحث يعتبر أمرا ضروريا لأجل توفير التكنولوجيا المكتملة لعمل المصرف، كما تتطلب سرعة التجديد التكنولوجي في مجال العمل المصرفي من المصارف الجزائرية أن تتحرك لتكوين تحالفات خاصة بالتكنولوجيا المتطورة لزيادة قوتها وتعزيز مكانتها¹.

¹ جمعي عماري، التسويق في المؤسسة المصرفية الجزائرية، ملتقى المنظومة المصرفية الجزائرية والتحول الاقتصادي، واقع وتحديات الشلف 14 - 15 ديسمبر، 2004، ص 48.

المطلب الثاني: آليات أجهزة الدفع في الجزائر .

إن عامل التكنولوجيا أصبح سلاحا أساسيا في المنافسة العالمية ولتعزيز القدرة التنافسية بادرت السلطات المالية منذ سنة 1997 إلى تأسيس شركة النقد الآلي وشرعت في إدخال آلات السحب الآلي، والآليات التكنولوجية التي أدخلتها الجزائر على المؤسسة المصرفية هي¹:
الفرع الأول: الأجهزة الالكترونية .

1 - الموزع الآلي للأوراق النقدية:

الموزع الآلي هو آلة أوتوماتيكية تسمح للزبون صاحب البطاقة الالكترونية سحب مبلغ محدد من المال دون اللجوء إلى الوكالة البنكية بحيث يمكن سحب هذا المبلغ من اي جهاز موجود على مستوى القطر الوطني، فهو موجود في المؤسسات المصرفية، الشوارع، المحطات والأماكن الأخرى ويعمل دون انقطاع، وهو جهاز موصول بوحدة مراقبة الكترونية تقرا الإشارات المغناطيسية للبطاقة. إن هذه التقنية تم اعتمادها في الجزائر في 1997، واغلب البنوك تملك أجهزة التوزيع الآلي للأوراق النقدية .

الجدول رقم (08): الموزع الآلي للأوراق النقدية .

النتائج	التقنية	المبادئ العامة	الموزع الآلي للأوراق
تخفيض نشاط السحب في الفروع.	جهاز موصول بوحدة مراقبة الالكترونية تقرا المدارات المغناطيسية للبطاقة هذه الأخيرة تسجل عليها المبالغ المالية الممكن سحبها أسبوعيا.	يسمح بالسحب لكل حائز على بطاقة السحب، يوجد في البنوك، الشوارع، المحطات، الأماكن الأخرى، يعمل دون انقطاع .	

المصدر: نعمون وهاب، النظم المعاصرة لتوزيع المنتجات المصرفية واستراتيجية البنوك، الملتقى الوطني الأول حول المنظومة المصرفية الجزائرية والتحول الاقتصادي، واقع وتحديات، جامعة الشلف، 2004، ص273.

¹ مولاي خثير، بن لدغم فتحي، المؤسسة المصرفية والتحول الاقتصادي، الملتقى الوطني الأول حول المؤسسة الاقتصادية الجزائرية، تحديات ورهانات، جامعة خلدون تيارت، 2005، ص 113.

2 - الشبكات الأوتوماتيكية للأوراق .

يقوم الشبكات الأوتوماتيكية للأوراق بتقديم خدمات أكثر تنوعا مقارنة مع الموزع الآلي للأوراق وهذا دائما باستعمال البطاقات الالكترونية، فبالإضافة إلى مهمة سحب الأموال يسمح هذا الشبكات بالقيام بالعديد من العمليات (حوالي 15 عملية في البنوك الفرنسية و75 عملية في البنوك الأمريكية).

هذه العمليات تشمل على سبيل المثال: قبول الودائع، طلب صك، وعمليات التحويل من حساب إلى حساب . فالشبكات الأوتوماتيكية يسمح برمز سري لكل حائز على البطاقة الالكترونية القيام بالعديد من العمليات كعمليات السحب، معرفة الرصيد، طلب الشيكات، القيام بالتحويلات .. الخ، وهو جهاز يعمل دون انقطاع.

الجدول رقم (09): الشبكات الأوتوماتيكية للأوراق النقدية .

النتائج	التقنية	المبادئ العامة	الشبكات الأوتوماتيكية للأوراق
يستعمل من طرف الزبائن : - في أوقات غلق البنوك . - الزبون المستعجل .	جهاز موصول بالكمبيوتر الرئيسي للبنك يقرا المدارات المغناطيسية للبطاقة التي تسمح بمعرفة الزبون بفضل رمز سري .	يخول لكل حائز على البطاقة القيام بالعديد من العمليات منها السحب، معرفة الرصيد، القيام بتحويلات، طلب شيكات ... الخ	

المصدر: نعمون وهاب، مرجع سابق، ص274.

3 -نهائي نقطة البيع الالكتروني:

إذا كان الزبون يحمل بطاقة ائتمان فبإمكانه التاجر مستعمل نهائي نقطة البيع الالكتروني والحائز عليه ان يمرر هذه البطاقة على القارئ الالكتروني الموصول مع الحاسوب المركزي للمؤسسة المصرفية المعنية والذي بدوره يقوم بالتأكد من كفاية الرصيد وخصم المبلغ موضوع العملية وهذا بعد ان يدخل التاجر رقما سريا خاص به، والذي يعرف برقم التعرف الشخصي السري، فيقوم الحاسوب المركزي بعد ذلك بإضافة القيمة لرصيد حساب التاجر .

الجدول رقم (10): نهائي نقطة البيع الالكتروني .

النتائج	التقنية	المبادئ العامة	نهائي نقطة البيع الالكتروني
يحل مشاكل نقل الأموال ويوفر الأمن .	فروع موصولة بشبكة تجمع البنوك .	يوضع في المغارات والمحلات حيث يسمح للعميل بتسوية عملياته التجارية بالبطاقات أثناء التسديد .	

المصدر: نعمون وهاب، مرجع سابق، ص 275.

الفرع الثاني: قنوات الاتصال وخدمات الصيرفة الالكترونية .

يقدر العاملون في القطاع المصرفي أن تكلفة الخدمة من خلال القنوات التقليدية يكلف مالا يقل عن ستة أضعاف تقديمه من خلال القنوات الالكترونية الحديثة، وبالتالي فإن أهداف العمل المصرفي تقليل التكلفة وتقديم الخدمات للعملاء بكفاءة أعلى .

الفرع الثالث: الصرافات الآلية .

بدا تقديم الخدمات المصرفية للعملاء عبر ماكينات الصرف الآلي في السبعينات من القرن الماضي، ولم تجد الإقبال الكبير من العملاء، وهذا راجع للمخاوف التي لها تأثير قوي عليهم، وعمل المصرف بصفة عامة أن يظل في المتوسط حوالي 30% من العملاء لا يحملوا بطاقات الصرف الآلي عبر الصرافات الآلية .

الفرع الرابع: الصيرفة عبر الهاتف .

تعتمد هذه الخدمة كذلك على وجود شبكة تربط فروع البنك الواحد ككل وتمكن الموظف المنوط به تقديم الخدمة الهاتفية من الحصول لبيانات العميل مباشرة من أي فرع البنك . يقوم العميل بالاتصال برقم موحد للحصول على خدمة محددة من مصرفه، ويستطيع الموظف الذي يقوم بالرد على العميل من الوصول إلى بياناته، ويبدأ بتوجيه أسئلة محددة للتأكد من هويته كالسؤال على آخر معاملة قام بها أو حجم المبلغ الذي قام بإيداعه...الخ.

الفرع الخامس: الصيرفة عبر شبكة الانترنت .

بدأت إدارة المصارف تدريجيا في تبني تقديم خدمات مصرفية من خلال شبكة الانترنت لقلّة تكلفتها وساعد هذا التدرج في تقبل العملاء لهذه الخدمة والتأقلم معها والتدريب عليها، ونمت في الدول المتقدمة بسرعة كبيرة حيث أنها تضاعفت، وأصبح العائد من تلك الخدمات يمثل 13% من دخل المصارف .

الفرع السادس: الصيرفة عبر الهاتف الجوال .

إن الاتجاه العام في العالم الآن هو نحو انتشار استخدام الهاتف الجوال، ويتبع هذا الاتجاه تطوير استخداماته لأغراض متعددة، وتشبه هذه الخدمات التي تقدم عبر الهاتف، ولكنها تمتاز عنها بأنها يمكن أن تكون عبر بيانات ونص مكتوب، فيمكن، فيمكن الاستعلام من المصرف عن رصيد أو معرفة الوضع لتسوية الشيك .

الفرع السابع: الصيرفة عبر التلفزيون .

ظل التلفزيون من أكثر الوسائل الناجحة للإعلام الجماهيري، كما بدأ يحتل موقعه في الدول المتقدمة وبدأت العديد من الشركات في التحول لتقديم هذه الخدمة بالمشاركة مع مؤسسات مالية لتوصيل الخدمة للمشاركين وأصبح جاذبا حيث أن السعة التي يتيحها التلفزيون لنقل المعلومة عبر الصورة تفوق تلك التي يكمن نقلها عبر تراسل البيانات التقليدي.

المبحث الثالث: الاتجاهات الحديثة في مجال الخدمات البنكية الجزائرية في ظل اقتصاد المعرفة

إن التحول الكبير والتنوع الملحوظ في الخدمات المصرفية او في صناعة البنوك بصفة عامة، أصبح بمثابة ضرورة فرضها واقع التطور والنمو السريع في مختلف الأنشطة الاقتصادية في دول العالم المختلفة، هذا ما جعل الكثير من الممارسين في صناعة البنوك يرون أن المشكلة الحقيقية التي تواجه رجال البنوك تكمن كيفية إدارة ومواجهة التغيير والنمو السريع في المجالات الاقتصادية والاجتماعية بنجاح، بالإضافة إلى التغيير والتطور في سوق الصناعة المصرفية التي أصبحت تتصف بالمنافسة الشديدة والحادة .

المطلب الأول: التنوع في الأنشطة والخدمات البنكية .

لم تعد الخدمات البنكية الآن تقتصر على عمليات الإقراض والإيداع وما يرتبط بها من أنشطة مصرفية حيث تشير الدلائل العملية إلى تنوع وتعدد الخدمات والأنشطة التي تقوم عليها البنوك في الوقت الحالي سواء في الدول المتقدمة او النامية، وفي هذا الخصوص يمكن الإشارة إلى الوضع على النحو التالي¹:

- ✓ شراء او إنشاء وإدارة شركات صناعية وتجارية وزراعية وخدمية او المساهمة فيها ؛
- ✓ إنشاء العديد من الفروع للبنك الأم، والتي تقوم بإعطاء الخدمات المصرفية التقليدية (الإقراض، إيداع الحسابات الجارية، تحويلات نقدية)؛
- ✓ دخول البنوك في صناعة التأمين من خلال تقديم كافة الخدمات الخاصة بالحاسبات الآلية، الاستثمار المشترك، السمسرة وإصدار عقود التأمين بأنواعها المختلفة ؛
- ✓ تقديم كافة الاستثمارات ودراسات الجدوى الاقتصادية وإدارة المشروعات الجديدة في مجالات الصناعة والتجارة والزراعة ؛

¹ عبد الغفار الحنفي، عبد السلام أبو قحف، الإدارة الحديثة في البنوك التجارية، المكتب العربي الحديث، مصر، 1993، ص347.

- ✓ البنوك الآن تمنح خدمات مصرفية للأفراد مثل تنظيم وتخطيط الضرائب الشخصية وميزانيات الإنفاق، دفع الإيجارات، منح بطاقات الائتمان او الضمان، وبطاقات الشيكات وكذلك شراء والتأمين على مختلف الوسائل ؛
- ✓ تنظيم وإدارة كل من ما يتعلق بتقديم وصرف المعاشات والمنافع الاجتماعية التي تحصل عليها الأفراد من الدولة ؛
- ✓ منح الأفراد بطاقات صرف نقدية من الوحدات الآلية التابعة لفروع البنك في كل مكان حتى يستطيع الفرد الحصول على أي مبلغ من دون التقيد بمواعيد العمل الرسمي البنوك وتمنح لأصحاب الحسابات الجارية وحساب الإيداع ؛
- ✓ التعامل في كافة أنواع الأوراق المالية وما يرتبط بها من أنشطة وتقديم كافة التسهيلات للشركات التجارية التي ترغب في إصدار بطاقات الضمان .

المطلب الثاني: التوسع الكبير في استخدام تكنولوجيا الخدمات البنكية .

من أهم مظاهر التقدم في تقديم الخدمات المصرفية هي التوسع الكبير في استخدام الكمبيوتر حيث أدى إلى سرعة تقديم الخدمات وتقليل الأعباء البيروقراطية¹، وقد أدى هذا أيضا إلى مواكبة التزايد الكبير في حجم المعاملات المالية، كما يمكن للعميل معرفة رصيده ومجموع تفاصيل مسحوباته وتواريخها، وإمكانية حصوله على خدمات في اي فرع من فروع البنك .

كذلك من مظاهر التقدم في تكنولوجيا الخدمات المصرفية هو ظهور البنوك الآلية، وإدخال خدمات الحاسب على الشبابيك، إضافة إلى بطاقات الضمان وبطاقات الصرف النقدية، ويقوم كذلك البنك بتقديم الاستشارات لكافة الجهات بما في ذلك قيامها ببيع نظم المعلومات الإدارية والبرامج الخاصة بالرقابة على المخزون وحسابات الأجور .

لعل ما يميز العمل المصرفي في عصر العولمة المالية هو تفاقم دور التكنولوجيا المصرفية والسعي الحثيث وراء تحقيق الاستفادة القصوى من فوائد تكنولوجيا الإعلام والاتصال

¹ عبد الغفار حنفي، عبد السلام أبو قحف، مرجع سابق، ص 347.

من أجل ترقية وتطوير وسائل تقديم الخدمة المصرفية بما يتوافق والإيقاع المتسارع للصناعة المصرفية في القرن الواحد والعشرين، وسعيها منها لمواكبة التطورات عملت المصارف الجزائرية على نقل العديد من التقنيات المصرفية إلى السوق الوطنية، لاسيما منذ سنة 1997 حيث شرعت في إدخال آلات السحب الآلي، إذ بلغ عددها في مطلع سنة 2006 حوالي 300 جهازا¹.

المطلب الثالث: التطور التنظيمي والإداري .

إن التنوع والتوسع والتقدم التكنولوجي في أداء الأنشطة وتقديم الخدمات المصرفية يتطلب بالضرورة درجة عالية في البناء التنظيمي والإداري للبنوك، بالإضافة إلى أساليب إدارة العمليات المصرفية وانجاز الوظائف الإدارية، وفي هذا الخصوص يمكن عرض بعض الاتجاهات الحديثة في مجالات التنظيم والإدارة في البنوك على النحو التالي²:

الفرع الأول: اختصاصات الإرادة العليا .

ويضم مجلس الإدارة، رئيس مجلس الإدارة، وديري التنفيذ، الخبراء . و بالنسبة

للاختصاصات ومهام مجلس الإدارة فهي تتمثل في :

- تحديد مستويات الربح المرتقبة، ووضع سياسات تنويع الخدمات المصرفية ؛
- وضع الخطط والسياسات الخاصة بالعمالة وإدارة السيولة، وتحديد طرق مواجهة الأخطار ؛
- وضع خطط الاستثمار وسياسات تنويع الخدمات المصرفية وسياسات العلاقات العامة .

الفرع الثاني: نظام وأسلوب الإدارة وتنظيم .

وتتلخص الاتجاهات الحديثة في هذا الخصوص فيما يلي:

- استخدام نظام الإدارة بالأهداف في كل الفروع وكذلك في كل الأقسام والإدارات الوظيفية؛
- التدريب المستمر لأعضاء الإدارة العليا على الأساليب العلمية في التخطيط الاستراتيجي ؛
- المرونة الكبيرة في بناء الهياكل التنظيمية وإدارة العمليات المصرفية لاستيعاب أي تغير في أنشطة وخدمات البنك وكذلك لمواجهة تغيرات السوق ؛

¹ شول شهرة،مدوخ ماجدة،" الصيرفة الالكترونية: ماهيتها - مخاطرها - حمايتها"، مداخلة مقدمة إلى المنظومة المصرفية في الألفية الثالثة: منافسة،مخاطر، تقنيات، جامعة جيجل - الجزائر، يومي06/ 07 جوان2005، ص 10.

² عبد الغفار حنفي، عبد السلام أبو قحف، مرجع سابق، ص 362.

- تعدد أسس بناء الهيكل التنظيمي حيث يتجه معظم البنوك الآن إلى بناء هيكلها التنظيمية على أكثر من أساس ؛
- اهتمام البنوك الحديثة بالعلاقات الإنسانية في العمل بدرجة كبيرة تنشئ إدارة خاصة تسمى إدارة العلاقات الصناعية ؛
- الاهتمام بإنشاء وحدات لخدمة المعلومات والكمبيوتر والبحوث في جميع المجالات ؛
- فصل الإيرادات المحققة من بيع الخدمات الغير المصرفية مثل: تقديم الاستشارات، خدمات نظم المعلومات .

المبحث الرابع : تحديات الصيرفة الالكترونية في الجزائر .

تعاني الصيرفة الالكترونية جملة من العراقيل والتحديات التي تعرقل نشاطها داخل البنوك والتي سنتطرق في المطالب الآتية .

المطلب الأول: المشاكل المتعلقة بتطبيق خصائص البنوك الالكترونية في الجزائر.

يعرف النظام البنكي الجزائري تأخرا فيما يتعلق بالتكنولوجيا الجديدة للمعلومات وتتمثل أسباب ذلك فيما يلي¹:

✓ انعدام الثقة للزبائن اتجاه النظام الحديث للإعلام الآلي والاتصال ؛
✓ قلة الموارد المالية لاقتناء التجهيزات، وكذا استعمال مستخدمين وإطارات متخصصة في هذا الميدان ؛

✓ عدم الوعي الكافي للجزائريين بمناف النظام البنكي الالكتروني ؛
✓ هذا النظام الحديث جدا في العالم العصري يتطلب خبراء في ميدان الإعلام الآلي والاتصال، وهذا الشيء تفتقر إليه بلادنا ؛

✓ نظام الأمن المعلوماتي غي فعال في بلادنا، او بمعنى الوسائل والتقنيات التأمينية ضعيفة تستلزم التحكم الفعال فيها ؛

✓ محدودية المعرفة لنشاط البنك الالكتروني: البنك الالكتروني هو بك عصرنا، في الواقع فهو يقدم فوائد ومزايا هائلة للمستهلك وهذا بغرض عمليات مبسطة وبأقل تكلفة، وان تطبيق البنوك الالكترونية في الجزائر يبقى صعب الوصول إليه، في الواقع هذه الخدمة الجديدة من البنك يتطلب وسائل مهمة جدا خصوصا فيما يتعلق الأمر بالجانب البشري والمالي، أي الوسائل صعبة الوصول إليها في بلادنا .

وتعمل الجزائر على إيجاد حلول وسبل لتطبيق البنوك الالكترونية وذلك من اجل تبني نظام بنكي متطور في بلادنا واهم الإجراءات هي :

¹ فاطمة بالحاج، العولمة الاقتصادية وأثارها على النظام البنكي الجزائري، مذكرة تخرج لنيل شهادة ماجستير في الاقتصاد، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير والعلوم التجارية، المدرسة الدكتور الية للاقتصاد وتسيير، جامعة وهران، 2010-2011، ص 107.

- العمل على خلق شبكات الانترنت بين البنوك لتسهيل تسيير التحويل ؛
- العمل على تأمين كل الخدمات والتحويلات الالكترونية ضد أعمال القرصنة ؛
- تحسين فعالية التجهيزات ضد أي عجز طارئ.

المطلب الثاني: حتمية تطوير أنظمة الدفع الحديثة في المصارف الجزائرية .

أصبح تطوير أنظمة الدفع الالكترونية ضرورة حتمية على أصحاب القرار تفرضها الدرجة العالية التي وصلت إليها سرعة وفعالية مستوى أداء الخدمات عالميا، ولأجل ذلك يفترض اتخاذ مجموعة من الإجراءات نذكر منها¹ :

ü الاستثمار في ميدان الاتصال الذي يعتبر الأداة الوحيدة في عملية تمرير المعلومات المالية للبنوك ؛

ü الإسراع في خوصصة البنوك العمومية ؛

ü تدعيم البنوك التجارية بتكنولوجيات الإعلام الآلي الحديثة ؛

ü تشريع قوانين صارمة تحد من التلاعب بوسائل الدفع الكتابية مثل الشيك ؛

ü توعية الجمهور في اختيار وسائل الدفع المناسبة في تعاملاتهم وخاصة وسائل الدفع الكتابية ؛

ü ترك للجمهور حرية الاختيار لوسائل الدفع المناسبة، من دون إرغامه على استعمال وسيلة من وسائل الدفع ؛

ü تنسيق العمل بين البنوك وشركات البطاقات الائتمانية ؛

ü التكوين والتدريب المستمر للقوى العاملة والتجديد في التجهيزات والمنتجات ؛

ü خلق توازن جهوي بين مناطق القطر الجزائري في توزيع شبكة البنوك التجارية، التي لها دور الوساطة المالية .

خلاصة الفصل:

¹ فاطمة بالحاج، مرجع سابق، ص 108.

مر الجهاز المصرفي الجزائري منذ نشته بعدة إصلاحات أفرزتها البيئة الداخلية المليئة بالتعقيد والخارجية المعروفة بالسرعة وتغير، وما يميز هذه الإصلاحات أنها لم تمس مباشرة مستوى أداء الخدمة المصرفية في المصارف، فبقيت الخدمة دون المستوى، وما يمكن قوله هو بعد المصارف الجزائرية عن المعايير المصرفية الدولية لعدة أسباب ومنها على الخصوص عدم استعمال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في أداء الخدمة المصرفية التي توفر الوقت والجهد والمال .

وعليه يحتاج الجهاز المصرفي إلى إستراتيجية لمواجهة عمليات الانفتاح الاقتصادي والعولمة من خلال تعظيم الآثار الايجابية للعولمة إلى أقصى درجة ممكنة وتقليل الآثار السلبية لها إلى أدنى درجة ممكنة والعمل على زيادة القدرة التنافسية بتفعيل عمليات الاندماج، تقوية شبكة المعلومات المصرفية وكذا تنمية مهارات العاملين بالبنوك .

خ... اتمة ع... امة

الخاتمة العامة:

على وقع التوجه العالمي للانتقال نحو اقتصاد المعرفة الناتج عن تزايد الأهمية الاقتصادية للمعرفة ، والتغيرات الكبيرة والمتسارعة لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات فرض على كل المؤسسات بما فيها المؤسسات البنكية مواكبة كل التحولات المصاحبة لهذا الانتقال بما في ذلك إنتاج وتوليد للمعرفة ودعم الابتكار ، وتعزيز البنية التحتية لتكنولوجيا الإعلام والاتصال للوصول إلى خدمات ومنتجات بنكية متطورة كالتسويق المصرفي والبنوك الالكترونية وغيرها من الخدمات البنكية المتطورة .

وانطلاقاً من التساؤلات المطروحة في المقدمة العامة لهذه الدراسة وبعد تحليلنا للموضوع ومناقشته في فصلين تمكنا من الوصول إلى جملة من النتائج والتوصيات نلخصها في النقاط التالية :

- أولاً: النت . اء ج .

اقتصاد المعرفة هو نمط اقتصادي حديث قائم على استخدام واسع لنطاق المعلوماتية وشبكتها في مختلف أوجه النشاط الاقتصادي ، حيث يعتبر اقتصاد المعرفة المحرك الأساسي للإنتاج والنمو الاقتصادي وكذلك لخلق الثروة ؛

ü تعد الصيرفة الالكترونية من أهم أوجه تطوير الخدمات البنكية حيث توفر العديد من المزايا وتساهم في توسع البنك وكسب عدد ممكن من العملاء ، وكذلك اكتساب مكانة في السوق البنكية ؛

ü يعتبر الابتكار المصرفي من أهم المفاهيم البنكية التي تدفع بالبنوك إلى التقدم وتطوير خدماتها؛

ü يعتمد اقتصاد المعرفة على التكنولوجيا الحديثة والانترنت وتقنيات الحاسب الآلي وتطوير التعليم والعنصر البشري من اجل خلق عمالة مؤهلة وفرص عمل مناسبة؛

ü إن الهدف الرئيسي لاقتصاد المعرفة هو جعل المؤسسات البنكية تصل إلى انجاز خدماتها بأسرع وقت واقل تكلفة وجهد وبجودة عالية وهذا بفضل التقنيات الحديثة ؛

ن يعد البحث والتطوير والابتكار وتكنولوجيا المعلومات والاتصال وتشجيع التعليم من أهم متطلبات اقتصاد المعرفة ؛

ن هناك تحول واضح في خدمات البنوك الجزائرية نحو لخدمات الاللكترونية وما يدل ذلك على التغيير الحاصل في وسائل الدفع والاعتماد على قنوات توزيع الاللكترونية .
- ثانيا: اختبار الفرضيات .

ن بناءا على النتائج المتوصل إليها يمكن دعم الفرضية الأساسية للبحث والتي مفادها ان اقتصاد المعرفة يؤثر بشكل كبير وفعال على خدمات القطاع البنكي في الجزائر من خلال التوجه نحو عمل مصرفي أكثر اعتمادا على عناصر المعرفة (تكنولوجيا المعلومات والاتصال وترقية الخدمات المصرفية الاللكترونية وتطوير وسائل تقديمها بما يخدم التطلع نحو مصارف متقدمة الاللكترونية تهاذف إلى المنافسة والنمو .

ن أما الفرضيات فقد تم التأكد على صحة الفرضية الأولى حيث أن تتمثل الخدمات البنكية في الأنشطة والعمليات التي يقوم بها البنك لصالح الزبون من بين عوامل نجاحها السرية في التعامل، ضرورة فهم متطلبات الزبون وتوفيرها له؛
ن وقد ثبتت صحة الفرضية الثانية لتي مفادها أن هناك علاقة بين إنتاج المعرفة وتطوير الخدمات البنكية؛

ن وبالنسبة للفرضية الثالثة فهي صحيحة ذلك لان التكنولوجيا المعلومات والاتصال تساهم في تطوير الخدمات البنكية ؛

ن ومن خلال الدراسة الميدانية للخدمات البنكية الجزائرية في ظل اقتصاد المعرفة تبين أن الخدمات البنكية في الجزائر ليست على جودة عالية لأنها تقوم على اقتصاد المعرفة بشكل ضعيف جدا وهذا ما ينفي بشكل جزئي الفرضية الرابعة.

- ثالثا: الاقتراحات والتوصيات.

انطلاقا من النتائج المتوصل إليها، وتدعيما لهذه الدراسة، قمنا بطرح مجموعة من الاقتراحات والتوصيات نوجزها فيما يلي:

ن على البنوك التخلي ولو تدريجيا على التخزين الورقي واستبداله بالتخزين الالكتروني ؛

ن الاهتمام أكثر بالبحث والتطوير والابتكار؛

ن على المؤسسات البنكية الجزائرية الانفتاح على التغيرات الحاصلة في الساحة الدولية وهذا من اجل ضمان بقائها واستمراريتها .

- رابعا: الأفاق.

وفي نهاية موضوعنا هذا يمكننا تقديم بعض المواضيع والإشكاليات التي تعتبر جديرة بالبحث ونذكر منها :

ن أهمية اعتماد الصيرفة الالكترونية في القطاع المصرفي الجزائري ؛

ن اثر جودة الخدمات المصرفية في زيادة القدرة التنافسية للبنوك الجزائرية؛

ن دور تكنولوجيا المعلومات في تطوير الخدمات البنكية؛

ن عصرنة وتطوير النظام المصرفي الجزائري في ظل اقتصاد المعرفة.

قائمة المراجع

قائمة المراجع :

الكتب :

- 1) رعد حسين الصرن، عولمة جودة الخدمة المصرفية ،ط1، مؤسسة الوراق لنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2007.
- 2) سامي احمد مراد، تفعيل التسويق المصرفي لمواجهة اثار التجانس، المكتب العربي للمعارف، ط1، القاهرة، مصر، 2007.
- 3) شاكر القرويني، محاضرات في اقتصاد البنوك، ديوان المطبوعات الجامعية ،2000،
- 4) صباح محمد أبو تاية، التسويق المصرفي بين النظرية والتطبيق ،ط1، دار وائل لنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2008.
- 5) طاهر لطرش، تقنيات البنوك، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، ط02، 2003،
- 6) عدنان داوود وآخرون، الاقتصاد المعرفي وانعكاساته على التنمية البشرية نظرية وتحليل الدول العربية مختارة، ط1، دار الجريز لنشر وتوزيع، عمان، الأردن، 2010 .
- 7) عبد المنعم راضي، فرج عزت، اقتصاديات النقود والبنوك، البيان للطباعة والنشر، الإسكندرية، 2001.
- 8) عبده ناجي، تسويق الخدمات المصرفية الأسس والتطبيق العملي في البنوك، اتحاد المصارف العربية، 2003.
- 9) علاء فرحات طالب، فؤاد رحومي العطار، المزيج التسويقي المصرفي وأثره في الصورة المدركة لزبائن، ط1، دار الصفاء لنشر وتوزيع، عمان، الأردن، 2010.
- 10) محمود احمد محمود، تسويق الخدمات المصرفية (مدخل نظري تطبيقي)، ط1، دار البركة للنشر وتوزيع، عمان، الأردن، 2001.
- 11) عبد الرزاق حميدي، محاضرات في التسويق المصرفي، مطبوعة مقدمة لطلبة السنوات الثانية وثالثة "مالية وبنوك، بنوك والتأمينات، تسويق"، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة البويرة، الجزائر، 2015.
- 12) عبد الغفار الحنفي، عبد السلام أبو قحف، الإدارة الحديثة في البنوك التجارية، المكتب العربي الحديث، مصر، 1993.

- 13) طارق طه، إدارة البنوك في بيئة العولمة والانترنت، ط1، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، مصر، 2005.
- 14) فاطمة بالحاج، العولمة الاقتصادية وأثارها على النظام البنكي الجزائري، مذكرة تخرج لنيل شهادة ماجستير في الاقتصاد، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير والعلوم التجارية، المدرسة الدكتورالية للاقتصاد وتسيير، جامعة وهران، 2010-2011.
- 15) فريدة يعدل، تقنيات وسياسات التسيير المصرفي، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2000.
- 16) منير الجنيهي، ممدوح الجنيهي، البنوك الالكترونية، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2005.
- 17) نهلة أحمد قنديل، التجارة الالكترونية، بدون دار نشر، القاهرة، 2004.
- 18) محمود حسين المرسومي، واقع الاقتصاد المعرفي في العراق والاستفادة من تجارب بعض البلدان الآسيوية، مجلة الكوت للعلوم الاقتصادية والإدارية، العدد 26، العراق، 2017.
- 19) محمود حميدات، مدخل التحليل النقدي، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1996.
- 20) محمود جاسم الصميدي، ردينة عثمان يوسف، التسويق المصرفي مدخل استراتيجي (كمي، تحليلي)، ط1، دار المناهج لنشر وتوزيع، عمان، الأردن، 2001.
- 21) ناجي الذيب معلا، الأصول العلمية لتسويق المصرفي، ط1، دار الميسرة لنشر وتوزيع، عمان، الأردن، 2015 .

المذكرات والرسائل الجامعية :

- (22) أسيا قاسمي، اثر العولمة المالية على تطوير الخدمات المصرفية وتحسين القدرة التنافسية للبنوك التجارية، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في العلوم الاقتصادية، تخصص اقتصاديات المالية والبنوك، جامعة احمد بوقرة، بومرداس، الجزائر 2015.
- (23) سليمة عبد الله، دور تسويق الخدمات المصرفية الالكترونية في تفعيل النشاط البنكي (دراسة حالة بنك الشعبي الجزائري)، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، مذكرة منشورة، تخصص تسويق، جامعة الحاج لخضر، باتنة، الجزائر، 2009.
- (24) سمير مسعي، اقتصاديات المعرفة في الجزائر (واقع ومتطلبات التحول) ،أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه، مذكرة غير منشورة، قسم العلوم الاقتصادية، جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي، الجزائر، 2015.
- (25) شيرين بدري البارودي، دور الاقتصاد المعرفة في تطوير الخدمات الالكترونية (دراسة تحليلية عن البنوك الالكترونية)، بحث مقدم للمؤتمر العلمي الخامس (اقتصاد المعرفة والتنمية الاقتصادية)، معهد الإدارة الرصافة، هيئة التعليم التقني، العراق، 2005.
- (26) عامر بشير، دور الاقتصاد المعرفي في تحقيق الميزة التنافسية للبنوك (دراسة حالة الجزائر)، اطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، 2011 - 2012 .
- (27) عليوش عبد المالك، أهمية الاتصال التسويقي في تحسين الخدمة المصرفية - دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية - مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر (مذكرة منشورة)، تخصص نقود ومالية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، الجزائر، 2015.

المجلات:

- (28) فراس عزت الكساسبه، دور اقتصاد المعرفة في تحسين جودة الخدمات المصرفية الالكترونية في القطاع المصرفي السعودي (دراسة حالة مصارف سعودية مختارة)، المجلة العربية للنشر العلمي، العدد 16، 2020.

الملتقيات والمؤتمرات :

- (29) بلمقدم مصطفى، بوشعور راضية، تقييم أداء المنظومة المصرفية الجزائرية، ملتقى الشلف حول إصلاح المنظومة المصرفية الجزائرية.
- (30) جمعي عماري، التسويق في المؤسسة المصرفية الجزائرية، ملتقى المنظومة المصرفية الجزائرية والتحول الاقتصادي، واقع وتحديات الشلف 14 - 15 ديسمبر.
- (31) رحيم حسين، هواري معراج، الصيرفة الالكترونية كمدخل لعصرنة المصارف الجزائرية، مداخلة مقدمة إلى ملتقى المنظومة المصرفية والتحول الاقتصادي - واقع تحديات - جامعة حسيبة بن بوعلي، الشلف - الجزائر.
- (32) زازي بالقاسم، اثر تحرير الخدمات المالية على النظام المصرفي الجزائري، الملتقى الوطني حول المنظومة المصرفية في ظل التحولات القانونية والاقتصادية، جامعة بشار، 24 - 25 افريل 2006.
- (33) شول شهرة،مدوخ ماجدة، " الصيرفة الالكترونية: ماهيتها - مخاطرها - حمايتها"، مداخلة مقدمة إلى المنظومة المصرفية في الألفية الثالثة: منافسة،مخاطر، تقنيات، جامعة جيجل - الجزائر، يومي 06 / 07 جوان 2005.
- (34) مولاي خثير، بن لدغم فتحي، المؤسسة المصرفية والتحول الاقتصادي، الملتقى الوطني الأول حول المؤسسة الاقتصادية الجزائرية، تحديات ورهانات، جامعة خلدون تيارت، 2005.
- (35) نعمون وهاب،" النظم المعاصرة لتوزيع المنتجات المصرفية وإستراتيجية البنوك"، مداخلة مقدمة إلى ملتقى المنظومة المصرفية الجزائرية والتحول الاقتصادي - واقع وتحديات - جامعة حسيبة بن بوعلي، الشلف - الجزائر، يومي 14/15 ديسمبر 2004.

التقارير:

(36) النشرة الإحصائية الثلاثية، بنك الجزائر، جوان 2019.

(37) صندوق النقد العربي، العدد 51، 2019.

مواقع الانترنت :

باللغة العربية :

(38) جاسم السنوسي، "المصارف الالكترونية"، مقال منشور على الانترنت على الموقع :

www.Bank.Of.cd.com.

(39) هشام طلعت، إعادة هندسة نظام العمل المصرفي، جريدة أموال الغد، على الموقع

الالكتروني: <http://amwalalghad.com>

باللغة الأجنبية :

40) Amour ben Halima Le systém bancaire algérien textes et réalitEdition Dahleb Alger.2001.

41) Noted'informa tion sur l'augmentation du capital des banques et établissements financiers communiqué paru le 08/12/2009.tiré du site www.bank-of-algeria



تصريح شرفي

بالالتزام بمعايير الأمانة و النزاهة العلمية في إعداد مذكرة الماستر

أنا الممضي اسقله:

الطالب (ة): خليلي حنيفة المولود(ة) بتاريخ 1995/12/22 بـ علم المسيلة

الجامل لبطاقة التعريف الوطنية (أور.س.) رقم: 200342390 الصادرة بتاريخ: 2016/04/25 عن: علم المسيلة

المسجل بالسنة الثانية ماستر شعبة: علوم اقتصادية تخصص: اقتصاد وتبداً في 2018/2019

والمعد لمذكرة الماستر التي تحمل عنوان: آليات تكوير القطاع السياحي في ظل

اقتصاد المعرفة دراسة حالة الجزائر

أصرح بشرفي أنني التزمت بمراعاة معايير الأمانة و النزاهة العلمية المطلوبة في إنجاز مذكرة الماستر المذكور أعلاه.

حرر بتاريخ: 2021/06/14

التوقيع و البصمة

الله

محمد

ملخص:

يعد اقتصاد المعرفة من احدث المفاهيم التي لاقى اهتماما كبيرا من قبل الباحثين في الآونة الأخيرة، حيث شهد العالم بقدوم القرن الواحد والعشرون زيادة في دور المعرفة والمعلومات في الاقتصاد فأصبحت المعرفة والمعلومات المحرك الأساسي للإنتاج والنمو الاقتصادي، كما أصبح التركيز على البيانات والمعلومات من الأمور المسلم بها في الاقتصاديات الحديثة، لذا فان فهم ديناميكية عناصر المعرفة وعلاقتها المتشابكة مع الاقتصاد هو مدخل أساسي لمعرفة ماهية اقتصاد المعرفة واقتصاد المعرفة هو نمط متطور قائم على استخدام الواسع للمعلوماتية وشبكات الانترنت في مختلف أوجه النشاط الاقتصادي، ومنها القطاع المصرفي الذي يعدهم القطاعات تأثرا باقتصاد المعرفة حيث تغيرت اغلب خدماتها ومن الخدمات تقليدية إلى خدمات الكترونية . وتأتي أهمية البحث من خلال عرض الدور الذي يلعبه اقتصاد المعرفة في تطوير الخدمات البنكية، حيث أظهرت الدراسة الميدانية على مستوى القطاع البنكي الجزائري، أهمية عناصر اقتصاد المعرفة من إنتاج وصناعة المعرفة وكذلك الابتكار المصرفي وتطبيق مفهوم البنك التعليمي ووجود بنية تحتية متطورة لتكنولوجيا المعلومات والاتصال في تطوير الخدمات البنكية.

الكلمات المفتاحية : الخدمات البنكية، اقتصاد المعرفة، تطوير الخدمات البنكية، البنوك الالكترونية، وسائل الدفع الالكتروني .

The knowledge economy is one of the latest concepts that has received great attention by researchers in recent times, as the world witnessed with the advent of the twenty-first century an increase in the role of knowledge and information in the economy. Knowledge and information became the main engine of production and economic growth, and the focus on data and information became a given. In modern economics. Therefore, understanding the dynamics of the elements of knowledge and their intertwined relationship with the economy is a basic entrance to know what the knowledge economy is. The knowledge economy is a developed pattern based on the wide use of informatics and Internet networks in various aspects of economic activity, including the banking sector, which sectors are affected by the knowledge economy, where most of its services and services have changed. traditional to electronic services

The importance of the research comes by presenting the role that the knowledge economy plays in the development of banking services, as the field study at the level of the Algerian banking sector showed the importance of the elements of the knowledge economy from the production and industry of knowledge, as well as banking innovation, the application of the concept of the educational bank, and the presence of an advanced infrastructure for information and communication technology in developing Banking services. The importance of the research comes by presenting the role that the knowledge economy plays in the development of banking services, as the field study at the level of the Algerian banking sector showed the importance of the elements of the knowledge economy from the production and industry of knowledge as well as banking innovation, the application of the concept of the educational bank, and the existence of an advanced infrastructure for information technology. And communication in the development of banking services.

Keywords: banking services, knowledge economy, development of banking services, electronic banks, electronic payment methods.