

حتمية تطوير الخدمات المصرفية لتحسين وزيادة تنافسية القطاع المصرفي الجزائري في ظل مساعي الإنضمام لمنظمة التجارة العالمية

The imperative of developing banking services to improve and increase the competitiveness of the Algerian banking sector in an efforts to join the world Trade Organization

مریم قاسمی*، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر 3 (الجزائر)، مخبر العولمة والسياسات الاقتصادية

أ.د غنية مجاني، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر 3 (الجزائر)، مخبر العولمة والسياسات الاقتصادية

تاريخ الاستلام : 2022/10/01؛ تاريخ القبول : 2022/11/15؛ تاريخ النشر: 2022/12/31

الملخص :

هدفت هذه الدراسة إلى إبراز دور وأهمية الخدمات المصرفية في تعزيز تنافسية القطاع المصرفي الجزائري باعتبار الجزائر تسعى إلى الإنضمام لمنظمة التجارة العالمية وتعمل على مواكبة التطورات التكنولوجية في النشاط المصرفي المنتشرة عالميا نتيجة للعولمة والتحرير المصرفي، وذلك من خلال التطرق إلى ماهية الخدمات المصرفية وكذا تقييم تنافسية القطاع المصرفي الجزائري محليا ودوليا وأخيرا متطلبات تطوير الخدمات المصرفية لزيادة تنافسية البنوك الجزائرية.

وقد خلصت الدراسة إلى أن تنافسية القطاع المصرفي الجزائري بعيدة عن ما هو مطلوب وعلى المنظومة مضاعفة الجهود وتبني متطلبات جديدة لتطوير الخدمات المصرفية وخلق ميزة تنافسية.

تصنيف JEL: E5 - G21 - G2

Abstract:

This study aims to highlight the role and importance of banking services in reinforcing the competitiveness of the Algerian banking sector, as Algeria seeks to join the world trade organization and works to keep pace with technological developments in banking activity spread globally as a result of globalization and banking liberalization, by addressing banking services concepts as well as assessing the competitiveness of the sector Algerian banking locally and internationally, and finally the requirements for developing banking services to increase the competitiveness of Algerian banks.

The study concluded that Algerian banking sector competitiveness is far from what is required, and the system should spend more efforts and adopt new requirements to develop banking services in order to create a competitive advantage.

Keywords: banking services- banking sector – banking competitiveness – competitive advantage – service development.

Jel Classification Codes : G2- G21- E5.

* المؤلف المرسل: مریم قاسمی kasmi.meryem@univ-alger3.dz

I. تمهيد

يعتبر القطاعان المالي والمصرفي من أكثر الأنشطة الاقتصادية تأثرا بالعملة المالية، والتي تتمثل أهم معالمها في التطورات والتحولات الجذرية التي شهدتها الساحة المالية والمصرفية الدولية، وفي مقدمتها التطورات التكنولوجية والاتجاه المتزايد نحو التحرر من القيود وإزالة المعوقات التشريعية والتنظيمية التي تحول دون توسع البنوك في أنشطتها ونطاق خدماتها. بالإضافة لذلك يؤدي القطاع المصرفي دورا مهما في جميع الاقتصاديات الحديثة سواء في الدول المتقدمة أو النامية، كما أنه يساهم بدرجة كبيرة في تحقيق النمو الاقتصادي لمختلف الدول. والجزائر من بين الدول التي تسعى للانضمام لمنظمة التجارة العالمية مما يستدعي تحرير خدماتها المصرفية، فهي لم تواكب كل التطورات الحاصلة في المجال المصرفي إلا أنها تعمل على تطوير وتحسين الخدمات المصرفية التي بدورها تعزز من تنافسية القطاع.

الإشكالية: وعليه تتبلور إشكالية دراستنا كما يلي:

- كيف يمكن للمنظومة المصرفية الجزائرية أن تحسن من تنافسياتها محليا وترتقي لمستوى البنوك العالمية من خلال تطوير

خدماتها المصرفية؟

فرضيات الدراسة: ولإجابة على الإشكالية المطروحة يمكن صياغة بعض الفرضيات تتمثل في:

- الخدمات المصرفية المتطورة تساهم في تحسين تنافسية القطاع المصرفي.

- تتميز البنوك الجزائرية بضعف خلق ميزة تنافسية.

- البنوك الجزائرية العمومية تهمين على القطاع المصرفي الجزائري.

أهمية الدراسة: تتبع أهمية هذه الدراسة من الدور الذي تلعبه الخدمات المصرفية في تطوير القطاع المصرفي الجزائري كونه يواجه مجموعة من التطورات الاقتصادية والإصلاحات ومنافسة شديدة وسط البنوك العالمية. فقد طرحت فكرة تطوير الخدمات المصرفية كمدخل لزيادة القدرة التنافسية ومسايرة التطورات العالمية.

أهداف الدراسة: تهدف هذه الدراسة إلى:

- التعريف بالخدمات المصرفية أنواعها وخصائصها.

- دراسة التنافسية والميزة التنافسية للقطاع المصرفي الجزائري

- إبراز أهمية تطوير الخدمات المصرفية ومساهمتها في تحسين تنافسية القطاع المصرفي الجزائري.

الدراسات السابقة:

- بلغنامي نبيلة، "تأهيل الجهاز المصرفي الجزائري لمواكبة التطورات الاقتصادية الدولية: العملة المالية والتحرير المالي"، مجلة البشائر الاقتصادية، الجزائر، المجلد السادس، العدد 2، ديسمبر 2020. هدفت هذه الدراسة إلى إبراز أن الجهاز المصرفي الجزائري يحتاج إلى آليات للاندماج في النظام المالي العالمي لمواجهة عمليات تحرير تجارة الخدمات وزيادة القدرة التنافسية، وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أبرزها أن متطلبات العملة المالية تجعل الجهاز المصرفي الجزائري مجبر على تطوير بنيته التكنولوجية والإدارية والخدمات المقدمة وكذا تعزيز موارده البشرية.

- بن موسى اممر وعلماوي أحمد، "نحو بناء ميزة تنافسية من خلال تطوير الخدمات المصرفية الإلكترونية-دراسة استطلاعية لمجموعة من البنوك العمومية الجزائرية"، مجلة الدراسات المالية والمحاسبية والإدارية، الجزائر، المجلد 06، العدد 04، ديسمبر 2019، هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على الخدمات الإلكترونية المصرفية التي تمكن البنوك العمومية الجزائرية في بناء مزايا تنافسية تجعلها قادرة على مواجهة التحديات العالمية في قطاع البنوك، وتوصلت الدراسة إلى أن البنوك العمومية بمقدورها توفير سلة خدمات إلكترونية لعملائها وبالتالي تضمن حصتها السوقية، مما يساهم في تحقيق مزايا تنافسية.

حتمية تطوير الخدمات المصرفية لتحسين وزيادة تنافسية القطاع المصرفي الجزائري في ظل مساعي الانضمام لمنظمة التجارة العالمية

- سفير محمد وبو بكر مصطفى، "خلق وتقييم الميزة التنافسية في القطاع المصرفي الجزائري"، مجلة أرساد للدراسات الاقتصادية والإدارية، الجزائر، العدد 01، 2018، هدفت هذه الدراسة إلى تقييم الميزة التنافسية للبنوك الجزائرية ومدى استغلال البنوك العمومية والخاصة لإمكاناتها المادية والمعنوية في تقديم الخدمات المصرفية، وتوصلت إلى أن البنوك العمومية الجزائرية تتميز بضعف ميزتها التنافسية في ظل محيط غير تنافسي.

ما يميز دراستنا هذه عن الدراسات السابقة هو التطرق إلى تحليل تنافسية القطاع المصرفي الجزائري على المستوى المحلي والدولي بالاعتماد على مجموعة من المؤشرات، وإقترح أبرز المتطلبات الواجب تبنيتها من طرف المنظومة لتطوير الخدمات المصرفية وخلق مزايا تنافسية جديدة للإرتقاء إلى مستوى أفضل.

محاور الدراسة: بهدف الإجابة على الإشكالية المطروحة والإلمام بالموضوع قمنا بتقسيم الدراسة إلى:

- الإطار النظري للخدمات المصرفية
- التنافسية المصرفية وواقعها في البنوك الجزائرية
- تطوير وتوسيع الخدمات المصرفية في البنوك الجزائرية لزيادة التنافسية

II- أساسيات حول الخدمات المصرفية:

تعرف الخدمة: "بأنها تغيير في حالة الشخص أو في أحد السلع التي تنتمي لوحدة اقتصادية معينة وهذا التغيير يتسبب كنتيجة لنشاط وحدة اقتصادية أخرى تتفق مسبقا مع الشخص الأول أو الوحدة الاقتصادية الأولى" (محمد، 2011، صفحة 28)

كما يعرفها P.kotler بأنها: "أنشطة أو منافع أو إشباعات يقدمها طرف (البائع) لطرف آخر المشتري، وهي بطبيعتها غير ملموسة، ولا يترتب على بيعها نقل ملكية شيء، وقد يرتبط أو لا يرتبط لإنتاجها وتقديمها بمنتج مادي ملموس" (kotler, 2000, p. 66). فكل ماهو ليس بسلعة فهو خدمة والخدمة لا ترى بالعين المجردة ولكن يمكن ملاحظة نتائجها بعد وضوح الحقائق.

II.1- تعريف الخدمات المصرفية:

تعرف الخدمة المصرفية على أنها منتج مصرفي هو في الأساس خدمة تتضمن خصائص ملموسة وغير ملموسة موجهة لتلبية حاجات العملاء، فهي إذن تمثل خدمة أو تشكيلة من الخدمات التي تقدم لعميل واحد في البنك (Neeli & Lenard, 2007).

كما يعبر مصطلح الخدمات المصرفية عن التسهيلات والمزايا التي يقدمها البنك لعملائه لإشباع احتياجاتهم وتحقيق رغباتهم، فالبنك يقوم عادة بمجموعة من الوظائف ويقدم منتجات وخدمات عديدة منها التقليدية ومنها خدمات مصرفية مستحدثة، وخدمات متعلقة بإدارة الأموال والاستثمار في الأوراق المالية (غانم عز الدين، 2016، صفحة 83).

II.2- خصائص الخدمات المصرفية: تتصف الخدمات المصرفية بمجموعة من الخصائص تتمثل في:

- تشابه الخدمات المصرفية المقدمة من طرف البنوك
- نظام تقديم الخدمة على درجة عالية من الخصوصية
- لا يمكن إنتاج عينات من الخدمات المصرفية وتخزينها
- الخدمات المصرفية تنتج وتستهلك في نفس الوقت وغير قابلة للاستدعاء مرة أخرى

- زيادة قدرة عرض الخدمة المصرفية على خلق الطلب
- جودة الخدمة غير قابلة لفحص والتقييم قبل تقديمها للعملاء
- تزايد استخدام أسلوب الابتكار في مجال إنتاج الخدمات المصرفية والذي يترتب عليه إدخال خدمات جديدة في السوق المصرفي

II.3- تقسيمات الخدمات المصرفية: تختلف أنواع وتقسيمات الخدمات المصرفية حسب الباحثين، فنجد حسب نوع الخدمة ونوع

العملاء والتي تسمى بالخدمات المصرفية التقليدية، تتلخص في:

الجدول (1): تقسيمات الخدمات المصرفية

حسب العملاء		حسب الخدمة	
خدمات قطاع المؤسسات	خدمات قطاع الأفراد	خدمات توظيف الأموال	خدمات مصادر الأموال
- القروض بأنواعها -صناديق الاستثمار -ودائع لأجل -صناديق الاستثمار	-الحسابات الجارية -حسابات التوفير -شهادات استثمار -شهادات ادخارية -تحويلات العملة	- قروض بمختلف أنواعها - بطاقات الائتمان -الاعتمادات المستندية..	-الحسابات الجارية -الودائع لأجل -حسابات التوفير -الشهادات الاستثمارية والادخارية

المصدر: على السيد عبده ناجي، " تسويق الخدمات المصرفية الأسس والتطبيق العملي في البنوك"، اتحاد البنوك العربية، مصر 2003، ص 200.

كما نجد الخدمات المصرفية الحديثة: نقصد بها تلك الخدمات التي تتم عن بعد بين البنك وعملائه وتعتمد في تقديمها على التكنولوجيا والأنترنت والهاتف النقال والصراف الآلي...، وترتبط بعاملين أساسيين أولها ثقافة المجتمع وثقته في البنوك التي تعرض هذه الخدمات، ومدى تطور التجارة الإلكترونية في البيئة التي تنشط فيها البنوك من جهة ثانية. ومن بين هذه الخدمات: (خوجة، 2021، صفحة 270)

أ- الشيك الإلكتروني: يتمثل في رسالة إلكترونية تتضمن بيانات إلزامية تخص طرفي المعاملة وتحمل توقيعها، بموجبها يتم تحويل المبلغ المستحق للمستفيد عن طريق الأنترنت.

ب-التحويل البنكي الإلكتروني: هو عملية بموجبها يقيد البنك مبلغ من الجانب المدين لحساب الأمر (الطرف الأول) الذي يجر أمرًا كتابيا إلكترونيا يحمل توقيع المطابق، في المقابل يقيد نفس المبلغ في الجانب الدائن لحساب آخر (الطرف الثاني)، سواء كان الطرفين زبونين لنفس البنك أو لا، أيضا قد يكون الحسابين مفتوحين باسم نفس الشخص.

ج- البطاقات البنكية الإلكترونية: هي بطاقة إلكترونية يصدرها البنك أو مؤسسة مالية تسمح لمالكها الشراء لأجل، كما تمكنه من الحصول على قرض أو إجراء عدد محدد من المعاملات دون التنقل للبنك، وهناك أنواع للبطاقات البنكية منها البطاقات البنكية الدولية carte visa، بطاقات الدفع الإلكتروني، بطاقات السحب....

د- الإ اعتماد المستندي الإلكتروني: بموجب هذه الآلية يتمكن صاحب الحساب من التعامل مع الوثائق بالبريد الإلكتروني على غرار دفع إلكتروني في حين يتم إتمام المعاملة إلكترونيا.

بالإضافة إلى خدمات الاستثمار في الأوراق المالية وإدارة المحافظ الاستثمارية للعملاء، المساهمة في رؤوس أموال المشاريع الاستثمارية، الهندسة المالية ودراسة جدوى المشاريع الاستثمارية...

III- التنافسية المصرفية وواقعها في البنوك الجزائرية

حتمية تطوير الخدمات المصرفية لتحسين وزيادة تنافسية القطاع المصرفي الجزائري في ظل مساعي الانضمام لمنظمة التجارة العالمية

III. 1- تعريف التنافسية:

عرف المجلس الأمريكي للسياسة التنافسية، التنافسية بأنها: "قدرة الدولة على إنتاج سلع وخدمات تنافس في الأسواق العالمية وفي نفس الوقت تحقق مستويات معيشية مطردة في الأجل الطويل" (حامد رضوان، 2011، صفحة 29)

III. 1.1- تعريف الميزة التنافسية:

يعرف Porter الميزة التنافسية على أنها: "تنشأ بمجرد توصل المؤسسة إلى اكتشاف طرق جديدة أكثر فعالية من تلك المستخدمة من قبل المنافسين، حيث يكون بمقدورها تجسيد هذا الاكتشاف".

III. 2.1- الميزة التنافسية لبنك

يقصد بالميزة التنافسية لبنك: "الوضع الذي يتيح له التعامل مع مختلف الأسواق المصرفية ومع عناصر البيئة المحيطة به بصورة أفضل من منافسيه، بمعنى أن الميزة التنافسية تعبر عن مدى قدرة البنك على الأداء بطريقة يعجز منافسيه عن القيام بمثلها" (طارق، 2000، صفحة 117).

كما تعتبر الميزة التنافسية للبنوك التجارية هي "القدرة التي تتعلق بالأنشطة والجوانب التي تمكن البنك من تحقيق التفوق، والتميز على المنافسين، فيما يخص تقديم الخدمات المصرفية، والأساليب والموارد المستخدمة والتي تمكنه من تلبية احتياجات العملاء وزيادة الحصص السوقية وتحقيق الاستمرارية في الأرباح، وإنتاجية مرتفعة وتكلفة منخفضة وأسعار متميزة عن المنافسين" (صقر، 2012، صفحة 341).

وتؤدي الميزة التنافسية للبنوك دورا هاما في إيجاد بيئة ملائمة ذات تنافسية عالية لتحقيق كفاءة تخصيص الموارد واستخدامها، وتشجيع الإبداع والإبتكار مما يؤدي إلى تحسين الإنتاجية وتعزيزها، وكذا تحسين نوعية الخدمة المقدمة وهذا ما يرفع من مستوى الأداء ويخفض من التكاليف والأسعار.

III. 3.1 - أنواع المنافسة البنكية: مع ظهور العولمة المالية وإقرار اتفاقية تحرير الخدمات التي تولتها منظمة التجارة العالمية، اشتدت المنافسة في السوق المصرفية بظهور مشتقات مالية ومصرفية ودخول شركات الاستثمار في منافسة البنوك، أدى إلى ظهور ثلاث اتجاهات للمنافسة البنكية:

أ- المنافسة ما بين البنوك التجارية: تخص فقط البنوك التجارية سواء بالسوق المحلية أو الدولية، وتعتمد على المنافسة أساسا من أجل التوسع وجلب أكبر عدد من العملاء

ب- المنافسة ما بين البنوك والمؤسسات المالية: بظهور مؤسسات التأمين وشركات الأوراق المالية ومؤسسات الاستثمار التي أصبحت تقدم مجموعة متنوعة من الخدمات مشابهة لأعمال البنوك، ظهرت هذه المنافسة

ج- المنافسة بين البنوك والمؤسسات الغير المالية: إضافة للخدمات المقدمة من طرف المؤسسات المالية والمرتبطة بعمل البنوك إلا أنه ظهرت المؤسسات الغير المالية مثل شركات بيع السلع... والتي أصبحت تقدم بعض الخدمات المشابهة مثل تقديم بطاقات الدفع.

III. 4.1- أساليب تحقيق الميزة التنافسية:

يمكن تحقيق ميزة تنافسية وفق مجموعة من الأساليب منها:

- الكفاية المتفوقة وذلك من خلال السيطرة على تكاليف الخدمات المقدمة بتكلفة منخفضة.
- الجودة العالية والسرعة والدقة الكاملة وذلك في تقديم خدمات تحقق القبول والرضا لدى العملاء.
- الجاهزية الدائمة البشرية والالكترونية لتقديم كافة الخدمات.
- الإبداع والإبتكار المتفوق وذلك من خلال تقديم منتجات وخدمات جديدة.
- الاستجابة المتفوقة لدى العملاء بالقيام بدراسة ومعرفة احتياجاتهم بطريقة دقيقة.

III.1.5 - الإستراتيجيات التنافسية للبنوك:

تحقق البنوك ميزة تنافسية في أحد ثلاث محاور رئيسية: الجودة، التكلفة والسعر وهذا إما عن طريق قدرتها الذاتية بتوفر الإمكانيات أو عن طريق قدرتها على الحصول عليها، فيستوجب اختيار الاستراتيجية الملائمة قصد تدعيم الموقف التنافسي للبنك من خلال اكتساب مهارات وحصص سوقية وعملاء إضافيين. وتمثل الاستراتيجيات التنافسية التي يمكن تبنيها فيما يلي: (دريس، 2018، صفحة 5)

- **إستراتيجية قيادة التكلفة:** ترفع التكلفة الأقل من درجة منافسة البنك من خلال تأثيرها على خلق أسعار تنافسية له، وتهدف إستراتيجية قيادة التكلفة إلى تحقيق تكلفة أقل مقارنة بالمنافسين، ويركز البنك من خلالها على تخفيض أسعار خدماته مقارنة بأسعار خدمات البنوك المنافسة، ومن ثم يصبح قائدا في مجال نشاطه بسبب تميزه في تقديم خدمات بأسعار جد تنافسية يعجز المنافسون عن تحقيقها.
- **استراتيجية التميز:** يركز البنك في هذه الاستراتيجية جهوده على تقديم خدمات متميزة ذات قيمة أعظم للعملاء، خدمات لا يستطيع المنافسون تقليدها بسهولة، وتنعكس في سعر أعلى يكون العملاء راغبين ومستعدين لدفعه مقابل الحصول على تلك الخدمة ومن أهم مجالات التميز على أساس التفوق التكنولوجي.
- **استراتيجية التركيز:** تهدف هذه الاستراتيجية إلى بناء ميزة تنافسية من خلال التركيز على فئة معينة من العملاء، أي التخصص في خدمة نسبة معينة من السوق الكلي، قد يركز البنك على تقديم خدمات تلي احتياجات مختلفة عن الآخرين ويحقق هدفه الضيق بشكل ناجح مقارنة بالبنوك المنافسة التي تتنافس على نطاق أوسع.

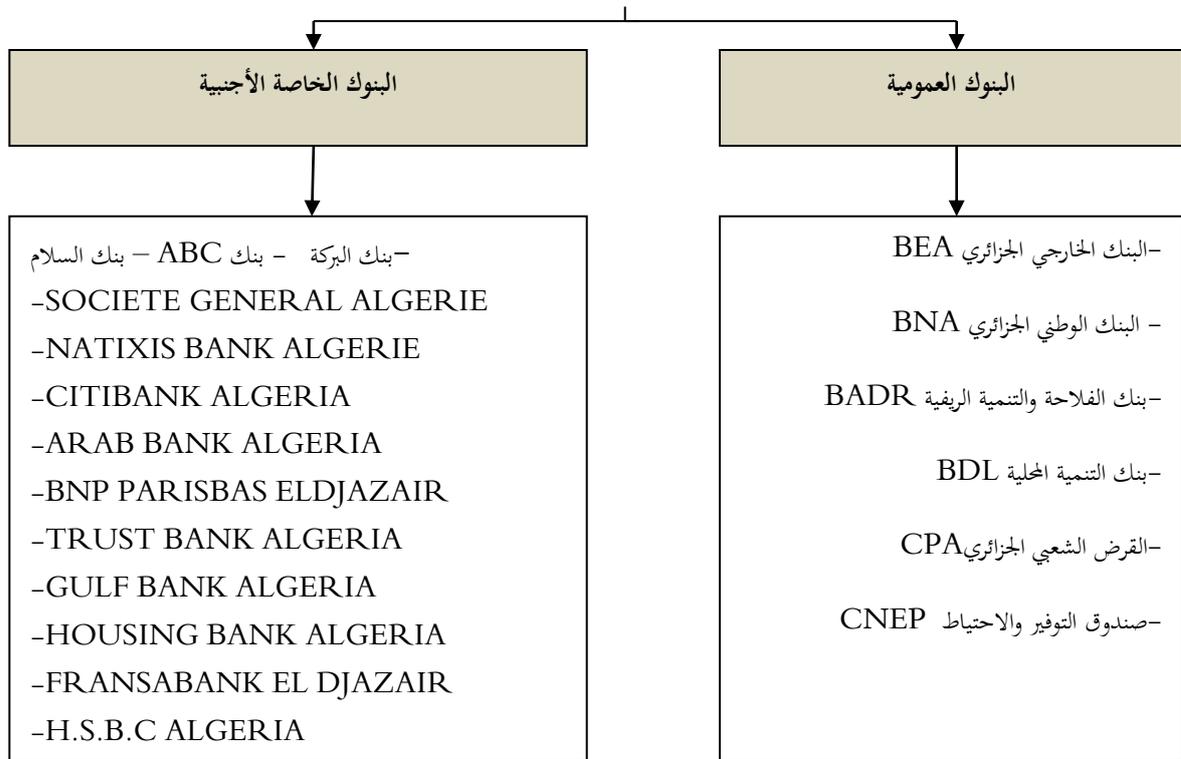
III.2- واقع تنافسية البنوك الجزائرية

عرفت المنظومة المصرفية الجزائرية إصلاحات جذرية منذ الاستقلال لكي تواكب التحولات الاقتصادية والتطورات التكنولوجية المنتشرة عالميا خاصة منها تحرير الخدمات، فبعد صدور قوانين النقد والقرض التي سمحت باستثمار البنوك الأجنبية في الجزائر أدى إلى انفتاح النظام المصرفي وزيادة قدرته التنافسية. حيث يضم القطاع المصرفي الجزائري حاليا برئاسة بنك الجزائر 19 بنكا تجاريا ما بين بنوك عمومية وخاصة أجنبية مقسمة إلى ستة 6 بنوك عمومية و13 بنك أجنبي خاص، إضافة إلى 8 مؤسسات مالية عامة ومؤسسة مالية واحدة متخصصة والمتمثلة في الصندوق الوطني للاستثمار، بجانب 6 مكاتب تمثيل أجنبية (bank of algéria, 2022).

الشكل (1): البنوك التجارية العاملة بالقطاع المصرفي الجزائري

البنوك التجارية

حتمية تطوير الخدمات المصرفية لتحسين وزيادة تنافسية القطاع المصرفي الجزائري في ظل مساعي
الإضمام لمنظمة التجارة العالمية



المصدر: بالاعتماد على 13/08/2022 ; 18h52 www.bank-of-algeria.dz

ولتشخيص تنافسية البنوك الناشطة بالجزائر نتطرق إلى:

أ-درجة التركيز: تستخدم نسبة التركيز في القطاع المصرفي لتقييم درجة المنافسة في الأسواق المصرفية. فالتركيز المصرفي غالبا ما يقدر بالنسبة المئوية للأصول (أو عناصر من الخصوم) أو الودائع المجمعة التي تمتلك من طرف خمس أو ثلاث أكبر حصص سوقية للبنوك خلال فترة زمنية محددة. كما يمكن حساب التركيز وفق مؤشرات منها مؤشر مقلوب عدد المؤسسات وفق العلاقة التالية:

$$Cr = 1 / N$$

كلما إقتربت قيمة هذا المؤشر من الواحد دل ذلك على زيادة درجة التركيز، وكلما إقتربت قيمته من الصفر كلما دل ذلك على إنخفاض التركيز، ويوضح الجدول أدناه نتائج مؤشر مقلوب عدد المؤسسات للبنوك الجزائرية

الجدول (2): مؤشر مقلوب عدد المؤسسات للقطاع المصرفي الجزائري خلال الفترة 2015-2022

السنوات	2022	2021	2020	2019	2018	2017	2016	2015
عدد البنوك	19	19	20	20	20	20	20	20
مقلوب عدد المؤسسات	0.052	0.052	0.05	0.05	0.05	0.05	0.05	0.05

المصدر: إعداد الباحثين بالاعتماد على تقارير بنك الجزائر.

مريم قاسمي و غنية مجاني

من خلال الجدول نلاحظ مؤشر مقلوب المؤسسات ثابت (0.05) إلى غاية سنة 2021 حدث تغيير طفيف بسبب خروج بنك خاص وتراجع عدد البنوك إلى 19 بنك، في مجمله قيم هذا المؤشر مرتفعة نسبيا بالنظر لحجم الاقتصاد الجزائري حيث يمكن استيعاب بنوك جديدة في القطاع.

تميز البنوك العمومية على القطاع المصرفي الجزائري من خلال حصصها السوقية للودائع المجمعة البالغة نسبة 86.24% وتعود أكبر حصة لبنك BEA بنسبة 24% ثم يليه بنك BNA ب 20.64% والمرتبة الثالثة CPA ب 18.07%، ورغم انخفاض هذه النسب في السنوات الأخيرة إلا أنها لا تزال تحقق حصص سوقية كبيرة مقارنة بالبنوك الخاصة التي تبلغ حصتها السوقية 13.76% من إجمالي الودائع، أكبر حصة لبنك SOCIETE GENERAL بنسبة 2.80% ثم BNP ب 1.93% و AGB بنسبة 1.90%، تبقى هذه النسب بعيدة عن قيم البنوك العمومية.

يتميز القطاع المصرفي الجزائري بسيطرة البنوك العمومية على النشاط المصرفي، الأمر الذي لا يسمح بوجود منافسة حقيقية فارتفاع التركيز في البنوك يعكس انخفاض درجة المنافسة، ويرجع ضعف الحصة السوقية للبنوك الخاصة إلى كونها حديثة النشأة مقارنة بالبنوك العمومية ولا تزال تحتاج تمويل، لكن نجد منافسة شديدة ما بين هذه البنوك كونها تربطها علاقة قوية مع عملائها وكل بنك خاص يسعى إلى إمتلاك أكبر حصة وتقديم أحسن الخدمات وبتكاليف منخفضة.

ب-الكثافة المصرفية: تقاس الكثافة المصرفية بعدد الفروع المنتشرة داخليا مع عدد سكان البلد، وحسب نموذج "كاميرون Cameron" الذي وضع سنة 1967 مبني على عرف دولي ينص أن لكل 10 آلاف شخص فرع واحد لبنك، يحسب من خلال العلاقة التالية:

$$\text{الكثافة المصرفية} = \frac{\text{عدد الفروع} * 10000}{\text{عدد السكان}}$$

إذا كانت الكثافة المصرفية = 1: فهو العدد المثالي للتوزيع

-الكثافة المصرفية < 1: إنحراف موجب يدل على وجود وانتشار عدد كبير للفروع البنوك، مما يشكل عبئا من التكلفة على البنوك وبالتالي إنخفاض ربحية البنك.

-الكثافة المصرفية > 1: إنحراف سالب انتشار عدد غير كاف لفروع البنوك، وبالتالي الخدمة المصرفية لا تغطي كل شرائح الناس ممن هم بحاجة لها.

وبالنسبة للجزائر يبلغ حاليا العدد الإجمالي لفروع البنكية الداخلية 1690 فرع منها 1186 للبنوك العمومية منتشرة عبر كامل التراب الوطني و 504 للبنوك الخاصة لا تشمل كل ولايات الوطن نجدها غالبا متمركزة في الشمال (تقرير بنك الجزائر، 2021)، كما قدر عدد السكان ب 45.184.556 نسمة سنة 2021، باحتساب الكثافة المصرفية حسب نموذج كاميرون نجدها 0.374% أي حوالي 26000 نسمة لكل وكالة واحدة، فتعتبر نسبة ضعيفة جدا وغير كافية وبعيدة كل البعد عن المعايير الدولية، وبالتالي فالخدمة المصرفية في الجزائر لا تصل لكل الزبائن وهناك ضعف في تغطية وتوزيع شبكة البنوك عبر التراب الوطني.

وعرفت الكثافة المصرفية في القطاع المصرفي الجزائري نسب ضعيفة منذ سنوات يمكن تلخيصها فيما يلي:

الجدول (3): فروع البنوك العمومية والخاصة العاملة في الجزائر والكثافة المصرفية

حتمية تطوير الخدمات المصرفية لتحسين وزيادة تنافسية القطاع المصرفي الجزائري في ظل مساعي الانضمام لمنظمة التجارة العالمية

السنة	عدد السكان	فروع البنوك الخاصة		فروع البنوك العمومية		إجمالي الفروع	الكثافة المصرفية لكل 10000
		العدد	النسبة %	العدد	النسبة %		
2015	39.871.528	346	23.553	1123	76.446	1469	0.368
2016	40.606.052	355	23.841	1134	76.158	1489	0.366
2017	41.318.142	365	24.156	1146	75.843	1511	0.365
2018	42.228.429	373	24.475	1151	75.524	1524	0.360
2019	43.053.054	482	29.212	1168	70.787	1650	0.383
2020	43.851.044	504	29.822	1186	70.177	1690	0.385
2021	45.184.556	504	29.822	1186	70.177	1690	0.374

المصدر: بالاعتماد على تقرير بنك الجزائر للتطور الاقتصادي والنقدي للجزائر 2019 ص 75، وأيضا:

Word Bank Database www.data.albankaldawli.org 15/08/2022 14h02

من خلال الجدول أعلاه تبين أن البنوك العمومية تهيمن بصفة كبيرة على القطاع بتوزيع وانتشار عدد فروعها البنكية مقارنة بالنسبة الضعيفة لفروع البنوك الخاصة لكن الملاحظ أن هذه الأخيرة في تزايد مستمر، وأبرز ملاحظة هي تسجيل نسبة كثافة مصرفية ضعيفة أقل من 1 أي إنخاف سلمي حسب "نموذج كاميرون" ومنذ سنوات هذا ما يعني أن انتشار فروع البنوك غير كافي وغير متوازن وأغلبها تتمركز في المناطق الشمالية مما يعكس محدودية وصول الخدمات المصرفية والمنتجات إلى كافة فئات المجتمع.

III.3- تنافسية القطاع المصرفي الجزائري عربيا ودوليا

لدراسة ومقارنة تنافسية القطاع المصرفي الجزائري مع باقي القطاعات المصرفية لدول الجوار وبعض الدول العربية نستخدم على أربعة مؤشرات فرعية تتمثل في: (صندوق النقد العربي، 2022، صفحة 17)
مؤشر معدل نمو صافي الأصول الأجنبية ويقصد به مجموع الأصول الأجنبية التي تحتفظ بها السلطات النقدية والبنوك التجارية والمؤسسات المالية ناقص التزاماتها الأجنبية.
مؤشر حجم الائتمان المحلي الممنوح للقطاع الخاص يقيس هذا المؤشر مدى مساهمة البنوك المحلية في منح قروض وتسهيلات للقطاع الخاص.

مؤشر نسبة القروض المتعثرة إلى إجمالي القروض وهي الديون التي عجز المقرضين عن سدادها في تاريخ استحقاقها حيث نتيجة لعدم استردادها وجب على البنك أخذ مخصصات من أرباحه لمواجهة الخسائر الناجمة عنها، ويصبح القرض متعثر وغير فعال عندما يسجل العميل تعثرا في دفع الفوائد أو أصل متأخرات السداد لأكثر من 90 يوم ويعبر هذا المؤشر عن مخاطر الائتمان (جمال قاسم حسن، 2019، صفحة 6)، وأخيرا مؤشر السيولة المحلية إلى الناتج المحلي الإجمالي. ثم بحسب المؤشر العام للقطاع النقدي والمصرفي للدولة والذي على أساسه يوضع الترتيب.

الجدول (4): القيمة المعيارية للمؤشرات الفرعية لتنافسية القطاع النقدي والمصرفي للجزائر وبعض الدول العربية خلال الفترة (2017-2020)

الترتيب	مؤشر القطاع النقدي والمصرفي	مؤشر السيولة المحلية إلى الناتج المحلي الإجمالي	مؤشر القروض المتعثرة إلى إجمالي القروض	مؤشر الائتمان المحلي الممنوح للقطاع الخاص	مؤشر معدل نمو صافي الأصول الأجنبية	البلد
8	0.3722	-0.4559	-1.1028	-0.3595	3.4068	تونس
23	-0.6372	-0.2085	-1.0730	-0.6149	-0.6525	الجزائر
13	0.1283	0.9595	-0.1545	-0.3536	0.0617	المغرب
19	-0.3098	-0.2213	0.4312	-0.5478	-0.9013	مصر
6	0.4973	0.1799	0.8250	-0.2424	1.02267	قطر
11	0.1841	0.0855	0.0613	0.1699	0.4199	الإمارات
15	-0.0354	0.2633	-0.0354	-0.6070	-0.3013	الأردن

المصدر: بالاعتماد على تقرير تنافسية الاقتصاديات العربية لصندوق النقد العربي 2022 www.amf.org.ae

يبين الجدول أعلاه القيمة المعيارية للمؤشرات الفرعية لتنافسية القطاع المصرفي الجزائري وبعض الدول العربية ودول الجوار، من خلاله نلاحظ أن الجزائر سجلت خلال الفترة 2017-2020 متوسط مؤشرات التنافسية سلبية لكل من معدل نمو صافي الأصول الأجنبية (0.6525)، الائتمان المحلي الممنوح للقطاع الخاص (-0.6149)، القروض المتعثرة إلى إجمالي القروض (-1.0730) ومؤشر السيولة المحلية (-0.2085) مع مؤشر إجمالي للقطاع النقدي والمصرفي قدر ب (-0.6372) نقطة ما جعلها تأخذ المرتبة 23 من بين مجموعة 26 دولة عربية وبعض الدول المقارنة (صندوق النقد العربي، 2022)، عكس ما كنت عليه خلال الفترة 2014-2017 تصدرت المرتبة الثالثة عربيا بعد السعودية والإمارات بقيمة معيارية بلغت (0.238) نقطة والمرتبة السابعة من بين مجموعة الدول العربية والدول المقارنة. (صندوق النقد العربي، 2019، صفحة 23).

أما عالميا تقاس التنافسية بنفس المؤشرات سالفة الذكر، والجزائر تحتل المراتب الأخيرة 111 من خلال تنافسية القطاع المالي والنقدي من أصل 141 دولة، يمكن تلخيصها في الجدول أدناه:

الجدول (5): مؤشرات ترتيب النظام المالي والنقدي للجزائر من أصل (141) دولة

المؤشر	التنافسية العالمية	مرتبة النظام المالي	استقرار النظام البنكي	الائتمان المحلي للقطاع الخاص	نسبة القروض المتعثرة	سوق رأس المال	المهارات	التكنولوجيا
البلد								
الجزائر	89	111	113	24,3%	12,3%	123	85	76

Source: " the global competitiveness report 2019" klaus schwab, word economic forum, www.weforum.org/docs/WEF_TheGlobalCompetitivenessReport2019.pdf 20/08/2022

يرجع هذا التأخر في الترتيب إلى الصعوبات التي تواجهها المؤسسات في الحصول على الائتمان والتي يعد من أبرز العراقيل التي تعترض عملية نمو وتطور القطاع إضافة إلى مجموعة من العوامل منها:

حتمية تطوير الخدمات المصرفية لتحسين وزيادة تنافسية القطاع المصرفي الجزائري في ظل مساعي الانضمام لمنظمة التجارة العالمية

- ضعف الوساطة المالية حيث تميز أن القروض المقدمة للقطاع الخاص منخفضة هذا بسبب بطئ تطبيق الإصلاحات الهيكلية التي تعوق تطور هذا القطاع، والحكومة الجزائرية تفرض نسب ضرائب عالية على المؤسسات الخاصة مما يقلل من قدرتها على الاقتراض.
- سوء توزيع وانتشار فروع البنوك عبر التراب الوطني، فالكثافة المصرفية غير متوازنة وليست في مستوى المعايير العالمية المطلوبة فرع واحد لكل 10 آلاف نسمة.
- البنوك الجزائرية العمومية والخاصة تقدم خدمات مصرفية تقليدية كلاسيكية لا تصل إلى مستوى خدمات باقي الدول من حيث النوع والجودة مما يقلل من قدرتها التنافسية.
- ضعف كفاءة أداء العنصر البشري حيث تحتل الجزائر المرتبة 85 عالميا في ميدان المهارات والكفاءات البشرية، يعود هذا لعدم توفر برامج للتدريب والتكوين.

-نقص التطور التكنولوجي في القطاع المصرفي الجزائري فهو بحاجة إلى زيادة مستوى الاستثمار في التكنولوجيا المصرفية الحديثة وتطبيق الأنظمة والبرامج العصرية حتى يكون القطاع قادرا على مواكبة المنافسة المصرفية في الأسواق الداخلية والخارجية، فالمنافسة الدولية تتطلب بيانات قابلة للمقارنة وفق معايير موحدة مع نشر البيانات اللازمة وبشكل مناسب. (خليفة أسياء، 2021، صفحة 553)

- زيادة نسبة القروض المتعثرة إلى إجمالي القروض الممنوحة من طرف البنوك العمومية ما أدى إلى تفاقم الوضعية المالية للبنوك الجزائرية، حيث قدرت نسبة القروض المتعثرة سنة 2017 ب 12.3% و بقيت في تصاعد إلى أن وصلت 14.8% سنة 2019 ونسبة أعلى خلال سنة 2020 بسبب أثر جائحة كورونا (صندوق النقد العربي، 2022، صفحة 37) وتعود هذه النسبة العالية للقروض المتعثرة إلى عدم التحكم في المخاطر الائتمانية وعدم التنوع في القروض البنكية، كلما تراجع النشاط الاقتصادي تزداد احتمالية عدم سداد القروض وتعثرها.

IV - تطوير وتوسيع الخدمات المصرفية في البنوك الجزائرية لزيادة التنافسية

للقوف على أهم الخطوات الواجب اتخاذها من أجل تطوير وتحير الخدمات المصرفية في البنوك الجزائرية مع زيادة ربحيتها وخلق ميزة تنافسية مع باقي البنوك الأجنبية والانفتاح على الأسواق العالمية، حيث أن قدرة البنك في البقاء والاستمرار تكمن في مدى الاستجابة لمقتضيات العملة المالية والتحرير المصرفي، لذا وجب علينا تشخيص واقع الخدمات المصرفية الجزائرية لمعرفة نقاط الضعف التي يبني عليها التطوير.

1.IV - واقع الخدمة المصرفية في الجزائر

كما ذكرنا سابقا يبلغ عدد البنوك العاملة بالجزائر 19 بنك مقسمة إلى 6 بنوك عمومية و 13 بنك خاص أجنبي، لكن رغم تعدد هذه الأخيرة تبقى البنوك العمومية لها السيطرة الشبه مطلقة على القطاع المصرفي الجزائري. وتقدم البنوك الجزائرية مجموعة من الخدمات المصرفية تتسم بخصائص نذكر منها:

- نقص وضعف عدد الخدمات المقدمة من طرف البنوك الجزائرية وعدم تنوعها، حيث تقدر بحوالي 50 خدمة مصرفية مقارنة مع أكثر من 400 خدمة مقدمة في بنوك الدول المتقدمة، هذا ما يقلل من تنافسيته وتنمية رأسمالها.

-سوء توزيع وانتشار شبكة البنوك فنجد أغلب فروع البنوك تتمركز في المناطق الشمالية والولايات ذات الكثافة في النشاط الاقتصادي والتجاري مما لا يسمح وصول الخدمة المصرفية إلى جميع أفراد المجتمع.

- غياب التسويق المصرفي للخدمات المصرفية لدى البنوك مما أدى إلى ضعف تنافسيتها، فمعظم البنوك الجزائرية لا تولي أهمية للتوظيف التسويقية ضمن الوظائف الرئيسية للبنك.
- محدودية الخدمة المقدمة لا تزال البنوك تقدم خدمات كلاسيكية تقليدية لا تتماشى مع التطورات العالمية ولم ترتقي إلى المستوى المطلوب.
- ضعف كفاءة وأداء العنصر البشري مما يؤثر على طريقة تقديم الخدمة وكيفية التعامل مع الزبائن.
- التعقيدات في المعاملات المصرفية وبطء الإجراءات في دراسات الملفات وتقديم القروض.
- ضعف البنى التحتية للاتصالات مما يعرقل سير الخدمات المصرفية الإلكترونية.

2.IV- تطوير الخدمات المصرفية

تسعى البنوك للبقاء والحفاظ على استقرارها، لكن مع المتغيرات العالمية المستمرة من عوامة للنشاط المصرفي وتحرير الخدمات أصبح من الضروري تطوير وتنويع الخدمات المصرفية لمواكبة التطورات التكنولوجية وزيادة تنافسية البنوك إقليميا وعالميا.

1.2.IV- تعريف تطوير الخدمات المصرفية

يقصد بتطوير الخدمات المصرفية: "إضافة مزايا جديدة للخدمات المصرفية القائمة، بحيث تؤدي هذه المزايا إلى زيادة الطلب على هذه الخدمات" (الصميدعي، 2001، صفحة 249)

كما ينظر إلى الخدمة المطورة على أنها: " أي خدمة تسير أو تواكب التطور أو التغيير في رغبات واحتياجات الزبون الحالي وتجذب الزبائن الجدد إلى البنك" (النسور، 2015، صفحة 228)

بينما يقصد بمنتوج أو خدمة جديدة كل منتوج ادخار، منتج قرض أو خدمة بنكية لم يكن محل ترخيص ولم يكن محل طرح في السوق (بنك الجزائر، 2020)

فعملية تطوير الخدمات المصرفية هي عملية شاملة ومتكاملة تهدف إلى تعزيز القوى التنافسية للبنك ومن ثم زيادة ربحيته على المدى الطويل، وعادة العملاء يميلون إلى التعامل مع البنوك التي تكون قادرة على تطوير وتنويع خدماتها بشكل مستمر.

إن نجاح تطوير الخدمات المصرفية يتوقف على ثلاث دعائم أساسية هي: (القادر، 2013، صفحة 32)

- تطوير الكفاءات البشرية لأن الخدمات المصرفية تعتمد على العنصر البشري.
- تطوير الأساليب والإجراءات والمنافذ التي تمر بها الخدمة إلى الزبون.
- التطوير المستمر في التكنولوجيا المستخدمة في البنوك بإدخال التقنيات والأنظمة الإلكترونية التي أصبحت البنوك تتنافس فيما بينها على الاستثمار فيها من أجل تطوير طرق تقديم خدماتها.

2.2.IV- أسباب تطوير الخدمات المصرفية وأهدافها:

تتعدد أسباب ومبررات تطوير الخدمات المصرفية على رأسها العوامة المالية والتي تزيد من وتيرة المنافسة، بالإضافة إلى مبررات أخرى من بينها نذكر:

- زيادة اندماج الأنظمة المالية والنقدية لمختلف الدول وموجة التحرير المالي والمصرفي التي فرضت منافسة كبيرة ما بين المؤسسات والأسواق المالية العالمية.
- التقدم التكنولوجي المتسارع فيستوجب على البنوك على الاستفادة من أحدث تقنيات المعلومات والاتصالات لتحسين الخدمات المصرفية واستحداث خدمات جديدة من أجل الوصول إلى قاعدة أوسع من العملاء.
- الإنفتاح الدولي وتدويل العمل المصرفي باتساع نطاق عمل البنوك.

حتمية تطوير الخدمات المصرفية لتحسين وزيادة تنافسية القطاع المصرفي الجزائري في ظل مساعي الانضمام لمنظمة التجارة العالمية

- زيادة المنافسة المصرفية والغير المصرفية من قبل المؤسسات المالية التي تعرض عدد متزايد من الخدمات والمنتجات المتشابهة والمنافسة للخدمات المصرفية بسبب تحرير تجارة الخدمات.
- التغيرات المستمرة في أذواق وحاجات وطلبات الزبائن بتحسين مستوى المعيشة والمستوى العام في المجتمع، مما يفرض على البنوك الاستجابة السريعة من خلال تطوير وترقية الخدمات المصرفية.
- رغبة البنوك في المحافظة على الزبائن الحاليين المتعاملين مع البنك مما يدفعه ويستوجب عليه تطوير الخدمات المصرفية المقدمة لهم.

يهدف تطوير الخدمات المصرفية إلى:

- حفاظ البنوك على قدرتها في البقاء والاستمرار وزيادة حصصها السوقية.
- تقديم خدمات مماثلة للبنوك والمؤسسات المنافسة بتكاليف منخفضة.
- توسيع قاعدة الزبائن الجدد وزيادة العمل على ولاء الزبائن الحاليين.
- زيادة وتحسين القدرة التنافسية للبنوك.

IV- 3.2- أشكال تطوير الخدمات المصرفية:

إن تطوير الخدمات المصرفية يمكن أن يتم حسب الأشكال التالية:

أ- إضافة خدمات مصرفية جديدة إلى الخدمات القائمة: بمعنى زيادة عدد الخدمات والمنتجات التي يقدمها البنك إلى زبائنه مما يؤدي إلى إشباع رغباتهم أكثر من الخدمات القديمة.

ب- تعديل أو إجراء توسيع في الخدمات المصرفية: إضافة مزايا للخدمات القائمة دون إحداث تغييرات جوهرية، والتعديلات يمكن أن تكون نوعية أو في الخصائص الضمنية للخدمة بهدف تلبية حاجيات الزبائن.

ج- إعادة تصميم الخدمة من حيث عناصرها ومواصفاتها: يقوم البنك بإعادة تصميم الخدمة حسب إحتياجات الزبائن ورغباتهم بالأخذ بعين الاعتبار التطوير الحاصل لدى البنوك المنافسة والتركيز على الجودة.

د- تكييف وتنويع الخدمات القائمة: تخفيف الإجراءات المتعلقة بالحصول على خدمة معينة هذا من أجل استقطاب زبائن جدد، وتهدف هذه العملية إلى تعزيز الموقف التنافسي للبنك.

-معوقات تطوير الخدمات المصرفية في البنوك الجزائرية

تتصادم البنوك الجزائرية عند تطويرها لخدماتها بمجموعة من المعوقات أبرزها:

- ارتفاع تكلفة عملية تطوير الخدمات المصرفية بشكل يفوق التوقعات.
- وجود بعض القوانين والتشريعات الصادرة من طرف بنك الجزائر التي تعرقل النشاط المصرفي.
- تنافس البنوك في استقطاب أكبر عدد ممكن من العملاء الجدد لذا يجب تسريع عملية التطوير.
- عدم تقبل فكرة تطوير الخدمة المصرفية من قبل العملاء أو الموظفين.
- نقص كفاءة الموظفين بالبنك وعدم استعابهم للتكنولوجيا مما يبطئ من عملية التطوير.
- ضعف قياس حجم السوق وإمكانيات التنبؤ بمتغيراته.

- وجود عدد كبير من المنافسين الذين يعملون على تطوير خدماتهم مما كان متوقع.

IV.2.4- متطلبات تطوير الخدمات المصرفية في البنوك الجزائرية

مع التطورات التي عرفتها الساحة المصرفية العالمية بسبب العولمة المالية، أصبح من الضروري على البنوك الجزائرية أن تسعى جاهدة نحو تطوير خدماتها المصرفية من أجل ضمان بقاءها وزيادة ميزتها التنافسية وانضمامها المرتقب لمنظمة التجارة العالمية. من أبرز متطلبات تطوير الخدمات المصرفية في الجزائر نذكر:

أ. إدخال التكنولوجيا الحديثة في العمل المصرفي: تهتم الدول المتقدمة بشكل خاص بتكثيف الاستخدام لأحدث تقنيات المعلومات والاتصالات في طرق تقديمها للخدمات بهدف تخفيض تكلفة العمل، فتعتبر التكنولوجيا من أهم العناصر التي تساعد في زيادة الميزة التنافسية وعلى البنوك الجزائرية تبني البعد التكنولوجي لتطوير الخدمات المصرفية، ويكون ذلك:

- تطوير شبكة الاتصالات بين البنوك وبين الوكالات
- تطوير الخدمات المصرفية الإلكترونية والمنصات الإلكترونية
- تشجيع الدفع الإلكتروني واستخدام مختلف أنواع وسائل الدفع الإلكترونية من بطاقات ائتمان والشيكات الإلكترونية...
- استخدام خدمات الصراف الآلي بنوعها الموزعات الآلية للأوراق النقدية (Distributeur Automatique DAB) و (Guichet Automatique Bancaire) GAB والشبايك الآلية البنكية
- زيادة التجارة الإلكترونية وحجم المعاملات الإلكترونية عبر الحدود بين زبائن البنوك والشركات التجارية

عرف نشاط الدفع الإلكتروني والخدمات المصرفية الإلكترونية في الجزائر تحسنا سنة 2020 بسبب جائحة كورونا التي فرضت تبني استراتيجيات التحول الرقمي خاصة في المجال المصرفي، حيث سجلت حوالي 630577 عملية قيمتها الإجمالية 693185435.69 دج خلال شهر جويلية 2020 بينما كانت 3667 عملية بقيمة إجمالية 15009842.02 دج سنة 2016. (الدين، 2021، صفحة 78)

كما أصدر بنك الجزائر في السند 07 / رقم 2020-01 للقواعد العامة للشروط المصرفية المطبقة على المعاملات المصرفية مجموعة من المنتجات والخدمات المصرفية الإلكترونية الجديدة.

ب. تطوير وتغيير هيكل الخدمات المصرفية: رفع القيود والمعوقات أمام البنوك والمؤسسات المالية المختلفة لفتح فروع ومكاتب ممارسة أنشطة لم يكن مسموحا بها، بالإضافة إلى إلغاء القيود على الأسعار التي تتقاضاها البنوك والمؤسسات المالية سواء أسعار الفائدة أو رسوم الخدمات بهدف التوسع في عمليات البنوك والتحرر المصرفي.

ج. توسيع شبكة البنوك: فتح وتوسيع شبكة البنوك الجزائرية في كل ولايات الوطن وفي الخارج خاصة في الأماكن التي تكثر فيها الجالية الجزائرية حتى تستفيد البنوك من عمولات التحويل واستقطاب العملة الصعبة، والحكومة الجزائرية وضعت مشروع فتح فروع مصرفية بالخارج حيز التنفيذ وأعلنت عن عزم ثلاث بنوك عمومية إنشاء فروع تابعة لها في عديد من البلدان الإفريقية، وكذا فرنسا كمرحلة أولى قبل نهاية 2022. وكاقترح يمكن تحويل بريد الجزائر إلى بنك كونه يضم أكبر عدد من العملاء وله فروع بكل ولايات الوطن وفي أغلب البلديات.

د. العمل على تنويع الخدمات المصرفية والتوجه إلى البنوك الشاملة: مع تزايد المنافسة الشديدة وتعاضل التحرير المصرفي تقف البنوك أمام هذا التحدي فيستلزم عليها تقديم مجموعة متنوعة ومتكاملة من الخدمات المصرفية التقليدية والحديثة لتحافظ على زبائنها وتلبي احتياجاتهم، والبنوك الشاملة هي تلك البنوك التي تسعى دائما وراء تنويع مصادر التمويل وتعبئة أكبر قدر ممكن من المدخرات من كافة القطاعات وتمنح الائتمان المصرفي لجميع القطاعات.

حتمية تطوير الخدمات المصرفية لتحسين وزيادة تنافسية القطاع المصرفي الجزائري في ظل مساعي الانضمام لمنظمة التجارة العالمية

- هـ. تقديم خدمات إسلامية وإنشاء نظام مالي إسلامي موازي للنظام التقليدي: تملك البنوك الجزائرية أقسام تقدم منتجات وخدمات إسلامية على أمل جذب الجزائريين وإعادة جزء من الاقتصاد غير الرسمي إلى النظام المالي، وعلى بنك الجزائر التفكير في إنشاء نظام مالي إسلامي مكمل للنظام التقليدي مع تأسيس نظام تأمين تكافلي وسوق لتداول الأوراق المالية الإسلامية مما يحسن من تنافسية القطاع المصرفي الجزائري.
- و. الارتقاء بالعنصر البشري: لارتقاء الأداء المصرفي ينبغي تطوير العنصر البشري وقدراته على استيعاب التطورات التي تعرفها الخدمات المصرفية مما يحقق تحسين مستوى تقديم الخدمة، مثل التدريب في مكاتب الاستشارات الدولية وإجراء دورات في ميدان الإدارة المصرفية.
- ز. تطوير وتحديث التسويق المصرفي: تتوقف قدرة البنك على الاحتفاظ بعملائه الحاليين وجذب عملاء جدد بالمنهج التسويقي المعتمد وتحليل اتجاهات السوق المصرفية واحتياجات العملاء، من أجل تقديم خدمات مصرفية بمجودة وتكون قادرة على التنافس، وحتى تكون البنوك الجزائرية مواكبة للتطورات المصرفية وزيادة قدرتها التنافسية عليها بتبني التسويق المصرفي الحديث بما فيه الإلكتروني من أجل خلق زبائن وتصميم مزيج للخدمات المصرفية بما يشبع رغباتهم وكذا المساهمة في تسعير الخدمات (مهدي، 2018).
- ح. الحوكمة الإلكترونية: ضرورة تبني الحوكمة الإلكترونية على مستوى البنوك الجزائرية فهي تقدم مجموعة من المزايا لتطوير وتحسين الخدمات المصرفية عن طريق إدخال واستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات لتسهيل العمليات الإدارية، كما تتيح للزبائن تقديم الطلبات والتفاعل مع البنوك في أي وقت ومكان وبتكلفة اقل (ATIL، 2021، صفحة 551).

V - خلاصة :

تبين من خلال هذه الدراسة أن المنافسة تلعب دورا هاما في تطوير وتحسين أداء القطاع المصرفي وزيادة القدرة التنافسية للبنوك العاملة فيه محليا ودوليا. يمكن تلخيص أبرز نتائج الدراسة المتوصل إليها على النحو التالي:

- يتميز القطاع المصرفي الجزائري بكثافة مصرفية منخفضة حيث أن انتشار البنوك الجزائرية عبر التراب الوطني غير متوازن وبعيد عن المعايير المطلوبة، وبالتالي لا تصل الخدمة المصرفية إلى كل طالبيها ومن هم بحاجة لها، كما تتميز بصغر حجم البنوك مقارنة ببنوك دول العالم.
- تهيمن البنوك الجزائرية العمومية على القطاع المصرفي ورغم عددها الستة إلا أنها تملك أكبر الحصص السوقية للأصول وللودائع المجمعة وكذا القروض الممنوحة للقطاع العام والخاص.
- تتعدد وتنوع البنوك الخاصة العاملة في الجزائر وتقدم مجموعة هائلة من الخدمات إلا أن حصصها السوقية ضعيفة.
- الخدمات المصرفية في الجزائر لا تتماشى مع التطورات التكنولوجية بدرجة كبيرة.

توصيات واقتراحات: انطلاقا من النتائج السابقة يمكن أن نصيغ بعض التوصيات والاقتراحات التي تساعد في تطوير القطاع المصرفي الجزائري وزيادة تنافسيته لمواكبة التطورات الحديثة:

- العمل على تطوير وتنويع الخدمات والمنتجات المصرفية وتحديث وسائل الدفع والخدمات الإلكترونية.
- تشجيع زيادة عدد البنوك الناشطة في القطاع المصرفي الجزائري من أجل تخفيض درجة التركيز وزيادة المنافسة المصرفية.
- تشجيع الاستثمار في التكنولوجيا ومواكبة تطوراتها.
- العمل على عصنة البنوك وإدخال أحدث التقنيات التكنولوجية في تقديم الخدمات المصرفية.

- 1- assia ATIL , **e-gouvernance et services bancaires dans les pays en** . (نوفمبر, 2021). **developpement: cas de l'Indie**. مجلة التمير الفكري للعلوم الاجتماعية و الانسانية ..
- 2- bank of algeria (janvier 2022), www.bank-of-algeria.dz: من 01aout, 2022 , تاريخ الاسترداد
- 3-Berry Lenard et Bendapudi Neeli .**health care a fertile field for service research** .(2007). *journal of service resarch*
- 4-. philip kotler.prentice HALL .**principe of marketing services** .(2000)
- 5- ابراهيم عبد الله عبد الرؤوف محمد. (2011). تأثير تحرير الخدمات المصرفية على التنمية الاقتصادية ، الطبعة الأولى، مصر: دار الفكر والقانون.
- 6-الصادق رحابي + هشام طراد خوجة. (جوان, 2021). أثر توفير الخدمات المصرفية الإلكترونية في ظل الأزمات على زيادة تنافسية البنوك-حالة تفشي جائحة كورونا-. مجلة الأصيل للبحوث الاقتصادية والإدارية ، المجلد 5 (العدد 1)
- 7- أميرة دريس. (30 جوان, 2018). دور بنك الجزائر في تعزيز تنافسية البنوك العمومية الجزائرية. مجلة الاقتصاد والتنمية البشرية ، (جامعة البليدة، المجلد 9، العدد 2.
- 8- إياد عبد الفتاح النصور. (2015). تسويق المنتجات المصرفية ، المجلد الطبعة الأولى، عمان، الأردن: دار صفاء للنشر والتوزيع.
- 9- بلوطار مهدي. (جوان, 2018). التميز والجودة كمعيار للتنافسية في الخدمات البنكية إشارة للجزائر. مجلة العلوم الانسانية (العدد 9)،.
- 10- بنك الجزائر. (2020). الأنظمة المحددة للقواعد العامة المتعلقة بالشروط البنكية المطبقة على العمليات المصرفية. المادة 5 .
- 11- تقرير بنك الجزائر. (2021). www.bank-of-algeria.dz
- 12- جمال قاسم حسن. (2019). القروض المتعثرة وأثرها على القطاع المصرفي في الدول العربية. الإمارات العربية المتحدة: صندوق النقد الدولي.
- 13- حيرش عبد القادر. (2013). دور التحرير المصرفي في تطوير الخدمات المصرفية وزيادة القدرة التنافسية للبنوك التجارية الجزائرية. رسالة ماجستير ، شعبة علوم التسيير، جامعة عمار ثليجي، الجزائر
- 14- خليفة أسياء. (جوان, 2021). "متطلبات تطوير القطاع البنكي الجزائري -دراسة مقارنة مع القطاع البنكي المالي". دفاثر البحوث العلمية ، المجلد 9 (العدد 1).
- 15- ردينة عثمان يوسف، محمود جاسم الصمدي. (2001). التسويق المصرفي (المجلد الطبعة الأولى). عمان: دار المناهج.
- 16- صندوق النقد العربي. (2019). تقرير تنافسية الاقتصاديات العربية. الإمارات العربية المتحدة.
- 17- صندوق النقد العربي. (2022). تنافسية الاقتصاديات العربية. الإمارات العربية المتحدة: صندوق النقد العربي.

حتمية تطوير الخدمات المصرفية لتحسين وزيادة تنافسية القطاع المصرفي الجزائري في ظل مساعي الإنضمام لمنظمة التجارة العالمية

- 18- طه طارق. (2000). إدارة البنوك والمعلومات المصرفية. القاهرة، مصر: دار الكتب للنشر.
- 19- عبد المنعم غانم عز الدين. (2016). تقويم جودة الخدمة. مجلة القدس المفتوحة للأبحاث والدراسات الإدارية والاقتصادية، المجلد 2 (العدد 5).
- 20- قوجيل محمد ، ناصري ناصر الدين. (جوان، 2021). رقمنة القطاع المصرفي الجزائري في الحد من تداعيات أزمة كورونا - حالة بنك الخليج الجزائر 2020". مجلة العلوم الإدارية والمالية ، المجلد 05 (العدد 01).
- محمد عماد صقر. (2012). العلاقة بين إمكانية تطبيق أساليب التسويق الدماغي والقدرة التنافسية للبنوك التجارية-دراسة تطبيقية على عينة من البنوك التجارية بمصر. المجلة العربية للعلوم الادارية ، مجلد19 (العدد3).
- مصطفى أحمد حامد رضوان. (2011). التنافسية كآلية من آليات العولمة الاقتصادية ودورها في دعم جهود النمو والتنمية في العالم (الطبعة الأولى). الاسكندرية، مصر: الدار الجامعية.

- www.weforum.org/docs/WEF_TheGlobalCompetitivenessReport2019.pdf 20/08/2022
23h38

-www.amf.org.ae 15/08/2022 14h02