

دور الصيرفة الالكترونية في تحسين الخدمة المصرفية

دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية - المديرية الجهوية بالشلف -

The Role of Electronic Banking in improving banking service A case study of the Agricultural and Rural Development Bank - District Directorate in Chlef -

د. حريري عبد الغني

مخبر الأنظمة المالية والمصرفية والسياسات الاقتصادية الكلية

في ظل التحولات العالمية

جامعة حسيبة بن بوعلبي بالشلف - الجزائر

haririabdelghani@gmail.com

ط. د. ديدوش هاجرة¹

مخبر تنمية تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية

في الصناعات المحلية البديلة

جامعة حسيبة بن بوعلبي بالشلف - الجزائر

h.didouche@univ-chlef.dz

تاريخ النشر: 2021/06/24

تاريخ القبول: 2021/06/17

تاريخ الاستلام: 2021/01/20

ملخص:

هدفت الدراسة إلى إبراز دور الصيرفة الالكترونية في تحسين الخدمة المصرفية، وعالجت إشكالية الدور الذي تساهم به الصيرفة الالكترونية في تحسين الخدمة المصرفية ببنك البدر - المديرية الجهوية بالشلف. و ذلك بتقسيم البحث إلى المحاور التالية :
-أولا: تكنولوجيا المعلومات ومتطلبات تطبيقها .
-ثانيا: ماهية الخدمة المصرفية .
- ثالثا: مساهمة الصيرفة الالكترونية في تحسين الخدمة المصرفية .
-رابعا: واقع تطبيق الصيرفة الإلكترونية ببنك الفلاحة والتنمية الريفية - المديرية الجهوية بالشلف - .
وتوصلت الدراسة إلى: أن اعتماد الصيرفة الإلكترونية بالمديرية يساهم في تحسين الخدمات المصرفية عن طريق بعض الخدمات المصرفية الالكترونية التي تقدمها المديرية من بينها: خدمة الدفع عبر الانترنت، عملية السحب والدفع من خلال البطاقات الالكترونية، .. الخ، حيث ما يجعل الزبون يستغني عن الذهاب إلى مقر المصرف، وباستطاعتها الاستفادة من الخدمات المصرفية من أي مكان، وفي أي وقت.
الكلمات المفتاحية: تكنولوجيا المعلومات، تكنولوجيا الاتصال، الخدمة المصرفية، الصيرفة الالكترونية، بنك الفلاحة والتنمية الريفية - المديرية الجهوية .

Abstract:

The study aimed to highlight the role of electronic banking in improving the banking service, and dealt with the problematic role that electronic banking contributes to improving the banking service at Al-Badr Bank - the Regional Directorate of Chlef

By dividing the research into the following axes:

-First: Information technology and its application requirements.

-Second: What is the banking service?

-Third: The contribution of electronic banking to improving the banking service.

-Fourth: The reality of applying electronic banking at the Agriculture and Rural Development Bank - the Chlef Regional Directorate

The study found a set of results are: Accreditation of electronic banking in the directorate contributes to improving banking services through some of the electronic banking services provided by the directorate, including: online payment service, withdrawal and payment process through electronic cards, as what makes the customer dispense with going to the headquarters of the bank, and he can use banking services from anywhere, anytime.

Key words: *Information Technology, Communication Technology, Banking service, Electronic banking, Agricultural and Rural Development Bank - District Directorate in Chlef.*

1 - المؤلف المرسل: ديدوش هاجرة ، h.didouche@univ-chlef.dz

مقدمة:

يشهد العالم منذ نهاية القرن العشرين وبدايات القرن الحالي تغيرات واسعة النطاق ، بحيث انتقل العالم إلى مرحلة جديدة من التحولات والعلاقات السياسية، والاقتصادية، والاجتماعية التي فرضها عصر العولمة، والثورة في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصال، والتحول نحو الاقتصاد الرقمي واقتصاد المعرفة القائم على المعلومات وسرعة الحصول عليها .

ولقد أدى التحول نحو استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال كمفهوم يعبر عن السرعة، والتفاعل الآني، واختراق الحدود إلى إحداث قفزة نوعية في القطاع المصرفي الذي لم يعد في منأى عن هذه التطورات العلمية والتقنية الحاصلة، الأمر الذي يتطلب تطوير أساليبه ونظمه والانتقال من الأنماط التقليدية إلى الأنماط الإلكترونية .

ولقد نتج عن ذلك التحول جملة من التغييرات مست مفهوم الخدمة المصرفية، وأحدثت نقلة نوعية في نموذج الخدمات المقدمة، مثل انتهاج الصيرفة الإلكترونية كتوجه عالمي يشجع على تبني نظم الخدمات الإلكترونية كالخدمة المصرفية الإلكترونية، للتحسين من الخدمة المصرفية المقدمة بما يكفل انسيابها بسرعة ودقة وتكلفة منخفضة .

-إشكالية البحث : تمت صياغة إشكالية البحث في السؤال الرئيس التالي :

فيما يتمثل دور الصيرفة الالكترونية في التحسين من الخدمة المصرفية؟ وما واقع تطبيق الصيرفة الإلكترونية ببنك الفلاحة والتنمية الريفية - المديرية الجهوية - بالشلف؟

وانطلاقا من السؤال الرئيس يتم طرح الأسئلة الفرعية التالية:

- ما المقصود بتكنولوجيا المعلومات والاتصال؟
- كيف تساهم الصيرفة الالكترونية في تحسين الخدمة المصرفية المقدمة للزبائن؟
- ما واقع تطبيق الصيرفة الإلكترونية ببنك الفلاحة والتنمية الريفية - المديرية الجهوية بالشلف -؟

-أهداف البحث: تهدف الدراسة إلى تحقيق جملة من الأهداف من بينها:

- توضيح مفهوم تكنولوجيا المعلومات ومتطلبات استخدامها.
- إبراز الدور الذي تساهم به تكنولوجيا المعلومات في تحسين الخدمة المصرفية المقدمة.
- الوقوف على واقع تطبيق الصيرفة الإلكترونية ببنك الفلاحة والتنمية الريفية - المديرية الجهوية بالشلف - .
- التعرف على خدمات الصيرفة الإلكترونية ببنك الفلاحة والتنمية الريفية - المديرية الجهوية بالشلف - .

-المنهج المتبع في البحث :

المنهج المتبع في البحث المنهج الاستنباطي، باعتماد أداة الوصف لعرض الجانب النظري للبحث ما تعلق منه بجانب تكنولوجيا المعلومات والاتصال، الخدمة المصرفية وأنواعها، الصيرفة الالكترونية وأهميتها . كما تم اعتماد أداة التحليل لتقييم واقع تطبيق الصيرفة الالكترونية بالمديرية الجهوية ببنك الفلاحة والتنمية الريفية و تحليل دورها في تحسين الخدمة المصرفية .

-تقسيمات البحث: لمعالجة الإشكالية الرئيسية والأسئلة الفرعية، قمنا بتقسيم البحث كما هو موضح في الآتي :

- المحور الاول: تكنولوجيا المعلومات ومتطلبات تطبيقها .
- المحور الثاني: ماهية الخدمة المصرفية.
- المحور الثالث : مساهمة الصيرفة الالكترونية في تحسين الخدمة المصرفية .

- المحور الرابع: واقع تطبيق الصيرفة الإلكترونية ببنك الفلاحة والتنمية الريفية - المديرية الجهوية بالشلف -.

المحور الأول: تكنولوجيا المعلومات والاتصال ومتطلبات تطبيقها:

يعتبر ميدان تكنولوجيا المعلومات والاتصال من أكبر الميادين تسارعا في التطور ، فقد أدى ربط وسائل الاتصال مع وسائل معالجة المعلومات إلى خلق نظام اتصال مبني على رابط بين تكنولوجيا المعلومات و تكنولوجيا الاتصال .

أولا: تعريف تكنولوجيا المعلومات والاتصال :

يعتبر Domsicjim أول من صاغ مصطلح تكنولوجيا المعلومات فعرفتها جمعية تكنولوجيا المعلومات الأمريكية بأنها كافة الأنشطة المتعلقة بدراسة وتحليل وتصميم ، تطوير ودعم وتشغيل نظم المعلومات التي تعتمد على الحاسبات . حيث تهتم هذه التكنولوجيا باستخدام الحاسبات والتطبيقات البرمجية الخاصة بها لنقل وتخزين ، حماية ، معالجة ، إرسال ، والاسترجاع الآمن للبيانات والمعلومات (عبد العزيز السيد ، وآخرون، 2019) .

- وعرفت تكنولوجيا المعلومات والاتصال على أنها «مجموعة التكنولوجيا المترابطة والمتصلة فيما بينها ، تركز عادة على الحاسوب ، ولها قدرة هائلة على رقمنة ، معالجة ، تناول وتحويل المعطيات بكميات غير محدودة وبطرق متنوعة" (Bekkai, 2003).

و في تعريف آخر يقصد بتكنولوجيا المعلومات والاتصال "جميع أنواع التكنولوجيا المستخدمة في تشغيل ، نقل ، تخزين المعلومات في شكل إلكتروني ، وتشمل تكنولوجيا الحاسبات الآلية ، وسائل الاتصال وشبكات الربط وأجهزة الفاكس ، وغيرها من المعدات التي تستخدم بشدة في الاتصالات" (Michel, 1990).

وتأسيسا على ما سبق ذكره من التعاريف التي تخص تكنولوجيا المعلومات والاتصال نخلص إلى تعريف شامل وأدق لهذا الأخير و يمكن القول أن تكنولوجيا المعلومات والاتصال تمثل التزاوج والترابط الهائل بين الإلكترونيات الدقيقة والحواسيب ووسائل الاتصالات الحديثة التي تشمل جميع الأجهزة والنظم والبرمجيات المتعلقة بتداول المعلومات آليا . (قارة ، نمر ، و قصاص، 2020).

1- تطبيقات تكنولوجيا المعلومات والاتصال في قطاع المال والاقتصاد والهدف منها :

يمكن تطبيق تكنولوجيا المعلومات والاتصال في العديد من القطاعات من بينها قطاع المال والاقتصاد بغية تحقيق مجموعة من الاهداف نوضحها في الجدول الاتي :

جدول رقم 01: تطبيقات تكنولوجيا المعلومات والاتصال في قطاع المال والاقتصاد والهدف منها .

الهدف منها	تطبيقات تكنولوجيا المعلومات
تحسين الخدمة ، سرعة الضبط للحسابات ، مساعدة الرقابة المالية على البنوك .	أعمال البنوك
سرعة الخدمة ، تقليل العمل الورقي للعمليات بين البنوك .	تحصيل الأموال الإلكترونية
تحليل أداء النظم الاقتصادية وتقييم الاستراتيجيات .	إقامة النماذج الاقتصادية
أسعار السندات و المؤشرات الاقتصادية الأخرى .	إدارة الاستثمارات
فورية بث المعلومات للمتعاملين ، استخراج إحصائيات السلاسل الزمنية لتغير أسعار السندات و المؤشرات الاقتصادية الأخرى .	نظم معلومات أسواق الأدوات المالية
سرعة التعديل و تعدد التصميم وتوفير جهود ما بعد التصميم من خلال قيام النظام الآلي بتحديد فوائد المكونات و المواد الداخلة فيه .	التصميم لمساعدة الكمبيوتر

المصدر : ياسع ياسمينية ، دراسة إقتصادية قياسية لأثر تكنولوجيا المعلومات و الإنصالات على الأداء الإقتصادي للمنظمة : دراسة حالة شركة القطن مذكرة ماجستير في العلوم الاقتصادية ، جامعة بومرداس ، الجزائر 2011 ص 39.

2- متطلبات تطبيق تكنولوجيا المعلومات والاتصال:

إن تطبيق تكنولوجيا المعلومات والاتصال مرهون بتوافر متطلبات تساعد منظمات الاعمال على تبني هذا النوع بالشكل الذي يعظم فوائدها ويحقق لها العديد من المزايا، ونوجز هذه المتطلبات فيما يلي (مضى محمد ابراهيم، 2011):

- توفر بنية تحتية عصرية تتمثل في المعدات و الأجهزة و شبكات الاتصال وذلك من أجل معالجة مختلف المتغيرات .
- استخدام مجموعة متكاملة من الإجراءات و البرمجيات التي تساهم في توفير المعلومة لصناع القرار.
- معرفة و تحليل متغيرات المحيط الخارجي وتحويل البيانات إلى معارف تستعمل من أجل القيام بمختلف العمليات .
- التحكم الجيد في تكنولوجيا المعلومات والاتصال من طرف الكوادر البشرية و تأهيلها الدائم والمستمر .
- دون أن ننسى الإطار القانوني الذي يجب أن يواكب المستجدات ، وذلك لحفظ الحقوق و تشجيع المؤسسات على الاستثمار في هذا المجال، و دفع الأفراد إلى استعمال هذه التكنولوجيات بكل ثقة وأمان.

المحور الثاني: ماهية الخدمة المصرفية:

تعتبر الخدمات المصرفية أساس وجوهر العمل المصرفي حيث تسعى المؤسسات المصرفية إلى التنوع في خدماتها وتقديمها بكفاءة وجودة عالية .

أولاً: تعريف الخدمة المصرفية:

إن مفهوم الخدمة المصرفية لا يختلف كثيراً عن مفهوم الخدمة بشكل عام، وعليه فقبل أن نتطرق لتعريف الخدمة المصرفية، نحاول تحديد مفهوم الخدمة بشكل عام.

- للخدمة عدة تعاريف نذكر البعض منها في سبيل توضيح هذا المفهوم.

- عرفها (kotler) بأنها "كل نشاط أو منفعة غير ملموسة يستطيع أن يقدمها طرف إلى طرف آخر، دون أن يترتب على ذلك نقل للملكية، وإنتاجها قد يرتبط، وقد لا يرتبط بنتاج مادي ملموس" (كافي، 2017).

ومن هذا التعريف يتضح لنا بأن الخدمة هي كل الأنشطة والمنافع التي يحققها البائع إلى المشتري من خلال الأشياء المقدمة له، أو المرتبطة مع البضاعة المباعة وبما تحقق رضاه.

وبعدما قمنا بتوضيح مفهوم الخدمة نحاول تقديم مفهوم للخدمة المصرفية.

- عرفت الخدمة المصرفية على أنها «مجموعة من الأنشطة والعمليات ذات المضمون المنفعي الكامن في العناصر الملموسة، وغير الملموسة، والمقدمة من قبل المصرف، والتي يدركوها المستفيدون من خلال ملاحظتها وقيمتها المنفعية، والتي تشكل مصدراً لإشباع حاجاتهم المالية والائتمانية الحالية والمستقبلية، وفي الوقت ذاته مصدراً لأرباح المصرف من خلال العلاقة التبادلية بين الطرفين (العجارمة، 2005)».

وكتعريف مختصر للخدمة المصرفية يمكن القول أنها تمثل "مختلف الأنشطة التي تمارسها البنوك سواء كانت ملموسة أو غير ملموسة بهدف إشباع حاجات ورغبات الزبائن، وتحقيق أرباح للمصرف".

1- خصائص الخدمة المصرفية:

تتميز الخدمات المصرفية بمجموعة من الخصائص منها ما هو متعلق بطبيعتها كخدمة والتي تتمثل في الخصائص التالية (عدم الملموسية، عدم الانفصال، عدم التجانس، وفنائية الخدمة) ومنها ما هو متعلق بطبيعة النشاط المصرفي، والتي تجعل الخدمة المصرفية مختلفة و متميزة عن باقي الخدمات، ومن هذه الخصائص نجد ما يلي: (عابد و سحنون، 2017):

1-1- تعدد وتنوع الخدمات المصرفية : فالخدمات التي تقدم من قبل المصارف كثيرة ومتنوعة باعتبار أن المصارف تكون مجبرة على

تقديم مجموعة من واسعة من الخدمات حتى تستطيع تلبية الإحتياجات التمويلية والائتمانية والخدمات المصرفية الأخرى .

1-2- الخدمة لا يمكن فصلها : بحيث لا يمكن فصل الخدمة عن الجهة الموردة لها، كما وأنها ملازمة للزبون الحاصل على تلك الخدمة

1-3- غير ملموسة : تمتاز بأنها خدمة غير ملموسة، ولا يمكن رؤيتها، أو لمسها بحيث لا يتمكن الزبون من تقييم الخدمة قبل استهلاكها .

1-4- الفئائية: أنها تستهلك وتندثر آنيا، وفي حال عدم استهلاك الخدمة فإنها تختفي وتختفي معها فرصة تعظيم الربح، وكما تعتبر الكلف

المرتبة عن تقديم الخدمة بالنسبة للمنظمة تكلفة اقتصادية، ولا يمكن استرجاعها .

1-5- غير متجانسة : حيث يختلف أداء كل من مورد الخدمة أو الزبون في كل مرة تقدم فيها تلك الخدمة .

1-6- صعوبة تقييم الخدمات المصرفية : لأن الخدمات المصرفية غير ملموسة يصعب لمس الخصائص المادية والمنفعة لها، ولعدم قدرة

المصرف على تقديم عرض ملموس للخدمة المصرفية، فإن الزبون لا يستطيع تقييم شرائه للخدمات المصرفية قبل الحصول عليها وهذا يؤثر

على برامج الترويج والتوزيع للخدمة المصرفية (المحمودي ، 2014).

1-7- الانتشار الجغرافي : وذلك من خلال انتشار فروع المصرف بشكل متناسب لتقديم الخدمات المصرفية إلى أكبر عدد ممكن من

العملاء في مناطقهم، وذلك من خلال تغطية احتياجاتهم سواء كانت على المستوى المحلي، الوطني، وأحتى على المستوى الدولي .

وبالرجوع إلى هذه الخصائص نجد أنها تشير إلى علاقة الزبائن بالمصرف وهذا يعتبر الاساس في أي عملية تسويقية.

2- أنواع الخدمات المصرفية :

إنه من الصعب حصر الخدمات المصرفية التي تقدمها البنوك نظرا وكما أشرنا سالفنا أن الخدمات المصرفية متعددة ومتنوعة، وأصبحت

خاضعة لتطورات مستمرة نتيجة استخدام الوسائل التكنولوجية في تقديم الخدمة المصرفية، ويمكن تقسيم الخدمات المصرفية على النحو

التالي (الصميدعي و ردينة، 2015):

2-1- قبول الودائع : تتمثل في مختلف الحسابات والودائع التي تترك لدى البنوك وهي:

■ الودائع الجارية: الحسابات الجارية أو حسابات تحت الطلب.

■ الودائع الادخارية: وهي الودائع لأجل محدد، ودائع التوفير، شهادات الإيداع.

2-2- تقديم التسهيلات الائتمانية: وتتمثل في القروض بمختلف أنواعها قصيرة ومتوسطة الأجل، بالإضافة إلى الخطابات الضمان وفتح

الاعتمادات المستندية.

2-3- الخدمات المتعلقة بالاستثمار في الأوراق المالية: وتتمثل في الأوراق المالية، إدارة محافظ الأوراق المالية، خدمات أمناء

الاستثمار، تقديم الاستشارات المالية.

2-4- تأجير الخزائن الحديدية، تمويل الإسكان الشخصي، تحويل العملات للخارج (الشمري، 2018).

2-5- الخدمات المصرفية الحديثة: وهذه الخدمات أصبحت مميزة لتطور النظام المصرفي في جميع دول العالم وخاصة في الدول المتقدمة

لأنها تهدف لإرضاء العملاء، وكذلك تسهم بشكل كبير في زيادة عوائد البنوك المالية وتشمل: وسائل الدفع الإلكترونية كبطاقة الائتماني

وآلات الصراف الآلي، ونظم التحويل الإلكتروني في الأموال، والخدمات المصرفية عن بعد، والخدمات المصرفية عن طريق الأنترنت، أو ما

يسمى بالبنوك الإلكترونية (مكي، خليفي، ونسبلي، 2019).

المحور الثالث : مساهمة الصيرفة الالكترونية في تحسين الخدمة المصرفية :

أدى استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال في المصارف إلى إحداث تغييرات جوهرية في نمط عرض الخدمة المصرفية، بحيث انتقلت البنوك من تقديم خدمات تقليدية إلى تقديم خدمات حديثة أطلق عليها مصطلح الصيرفة الإلكترونية وذلك بغرض مواكبة التطورات التكنولوجية الحاصلة والتحسين من نوعية الخدمة المصرفية المقدمة.

أولا : تعريف الصيرفة الإلكترونية :

هناك محاولات كثيرة من قبل الباحثين لتحديد مفهوم دقيق للصيرفة الإلكترونية نورد البعض منها في سبيل توضيح هذا المصطلح :
- الصيرفة الإلكترونية هي «إجراء العمليات المصرفية بطرق إلكترونية أي باستخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال الجديدة، سواء تعلق الأمر بالسحب، أو بالدفع، أو بالائتمان، أو بالتحويل أو بالتعامل في الأوراق المالية، أو غير ذلك من أعمال المصرف (عدالة و جلام ، 2016)» .

و في ظل هذا النمط من الصيرفة لا يكون العميل مضطرا للتنقل إلى البنك، إذ يمكنه القيام ببعض العمليات مع بنكه وهو في منزله، أو في مكتبه، وما يعني ذلك من تجاوز بعدي المكان والزمان (عياش و عباس ، 2016).

- وفي تعريف آخر عرفت الصيرفة الإلكترونية بأنها "صيرفة بديلة للصيرفة التقليدية تتمثل في إجراء مختلف العمليات المصرفية بطرق إلكترونية كالخدمات المصرفية عبر الأنترنت، أو الخدمات المصرفية القائمة عبر التلفاز، أو الخدمات المصرفية عبر الهاتف، أو الخدمات المصرفية عبر الحاسوب، أو عن طريق أجهزة الصراف الآلي" (بوزيان و جداه ، 2019).

واتساقا مع ما تطرقنا إليه من تعريف نستنتج أنه في ظل الصيرفة الإلكترونية تتم العملية المصرفية بشكل إلكتروني عن طريق شبكة الانترنت والوسائل الإلكترونية الأخرى، وعليه فالصيرفة الإلكترونية هي تلك الصيرفة المتأثرة بتكنولوجيا المعلومات وشبكات الاتصال والتقنية في كافة جوانبها .

1- أشكال وقنوات الصيرفة الإلكترونية.

لقد تطورت وسائل وأدوات العمل البنكي الإلكتروني بتطور تكنولوجيا المعلومات والاتصال فظهرت عدة قنوات للعمل البنكي الإلكتروني من أهمها ما يلي :

■ **آلة الصراف الآلي** : هي أجهزة آلية للمصرف، الغرض منها تقديم خدمات السحب والإيداع في حسابات عملاء المصرف ، و ذلك بموجب بطاقات مصممة لهذا الغرض وفي كافة الأوقات. يمكن نشرها بالأماكن المختلفة سواء بالجدار أو بشكل مستقل، أو تكون متصلة بشبكة حاسب المصرف ويقوم العميل باستخدام البطاقات البلاستيكية أو الذكية، للحصول على الخدمات المختلفة مثل : السحب النقدي، الإيداع النقدي، الاستفسار عن الحساب وغيرها من الخدمات (بن صالح و طلحي ، 2018) .

■ **نقط البيع الإلكترونية** : هي الآلات التي تنتشر لدى المؤسسات التجارية والخدمية بمختلف أنواعها وأنشطتها ، ويمكن للعميل استخدام البطاقات البلاستيكية أو الذكية للقيام بأداء المدفوعات من خلال الخصم من حسابه إلكترونيًا بتمرير هذه البطاقة داخل هذه الآلات المتصلة إلكترونيًا بحاسب المصرف (الصيرفي، 2016).

■ **الصيرفة المنزلية أو المكتبية** : أتاحت تقنيات الاتصال الحديثة للمصارف فرصة توفير خدمات مبتكرة وحديثة لعملائها، من بينها الصيرفة المنزلية عبر الأنترنت ، وهي ذلك الحساب الشخصي الموجود بالمنزل، أو العمل، أو أي مكان، والذي يتصل بحاسب المصرف ليتمكن من خلال كلمة السر، أو أي رقم سري، أو كلاهما من إتمام العملية المصرفية المطلوبة (Luc bermet, 2010).

■ **الصيرفة الهاتفية** : وتسمى كذلك بمركز خدمة العملاء وهي طريقة متطورة لأداء الخدمات المصرفية المقدمة للعملاء، بعد 24 ساعة طوال العام بلا إنجذات، يستطيع العميل برقم سري خاص سحب مبلغ من حسابه وتحويله لسداد الكمبيالات والفواتير المطلوبة ، وكذلك الحصول على قروض وفتح اعتمادات (منصور ، 2003) .

■ **التلفون الرقمي** : هو عبارة عن ربط الأقمار الصناعية بين جهاز التلفون بالمنزل وبين حاسب الصرف ، و بالتالي يمكن الدخول من خلال رقم سري إلى حاسب المصرف، أو شبكة الأنترنت وتنفيذ العمليات المطلوبة .

■ **الصيرفة المحمولة** : يتجه العالم اليوم بخطى متسارعة نحو استخدام الهواتف الجوالة بصورة المصرف يستخدمون هواتفهم الجوالة للاطلاع على حساباتهم الشخصية عندما لا يستطيعون الاطلاع عليها عبر الأنترنت، الأمر الذي يستلزم تطوير استخدام هذه الهواتف للعديد من الأغراض، إذ أصبح من الممكن عن طريق الهواتف المحمولة الوصول إلى شبكة الأنترنت، والاستعلام عن أرصدة الحسابات (Yvs, 2008).

■ **الصيرفة بالتلفون**: وهي خدمة تتيح للعميل فرصة الاطلاع على حسابه طوال اليوم، ومعرفة رصيده داخل البنك والتعرف على أسعار الصرف، وسعر الفائدة على الودائع، وفتح الحسابات، وكل ذلك من خلال الهاتف (فالي ، 2017).

ونخلص أن قنوات الصيرفة الالكترونية هي قنوات تساعد الزبائن للحصول على الخدمة المصرفية بسهولة ويسر، وحرية، في أي وقت وأي مكان توجد فيه خدمة الأنترنت، ودون التقييد بمواقيت العمل ومكان مقر المصرف.

2- أهمية الصيرفة الالكترونية في تحسين الخدمة المصرفية :

نلاحظ أن توظيف تكنولوجيا المعلومات والاتصال في المصارف كان له دور فعال في تحسين الخدمة المصرفية من خلال التوجه نحو الصيرفة الإلكترونية، فمن خلال تتبع أسس هذه الاخيرة من خصائص و قنوات نجد أنها تحمل في طياتها العديد من المزايا التي تساهم في تحسين الخدمة المصرفية المقدمة للزبائن ويمكن توضيح ذلك من خلال العناصر التالية (ميهوب ، 2014):

- **السرعة** : تعتبر سمة السرعة في تقديم الخدمة عنصرا مهما جدا بالنسبة للمتعاملين، ويساعد على الحفاظ عليهم، فالخدمات المصرفية عن بعد ساعدت بصورة واسعة في تحقيق ذلك من خلال تعدد قنوات عرض الخدمة ، فالعميل أصبح بإمكانه معرفة كل العمليات التي جرت على رصيده في دقائق معدودة ومن مكانه، كذلك عملية التحويل الإلكتروني للأموال من حساب إلى حساب آخر أصبحت تتم في ظرف ثواني .

- **القضاء على زمن الانتظار وضياع الوقت** : يتيح استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال من قبل المصرف والزبائن إلى خلق التفاعل بطريقة مباشرة ، وبالتالي كسب الوقت من خلال تلبية المصرف لرغبات عدد كبير من الزبائن في وقت واحد من جهة ، ومن جهة أخرى تجنب الزبون مشقة الانتقال من مكان إلى آخر، وبالتالي ربح الوقت والقضاء على زمن الانتظار (رحال ، 2006) .

- **تقديم الخدمات الحرة**: بواسطة تكنولوجيا المعلومات والاتصال يستطيع الزبون تنفيذ الخدمة بنفسه مباشرة دون اللجوء إلى المكان المادي للمصرف، وعلى سبيل المثال اللجوء إلى الأنترنت والدخول إلى موقع المصرف والبحث عن استفسارات، أو طلب خدمة معينة (رحال ، 2006).

- **تعزيز العلاقة مع العملاء** : لقد أثبتت الدراسات أن غالبية المؤسسات المشاركة في التجارة الإلكترونية قد استخدمت لتعزيز علاقتها مع العملاء المحتملين، أو لزيادة رضا العملاء الحاليين، لهذا نرى أن اعتماد المعاملات المصرفية عبر شبكة الأنترنت يسمح للمؤسسات المالية بتعزيز علاقتها مع عملائها من خلال استخدام قنوات اتصال متعددة ومتكاملة ومتاحة في جميع الأوقات (شيروف، 2010) .

- تطوير خدمات الاستعلام عن بعد للزبائن: بفضل الوسائل الرقمية يمكن للمصرف متابعة زبائنه عن بعد من أجل معرفة آراءهم حول خدماته، وهذا يكون عن طريق إرسال رسائل عبر البريد الإلكتروني، أو عبر الهاتف... إلخ، وكل هذا لتشعر الزبون أنه محل اهتمامها، وبالتالي كسب رضاه عنها (رحال، 2006).

- تخفيض التكلفة: من أهم ما يميز الصيرفة الإلكترونية أن تكاليف تقديم الخدمة الإلكترونية منخفضة مقارنة بتقديم الخدمات التقليدية كما يقدر العاملون في القطاع المصرفي أن تكلفة تقديم الخدمة من خلال القنوات التقليدية يكلف مالا يقل عن ستة أضعاف تقديمها من خلال القنوات الإلكترونية الحديثة، وبالتالي فإن أهداف العمل المصرفي هي تقليل التكلفة، تقديم الخدمات المصرفية للزبائن بنوعية أفضل، وجودة عالية (عز الدين، 2001).

ويوضح الجدول أدناه بعض التقديرات للخدمات المصرفية التي تقدم عبر قنوات مختلفة.

جدول رقم 02: تقدير التكلفة من خلال خدمات الصيرفة الإلكترونية.

تقدير التكلفة بدون التكلفة الإنشائية	قناة تقديم الخدمة
295 وحدة	الخدمة المقدمة عبر فرع المصرف.
56 وحدة	الخدمات المقدمة من خلال الهاتف ومراكز الاتصال
4 وحدات	الخدمات المقدمة عبر شبكة الأنترنت.
1 وحدة	الخدمات المقدمة من خلال الصرافات الآلية.

المصدر: عز الدين كامل أمين مصطفى، الصيرفة الإلكترونية، مجلة المصرفي، العدد 26، السودان، 2001، ص 02.

وبالتالي تهدف الصيرفة الالكترونية إلى تقديم الخدمة المصرفية إلى الزبائن بنوعية أفضل وبسرعة، وفي أي وقت ومكان على مدار 24/24 ساعة مما يساهم ذلك في تحسين الخدمة المصرفية المقدمة للزبائن البنك.

المحور الرابع: واقع تطبيق الصيرفة الإلكترونية ببنك الفلاحة والتنمية الريفية - المديرية الجهوية بالشلف -:

بعد ما قمنا بتحليل دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين الخدمة المصرفية بالتوجه نحو الصيرفة الالكترونية من الناحية النظرية نحاول إسقاط ذلك على دراسة ميدانية بمديرية بنك الفلاحة والتنمية الريفية بالشلف.

أولا: تقديم بنك الفلاحة والتنمية الريفية - المديرية الجهوية بالشلف -

المديرية الجهوية أحد الفروع لبنك الفلاحة و التنمية الريفية أنشأت بموجب القانون المؤرخ في 16/08/1982، تم إنشاؤها من أجل تقريب الخدمة من الزبون، وذلك من أجل الحصول على أكبر قدر ممكن من العملاء وزيادة أكبر في مواردها.

تقع المديرية الجهوية بالشلف وسط المدينة في حي 11 شارع الشهداء بحيث تتكون المديرية من مجموعة من الوكالات يبلغ عددها 8 وكالة، بحيث كل وكالة تحمل رقم خاص بها بحيث تتوزع وكالاتها على مستوى ولاية الشلف كما يلي:

- وكالة الشلف 261.
- وكالة الشلف 282.
- وكالة واد الفضة 271.
- وكالة الكرمية 275.
- وكالة عين مران 274.

■ وكالة بوزغاية 279.

■ وكالة بوقادير 268.

■ وكالة تنس 264.

1- الخدمات المصرفية التي يقدمها بنك الفلاحة والتنمية الريفية BADR-المديرية الجهوية بالشلف:-

يقدم بنك الفلاحة والتنمية الريفية BADR مجموعة من الخدمات المصرفية بنوعها التقليدية والحديثة:

1-1-الخدمات المصرفية التقليدية :

من بين الخدمات المصرفية التقليدية التي يقدمها بنك الفلاحة والتنمية الريفية BADR-المديرية الجهوية بالشلف- ما يلي :

أ. قبول الودائع بمختلف أنواعها منها :

■ الودائع الجارية(الحسابات الجارية أو حسابات تحت الطلب).

■ الودائع الادخارية وتمثل في ودائع التوفير وشهادات الإيداع .

ب. تقديم التسهيلات الائتمانية: وتمثل في القروض بمختلف أنواعها القصيرة والمتوسطة والطويلة الأجل بالإضافة إلى خطابات الضمان والاعتمادات المستندية.

ت. خدمات مصرفية أخرى ممن بينها :

■ صرف الشيكات المسحوبة على بنك الفلاحة والتنمية الريفية بالعملة المحلية والأجنبية .

■ تحصيل الشيكات لصالح عملاء بنك الفلاحة والتنمية الريفية .

■ فتح الحسابات بالعملة المحلية والأجنبية .

■ إصدار الشهادات التي تثبت القيام بالعمليات المالية مع العملاء .

1-2-الخدمات المصرفية الالكترونية:

ومن بين خدمات الصيرفة الإلكترونية التي يقدمها بنك الفلاحة والتنمية الريفية -المديرية الجهوية بالشلف- ما يلي :

-البنك على الخط : E-Banking (La Badr Net).

-موقع الصيرفة الإلكترونية: www.badr-bank.dz

-طلب الاشتراك: يمكن للعميل طلب الاشتراك مجاناً وعليه أن يقوم بملء البيانات الشخصية وإتباع الخطوات المطلوبة وهذا لضمان أمن المعلومات وعدم التلاعب بها .

-إثبات الهوية: هذه الخدمة تسمح للمشارك بالدخول لحسابه وهذا عن طريق إدخال رقم الاشتراك في الخانة المخصصة لذلك .

-الإطلاع على الرصيد: تسمح هذه الخدمة للزبون بالاطلاع على حسابه الجاري وعلى حسابات التوفير من دون الذهاب إلى البنك .

-البحث عن العمليات : تسمح هاته الخدمة بالبحث عن العمليات الخاصة بحساب الزبون وهذا بتعبئة البيانات المطلوبة .

-تحويل الملفات : خاص بالتجار والمؤسسات تسمح هاته الخدمة بإرسال ملفات التحويلات والضرائب دون تحمل مشقة الانتقال من مقر العمل .

-تحميل المعاملات : تتيح للزبون هاته الخدمة خيار تحميل معاملاته على جهاز الكمبيوتر الشخصي في التنسيق الذي حدده سابقاً

، كما يمكن للزبائن الحصول على كل العمليات في شكل PDF من خلال النقر على رمز قارئ أكواد PDF.

-الدفع عبر الأنترنت e-paiement:

إضافة إلى خدمة الدفع الإلكتروني أصدر بنك الفلاحة والتنمية الريفية في أكتوبر 2016 خدمة الدفع عبر الأنترنت لكل حامل بطاقة بنكية ذات خلية ذكية ومن بين هذه البطاقات :

- بطاقة (Carte Interbancaire) CIB لبنك الفلاحة والتنمية الريفية : تعتبر هذه البطاقة البنكية لبنك البدر أداة آمنة للسحب والدفع ، وينظر إليها كوسيلة لتحسين خدمة العملاء ، كما أنها تعتبر بطاقة وطنية صالحة في الجزائر فقط تسمح لحاملها :

-تسديد المشتريات من السلع والخدمات من مختلف المحلات التجارية ، ودفع فواتير المطاعم والفنادق المشتركين في شبكة بنك البدر .
-القيام بسحوبات نقدية من الوكالات البنكية لبنك البدر ، والصرافات الآلية .

كما أن هذه البطاقة توفر الوقت ، والجهد ، وتمتيز بالسرعة وتوفر في كل المناطق الإقليمية ، يكون السحب حسب الدخل الشهري المنصوص عليه في العقد بين العميل والبنك ، أي يمكنه سحب % 80 من هذا الدخل ، كما يمكنه سحب هذه النسبة على عدة مرات ، و

المدة بين عملية السحب الأولى وعملية السحب الأخرى هو يومين حتى يتم اقتطاعه من الحساب الخاص بالعميل من قبل المالية La monétique في الجزائر حتى لا يصبح الحساب دائن وإلا يتعرض الحساب للغلق من قبل البنك .

-لبنك البدر ثلاثة أنواع من البطاقات :

أ. البطاقة الكلاسيكية : وهي متاحة للعملاء ذوي دخل منتظم وتوفر خدمة الدفع والسحب ما بين البنوك .

ب. البطاقة الذهبية : متاحة للعملاء الذين تكون دخولهم مرتفعة ويوفر السقف سحب أكثر من السابق .

ت. بطاقة السحب البنكية Carte Badr de retrait / CBR : هي بطاقة سحب وطنية صدرت في عام 2006 تسمح لحاملها بإجراء عملية سحب النقود ، وتحويل المبالغ من الحساب الشخصي إلى حساب التوفير من الشباك الآلي الخاص ببنك الفلاحة والتنمية الريفية .

ث. بطاقة التوفير TAWFIR : بطاقة إلكترونية موجهة لأصحاب حسابات التوفير ، صدرت عام 2011 ، يقوم بحملها بسحب أو تحويل المبالغ من حسابه الشخصي إلى حساب التوفير (مع أو بدون فائدة) .

2- حجم المعاملات لخدمة الصيرفة الإلكترونية لبنك BADR وكالة -الشلف- :

سنتطرق في هذا المحور إلى دراسة حجم توزيع خدمات الصيرفة الإلكترونية لبنك الفلاحة والتنمية الريفية -المديرية الجهوية بالشلف .

2-1-حجم الطلب على البطاقات الإلكترونية للمديرية الجهوية لبنك الفلاحة والتنمية الريفية بالشلف خلال الفترة

2017/12/31 إلى 2018/03/31:

يملك بنك الفلاحة والتنمية الريفية مجموعة من البطاقات الإلكترونية، حيث سيتم تقديم حجم طلب وتوزيع هذه البطاقات من خلال الجدول الآتي :

جدول رقم 3: حجم طلب وتوزيع خدمة البطاقات الإلكترونية لبنك الفلاحة والتنمية الريفية - المديرية الجهوية بالشلف

خلال الفترة 2017/12/31 إلى 2018/03/31.

نوع البطاقة	حجم طلب العملاء على البطاقات لفترة 2017/12/31	توزيع بطاقات على العملاء لفترة 2017/12/31	حجم طلب عملاء على البطاقات لفترة 2018/03/31	توزيع بطاقات على العملاء لفترة 2018/03/31
CIB	9674	4953	9823	5022
GOLD	1389	1127	1395	1132
CBR	14346	11088	14388	11121
TAWFIR	10650	7004	11032	7254
المجموع	36032	24172	36638	24529

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على تقارير بنك الفلاحة والتنمية الريفية لسنة (2017-2018).

ونلاحظ من خلال الجدول رقم 03 أن حجم الطلب على البطاقات الإلكترونية CIB مرتفع على غرار البطاقات المصرفية الأخرى، وذلك لأن العمولة المفروضة عليها جد منخفضة، وكذلك بالنسبة لتوزيعها من 2017/12/31 إلى 2018/03/31 مرتفع مما يدل على أن المديرية الجهوية لبنك الفلاحة والتنمية الريفية - الشلف - تعمل بجد كبير على توصيل البطاقة في أقرب أجل، بحيث المدة الفاصلة بين الطلب والحصول على البطاقة قصيرة 20 يوما تقريبا، وأيضا يدل على أن نسبة العمولة المفروضة على البطاقات المصرفية تساعد على رفع مستوى الطلب على خدمة البطاقات الإلكترونية .

وأيضاً نلاحظ أن حجم الطلب على البطاقة الإلكترونية TAWFIR مرتفع جدا وفي ارتفاع خلال الفترة من 2017/12/31 إلى 2018/03/31 خصوصا من طرف الزبائن (العساكر، المتقاعين)، لكن توزيعها جد منخفض نظرا للطلب المرتفع عليها وذلك أن نوعية الزبائن الطالبين للبطاقة مغتربين، وهؤلاء غير موجودين دائما في الجزائر - الشلف -، والوقت المحدد من طرف البنك لانتظار الزبون لكي يحضر لأخذ البطاقة هو شهرين فإذا لم يحضر الزبون لكي يأخذ البطاقة فتقوم الوكالة بعمل محضر "قص البطاقة" وإرسال المحضر إلى المقر الرئيسي لبنك الفلاحة والتنمية الريفية بالعاصمة، وفي نفس الوقت تقوم الوكالة بحرق البطاقة وكذلك بالنسبة لزبائن العساكر الذين يغيرون أماكنهم باستمرار وأوقاتهم غير محددة، مما يضع البنك أمام خسارة لتكلفة البطاقة المحترقة .

2-2- حجم الاشتراكات و نسبة توزيعها لخدمة الدفع عبر الانترنت e-paiement خلال فترة 2017/12/31 إلى 2018/03/31 .

- سنقوم بتوضيح حجم الاشتراكات و نسبة توزيعها لخدمة e-paiement خلال فترة 2017/12/31 إلى 2018/03/31 من خلال الجدول الآتي :

جدول رقم 04: حجم الاشتراكات و نسبة توزيعها لخدمة e-paiement لبنك الفلاحة والتنمية الريفية

خلال الفترة 2017/12/31 إلى 2018/03/31 .

e-paiement				
عدد الاشتراكات	توزيعات خدمة الأنترنيت خلال e-paiement فترة 2017/12/31	توزيعات خدمة الأنترنيت خلال e-paiement فترة 2018/03/31	معدلا لاشتراك لخدمة e-paiement خلال فترة 2017/12/31	معدل الاشتراك لخدمة e-paiement خلال فترة 2018/03/31
8794	6118	6441	78%	82%

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على تقارير بنك الفلاحة والتنمية الريفية لسنة (2017-2018).

ونلاحظ من خلال الجدول رقم 04 أن نسبة الاشتراك في خدمة e-paiement جد مرتفعة، وراجع ذلك للسياسة المتبعة من طرف بنك الفلاحة والتنمية الريفية، وهو أن كل زبون لديه حساب يجب أن يكون لديه اشتراك في خدمة e-paiement ونظرا للميزات التي تقدمها هذه الخدمة للزبائن من توفير الوقت والسرعة في إجراء المعاملات مثل دفع فواتير في أي وقت كان، فهي في ارتفاع خلال الفترة 2017/12/31 - 2018/03/31، وما يدل على أن وكالة الشلف لبنك الفلاحة والتنمية الريفية استطاعت أن تسوق لخدمتها المصرفية الإلكترونية e-paiement بوصولها لمعدل 82% خلال 2018/03/31 مما نستنتج أن وكالة الشلف لبنك الفلاحة والتنمية الريفية في تطور ملحوظ وأن أساليبها التسويقية وخدمتها e-paiement في ارتفاع ملحوظ، كما أنه سيتوقع سيكون ارتفاع في نهاية سنة 2018 في عدد الاشتراكات نظرا للارتفاع الذي حققه البنك خلال فترة قصيرة .

2-3- حجم المعاملات لقنوات الصيرفة الإلكترونية خلال الفترة 2017/12/31 - 2018/03/31.

- سنقوم بدراسة حجم الطلب والتوزيع لقناة نهائي نقطة البيع TPE سيتم تقديمه من خلال الجدول الآتي :

جدول رقم 5 : حجم الطلب والتوزيع لقناة TPE على الوكالات التابعة للمديرية الجهوية لبنك الفلاحة والتنمية الريفية بالشلف

خلال الفترة 2017/12/31 - 2018/03/31. (%).

الوكالة	حجم الطلب لقناة TPE خلال فترة 2017/12/31	حجم التوزيع لقناة TPE خلال فترة 2017/12/31	حجم الطلب لقناة TPE خلال فترة 2018/03/31	حجم التوزيع لقناة TPE خلال فترة 2018/03/31
الشلف	10	04	10	05
تنس	16	06	16	07
بوقادير	09	01	14	06
واد فضة	11	04	15	07
عين مران	27	08	27	11
كريمية	06	04	11	05
بوزغاية	09	02	09	03
الشلف	11	00	11	00

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على تقارير بنك الفلاحة والتنمية الريفية لسنة (2017-2018).

ونلاحظ من خلال الجدول رقم 05 أن حجم التوزيع الكلي لقناة TPE خلال فترة 2017/12/31-2018/03/31 بدأ في الارتفاع مما يدل على أن هناك نسبة من الأفراد تستخدم البطاقات المصرفية، ولهذا نلاحظ أن زبائن بنك الفلاحة والتنمية الريفية - المديرية الجهوية بالشلف والمتمثلون في (الصيدليين، المراكز التجارية، مؤسسات التأمين)، حجم طلباتهم مرتفع وخصوصا وكالة عين مران، وأيضا حجم توزيع مرتفع للوكالات الأخرى التابعة للمديرية الجهوية لبنك الفلاحة والتنمية الريفية بالشلف مما يدل على أن المديرية تقوم بتنفيذ عملية جذب الأموال المتداولة خارج الجهاز المصرفي، وأيضا السياسة المتبعة من طرف الدولة المتمثلة في عصنة النظام المصرفي الجزائري وفتح الطريق لاعتماد الصيرفة الإلكترونية في الجزائر.

وبالرغم أن هناك جهد مبذول للمديرية الجهوية لبنك الفلاحة والتنمية الريفية بالشلف في توصيل الخدمات للزبائن في أقرب وقت ممكن، إلا أن هناك بعض الوكالات التابعة لوكالة الشلف تعاني من نقص توزيع قناة TPE وحتى الطلب عليها وذلك يكمن في نقص التغطية لشركة اتصالات الجزائر أو تدفق الأنترنت لبعض المناطق، وذلك مما يصعب عمل البنك في عملية توزيع القناة وأيضا نلاحظ في وكالة الشلف أن هناك تأخر في توزيع الطلبات، فخلال الفترة 2017/12/31-2018/03/31، بالرغم من هناك حجم طلب إلا أنه لم يصل المنتج TPE مما تسبب في تأخر في التوزيع، وذلك يدل على أن البنك يعاني من تأخر في توصيل الخدمة بالسرعة الكافية.

2-4-دراسة حجم التوزيع لقناة الصراف الآلي DAB.

وسنقوم بدراسة وتحليل حجم التوزيع لقناة الصراف الآلي للوكالات التابعة للمديرية الجهوية لبنك الفلاحة والتنمية الريفية بالشلف للفترة 2017/12/31-2018/03/31 من خلال الجدول الآتي:

جدول رقم 6: حجم توزيع قناة DAB على الوكالات التابعة للمديرية الجهوية لبنك الفلاحة والتنمية الريفية

خلال الفترة 2017/12/31-2018/03/31، (%).

الوكالة	توزيعات قناة الصراف الآلي DAB للفترة 2017/12/31	توزيعات قناة الصراف الآلي DAB للفترة 2018/03/31
الشلف	02	02
تنس	01	01
بوقادير	01	01
واد الفضة	01	01
عين مران	00	01
الكرمية	00	00
بوزغاية	01	01
الظهرة	00	00

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على تقارير بنك الفلاحة والتنمية الريفية لسنة (2017-2018).

نلاحظ من خلال الجدول رقم 06 أنه هناك تطور ملحوظ في التوزيع الكلي لقناة DAB خلال فترة 2017/12/31-2018/03/31 ونلاحظ أيضا أن وكالة الشلف تنصدر من حيث عدد الصرافات الآلية DAB في حين يوجد وكالات أخرى تابعة لها لا يوجد بها صرافات آلية مثل الكرمية، الظهرة، ويظهر ذلك في الجدول رقم 06، والسبب في ذلك هو أن الصراف الآلي يأخذ مساحة معتبرة، وصغر مساحة الوكالات يطرح مشكل عدم وجود مساحة لوضع الصراف الآلي لدى الوكالات، مما يضع البنك أمام إشكالية توصيل الخدمة الإلكترونية لزبائن هذه الوكالات، ويتسبب ذلك في تأخر لعصنة النظام المصرفي الجزائري عن طريق الصيرفة الإلكترونية.

خاتمة:

أدت التطورات المتسارعة في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصال إلى إحداث قفزة نوعية في العمل المصرفي، حيث ساهمت تكنولوجيا المعلومات والاتصال بشكل واسع في تحسين الخدمة المصرفية المقدمة للزبائن من خلال ظهور نمط جديد لتقديم الخدمة المصرفية وهو ما عرف بالصيرفة الإلكترونية التي تعمل على تجاوز الوظائف التقليدية، وإتاحة مختلف الأدوات، التقنيات والأنظمة الحديثة في عرض الخدمات المصرفية كالصراف الآلي، الصيرفة عبر الأنترنت، والصيرفة عبر الهاتف النقال وغيرها من قنوات التوزيع وأنظمتها المختلفة، بما يكفل انسياب الخدمات المصرفية للزبائن بسهولة وسرعة وفي أي وقت ومكان، مما يساعد ذلك في ربح الوقت، وتقليل التكاليف وزيادة الأرباح. فقد أصبح استخدام التكنولوجيا في العمل المصرفي عامل مهم لنجاح ونمو المؤسسات المصرفية، فالمصارف التي لا تتوفر فيها التكنولوجيا المصرفية الحديثة ستعرض للفشل خاصة في ظل اشتداد حدة المنافسة المحلية والدولية.

وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج من بينها ما يلي :

■ إن اعتماد الصيرفة الإلكترونية بالمديرية الجهوية لبنك الفلاحة والتنمية الريفية بالشلف يساهم في تحسين الخدمات المصرفية عن طريق بعض الخدمات المصرفية الإلكترونية التي تقدمها المديرية من بينها خدمة الدفع عبر الأنترنت e-paiement، عملية السحب والدفع من خلال البطاقات الإلكترونية، خدمة E-banking وهذه الخدمة تسمح للعميل بفحص الحساب إلكترونيا باستخدام الأنترنت خلال 24/24 ساعة و 7/7 أيام، وتعتبر هذه الخدمة نقطة تحول في مستوى جودة الخدمات المصرفية المقدمة وعلاج الكثير من المشاكل، أيضا تتيح هذه الصيرفة بعض القنوات الإلكترونية لإجراء المعاملات المصرفية كالصيرفة عبر الصراف الآلي DAB، الصيرفة عبر نهائي نقطة البيع TPE، حيث ما يجعل الزبون يستغني عن الذهاب إلى نقطة البيع ومقر المصرف، وباستطاعتها الاستفادة من الخدمات المصرفية من مكان إقامته أو عمله أو أي مكان تتوفر فيه خدمة الأنترنت، إضافة إلى هذا فتقدم الخدمات المصرفية يكون طوال ساعات اليوم وأيام السنة فالعميل غير مقيد بمواقيت دوام نقطة البيع وله كل الحرية في الوقت الذي يستفيد فيه من الخدمة المصرفية .

■ من بين أهداف بنك الفلاحة والتنمية الريفية - المديرية الجهوية بالشلف - الوصول إلى توصيل الخدمة المصرفية الإلكترونية للزبون بالطريقة السريعة وفي أي مكان وبتكاليف أقل .

■ على الرغم من الخدمات المصرفية الإلكترونية المقدمة من قبل بنك الفلاحة والتنمية الريفية - المديرية الجهوية بالشلف -، إلا أنها تبقى محدودة ولا ترقى إلى المستوى المطلوب إذا ما تم مقارنته بما شهدته الساحة المصرفية العالمية .

■ يقوم بنك الفلاحة والتنمية الريفية بجهد كبير في عملية تطوير خدمات الصيرفة الإلكترونية ذلك عن طريق وكالاته وأيضا بمساهمة الدولة في تسهيل العملية، إلا أنه يبقى بعيدا نوعا ما عن التطور الحاصل في المجال المصرفي وذلك يعود للتحديات التي تواجه الصيرفة الإلكترونية في الجزائر.

■ غياب أطر وقوانين تشريعية منظمة للصيرفة

■ نقص الثقافة التكنولوجية و الوعي التكنولوجي للتعامل بالوسائل الحديثة من قبل زبائن البنك.

-توصيات الدراسة:

على ضوء دراستنا لهذا الموضوع، وبعد النتائج المتوصل إليها يمكن تقديم التوصيات التالية :

■ العمل على إيجاد منظومة تشريعية واضحة ومتكاملة من شأنها إزالة القيود وتشجيع القطاع المصرفي على توظيف تكنولوجيا المعلومات والاتصال ومواكبة التطورات الدولية الحاصلة في قطاع المصارف .

- على بنك الفلاحة والتنمية الريفية أن يشجع زبائنه للتعامل بوسائل الدفع الإلكترونية عن طريق منح تحفيزات للزبائن الذين يقبلون على التعامل مثلا ببطاقات الائتمان.
- على بنك الفلاحة والتنمية الريفية أن يشجع على القيام ببرامج بحث وتطوير في مجال الخدمات المصرفية الإلكترونية.
- على بنك الفلاحة والتنمية الريفية أن يستفيد من تجارب الدول الأخرى الأكثر تقدما في هذا المجال ومتابعة التطورات الحاصلة في ميدان الخدمات المصرفية الإلكترونية خاصة في ظل انفتاح الأسواق ودخول مستثمرين إلى الجزائر .
- على بنك الفلاحة والتنمية الريفية أن يهتم بإقامة برامج تكوين و تدريب لموظفيه للتكيف مع التكنولوجيا الحديثة .
- على بنك الفلاحة والتنمية الريفية - المديرية الجهوية للشلف - دراسة تطور الثقافة التكنولوجية الموجودة عند زبائنه وتفهم مدى قبول الزبائن للخدمات الإلكترونية ومساعدتهم على التأقلم والتجاوب مع البنية الإلكترونية الجديدة وباستعمال برامج ملائمة .

قائمة المراجع:

1- المؤلفات :

- البطل منى محمد ابراهيم، تكنولوجيا الاتصالات المعاصرة، الاسكندرية: الدار الجامعية،(2011)،ص215.
- مصطفى عبد العزيز السيد، وآخرون، أساسيات تكنولوجيا المعلومات، جامعة القاهرة: مصر،(2019) ،ص11.
- مصطفى يوسف كافي، التسويق المصرفي، قسنطينة، (2017) ، ص 85.
- تيسير العجارمة، التسويق المصرفي، عمان: دار حامد للنشر والتوزيع،(2005) ،ص34.
- محمود جاسم الصميدعي، عثمان يوسف ردينة، التسويق المصرفي، الاردن : دارالمناهج،(2015)،ص60.
- محمد الصيرفي، إدارة العمليات المصرفية العادية - غير العادية - الإلكترونية، مصر: دا الفجر للنشر والتوزيع،(2016)،ص218.
- محمد حسين منصور، المسؤولية الإلكترونية، مصر : دار الجامعة الجديدة للنشر،(2003)،ص127.
- فضل محمد إبراهيم المحمدي، التسويق المصرفي، جامعة العلوم والتكنولوجيا، صنعاء،(2014)،ص56.
- صادق راشد الشمري، إدارة العمليات المصرفية مداخل وتطبيقات، الاردن: داراليازوري،(2018)،ص28.
- كامل أمين مصطفى عز الدين، الصيرفة الإلكترونية، مجلة المصرفي، العدد26، (2001) ،ص02 .

2- المقالات :

- علي عابد، خالد سحنون، قياس جودة الخدمات البنكية باستخدام خريطة المراقبة للصفقات -دراسة حالة فترة إنتظار عملاء البنك الوطني الجزائري، مجلة المنارة للدراسات الاقتصادية، العدد الثاني،(2017) ،ص194.
- لعجال عدالة، و كريمة جلام ، التسويق الالكتروني وأثره على رضا العميل -دراسة حالة بعض البنوك الجزائرية - . رماح للبحوث والدراسات،(العدد18) ،(2016)، ص101.
- زويبر عياش، و سمية عبابسة ، الصيرفة الالكترونية كمدخل لعصرنة وتطوير البنوك الجزائرية. مجلة العلوم الانسانية، المجلد الاول (العدد 46)،(2016)،ص341.
- كريمة بن صالح ، و فاطمة الزهراء طلحي، إستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال والاهتمام بالكفاءات البشرية كمدخل لعصرنة البنوك الجزائرية في ظل الاقتصاد المعرفي. مجلة نماء للاقتصاد والتجارة،(العدد الثالث) ،(2018)،ص67.
- الحاج مكي، أمينة خليفي، خديجة نسيلي، أثر جودة الخدمات المصرفية على تحقيق رضا الزبون المصرفي -دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة عين وسارة -،مجلة الاقتصاد الجديد،المجلد10،(العدد الثالث) ،(2019)، ص61.

3- الأطروحات:

- فؤاد رحال، تأثير تحرير تجارة الخدمات المصرفية على تنافسية البنوك، مذكرة ماجستير غير منشورة، ص 91. جامعة بسكرة، الجزائر، (2006)، ص 91.
- فضيلة شيروف، أثر التسويق الالكتروني على جودة الخدمات المصرفية - دراسة حالة بعض البنوك في الجزائر، مذكرة ماجستير غير منشورة، جامعة الاخوة منتوري، الجزائر، (2010)، ص 62.
- سماح ميهوب، أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال على الاداء التجاري والمالي للمصارف الفرنسية - حالة نشاط البنك عن بعد، أطروحة دكتوراه، جامعة الاخوة منتوري، الجزائر، (2014)، ص 158.

4- المداخلات:

- إبتسام قارة، وآخرون، دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين عملية تقديم الخدمة التأمينية دراسة حالة الشركة الوطنية للتأمين بغليزان، الملتقى الدولي الموسوم بالأداء المتميز للمنظمات والحكومات، جامعة ورقلة، الجزائر، (2020)، ص 05.
- مختار بوزيان، و عبد الكريم جداه، الصيرفة الالكترونية عامل نحو تحقيق الميزة التنافسية المستدامة، المؤتمر الدولي الرابع عشر حول التكامل المؤسسي للصناعة المالية والمصرفية الاسلامية، جامعة حسيبة بن بوعلي بالشلف، الجزائر (2019)، ص 603.
- Luc bermet, R, principe de technique bancaire , Paris , (2010) , p189.
- Yvs, J, Service financier sur mobile - La révolution est en marche, Revue point banque , (50), (2008), p 19.
- Bekkai, M, Comment améliorer la gestion des sources humaines à travers l'intégration des nouvelles technologies de l'information et de la communication - cas de l'office nationale des aéroports et des services de l'information , *majestère* en management des services public, maroc, (2003) , P37.
- Michel, p , Gestion des technologies de l'information , Canada: Agence d'arc, (1990) , p17.