

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

Badji Mokhtar University - Annaba

Université Badji Mokhtar- Annaba



جامعة باجي مختار - عنابة

كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

قسم العلوم المالية

أطروحة دكتوراه

مقدمة لنيل شهادة دكتوراه الطور الثالث

استراتيجيات عصنة المؤسسات البنكية وأثرها على الأداء المالي والتجاري -
دراسة عينة من المؤسسات البنكية في الجزائر -

الشعبة: علوم مالية و محاسبية

ل: بودشيشة ريمة

مدير أطروحة التخرج: د. كحول محمد يزيد جامعة باجي مختار - عنابة

أمام أعضاء اللجنة

الاسم واللقب	الرتبة العلمية	الصفة	الجامعة
أ.د. سماش كمال	أستاذ التعليم العالي	رئيسا	جامعة باجي مختار - عنابة
د. كحول محمد يزيد	أستاذ محاضر أ	مقررا	جامعة باجي مختار - عنابة
د. أوضايفية لمياء	أستاذ محاضر أ	عضوا	جامعة باجي مختار - عنابة
د. آيت بارة مريم	أستاذ محاضر أ	عضوا	جامعة باجي مختار - عنابة
أ.د. بوعزيز ناصر	أستاذ التعليم العالي	عضوا	جامعة 8 ماي 1945 - قالمة
أ.د. سماعلي فوزي	أستاذ التعليم العالي	عضوا	جامعة 8 ماي 1945 - قالمة

السنة الجامعية: 2024/2023

تصريح

تصرح الباحثة بودشيشة ريمة بأن أطروحة الدكتوراه المعنونة بـ: استراتيجيات
عصرنة المؤسسات البنكية وأثرها على الأداء المالي و التجاري: دراسة عينة من
المؤسسات البنكية في الجزائر ، والمقدمة لنيل شهادة الدكتوراه الطور الثالث هي
عمل أكاديمي خاص غير مقدم سواء جزء منه أو كله لمؤسسات علمية أخرى، لنيل
شهادة أكاديمية أو غير ذلك.

الباحثة: بودشيشة ريمة

الملخص

تهدف الدراسة إلى التعرف على أثر استراتيجيات العصرنة المعتمدة من طرف البنوك الجزائرية على أدائها المالي و التجاري، ولتحقيق هذا الهدف تم التطرق في الجانب النظري إلى المفاهيم الأساسية المرتبطة باستراتيجيات العصرنة ، الأداء المالي و الأداء التجاري في البنوك. أما الجانب التطبيقي للدراسة فتم فيه دراسة واقع العصرنة في المؤسسات البنكية الجزائرية و مقارنة مؤشرات تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات ، البطاقات البنكية و قنوات الصيرفة الإلكترونية مع دول الجوار (تونس ، المغرب). أما الدراسة الميدانية فشملت عينة من ستة (06) بنوك جزائرية عاملة في ولاية عنابة، حيث تم تصميم استبانة وتوزيعها على موظفي البنوك محل الدراسة . أشارت النتائج المتوصل إليها إلى أن الجزائر وعلى الرغم من المجهودات المبذولة إلا أنها مازالت تعاني من تأخر في مؤشرات تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات ، البطاقات البنكية و قنوات الصيرفة الإلكترونية مقارنة مع دول الجوار (تونس، المغرب)، كما تبين من الدراسة الإحصائية للاستبيان أنه يوجد أثر متوسط ذو دلالة إحصائية لاستراتيجيات العصرنة المعتمدة في البنوك محل الدراسة على أدائها المالي ، و وجود أثر ضعيف ذو دلالة إحصائية لاستراتيجيات العصرنة المعتمدة في البنوك محل الدراسة على أدائها التجاري.

الكلمات المفتاحية:

استراتيجيات العصرنة، استراتيجية الصيرفة الإلكترونية، استراتيجية الإدارة الإلكترونية، الأداء المالي، الأداء التجاري، المؤسسات البنكية الجزائرية.

Résumé

Cette étude a permis de mettre en évidence l'impact des stratégies de modernisation adoptées par les banques algériennes sur la performance financière et commerciale.

Pour atteindre cet objectif, la partie théorique aborde les concepts fondamentaux liés aux stratégies de modernisation, la performance financière et la performance commerciale dans les institutions bancaires. Quant à la partie pratique, on a évalué l'état des lieux de la modernisation dans les institutions bancaires Algériennes et on a comparé les indicateurs liés : aux technologies de l'information et de la communication, aux cartes bancaires et aux canaux de la banque numérique avec ceux des pays voisins (Tunisie et Maroc).

L'étude de terrain s'appuie sur un échantillon de six banques opérant dans la wilaya d'Annaba. Un questionnaire a été élaboré et distribué aux employés de ces banques. Les résultats montrent que, malgré des efforts considérables, l'Algérie accuse un retard en matière d'adoption des TIC, de l'utilisation des cartes bancaires et l'utilisation des canaux de la banque numérique par rapport à ses voisins tunisiens et marocains. L'étude statistique du questionnaire a également révélé que les stratégies de modernisation adoptées par les banques étudiées ont un impact moyen et significatif sur la performance financière. Cependant, l'impact sur la performance commerciale, bien que significatif, demeure faible.

Mots-clés : Les stratégies de la modernisation, la stratégie E-Banking, La stratégie E-gestion, Les banques algériennes.

Abstract

The following study aims to explore the impact of modernization strategies adopted by Algerian banks on their financial and commercial performance. To achieve this objective, the theoretical section delves into the fundamental concepts related to modernization strategies, financial performance, and commercial performance within the banking sector. In the applied part of the study, the focus was on examining the state of modernization in Algerian banking institutions and comparing indicators of information and communication technology, bank cards, and electronic banking channels with those in neighboring countries (Tunisia and Morocco). The field study included a sample of six (06) Algerian banks operating in the Annaba province, where a questionnaire was designed and distributed to employees of the banks under study. The results revealed that, despite the efforts made, Algeria continues to lag behind in terms of information and communication technology indicators, bank cards, and electronic banking channels when compared to neighboring countries such as Tunisia and Morocco. Moreover, the statistical analysis of the questionnaire indicated a moderate, statistically significant impact of the modernization strategies adopted by the banks under study on their financial performance, and a weak, statistically significant impact on their commercial performance.

Keywords: Modernization Strategies, Electronic Banking Strategy, Electronic Management Strategy, Financial Performance, Commercial Performance, Algerian Banking Institutions.

الإهداء

إلى الوالدين الكريمين؛

إلى الزوج الكريم؛

إلى ابنتي نور؛

إلى العمّة رومانة ؛

إلى كل الإخوة و الأخوات ؛

إلى أساتذتي الكرام؛

إلى طلبة العلم .

أهدي هذا العمل المتواضع

بواسطة ريمة

شكر وعرفان

الحمد لله الذي تتم بنعمته الصالحات
اللهم لك الحمد والشكر كما ينبغي لجلال وجهك ولعظيم سلطانك ولك
الشكر كما ينبغي لكرم فضالك وتمايم نعمتك
الحمد لله الذي ألهمني الصبر ووفقني لإتمام هذا العمل
لا يسعني إلا وأنا في هذا المقام أن أقدم بالشكر الجزيل والتقدير
للأستاذ الفاضل الدكتور كحول محمد يزيد المشرف على هذا البحث
الذي لم يبخل علي بجهده وإرشاداته ونصائحه وتوجيهاته السديدة، وكذا لصبره
وسعة صدره وحرصه الدائم على إتمام هذا العمل في أحسن الظروف.
كما أحيي فيه روح التواضع والمعاملة الجيدة، فجزاه الله عني خيراً.
كما أقدم بجزيل الشكر والتقدير لرئيس لجنة التكوين
الأستاذ الدكتور سماش كمال
على دعمه وتوجيهاته طول فترة التكوين.
كما ونخص بالشكر والعرفان أعضاء لجنة المناقشة الأفاضل على
قبولهم مناقشة هذا العمل وتقييمه.
كما أقدم بالشكر والعرفان إلى كل من ساعدني من قريب أو من بعيد
في إنجاز هذا العمل.
وأخيراً يبقى الشكر لله عز وجل داعين أن يتقبل عملنا هذا خالصاً لوجهه
الكريم.

قائمة الأشكال

الرقم	عنوان الشكل	الصفحة
01	تطور المبلغ الاجمالي للانفاق التكنولوجي العالمي خلال (2020-2022)	31
02	إجمالي عدد المتسوقين إلكترونيا في العالم على المستوى المحلي و عبر الحدود	35
03	استخدام الهواتف النقالة في عمليات الدفع الإلكتروني الخاصة بالتجارة الإلكترونية العالمية	36
04	الركائز الأساسية لعملية التحول الرقمي	45
05	القطاعات الثلاث المكونة لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات	60
06	خصائص الإدارة الإلكترونية	101
07	عناصر الإدارة الإلكترونية	106
08	خطوات التحول إلى نموذج الإدارة الإلكترونية	109
09	شجرة الأداء	115
10	مصفوفة الفعالية والكفاءة	120
11	المؤشرات الرئيسية للأداء المالي في البنوك	135
12	مستويات رضا العملاء	141
13	نموذج الدراسة	150
14	تطور عدد مشتركى الهاتف الثابت في الجزائر خلال الفترة (2009-2023)	158
15	تطور كثافة التغطية بالهاتف الثابت في الجزائر خلال الفترة (2009-2023)	161
16	تطور نسبة الأسر التي تملك خط هاتفي ثابت خلال الفترة (2018-2023)	162
17	تطور الكثافة الهاتفية وعدد مشتركى الهاتف النقال في الجزائر خلال الفترة (2009-2023)	163
18	تطور العدد الإجمالي لاشتراكات الإنترنت في الجزائر خلال الفترة (2013-2023)	165
19	تطور عدد مشتركى الإنترنت الثابت و الإنترنت النقال في الجزائر خلال الفترة (2013-2023)	166
20	متوسط سرعة التنزيل في شمال إفريقيا في سنة 2023 حسب كل دولة	168

171	مؤشر تنمية تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات لسنة 2023 للجزائر مقارنة مع محيطها	21
189	حجم وقيمة العمليات المنجزة على مستوى نظام ARTS خلال الفترة (2022-2018)	22
190	حجم التحويلات المعالجة من خلال نظام ARTS خلال سنة 2022	23
190	قيمة التحويلات المعالجة من خلال نظام ARTS خلال سنة 2022	24
192	تطور حجم العمليات المنجزة وفق نظام المقاصة الإلكترونية خلال الفترة (2022-2018)	25
193	حجم التحويلات المعالجة وفق نظام المقاصة الإلكترونية في سنة 2022	26
196	تطور حجم التحويلات المنجزة وفق نظام علية - RTGS خلال الفترة (2022-2018)	27
198	تطور حجم العمليات المنجزة وفق نظام المقاصة الإلكترونية خلال الفترة (2022-2018)	28
199	توزيع القيم المقدمة عبر المقاصة الإلكترونية حسب القيمة (%) خلال سنة 2022	29
199	توزيع القيم المقدمة عبر المقاصة الإلكترونية حسب الحجم (%) خلال سنة 2022	30
200	توزيع المدفوعات من حيث العدد بين البطاقات ووسائل الدفع الأخرى خلال الفترة (2022-2018)	31
201	توزيع المدفوعات من حيث القيمة بين البطاقات ووسائل الدفع الأخرى خلال الفترة (2022-2018)	32
205	تطور مبالغ تسوية أرصدة الأنظمة الخارجية و أرصدة أوامر المشاركين في النظام خلال الفترة (2022-2018)	33
207	تطور عدد عمليات المقاصة خلال الفترة (2022-2018) من حيث الحجم	34
208	توزيع القيم المقدمة عبر المقاصة من حيث الحجم (%) خلال سنة 2022	35
208	توزيع القيم المقدمة عبر المقاصة من حيث القيمة (%) خلال سنة 2022	36
212	تطور عدد البطاقات البنكية في دول المغرب العربي (2022-2018)	37
215	تطور عدد الصرافات الآلية في دول المغرب العربي خلال الفترة (2022-2018)	38
217	تطور قيمة عمليات السحب عبر أجهزة الصراف الآلي في دول المغرب العربي خلال الفترة (2022-2018)	39

218	تطور عدد أجهزة طرفيات الدفع الإلكتروني في المغرب ، تونس والجزائر خلال الفترة (2018-2022)	40
220	عدد عمليات الدفع بواسطة طرفيات البيع في دول المغرب العربي خلال الفترة(2018-2022)	41
222	تطور نشاط الدفع عبر الإنترنت في دول المغرب العربي خلال الفترة (2018-2022)	42
225	تطور عدد المحافظ الإلكترونية في المغرب خلال الفترة (2020-2022)	43
226	توزيع نسب حسابات الدفع عبر الهاتف النقال المفتوحة في المغرب خلال سنة 2022	44

قائمة الجداول

الرقم	المحتوى	الصفحة
01	تطور عدد ونسبة مستخدمي الإنترنت في العالم خلال الفترة (2018- جويلية 2023)	33
02	رقم أعمال التجارة الإلكترونية العالمية خلال الفترة (2018-2022)	34
03	جوانب الاختلاف بين الرقمنة و التحول الرقمي و الأتمتة	51
04	تطبيقات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في المجال البنكي والمالي وأهدافها	68
05	مزايا وعيوب الأسلوب القيادي وأسلوب التبعية للتكنولوجيا	70
06	المستويات الثلاث للبنوك الإلكترونية والخدمات المقدمة وفق كل نمط منها	82
07	الفرق بين البنوك التقليدية و البنوك الإلكترونية	87
08	مزايا و عيوب البطاقات البنكية	92
09	تقدير تكلفة الحصول على الخدمات البنكية عبر القنوات الإلكترونية	96
10	خدمات الصيرفة الإلكترونية و قنوات توزيعها	97
11	الفروقات بين الإدارة التقليدية و الإدارة الإلكترونية	104
12	العلاقة بين الأداء و الكفاءة و الفعالية	122
13	تصنيفات مقاييس الأداء	124
14	الفرق بين البيانات الإحصائية والمؤشرات	126
15	أنواع الولاء وفق تصنيف Dick و Basu	146
16	مصفوفة التأثير بين استراتيجيات العصرية و الأداء المالي و الأداء التجاري	149
17	سرعة التنزيل عبر الإنترنت الثابت و النقال في الجزائر ، تونس و المغرب خلال شهر أفريل 2024	169
18	مؤشر تنمية تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات في الجزائر، المغرب و تونس لسنة 2023	172
19	مساهمة البنوك في رأسمال شركة SATIM	174
20	إحصائيات عمل نظام ARTS خلال الفترة الممتدة (2018-2022)	187
21	إحصائيات عمل نظام ATCI خلال الفترة الممتدة (2018-2022)	191

194	إحصائيات نشاط أنظمة الدفع الإلكتروني في دولة تونس خلال الفترة (2018-2022)	22
203	إحصائيات نظام تسوية المبالغ الإجمالية- المغرب SRBM خلال الفترة (2018-2022)	23
206	تطور حجم و قيمة العمليات المقدمة عبر النظام البيئي المغربي للمقاصة SIMT خلال الفترة (2018-2022)	24
210	التطور التاريخي لنشاط الصيرفة الإلكترونية في دول المغرب العربي	25
224	تطور المعاملات عبر الهاتف النقال في المغرب من حيث الحجم و القيمة خلال الفترة (2020-2022)	26
227	مؤشرات الدفع عبر الهاتف النقال في تونس خلال سنة 2022	27
235	عينة الدراسة و توزيع الاستبيانات الموزعة و المسترجعة	28
237	اختبار ثبات الاستبيان باستخدام معامل كرونباخ ألفا	29
238	الاتساق البنائي لأداة الدراسة	30
240	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب الجنس	31
240	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب العمر	32
241	توزيع أفراد العينة حسب الوظيفة	33
242	توزيع أفراد العينة حسب الخبرة	34
243	توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي	35
244	توزيع قنوات الصيرفة الإلكترونية المتوفرة لدى البنوك محل الدراسة	36
245	توزيع أدوات الدفع الإلكترونية المتوفرة لدى البنوك محل الدراسة	37
246	مقياس ليكرت الخماسي وحدود المتوسطات الدنيا و العليا	38
248	المتوسطات الحسابية و الانحرافات المعيارية لإجابات أفراد العينة حول درجة تطبيق استراتيجية الصيرفة الإلكترونية في البنوك الجزائرية	39
250	المتوسطات الحسابية و الانحرافات المعيارية لإجابات أفراد العينة حول درجة تطبيق استراتيجية الإدارة الإلكترونية في البنوك الجزائرية	40
252	المتوسطات الحسابية و الانحرافات المعيارية لإجابات أفراد العينة حول مدى مساهمة استراتيجيات العصرية في تحسين الأداء المالي	41
254	المتوسطات الحسابية و الانحرافات المعيارية لإجابات أفراد العينة حول مدى مساهمة استراتيجيات العصرية في تحسين الأداء التجاري	42

256	نتائج اختبار التوزيع الطبيعي لمحاور الاستبيان	43
257	تحليل الانحدار لاختبار الفرضية الفرعية الأولى	44
258	تحليل الانحدار لاختبار الفرضية الفرعية الثانية	45
259	تحليل الانحدار لاختبار الفرضية الرئيسية الثانية	46
260	تحليل الانحدار لاختبار الفرضية الفرعية الأولى	47
261	تحليل الانحدار لاختبار الفرضية الفرعية الثانية	48
262	تحليل الانحدار لاختبار الفرضية الرئيسية الثالثة	49

قائمة المختصرات

المختصر	معنى المختصر
NTIC	تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات الحديثة
TIC	تكنولوجيا المعلومات والاتصالات
CERIST	مركز البحث و الاعلام العلمي والتقني
IDI	مؤشر تنمية تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات
SATIM	شركة النقد الآلي و العلاقات التلقائية بين البنوك
AEBS	شركة الجزائر لخدمات الصيرفة الإلكترونية
Gie Monétique	تجمع النقد الآلي
ARTS	نظام التسوية الإجمالية الفورية للمبالغ الكبيرة والدفع المستعجل
ATCI	نظام المقاصة الإلكترونية
عليسة - RTGS	منظومة التسوية الخام الحينية عليسة
SRBM	نظام تسوية المبالغ الإجمالية- المغرب
SIMT	النظام البيبنكي المغربي للمقاصة
M-Wallets	المحافظ الرقمية

جدول المواد

الصفحة	المحتوى
أ	التصريح
ب	الملخص باللغة العربية
ت	الملخص باللغة الفرنسية
ث	الملخص باللغة الانجليزية
ج	الإهداء
ح	الشكر والتقدير
خ	قائمة الأشكال
ر	قائمة الجداول
ش	قائمة المختصرات
ص	جدول المواد
2	المقدمة
الفصل الأول: الإطار النظري لاستراتيجيات العصرنة و المصطلحات ذات الصلة	
20	تمهيد
21	المبحث الأول: مفهوم استراتيجيات العصرنة في المؤسسات البنكية، دوافع التحول و متطلبات النجاح
21	المطلب الأول: مفهوم مصطلح استراتيجيات العصرنة
30	المطلب الثاني: دوافع تبني استراتيجيات العصرنة من طرف المؤسسات البنكية
39	المطلب الثالث: متطلبات نجاح التحول نحو استراتيجيات العصرنة
43	المبحث الثاني: مدخل إلى التحول الرقمي، الرقمنة و الأتمتة
43	المطلب الأول: ماهية التحول الرقمي
46	المطلب الثاني: ماهية الرقمنة و الأتمتة

50	المطلب الثالث: الفروقات بين الرقمنة و التحول الرقمي و الأتمتة
52	المبحث الثالث: مدخل إلى تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات والتكنولوجيا البنكية
52	المطلب الأول: التطور التاريخي لتكنولوجيا المعلومات و الاتصالات الحديثة
54	المطلب الثاني: تعريف و خصائص تكنولوجيا المعلومات والاتصالات
64	المطلب الثالث: التكنولوجيا البنكية
72	خلاصة الفصل الأول
الفصل الثاني: مدخل لأنواع استراتيجيات العصرنة في المؤسسات البنكية وأثرها على الأداء المالي و التجاري	
74	تمهيد
75	المبحث الأول: مدخل إلى استراتيجية الصيرفة الإلكترونية
75	المطلب الأول: ماهية الصيرفة الإلكترونية
80	المطلب الثاني: مستويات أعمال الصيرفة الإلكترونية ومخاطرها
87	المطلب الثالث: المقارنة بين العمل المصرفي التقليدي والعمل المصرفي الإلكتروني
89	المطلب الرابع: أدوات الدفع الإلكترونية وقنوات الصيرفة الإلكترونية
98	المبحث الثاني: مدخل إلى استراتيجية الإدارة الإلكترونية
98	المطلب الأول: تعريف وخصائص الإدارة الإلكترونية
103	المطلب الثاني: الفروقات بين الإدارة التقليدية و الإدارة الإلكترونية
105	المطلب الثالث: عناصر الإدارة الإلكترونية وخطوات تنفيذها
112	المبحث الثالث: مدخل إلى الأداء المالي و الأداء التجاري في البنوك
112	المطلب الأول: تعريف الأداء و المفاهيم المرتبطة به
122	المطلب الثاني: مدخل إلى مقاييس وأنواع مؤشرات الأداء
128	المطلب الثالث: مؤشرات الأداء المالي و الأداء التجاري في البنوك

147	المطلب الرابع: تحسين الأداء المالي و التجاري في المؤسسات البنكية من خلال استراتيجيات العصرنة المعتمدة
151	خلاصة الفصل الثاني
	الفصل الثالث: واقع عصرنة المؤسسات البنكية في الجزائر مع الإشارة إلى تجارب دول المغرب العربي
153	تمهيد
154	المبحث الأول: واقع البنية التحتية التكنولوجية، الإطار المؤسساتي و المشاريع الداعمة لتوجه البنوك الجزائرية نحو العصرنة
154	المطلب الأول: تطور مؤشرات تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات في الجزائر
173	المطلب الثاني: الإطار المؤسساتي الداعم لتوجه البنوك الجزائرية نحو العصرنة
177	المطلب الثالث: المشاريع الداعمة لتوجه البنوك الجزائرية نحو العصرنة
186	المبحث الثاني: تحليل إحصائيات أنظمة الدفع الإلكترونية في الجزائر ، تونس و المغرب خلال الفترة(2018-2022)
186	المطلب الأول: تحليل إحصائيات نظام الجزائر للتسوية الفورية(ARTS) ونظام المقاصة الإلكترونية (ATCI) خلال الفترة الممتدة من (2018-2022)
193	المطلب الثاني: قراءة تحليلية لتجربة تونس في مجال أنظمة الدفع الإلكترونية خلال الفترة(2018-2022)
201	المطلب الثالث: قراءة تحليلية لتجربة المغرب في مجال أنظمة الدفع الإلكترونية خلال الفترة(2018-2022)
209	المبحث الثالث: تحليل واقع تطور البطاقات البنكية و قنوات الصيرفة الإلكترونية في دول المغرب العربي خلال الفترة(2018-2022)
210	المطلب الأول: التطور التاريخي لنشاط الصيرفة الإلكترونية في دول المغرب العربي
212	المطلب الثاني: قراءة في تطورات البطاقات البنكية في الجزائر، تونس و المغرب خلال الفترة(2018-2022)
214	المطلب الثالث: مقارنة التطور في استخدام قنوات الصيرفة الإلكترونية في دول المغرب العربي خلال الفترة(2018-2022)

229	المطلب الرابع: اختبار الفرضية الرئيسية الأولى و الفرضيات الفرعية
232	خلاصة الفصل الثالث
	الفصل الرابع: الدراسة الميدانية لعينة من المؤسسات البنكية العاملة في ولاية عنابة
234	تمهيد
235	المبحث الأول: الإطار المنهجي والوصفي للدراسة
235	المطلب الأول: الخطوات المنهجية لإجراء الدراسة الميدانية
239	المطلب الثاني: تحليل البيانات الوصفية المتعلقة بالبيانات الشخصية
243	المطلب الثالث: تحليل البيانات الوصفية لنشاط البنوك محل الدراسة المتعلق بأدوات الدفع و قنوات الصيرفة الإلكترونية
246	المبحث الثاني: التحليل الإحصائي لمحاو الاستبيان
246	المطلب الأول: تحليل نتائج الدراسة الخاصة بالمتغير المستقل (استراتيجيات العصرنة)
251	المطلب الثاني: تحليل نتائج الدراسة الخاصة بالمتغير التابع (الأداء المالي)
253	المطلب الثالث: تحليل نتائج الدراسة الخاصة بالمتغير التابع (الأداء التجاري)
255	المبحث الثالث: اختبار فرضيات الدراسة و تحليل النتائج
255	المطلب الأول: اختبار التوزيع الطبيعي كولمجروف - سمرنوف (One Sample K-S)
256	المطلب الثاني: اختبار الفرضية الرئيسية الثانية وفرضياتها الفرعية
259	المطلب الثالث: اختبار الفرضية الرئيسية الثالثة و فرضياتها الفرعية
263	خلاصة الفصل الرابع
265	الخاتمة
278	قائمة المراجع
312	الملاحق

المقدمة

المقدمة:

منذ نهاية القرن العشرين والعالم يشهد تطورات مذهلة وسريعة، ساهمت في إحداث ثورة غيرت من بنية المجتمعات وحولت أساليب العمل على جميع الأصعدة، شبت هذه الثورة بالثورة الصناعية التي حدثت في القرنى الثامن عشر والتاسع عشر. ومن أبرز نتائج هذه الثورة الجديدة ظهور نوع جديد من الاقتصاد يعرف بالاقتصاد الرقمي والقائم أساسا على المعلومات والتي أصبحت تشكل موردا أساسيا له، وما عزز هذه التطورات ظهور التكنولوجيا والتي مهدت لانتقال الإنسان إلى عصر المعلومات. هذه التكنولوجيا الجديدة لم تكن معروفة من قبل، ونظرا لتطور الاتصالات بالتوازي معها تم الاندماج بينهما ليشكلا تكنولوجيا المعلومات والاتصالات ، هذه الأخيرة التي تعظم دورها وإمتد تأثيرها ليشمل كل القطاعات. وأبرز ظهور تكنولوجيا المعلومات والاتصالات ظهور مصطلحات جديدة تتوافق و العصر الجديد مثل التحول الرقمي، الرقمنة، الأتمتة، العصرنة.

ونظرا للدور الحيوي الذي تلعبه المؤسسات البنكية بكونها دافعة من دوافع التنمية الاقتصادية عبر دورها في الوساطة المالية، فإن نجاحها وبقاءها ضرورة حتمية ومرتبطة بمدى قدرتها على الاستجابة للمتطلبات التي يفرضها الاقتصاد العالمي الجديد، عبر إحداث عملية تغيير جذري تستهدف الأنشطة وكيفية ممارستها والخدمات المقدمة. فعلى البنوك الاستفادة من مزايا العصرنة عبر إدخال واستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في وظائفها سواء على مستوى الإنتاج أو التسويق.

القطاع البنكي وكباقي القطاعات في العالم عمل على تبني عدة آليات و استراتيجيات تستهدف بالخصوص عصرنة أنظمتها الإدارية و تقديم خدمات مبتكرة متميزة، وفق توجيهين رئيسيين وهما الاعتماد على استراتيجية الإدارة الإلكترونية و الاعتماد على استراتيجية الصيرفة الإلكترونية واللذان تحققان الاستفادة المثلى من التكنولوجيا الحديثة و تعملان على الرفع من مستويات الأداء.

أ. إشكالية البحث:

إن تبني المؤسسات البنكية لاستراتيجيات العصرنة أصبح ضرورة ملحة فرضتها التطورات على الساحة الدولية، وهذا عبر دمج تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات في عملها بهدف تعزيز فرص بقاءها ونموها في السوق وفق مستويين المالي و التجاري. وفي إطار ذلك تتحدد إشكالية الموضوع والمتمثلة في:

ما هو أثر استراتيجيات عصرنة المؤسسات البنكية الجزائرية على أدائها المالي

و التجاري؟

وتقتضي معالجة هذه الإشكالية طرح الأسئلة الفرعية التالية:

- ماهو الإطار المفاهيمي لاستراتيجيات العصرنة ، الأداء المالي و الأداء التجاري؟
- ما هو واقع عصرنة المؤسسات البنكية في الجزائر؟
- هل يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لاستراتيجيات العصرنة المعتمدة من طرف البنوك محل الدراسة على أدائها المالي و التجاري؟

ب. فرضيات الدراسة: للإجابة على الإشكالية تم صياغة الفرضيات التالية:

1. الفرضية الرئيسية الأولى: يعكس تحليل واقع عصرنة المؤسسات البنكية في

الجزائر تأخرها عن مثيلاتها في دول المغرب العربي.

وينبثق عن هذه الفرضية مجموعة من الفرضيات الفرعية التالية:

– **الفرضية الفرعية الأولى:** تتأخر الجزائر عن الدول المجاورة لها في مؤشرات تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات؛

– **الفرضية الفرعية الثانية:** تمتلك الجزائر على غرار باقي دول المغرب العربي أنظمة دفع مواكبة للمعايير الدولية خاصة بتسوية المعاملات بالمبالغ الكبيرة ونظام المقاصة الإلكترونية؛

– **الفرضية الفرعية الثالثة:** تزايد حجم العمليات المعالجة وفق نظام المقاصة الإلكترونية في الجزائر لكنه يبقى ضعيف مقارنة مع المستوى المحقق في تونس والمغرب؛

– **الفرضية الفرعية الرابعة:** لا يزال مستوى استخدام البطاقات البنكية و قنوات الصيرفة الإلكترونية ضعيفا في الجزائر مقارنة مع دول الجوار؛

2. **الفرضية الرئيسية الثانية:** يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لاستراتيجيات العصرية على الأداء المالي للبنوك محل الدراسة.

وينبثق عن هذه الفرضية مجموعة من الفرضيات الفرعية التالية:

– **الفرضية الفرعية الأولى:** يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لاستراتيجية الصيرفة الإلكترونية على الأداء المالي للبنوك محل الدراسة.

– **الفرضية الفرعية الثانية:** يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لاستراتيجية الإدارة الإلكترونية على الأداء المالي للبنوك محل الدراسة.

3. الفرضية الرئيسية الثالثة: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لاستراتيجيات العصرية على

الأداء التجاري للبنوك محل الدراسة.

وينبثق عن هذه الفرضية مجموعة من الفرضيات الفرعية التالية:

– الفرضية الفرعية الأولى: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لاستراتيجية الصيرفة

الإلكترونية على الأداء التجاري للبنوك محل الدراسة.

– الفرضية الفرعية الثانية: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لاستراتيجية الإدارة الإلكترونية

على الأداء التجاري للبنوك محل الدراسة.

ج. أهمية الدراسة:

يشكل مدلول مصطلح العصرية جدلا واسعا بين الباحثين نظرا لارتباطه بمصطلحات أخرى كالتحول الرقمي ، الأتمتة و الرقمنة ، و تشير كل هذه المصطلحات إلى نتائج ظهور تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات . و تبرز أهمية الموضوع في كونه يعالج الآليات و الطرق التي تمكن المؤسسات البنكية من الاستفادة من هذه التكنولوجيا عبر ما تم تسميته بمصطلح استراتيجيات العصرية و الذي ينتج عن تطبيقها تحسن في مؤشرات الأداء المالي و التجاري.

د. أهداف الدراسة:

تهدف الدراسة إلى مايلي:

– تحديد مفهوم استراتيجيات العصرية و علاقته بالمصطلحات الأخرى(التحول الرقمي،

الأتمتة و الرقمنة، تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات و التكنولوجيا البنكية)؛

– التعرف على واقع العصرية في المؤسسات البنكية الجزائرية من خلال عدة

مؤشرات و مقارنتها مع مؤشرات دول الجوار (تونس و المغرب).

– التعرف على أثر استراتيجيات العصرية المعتمدة من طرف البنوك محل الدراسة على أدائها المالي و التجاري.

هـ. أسباب اختيار الموضوع:

– الميول الشخصي للمواضيع المرتبطة بالعصرية و تطبيقات تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات في المؤسسات البنكية؛

– الدور المهم الذي تلعبه العصرية في تحسين و زيادة مستويات الأداء البنكي؛

– الرغبة في التعرف على مدى تطبيق البنوك في الجزائر لاستراتيجيات العصرية (الإدارة الإلكترونية و الصيرفة الإلكترونية)؛

– اختيار الموضوع كان متوافقا و التخصص (مالية و بنوك) و لرغبة في التعمق والبحث في هذا المجال.

و. **حدود الدراسة:** تتمثل حدود الدراسة فيما يلي:

– **الحدود الموضوعية:** اقتصرت الدراسة على معرفة مدى تأثير استراتيجيات العصرية بمحاورها على الأداء المالي بأبعاده الثلاثة و الأداء التجاري بأبعاده الثلاثة في البنوك الجزائرية و تحديدا بولاية عنابة.

– **الحدود المكانية:** تم إجراء هذه الدراسة على مجموعة من البنوك العاملة في ولاية عنابة و البالغ عددها ستة بنوك.

– **الحدود الزمنية:** نظرا لما تتطلبه دراسات المقارنة ضرورة تجانس الفترة الزمنية، فتم تحديد الفترة الممتدة من سنة 2018 إلى سنة 2022 كأساس للمقارنة بين الجزائر، تونس و المغرب.

ز. **منهجية الدراسة:** قصد الإحاطة بكل جوانب الموضوع و تحقيق الأهداف المرجوة من الدراسة والإجابة على إشكالية البحث واختبار الفرضيات الموضوعية ، سيتم الاعتماد على المناهج التالية :

– **المنهج التاريخي:** الهدف منه استعراض التطور التاريخي للمفاهيم التي يتضمنها موضوع الدراسة.

– **المنهج الوصفي التحليلي:** ويهدف إلى وصف و تحليل أبعاد الموضوع وهذا للوصول إلى نتائج منطقية وفقا للفرضيات الموضوعية .

– **المنهج المقارن التحليلي:** والهدف منه المقارنة بين دول المغرب العربي في مجال عصنة المؤسسات البنكية عبر عدة مؤشرات متجانسة وخلال فترة زمنية موحدة لمعرفة ترتيب الجزائر ضمن هذه الدول.

إضافة إلى تصميم استبيان كأداة لجمع المعلومات ، و تم تحليل البيانات بواسطة برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية Spss.

ح. **الدراسات السابقة:** سبقت هذه الدراسة العديد من الدراسات التي اهتمت بالإطار العام للموضوع أو بأحد متغيراته. وتم تقسيم هذه الدراسات إلى دراسات سابقة باللغة العربية و دراسات سابقة باللغة الأجنبية و عرضها حسب التسلسل الزمني من القديم إلى الحديث كما يلي:

الدراسات السابقة باللغة العربية

– دراسة أمينة بركان ، أطروحة دكتوراه نوقشت سنة 2014، بعنوان : " الصيرفة الإلكترونية كحتمية لتفعيل أداء الجهاز المصرفي - حالة الجزائر - " ، أطروحة دكتوراه غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير ، جامعة الجزائر 03،

الجزائر. هدفت الباحثة من خلال هذه الدراسة إلى إبراز أهمية تطوير الخدمات المصرفية، كذلك بيان الدور الذي تلعبه الخدمات المصرفية الإلكترونية في الرفع من أداء وفعالية البنوك، كما أشارت الباحثة في دراستها إلى أهم التجارب الدولية الرائدة في مجال الصيرفة الإلكترونية وتحليل عوامل نجاحها. تم التوصل إلى أن كل البنوك الجزائرية تمتلك مواقع إلكترونية وتقدم خدمات مصرفية إلكترونية لكن بدرجات متباينة، إضافة إلى أن الاعتماد على الصيرفة الإلكترونية يساهم إيجابيا في تحسين كفاءة وفعالية البنوك، ويرفع من مستوى الأداء عبر زيادة الربحية، تحسين العلاقة مع العملاء.

- دراسة الباحثان (حيدر يونس الموسوي، محمد مجيد جواد) بعنوان: قياس أثر الصيرفة الإلكترونية في مؤشرات الأداء المالي للمصارف-دراسة تطبيقية في عينة من المصارف الأردنية للمدة (2000-2011)، مقال بالمجلة العراقية للعلوم الإدارية، 2014. تهدف الدراسة إلى قياس أثر مؤشرات الصيرفة الإلكترونية في مؤشرات الأداء المالي للبنوك التجارية الأردنية، واختار الباحثان أربعة مصارف أردنية بنسبة 25 % من مجموع المصارف. وقد حدد الباحثان الصيرفة الإلكترونية كمتغير مستقل بمؤشراتها المتمثلة في (عدد أجهزة الصراف الآلي، عدد بطاقات الصراف الآلي، عدد المستفيدين من خدمة البنك الناطق، عدد البنوك المراسلة، إيرادات بطاقات الائتمان وعدد بطاقات الائتمان الممنوحة ماستر وفيزا كارت) كما حددوا أيضا الأداء المالي كمتغير تابع بمؤشراته المتمثلة في (مؤشر الربحية، مؤشر السيولة، مؤشر ملاءة رأس المال ومؤشر توظيف الأموال). وقد توصل الباحثان إلى أنه توجد علاقة ارتباط وتأثير معنوية بين مؤشرات الصيرفة الإلكترونية ومؤشرات الأداء المالي للمصارف عينة الدراسة، كما أظهرت النتائج أن مؤشر عدد المستفيدين من خدمة البنك الناطق هو الأكثر تأثيرا في

مؤشر الربحية؛ كما أن عدد البنوك المراسلة وإيرادات بطاقات الائتمان هما الأكثر تأثيرا بمؤشر السيولة. مؤشر عدد بطاقات الصراف الآلي هو الأكثر تأثيرا في مؤشر توظيف الأموال في حين أن مؤشرات الصيرفة الإلكترونية تؤثر معنويا في مؤشر ملء رأس المال ولكن بشكل مختلط غير قابل للتعميم .

- دراسة آسيا سعدان ، أطروحة دكتوراه نوقشت سنة 2018 ، بعنوان: " دور تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات في عصرنة النظام البنكي: دراسة حالة الجزائر" ، أطروحة دكتوراه غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير، جامعة باجي مختار- عنابة ، الجزائر. تهدف الدراسة إلى بيان الدور الذي تلعبه تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات في عصرنة النظام البنكي الجزائري، ويتم ذلك عبر توفير عنصرين و هما المقومات الضرورية لدعم العمل البنكي الإلكتروني (المقومات التكنولوجية، المقومات القانونية، البشرية و المقومات الثقافية والاجتماعية) أما العنصر الثاني فهو يتعلق بتوفير المشاريع التي تدعم عملية دمج التكنولوجيا في النظام البنكي. توصلت الباحثة إلى عدة نتائج من أهمها: أن عصرنة البنوك الجزائرية أصبحت ضرورة حتمية نظرا لما يشهده العالم من تطورات، مما يلزم السلطات ببذل المجهودات للرفع من مستوى النظام البنكي من خلال عصرنة الخدمات، تحديث أنظمة الدفع . خلصت الباحثة أيضا إلى أنه على الرغم من الاهتمام الذي حظي به موضوع العصرنة ضمن مخططات الحكومة إلا أنه يبقى دون المستوى المطلوب وغير كافي، وفق هذا تم تقديم العديد من التوصيات التي ركزت بالأساس على تسريع وتيرة

عملية العصرنة داخل النظام البنكي الجزائري بتوفير كل المقومات الضرورية لتحقيق ذلك، والعمل على إزالة كل الصعوبات التي تواجه تطبيق هذه العملية.

- دراسة الباحثة نور الهدى بابو و الباحث سعدون بوكبوس بعنوان: **التوجهات الحديثة لعصرنة الخدمات المصرفية في الجزائر مع الإشارة إلى عينة من المصارف الجزائرية الجزائرية**، مقال بمجلة معهد العلوم الاقتصادية، 2021. تهدف الدراسة المقدمة إلى معرفة أهم التوجهات لعصرنة الخدمات المصرفية في ظل التوجه نحو الاقتصاد الرقمي ، و تقديم عرض حول واقع الخدمات المقدمة من طرف البنوك العمومية الجزائرية. وتم التوصل إلى أن البنوك العمومية الجزائرية لا تزال تعاني تأخرا ملحوظا في عصرنة خدماتها على الرغم من المجهودات المبذولة، وتوصي الدراسة بضرورة المضي في مشروع رقمنة القطاع المصرفي، العمل على كسب ثقة العميل الجزائري في استخدام الخدمات الإلكترونية المعروضة.

- دراسة كل من الباحثين حمزة جيلالي تومي، سارة مولاي مصطفى بعنوان: **الصيرفة الإلكترونية كآلية لعصرنة المصارف الجزائرية وضمان جودة الخدمة المصرفية -دراسة استطلاعية لعينة من عملاء وكالات المصارف الخاصة بمدينة المدية-**، مقال بمجلة مجاميع المعرفة، 2021. تهدف الدراسة إلى معرفة مدى مساهمة الصيرفة الإلكترونية في عصرنة القطاع المصرفي الجزائري وتحقيق الجودة في الخدمات المعروضة، لتحقيق ذلك تم الاستعانة بالاستبيان الذي تم توجيهه لعينة عشوائية من عملاء الوكالات البنكية الخاصة العاملة بولاية المدية. أظهرت النتائج أنه يوجد أثر لاعتماد الصيرفة الإلكترونية على جودة الخدمات المصرفية من وجهة نظر العملاء من خلال تحسين الأنظمة المعتمدة لأداء الخدمات، تخفيض التكاليف، زيادة الربط والتنسيق بين الفروع وتسهيل

القيام بمختلف المعاملات، لكنها مازالت تعتبر غير متنوعة وتتميز بالبطء ولا تحقق المستوى المطلوب الذي يجعلها تنافس البنوك الرائدة في هذا المجال. في الأخير قدم الباحثان عدة توصيات لإدارة البنوك تستطيع من خلالها تطوير الصيرفة الإلكترونية.

- دراسة الباحثة رزيقة مخوخ بعنوان: **أثر استخدام الصيرفة الإلكترونية في تحسين أداء البنوك التجارية**، مقال في مجلة البحوث في العلوم المالية والمحاسبية، 2022. تهدف الباحثة من خلال هذه الدراسة إلى معرفة مدى التأثير بين استخدام الصيرفة الإلكترونية وأداء البنوك التجارية، وتم الاستعانة باستبيان موجه لموظفي بنك الفلاحة والتنمية الريفية بولاية برج بوعرييج. وتم التوصل إلى وجود أثر إيجابي بين استخدام الصيرفة الإلكترونية في البنك محل الدراسة و تحسين أدائه المالي عبر زيادة الربحية، تخفيض التكاليف، إدارة السيولة ، التقليل من المخاطر وتحسين كفاءة العمليات الداخلية للبنك.

- دراسة الباحثان محمد خميس إسحاق بلال و أحمد آدم هارون يوسف بعنوان: **دور الإدارة الإلكترونية في تطوير الأداء المصرفي -دراسة على المصارف السودانية العاملة بمدينة زالنجي-**، مقال بمجلة العلوم الانسانية و الطبيعية، 2023. يهدف الباحثان إلى بيان أثر الإدارة الإلكترونية في تطوير الأداء المصرفي ، وتم الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي إلى جانب الاستبيان الموجه لعينة مكونة من 36 موظفا في البنوك السودانية العاملة بمدينة زالنجي. وتم التوصل إلى وجود علاقة بين الإدارة الإلكترونية بأبعادها المتمثلة في متطلبات التأهيل والتدريب الإلكتروني، خدمات الصراف الآلي، خدمات الموقع الإلكتروني، خدمات الهاتف النقال وإدارة المخاطر وحماية معلومات المصرف لها والأداء المصرفي. من أهم التوصيات المقدمة من طرف الباحثين نشر

الوعي بأهمية الإدارة الإلكترونية على مستوى الإدارة العليا و إزالة الغموض حولها بالنسبة للموظفين في البنوك و العمل على تأهيلهم و تدريبهم لمواكبة التطور المرتبط بالتكنولوجيات الحديثة.

- دراسة الباحثان قادر جدو و مختار عبد الهادي بعنوان: **مزايا استخدام القنوات المصرفية الإلكترونية وتأثيرها على الحصة السوقية-دراسة استطلاعية لوجهة نظر عملاء الوكالات البنكية بمدينة تيارت-** ، مقال في مجلة أبحاث اقتصادية معاصرة، 2024. تهدف الدراسة إلى التعرف على مزايا القنوات المصرفية الإلكترونية المستخدمة من طرف البنوك و مدى تأثيرها على حصتها السوقية ، تم تصميم استبيان لهذا الغرض ووزع على عينة عشوائية من عملاء الوكالات البنكية العاملة بمدينة تيارت. أظهرت نتائج التحليل الإحصائي أن المزايا التي تقدمها القنوات الإلكترونية تؤثر إيجابيا على عملية إتخاذ القرار لدى العملاء ، مما ينعكس إيجابيا على الحصة السوقية للبنك . كما قدم الباحثان جملة من التوصيات والاقتراحات من أبرزها التركيز على عنصر الترويج الفعال ، تعريف العملاء بمزايا وفوائد التوجه نحو اعتماد القنوات المصرفية الإلكترونية.

الدراسات باللغات الأجنبية

- دراسة كل من الباحثين (Balwinder Singh , Pooja Malhotra) بعنوان: **The Impact of Internet Banking on Bank Performance and Risk: The Indian Experience**، مقال بمجلة Eurasian Journal of Business and Economics، 2009. تهدف الدراسة إلى بيان واقع الخدمات المصرفية الإلكترونية في الهند وتأثيرها على الصناعة المصرفية ، وبشكل أدق معرفة أثر اعتماد الخدمات المصرفية الإلكترونية على أداء البنوك والمخاطر. وقد اعتمد الباحثان على المعلومات المستمدة من 85 موقعا

إلكترونيا للبنوك التجارية الناشطة في الهند خلال الفترة الممتدة من سنة 1998 إلى سنة 2006. وأظهرت النتائج أن 57 % من البنوك الهندية تقدم خدمات مصرفية عبر الإنترنت، كما أن التحليل أحادي المتغير يشير إلى أن بنوك الإنترنت تتميز بنسب ربحية وتشغيل أفضل مقارنة بالبنوك التقليدية. في حين أظهر تحليل الانحدار المتعدد أنه لا يوجد ارتباط معنوي بين تقديم الخدمات المصرفية عبر الإنترنت ونسب الربحية ، ومن جهة أخرى فإن البنوك الإلكترونية ترتبط ارتباطاً سالباً ومعنوياً مع نسب المخاطرة.

— دراسة كل من الباحثين (Mohammed Abba , Oginni Simon Oyewole) وآخرون بعنوان: **E-banking and Bank Performance: Evidence from Nigeria**، مقال بمجلة International Journal of Scientific Engineering and Technology ، 2013. تهدف الدراسة إلى بيان أثر الصيرفة الإلكترونية على أداء البنوك التجارية في نيجيريا، واعتمد الباحثون على بيانات بانل لثمانية (08) بنوك تجارية خلال الفترة الممتدة من سنة 2000 إلى سنة 2010؛ وتم اختيار معدل العائد على حق الملكية ROE ومعدل العائد على الأصول ROA و هامش صافي الفائدة NIM كمؤشرات تعبر عن الأداء المالي. وباستخدام طريقة المربعات الصغرى المجمع في التقدير (OLS) توصلوا إلى أن الصيرفة الإلكترونية لها تأثير معنوي سالب على أداء البنوك التجارية النيجيرية بالنسبة لمؤشر NIM، كما أنه لا يوجد تأثير معنوي للصيرفة الإلكترونية على مؤشرات ROE و ROA، فسر الباحثون ذلك لارتفاع تكلفة التكنولوجيا وكذلك لمستوى اعتماد الصيرفة الإلكترونية من طرف البنوك خلال فترة الدراسة. كما أظهرت النتائج أنه في السنة الثانية لتبني خدمات الصيرفة الإلكترونية بدأت تؤثر تأثيراً معنوياً موجباً على ROA و NIM .

— دراسة كل من الباحثان (Fatoki Olanrewaju Isola , Ogutu Mary) بعنوان: **Effect Of E-Banking On Financial Performance Of Listed Commercial Banks In Kenya**، مقال بمجلة Global Scientific Journal، 2019. يهدف الباحثان من خلال الدراسة إلى بيان أثر الصيرفة الإلكترونية على الأداء المالي للبنوك التجارية الكينية المدرجة في سوق نيروبي للأوراق المالية NSE وقد استخدمتا بيانات بانل لـ 11 بنكا مدرجا وهذا خلال الفترة الممتدة من سنة 2013 إلى سنة 2017؛ كذلك تم الاعتماد على البيانات الصادرة عن البنك المركزي الكيني والقوائم المالية للبنوك المختارة. وقد حدد الباحثان عدة مؤشرات التي تعبر عن المتغير المستقل (الصيرفة الإلكترونية) و هي عبارة عن سجلات الأموال المتداولة لكل من الصيرفة المحمولة M-Banking، الوكالات البنكية Agency banking ، أجهزة الصراف الآلي ATM Banking والصيرفة عبر الانترنت Online banking؛ بالنسبة للمتغير التابع (الأداء المالي) فقد اختار الباحثان مؤشر واحد فقط للتعبير عنه و هو معدل العائد على الأصول ROA. وخلصوا إلى أن هناك علاقة إيجابية قوية بين الصيرفة المحمولة، الوكالات المصرفية، أجهزة الصراف الآلي، الصيرفة عبر الإنترنت والأداء المالي للبنوك التجارية المدرجة في سوق الأوراق المالية مجتمعة؛ كما أظهرت النتائج أن هناك ارتباط موجب وقوي بين الوكالات المصرفية والأداء المالي للبنوك المختارة منفردة، هناك ارتباط موجب ولكن ضعيف بين الصيرفة عبر الإنترنت والأداء المالي للبنوك المدرجة منفردة.

— دراسة (Shakeb Akhtar , Shujaat Naeem Azmi) و آخرون بعنوان **Impact of Digitalisation on Bank Performance: A Study of Indian Banks**، مقال بمجلة Test Engineering a Mangement ، 2020. تهدف الدراسة إلى بيان أثر الرقمنة على

أداء البنوك في الهند، واعتمد الباحثون على مقابلات مع 30 موظفاً من عشرة بنوك مختلفة . ومن أجل تحليل أداء البنوك تمت دراسة ثلاث عوامل وهي كفاءة الموظف، تكلفة العمليات والربحية. أظهرت نتائج الدراسة أن الرقمنة مرتبطة بشكل إيجابي مع جميع المتغيرات حيث سمحت بتحسين أداء البنوك والتوسع في تقديم الخدمات .

— دراسة (Ben-Caleb Egbide , Joseph Madugba) و آخرون بعنوان: **Effect of electronic banking on financial performance of deposit money banks in Nigeria** ، مقال بمجلة Banks and Bank Systems، 2021. تهدف الدراسة إلى بيان أثر الصيرفة الإلكترونية على الأداء المالي لبنوك الودائع في نيجيريا، تم الحصول على البيانات بالاعتماد على النشرة الإحصائية الصادرة عن البنك المركزي النيجيري وكذلك المكتب الوطني للإحصاء والتقارير المالية للبنوك محل الدراسة خلال الفترة (2005-2019). وقد حدد الباحثون كل من أجهزة الصراف الآلي ATM والصيرفة عبر الإنترنت WEB و محطات الدفع الإلكتروني POS والصندوق الإلكتروني الوطني للتحويل NEFT كمغيرات مستقلة ، و كل من معدل العائد على الأصول ROA و ربحية السهم ESP كمؤشرات تعبر عن المتغير التابع (الأداء المالي). وأظهرت نتائج تحليل الانحدار أن أجهزة الصراف الآلي ATM لها تأثير معنوي موجب على مؤشرات الأداء المالي ROA و EPS بينما تؤثر كل من محطات الدفع الإلكتروني POS والصندوق الإلكتروني الوطني للتحويل NEFT معنوياً فقط على ROA؛ بالنسبة للصيرفة عبر الإنترنت WEB فليس لها أي تأثير معنوي على مؤشرات الأداء المالي. وخلص الباحثون إلى أن الصيرفة الإلكترونية لها تأثير كبير على الأداء المالي لبنوك الودائع في نيجيريا.

— دراسة (Md. Imran Hossain) بعنوان: **Effects of E-Banking Adoption on the Financial Performance of State-Owned Commercial Banks in Bangladesh** مقال بمجلة Information Resources Management ، 2021. تهدف الدراسة إلى تحديد تأثير تبني خدمات الصيرفة الإلكترونية على الأداء المالي للبنوك المملوكة للدولة في بنغلادش، واعتمد الباحث على بيانات بانل الخاصة بأربعة بنوك مملوكة للدولة خلال الفترة الممتدة من سنة 2009 إلى سنة 2018 . اختار الباحث العائد على حق الملكية ROE ومعدل العائد على الأصول ROA وهامش صافي الفائدة NIM كمؤشرات تعبر عن الأداء المالي، وبالاعتماد على نتائج طريقة المربعات الصغرى العادية المجمعة OLS توصل الباحث إلى أن الاعتماد على خدمات الصيرفة الإلكترونية له تأثير معنوي سلبي على مؤشرات الأداء المالي للبنوك الأربعة المدروسة وهذا في أول سنة من اعتماد هذه الخدمات؛ بينما يصبح هذا التأثير إيجابيا على مؤشر العائد على الأصول في السنة التالية من اعتمادها. وأضاف الباحث أنه على الرغم من أن الدراسة الحالية وجدت ارتباطاً مهماً بين الصيرفة الإلكترونية وربحية البنوك التجارية المملوكة للدولة، إلا أن الدراسة تقتصر إلى الشمولية لذلك فإن الشروع في المزيد من الدراسات التي تغطي مجموعة البيانات الشاملة، لكل من البنوك التجارية الخاصة والمملوكة للدولة العاملة في بنغلاديش لتأكيد واستكمال نتائج هذه الدراسة.

— دراسة (Bouchikhi mohammed redha , Sadouki ghrissi) بعنوان: **L'effet des services bancaires électroniques sur la performance financière des banques commerciales en Algérie - une étude empirique sur un échantillon** مقال في مجلة Revue Administration et Développement Pour les banques

Recherches et les études ، 2022. تهدف الدراسة إلى بيان أثر الخدمات المصرفية الإلكترونية على أداء البنوك التجارية، تم الاستعانة باستبيان موجه لعينة عشوائية من موظفي البنوك الجزائرية . وتم التوصل إلى وجود أثر معنوي وقوي بين الخدمات المصرفية الإلكترونية ممثلة بأبعادها (أجهزة الحاسوب، البرمجيات، كفاءة العامل البشري) والأداء في البنوك التجاري.

من خلال عرض الدراسات السابقة و في حدود ما تم الاطلاع عليه، لا نجد دراسات ترتبط بصورة مباشرة مع موضوع الدراسة في جانب المتغير المستقل (استراتيجيات العصرنة) حيث تطرقت بعض الدراسات إلى أبعاد الاستراتيجيات بطريقة منفردة ، أما في جانب المتغير التابع الأداء المالي و الأداء التجاري فتم تناوله و لكن بمؤشرات مختلفة من دراسة إلى أخرى. تم الاعتماد على الدراسات السابقة فيما يخص الإطار النظري للموضوع، واختيار مؤشرات المتغير المستقل والتابع، بناء الاستبيان واختيار المنهج المناسب للدراسة. تتشابه الدراسة الحالية مع ما تم عرضه في الأبعاد المعتمدة للمتغير المستقل والمتغير التابع، في حين تختلف عنها من حيث الجانب التطبيقي الذي تم فيه تقديم إضافة وهي المقارنة بين دول المغرب العربي للحكم على واقع العصرنة في الجزائر عبر الاعتماد على بيانات حديثة لفترة إنجاز الدراسة، إضافة إلى معرفة أثر استراتيجيات العصرنة مجتمعة على الأداء المالي والأداء التجاري في المرحلة الأولى ثم أثر كل استراتيجية على حدى على الأداء المالي والتجاري للبنوك محل الدراسة كمرحلة ثانية.

ط. تقسيمات الدراسة:

قصد الإلمام بمختلف جوانب الموضوع والمحافظة على التسلسل المنطقي والتدرج في طرح الأفكار، تم تقسيم الدراسة إلى أربعة فصول رئيسية: الفصل الأول بعنوان الإطار النظري لاستراتيجيات العصرية في المؤسسات البنكية والمصطلحات ذات الصلة، أما الفصل الثاني فيتم فيه عرض مدخل لأنواع استراتيجيات العصرية في المؤسسات البنكية وأثرها على الأداء المالي والتجاري. في الفصل الثالث تم التطرق إلى واقع العصرية في المؤسسات البنكية الجزائرية مع الإشارة إلى تجربة تونس والمغرب والمقارنة بين المؤشرات المتوفرة خلال الفترة من سنة 2018 إلى سنة 2022، أما الفصل الرابع والأخير فيتضمن الدراسة الميدانية لأثر استراتيجيات العصرية على الأداء المالي والأداء التجاري في البنوك العاملة بولاية عنابة، إضافة إلى التوصل لجملة من النتائج وتقديم التوصيات.

ي. صعوبات البحث:

توافق إعداد هذه الدراسة وجود عدة صعوبات أهمها:

- حداثة مصطلح استراتيجيات العصرية من الناحية النظرية وقلة المصادر والمراجع التي تطرقت إليه؛
- صعوبة الحصول على المعطيات و الإحصائيات نظرا لرفض البنوك تقديم هذه المعلومات ؛
- صعوبة الحصول على إحصائيات موحدة خلال فترة زمنية معينة.

الفصل الأول

تمهيد:

إن التطورات التكنولوجية المتلاحقة و السريعة التي شهدها العالم أفرزت ظهور عدة مصطلحات مثل مصطلح العصرنة **La Modernisation** ، والذي ارتبط بعدة قطاعات مثل قطاع العدالة، القطاع البنكي...إلخ. أصبحت البنوك ملزمة باعتماد عدة استراتيجيات لمسايرة هذه التطورات، تهدف من خلالها إلى الحفاظ على بقاءها واستمراريتها في الأسواق التي تعمل فيها، كذلك الرفع من مستويات الأداء والكفاءة.

لذا تم تقسيم هذا الفصل إلى ثلاث مباحث بحيث يضم المبحث الأول عرضاً لمذلول مصطلح استراتيجيات العصرنة، دوافع تبني البنوك لهذا المفهوم وعوامل نجاح هذه الاستراتيجيات. أما المبحث الثاني فيتطرق إلى مصطلحات التحول الرقمي، الرقمنة والأتمتة والفروقات بينها. في الأخير يتناول المبحث الثالث مدخلا إلى تكنولوجيا المعلومات والاتصالات والتكنولوجيا البنكية.

المبحث الأول: مفهوم استراتيجيات العصرنة في المؤسسات البنكية، دوافع

التحول و متطلبات النجاح

المطلب الأول: مفهوم استراتيجيات العصرنة

قبل الإشارة إلى مفهوم استراتيجيات العصرنة في البنوك لابد من تجزئة المصطلح إلى جزئين رئيسيين وهما الاستراتيجيات والعصرنة، وللتوصل إلى مفهوم لهذا المصطلح الجديد سيتم عرض أهم المدلولات الخاصة بكل جزء منه. في البداية سيعرض مفهوم الاستراتيجية ثم العصرنة ، وفي الأخير سيتم التوصل إلى مفهوم شامل و دقيق لهذا المصطلح.

الفرع الأول: مفهوم الاستراتيجية

من الناحية التاريخية بدأ مفهوم الاستراتيجية عند دراسة طرق وأساليب النجاح في الحروب والمعارك⁽¹⁾، حيث اشتق هذا المصطلح من الكلمة الإغريقية **Stratos** والتي تعني الجيش **Armée** والجزء الثاني **Agayn** ومعناها القيادة **Conduire**.⁽²⁾ كما ظهر المصطلح **Strategos** في أثينا القديمة، والتي تشير إلى اسم وظيفة أنشأت عندما كانت أثينا في حرب مع الفرس عام 509 قبل الميلاد و تعني القائد المنتخب⁽³⁾. كما تشير كلمة الاستراتيجية إلى فن القيادة أو فن الجنرال فهي مرتبطة بالمهام العسكرية وعرفها قاموس (Webster's) على " أنها علم تخطيط العمليات العسكرية وتوجيهها ".⁽⁴⁾

(1) طاهر محسن منصور الغالبي، وائل محمد صبحي إدريس، (2009): الإدارة الاستراتيجية منظور منهجي متكامل ، الطبعة الثانية ، دار وائل للنشر : عمان ، الأردن، ص 30.

(2) Alain Vas, (2017) : Les fondements de la stratégie : Un voyage illustré, de la conception à la mise en œuvre, Dunod : paris, France, p 7.

(3) طاهر محسن منصور الغالبي ، وائل محمد صبحي إدريس، المصدر سبق ذكره، ص 30.

(4) ديفيد هارسون، (2009): الإدارة الاستراتيجية، ترجمة علاء الدين ناطورية، بدون طبعة، دار الزهران: عمان ، الأردن، ص 142.

عرف مصطلح الاستراتيجية اهتماما واسعا من قبل صانعي القرار في المنظمات وممارسي العمليات الإدارية وهو ما ساهم في نقل المفهوم من التوجه العسكري إلى التوجه الاقتصادي والإداري وخاصة مجال إدارة الأعمال⁽¹⁾، وهذا خلال فترة الخمسين سنة الأخيرة من القرن العشرين، عندما نادى الرئيس الأمريكي الأسبق ليندون جونسون في سنة 1965 إلى اعتماد التخطيط الاستراتيجي وتطبيقه كنظام في جميع المراكز الفيدرالية للحكومة الأمريكية.⁽²⁾

تشير الرؤية العامة للنظريات الإدارية أن مصطلح الاستراتيجية هو مصطلح شامل متكامل يتضمن أربعة أبعاد مفاهيمية وهي كما يلي:

- التخطيط والعملية التخطيطية وما يتعلق بها من ممارسات وأنشطة مختلفة؛
- التعلم والفكر الاستراتيجي ويتضمن القدرات كالإبداع، الذكاء والتعامل مع الأحداث، صناعة و إتخاذ القرارات على المستوى الاستراتيجي للمنظمة؛
- التمرکز في الأسواق وبيئة العمل وما يحيط بها من قدرة على التعامل مع المنافسة وشروطها و عوامل النجاح؛
- الاهتمام بالموارد وطرق التخصيص على كافة الأنشطة والأعمال وما يتعلق بها من تجديد قدرة التنفيذ للمنظمة بهدف خلق ميزة تنافسية لها.⁽³⁾

يعرف (Thomas) الاستراتيجية بأنها " كل ما يتم تخطيطه ووضعه من طرف المنظمة ومختلف النشاطات التي تحقق درجة من التلائم الفعالة والكفاءة بين رسالتها و أهدافها هذا من جهة

(1) طاهر محسن منصور الغالبي ، وائل محمد صبحي إدريس، المصدر سبق ذكره، ص 30.

(2) أحمد جلال جمال،(2016): مبادئ في الإدارة و الإدارة الاستراتيجية، الطبعة الأولى، دار خالد الحياني للنشر و التوزيع: عمان ، الأردن، ص 25.

(3) طاهر محسن منصور الغالبي ، وائل محمد صبحي إدريس، المصدر سبق ذكره، ص ص 30 - 31 .

ومن جهة أخرى بين رسالتها وبيئة العمل".⁽¹⁾

عرفها شاندلر (Chandler) هي "وضع المنظمة للأهداف والغايات الطويلة المدى، ويتم تخصيص الموارد اللازمة لتحقيق هذه الأخيرة. وتتدرج هذه الوظيفة الأساسية ضمن مسؤولية الإدارة العليا في المنظمة".⁽²⁾

وأشار بورتر (Porter) إلى أن الاستراتيجية تعبر عن عملية تنسيق و توافق بين أنشطة المنظمة و البيئة التي تعمل فيها، حيث يعتبر التلائم و التوافق شرط أساسي لجعل المنظمة تتمتع بميزة تنافسية مقارنة بمنافسيها، وجعل هذه الأخيرة تتصف بالديمومة وصعوبة التقليد.⁽³⁾

عرفها تيتار (Thietart) على " أنها جملة من القرارات الحاسمة وما يتبعها من أفعال تتعلق بعملية اختيار الوسائل والموارد لبلوغ الأهداف المسطرة ". وتعرف أيضا من طرف مدرسة الأعمال لهارفارد (H.B.S) بأنها مجموعة القرارات الحاسمة والتي تتعلق بالاختيارات الاستراتيجية أي على المستوى الكلي للمؤسسة، والتي يكون الهدف منها بشكل أساسي أن تخلق نوع من التكيف بين المؤسسة والبيئة الخارجية. إضافة إلى صياغة وتحديد جملة الأهداف المنشودة والسلوكيات المساعدة على الوصول إليها.⁽⁴⁾

وتعبر الاستراتيجية عن الطريقة أو الوسيلة التي تساعد المنظمة على تحقيق أهدافها وبلوغ رسالتها، وبمعنى أكثر شمولية الاستراتيجية هي وسيلة المنظمة لبلوغ

(1) أردان حاتم خضير العبيدي، أحمد محمد فهمي سعيد البرزنجي، (2021): الإدارة الاستراتيجية مدخل في استراتيجية الابداع التنظيمي ومكوناتها، الطبعة الأولى، دار الدكتور للعلوم الإدارية والاقتصادية والعلوم الأخرى: بغداد، العراق، ص 15.

(2) ديفيد هارسون، المصدر سبق ذكره، ص 144.

(3) أكرم سالم الجناحي، (2017): الإدارة الاستراتيجية وتحديات القرن العشرين، الطبعة الأولى، دار أمجد للنشر والتوزيع: عمان، الأردن، ص 25.

(4) علاء الدين خبابية، (2016): أثر البعد التنظيمي للثقافة على تنفيذ الاستراتيجية في المؤسسة، المجلة الجزائرية للتنمية الاقتصادية، العدد (05)، ص ص 93 - 94.

النهايات، فهي جملة ما تقوم به المنظمة من أشياء **Things**، وما تسلكه من طرق **Paths**، وما تتخذه من قرارات **Decisions** للوصول إلى مستوى أو نقطة معينة من النجاح أو لتحقيق وإنجاز الأهداف المسطرة. (1)

مما سبق تعرف الاستراتيجية على أنها كل الطرق والأساليب التي تنتهجها المنظمة والتي من خلاله يتم تحديد الوسائل والموارد الضرورية واللازمة لتحقيق الأهداف المسطرة، سواء على المدى القصير أو الطويل للوصول بالمنظمة إلى التميز، من خلال إكسابها ميزة تنافسية على غيرها من المنافسين في بيئة العمل الخارجية.

الفرع الثاني: مفهوم مصطلح العصرية

يعتبر مصطلح العصرية أو الحداثة من المصطلحات الفلسفية التي ارتبط ظهورها بالتغيرات الجذرية سواء على المستوى الفكري أو الاجتماعي التي بدأت في القرن السابع عشر، وتجلت هذه التغيرات في صورة ثورات مست مختلف جوانب الحياة الاجتماعية، السياسية، الاقتصادية والتجارية آنذاك. كما ساهم ظهور الاكتشافات، مراجعات النظريات والأفكار العلمية السائدة في ميادين عديدة في تعميقها، وهو ما أدى إلى حدوث تحولات كيفية وكمية في البناء المعرفي إبتداء من القرن الثامن عشر. ومن أبرز رواد هذا الفكر هم فلاسفة ومفكري عصر التنوير الذين نادوا برفض القديم في كل صوره وأشكاله و التوجه نحو الحديث والجديد، وهذا ما مهد لميلاد مصطلح الحداثة أو العصرية.

يرجع إصطلاحاً اللفظ **La Modernisation** أو **Modernité** إلى اللغة الفرنسية ويعني الحداثة الذي يعني صفة أو شكل أو ما يبتدئ به الشيء. أما صفة حديث

(1) منصور محمد إسماعيل العريقي، (2011): الإدارة الاستراتيجية، الطبعة الثانية، دار الكتاب الجامعي: صنعاء، اليمن، ص 27.

Moderne فهي أقدم من الناحية التاريخية من اللفظ **Modernité** ويقابله اللفظ **Modernus** في اللغة اللاتينية، والذي ظهر في أواخر القرن الخامس ويعني نقض القديم أو النظر له على أنه يتجاوز الزمن، ومن هذا اللفظ اشتقت كلمة **Modo** والتي تعني الآن أو مؤخرًا، ويطلق لفظ حديث على كل ما هو راهن ينتمي إلى الزمن الحاضر. (1)

فالعصرية أو الحداثة تتطوي على رؤية جديدة للعالم وكذلك يتعلق هذا المفهوم بالوقت، فأن تكون حديثا يعني أن تكون لديك رغبة في الانفصال عن الماضي السابق وبكل ممارساته. (2)

نظرا للخلفية الفلسفية للمصطلح فإن توحيد مدلولات العصرية، الحداثة أو التحديث أصبح صعبا، فاستخدم للدلالة على التغييرات التي لا تحمل في طياتها تغييرا جذريا لما هو موجود و إنما للتعبير عن سلسلة التغييرات التي تطرأ على المكتسبات الحالية، فهو يشير إلى **التجديد ، التطوير والتغيير للوضع السائد** ويمكن أن يكون التغيير على ثلاث مستويات في المنظمة: (3)

- **الهيكل التنظيمي:** الوظائف و طرق تصميمها، العلاقات وآليات التنسيق بين السلطات في المنظمات، السيطرة؛
- **التكنولوجيا:** المعدات وعمليات وأساليب العمل؛
- **الأفراد:** يتم التركيز على سلوكياتهم والتصورات، التوقعات أو المواقف.

(1) بوزيرة عبد السلام، (2010): موقف طه عبد الرحمن من الحداثة، مذكرة ماجستير غير منشورة، كلية العلوم الانسانية والعلوم الاجتماعية، جامعة منتوري- قسنطينة، الجزائر، ص، ص 4-10.

(2) Fabiana Machiavelli , Nicolas Charest, (2012) : MODERNISATION DE L'ÉTAT, Le Dictionnaire encyclopédique de l'administration publique, Bibliothèque et Archives Canada, p1. Sur le site : www.dictionnaire.enap.ca, consulté le 08/05/2021, 23 :10.

(3) عبان عبد القادر، (2016): تحديات الإدارة الإلكترونية في الجزائر، أطروحة دكتوراه غير منشورة، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، جامعة محمد خيضر بيسكرة: الجزائر، ص24.

تشتمل العصرية على عملية تجديد شاملة للموارد المادية، التكنولوجية والبشرية القائمة، ويتم تطويرها وفق استراتيجية علمية على المستوى الداخلي للمنظمة (الأفراد، الموارد المادية و الإدارة). فهي تشير أيضا إلى حالة التغير والانتقال من وضع إلى آخر أحسن منه، ويكون الهدف منه أن يتم إنجاز الأعمال من خلال اتباع استراتيجية تنتقل من الجزء إلى الكل والوصول إلى الأهداف المرجوة. ويتم ذلك بالاعتماد على منهجية واضحة وبفعالية أكبر بغرض إشباع الحاجات للأفراد العاملين في المنظمة سواء على المستوى المادي أو المعنوي.

كما ارتبط مفهوم التحديث بمفهوم التنمية كما ورد في الأدبيات الغربية ويشير إلى عدة دلالات **التغيير، التجديد، التطوير والارتقاء** فهو بمثابة وسيلة تمرير مشروع ونقله من مستوى إلى آخر أعلى منه بطريقة منهجية. فعملية التحديث وفق المفهوم الاقتصادي الغربي عبارة عن مستوى من مستويات الاستراتيجية العامة للتنمية وبذلك فقد اندمج هذا المفهوم بمفهوم الثورة إلى حد ما لارتباطه الوثيق بظهور فلسفة الثورة الصناعية، كما يشير مصطلح التحديث إلى قوة وفعالية الصراع ضد التخلف و إلى فتح المؤسسات نحو العالم.⁽¹⁾

فالعصرية تشير إلى عملية التحديث وهذه الأخيرة حسب رأي **ووكر** ترتبط بالتغيرات الاقتصادية وتقدم دراسة شاملة لها، مع تقديم الحلول والتعديلات الضرورية و الطرق التي ينبغي العمل بها و اعتمادها لمرافقة هذه التغيرات الطارئة. فعملية التحديث من وجهة نظر **ألفريد مارشال** تنطوي على نظرية ديناميكية و تبحث في المواضيع التالية:

⁽¹⁾ عامر بشير، (2005): تحديث البنوك التجارية-دراسة حالة الجزائر-، مذكرة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة سعد دحلب، البليدة: الجزائر، ص 56.

- التغيرات الاقتصادية الطارئة حالياً أو التي ستطرأ مستقبلاً؛
- التعديل الواجب اعتماده لمواكبة هذه التغيرات؛
- عملية التنبؤ بالتطور الذي يمكن أن يظهر في المستقبل؛
- السلطة العامة ومدى رقابتها على عملية التطور التي تمس كل قطاع من القطاعات من خلال عملية التأثير التي تمارسها على مجريات التطور في المستقبل، بناءً على ما تحصل عليه هذه الأخيرة من معرفة علمية حول التغيرات الطارئة الخاصة بكل قطاع.⁽¹⁾

الفرع الثالث: مفهوم استراتيجيات العصرية

ارتبط مفهوم العصرية و اتسع ليشمل قطاعات عديدة لعل ومن أبرزها القطاع البنكي، فمصطلح عصرية القطاع البنكي يبرز جلياً تأثير تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، حيث يعبر عن عملية نقل التقنيات الحالية للبنك إلى مستوى آخر أكثر تطوراً و تقدماً، فهي ليست تحولاً رقمياً أي لا تستهدف التغيير الجذري لنموذج أعمال البنك أو توجهاته الحالية.⁽²⁾ كما يدل هذا المصطلح على إدخال تكنولوجيا المعلومات والاتصال في الأنشطة المالية و البنكية والعمل بها⁽³⁾، وهذا من خلال استخدام الشبكات ووسائل الاتصال الحديثة والتي من خلالها تم ابتكار طرق جديدة لنقل المعارف و المعلومات، كما ألغت الحدود الزمانية و المكانية عند تقديم الخدمات المصرفية

(1) عامر بشير ، المصدر سبق ذكره، ص ص 56-57.

(2) Fastup, Transformation Numérique VS. Modernisation de l'informatique : Quelle est la différence ? sur le site : <https://fastup.be/transformation-numerique-vs-modernisation-difference/> , consulté le 15/05/2021, 23 :15.

(3) خنفوسي عبد العزيز ، (2017): الآثار القانونية والاقتصادية للعولمة على الجهاز المصرفي الجزائري، بدون طبعة، المنظمة العربية للتنمية الإدارية: القاهرة، مصر، ص 573.

للزبون⁽¹⁾، و تهدف العصرية أيضا إلى إدخال تغييرات على الطريقة التي تعمل بها البنوك مثل إعادة تشكيل هيكلها التنظيمي وتنويع خط الإنتاج.⁽²⁾

وأشار كل من جيري نورتون و رالف شلينكر⁽³⁾ في التقرير الصادر عن المركز CGI* بأن عملية عصرية المؤسسات البنكية هي عملية تؤثر على كل الجوانب في البنك وليس فقط الجانب التسييري أو جانب العوائد حيث تتعدها إلى تغيير الطريقة التي تنظم بها البنوك أعمالها، ثقافتها، الخدمات التي تعرضها ، تفاعلها مع عملاءها. كما وتجدر الإشارة إلى أن 7 % من عائدات البنوك في المتوسط نتيجة اعتمادها على التكنولوجيا في تقديم الخدمات.

فعملية العصرية حسب الخبراء هي عملية لا تقتصر في الغالب على الجوانب الرقمية فقط بل تتعدى ذلك إلى مجالات أخرى كالتجارة الإلكترونية ، الذكاء الاصطناعي، الروبوتات، التعلم الآلي و غيرها من الابتكارات. في سياق هذا أضاف جيري و رالف بأن تحول البنوك إلى نموذج الخدمات الرقمية الكاملة أثبت فشله أواخر سنة 1990 و بداية سنة 2000، و يرجع سبب الفشل بالأساس إلى كون النموذج

(1) زبير عياش، بوكحيل نسيم، (2017): تطوير وعصرية الخدمات البنكية في ظل التوجه نحو اقتصاد المعرفة حالة الجزائر، مجلة ميلاف للبحوث والدراسات (العدد 5)، ص 588.

(2) لطيف وليد، (2020): البنوك الإلكترونية وعلاقتها بالبنك المركزي-دراسة حالة سنغافورة 2001-2017-، أطروحة دكتوراه غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد خيضر، بسكرة: الجزائر، ص 6.

(3) Jerry Norton, Ralf Schlenker, (2019) : Banking Transformed : Des experts de CGI discutent de la modernisation des banques, Rapport disponible sur le site : https://www.cgi.com/sites/default/files/2019-07/fr_rt_modernize.pdf , consulté le 15/05/2021 , 23 :15.

* CGI : Services-conseils en TI et en management

غير واقعي و غير عملي، بل يحتاج و يتطلب إضافة القنوات التقليدية إلى جانب الإلكترونية.

بخصوص الاستراتيجيات التي يمكن أن تتبناها البنوك في هذا الصدد لخصها

الخبيران في توجهين رئيسيين وهما:

– الاستراتيجية الهادفة أو المتخصصة: وفي مثل هذا النوع يكون إدخال التكنولوجيا تدريجيا وأن عملية التحول لا تكون جذرية، مثلا كأن يتم أتمتة عمليات داخلية معينة بهدف زيادة فعاليتها.

– الاستراتيجية العامة أو الشاملة: يتم في مثل هذا النوع إجراء تغييرات جذرية على نموذج الأعمال مثلا إعداد ووضع منصة رقمية جديدة قيد الخدمة.

كما وأشار كل من كمال رزيق وعبد الحليم فضيلي أن استراتيجيات العصرية في

المؤسسات البنكية تندرج ضمن المحاور التالية: ⁽¹⁾

• تحسين الإدارة: ذلك من خلال عمليات التوظيف التي تشمل الموظفين المؤهلين الذين يتمتعون بتكوين كفء، ترشيد القرارات الإدارية، التشديد على القوانين والتنظيمات، الرقابة لكشف الأخطاء و الانحرافات وتصحيحها و كذلك التجاوزات المهنية.

• حسن التسيير: يتضمن تطوير الإجراءات، الخطوات و المراحل التي يتعين أن يمر بها العميل للحصول على الخدمة، بحيث تصبح بسيطة وعلى درجة عالية من السهولة و اليسر.

⁽¹⁾ كمال رزيق، عبد الحليم فضيلي، (2004): تحديث النظام المصرفي الجزائري، ملتقى المنظومة المصرفية الجزائرية والتحول الاقتصادي-الواقع و التحديات-،المنعقد يومي 14/15 ديسمبر 2004، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، جامعة الشلف، ص 377.

• **تحديث الخدمات:** ويتم ذلك بعد دراسة احتياجات ورغبات الزبائن، وتسعى البنوك لإشباعها من خلال زيادة تشكيلة الخدمات و تطوير التكنولوجيا المستخدمة لتصبح أكثر تنافسية.

مما سبق يمكن طرح المفهوم التالي لاستراتيجيات العصرنة:

تعتبر استراتيجيات العصرنة عن الطرق و الأساليب التي تعتمد على تكنولوجيا المعلومات والاتصالات ، التي يتم استهدافها من طرف المؤسسات البنكية في أنشطتها لغرض تخفيض التكاليف، تنويع في المنتجات، تحسين الأداء وخلق ميزة تنافسية.

المطلب الثاني: دوافع تبني استراتيجيات العصرنة في المؤسسات البنكية

إن توجه البنوك نحو العصرنة جاء نتيجة لعدة عوامل والتي تعتبر بمثابة دوافع و محفزات، عكست الضرورة الملحة لاعتمادها على استراتيجيات وطرق لمواجهة كل ما يظهر من تطورات في البيئة الخارجية. فاعتماد البنوك على استراتيجيات العصرنة راجع لعدة عوامل أساسية و هي كما يلي:

1. ثورة الاتصالات والمعلومات: (1)

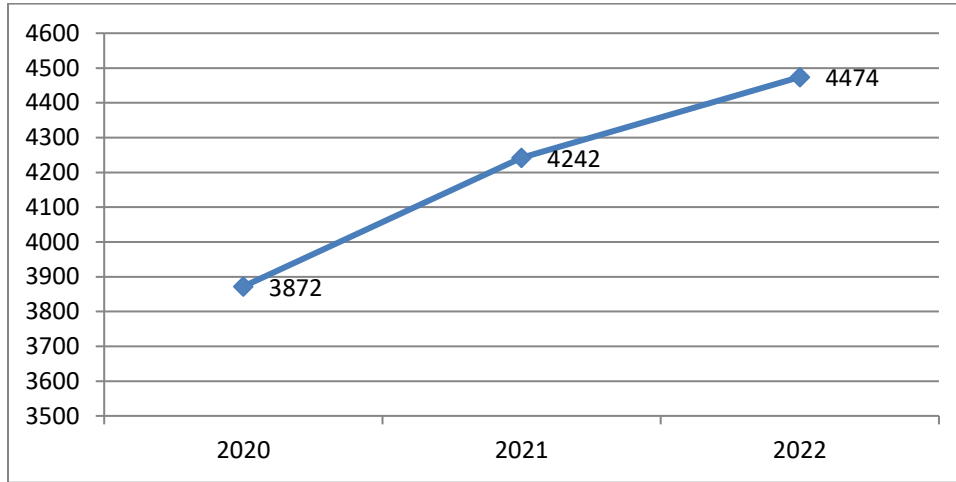
أدى التقدم التكنولوجي إلى حدوث تغيرات في طبيعة عمل القطاع المصرفي والمالي وظهور العديد من التعديلات والتطورات، والتي نتج عنها تزايد معدلات الإنفاق على التكنولوجيا وكذلك درجة استيعابها من طرف البنوك والمؤسسات المالية الأخرى. هذه التغيرات تميزت بالسرعة والدراماتيكية والتي ستساهم في تحول شكل العمل المصرفي في المستقبل، ويوضح الشكل رقم (01) الموالى تطور الانفاق التكنولوجي

(1) مصطفى كمال السيد طایل، (2014) : الصناعة المصرفية والعولمة الاقتصادية، الطبعة الأولى، الدار الجامعية: الإسكندرية ، مصر، ص 186.

العالمي خلال الفترة الممتدة من سنة 2020 إلى سنة 2022 حيث نلاحظ من خلال الشكل رقم (01) الموالى أن المبلغ الإجمالى للإنفاق التكنولوجى العالمى قد ارتفع من 3872 مليار دولار فى سنة 2020 إلى 4474 مليار دولار فى سنة 2022.

الشكل رقم (01): تطور المبلغ الإجمالى للإنفاق التكنولوجى العالمى خلال (2020-2022)

الوحدة: مليار دولار



المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على:

– Distributique, Gartner, les dépenses IT mondiales, sur le site :

[https://www.distributique.com/actualites/lire-selon-gartner-les-depenses-it-mondiales-depasseront-les-4-400-md\\$-en-2022-31756.html](https://www.distributique.com/actualites/lire-selon-gartner-les-depenses-it-mondiales-depasseront-les-4-400-md$-en-2022-31756.html) , consulté le 29/09/2023, 9 :59.

وبالتالى أصبح لزاما على البنوك مواجهة التحديات المقبلة والتكيف معها بوضع جملة من الاستراتيجيات، التى تعمل على خلق طرق جديدة للمنافسة سواء على المستوى المحلى أو الدولى وهذا لتلبية الرغبات المتزايدة للعملاء .

2. تغير هيكل الموارد: (1)

(1) آسيا سعدان، (2017) : دور تكنولوجيا المعلومات والاتصالات فى عصرية النظام البنكى- دراسة حالة الجزائر-، أطروحة دكتوراه غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة باجي مختار - غنابة، الجزائر، ص 46.

أصبحت المعلومات بمثابة المورد الرئيسي وعلى كل المؤسسات البنكية البدء في التعامل معها وفق هذا المنظور، وهذا بإيجاد حلول حول كيفية معالجتها والاستفادة منها. فالتحدي الحقيقي هو ما يميز المعلومات اليوم فهي متوفرة ومتاحة، على عكس الموارد التقليدية السابقة (الأفراد، الآلات والمعدات، المواد الخام والأموال) والتي تتميز بالندرة نوعاً ما؛ وبالتالي ستصبح البنوك مجبرة على إيجاد طرق وأساليب جديدة لمواجهة هذه الوفرة المعلوماتية.

3. زيادة عدد مستخدمي الإنترنت ونمو حجم التجارة الإلكترونية في العالم:⁽¹⁾

خلال السنوات القليلة الماضية عرف الإنترنت والتجارة الإلكترونية تطوراً حاداً ويرجع هذا النمو بالأساس إلى تفاقم أنشطة الترويج، حيث يمكن من خلال الاعتماد على الإنترنت تحقيق وتوليد الثروة. فقد غير التوجه نحوهما طرائق العمل، التعلم وكذلك أسلوب حياة البشر حول العالم، كما برز تأثيرهما على المنظمات في إيجاد وابتكار استراتيجيات للإنتاج والتسويق. كما ويساهم التوجه نحو اعتماد الإنترنت والتجارة الإلكترونية في الأعمال إلى تغيير في الأنماط الإدارية القائمة، وظهور الضرورة الملحة لإكساب الأفراد للمهارات والمرونة للتكيف مع هذه البيئة المتغيرة، و بالتالي فإن عملية صنع القرار على جميع المستويات أصبحت مرتبطة بهما بشكل وثيق. الجدول رقم (01) يوضح تطور عدد ونسبة مستخدمي الإنترنت في العالم خلال الفترة الممتدة من سنة 2018 إلى جويلية 2023.

(1) نوري منير، (2017): التجارة الإلكترونية والتسويق الإلكتروني، الطبعة الثانية، ديوان المطبوعات الجامعية: الجزائر، ص ص 38-39.

الجدول رقم (01): تطور عدد ونسبة مستخدمي الإنترنت في العالم خلال الفترة

(2018- جويلية 2023) **الوحدة: العدد بالمليون والنسبة المئوية %**

السنة	عدد المستخدمين	النسبة المئوية (%)
2018	3729	49
2019	4119	54
2020	4585	60
2021	4901	63
2022	5300	63.5
جويلية 2023	5190	64.5

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على:

– Statista, Number of internet users worldwide, Sur le site :

<https://www.statista.com/statistics/273018/number-of-internet-users-worldwide/> consulté le 01/09/2023, 3 :30.

– La banque mondiale, sur le site :

https://donnees.banquemondiale.org/indicateur/IT.NET.USER.ZS_, consulté le 01/09/2023, 3 :55.

– Data reportal, Digital report, sur le site : <https://datareportal.com/reports/digital-2022-october-global-statshot> , consulté le 01/09/2023, 4 :30.

من خلال الجدول رقم (01) السابق يتبين أن عدد مستخدمي الإنترنت في العالم

في تزايد مستمر حيث انتقل من 3729 مليون مستخدم في سنة 2018 إلى 5190

مليون مستخدم في جويلية 2023، وهو ما يبرز توجه الأفراد حول العالم نحو الاعتماد

على الإنترنت في كل أنشطتهم اليومية، كما أن النسبة المئوية لعدد المستخدمين كنسبة

من عدد السكان في العالم عرفت تطورا هي الأخرى، حيث بلغت في سنة 2018 نسبة

49% ووصلت هذه النسبة في شهر جويلية 2023 إلى 64.5 % أي أن أكثر من

نصف سكان العالم يستخدمون شبكة الإنترنت.

ترافق تطور عدد مستخدمي الإنترنت في العالم تطورا في توجههم لاستخدام التجارة الإلكترونية حيث عرف حجمها نموا هائلا، فقد تزايد رقم الأعمال المحقق من التجارة الإلكترونية في العالم من 2928 مليار دولار في سنة 2018 إلى 3354 مليار دولار في سنة 2019 بنسبة نمو تقدر بـ 14.55 %، واستمر حجم التجارة الإلكترونية في الارتفاع في سنة 2020 حيث بلغ رقم الأعمال المحقق 4248 مليار دولار بنسبة نمو تقدر بـ 26.65 % عن السنة الماضية. في سنة 2021 حققت التجارة الإلكترونية العالمية رقم أعمال بلغ 4938 مليار دولار، كما وصلت نسبة النمو إلى 16.24 % بين السنتين 2020 و 2021، استمر رقم الأعمال في التزايد في سنة 2022 إلى 5436 مليار دولار بنسبة نمو تقدر بـ 10.08 % عن السنة الماضية كما هو موضح في الجدول رقم (02):

الجدول رقم (02): رقم أعمال التجارة الإلكترونية العالمية خلال الفترة

(2022-2018) الوحدة: مليار دولار

رقم الأعمال المحقق	السنة
2928	2018
3354	2019
4248	2020
4938	2021
5436	2022

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على:

– Journaldunet, Le chiffre d'affaires e-commerce mondiale, sur le site : <https://www.journaldunet.com/ebusiness/commerce/1009561-chiffre-d-affaires-e-commerce-monde/> , consulté le 30/08/2023, 2 :30.

ترافقت التطورات العالمية في التجارة الإلكترونية زيادة في العدد الإجمالي للمتسوقين عبر الوسائط الإلكترونية من 1114 مليون مستخدم في سنة 2017 إلى 1452 مليون مستخدم في سنة 2019، إضافة إلى أن عدد المتسوقين على المستوى المحلي داخل الدولة وخلال السنوات الثلاث عرف نمواً، حيث انتقل من 914 متسوق إلى 1122 متسوق مقارنة بعدد المتسوقين على المستوى الدولي أي خارج حدود الدولة، والذي قدر بـ 200 متسوق في سنة 2017 وبلغ 330 متسوق في سنة 2019. كما شكلت نسبة المتسوقين داخل الحدود حوالي 77 % من النسبة الإجمالية للمتسوقين، بينما شكلت نسبة عدد المتسوقين خارج الحدود نسبة 23 % من النسبة الإجمالية. والشكل رقم (02) الموالي يوضح ذلك:

الشكل رقم (02): إجمالي عدد المتسوقين إلكترونياً في العالم على المستوى المحلي وعبر الحدود



المصدر: جمال قاسم حسن، محمود عبد السلام، (2021): التجارة الإلكترونية، بدون

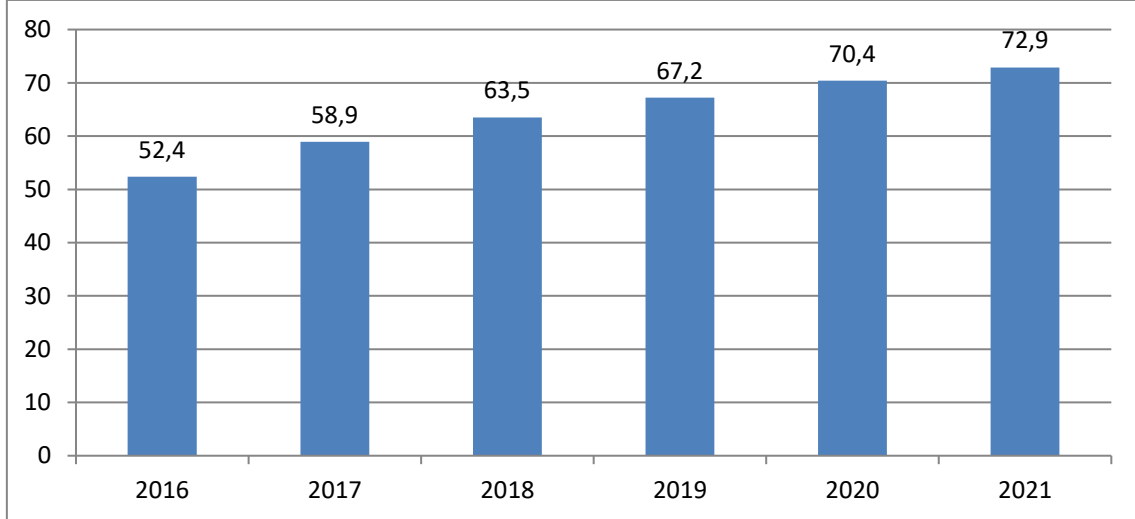
طبعة ، صندوق النقد العربي: أبو ظبي، الإمارات العربية المتحدة، ص 19.

تطلب التوجه نحو التجارة الإلكترونية زيادة التوجه نحو استخدام الدفع الإلكتروني لإتمام عمليات البيع والشراء عبر الإنترنت، إضافة إلى التطور التقني والذي يعتبر الاعتماد على الهواتف النقالة من بين أهم مظاهره، كل هذه العوامل ألزمت البنوك على تقديم حلول مبتكرة وعصرية لعملائها واعتماد استراتيجيات تهدف للحفاظ على العملاء الحاليين واكتساب عملاء جدد. الشكل رقم (03) الموالى يوضح نسبة استخدام الهواتف النقالة في الدفع الإلكتروني لعمليات التجارة الإلكترونية العالمية خلال الفترة الممتدة من سنة 2016 إلى سنة 2021 حيث انتقلت النسبة من 52.4 % في سنة 2016 إلى 72.9 % في سنة 2021.

الشكل رقم (03): استخدام الهواتف النقالة في عمليات الدفع الإلكتروني الخاصة بالتجارة

الوحدة: النسبة المئوية

الإلكترونية العالمية



المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على:

– جمال قاسم حسن و محمود عبد السلام، (2021): التجارة الإلكترونية، بدون طبعة

، صندوق النقد العربي: أبو ظبي، الإمارات العربية المتحدة ، ص 14.

4. التغيرات الاجتماعية:⁽¹⁾

زادت سرعة التغير في المجتمعات وتطورت خلال العقدين الماضيين وهذا راجع بالأساس إلى ثورة الاتصالات، التي نتج عنها التقدم في البنية التحتية للنقل (وخاصة فيما يتعلق بالسفر)، وسائل الإعلام بمختلف أشكالها المطبوعة والرقمية؛ حيث زاد وعي العملاء بالمنتجات المالية وطالبوا بتقديم خدمات مبتكرة وبتكاليف أقل.

5. الضغوط التنافسية المتزايدة على العمل المصرفي:

ظهور الشركات المتعددة الجنسيات وتزايد تأثيرها على اقتصاد العالم ساهم في زيادة المنافسة العالمية مما شكل ضغوطا على كافة المؤسسات⁽²⁾، فالتطورات التكنولوجية والمتزامنة مع عصر العولمة الاقتصادية سمح بتنامي عدد كبير من المنافسين الجدد. وتميزت المنافسة بين ثلاث اتجاهات رئيسية في مجال العمل المصرفي والمالي:⁽³⁾

الاتجاه الأول: تزايد المنافسة بين البنوك التجارية

وتتجلى هذه المنافسة في زيادة الأعمال المصرفية بالتجزئة وهي الوزن النسبي الأكبر من إجمالي خدمات البنوك التجارية ومن أسبابها:

- العوامل الديموغرافية: تغيرات خاصة بالسكان مثل عدد المواليد، الوفيات... إلخ.
- العوامل المالية المتعلقة بالعملاء: ففي الدول الغربية مثلاً أصبح الفرد فيها أكثر ثراء وغنى، وساهم هذا في زيادة ممتلكات القطاع العائلي بمعدل أسرع من معدل نمو الالتزامات.

(1) لطيف وليد، المصدر سبق ذكره، ص 15.

(2) آسيا سعدان، المصدر سبق ذكره، ص 44.

(3) مصطفى كمال السيد طایل، المصدر سبق ذكره، ص 175-178.

الاتجاه الثاني: تزايد حدة المنافسة بين المؤسسات المالية ذات الصبغة المصرفية وأخرى ذات صبغة غير مصرفية

يرجع هذا لدخول العديد من شركات التأمين، شركات الأوراق المالية والوسطاء الماليين، مما أدى إلى إحداث تأثيرات جوهرية وزاد من درجة التهديد التنافسي وسبب نوعا من الارتباك في السوق المصرفي. لذلك عمدت البنوك إلى التكيف مع كل هذه التهديدات من خلال اعتماد منهجية واستراتيجية متكاملة بهدف تسويق وبيع خدماتها.

الاتجاه الثالث: تزايد حدة المنافسة في السوق المصرفي بسبب تقديم بعض الخدمات المصرفية من قبل المؤسسات الغير المالية

حيث تقدم المؤسسات الغير المصرفية تشكيلة واسعة من الخدمات ذات الصلة الوثيقة بالعمل المصرفي، كذلك أيضا قيام الشركات المتعددة الجنسيات بدخول الأسواق المالية مباشرة وإصدارها للأوراق المالية وبيعها للحصول على الأموال اللازمة.

6. زيادة مستويات تطلعات ومطالب العملاء:⁽¹⁾

أصبح العملاء أكثر تطلبا خاصة في ظل الخيارات الكثيرة المتاحة والسهولة الوصول والتبديل، كما تلازم هذا مع زيادة الحقوق القانونية التي يتمتع بها العميل وهو ما شكل ضغوطا على البنوك للتعامل مع هذه التطورات. كما أن أمن وخصوصية المعلومات وتعرضها للتهديدات يشكل تحديا للبنوك ويتطلب التعامل معها بشكل منهجي وصحيح.

(1) لطيف وليد، المصدر سبق ذكره ، ص 16.

7. إلغاء القيود والضوابط التنظيمية:⁽¹⁾

ساهم ظهور المنافسة في تقديم خدمات جديدة مما أدى إلى إقرار درجات متفاوتة من التشريعات، القيود والقواعد التي تنظم عمل البنوك، كما أن هذه الأخيرة وإضافة إلى البنية التنظيمية، التشريعية والرقابية لها أثرها البالغ على تطور ملامح السوق المصرفي والاستراتيجيات المعتمدة فيه.

وتمثل القواعد التنظيمية الهيكلية أساسا كل الأنشطة المسموح بها من طرف السلطات المنظمة للعمل المصرفي وكذا فتح الفروع وأسعار الخدمات، أما القواعد التنظيمية للإشراف فهي تخص بالأساس الرقابة، أساليبها، آليات تصحيحها وإقرارها للحفاظ على السيولة والملاءة المالية للبنوك.

8. إلزامية تطوير أداء البنوك:⁽²⁾

نتيجة لزيادة متطلبات العملاء وتطلعاتهم لمستوى وجودة الخدمات المقدمة من طرف البنوك، برزت ضرورة تحسين وتطوير أداء هذه الأخيرة وغيرها من المؤسسات المالية الأخرى، حيث أصبحت البنوك ملزمة بالتوسع في الخدمات والعمل على التنويع فيها، من خلال تقديم توليفة تتلاءم مع توقعات العميل وتدمج بين الخدمات التقليدية والمبتكرة وبأقل التكاليف.

المطلب الثالث: متطلبات نجاح التحول نحو استراتيجيات العصرنة

حتى تستطيع البنوك العمل باستراتيجيات العصرنة لابد من توفير متطلبات أساسية والتي تعتبر من الشروط الهامة لتحقيق النجاح.

(1) مصطفى كمال السيد طابل، المصدر سبق ذكره، ص ص 178-179.

(2) بابو نور الهدى ، بوكبوس سعدون، (2021) : التوجهات الحديثة لعصرنة الخدمات المصرفية بالجزائر دراسة عينة من المصارف العمومية الجزائرية، مجلة معهد العلوم الاقتصادية (العدد02) ، ص 198.

1. البنية التحتية التقنية: (1)

يتواجد هذا الشرط كأولوية رئيسية لنجاح اعتماد استراتيجيات العصرية في البنوك حيث أن تطوير البنى التحتية لا يكون بمعزل عن تطوير كفاءة البنية التحتية للاتصالات وتقنية المعلومات في الدولة. فالأعمال الإلكترونية تها وتزدهر ضمن بيئة إلكترونية والتي تضمن الاستخدام الآمن والسلس للابتكارات التكنولوجية في القطاع المصرفي.

2. المتطلبات القانونية والتنظيمية: (2)

يعتبر توفير البيئة القانونية والتنظيمية الملائمة ضروري جدا لنجاح اعتماد وتوجه البنوك نحو استراتيجيات العصرية، وتحقيق الاستفادة الكاملة من المميزات التي تفرزها التكنولوجيا الحديثة. فخلق الجو القانوني والتشريعي المناسب يتطلب التنسيق والتوافق بين عدة أطراف كالحكومة متمثلة في البنك المركزي، البنوك، العملاء، شركات التكنولوجيا المالية... إلخ. وينتج عن هذا التكاثف وضع وتكييف القوانين التجارية والمالية مع التوجهات البنكية الحديثة للعصرية والأعمال الإلكترونية، كذلك العمل على توفير أمن المعلومات والحفاظ على خصوصية المعاملات البنكية الإلكترونية.

3. التطور والاستمرارية: (3)

يعتبر هذا الشرط ضرورة رئيسية لأن مطلب التطور والاستمرارية شرط أساسي لخلق التميز في العمل المصرفي، فالجمود والركود وانتظار الآخرين يجعل البنك عاجزا على اغتنام الفرص المتاحة أمامه وعرض الجديد في الخدمات والمنتجات، لذلك فلا بد

(1) وسيم محمد الحداد ، شقيري نوري موسى ومحمود إبراهيم نور ، (2012) : الخدمات المصرفية الإلكترونية، الطبعة الأولى، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة : عمان، الأردن، ص 71.

(2) محمد عبد الله شاهين محمد، (2020) : آفاق التجارة الإلكترونية العربية، الطبعة الأولى، دار الكتاب الجامعي : العين، الامارات العربية المتحدة، ص 142.

(3) مصطفى كمال السيد طایل، المصدر سبق ذكره، ص 87.

على البنوك من التوجه نحو عمليات التطوير والاستمرار فيها دون إغفال جانب التخطيط للتعامل مع كل المستجدات والتحضير المسبق لها.

4. التفاعل مع متغيرات الوسائل والاستراتيجيات الفنية والإدارية والمالية:⁽¹⁾

حتى تنجح البنوك في مساعيها نحو العصرنة لابد لها من التفاعل ليس مع كل ما هو جديد فقط أو مع البنى التقنية فقط، وإنما لابد من التكيف مع كل ما يظهر من أفكار ونظريات حديثة في ميادين الأداء سواء الفني، التسويقي، المالي أو الخدمي أي التركيز على الأفكار الإبداعية والابتعاد تماما عن النمطية في الأسلوب.

5. الكوادر البشرية الكفؤة:⁽²⁾

يتعلق هذا الشرط بتوفر الكوادر البشرية الكفؤة والمؤهلة القادرة على تنفيذ الأعمال القائمة على التقنيات الحديثة، وهو ما يتطلب ضرورة التواصل التأهيلي والتدريبي للموارد البشرية في مختلف وظائف البنك.

6. الرقابة التقييمية الحيادية:⁽³⁾

هنا تعتمد البنوك على وضع أطراف خارجية متخصصة وقادرة على إعطاء تقييم موضوعي من خارج البنك، وتقديم استشارات في تخصصات (التقنية، التسويق، القانون، النشر القانوني) وهذا لتقييم فعاليتها وأداء مواقعها.

⁽¹⁾ مصطفى يوسف الكافي، (2011): النقود والبنوك الإلكترونية في ظل التقنيات الحديثة، بدون طبعة، دار مؤسسة رسلان للطباعة والنشر و التوزيع: دمشق، سوريا، ص 128.

⁽²⁾ نصر حمود مزنان فهد، (2011) : إمكانات التحول نحو الصيرفة الإلكترونية في البلدان العربية، مجلة كلية الإدارة والاقتصاد (العدد 04)، ص 10.

⁽³⁾ بلحاج نور الهدى ، بن سماعيل حياة، (2021) : الصيرفة الإلكترونية واقع تطبيق متطلباتها الأساسية في البنوك الجزائرية، مجلة مجاميع المعرفة (العدد 01)، ص 433.

7. درجة استخدام الزبائن وتوجههم نحو التكنولوجيات الجديدة:⁽¹⁾

يعتبر هذا العنصر من أهم متطلبات عصرية البنوك فتوجه الزبائن واختيارهم للتكنولوجيات الحديثة يكون له تأثير مباشر على عمليات الإنتاج، الاستهلاك. وهو ما يتطلب توفير خدمات تتوافق والتوجه الجديد مما يساعد البنك على اكتساب حصة سوقية معتبرة و بالتالي الرفع من مستويات ربحيته.

⁽¹⁾ Bernard Roman, Alain Tchibozo, (2020) :Transformer la banque –Quelles stratégies à l'ère digitale ?-, 2° édition, DUNOD, Parie, France, p 205.

المبحث الثاني: مدخل إلى التحول الرقمي، الرقمنة والأتمتة

تعتبر الرقمنة و التحول الرقمي من بين المصطلحات الحديثة التي ظهرت نتيجة للثورة التكنولوجية التي شهدتها العالم في الآونة الأخيرة، حيث تميز المصطلحان بعدة مدلولات أخرى مثل: الكتابة الرقمية، الإيداع الرقمي، الكتاب الرقمي و الترقيم...الخ.⁽¹⁾ وتزايد اهتمام الباحثين في مجال التكنولوجيا بهذه المفاهيم لذلك حاولوا تقديم تعريفات متعددة والتي تعكس الاختلاف في وجهات النظر بينهم.

المطلب الأول: التحول الرقمي

قدمت عدة تعريفات لمصطلح التحول الرقمي وسيتم التطرق فيما يلي لعدد منها:

تعريف الشركة الاستشارية العالمية * IDC: " التحول الرقمي هو عملية تسمح للمؤسسات بتحقيق التأقلم مع البيئة المتغيرة باستمرار وهذا بالتكيف مع طبيعة العملاء، السوق والمنافسين، من خلال الاعتماد على التقنيات الرقمية التي تسمح بالابتكار في الخدمات والمنتجات، التميز في أسلوب العمل للوصول إلى زيادة وتحسين الأداء التنظيمي والكفاءة التشغيلية " ⁽²⁾.

كما يمكن أن يشير مصطلح التحول الرقمي إلى عملية الانتقال والتحول من أسلوب عمل تقليدي إلى أسلوب عمل آخر جديد يركز على الحلول الرقمية من خلال الابتكار في الخدمات المقدمة للعملاء، المنتجات، وظيفة التسويق، طرق التسيير. للعمل

⁽¹⁾ دهيني سعاد، (2021): التحول الرقمي من الاختياري إلى الحتمي، الملتقى الدولي الافتراضي الثاني حول مستقبل تطبيقات الرقمنة في ظل الجائحة الواقع، التحديات والآفاق المنعقد يومي 10 و11 أبريل 2021، المركز الجامعي علي كافي، تندوف، ص 147.

* IDC : International Data Corporation.

⁽²⁾ سلايمي جميلة ، بوشي يوسف، (2019): التحول الرقمي بين الضرورة والمخاطر ، مجلة العلوم القانونية والسياسية(العدد02)، ص 948.

على بناء استراتيجية تضمن تحقيق العوائد من خلال استغلال الرقمنة، يشترط في هذه العملية عدة عناصر: إجراء عملية تقييم للإمكانات التقنية للمؤسسة، دراسة احتياجات الاستثمار في الرقمنة نظرا لما يتطلبه التسويق الرقمي وأخيرا مدى جدية الإدارة في التوجه نحو التحول الرقمي واستعدادها لعملية التغيير الجذري في الأنشطة والأعمال.⁽¹⁾

ويعرف التحول الرقمي أيضا على أنه " استخدام التقنيات الرقمية الجديدة، مثل الهاتف المحمول، الذكاء الاصطناعي، الحوسبة السحابية، سلسة الكتل وإنترنت الأشياء لتمكين التحسينات التجارية الرئيسية؛ ولتحسين تجربة العملاء وتبسيط العمليات أو إنشاء نماذج تجارية جديدة ".⁽²⁾ أي أنه "عملية انتقال المؤسسة من الشكل التقليدي إلى الشكل الرقمي، والتحول من المعاملات الورقية إلى المعلومات الرقمية، القائم على التغيير المرتبط بتطبيق التكنولوجيا الحديثة في مختلف مجالات عمل المؤسسة لأجل تحقيق أهدافها في الوقت المناسب وبأقل تكلفة ممكنة ".⁽³⁾

كما قدمت منظمة التعاون و التنمية في الميدان الاقتصادي (L'OCDE) تعريفا للتحول الرقمي يعد من بين أكثر التعريفات دقة، حيث يشير إلى أن عملية الرقمنة هي محور عملية التحول الرقمي حيث يظهر هذا الأخير التأثير المترتب على هذه العملية بجانبه الاقتصادي والاجتماعي.⁽⁴⁾

⁽¹⁾ بن سعيد لخضر، (2022): اتجاهات التحول الرقمي في الجزائر ومدى مساهماته في التنمية، مجلة آفاق لعلوم الإدارة والاقتصاد (العدد 01)، ص316.

⁽²⁾ شحادة مها خليل، (2022): التحول الرقمي والتكنولوجيا المالية في المصارف الإسلامية -دراسة في المصالح والمفاسد-، مجلة بيت المشورة، (العدد 17)، ص 34.

⁽³⁾ يوب آمال، بوديرة إكرام، (2019): أثر التغيير التنظيمي على نجاح التحول الرقمي بالمؤسسات العمومية الجزائرية، مجلة الاقتصاد الجديد (العدد 03)، ص 49.

⁽⁴⁾ Brahami Mohammed Amine, Belghaba Mohamed & Arslane Akram, (2022) : Transformation Digitale et Usage du Numérique : quel engagement des entreprises algériennes ? , Journal Of Economics And Management (N° 01), p4.

وتستهدف عملية التحول الرقمي ثلاث ركائز أساسية موضحة في الشكل رقم

(04) أدناه ونوجزها في ما يلي:

الشكل رقم (04): الركائز الأساسية لعملية التحول الرقمي



المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على:

– Hafsi Mouaad, Saïd Assar, (2017) : Le rôle de la modélisation d'entreprise dans la transformation numérique : une étude exploratoire, 22ème Conférence de l'Association Information et Management, Paris, France, p5.

- **تجربة العميل:**⁽¹⁾ تعتبر من بين أهم التحديات التي يفرضها التحول الرقمي، فمع ظهور العديد من الخيارات التكنولوجية أصبح إرضاء العميل يشكل محورا أساسيا، لذلك لابد من استغلال التقنيات الرقمية في زيادة جذب عملاء محتملين والحفاظ على العملاء الحاليين، وهذا لكون العميل في عصر الثورة الرقمية أكثر تطلبا وأكثر تأثرا بالتعليقات حول منتج من المنتجات. ونجد في هذا المحور ثلاثة عناصر أساسية و هي: فهم احتياجات العملاء، زيادة المبيعات والمحافظة على التواصل معهم.

⁽¹⁾ نقاوة رانية ، شوام بوشامة، (2023) : التحول الرقمي كخيار استراتيجي في ظل الانتقال نحو الاقتصاد الرقمي في الجزائر دراسة استكشافية، مجلة الاقتصاد والبيئة (العدد 01) ، ص 424.

- **أتمتة العمليات:** من أجل تسهيل عمل الأفراد.
 - **نموذج الأعمال:**⁽¹⁾ يعتبر حجر الأساس في عملية التحول الرقمي حيث تستهدف هذه الأخيرة إجراء تحول في نموذج الأعمال من خلال تغيير في سلسلة القيمة بالاعتماد على الحلول الرقمية مثلاً: طرح خدمات مبتكرة، تغيير طريقة تسويقها وتوزيعها، الانفتاح على الأسواق الجديدة. وكل ما سبق مرتبط بمدى توافر القدرة الرقمية للمؤسسة.
- مما سبق فإنه يتضح بأن مصطلح التحول الرقمي يرتبط ارتباطاً وثيقاً بمصطلح الرقمنة حيث أن التحول الرقمي يشير إلى تلك العملية الشاملة التي تستهدف التغيير الجذري للمنظمة (أسلوب العمل ، الثقافة، المنتجات،... إلخ) وهذا بالاعتماد على التقنيات الحديثة أي أن هذا المفهوم يتجاوز فكرة إدخال التكنولوجيا إلى مستوى أوسع وذلك عن طريق كيفية الالتزام بتطبيقها في جميع أنشطة المنظمة ومدى تحكم الموظفين في هذه التقنيات و تقبلهم لعملية التغيير.

المطلب الثاني: الرقمنة والأتمتة

يتم استخدام مصطلح التحول الرقمي كمرادف مع التعريفات التقليدية لمصطلح الرقمنة في العديد من الأبحاث، والتي تشير أساساً إلى أن الرقمنة هي تلك العملية التي يتم بوجوبها تحويل المعلومات التناظرية وتميزها إلى أرقام وأحادي، حتى تتمكن الحواسيب من تخزينها ومعالجتها ونقلها.⁽²⁾ وقد استخدم مصطلح الرقمنة لأول مرة في مقال لروبرت واتشال (Robert Wachal) (1971) والذي قد ناقش فيه الآثار

(1) صدوقي غريسي ، سي الطيب الهاشمي رضا وعلي العبيسي، (2021): واقع وأهمية التحول الرقمي و الأتمتة، مجلة أراء للدراسات الاقتصادية والإدارية (العدد 02)، ص 102.

(2) Cheng Gong, Vincent Ribiere, (2021): Developing a unified definition of digital transformation, Technovation journal (Vol 102), p2.

الاجتماعية للرقمنة⁽¹⁾؛ وقد عرفت شارلوت بيريسي (Buresi Charlette) " أنها منهج

يسمح بتحويل البيانات والمعلومات من النظام التناظري إلى النظام الرقمي " .⁽²⁾

أشار نبيل علي (1994) إلى أن عملية الرقمنة تركز في مضمونها على وظيفة التحويل من خلال وحدات الإدخال التي تحول كل مدخلات الحاسوب بكل أنواعها إلى أرقام، ثم تقوم وحدات الإخراج برد الأرقام إلى الصورة الطبيعية سواء نصوص أو أشكال أو أصوات.⁽³⁾

كما تعرف على أنها تعمل على نقل المعلومات بمختلف مصادرها من الشكل التقليدي و تحويلها إلى الشكل الرقمي، ويتم هذا الإجراء بهدف توفير أكبر قدر من مصادر المعلومات المناسبة للمستفيدين، كما تهدف هذه العملية إلى حفظ هذه الأخيرة لأقصى فترة ممكنة و تقريبها وإيصالها إلى أكبر قدر ممكن منهم.⁽⁴⁾ وقد ساعد إدماج الرقمنة في مختلف الأنشطة على خفض تكاليف الإنتاج، وتحسين نتائج الأعمال، وخلق منافذ جديدة للإيرادات وتحسين تجربة العميل.⁽⁵⁾

فالرقمنة تركز في مضمونها على عدة عناصر أساسية تتمثل فيما يلي:⁽⁶⁾

1. التحويل: جعل البيانات، الصور، الأصوات والمعلومات تنتقل من الصورة الورقية إلى

الصورة الرقمية.

(1) Dobrica Savić, (2020): From Digitization and Digitalization to Digital Transformation: A Case for Grey Literature Management, the grey journal (N °1), p30.

(2) حميدوش علي، بوزيدة حميدة، (2020): اقتصاديات الأعمال القائمة على الرقمنة، مجلة المستقبل الاقتصادي (العدد 01)، ص 44.

(3) نبيل علي، (1994): العرب وعصر المعلومات، سلسلة عالم المعرفة، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب: الكويت، ص 59.

(4) ربيع نصيرة، (2021): حتمية الرقمنة كآلية لتطبيق الإدارة الإلكترونية في الجزائر، مجلة الاستاذ الباحث للدراسات القانونية والسياسية (العدد 02)، ص 1035.

(5) Dobrica Savić, op.cit, p30.

(6) مذكور مليكة، (2022): التحديات الأخلاقية للرقمنة، مجلة الأكاديمية للدراسات الاجتماعية والإنسانية (العدد 02)، ص 158.

2. التشفير: حيث يتيح استخدام الحاسوب في جعل البيانات تظهر بلغة مشفرة مما يساعده على إجراء العديد من العمليات عليها مثل التخزين، النقل، الاسترجاع، النسخ والتغيير.

3. الترميز: تعتمد عملية الرقمنة في جوهرها على الترميز على شكل بيتات أي (0) و(1)، حيث يتم تحويل المعلومات إلى أرقام تقابلها وتعبر عنها.

بدأ التوجه نحو الرقمنة مع بداية الإنترنت حيث استبدلت وسائل التواصل التقليدية مثل البريد برسائل البريد الإلكتروني والعروض التجارية بالمنتديات والمتاجر بواسطة مواقع التجارة الإلكترونية حيث توسعت الرقمنة وأصبحت أكثر كفاءة؛⁽¹⁾ و عملت على تغيير العالم في كل جانب من جوانب الحياة تقريبا خلال العقود الماضية، و ساعد انتشار الهواتف المحمولة ووسائل التواصل الاجتماعي من تعميق هذا المفهوم في الحياة اليومية للأفراد و الذي ساهم بتغيير طريقتهم في الحياة من عدة أوجه: تفاعلهم ، تواصلهم، تعليمهم و عملهم في أي بلد من بلدان العالم⁽²⁾. كما استطاعت الرقمنة توحيد كل لغات العالم وتجريدها من خلفيتها التاريخية والثقافية المتباينة في لغة عالمية رمزية واحدة وموحدة.⁽³⁾

مما سبق يمكن الاستنتاج بأن اعتماد المصطلحين كمترادفين ينطوي على الكثير من اللبس وهو ما يؤكد الباحثان ⁽⁴⁾ Cheng Gong و Vincent Ribiere حيث وجب الفصل بينهما.

⁽¹⁾ Agence Web Alphalives, Définition de la digitalisation, sur le site : <https://www.alphalives.com/digitalisation>, 10/05/2023, 20 :15.

⁽²⁾ Hannah Sausen, (2020), What is Digitalization? Opportunities and Challenges in East-Africa, Friedrich-Ebert-Stiftung Rwanda Office, Kigali, Rwanda, p4.

⁽³⁾ منكور مليكة، المصدر سبق ذكره، ص158.

⁴ Cheng Gong , Vincent Ribiere, op.cit, p2.

مما سبق يتم التوصل إلى أن الرقمنة هي تلك العملية التحويلية لكل ما هو ورقي إلى شكل رقمي، ويتم ذلك بالاعتماد على وسائل تكنولوجيا المعلومات كالحواسيب أساسا و اعتماد الترميز ب (0) و(1) كلغة للتشفير، وهذا بهدف استغلال البيانات في عدة عمليات و توسيع دائرة و حجم المستفيدين منها.

تبع ظهور مصطلحي الرقمنة و التحول الرقمي مصطلحا آخر وهو الأتمتة و الذي استعمل بالموازاة مع المصطلحات الأخرى كسمة مميزة لهذا العصر، و يقابل مصطلح الأتمتة باللغة العربية المصطلح الانجليزي Automation وقد انتشر استخدامه في نهاية القرن العشرين، وجاء تعبيرا عن الانتقال إلى مرحلة جديدة من مراحل التقدم التقني والفني. وتجدر الإشارة إلى أن أصل هذا المفهوم يعود إلى (Harder.D.S) الذي عمل في شركة جنرال موتورز سنة 1936، هدف من خلاله إلى دمج المراحل الإنتاجية بشكل آلي. ويتوافق مصطلح Automation مع المفاهيم التالية: أتمتة، ميكنة، مكننة، حوسبة، وتشير الحوسبة إلى استخدام الحواسيب و البرامج. توصل الباحثون إلى أن مصطلح Automation يعكس مفهوم الأتمتة بشكل أكثر شمولاً أكثر من غيره ويقصد منه استخدام الحاسوب و برمجياته في إنجاز عمليات و أنشطة المنظمات المختلفة.⁽¹⁾ أي أنه يعتمد أساسا على فكرة التشغيل الذاتي أو التشغيل الآلي ويطلق المصطلح على الأشياء التي تعمل آليا بدون تدخل الانسان، وهذا من خلال الحواسيب و الأجهزة التي تتضمن المعالجات والبرمجيات وهذا من أجل تحسين كيفية سير الأعمال والاجراءات آليا و تقليل نسبة الأخطاء التي من الممكن حدوثها، ويشمل استخدامها كل قطاعات

(1) سماح أحمد مروان نعساني، (2015): استعدادات العاملين نحو أتمتة العمل الإداري في جامعة حلب دراسة حالة، رسالة ماجستير غير منشورة ، كلية الاقتصاد، جامعة حلب، ص 14.

النشاط الاقتصادي وبالتالي فإن الأتمتة هي تطبيق المعرفة لحل المشاكل الإنسانية. (1) ويعرف مصطلح الأتمتة أيضا بشكل أكثر وضوحا على أنه التشغيل الآلي لنظام أو جهاز أو عملية يتم التحكم به آليا بواسطة أجهزة آلية أخرى تحل محل الإنسان في المراقبة والجهد و اتخاذ القرارات المبرمجة، (2) وهي أكثر شيوعاً في قطاعات التصنيع والروبوتات والسيارات. (3)

مما سبق تعرف الأتمتة على أنها عملية تركز بالأساس على النظام الآلي أي التخلي على أي شكل من أشكال التدخل الإنساني، وهذا بالاعتماد على التقنيات الحديثة للتشغيل، للوصول إلى تحقيق الكفاءة في سير العمليات و الإجراءات و بصفر خطأ.

المطلب الثالث: الفرق بين الرقمنة والتحول الرقمي والأتمتة

لتحديد الفرق بين التحول الرقمي، الرقمنة و الأتمتة لابد من الإشارة إلى أن هذه المصطلحات ترتبط مع بعضها وتتشترك في عامل استخدام التقنيات والحلول الرقمية ، إلا أنها تختلف في عدة جوانب فيمكن لنتائج الرقمنة أن تكون تغذية راجعة في عملية التحول الرقمي؛ ومع ذلك فالتحول الرقمي لا يعادل الرقمنة فالتحول الرقمي يشمل الرقمنة، (4) فهذه الأخيرة والتي تتطوي على تحسين الأنشطة التنظيمية من خلال الاستفادة

(1) سلوى حسين حسن رزق، (2021): الأتمتة الذكية والقرارات الإدارية، مجلة البحوث القانونية والاقتصادية (عدد خاص بالمؤتمر الدولي السنوي العشرون).

(2) فاطمة محمود رزق زعرب، (2008): الأتمتة ودورها في تحسين أداء ادارات شؤون الموظفين في الوزارات الحكومية بقطاع غزة، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية التجارة، الجامعة الاسلامية، غزة، فلسطين، ص 14.

(3) Red Hat, Comprendre l'automatisation, consulté le 01/03/2023, 7:10, sur le site : <https://www.redhat.com/fr/topics/automation>.

(4) Cheng Gong et Vincent Ribiere, op.cit, p2

من التقنيات الرقمية فإن التحول الرقمي يستلزم تغييراً جوهرياً أعمق بنموذج الأعمال الكامل.⁽¹⁾

ويمكن توضيح أهم جوانب الاختلاف بين الرقمنة والتحول الرقمي والأتمتة من خلال الجدول رقم (03) الموالي:

الجدول رقم (03): جوانب الاختلاف بين الرقمنة والتحول الرقمي والأتمتة

التحول الرقمي	الرقمنة	الأتمتة	
الاستفادة المعرفية	معالجة المعلومات	التحول في البيانات	التركيز
التغيير في ثقافة المنظمة	التغيير في الإجراءات والعمليات الحالية	التحول من التناظري إلى الرقمي	الهدف
التحول إلى منظومة رقمية بالكامل	إنشاء إجراءات عمل رقمية متكاملة	التحول من أنظمة ورقية إلى شكل رقمي	الأنشطة
الإجراءات والعمليات الرقمية	الأنظمة والتطبيقات التقنية	الحواسيب والأدوات الأجهزة	الأدوات
مقاومة التغيير من طرف العنصر البشري	التكاليف المالية	حجم وإعداد الأدوات والأجهزة	التحدي

المصدر: دهيني سعاد، (2021): التحول الرقمي من الاختياري إلى الحتمي، الملتقى الدولي الافتراضي الثاني حول مستقبل تطبيقات الرقمنة في ظل الجائحة الواقع، التحديات والآفاق المنعقد يومي 10 و11 أبريل 2021، المركز الجامعي علي كافي، تندوف، ص148.

مما سبق يتم استنتاج العلاقة بين المصطلحات الثلاث فالتحول الرقمي يشمل في مضمونه عملية الرقمنة وعملية الأتمتة فالعلاقة هي علاقة الكل بالجزء، أما بالنسبة

⁽¹⁾ Patrick Mikalef , Elena Parmiggiani : An Introduction to Digital Transformation, consulté le 01/05/2023, 20 :30, sur le site : (PDF) An Introduction to Digital Transformation (researchgate.net)

للرقمنة والأتمتة فالعلاقة بينهما علاقة تبادلية كما أن وجود أحدهما يتطلب وجود الآخر بالضرورة.

المبحث الثالث: تكنولوجيا المعلومات والاتصالات والتكنولوجيا البنكية

نتج مصطلح تكنولوجيا المعلومات والاتصالات عن الاندماج بين المفهومين تكنولوجيا المعلومات وتكنولوجيا الاتصالات، وترتبط هذه المفاهيم أساسا بالثورة الرقمية التي شهدتها العالم خلال العقود الماضية والتي اتسمت بالسرعة في الانتشار و التأثير. من خلال هذا المبحث سيتم عرض أهم المفاهيم المرتبطة بمصطلح تكنولوجيا المعلومات والاتصالات.

المطلب الأول: التطور التاريخي لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات الحديثة

أطلقت العديد من التسميات على التكنولوجيات الحديثة عند ظهورها ومن بينها تكنولوجيا المعلومات والاتصالات الحديثة NTIC، ثم سرعان ما تم حذف كلمة الحديثة لتصبح التسمية الأكثر استخداما هي تكنولوجيا المعلومات والاتصالات TIC. في التسعينات ومع بداية استخدام الإنترنت ظهرت العديد من المؤلفات التي تستخدم التسمية المختصرة فقط TI. (1)

عرفت تكنولوجيا المعلومات والاتصالات تطورا سريعا خلال العقود الماضية، وتتميز كل مرحلة من مراحل التطور التكنولوجي بنوع من أنواع الابتكارات. فالتغيرات التي أتاحتها هذه التكنولوجيات ذات طابع تراكمي، فكل ابتكار تكنولوجي جديد

(1) محمود أحمد عياد صلاح، (2020): الاقتصاد الرقمي، الطبعة الأولى، دار العلم والايمان للنشر والتوزيع: القاهرة، مصر، ص222.

ماهو إلا امتداد وإضافة لسابقه وبالتالي عدم استبدال تكنولوجيا قديمة بأخرى جديدة وإنما تكون مكمله ومقتترنة بها ⁽¹⁾.

مما سبق يمكن حصر التطور التاريخي لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات في خمسة مراحل أساسية كمايلي: ⁽²⁾

1. المرحلة الأولى: تمثل ثورة الاعلام والاتصال الأولى وتميزت بظهور الكتابة بمختلف أنواعها، بداية بالكتابة السومرية بعدها اخترعت الكتابة المسمارية ثم الكتابة التصويرية وأخيرا بروز الأنواع الأخرى.

2. المرحلة الثانية: وتمثل ثورة الاعلام والاتصال الثانية وتميزت هذه المرحلة بالطباعة فقد تم اختراع الطباعة الحجرية الثابتة، ثم بعدها ظهرت الطباعة بالحروف المعدنية الثابتة وأخيرا الطباعة المعدنية المتحركة.

3. المرحلة الثالثة: تمثل ثورة الاعلام والاتصال الثالثة وأهم ما ميز هذه المرحلة اختراع المصادر المختلفة للمعلومات مثل الهاتف والمذياع... إلخ، أي ظهور المعلومات المرئية والمسموعة.

4. المرحلة الرابعة: تمثل ثورة الاعلام والاتصال الرابعة وفي هذه الفترة تم ظهور أعظم اختراع في تاريخ البشرية وهو جهاز الحاسوب، الذي تطور عبر أجيال ومراحل متعددة.

5. المرحلة الخامسة: تمثل ثورة الاعلام والاتصال الرابعة وفي هذا المرحلة برز التلاحم بين التكنولوجيات المتطورة في مجال الحواسيب وفي مجال الاتصالات وخاصة الإنترنت.

⁽¹⁾ Lazreg Mohammed, Sebbagh Rafika, (2017): Les impacts des Nouvelles Technologies de l'Information et de la Communication (NTIC) sur la performance des banques algériennes, revue des science économiques et gestion et sciences commerciales (N°18), p60.

⁽²⁾ بركان أمينة، (2014): الصيرفة الإلكترونية كحتمية لتفعيل أداء الجهاز المصرفي - حالة الجزائر -، أطروحة دكتوراه غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر - 3: الجزائر، ص311.

المطلب الثاني: تعريف وخصائص تكنولوجيا المعلومات والاتصالات

يرتبط مصطلح تكنولوجيا المعلومات والاتصالات ارتباطاً وثيقاً بثورة تكنولوجيا الاتصالات وتعتبر عاملاً أساسياً في ظهوره، وتعبّر عن جملة التطورات التكنولوجية في ميدان الاتصال والتي شهدتها الربع الأخير من القرن العشرين. قبل التطرق لتعريف تكنولوجيا المعلومات والاتصالات لابد من الإشارة إلى تعريف التكنولوجيا وأقسامها.

الفرع الأول: التكنولوجيا

1. تعريف التكنولوجيا

واجه مصطلح التكنولوجيا الكثير من الالتباس والتأويل حيث تستخدم كمترادف للتقنية في حين يرى بعض الباحثين إلى أنه يوجد اختلاف بينهما، وتتكون كلمة التكنولوجيا من مقطعين (Logos) و (Techno) وهي كلمة يونانية الأصل و تعني المقطع الأول (Techno) التشغيل الصناعي، أما المقطع الثاني (Logos) فيعني العلم أو المنهج. فمصطلح التكنولوجيا هو علم التشغيل الصناعي⁽¹⁾، واقتصر استخدام هذا المصطلح في البداية على المجال الصناعي ثم امتد إلى مجالات أخرى.⁽²⁾ وتركز التكنولوجيا على كيفية تطبيق المعرفة والعلوم الأخرى في مجال ما بشكل منظم أي تطبيقها علمياً بهدف تحقيق النتائج المرجوة، أي أنها تركز على استغلال المعرفة والنظريات العلمية من الجانب التطبيقي للوصول إلى تحقيق الأهداف المسطرة.⁽³⁾

(1) آسيا سعدان، المصدر سبق ذكره، ص 12.

(2) غسان قاسم داود اللامي، (2013): تحليل مكونات البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات دراسة استطلاعية في بيئة عمل عراقية، مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية الجامعة (عدد خاص بمؤتمر الكلية)، ص 8.

(3) حيدر حمودي علي، رضا أحمد عباس، (2022): استخدام التكنولوجيا في تعزيز الكفاءة المالية، المؤتمر الدولي العلمي استخدام التكنولوجيا في المؤسسات المالية والمؤسسات الناشئة المنعقد يومي 04 و 05 جوان 2022، المركز الديمقراطي العربي، برلين، ألمانيا ص 21.

كما يمكن اعتبار التكنولوجيا أحد الوسائل الضرورية لتطبيق الاكتشاف العلمي وهذا بهدف إنتاج أدوات ما أو أداء وظائف معينة، كل هذا يساهم في الوصول إلى حلول للمشاكل سواء أكانت تخص الإنسان في حد ذاته أو البيئة المحيطة به وبغض النظر عن الظروف أي في حالة السلم أو الحرب.⁽¹⁾

عرفها **ماكوللين وداوسن** على أنها لا تقتصر فقط على الأجهزة والمعدات والتقنيات، ولكنها تمتد إلى الجانب الاجتماعي لكونها أداة تعمل على تحسين وتسهيل ظروف العمل والحياة.⁽²⁾ فتعريف مصطلح التكنولوجيا يتكرر فيه ذكر المصطلحات: الأدوات والآلات والمعارف العلمية والأساليب المخصصة لعملية الإنتاج أو التحويل.⁽³⁾

يتضح مما سبق أن التكنولوجيا هي عملية تحويل المعارف المكتسبة والمتراكمة (المدخلات) إلى منتجات وخدمات والتي تمثل المخرجات، بالاعتماد على مجموعة من الأدوات والأساليب والوسائل وهو ما ينعكس إيجابيا على الفرد والمجتمع وتحقيق الرفاهية.

فالتكنولوجيا هي استخدام الإنسان لحوصلة ما اكتسبه من معارف ومهارات وخبرات وكذلك الاعتماد على مجموعة من الأدوات و الوسائل (سواء كانت مادية أو تنظيمية أو إدارية)، وهذا بهدف استغلال الموارد والطاقات وتجنيدها في سبيل خدمته

⁽¹⁾ عزت قناوي، نيرة سليمان، (2006): العصرية الاقتصادية التداعيات والتحديات، بدون طبعة، مكتبة دار العلم: الفيوم، مصر. ص 330.

⁽²⁾ زينب فرح الله ، بن صويلح ليليا، (2021) : التكنولوجيا الحديثة و دورها في تحقيق جودة أداء المورد البشري ، مجلة المقدمة للدراسات الانسانية و الاجتماعية (العدد02) ، ص 324.

⁽³⁾ Hubert Drouvot , Gérard Verna,(1994) : **LES POLITIQUES DE DÉVELOPPEMENT TECHNOLOGIQUE**, Éditions de l'IHEAL, Paris, p15.

لتنفيذ عمل أو أداء وظيفة ما في مجالات الحياة اليومية، والتي يكون هدفها غالبا إشباع الحاجات سواء على المستوى المادي أو المعنوي للفرد أو المجتمع⁽¹⁾.

تتواجد التكنولوجيا في المنظمة وفق ثلاث مستويات رئيسية حيث يشمل المستوى الفردي كل ما يمتلكه العمال في المنظمة من مهارات ومعارف، بالنسبة للمستوى الثاني وهو المستوى الوظيفي فيقصد بالتكنولوجيا في هذا المستوى كيفية أداء الوحدات والأقسام لوظائفها أي الإجراءات والأساليب. بالنسبة للمستوى الثالث أي المستوى التنظيمي ويرتكز على طريقة تحويل المدخلات إلى مخرجات داخل التنظيم⁽²⁾.

2. أقسام التكنولوجيا

تقسم التكنولوجيا إلى عدة أنواع وفق المعايير التالية:

أ. المعيار الأول: درجة التحكم⁽³⁾

– **التكنولوجيا الأساسية:** هي تكنولوجيا منتشرة بكثرة ومتوفرة عند أغلبية المؤسسات وتتميز بدرجة التحكم العالية.

– **تكنولوجيا التمايز:** تنفرد بامتلاكها مؤسسة واحدة دون أخرى أو تتواجد لدى فئة قليلة من المؤسسات.

(1) سحانين المبلود، (2016): مساهمة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في تحقيق أبعاد التنمية المستدامة-دراسة حالة الجزائر، أطروحة مقدمة دكتوراه غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الجيلالي ليايس-سيدي بلعباس، الجزائر، ص28.

(2) بلقيدوم صباح، (2012): أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصالات الحديثة على التسيير الاستراتيجي للمؤسسات الاقتصادية، أطروحة دكتوراه غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة قسنطينة-2-قسنطينة، الجزائر، ص132.

(3) آسيا سعدان، المصدر سبق ذكره، ص 14.

ب. المعيار الثاني: الموضوع⁽¹⁾

- تكنولوجيا المنتج: هي المكونة للمنتج النهائي.
- تكنولوجيا أسلوب الإنتاج: نجدها في مراحل الإنتاج بداية من عمليات الصنع وعمليات التركيب والمراقبة.
- تكنولوجيا التسيير: تستخدم في حالة وجود مشاكل في التصميم والتنظيم، تسيير تدفقات الموارد.
- تكنولوجيا التصميم: يتم الاعتماد عليها في نشاطات التصميم في المؤسسة وهذا باستخدام الحاسوب.
- تكنولوجيا المعلومات والاتصالات: يهدف هذا النوع إلى معالجة المعلومات والمعطيات ونقلها، وتلعب دورا كبيرا في عملية التسيير من خلال جمع ومعالجة وبث المعلومات.

ج. المعيار الثالث: درجة التعقيد⁽²⁾

- التكنولوجيا ذات الدرجة العالية: تتميز بشدة التعقيد فيصعب على المؤسسات في الدول النامية الاستفادة منها واستغلالها إلا بمساعدة الطرف المالك الأصلي لها.
- التكنولوجيا العادية: تتميز بكونها أقل تعقيدا من سابقتها ويمكن للمختصين والفنيين في الدول النامية التعامل معها واستغلالها.

(1) هناء عبدوي، (2016): مساهمة في تحديد دور تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في اكساب المؤسسة ميزة تنافسية - دراسة حالة الشركة الجزائرية للهاتف النقال موبيليس-، أطروحة دكتوراه غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة محمد خيضر - بسكرة، الجزائر، ص ص 24، 25.

(2) المصدر نفسه، ص ص 24-25.

د. المعيار الرابع: مدى استخدام عناصر الانتاج

– تكنولوجيا متقدمة: يتميز هذا النوع بأسلوب إنتاجي ذو رأس مال كثيف أكبر من مستوى العمالة.

– تكنولوجيا تقليدية: تتميز بكثرة العمالة مقابل رأس مال أقل نسبياً.

– تكنولوجيا متوسطة: تتوسط التكنولوجيا كثيفة رأس المال والتكنولوجيا كثيفة العمالة.

المعيار الخامس: مدة الحياة

– تكنولوجيا وليدة: تكون في بداية ظهورها.

– تكنولوجيا متقدمة: تكون في مرحلة النمو.

– تكنولوجيا ناضجة: تكون التكنولوجيا قد توسعت وانتشرت.

– تكنولوجيا متقدمة: أي تكون في طريق الزوال⁽¹⁾.

هـ. المعيار السادس: مكان استخدام التكنولوجيا⁽²⁾

– تكنولوجيا داخل المؤسسة: وتكون المؤسسة في هذه الحالة مستقلة عن الخارج

ومتحركة بدرجة كبيرة فيها بواسطة الخبراء والفنيين العاملين فيها.

– تكنولوجيا خارج المؤسسة: تكون المؤسسة في هذه الحالة في تبعية للخارج بسبب

عدم توفر التكنولوجيا، وعدم قدرة الخبراء و الفنيين فيها على التحكم فيها إلا بتدخل

طرف خارجي سواء كان المورد أو مقدم تراخيص الاستغلال.

الفرع الثاني: تعريف وخصائص تكنولوجيا المعلومات والاتصالات

(1) آسيا سعدان، مرجع سبق ذكره، ص 15.

(2) هناء عبداوي، المصدر سبق ذكره، ص 23.

بالنسبة لتكنولوجيا المعلومات فهي تشير إلى كل أنواع التكنولوجيا التي تستعمل في العمليات الإلكترونية أي تشغيل ، نقل وتخزين المعلومات إلكترونياً⁽¹⁾، كما أشارت جمعية تكنولوجيا المعلومات الأمريكية إلى أن هذه المصطلح يركز أساساً على كل الأنشطة التي تتعلق بنظم المعلومات والمعتمدة بالأساس على الحواسيب وهي أنشطة الدراسة والتحليل، التصميم، التطوير والتشغيل. و تتعامل هذه التكنولوجيا مع الحواسيب، البرامج التي تتيح إجراء عدة عمليات على البيانات والمعلومات مثل النقل، التخزين، الحماية، المعالجة، الإرسال و الاسترجاع الآمن⁽²⁾.

على هذا السياق يظهر أنه لا يمكن الفصل بين مفهومي تكنولوجيا الاتصال وتكنولوجيا المعلومات لأنهما من المفاهيم التي برزت بالموازاة مع بعضها ومن الصعب التفريق بينهما، حيث أن ظهور الأنظمة الرقمية أدى إلى تطوير نظم الاتصال وهو ما أحدث ترابطاً بين شبكات الاتصال مع شبكات المعلومات⁽³⁾.

يعتبر مصطلح تكنولوجيا المعلومات والاتصالات من المصطلحات الشاملة أي أنه مفهوم يتضمن مجموعة من المعاني والتخصصات مثل الرياضيات، الاعلام الآلي، الاتصال، الأدب، علم الاجتماع وعلم النفس...إلخ. وقد ارتبط الظهور الأصلي للمصطلح باسم تكنولوجيا الاعلام في الولايات المتحدة الأمريكية والذي نتج عن الاندماج بين الحواسيب والخطوط الهاتفية، أما في اليابان فقد برز باسم الكومبيوتر والاتصال. أما في بعض الدول الأوروبية كإسبانيا وفرنسا فقد ظهر باسم الاتصال عن بعد

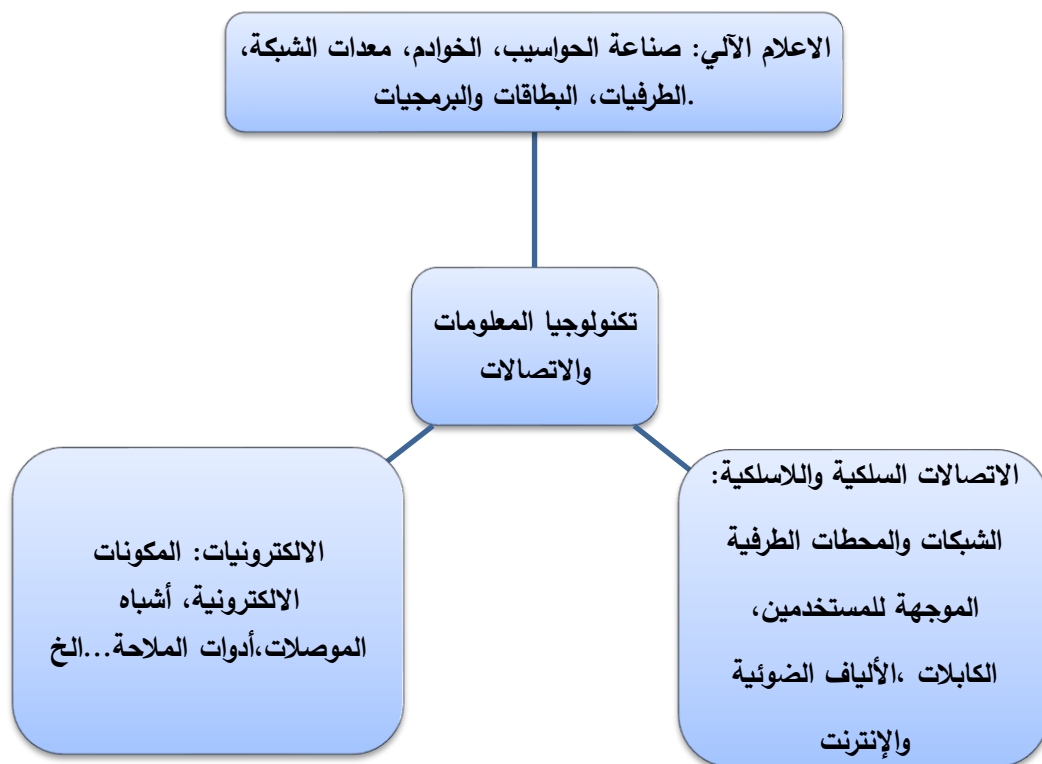
(1) أسامة عبد السلام السيد، (2019): الاقتصاد الرقمي، الطبعة الأولى، دار غيداء للنشر والتوزيع: عمان، الأردن، ص 353-354.

(2) عبد العزيز السيد مصطفى، أحمد سباعي قطب وعبد الحميد عبد المنعم منطاش، (2019): أساسيات تكنولوجيا المعلومات تطبيقات محاسبية، بدون طبعة، كلية التجارة: جامعة القاهرة، مصر، 2019، ص 11.

(3) محمود احمد عياد صلاح، المصدر سبق ذكره، ص 220.

و المعلوماتية، نتيجة لتأثره بعلوم الاعلام شاع المصطلح الحالي في أوروبا. تعكس تكنولوجيا المعلومات والاتصالات التقارب التقني بين ثلاث قطاعات رئيسية وهي : الاعلام الآلي، الاتصالات السلكية واللاسلكية و أخيرا الإلكترونيات⁽¹⁾. يظهر الشكل رقم (05) الموالي أهم القطاعات التي تنطوي تحت هذا المصطلح:

الشكل رقم(05): القطاعات الثلاث المكونة لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات



المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على:

– Nassima Boulénouar, Salah Daoudi, (2019) : Impact des TIC sur la stratégie bancaire : Le cas du Crédit Populaire Algérien et de la Société Générale , Revue Algérienne d'Economie de gestion (N°01), p 80.

⁽¹⁾ Nassima Boulénouar, Salah Daoudi, (2019) : Impact des TIC sur la stratégie bancaire : Le cas du Crédit Populaire Algérien et de la Société Générale, Revue Algérienne d'Economie de gestion (N°01), p 80.

تعددت التعاريف المقدمة لمصطلح تكنولوجيا الاعلام والاتصال حيث عرفتھا الهيئات الدولية كمايلي: حسب البنك الدولي⁽¹⁾ تعرف تكنولوجيا المعلومات والاتصالات على أنها تكنولوجيا تركز على عدة عناصر وهي الأجهزة، البرامج، الشبكات والوسائط التي يتم من خلالها جمع المعلومات وتخزينها ومن ثم معالجتها، نقلها وعرضها على عدة أشكال (أصوات، بيانات، نصوص وصور).

عرفتها منظمة اليونسكو⁽²⁾ بأنها تضم مجموعة متنوعة من الوسائل والموارد التكنولوجية التي تستخدم لنقل المعلومات، التخزين، الإنشاء، المشاركة والتبادل. وتتكون هذه الوسائل والموارد التكنولوجية من أجهزة الكمبيوتر والإنترنت (مواقع الويب، المدونات والبريد الإلكتروني) كذلك تقنيات البث المباشر (الإذاعة، التلفزيون والبث عبر الإنترنت)، وأيضا تتضمن هذه الموارد كل تقنيات البث المسجل كمشغلات الصوت والفيديو إلى جانب الاتصالات الهاتفية (الثابتة والنقالة) والأقمار الصناعية والمؤتمرات المرئية أو بالفيديو...الخ.

جاء في تقرير للأونكتاد تعريف لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات كما يلي:

" تمثل مجموعة من التقنيات المرتبطة والمحددة من خلال استخدامها الوظيفي في الوصول إلى المعلومة، حيث تقدم في جميع أنحاء العالم وفي نفس الوقت القدرة على بث ونشر المعلومات، كما تعد وسيلة للتفاعل بين الأفراد وسوق السلع والخدمات".⁽³⁾

(1) The World Bank Group, (2003), ICT and MDGs A World Bank Group Perspective, The World Bank Group's Global ICT Department: USA, p 1.

(2) Unesco : Définition Information and communication technologies (ICT), sur le site : <https://uis.unesco.org/en/glossary-term/information-and-communication-technologies-ict> , consulté le : 18/05/2021 , 14 :30.

(3) United Nations Conference on Trade and Development, (2003), INFORMATION AND COMMUNICATION TECHNOLOGY DEVELOPMENT INDICES, United Nations: New York and Geneva, p3.

عرف رولي (Rowley) تكنولوجيا المعلومات والاتصالات على أنها " كل عمليات الجمع ، التخزين ، المعالجة والبحث التي تتم بالاعتماد على المعلومات ولا تتركز هذه الأخيرة على العتاد المادي و البرمجيات فقط، ولكن تتعداها إلى الدور المهم الذي يلعبه الإنسان وأهدافه المرجوة من تطبيقها واستعمالها وكذلك جملة المبادئ والقيم التي يعتمدها في الوصول إلى تحقيق الخيارات التي يرغب فيها " .⁽¹⁾

مما سبق يمكن تعريف تكنولوجيا المعلومات والاتصالات على أنها مجموعة التقنيات والوسائل الحديثة والمتطورة، التي تساهم في إجراء عمليات مختلفة على المعلومات وبذلك تتيح إيصالها بواسطة وسائل الاتصال كالإنترنت إلى جمهور واسع من المستقبلين.

ولابد من ضرورة التأكيد على أن مصطلح تكنولوجيا المعلومات قد استخدم بطريقة تبادلية مع مصطلح تكنولوجيا المعلومات والاتصالات حيث أن هذا الأخير يشمل جميع ما يتم استخدامه من أدوات، تقنيات وخدمات لإجراء عمليات على المعلومات كالإنشاء، التخزين، المعالجة والبحث فهو بذلك لا يختلف مع مصطلح تكنولوجيا المعلومات إلا أنه أوسع منه. حيث تنحصر تكنولوجيا المعلومات في جمع البيانات والمعلومات ومعالجتها و مشاركتها، بينما تتعدى تكنولوجيا المعلومات والاتصالات ذلك إلى ما هو أوسع من خلال عمليات البحث و النشر عبر مختلف الشبكات اللاسلكية و الإنترنت؛ والذي ساهم انتشاره السريع في تلاشي الحدود التي كانت تظهر بين

⁽¹⁾ عبد السلام مصطفى أحمد، (2020): الاقتصاد المعلوماتي والمعرفة الفنية والإبداع، الطبعة الأولى، دار العلم والایمان للنشر والتوزيع: القاهرة، مصر، ص ص 200-201.

المفهومين السابقين وجعلهما يستعملان بالتبادل.⁽¹⁾ تتميز تكنولوجيا المعلومات والاتصالات بجملة من الخصائص التي ساهمت في انتشارها الواسع عبر العالم وهي كما يلي:⁽²⁾

1. **التفاعلية:** في ظل تكنولوجيا المعلومات والاتصالات تصبح العملية الاتصالية عملية تبادلية أي أن هنالك مشاركة بين المرسل والمستقبل، حيث يمكن للمرسل أن يصبح مستقبلاً في آن واحد والعكس صحيح وهذا ما يلغي سلبية دور المستقبل ويجعل المعلومة ثنائية الإتجاه.

2. **اللاتزامنية:** أي أن عملية تبادل المعلومات غير محددة بالوقت حيث يمكن إجرائها دون شرط تواجد أطراف عملية الاتصال، وهو ما يسمح بتخزين المعلومات الواردة واسترجاعها عند الحاجة.

3. **قابلية التحرك أو الحركية:** وجود الحاسوب الإلكتروني النقال والهواتف الذكية وغيرها من الوسائل الحديثة يجعل عملية بث المعلومات واستقبالها غير محددة بمكان المصدر والمستقبل.

4. **قابلية التحويل:** تتيح الوسائل والتقنيات الحديثة إمكانية نقل المعلومات وذلك بعد تحويلها من الشكل الورقي إلى الشكل الإلكتروني مما يسهل نقلها من مكان إلى آخر، وأيضاً يمكن ترجمة النصوص من لغة إلى أخرى أو نظام الترجمة الآلية.

⁽¹⁾ ليلى مطالي، (2022): مفاهيم وأساسيات التسويق الإلكتروني، الطبعة الأولى، دار الفجر للنشر والتوزيع: القاهرة، مصر، ص ص 46-47.

⁽²⁾ لامية طالة، (2021): التكنولوجيا الحديثة للاعلام والاتصال المفهوم، التطور، الخصائص، أهم مجالات تطبيقها، الملتقى الدولي الافتراضي الثاني حول مستقبل تطبيقات الرقمنة في ظل الجائحة الواقع، التحديات والآفاق المنعقد يومي 10 و11 أبريل 2021، المركز الجامعي علي كافي، تندوف، الجزائر، ص ص 44،45.

5. قابلية التوصيل: تعني أنه مهما كان الاختلاف بين الشركات المصنعة للأجهزة إلا

أنه يتم الاتفاق على معايير موحدة لصناعة الأجزاء المكونة لها، مما يسمح بتناقل

المعلومات بين الأفراد حول العالم بغض النظر عن هذا التباين في موردي الأجهزة.

6. اللامجاهيرية: تتيح تكنولوجيا المعلومات والاتصالات تحديد مستقبل الرسالة حيث

يمكن أن يكون فردا أو مجموعة معينة دون أن يتم مشاركتها مع جمهور واسع، مع قابلية

التحكم في اتجاه الرسالة الاتصالية حيث يمكن الجمع بين عدة أنواع من الاتصالات في

آن واحد مثلا من فرد إلى آخر ، من فرد إلى مجموعة أو من مجموعة إلى مجموعة.

7. الشبوع والانتشار: وتشير هذه الخاصية إلى أن الاستفادة من التقنيات الحديثة لنقل

المعلومات تكون في بداية ظهورها كمظهر من مظاهر الرفاهية، إلا إنها سرعان ما

يصبح امتلاكها واستعمالها متاحا مثل الحواسيب و الهواتف النقالة وغيرها؛ أي أن

هنالك منهجية في انتشارها حول العالم وبين طبقات المجتمع الواحد.

8. العالمية والكونية: توافر التقنيات التي تسمح بتناقل المعلومات بين الأفراد من مختلف

دول العالم جعلها تلغي الحواجز والحدود، مما يتيح تناقل الخبرات وفتح المجال للتبادل

بينهم سواء في المجال العلمي أو التقني؛ وبالتالي فإن تكنولوجيا المعلومات والاتصالات

تجعل العملية الاتصالية عملية تفاعلية عالمية.

المطلب الثالث: التكنولوجيا البنكية

عقب الحرب العالمية الأولى سنة 1914، شهد القطاع البنكي تطورات سريعة

ومهمة والتي غيرت نماذج وأساليب العمل، خاصة في ظل تنامي دور تكنولوجيا

المعلومات والاتصالات. وبرزت ملامح التطور التكنولوجي في البنوك منذ بداية دخول

المحترفين وانتشار ثقافة التسويق والبيع.

الفرع الأول: مراحل تطور التكنولوجيا البنكية

يمكن تمييز المراحل التالية لتطور التكنولوجيا البنكية:⁽¹⁾

1. مرحلة الدخول: تميزت هذه المرحلة بدخول التكنولوجيا للعمل البنكي بهدف وضع حلول للمشاكل التي تواجه الأعمال المكتبية، وهذا عن طريق مختصين في ميدان التكنولوجيا مثل: مشاكل تأخر التقارير المالية والمحاسبية.

2. مرحلة تعميم الوعي بالتكنولوجيا: في هذه المرحلة بدأ نشر الوعي التكنولوجي على مستوى الموارد البشرية للبنوك، وهذا عن طريق البرامج التدريبية سواء كانت داخلية أو خارجية. وتعتبر هذا المرحلة كتحضير مسبق لدخول وتوسيع استخدام التكنولوجيا في البنوك.

3. مرحلة دخول الاتصالات والتوفير الفوري لخدمات العملاء: تم فيها استخدام التكنولوجيا للتوفير الفوري للخدمات، وتتم هذه العملية نتيجة اندماج تكنولوجيا الاتصالات في العمل البنكي. وأهم ما يميز هذه المرحلة هو زيادة التكاليف التي تتطلبها، وأيضاً التعقيدات والصعوبات التي واجهها سير الأعمال وهو ما ألزم الإدارة العليا بجعلها في أولوية اهتماماتها.

4. مرحلة ضبط التكاليف: تم في هذه المرحلة الاستعانة بالمختصين والاستشاريين نظراً لتوجه البنوك نحو عمليات الاستثمار، وهذا ما يتطلب عمليات ضبط ووضع أساليب وخطط ملائمة للاستفادة منها.

⁽¹⁾ مسعودي عبد الهادي، (2016): الأعمال المصرفية الإلكترونية، بدون طبعة، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع: عمان، الأردن، ص ص 17-18.

5. مرحلة اعتبار التكنولوجيا أصلا من أصول البنك: تعتبر هذه المرحلة كنتيجة حتمية لما سبقها، فاهتمام الإدارة العليا في البنك بمختلف مجالات التكنولوجيا جعل منها بمثابة أصل من أصول البنك، وهو ما استوجب ضرورة جعل هذا الأخير نافعا وذو مردود وهو ما مهد لظهور مرحلة إدارة التكنولوجيا في البنك.

6. مرحلة اعتبار التكنولوجيا عملا من أعمال البنك: وتم فيها التركيز على الإدارة الاستراتيجية للتكنولوجيا، حيث تم تفعيل الإنتاجية على المستوى الداخلي، تحسين الضبط على المستوى العملي وتسويق التكنولوجيا على المستوى الخارجي.⁽¹⁾

الفرع الثاني: تعريف وخصائص التكنولوجيا البنكية

يعكس مصطلح التكنولوجيا البنكية مدى استخدام البنوك للتكنولوجيات الحديثة واعتمادها عليها في ممارسة مختلف أنشطتها. تعرف على أنها ذلك الرصيد المعرفي الذي يتم من خلاله إدخال الآلات، المعدات، العمليات والخدمات المصرفية الجديدة والمحسنة. ويشمل المصطلح على محورين رئيسيين وهما:

- التكنولوجيا الثقيلة: تمثل الآلات، المعدات والبرمجيات.
- التكنولوجيا الخفيفة: تمثل الإدارة، المعلومات، المعرفة والتسويق المصرفي.

أي يتضمن المصطلح كل ما يمكن استخدامه من وسائل وطرق لتقديم خدمات مصرفية مبتكرة وهذا باستغلال المعرفة، المهارات والخبرات المتوفرة سواء محليا أو الاستعانة بأطراف خارجية لاستيرادها⁽²⁾. حيث تتشابه وتتكامل أربعة مؤشرات رئيسية

(1) حمو محمد، زيدان محمد، (2016): إدارة التكنولوجيا المصرفية من أجل تحسين تنافسية البنوك مع الإشارة إلى البنوك الجزائرية، مجلة الأكاديمية للدراسات الاجتماعية والانسانية(العدد16)، ص 87.

(2) المصدر نفسه، ص ص 86-87.

مع بعضها البعض لتقدم مدلول التكنولوجيا البنكية أي تعكس مظاهر إعتداد البنوك على التكنولوجيا وتتمثل في:

- المؤشر المادي: الآلات والمعدات المستعملة.
- مؤشر الاستخدام أو الاستعمال: طرق وكيفيات استغلال المعدات والآلات في النشاط البنكي.
- المؤشر العلمي: ويعكس مدى توفر المعرفة لدى الموارد البشرية في البنوك وتحكمهم في التكنولوجيا الحديثة المستخدمة.
- مؤشر الابتكار والابداع: ويضم مدى اكتساب المهارات الضرورية لتقديم الخدمات⁽¹⁾.

ويمثل الجدول رقم (04) الموالى أبرز تطبيقات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في المجال البنكي والمالي والأهداف المرجوة منها:

(1) إسماعيل بن ديلمى، (2018): أثر استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات على الأداء التسويقي للبنوك التجارية الجزائرية، أطروحة دكتوراه غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة باتنة 1: الجزائر، ص 50.

الجدول رقم (04): تطبيقات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في المجال البنكي والمالي وأهدافها

مجال التطبيق	أمثلة عن تطبيقات تكنولوجيا المعلومات	الأهداف الرئيسية من وراء التطبيق
القطاع الاقتصادي والمالي	أتمتة أعمال البنوك Bank Automation	- تحسين الخدمة - سرعة ضبط الحسابات - مساعدة الرقابة المالية على البنوك
	تحويل الأموال إلكترونياً Electronic Fund Transfer	- سرعة الخدمة - تقليل العمل الورقي للعمليات ما بين البنوك (أعمال المقاصة).
	إقامة النماذج الاقتصادية Econometric modelling	تحليل أداء النظم الاقتصادية وتقييم الاستراتيجيات.
	إدارة الاستثمارات Investment management	- تعظيم عائد الاستثمارات - تحليل المخاطر
	نظم معلومات الأسواق المالية Stock exchange information systems	- فورية بث المعلومات للمتعاملين - استخراج احصائيات السلاسل الزمنية لتغير أسعار الأسهم والسندات والمؤشرات الاقتصادية الأخرى.

المصدر: نبيل علي، (1994): العرب وعصر المعلومات، سلسلة عالم المعرفة، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب: الكويت، ص171.

من خلال الجدول رقم(04) يتبين بأن اعتماد التكنولوجيا في البنوك يساهم في تحقيق عدة أهداف من بينها: تحسين الخدمات والسرعة في تقديمها، تقليل الوقت المستغرق لإنجاز المهام من خلال الاعتماد على عمليات المقاصة الإلكترونية، تدعيم الدور الرقابي. كما يساهم أيضا في تقليل التكاليف، انتشار خدمات البنك وتحقيق التواجد المصرفي الغير المقيد بزمان محدد، كما أن استعمال التقنيات المعدات، الأساليب

والطرق الحديثة يعمل على تصميم، ابتكار وتصنيع المنتجات والخدمات البنكية، إضافة إلى تطوير العمليات الإدارية ومجالات اتخاذ القرار المختلفة، مما يساهم في رفع أداء البنك وتحسين جودة الخدمات المقدمة.⁽¹⁾

للاستفادة من التكنولوجيات الحديثة تكون البنوك أمام خيارين أساسيين:⁽²⁾

- **الأسلوب القيادي:** ينطوي هذا التوجه على المبادرة، حيث يكون البنك سباقا في تطبيق التكنولوجيا مما يساهم في تطوير وابتكار وسائل حديثة ومتطورة لتقديم الخدمات.
 - **أسلوب التبعية:** ضمن هذا التوجه يكون البنك تابعا لأطراف أخرى خارجية فيقتصر دوره على نقل التكنولوجيات فقط، حيث يقوم بتطبيقها في حالة نجاحها في بنوك أخرى.
- الجدول رقم (05) الموالي يوضح مزايا وعيوب كل خيار من الخيارات السابقة:

⁽¹⁾ حمداوي وسيلة، (2009): الجودة ميزة تنافسية في البنوك التجارية، بدون طبعة، مديرية النشر، جامعة قلمة: الجزائر، ص 121-124.

⁽²⁾ خوبيزي مريم، (2015): واقع استخدام وسائل الدفع الإلكترونية في الجهاز المصرفي الجزائري، مجلة الدراسات المالية والمحاسبية والإدارية، العدد (04)، ص ص 36-37.

الجدول رقم (05): مزايا وعيوب الأسلوب القيادي وأسلوب التبعية للتكنولوجيا

الأسلوب القيادي	أسلوب التبعية	
• سبق الوصول للميزة التنافسية • عدم وجود منافسين • تحقيق هامش ربح مرتفع • الفوز بأفضل حصة سوقية • فرصة جيدة لتعلم البنك	• التعلم من أخطاء البنوك الأخرى • تجنب الدخول في المخاطرة • عدم تحمل تكلفة التطوير	المميزات
• مخاطر كبيرة • تحمل تكلفة التطوير • اضعاف الخدمات الحالية	• احتمال فقدان البنك لأسواقه • جمود العملية الابتكارية • التخلف عن المنافسين • اضعاف المركز التنافسي للبنك	العيوب

المصدر: خوبيزي مريم، (2015)، واقع استخدام وسائل الدفع الإلكترونية في الجهاز المصرفي

الجزائري، مجلة الدراسات المالية والمحاسبية والادارية، العدد (04)، ص 37.

من خلال المفاهيم المرتبطة بالتكنولوجيا البنكية يمكن استخلاص أهم الخصائص

التي تتميز بها: ⁽¹⁾

• التكنولوجيا البنكية تضم توليفة من المعارف، المهارات، الطرق والأساليب لأداء العمل

البنكي؛

• تعتبر التكنولوجيا وسيلة لتحقيق أهداف البنك أي أنها وباختلاف مفاهيمها ليست هدفا

في حد ذاتها؛

• تعتبر الخدمات المصرفية أحد الأوجه الرئيسية لتطبيق التكنولوجيا؛

⁽¹⁾ عبد القادر مطاي، (2013): متطلبات إرساء التكنولوجيا المصرفية في دعم الذكاء التنافسي بالبنوك الجزائرية، مجلة الأكاديمية للدراسات الاجتماعية والانسانية(العدد10)، ص 24.

- يمتد تطبيق التكنولوجيا إلى أساليب ومناهج العمل الإدارية في البنوك أي لا تقتصر على جانب الأداء فقط؛
- تكون توليفة المعارف، المهارات، الطرق والأساليب قابلة للتحقيق أي يمكن الاستفادة منها في الجانب العملي للبنوك⁽¹⁾.

(1) إسماعيل بن ديلمى، المصدر سبق ذكره، ص 52.

خلاصة:

كثر الجدل في نهاية القرن العشرين بين الباحثين حول عدة مصطلحات واختلفوا في تحديد تعريف لها، ولكن ما يلاحظ هو اتفاقهم على أن الاندماج بين هذه المصطلحات: التكنولوجيا، المعلومات والاتصالات قد نتج عنه ظهور أعظم التحولات في تاريخ المجتمعات، فظهرت عدة مصطلحات تبعا لهذه التغيرات وهي العصرنة، التحول الرقمي، الرقمنة والأتمتة.

كما امتدت تكنولوجيا المعلومات والاتصالات إلى كافة الأنشطة والمجالات، فعلى مستوى العمل البنكي غيرت التطورات التكنولوجية خريطة العمل الدولية في هذا المجال. حيث اعتبرت هذه التكنولوجيا الحديثة كأحد الركائز الأساسية لاجداث التحول الجذري في نماذج الأعمال، فالتوجه نحو العصرنة بات أمرا لازما ومحتوما في ظل اشتداد المنافسة والتغير في أشكال البنوك والخدمات. ولتحقق البنوك اندماجا مثاليا مع تكنولوجيا المعلومات والاتصالات عملت على التوجه نحو جملة من الاستراتيجيات التي تتضمن طرقا وأساليب وآليات جديدة لأداء الأعمال وتعكس مدى استفادتها من التكنولوجيات الحديثة.

الفصل الثاني

تمهيد:

في خضم مفرزات الثورة التكنولوجية الحديثة و نظرا لما يتطلبه الاقتصاد الرقمي من متطلبات جديدة ، ألزمت كل الدول في العالم على عصرنة هياكلها وبالأخص منها البنكية، وهذا من خلال تبنيها لاستراتيجيات تدعم قدرتها التنافسية. وتضم هذه الاستراتيجيات محورين رئيسيين، يتضمن المحور الأول الشق الإداري عبر اعتماد استراتيجية الإدارة الإلكترونية، أما المحور الثاني فهو موجه إلى عصرنة وتطوير الخدمة البنكية عبر تبني استراتيجية الصيرفة الإلكترونية. تهدف هذه الاستراتيجيات المعتمدة إلى الارتقاء والرفع من مستويات الأداء البنكي، سواء في شفه المالي عبر تحقيق الأرباح وتخفيض التكاليف إلى أدنى مستوى لها، أو على مستوى الأداء التجاري عبر زيادة حصصه السوقية، تقديم خدمات تتوافق مع حاجات ومتطلبات العملاء المتغيرة لزيادة ولائهم.

يتم تقسيم هذا الفصل إلى ثلاثة مباحث رئيسية يضم المبحث الأول مدخلا إلى استراتيجية الصيرفة الإلكترونية، أما المبحث الثاني فيتم فيه التطرق إلى استراتيجية الإدارة الإلكترونية وأخيرا يتم في المبحث الثالث تناول أهم المفاهيم المرتبط بالأداء البنكي سواء المالي أو التجاري.

المبحث الأول: مدخل إلى استراتيجية الصيرفة الإلكترونية

في ظل الاقتصاد الجديد برزت الصيرفة الإلكترونية كأحد الحقول المهمة في مجال البنوك، حيث تعتبر كأحد الانعكاسات الرئيسية للتطور التكنولوجي الذي شهده العالم، سيتم في هذا المبحث عرض الأساسيات حول هذا المفهوم.

المطلب الأول: ماهية الصيرفة الإلكترونية

الفرع الأول: التطور التاريخي للصيرفة الإلكترونية

خلال فترة الحرب الباردة و تحديدًا بتاريخ 02 جوان 1969 تم إنشاء شبكة الإنترنت من طرف الولايات المتحدة الأمريكية، نظرا لمخاوفها من محاولات تدمير أحد مراكز الاتصال الحاسبي من طرف السوفييات آنذاك.

تم في أوائل السبعينات أي سنة 1972 عقد المؤتمر الدولي الأول لاتصالات الحاسوب و الذي أعلن فيه عن ميلاد خدمة البريد الإلكتروني ، حيث انضمت بريطانيا والنرويج للشبكة الأمريكية لتصبح بذلك الشبكة دولية. ثم امتد انتشارها إلى بقية دول العالم في بداية الثمانينات وتم الاعتماد عليها في عمليات الوساطة التجارية.⁽¹⁾

تزامن ظهور الصيرفة الإلكترونية في بداية الثمانينات مع نشأة وظهور النقود الإلكترونية ، حيث تم استخدام البطاقات على شكل بطاقات كرتونية لأول مرة في فرنسا في الهاتف العمومي، أما في الولايات المتحدة الأمريكية فاستعملت البطاقات المعدنية في مراكز البريد.

⁽¹⁾ مصطفى يوسف الكافي، المصدر سبق ذكره، ص 114.

في سنة 1958 تم إصدار أول بطاقة بلاستيكية من طرف بنك **American Express**، ثم توسع انتشارها لتشمل ثمانية بنوك أمريكية أخرى والتي قامت بإصدار **Bank Americard** في سنة 1968، لتتحول بذلك إلى شبكة **Visa** العالمية. وبالموازاة مع البنوك الأمريكية قامت أيضا ستة بنوك فرنسية بإصدار البطاقة الزرقاء **Carte Bleue**.

في سنة 1986 قامت شركة اتصالات فرنسا **France Telecom** بتزويد الهواتف العمومية بأجهزة تتميز بقراءة بطاقات الذاكرة **Cartes à mémoire**. بعدها في سنة 1992 أصبحت كل البطاقات المصرفية تحمل معلومات وبيانات الشخص الذي يحملها ⁽¹⁾ **Cartes à puce**.

في منتصف التسعينات ظهر أول بنك إلكتروني في الولايات المتحدة الأمريكية ⁽²⁾ وبالتحديد سنة 1995 وهو بنك **(Net.B@NK)** ⁽³⁾، وبعدها بدأ هذا النوع من البنوك بالانتشار في الدول المتقدمة حيث أصبحت تعمل كمؤسسات منفصلة لها ترخيص أو تابعة أو كفرع من فروع مؤسسات أجنبية. ⁽⁴⁾ بحلول سنة 2001 بلغ عدد المصارف الإلكترونية 30 مصرفا في الولايات المتحدة الأمريكية، 20 مصرفا إلكترونيا في الاتحاد الأوروبي وفي آسيا بدأ العمل بمصرفين في نفس السنة. ⁽⁵⁾

(1) إياد منصور حسن، (2019): إدارة العمليات البنكية والنقدية، الطبعة الأولى، دار ابن النفيس للنشر والتوزيع: عمان ، الأردن، ص 193.

(2) مصطفى يوسف الكافي، المصدر سبق ذكره، ص 115.

(3) أحمد بوراس، السعيد بركة، (2020): أعمال الصيرفة الإلكترونية الأدوات والمخاطر، بدون طبعة، دار الكتاب الحديث: القاهرة، مصر. ص 93.

(4) بركان أمينة، المصدر سبق ذكره، ص 339.

(5) جليل نور الدين ، بركان أمينة، (2011): الصيرفة الإلكترونية والبنوك الإلكترونية، مجلة معارف (العدد 10)، ص 265.

الفرع الثاني: تعريف وخصائص الصيرفة الإلكترونية

استخدمت معظم الأدبيات المعاصرة خلال فترة التسعينات العديد من المصطلحات للتعبير عن مفهوم الصيرفة الإلكترونية **Electronic Banking** حيث سميت بالبنوك الإلكترونية، بنوك الإنترنت **Internet Banking**. كما استعملت مصطلحات أخرى مثل البنك المنزلي **Home Banking** ، البنك على الخط **Online Banking**، البنوك الإلكترونية عن بعد **Remote Electronic Banking** ، الخدمات المصرفية والمالية الذاتية **Self-Service Banking**. وعلى الرغم من أنه لا يوجد اتفاق عالمي حول تعريف موحد للصيرفة الإلكترونية، إلا أنه توجد عدة اجتهادات للباحثين في تحديد مفهوم لهذه المصطلحات. حيث يندرج المفهوم في سياق عام يشمل مختلف الأنشطة المصرفية التي تمارس بالاعتماد على وسائل وتقنيات إلكترونية.⁽¹⁾

كما تتصل المصطلحات السابقة بمبدأ قيام العميل بإدارة الحسابات الخاصة به وإنجاز الأعمال التي تكون متصلة بالبنك، سواء أكان هذا الأخير في المنزل أو المكتب أو أي مكان وفي أي وقت يريده. ويعبر هذا المبدأ على أن الخدمة المالية تكون متوفرة له في أي مكان ومتاحة في أي وقت⁽²⁾. أي أن العميل يتصل بالبنك مباشرة عبر الاشتراك العام في الإنترنت و يجري مختلف تعاملاته، فيقوم البنك بتزويده بحاسوب

(1) ذكرى عبد الرزاق محمد خليفة، (2017): النظام القانوني للبنوك الإلكترونية المزاي - التحديات - الأفاق، بدون طبعة،

دار الجامعة الجديدة: الإسكندرية، مصر، ص 18.

(2) مصطفى يوسف الكافي، المصدر سبق ذكره، ص 109.

شخصي يتضمن حزمة البرمجيات الشخصية الخاصة به وهذا مقابل رسوم أو يكون مجاني⁽¹⁾.

في ظل انتشار الإنترنت والتطور الهائل في تقنيات الحواسيب و الاتصالات وزيادة الاعتماد عليها في إدارة العمليات وتنامي دور المعلومات وقيمتها الاقتصادية، تطور مفهوم الخدمة المالية عن بعد، حيث انتقلت من مجرد تنفيذ العميل لأعماله عبر خط خاص إلى بنك متواجد كليا على الشبكة، و يتضمن موقعه كل البرامج اللازمة لأداء الأعمال المصرفية. فالبنوك الإلكترونية أو بنوك الإنترنت أو بنوك الويب بالرغم من ارتباطها بالحاسوب الشخصي إلا أنها لم تعد تقتصر على فكرة البنك المنزلي أو بنك على الخط ، بل أصبحت المواقع تتيح القيام بعدة نشاطات والاستفادة من الخدمات المتوفرة عليها. كما أطلق أيضا مصطلح مصارف القرن الواحد والعشرين و تتمثل في تلك الطرفيات التي تقدم خدمات بواسطة الحاسوب وتعد منافذ للبنك أو فروع له، كما انتشرت أيضا تسمية البنوك الافتراضية و هي البنوك التي تعمل بالكامل على الإنترنت.⁽²⁾

وبغض النظر عن المصطلح فإنه يمكن تعريف الصيرفة الإلكترونية بأنها قيام المؤسسات المصرفية باستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، وبواسطة قنوات

(1) إياد منصور حسن، المصدر سبق ذكره، ص 193.

(2) مصطفى يوسف الكافي، المصدر سبق ذكره، ص 111.

إلكترونية تقديم نفس الخدمات والمنتجات التقليدية و لمجموعة كبيرة من العملاء وتكون هذه الأخيرة متاحة لهم دون ضرورة تواجدهم الفعلي بفروع المؤسسة.⁽¹⁾

تعرف أيضا على أنها نظام قائم بذاته من خلال مواقع إلكترونية تقدم خدمات مصرفية، مالية ، تجارية وإدارية شاملة، تتمتع بوجود مستقل على الشبكة الإلكترونية وقادرة على إنشاء التعاقدات وتقديم الخدمات المصرفية.⁽²⁾ و تتضمن إتجاه البنوك نحو التوسع في إنشاء فروع لها عبر الإنترنت بدلا من إنشاء فروع و مباني جديدة.⁽³⁾ وتقوم البنوك الإلكترونية بتقديم الخدمات المصرفية سواء التقليدية أو المبتكرة من خلال الاعتماد على شبكات الاتصال الإلكترونية، ويتم الدخول إليها حصرا من طرف الأعضاء المشاركين فيها وهذا بعد قبولهم بشروط العضوية الموضحة من طرف البنك، ويتم ذلك من خلال أحد الوسائط الإلكترونية على الشبكة و هذا بهدف التواصل مع العملاء لتحقيق الأهداف التالية: ⁽⁴⁾

- يستطيع العميل التمتع بالخدمات البنكية (الاطلاع على حسابه، طلب قرض...إلخ)؛
- تقديم وإعلام العملاء حول نوعية الخدمات المتوفرة أو الجديدة؛
- يمكن للعميل من خلالها أن يقوم بعدة عمليات بنكية كالتحويل مثلا.⁽⁵⁾

⁽¹⁾ عمار فوزي كاظم المياحي ، ليلي فوزي أحمد جعفر، (2020): السياسات المصرفية الدولية الشمول المالي الاستدامة المصرفية 2030، الطبعة الأولى، المركز العربي للدراسات والبحوث العلمية: القاهرة، مصر ، ص 175.

⁽²⁾ عبد الهادي مسعودي، المصدر سبق ذكره، ص 20.

⁽³⁾ محمد الصيرفي،(2016): إدارة العمليات المصرفية العادية - غير العادية- الإلكترونية، الطبعة الأولى ، دار الفجر للنشر والتوزيع: القاهرة، مصر، ص 213.

⁽⁴⁾ أحمد بوراس، السعيد بريكة، المصدر سبق ذكره، ص90.

⁽⁵⁾ عبد القادر خليل،(2017): الاقتصاد البنكي مدخل معاصر، بدون طبعة، ديوان المطبوعات الجامعية : الجزائر، ص 65-66.

مما سبق يتم التوصل إلى تعريف للصيرفة الإلكترونية فهي تشير إلى عملية اندماج واستغلال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في العمل المصرفي، والتي نتج عنها جعل الأنشطة المصرفية الإلكترونية يعني تقديم وعرض الخدمات يكون عبر وسائط إلكترونية بحتة، تهدف إلى تسهيل وتقريب الخدمات من العملاء، جعل الاستفادة من البنك غير مقيدة بوقت أو بمكان.

المطلب الثاني: مستويات أعمال الصيرفة الإلكترونية و مخاطرها

يتم عرض خدمات الصيرفة الإلكترونية للعملاء عبر عدة مستويات، كما أنها كأى نشاط يعتمد على التكنولوجيا فهي لا تخلو من المخاطر كما سيوضح في هذا المطلب.

الفرع الأول: مستويات أعمال الصيرفة الإلكترونية

أثار معيار تحديد البنك الإلكتروني الكثير من الجدل و التساؤلات، فليس كل بنك يمتلك موقعا على الإنترنت يعتبر بنكا إلكترونيا. حيث ظهرت العديد من الدراسات في العالم التي تميز بين ثلاث صور للبنك الإلكتروني، و لعل من أبرزها الدراسات الصادرة عن جهات الإشراف و الرقابة في الولايات المتحدة الأمريكية و أوروبا و تتمثل فيما يلي:

1. الموقع المعلوماتي:⁽¹⁾ يعبر عن الحد الأدنى من الخدمات المصرفية الإلكترونية المقدمة ويعرف أيضا بالمستوى الأساسي. ويتم فيه تقديم معلومات حول البرامج، المنتجات والخدمات.

(1) مصطفى كمال السيد طایل، المصدر سبق ذكره، ص83.

2. الموقع التفاعلي (الاتصالي):⁽¹⁾ يتم في هذا المستوى حدوث نوع من التبادل الاتصالي بين البنك وعملائه عبر الإنترنت، و يتم في هذا المستوى تقديم خدمات: البريد الإلكتروني ، ملء طلبات ونماذج على الخط، القيام بالتعديل على معلومات القيود والحسابات ، تقديم خدمات حماية للعملاء خاصة عند ممارسة التجارة الإلكترونية كالتحقق من مخاطر الاحتيال والقرصنة.

3. الموقع التبادلي:⁽²⁾ يعتبر المستوى المتميز من الخدمات المصرفية الإلكترونية حيث يتم تقديم الخدمات والأنشطة للعميل في بيئة إلكترونية، يسمح له من خلاله إدارة حساباته، إجراء التحويلات ودفع الفواتير وغيرها من الخدمات الأخرى. ويترتب على هذا المستوى زيادة حرية العميل في تعاملاته مع البنك حيث يمكنه الدخول إلى نظام المعلومات الداخلي للبنك مما يشكل خطرا عليه. والجدول رقم(06) أدناه يوضح المستويات الثلاث للصيرفة الإلكترونية والخدمات المقدمة وفق كل نمط منها.

(1) ذكرى عبد الرزاق محمد خليفة، المصدر سبق ذكره، ص 22

(2) محمد الصيرفي، المصدر سبق ذكره، ص 94.

الجدول رقم (06): المستويات الثلاث للبنوك الإلكترونية والخدمات المقدمة وفق كل نمط منها

تسليم المعلومة		
مستوى الخدمات المقدمة منخفض	مستوى الخدمات المقدمة متوسط	مستوى الخدمات المقدمة متقدم
كتيب إلكتروني	تنزيل البيانات	استعمال نفس المورد المتعامل معه
معلومات تسويقية	تجنيد أشكال	بعض خيارات الاشتراك
عرض طرق للاتصال بالبنك	الارتباط مع مواقع أخرى	إعلانات
عروض خاصة وإعلانات	/	مناقشات جماعية
بنوك تستعمل الشبكة لتحسين علاقتها بالزبائن		
بريد إلكتروني وطرق وأشكال أخرى تساعد الزبون	أدوات وتقنيات مثل (آلة حاسبة)	الكثير من التكنولوجيا المتقدمة
الشبكة أكثر من عربة للتسوق والصفقات العادية		
فتح حسابات	الزبون يستطيع الحصول على معلومات أرصدة حساباته وكشوف حول تلك الحسابات	استعمال النقود الرقمية كطريقة لتطوير الصفقات من خلال الشبكة (الويب)
طلب منتجات وخدمات	تحويل الأموال	/
بطاقة طلبات	فاتورة دفعات	/
الاستثمار وخدمات بطاقات الائتمان	الزبون يقدم بعض المعلومات للبنك لعمل قاعدة بيانات	/
تقديم اقتراحات وشكاوي	/	/

المصدر: أحمد بوراس ، السعيد بريكة،(2020): أعمال الصيرفة الالكترونية الأدوات

والمخاطر، بدون طبعة، دار الكتاب الحديث: القاهرة، مصر. ، ص 113.

الفرع الثاني: مخاطر الصيرفة الإلكترونية

يرافق اعتماد البنك على خدمات الصيرفة الإلكترونية تعرضه لمخاطر عديدة، فقد أوصت لجنة بازل بضرورة قيام البنوك باتخاذ الإجراءات و السياسات اللازمة لمواجهة هذه المخاطر و إدارتها بشكل جيد، من خلال عمليات التقييم، الرقابة والمتابعة التي تقوم بها هذه الأخيرة. و تختلف الأسباب التي تؤدي لتعرض البنوك التي تتعامل بالصيرفة الإلكترونية للمخاطر حيث توضح كما يلي: ⁽¹⁾

1. المخاطر الاستراتيجية:

يعبر الخطر الاستراتيجي عن كل تأثير يمس الأرباح أو رأس المال يكون هذا الأخير حالي أو محتمل، ينتج عن عدة أسباب من بينها: قرارات تجارية غير نافعة أو تطبيق المنظمة لقرارات غير صائبة أو عدم الاستجابة للتغيرات في بيئة الصناعة. كما يعتبر هذا النوع من المخاطر من بين أهم مخاطر العمليات المصرفية الإلكترونية التي ترتبط أساسا بكل ما تتخذه الإدارة العليا في البنك من قرارات أو سياسات، وتتميز هذه المخاطر بكونها عامة وأكثر اتساعا ، شمولاً ، كما تمتد تأثيراتها لكل الأنواع الأخرى.

ينتج الخطر الاستراتيجي نتيجة عدم توافق الأهداف الاستراتيجية للبنك مع ما تم تطويره من استراتيجيات أو مع ما تم تخصيصه من موارد، لذلك من الضروري أن يقدر البنك التكاليف المتعلقة بإدارة المخاطر المرافقة لها قبل قيامه بتقدير العائد المتوقع. وليتفادى البنك هذا النوع من المخاطر

⁽¹⁾ بن شريف مريم، (2010): الأعمال المصرفية الإلكترونية الرهانات والتحديات إشكالية الإشراف و الرقابة المصرفية، مجلة الاقتصاد الجديد(العدد02)، ص 158.

لا بد له من تطوير أهداف واضحة لتقييم مدى نجاح الاستراتيجيات الخاصة بالصيرفة الإلكترونية⁽¹⁾، خاصة في ظل الحاجة الملحة لتقديم مثل هذه الخدمات و تزايد الطلب عليها من طرف العملاء من جهة واشتداد حدة المنافسة في السوق المصرفية من جهة أخرى.⁽²⁾

2. مخاطر التشغيل: ⁽³⁾

تنشأ هذه المخاطر من عدم ملائمة أنظمة المعلومات في البنك أو عدم تأمينها بشكل كافي أو مشاكل في إنجاز العمل، أعمال الصيانة أو الإساءة في الاستخدام من طرف العاملين وذلك فيما يلي:

أ. عدم تأمين النظام المعلوماتي للبنك بالشكل الكافي: ⁽⁴⁾

يظهر الخطر في هذه الحالة من إمكانية اختراق أنظمة حسابات البنك من طرف غير المرخصين لهم سواء كانوا من خارج البنك أو العاملين به، والهدف من ذلك هو الاطلاع على المعلومات الخاصة بالعملاء و استغلالها. مما يستوجب على البنك اتباع الإجراءات الصارمة لكشف عمليات الاختراق والحد منها لحمايتهم.

(1) أحمد بوراس ، السعيد بركة، المصدر سبق ذكره، ص ص 277-279.

(2) يدو محمد ، قاشي خالد،(2011): استراتيجية إدارة مخاطر الصيرفة الإلكترونية، ورقة مقدمة لأعمال الملتقى الدولي الرابع حول عصرية نظام الدفع في البنوك الجزائرية و إشكالية اعتماد التجارة الإلكترونية في الجزائر -عرض تجارب دولية- يومي 26-27 أفريل 2011، المركز الجامعي بخميس مليانة، الجزائر ، ص 8.

(3) المصدر سبق ذكره، ص 8.

(4) محمد الصيرفي، المصدر سبق ذكره، ص 224.

ب. عدم ملائمة تصميم أنظمة المعلومات في البنك أو الصيانة الدورية لها: (1)

ينشأ الخطر في هذه الحالة من فشل أنظمة المعلومات أو عدم كفاءتها في مواجهة طلبات المستخدمين، الضعف في حل المشاكل المتعلقة بهذه الأنظمة وصيانتها بشكل سريع، خاصة في حالة التبعية التكنولوجية لأطراف أخرى مما ينجر عنه عدة مشاكل فنية تؤثر على مصداقية البنك؛ وفي مثل هذه الحالات لابد من إتخاذ الإجراءات اللازمة من طرف إدارة البنك كمراقبة أداء الجهات المسؤولة عن الصيانة ومراجعة بنود العقود المبرمة معها.

ج. إساءة الاستخدام من طرف العملاء:

ويكون السبب الرئيسي لهذا الخطر هو عدم اطلاع العملاء الكافي على إجراءات التأمين الوقائية، أو السماح بقرصنة حساباتهم من خلال استخدام معلوماتهم الشخصية للدخول إلى الشبكة أو القيام بعمليات تبويض الأموال.

3. مخاطر السمعة: (2)

إن نجاح البنوك في أعمالها يرتبط ارتباطاً وثيقاً بسمعتها في السوق كمؤسسات تحظى بثقة و اتفاق عام من طرف العملاء، وفي حالة فشل البنك في اعتماد شبكة ذات ثقة عالية وأمنة يسبب ذلك اختراق مؤثر له مما يسبب ظهور رأي عام سلبي حوله³. كما

(1) ناظم محمد نوري الشمري، عبد الفتاح زهير العبد اللات، (2008): الصيرفة الإلكترونية الأدوات والتطبيقات ومعوقات التوسع، الطبعة الأولى، دار وائل للنشر والتوزيع: عمان، الأردن، ص ص 245-246.

(2) يدو محمد، قاشي خالد، المصدر سبق ذكره، ص8.

(3) بن شريف مريم، المصدر سبق ذكره، ص 159.

ينشأ هذه النوع من المخاطر عندما تكون الخدمات المقدمة غير كفؤة ولا ترقى لمستوى تطلعات العملاء أو عدم انتظامها.⁽¹⁾

4. المخاطر القانونية: ⁽²⁾

ترتبط هذه المخاطر بضعف القوانين والتشريعات أو افتقارها إلى إجراءات تحد من سوء استخدام الشبكة ، والحفاظ على حقوق العملاء في الأمن والسرية واحتمالية تعرضهم للاحتيال والقرصنة. كذلك عدم احترام القواعد والتشريعات المتعلقة بمكافحة تبييض الأموال أو عدم وضوح الحقوق والالتزامات القانونية الناتجة عن عمليات الصيرفة الإلكترونية.⁽³⁾

5. المخاطر الأخرى: ⁽⁴⁾

ترتبط هذه المخاطر بمخاطر خاصة بالعمليات المصرفية التقليدية كمخاطر الائتمان، مخاطر السيولة، مخاطر السوق وغيرها، مع احتمال زيادة حدوثها في حالة العمليات المصرفية الإلكترونية وامتداد نشاط منح الائتمان إلى عملاء خارج الحدود مما يزيد من احتمالات عدم قدرتهم على سداد التزاماتهم.

(1) يدو محمد ، قاشي خالد، المصدر سبق ذكره، ص8.

² Deghnouche Latra, Mezghiche Djamel, (2023): E-Banking Risks Management, Afak For Sciences Journal, (N°03), p 423.

(3) بن شريف مريم، المصدر سبق ذكره، ص 159.

(4) محمد الصيرفي، المصدر سبق ذكره، ص 225.

المطلب الثالث: المقارنة بين العمل المصرفي التقليدي والعمل المصرفي

الإلكتروني

انطلاقاً من الخصائص التي تتميز بها البنوك الإلكترونية برزت عدة فروقات بينها

وبين البنوك التقليدية كما هي موضحة في الجدول رقم (07):

الجدول رقم (07): الفرق بين البنوك التقليدية والبنوك الإلكترونية

أوجه المقارنة	البنوك التقليدية	البنوك الإلكترونية
الحضور	تتميز بالوجود المادي الحقيقي لخدمة العملاء.	ليس لها وجود مادي فالخدمات متاحة على الإنترنت.
الوقت	تستهلك الكثير الوقت فالعميل مضطر لزيارة البنك لإجراء المعاملات المصرفية.	لا تستغرق وقتاً فالعملاء يمكنهم الوصول إلى حساباتهم بسرعة و بسهولة ، من أي مكان على الكمبيوتر بواسطة الإنترنت.
إمكانية الوصول	يجب على العملاء زيارة البنك خلال أوقات العمل فقط.	الخدمات المصرفية متاحة في أي وقت على مدار 24 ساعة.
الأمن	لا تتعرض البنوك التقليدية في الغالب إلى مخاطر القرصنة الإلكترونية.	من بين أهم المخاطر التي تتعرض لها هو خطر القرصنة الإلكترونية، وعدم الأمان لدى العميل بخصوص حساباته وبياناته.
التحكم المالي	لا يستطيع العملاء أن يهتموا بشكل دقيق ويتحكموا في مواردهم المالية ، خاصة إذا كانوا يسافرون غالبية الوقت إلى الخارج.	يستطيع العميل التحكم في موارده المالية وتكون لديه سيطرة أكبر عليها، خاصة في حالة سفره أغلبية الوقت إلى الخارج.

النفقات	ينفق العملاء الأموال لزيارة البنك.	العملاء لا ينفقون المال لزيارة البنك ويمكنهم تجنب الرسوم المصرفية المفروضة على التعاملات بأجهزة الصراف الآلي ، كذلك عند دفع الفواتير بطريقة مباشرة من حسابهم إلى التاجر، كما توفر الأموال على حساب الرسوم البريدية.
التكاليف	تتكبد البنوك التقليدية الكثير من التكاليف مثل التكاليف التشغيلية و الثابتة.	ليس للبنك وجود مادي مما يساهم في تخفيض التكاليف.
خدمة العميل	يتم التعامل مع عدد قليل فقط من العملاء في وقت واحد.	الاعتماد على تقديم الخدمات الإلكترونية يجنب العملاء الانتظار في الطوابير الطويلة.
الاتصال بالعملاء	يكون الاتصال مع العملاء وجها لوجه.	يكون الاتصال إلكتروني.

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على:

– Jyoti Bathra, Usha Porwal, (2018): A Comparative Analysis Of Traditional Banking And Electronic Banking With The Special Reference Of Indore District, International Journal of Creative Research Thoughts (N°01), p 386.

من منطلق المميزات التي تتمتع بها البنوك الإلكترونية عن غيرها من البنوك التقليدية، يتضح أن اعتمادها يساهم في تحسين الأداء البنكي من خلال إتجاهين المالي و التجاري. فعلى المستوى المالي، تحقق عدة مزايا و أهمها تخفيض التكاليف، سرعة و كفاءة إنجاز العمليات الداخلية وهي عوامل تساهم في زيادة مؤشرات الأداء المالي للبنك. على المستوى التجاري، يساهم اعتماد هذا النوع من البنوك في خلق قاعدة واسعة من العملاء حيث يصبح الوصول إليهم سهلاً، كذلك عرض باقة مختلفة من الخدمات

التي تلبي احتياجات العملاء المتغيرة و في الوقت المناسب و بجودة عالية، مما يساهم في زيادة الثقة والولاء لديهم إتجاه البنك مع ضرورة الحفاظ على أمن و سرية معلوماتهم كلها عوامل تساهم في الرفع من مؤشرات الأداء التجاري.

المطلب الرابع: أدوات الدفع الإلكترونية وقنوات الصيرفة الإلكترونية

الفرع الأول: تعريف وأنواع أدوات الدفع الإلكترونية

إن توجه البنوك نحو اعتماد أنظمة وأدوات الدفع الإلكترونية والتخلي التدريجي عن الوسائل التقليدية، جاء نتيجة لكفاءة أنظمة السداد الحديثة وفاعليتها و كونها أقل تكلفة مقارنة بالوسائل التقليدية، كما أن انتشار التعامل بالتجارة الإلكترونية فرض إلزامية التوجه نحو أدوات وطرق سداد جديدة. وقد أشار رئيس شركة بوسطن أديسون للطاقة " أن نظم السداد الإلكترونية نظم رابحة WIN " ، كما أضاف جون دودج وهو محرر في صحيفة وول ستريت " أن شركة GTE ترسل 53.5 مليون فاتورة سنويا، فتستهلك 1.6 مليون رطل من الورق أي 2073 شجرة ".⁽¹⁾ فأداة الدفع هي تلك الأداة المقبولة اجتماعيا من أجل تسهيل المعاملات الخاصة بتبادل السلع ، الخدمات و تسديد الديون.⁽²⁾ نميز بين عدة أنواع من أدوات الدفع الإلكترونية كما يلي:

(1) محمد عبد الله شاهين محمد ، المصدر سبق ذكره ، ص133.

(2) زهيرة بن خضرة، أمال بن بريح، (2023): عصرية نظام الدفع الإلكتروني في الجزائر، مجلة البحوث والدراسات القانونية والسياسية (العدد 02)، ص 33.

أ. البطاقات البنكية *

تعتبر بطاقات الدفع الإلكترونية كأحد وسائل الدفع الإلكترونية التي تتيحها البنوك لعملائها، ويستطيعون من خلالها شراء مختلف السلع والخدمات والقيام بعمليات السحب و هذا وفق نظام متكامل. وتسمى هذه البطاقات ببطاقات الاعتماد أو البطاقات البنكية أو بطاقات الوفاء الإلكتروني.⁽¹⁾ وتعد من بين أنجح أدوات الدفع وأكثرها تداولاً لكونها تعد في أعلى قائمة بطاقات الدفع المفضلة من طرف عملاء البنوك، ففي فرنسا مثلاً تتم 50 % من المعاملات بالبطاقات⁽²⁾ وهذا نظراً لما تحققه من مزايا لحاملها، بحيث تسمح له بالاحتفاظ بالنقود في بطاقته فهي تلبي حاجياته وتخلق نوع من الضمان لدى الفرد.⁽³⁾ وتعرف البطاقة البنكية على أنها " وسيلة دفع يتم توفيرها من قبل مؤسسة مصرفية أو إئتمانية التي يستطيع بواسطتها حامل البطاقة من سداد مشترياته أو بسحب الأموال من أجهزة الصراف الآلي".⁽⁴⁾ كما تعرف أيضاً على: أنها بطاقة بلاستيكية تحتوي على معلومات رقمية وتستخدم هذه المعلومات في أغراض الدفع، كما يمكن استخدامها لأغراض أخرى مثل التعريف أو الدخول لمواقع خاصة لا يمكن الدخول فيها إلا للمرخص لهم، بعض هذه البطاقات الإلكترونية تسمى أيضاً البطاقات الذكية

* للمزيد من المعلومات انظر المصدر: راقي دراجي ، (2023): دور وسائل الدفع الإلكترونية في تعزيز الشمول المالي في ظل جائحة كورونا -كوفيد 19-، مجلة التكامل الاقتصادي(العدد02)، ص ص 219-221.

(1) ذكرى عبد الرازق محمد خليفة، المصدر سبق ذكره، ص55.

(2) Philippe Herlin, (2015) : Apple, Bitcoin, Paypal, Google : La Fin Des Banques ? , Eyrolles édition : paris, France, P16.

(3) هاجر أميرة بورايو، (2018): واقع استخدام البطاقات البنكية في الجزائر-دراسة مقارنة لعينة من البنوك العمومية الجزائرية-، مجلة الأبحاث الاقتصادية(العدد01)، ص 367.

(4) billet de banque, Définition du mot Carte bancaire. Sur le site : <https://billetdebanque.panorabanques.com/> , consulté le 26/05/2022, 15 :30.

لإحتوائها على معلومات يمكن التعامل معها بطريقة أخرى.⁽¹⁾ تعرف أيضا: "على أنها النظام الذي يستند إلى قيام جهة معينة (في الغالب بنك) بإصدار بطاقة ورقية أو بلاستيكية أو أي مادة أخرى تضمن المتانة والسلامة وعدم التلف أو إمكانية التزوير لصالح شخص آخر (الزبون)؛ تسمح له بشراء السلع و الحصول على الخدمات بتقديم هذه البطاقة بدلا من السداد نقدا".⁽²⁾ ومن خلال التعاريف السابقة يمكن تعريف البطاقة البنكية على أنها بطاقة تصدر عن مؤسسة بنكية غالبا، تتضمن معلومات سرية تتعلق بصاحب هذه البطاقة، تتميز بعدة خصائص وتتيح لحاملها الاستفادة من خدمات مالية مختلفة. الجدول رقم(08) يبين مزايا و عيوب البطاقات البنكية بالنسبة لحاملها ، التاجر و بالنسبة للجهة المصدرة لها:

(1) نبيل آيت شعلال،(2019): البطاقات البنكية وعوائق استخدامها في الجزائر، مجلة الدراسات القانونية والاقتصادية(العدد02)، ص 9.

(2) عبد الهادي مسعودي، المصدر سبق ذكره، ص ص 53-54.

الجدول رقم (08): مزايا وعيوب البطاقات البنكية

الجهات	المزايا	العيوب
حامل البطاقة	- سهولة ويسر الاستخدام؛ - الأمان و تقادي السرقة والضياع ؛ - فرصة الحصول على إئتمان مجاني لمدة محددة؛ - السرعة والفورية في إتمام الصفقات باستعمال رقمها فقط؛ - الوصول إلى الأسواق العالمية (المواقع الخاصة بالتجارة الإلكترونية).	- زيادة الاقتراض و الانفاق بما يتجاوز القدرة المالية؛ - عدم سداد حامل البطاقة لقيمتها في الوقت المحدد يضع اسمه ضمن القائمة السوداء .
التاجر	- تعد أقوى ضمان لحقوق البائع؛ - تساهم في زيادة المبيعات؛ - الأمان و تقادي سرقة الأموال عند تحويلها إلى البنك؛ - تجنب الأوراق النقدية المزورة ؛ - الوصول إلى الأسواق العالمية (مواقع التجارة الإلكترونية)؛ - نقل عبء متابعة الديون إلى عاتق البنوك والشركات المصدرة.	- قد تؤدي مخالفاته أو عدم التزامه بالشروط إلى إلغاء البنك التعامل معه ووضعه في القائمة السوداء، وما يترتب عنه من صعوبات في ممارسة نشاطه التجاري.
مصدر البطاقة	- تعزيز الأرباح من خلال الفوائد و الرسوم والغرامات.	- خطر تعثر حاملي البطاقات في سداد ما يترتب عليهم من ديون؛ - تحمل البنك المصدر نفقات ضياعها.

المصدر: من الباحثة بالاعتماد على :

- عمار زودة، عبد الغاني بن علي، (2023): واقع وسائل الدفع الإلكترونية في الجزائر و متطلبات ترقيتها، مجلة البحوث الاقتصادية و المالية(العدد 02)، ص81.

- Ibeghouche Saadia, Mokrane Ali, (2022) : Adoption et utilisation des paiements électroniques en Algérie : étude empirique de la période (2016-2022), Revue de l'économie financière & des affaires(N°03), p 557.

ب. الشيكات الإلكترونية⁽¹⁾

تتشابه مع الشيكات التقليدية و تقوم على وجود وسيط ، حيث يتم الكتابة و التوقيع عليها عبر شبكة الإنترنت، فيتحوّل الشيك المكتوب الورقي إلى شيك مكتوب إلكتروني و تنخفض التكاليف في هذه الحالة إلى أدنى مستوى لها. و يعرف الشيك

⁽¹⁾ عمار زودة، عبد الغاني بن علي، المصدر سبق ذكره، ص81.

الإلكتروني بأنه رسالة إلكترونية مؤمنة موثقة يرسلها مصدر الشيك إلى مستلم الشيك (حامله)، فيتم اعتماده و يقدمه للبنك عبر الإنترنت ليقوم هذه الأخير بعملية تحويل المبلغ المالي إلى حساب حامل الشيك. بعد إتمام العملية يلغى الشيك و يعاد إلكترونيا إلى مستلم الشيك ليكون دليلا على عملية الصرف و يستطيع حامل الشيك التأكد من ذلك إلكترونيا.⁽¹⁾

ج. التحويلات الإلكترونية⁽²⁾

يتم وفق هذه العملية تقديم الصلاحية لبنك ما بالقيام بالتحويل المالي (دائن أو مدين) إلكترونيا، من حساب بنكي إلى آخر ويكون التعامل إلكترونيا فهو يتم عبر الهواتف أو أجهزة الحاسوب أو أجهزة المودم عوضا عن التعامل بالأوراق ، ويتم بتوقيع نموذج معتمد موحد لمصلحة الجهة المستفيدة (التاجر). يتيح هذا النموذج اقتطاع القيمة المحددة من حساب العميل حسب تسلسل زمني (يومي ، أسبوعي أو شهري) ، ويختلف عن الشيك في كون صلاحيته تمتد لأكثر من عملية واحدة.⁽³⁾

د. البطاقات الذكية: وهي بمثابة رقاقة إلكترونية تمثل قيمة نقدية ، تخزن فيها البيانات الشخصية لحاملها كالاسم ، اللقب، العنوان، اسم البنك ، الأرصدة القائمة و تاريخ حياة العميل المصرفية ...إلخ. و تتشابه البطاقة الذكية مع النقود الورقية في كون العمل بها لا يتطلب تسوية نهائية أو مقاصة، إضافة لعدم إمكانية تعقب المعاملات و الصفقات

⁽¹⁾ فوزي إنال، (2022): واقع وسائل الدفع الإلكترونية المستحدثة في إطار التكنولوجيا المالية، مجلة المعيار (العدد 02)، ص584.

⁽²⁾ عمار زودة، عبد الغاني بن علي، المصدر سبق ذكره، ص 82.

⁽³⁾ راقي دراجي ، المصدر سبق ذكره، ص222.

التي تتم بواسطتها. وفي حالة ضياعها لا يمكن لغير صاحبها استعمالها،⁽¹⁾ وتتميز أيضا بكونها قادرة على تخزين الخصائص البيومترية ، وتتعامل مع الوسائل التي يمكن من خلالها التعرف على مميزات حاملها الشخصية كمسح شبكية العين، هندسة اليد، بصمة الإصبع أو بصمة الصوت.⁽²⁾ وفي هذا النوع من البطاقات يكون العميل قادرا على المفاضلة بين طريقتين للتعامل: إئتماني أو دفع فوري، ما يجعل من هذه البطاقة بطاقة عالمية لكونها تستخدم على نطاق واسع في أوروبا و الولايات المتحدة الأمريكية.⁽³⁾

هـ. النقود الإلكترونية: عرفها المصرف المركزي الأوروبي بأنها " القيمة النقدية المخزنة إلكترونيا على أداة تقنية كثيرة الاستعمال في وسائل الدفع، وتحظى بقبول واسع من المتعاملين بها، وأنه يتم إصدارها دون ربطها بحسابات مصرفية".⁽⁴⁾ فالنقود الإلكترونية أو الرقمية هي المكافئ الإلكتروني للنقود التقليدية التي يتم تداولها في العادة، تتميز بعدة خصائص نذكرها:⁽⁵⁾

– البساطة وسهولة الاستخدام: استعمالها دون اللجوء إلى ملء الاستثمارات؛

– عمليات الدفع بها تكون سريعة دون وساطة؛

(1) أحمد محمد غنيم، (2022): التسويق الإلكتروني، الطبعة الأولى، المكتبة العصرية للنشر و التوزيع: المنصورة، مصر، ص 100.

(2) أحمد بوراس ، السعيد بريكة، المصدر سبق ذكره ، ص ص 225-226.

(3) مصطفى يوسف الكافي، المصدر سبق ذكره، ص 155.

(4) أحمد شعبان محمد علي، (2022): التسويق الإلكتروني وارتباطه بالنقود الرقمية، بدون طبعة، دار التعليم الجامعي: الإسكندرية، مصر، ص 203.

(5) أرفق محمد شرهان، محمد المنصور و محمد الطوشي،(2023): تأثير أنظمة الدفع الإلكتروني في الأداء المالي في البنوك اليمنية -دراسة تطبيقية في البنوك العاملة في مدينة صنعاء- ، مجلة جامعة البيضاء(العدد01)، ص45.

– غير خاضعة للحدود الجغرافية أو السياسية يمكن استعمالها في أي مكان و زمان في كل دول العالم ؛

– يعتبر الدفع بالنقود الإلكترونية من بين أكثر الطرق أمانا نظرا لاعتماد البنوك على بروتوكولات الحماية.

و. **المحافظ الإلكترونية:** تمثل أداة خصم فورية دون وسيط بين المشتري والتاجر ⁽¹⁾، و هي عبارة عن بطاقة مزودة بشريحة مثبتة على جهاز صغير قابل للشحن أو إعادة الشحن. وتصلح للوفاء بالديون ذات القيمة القليلة، وتحل محل النقود. ⁽²⁾ وتستعمل للدفع وتسوية المعاملات عبر الإنترنت: ك شراء المجلات، الأطعمة الجاهزة، حيث يتناقص رصيدها بقيمة المشتريات. ⁽³⁾

الفرع الثاني: قنوات الصيرفة الإلكترونية *

تقدم الخدمات عبر قنوات التوزيع الإلكترونية بطريقة كاملة ، أي أن كل مراحل الحصول على الخدمة بداية من اختيارها و إجراءات إتمامها تكون إلكترونية. ⁽⁴⁾ وتعتبر تكلفة تقديم الخدمات عبر قنوات الصيرفة الإلكترونية منخفضة نوعا ما مقارنة بالخدمات المقدمة بالطرق التقليدية كما هي موضحة في الجدول رقم(09):

⁽¹⁾ Noui Nouredine, Douffi Maroua et Choubar Lyes, (2023) : Vers le E-Banking sécurisé en Algérie, Revue Cahiers Economiques (N° 01), P 101.

⁽²⁾ Guy Hervier, (2001) : Le Commerce électronique Vendre en ligne et optimiser ses achats, édition d'Organisation : Paris, France, P 191.

⁽³⁾ فوزي إينال، المصدر سبق ذكره، ص 584.

* للاطلاع على المزيد أنظر المصدر: عبد القادر جدو ، عبد الهادي مختار، (2024): مزايا استخدام القنوات الإلكترونية وتأثيرها على الحصة السوقية : دراسة استطلاعية لوجهات نظر عملاء الوكالات البنكية بمدينة تيارت، مجلة أبحاث اقتصادية معاصرة(العدد 01)، ص ص 416-417.

⁽⁴⁾ محمد وزاني، زقاي حميدي، (2021): تسويق الخدمات المصرفية، بدون طبعة، دار النشر الجامعي الجديد: تلمسان، الجزائر، ص 92.

الجدول رقم(09): تقدير تكلفة الحصول على الخدمات البنكية عبر القنوات الإلكترونية

قناة الخدمة	تقدير التكلفة
الخدمة عبر فرع البنك	295 وحدة
الخدمات من خلال الهاتف مراكز الاتصال	56 وحدة
الخدمة عبر شبكة الانترنت	4 وحدات
الخدمة من خلال الصرافات الآلية	01 وحدة

المصدر: الويزة أوصغير،(2018): خدمات الصيرفة الإلكترونية في البنوك الجزائرية- دراسة حالة القرض الشعبي الجزائري-، مجلة اقتصاديات المال و الأعمال (العدد 07)، ص369.

وفق الجدول رقم(09) يتضح بأن الاعتماد على قناة الصراف الآلي يكلف 01 وحدة و هي الأقل تكلفة من بين القنوات الواردة في الجدول ، تليها الخدمات المقدمة من خلال شبكة الإنترنت بمقدار 04 وحدات. ثم في المرتبة الثالثة الخدمات المقدمة عبر الهاتف بـ56 وحدة ، و أخيرا الأعلى تكلفة هي الخدمات المقدمة بالطريقة التقليدية، أي من خلال الفرع المادي للبنك والتي تكلف 295 وحدة. انطلاقا مما سبق و نظرا لكون تبني توجه الصيرفة الإلكترونية يحقق للبنوك العديد من المزايا كان لابد من اعتمادها على القنوات الإلكترونية في توزيع الخدمات لتحقيق الاستفادة القصوى من ذلك. والجدول رقم(10) الموضح أدناه يلخص خدمات الصيرفة الإلكترونية و قنوات توزيعها:

الجدول رقم (10): خدمات الصيرفة الإلكترونية وقنوات توزيعها

اسم القناة	نوع الخدمة	مع من/ماذا يتفاعل العميل لأداء عملية تجارية؟	أمثلة على الوظائف المقدمة من طرف القناة	التطبيق المستخدم	خاصية التعريف	الجهاز المستخدم
أجهزة الصراف الآلي GAB	خدمة ذاتية	جهاز الصراف الآلي GAB	السحب، الاطلاع على الرصيد، الدفع والإيداع.	تكنولوجيا حسب الطلب	البطاقة/ رقم التعريف الشخصي، بيومترية، الهاتف المحمول.	GAB جهاز صراف آلي، وحدة HSM أمان الأجهزة
خدمات مقدمة عبر الانترنت	خدمة ذاتية	الكمبيوتر، الهاتف، جهاز لوحي أو طرفي.	طلب معلومات، القيام بالدفع أو التحويلات	موقع الكتروني WEB	اسم المستخدم، كلمة المرور.	الكمبيوتر، الهاتف، جهاز لوحي أو طرفي.
خدمات مقدمة من طرف وكيل	في الشباك	وكيل، تاجر، هاتف محمول، نقطة بيع PDV.	الايداع، السحب أو الدفع.	موقع الكتروني WEB، نقطة بيع PDV، هاتف محمول.	البطاقة/ رقم التعريف الشخصي، بيومترية، أداة تعريف مادية.	الكمبيوتر، الهاتف، لوحة رقمية ونقطة بيع PDV
خدمات مقدمة عبر الهواتف المحمولة	خدمة ذاتية	الهاتف	طلب معلومات، القيام بالدفع أو التحويلات.	الهاتف المحمول	كلمة المرور	الهاتف
خدمات المحافظ الإلكترونية	خدمة ذاتية أو الشباك	هاتف، كمبيوتر، تاجر، طرفيات دفع، جهاز صراف آلي، وكيل أو بطاقة.	الايداع أو السحب، الدفع أو التحويلات.	الويب، نقاط البيع، الهاتف، كمبيوتر محمول والتكنولوجيا حسب الطلب GAB	البطاقة/ رقم التعريف الشخصي، بيومترية، أداة تعريف مادية.	هاتف، الكمبيوتر، أجهزة الصراف الآلي ونقاط البيع.

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على:

– Geraldine O’Keeffe, Charlene Bachman et Omoneka Musa Oyier,(2017): Canaux De Distribution Alternatifs Et Technologies, world Bank Group ,Sur le site :

<https://documents1.worldbank.org/curated/en/372781531285581358/pdf/Alternative-delivery-channels-and-technology-handbook.pdf> , consulté le 15/02/2022, 9 :30.

المبحث الثاني: مدخل إلى استراتيجية الإدارة الإلكترونية

أفرز ظهور تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات ضرورة البحث عن نماذج وأساليب إدارية جديدة تتماشى و متطلبات خصائص المرحلة الحالية، من هذا المنطلق بدأ التفكير في التحول والانتقال من النمط الإداري التقليدي إلى النمط المعاصر أو الإلكتروني بهدف تحقيق العصرية على مستوى المؤسسات على اختلاف ميادين و مجالات نشاطها.

المطلب الأول: تعريف و خصائص الإدارة الإلكترونية

تعرف الإدارة الإلكترونية على أنها "عملية يتم فيها استبدال المعاملات و الاستغناء عنها بالاعتماد على تكنولوجيا المعلومات وذلك من خلال المكتب الإلكتروني، ويتم أيضا معالجة الخدمة العمومية عبر مراحل و خطوات متسلسلة يتم تنفيذها بشكل مسبق".⁽¹⁾

كما تتضمن الإدارة الإلكترونية ممارسة عناصرها المتمثلة في البرامج والمكونات المادية، الشبكات، المورد البشري وذلك عبر طرق إلكترونية للوصول إلى الدقة، السرعة و التلقائية. كما تتضمن تكييف وظائفها (التخطيط، التنظيم و القيادة) وفق تكنولوجيا المعلومات و بالتالي تحقيق متطلبات الملائمة والاستخدام الأمثل و الفعال للتكنولوجيات الحديثة.⁽²⁾

(1) علاء عبد الرزاق سالمى، خالد إبراهيم السليطي، (2008): الإدارة الإلكترونية، بدون طبعة، دار وائل للنشر والتوزيع: عمان، الأردن، ص ص 22-24.

(2) سعد غالب، (2010): الإدارة الإلكترونية، بدون طبعة، دار اليازوري للنشر والتوزيع: عمان، الأردن، ص ص 22-24.

في ظل انتشار الإنترنت واستخدامها بشكل واسع في شتى المجالات، نتج عنه تغييرات في شكل العمل الإداري فأصبحت الإدارة الإلكترونية من أهم مميزات تطبيق و اعتماد الأعمال الإلكترونية. حيث يساهم تطبيق هذه الأخيرة في تحقيق عدة مزايا أهمها المحافظة على الميزة التنافسية ، مواجهة ظاهرة العولمة، عرض أنشطة جديدة سواء على مستوى السوق الحالي أو الأسواق المستقبلية، كذلك فتح الحدود مع العالم الخارجي. (1)

تعرف أيضا على أنها استراتيجية إدارية لعصر الاقتصاد الرقمي والمعلومات، تهدف إلى تحقيق خدمات أفضل مع الاستغلال الأمثل للمعلومات المتاحة، وذلك عن طريق التوظيف الفعال للموارد المادية، البشرية و المعنوية عبر طرق ووسائل إلكترونية تساهم في توفير الوقت، الجهد و المال. كذلك تقديم خدمة للعميل تتوافق مع متطلباته و جودة عالية وهو ما يكرس "مفهوم أدخل على الخط، و لا تدخل في الخط". (2)

وعرفت الإدارة الإلكترونية من قبل المفوضية الأوروبية على أنها " استخدام الأدوات و النظم التي تصبح أكثر إمكانية بفضل تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات، لتقديم خدمات عامة بأفضل نوعية للمواطنين و الشركات". (3)

(1) محمود عبد الفتاح رضوان، (2012): الإدارة الإلكترونية وتطبيقاتها الوظيفية، بدون طبعة، المجموعة العربية للتدريب والنشر: القاهرة، مصر، ص 19.

(2) فداء حامد، (2015): الإدارة الإلكترونية الأسس النظرية والتطبيقية، الطبعة الأولى، دار الكندي للنشر والتوزيع: عمان، الأردن، ص ص 208-209.

(3) مصطفى صايم ، محمد بوقناديل، (2019) : مساهمة الإدارة الإلكترونية في تطوير أساليب العمل المصرفي - إشارة للخدمات الإلكترونية التي يقدمها البنك الوطني الجزائري BNA، مجلة إضافات اقتصادية (العدد 02)، ص 111.

كما عرفها البنك الدولي على أنها " مفهوم يتضمن كيفية استخدام واستغلال تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات عبر إحداث تغييرات على طريقة تفاعل، تعامل المواطنين و المؤسسات التجارية مع الحكومة، مما يتيح لهم فرصة المشاركة في عملية صنع القرار. كما تساهم في تحسين طرق الوصول إلى المعلومات ، الشفافية وتكريس مفهوم المجتمع المدني." (1)

مما سبق يتم التوصل إلى أن الإدارة الإلكترونية هي أسلوب إداري حديث يتضمن عملية إدخال تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات في العمل الإداري للمنظمة، وهذا بهدف ربح الوقت، الجهد ، المال و تقديم خدمات إلكترونية ذات جودة في أي مكان و في أي زمان؛ أي الوصول إلى أكبر شريحة من المواطنين بالاعتماد على الوسائل الإلكترونية.

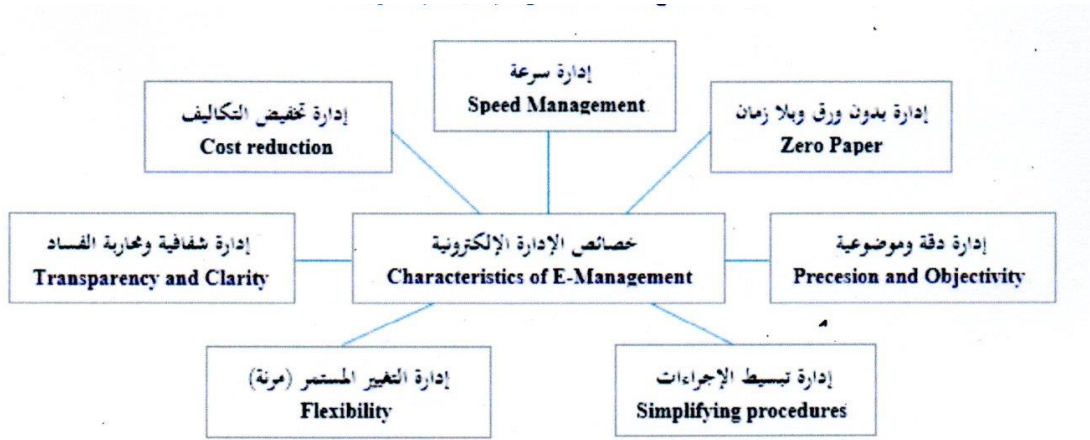
بالنسبة للمؤسسات البنكية فإن مفهوم استراتيجية الإدارة الإلكترونية بها لا يختلف عنه في باقي المؤسسات، فاستخدام تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات المتطورة سوف يمكن البنوك من الانتقال من إدارة تقليدية تعتمد على الورق إلى إدارة حديثة إلكترونية تعتمد على انتقال المعلومات عبر الحواسيب؛ وفق شبكة معلوماتية داخل البنك أو وفق شبكة معلوماتية عالمية أي الإنترنت. ومن خدمات تقليدية إلى خدمات حديثة إلكترونية تواكب احتياجات الزبائن بشكل آمن وتسلم لهم بأقل تكلفة وفي أسرع وقت ممكن وفي أي مكان، و تعرف الإدارة البنكية الإلكترونية كما يلي: هي ربط كافة العمليات والإجراءات اليومية بتكنولوجيا المعلومات، سواء كانت الداخلية الخاصة بالعمليات داخل البنك أو

(1) محمد لكحل ، إيمان مسعودين،(2021): الإدارة الإلكترونية نموذج حديث لعصرية الخدمات العمومية- دراسة بعض النماذج التطبيقية-، مجلة الحوكمة، المسؤولية الاجتماعية والتنمية المستدامة (العدد01) ، ص 81.

كانت خارجية مع الزبائن، بتقديم كافة الخدمات المصرفية بأمان وبأقل تكلفة، وبأسرع وقت وأقل جهد للزبائن وبالتالي تحقيق الكفاءة العالية.⁽¹⁾

من خلال التعاريف السابقة يمكن التوصل الى أن الإدارة الإلكترونية تتمتع بجملة من الخصائص كما هي موضحة في الشكل رقم (06) الموالي:

الشكل رقم (06): خصائص الإدارة الإلكترونية



المصدر: مصطفى صايم ، محمد بوقناديل، (2019) : مساهمة الإدارة الإلكترونية في تطوير أساليب العمل المصرفي- إشارة للخدمات الالكترونية التي يقدمها البنك الوطني الجزائري BNA، مجلة إضافات اقتصادية(العدد02)، ص 112.

وفق الشكل رقم (06) يتم عرض خصائص الإدارة الإلكترونية:

أ. إدارة بلا ورق:⁽²⁾ حيث تعتمد على البريد الإلكتروني، و الأرشفة الإلكترونية، الرسائل الصوتية، الأدلة و المفكرات الإلكترونية و نظم المتابعة الإلكترونية.

⁽¹⁾ عامر بشير، (2012): دور الاقتصاد المعرفي في تحقيق الميزة التنافسية للبنوك-دراسة حالة الجزائر، أطروحة دكتوراه غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، الجزائر، ص ص 211-228.

⁽²⁾ سامية عزيز، أم الخير قوارح، (2021): الإدارة الإلكترونية كاستراتيجية بديلة للإدارة التقليدية، مجلة آفاق للبحوث والدراسات، العدد(01)، ص 116.

- ب. إدارة بلا مكان: ⁽¹⁾ والتي تقوم على الاجتماعات والمؤتمرات الإلكترونية، واستخدام الهاتف المحمول والعمل عن بعد والتعامل مع المؤسسات الافتراضية (Virtual).
- ج. إدارة بلا زمان: ⁽²⁾ أي أنها لا تنقيد في عملها بزمان معين، فمواقع هذه الإدارة متاحة عبر الإنترنت أو عبر أجهزتها المنتشرة في الشوارع.
- د. تقوم بالاعتماد على النظم المتطورة والابتعاد عن التنظيمات الجامدة: فالمؤسسات الشبكية والذكية هي التي تقوم على أساس المعلومات و المعرفة ⁽³⁾؛ وبالتالي فإن التوجه نحو الإدارة الإلكترونية يتيح الاستفادة من التنظيمات الذكية المرنة و القابلة للتغير والقادرة على مواجهة الأحداث الطارئة، على عكس التنظيمات التقليدية الجامدة و البطيئة والتي يغلب عليها الروتين. ⁽⁴⁾ ومن أبرز توجهات الإدارة الإلكترونية ما يلي: ⁽⁵⁾

- إدارة الملفات و الوثائق بدلا من حفظها و كتابتها؛
- الاعتماد على البريد الإلكتروني الصوتي والاستغناء عن الصادر والوارد؛
- الابتكار و العالمية و الاعتماد على المعرفة كأساس لتنفيذ الأعمال؛ ⁽⁶⁾
- الإجراءات التنفيذية بدلا من محاضر الاجتماعات؛

⁽¹⁾ فداء حامد، المصدر سبق ذكره، ص 21.

⁽²⁾ عامر بوعكاز، (2020): تطبيق الإدارة الإلكترونية كآلية لتحسين جودة الخدمات المصرفية (دراسة ميدانية)، أطروحة دكتوراه غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية و علوم التسيير، جامعة زيان عاشور الجلفة، الجزائر، ص13.

⁽³⁾ سامية عزيز و أم الخير قوارح، المصدر سبق ذكره، ص 117.

⁽⁴⁾ حميد قارة عشيرة، (2022): دور تطبيقات الإدارة الإلكترونية في تحسين جودة الخدمات المصرفية- دراسة عينة من البنوك الجزائرية، أطروحة دكتوراه غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير، جامعة حسيبة بن بوعلي الشلف، الجزائر، ص14.

⁽⁵⁾ طارق عبد الرؤوف عامر، (2007): الإدارة الإلكترونية نماذج معاصرة، الطبعة الأولى، دار السحاب للنشر و التوزيع: القاهرة، مصر، ص31.

⁽⁶⁾ فداء حامد، المصدر سبق ذكره، ص 21.

– الإنجازات بدلا من المتابعة؛

– اكتشاف المشاكل بدلا من المتابعة؛⁽¹⁾

– التجهيز الناجح للاجتماعات.

المطلب الثاني: الفروقات بين الإدارة التقليدية و الإدارة الإلكترونية

في حالة المقارنة بين ممارسات الإدارة وفق المفهوم التقليدي مع المفهوم الحديث أي الإلكتروني ، فإنه يلاحظ وجود تشابه في الخدمات المقدمة والتي تكون في الغالب نفسها سواء تم العمل بالإدارة التقليدية أو الإدارة الإلكترونية، في حين تظهر العديد من الفروقات خاصة في ما يتعلق بأساليب تقديم هذه الخدمات.⁽²⁾ و الجدول رقم (11) يوضح أهم الفروقات بين الإدارة التقليدية و الإدارة الإلكترونية:

⁽¹⁾ مصطفى يوسف كافي، (2011): الإدارة الإلكترونية إدارة بلا أوراق، بدون طبعة، دار ومؤسسة رسلان للطباعة والنشر و التوزيع: دمشق، سوريا، ص 84.

⁽²⁾ محمد مدحت محمد، (2016): الحكومة الإلكترونية، الطبعة الأولى، المجموعة العربية للتدريب و النشر: القاهرة، مصر، ص35.

الجدول رقم (11): الفروقات بين الإدارة التقليدية والإدارة الإلكترونية

التصنيف	الإدارة التقليدية	الإدارة الإلكترونية
الميزة	المعاملات الورقية تتعرض للتلف مع مرور الوقت.	النظام الإلكتروني في مأمن من التلف و التقادم، و يمكن تأمينه عبر أكثر من وسيط تخزين إلكتروني.
الحفظ	المعاملات والأوراق المهمة من المحتمل ضياعها.	صعوبة فقدان أية بيانات أو معاملات أو ملف من الملفات التي تم حفظها على الشبكة الإلكترونية.
الضياع	صعوبة الاسترجاع.	سهولة البحث في أرشيف الشبكة عن أي معاملة.
الاسترجاع	ارتفاع تكاليف حفظ الملفات و المعاملات و استخراجها.	تكلف فقط ثمن وسائط التخزين أو الشبكة التي حملت عليها المعلومات سابقا.
التكاليف	تحتاج إلى مخازن ضخمة.	تحتاج الأجهزة المحمولة عليها الملفات إلى غرفة صغيرة.
المكان	تتأثر بالعامل البشري.	تضمن برامج الحماية عدم التلاعب بالملفات و المعاملات سواء بالحذف أو الإضافة.
الحماية	تتأثر بالعامل البشري.	البرامج التقنية تسجل أي إجراء يتم بالساعة و الدقيقة و الثانية.
التوثيق و الضبط	ضرورة التعامل مع الموظف وجها لوجه.	يتم التعامل من خلال برامج الحاسوب، أو مكائن الإدارة المخصصة لهذا الغرض.
الإجراءات	خضوعها للارتياح أو التعب أو الوساطة من أحد الطرفين.	لقاء افتراضي، يقوم على إجراء معاملة بين طرفين لا يوجد سوى أحدهما فقط.
طبيعة اللقاء	تحتاج إلى أيام وأشهر.	تتميز بالتفاعل السريع إذ يمكنها استقبال آلاف الطلبات أو الرسائل في زمن قصير، و إرسال رسائل لعدد كبير.

التفاعل	تحتاج إلى أيام وأشهر لإنجاز المعاملات.	تتفاعل بسرعة فائقة مع مراجيعها.
السرعة	محدودية ساعات الدوام الرسمي.	تقدم خدماتها 24 ساعة يوميا.
مدة الخدمة	صعوبة إنجاز المهام الخاصة.	سهولة ويسر إنجاز المهام الخاصة.

المصدر: العياشي زرزار، (2015): الإدارة الإلكترونية- نظرة جديدة لإدارة المنظمات، مجلة الحقيقة(العدد33)، ص 156-158.

من خلال الجدول رقم(11) يتضح بأن اعتماد المنظمات على النموذج التقليدي للإدارة أصبح بمثابة عبء ثقيل و سبب رئيسي في عدم تحقق القيمة و محدودية عملية تدفقها، وبالتالي أصبح لزاما عليها التوجه نحو نموذج الإدارة الإلكترونية نظرا لما يقدمه من مميزات، حيث تستطيع المنظمة تحقيق التكامل بين الأبعاد المادية في النموذج التقليدي و الأبعاد التكنولوجية في النموذج الحديث و بالتالي الجمع بينهما عبر ما يسمى بنموذج المنظمة المزيجية. فما يميز الإدارة الإلكترونية من خصائص و إيجابيات يعتبر بمثابة سلبيات في نموذج الإدارة التقليدية و فقدانه يؤثر حتما على أداء و فعالية المنظمة.⁽¹⁾

المطلب الثالث: عناصر الإدارة الإلكترونية وخطوات تنفيذها

تقوم الإدارة الإلكترونية على مجموعة من العناصر والمكونات التي ينبغي على كل مؤسسة توفيرها إن هي أرادت تطبيق هذا المشروع بنجاح.⁽²⁾

⁽¹⁾ العياشي زرزار، المرجع سبق ذكره، ص 156.

⁽²⁾ عامر بوعكاز، المرجع سبق ذكره، ص 14.

تتكون الإدارة الإلكترونية من أربعة عناصر أساسية وهي : **عتاد الحاسوب**

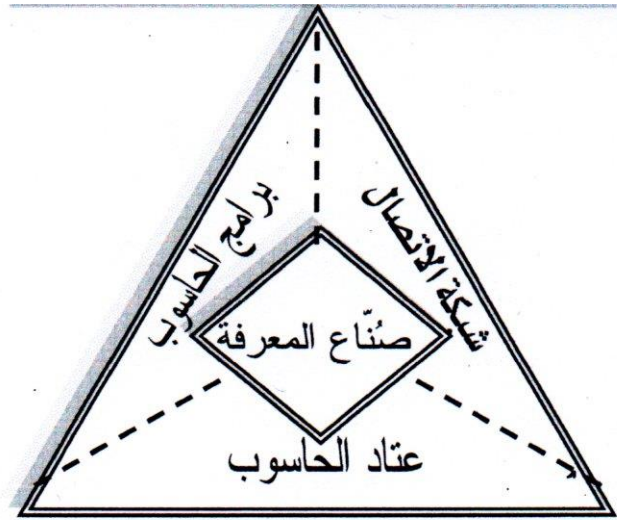
Hardware ، البرمجيات Software و شبكات الاتصالات Communication Network

، ويقع في محور هذه العناصر **صناع المعرفة** من الخبراء والمختصين الذين يمثلون

البنية الأساسية و الوظيفية لمنظومة الإدارة الإلكترونية⁽¹⁾. ويوضح الشكل رقم (07)

الموالي عناصر الإدارة الإلكترونية:

الشكل رقم(07): عناصر الإدارة الإلكترونية



المصدر: مصطفى يوسف كافي، (2011)، الإدارة الإلكترونية إدارة بلا أوراق، بدون

طبعة، دار ومؤسسة رسلان للطباعة والنشر و التوزيع: دمشق، سوريا، ص 77.

من خلال الشكل رقم(07) السابق يتم عرض عناصر الإدارة الإلكترونية كمايلي:

⁽¹⁾ Kolli Sihem, Ouadah Khelil, (2023): La Gestion Electronique et Son Rôle dans Le Développement De La Performance de L'administration Electronique en Algérie, Scientific Research Bulletins (N°01), P29.

أ. **عتاد الحاسوب:**⁽¹⁾ و يتمثل بالأساس في جهاز الحاسوب و ملحقاته، و يتطلب هذا

العنصر توافر شرطين رئيسيين هما:

– أن تضمن الجهة المستخدمة تغطية التكاليف الناتجة عن عملية التطوير و الصيانة الخاصة بهذا العتاد؛

– أن يكون العتاد متلائما مع التطورات على مستوى البرامج.

تتضمن الملحقات كل ما يكمل نشاط الإدارة الإلكترونية من وسائط للتخزين، الطابعات، أجهزة التصوير الرقمي و غيرها.

ب. **البرمجيات:** وتعني الشق الذهني من نظم وشبكات الحاسوب، وهي تتوزع على فئتين رئيسيتين هما : برامج النظام وبرامج التطبيقات.⁽²⁾ فالبرمجيات تعتبر بمثابة الأداة التي بواسطتها يتم تشغيل الأجهزة، فبرامج التشغيل تجعل الحاسوب قادرا على تنفيذ عدة عمليات كالتخزين، الاسترجاع و المعاملة (Processing)، أما برامج التطبيقات فهي خاصة ببعض المهام مثل برامج المحاسبة و مراقبة المخزون.⁽³⁾

ج. **الشبكات:** وهي الوصلات الإلكترونية الممتدة عبر نسيج اتصالي⁽⁴⁾، فالشبكة هي مجموعة من الحواسيب مرتبطة ببعضها البعض والتي تسمح لمستخدميها بمشاركة الموارد المتاحة (برمجيات، طابعات،... إلخ) وتبادل المعلومات فيما بينهم.⁽⁵⁾ وتتمثل

(1) سامية غربي ، نجوى غربي، (2020): أشكال و متطلبات إدماج الإدارة الإلكترونية في المؤسسات الجزائرية دراسة حالة المؤسسات الصغيرة و المتوسطة الصيدلانية بولاية قسنطينة، مجلة الباحث الاقتصادي(العدد13)، ص602.

(2) مصطفى يوسف كافي ، المصدر سبق ذكره، ص 77

(3) محمد بن هلال بن فزاع الكسار العنزي،(2016): تطبيق الإدارة الإلكترونية المفهوم- المزايا- المعوقات، الطبعة الأولى، دار الكتاب الجامعي للنشر و التوزيع: الرياض ، المملكة العربية السعودية، ص ص 44،45.

(4) سعد غالب، المرجع سبق ذكره، ص 26.

(5) سامية غربي ، نجوى غربي، المصدر سبق ذكره، ص 602.

الشبكات في شبكات الإنترنت Intranet، الإكسترانت Extranet وشبكة الإنترنت (1). Internet

د. **صناع المعرفة:** ويمثلون القيادات الرقمية، المديرون، المحللون، الموارد المعرفية ورأس المال الفكري في المؤسسة. (2) ويتولى صناع المعرفة إدارة التعاضد الاستراتيجي لعناصر الإدارة الإلكترونية هذا من جهة، و تغيير طرق التفكير السائدة للوصول إلى ثقافة المعرفة من جهة أخرى. (3)

كما و تجدر الإشارة إلى أن جوهر عمل الإدارة الإلكترونية يكمن في عملية التعاضد و الترابط البنوي بين العناصر السابقة المكونة لها. (4)

قد ينتج عن تطبيق الإدارة الإلكترونية دفعة واحدة حدوث إختلالات على مستوى استراتيجيات التنفيذ، فالانتقال نحو واقع جديد مرتبط ارتباطا وثيقا بمدى تهيئة الظروف و المناخ المناسب لنجاح هذا الانتقال و جعله أكثر سلاسة. (5) و الشكل رقم(08) الموالي يوضح الخطوات المقترحة للتحويل إلى نموذج الإدارة الإلكترونية:

(1) مصطفى يوسف كافي ، المصدر سبق ذكره، ص 78.

(2) أميرة نواتي، (2020): واقع تطبيق الإدارة الإلكترونية في قطاع التأمينات -دراسة حالة الشركة الوطنية للتأمين و إعادة

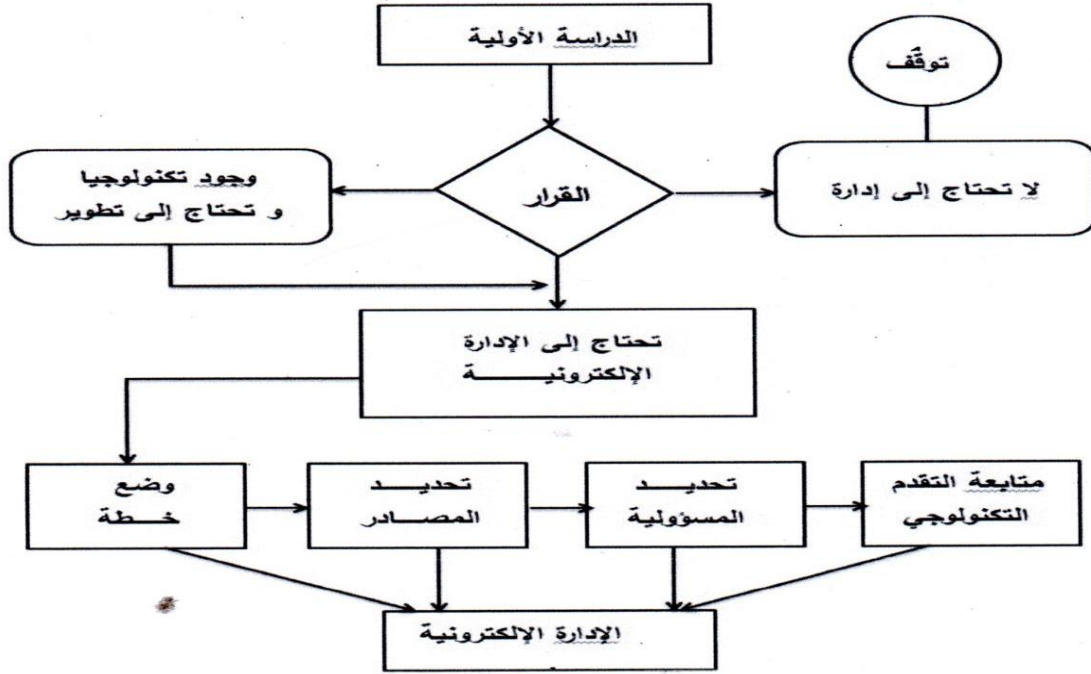
التأمين CAAR، Journal of Economics and Applied Statistics (العدد03)، ص 312.

(3) سعد غالب، المرجع سبق ذكره، ص 26.

(4) فطيمة الزهرة المفيدة بن أوجيت ، عصام نجاح، (2021): استراتيجيات التحول من الإدارة التقليدية إلى الإدارة الإلكترونية في ظل الأزمات (أزمة كورونا COVID19)، مجلة التنمية البشرية و التعليم للأبحاث التخصصية(العدد 03)، ص 556.

(5) المصدر نفسه، ص 559.

الشكل رقم(08): خطوات التحول إلى نموذج الإدارة الإلكترونية



المصدر: رانية هدار، (2017): دور الإدارة الإلكترونية في ترشيد الخدمة العمومية في الجزائر، أطروحة دكتوراه غير منشورة، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة باتنة 01، الجزائر، ص 61.

انطلاقاً من الشكل السابق رقم (08) يتضح بأن المرور إلى نموذج إداري جديد يتطلب اللجوء إلى عملية تجزئة خطة التحول و ذلك وفق مراحل أساسية، و يتم ذلك بالموازاة مع عملية الإصلاح الإداري الشاملة للنظام التقليدي؛ و هو ما يمثل تهيئة مسبقة لعملية الانتقال و بالتالي فإن اندماج و انخراط المجتمع يكون ناجحاً، و يظهر هذا من خلال تكيفه و تأقلمه مع كل المستجدات. في حين لو تم تنفيذ الخطة دفعة واحدة فإن المجتمع سيكون أحد الأسباب التي تعرقل نجاحها، لكونه سيميل إلى رفض كل ما هو

جديد و مفاجئ أو يقاومه.⁽¹⁾ ويتم وضع خارطة طريق واضحة المعالم عبر طرح العديد من التساؤلات و المطلوب الإجابة عليها وهي : مدى التأكد من الحاجة الفعلية لهذه الإدارة؟ وهل التكلفة التي سوف تصرف موازية للخدمات المقدمة؟ و هل تتوفر العناصر الأساسية لإنجاح هذه الإدارة؟⁽²⁾، وللإجابة عليها لابد من إتباع خطوات منتظمة، دقيقة، واضحة و مترابطة موضحة فيما يلي:⁽³⁾

- توثيق جميع العمليات الداخلية و الخارجية للمنظمة؛
- التعريف بالمتطلبات و المزايا المرجو تحقيقها من تطبيق نظام الإدارة الإلكترونية؛
- اختيار المزود للبرمجيات و الأدوات اللازمة لتطبيق نظام الإدارة الإلكترونية؛⁽⁴⁾
- شراء أو تطوير البرمجيات و الأدوات اللازمة لتطبيق نظام الإدارة الإلكترونية؛
- فحص و اختبار نظام الإدارة الإلكترونية وقدرته على تنفيذ العمليات المطلوبة منه؛
- الصيانة الدورية و التحديث المستقبلي و الدوري للنظام.

كما يمكن أن يمر التحول إلى نموذج الإدارة الإلكترونية وفق التجربة⁽⁵⁾ بالمراحل

التالية:

(1) فداء حامد، المصدر سبق ذكره ، ص ص 242-243.

(2) فطيمة الزهرة المفيدة بن أوجيت ، عصام نجاح، المصدر سبق ذكره، ص 560.

(3) مدحت محمد أبو النصر، (2023): التحول الرقمي و الإدارة الإلكترونية الواقع و المأمول، المجلة العربية للمعلوماتية و أمن المعلومات(العدد11)، ص 62.

(4) أحمد فتحي محمد حيث، (2012): أثر تطبيق وظائف الإدارة الإلكترونية في تعزيز فاعلية البنوك و كفاءتها، أطروحة دكتوراه غير منشورة، كلية الأعمال، جامعة عمان العربية، الأردن، ص23.

(5) أميرة تواتي، المصدر سبق ذكره ، ص ص 314 - 315.

أ. إعداد الدراسة الأولية:⁽¹⁾

يتم في هذه الخطوة جمع و تكوين فريق متخصص في مجال الإدارة و المعلوماتية، تقع على عاتقه مهمة دراسة واقع الإدارة الحالية من حيث مدى توفر التقنيات و عرض جميع الخيارات المتاحة، و بالتالي وضع الإدارة العليا في الصورة من كل الجوانب سواء المالية أو البشرية أو الفنية.

ب. وضع خطة التنفيذ:

تعتبر هذه الخطوة عن موافقة الإدارة العليا على تبني الإدارة الإلكترونية، و تتضمن خارطة طريق مفصلة و متكاملة لكل مراحل التنفيذ.

ج. تحديد المصادر:⁽²⁾

يقصد بالمصادر في هذه الخطوة كل ما يتعلق بالبنية التحتية لإدارة الإلكترونية التي من شأنها تدعيم الخطة بكل وضوح ودقة، و من بينها الموارد البشرية المؤهلة و كذلك المعدات و البرمجيات اللازمة.

د. تحديد المسؤولية:

يتم في هذه الخطوة توزيع المهام و المسؤوليات على كل عنصر من عناصر التنفيذ، و بالتالي يتم تحديد الجهة التي ستقوم بالتنفيذ و تقديم التمويل المناسب لها، وهذا ضمن الوقت المحدد في الخطة و في حدود التكاليف المعدة مسبقاً.

(1) جمعة حسين العياط، (2015): الإدارة الإلكترونية، الطبعة العربية ، دار أمجد للنشر و التوزيع: عمان، الأردن، ص 43.

(2) جلال فاروق أحمد الأسناوي ، إبراهيم جابر السيد،(2020): سلسلة الإدارة الحديثة : الإدارة الإلكترونية، الطبعة الأولى، دار العلم و الإيمان للنشر و التوزيع: دسوق، مصر، ص48.

هـ. متابعة التقدم التقني: (1)

تعتبر هذه الخطوة ضرورية أثناء تنفيذ الخطة نظرا للتطورات السريعة والابتكارات المتجددة باستمرار، مما يلزم الجهات المنفذة على تتبع كل ما هو جديد في مجال الإدارة؛ خاصة على مستوى عناصر الإدارة الإلكترونية من برمجيات، أجهزة وشبكات بغية الحصول على آخر الابتكارات فيها.

المبحث الثالث: مدخل إلى الأداء المالي و الأداء التجاري في البنوك

يتميز نشاط المؤسسات البنكية عن غيره من الأنشطة الأخرى ، بأنه الأكثر تعددا و تنوعا وهذا على مستوى خدماته و منتجاته المعروضة. فمجال عمل البنوك هو مجال متغير، متجدد باستمرار سواء على المستوى الداخلي (طرح صيغ تمويلية جديدة، خدمات مبتكرة، تكنولوجيات جديدة) ، أو على المستوى الخارجي الذي يرتبط بالبيئة المحيطة به (حاجات ومتطلبات جديدة ، منافسين جدد،...إلخ). فقياس الأداء البنكي يعتبر ضرورة رئيسية لضمان استمرارية البنك و بقاءه في السوق، عبر تقديم صورة واضحة عن الواقع و الانحرافات التي تواجه عمله وتصحيحها.

المطلب الأول: تعريف الأداء و المفاهيم المرتبطة به

الفرع الأول: تعريف الأداء

لم يتوصل الباحثون على الرغم من دراساتهم الكثيرة إلى اتفاق أو توحيد وجهات النظر بينهم حول تعريف الأداء، فالمفهوم يعكس مضمونين وهما الأهداف والوسائل.

(1) نوري المهدي الكوني، (2020): المدخل العلمي للإدارة الإلكترونية تحديث خدمات المنظمات المصرفية، الطبعة الأولى، دار الكتب الوطنية: بنغازي ، ليبيا، ص39.

فهذا المفهوم هو الرابط بين أوجه النشاط المختلفة و بين الأهداف المرجو تحقيقها بواسطة هذه الأنشطة داخل المؤسسة.⁽¹⁾ فمن الناحية اللغوية يشير مصطلح الأداء إلى العديد من المعاني: إتمام ، إجراء ، إنجاز ، تحقيق ، تنفيذ ، عمل ، قيام ووفاء كل هذه المعاني تستند في أصلها إلى الكلمة الإنجليزية (Perform) ، التي اشتقت بدورها من الكلمة الفرنسية القديمة (performer) والتي تشير إلى تنفيذ أو تأدية العمل،⁽²⁾ وهو ما يتوافق مع التعريف الذي قدمه قاموس Larousse⁽³⁾ فهو يمثل " جملة الأبعاد المتداخلة والتي تتضمن كيفية الإنجاز والطريقة المتبعة في تنفيذ توجهات الإدارة، ومدى تطابق ما تم إنجازه مع المعايير و المقاييس المحددة ". تتعلق هذه المقاييس بالكم و النوع و الوقت وكل هذا يتصل بالجوانب المادية في المؤسسة ، أما على المستوى المعنوي فهو يتمحور حول المورد البشري و مدى دافعيته ورغبته في إنجاز المهام الموكلة بها.⁽⁴⁾

فالأداء هو نشاط يتصف بالشمولية ، الاستمرارية و ينعكس في مدى تحقيق المنظمة للنجاح- و استمراريته و مرونتها أي مدى قدرتها على التوافق مع البيئة الخارجية- أو فشلها، وهذا الأخير يتحدد وفق معايير و أسس توضع من طرفها وفقا لما تتطلبه أنشطتها و جملة الأهداف المسطرة على المدى الطويل.⁽⁵⁾

⁽¹⁾ كمال غانم، (2023): الإتجاهات الحديثة لقياس وتقييم الأداء المالي و ترشيد القرارات المالية، بدون طبعة، دار الممتني للطباعة و النشر: المسيلة ، الجزائر، ص 18.

⁽²⁾ مجيد الكرخي، (2020): مؤشرات الأداء الرئيسية، الطبعة الأولى، دار المناهج للنشر و التوزيع: عمان ، الأردن، ص 29.

⁽³⁾ Consulté le 06/05/2024, 10 :15 , sur le site : https://dictionnaire.enap.ca/dictionnaire/docs/definitions/definitions_francais/performance_gestion.pdf

⁽⁴⁾ شريفة قصاص، (2023): تقييم الأداء المالي للبنوك الجزائرية من خلال مؤشرات مالية و نقدية من 2002 إلى 2020، مجلة العلوم الاقتصادية و التسيير والعلوم التجارية-جامعة المسيلة-(العدد 01)، ص 138.

⁽⁵⁾ أرفق محمد شرهان ، محمد المنصور و محمد الطشي، (2023): تأثير أنظمة الدفع الإلكتروني على الأداء المالي في البنوك اليمنية- دراسة تطبيقية في البنوك العاملة في صنعاء-، مجلة جامعة البيضاء(العدد 01)، ص 45.

يتضمن الأداء ثلاثة عناصر أساسية:⁽¹⁾

- النتيجة: تعكس مستوى تحقيق الأهداف؛
 - الفعل : ينطوي على إنتاج حقيقي ويعبر عن مجموعة من المراحل و العمليات؛
 - النجاح : دالة لتمثيله وتغير هذه الدالة مرتبط بتغير المؤسسة و العاملين فيها.⁽²⁾
- و يمثل A Finet C.& Bughin-Maindiaux الأداء على شكل شجرة⁽³⁾ وهي موضحة في الشكل رقم (09) الموالي:

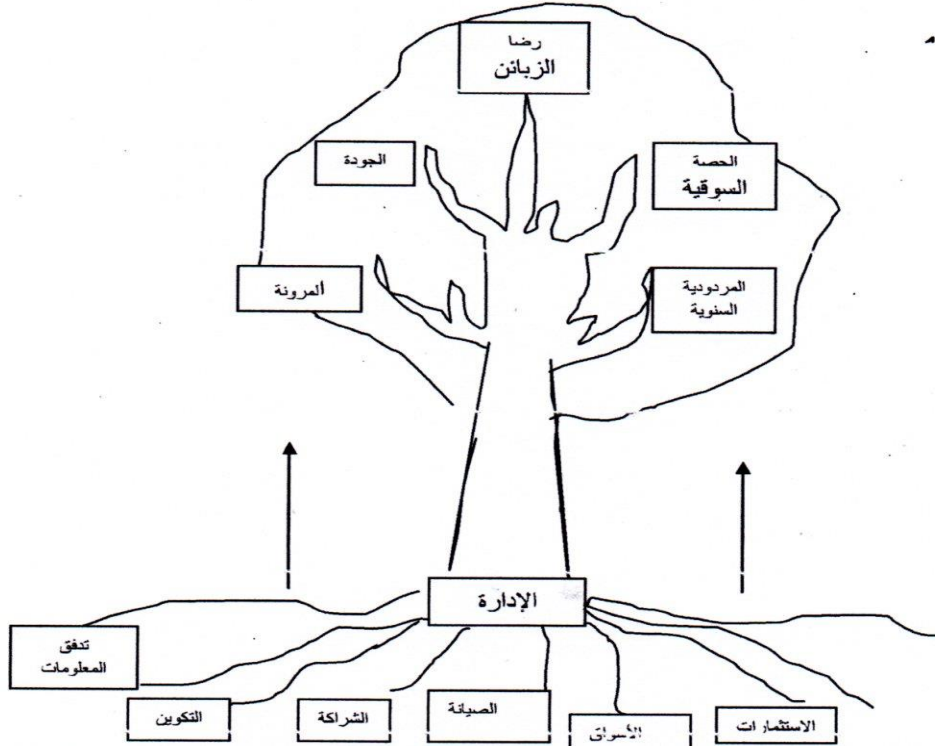
⁽¹⁾ Stéphanet Jacquet , Management de la performance : des concepts aux outils, consulté le 06/05/2024, 10 :46 , sur le site :

https://creg.ac-versailles.fr/IMG/pdf/Management_de_la_performance_-_des_concepts_aux_outils.pdf

⁽²⁾ شريفة قصاص ، المصدر سبق ذكره، ص138 .

⁽³⁾ مبروكي مروة، (2023): مساهمة بطاقة الأداء المتوازن في قياس و تقييم الأداء المالي في المؤسسة الاقتصادية -دراسة حالة مجمع صيدال- ، أطروحة دكتوراه غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير ، جامعة محمد خيضر : بسكرة، الجزائر، ص6.

الشكل رقم (09): شجرة الأداء



المصدر: رمضان زينب، (2018): إمكانية تحسين الأداء المالي للبنوك العمومية الجزائرية، أطروحة دكتوراه غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر 3: الجزائر، ص 9.

حيث تنقسم الشجرة إلى ثلاث أقسام:⁽¹⁾

– **الجذور:** وتشمل الأسواق، الاستثمار، الموارد البشرية، التكوين، الشراكة وتدفق المعلومات؛

– **عمليات الإدارة:** والتي تعمل على تحويل الجذور من خلال عمليات خلق القيمة؛

– **ثمار الشجرة:** وتتمثل في المردودية، رضا الزبائن، جودة المنتج و الخدمات المقدمة.

⁽¹⁾ رمضان زينب، المصدر سبق ذكره، ص 9.

يعرف الأداء وفق (Eccles) بأنه "انعكاس لقدرة منظمة الأعمال وقابليتها على تحقيق أهدافها"؛ أما (Robins & Wiersema) فيعرفانه بأنه "قدرة المنظمة على تحقيق أهدافها طويلة الأمد". و يركز التعريفان على النجاح الذي تحققه المنظمة من خلال الوصول إلى أهدافها المرجوة و يعتبرانه مرادفا للأداء.⁽¹⁾

يعرف كل من (Miller & Bromily) الأداء بأنه "انعكاس لكيفية استخدام المؤسسة لمواردها المالية والبشرية واستغلالها بكفاءة وفعالية تجعلها قادرة على تحقيق أهدافها". ويرتكز هذا التعريف على عاملين أساسيين وهما عامل الكفاءة و النتائج(الأهداف) المحققة من ذلك الاستخدام و هي تعبر عن عامل الفعالية. كما تجدر الإشارة إلى أن الباحثين قد ركزوا من خلال هذا التعريف إلى أن الأداء هو أداة تستخدم للحكم على مدى قدرة المؤسسات و منظمات الأعمال على تحقيق أهدافها ، ومدى عقلانيتها في تحقيق ذلك(ترشيد الموارد المستخدمة).⁽²⁾ كما عرفت المنظمة العالمية للتقييس الإيزو 9000 إصدار 2000 بأنه الأداء : " يشمل مفهوم الفعالية التي تعني مدى بلوغ النتائج، أما الكفاءة هي العلاقة بين النتيجة المتحصل عليها والموارد المستعملة ".⁽³⁾

(1) نادية سعودي، (2017): مدى استخدام الأساليب الحديثة لمراقبة التسيير في قياس و تقييم أداء البنوك التجارية الجزائرية، أطروحة دكتوراه غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير ، جامعة محمد بوضياف : المسيلة ، الجزائر، ص 4.

(2) الشيخ الداوي ، (2009): تحليل الأسس النظرية لمفهوم الأداء ، مجلة الباحث(العدد07)، ص218.

(3) مبروكي مروة، (2023): مساهمة بطاقة الأداء المتوازن في قياس و تقييم الأداء المالي في المؤسسة الاقتصادية -دراسة حالة مجمع صيدال- ، أطروحة دكتوراه غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير ، جامعة محمد خيضر : بسكرة، الجزائر، ص 6 .

مما سبق فإن مصطلح الأداء في المنظمات يعرف من خلال مدخلين و هما الأهداف و قدرة المؤسسة على تحقيقها، مع الحرص على عنصر الرشادة في استخدام مواردها لتحقيق ذلك.

الفرع الثاني: المفاهيم المرتبطة بالأداء

يرتبط مصطلح الأداء بمصطلحي الكفاءة و الفعالية ارتباطا وثيقا ، حيث يمثلان محور التسيير إبتداء من وظيفة التخطيط وصولا إلى وظيفة الرقابة ؛ فهو ينطوي على قياس الأداء الشامل للمؤسسة أو الأداء الجزئي لأحد وحداتها وذلك بهدف معرفة التقدم والنجاح المتحقق اعتبارا لجملة من المعايير تتوافق و طبيعة الأنشطة و الأهداف موضوع القياس.⁽¹⁾

انطلاقا من معالجة المؤسسة وفق منظور شمولي يرتبط الأداء بمدى تحقيق الأهداف هذا من جهة، و من جهة أخرى بمستوى الترشيح في الموارد خاصة منها النادرة نسبيا؛ و بتعبير آخر يعبر الأداء عن مدى تحقيق المؤسسات لمستويات الكفاءة والفعالية.⁽²⁾

تعرف الكفاءة بالعلاقة التي تربط بين الموارد و ما يتحقق من مخرجات وتقاس بحساب نسبة المخرجات إلى المدخلات، و التي تؤدي إلى تحقيق الأهداف المرجوة.⁽³⁾

(1) عبد الحميد برحومة، (2008): الكفاءة والفعالية في مجالات التصنيع والإنتاج، مجلة الدراسات الاقتصادية والمالية(العدد01)، ص ص 55-56.

(2) عبد المليك مزهوده، (2001): الأداء بين الكفاءة و الفعالية مفهوم وتقييم، مجلة العلوم الانسانية جامعة محمد خيضر بسكرة(العدد01)، ص87.

(3) مجيد الكرخي، المصدر سبق ذكره، ص 31.

و يعرف كل من (Wellber & Ruekerts) **الكفاءة بأنها** " قدرة مردودية المؤسسة " فهي مقياس للمردودية أي أنها ترتبط بالمرجات و مقارنتها بالمدخلات ، وهو ما يقارب في معناه مصطلح الإنتاجية.⁽¹⁾ ويقتصر مصطلح الكفاءة على استخدام الموارد المتاحة للمؤسسة سواء كانت المالية ، البشرية ، الفنية أو الأولية ، كما أن هذا المصطلح يتعلق بالتكلفة والارتباط بين مدخلات و مخرجات عملية التصنيع أو الإنتاج.⁽²⁾ ويتم قياس الكفاءة وفق النسبة التالية: ⁽³⁾

$$\text{الكفاءة (نسبة)} = \frac{Rm}{Mr} = \text{المرجات/المدخلات}$$

حيث:

Rm: النتائج المحققة (الأهداف المحققة).

Mr: الموارد المستخدمة (الوسائل المستعملة).

وتقيس هذه النسبة الكفاءة المتحصل عليها.

كما يمكن قياسها وفق النسبة التالية:

$$\text{الكفاءة (نسبة)} = \frac{Rp}{Mp}$$

حيث:

Rp: النتائج المتنبأ بها.

Mp: الموارد المتنبأ استخدامها لتحقيق النتائج المتنبأ بها.

⁽¹⁾ الشيخ الداوي ، المصدر سبق ذكره، ص 220.

⁽²⁾ عبد الحميد برجومة، المصدر سبق ذكره، ص 57.

⁽³⁾ الشيخ الداوي ، المصدر سبق ذكره ، ص 221.

مما سبق يتم التوصل إلى أن مفهوم كفاءة المؤسسة يختصر في ثنائية ، وهي نجاحها في تخفيض التكاليف إلى أدنى مستواها مع تحقيق نتائج جيدة.

ينظر الباحثون إلى الفعالية كأداة من أدوات مراقبة التسيير في المؤسسة، وفق هذا فهي تعبر عن مقياس يعكس درجة تحقيق الأهداف المخططة.⁽¹⁾

تعرف الفعالية لغة في المعجم الوجيز : فعل الشيء فعلا وفعالا أي عمله، والفعل هو العمل وتفاعل أي أثر في الآخر وتأثر به؛ ففي اللغة تشير إلى " القدرة على التأثير و التأثير الفعلي". في قاموس Michael, The New Metheed English Dictionary وقاموس Thorndik -Barnhart فإن الفعالية تعني امتلاك القوة للوصول إلى نتيجة مرغوبة.⁽²⁾

عرف (Peter F. Drucker) الفعالية على أنها القيام بالأشياء على النحو الصحيح، وتقاس قدرة المنظمة على تحقيق الأهداف و الغايات التي وضعت مسبقا. و اقترح (Peter F. Drucker) خمسة متطلبات ضرورية لتحقيق الفعالية التنظيمية: الهيكل التنظيمي، إدارة الوقت، إتخاذ القرارات وتحديد الأولويات ، النتائج ، التوجه. عرفها كل من (Bluedorn and Etzioni) بأنها قدرة المنظمة على تحقيق الأهداف والمهمة المحددة مسبقا.⁽³⁾ وتعرف أيضا بقدرة المنظمة على تحقيق أهدافها المخططة وتقاس من خلال قدرتها على بلوغ النتائج مقارنة مع ما ترغب في تحقيقه بموجب الخطة الموضوعة،

⁽¹⁾ الشيخ الداوي ، المصدر سبق ذكره ص 219.

⁽²⁾ محمد علي نسيم، (2016): التوأمان الكفاءة و الفاعلية، بدون طبعة، دار جوانا للنشر و التوزيع: القاهرة، مصر، ص66.

⁽³⁾ Ahmed Abdul Razzak Al-Sayed Omar, (2023): Efficiency and Effectiveness in Management, Journal of Survey in Fisheries Sciences (N° 3), p 3389.

فالفعالية تركز على كمية المخرجات النهائية دون أخذ بالاعتبار إلى كمية الموارد المستعملة في الوصول إلى ذلك.⁽¹⁾ وتقاس الفعالية كما يلي:⁽²⁾

$$\text{الفعالية} = \frac{\text{الأهداف + المخرجات}}{\text{الاستراتيجيات}}$$

أي تعبر الفعالية عن القدرة على تحقيق الأهداف ومقارنة النتائج الأصلية ثم العمل للوصول للمخرجات المتوقع بلوغها. مما سبق تعرف الفعالية بأنها انعكاس لمدى تحقيق المؤسسة للأهداف المخطط لها مسبقاً.

أوضح (Thompson) أن أحد أهم مقاييس الأداء هو الفعالية إلى جانب الكفاءة والشكل رقم (10) الموالي يوضح مصفوفة الفعالية و الكفاءة.

الشكل رقم (10): مصفوفة الفعالية و الكفاءة



المصدر: طاهر محسن منصور الغالبي، وائل محمد صبحي إدريس، (2009): الإدارة الاستراتيجية-منظور منهجي متكامل-، الطبعة الثانية، دار وائل للنشر والتوزيع: عمان، الأردن، ص 486.

⁽¹⁾ مجيد الكرخي، المصدر سبق ذكره، ص 31.

⁽²⁾ لخضر طوير، (2014) : الفعالية و اللافعالية في التنظيم، مجلة مقاربات(العدد 03)، ص136.

وفق الشكل رقم(10) نميز أربعة حالات وهي:⁽¹⁾

- **الحالة 01: النمو و الازدهار**، تتمتع المؤسسة في هذه الحالة بالكفاءة والفعالية معا، لأنها استطاعت استخدام الموارد المتاحة بشكل جيد، وهو ما أدى إلى تحقيق الأهداف في الوقت المناسب وبأدنى تكلفة.
 - **الحالة 02: الانحدار التدريجي**، يوجد رشد في استخدام الموارد المتاحة إلا أن المؤسسة لم تصل إلى تحقيق الأهداف بنجاح، وبالتالي توجد كفاءة و لا توجد فعالية.
 - **الحالة 03: البقاء**، تمكنت المؤسسة في هذه الحالة من تحقيق أهدافها، ولكن بتكاليف باهضة. وتعتبر المنظمة في هذه الحالة فعالة، لكن عليها تحسين وترشيد استخدام عوامل الإنتاج المتاحة لها.
 - **الحالة 04: الانهيار**، تعتبر المؤسسة في هذه الحالة غير راشدة وغير فعالة اقتصاديا، لأنها لم تحسن استخدام مواردها ولم تحقق الأهداف المسطرة بنجاح.
- في ذات السياق هنالك ترابطا بين مصطلح الأداء ، الكفاءة و الفعالية حيث تعبر الفعالية عن مستوى تحقيق الأهداف المخططة؛ أما الكفاءة فتشير إلى الطريقة الاقتصادية التي يتم بها إنجاز العمليات المتعلقة بالأهداف. فالفعالية هي محصلة التفاعل بين عناصر الأداء الكلي للمؤسسة مما يضمن تحقيق الأهداف، أما الكفاءة فترتكز على التكلفة وعلاقة المدخلات بالمخرجات.⁽²⁾ فالكفاءة ترتبط بالمدى القصير أما الفعالية فهي ترتبط بالمدى الطويل، أما الأداء فهو يمثل نظام متكامل يضم المدخلات

(1) عبد الحميد برحومة، المصدر سبق ذكره، ص58.

(2) نسيمة أحمد الصيد ، (2022): فاعلية المنظمة ومتطلبات التنمية المستدامة ، مجلة البحوث والدراسات الإنسانية (العدد 01)، ص232.

(الكفاءة و الفعالية) و المخرجات(الأهداف المتحققة والمعلن عنها).⁽¹⁾ والجدول رقم

(12) الموالي يوضح العلاقة بين المصطلحات الثلاث:

الجدول رقم(12): العلاقة بين الأداء و الكفاءة و الفعالية

العلاقة	الكفاءة	الفعالية	الأداء
المفهوم	فعل الشيء بطريقة أفضل	فعل أفضل شيء	فعل أفضل شيء بأفضل طريقة
المدى	جزئي عمودي كمي	شامل أفقي نوعي	متكامل

المصدر: عبد العزيز زواتيني، مصطفى حاج الله،(2021): المورد البشري بين الكفاءة والفعالية، مجلة بحوث ودراسات(العدد 01) ، ص ص 136 - 137.

المطلب الثاني: مدخل إلى مقاييس و أنواع مؤشرات الأداء

الفرع الأول: مقاييس الأداء

يعتبر قياس الأداء من بين أحد العناصر الرئيسية المعتمدة من طرف نظام الرقابة في إدارة المنظمة وأكثر المهام المحاسبية أهمية و صعوبة ، ويعرف بأنه " عملية تطوير مؤشرات قابلة للقياس، يمكن تتبعها بشكل منتظم لتقييم التقدم الذي تم إحرازه في عملية تحقيق الأهداف المحددة مسبقاً".⁽²⁾ يتيح استخدام مقاييس الأداء الحصول على قراءة

(1) عبد العزيز زواتيني، مصطفى حاج الله، المصدر سبق ذكره، ص 137.

(2) أحمد يوسف دودين، (2010): بطاقة الأداء المتوازنة و معوقات استخدامها في منظمات الأعمال، الطبعة الأولى، دار جليس الزمان للنشر و التوزيع : عمان ، الأردن، ص14.

شاملة حول ما تقدمه المنظمة من منتجات أو الخدمات، إضافة إلى الطرق أو العمليات التي تم من خلالها الحصول على تلك الخدمات و المنتجات. كما تستوجب عملية القياس توحيد المعايير والتي يقصد بها مستوى الأداء المرغوب ، الذي على أساسه تتم المقارنة مع الأداء المتحقق فعلا ، تستخرج هذه المعايير و تصاغ بناء على خطط وأهداف المنظمة.⁽¹⁾

على العموم فإن مقاييس الأداء تساعد على الحصول على المعلومات اللازمة لعملية اتخاذ القرار المناسب في التوقيت المناسب لوضعية المنظمة، يتشكل المقياس من جزئين الجزء الأول يمثل الرقم الذي يعبر عن الجانب الكمي، أما الجزء الثاني فيمثل وحدة القياس التي تضيف للرقم معنى معين.⁽²⁾ تنقسم مقاييس الأداء بشكل عام إلى خمسة أنواع رئيسية وهي كما يلي:⁽³⁾

أ. **مقاييس المدخلات:** تستخدم هذه المقاييس لفهم الموارد البشرية و المالية التي تستخدم لغرض الوصول إلى المخرجات و النتائج المطلوبة.

ب. **مقاييس العمليات:** تستخدم لفهم الخطوات المباشرة في إنتاج المنتج أو الخدمة.

ج. **مقاييس المحصلات:** تستخدم لتقييم النتائج المتوقعة أو المرغوبة أو الفعلية.

د. **مقاييس التأثير:** وتستخدم لقياس الآثار المباشرة و غير المباشرة التي تنشأ عن تحقيق غايات البرنامج، مثلاً مقارنة نتائج البرامج الفعلية مع تقديرات النتائج التي تحصل في حال عدم تطبيق البرنامج.

⁽¹⁾ كامل أحمد أبو ماضي، (2018): بطاقة الأداء المتوازن كأداة تقييم لأداء المؤسسات الحكومية وغير الحكومية، بدون طبعة، مكتبة نيسان للطباعة والتوزيع: غزة، فلسطين، ص 22.

⁽²⁾ طاهر محسن منصور الغالبي، وائل محمد صبحي إدريس، المصدر سبق ذكره، ص ص 487-488.

⁽³⁾ كامل أحمد أبو ماضي، المصدر سبق ذكره، ص ص 22-23.

هـ. مقاييس النتائج: تقيس الأداء بعد ظهور الحقيقة.

و. مقاييس الأسباب: تتنبأ بالأداء المستقبلي.

ز. المقاييس السلوكية: تقيس الثقافة الأساسية للمنظمة و الأفراد التي يجري قياسها.

بالإضافة إلى التصنيفات السابقة توجد تصنيفات أخرى لمقاييس الأداء وهي

موضحة في الجدول رقم(13) أدناه :

الجدول رقم(13): تصنيفات مقاييس الأداء

المقاييس	يقيس	يعبر عنه بالنسب التالية
الكفاءة	قدرة المؤسسة على تخصيص واستخدام الموارد.	المدخلات الفعلية إزاء المدخلات المخططة.
الفعالية	مستوى قدرة المؤسسة على تحقيق الأهداف.	المخرجات الفعلية إزاء المخرجات المخططة.
الجودة	مدى إنجاز وحدة العمل بشكل صحيح.	عدد الوحدات المنتجة بشكل صحيح.
التوقيت	مدى إنجاز وحدة العمل في الوقت المحدد.	عدد الوحدات المنتجة في الوقت المحدد.
الإنتاجية	حجم الموارد التي تستخدم لإنتاج وحدة عمل معينة.	المخرجات إزاء المدخلات.

المصدر: كمال غانم،(2023): الاتجاهات الحديثة لقياس وتقييم الأداء المالي وترشيد

القرارات المالية، بدون طبعة، دار المتنبي للطباعة والنشر: المسيلة، الجزائر، ص 37.

وفق التصنيفات الواردة في الجدول رقم(13) أعلاه، فإن المنظمة يمكن أن تطور

مقاييس وفق ما تتطلبه عملياتها والتي يجب أيضا أن تتماشى مع رسالتها و غاياتها: ⁽¹⁾

– الفعالية: مستوى تحقيق الأهداف.

⁽¹⁾ طاهر محسن منصور الغالبي، وائل محمد صبحي إدريس، المصدر سبق ذكره ، ص488.

- **الكفاءة:** حسن استخدام الموارد.
- **الجودة:** هي مستوى تلبية المنتج أو الخدمة لمتطلبات وتوقعات العملاء.
- **التوقيت:** ويقاس مدى إنجاز العمل بشكل صحيح وفي الوقت المحدد له.
- **الإنتاجية :** وهي القيمة المضافة من قبل العملية مقسومة على قيمة العمل ورأس المال المستهلك.
- **السلامة:** مدى الالتزام بالمعايير الصحية العامة و إجراءات السلامة في العمل.

الفرع الثاني: أنواع مؤشرات الأداء

يعرف المؤشر بأنه " قيمة أو صفة مميزة تستخدم لقياس المخرجات أو النتائج لتحديد ما تم تحقيقه من قبل المؤسسة" ⁽¹⁾ كما يشار له بأنه عنصر أو مجموعة من العناصر الهامة تضم إحصائية مستهدفة ومحددة السياق. ⁽²⁾

يعرف أيضا بأنه " معلومة كمية تقيس فعالية و كفاءة كل أو جزء من عملية أو نظام (حقيقي و بسيط) ، بالنسبة لمعيار أو مخطط أو هدف محدد ومقبول في إطار استراتيجية المؤسسة". فهو يمثل مجموعة من المعطيات المعروضة كتابيا وكميا للحصول على نتيجة محددة، ويرتبط المؤشر* بعنصرين رئيسيين و هما : القياس والمعيار. ⁽³⁾

⁽¹⁾ كامل أحمد أبو ماضي، المصدر سبق ذكره، ص 61.

⁽²⁾ Kaoutar Abdelfadel, Morad Sbiti, (2020): Les Indicateurs clés de performance : Facteurs De Succès Des Organisations, Revue du Contrôle de la Comptabilité et de l'Audit (N° 03), P 357.

* فالقياس يشير إلى البحث عن المعلومة، أما المعيار فمعناه أن هذا القياس يجب مقارنته بمعيار محدد مسبقا و إلا فإن القياس لن يكون له معنى.

⁽³⁾ سعدية بن أحمد ، نوال شمة ، (2023): مؤشرات قياس الأداء المستخدمة في المؤسسات الصناعية الجزائرية -دراسة استقصائية-، مجلة أبحاث اقتصادية وإدارية (العدد 01)، ص 359.

كما يمكن أن يعبر المؤشر عن مقياس كمي أو نوعي يستخدم لقياس ظاهرة معينة أو أداء محدد خلال فترة معينة، وجدير بالذكر بأنه يوجد اختلاف واضح بين المؤشرات والإحصائيات؛ فالمؤشر لا يكتفي بعرض الواقع وإنما يمتد إلى التحليل و التفسير، على عكس الإحصائيات التي تعرض واقع ظاهرة ما على شكل رقمي في وقت معين. والجدول الموالي رقم(14) يوضح أهم الفروقات بين الإحصائيات و المؤشرات:⁽¹⁾

الجدول رقم(14): الفرق بين البيانات الإحصائية والمؤشرات

المؤشرات	البيانات الإحصائية
- عبارة عن عملية تحويل البيانات الإحصائية (مدخلات لها جوانبها و أبعادها) واستخدامها في تشخيص وتحديد المشكلات، وفي عملية التخطيط ، المتابعة ، التقييم والتقييم للأداء، وتكون المؤشرات عادة على شكل معدلات.	- عبارة عن تجميع رقمي يستخدم للإجابة على التساؤلات من النوع: كم المقدار؟ كم العدد؟ - وتكون البيانات على شكل رقمي أو إجمالي مثل الأعداد أو النسب في الجداول أو الرسوم البيانية.

المصدر: بوجلال أنفال،(2015): قياس الأداء المالي للبنوك الإسلامية في ظل الأزمات المالية-دراسة مقارنة لبعض البنوك خلال الفترة 2003-2013-، أطروحة دكتوراه غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية و علوم التسيير، جامعة فرحات عباس: سطيف، الجزائر، ص97.

⁽¹⁾ بوجلال أنفال،(2015): قياس الأداء المالي للبنوك الإسلامية في ظل الأزمات المالية-دراسة مقارنة لبعض البنوك خلال الفترة 2003-2013-، أطروحة دكتوراه غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية و علوم التسيير، جامعة فرحات عباس: سطيف، الجزائر، ص97.

يمكن تقسيم المؤشرات وفق معيار طبيعة المؤشر إلى مؤشرات كمية ونوعية من

جهة و مؤشرات مالية وغير مالية من جهة أخرى:⁽¹⁾

أ. المؤشرات الكمية و النوعية:

• **المؤشرات الكمية:** ويقصد بها القياس العددي أو الرقمي أو الكمي لظاهرة معينة، فتكون عبارة عن نسبة مئوية أو حصة أو معدل . من أهم خصائص المؤشر الكمي الموضوعية فنتيجته لا تتغير بتغير المقيم.

• **المؤشرات النوعية:** ويقصد بها الحكم أو التقدير أو التقييم لظاهرة معينة أو نتيجة معينة ، يكون هذا المؤشر في شكل كلمات أو سلم تقييمي، رموز و ألوان. يساعد هذا المؤشر على وصف الظاهرة أو الموقف، من أهم مميزاته أنه من المؤشرات التي تخضع للذاتية فتكون الأحكام الصادرة عنها أحيانا غير موضوعية.

ويمكن للمؤشر أن يكون كميا و نوعيا في الوقت نفسه (الإشارة إلى مقياس كمّي عن طريق مؤشر نوعي مرجعي).

ب. المؤشرات المالية و المؤشرات غير المالية:⁽²⁾

• **المؤشرات المالية :** يستند القياس المالي للأداء على المعلومات المالي والمحاسبية التي تستخدم مثلا في قياس الهامش الإجمالي، احتياجات رأس المال العامل، الربحية، العائد على الاستثمار...إلخ.

• **المؤشرات الغير المالية:** تقيس الأداء المرتبط بدرجة التكيف مع المحيط ، وتطوير المعارف اللذان من شأنهما العمل على خلق القيمة للمؤسسة. فالتطورات في المحيط

(1) كمال غانم، المصدر سبق ذكره، ص ص 66-67.

(2) أنفال بوجلل، المصدر سبق ذكره، ص ص 101-102.

الخارجي فرضت على المقيمين استخدام مؤشرات غير مالية: كقياس مدى رضا العملاء، الجودة، أداء المخزون، الابتكارات، احترام البيئة، القيمة السوقية و المهارات...إلخ.

كما تقاس مؤشرات الأداء حسب نوع الأداء المقاس إلى مؤشرات داخلية و مؤشرات خارجية:⁽¹⁾

- **المؤشرات الداخلية:** تتضمن هذه المؤشرات كل التغيرات الحاصلة في أنشطة وإدارة استراتيجية المؤسسة، العمليات، الموارد وكل العناصر المرتبطة بأدائها الداخلي.
- **المؤشرات الخارجية:** وتتضمن هذه المؤشرات التغيرات التي تحدث في البيئة الخارجية للمؤسسة التغيرات على المستوى السياسي، الاقتصادي، التكنولوجي...إلخ. هذه التغيرات يمكن أن تؤثر إيجاباً (الفرص) أو سلباً (التحديات) على الأهداف الاستراتيجية للمؤسسة.

المطلب الثالث: مؤشرات الأداء المالي و الأداء التجاري في البنوك

يعرف الأداء البنكي بأنه " قدرة البنوك على استخدام الموارد المتاحة لها الاستخدام الأمثل بالكفاءة و الفعالية المطلوبة، لتحقيق الأهداف المخطط لها المتمثلة في الربحية، السيولة، النمو و السعي إلى الاستمرار ".⁽²⁾

يعرف أيضاً بأنه جملة الوسائل الضرورية و الأنشطة المتعددة وكل ما تبذله البنوك من مجهودات للقيام بدورها و أداء وظائفها في ظل ما يحيط بها في البيئة

(1) كمال غانم، المصدر سبق ذكره، ص ص 68-69.

(2) حسين فلاح ورد، (2020): أثر التوزيع على الأداء المصرفي المتميز - دراسة تحليلية لعينة من المصارف التجارية المدرجة في سوق العراق للأوراق المالية-، مجلة مركز دراسات الكوفة (العدد 57)، ص 228.

الخارجية من تحديات وهذا بهدف تقديم الخدمات.⁽¹⁾ فالأداء البنكي يعكس المركز المالي للبنك والذي يتضمن كل من الميزانية العمومية و حساب الأرباح و الخسائر، بالإضافة إلى قائمة التدفقات النقدية التي تعطي صورة حقيقية عن حالة البنك خلال فترة زمنية محددة.⁽²⁾

يعد الأداء المالي و الأداء التجاري من بين أهم المحاور التي تحظى باهتمام كبير من طرف إدارة البنك، فهما يرتبطان بوظيفتي الإنتاج و التسويق، فالأداء المالي يعبر عن نتيجة النشاط التشغيلي ويقاس بواسطة النسب و المؤشرات المالية. أما الأداء التجاري فيهدف البنك من خلال قياسه إلى معرفة توجهات عملاءه فيما يتعلق برضاهم ، جودة الخدمات المقدمة لهم، ...إلخ.⁽³⁾

الفرع الأول: تعريف الأداء المالي ومؤشراته

يعرف الأداء المالي بأنه "وصف لوضع البنك المالي وتحديد دقيق للمجالات التي استخدمها للوصول إلى الأهداف من خلال دراسة الإيرادات، الموجودات و المطلوبات وصافي الثروة."⁽⁴⁾ فهو يعبر أيضا عن قدرة المنظمة على تحقيق الاستخدام الأمثل

(1) عبد الكريم مسعودي، خير الدين قريشي، (2023): التكنولوجيا المالية كآلية لتحقيق جودة الأداء المصرفي، مجلة الدراسات المالية، المحاسبية و الإدارية(العدد01)، ص426.

(2) رزيقة مخوخ، (2022): أثر استخدام الصيرفة الإلكترونية في تحسين أداء البنوك التجارية، مجلة البحوث في العلوم المالية والمحاسبية(العدد02)، ص335.

(3) فضيلة شيروف، (2017): دور إدارة علاقات العملاء الإلكترونية في تحسين أداء البنوك -دراسة حالة بعض البنوك في الجزائر-، أطروحة دكتوراه غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة العربي بن مهيدي: ام البواقي، الجزائر، ص89.

(4) رزيقة مخوخ، المصدر سبق ذكره، ص 335.

لمواردها البشرية ، المادية والمالية المتاحة لتحقيق الأهداف، المتمثلة أساسا في تقليل التكاليف و تعظيم الأرباح.(1)

يعتبر الأداء المالي بمثابة أداة موضوعية تساعد في الحكم على كفاءة البنوك ومستوى أنشطتها وبالتالي مدى الجدية في تنفيذ الأهداف المخططة.(2) ويتم تقييم الأداء المالي للبنوك من خلال مجموعة من المؤشرات المالية ، و هذا بهدف الوقوف على مدى كفاءتها في استخدام الموارد، ونجاحها في الوصول إلى أهدافها.(3) فتقييم الأداء المالي هو عملية يتم من خلالها قياس العائد المتحقق في ظل قيود كل من السيولة،الأمان ، النشاط و المديونية. وتشمل هذه النسب ما يلي:(4)

1.نسب الأهداف: وتتضمن أساسا نسب الربحية نظرا لأن الهدف الأسمى للبنك هو تحقيق أكبر عائد.

أ. نسب الربحية:

نسب الربحية تعد من أهم نسب هذه المجموعة لارتباطها بهدف البنك الأساسي، وتركز على الربح المحقق نظرا لأهميته القصوى في توسع البنوك و استمراريتها، وتعبر

(1) Bel Hadj Salah Maher , (2020) : Les déterminants de la performance bancaire : Cas des banques Tunisiennes, Sur Le Site : https://ifid-concours.org/biblio/38%C3%A8me_Banque/Bel_Haj_Salah_Maher.pdf , consulté le 09/05/2024, 9 :25, P7.

(2) أحمد زكريا الصيام ، محمود عادل أبو النادي ، (2014): تأثير كفاءة الخدمات المصرفية الإلكترونية على الأداء المالي للبنوك التجارية الأردنية، مجلة جامعة القدس المفتوحة للأبحاث والدراسات الإدارية و الاقتصادية (العدد 01)، ص326 .

(3) نعمان محصول، سراح موصو، (2019): تقييم الأداء المالي للبنوك التجارية - دراسة حالة المؤسسة المصرفية العربية خلال الفترة 2013-2018-، مجلة نماء للاقتصاد والتجارة (العدد 02)، ص 124.

(4) أمينة بن جدو، مسعود ميهوب، (2020): تقييم الأداء المالي في البنوك التجارية باستخدام النسب المالية -دراسة تحليلية للبنك الأمريكي للفترة الممتدة بين(2010-2019)، مجلة الأصل للبحوث الاقتصادية و الإدارية (العدد 02)، ص237.

أيضا عن محصلة نتائج للسياسات و القرارات التي اتخذها البنك و يتم قياسها من خلال المؤشرات التالية:⁽¹⁾

– **معدل العائد على إجمالي الأصول (ROA)** : يقيس مدى قدرة البنك على توظيف الأموال توظيفا أمثلا، أي يقيس كفاءته في استخدام إجمالي الأصول. ويعبر عن قياس الدخل الصافي لكل وحدة نقدية من متوسط الأصول التي يمتلكها البنك خلال هذه الفترة، ويحسب بالعلاقة التالية:

$$\text{معدل العائد على إجمالي الأصول} = \frac{\text{النتيجة الصافية}}{\text{إجمالي الأصول}}$$

– **معدل العائد على حقوق الملكية (ROE)**: وتقيس هذه النسبة العائد المتحقق من استثمار أموال المالكين، ويعد معيار لتعظيم الثروة. حيث تعمل البنوك على زيادته مع مراعاة حجم المخاطر، ويحسب بالعلاقة التالية:

$$\text{معدل العائد على حقوق الملكية} = \frac{\text{النتيجة الصافية}}{\text{الأموال الخاصة}}$$

2. نسب الأنماط: ويقصد بها النسب التي تحدد مستوى الأداء المالي للبنك و تضم مجموعتين رئيسيتين وهما: نسب الأمان و نسب النشاط.⁽²⁾

أ. **نسب الأمان:** ⁽³⁾

(1) نعمان محصول، سراح موصو ، المصدر سبق ذكره، ص124.

(2) أمينة بن جدو، مسعود ميهوب، المصدر سبق ذكره، ص 237.

(3) زينب جواد عبيد غالي الجليحاوي ، (2010): أثر الخدمات المصرفية غير المربحة على الأداء المصرفي-دراسة تطبيقية على عينة من المصارف التجارية الحكومية في العراق - ، مذكرة ماجستير غير منشورة، كلية الإدارة والاقتصاد، جامعة كربلاء: العراق، ص104.

تقيس هذه النسب مدى قدرة البنك على سداد التزاماته، مما يساهم في دعم القدرة التنافسية في ظل التطورات في بيئته الخارجية. فيجب أن يكون رأس مال البنك مناسباً، وهو ما يزيد من درجة الأمان والطمأنينة لدى المودعين والمقرضين. ولا يوجد معيار واحد لكفاية رأس المال فهو يختلف حسب حجم البنك و طبيعة عملياته، و من أهم نسب هذه المجموعة ما يلي:⁽¹⁾

– **نسبة حقوق الملكية إلى إجمالي الأصول:** تحسب هذه النسبة العلاقة بين حقوق المساهمين إلى إجمالي الأصول، و تظهر مدى إعتداد البنك في تكوين الأصول على رأس المال. ويتم حسابها بالعلاقة التالية:

$$\text{نسبة حقوق الملكية إلى إجمالي الأصول} = \frac{\text{حقوق الملكية}}{\text{إجمالي الأصول}}$$

– **نسبة حقوق الملكية إلى إجمالي الودائع:**⁽²⁾ تعبر هذه النسبة عن مدى قدرة البنك على رد الودائع المتحصل عليها بالاعتماد على الأموال الخاصة، وتشير أيضاً إلى درجة الاعتماد على حقوق الملكية كمصدر تمويل، وكلما زادت هذه النسبة زاد معها الأمان. وتحسب بالعلاقة التالية:

$$\text{نسبة حقوق الملكية إلى إجمالي الودائع} = \frac{\text{حقوق الملكية}}{\text{إجمالي الودائع}}$$

(1) نعمان محصول، سراح موصو ، المصدر سبق ذكره، ص ص 125-126.

(2) عيسى قروش، سمية فضيلي و عبد الرؤوف عز الدين، (2021): تقييم الأداء المالي للبنوك التجارية بإستخدام النسب المالية – دراسة مجموعة من البنوك التجارية الجزائرية خلال الفترة 2015-2019، مجلة العلوم الاقتصادية و علوم التسيير والعلوم التجارية (العدد 01)، ص36.

ب. **نسب النشاط:**⁽¹⁾ تشير هذه النسب إلى مدى جودة استخدام البنك للأصول

والخصوم وتسمى أيضا بنسب إدارة الأصول. ومن بين هذه النسب ما يلي:⁽²⁾

– **معدل توظيف الموارد المتاحة** = إجمالي الاستثمارات / (إجمالي الودائع + حقوق الملكية).

– **نسبة التكاليف إلى إجمالي الاستثمارات** = إجمالي التكاليف / إجمالي الاستثمارات.

– **نسبة الإيرادات إلى إجمالي الاستثمارات** = إجمالي الإيرادات / إجمالي الاستثمارات.

– **معدل تكلفة الدخل** = إجمالي التكاليف التشغيلية / إجمالي الإيرادات.

3. **نسب السياسات:**⁽³⁾ و يحدد من خلال نسب هذه المجموعة السياسة المالية المتبعة

من طرف البنك و نجد نوعين : نسب السيولة ونسب المديونية.

أ. **نسب السيولة:**⁽⁴⁾ وتقيس هذه النسب قدرة البنك على تحويل الأصول إلى نقدية

حاضرة دون خطر التعرض للخسارة، وهو ما يدل على قدرته على سداد الالتزامات

قصيرة الأجل. من بين هذه النسب نجد ما يلي:

– **نسبة الأصول السائلة إلى إجمالي الأصول** = الأصول السائلة أو النقدية / إجمالي

الأصول. ارتفاع هذه النسبة يدل على انخفاض قيمة استثمارات البنك، أي أن جزءا

كبيرا من أمواله مستثمر في أصول ذات قابلية سريعة للتحويل إلى نقدية في المدى

القصير.

(1) عيسى قروش، سمية فضيلي وعبد الرؤوف عز الدين، المصدر سبق ذكره، ص 35.

(2) الطيب بولحية، عمر بوجميلة، (2016): تقييم الأداء المالي للبنوك الإسلامية -دراسة تطبيقية على مجموعة من البنوك الإسلامية للفترة (2009-2013)، مجلى اقتصاديات شمال افريقيا (العدد 14)، ص6.

(3) أمينة بن جدو، مسعود ميهوب، المصدر سبق ذكره، ص 237.

(4) محمود فوزي شعوبي، إلهام التجاني، (2015): تقييم الأداء المالي للبنوك التجارية - دراسة حالة البنك الوطني الجزائري والقرض الشعبي الجزائري للفترة (2005-2011)-، مجلة أبحاث اقتصادية وإدارية (العدد 17)، ص35.

– نسبة الأصول السائلة إلى إجمالي الودائع = الأصول السائلة أو النقدية / مجموع الودائع.

تشير هذه النسبة مدى قدرة البنك على مواجهة السحب من الودائع و مدى كفاءته في توفير النقدية، وهي من النسب الأكثر استعمالا في الحكم على سيولة البنك.

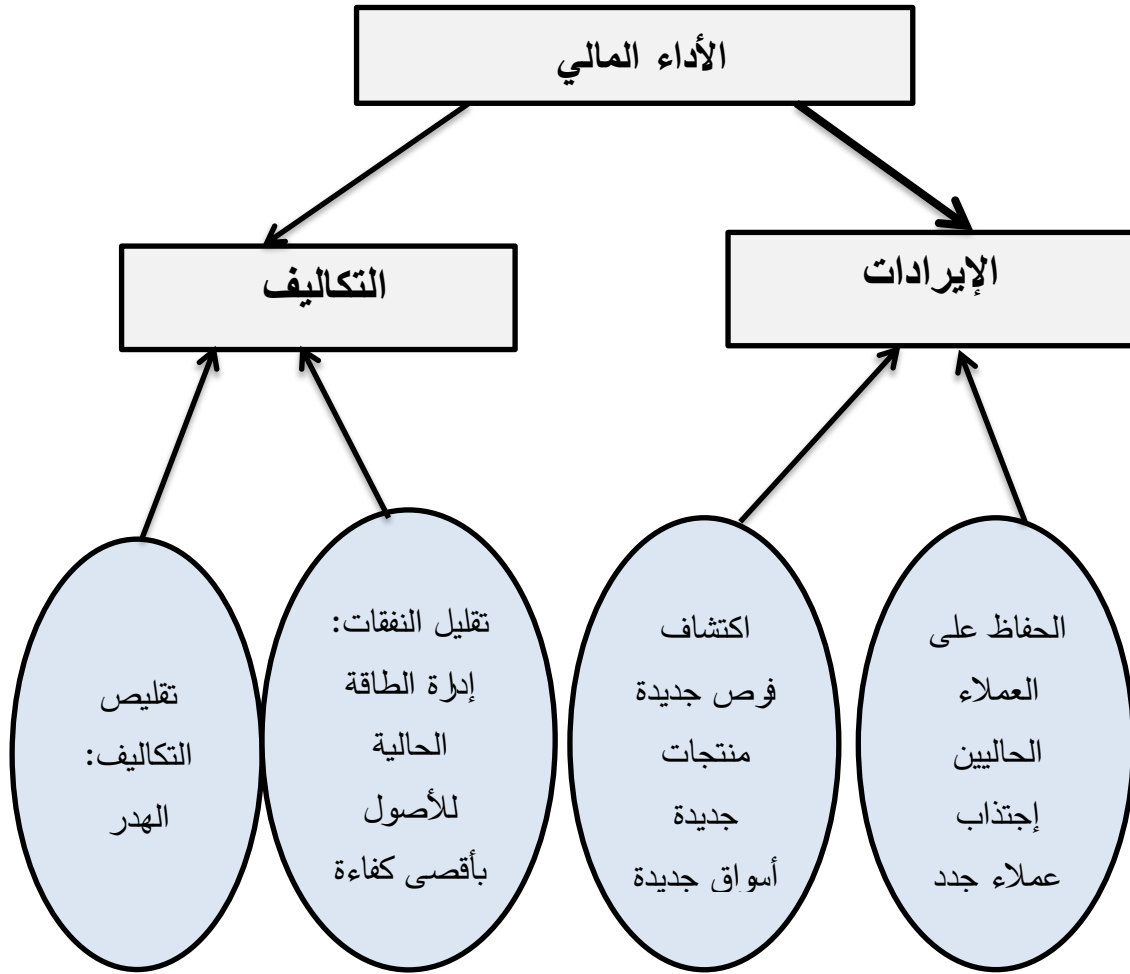
ب. نسب المديونية:⁽¹⁾ تقيس هذه النسب مدى قدرة البنك على سداد ديونه طويلة الأجل ، وأيضا درجة اعتماده على مصادر التمويل الخارجية في تمويل الأصول مقارنة بالأموال الخاصة. تتمثل نسب هذه المجموعة في ما يلي:

- نسبة الديون إلى إجمالي الأصول = إجمالي الديون / إجمالي الأصول.
- نسبة الديون إلى حقوق الملكية = إجمالي الديون / إجمالي حقوق الملكية.
- نسبة الديون طويلة الأجل إلى حقوق الملكية = الديون طويلة الأجل / إجمالي حقوق الملكية.
- نسبة الديون قصيرة الأجل إلى إجمالي الأصول = الديون قصيرة الأجل / إجمالي الأصول.

والشكل رقم(11) الموضح أدناه يبين المؤشرات الرئيسية للأداء المالي في البنوك:

(1) نعمان محصول، سراح موصو، المصدر سبق ذكره، ص ص 124-125.

الشكل رقم (11): المؤشرات الرئيسية للأداء المالي في البنوك



المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على :

– فضيلة شيروف، (2017): دور إدارة علاقات العملاء الإلكترونية في تحسين أداء البنوك -دراسة حالة بعض البنوك في الجزائر-، أطروحة دكتوراه غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة العربي بن مهيدي: أم البواقي، الجزائر، ص93.

تهدف البنوك إلى تحقيق الأرباح و تعظيمها من كل الجوانب، أي الأصول ، السيولة ورأس المال إلى غير ذلك. ويتحقق ذلك من خلال عدة مداخل منها:

الحفاظ على العملاء الحاليين واجتذاب عملاء جدد، اكتشاف فرص جديدة عبر استهداف أسواق جديدة وطرح منتجات جديدة. أيضا العمل على تخفيض التكاليف ويتم ذلك من خلال التقليل من نفقات العمليات و إدارة الأصول بكفاءة، فتحسن الأداء المالي يعبر عنه بزيادة الإيرادات (الأرباح) ، تخفيض التكاليف وتوفير السيولة على مستوى البنك.⁽¹⁾

الفرع الثاني: تعريف الأداء التجاري و مؤشرات

1. تعريف الأداء التجاري:

يعتبر الأداء التجاري المجس الحقيقي الذي يعطي صورة واضحة عن سير أعمال المؤسسة ، حيث يحقق لهذه الأخيرة الموقف الاستراتيجي ليس على المستوى الداخلي فحسب وإنما يمتد إلى بيئة العمل الخارجية. و يعرف الأداء التجاري بكونه " انعكاس لقدرة المؤسسة في مدى استخدام مواردها المادية و البشرية و استغلالها بصورة تجعلها قادرة على تحقيق أهدافها. " ⁽²⁾

يعرف (Ketler & Armstrong) الأداء التجاري بأنه " يمثل مقارنة أداء الشركة بأداء منافسيها للتعرف على نقاط قوتها والقيام بتعزيزها، والتعرف على نقاط ضعفها لغرض الحد منها " ⁽³⁾ كما يصف الأداء التجاري مدى كفاءة وفعالية الوظيفة التجارية و التسويقية في تحقيق أهداف المبيعات، رضا الزبائن وتعتبر المردودية ، رقم الأعمال، عدد الزبائن ومعدل شراء منتجات وخدمات البنك من أبرز المؤشرات المعتمدة في

⁽¹⁾ فضيلة شيروف، المصدر سبق ذكره، ص 93. (بتصرف)

⁽²⁾ عبد الرحمان شامي، إلياس سليمان، (2017): التوجه السوقي والأداء التسويقي -دراسة تطبيقية بالبنوك العمومية لولاية بشار-، مجلة التنظيم والعمل (العدد 02)، ص45.

⁽³⁾ محمد بنية ، حمزة بعلي، (2020): أثر التخطيط الاستراتيجي على تحسين الأداء التسويقي للبنوك التجارية الجزائرية - دراسة عينة من البنوك الجزائرية-، مجلة حوليات الجزائر (العدد02)، ص492.

قياسه.⁽¹⁾ ويتعلق الأداء التجاري بنشاط البنك المرتبط بكل ما يعرضه من خدمات و الطريقة التي يعرضها من خلالها و الأساليب المعتمدة في الترويج لها،⁽²⁾ فمصطلح الأداء التجاري " يصف كفاءة وفعالية العملية التجارية ، من خلال التركيز على المواءمة بين مخرجات أنشطة واستراتيجيات البنك التجارية وبين الأهداف المطلوبة لها. ⁽³⁾

ويعبر الأداء التجاري على قدرة البنك على جذب عملاء جدد مع الحفاظ على العملاء الحاليين، من خلال تلبية احتياجاتهم بتقديم خدمات تتوافق وتوقعاتهم. ويقاس بعدة مؤشرات: الحصة السوقية، درجة رضا العملاء ، معدل ولاء العملاء.⁽⁴⁾

بناء على ما سبق فإن أهمية الأداء التجاري تظهر من خلال مقارنة أداء البنك مع منافسيه، تتيح هذه المقارنة معرفة موقع البنك في السوق ؛ و بالتالي إتخاذ القرار بالاستمرار أو الانسحاب. إضافة إلى أنه بواسطة النتائج التي توفرها مؤشرات الأداء التجاري يستطيع البنك استخدام موارده بشكل كفؤ، والاستفادة من الفرص المتاحة و بالتالي يتم طرح منتجات تتماشى و تطلعات العملاء و تسويقها عبر قنوات مبتكرة.⁽⁵⁾

2. مؤشرات الأداء التجاري:

ترتبط مؤشرات قياس الأداء التجاري للمؤسسات الخدمية بصفة عامة و البنوك بصفة خاصة ببعدين رئيسيين و هما : البعد المالي ، البعد الغير المالي. حيث يركز البعد المالي على مؤشرات التقييم المالي بواسطة النسب المالية، أما البعد الغير المالي

⁽¹⁾ رزيقة مخوخ ، المصدر سبق ذكره، ص335.

⁽²⁾ عبد الكريم مسعودي، خير الدين قريشي ، ص426.

⁽³⁾ هيئة مزغاش، (2021): أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصالات على الأداء المالي والتجاري للبنوك التجارية الجزائرية – دراسة حالة عينة من البنوك التجارية النشطة في ولاية برج بوعريبيج، مجلة التكامل الاقتصادي (العدد 03)، ص165.

⁽⁴⁾ Bel Hadj Salah Maher , op .cit, p10 .

⁽⁵⁾ محمد بنية ، حمزة بعلي، المصدر سبق ذكره، ص 493.(بتصرف).

فهو يضم كل المؤشرات على المستوى الكمي و النوعي مثل: رضا وولاء العملاء، الجودة، الأساليب المتبعة في مجال التسيير و التسويق ، القدرات و الموارد المستخدمة، كفاءة العنصر البشري.⁽¹⁾

كما يشير غالبية الباحثين في مجال الأداء و تكنولوجيا المعلومات إلى وجود أسلوبين للقياس الكمي و الكيفي واللذان يقدمان نتائج متماثلة ومتساوية في الغالب نظرا لوجود ارتباط موجب بين المقاييس المشكلة لكل أسلوب منها.² فالأسلوب الكمي يعتمد بالأساس على معطيات مستخرجة من طرف المؤسسة معروضة في شكل أرقام تتمثل في النتيجة، رقم الأعمال، الإنتاجية، القيمة السوقية للسهم ...إلخ، أما الأسلوب الكيفي فهو يركز على مدى تقييم و ادراك المسير. ويشير غالبية الباحثين إلى أفضلية الأسلوب الكيفي لقياس الأداء، وهذا لصعوبة الحصول على المعلومات المالية و المحاسبية الحقيقية اللازمة في الأسلوب الكمي.⁽³⁾

ونظرا للاختلاف القائم بين الباحثين و المتخصصين حول توحيد المؤشرات المعتمدة لقياس الأداء التجاري، لذا سيتم الاعتماد على مؤشرات الأسلوب الكيفي عبر البعض منها والذي يعتبر أكثر توافقا و انسجاما مع متطلبات الدراسة الميدانية، وانطلاقا مما سبق يتم اقتراح المؤشرات التالية لقياس أثر استراتيجيات العصرية على الأداء

⁽¹⁾ محمد يزيد كحول، (2015): مساهمة سياسات التسويق في الأداء التجاري لشركات التأمين : دراسة حالة الجزائر، أطروحة دكتوراه غير منشورة ، كلية العلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير ، جامعة باجي مختار : غنابة، الجزائر، ص91.

⁽²⁾ إسماعيل بن ديلمي، المصدر سبق ذكره، ص 94.

⁽³⁾ حمزة بوكفة، (2017): أثر استخدام الإنترنت على أداء المؤسسات الصغيرة و المتوسطة الناشطة في القطاع السياحي - دراسة عينة من المؤسسات الصغيرة و المتوسطة-، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية و علوم التسيير ، جامعة العربي بن مهيدي: أم البواقي، الجزائر، ص99.

التجاري في المؤسسات البنكية محل الدراسة وهي: الحصة السوقية، رضا العملاء ، ولاء العملاء . و يتم شرحها بشكل أكثر تفصيل فيما يلي:

أ. الحصة السوقية:

يعتبر مصطلح الحصة السوقية من أكثر المصطلحات انتشارا وشيوعا بين الباحثين الاقتصاديين، ويتم تجزئة المصطلح إلى جزئين: (1)

- الحصة: ومعناها اللفظي جزء أو مبلغ يحصل عليه الشخص نتيجة قسمة شيء ما.
- السوقية: من مصطلح سوق وهو مكان التقاء البائعين و المشترين لتبادل السلع والخدمات. وتعرف الحصة السوقية بأنها كل ما تنتجه المؤسسة من حاجات وخدمات معينة و كيفية انعكاس ذلك على المنافسين، تقاس من خلال عملية المقارنة بين حجم مبيعات المنظمة مع إجمالي مبيعات المنافسين لها في نفس البيئة التي تعمل بها. وتقاس بالنسبة التالية: (2)

$$\text{الحصة السوقية} = \frac{\text{إجمالي قيمة مبيعات الشركة}}{\text{إجمالي قيمة مبيعات الصناعة}}$$

كلما ارتفعت هذه النسبة كلما تؤثر على قوة المنظمة في السوق.

تمثل الحصة السوقية مقياس مهم للأداء التجاري الجيد، حيث يتم بواسطتها التمييز بين البنك الناجح و البنك الغير ناجح في نشاطه. ويتم قياسها في البنك من خلال تحديد الحصة السوقية التي ينبغي تغطيتها وخدمتها مقارنة مع عدد البنوك

(1) قادر جدو، عبد الهادي مختار ، (2024): مزايا استخدام القنوات المصرفية الإلكترونية وتأثيرها على الحصة السوقية : دراسة استطلاعية لوجهات نظر عملاء الوكالات البنكية مدينة تيارت-، مجلة أبحاث اقتصادية معاصرة(العدد 01)، ص417.

(2) ثامر البكري، أحمد هادي طالب، (2015): إدارة علاقات الزبائن و الأداء التسويقي، الطبعة العربية، دار أمجد للنشر و التوزيع: عمان، الأردن، ص63.

المنافسة في القطاع نفسه؛ سواء مقارنة مع الحصة السوقية للبنك الذي يملك أكبر حصة سوقية في القطاع، أو مع الحصة السوقية لأكبر ثلاث بنوك قائمة في السوق.⁽¹⁾ وينظر العميل للحصة السوقية كمؤشر لجودة الخدمة البنكية المقدمة ومدى انتشارها وقبولها مما يعزز المركز التنافسي للبنك.⁽²⁾

ب. رضا العملاء :

تولي البنوك اهتماما بالغاً في تحقيق رضا العميل، باعتباره صاحب القوة الشرائية. حيث تعمل على كسبه ومحاولة الاحتفاظ به، وهو ما يكون له تأثير إيجابي على نجاح البنك وبقاءه في السوق.⁽³⁾ قدمت العديد من التعاريف و المفاهيم الخاصة بالرضا و هذا حسب آراء المفكرين و الباحثين، حيث يعرف بأنه " مستوى إحساس الفرد الناجم عن المقارنة بين أداء المنتج المدرك وبين توقعات هذا الفرد".⁽⁴⁾ كما يعبر الرضا عن " استجابة إيجابية تنتج عن تجربة الاستهلاك - من الناحية الشعورية- ومعيار تقييمي لكيفية تلبية المنتج/الخدمة الإجمالية لتوقعات العميل-من الناحية الإدراكية-".⁽⁵⁾

عرف (Oliver) الرضا " بأنه شعور العميل بأن عملية الاستهلاك تشبع لديه بعض الحاجة،

الرغبة والهدف وأن عملية الإشباع هذه ذات سعادة بالنسبة له".⁽⁶⁾ وعرف كل من (Philip

(1) عبد الرحمان شامي، إلياس سليمان، المصدر سبق ذكره، ص 47.

(2) محمد بنية ، حمزة بعلي، المصدر سبق ذكره، ص 495. (بتصرف)

(3) مختارية عثمانى، (2022): جودة الخدمات المصرفية وأثرها على رضا العملاء - دراسة حالة الصندوق الوطني للتوفير والاحتياط بنك لولاية عين تموشنت فرع حمام بوججر-، مجلة دفاتر بواذكس(العدد 02)، ص 184.

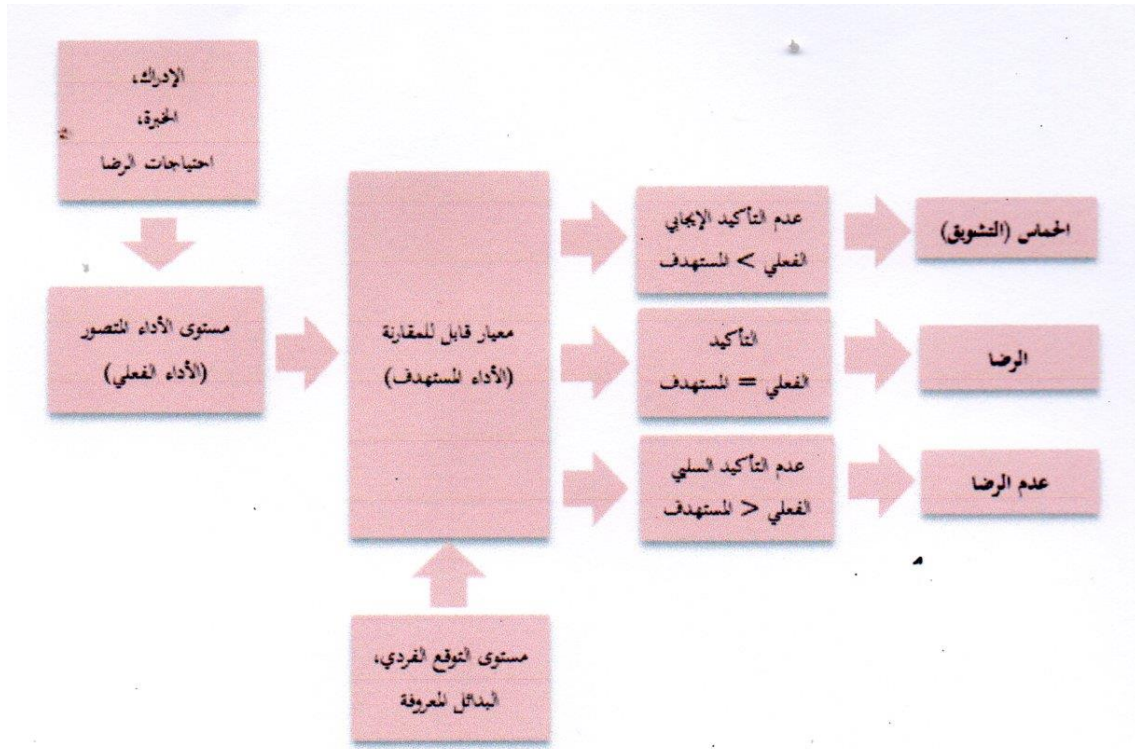
(4) زقاي حميدي، محمد واسيني، (2016): سلوك المستهلك المصرفي، الطبعة الأولى، دار زهران للنشر و التوزيع: عمان، الأردن، ص170.

(5) نسبية بنشوري، اليمين فالتة ، (2023): رضا الزبون : الدوافع و المؤشرات -قراءة في نموذج كانو-، مجلة الاستراتيجية و التنمية(العدد 01)، ص195.

(6) عبد العزيز علي مرزوق، (2011): محددات الثقافة التسويقية وانعكاسها على رضا العملاء - دراسة تطبيقية على بنوك القطاع العام التجارية بمحافظة المنوفية-، المجلة المصرية للدراسات التجارية(العدد 03)، ص129.

(Kotler و Kevin Lane Keller) الرضا بأنه شعور الفرد بالرضا أو خيبة الأمل التي تنتج عن مقارنة الأداء المدرك للمنتج (المخرجات) مع التوقعات عن أداء المنتج.⁽¹⁾ كما يعبر الرضا عن الاستجابة الصحيحة لتوقعات العملاء⁽²⁾، ويمكن تمييز ثلاثة مستويات من الرضا كما هي موضحة في الشكل رقم (12) الموالي:

الشكل رقم (12): مستويات رضا العملاء



المصدر: نسبية بنشوري، اليمين فالتة ، (2023): رضا الزبون : الدوافع و المؤشرات - قراءة في نموذج كانو-، مجلة الاستراتيجية و التنمية(العدد 01)، ص196.

(1) Philip Kotler, Kevin Lane Keller, (2006): Marketing Management, 12 édition, Pearson : paris , France, p 153.

(2) Christian Barbaray, (2016) : Satisfaction, fidélité et expérience client- Être à l'écoute de ses clients pour une entreprise performante -, Dunod : Paris, France, P5.

من خلال الشكل رقم(12) يتضح وجود ثلاث مستويات من الرضا ممكن أن تتحقق وهي:⁽¹⁾

– الأداء أصغر من التوقعات: (الأداء الفعلي > الأداء المستهدف) يكون العميل غير راض؛

– الأداء يساوي التوقعات: (الأداء الفعلي = الأداء المستهدف) يكون العميل راض؛

– الأداء أكبر من التوقعات: (الأداء الفعلي < الأداء المستهدف) يكون العميل راض و سعيد.

يتضح أيضا وفق الشكل أعلاه بأن العميل يصل إلى مستوى الرضا عن الخدمات المقدمة من طرف البنك، لما تكون الخصائص للفعالية للخدمات المقدمة من طرف هذا الأخير مساوية لتوقعات العميل أو أكبر منها. لذلك فإن العمل على تطوير الخدمات البنكية بما يتوافق مع رغبات و تطلعات العملاء أضحى ضرورة لا بد من مراعاتها للحفاظ على العملاء الحاليين أو لكسب عملاء جدد.⁽²⁾

من بين أهم المؤشرات التي تعكس رضا العميل عن البنك الذي يتعامل معه ما يلي:⁽³⁾

– زيادة الخطابات و التعليقات اللطيفة من طرف العملاء؛

(1) مختارية عثمانى، المصدر سبق ذكره، ص 185.

(2) نسيبة بنشوري ، اليمين فالتة ، المصدر سبق ذكره، ص 196.(بتصرف)

(3) محمد وزاني، زقاي حميدي، المصدر سبق ذكره، ص 177.

– الاصرار على التعامل مع نفس البنك على الرغم من الإغراءات المقدمة من طرف البنوك المنافسة؛

– تقديم البنك وتعريفه لدى عائلاتهم ، أصدقائهم ومعارفهم؛

– الانخفاض في نسب الشكاوي و رفض التصعيد لأي جهة إدارية أخرى؛

– المشاركة في تقديم اقتراحات حول إدخال تحسينات أو تعديلات على الخدمات المقدمة من طرف البنك.

ج. ولاء العملاء: (1)

أصبح مصطلح الولاء من بين أكثر المصطلحات شيوعاً في أدبيات التسويق حيث يعكس قوة العلاقة بين العميل والمنظمة، فهو يعبر عن أقصى درجة يمكن أن يصل إليها العميل في علاقته معها ومؤشر صادق عن سلوكه. حيث يتوقف نجاح المنظمة على مدى امتلاكها للعملاء الأوفياء لأن قيمتها الحقيقية تنعكس من خلال العملاء سواء الحاليين أو المستقبليين. (2)

تعددت التعاريف المقدمة لضبط مفهوم ولاء العملاء إتجاه علامة أو مؤسسة أو محل⁽³⁾، فيعرفه (OLIVER) بأنه " وعد المشتريين بشراء منتجات وخدمات وعلامات تجارية خاصة بمؤسسة ما على مدى فترة زمنية ثابتة، بغض النظر عن المنتجات

(1) ميسون بلخير، حكيم بن جروة، (2021): قيمة العلامة التجارية وأثرها على ولاء الزبون وفق نموذج Keller -دراسة حالة عينة من زبائن مؤسسة كوندور في مدينة ورقلة-، مجلة التنمية الاقتصادية (العدد 01)، ص85.

(2) لطيفة كلاخي، عبد الله بن حمو، (2022): دور التسويق بالعلاقات في كسب ولاء العملاء دراسة حالة وكالة لجدار للسياحة و الأسفار بتيارت -دراسة استكشافية-، مجلة الاستراتيجية و التنمية (العدد 01)، ص179.

(3) محمد الأمين كروش، الطاهر لحرش، (2017): دور المنتج المبتكر في تحقيق ولاء العملاء من خلال تأثيره على نية الشراء والحساسية للسعر -دراسة حالة منتجات مؤسسة كوندور-، مجلة معارف (العدد 23)، ص66.

الجديدة و ابتكارات المنافسين ولا يضطر هؤلاء العملاء للتبديل" ⁽¹⁾ ، ويشير (Oliver) من خلال هذا التعريف إلى أن الولاء يتجسد في كون العملاء يلتزمون ضمناً بإعادة الشراء، رغم توفر خيارات أخرى يمكن التحول لها بسهولة وهو ما يعبر عن الولاء الحقيقي. ⁽²⁾

يعرف براون الولاء بأنه " توقع شراء علامة ما في غالب الأحيان انطلاقاً من تجربة إيجابية سابقة". ⁽³⁾

أما كوتلر فعرفه أنه " مقياس العميل و رغبته في المشاركة التبادلية بأنشطة المؤسسة ". ⁽⁴⁾

كما عرف كل من (Schored Wulf) و (Lacobuci) ولاء العميل بأنه حجم التكرار في عملية الاستهلاك أو الشراء التي يقوم بها العميل من نفس المؤسسة. ⁽⁵⁾ ويتضح سلوك الولاء بشكل جلي عبر دراسة العلاقة الرابطة بين (العميل / البائع) ، حيث يتحول الزبون إلى سفير للمؤسسة من خلال تقديمها للآخرين وحثهم على شراء منتجاتها أو خدماتها، كما يمكن أن يساهم في تقديم الاقتراحات أو الانتقادات. ⁽⁶⁾

⁽¹⁾ لطيفة كلاخي، زاهية توام، (2021): جودة الخدمة السياحية وأثرها على ولاء العملاء -دراسة تحليلية على عينة من عملاء وكالة لجدار للسياحة و الأسفار بتيارت، مجلة الاقتصاد وإدارة الأعمال (العدد 02)، ص75.

⁽²⁾ فتحي بناني، أحمد محمودي، (2020): المسؤولية الاجتماعية كخيار استراتيجي لتعزيز ولاء العميل -تجربة البنك العربي -، مجلة الحوكمة، المسؤولية الاجتماعية و التنمية المستدامة(العدد 02)، ص101.

⁽³⁾ محمد الأمين كروش، الطاهر لحرش، المصدر سبق ذكره، ص 66.

⁽⁴⁾ أسماء بن حديد، عبد المجيد تيمواوي، (2023): أثر الابتكار التسويقي في بناء ولاء الزبون -دراسة لعينة من مرضى المؤسسات الاستشفائية الخاصة غرداية-، مجلة إضافات اقتصادية(العدد 02)، ص 532.

⁽⁵⁾ صالح مباركي، جمعة خير الدين، (2021): أثر تكنولوجيا المعلومات على كسب ولاء العميل - دراسة حالة بنك BADR بسكرة-، مجلة الاقتصاديات المالية و البنكية وإدارة الأعمال (العدد 02)، ص722.

⁽⁶⁾ أسماء بن حديد، عبد المجيد تيمواوي، المصدر سبق ذكره، ص 532.

مما سبق يعرف الولاء بأنه النظرة الإيجابية التي يتبناها العميل عند شراء الخدمات و المنتجات من مؤسسة ما، و التي تؤثر على قراره بالشراء وتجعله مرتبطا بها لمدة طويلة دون تغييرها حتى في حالة وجود عروض أخرى منافسة.

تبعاً لـ (Oliver) يمر عميل البنك بأربعة مراحل أساسية للوصول إلى الولاء الحقيقي تتمثل في ماي لي:⁽¹⁾

– **المرحلة الأولى:** الولاء المعرفي بأداء البنك من حيث المنتجات و الخدمات ، فيكون العميل مخلصاً إذا تحصل على خدمات تتوافق و متطلباته وإلا يترك البنك و يتوجه إلى عروض بنوك أخرى.

– **المرحلة الثانية:** الولاء العاطفي في هذه المرحلة يبدأ العميل بتكوين روابط عاطفية مع البنك ، و هو ما يطور الموقف الإيجابي إتجاهه. لكن يبقى غير كاف بالنسبة لبقاء العميل في حالة تلقيه عروض أكثر من البنوك المنافسة من الناحية الاقتصادية.

– **المرحلة الثالثة:** تتميز هذه المرحلة بزيادة الروابط بين العميل و البنك عبر تجارب الشراء المتكررة ، و في هذه الحالة يشعر العميل بالرغبة في الحفاظ على العلاقة و إعادة الشراء . ونظراً لارتباط العميل ببنكه فينخفض خطر مغادرته إلى بنوك أخرى.

– **المرحلة الرابعة:** تتميز هذه المرحلة بإخلاص العميل لبنكه و يشعر بسعادة بالغة نتيجة الاشتراك بانتظام في العروض المقدمة من طرفه، و يسعى إلى إدامة العلاقة التجارية ولا يغير البنك بأي حال من الأحوال.

(1) Leila Charef, (2015): La gestion de la relation client dans les banques: un outil de fidélisation du client, El-Bahith Review (N° 01), P169.

وفق Dick و Basu يتم تصنيف الولاء وفق عاملين : عامل سلوكي يعبر عن درجة الإقبال أو تكرار عملية الشراء و الآخر على مدى الاتجاه النسبي و يمثل درجة الاستعداد أو القناعة لدى الزبون حول المنتج،⁽¹⁾ ويعتبر هذا التصنيف الأكثر واقعية⁽²⁾ وهو ممثل في الجدول رقم(15) الموالي:

الجدول رقم (15): أنواع الولاء وفق تصنيف Dick و Basu

	تكرار عملية الشراء	
	عالية	منخفضة
الاتجاه النسبي عالي	ولاء حقيقي	ولاء كامن
الاتجاه النسبي منخفض	ولاء زائف	عدم الولاء

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على :

– Anne Julien, André Marot, (2012): Marketing de la banque et de l'assurance, Dunod : Paris, France, p 62.(بتصرف)

وفق الجدول رقم(15) نميز أربعة أنواع من الولاء:⁽³⁾

أ. **عدم الولاء:** و هو معاكس تماما لمفهوم الولاء حيث يكون الاتجاه النسبي منخفض، درجة الإقبال منخفضة (السلوك). مثال : يكون الإقبال على محطات البنزين أو نقاط تعبئة رصيد الهاتف عند الحاجة، أو حسب مدى قربها للزبون أو وفق الظرف الذي يكون فيه.

(1) ميسون بلخير، حكيم بن جروة، المصدر سبق ذكره، ص 87.

(2) فتحي بناني، أحمد محمودي، المصدر سبق ذكره، ص 102.

(3) ميسون بلخير، حكيم بن جروة، المصدر سبق ذكره، ص ص 86-87.

ب. **الولاء الزائف:** في هذه الحالة يكون الإقبال متكرر (عالي) و الاتجاه النسبي (منخفض) أي أن الرغبة في إعادة الشراء منخفضة جدا، لكن وجود عوامل مؤثرة مثل موقع المؤسسة، الوقت و الجهد اللازم للحصول على المنتج أو الخدمة مما يجعل الزبون يميل إلى قرار الشراء مثال: نقطة بيع الخدمة أو المنتج قريبة، احتكار المؤسسة العارضة للمنتج أو الخدمة.

ج. **الولاء الكامن:** وهو حالة معاكسة للولاء الزائف، يكون فيها الإقبال متكرر (منخفض) و الاتجاه النسبي مرتفع، فقد تتوفر الرغبة في الشراء ولكن وجود عوائق تحول دون ذلك، مثال زبون منجذب لخدمات شركة تأمين أ و لكنه مرتبط بعقد مع شركة تأمين ب .

د. **الولاء الحقيقي:** وفي هذه الحالة يكون كل من سلوك الشراء عالي و الاتجاه النسبي عالي أيضا، فالرغبة تقترب بالشراء، و يعتبر الحالة المثالية التي تسعى إليها كل المنظمات.

المطلب الرابع: تحسين الأداء المالي و التجاري في المؤسسات البنكية من

خلال استراتيجيات العصرية المعتمدة

لتوضيح علاقة التأثير بين كل من استراتيجيات العصرية المعتمدة في المؤسسات البنكية و أدائها المالي و التجاري، تم إعداد الجدول رقم (16) والذي يلخص أهم المؤشرات التي تعبر عن التأثير بين استراتيجية الصيرفة الإلكترونية و استراتيجية الإدارة الإلكترونية على كل من الأداء المالي و الأداء التجاري. وتم إعدادها بالاعتماد على عدة

دراسات وهي: دراسة ميهوب سماح⁽¹⁾ ،

(1) سماح ميهوب، المصدر سبق ذكره، ص ص 30-32.

- دراسة رقية الطيب علي أحمد⁽¹⁾ ، دراسة دغنوش العطرة⁽²⁾ ، دراسة كل من عزمي وصفي عوض و رسلان أحمد محمد⁽³⁾ ، دراسة كل من Bouchikhi mohammed redha و Sadouki ghrissi⁽⁴⁾ ، دراسة إسماعيل مصباح و عاد محمد الصغير⁽⁵⁾ ، دراسة مخوخ رزيقة⁽⁶⁾ ، دراسة نجم العزاوي⁽⁷⁾.

(1) رقية الطيب علي أحمد ، (2021): أثر استخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية في زيادة ربحية البنوك-التطبيق على عينة من البنوك السودانية-، مجلة الباحث الاقتصادي (العدد 01)، ص 195.

(2) العطرة دغنوش، المصدر سبق ذكره، ص ص 170-171.

(3) عزمي وصفي عوض ، رسلان أحمد محمد،(2017): أهمية استخدام أدوات وتقنيات الصيرفة الحديثة في تعزيز الأداء العام للبنوك الوطنية الفلسطينية ، المجلة الأردنية في إدارة الأعمال (العدد 03)، ص 414.

(4) Sadouki ghrissi, Bouchikhi mohammed redha, (2022): L'effet des services bancaires électroniques sur la performance financière des banques commerciales en Algérie - une étude empirique sur un échantillon de banques-, Revue Administration et Développement Pour les Recherches et les études (N° 01), P 846.

(5) اسماعيل مصباح، عاد محمد الصغير، (2023): دور الإدارة الإلكترونية في تطوير العمل الإداري للبنوك-دراسة حالة بنك الجزائر الخارجي BEA ، الملتقى الوطني جودة الخدمات في ظل التحول الرقمي و الإدارة الإلكترونية في المؤسسات الجزائرية رهانات و تحديات/ تقييم الواقع واستشراف المستقبل المنعقد يومي 08 و 09 نوفمبر 2023 ، كلية العلوم الاقتصادية و التجارية وعلوم التسيير، جامعة غرداية ، الجزائر، ص ص12-14.

(6) رزيقة مخوخ، المصدر سبق ذكره، ص ص 341-342.

(7) نجم العزاوي، (2017): أثر مكونات الإدارة الإلكترونية على أداء المنظمة -دراسة تطبيقية على مصرف الراجحي وفروعه في العراق-، مجلة العلوم الاقتصادية والتسيير والعلوم التجارية (العدد 17)، ص 257.

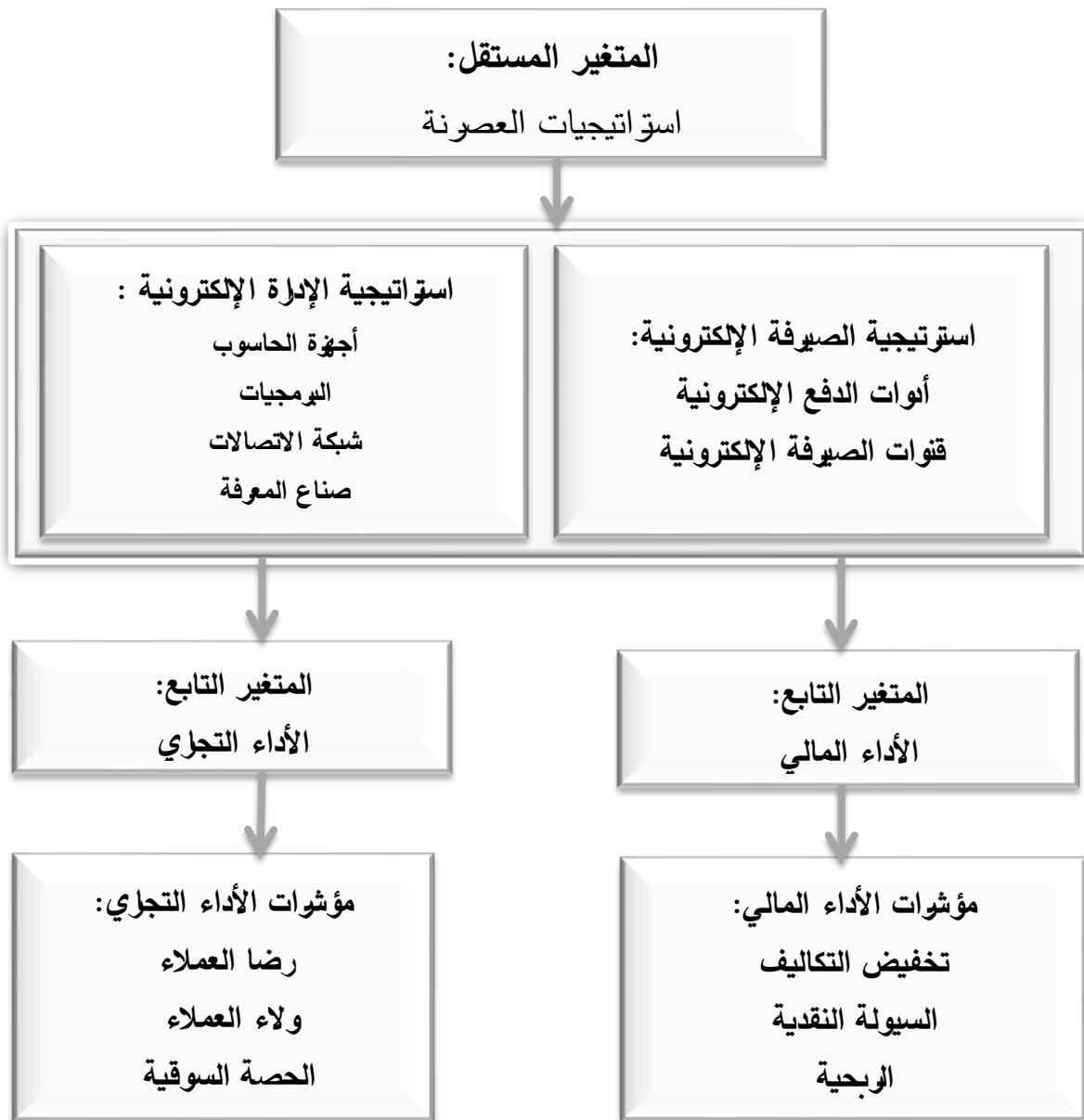
الجدول رقم (16): مصفوفة التأثير بين استراتيجيات العصرية والأداء المالي و الأداء التجاري

الأداء التجاري	الأداء المالي	نوع الأداء نوع الاستراتيجية
- تحسين جودة الخدمات البنكية المقدمة ؛ - زيادة رضا العملاء من خلال تقديم خدمات تستجيب لرغباتهم وتطلعاتهم؛ - تنوع الخدمات المعروضة ؛ - تعزيز القدرة التنافسية للبنك؛ - فتح أسواق جديدة ممن يساهم في زيادة الحصص السوقية للبنك؛ - تحسين طرق توزيع الخدمات البنكية عبر الاعتماد على القنوات الإلكترونية.	- تخفيض تكاليف الدعاية و الإعلان مما يساهم في زيادة الإيرادات؛ - زيادة توظيفات البنك قصيرة الأجل عبر تقديم الخدمات الإلكترونية؛ - تخفيض تكاليف فتح الفروع الجديدة؛ - توفير السيولة النقدية واستغلالها في تحقيق أرباح إضافية؛ - تنويع صيغ التمويل مما يساهم في جذب الودائع و زيادة الإيرادات.	استراتيجية الصيرفة الإلكترونية
- التعرف على حاجات العملاء من خلال سهولة الحصول على المعلومات عبر قاعدة البيانات التي توفرها الإدارة الإلكترونية في البنك؛ - تطوير عنصر الترويج لخدمات البنك؛ - توفر التقنيات والبرمجيات الحديثة يساهم في زيادة الابتكار والتجديد في الخدمات البنكية مما ينعكس إيجابيا على الميزة التنافسية؛ - تحقيق جودة الخدمات عبر السرعة في التقديم، وتحسين و تطوير الخدمات المقدمة للعميل؛ - تفعيل أسلوب الخدمة الذاتية؛ - تنوع خيارات المؤسسة البنكية في إنتاج خدمات مبتكرة؛ - سرعة الاستجابة لطلبات الزبائن؛ - التوسع في تطوير العلاقة مع الزبون؛ - وضوح الخدمات البنكية و سهولة المحاسبة؛ - تبسيط إجراءات الاستفادة من الخدمات البنكية ؛ - زيادة الحصة السوقية للبنك؛ - زيادة كفاءة موظفي البنك مما ينعكس على زيادة رضا العملاء .	- توفير عنصر الاتصال بين أقسام البنك أو بين البنك و باقي الفروع أو بين البنك و العملاء مما يساهم في تقليص الوقت و الجهد ويؤثر إيجابيا على إيرادات البنك؛ - الدقة في إنجاز الأعمال الإدارية وانخفاض معدلات الأخطاء مما ينعكس إيجابيا على الإيرادات؛ - زيادة الإنتاجية من خلال الاستجابة السريعة للعملاء عبر المواقع الإلكترونية و عرض الخدمات في الأسواق المحلية و العالمية؛ - تقليص تكاليف إنتاج و تقديم الخدمات مما يساهم في زيادة الإيرادات؛ - تطوير أنظمة الحماية والأمان مما يقلل من مخاطر القرصنة الإلكترونية و بالتالي تخفيض التكاليف الناتجة عن الأخطار و التهديدات.	استراتيجية الإدارة الإلكترونية

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على عدة دراسات نظرية

انطلاقاً من الجدول رقم (16) و الذي يظهر العلاقة النظرية بين متغيرات الدراسة فإنه يتم اقتراح النموذج التالي لدراسة أثر استراتيجيات العصرية كمتغير مستقل على الأداء المالي و الأداء التجاري كمتغيرات تابعة.

الشكل رقم (13): نموذج الدراسة



المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على عدة دراسات نظرية

خلاصة:

من خلال هذا الفصل تم التوصل إلى ما يلي:

- تعتمد البنوك في توجهها نحو العصرنة على استراتيجيتين رئيسيتين وهما: استراتيجية الإدارة الإلكترونية واستراتيجية الصيرفة الإلكترونية، اللتان تستهدفان الشق الإداري و الشق الخدماتي لعمليها.
- تهدف الإدارة الإلكترونية عبر عناصرها المتمثلة في العتاد والأجهزة، البرمجيات، شبكة الاتصالات والمورد البشري إلى الرفع من كفاءة العمليات الداخلية للبنك؛
- تهدف استراتيجية الصيرفة الإلكترونية إلى تقديم خدمات مبتكرة ومتميزة عبر الاعتماد على أدوات وقنوات إلكترونية؛
- يؤثر اعتماد استراتيجيات العصرنة على الأداء البنكي بنوعيه المالي و التجاري.

الفصل الثالث

تمهيد:

شهد العالم تطورات متسارعة في الصناعة البنكية، حيث عملت العديد من الدول على التحول إلى نماذج أعمال جديدة تركز بالخصوص على تصورات حديثة، مبنية على إدماج التكنولوجيا و الابتكارات المالية في أنشطتها؛ وهذا عبر تبنيها لاستراتيجيات تستهدف تحقيق الاستغلال الأمثل للمنافع التي تقدمها الثورة التكنولوجية. وفق هذا سعت دول المغرب العربي ، الجزائر، تونس و المغرب، كغيرها من الدول إلى عصرنة و تحديث مؤسساتها البنكية للإرتقاء بها إلى مصاف البنوك العالمية.

سيتم في هذا الفصل دراسة واقع عصرنة المؤسسات البنكية في الجزائر مع الإشارة إلى تجارب دول المغرب العربي وذلك عبر ثلاثة مباحث رئيسية: يتضمن المبحث الأول واقع البنية التحتية التكنولوجية، الإطار المؤسسي و المشاريع الداعمة لتوجه البنوك الجزائرية نحو العصرنة، أما المبحث الثاني فيتم فيه تحليل الإحصائيات المتعلقة بأنظمة الدفع الإلكترونية في الدول الثلاث خلال الفترة الممتدة من سنة 2018 إلى سنة 2022. و في الأخير يتم التطرق من خلال المبحث الثالث إلى مقارنة بين دول المغرب العربي حول استخدام البطاقات البنكية وقنوات الصيرفة الإلكترونية خلال نفس الفترة.

المبحث الأول: واقع البنية التحتية التكنولوجية، الإطار المؤسسي

و المشاريع الداعمة لتوجه البنوك الجزائرية نحو العصرنة

من خلال هذا المبحث سيتم تحليل واقع البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات في الجزائر عبر تحليل عدة مؤشرات (الهاتف الثابت ، النقال ، الإنترنت،... إلخ) ، ثم سيتم عرض للمؤسسات التي تدعم توجه البنوك الجزائرية نحو العصرنة ، إضافة إلى أهم المشاريع التي اعتمدتها الدولة لتعزيز هذا التوجه.

المطلب الأول: تطور مؤشرات تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات في الجزائر

من خلال هذا المطلب سيتم تقديم لمحة عن تطور مؤشرات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في الجزائر، وهذا بالاعتماد على مجموعة من المؤشرات الجزئية التكنولوجية⁽¹⁾ ، التي يمكن الاعتماد عليها كمؤشرات تقدم رؤية حول الوضعية العامة لهذا القطاع؛ والمتمثلة في مؤشر شبكة الهاتف الثابت، مؤشر شبكة الهاتف النقال، مؤشر شبكة الإنترنت و مؤشر تنمية تكنولوجيا المعلومات والاتصالات IDI .

الفرع الأول: التطور التاريخي لتكنولوجيا المعلومات و الاتصالات في الجزائر

وضعت الجزائر قطاع البريد و الاتصالات ضمن أولوياتها حيث قامت بتفعيل عدة استراتيجيات تنموية، فخلال السنوات الأولى بعد الاستقلال شهدت ضعفا وتأخرا كبيرا في شبكة البريد والهاتف ، خاصة في المناطق

⁽¹⁾ جمال درير، صليحة خنوش، (2021): جاهزية الجزائر لاستخدام تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات : المؤشرات و المعوقات، مجلة البحوث الاقتصادية المتقدمة(العدد 01)، ص 384.

النائية التي لا تصلها هذه الخدمات⁽¹⁾. و لتطوير هذه القطاع الحساس و فك العزلة عن المواطنين، تم إعتما د جملة من الإجراءات التي تهدف إلى التطوير والنهوض بهذا القطاع . وهي كما يلي:⁽²⁾

– ما بين سنة 1970 و سنة 1979 تم وضع كابلات دولية عبر الحدود مع بعض الدول الأوروبية؛

– بداية من التسعينات بادرت الجزائر لعصرنة القطاع باستغلال التكنولوجيا الحديثة حيث تم توصيل 3788 مشترك بالهاتف الثابت بنسبة كثافة تقدر بـ 4.5 %؛

– في سنة 1994 تم ربط الجزائر بالإنترنت وذلك عبر مركز البحث والإعلام العلمي و التقني (CERIST) ، والذي تم إنشاؤه في مارس 1986 من قبل وزارة التعليم العالي و البحث العلمي و تركز مهامه في ذلك الوقت على إقامة شبكة وطنية وربطها بشبكات إقليمية؛⁽³⁾

– تم الربط بالإنترنت مع إيطاليا في بداية الأمر حيث كانت سرعة تقدر بـ 9.6 كيلوبايت و هي تتميز بالضعف الشديد، في سنة 1996 تم الربط مع باريس و ارتفعت سرعة الخط إلى 64 ألف (حرف ثنائي/ثا). و قدر عدد الهيئات المشتركة في الإنترنت بـ 130 هيئة؛

⁽¹⁾ سعيدة مرزوق ، (2023): واقع استخدام تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات في الجزائر: دراسة تحليلية باستخدام مؤشر الجاهزية الشبكية ، مجلة العلوم الانسانية (العدد 01)، ص 460.

⁽²⁾ نوال مغزيلي ، (2018): تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات -دراسة للمؤشرات و تشخيص للمعيقات ، المجلة الجزائرية للأمن و التنمية (العدد 12)، ص 176.

⁽³⁾ إبراهيم بختي ، (2002): الإنترنت في الجزائر، Revue de l'Information Scientifique et Technique (العدد 02)، ص 23.

– مع نهاية 1998 تم ربط الجزائر بواشنطن عبر القمر الصناعي بقدرة 1 ميغابايت في الثانية؛

– في شهر مارس من سنة 1999 زادت سرعة الإنترنت في الجزائر حيث بلغت 2 ميغابايت في الثانية ، كما وصل عدد الهيئات المشاركة في الشبكة 800 هيئة وتم تسجيل حوالي 3500 مشترك؛⁽¹⁾

– في سنة 2000 تم تحرير القطاع بشكل كلي من احتكار الدولة حيث تم السماح بدخول مزودين جدد خواص و عموميين بالإضافة إلى مركز البحث والإعلام العلمي و التقني، وهو ما نتج عنه زيادة في عدد مستخدمي الشبكة حيث وصل إلى 50.000 مشترك بنسبة كثافة تقدر بـ 0.2 %؛

– في سنة 2001 بدأ مركز البحث والإعلام العلمي و التقني في عملية إطلاق شبكة علمية على المستوى الوطني يتم الدخول إليها عن طريق الشبكة الدولية للمعلومات ، وسميت هذه الشبكة الجديدة بالشبكة الأكاديمية للبحث (ANR) تهدف إلى ربط كل الجامعات الجزائرية؛⁽²⁾

– في نهاية سنة 2001 وصل عدد الرخص الممنوحة للخواص 65 رخصة؛⁽³⁾

– في سنة 2003 تم إنشاء هيئة تنظيم البريد و الاتصالات السلكية و اللاسلكية (ARTP)، والتي تعمل على ضمان تنظيم القطاع،⁽⁴⁾ كما تم في ذات السنة إطلاق أول عرض ADSL (تدفق عالي)؛

⁽¹⁾ نعيمة يحيوي، فاطمة الزهراء لحسيني، (2017): واقع تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات في الجزائر، مجلة الاقتصاد الصناعي (العدد 13)، ص 424.

⁽²⁾ بلقيث صباح، المصدر سبق ذكره، ص 222.

⁽³⁾ نعيمة يحيوي، فاطمة الزهراء لحسيني، المصدر سبق ذكره، ص 425.

⁽⁴⁾ محمد توفيق مزيان ، بديار أمينة، (2018): تنمية التكنولوجيات الحديثة للمعلومات والاتصالات في الجزائر: بين الواقع والمأمول، مجلة العلوم الإدارية والمالية (العدد 01)، ص 105.

- في سنة 2004 زاد عدد الرخص الممنوحة لمزودي الإنترنت الخواص 95 رخصة؛
- مع بداية سنة 2008 بدأ المتعاملون الثلاث للهاتف النقال في تزويد الزبائن بخدمات الإنترنت عن طريق الهاتف (3G و 4G) وكذلك باستعمال مفتاح (Clé Connect USB)؛⁽¹⁾ حيث حصلت **جيزي** على الترخيص سنة 2001 و تم تأسيس **موبيليس** كفرع من اتصالات الجزائر في سنة 2003 ، أما نجمة فدخلت إلى الجزائر في سنة 2003.⁽²⁾

الفرع الثاني: مؤشر الهاتف الثابت

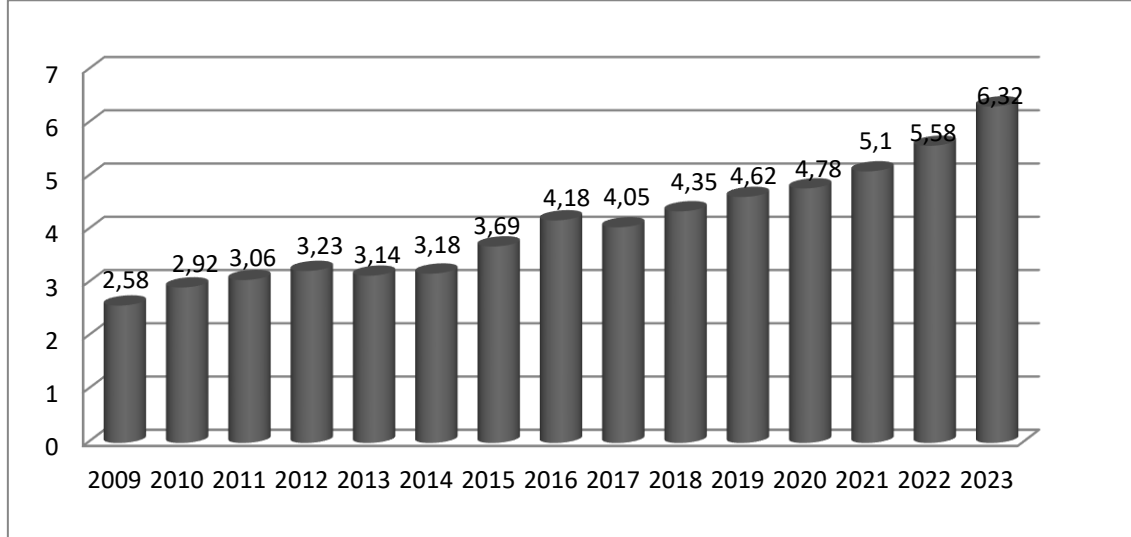
في ديسمبر 2023 بلغ عدد مشتركى الهاتف الثابت 6.32 مليون مشترك مقارنة مع سنة 2022 والتي بلغ فيها عدد المشتركين 5.85 مليون مشترك، وذلك بزيادة قدرها 13.26 % . وبلغت نسبة تغلل الهاتف الثابت 14.30 % ، و الشكل رقم (14) الموالي يوضح تطور عدد مشتركى الهاتف الثابت خلال 15 سنة أي إبتداء من سنة 2009 إلى غاية سنة 2023 :

⁽¹⁾ نعيمة بجاوي، فاطمة الزهراء لحسيني، المصدر سبق ذكره ، ص 425.

⁽²⁾ نوال مغزيلي، المصدر سبق ذكره، ص 176.

الشكل رقم (14): تطور عدد مشتركى الهاتف الثابت في الجزائر خلال الفترة (2009-2023)

الوحدة: مليون مشترك



المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على عدة مراجع:

– سلطة ضبط البريد و الاتصالات الإلكترونية (2022): التقرير السنوي ، متوفر على الموقع:

.23:32 ، 2024/05/10 ، <https://www.arpce.dz/ar/file/i4b1y5>

– سلطة ضبط البريد و الاتصالات الإلكترونية (2023): مرصد سوق الهاتف الثابت في الجزائر ، متوفر على الموقع

.23:32 ، 2024/05/10 ، <https://www.arpce.dz/ar/file/k3l8z6>

من خلال الشكل رقم (14) يتضح أن سوق الهاتف الثابت وخلال مدة 15 سنة قد

عرف تطورا ملحوظا حيث تضاعف تقريبا خلال هذه الفترة ، من 2.58 مليون مشترك

في سنة 2009 إلى 6.3 مليون مشترك في سنة 2023. ويمكن تقسيم كرونولوجيا

التطور في عدد مشتركى الهاتف الثابت في الجزائر إلى خمسة مراحل وهي كما يلي:

– المرحلة الأولى: من سنة 2009 إلى سنة 2012 عرفت هذه الفترة تزايدا ملحوظا

في عدد المشتركين من 2.58 مليون مشترك إلى 3.23 مليون مشترك أي بنسبة زيادة

تقدر بـ(25.19 %) ، وهذه الزيادة ترجع بالأساس إلى الإجراءات المعتمدة من طرف

الدولة في إطار تطوير قطاع البريد و الاتصالات ؛

– **المرحلة الثانية: سنة 2013** عرفت هذه السنة انخفاضا طفيفا حيث وصل عدد المشتركين إلى 3.14 مليون مشترك ، أي بنسبة إنخفاض تقدر بـ(2.89%)، ويرجع السبب الرئيسي في هذه الانخفاض إلى إطلاق الجيل الثالث في الجزائر مما أدى إلى زيادة مشتركى الهاتف النقال على حساب الهاتف الثابت؛

– **المرحلة الثالثة: سنة 2014 إلى سنة 2016** عاود عدد مشتركى الهاتف الثابت في الارتفاع مجددا ، حيث انتقل من 3.18 مليون مشترك إلى 4.18 مليون مشترك أي بنسبة زيادة تقدر بـ(31.45%)، تفسر الزيادة في هذه المرحلة إلى تحسن الوضع السياسي في الجزائر بخروجها من العشرية السوداء ، إضافة إلى تطور الوضع الاقتصادي الذي انعكس على مستوى معيشة السكان ؛ مما نتج عنه تزايد الاهتمام بالحصول على خدمة الهاتف الثابت؛

– **المرحلة الرابعة: سنة 2017** في هذه السنة انخفض عدد مشتركى الهاتف الثابت في الجزائر إلى 4.05 مليون مشترك، بنسبة انخفاض تقدر بـ (3.11 %) مقارنة بسنة 2016.

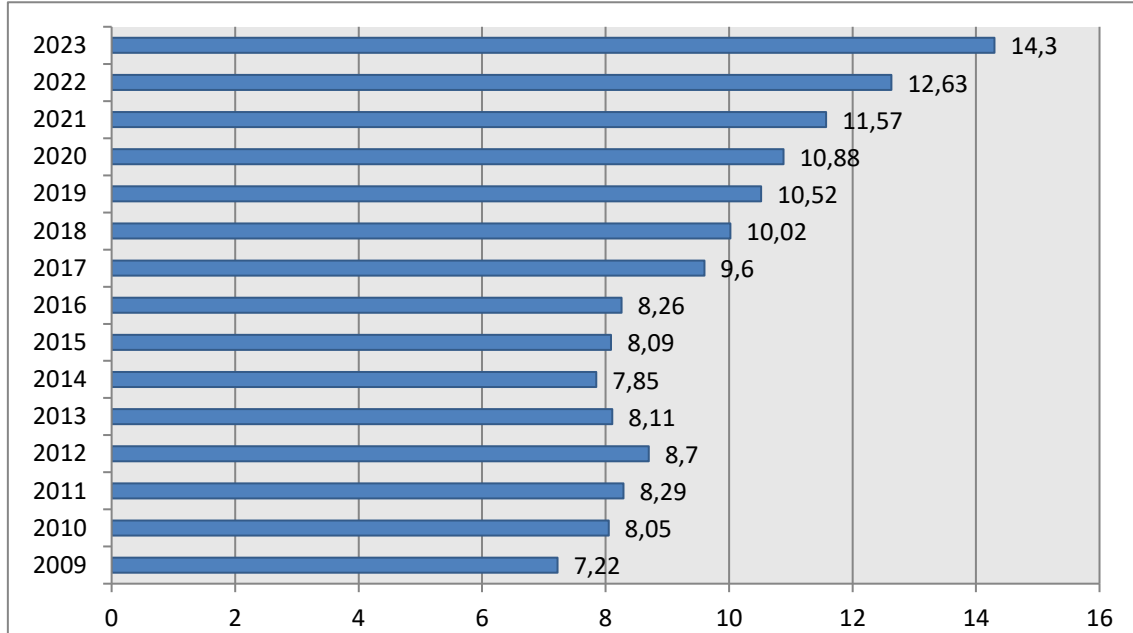
– **المرحلة الخامسة: من سنة 2018 إلى سنة 2023** خلال هذه الفترة ارتفع عدد مشتركى الهاتف الثابت في الجزائر ارتفاعا ملحوظا ، حيث انتقل العدد من 4.35 مليون مشترك في سنة 2018 إل 6.32 مليون مشترك في سنة 2023 بزيادة معتبرة تقدر بـ(45.29%). وتفسر الزيادة في هذه المرحلة بسياسة الدولة في هذا الجانب بالعمل على تخفيض تكاليف خدمة الهاتف الثابت لتشجيع المواطنين على التوجه نحوه، كذلك تزايد المجمعات السكنية الجديدة و التي يتم فيها التنصيب المباشر لهذه الخدمة.

وتميزت خلال نفس الفترة كثافة - تعتبر مؤشرا يعكس تطور الطلب على الهاتف الثابت و تقاس بالعلاقة التالية: إجمالي المشتركين / إجمالي عدد السكان - (1)
التغطية بالهاتف الثابت بالتطور البطيء نوعا ما ؛ وهذا راجع بالأساس إلى انخفاض عدد المشتركين مقارنة بعدد السكان وهذا لتفضيلهم الاشتراك بالهاتف النقال لما يقدمه من مزايا. فالشكل رقم(15) الموالى يوضح التذبذب في نسبة الكثافة خلال السنوات 2009 إلى 2023 ، حيث بلغت التغطية بالهاتف الثابت أقصاها في سنة 2023 بنسبة 14.30 % وذلك بسبب فرض الاشتراك بالهاتف الثابت للاستفادة من خدمات الإنترنت.

(1) سعاد خضارة ، محمد حمزة بن قرينة،(2017): واقع قطاع الاتصالات في الجزائر للفترة الممتدة (2006-2016)، مجلة العلوم الانسانية -جامعة محمد خيضر بسكرة (العدد48)، ص507.

الشكل رقم (15): تطور كثافة التغطية بالهاتف الثابت في الجزائر خلال الفترة

(2009-2023) الوحدة : النسبة المئوية



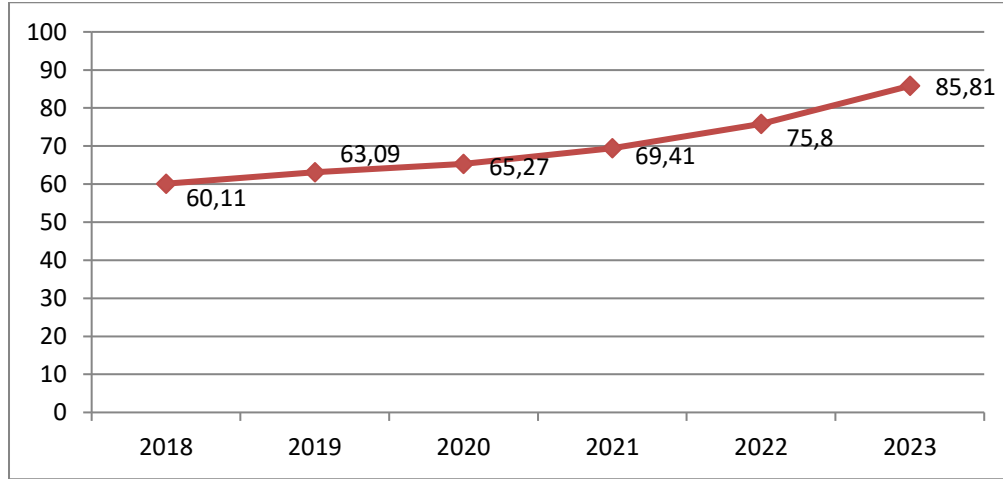
المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على عدة تقارير لسلطة الضبط و الإتصالات الإلكترونية.

كما تجدر الإشارة إلى أنه و تبعا لتزايد عدد مشتركى الهاتف الثابت، فإن نسبة الأسر التي تملك خط هاتفي ثابت تطورت بشكل ملحوظ خلال الفترة الممتدة من سنة 2018 إلى سنة 2023 ، حيث انتقلت النسبة من 60.11 % إلى 85.81 % . والشكل

رقم (16) الموالي يوضح تطور هذه النسبة:

الشكل رقم (16): تطور نسبة الأسر التي تملك خط هاتفي ثابت خلال الفترة

(2018-2023) الوحدة: النسبة المئوية



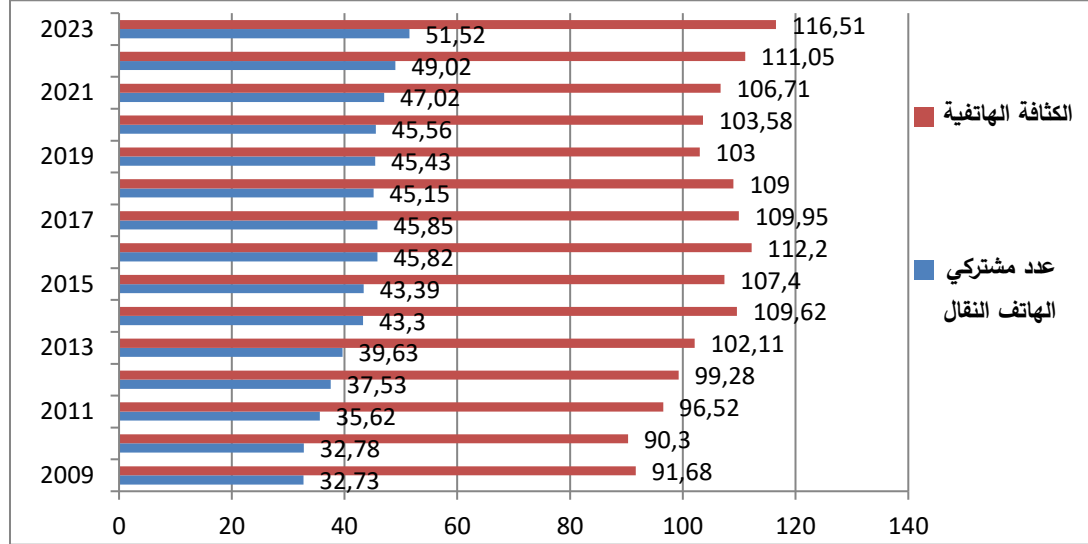
المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على عدة تقارير لسلطة ضبط البريد و الاتصالات الإلكترونية.

الفرع الثالث: مؤشر الهاتف النقال

تطور سوق الهاتف النقال بطريقة سريعة منذ صدور القانون 03-2000 المؤرخ في 5 أوت 2000 ، المتعلق بضبط القواعد العامة الخاصة بمكتب البريد و الاتصالات السلكية و اللاسلكية، حيث سمح صدور هذا القانون بفتح المنافسة مما انعكس إيجابيا على مؤشرات هذا السوق. يوضح الشكل رقم (17) تطور الكثافة الهاتفية وعدد مشتركين الهاتف النقال في الجزائر خلال الفترة من سنة 2009 إلى سنة 2023:

الشكل رقم(17): تطور الكثافة الهاتفية وعدد مشتركى الهاتف النقال في الجزائر خلال الفترة

الوحدة: مليون مشترك و النسبة المئوية (2009-2023)



المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على عدة مراجع:

- سلطة ضبط البريد و الاتصالات الإلكترونية (2022): التقرير السنوي ، متوفر على الموقع:
13.30 ، 2024/05/10 ، <https://www.arpce.dz/ar/file/i4b1y5>
- سلطة ضبط البريد و الاتصالات الإلكترونية (2023): مرصد سوق الهاتف النقال في الجزائر، متوفر على الموقع
23:32 ، 2024/05/10 ، <https://www.arpce.dz/ar/file/e1o6y0>
- سلطة ضبط البريد و الاتصالات الإلكترونية (2019): التقرير السنوي، متوفر على الموقع
15:16 ، 2024/05/10 ، <https://www.arpce.dz/ar/file/j0z5o5>
- سلطة ضبط البريد و الاتصالات الإلكترونية (2010): التقرير السنوي، متوفر على الموقع ،
15:30 ، 2024/05/10 ، <https://www.arpce.dz/ar/file/e8k3o0>
- نبيلة بوفولة،(2019): تطور قطاع الهاتف النقال في الجزائر خلال الفترة الممتدة ما بين (2006-2016)، مجلة التنمية الاقتصادية (العدد 07)، ص124.

من خلال الشكل السابق رقم(17) و الذي يوضح تطور نسبة كثافة التغطية

بالهاتف النقال و عدد مشتركى الهاتف النقال لمدة 15 سنة انطلاقا من سنة 2009

وحتى سنة 2023، تسمح المعطيات التي يقدمها الشكل بتقسيم التطور في عدد مشتركى

الهاتف النقال إلى ثلاثة مراحل أساسية:

- المرحلة الأولى: من سنة 2009 إلى سنة 2015 خلال هذه الفترة ارتفع عدد

المشاركين من 32 مليون مشترك إلى 43 مليون مشترك بنسبة زيادة تقدر بـ 24.57 %.

هذه المرحلة تطلّوها دخول خدمة الجيل الثالث حيز التنفيذ، و هو ما ساهم في زيادة الاشتراكات للاستفادة من هذه الخدمة.

– **المرحلة الثانية: من سنة 2016 إلى سنة 2020** و هي مرحلة الاستقرار ، حيث تميز عدد المشتركين بالاستقرار عند العدد 45 مليون مع زيادة طفيفة جدا على طول هذه الفترة. و هو ما يفسر بحالة التشبع التي وصل إليها سوق الهاتف النقال في الجزائر.

– **المرحلة الثالثة: من سنة 2021 إلى 2023** ارتفع عدد مستخدمي الهاتف النقال مجددا حيث انتقل من 47 مليون مشترك إلى 51 مليون مشترك ، و تقدر الزيادة على مدار الثلاث سنوات على التوالي 3.20% ، 4.25% و 5.1% . و يرجع الارتفاع إلى دخول خدمة الجيل الرابع حيز التنفيذ منذ 2016 ، و التي ساهمت بانتعاش السوق من جديد وعرض تسعيرات أقل تكلفة .

كما تميزت الكثافة الهاتفية بالنمو على طول الفترة الممتدة من سنة 2009 إلى سنة 2023 حيث انتقلت النسبة من 91.68% إلى 116.51% ، تطلّوها انخفاض طفيف في سنتي 2015 و سنة 2019 ، وتعكس المؤشرات السابقة النمو الكبير الذي شهده سوق الهاتف النقال و أن التغطية قد شملت كل السكان.

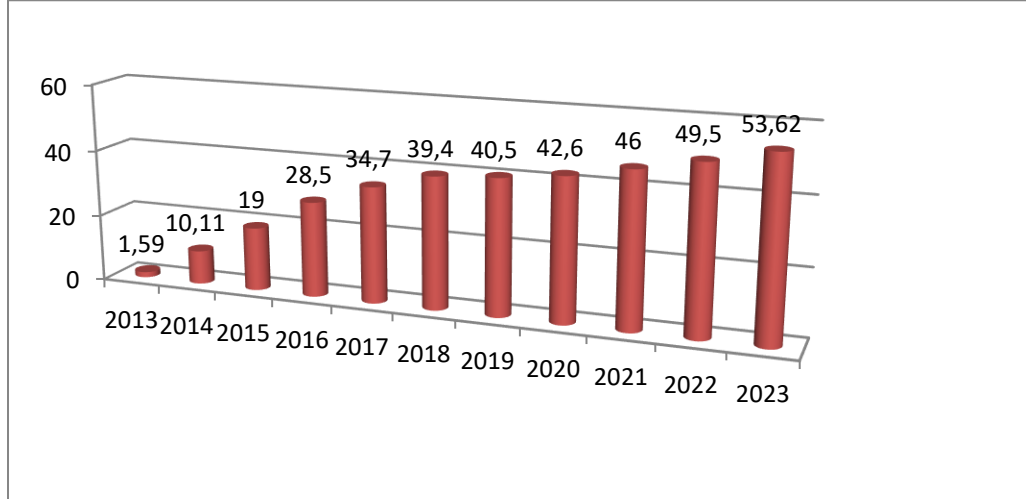
الفرع الرابع: مؤشر الإنترنت

لمعرفة وضعية سوق الإنترنت في الجزائر لابد من تحليل تطور مؤشري الإنترنت النقال و الإنترنت الثابت ، و الذان يقدمان صورة شاملة عن التغيرات في هذا السوق. والشكل رقم(18) الموالي يوضح تطور العدد الإجمالي لاشتراكات الإنترنت في الجزائر خلال الفترة من سنة 2013 إلى سنة 2023.

الشكل رقم(18): تطور العدد الإجمالي لإشتراكات الإنترنت في الجزائر خلال الفترة

الوحدة: مليون مشترك

(2023-2013)



المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على التقارير السنوية لسلطة ضبط البريد

و الاتصالات الإلكترونية، متوفر على الموقع: <https://www.arpce.dz/ar/doc/raa> ،

تاريخ الاطلاع : 2024/05/10 ، 13:35.

من خلال الشكل رقم (18) يتبين أن سوق الإنترنت في الجزائر و منذ بدايته قد

عرف تطورا سريعا ، حيث انتقل عدد المشتركين من حوالي مليون مشترك تقريبا في سنة

2013 إلى حوالي 53 مليون مشترك في سنة 2023 . تعبر هذه الزيادة عن قفزة نوعية

خاصة مع دخول المتعاملين الخواص إلى السوق، مما ساهم في تقديم خدمات أفضل

بأسعار مناسبة. فيما يخص توزيع المشتركين ما بين الإنترنت الثابت و الإنترنت النقال

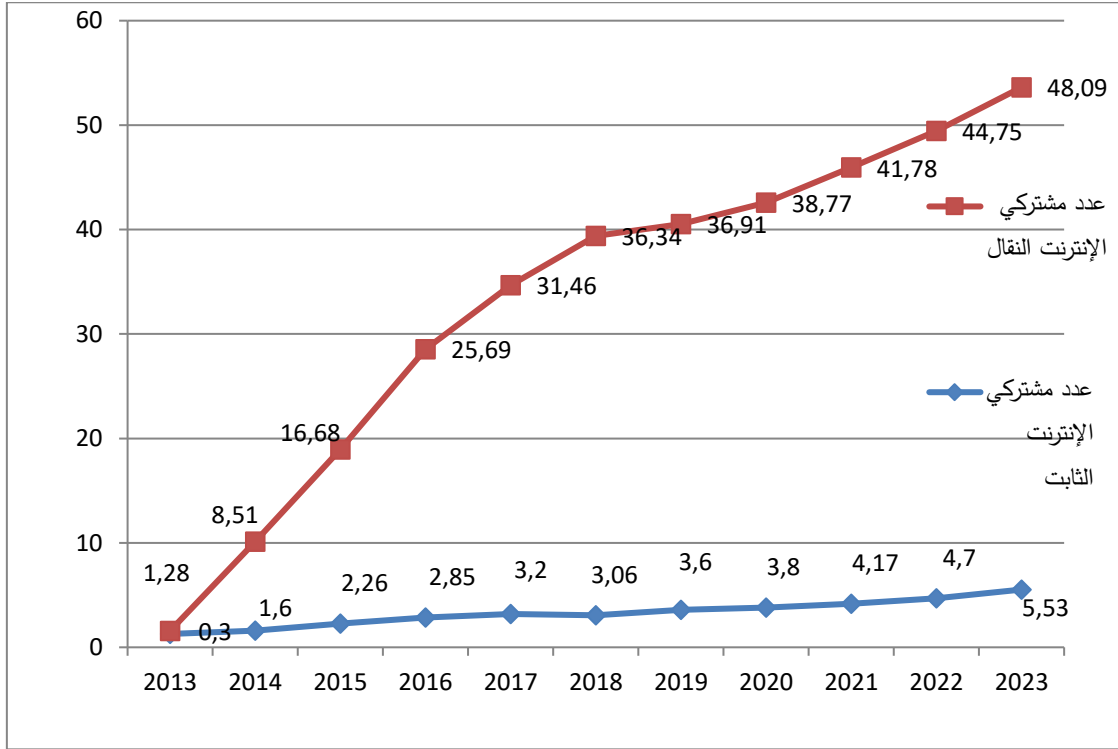
يبين الشكل رقم(19) عدد المشتركين حسب نوع النفاذ خلال الفترة الممتدة من سنة

2013 إلى سنة 2023.

الشكل رقم(19): تطور عدد مشتركى الإنترنت الثابت و الإنترنت النقال في الجزائر خلال

الوحدة: مليون مشترك

الفترة(2013-2023)



المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على عدة مراجع:

- نذير بوسهولة،(2024): واقع تطور قطاع الاتصالات في الجزائر للفترة(2010-2022)، مجلة الامتياز لبحوث الاقتصاد و الإدارة(العدد 02)، ص ص 111-113.
- سلطة ضبط البريد و الاتصالات الإلكترونية (2023): مرصد الإنترنت في الجزائر، متوفر على الموقع <https://www.arpce.dz/ar/file/f8n6m6> ، 2024/05/10 ، 00:25.

من خلال الشكل رقم(19) يتبين أن عدد اشتراكات الإنترنت الثابت

تتميز بنوع من الركود و الاستقرار، خاصة مع ظهور الإنترنت النقال الذي

يتزايد نمو عدد المشتركين فيه بشكل متسارع خلال ذات الفترة. كما يمكن

ملاحظة سيطرة الإنترنت النقال على النسبة الأكبر من المشاركين على حساب

الإنترنت الثابت، حيث شكل مجموع مشتركى الإنترنت النقال نسبة 89.69%

من مجموع المشتركين مقابل نسبة 10.31 % للإنترنت الثابت في سنة

2023. وهو ما يفسر بتوجه المواطنين إلى الاستفادة من خدمات الإنترنت

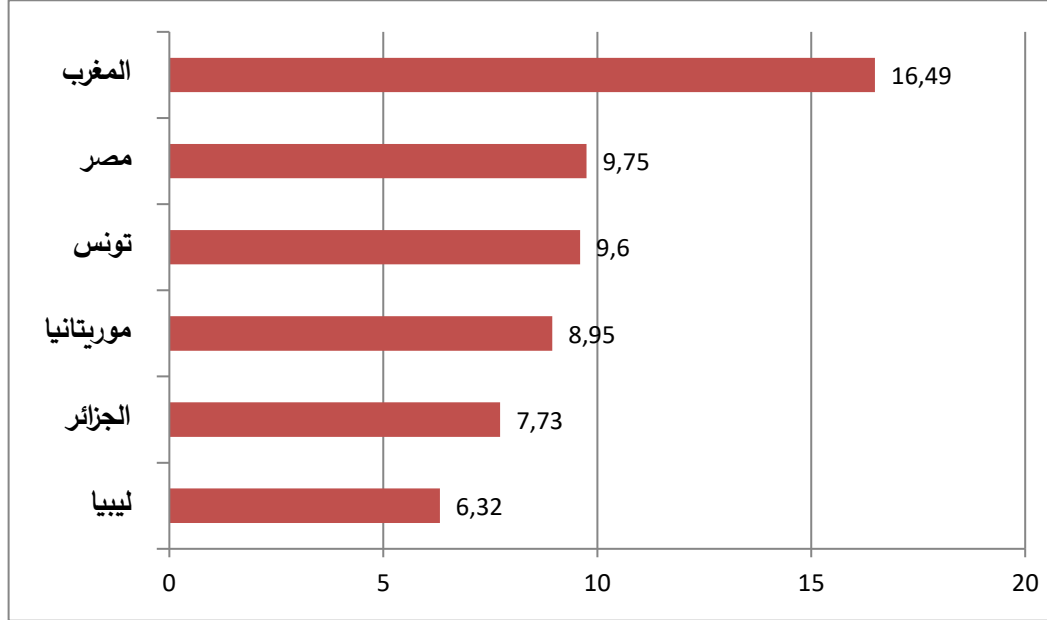
النقل، نظرا لما يقدمه من خصائص و أسعاره المناسبة نوعا ما ، في ظل تراجع الطلب على الإنترنت الثابت و الذي انحصر على فئات معينة.

في ذات السياق ووفق إحصائيات موقع Statista خلال سنة 2023 بخصوص متوسط سرعة التنزيل عبر الإنترنت في شمال إفريقيا ، أن كل من المغرب ، مصر وتونس تصدرت مجموعة الدول بمتوسط سرعة تنزيل قدر على التوالي 16.49 ميجابايت/الثانية ، 9.75 ميجابايت/ثانية و 9.6 ميجابايت/ثانية على التوالي. في حين احتلت الجزائر المرتبة ما قبل الأخيرة بمتوسط سرعة تنزيل قدر بـ 7.73 ميجابايت/ثانية. فبالنسبة لدول شمال إفريقيا ، فإنه لتنزيل فيلم 5 جيجابايت يستغرق الأمر في المتوسط ساعة واحدة و 15 دقيقة و 52 ثانية.⁽¹⁾ والشكل الموالي رقم(20) يوضح متوسط سرعة التنزيل في شمال إفريقيا في سنة 2023 حسب كل دولة:

⁽¹⁾ Saifaddin Galal , sur le site : <https://www.statista.com/statistics/1274905/average-download-speed-in-north-africa-by-country/> , consulté le 21/04/2024, 23 :29.

الشكل رقم(20): متوسط سرعة التنزيل في شمال إفريقيا في سنة 2023 حسب كل دولة

الوحدة: ميجابايت/ثانية



المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على : موقع Statista، متوفر على الموقع: <https://www.statista.com/statistics/1274905/average-download-speed-in-north-africa-by-country/> ، 2024/04/21 ، 9:15.

كما تجدر الإشارة إلى أنه و وفق تقرير الذي صدر عن موقع (Speedtest Global Index) في شهر أفريل 2024 ، والذي يحدد ترتيب الدول وفق سرعة التنزيل سواء عبر الإنترنت الثابت أو الإنترنت النقال . أظهر التقرير أن الجزائر تصنف ضمن المراتب الأخيرة مقارنة مع دول الجوار المغرب و تونس، حيث تتصدر المغرب المجموعة بسرعة تنزيل للإنترنت الثابت تقدر بـ 31.15 ميجابايت /ثانية بمرتبة 125 و سرعة تنزيل للإنترنت النقال تقدر بـ 42.58 ميجابايت/ثانية بمرتبة 68، أما الجزائر و تونس فتتذيلان الترتيب حيث تحتل الجزائر المرتبة 154 متقدمة على تونس التي

احتلت المرتبة 169 بخصوص سرعة التنزيل عبر الإنترنت الثابت .
و تقدمت تونس على الجزائر في سرعة التنزيل عبر الإنترنت النقال عبر
تحقيقها مرتبة 99 مقابل الجزائر التي صنفت في المرتبة 107 . و الجدول
الموالي رقم(17) يوضح ترتيب كل من الجزائر، تونس المغرب وفق سرعة
التنزيل عبر الإنترنت الثابت و النقال خلال شهر أفريل 2024:

الجدول رقم(17): سرعة التنزيل عبر الإنترنت الثابت و النقال في الجزائر ، تونس و المغرب

خلال شهر أفريل 2024 الوحدة: ميجابايت/ثانية

الدولة	سرعة التنزيل/الإنترنت الثابت	الترتيب	سرعة التنزيل /الإنترنت النقال	الترتيب
الجزائر	14.44	154	24.64	107
تونس	9.73	169	26.56	99
المغرب	31.15	125	42.58	68

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على معطيات موقع Speedtest Global Index ، متوفرة
على الموقع: <https://www.speedtest.net/global-index> ، تاريخ الاطلاع 2024/05/21،
23:57.

الفرع الخامس: مؤشر تنمية تكنولوجيا المعلومات والجزائر (IDI)

وفقا لآخر تقرير صدر عن الاتحاد الدولي للاتصالات في سنة 2023
صنفت الجزائر في مرتبة متأخرة من بين 169 دولة عضو في الاتحاد حيث

حققت المرتبة 88 ، مقارنة بسنة 2022 حيث كانت في المرتبة 102 أي تقدمت بـ 14 مرتبة في مؤشر تنمية تكنولوجيا المعلومات والاتصالات (IDI).⁽¹⁾

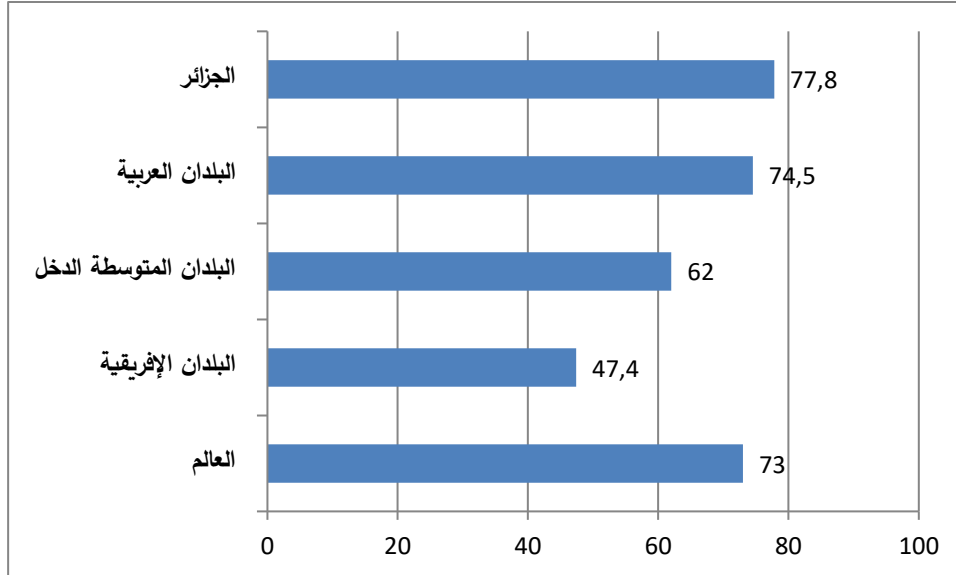
وجدير بالذكر أن مؤشر تنمية تكنولوجيا المعلومات والاتصالات هو مقياس يتم من خلاله مقارنة مستوى تنمية تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في بلدان العالم، تأسس في سنة 1865 . ويجمع هذا المقياس أحد عشر مؤشرا تتعلق بالإنفاذ إلى تكنولوجيا المعلومات والاتصالات (البنية التحتية) ، مدى استخدامها و مهارتها⁽²⁾. والشكل رقم(20) الموالي يوضح موقع الجزائر وفق مؤشر تنمية تكنولوجيا المعلومات والاتصالات على الصعيد الإفريقي و العربي وبين الدول المتوسطة الدخل خلال سنة 2023 :

⁽¹⁾ وزارة البريد و المواصلات السلكية و اللاسلكية ، متوفر على الموقع : <https://www.mpt.gov.dz/category/%d8%a3%d8%ae%d8%a8%d8%a7%d8%b1> تاريخ الاطلاع: 2024/05/11 ، 14:30.

⁽²⁾ آسية موساوي،(2021): تطوير البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات (ICT) أساس الاقتصاد الرقمي دراسة حالة الجزائر خلال الفترة(2007-2017)، مجلة المنهل الاقتصادي(العدد03)، ص 597.

الشكل رقم (21): مؤشر تنمية تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات لسنة 2023 للجزائر مقارنة مع

محيطها



المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على: وزارة البريد و المواصلات السلكية و اللاسلكية ،
متوفر على الموقع: <https://www.mpt.gov.dz/category/%d8%a3%d8%ae%d8%a8%d8%a7%d8%b1> ،
تاريخ الاطلاع: 2024/05/11 ، 14:30.

من خلال الشكل رقم (21) سجلت الجزائر معدلا مرتفعا يقدر بـ 77.8 نقطة مقارنة بمعدل الدول العربية والتي قدر معدلها بـ 74.5 نقطة، و الدول الإفريقية بمعدل 47.4 نقطة و الدول المتوسطة الدخل بمعدل 62 نقطة ، وأيضا مقارنة مع المستوى العالمي الذي يقدر بـ 73 نقطة خلال سنة 2023. ولتحديد مرتبة الجزائر بين دول الجوار المغرب وتونس يوضح الجدول الموالي معدلات مؤشر (IDI) وترتيب كل دولة :

الجدول رقم(18): مؤشر تنمية تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات في الجزائر، المغرب

و تونس لسنة 2023

الدولة	قيمة المؤشر	الترتيب
الجزائر	77.8	06
المغرب	85.1	01
تونس	75.4	08

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على: تقرير الاتحاد الدولي للاتصالات 2023 متوفر على الموقع: <https://www.itu.int/itu-d/reports/statistics/idi2023/> ، بتاريخ 2024/04/15 ، 10:17 .

توضح معطيات الجدول رقم(18) أن مؤشر تنمية تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات في الجزائر قد تحسن خلال سنة 2023 ، حيث حققت المرتبة السادسة مقارنة بتونس التي حصلت المرتبة الثامنة ، وقدرت معدلات المؤشر للجزائر و تونس 77.8 نقطة، 75.4 نقطة على التوالي. تصدرت المغرب المجموعة حيث حققت معدلا بـ85.1 نقطة، كما يجب الإشارة إلى أن مؤشر IDI في الجزائر متقارب جدا بذلك المحقق في المغرب رائدة المجموعة الإفريقية بفارق نقاط طفيف يقدر بـ7.3 نقطة، لكن يبقى مؤشر الجزائر بعيد عن المستوى المحقق من طرف دولة الإمارات العربية المتحدة الرائدة عالميا بقيمة بلغت 100 نقطة.⁽¹⁾

⁽¹⁾International Telecommunication Union, Measuring digital development: The ICT Development Index 2023 (IDI), Sur le site :<https://www.itu.int/itu-d/reports/statistics/IDI2023/>, consulté le 02/05/2024, 4:20, P 28.

تعكس النتائج الإيجابية في مؤشر IDI في الجزائر إصرار الحكومة على تطوير القطاع نظرا لدوره المحوري في ظل التوجه نحو الاقتصاد الرقمي، حيث وضعت الدولة عدة استراتيجيات لتحقيق ذلك عبر زيادة معدلات الإنفاق على تحديث البنية التحتية؛ بزيادة التدفق العالي و العالي جدا ، تحقيق العدالة بين كل مناطق الوطن في الاستفادة المتساوية من خدمات الإنترنت و الشبكة الهاتفية و العمل على مراجعة أسعار الخدمات المقدمة حتى تصبح متاحة لكل فئات المجتمع.

المطلب الثاني: الإطار المؤسسي الداعم لتوجه البنوك الجزائرية نحو العصرنة

بهدف تحقيق استفادة القطاع المصرفي من التكنولوجيا الحديثة و في إطار العمل على عصرنة المؤسسات البنكية ، كان لابد من وضع مشاريع وخطط لتحقيق ذلك. كما يجب إنشاء شركات أو طلب الدعم من مؤسسات تساعد البنوك على تحقيق الانتقال السليم للعمل باستراتيجيات العصرنة وهي كمايلي:

الفرع الأول: شركة النقد الآلي و العلاقات التلقائية بين البنوك (SATIM)

تم إنشاء شركة النقد الآلي أو تألية المعاملات البنكية المشتركة والنقدية ما بين البنوك (SATIM) نتيجة مبادرة المؤسسات البنكية ، التي تهدف إلى تحديث و تسهيل عملية التسيير والتحكم في التحول إلى النقد الآلي و عصرنة وسائل الدفع. وتأسست الشركة في 25 مارس 1995 برأسمال 267 مليون دينار جزائري،⁽¹⁾ وهي شركة تابعة لسبعة بنوك في الجزائر: BDL، BADR ، BEA ، BNA ، CPA ، CNEP ، البركة

(1) بورايو هاجر أميرة ، المصدر سبق ذكره، ص373.

ومؤسسة CNMA للتأمين.⁽¹⁾ و يوضح الجدول رقم(19) الموالى مساهمة البنوك في رأسمال الشركة:

الجدول رقم(19): مساهمة البنوك في رأسمال شركة SATIM

الوحدة: مليون دينار جزائري

البنوك	عدد الأسهم	القيمة
CPA	36	3.6
BADR	36	3.6
BEA	36	3.6
BNA	36	3.6
BDL	36	3.6
CNEP	36	3.6
EL BARAKA	10	1

المصدر: بورايو هاجر أميرة ، (2018): واقع إستخدام البطاقات البنكية في الجزائر -دراسة مقارنة لعينة من البنوك العمومية الجزائرية-، مجلة الأبحاث الاقتصادية لجامعة البليدة 2 (العدد 18)، ص374.

ترتكز المهام الرئيسية لشركة SATIM فيما يلي:⁽²⁾

- تطوير وسائل الدفع الإلكترونية؛
- المشاركة في تنفيذ و تطوير المنتجات المصرفية الإلكترونية؛
- تسير الهياكل و الوسائل التقنية الخاصة بالنقد الآلي (بطاقات، موزعات آلية نهائيات إلكترونية وتعاملات)؛

⁽¹⁾ SATIM, Sur le site : <https://www.satim.dz/ar/la-satim-2/2021-04-21-13-08-37.html>, 20/04/2023, 19 :13.

⁽²⁾ عمار زودة ، عبد الغاني بن علي، المصدر سبق ذكره، ص87.

– المشاركة في التعريف بالمبادئ والقواعد الخاصة بالعمليات التي تتم بواسطة البطاقات البنكية؛

– وضع قوانين وأسس التسيير وأسعار المنتجات النقدية؛

– تسمح بتشغيل عمليات الدفع؛

– إجراء عمليات المقاصة بصفقات السحب بين البنوك و تأمين تبادل التدفقات المالية.

تم بالاعتماد على الشركة إنجاز العديد من المشاريع من بينها: مشروع الشبكة النقدية ما بين البنوك RMI، مشروع بطاقة الدفع الوطنية ، مشروع البطاقة المصرفية المشتركة بين البنوك CIB⁽¹⁾. وتضم الشركة حالياً 18 بنكاً ، من بينها 07 بنوك عمومية و 11 بنكاً خاصاً ، إضافة إلى بريد الجزائر الذي انضم إلى الشركة في سنة 2020.⁽²⁾

الفرع الثاني: شركة الجزائر لخدمات الصيرفة الإلكترونية (AEBS)

تم إنشاء هذه الشركة في جانفي 2004 عبر إتفاق شراكة بين المجموعة الفرنسية EDI DIAGRAM الرائدة في مجال البرمجيات المتعلقة بالصيرفة الإلكترونية وأمن تبادل المعلومات المالية ، و ثلاثة مؤسسات جزائرية هي MAGACT MULTIMEDIA و SOFT ANGINERING ومركز البحث في الاعلام العلمي و التقني CERIST . ونتج عن هذا الاتحاد ظهور شركة مختلطة سميت بالجزائر

⁽¹⁾ نور الهدى بابو، سعدون بوكبوس، المصدر سبق ذكره، ص 200.

⁽²⁾ SATIM, Sur le site : <https://www.satim.dz/ar/la-satim-2/2021-04-21-13-08-37.html>

لخدمات الصيرفة الإلكترونية **Algeria e-Banking Services** ⁽¹⁾ ومن بين أنشطة الشركة مايلي: ⁽²⁾

– تكامل وتشغيل الحلول البنكية عن بعد وحلول إدارة النقد والمساعدة في إتخاذ قرار منح الإئتمانات؛

– تطوير منصات البرمجيات البنكية عن بعد، بما في ذلك الخدمات عبر الهاتف المحمول؛

– الدعم التقني وصيانة المنصات المصرفية عن بعد لأكثر من 250 عميلا على الصعيد الدولي؛

– تقديم المشورة والتدريب.

وتوجد الخدمات المقدمة من طرف الشركة على قسمين على نفس الدرجة من التطور التكنولوجي: ⁽³⁾

– الصنف الخاص بالبنك: **Diagram, E-Banking**.

– صنف التبادل الإلكتروني للبيانات **EDI** متعدد الوجهات و الأقسام **Diagram** **E-Files**.

الفرع الثالث: تجمع النقد الآلي **Gie Monétique**

يعتبر هذا التجمع بمثابة هيئة جماعية تتدخل في إطار المهام القانونية الموكلة بها لتنظيم

⁽¹⁾ سعيدة حركات، سارة بن غيدة، (2020): البنية التحتية للمعاملات الإلكترونية في البنوك الجزائرية -واقع وتحديات-، مجلة البحوث الاقتصادية والمالية (العدد 01)، ص 74.

⁽²⁾ LinkedIn, Algeria e-Banking Services, sur le site : <https://www.linkedin.com/company/algeria-e-banking-services> , 23/05/2024, 2 :15.

⁽³⁾ عبد الهادي مسعودي، المصدر سبق ذكره، ص 154.

النظام النقدي بين البنوك،⁽¹⁾ وتم إنشاؤه في جوان سنة 2014 في إطار عصرنة نظام الدفع الإلكتروني. يعنى بوظيفة رئيسية تتمثل في ضمان العلاقة بين البنوك ومدى التوافق مع الشبكات النقدية المحلية و الدولية،⁽²⁾ يضم تجمع النقد الآلي 19 عضو منخرط منهم 18 بنكا بالإضافة إلى بريد الجزائر والذي انظم في سنة 2020.⁽³⁾ يشرف التجمع على قيادة نظام النقد الآلي من خلال الوظائف الأساسية التالية:⁽⁴⁾

- إدارة المواصفات والخصائص والمعايير في مجال النقد الآلي.
- تعريف المنتجات النقدية البنكية وقواعد تطبيقها العملية.
- تسيير الأرضية التقنية للتوجيه.
- المصادقة.
- تسيير الأمن.

بذلك فهو يجسد الشفافية في تحديد معايير وقواعد النشاط النقدي بطريقة تسمح بتحرير مبادرات الإستثمار في الصناعة النقدية ، حيث أن الهدف هو ترقية النقد الآلي عن طريق تعميم إستعمال وسائل الدفع الإلكتروني.

المطلب الثالث: المشاريع الداعمة لتوجه البنوك نحو العصرنة

للوصول إلى عصرنة المؤسسات البنكية ، بدأت الجزائر في تبني العديد من المشاريع التي تدعم هذا التحول.

⁽¹⁾ محمد المختار سمالي ، عبد الله البحري، (2021): واقع وسائل الدفع الإلكتروني ضمن السياسة النقدية للجزائر، مجلة اقتصاديات الأعمال و التجارة (العدد02)، ص185.

⁽²⁾ حيات بوحاي ، غنية مجاني، (2023): اتجاهات تطوير الصيرفة الإلكترونية في الجزائر، مجلة إقتصاد المال و الأعمال (العدد 01)، ص434.

⁽³⁾ GIE Monétique, Sur le site : <https://giemonetique.dz/ar/qui-sommes-nous> , consulté le 22/05/2024, 10 :25.

⁽⁴⁾ GIE Monétique, Sur le site : <https://giemonetique.dz/ar/qui-sommes-nous>, consulté le 23/05/2024, 12:05.

الفرع الأول: مشروع تطوير نظام الدفع في الجزائر

بدأ أول مشروع لتطوير نظام الدفع في الجزائر خلال سنتي 2000 و 2001 وكان الهدف منه هو تحديث وتطوير النظام المالي بمشاركة بنك الجزائر، وزارة البريد و تكنولوجيا الاعلام والاتصال. ولتطبيق هذا المشروع حصلت الجزائر على 16.5 مليون دولار أمريكي في إطار الدعم من البنك العالمي،⁽¹⁾ ومن بين أهداف هذا المشروع مايلي:⁽²⁾

- وضع بنية تحتية تساعد على زيادة كفاءة العمليات الداخلية على مستوى البنوك أو السوق المالي، بالأخص تحديث نظام الدفع للمبالغ الكبيرة؛
- وضع المقاييس والمعايير التي يجب اعتمادها مستقبلا بخصوص تسوية المبالغ الصغيرة(نظام المقاصة) والذي يعد شرط أساسي لتطويرها؛
- تحديث نظام المعلومات البنكي لكونه أساسا لعمل نظام الدفع، عمليات السياسة النقدية؛
- التركيز على البنية التحتية للاتصالات والعمل على تطويرها بين بنك الجزائر ومقر البنوك التجارية، المؤسسات المالية، مركز الصكوك البريدية، الخزينة العمومية وشبكات الاتصال ، بهدف تبادل المعلومات و معاملات الدفع بسهولة ويسر.

(1) عمار زودة، عبد الغاني بن علي، المصدر سبق ذكره، ص85

(2) فتحة كون ، (2017): نظام المقاصة الإلكترونية كآلية لتطوير و تحديث وسائل الدفع في الجزائر، المجلة الجزائرية للاقتصاد و التنمية (العدد 07)، ص378.

في إطار هذا المشروع تم وضع برنامج أعمال من طرف بنك الجزائر يتضمن أربعة مجموعات و هي كما يلي:⁽¹⁾

– **مجموعة الهندسة الإجمالية:** تعنى بالمبادلات بين البنوك ومركز المقاصة، حيث يتم بطريقة إلكترونية بداية من التجريد المالي للشيك ، وذلك بالاعتماد على تقنية صورة الشيك. وتأخذ على عاتقها كل ما يتعلق بتطور الشيك و المقاصة الإلكترونية.

– **مجموعة وسائل الدفع:** تعمل هذه المجموعة على القيام بعملية تحليل نوعي لجميع وسائل الدفع التقليدية ، الموزعات الآلية للنقود، الدفع بالبطاقات. يهدف هذا التحليل إلى إبراز نقاط القوة و الضعف لهذا النظام من وجهة نظر البنك المركزي، البنوك التجارية و العملاء.

– **المجموعة النقدية:** يتمحور عمل هذه المجموعة في القيام بدراسة المبادئ الأساسية لوضع نظام بين البنوك حول عمليات الدفع و السحب بالبطاقات البنكية .

– **مجموعة القانون:** تعنى بمهام معالجة الحوادث المرتبطة بعدم الدفع من وجهة قانونية، وكذلك الوضع الحالي لعملية توحيد وسائل الدفع التي تتميز بخاصية عدم التماثل على المستوى الوطني.⁽²⁾

في إطار تحديث نظام الدفع تم إنشاء نظامين و هما :

1. نظام الجزائر للتسوية الفورية (ARTS): يعتبر من الأنظمة الجديدة المعتمدة للدفع ويهدف إلى تحسين الخدمات المقدمة وذلك عبر مواكبة المعايير الدولية و يرمز له على

⁽¹⁾ مصطفى بن شلاط، (2022): واقع الصيرفة الإلكترونية ووسائل الدفع في الجزائر ، مجلة البشائر الاقتصادية(العدد 01)، ص ص 99-100.

⁽²⁾ فتحة كون ، المصدر سبق ذكره، ص379.

* ARTS: Algeria Real Time Settlements.

المستوى الدولي⁽¹⁾ بـ(RTGS*)، وقد عرف النظام رقم 05-04 المؤرخ في 13 أكتوبر 2005 نظام ARTS كما يلي: " وهو نظام للتسوية بين البنوك لأوامر الدفع عن طريق التحويلات المصرفية أو البريدية للمبالغ الكبيرة أو الدفع المستعجل التي يقوم بها المشاركون في هذا النظام"⁽²⁾. دخل نظام آر تس حيز التشغيل في فيفري 2006، وهو يختص بالمدفوعات التي تعادل أو تفوق 01 مليون دينار جزائري و المدفوعات المستعجلة، و تشمل هذه المدفوعات : حسابات البنوك و المؤسسات المالية ، مركز الصكوك البريدية، المشاركة في النظام و كذلك التحويلات لحساب الزبائن.⁽³⁾ ويهدف هذا النظام إلى تحقيق مايلي:⁽⁴⁾

– تسوية عمليات البطاقات المصرفية في الوقت الحقيقي وكل أنواع وسائل الدفع الأخرى؛

– تلبية حاجيات المستخدمين باستعمال نظام دفع إلكتروني؛

– تقليص آجال التسوية و تشجيع استعمال النقود الكتابية.

– جعل النظام الجزائري يتمتع بالمقاييس الدولية في تسيير مخاطر السيولة؛

– تقوية العلاقة بين البنوك وتشجيع إقامة البنوك الأجنبية.

¹ أحمد زغدار، كلثوم حميدي، (2015): تقييم أداء نظام الجزائر للتسوية الفورية (arts) في النظام المصرفي الجزائري خلال الفترة 2006-2014، مجلة البحوث و الدراسات العلمية(العدد 02)، ص 2.

* RTGS: Real -Time Gross Settlement.

⁽²⁾ بنك الجزائر، النظام رقم 05-04 المؤرخ في 10 رمضان 1426 الموافق لـ 13 أكتوبر 2005، متوفر على الرابط: <https://www.bank-of-algeria.dz/stoodroa/2023/02/04-05.pdf> ، تاريخ الاطلاع 2023/04/21، 11:08.

⁽³⁾ بنك الجزائر ، (2015): التطور الاقتصادي و النقدي في الجزائر، التقرير السنوي، ص109، متوفر على الرابط: https://www.bank-of-algeria.dz/wp-content/uploads/2023/06/rapportba_2015ar.pdf ، 14:47، 2023/04/10.

⁽⁴⁾ مصطفى بن شلاط ، المصدر سبق ذكره، ص 100-101.

2. نظام المقاصة الإلكترونية (ATCI*): يسمح هذا النظام بتبادل كافة وسائل الدفع للمدفوعات الخاصة بالجمهور العريض (صكوك ، أوراق تجارية ، تحويلات ، إقطاعات ، عمليات على البطاقات)، ودخل هذا النظام حيز الإنتاج في 15 ماي 2006 ، ويتولى إدارته مركز المقاصة المسبقة (CPA) وهو فرع تابع لبنك الجزائر بصيغة شركة ذات أسهم فتح رأسمالها للبنوك. ويعمل النظام على أساس المقاصة متعددة الأطراف لأوامر الدفع، ويتم صب الأرصدة الصافية في نظام (آرتس) للتسوية المؤجلة في ساعة محددة مسبقا ضمن النظام. ⁽¹⁾ و قد حدد النظام 05-06 المؤرخ في 15 ديسمبر 2005 سقف التحويلات التي تتم بواسطة نظام المقاصة الإلكترونية إلى أقل من 01 مليون دينار جزائري، فلا يقبل أي أوامر تحويل تساوي أو تفوق قيمتها الاسمية السقف المحدد بل تحول هذه الأخيرة إلى نظام (آرتس) ، كما تم أيضا في النظام 05-06 الإشارة إلى مسؤوليات مسير نظام المقاصة الإلكترونية و المشاركين فيه و كذلك قواعد اشتغاله. ⁽²⁾ ويهدف نظام المقاصة الإلكترونية إلى تحقيق مايلي: ⁽³⁾

– التسيير المحاسبي اليومي وحسن تسيير الخزينة (السيولة) بالنسبة للمشاركين؛

– تقليص آجال تحصيل القيم بين المشاركين ، وتأمين أنظمة الدفع العام؛

– إعادة الثقة للزبائن في وسائل الدفع خاصة الشيكات؛

– تبسيط الإجراءات وتخفيض هامش الخطأ .

* ATCI : Algérie Télé-compensation Interbancaire.

⁽¹⁾ بنك الجزائر ، (2015): التطور الاقتصادي و النقدي في الجزائر، التقرير السنوي، المصدر سبق ذكره، ص111.

⁽²⁾ بنك الجزائر، النظام 05-06 المؤرخ في 13 ذي القعدة 1426 الموافق لـ 15 ديسمبر 2005، متوفر على الرابط:

https://www.bank-of-algeria.dz/stoodroa/2023/02/06_05.pdf ، تاريخ الاطلاع 2023/03/10 ، ص:12.

⁽³⁾ إبراهيم تومي ، (2017): تقييم تجربة نظامي التسوية الإجمالية الفورية للمبالغ الكبيرة و الدفع المستعجل (ARTS) والمقاصة الإلكترونية للمدفوعات الخاصة بالجمهور العريض (ATCI) في النظام المصرفي الجزائري خلال عقد من الزمن ، مجلة العلوم الإنسانية جامعة محمد خيضر بسكرة (العدد46)، ص ص 446 – 447.

الفرع الثاني: مشروع الجزائر الإلكترونية 2013

منذ النصف الثاني من تسعينات القرن العشرين توجهت العديد من الدول الغربية المتقدمة إلى إنشاء مشاريع الإدارة الإلكترونية، حيث التحقت بها الدول العربية في بداية القرن الواحد و العشرين بوضع مخططات للرقمنة الإدارية مثل إمارة دبي، مصر ، سوريا و الأردن. هذا التوجه شكل دافعا و محفزا لدول عربية أخرى للحاق بالركب الجديد، و انتهاج نفس الخطوات و جعل الرقمنة الإدارية أمرا واقعا.⁽¹⁾ حيث عملت على وضع سياسات عمومية لإدخال الرقمنة في جميع الميادين الاقتصادية، الاجتماعية ، الطبية و الإدارية ورفع شعر " المواطن زبون الحكومة " . عملت الجزائر و غيرها من الدول على تبني المشروع من خلال الجزائر الإلكترونية،⁽²⁾ والذي يعد من بين المشاريع الكبرى التي تم اطلاقها من قبل وزارة البريد و تكنولوجيا الاعلام و الاتصال بداية من سنة 2008. تمت المشاركة والتشاور بين العديد من الفاعلين من مؤسسات ، إدارات عمومية ، متعاملين اقتصاديين، الجامعات ومراكز البحث ، الجمعيات المهنية التي تنشط في مجال الاعلام و الاتصال ، حيث تم طرح الأفكار و المناقشة التي دامت لمدة 06 أشهر ، تمخض عنها ظهور اللبنة الأولى للمشروع ممثلة في حصيلة من ثلاثة عشر محورا يتحدد من خلالها الأهداف المرجو تحقيقها بحلول سنة 2013 .⁽³⁾ ويمكن حصر أهداف المشروع في عنصرين مهمين و هما : عصرنة الإدارة وذلك عبر إحداث تحول

(1) سامية يتوجي ، (2015): أطر الرقمنة الإدارة العمومية في مشروع "الجزائر الإلكترونية 2013" ، مجلة معارف(العدد 18)، ص222.

(2) خاد قاشي ، منير لواح و حسيبة جبلي، (2013): استراتيجية " الجزائر الإلكترونية 2013" بين فجوة النظرية و التطبيق، مجلة الإدارة و التنمية للبحوث و الدراسات(العدد02)، ص84.

(3) سيد أحمد مسيردي، خديجة سعدي، (2013): مشروع الجزائر الإلكترونية : واقع وتحديات، مجلة الإدارة للتنمية و الدراسات (العدد 02)، ص278.

في الأنماط الإدارية التقليدية و إضفاء طابع اللامركزية على القرارات، أما الهدف الأساسي الثاني فهو العمل على تقريب الإدارة من المواطن و جعله يستفيد من الخدمات حتى في منزله.⁽¹⁾ و لتنفيذ مشروع الجزائر الإلكترونية لابد من اعتماد جملة من الآليات والبرامج وهي موضحة كمايلي:⁽²⁾

- برنامج تطوير التشريعات: وذلك عبر إعداد قانون يهدف إلى تنظيم معاملات الحكومة الإلكترونية و تطوير التشريعات القائمة؛
- برنامج تطوير البنية المالية: يعمل هذا البرنامج على التطوير المالي للمؤسسات لتصبح أكثر تكيفا و مرونة؛
- برنامج التطوير الإداري و التنفيذي: ويتم فيه تطوير أساليب العمل في المجالات المزمع اعتمادها على التعاملات الإلكترونية؛
- برنامج التطوير الفني: يتمحور هذا البرنامج على الاعتماد على التكنولوجيا الرقمية في الإدارات الحكومية لتطوير البنية اللازمة لتنفيذ المشروع، كذلك العمل على تحسين الكفاءة التشغيلية عبر استعمال الأجهزة و المعدات الحديثة ، أنظمة وقواعد البيانات وتطوير البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات و الاتصالات؛
- برنامج تنمية الكوادر البشرية: من خلال التركيز على التطوير الفكري للقيادات على مستوى الحكومة بما يتوافق والتوجه نحو الحكومة الإلكترونية، إضافة إلى إعداد البرامج التدريبية المناسبة لفرق العمل؛

⁽¹⁾ Essaid Taib, (2015): « e-Algérie 2013 », ou l'échec d'une politique publique de modernisation de l'administration par les TIC, Revue Algérienne des Politiques Publiques (N° 7), P P 11-12.

⁽²⁾ سيد أحمد مسيردي، خديجة سعيدي، المصدر سبق ذكره، ص ص 279-280.

– برنامج الاعلام و التوعية: ويتم هذا البرنامج عن طريق إعداد خطة تتضمن تعريف المجتمع بإيجابيات التحول إلى المجتمع الرقمي، وكيفية تحقيق الاستفادة من مشروع الحكومة الإلكترونية.⁽¹⁾

الفرع الثالث: مشروع المدينة النموذجية للدفع الإلكتروني

تم تدشين هذا المشروع في 22 أكتوبر 2023 عن طريق مشاركة عدة فاعلين : وزير المالية ، الجمعية المهنية للبنوك و المؤسسات المالية ، تجمع النقد الآلي، السلطات المحلية ، ممثلي الدوائر، مسؤولي البنوك و بريد الجزائر، وهذا من المدرسة العليا للرياضيات بالمدينة الجديدة بسيدي عبد الله بالجزائر العاصمة. ويهدف هذا المشروع إلى تزويد التجار بالمدينة الجديدة بمختلف المعدات و وسائل الدفع الإلكترونية، إلى جانب تمكين المواطنين من الحصول على مختلف البطاقات سواء البنكية أو البريدية و توجيههم إلى استخدامها و التعامل بواسطة رمز الاستجابة السريعة (QR Code) ، بالإضافة إلى أن هذا المشروع سيساهم في تقديم طريقة دفع آمنة للمواطن ، وهذا بفضل خصائص الأمان المدمجة قبل وبعد القيام بأي عملية دفع.⁽²⁾ ويعكس هذا المشروع توجه الحكومة الجزائرية لنشر الدفع الإلكتروني على مستوى كل أحياء و مدن البلاد، كما سيتم تعميمه على مستوى كل مدن و ولايات الجزائر، ويساهم اعتماد هذا

⁽¹⁾ فيصل بهلولي، سامية بوضياف ، (2020): تطبيق الحكومة الإلكترونية كمدخل لتحسين الخدمة العمومية – تجربة الإمارات العربية المتحدة نموذجا مع إمكانية التطبيق في الجزائر - ، مجلة اقتصاديات شمال افريقيا (العدد 23)، ص254.

⁽²⁾ جريدة البلاد، الجمعية المهنية للبنوك تطلق مشروع المدينة النموذجية للدفع الإلكتروني، متوفر على الموقع: <https://www.elbilad.net/derniere-info/> ، تاريخ الاطلاع 2024/05/25 ، 22:05.

المشروع في تحقيق عدة مزايا و منافع سواء بالنسبة للبنوك أو بالنسبة للمواطنين كما يلي:⁽¹⁾

- تخفيض التكاليف المرتبطة بمعالجة نقل السيولة وحمايتها؛
- تحسين إمكانية تتبع المعاملات؛
- زيادة الأمن المالي؛
- تعزيز تطوير الخدمات المالية الابتكارية التي تتوافق مع تطلعات المواطنين و احتياجاتهم نظرا لما توفره من سهولة وأمان عند القيام بالعمليات.

⁽¹⁾ وزارة البريد والمواصلات السلكية واللاسلكية، إطلاق مشروع “ المدينة النموذجية للدفع الإلكتروني ” ، متوفر على الموقع: <https://www.mpt.gov.dz/> ، تاريخ الاطلاع 2024/05/24 ، 22:17.

المبحث الثاني: تحليل إحصائيات أنظمة الدفع الإلكترونية في

الجزائر ، تونس و المغرب خلال الفترة الممتدة من (2018-2022)

سيتم في هذا المبحث عرض تجارب دول المغرب العربي (الجزائر، تونس و المغرب) في مجال أنظمة الدفع الإلكترونية خلال الفترة الممتدة من سنة 2018 إلى 2022، وذلك بتحليل الإحصائيات المتوفرة حول عمل هذه الأنظمة ومدى كفاءتها في إتمام التسويات المختلفة و أهم وسائل الدفع المتداولة فيها والتحويلات الأكثر معالجة عبرها.

المطلب الأول: تحليل إحصائيات نظام الجزائر للتسوية الفورية (ARTS) ونظام المقاصة الإلكترونية (ATCI) خلال الفترة الممتدة من (2018-2022)

تعمل أنظمة الدفع على تفعيل أداء البنوك، لذلك عمدت الجزائر إلى تحديثها حتى تواكب التطورات على المستوى العالمي ، و هذا من خلال جعلها تتماشى مع المعايير الدولية المعتمدة. حيث تم إصدار نظامين و هما نظام الجزائر للتسوية الفورية (ARTS) ونظام المقاصة الإلكترونية (ATCI).

الفرع الأول: تحليل إحصائيات نظام الجزائر للتسوية الفورية (ARTS) خلال الفترة الممتدة من (2018-2022)

لتحليل إحصائيات نظام الجزائر للتسوية الفورية (ARTS) خلال الفترة الممتدة من سنة 2018 إلى سنة 2022، يتم بالاستعانة بالتقارير السنوية الصادرة عن

بنك الجزائر و التي تتضمن الوضعية التفصيلية لنشاط هذا النظام. والجدول رقم (20) يوضح ذلك:

الجدول رقم(20): إحصائيات عمل نظام ARTS خلال الفترة الممتدة (2018-2022)

السنوات	2018	2019	2020	2021	2022
حجم العمليات المنجزة (بملايين العمليات)	360919	353455	331672	363894	396343
قيمة العمليات المنجزة (بملايير الدينارات)	101621.408	95759.280	89758.439	71090.145	81929.140

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على تقارير بنك الجزائر ، أعداد مختلفة

تبين معطيات الجدول رقم(20) أن سنة 2019 شهدت إنخفاضا في حجم العمليات المنجزة بواسطة النظام، حيث انتقلت من 360919 مليون عملية بقيمة 101621.408 مليار دينار في سنة 2018 إلى 353455 مليون عملية بقيمة 95759.280 مليار دينار في سنة 2019 ، بنسبة إنخفاض تقدر بـ 2.1 % في الحجم و 5.8 % في القيمة؛ و يفسر هذا التراجع في انخفاض قيم عمليات السياسة النقدية بـ 18.0 % وعمليات القيم الحكومية بـ 42.9 %.⁽¹⁾

استمر الانخفاض المسجل في عمليات النظام خلال سنة 2020 ، حيث انتقل حجم العمليات من 353455 مليون عملية بمبلغ يقدر بـ 95759.280 مليار دينار في سنة 2019 إلى 331672 مليون عملية بإجمالي مبلغ تحويل يقدر بـ 89758.439

⁽¹⁾ بنك الجزائر، (2020)، التقرير السنوي 2019، متوفر على الموقع:

https://www.bank-of-algeria.dz/stoodroa/2023/02/rapportBA2019ar.pdf ، تاريخ الاطلاع: 21:16 ، 2024/04/30

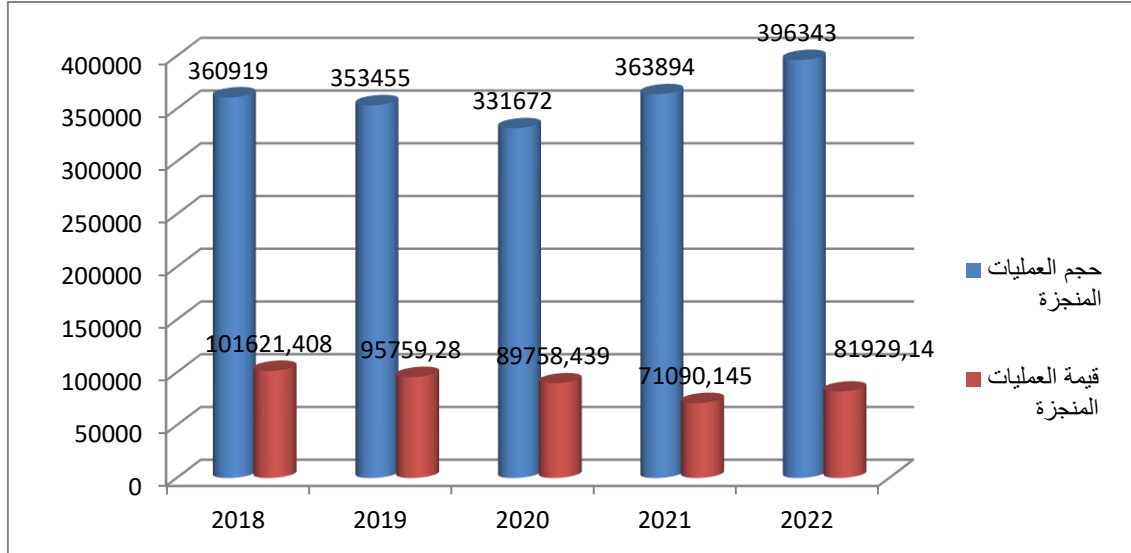
مليار دينار في سنة 2020، بنسبة تراجع تقدر بـ 6.16 % و 6.27 % في الحجم و القيمة على التوالي.

خلال سنة 2021 و على الرغم من الارتفاع المسجل في حجم العمليات الذي انتقل من 331672 مليون عملية في سنة 2020 إلى 363894 مليون عملية في سنة 2021 أي بنسبة زيادة تقدر بـ 9.72 % ، إلا أنه يلاحظ التراجع الكبير في قيمة العمليات المنجزة في نفس السنة حيث بلغ إجمالي عمليات التحويل 71090.1 مليار عملية بنسبة انخفاض في القيمة تقدر بـ 20.80 % . وجاء في تقرير بنك الجزائر لسنة 2021 تفسير لهذا الانخفاض والذي يرجع إلى التراجع المعتبر و المحسوس لعمليات السياسة النقدية خلال ذات السنة.

شهدت سنة 2022 معالجة النظام لـ 396343 مليون عملية بمبلغ إجمالي يقدر 81929.140 مليار دينار أي بارتفاع معتبر مقارنة مع سنة 2021 ، تقدر نسب الزيادة في الحجم و القيمة على التوالي 8.92 % و 15.25 % . الشكل رقم (22) الموالى يبين حجم وقيمة العمليات المنجزة وفق نظام ARTS خلال الفترة (2018-2022):

الشكل رقم(22): حجم وقيمة العمليات المنجزة على مستوى نظام ARTS خلال الفترة

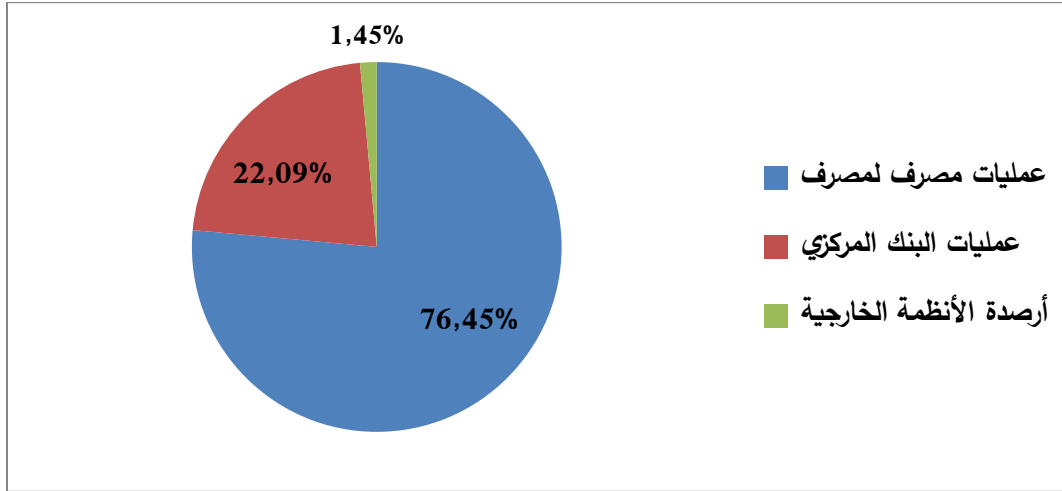
(2022-2018)



المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على معطيات الجدول رقم(20)

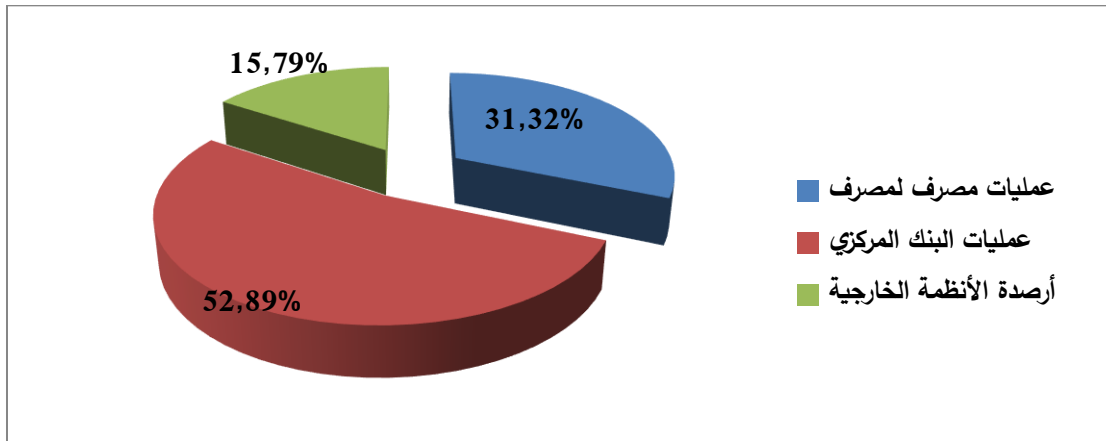
بالنسبة لتوزيع حجم و قيم التحويلات خلال سنة 2022 ، يمكن التمييز بين ثلاث عمليات أساسية و هي عمليات مصرف لمصرف ، عمليات البنك المركزي و أرصدة الأنظمة الخارجية (والتي تتضمن نظام المقاصة الإلكترونية للمدفوعات الخاصة بالجمهور العريض ، تسوية الأوراق المالية). والشكلين رقم (23) و رقم (24) يوضحان حجم و قيمة التحويلات المعالجة من خلال نظام ARTS خلال سنة 2022:

الشكل رقم (23): حجم التحويلات المعالجة من خلال نظام ARTS خلال سنة 2022



المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على التقرير السنوي لبنك الجزائر لسنة 2022.

الشكل رقم(24): قيمة التحويلات المعالجة من خلال نظام ARTS خلال سنة 2022



المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على التقرير السنوي لبنك الجزائر لسنة 2022

وفق الشكلين السابقين رقم(23) و رقم (24) يتبين أن حجم التحويلات خلال سنة

2022 قد توزع بالشكل التالي : 76.46% من نصيب عمليات من مصرف إلى مصرف

مقابل 22.09 % بالنسبة لعمليات البنك المركزي ، و 1.45 % لأرصدة الأنظمة

الخارجية. أما من حيث القيمة فإن تقريبا أكثر من نصف قيمة التحويلات المتبادلة من

نصيب عمليات البنك المركزي بنسبة 52.89 %، أما العمليات من مصرف إلى مصرف فهي تمثل 31.32 % وأرصدة الأنظمة الخارجية بنسبة 15.79 %.

الفرع الثاني: تحليل إحصائيات نظام المقاصة الإلكترونية (ATCI) خلال الفترة الممتدة من (2018-2022)

إضافة إلى الإحصائيات المقدمة من طرف بنك الجزائر في تقاريره السنوية حول نظام الجزائر للتسوية الفورية (ARTS)، أضاف هذا الأخير إحصائيات أخرى تتعلق بنظام المقاصة الإلكترونية (ATCI) باعتباره نظام تكميلي لنظام (ARTS). الجدول رقم (21) يوضح إحصائيات عمل نظام ATCI خلال الفترة الممتدة من سنة 2018 إلى سنة 2022:

الجدول رقم (21): إحصائيات عمل نظام ATCI خلال الفترة الممتدة (2018-2022)

2022	2021	2020	2019	2018	السنوات
54.928	48.018	34.629	26.815	25.03	حجم العمليات المنجزة (بملايين العمليات)
20166.33	17980.12	11406.32	17474.09	17016.83	قيمة العمليات المنجزة (بملايير الدينارات)

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على عدة تقارير سنوية لبنك الجزائر.

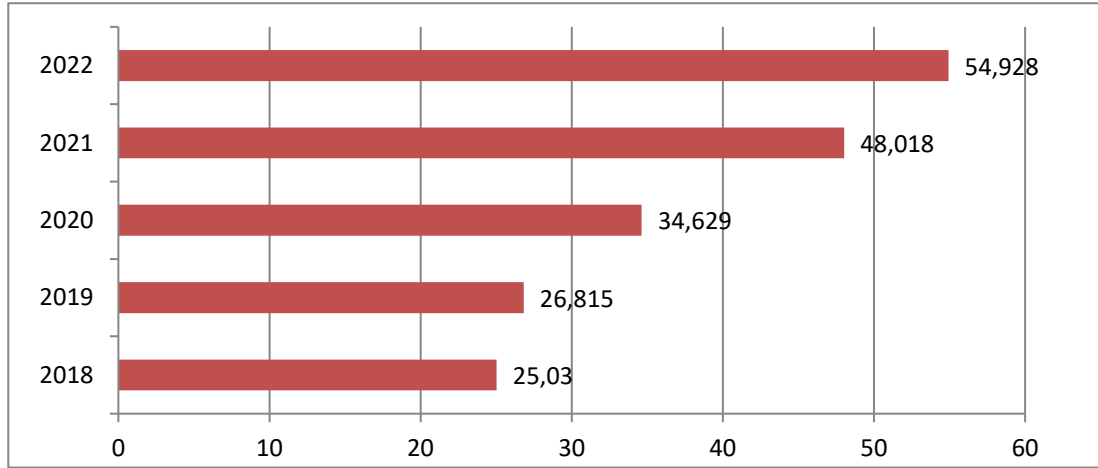
من خلال الجدول رقم (21) يتضح النمو المتزايد في حجم و قيمة عمليات المقاصة الإلكترونية، حيث انتقل من 25.03 مليون عملية دفع في سنة 2018 إلى 54.928 مليون عملية دفع في سنة 2022 أي تقريبا تضاعف العدد خلال الخمس السنوات الأخيرة. ترافق الارتفاع في حجم العمليات تزايدا في قيمة العمليات حيث انتقلت من 17016.83 مليار دينار في سنة 2018 إلى 20166.33 مليار دينار، والملاحظ أن التزايد في مبلغ العمليات المنجزة وفق هذا النظام قد تراجع بشكل طفيف في سنة

2020 بنسبة 7.63 % . والشكل رقم(25) الموالي يوضح تطور حجم العمليات المنجزة

وفق نظام المقاصة الإلكترونية خلال الفترة الممتدة من سنة 2018 إلى سنة 2022.

الشكل رقم(25): تطور حجم العمليات المنجزة وفق نظام المقاصة الإلكترونية خلال

الفترة (2018-2022) الوحدة: الحجم بملايين العمليات

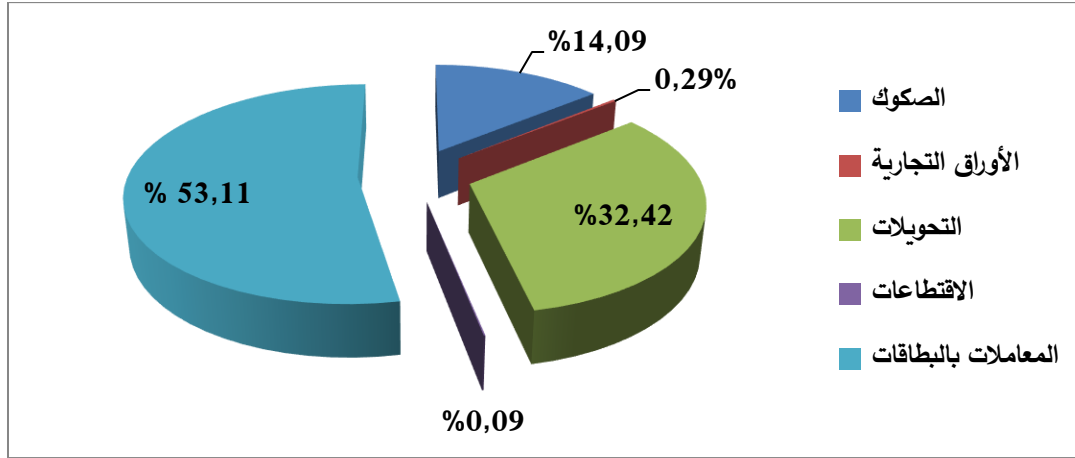


المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على معطيات الجدول رقم (21).

ولتحديد وسائل الدفع المعتمدة في نظام المقاصة خلال سنة 2022 يتم الاستعانة بالشكل

رقم(26) الموالي:

الشكل رقم(26): حجم التحويلات المعالجة وفق نظام المقاصة الإلكترونية في سنة 2022



المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد التقرير السنوي لبنك الجزائر 2022.

يظهر الشكل رقم(26) الموضح أعلاه أن وسائل الدفع الأكثر تداولاً و ظهوراً في نظام المقاصة الإلكترونية، يرجع إلى التعاملات بالبطاقات بنسبة تقدر بـ 53.11 % تليها التحويلات بنسبة 32.42 % . أما بالنسبة للصكوك ، الأوراق التجارية و الاقتطاعات فقد شكلت النسب التالية من مجموع حجم التحويلات المعالجة : 14.09 % ، 0.29 % و 0.09 % على التوالي. و تكرر هذه النسب هيمنة وسائل الدفع الإلكترونية و بداية تراجع التعامل بالوسائل التقليدية في سوق المدفوعات.

المطلب الثاني: قراءة تحليلية لتجربة تونس في مجال أنظمة الدفع الإلكترونية خلال

الفترة(2018-2022)

في إطار مساعي عصنة أنظمة الدفع قام البنك المركزي التونسي بإرساء منظومة التسوية الخام الحينية المسماة "عليسة - RTGS" في 28 جانفي 2022 عوضاً عن المنصة القديمة لتحول المبالغ الضخمة (SGMT) و التي بدأت نشاطها في نوفمبر سنة 2006. إضافة إلى النظام الجديد ترافق معه نظام المقاصة الإلكترونية

كمكمل له و يتضمن نشاط دفعات التجزئة (المعاملات المنجزة عن طريق التحويلات، الاقتطاعات، الشيكات ، الكمبيالات ، البطاقات و المحافظ الرقمية). و الجدول رقم(22) الموالي يوضح تطور إحصائيات كل من النظامين خلال الفترة الممتدة من سنة 2018 إلى سنة 2022:

الجدول رقم(22): إحصائيات نشاط أنظمة الدفع الإلكتروني في دولة تونس خلال الفترة

(2022-2018)

2022	2021	2020	2019	2018	السنوات
نظام التسوية الخام الحينية علية - RTGS					
321090	207540	196596	202857	198000	حجم العمليات (بالملايين)
3145.5	2457.2	2039.0	2963.0	3284	قيمة العمليات (بالملايين الدينارات)
نظام المقاصة الإلكترونية					
65.6	62.5	58.6	62.9	60.4	حجم العمليات (بالملايين)
214.819	189.333	170.168	178.021	162.271	قيمة العمليات (بالملايين الدينارات)

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على عدة تقارير سنوية للبنك المركزي التونسي.

وفقا لمعطيات الجدول رقم(22) يتضح أن تحليل نشاط نظام التسوية الخام

الحينية علية - RTGS خلال الفترة الممتدة من سنة 2018 إلى سنة 2022 يقسم إلى ثلاثة مراحل أساسية:

– المرحلة الأولى: من سنة 2018 إلى سنة 2019

شهدت هذه الفترة نموًا في حجم العمليات المنجزة بنسبة تقدر بـ 2.3 %، حيث انتقل الحجم من 198000 مليون عملية في سنة 2018 إلى 202857 في سنة 2019؛ والذي يفسر بارتفاع عدد أوامر الدفع التي تصدر عن المساهمين . في حين تراجعت قيمة العمليات المعالجة في ذات الفترة من 3284 مليار دينار في سنة 2018

إلى 2963.0 مليار دينار في سنة 2019 ، أي بنسبة إنخفاض تقدر بـ 10.4 % وهذا التراجع يرجع بالأساس إلى إنخفاض مبالغ عمليات البنك المركزي نتيجة للسياسة النقدية المنتهجة من طرفه.⁽¹⁾

المرحلة الثانية: من سنة 2019 إلى سنة 2020

خلال هذه الفترة انخفض حجم و قيمة العمليات المنجزة حيث انتقل من 202857 مليون عملية في سنة 2019 إلى 196596 مليون عملية في سنة 2020 بانخفاض يقدر بـ 3.1 % ، كما انخفضت قيمة العمليات من 2963.0 مليار دينار إلى 2039.0 مليار دينار بنسبة تراجع تقدر بـ 31.2 % . ويفسر هذا الانخفاض بالأساس إلى تراجع عمليات البنك المركزي نتيجة تدخله في إطار السياسة النقدية وهذا بسبب الظروف الاقتصادية ومتطلبات البنوك للسيولة.

المرحلة الثالثة: من سنة 2020 إلى 2022

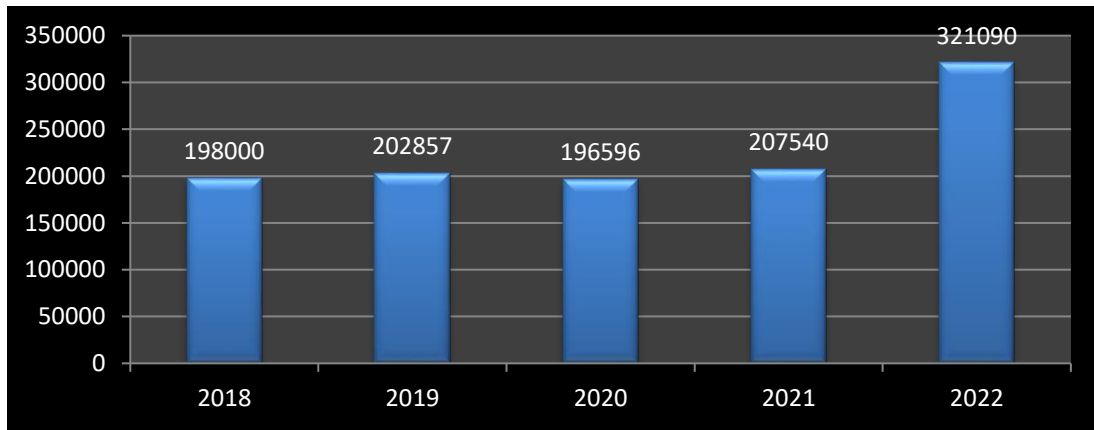
عرفت هذه الفترة نموا سريعا في حجم و قيمة العمليات عبر النظام حيث كانت نسب التطور في حجم العمليات من سنة 2020 إلى 2021 و من سنة 2021 إلى سنة 2022 على التوالي 5.6 % و 54.7 % ، أما على مستوى القيمة ف سجلت ارتفاعا بـ 20.51 % و 28.0 % على التوالي. ويعود هذا التطور إلى عدة عوامل من بينها:⁽²⁾ ديناميكية عمليات البنك المركزي التونسي التي تركز على العدد من خلال سلاسة عملية السيولة خلال اليوم، زيادة عدد معاملات المشاركين في النظام، زيادة في عدد و حجم

⁽¹⁾ البنك المركزي التونسي، (2020)، التقرير السنوي 2019، متوفر على الموقع: https://www.bct.gov.tn/bct/siteprod/documents/RA_2019_fr.pdf ، تاريخ الاطلاع: 2023/03/15 ، 10:12.

⁽²⁾ البنك المركزي التونسي، التقرير السنوي 2022، متوفر على الرابط: https://www.bct.gov.tn/bct/siteprod/arabe/documents/RA_ar.pdf ، تاريخ الاطلاع: 2023/03/22 ، 11:56.

معالجة الأرصدة المدفوعة من قبل الأنظمة الخارجية و زيادة بأكثر من ثلاث مرات من حيث الحجم و القيمة في العمليات التقنية و المعلوماتية الأخرى. والشكل رقم (27) الموالي يوضح تطور حجم التحويلات المنجزة وفق نظام علية - RTGS خلال الفترة (2018-2022) :

الشكل رقم(27): تطور حجم التحويلات المنجزة وفق نظام علية - RTGS خلال الفترة (2018-2022) الوحدة: ملايين العمليات



المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على معطيات الجدول رقم(22).

بخصوص عمليات المقاصة الإلكترونية و تبعا لمعطيات الجدول رقم (22) يتبين أنه يتم تقسيم تطور العمليات المعالجة وفق الحجم و القيمة عبر النظام إلى ثلاثة مراحل أساسية:

– المرحلة الأولى: من سنة 2018 إلى سنة 2019 عرفت هذه الفترة نموا في الحجم و القيمة ، حيث انتقلت حجم العمليات من 60.4 مليون عملية إلى 62.9 مليون عملية بمعدل زيادة يقدر ب 4.1 % ، من حيث قيمة العمليات ارتفعت من مبلغ 162.871 مليار دينار في 2018 إلى 178.021 مليار دينار في 2019 بنسبة زيادة تقدر ب 9.7 % . ويرجع هذا الارتفاع وفق للتقرير السنوي لسنة 2019 الصادر عن

البنك المركزي التونسي في جوان 2020 إلى تزايد التحويلات تبعا للزيادات في أجور موظفي الدولة ، كذلك منح البنك المركزي التراخيص لخمس مؤسسات جديدة مصدرة للاقتطاعات ليصبح عددها 109 بحلول سنة 2019.

– **المرحلة الثانية : سنة 2020** شهد حجم و قيمة العمليات تراجعاً في هذه السنة وهذا لتأثره بتداعيات جائحة كورونا ، حيث انتقلت حجم العمليات من 62.9 مليون عملية في سنة 2019 إلى 58.6 مليون عملية في سنة 2020 بمعدل انخفاض يبلغ 4 % . أما من حيث القيمة، تراجع مبلغ العمليات من 178.021 مليار دينار في سنة 2019 إلى 170.168 مليار دينار في سنة 2020 بمعدل انخفاض يقدر بـ 5.933 % . تفسر الأسباب الرئيسية لهذا التراجع بالتدابير الاستثنائية الناتجة عن تفشي فيروس كورونا ، و التي أدت إلى تعليق إجراءات وآجال التتبعات بخصوص الشيكات و الكمبيالات، وأيضاً إلى طبيعة التحويلات المتوافقة مع الوضعية الاقتصادية و الصحية المرتبطة بالجائحة ؛ و التي كان لها تأثير مباشر على قنوات الاتصال العادية و على قدرات المتعاملين الاقتصاديين من الجانب المالي.⁽¹⁾

– **المرحلة الثالثة: من سنة 2021 إلى سنة 2022** تميزت هذه الفترة بالتطور في العمليات من حيث الحجم و القيمة ، حيث ارتفعت من 62.5 مليون عملية بمبلغ إجمالي قدره 189.333 مليار دينار في سنة 2021 إلى 65.6 مليون عملية بمبلغ 214.819 مليار دينار في سنة 2022 ، أي بنسبة نمو في الحجم و القيمة قدرت على التوالي بـ 4.8 % و 13.5 % . وحسب ما جاء في التقرير السنوي لسنة 2022 عن

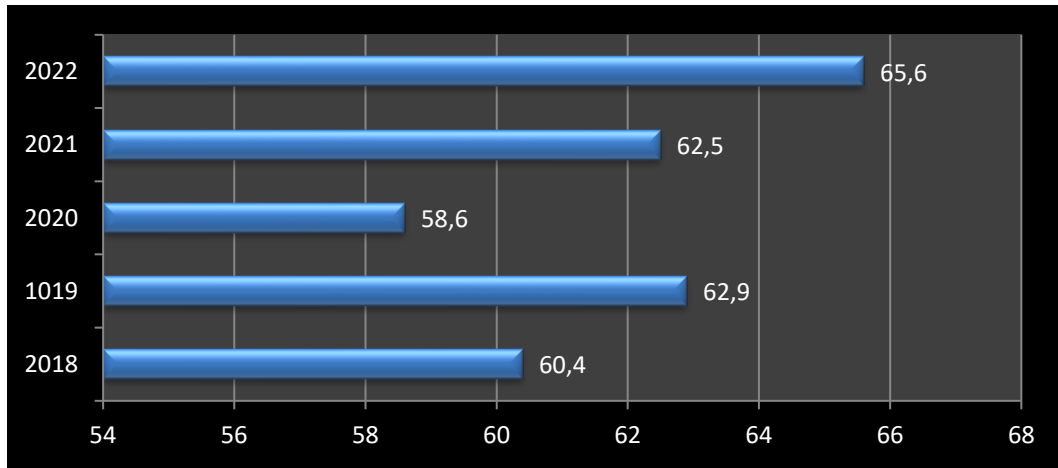
⁽¹⁾ البنك المركزي التونسي، التقرير السنوي 2020 ، متوفر على الرابط: https://www.bct.gov.tn/bct/siteprod/documents/RA_2020_fr.pdf ، تاريخ الاطلاع: 2023/03/26 ، 21:47.

البنك المركزي فإنه على الرغم من مؤشرات النمو في العمليات من حيث الحجم و القيمة إلا أنه يبقى ضعيف مقارنة بالظرف الاقتصادي الذي شهدته هذه الفترة. والشكل رقم(28) الموالي يوضح التطور في حجم العمليات المنجزة وفق نظام المقاصة الإلكترونية خلال الفترة الممتدة من سنة 2018 إلى سنة 2022:

الشكل رقم(28): تطور حجم العمليات المنجزة وفق نظام المقاصة الإلكترونية خلال الفترة

الوحدة: ملايين العمليات

(2022-2018)



المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على معطيات الجدول رقم(22)

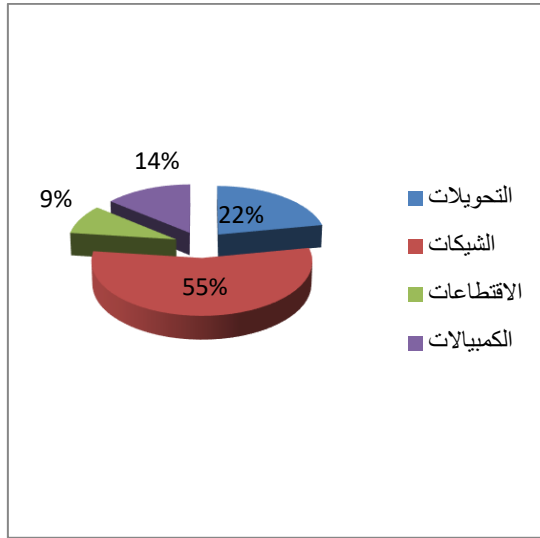
للاطلاع على توزيع القيم المقدمة عبر المقاصة الإلكترونية ، يظهر الشكلين

رقم(29) و رقم(30) على التوالي نسب توزيع القيم عبر هذا النظام من حيث الحجم و

المبلغ (القيمة) خلال الفترة الممتدة من سنة 2018 إلى سنة 2022:

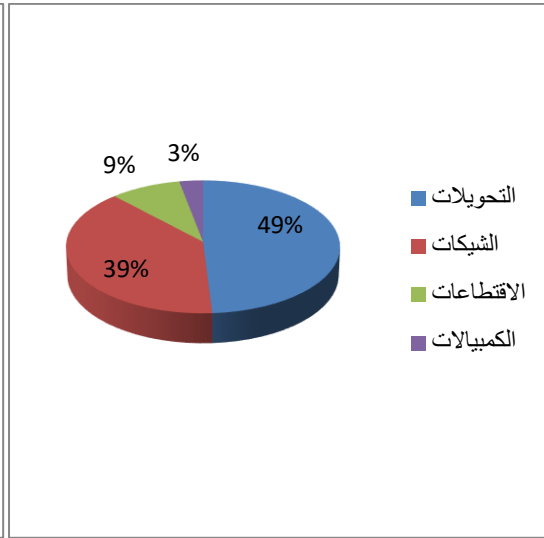
الشكل رقم(30): توزيع القيم المقدمة عبر المقاصة الإلكترونية

حسب الحجم(%) خلال سنة 2022



الشكل رقم(29): توزيع القيم المقدمة عبر المقاصة الإلكترونية

حسب القيمة (%) خلال سنة 2022

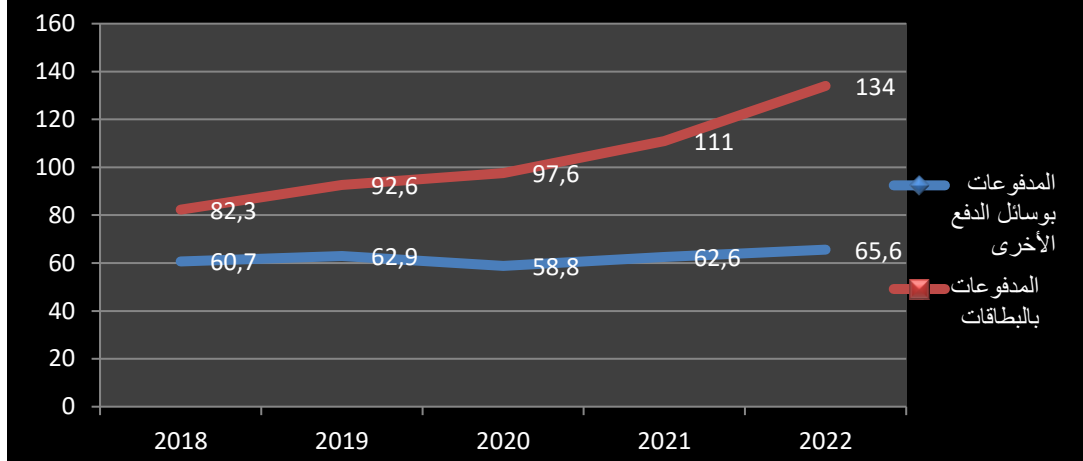


المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على التقرير السنوي للبنك المركزي التونسي لسنة 2022

بناء على ما ورد في الشكّلين رقم(29) و رقم(30) يتضح هيمنة الشيكات و التحويلات على هيكل توزيع القيم من حيث الحجم و القيمة خلال سنة 2022، فالتحويلات تسيطر بنسبة 49 % على حجم العمليات ، في حين تسيطر الشيكات بنسبة 55 % على قيمة العمليات المقدمة وفق نظام المقاصة الإلكترونية.

على مستوى توزيع المدفوعات بين البطاقات و وسائل الدفع الأخرى فالشكّلين رقم(31) و رقم (32) يوضحان توزيع المدفوعات من حيث العدد و القيمة بين البطاقات ووسائل الدفع الأخرى خلال الفترة الممتدة من سنة 2018 إلى سنة 2022:

الشكل رقم(31): توزيع المدفوعات من حيث العدد بين البطاقات ووسائل الدفع الأخرى
خلال الفترة(2018-2022) الوحدة: مليون عملية



المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على عدة تقارير للبنك المركزي التونسي

من خلال الشكل رقم (31) يظهر أنه يتزايد عدد المدفوعات بالبطاقات على طول الفترة الممتدة من سنة 2018 إلى سنة 2022 حيث انتقل من 82.3 مليون عملية في سنة 2018 إلى 134 مليون عملية في سنة 2022 . وعلى الرغم من نمو عدد المدفوعات بوسائل الدفع الأخرى خلال نفس الفترة إلا أن عددها لا يزال منخفض مقارنة بعدد المدفوعات بالبطاقات.

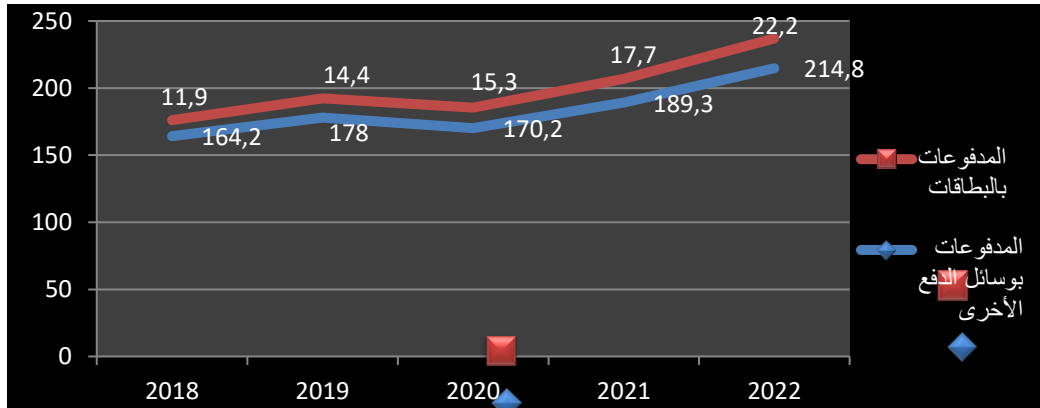
بخصوص قيمة العمليات و حسب ما يظهره الشكل رقم(32) فإن قيمة العمليات بالبطاقات و قيمة العمليات بوسائل الدفع الأخرى عرفت نموا خلال فترة الدراسة ، لكن ما يلاحظ هو أن مبالغ المدفوعات بوسائل الدفع الأخرى أكبر بكثير من المبالغ المدفوعة بالبطاقات. تعكس نتائج الشكّلين توجهات المستهلكين نحو الدفع بالبطاقات في حالة العمليات ذات المبالغ الصغيرة ، و استعمالهم لوسائل الدفع الأخرى في حالة المبالغ

الأكبر كذلك عمليات التسقيف لمبالغ العمليات المنجزة بالبطاقات لاعتبارات السلامة والأمان.

الشكل رقم(32): توزيع المدفوعات من حيث القيمة بين البطاقات ووسائل الدفع الأخرى خلال

الوحدة: النسبة المئوية

الفترة(2018-2022)



المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على عدة تقارير للبنك المركزي التونسي

المطلب الثالث: قراءة تحليلية لتجربة المغرب في مجال أنظمة الدفع الإلكترونية

خلال الفترة(2018-2022)

عملت المغرب و على غرار باقي الدول في العالم على تحديث أنظمة الدفع، وهذا عن طريق إنشاء نظامين وهما نظام تسوية المبالغ الإجمالية-المغرب و النظام البيبنكي المغربي للمقاصة. من خلال هذا المطلب سيتم تحليل نشاط كلا النظامين لفترة خمس سنوات ابتداء من سنة 2018 إلى سنة 2022.

الفرع الأول: نظام تسوية المبالغ الإجمالية- المغرب (SRBM *)

تم إنشاء نظام تسوية المبالغ الإجمالية- المغرب (SRBM) في سنة 2006، ويشكل هذا النظام- الذي يعتبر نظاما هيكليا بالنسبة للسوق المالية- بنية تحتية للأداء تسمح بإجراء عمليات تحويل فعالة وآمنة بين المؤسسات المالية المشاركة، كما تساهم في تقوية فعالية السياسة النقدية . والجدول رقم(23) الموالي يضم إحصائيات النظام خلال الفترة الممتدة من سنة 2018 إلى سنة 2022 :

* SRBM : Système Des Règlements Bruts Du Maroc

الجدول رقم(23): إحصائيات نظام تسوية المبالغ الإجمالية- المغرب SRBM خلال الفترة

(2022-2018)

السنوات	2018	2019	2020	2021	2022
تحويلات بين البنوك					
حجم العمليات (بالملايين)	62.255	76.558	74.176	77.087	95.031
قيمة العمليات (بملايين درهم)	2891	2855	3741	3193	3652
تحويلات الزبائن					
حجم العمليات (بالملايين)	104.403	118.967	123.986	143.693	179.008
قيمة العمليات (بملايين درهم)	1399	1582	1732	1788	2289
تسوية أوامر الدفع للمشاركين (تحويلات بين البنوك + تحويلات الزبائن)					
حجم العمليات (بالملايين)	166.658	195.525	198.156	220.780	274.039
قيمة العمليات (بملايين درهم)	4290	4437	5474	4981	5941
تسوية أرصدة الأنظمة الخارجية					
قيمة العمليات (بملايين درهم)	14.975	16.225	13.519	13.112	15.650

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على: بنك المغرب، التقرير السنوي هياكل السوق

المالية ووسائل الدفع ، رقابتها والشمول المالي ، أعداد مختلفة.

وفقا لمعطيات الجدول رقم(23) يتبين أن تحليل نشاط نظام تسوية المبالغ

الإجمالية- المغرب SRBM يتم عبر محورين أو نوعين من التسويات : الأول هو

تحليل نشاط تسوية أوامر الدفع للمشاركين و تتضمن التحويلات بين البنوك و تحويلات

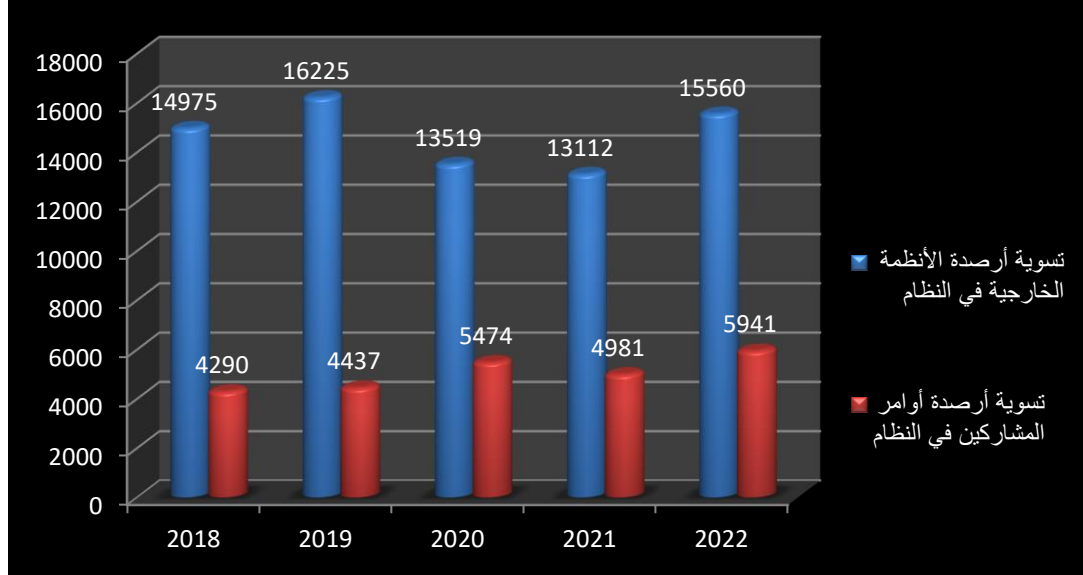
الزبائن ، أما المحور الثاني فهو يضم تحليل نشاط تسوية أنظمة الأرصدة الخارجية.

بالنسبة لنشاط تسوية أوامر الدفع للمشاركين فإنه و على طول فترة الدراسة الممتدة من سنة 2018 إلى سنة 2022 ، قد سجل نمو من حيث الحجم و من حيث القيمة، فانتقل عدد العمليات من 166658 مليون عملية بمبلغ 4290 مليار درهم في سنة 2018 إلى 274039 مليون عملية بمبلغ 5941 مليار درهم بمعدلات زيادة معتبرة. مع تسجيل تراجع في قيمة العمليات خلال سنة 2021 حيث انتقل من 5474 مليار درهم في سنة 2020 إلى 4981 مليار درهم في سنة 2021 بمعدل انخفاض يقدر بـ 9 % والذي يفسر وفقا لمعطيات الجدول في انخفاض قيمة تحويلات بين البنوك خلال نفس السنة وهو ما أثر على المبالغ الإجمالية للعمليات المنجزة.

بالنسبة لنشاط تسوية أرصدة الأنظمة الخارجية وعلى مستوى القيم أو المبالغ فقد شهدت القيم نمو خلال السنتين 2018 و سنة 2019 ، ليتراجع سنتي 2020 و 2021 بنسب انخفاض تقدر بـ 16.78% و 3.01 % . في سنة 2022 عاودت قيمة العمليات في الارتفاع حيث انتقلت من 13112 مليار درهم في سنة 2021 إلى 15650 مليار درهم في سنة 2022 بنسبة نمو تقدر بـ 19.36%. والشكل رقم(33) الموالي يوضح تطور مبالغ تسوية أرصدة أوامر المشاركين و أرصدة الأنظمة الخارجية في النظام خلال فترة الدراسة:

الشكل رقم(33): تطور مبالغ تسوية أرصدة الأنظمة الخارجية و أرصدة أوامر المشاركين في

النظام خلال الفترة(2018-2022) الوحدة: ملايين درهم



المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على معطيات الجدول رقم(23)

الفرع الثاني: النظام البيبنكي المغربي للمقاصة (SIMT*)

قام بنك المغرب في سنة 2003 بإنشاء النظام البيبنكي المغربي للمقاصة SIMT بالتشاور مع مؤسسات القطاع البنكي، و تم تخصيصه للمعالجة الآلية لوسائل الدفع الكتابية باستثناء المعاملات بالبطاقات البنكية. فتم تعويض نظام التبادل المادي لوسائل الدفع الكتابية بغرف المقاصة، وهي تعمل على أساس مقاصة صافية متعددة الأطراف، مع تسديد مؤجل يتم مرة واحدة في اليوم عن طريق البنك المركزي؛ في الحسابات المركزية للتسوية الخاصة بالمشاركين والمفتوحة في نظام تسوية المبالغ الإجمالية- المغرب SRBM. والجدول رقم(24) يظهر تطور حجم و قيمة العمليات المقدمة عبر النظام البيبنكي المغربي للمقاصة SIMT خلال الفترة (2018-2022):

* SIMT : Système Interbancaire Marocain de Télé-compensation

الجدول رقم(24): تطور حجم و قيمة العمليات المقدمة عبر النظام البيبنكي المغربي للمقاصة

SIMT خلال الفترة (2018-2022)

2022	2021	2020	2019	2018	
108.5	98	82	84.2	79.1	حجم العمليات(بالملايين)
2181.5	1984.7	1704.2	1915.2	1870.9	قيمة العمليات (بملايين درهم)

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على: بنك المغرب، التقرير السنوي هياكل السوق

المالية ووسائل الدفع ، رقابتها والشمول المالي ، أعداد مختلفة.

تطور حجم و قيمة العمليات المقدمة عبر النظام البيبنكي المغربي للمقاصة خلال

فترة الدراسة ، حيث انتقل من 79.1 مليون عملية بقيمة 1870.9 مليار درهم في سنة

2018 إلى 108.5 مليون عملية بقيمة 2181.5 مليار درهم في سنة 2022. سجلت

سنة 2020 تراجعاً في حجم و قيمة العمليات حيث انخفضت من 84.2 مليون عملية

بمبلغ 1915.2 مليار درهم في سنة 2019 إلى 82 مليون عملية بمبلغ 1704.2

مليار درهم في سنة 2022 ، بنسب تراجع في العدد و القيمة فقدت على التوالي

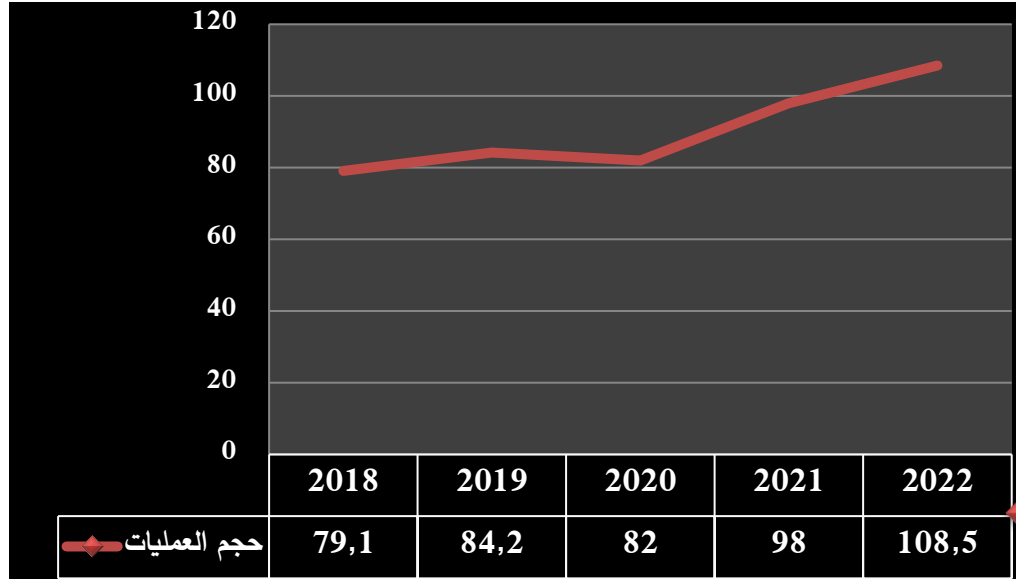
بـ3.5% و 11%. يفسر هذا الانخفاض أساساً بظروف الحجر الصحي التي رافقت

موجة كورونا ، والتي أثرت على حجم و قيمة العمليات بالشيكات و الأوراق التجارية.

و الشكل رقم(34) الموالي يوضح تطور عدد عمليات المقاصة خلال الفترة (2018-

2022) من حيث الحجم:

الشكل رقم(34): تطور عدد عمليات المقاصة خلال الفترة (2018-2022) من حيث الحجم



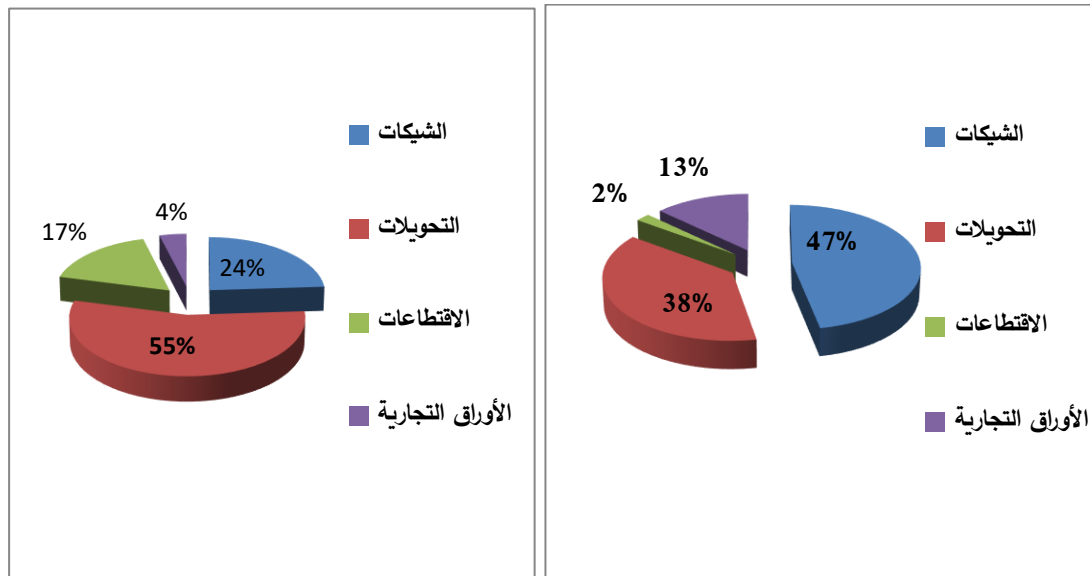
المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على معطيات الجدول رقم(24)

بخصوص وتوزيع القيم المقدمة عبر المقاصة من حيث الحجم و القيمة على وسائل الدفع الكتابية ، الشكلى رقم(35) و رقم(36) يوضحان جليا سيطرة التحويلات بنسبة 55 % من النسبة الإجمالية لحجم القيم . و سيطرة الشيكات بخصوص قيمة العمليات بنسبة 47 % من النسبة الإجمالية كما هو موضح في الشكلى الموالين:

الشكل رقم(35): توزيع القيم المقدمة عبر المقاصة الشكل رقم(36): توزيع القيم المقدمة عبر المقاصة

من حيث القيمة(%) خلال سنة 2022

من حيث الحجم (%) خلال سنة 2022



المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على : بنك المغرب،(2023): التقرير السنوي

لسنة 2022 هياكل السوق المالية ووسائل الدفع ، رقابتها والشمول المالي.

المبحث الثالث: تحليل واقع تطور البطاقات البنكية و قنوات الصيرفة

الإلكترونية في دول المغرب العربي خلال الفترة (2018-2022)

كل التغيرات التي تشهدها الساحة الدولية دفعت بالدول المغاربية إلى الاسراع في عملية تطوير و عصرنة أنظمتها البنكية، و تقديم خدمات ذات طابع عصري وخاصة في ما يتعلق بأدوات الدفع الإلكترونية و قنوات توزيعها. حتى يتم التمكن في تحليل واقع البطاقات البنكية باعتبارها من أهم وسائل الدفع المتداولة في الدول الثلاث ، ومقارنة تطور قنوات الصيرفة الإلكترونية فيها ، لابد أولا من التعرف على كرونولوجيا التطور التاريخي لنشاط الصيرفة في هذه الدول.

المطلب الأول: التطور التاريخي لنشاط الصيرفة الإلكترونية في دول المغرب

العربي

الجدول الموالي رقم(25) يوضح التطور التاريخي لنشاط الصيرفة الإلكترونية

و بدايات استخدام البطاقات البنكية في دول المغرب العربي:

الجدول رقم(25):التطور التاريخي لنشاط الصيرفة الإلكترونية في دول المغرب العربي

الدولة	نشاط الصيرفة الإلكترونية
الجزائر	– سنة 1975: تثبيت موزعين آليين للنقود ن وتشغيلهما لفترة قصيرة؛ – سنة 1989: طرح البطاقة السحب الخاصة بالموزعات الآلية للنقود DAB من القرض الشعبي الجزائري؛ – سنة 1991: بدء استعمال نظام سويفت (SWIFT)؛ – سنة 1992: وضع البرمجيات اللازمة على مستوى الوكالات (Logiciel SYBV)؛ – سنة 1995: إنشاء شركة النقد الآلي والعلاقات التلقائية بين البنوك (SATIM)؛ – سنة 1996: إنشاء شبكة نقدية إلكترونية مشتركة بين البنوك (RMI)؛ – سنة 1997: إعداد شبكة نقدية إلكترونية بين البنوك الجزائرية تمكن من سحب الأموال من الموزع الآلي محليا؛ – سنة 2002: الانطلاق الرسمي لنظام الدفع بين البنوك تحت إشراف شركة SATIM؛ – سنة 2003: مرحلة تعميم الدفع الإلكتروني عن طريق عقد الشراكة بين شركة SATIM والشركة الفرنسية Data Systems ingenio ؛ – سنة 2004: إصدار بطاقات الدفع ومنها بطاقات الدفع الدولي؛ – سنة 2006: تشغيل نظام الجزائر للمقاصة المسافية بين البنوك (ATCI) ونظام الدفع الفوري للمبالغ الكبيرة و المدفوعات المستعجلة (ARTS)؛ – سنة 2008: إطلاق البطاقة الإلكترونية الذكية من شركة HB technology الجزائرية؛ – سنة 2010: حصول شركة SATIM على الاعتماد من شركة فيزا العالمية وبالتالي أصبحت عضوا في شبكة بطاقات الدفع الدولية فيزا؛ – سنة 2014: إنشاء تجمع النقد الآلي Gie Monétique؛ – سنة 2016: إطلاق خدمة الدفع الإلكتروني؛ – سنة 2018: إطلاق أول بنك محمول Banxy من طرف بنك نتيكسيس الجزائر؛ – سنة 2020: انضمام بريد الجزائر للشبكة البيبنكية.
تونس	– 28 ديسمبر 1993: تأسيس الشركة التونسية للمقاصة ؛ – 26 أوت 2000: إطلاق أول نقود إلكترونية تونسية بواسطة البريد التونسي E-Dinar ؛ – 07 نوفمبر 2000: إطلاق الموقع الإلكتروني الخاص بالبريد التونسي: www.poste.tn ؛ – نوفمبر 2002: إطلاق بطاقة الدفع عبر الإنترنت : e-DINARPOST لأصحاب الحسابات الجارية البريدية؛ – سنة 2003: إطلاق خدمات جديدة عبر الإنترنت: دفع الفواتير www.fatouranet.poste.tn ، خدمة إرسال الرسائل المستعجلة الآمنة www.webtelegram.poste.tn ، خدمة الصيرفة عبر الإنترنت www.ccpnet.poste.tn ؛

– 6 نوفمبر 2006: إطلاق نظام التحويل التونسي للمبالغ الضخمة (SGMT)؛ – سنة 2008 : إطلاق أول بطاقة ذكية E-DINAR SMART؛ – سنة 2010: إنشاء خدمة Mobi-dinar تسمح لحاملي البطاقات e-DNAR SMART بالاستفادة من الخدمات الجديدة عبر هواتفهم المحمولة؛ – سنة 2021: تقديم تقنية QR Code.	
– سنة 1976: ظهور النقديّات في المغرب من خلال قبول بطاقات الأداء الأجنبية الفرنسية وكذا أميركان إكسبرس؛ – سنة 1981: تركيب أولى الموزعات الآلية من طرف بنك الوفاء وإصدار بطاقات Diner's Club Maroc ؛ – سنة 1982: إصدار أول بطاقة فيزا من طرف البنك المغربي للتجارة الخارجية BMCE والذي انضم إلى مجموعة فيزا كعضو رئيسي؛ – سنة 1984: إنشاء مجموعة Interbank التي تحظى بعضوية رئيسية بأنظمة فيزا و ماستر كارد لتقديم خدمات المعالج لأعضائها؛ – سنة 1985-2000: بدأت البنوك المغربية في استخدام النقديّات: 03 بنوك بمراكز المعالجة الخاصة بها(البنك الشعبي، البنك المغربي للتجارة الخارجية وبنك الوفاء) و تسعة بنوك أخرى في مركز Interbank ؛ – سنة 2001: التأسيس القانوني لمركز النقديّات؛ – سنة 2003: إنشاء النظام البيئي المغربي للمقاصة SIMT ؛ – سنة 2004: الانطلاق الفعلي للأنشطة العملية النقدية ؛ – سنة 2006: إنشاء نظام تسوية المبالغ الإجمالية- المغرب SRBM.	المغرب

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على عدة مراجع:

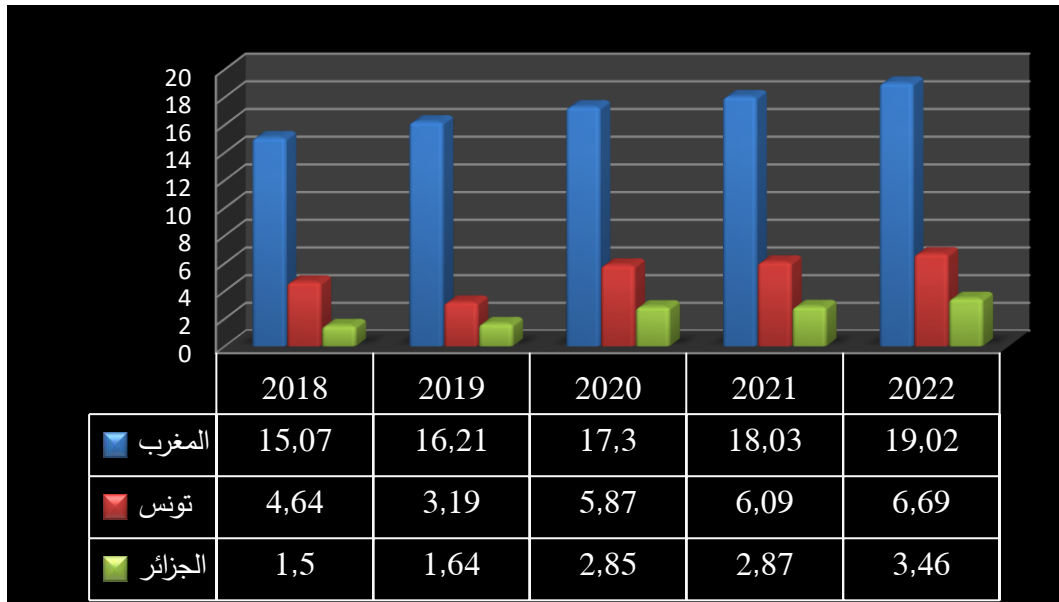
- حيات بوحاي ، غنية مجاني،(2023): اتجاهات تطوير الصيرفة الإلكترونية في الجزائر، مجلة إقتصاد المال و الأعمال(العدد 01)، ص ص 430-431.
- سعاد دعبوز ، كريمة فرحي،(2021): واقع الدفع الإلكتروني في الجزائر، مجلة الاقتصاد الجديد (العدد 04)، ص80.
- البريد التونسي، تاريخ البريد التونسي ، متوفر على الموقع: <https://www.poste.tn/> ، تاريخ الاطلاع: 2023/04/13، 00:05.
- مركز النقديّات المغربي، تاريخ النقديّات ، متوفر على الموقع: <https://www.cmi.co.ma/> ، تاريخ الاطلاع: 2023/04/13، 23:17.

المطلب الثاني: قراءة في تطورات البطاقات البنكية في الجزائر، تونس و المغرب خلال الفترة (2018-2022)

لتحليل التطور في البطاقات البنكية المتداولة في الدول الثلاث، يتم الاستعانة بالشكل رقم (37) الموضح أدناه الذي يبين تطور عدد البطاقات البنكية في

المغرب ، تونس و الجزائر خلال الفترة الممتدة من سنة 2018 إلى سنة 2022:

الشكل رقم (37): تطور عدد البطاقات البنكية في دول المغرب العربي (2018-2022)



المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على عدة مراجع: تقارير بنك الجزائر ، أعداد مختلفة.

– Centre Monétique Interbancaire, (2022) : Activité Monétique, sur le site : <https://www.cmi.co.ma/fr/chiffres-cles-activite-monetique-ecommerce-maroc>, consulté le 20/02/2023, 22 :11.

– Monétique Tunisie, Statistiques, sur le site : <https://www.monetiquetunisie.com/statistiques-2/>, consulté le 21/02/2023, 23 :22.

من خلال الشكل رقم (37) يتضح أن عدد البطاقات البنكية يتزايد من سنة إلى

أخرى خلال فترة الدراسة في كل من المغرب ، تونس و الجزائر، لكن بتفاوت بالغ في

العدد بين الدول الثلاث، و يرجع سبب الزيادات بالأساس إلى الفترة الاستثنائية التي

شهدها العالم بسبب الجائحة، و التي أثرت على المدفوعات الإلكترونية بسبب إجراءات التباعد التي فرضت استخدام أدوات الدفع الإلكترونية في المعاملات اليومية.

– احتلت **دولة المغرب** المرتبة الأولى في دول المجموعة من حيث عدد البطاقات ، حيث بلغ العدد في سنة 2018 حوالي 15 مليون بطاقة ليصل في سنة 2022 إلى حوالي 19 مليون بطاقة. وتجدر الإشارة إلى أن هذه الزيادة تعود أساسا إلى التطور في عدد البطاقات سواء المحلية أو الأجنبية المتداولة داخل أو خارج المغرب . في سنة 2022 بلغ العدد الإجمالي لعمليات الدفع المنجزة بالبطاقات 134.5 مليون عملية بمبلغ إجمالي يقدر بـ 48.1 مليار درهم ، بزيادة في العدد و القيمة تقدر على التوالي بـ 26 % ، 20 % . بخصوص السحوبات بالبطاقات في سنة 2022 وصل عددها إلى 360 مليون عملية بمبلغ 351 مليار درهم بزيادة في العدد و القيمة تقدر بـ 11 %.(1)

– احتلت **دولة تونس** المرتبة الثانية بعد دولة المغرب، إذ شهدت نموا متسارعا في عدد البطاقات البنكية حيث انتقل العدد من حوالي 04 مليون بطاقة في سنة 2018 إلى حوالي 06 مليون بطاقة في سنة 2022، والذي يتوافق مع العدد الكبير للمدفوعات بالبطاقات في سنة 2022 حسب الشكل رقم (30) السابق.

– بالنسبة ل**دولة الجزائر**، وعلى الرغم من تطور عدد البطاقات البنكية فيها حيث انتقل من حوالي 01 مليون بطاقة في سنة 2018 إلى حوالي 03 مليون بطاقة في سنة 2022، إلا أنه لا يزال متاخرا مقارنة بالدول المجاورة، و لم يصل إلى المستوى

(1) Bank Al-Maghrib, (2022) : Rapport annuel sur les infrastructures des marchés financiers et les moyens de paiement, leur surveillance et l'inclusion financière, sur le site : <https://www.bkam.ma/Publications-et-recherche/Publications-institutionnelles/> , consulté le 15/02/2023, 13 :33.

المطلوب. ويرجع سبب هذا التأخر إلى غياب ثقافة استخدام البطاقات، أو عدم توفر المعلومات الكافية حول آلية عملها، عدم الثقة في كل ماهو غير نقدي و ميل العملاء إلى الاعتماد على الدفع النقدي في كل معاملاتهم، مشاكل تتعلق بالصرافات الآلية و طرقيات البيع مثل: عدم الصيانة، عدم توفر السيولة... إلخ من المشاكل التي تجعل المواطن الجزائري لا يفضل التعامل بالبطاقات البنكية.

المطلب الثالث: مقارنة التطور في استخدام قنوات الصيرفة الإلكترونية في

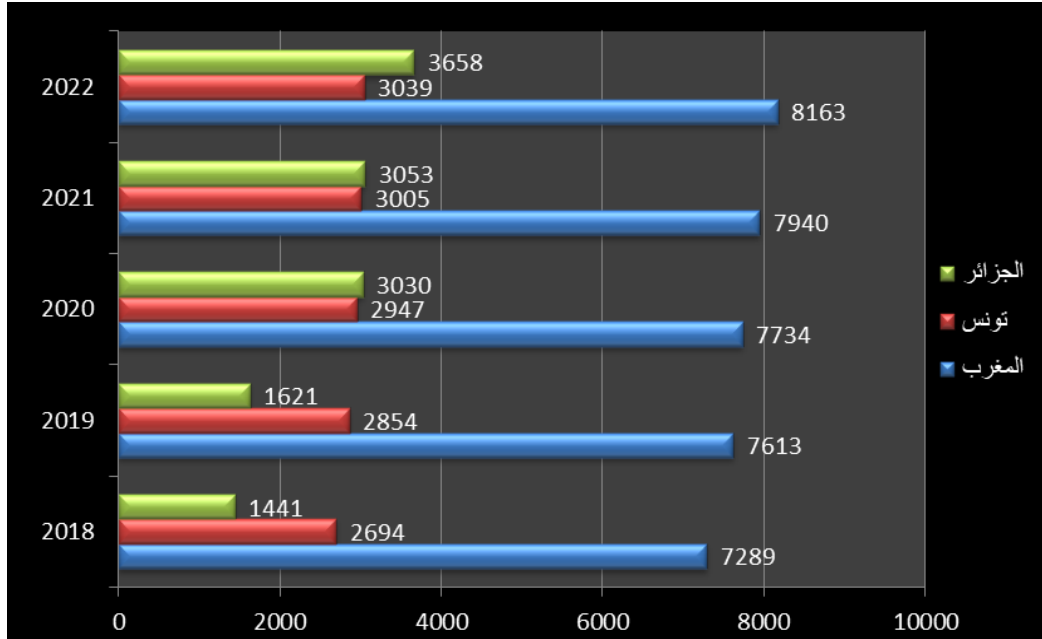
دول المغرب العربي خلال الفترة (2018-2022)

لتدعيم استخدام البطاقات في التعاملات يتم اللجوء إلى قنوات إلكترونية لإتمام المعاملات، تنوعت هذه الأخيرة بين الصرافات الآلية و طرقيات البيع لدى التجار، ليتم إضافة الدفع عبر الإنترنت و الهاتف النقال كقنوات جديدة تسهل طريقة التسديد و الدفع.

الفرع الأول: السحب عبر الصراف الآلي

حتى يتسنى قراءة مؤشرات قناة الصراف الآلي في كل من دولة المغرب ، الجزائر و تونس ، يتم الاستعانة بالتقارير السنوية و الإحصائيات الصادرة عن مراكز النقديات و البنوك المركزية في هذه الدول. والشكل رقم(38) الموالي يوضح تطور عدد الصرافات الآلية في دول المغرب العربي خلال الفترة الممتدة من سنة 2018 إلى سنة 2022.

الشكل رقم(38): تطور عدد الصرافات الآلية في دول المغرب العربي خلال الفترة (2022-2018)



المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على عدة مراجع:

– GIE Monétique, Activité Retrait sur ATM, sur le site : <https://giemonetique.dz/ar/activite-retrait-sur-atm/>, consulté le 02/04/2023, 14 :42.

– Centre Monétique Interbancaire, (2022) : Activité Monétique, sur le site : <https://www.cmi.co.ma/fr/chiffres-cles-activite-monetique-ecommerce-maroc>, consulté le 20/02/2023, 00 :48.

– Monétique Tunisie, Statistiques, sur le site : <https://www.monetiquetunisie.com/statistiques-2/>, consulté le 22/02/2023, 23 :13.

وفق الشكل رقم(38) تأتي المغرب في المرتبة الأولى بأعلى عدد للصرافات

الآلية، و التي انتقلت من 7289 صراف في سنة 2018 إلى 8163 صراف في سنة

2022، بنسبة زيادة خلال فترة الدراسة تقدر ب12 %.

خلال السنتين 2018 و 2019 سجل عدد الصرافات الآلية تفاوتاً بين تونس

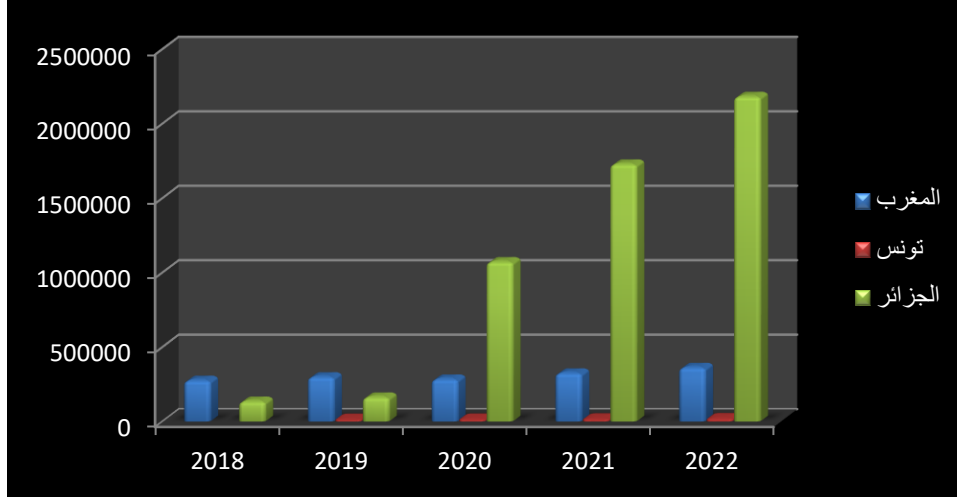
و الجزائر حيث حققت تونس التفوق في هذه الفترة، ولكن سرعان ما تراجع العدد في

السنوات من سنة 2020 إلى سنة 2022 بتفوق الجزائر عليها. وهذا راجع بالأساس إلى

اعتبار الصراف الآلي من أهم القنوات المعتمدة في الجزائر، في حين تم تطوير قنوات أخرى جديدة في تونس أدى إلى تراجع العمل بالصرافات و بالتالي انخفاض في عددها. بخصوص قيمة السحوبات المنجزة عبر الصرافات الآلية وهذا خلال الفترة الممتدة من سنة 2018 إلى سنة 2022، يتجلى بوضوح وفق الشكل رقم (39) أن السحوبات في دولة المغرب عرفت ارتفاعا من 276491 مليار درهم في سنة 2018 إلى 363154,1 مليار درهم في سنة 2022. أما في تونس فسجلت خلال الفترة من سنة 2019 إلى سنة 2022 سحوبات هي الأقل ضمن المجموعة نظرا لاعتمادها على قنوات أخرى، على العكس من ذلك تجاوزت الجزائر الجارة تونس في قيمة معاملات السحب و التي قدرت ب 136233,4 دينار جزائري في سنة 2018 إلى 2182896,7 دينار جزائري.

الشكل رقم(39): تطور قيمة عمليات السحب عبر أجهزة الصراف الآلي في دول

المغرب العربي خلال الفترة (2018-2022) الوحدة: مليون وحدة نقدية



المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على عدة مراجع:

- GIE Monétique, Activité Retrait sur ATM, sur le site : <https://giemonetique.dz/ar/activite-retrait-sur-atm/>, consulté le 02/04/2023, 14 :42.
- Centre Monétique Interbancaire, (2022) : Activité Monétique, sur le site : <https://www.cmi.co.ma/fr/chiffres-cles-activite-monetique-ecommerce-maroc>, consulté le 20/02/2023, 00 :48.
- البنك المركزي التونسي، التقرير السنوي 2022، متوفر على الموقع: https://www.bct.gov.tn/bct/siteprod/arabe/documents/RA_ar.pdf ، تاريخ الاطلاع: 2023/03/22، 11:56.
- La Banque Centrale de Tunisie, (2022), Rapport Annuel 2021, sur le site : <https://www.bct.gov.tn/bct/siteprod/documents/ANNUALREPORT2021FRENCH.pdf> , le 19/04/2023, 11 :02.

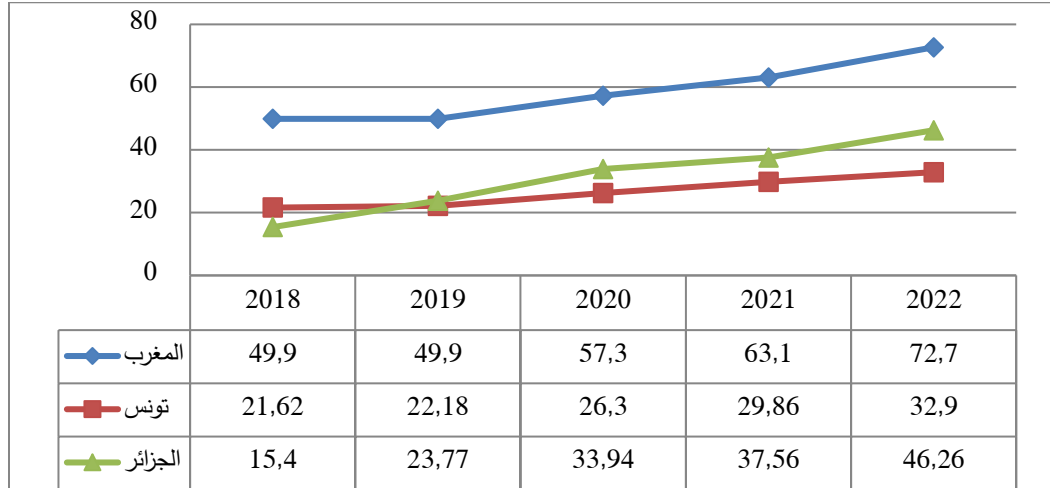
الفرع الثاني: أجهزة الدفع الإلكتروني

للتبعية تطور النشاط عبر قناة طرفيات البيع ، يوضح الشكل رقم(40) تطور عدد

أجهزة الدفع الإلكتروني في دول المغرب العربي خلال الفترة (2018-2022):

الشكل رقم(40): تطور عدد أجهزة طرفيات الدفع الإلكتروني في المغرب ، تونس والجزائر خلال

الفترة (2018-2022) الوحدة: المليون



المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على عدة مراجع:

- GIE Monétique, Activité Paiement, Sur TPE sur le site : <https://giemonetique.dz/activite-paiement-sur-tpe/> , consulté le 12/03/2023,15 :30.
- Monétique Tunisie, Statistiques, sur le site : <https://www.monetiquetunisie.com/statistiques-2/> , consulté le 22/02/2023, 17 :19.
- Bank AL-Maghrib, (2022) : Rapport Annuel sur la supervision bancaire, sur le site : <https://www.bkam.ma/Publications-et-recherche/Publications-institutionnelles/> , 2/01/2023, 16 :11.

من خلال الشكل رقم(40) يلاحظ أن عدد أجهزة طرفيات البيع في دول المغرب

العربي قد عرف نموا متسارعا خلال الفترة من سنة 2018 إلى سنة 2022، بالنسبة

للجزائر فقد انتقل العدد من حوالي 1500 جهاز في سنة 2018 إلى حوالي 3200

جهاز في سنة 2022 أي بنسبة زيادة تقدر بـ 113.33%، ويجدر الذكر بأن هذه الفترة

تميزت بصدور قانون التجارة الإلكترونية سنة 2018 و الذي نص على إلزامية تركيب

التجار لأجهزة الدفع الإلكتروني.

بالنسبة لتونس فقد شهدت هي الأخرى ارتفاعا في عدد أجهزة الدفع الإلكتروني

خلال فترة الدراسة حيث انتقل العدد من حوالي 2100 جهاز في سنة 2018 إلى حوالي

4600 جهاز في سنة 2022 أي بنسبة زيادة تقدر بـ 119.04%. وتجدر الإشارة إلى

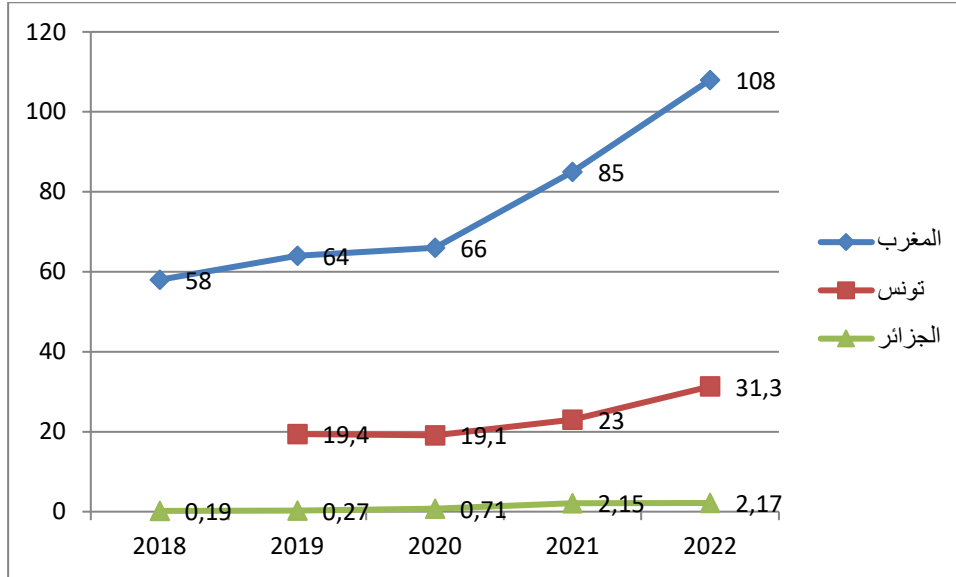
أن عدد الأجهزة في الجزائر قد تجاوز عدد الأجهزة في تونس بعد سنة 2018، ووفقا للبنك المركزي المغربي الذي أصدر تقريره السنوي التاسع عشر حول الإشراف البنكي لسنة 2022 أن عدد الأجهزة في المغرب قد بلغ 72764 جهاز بنسبة 81 % منها أجهزة نشطة، مما يجعله يتصدر دول المجموعة في عدد أجهزة الدفع الإلكتروني المصدرة.⁽¹⁾ وبخصوص عدد عمليات الدفع المنجزة بواسطة أجهزة الدفع الإلكتروني في الدول الثلاث للفترة (2018-2022) يوضح الشكل رقم (41) جليا تطور الدفع عبر هذه القناة:

⁽¹⁾ بنك المغرب، التقرير السنوي للإشراف البنكي لسنة 2022، متوفر على الموقع: <https://www.bkam.ma/> ، تاريخ الاطلاع 2023/05/01، 15:09.

الشكل رقم(41): عدد عمليات الدفع بواسطة طرفيات البيع في دول المغرب العربي

الوحدة: مليون عملية

خلال الفترة(2018-2022)



المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على عدة مراجع:

– Bank Al-Maghrib, (2022) : Rapport annuel sur les infrastructures des marchés financiers et les moyens de paiement, leur surveillance et l'inclusion financière, sur le site :<https://www.bkam.ma/Publications-et-recherche/Publications-institutionnelles/> , consulté le 15/02/2023, 13 :33.

– البنك المركزي التونسي، التقرير السنوي 2022، متوفر على الموقع:

https://www.bct.gov.tn/bct/siteprod/arabe/documents/RA_ar.pdf ، تاريخ الاطلاع: 2023/03/22، 11:56.

– La Banque Centrale de Tunisie, (2022), Rapport Annuel 2021, sur le site :

<https://www.bct.gov.tn/bct/siteprod/documents/ANNUALREPORT2021FRENCH.pdf> , le 19/04/2023, 11 :02.

من خلال الشكل رقم(41) السابق و وفق الإحصائيات المتوفرة خلال الفترة من

سنة 2018 إلى سنة 2022 بالنسبة للمغرب و الجزائر ، و غياب الإحصائيات الخاصة

بتونس في سنة 2018 و بالتالي امتدت الفترة من سنة 2019 إلى سنة 2022. فحسب

ما يظهره الشكل السابق يتضح التفاوت الكبير بين كل من المغرب من جهة و تونس

و الجزائر من جهة أخرى ، إضافة إلى التفاوت الحاصل بين تونس من جهة و الجزائر

من جهة أخرى. حيث تربعت المغرب على رأس المجموعة في عدد المدفوعات المنجزة

عبر أجهزة الدفع الإلكتروني يقدر بـ108 مليون عملية في سنة 2022 مقارنة بتونس

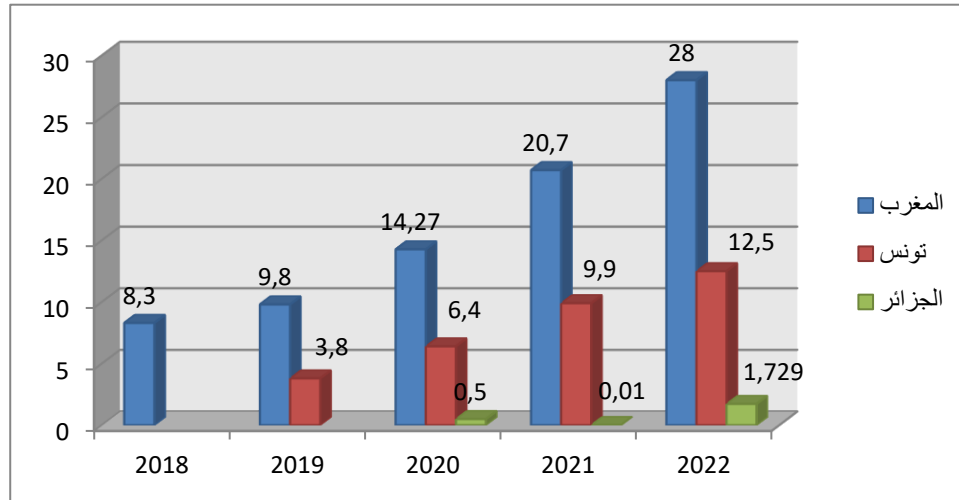
التي بلغ فيها عدد العمليات المنجزة عبر نفس القناة بـ حوالي 31 مليون عملية. في الجزائر التي احتلت المرتبة الأخيرة ضمن مجموعتها ، حيث بلغ عدد العمليات المنجزة عبر أجهزة الدفع الإلكتروني حوالي 02 مليون عملية و هو عدد قليل جدا مقارنة بالدول المجاورة لها.

الفرع الثالث: الدفع عبر الإنترنت

لتتبع تطور الدفع عبر الإنترنت يتم عرض الشكل رقم(42) الذي يوضح تطور عدد العمليات المحققة عبر قناة الإنترنت في دول المغرب العربي خلال الفترة الممتدة من سنة 2018 إلى سنة 2022.

الشكل رقم(42): تطور نشاط الدفع عبر الإنترنت في دول المغرب العربي خلال الفترة (2018-

الوحدة: مليون عملية (2022)



المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على عدة مراجع:

– البنك المركزي التونسي، التقرير السنوي 2022، متوفر على الرابط:

https://www.bct.gov.tn/bct/siteprod/arabe/documents/RA_ar.pdf ، تاريخ الاطلاع: 2023/03/22 ، 11:56.

– La Banque Centrale de Tunisie, (2022), Rapport Annuel 2021, sur le lien :

<https://www.bct.gov.tn/bct/siteprod/documents/ANNUALREPORT2021FRENCH.pdf> , le 19/04/2023, 11 :02.

– بنك الجزائر، التقرير السنوي 2022، متوفر على الموقع: [https://www.bank-of-algeria.dz/stoodroa/2023/11/Rapport-](https://www.bank-of-algeria.dz/stoodroa/2023/11/Rapport-BA-2022-Ar.pdf)

BA-2022-Ar.pdf ، تاريخ الاطلاع : 2023/02/12 ، 9:56.

– بنك الجزائر، التقرير السنوي 2020، متوفر على الموقع: [https://www.bank-of-](https://www.bank-of-algeria.dz/stoodroa/2023/02/rapportba2020ar.pdf)

algeria.dz/stoodroa/2023/02/rapportba2020ar.pdf ، تاريخ الاطلاع : 2023/02/12 ، 10:14.

– Centre Monétique Interbancaire, (2022) : Activité Monétique, sur le site :

<https://www.cmi.co.ma/fr/chiffres-cles-activite-monetique-ecommerce-maroc> , consulté le 20/02/2023, 2 :16.

– Centre Monétique Interbancaire, (2022) : Activité Monétique, sur le site :

<https://www.cmi.co.ma/fr/chiffres-cles-activite-monetique-ecommerce-maroc> , Consulté le 20/02/2023, 3 :34.

وفق الشكل رقم(42) يتم التوصل إلى:

– بالنسبة لدولة المغرب فقد عرفت ارتفاعا متزايدا خلال فترة الدراسة ، حيث التي انتقل

فيها عدد العمليات المنجزة عبر الإنترنت من حوالي 8 مليون عملية في سنة 2018 إلى

28 مليون في سنة 2022، محققة بذلك المرتبة الأولى بين دول المغرب العربي؛

– حققت تونس نموا في عدد العمليات خلال الفترة من سنة 2019 إلى سنة 2022 حيث انتقل من حوالي 3 مليون عملية في سنة 2019 إلى حوالي 12 مليون عملية في سنة 2022، محققة بذلك المرتبة الثانية بعد المغرب، و يرجع هذا الارتفاع بالأساس إلى تزايد المدفوعات الخاصة بالخدمات العمومية، الاتصالات و زيادة عمليات التجارة الإلكترونية⁽¹⁾؛

– بالنسبة للجزائر التي تشهد تأخرا كبيرا في الاعتماد على قناة الإنترنت للدفع ، حيث لم يتعدى العدد فيها مليون عملية خلال سنتي 2020 و 2021، ليرتفع ارتفاعا طفيفا في سنة 2022 إلى حوالي مليون و 700 عملية ، محققة المرتبة الأخيرة بين دول الجوار.

الفرع الرابع: الدفع عبر الهاتف النقال

لنتتبع تطور الدفع عبر الهاتف النقال في كل من المغرب و تونس و الجزائر، يتم تحليل الاحصائيات الخاصة بكل دولة على حدى وفق ما يتوفر منها.

1. تجربة المغرب في الدفع عبر الهاتف النقال

يوضح الجدول رقم(26) تطور المعاملات عبر الهاتف النقال في المغرب من

حيث الحجم و القيمة خلال الفترة الممتدة من سنة 2020 إلى سنة 2022:

(1) البنك المركزي التونسي، التقرير السنوي 2021، المصدر سبق ذكره، ص 136.

الجدول رقم(26): تطور المعاملات عبر الهاتف النقال في المغرب من حيث الحجم

و القيمة خلال الفترة(2020-2022)

السنة	عدد العمليات (بالمليار درهم)	قيمة العمليات (مليون عملية)
2020	1,4	445
2021	4,9	1.117
2022	7,8	1.723

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على:

– Bank Al-Maghrib, (2022), Statistiques des moyens de paiement scripturaux, sur le site :

<https://www.bkam.ma/Systemes-et-moyens-de-paiement/Publications/Statistiques-des-moyens-de-paiement-scripturaux> , consulté le 20/03/2023, 00 :05.

انطلاقا من الجدول رقم(26) بلغ عدد عمليات الدفع بالهاتف النقال في المغرب

في سنة 2022 ، 7.8 مليون عملية بقيمة تقدر بـ 1.7 مليار درهم مقارنة بسنة 2021

التي بلغ فيها عدد العمليات 4.9 مليون عملية بقيمة 1.1 مليار درهم بنسب زيادة في

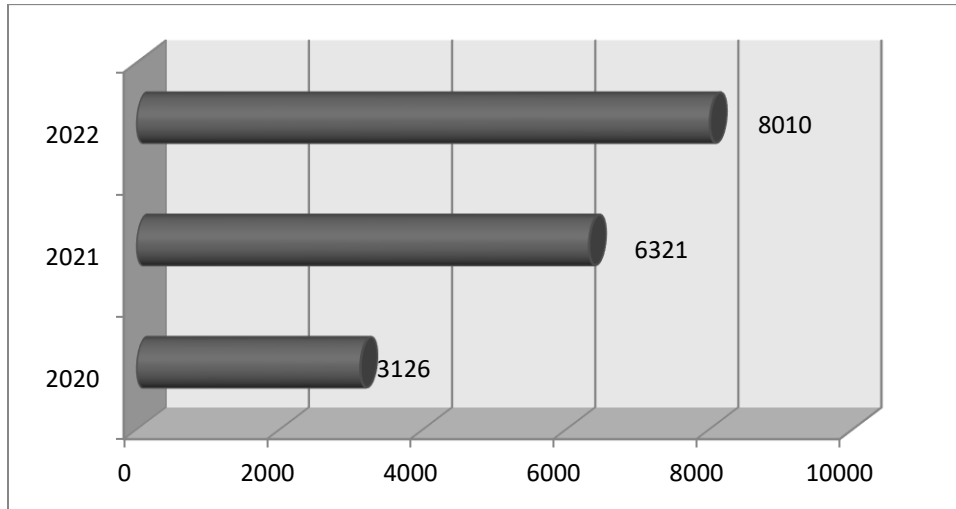
الحجم والقيمة تقدر على التوالي 62% و 55%. وخلال ذات السنة ارتفع عدد

المحافظ الرقمية في المغرب M-Wallets إلى حوالي 8 ملايين مقابل 6.3 مليون في

سنة 2021، بزيادة في الاشتراكات بلغت 27 % و الشكل رقم (43) الموالي يوضح

تطور عدد المحافظ الإلكترونية في المغرب خلال الفترة (2020-2022):

الشكل رقم(43): تطور عدد المحافظ الإلكترونية في المغرب خلال الفترة (2020-2022)



المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على:

– Bank Al-Maghrib, (2022), Statistiques des moyens de paiement scripturaux, sur le site : <https://www.bkam.ma/Systemes-et-moyens-de-paiement/Publications/Statistiques-des-moyens-de-paiement-scripturaux> , consulté le 20/03/2023, 00 :05.

بخصوص هيكلية الحسابات فإنه يتم تمييز حسابات الصنف 2 بأكبر نسبة والتي تقدر بـ 50 % تليها حسابات الصنف 1 بنسبة 36 %، وفي الأخير حسابات الصنف 3 بنسبة 14 %. و تجدر الإشارة بأن هيكلية حسابات الدفع الخاصة بالهاتف النقال في المغرب وفق مايلي:

– **الصنف 1:** يتطلب هذا الحساب رقم الهاتف فقط و تم تحديد سقف الحساب عند 200 درهم؛

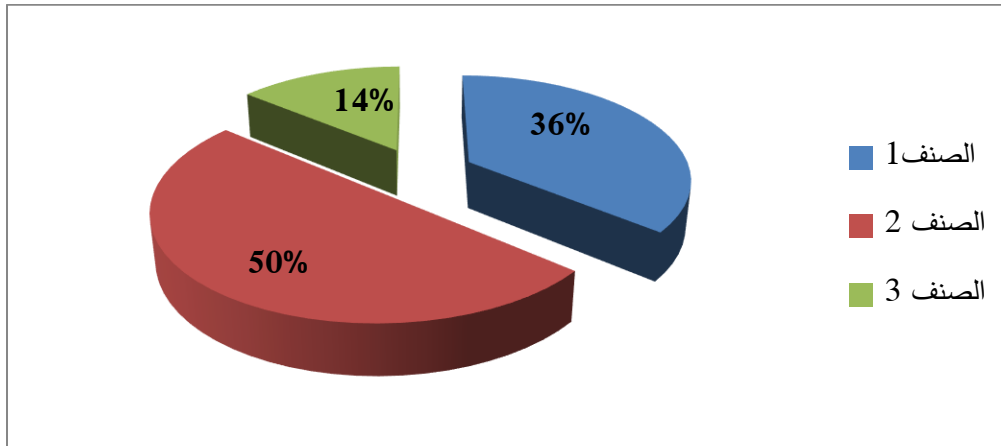
– **الصنف 2:** يتطلب تقديم صورة من بطاقة التعريف الوطنية إضافة إلى رقم الهاتف و تم تحديد سقف الحساب بـ 5000 درهم؛

– **الصنف 3:** يتطلب التوجه المباشر إلى مؤسسة الأداء أو البنك للحصول على هذا الحساب إضافة إلى رقم الهاتف و بطاقة التعريف الوطنية، و يتم تحديد سقف الحساب

بـ20000 درهم. والشكل رقم(44) يوضح توزيع نسب حسابات الدفع عبر الهاتف النقال المفتوحة في المغرب خلال سنة 2022:

الشكل رقم(44): توزيع نسب حسابات الدفع عبر الهاتف النقال المفتوحة في المغرب

خلال سنة 2022



المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على:

- Bank Al-Maghrib, (2022), Statistiques des moyens de paiement scripturaux, sur le site : <https://www.bkam.ma/Systemes-et-moyens-de-paiement/Publications/Statistiques-des-moyens-de-paiement-scripturaux> , consulté le 20/03/2023, 00 :05.

2. تجربة تونس في الدفع عبر الهاتف النقال

تم اطلاق خدمة الدفع عبر الهاتف النقال في 21 جوان سنة 2022، مع وضع محول للدفع بواسطة الهاتف النقال تحت إشراف البنك المركزي التونسي. يقوم هذا المحول بوظيفة التأمين و التشغيل البيئي والمقاصة لخدمات الدفع عبر الهاتف النقال، وهذا بما يتوافق مع المعايير الدولية و الشروط المحددة في المنشور عدد 11 من سنة 2020 الذي يتعلق بخدمات الدفع بواسطة الهاتف النقال محليا.⁽¹⁾ والجدول رقم(27) الموالي يوضح مؤشرات الدفع عبر الهاتف النقال في تونس خلال سنة 2022:

(1) البنك المركزي التونسي، التقرير السنوي 2022، المصدر سبق ذكره، ص 181.

الجدول رقم(27): مؤشرات الدفع عبر الهاتف النقال في تونس خلال سنة 2022

09	عدد المؤسسات التي تتوفر على حلول الدفع بواسطة الهاتف النقال
197	عدد المحافظ الإلكترونية المصدرة بالآلاف
44	عدد المعاملات بالآلاف
3	قيمة المعاملات بملايين الدينارات

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على:

– La Banque Centrale de Tunisie, (2022), Rapport Annuel 2021, sur le site :

<https://www.bct.gov.tn/bct/siteprod/documents/ANNUALREPORT2021FRENCH.pdf> , le 19/04/2023, 15 :28.

في سنة 2022 بلغ عدد المؤسسات التي تقدم حلولاً للدفع عبر الهاتف النقال 09 مؤسسات، كما وصل عدد المحافظ الإلكترونية إلى حوالي 197 ألف محفظة إلكترونية، تم من خلالها إنجاز 44 ألف معاملة بقيمة تقدر بـ 3 مليون دينار.

3. تجربة الجزائر في الدفع عبر الهاتف النقال

يعتبر تصريح الوزيرة السابقة لتكنولوجيا الاعلام و الاتصال في أفريل 2016 إعلاناً عن بداية العمل نحو تبني خدمات الدفع عبر الهاتف النقال في الجزائر، وحسب ما ذكرت بأنه يجب المرور مباشرة نحو الاعتماد على الهاتف النقال كقناة لإتمام عمليات الدفع.⁽¹⁾ وتعد خدمتي Pay - Barid و Wimpay-Bna من أبرز التجارب المستحدثة في مجال الدفع عبر الهاتف النقال في الجزائر:

⁽¹⁾ فائزة بودريالة، (2023): إرساء خدمة الدفع بالهاتف النقال لإقلاع الدفع الإلكتروني في الجزائر: الواقع و الإمكانيات، مجلة نماء للاقتصاد و التجارة (العدد 01)، ص169.

– خدمة **Barid -Pay** : ⁽¹⁾ أطلقت هذه الخدمة سنة 2020 تعتمد على تقنية فارقة الرموز ثنائية الأبعاد (QR Quick Response Code) ، ويستطيع زبائن بريد الجزائر والحاصلين على البطاقة الذهبية من الاستفادة من هذه الخدمة . تتيح الاستفادة من تطبيق بريد باي للزبائن من دفع المستحقات المتعلقة بمشترياتهم عن طريق تحويل الأموال من حسابهم إلى حساب التاجر. وتهدف هذه الخدمة إلى تقليل الأموال في السوق الموازية، وكذلك التخفيف من الضغط على مكاتب البريد. وتجدر الإشارة إلى أن هذه الخدمة ساهمت في تعزيز إجراءات التباعد التي إلّزمت بها الدولة خلال جائحة كورونا ، فهي سهلة ،آمنة و سريعة و أقل تكلفة. ⁽²⁾

– خدمة **Wimpay-Bna** : تم اطلاق هذه الخدمة في 18 مارس 2021 ⁽³⁾ ، هي خدمة للدفع بدون تلامس تعتمد على تصوير (مسح) رمز الإستجابة السريعة، يمكن تحميلها مجانًا ، يعرضها حصريا البنك الوطني الجزائري على زبائنه من فئة الأفراد، المهنيين والمؤسسات: المشتركين في خدمة “البنك عن بُعد”، المشتركون في خدمة “حزمة الدفع بدون تلامس” وحاملي بطاقات CIB البيبنكية ومستخدمي خدمة رسائل الرقم السري المتغير (الخاصة بعمليات الدفع الإلكتروني). ⁽⁴⁾ وتم تسجيل حوالي 1400 مشترك في

⁽¹⁾ Algérie poste, Service Paiement Mobile Barid Pay, sur le site : https://www.poste.dz/services/corporate/Baridi_pay_cor , consulté le 30/04/2023, 12 :20.

⁽²⁾ نذير بوسهوه، محمد ملوح، (2022): الدفع الإلكتروني عبر الهاتف النقال ودوره في الحد من أزمة السيولة النقدية في الجزائر، مجلة دفاتر اقتصادية(العدد 01)، ص 13.

⁽³⁾ وزارة المالية ، متوفر على الموقع : <https://www.mf.gov.dz/index.php/ar/activites-ar/676-wimpay-bna> ، تاريخ الاطلاع 2023/04/30، 12:43.

⁽⁴⁾ Banque National d'Algérie, Wimpay-BNA, sur le site : <https://www.bna.dz/fr/particulier-wimpay-bna/> , consulté le 30/04/2023, 12 :36.

هذه الخدمة ، و إجراء حوالي 800 معاملة بين التجار و الأفراد الذين قاموا بتحويل الأموال أو دفع المستحقات بواسطة هذه الخدمة⁽¹⁾.

في الواقع لازالت خدمات الدفع عبر الهاتف مثل Barid-Pay ، Wimpay-Bna تعاني تأخرا ملحوظا نظرا للإقبال الضعيف عليها من طرف الزبائن، لكونها حديثة وغير معروفة بالنسبة لهم هذا من جهة، و من جهة أخرى أغلبية المتعاملين لا يثقون في حلول الدفع الإلكتروني ، ويفضلون استعمال المدفوعات النقدية في إتمام المعاملات من جهة أخرى.⁽²⁾ إضافة إلى أن خدمات الدفع عبر الهاتف النقال المعروضة تقتصر على التعامل بين زبائن نفس البنك أو البريد و بالتالي محدودية استعمالها من طرف فئات المجتمع .

المطلب الرابع: اختبار الفرضية الرئيسية الأولى والفرضيات الفرعية

بناء على الدراسة التحليلية لواقع عصرنة المؤسسات البنكية في الجزائر بداية بالبنية التحتية التكنولوجية ، مع عرض تجربة كل من دولة تونس و المغرب في مجال أنظمة الدفع الإلكترونية، ومقارنة تطور عدد البطاقات البنكية و قنوات الصيرفة الإلكترونية في الدول الثلاث، تم التوصل إلى النتائج التالية على أساسها يتم قبول أو رفض الفرضيات:

– تحليل البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات و الاتصالات أظهر تحسن المؤشرات في الجزائر (الهاتف النقال، الهاتف الثابت، الإنترنت النقال و الثابت، مؤشر تنمية تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات) ، إلا أنها وعند مقارنتها مع دول الجوار أو على

⁽¹⁾ Algérie Presse Service, Paiement électronique: 1400 souscripteurs au service Wimpay-BNA en un mois, sur le site : <https://www.aps.dz/economie/120823-paiement-electronique-1400-souscripteurs-au-service-wimpay-bna-en-un-mois> , consulté le : 30/04/2023, 12 :56.

⁽²⁾ نذير بوسهوة، محمد ملوح، المصدر سبق ذكره، ص 14.

المستوى العالمي يتبين احتلالها للمراتب الأخيرة، وبالتالي فإن الفرضية الفرعية الأولى التي تنص على مايلي: تتأخر الجزائر عن الدول المجاورة لها في مؤشرات تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات هي فرضية صحيحة؛

- وفق ما أظهرت التجربة التونسية و التجربة المغربية في مجال إرساء أنظمة دفع حديثة ومتطورة ، وعند دراسة واقع تطور نظام الدفع في الجزائر بداية من وضعه كمشروع ثم التجسيد الفعلي له ، يتبين حجم المجهودات الكبيرة المبذولة في مجال عصرنة أنظمة الدفع لجعلها تواكب المعايير الدولية ، من خلال إنشاء نظامين متكاملين لتسوية المعاملات و اللذان يعملان بالموازاة مع بعض ووفق الضوابط والقواعد العالمية المنظمة للتسويات والمعاملات وهما: نظام الجزائر للتسوية الفورية (ARTS) ونظام المقاصة الإلكترونية (ATCI) ، انطلاقا مما سبق فإن الفرضية الفرعية الثانية التي تنص على: تمتلك الجزائر على غرار باقي دول المغرب العربي أنظمة دفع مواكبة للمعايير الدولية خاصة بتسوية المعاملات بالمبالغ الكبيرة ونظام المقاصة الإلكترونية هي فرضية صحيحة؛

- أشار تحليل نشاط نظام المقاصة الإلكترونية في الدول الثلاث على أن النظام يعمل بطريقة فعالة كفؤة عبر معالجته لوسائل الدفع المختلفة ، إلا أنه بالنظر إلى حجم العمليات المعالجة على طول فترة المقارنة نلاحظ تطورها في الجزائر إلا أنه يبقى ضعيف نوعا ما بالمقارنة مع الحجم المعالج في النظامين التونسي و المغربي، وفق ما سبق فإن الفرضية الفرعية الثالثة التي تنص على تزايد حجم العمليات المعالجة وفق نظام المقاصة الإلكترونية في الجزائر لكنه يبقى ضعيف مقارنة مع المستوى المحقق في تونس و المغرب هي فرضية صحيحة؛

- عند مقارنة تطور البطاقات البنكية في كل من الدول الثلاث ، برز التفاوت والتباين بينها حيث بقيت الجزائر و التي على الرغم من تطور عدد البطاقات البنكية فيها على طول فترة الدراسة، إلا أنه يبقى بعيد عن مستوى الدول المجاورة لها. في ذات السياق برز أيضا التباين في استخدام قنوات الصيرفة الإلكترونية في الدول الثلاث خاصة فيما يخص الهاتف النقال و الدفع عبر الإنترنت ، وفق ما سبق فإن الفرضية الفرعية التي تنص على أنه لا يزال مستوى استخدام البطاقات البنكية و قنوات الصيرفة الإلكترونية ضعيفا في الجزائر مقارنة مع دول الجوار هي فرضية صحيحة؛

- بخصوص واقع عصرنة المؤسسات البنكية في الجزائر ومن خلال العرض السابق، يتبين وجود مؤشرات تحسن تعكس فعلا مدى الأهمية التي توليها الحكومة للعصرنة في برامجها و خططها التنموية ، و لكنها ما تزال خطوات بسيطة مقارنة بالتفاوت الحاصل بين الجزائر و الدول المجاورة لها ؛ مما يتطلب زيادة السعي للتقليل من الفجوة الواضحة بين الجزائر و مثيلاتها من دول المغرب العربي، مما سبق يتم التوصل إلى أن الفرضية الرئيسية الأولى التي تنص على مايلي : يعكس تحليل واقع عصرنة المؤسسات البنكية في الجزائر تأخرها عن مثيلاتها في دول المغرب العربي هي فرضية صحيحة.

خلاصة

أصبحت عصرنة البنوك أمرا حتميا و مستعجلا نظرا لكل المستجدات على الساحة الدولية، حيث تقدم التكنولوجيا الحديثة للبنوك الكثيرة من الفرص و الخيارات التي تسمح بتطوير وتقديم خدمات بنكية مبتكرة تستجيب للمعايير الدولية العالمية وتتوافق ومتطلبات التجارة الإلكترونية. ومن خلال العرض السابق للإحصائيات المرتبطة بالجزائر، تونس و المغرب حول أنظمة الدفع الإلكتروني ، أدوات وقنوات الصيرفة الإلكترونية يتضح جليا أن الجزائر و رغم الجهود المبذولة لتحسين مؤشراتها سواء على مستوى البنية التحتية لتكنولوجيا الاعلام و الاتصال ، أدوات الدفع الإلكترونية، القنوات المعتمدة لتوزيع الخدمات إلا أنها لا تزال تعاني تأخرا مقارنة مع الدول المجاورة.

الفصل الرابع

تمهيد

بعد عرض المفاهيم النظرية المتعلقة بمتغيرات الدراسة استراتيجيات العصرية ، الأداء المالي و الأداء التجاري، والإشارة إلى واقع العصرية في المؤسسات البنكية الجزائرية مع مقارنة مؤشرات تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات، البطاقات البنكية و قنوات الصيرفة الإلكترونية لكل من الجزائر، تونس و المغرب. سيتم في هذا الفصل إسقاط المفاهيم المقدمة سابقا من خلال الدراسة الميدانية لعينة من المؤسسات البنكية الجزائرية في ولاية عنابة ، وهذا لمحاولة الاطلاع على واقع تطبيق هذه الاستراتيجيات على مستوياتها و مدى تأثيرها على أدائها المالي و التجاري. حيث تم تقسيم الفصل إلى ثلاث مباحث رئيسية:

المبحث الأول: الإطار المنهجي والوصفي للدراسة

المبحث الثاني: التحليل الإحصائي لمحاور الاستبيان

المبحث الثالث: اختبار فرضيات الدراسة و تحليل النتائج

المبحث الأول: الإطار المنهجي والوصفي للدراسة

يخصص هذا المبحث لعرض أهم الخطوات المنهجية لإجراء الدراسة الميدانية وكذلك العرض الوصفي لعينة الدراسة ، الأساليب الإحصائية و الأدوات المستعملة في معالجة وتحليل النتائج.

المطلب الأول: الخطوات المنهجية لإجراء الدراسة الميدانية

الفرع الأول: مجتمع وعينة الدراسة

يتضمن مجتمع الدراسة موظفي البنوك العاملة في ولاية عنابة بمختلف مستوياتهم الوظيفية (مديرين، نواب، رؤساء فروع، رؤساء المصالح ، موظفين) ، تم اختيار عينة عشوائية من أفراد المجتمع ، بحيث تم توزيع 100 استبيان ، و استرداد 85 استبيان ، وبعد استبعاد (05) استبيانات غير صالحة للتحليل لنقص الاجابات فيها، بلغت نسبة الاستجابة 80 % من أصل 100 استبيان موزع و الجدول رقم(28) يوضح الاستبيانات الموزعة على عينة الدراسة:

الجدول رقم(28): عينة الدراسة و توزيع الاستبيانات الموزعة و المسترجعة

الرقم	البنك	عدد الاستمارات الموزعة	عدد الاستمارات المسترجعة	عدد الاستمارات الصالحة	النسبة المئوية
01	البنك الوطني الجزائري BNA	20	15	15	18.75%
02	بنك السلام	20	18	15	18.75%
03	البنك الخارجي الجزائري BEA	10	10	10	12.5%
04	القرض الشعبي الجزائري CPA	20	17	15	18.75%
05	الصندوق الوطني للتوفير و الاحتياط CNEP	10	05	05	6.25%
06	بنك الفلاحة و التنمية الريفية BADR	20	20	20	25%
	المجموع	100	85	80	100%

المصدر: من إعداد الباحثة

الفرع الثاني: طرق جمع البيانات

تم الاعتماد على الطرق التالية لجمع البيانات الخاصة بالدراسة وهي
كمايلي:

1. البيانات الأولية:

لجمع البيانات الضرورية لاختبار الفرضيات و إجراء التحليل الوصفي لمتغيرات الدراسة تم الاستعانة بالاستبيان كأداة رئيسية، و الذي يعتبر من بين الأدوات التي تتعلق بالتقدير الشخصي للظواهر و الأحداث . يهدف الاستبيان إلى تجميع أكبر قدر من المعلومات ، تم تصميمه وفق جزئين يتضمن الجزء الأول المعلومات الخاصة بعينة الدراسة أما الجزء الثاني فيتضمن أسئلة أبعاد متغيرات الدراسة المتمثلة في استراتيجيات العصرية كمتغير مستقل و الأداء المالي و الأداء التجاري كمتغيرات تابعة. وتم اعتماد مقياس ليكارت الخماسي (Likart Scale) لتحديد خيارات الإجابة ، ومراعاة سهولة و وضوح الأسئلة ، التسلسل المنطقي والابتعاد عن التعقيد . وتم عرض الاستبيان في صورته المبدئية على مجموعة من المحكمين المتخصصين في المجال الأكاديمي للحكم على مدى تناسب الفقرات ، وعلى ضوء ما قدموه من ملاحظات و اقتراحات تم تعديل بعض الفقرات في الاستبيان ليخرج في صورته النهائية كما هو موضح في الملحق رقم(01) أداة الدراسة.

2. البيانات الثانوية:

وتتمثل أساسا في مجموعة الكتب ، المقالات العلمية ، المنشورات و التقارير الإحصائية ، الملتقيات العلمية المحلية و الدولية ، مذكرات و بحوث علمية وبعض

مواقع الإنترنت . كل هذه المراجع تساهم في توضيح المفاهيم المرتبطة بالدراسة ، استخراج الإحصائيات اللازمة للتحليل و أخذ تصور عام لآخر المستجدات حول موضوع الدراسة.

الفرع الثالث: اختبار ثبات وصدق أداة القياس

1. اختبار ثبات أداة القياس

حتى يتم التأكد من صلاحية وموثوقية أداة الدراسة يتم استخراج معامل الثبات كرونباخ ألفا (a) ، حيث يعكس الثبات مدى قدرة المقياس على إعطاء نفس النتائج اذا أعيد تطبيقه على نفس المبحوثين مرة أخرى. وتم التوصل إلى قيم معامل كرونباخ ألفا (a) لكل مجموعة من العبارات و لجميع الأبعاد معا وفق الجدول رقم(29) الموالي:

الجدول رقم(29): اختبار ثبات الاستبيان باستخدام معامل كرونباخ ألفا

الرقم	المجال	عدد الفقرات	قيمة معامل الثبات
01	استراتيجية الصيرفة الإلكترونية	17	0.871
02	استراتيجية الإدارة الإلكترونية	08	0.856
	المتغير المستقل(استراتيجيات العصرية)	25	0.884
01	المتغير التابع(الأداء المالي)	06	0.839
02	المتغير التابع(الأداء التجاري)	06	0.907
	معامل الثبات الكلي للأداة	37	0.914

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات برنامج(Spss)

من خلال الجدول السابق رقم(29) نلاحظ أن قيم معامل كرونباخ ألفا للأبعاد المتضمنة في الاستبيان كانت عالية ، وأكبر من النسبة المعتمدة من قبل الإحصائيين و المقدرة بـ 0.70. كما يشير معامل كرونباخ ألفا لكل فقرات الاستبيان إلى القيمة

0.914 وهي مرتفعة جدا، و تدل على صدق و ثبات الاستبيان مما يضيفي المزيد من الثقة على نتائج الدراسة.

2. صدق الاتساق البنائي للاستبيان

من خلال حساب الاتساق البنائي يتم معرفة مدى تجانس الأبعاد الفرعية لكل محور من محاور الاستبيان مع المحور الذي تتبع له، من خلال حساب معامل الارتباط بيرسون بالاعتماد على مفردات عينة الدراسة و المقدرة بـ80 مفردة عند مستوى معنوية 5 %. والجدول رقم(30) يوضح نتائج معاملات الارتباط:

جدول رقم(30): الاتساق البنائي لأداة الدراسة

مستوى الدلالة	معامل الارتباط	عدد الفقرات	محاور الاستبيان
0.000	**0.927	10	استراتيجية الصيرفة الإلكترونية
0.000	**0.930	07	البعد الثاني: أدوات الدفع الإلكترونية
0.000	**0.917	02	البعد الأول: أجهزة الحاسوب
0.000	**0.861	02	البعد الثاني: البرمجيات
0.000	**0.801	02	البعد الثالث: شبكة الاتصالات
0.000	**0.556	02	البعد الرابع: صناع المعرفة
0.000	**0.752	02	البعد الأول: تخفيض التكاليف
0.000	**0.862	02	البعد الثاني: السيولة النقدية
0.000	**0.861	02	البعد الثالث: الربحية
0.000	**0.912	02	البعد الأول: رضا العملاء
0.000	**0.890	02	البعد الثاني: ولاء العملاء
0.000	**0.875	02	البعد الثالث: الحصة السوقية

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات برنامج(Spss)

من خلال الجدول رقم(30) السابق يتوضح أن معاملات الارتباط بين كل بعد و الدرجة الكلية للمحور الذي ينتمي إليه هي معاملات موجبة و دالة معنويا عند مستوى

أقل من 5 % ، تراوحت بين 0.930 كحد أعلى للبعد الثاني أدوات الدفع الإلكترونية من المحور الأول و 0.556 للبعد الرابع صناع المعرفة من المحور الثاني كحد أدنى . وهو ما يشير إلى وجود اتساق داخلي بين جميع أبعاد محاور الاستبيان، حيث تعبر المحاور بصدق عما وضعت لقياسه.

الفرع الرابع: الأساليب الإحصائية المستخدمة في الدراسة

لتحقيق أهداف الدراسة تم الاستعانة ببرنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (Statistical Package For Sciences-SPSS) ، لإجراء التحليلات و الاختبارات الإحصائية تم استخدام الأساليب التالية:

1. **مقاييس الإحصاء الوصفي:** ويتم الاعتماد على هذه المقاييس لوصف خصائص العينة وذلك باستخدام التكرارات، النسب و الإجابة على عبارات الاستبيان. إضافة إلى معرفة الأهمية النسبية و الإتجاهات باستعمال الانحرافات ، المتوسطات؛
2. **اختبار كرونباخ ألفا** لمعرفة ثبات وصدق أبعاد ومحاور الاستبيان؛
3. **معامل الارتباط بيرسون** لحساب الاتساق الداخلي لمحاور الاستبيان و معرفة نوع العلاقة بين المتغير المستقل و المتغيرات التابعة؛
4. **الانحدار الخطي البسيط :** لاختبار أثر المتغير المستقل (استراتيجيات العصرية) على المتغير التابع الأول (الأداء المالي)، وعلى المتغير التابع الثاني (الأداء التجاري).

المطلب الثاني: تحليل البيانات الوصفية المتعلقة بالبيانات الشخصية

الفرع الأول: تحليل البيانات الوصفية لأفراد العينة من حيث الجنس

الجدول رقم(31): توزيع أفراد عينة الدراسة حسب الجنس

الجنس	التكرار	النسبة المئوية
ذكر	36	% 45
أنثى	44	% 55
المجموع	80	%100

المصدر: من إعداد الباحثة بناء على مخرجات برنامج (Spss)

من خلال الجدول رقم(31) يتضح بأن النسبة الأكبر من أفراد العينة من الإناث و البالغ عددهم 44 مفردة بما يمثل 55 %، في حين بلغ مجموع عدد الذكور 36 مفردة بما يمثل 36 % . و بالتالي يتضح بأن أكثر عينة مستجوبة هي من الإناث.

الفرع الثاني: تحليل البيانات الوصفية لأفراد العينة من حيث العمر

الجدول رقم(32): توزيع أفراد عينة الدراسة حسب العمر

العمر	التكرار	النسبة المئوية
من 22 سنة إلى 32 سنة	21	% 26.3
من 33 سنة إلى 43 سنة	37	% 46.3
من 44 سنة فما أكبر	22	% 27.5
المجموع	100	% 100

المصدر: من إعداد الباحثة بناء على مخرجات برنامج (Spss)

من خلال الجدول رقم(32) يتضح بأن النسبة الأكبر من المستجوبين كانت أعمارهم بين 33 سنة و 43 سنة بنسبة 46.3 % (37 مفردة) ، تليها فئة من 44 سنة فما أكبر بنسبة 27.5 % (22 مفردة) و في الأخير و بفارق بسيط نجد فئة من 22 سنة إلى 32 سنة بنسبة 26.3%(21 مفردة). وبالتالي فإن النسبة الأكبر من أفراد العينة

يتمتعون بالنضج العقلي و الخبرة الطويلة بالنظر إلى سنهم، مما يجعلهم قادرين على إتخاذ القرارات السليمة وبناء الخطط و الاستراتيجيات اللازمة لتحسين أداء البنوك التي يعملون بها.

الفرع الثالث: تحليل البيانات الوصفية لأفراد العينة من حيث الوظيفة

الجدول رقم(33): توزيع أفراد العينة حسب الوظيفة

الوظيفة	التكرار	النسبة المئوية
مدير	2	2.5 %
نائب مدير	3	3.8 %
رئيس قسم	13	16.3 %
رئيس مصلحة	17	21.3 %
أخرى	45	56.3 %
المجموع	80	100 %

المصدر: من إعداد الباحثة بناء على مخرجات برنامج (Spss)

من خلال الجدول رقم(33) يتضح بأن النسبة الأكبر من المستجوبين يعملون في رتب أخرى غير تلك المذكورة في الاختيارات (مكلف بالدراسات، مكلف بالزبائن، ...إلخ) حيث تمثل نسبة 56.3 % (45 مفردة) ، تليها وظيفة رئيس مصلحة بنسبة 21.3 % (17 مفردة)، ثم بنسبة 16.3 % لوظيفة رئيس قسم (13 مفردة). في حين شكلت نسب الإطارات السامية في البنوك أقل نسبة من المستجوبين بنسبة 3.8 % و 2.5 % على التوالي لوظيفة نائب مدير و وظيفة المدير، و تشير هذه النسب إلى كفاية منصب مدير و نائب مدير بالنسبة لكل بنك.

الفرع الرابع: تحليل البيانات الوصفية لأفراد العينة من حيث الخبرة

الجدول رقم (34): توزيع أفراد العينة حسب الخبرة

الخبرة	التكرار	النسبة المئوية
أقل من 05 سنوات	20	25 %
من 05 سنوات إلى 10 سنوات	31	38.8 %
أكبر من 10 سنوات	29	36.3 %
المجموع	80	100 %

المصدر: من إعداد الباحثة بناء على مخرجات برنامج (Spss)

تشكل فئة الموظفين في البنوك محل الدراسة الذين يمتلكون خبرة من 05 سنوات إلى 10 سنوات النسبة الأكبر و الأكثر تكرارا (31 مفردة) بنسبة 38.8 %، تليها نسبة الموظفين الذين يملكون خبرة ضمن فئة أكبر من 10 سنوات بنسبة 36.3 % (29 مفردة) ، أما النسبة الأقل فهي للموظفين الأقل خبرة أي الأقل من 05 سنوات بنسبة 25 % (20 مفردة). وبالتالي فإن نسب الموظفين الذين يملكون خبرة معتبرة هي الأعلى ضمن المستجوبين مما يساهم في جعل إجاباتهم تعكس خبرتهم الطويلة، إضافة إلى استفادة بنوكهم من هذه الخبرة في تحسين الأداء البنوك و نوعية الخدمات التي يقدمونها.

الفرع الخامس: تحليل البيانات الوصفية لأفراد العينة من حيث المستوى التعليمي

يوضح الجدول رقم(35) أن النسبة الأكبر من أفراد العينة يمتلكون شهادة الليسانس بنسبة 53.8 % (43 مفردة) ، تليها فئة الماجستير بنسبة 36.3 % (29 مفردة)، ثم في المرتبة الثالثة فئة التقني سامي بنسبة 7.5 % (06 مفردات) وفي الأخير نجد فئة حاملي الدكتوراه بنسبة 1.3 % (01 فرد) و معها بالتساوي حاملي شهادة البكالوريا فقط بنسبة 1.3 % (01 فرد) . مما سبق يظهر بأن أغلبية أفراد العينة يمتلكون

شهادات جامعية و هو ما يعكس إجاباتهم على عبارات الاستبيان ، قدرتهم على فهم الأبعاد و المحاور المتضمنة فيه.

الجدول رقم(35): توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي

المستوى التعليمي	التكرار	النسبة المئوية
بكالوريا	01	%1.3
تقني سامي	06	%7.5
ليسانس	43	%53.8
ماجستير	29	%36.3
دكتوراه	01	%1.3
المجموع	80	%100

المصدر: من إعداد الباحثة بناء على مخرجات برنامج (Spss)

المطلب الثالث: تحليل البيانات الوصفية لنشاط البنوك محل الدراسة المتعلق بأدوات

الدفع و قنوات الصيرفة الإلكترونية

يتم تحليل نشاط البنوك محل الدراسة في مجال توفرها على أدوات الدفع الإلكترونية (البطاقات المصرفية، النقود الإلكترونية و الشيكات الإلكترونية)، وقنوات الصيرفة الإلكترونية (الهاتف النقال، الصراف الآلي، طرفيات البيع لدى التجار و الموقع الإلكتروني). الجدول رقم(36) و رقم(37) يوضحان التكرارات و النسب المئوية الخاصة بمدى توفير البنوك محل الدراسة لأدوات الدفع الإلكترونية و قنوات الصيرفة الإلكترونية:

الجدول رقم(36): توزيع قنوات الصيرفة الإلكترونية المتوفرة لدى البنوك محل الدراسة

النسبة المئوية	التكرارات للإجابة(لا)	النسبة المئوية	التكرارات للإجابة(نعم)	قنوات الصيرفة الإلكترونية المتوفرة لدى البنك
17.5%	14	82.5 %	66	الصيرفة عبر الهاتف النقال
12.5%	10	87.5 %	70	الصيرفة عبر الصراف الآلي
15%	12	85 %	68	الصيرفة عبر طرفيات الدفع لدى التجار
17.5%	14	82.5 %	66	الصيرفة عبر الموقع الإلكتروني

المصدر: من إعداد الباحثة بناء على مخرجات برنامج (Spss)

من خلال الجدول رقم (36) يظهر ما يلي:

- الصيرفة عبر الهاتف النقال: النسبة الأكبر من الإجابات كانت بنعم بنسبة 82.5 %، في حين تم الإجابة بلا بنسبة 17.5 %.
 - الصيرفة عبر الصراف الآلي: النسبة الأكبر من الإجابات كانت بنعم بنسبة 87.5 %، في حين تم الإجابة بلا بنسبة 12.5 %.
 - الصيرفة عبر طرفيات البيع لدى التجار: النسبة الأكبر من الإجابات كانت بنعم بنسبة 85 %، في حين تم الإجابة بلا بنسبة 15 %.
 - الصيرفة عبر الموقع الإلكتروني : النسبة الأكبر من الإجابات كانت بنعم بنسبة 82.5 %، في حين تم الإجابة بلا بنسبة 17.5 %.
- مما يسبق يظهر أن البنوك محل الدراسة توفر قنوات مختلفة لعرض و توزيع خدماتها و هي الهاتف النقال، الصراف الآلي، طرفيات البيع لدى التجار و الموقع الإلكتروني. مما يساهم في الحفاظ على العملاء و تقديم خدمات تتوافق و متطلباتهم وهو ما ينعكس إيجابيا على الأداء .

الجدول رقم(37): توزيع أدوات الدفع الإلكترونية المتوفرة لدى البنوك محل الدراسة

أدوات الدفع الإلكترونية المقدمة من طرف البنك	التكرارات للإجابة (نعم)	النسبة المئوية	التكرارات للإجابة (لا)	النسبة المئوية
البطاقات المصرفية	71	% 88.7	9	%11.3
النقود الإلكترونية	25	%31.3	55	%68.8
الشيكات الإلكترونية	19	%23.8	61	%76.3

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات برنامج (Spss)

من خلال الجدول رقم(37) يتضح ما يلي:

– **البطاقات المصرفية:** النسبة الأكبر من الإجابات كانت بنعم بنسبة 88.7%، في حين تم الإجابة بلا بنسبة 11.3%.

– **النقود الإلكترونية:** النسبة الأكبر من الإجابات كانت بلا بنسبة 68.8%، في حين تم الإجابة بنعم بنسبة 31.3%.

– **الشيكات الإلكترونية:** النسبة الأكبر من الإجابات كانت بلا بنسبة 76.3%، في حين تم الإجابة بنعم بنسبة 23.8%.

من خلال إجابات أفراد العينة يتضح بأن البنوك محل الدراسة توفر أداة الدفع الإلكترونية المتمثلة في البطاقات المصرفية ، في حين تبقى الأدوات الأخرى غير متوفرة بشكل كبير لعدة أسباب ترجع لحدثة هذه الخدمات، عدم تحكم الموظفين في تقنيات تقديمها أو عزوف العملاء عن طلبها.

المبحث الثاني: التحليل الإحصائي لمحاور الاستبيان

يتضمن هذا المبحث تحليل لإجابات أفراد العينة، بهدف التعرف على توجهاتهم و ذلك بالاعتماد على المتوسطات الحسابية و الانحرافات المعيارية ، لكل من محاور المتغير المستقل استراتيجيات الصيرفة الإلكترونية و استراتيجيات الإدارة الإلكترونية. بالإضافة إلى المتغير التابع الأول الأداء المالي و المتغير التابع الثاني الأداء التجاري.

المطلب الأول: تحليل نتائج الدراسة الخاصة بالمتغير المستقل (استراتيجيات العصرنة)

يتم في هذا المطلب عرض النتائج الوصفية الخاصة بإجابات أفراد العينة لتحديد درجة الموافقة على كل عبارة من عبارات المحور، و ذلك بالاعتماد على استخراج المتوسطات الحسابية و الانحرافات المعيارية . ونظرا لاتباع مقياس ليكرت الخماسي فالجدول الموالي يوضح المقياس المستخدم و متوسطاته لتحديد درجة الموافقة على كل عبارة من عبارات الاستبيان:

الجدول رقم(38): مقياس ليكرت الخماسي وحدود المتوسطات الدنيا و العليا

الاستجابة	الرمز	الوسط الحسابي	التقييم
غير موافق بشدة	1	1.79 -	منخفض جدا
غير موافق	2	2.59- 1.80	منخفض
محايد	3	3.39-2.60	متوسط
موافق	4	4.19-3.40	مرتفع
موافق بشدة	5	5-4.20	مرتفع جدا

المصدر: ربيع مسعودي، رندة جرودي، (2017): تحليل الاستبيان باستخدام برنامج

Spss ، مجلة الاقتصاديات المالية والبنكية وإدارة الأعمال-جامعة بسكرة (العدد03) ،

الفرع الأول: تحليل نتائج الدراسة الخاصة بالمحور الأول (استراتيجية الصيرفة الإلكترونية)

يعبر الجدول رقم (39) عن درجة الموافقة لكل فقرة من فقرات المحور الأول

استراتيجية الصيرفة الإلكترونية .

الجدول رقم(39): المتوسطات الحسابية و الانحرافات المعيارية لإجابات أفراد العينة حول درجة

تطبيق استراتيجية الصيرفة الإلكترونية في البنوك الجزائرية

الرقم	العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الرتبة	إتجاه الإجابة
01	حدد درجة استخدام الصيرفة عبر الهاتف النقال من طرف عملاء بنككم.	2.900	1.298	11	متوسطة
02	حدد درجة استخدام الصيرفة عبر الصراف الآلي من طرف عملاء بنككم.	3.587	1.356	04	مرتفعة
03	حدد درجة استخدام الصيرفة عبر طرفيات البيع لدى التجار من طرف عملاء بنككم.	2.825	1.155	13	متوسطة
04	حدد درجة استخدام الصيرفة عبر الموقع الإلكتروني من طرف عملاء بنككم.	2.962	1.277	09	متوسطة
05	حدد درجة طلب خدمة فحص الحسابات من طرف العملاء عبر قنوات الصيرفة الإلكترونية .	3.812	1.191	02	مرتفعة
06	حدد درجة طلب خدمة دفع المشتريات والفواتير من طرف العملاء عبر قنوات الصيرفة الإلكترونية .	3.337	1.211	06	متوسطة
07	حدد درجة طلب خدمة التحويلات المالية من طرف العملاء عبر قنوات الصيرفة الإلكترونية .	3.562	1.241	05	مرتفعة
08	حدد درجة طلب خدمة محاكاة الخدمة قبل الحصول عليها من طرف العملاء عبر قنوات الصيرفة الإلكترونية .	2.987	1.400	08	متوسطة
09	حدد درجة طلب خدمة إعطاء اوامر مرتبطة بالبورصة من طرف العملاء عبر قنوات الصيرفة الإلكترونية .	1.800	1.194	17	منخفضة
10	حدد درجة طلب خدمة التعرف على الخدمات المعروضة من طرف البنك و أسعارها من طرف العملاء عبر قنوات الصيرفة الإلكترونية .	3.262	1.270	07	متوسطة
11	حدد درجة استخدام عملاءكم لأداة البطاقات المصرفية.	3.650	1.322	03	مرتفعة
12	حدد درجة استخدام عملاءكم لأداة النقود الإلكترونية.	2.137	1.384	15	منخفضة
13	حدد درجة استخدام عملاءكم لأداة الشيكات الإلكترونية.	2.012	1.373	16	منخفضة
14	حدد درجة استخدام أدوات الدفع الإلكترونية عبر قناة أجهزة الصراف الآلي التي يوفرها بنككم.	4.012	1.316	01	مرتفعة
15	حدد درجة استخدام أدوات الدفع الإلكترونية عبر قناة طرفيات البيع لدى التجار التي يوفرها بنككم.	2.875	1.226	12	متوسطة
16	حدد درجة استخدام أدوات الدفع الإلكترونية عبر قناة الهاتف النقال التي يوفرها بنككم.	2.575	1.385	14	منخفضة
17	حدد درجة استخدام أدوات الدفع الإلكترونية عبر قناة الموقع الإلكتروني التي يوفرها بنككم.	2.950	1.413	10	متوسطة
الكلي		3.417	0.618	مرتفعة	

المصدر: من إعداد الباحثة بناء على مخرجات برنامج (Spss)

من خلال الجدول رقم(39) أن المتوسطات الحسابية لإجابات العينة على فقرات المحور الأول استراتيجية الصيرفة الإلكترونية تتراوح ما بين (1.800) و(4.012) بانحرافات معيارية على التوالي (1.194) و (1.316)، ويظهر الجدول أن الفقرة رقم 14 " حدد درجة استخدام أدوات الدفع الإلكترونية عبر قناة أجهزة الصراف الآلي التي يوفرها بنكم" قد حصلت على أعلى متوسط حسابي (4.012) بانحراف معياري (1.316) بدرجة تقدير مرتفعة. في حين حققت العبارة رقم 9 " حدد درجة طلب خدمة إعطاء أوامر مرتبطة بالبورصة من طرف العملاء عبر قنوات الصيرفة الإلكترونية " المرتبة الأخيرة رقم 17 بمتوسط حسابي(1.800) بانحراف معياري (1.194) بدرجة تقدير منخفضة. كما تظهر نتيجة المتوسط الحسابي العام المرجح للمحور الأول أن درجة تطبيق استراتيجية الصيرفة الإلكترونية من طرف البنوك محل الدراسة مرتفعة وهو ما تفسره القيمة (3.417) بإنحراف معياري (0.618).

الفرع الثاني: تحليل نتائج الدراسة الخاصة بالمحور الثاني (استراتيجية الإدارة الإلكترونية)

يعبر الجدول رقم(40) عن درجة الموافقة لكل فقرة من فقرات المحور الثاني استراتيجية الإدارة الإلكترونية .

الجدول رقم(40): المتوسطات الحسابية و الانحرافات المعيارية لإجابات أفراد العينة حول درجة

تطبيق استراتيجية الإدارة الإلكترونية في البنوك الجزائرية

الرقم	العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الرتبة	إتجاه الإجابة
01	يتوفر لدى بنككم العدد الكافي والمناسب من أجهزة الحاسوب لجميع الأقسام.	3,862	1,229	04	موافق
02	يتم تحديث وتطوير أجهزة الحاسوب وملحقاته(طابعة، ماسح ضوئي) بشكل دوري و مستمر.	3,500	1,321	08	موافق
03	البرمجيات المعتمدة في البنك تساعد في فصل المهام وتحديد الصلاحيات.	3,900	1,026	03	موافق
04	يوفر البنك البرامج الخاصة بالحماية من الأخطار الإلكترونية للحفاظ على أمن المعلومات.	4,200	0.946	01	موافق بشدة
05	يعتمد البنك على شبكة اتصالات داخلية (الإنترنت) تساعد على تبادل و توزيع المعلومات بين مختلف موظفي. الأقسام	4,037	1,011	02	موافق
06	يعتمد البنك على شبكة اتصالات خارجية (الإكسترنت) تساعد على الارتباط بالفروع الأخرى.	3,575	1,309	07	موافق
07	يتم إقامة دورات تدريبية لتطوير مهاراتكم وقدراتكم في مجال استخدام التكنولوجيا.	3,787	0.976	06	موافق
08	تتناسب مهاراتكم ومعارفكم في مجال تكنولوجيا المعلومات مع طبيعة المهام الموكلة لكم.	3,850	0.901	05	موافق
الكلية		3.839	0.777	موافق	

المصدر: من إعداد الباحثة بناء على مخرجات برنامج (Spss)

من خلال الجدول رقم(40) أن المتوسطات الحسابية لإجابات العينة على فقرات المحاور الأول استراتيجية الإدارة الإلكترونية تراوحت بين (3.500) و (4.200) بانحرافات معيارية على التوالي(1.321) و(0.946) ، جاءت العبارة رقم 04 " يوفر البنك البرامج الخاصة بالحماية من الأخطار الإلكترونية للحفاظ على أمن المعلومات." في المرتبة الأولى بأعلى متوسط حسابي (4.200) بانحراف معياري (0.946) بتقدير موافق بشدة. في حين نجد أن العبارة رقم 02 " يتم تحديث وتطوير أجهزة الحاسوب

و ملحقاته(طابعة، ماسح ضوئي) بشكل دوري و مستمر " جاءت في المرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي(3.500) بانحراف معياري(1.321) بتقدير موافق، وبالتالي فإن البنوك محل الدراسة تطبق استراتيجية الإدارة الإلكترونية عند ممارسة أنشطتها ، و هو ما يدعمه المتوسط العام المرجح للمحور الثاني (3.839) بانحراف معياري (0.777) بتقدير موافق.

المطلب الثاني: تحليل نتائج الدراسة الخاصة بالمتغير التابع (الأداء المالي)

يعبر الجدول رقم(41) عن درجة الموافقة لكل فقرة من فقرات المتغير التابع الأداء المالي.

الجدول رقم(41): المتوسطات الحسابية و الانحرافات المعيارية لإجابات أفراد العينة حول مدى

مساهمة استراتيجيات العصرية في تحسين الأداء المالي

الرقم	العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الرتبة	إتجاه الإجابة
01	تساهم استراتيجيات العصرية في تقليل الحاجة إلى عدد كبير من الموظفين مما يساهم في تخفيض التكاليف التشغيلية.	3,512	0.941	06	موافق
02	تساهم استراتيجيات العصرية في تخفيض تكاليف الإشهار و الترويج مما يساعد على التقليل من التكاليف الإدارية للبنك.	3,650	0.887	05	موافق
03	تساهم استراتيجيات العصرية في تخفيض دورة استخدام النقود وبالتالي زيادة سيولة البنك.	3,762	0.860	04	موافق
04	تساهم استراتيجيات العصرية في زيادة حجم الحسابات البنكية وبالتالي الرفع من سيولة النقدية.	3,875	0.891	03	موافق
05	تساهم استراتيجيات العصرية في زيادة كفاءة التشغيل من خلال السرعة والدقة في التعامل مع المدخلات مما يساعد على زيادة هامش الربح المحقق.	3,950	0.793	02	موافق
06	تساهم استراتيجيات العصرية في زيادة عدد المعاملات المنجزة في البنك مما ينعكس إيجابيا على هامش الربح المحقق.	4,025	0.801	01	موافق
الكلية		3.795	0.644		موافق

المصدر: من إعداد الباحثة بناء على مخرجات برنامج (Spss)

من خلال الجدول رقم(41) يتبين أن المتوسطات الحسابية لإجابات العينة على فقرات المتغير التابع الأداء المالي تراوحت بين (3.512) و (4.025) بانحرافات معيارية على التوالي(0.941) و(0.801) ، جاءت العبارة رقم 06 " تساهم استراتيجيات العصرية في زيادة عدد المعاملات المنجزة في البنك مما ينعكس إيجابيا على هامش الربح المحقق." في المرتبة الأولى بأعلى متوسط حسابي (4.025) بانحراف معياري (0.801) بتقدير موافق. في حين نجد أن العبارة رقم 01 " تساهم

استراتيجيات العصرية في تقليل الحاجة إلى عدد كبير من الموظفين مما يساهم في تخفيض التكاليف التشغيلية. " جاءت في المرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي (3.512) بانحراف معياري (0.941) بتقدير موافق، وبالتالي فإن أفراد العينة متفقون على أن استراتيجيات العصرية تساهم في تحسين الأداء المالي من خلال تخفيض التكاليف، السيولة النقدية و الربحية. و هو ما يدعمه المتوسط الكلي (3.795) بانحراف معياري (0.644) بتقدير موافق.

المطلب الثالث: تحليل نتائج الدراسة الخاصة بالمتغير التابع (الأداء التجاري)

يعبر الجدول رقم (42) عن درجة الموافقة لكل فقرة من فقرات المتغير التابع الأداء التجاري.

الجدول رقم(42): المتوسطات الحسابية و الانحرافات المعيارية لإجابات أفراد العينة حول مدى

مساهمة استراتيجيات العصرية في تحسين الأداء التجاري

الرقم	العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الرتبة	إتجاه الإجابة
01	تساهم استراتيجيات العصرية في تعزيز العلاقة مع العميل حيث يصبح التعامل معه أسرع وأقرب.	4,000	0.795	03	موافق
02	تساهم استراتيجيات العصرية في تحسين مستوى رضا العملاء من خلال تقديم خدمات تستجيب لرغباتهم و حاجاتهم.	4,087	0.766	01	موافق
03	تساهم استراتيجيات العصرية في تقوية العلاقة مع العميل.	3,987	0.818	04	موافق
04	تساهم استراتيجيات العصرية في تقديم خدمة متميزة لكل عميل.	4,012	0.834	02	موافق
05	تساهم استراتيجيات العصرية في توصيل البنك لخدماته لأكبر شريحة ممكنة من الزبائن وبالتالي كسب الأسواق الجديدة مما يزيد من حصصه السوقية.	3,962	0.848	05	موافق
06	تساهم استراتيجيات العصرية في تحقيق استجابة البنك للتطورات التكنولوجية و مسايرتها خاصة في مجال الإنتاج مما يساعد على زيادة حصصه السوقية.	3,912	0.798	06	موافق
الكلي		3.916	1.135		موافق

المصدر: من إعداد الباحثة بناء على مخرجات برنامج (Spss)

من خلال الجدول رقم(42) يتضح بأن المتوسطات الحسابية لإجابات العينة على فقرات المتغير التابع الأداء التجاري تراوحت بين (3.912) و (4.087) بانحرافات معيارية على التوالي (0.798) و (0.766) ، جاءت العبارة رقم 02 " تساهم استراتيجيات العصرية في تحسين مستوى رضا العملاء من خلال تقديم خدمات تستجيب لرغباتهم و حاجاتهم." في المرتبة الأولى بأعلى متوسط حسابي (4.087) بانحراف معياري (0.766) بتقدير موافق. في حين نجد أن العبارة رقم 01 " تساهم استراتيجيات العصرية في تحقيق استجابة البنك للتطورات التكنولوجية و مسايرتها

خاصة في مجال الإنتاج مما يساعد على زيادة حصصه السوقية. " جاءت في المرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي (3.912) بانحراف معياري (0.798) بتقدير موافق، وبالتالي فإن اتجاهات أفراد العينة حول مدى مساهمة استراتيجيات العصرية في تحسين الأداء التجاري عبر رضا وولاء العملاء و زيادة الحصة السوقية، كانت بالموافقة بمتوسط حسابي (4.087) بانحراف معياري (0.766).

المبحث الثالث: اختبار فرضيات الدراسة و تحليل النتائج

يتم من خلال هذا المبحث اختبار فرضيات الدراسة باستخدام الانحدار الخطي البسيط ، معامل الارتباط لتحديد قوة العلاقة ، معامل التحديد لقياس أثر المتغير المستقل على المتغير التابع. و من ثم التوصل إلى نتائج يمكن على أساسها تحديد قبول أو نفي الفرضيات.

المطلب الأول: اختبار التوزيع الطبيعي كولمجروف - سمرنوف (One

Sample K-S)

للتعرف على طبيعة التوزيع الذي تتبعه البيانات يتم الاستعانة باختبار كولمجروف

- سمرنوف، حيث يتم تحديد طبيعة التوزيع وفق هذا الاختبار كما يلي:
 - إذا كان مستوى الدلالة لإحصائية $Z < 0.05$ فإن البيانات تتبع التوزيع الطبيعي .
 - إذا كان مستوى الدلالة لإحصائية $Z > 0.05$ فإن البيانات لا تتبع التوزيع الطبيعي .
- الجدول رقم(43) الموالي يوضح نتائج اختبار التوزيع الطبيعي لمحاور الاستبيان:

الجدول رقم(43): نتائج اختبار التوزيع الطبيعي لمحاور الاستبيان

اسم المحور	قيمة Z	مستوى المعنوية
استراتيجية الصيرفة الإلكترونية	0.492	0.969
استراتيجية الإدارة الإلكترونية	1.269	0.80
الأداء المالي	1.013	0.257
الأداء التجاري*	0.561	0.911

المصدر: من إعداد الباحثة بناء على مخرجات برنامج (Spss)

من خلال الجدول رقم(43) يتبين أن مستوى الدلالة في محاور الاستبيان أكبر

من 0.05 ، و بالتالي فتوزيع البيانات بالنسبة لهذه المحاور يتبع التوزيع الطبيعي.

المطلب الثاني: اختبار الفرضية الرئيسية الثانية وفرضياتها الفرعية

يتم في هذا المطلب اختبار أثر كل استراتيجية منفردة (استراتيجية الصيرفة

الإلكترونية و استراتيجية الإدارة الإلكترونية) على الأداء المالي في البنوك محل الدراسة،

ثم اختبار الفرضية الرئيسية الثانية لأثر استراتيجيات العصرية على الأداء المالي في

البنوك محل الدراسة.

الفرع الأول: اختبار الفرضية الفرعية الأولى

أظهر برنامج SPSS نتائج اختبار الفرضية الفرعية الأولى وفق الجدول رقم(44)

الموالي:

* تم تعديل هذا المتغير و الحصول على متغير جديد تتبع بياناته التوزيع الطبيعي.

الجدول رقم(44): تحليل الانحدار لاختبار الفرضية الفرعية الأولى

المتغير التابع: الأداء المالي	القيم الإحصائية	المتغير المستقل: استراتيجية الصيرفة الإلكترونية
0.326	معامل الارتباط (r)	
0.106	معامل التحديد (R^2)	
0.003	مستوى الدلالة (Sig)	
قبول H1	نتيجة الاختبار	

المصدر: من إعداد الباحثة بناء على مخرجات برنامج (Spss)

وفق الجدول رقم(44) فإن معامل الارتباط (r) قد بلغ 0.326 وهذا يشير إلى وجود علاقة موجبة و ضعيفة بين المتغير المستقل (استراتيجية الصيرفة الإلكترونية) و بين المتغير التابع (الأداء المالي) ، كما بلغ معامل التحديد (R^2) 0.106 أي أن المتغير المستقل يفسر ما قيمته 10.6% من التغيرات التي تحدث في المتغير التابع في حين أن 89.4 % من التغيرات ترجع لعوامل أخرى لم يتم التطرق لها في موضوع الدراسة، كما يظهر مستوى الدلالة أقل من 0.05 بالتالي قبول H1 أي أن الفرضية الفرعية الأولى التي تنص على أنه يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لاستراتيجية الصيرفة الإلكترونية على الأداء المالي في البنوك محل الدراسة هي فرضية صحيحة.

الفرع الثاني: اختبار الفرضية الفرعية الثانية

أظهر برنامج SPSS نتائج اختبار الفرضية الفرعية الثانية وفق الجدول رقم(45)

الموالي:

الجدول رقم(45): تحليل الانحدار لاختبار الفرضية الفرعية الثانية

المتغير التابع: الأداء المالي	القيم الإحصائية	المتغير المستقل: استراتيجية الإدارة الإلكترونية
0.683	معامل الارتباط (r)	
0.466	معامل التحديد (R^2)	
0.000	مستوى الدلالة (Sig)	
قبول H1	نتيجة الاختبار	

المصدر: من إعداد الباحثة بناء على مخرجات برنامج (Spss)

وفق الجدول رقم(45) فإن معامل الارتباط (r) قد بلغ 0.683 وهذا يشير إلى وجود علاقة موجبة و متوسطة بين المتغير المستقل (استراتيجية الإدارة الإلكترونية) و بين المتغير التابع (الأداء المالي) ، كما بلغ معامل التحديد (R^2) 0.466 أي أن المتغير المستقل يفسر ما قيمته 46.6 % من التغيرات التي تحدث في المتغير التابع في حين أن 53.4 % ترجع لعوامل أخرى لم يتم التطرق لها في موضوع الدراسة ، كما يظهر مستوى الدلالة أقل من 0.05 بالتالي قبول H1 أي أن الفرضية الفرعية الثانية التي تنص على أنه يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لاستراتيجية الإدارة الإلكترونية على الأداء المالي في البنوك محل الدراسة هي فرضية صحيحة.

الفرع الثالث: اختبار الفرضية الرئيسية الثانية

تم صياغة الفرضية الرئيسية الثانية كمايلي: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لاستراتيجيات العصرنة على الأداء المالي في البنوك محل الدراسة. بعد استخدام أسلوب الانحدار الخطي البسيط بين المتغير المستقل استراتيجيات العصرنة و المتغير التابع الأداء المالي، أظهر برنامج SPSS النتائج التالية وفق الجدول رقم (46) الموالي:

الجدول رقم(46): تحليل الانحدار لاختبار الفرضية الرئيسية الثانية

المتغير التابع: الأداء المالي	القيم الإحصائية	المتغير المستقل: استراتيجيات العصرية
0.624	معامل الارتباط (r)	
0.389	معامل التحديد (R^2)	
0.000	مستوى الدلالة (Sig)	
قبول H1	نتيجة الاختبار	

المصدر: من إعداد الباحثة بناء على مخرجات برنامج (Spss)

وفق الجدول رقم(46) فإن معامل الارتباط (r) قد بلغ 0.624 وهذا يشير إلى وجود علاقة موجبة و متوسطة بين المتغير المستقل (استراتيجيات العصرية) و بين المتغير التابع (الأداء المالي) ، كما بلغ معامل التحديد (R^2) 0.389 أي أن المتغير المستقل يفسر ما قيمته 38.9 % من التغيرات التي تحدث في المتغير التابع في حين أن 61.1 % من التغيرات ترجع لعوامل أخرى لم تتطرق لها الدراسة ، كما يظهر مستوى الدلالة أقل من 0.05 بالتالي قبول H1 أي أن الفرضية الرئيسية الثانية التي تنص على أنه يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لاستراتيجيات العصرية على الأداء المالي في البنوك محل الدراسة هي فرضية صحيحة.

المطلب الثالث: اختبار الفرضية الرئيسية الثالثة وفرضياتها الفرعية

يتم في هذا المطلب اختبار أثر كل استراتيجية منفردة (استراتيجية الصيرفة الإلكترونية و استراتيجية الإدارة الإلكترونية) على الأداء التجاري في البنوك محل الدراسة، ثم اختبار الفرضية الرئيسية الثالثة لأثر استراتيجيات العصرية على الأداء التجاري في البنوك محل الدراسة.

الفرع الثاني: اختبار الفرضية الفرعية الأولى

أظهر برنامج SPSS نتائج اختبار الفرضية الفرعية الأولى وفق الجدول رقم (47)

الموالي:

الجدول رقم (47): تحليل الانحدار لاختبار الفرضية الفرعية الأولى

المتغير التابع: الأداء التجاري	القيم الإحصائية	المتغير المستقل: استراتيجية الصيرفة الإلكترونية
0.81	معامل الارتباط (r)	
0.07	معامل التحديد (R^2)	
0.476	مستوى الدلالة (Sig)	
رفض H1	نتيجة الاختبار	

المصدر: من إعداد الباحثة بناء على مخرجات برنامج (Spss)

وفق الجدول رقم (47) فإن مستوى الدلالة أكبر من 0.05 بالتالي

رفض H1 أي أن الفرضية الفرعية الأولى التي تنص على أنه يوجد أثر ذو دلالة

إحصائية لاستراتيجية الصيرفة الإلكترونية على الأداء التجاري في البنوك محل الدراسة

هي فرضية خاطئة.

الفرع الثالث: اختبار الفرضية الفرعية الثانية

أظهر برنامج SPSS نتائج اختبار الفرضية الفرعية الثانية وفق الجدول رقم (48)

الموالي:

الجدول رقم(48): تحليل الانحدار لاختبار الفرضية الفرعية الثانية

المتغير التابع: الأداء التجاري	القيم الإحصائية	المتغير المستقل: استراتيجية الإدارة الإلكترونية
0.329	معامل الارتباط (r)	
0.108	معامل التحديد (R^2)	
0.003	مستوى الدلالة (Sig)	
قبول H1	نتيجة الاختبار	

المصدر: من إعداد الباحثة بناء على مخرجات برنامج (Spss)

وفق الجدول رقم(48) فإن معامل الارتباط (r) قد بلغ 0.329 وهذا يشير إلى وجود علاقة موجبة و ضعيفة بين المتغير المستقل (استراتيجية الإدارة الإلكترونية) و بين المتغير التابع (الأداء التجاري) ، كما بلغ معامل التحديد (R^2) 0.108 أي أن المتغير المستقل يفسر ما قيمته 10.8 % من التغيرات التي تحدث في المتغير التابع في حين أن 89.2 % من التغيرات ترجع لعوامل أخرى لم يتم التطرق لها في موضوع الدراسة، كما يظهر مستوى الدلالة أقل من 0.05 بالتالي قبول H1 أي أن الفرضية الفرعية الثانية التي تنص على أنه يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لاستراتيجية الإدارة الإلكترونية على الأداء التجاري في البنوك محل الدراسة هي فرضية صحيحة.

الفرع الثالث: اختبار الفرضية الرئيسية الثالثة

تم صياغة الفرضية الرئيسية الثالثة كمايلي: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لاستراتيجيات العصرنة على الأداء التجاري في البنوك محل الدراسة. بعد استخدام أسلوب الانحدار الخطي البسيط بين المتغير المستقل استراتيجيات العصرنة و المتغير التابع الأداء التجاري، أظهر برنامج SPSS النتائج التالية وفق الجدول رقم(49) الموالي:

الجدول رقم(49): تحليل الانحدار لاختبار الفرضية الرئيسية الثالثة

القيم الإحصائية	المتغير التابع: الأداء التجاري	المتغير المستقل: استراتيجيات العصرية
معامل الارتباط (r)	0.255	
معامل التحديد (R^2)	0.650	
مستوى الدلالة (Sig)	0.023	
نتيجة الاختبار	قبول H1	

المصدر: من إعداد الباحثة بناء على مخرجات برنامج (Spss)

وفق الجدول رقم(49) فإن معامل الارتباط (r) قد بلغ 0.255 وهذا يشير إلى وجود علاقة موجبة و ضعيفة بين المتغير المستقل (استراتيجيات العصرية) و بين المتغير التابع (الأداء التجاري) ، كما بلغ معامل التحديد (R^2) 0.650 أي أن المتغير المستقل يفسر ما قيمته 65 % من التغيرات التي تحدث في المتغير التابع في حين أن 35 % من التغيرات ترجع لعوامل أخرى لم تتطرق لها الدراسة ، كما يظهر مستوى الدلالة أقل من 0.05 بالتالي قبول H1 أي أن الفرضية الرئيسية الثالثة التي تنص على أنه يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لاستراتيجيات العصرية على الأداء التجاري في البنوك محل الدراسة هي فرضية صحيحة.

خلاصة

أظهرت نتائج الدراسة الميدانية أن البنوك الجزائرية محل الدراسة تعتمد على استراتيجيات العصرية بدرجة مرتفعة ، كما أن البطاقات البنكية تعتبر الأداة الأكثر توفرا لدى البنوك المدروسة مقارنة بالنقود و الشيكات الإلكترونية. كما تظهر إجابات أفراد العينة إلى أن قنوات الصيرفة الإلكترونية (الهاتف النقال، الصراف الآلي ، طرقيات البيع لدى التجار و الموقع الإلكتروني على الإنترنت) متوفرة في البنوك محل الدراسة ، في حين يعتبر الصراف الآلي القناة الأكثر طلبا من طرف العملاء. بالنسبة لاختبار الفرضيات فأظهر تحليل الانحدار أن استراتيجيات العصرية تؤثر على الأداء المالي بدرجة متوسطة من خلال تخفيض التكاليف ، السيولة النقدية و زيادة الربحية ، و تؤثر على الأداء التجاري للبنوك محل الدراسة بدرجة ضعيفة . أما بخصوص استراتيجية الإدارة الإلكترونية فهي تؤثر على الأداء المالي بدرجة متوسطة من خلال أبعادها (أجهزة الحاسوب، البرمجيات، شبكة الاتصالات و صناع المعرفة) و تؤثر أيضا على الأداء التجاري لكن تأثيرا ضعيفا. أما استراتيجية الصيرفة الإلكترونية فبين تحليل الانحدار أنها تؤثر فقط على الأداء المالي بدرجة متوسطة من خلال أبعادها المتمثلة في (أدوات الدفع الإلكترونية وقنوات الصيرفة الإلكترونية).

الختمة

الخاتمة:

إن أهم ما يميز العصر الحالي هو انتشار تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات، حيث أفرزت ظهور العديد من المصطلحات الجديدة: التحول الرقمي، الرقمنة ، الأتمتة و العصرية. هذه الأخيرة تم ادماجها على مستوى جميع الأنشطة الاقتصادية و في كل القطاعات، وأصبحت ملازمة لأداء الأعمال فيها.

استفادت المؤسسات البنكية و على غرار باقي المؤسسات الأخرى من المزايا التي تحققها التكنولوجيا ، حيث تمكنت ووفق جملة من الاستراتيجيات من عصرية أنظمتها و خدماتها و الانتقال من تقديم الخدمات المصرفية التقليدية إلى خدمات مصرفية إلكترونية ، والعمل بأساليب إدارية حديثة تستهدف تحويل العمل الإداري من عمل مجهد و مكلف إلى عمل ذو جودة و منخفض التكلفة في ذات الوقت. إضافة إلى ادراكها أنه وفي ظل التطورات في بيئة الأعمال وظهور التجارة الإلكترونية ، كان لابد من تغيير أدوات الدفع المعتمدة و التحول من أدوات دفع تقليدية إلى أخرى إلكترونية تتوافق و متطلبات التطور التكنولوجي.

تساهم عصرية المؤسسات البنكية في تحسين مؤشرات الأداء، فمن جهة تمكن البنك من تعزيز موقعه التنافسي في سوق متغير ومستجد، ومن جهة أخرى ترفع من مؤشرات الأداء التجاري عبر الحفاظ على العملاء الحاليين و كسب عملاء جدد ، وكل ما سبق ينعكس إيجابيا على مؤشرات الأداء المالي و الذي يعتبر تحقيق الربح الهدف الأسمى الذي تسعى إليك كل البنوك.

1. نتائج الدراسة:

من خلال دراسة أثر استراتيجيات العصرية على الأداء المالي و التجاري في المؤسسات البنكية الجزائرية، تم التوصل إلى جملة من النتائج والتي يمكن تقسيمها كما يلي:

أ. اختبار الفرضيات:

– من خلال تحليل واقع عصرية المؤسسات البنكية في الجزائر ، و بالمقارنة مع دول المغرب العربي خلال الفترة الممتدة من سنة 2018 إلى سنة 2022 ، يتم التوصل إلى النتائج التالية:

- أن الفرضية الفرعية الأولى التي تنص على مايلي: تتأخر الجزائر عن الدول المجاورة لها في مؤشرات تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات هي فرضية صحيحة؛
- أن الفرضية الفرعية الثانية التي تنص على: تمتلك الجزائر على غرار باقي دول المغرب العربي أنظمة دفع مواكبة للمعايير الدولية خاصة بتسوية المعاملات بالمبالغ الكبيرة ونظام المقاصة الإلكترونية هي فرضية صحيحة؛
- أن الفرضية التي تنص على تزايد حجم العمليات المعالجة وفق نظام المقاصة الإلكترونية في الجزائر لكنه يبقى ضعيف، مقارنة مع المستوى المحقق في تونس و المغرب هي فرضية صحيحة؛
- أن الفرضية الفرعية الرابعة التي تنص على أنه لا يزال مستوى استخدام البطاقات البنكية و قنوات الصيرفة الإلكترونية ضعيفا في الجزائر مقارنة مع دول الجوار هي فرضية صحيحة؛

• أن الفرضية الرئيسية الأولى التي تنص على مايلي : يعكس تحليل واقع عصرنة المؤسسات البنكية في الجزائر تأخرها عن مثيلاتها في دول المغرب العربي هي فرضية صحيحة.

– أظهر اختبار الانحدار الخطي البسيط النتائج التالية:

• يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لاستراتيجية الإدارة الإلكترونية على الأداء المالي؛ لكن هذا التأثير متوسط وهذا يرجع إلى حداثة ادماج هذا الأسلوب الإداري في الأنشطة البنكية ، فعلى الرغم من توفر عناصر الإدارة الإلكترونية من أجهزة حواسيب ، برمجيات ، شبكة اتصالات و الموارد البشرية على مستوى البنوك محل الدراسة، إلا أن تأثيرها على تخفيض التكاليف ، توفير السيولة النقدية و زيادة الربحية لم يصل بعد إلى المستوى المطلوب وهو ما يؤكد ضرورة العمل على استغلال التكنولوجيات الحديثة أكثر في العمل الإداري البنكي؛

• يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لاستراتيجية الصيرفة الإلكترونية على الأداء المالي في البنوك محل الدراسة؛ لكن هذا التأثير متوسط وهذا يفسر بضعف العمولات و الرسوم المتحصل عليها من استخدام أدوات الدفع الإلكترونية و قنوات الصيرفة الإلكترونية ، هذه الأخيرة على الرغم من توفرها لكن مساهمتها في مؤشرات الأداء المالي عبر تخفيض التكاليف ، توفير السيولة النقدية و زيادة الربحية كانت متوسطة ، مما يتطلب ضرورة العمل أكثر على دعم جانب الخدمة البنكية الإلكترونية لتعزيز الاستفادة من مزاياها على المستوى المالي؛

• يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لاستراتيجيات العصرنة المعتمدة على الأداء المالي للبنوك محل الدراسة ؛ لكن هذا التأثير متوسط مما سبق و نظرا لتوفير البنوك محل الدراسة لاستراتيجيات العصرنة على مستواها إلا أن التطبيق الفعلي لها واستغلالها لتحقيق القيمة المضافة ما يزال يعاني بعض أوجه القصور و الخلل ، ما يؤكد ضرورة العمل أكثر على استغلال التكنولوجيا بطريقة مناسبة تجعلها تحقق مزايا مالية معتبرة؛

• يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لاستراتيجية الإدارة الإلكترونية على الأداء التجاري في البنوك محل الدراسة ، لكن هذا التأثير ضعيف راجع بالأساس إلى أنه على الرغم من توفير البنوك محل الدراسة لأبعاد استراتيجية الإدارة الإلكترونية والعمل بها إلا أنها غير كافية لتحقيق الرضا عند العملاء و كسب ولاءهم مما يؤثر على حصص البنوك السوقية التي تبقى منخفضة.

• لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لاستراتيجية الصيرفة الإلكترونية على الأداء التجاري في البنوك محل الدراسة، ويفسر بأنه على الرغم من توفير أدوات دفع وقنوات إلكترونية على مستوى البنوك محل الدراسة، إلا أنها لم تؤثر في مؤشرات الأداء التجاري عبر رضا العملاء، الولاء و الحصة السوقية ، وهو ما يظهر صعوبة إقناع العملاء بالإقبال على مثل هذا النوع من الخدمات ؛

• يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لاستراتيجيات العصرنة على الأداء التجاري في البنوك محل الدراسة ؛ لكنه ضعيف يفسر كما يلي: على الرغم من توفير البنوك محل الدراسة لاستراتيجيات العصرنة ، إلا أن التطبيق غير كاف لدرجة أن يجعل تأثيرها في مؤشرات الأداء التجاري إيجابية، مما يتطلب العمل أكثر في جانب كسب رضا العميل و محاولة

جعله وفيما عبر تقديم خدمات تستجيب لحاجاته و تطلعاته مما يزيد من حصص البنك السوقية.

من خلال ما سبق و انطلاقا من نتائج اختبار الفرضيات يمكن الإجابة على الإشكالية الرئيسية للدراسة و المتمثلة في: ما هو أثر استراتيجيات عصرنة المؤسسات البنكية الجزائرية على أدائها المالي و التجاري؟

تم التوصل إلى أن البنوك الجزائرية قد قطعت شوط كبيرا في مجال العصرنة وهذا عبر تطبيقها لاستراتيجيات تمكنها من استخدام التكنولوجيا عبر اعتماد عناصر الإدارة الإلكترونية ضمن أنشطتها الإدارية كالحواسيب ، البرمجيات المتطورة، شبكة الاتصالات و المورد البشري المؤهل و المتحكم في التكنولوجيا هذا من جهة ، إضافة إلى تقديم خدمات تركز هذا التوجه من خلال عرض بطاقات بنكية مختلفة ، إتاحة استخدام عدة قنوات إلكترونية للاستفادة من الخدمات ، و لكن رغم كل ما توفره إلا أن البنوك تعاني فجوة في التطبيق الذي يبدو عليه القصور في جعله يحقق للبنك إيرادات كافية، جذب عملاء إضافيين و كسب أسواق خارجية مما يجعل تأثيره على الأداء المالي و الأداء التجاري محدودا و غير كاف .

ب. نتائج الجانب النظري:

– وجود تداخل بين المصطلحات التحول الرقمي، الرقمنة و الأتمتة، حيث يشتمل التحول الرقمي على عملية التغيير الجذرية للمنظمة وهذا بالإعتماد على التكنولوجيات الحديثة، في حين تعبر عملية الرقمنة عن عملية تحويل لكل ما هو ورقي إلى رقمي. أما الأتمتة فهي العملية التي بموجبها تحل الآلة محل الإنسان في أداء الأعمال؛

- التحول الرقمي عملية تشتمل على الرقمنة و الأتمتة وتحتويهما و تعتبران جزء لا يتجزأ منها؛
- اندماج تكنولوجيا المعلومات و تكنولوجيا الاتصالات أفرز مصطلح جديد هو تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات، والتي تطورت بالتزامن مع ثورة الإنترنت و ظهور الابتكارات. تميزها بالعديد من الخصائص ساهم في انتشارها و دخولها في العديد من القطاعات التي اعتبرتها ضرورة أساسية لممارسة أعمالها؛
- وضع تعريف لاستراتيجيات العصرنة و التي تشير إلى مجمل الآليات التي تعتمد عليها البنوك، تهدف من خلالها إلى تحقيق الاستفادة القصوى من تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات في عملها؛
- لجوء المؤسسات البنكية لاعتماد استراتيجيات العصرنة في نموذج أعمالها راجع لعدة دوافع من بينها: ثورة المعلومات و الاتصالات، اشتداد المنافسة على الساحة الدولية، تغيرات في هيكل الموارد، زيادة في عدد مستخدمي الانترنت و نمو حجم التجارة الإلكترونية...إلخ و غيرها من العوامل التي دفعت البنوك إلى تبني هذا التوجه الذي يتطلب توفير عدة دعائم لتحقيق النجاح من بينها: وجود بنية تقنية، توفير التشريعات و التنظيمات الضرورية لمرافقة هذا التحول، الطاقم البشري المؤهل...إلخ.
- تعتمد البنوك في توجهها نحو العصرنة على استراتيجيتين رئيسيتين و هما: استراتيجية الصيرفة الإلكترونية و استراتيجية الإدارة الإلكترونية، اللتان تستهدفان الشق الخدماتي و الشق الإداري لعملها.

الخاتمة

- توج استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات من طرف البنوك بظهور مصطلح التكنولوجيا البنكية و الذي أفرز ظهور عدة مصطلحات أخرى بعده كالصيرفة الإلكترونية و التي تعتبر كأحد الانعكاسات الهامة للتطور التكنولوجي، و تمارس هذه الأخيرة على عدة مستويات في البنك وهو ما يجعلها تتعرض لعدة مخاطر؛
- تتمتع البنوك الإلكترونية بعدة مميزات مقارنة بالبنوك التقليدية ما يحفز البنوك نحو اعتمادها؛
- اعتماد البنوك على استراتيجية الإدارة الإلكترونية يسمح لها بممارسة أعمالها بفعالية أكبر؛
- تتضمن الإدارة الإلكترونية عناصر أساسية لعملها (أجهزة الحاسوب، البرمجيات ، شبكة الاتصالات و المورد البشري) والتي تعتبر محور المعاملات الإلكترونية؛
- المرور الناجح إلى نموذج إداري جديد يتطلب اللجوء إلى تجزئة خطة التحول وفق مراحل مع مرافقتها بعملية إصلاح شاملة للنظام التقليدي؛
- يساهم تطبيق استراتيجيات العصرية في الرفع من مستويات الأداء البنكي من خلال تحسين الأداء المالي و الأداء التجاري؛
- يركز الأداء المالي على زيادة مداخيل البنك ؛
- تتمحور مؤشرات الأداء التجاري حول تعزيز الموقع التنافسي للبنك عبر زيادة حصصه السوقية ، تقوية العلاقة مع العملاء وكسب الولاء .

ج. نتائج الجانب الميداني:

- من خلال تحليل البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات و الاتصالات في الجزائر تم

التوصل إلى النتائج التالية:

- التطور المتسارع لسوق الهاتف النقال على حساب الهاتف الثابت؛
- تسجيل تطور ونمو كبيرين في إشتراكات الإنترنت النقال مقارنة بالإنترنت الثابت الذي يتجه نحو الركود؛
- يشير معدل مؤشر تنمية تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات خلال سنة 2023 إلى التحسن الملحوظ المحقق في هذا القطاع مقارنة بمعدلات المحيط الخارجي؛
- أن الجزائر لازالت تعاني من مشكلة تدفق الإنترنت سواء عبر الثابت أو النقال، حيث تذيلت الترتيب على المستوى الإفريقي و العالمي في آخر التقارير الصادرة ؛
- مازالت الجزائر و على الرغم من المجهودات المبذولة تعاني تأخرا حيث سجلت مرتبة متأخرة على المستوى العالمي في مؤشر تنمية تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات.

- لتحقيق الاستفادة من تكنولوجيا المعلومات والاتصالات و عصرنه البنوك الجزائرية

لابد من الاستعانة بدعم هيئات و مؤسسات ؛

- تركز المشاريع المنجزة في إطار التوجه نحو العصرية إرادة الحكومة في دعم هذا

المسعى عبر تحديث نظام الدفع، مشروع الحكومة الإلكترونية و مشروع المدينة

النموذجية للدفع الإلكتروني؛

الخاتمة

- يعتمد النظام البنكي الجزائري على نظامين للدفع لتسوية المعاملات وهما نظام الجزائر للتسوية الفورية (ARTS) ونظام المقاصة الإلكترونية (ATCI)؛
- سجل نشاط نظام المقاصة الإلكترونية في الجزائر نموا معتبرا في حجم العمليات المعالجة ، لكنه يبقى بعيد عن المستوى المحقق في تونس و المغرب؛
- هيمنة التحويلات و الشيكات على غالبية العمليات المعالجة في أنظمة المقاصة الإلكترونية لتونس و المغرب، في حين أظهر النظام في الجزائر تفوق المعاملات بالبطاقات على غالبية العمليات المعالجة بوسائل الدفع الأخرى؛
- تزايد عدد الصرافات الآلية في الجزائر مقارنة مع تونس ولكنه يبقى ضعيف و بعيد عن المستوى المحقق في دولة المغرب ، وهو ما يكرسه حجم السحوبات عبر الأجهزة التي حققت مبالغ قصوى في المغرب مقارنة مع تونس و الجزائر؛
- أظهرت مقارنة عدد أجهزة الدفع الإلكتروني تفوق المغرب طول فترة الدراسة على كل من تونس و الجزائر، في حين أن عددها عرف تزايدا في الجزائر أكبر من عددها في تونس ، ويعزى سبب ذلك إلى صدور قانون التجارة الإلكترونية سنة 2018 الذي أجبر التجار على إقتناء وتركيب هذه الأجهزة، في حين بقي عدد العمليات المنجزة عبرها ضعيف في الجزائر مقارنة مع دول الجوار؛
- عكس تتبع التطور في المدفوعات عبر الإنترنت في الدول الثلاث التأخر الشديد للجزائر ، و يرجع ذلك إلى ضعف تدفق الإنترنت ، مخاوف من عدم تأمين المعاملات الإلكترونية و مشاكل ترتبط بتعلق الجزائريين بالطرق التقليدية للدفع التي يرونها أكثر أمنا وجهلهم أحيانا بالمزايا المقدمة عبر هذه القناة ذات التكلفة المنخفضة؛

– الدفع عبر الهاتف النقال لا يزال غائبا في الجزائر فعلى الرغم من وجود مشاريع مثل Pay-Barid و Wimpay-Bna، إلا أنها لم تعمم بعد و انحصرت في فئة قليلة من زبائن البنك و البريد مما حد من استعمالها؛

– تفوقت دولة المغرب في مجال الدفع عبر الهاتف النقال عبر عدد المحافظ الإلكترونية المتزايد على طول فترة الدراسة و الاستخدامات المختلفة للحسابات المفتوحة ، بالنسبة لدولة تونس فقناة الدفع عبر الهاتف النقال متوفرة وترقى رواجها و قبولها من طرف التونسيين حيث عرفت مؤشرات المدفوعات عبر قناة الهاتف تطورا ملحوظا سواء على مستوى المحافظ المصدرة، عدد المؤسسات التي توفر حلول الدفع بالهاتف النقال، عدد وقيمة المعاملات؛

– أظهرت نتائج الدراسة الإحصائية للاستبيان الموزع على عينة من البنوك العاملة في ولاية عنابة:

- تتوفر البنوك محل الدراسة على قنوات الصيرفة الإلكترونية بدرجة مرتفعة، في حين أن أكثرها استخداما من طرف العملاء هي أجهزة الصراف الآلي؛
- أن استخدام قناة الهاتف النقال و طرفيات البيع لدى التجار و الموقع الإلكتروني يكون بدرجة متوسطة؛
- توفر البنوك محل الدراسة البطاقات البنكية للعملاء ، والتي ارتفع التعامل بها بالمقارنة من الأدوات الإلكترونية الأخرى كالنقود و الشيكات الإلكترونية التي تستخدم بدرجة متوسطة؛

الخاتمة

• يتم طلب العديد من الخدمات من طرف العملاء ، حيث تعتبر خدمة فحص الحسابات و التحويلات المالية مطلوبة بدرجة مرتفعة، في حين أن خدمة دفع المشتريات و الفواتير، محاكاة الخدمة قبل الحصول عليها و التعرف على أسعار الخدمات المعروضة يتم طلبها بدرجة متوسطة أما خدمة إعطاء أوامر للبورصة فالطلب عليها منخفض من طرف العملاء ؛

• تطبق البنوك محل الدراسة استراتيجية الإدارة الإلكترونية في ممارسة أعمالها عبر توفيرها لكل عناصرها (أجهزة الحاسوب، البرمجيات، شبكة الاتصالات و المورد البشري) حيث ظهرت اتجاهات الإجابة لأفراد العينة بالموافقة؛

• أن استراتيجيات العصرنة تساهم في تحسين الأداء المالي و الأداء التجاري بدرجة موافقة مرتفعة؛

2.التوصيات:

وفق التحليل السابق يتم تقديم التوصيات التالية التي من شأنها الدفع بوتيرة التحول نحو العصرنة و دمج التكنولوجيا الحديثة في أنشطة البنوك:

– تدعيم البنية التقنية للبنوك عبر توفير أجهزة حواسيب متطورة، الاستثمار في شراء أحدث البرمجيات ، توسيع شبكة الاتصالات و تأهيل المورد البشري عبر التدريب الدوري و المستمر؛

– العمل على تأمين المعاملات عبر اتخاذ العديد من الإجراءات اللازمة للحد من عمليات الاحتيال و ضمان سرية وأمن المعاملات البنكية؛

الخاتمة

- تشجيع الدولة لاستخدام التكنولوجيا في الحصول على الخدمات البنكية، عبر تقديم امتيازات ضريبية للتجار، تخفيض الرسوم للزبائن؛
- تكثيف البرامج الترويجية لتعميم ثقافة استخدام التكنولوجيا وتقديم العروض المختلفة بأسعار منخفضة لزيادة جذب الزبائن، التجار و المؤسسات؛
- الاستفادة من تجارب دول رائدة في مجال العصرية مثل المغرب وتونس ، عبر إقامة الندوات و الملتقيات التي يتم فيها مناقشة نقاط الضعف و محاولة معالجتها؛
- الاهتمام بعمليات الصيانة الدورية سواء لأجهزة البنك أو لأجهزة الصراف الآلي أو لأجهزة الدفع الإلكتروني للتغلب على المشاكل التي يعاني منها العملاء عند استخدام هذه القنوات؛
- مراعاة أن تكون المواقع الجغرافية التي توضع فيها أجهزة الصراف الآلي و طرفيات البيع لدى التجار قريبة من المجمعات السكنية لتحقيق أكبر استفادة للعملاء.

3. آفاق الدراسة:

يمكن للباحثين التوسع في استخدام المؤشرات سواء فيما يخص المتغير المستقل استراتيجيات العصرية أو المتغير التابع الأداء المالي و الأداء التجاري، كدراسة تأثيرها على الميزة التنافسية ، الجودة ، ... إلخ من المؤشرات، كما يمكن أيضا التوسع في جانب الأداء عبر اعتماد بطاقة الأداء المتوازن، الأداء الوظيفي و الأداء التنظيمي. إضافة إلى مناقشة الجانب التشريعي والقانوني لعصرية المؤسسات البنكية و الذي ما يزال يعاني من عدة اختلالات ونقائص.

تم بحمد الله وفضله

المراجع

أولاً : المراجع باللغة العربية

I.الكتب:

1. أحمد أبو ماضي كامل،(2018): بطاقة الأداء المتوازن كأداة تقييم لأداء المؤسسات الحكومية وغير الحكومية، بدون طبعة، مكتبة نيسان للطباعة والتوزيع: غزة، فلسطين.
2. أحمد جلال جمال،(2016): مبادئ في الإدارة و الإدارة الاستراتيجية، الطبعة الأولى، دار خالد اللحاني للنشر و التوزيع: عمان ، الأردن.
3. أحمد شعبان محمد علي، (2022): التسويق الإلكتروني و إرتباطه بالنقود الرقمية، بدون طبعة، دار التعليم الجامعي : الإسكندرية، مصر.
4. أحمد محمد غنيم، (2022): التسويق الإلكتروني، الطبعة الأولى، المكتبة العصرية للنشر و التوزيع: المنصورة، مصر.
5. أردان حاتم خضير العبيدي ، أحمد محمد فهمي سعيد البرزنجي،(2021): الإدارة الاستراتيجية مدخل في استراتيجية الابداع التنظيمي ومكوناتها، الطبعة الأولى، دار الدكتور للعلوم الإدارية والاقتصادية والعلوم الأخرى: بغداد، العراق.
6. أسامة عبد السلام السيد،(2019)، الاقتصاد الرقمي، الطبعة الأولى، دار غيداء للنشر والتوزيع: عمان ، الأردن.
7. إياد منصور حسن،(2019): إدارة العمليات البنكية والنقدية، الطبعة الأولى، دار ابن النفيس للنشر والتوزيع: عمان ، الأردن.
8. بوراس أحمد ، بركة السعيد ،(2020): أعمال الصيرفة الالكترونية الأدوات والمخاطر، بدون طبعة، دار الكتاب الحديث: القاهرة، مصر.

9. ثامر البكري، أحمد هادي طالب، (2015): إدارة علاقات الزبائن و الأداء التسويقي، الطبعة العربية، دار أمجد للنشر و التوزيع: عمان، الأردن.
10. جلال فاروق أحمد الأسناوي ، إبراهيم جابر السيد،(2020): سلسلة الإدارة الحديثة : الإدارة الإلكترونية، الطبعة الأولى، دار العلم و الإيمان للنشر و التوزيع: دسوق، مصر.
11. جمال قاسم حسن ، محمود عبد السلام،(2021): التجارة الإلكترونية، بدون طبعة ، صندوق النقد العربي: أبو ظبي، الإمارات العربية المتحدة.
12. الجنابي أكرم سالم، (2017): الإدارة الاستراتيجية وتحديات القرن العشرين، الطبعة الأولى، دار أمجد للنشر والتوزيع: عمان، الأردن.
13. حامد فداء ، (2015): الإدارة الإلكترونية الأسس النظرية والتطبيقية، الطبعة الأولى، دار الكندي للنشر والتوزيع: عمان، الأردن.
14. الحداد وسيم محمد ، شقيري نوري موسى ومحمود إبراهيم نور ،(2012): الخدمات المصرفية الالكترونية، الطبعة الأولى، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة: عمان، الأردن.
15. حميدي زقاي ، واسيني محمد ،(2016): سلوك المستهلك المصرفي، الطبعة الأولى، دار زهران للنشر و التوزيع: عمان، الأردن.
16. خليل عبد القادر،(2017): الاقتصاد البنكي مدخل معاصر، بدون طبعة، ديوان المطبوعات الجامعية : الجزائر.
17. خنفوسي عبد العزيز،(2017): الآثار القانونية والاقتصادية للعولمة على الجهاز المصرفي الجزائري، بدون طبعة ، المنظمة العربية للتنمية الإدارية : القاهرة ، مصر .

18. دودين أحمد يوسف، (2010): بطاقة الأداء المتوازنة و معوقات استخدامها في منظمات الأعمال، الطبعة الأولى، دار جليس الزمان للنشر و التوزيع : عمان ، الأردن.
19. ذكرى عبد الرزاق محمد خليفة،(2017): النظام القانوني للبنوك الإلكترونية المزايا- التحديات - الأفاق، بدون طبعة، دار الجامعة الجديدة: الإسكندرية، مصر.
20. سالمى علاء عبد الرزاق ، السليطي خالد إبراهيم ، (2008) : الإدارة الإلكترونية، بدون طبعة، دار وائل للنشر و التوزيع : عمان ،الأردن.
21. الصيرفي محمد ،(2016): إدارة العمليات المصرفية العادية - غير العادية- الإلكترونية، الطبعة الأولى ، دار الفجر للنشر والتوزيع: القاهرة، مصر.
22. طارق عبد الرؤوف عامر،(2007): الإدارة الإلكترونية نماذج معاصرة ، الطبعة الأولى، دار السحاب للنشر و التوزيع: القاهرة، مصر .
23. طاهر محسن منصور الغالبي، وائل محمد صبحي إدريس،(2009): الإدارة الاستراتيجية-منظور منهجي متكامل-، الطبعة الثانية، دار وائل للنشر والتوزيع: عمان، الأردن.
24. طایل مصطفى كمال السيد، (2014): الصناعة المصرفية والعولمة الاقتصادية، الطبعة الأولى، الدار الجامعية: الإسكندرية ، مصر.
25. عبد السلام مصطفى أحمد،(2020): الاقتصاد المعلوماتي والمعرفة الفنية والابداع، الطبعة الأولى، دار العلم والايمان للنشر والتوزيع: القاهرة، مصر.
26. عبد العزيز السيد مصطفى ، أحمد سباعي قطب وعبد الحميد عبد المنعم منطاش ،(2019)، أساسيات تكنولوجيا المعلومات تطبيقات محاسبية ، بدون طبعة، كلية التجارة: جامعة القاهرة، مصر.

27. العريقي منصور محمد إسماعيل، (2011): الإدارة الاستراتيجية، الطبعة الثانية، دار الكتاب الجامعي: صنعاء، اليمن.
28. عمار فوزي كاظم المياحي ، ليلي فوزي أحمد جعفر، (2020): السياسات المصرفية الدولية الشمول المالي الاستدامة المصرفية 2030، الطبعة الأولى، المركز العربي للدراسات والبحوث العلمية: القاهرة، مصر.
29. العياط جمعة حسين ، (2015): الإدارة الإلكترونية، الطبعة العربية ، دار أمجد للنشر و التوزيع: عمان، الأردن.
30. غالب سعد ، (2010) : الإدارة الإلكترونية، بدون طبعة، دار اليازوري للنشر والتوزيع : عمان،الأردن .
31. غانم كمال ،(2023): الإتجاهات الحديثة لقياس وتقييم الأداء المالي و ترشيد القرارات المالية، بدون طبعة، دار المتنبى للطباعة و النشر: المسيلة ، الجزائر.
32. قناوي عزت ، سليمان نيرة،(2006)، العصرنة الاقتصادية التداعيات و التحديات، بدون طبعة، مكتبة دار العلم: الفيوم، مصر.
33. الكافي مصطفى يوسف ،(2011): النقود والبنوك الإلكترونية في ظل التقنيات الحديثة، بدون طبعة، دار مؤسسة رسلان للطباعة والنشر و التوزيع: دمشق، سوريا.
34. كافي مصطفى يوسف،(2011): الإدارة الإلكترونية إدارة بلا أوراق، بدون طبعة، دار ومؤسسة رسلان للطباعة والنشر و التوزيع: دمشق، سوريا.
35. الكرخي مجيد، (2020): مؤشرات الأداء الرئيسية، الطبعة الأولى، دار المناهج للنشر و التوزيع: عمان ، الأردن.

36. الكوني نوري المهدي، (2020): المدخل العلمي للإدارة الإلكترونية تحديث خدمات المنظمات المصرفية، الطبعة الأولى، دار الكتب الوطنية: بنغازي ، ليبيا.
37. محمد بن هلال بن فزاع الكسار العنزي،(2016): تطبيق الإدارة الإلكترونية المفهوم- المزايا- المعوقات، الطبعة الأولى، دار الكتاب الجامعي للنشر و التوزيع: الرياض ، المملكة العربية السعودية.
38. محمد عبد الله شاهين محمد، (2020): آفاق التجارة الإلكترونية العربية، الطبعة الأولى، دار الكتاب الجامعي: العين، الامارات العربية المتحدة، ص 142.
39. محمد علي نسيم، (2016): التوأمان الكفاءة و الفاعلية، بدون طبعة، دار جوانا للنشر و التوزيع: القاهرة، مصر.
40. محمد مدحت محمد،(2016): الحكومة الإلكترونية، الطبعة الأولى، المجموعة العربية للتدريب و النشر: القاهرة، مصر.
41. محمود أحمد عياد صلاح، (2020): الاقتصاد الرقمي، الطبعة الأولى، دار العلم والايمان للنشر والتوزيع: القاهرة، مصر.
42. محمود عبد الفتاح رضوان،(2012): الإدارة الإلكترونية وتطبيقاتها الوظيفية، بدون طبعة، المجموعة العربية للتدريب والنشر: القاهرة، مصر.
43. مسعودي عبد الهادي،(2016): الأعمال المصرفية الالكترونية، بدون طبعة، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع: عمان، الأردن.
44. مطالي ليلي،(2022): مفاهيم وأساسيات التسويق الإلكتروني، الطبعة الأولى، دار الفجر للنشر والتوزيع: القاهرة، مصر.

45. ناظم محمد نوري الشمري ، عبد الفتاح زهير العبد اللات،(2008): الصيرفة الإلكترونية الأدوات والتطبيقات ومعوقات التوسع، الطبعة الأولى ، دار وائل للنشر والتوزيع: عمان ، الأردن.
46. نوري منير، (2017): التجارة الإلكترونية والتسويق الإلكتروني، الطبعة الثانية، ديوان المطبوعات الجامعية: الجزائر.
47. نبيل علي،(1994): العرب وعصر المعلومات، سلسلة عالم المعرفة، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب: الكويت.
48. هارسون ديفيد (2009): الإدارة الاستراتيجية، ترجمة علاء الدين ناطورية، بدون طبعة ، دار الزهران: عمان ، الأردن.
49. وزاني محمد ، حميدي زقاي ،(2021): تسويق الخدمات المصرفية، بدون طبعة، دار النشر الجامعي الجديد: تلمسان، الجزائر.
50. وسيلة حمداوي ،(2009): الجودة ميزة تنافسية في البنوك التجارية، بدون طبعة، مديرية النشر، جامعة قالمة: الجزائر.

II. المجلات العلمية

1. أوصغير الويزة،(2018): خدمات الصيرفة الإلكترونية في البنوك الجزائرية- دراسة حالة القرض الشعبي الجزائري-، مجلة اقتصاديات المال و الأعمال (العدد 07).
2. آيت شعلال نبيل،(2019): البطاقات البنكية وعوائق استخدامها في الجزائر، مجلة الدراسات القانونية والاقتصادية(العدد02).

3. إينال فوزي، (2022): واقع وسائل الدفع الإلكترونية المستحدثة في إطار التكنولوجيا المالية، مجلة المعيار (العدد 02).
4. بابو نور الهدى و بوكبوس سعدون، (2021)، التوجهات الحديثة لعصرنة الخدمات المصرفية بالجزائر دراسة عينة من المصارف العمومية الجزائرية، مجلة معهد العلوم الاقتصادية، (العدد 02).
5. بختي إبراهيم ، (2002): الإنترنت في الجزائر، Revue de l'Information Scientifique et Technique (العدد 02).
6. برحومة عبد الحميد، (2008): الكفاءة والفعالية في مجالات التصنيع والإنتاج، مجلة الدراسات الاقتصادية والمالية (العدد 01).
7. بلحاج نور الهدى ، بن سماعيل حياة، (2021): الصيرفة الإلكترونية واقع تطبيق متطلباتها الأساسية في البنوك الجزائرية، مجلة مجاميع المعرفة، العدد (01).
8. بلخير ميسون، بن جروة حكيم ، (2021): قيمة العلامة التجارية وأثرها على ولاء الزبون وفق نموذج Keller - دراسة حالة عينة من زبائن مؤسسة كوندور في مدينة ورقلة-، مجلة التنمية الاقتصادية (العدد 01).
9. بن أحمد سعدية ، شمة نوال، (2023): مؤشرات قياس الأداء المستخدمة في المؤسسات الصناعية الجزائرية -دراسة استقصائية-، مجلة أبحاث اقتصادية وإدارية (العدد 01).
10. بن أوجيت فطيمة الزهرة المفيدة ، نجاح عصام، (2021): استراتيجيات التحول من الإدارة التقليدية إلى الإدارة الإلكترونية في ظل الأزمات (أزمة كورونا COVID19)، مجلة التنمية البشرية و التعليم للأبحاث التخصصية (العدد 03).

11. بن جدو أمينة، ميهوب مسعود، (2020): تقييم الأداء المالي في البنوك التجارية باستخدام النسب المالية -دراسة تحليلية للبنك الأمريكي للفترة الممتدة بين(2010-2019)، مجلة الأصل للبحوث الاقتصادية و الإدارية (العدد 02).
12. بن حديد أسماء ، تيماي عبد المجيد، (2023): أثر الابتكار التسويقي في بناء ولاء الزبون -دراسة لعينة من مرضى المؤسسات الاستشفائية الخاصة غرداية-، مجلة إضافات اقتصادية(العدد 02).
13. بن خضرة زهيرة، بن بريح أمال، (2023): عصرنة نظام الدفع الإلكتروني في الجزائر، مجلة البحوث والدراسات القانونية والسياسية(العدد 02).
14. بن سعيد لخضر، (2022): إتجاهات التحول الرقمي في الجزائر ومدى مساهماته في التنمية، مجلة آفاق لعلوم الادارة والاقتصاد(العدد 01).
15. بن شريف مريم،(2010): الأعمال المصرفية الإلكترونية الرهانات والتحديات إشكالية الإشراف و الرقابة المصرفية، مجلة الاقتصاد الجديد، العدد(02).
16. بن شلاط مصطفى، (2022): واقع الصيرفة الإلكترونية ووسائل الدفع في الجزائر ، مجلة البشائر الاقتصادية(العدد 01).
17. بناني فتحي، محمودي أحمد، (2020): المسؤولية الاجتماعية كخيار استراتيجي لتعزيز ولاء العميل -تجربة البنك العربي- ، مجلة الحوكمة، المسؤولية الاجتماعية و التنمية المستدامة(العدد 02).
18. بنشوري نسيبة ، فالتة اليمين ، (2023): رضا الزبون : الدوافع و المؤشرات - قراءة في نموذج كانو-، مجلة الاستراتيجية و التنمية(العدد 01).

19. بنية محمد ، بعلي حمزة، (2020): أثر التخطيط الاستراتيجي على تحسين الأداء التسويقي للبنوك التجارية الجزائرية - دراسة عينة من البنوك الجزائرية-، مجلة حوليات الجزائر (العدد 02).
20. بهلولي فيصل ، بوضياف سامية ، (2020): تطبيق الحكومة الإلكترونية كمدخل لتحسين الخدمة العمومية - تجربة الإمارات العربية المتحدة نموذجا مع إمكانية التطبيق في الجزائر - ، مجلة اقتصاديات شمال افريقيا (العدد 23).
21. بوحاي حيات ، مجاني غنية،(2023): اتجاهات تطوير الصيرفة الإلكترونية في الجزائر، مجلة إقتصاد المال و الأعمال (العدد 01).
22. بودريالة فايزة، (2023): إرساء خدمة الدفع بالهاتف النقال لإقلاع الدفع الإلكتروني في الجزائر: الواقع و الإمكانيات، مجلة نماء للاقتصاد و التجارة (العدد 01).
23. بورايو هاجر أميرة، (2018): واقع استخدام البطاقات البنكية في الجزائر-دراسة مقارنة لعينة من البنوك العمومية الجزائرية-، مجلة الأبحاث الاقتصادية (العدد 01).
24. بوسهوه نذير، ملوح محمد،(2022): الدفع الإلكتروني عبر الهاتف النقال ودوره في الحد من أزمة السيولة النقدية في الجزائر، مجلة دفاتر اقتصادية (العدد 01).
25. بوسهوه نذير،(2024): واقع تطور قطاع الاتصالات في الجزائر للفترة (2010-2022)، مجلة الامتياز لبحوث الاقتصاد و الإدارة (العدد 02).
26. بوفولة نبيلة،(2019): تطور قطاع الهاتف النقال في الجزائر خلال الفترة الممتدة ما بين (2006-2016)، مجلة التنمية الاقتصادية (العدد 07).

27. بولحية الطيب، بوجميلة عمر، (2016): تقييم الأداء المالي للبنوك الإسلامية - دراسة تطبيقية على مجموعة من البنوك الإسلامية للفترة (2009-2013)، مجلة اقتصاديات شمال إفريقيا (العدد 14).
28. تقاوة رانية ، شوام بوشامة، (2023): التحول الرقمي كخيار استراتيجي في ظل الانتقال نحو الاقتصاد الرقمي في الجزائر دراسة استكشافية، مجلة الاقتصاد والبيئة (العدد 01).
29. تواتي أميرة، (2020): واقع تطبيق الإدارة الإلكترونية في قطاع التأمينات - دراسة حالة الشركة الوطنية للتأمين وإعادة التأمين CAAR، Journal of Economics and Applied Statistics (العدد 03).
30. تومي إبراهيم ، (2017): تقييم تجربة نظامي التسوية الإجمالية الفورية للمبالغ الكبيرة و الدفع المستعجل (ARTS) والمقاصة الإلكترونية للمدفوعات الخاصة بالجمهور العريض (ATCI) في النظام المصرفي الجزائري خلال عقد من الزمن ، مجلة العلوم الإنسانية جامعة محمد خيضر بسكرة (العدد 46).
31. جدو عبد القادر ، مختار عبد الهادي، (2024): مزايا استخدام القنوات الإلكترونية وتأثيرها على الحصة السوقية : دراسة استطلاعية لوجهات نظر عملاء الوكالات البنكية بمدينة تيارت، مجلة أبحاث اقتصادية معاصرة (العدد 01).
32. جدو قادر، مختار عبد الهادي ، (2024): مزايا استخدام القنوات المصرفية الإلكترونية وتأثيرها على الحصة السوقية : دراسة استطلاعية لوجهات نظر عملاء الوكالات البنكية مدينة تيارت-، مجلة أبحاث اقتصادية معاصرة (العدد 01).

33. جليد نور الدين ، بركان أمينة، (2011): الصيرفة الإلكترونية والبنوك الإلكترونية، مجلة معارف (العدد10).
34. حركات سعيدة، سارة بن غيدة، (2020): البنية التحتية للمعاملات الإلكترونية في البنوك الجزائرية واقع و تحديات-، مجلة البحوث الاقتصادية و المالية (العدد01).
35. حسين فلاح ورد، (2020): أثر التوزيع على الأداء المصرفي المتميز- دراسة تحليلية لعينة من المصارف التجارية المدرجة في سوق العراق للأوراق المالية- ، مجلة مركز دراسات الكوفة (العدد57).
36. حمو محمد ، زيدان محمد، (2016): إدارة التكنولوجيا المصرفية من أجل تحسين تنافسية البنوك مع الإشارة إلى البنوك الجزائرية، مجلة الأكاديمية للدراسات الاجتماعية والانسانية (العدد16).
37. حميدوش علي ، بوزيدة حميدة، (2020): اقتصاديات الأعمال القائمة على الرقمنة، مجلة المستقبل الاقتصادي (العدد1).
38. خالد قاشي خالد ، لواح منير و جبلي حسيبة، (2013): استراتيجية " الجزائر الإلكترونية 2013" بين فجوة النظرية و التطبيق، مجلة الإدارة و التنمية للبحوث و الدراسات (العدد02).
39. خبابة علاء الدين، (2016): أثر البعد التنظيمي للثقافة على تنفيذ الاستراتيجية في المؤسسة، المجلة الجزائرية للتنمية الاقتصادية، العدد(05).
40. خضارة سعاد ، بن قرينة محمد حمزة، (2017): واقع قطاع الاتصالات في الجزائر للفترة الممتدة (2006-2016)، مجلة العلوم الانسانية -جامعة محمد خيضر بسكرة العدد(48).

41. خوبيزي مريم ، (2015): واقع استخدام وسائل الدفع الإلكترونية في الجهاز المصرفي الجزائري، مجلة الدراسات المالية والمحاسبية والإدارية العدد(04).
42. الداوي الشيخ ، (2009): تحليل الأسس النظرية لمفهوم الأداء ، مجلة الباحث(العدد07).
43. دراجي راقي ، (2023): دور وسائل الدفع الإلكترونية في تعزيز الشمول المالي في ظل جائحة كورونا -كوفيد 19-، مجلة التكامل الاقتصادي(العدد02).
44. ديري جمال ، خنوش صليحة ، (2021): جاهزية الجزائر لاستخدام تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات : المؤشرات و المعوقات، مجلة البحوث الاقتصادية المتقدمة(العدد 01).
45. دعبوزسعاد ، فرحي كريمة ،(2021): واقع الدفع الإلكتروني في الجزائر، مجلة الاقتصاد الجديد (العدد 04).
46. ربيع نصيرة،(2021): حتمية الرقمنة كآلية لتطبيق الادارة الالكترونية في الجزائر، مجلة الاستاذ الباحث للدراسات القانونية والسياسية(العدد02).
47. رقية الطيب علي أحمد ، (2021): أثر استخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية في زيادة ربحية البنوك-بالتطبيق على عينة من البنوك السودانية-، مجلة الباحث الاقتصادي (العدد 01).
48. زرزاز العياشي ، (2015): الإدارة الإلكترونية- نظرة جديدة لإدارة المنظمات، مجلة الحقيقة، العدد33.

49. زغدار أحمد، حميدي كلثوم ،(2015): تقييم أداء نظام الجزائر للتسوية الفورية (ARTS) في النظام المصرفي الجزائري خلال الفترة 2006-2014 ، مجلة البحوث و الدراسات العلمية (العدد 02).
50. زواتيني عبد العزيز، حاج الله مصطفى،(2021): المورد البشري بين الكفاءة والفعالية، مجلة بحوث ودراسات (العدد 01).
51. زودة عمار، عبد الغاني بن علي ، (2023): واقع وسائل الدفع الإلكترونية في الجزائر و متطلبات ترقيتها، مجلة البحوث الاقتصادية و المالية (العدد 02).
52. سلايمي جميلة ، بوشي يوسف،(2019): التحول الرقمي بين الضرورة و المخاطر، مجلة العلوم القانونية و السياسية (العدد 2).
53. سلوى حسين حسن رزق،(2021): الأتمتة الذكية و القرارات الإدارية، مجلة البحوث القانونية والاقتصادية (عدد خاص بالمؤتمر الدولي السنوي العشرون).
54. سملاي محمد المختار ، البحري عبد الله ،(2021): واقع وسائل الدفع الإلكتروني ضمن السياسة النقدية للجزائر، مجلة اقتصاديات الأعمال و التجارة (العدد 02).
55. شامي عبد الرحمن ، سليمان إلياس، (2017): التوجه السوقي والأداء التسويقي -دراسة تطبيقية بالبنوك العمومية لولاية بشار-، مجلة التنظيم و العمل (العدد 02).
56. شحادة مها خليل،(2022): التحول الرقمي و التكنولوجيا المالية في المصارف الاسلامية -دراسة في المصالح والمفاسد-، مجلة بيت المشورة، (العدد 17).

57. شرهان أرفق محمد، المنصور محمد و الطشي محمد، (2023): تأثير أنظمة الدفع الإلكتروني في الأداء المالي في البنوك اليمنية -دراسة تطبيقية في البنوك العاملة في مدينة صنعاء - ، مجلة جامعة البيضاء (العدد 01).
58. شعوبي محمود فوزي، التجاني إلهام، (2015)، تقييم الأداء المالي للبنوك التجارية - دراسة حالة البنك الوطني الجزائري والقرض الشعبي الجزائري للفترة (2005-2011)-، مجلة أبحاث اقتصادية وإدارية (العدد 17).
59. صايم مصطفى، بوقناديل محمد، (2019) : مساهمة الإدارة الإلكترونية في تطوير أساليب العمل المصرفي- إشارة للخدمات الالكترونية التي يقدمها البنك الوطني الجزائري BNA، مجلة إضافات اقتصادية (العدد 02).
60. الصيام أحمد زكريا، محمود عادل أبو النادي ، (2014): تأثير كفاءة الخدمات المصرفية الإلكترونية على الأداء المالي للبنوك التجارية الأردنية، مجلة جامعة القدس المفتوحة للأبحاث والدراسات الإدارية و الاقتصادية (العدد 01).
61. الصيد نسيم أحمد، (2022): فاعلية المنظمة و متطلبات التنمية المستدامة ، مجلة البحوث والدراسات الإنسانية (العدد 01).
62. طوير لخضر، (2014) : الفعالية و الالفاعلية في التنظيم، مجلة مقاربات (العدد 03).
63. عبد العزيز علي مرزوق، (2011): محددات الثقافة التسويقية وانعكاسها على رضا العملاء - دراسة تطبيقية على بنوك القطاع العام التجارية بمحافظة المنوفية-، المجلة المصرية للدراسات التجارية (العدد 03).

64. عثمانى مختارية، (2022): جودة الخدمات المصرفية وأثرها على رضا العملاء - دراسة حالة الصندوق الوطني للتوفير والاحتياط بنك لولاية عين تموشنت فرع حمام بوجهر -، مجلة دفاتر بواذكس (العدد 02).
65. العزاوي نجم، (2017): أثر مكونات الإدارة الإلكترونية على أداء المنظمة -دراسة تطبيقية على مصرف الرافدين وفروعه في العراق-، مجلة العلوم الاقتصادية والتسيير والعلوم التجارية (العدد 17).
66. عزمي وصفي عوض ، رسلان أحمد محمد،(2017): أهمية استخدام أدوات وتقنيات الصيرفة الحديثة في تعزيز الأداء العام للبنوك الوطنية الفلسطينية ، المجلة الأردنية في إدارة الأعمال (العدد 03).
67. عزيز سامية ، قوارح أم الخير،(2021): الإدارة الإلكترونية كاستراتيجية بديلة للإدارة التقليدية، مجلة آفاق للبحوث والدراسات، العدد(01).
68. عياش زبير ، نسيم بوكحيل، (2017): تطوير وعصرنة الخدمات البنكية في ظل التوجه نحو اقتصاد المعرفة حالة الجزائر، مجلة ميلاف للبحوث والدراسات(العدد 5).
69. غربي سامية، غربي نجوى، (2020): أشكال و متطلبات إدماج الإدارة الإلكترونية في المؤسسات الجزائرية دراسة حالة المؤسسات الصغيرة و المتوسطة الصيدلانية بولاية قسنطينة، مجلة الباحث الاقتصادي(العدد13).
70. غريسي صدوقي ، الهاشمي سي الطيب رضا و العبسي علي،(2021): واقع و أهمية التحول الرقمي و الأتمتة، مجلة آراء للدراسات الاقتصادية والادارية (العدد02).

71. غسان قاسم داود اللامي،(2013): تحليل مكونات البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات دراسة استطلاعية في بيئة عمل عراقية، مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية الجامعة(عدد خاص بمؤتمر الكلية).
72. فرج الله زينب ، بن صويلح ليليا،(2021): التكنولوجيا الحديثة و دورها في تحقيق جودة أداء المورد البشري ، مجلة المقدمة للدراسات الانسانية و الاجتماعية (العدد02).
- 73.قروش عيسى، فضيلي سمية و عز الدين عبد الرؤوف، (2021): تقييم الأداء المالي للبنوك التجارية بإستخدام النسب المالية - دراسة مجموعة من البنوك التجارية الجزائرية خلال الفترة 2015-2019- ، مجلة العلوم الاقتصادية و علوم التسيير والعلوم التجارية (العدد01).
- 74.قصاص شريفة،(2023): تقييم الأداء المالي للبنوك الجزائرية من خلال مؤشرات مالية و نقدية من 2002 إلى 2020، مجلة العلوم الاقتصادية و التسيير والعلوم التجارية-جامعة المسيلة-(العدد01).
- 75.كروش محمد الأمين، لحرش الطاهر،(2017): دور المنتج المبتكر في تحقيق ولاء العملاء من خلال تأثيره على نية الشراء والحساسية للسعر -دراسة حالة منتجات مؤسسة كوندور - ، مجلة معارف(العدد 23).
- 76.كلاخي لطيفة ، توام زاهية،(2021): جودة الخدمة السياحية وأثرها على ولاء العملاء-دراسة تحليلية على عينة من عملاء وكالة لجدار للسياحة و الأسفار بتيارت، مجلة الاقتصاد وإدارة الأعمال (العدد 02).

77. كلاخي لطيفة، بن حمو عبد الله، (2022): دور التسويق بالعلاقات في كسب ولاء العملاء دراسة حالة وكالة لجدار للسياحة و الأسفار بتيارت -دراسة استكشافية- ، مجلة الاستراتيجية و التنمية(العدد 01).
78. كون فتيحة ، (2017): نظام المقاصة الإلكترونية كآلية لتطوير و تحديث وسائل الدفع في الجزائر، المجلة الجزائرية للاقتصاد و التنمية (العدد 07).
79. لكحل محمد ، مسعودين إيمان،(2021): الإدارة الإلكترونية نموذج حديث لعصرنة الخدمات العمومية- دراسة بعض النماذج التطبيقية-، مجلة الحوكمة، المسؤولية الاجتماعية والتنمية المستدامة(العدد01).
80. مباركي صالح ، خير الدين جمعة، (2021): أثر تكنولوجيا المعلومات على كسب ولاء العميل - دراسة حالة بنك BADR بسكرة-، مجلة الاقتصاديات المالية و البنكية وإدارة الأعمال (العدد 02).
81. محمول نعمان ، سراح موصو، (2019): تقييم الأداء المالي للبنوك التجارية - دراسة حالة المؤسسة المصرفية العربية خلال الفترة 2013-2018-، مجلة نماء للاقتصاد والتجارة (العدد 02).
82. مخوخ رزيقة ، (2022): أثر استخدام الصيرفة الإلكترونية في تحسين أداء البنوك التجارية، مجلة البحوث في العلوم المالية والمحاسبية(العدد02).
83. مدحت محمد أبو النصر، (2023): التحول الرقمي و الإدارة الإلكترونية الواقع و المأمول، المجلة العربية للمعلوماتية و أمن المعلومات (العدد11).
84. مذكور مليكة، (2022): التحديات الأخلاقية للرقمنة، مجلة الأكاديمية للدراسات الاجتماعية والانسانية(العدد02).

85. مرزوق سعيده ، (2023): واقع استخدام تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات في الجزائر: دراسة تحليلية باستخدام مؤشر الجاهزية الشبكية ، مجلة العلوم الانسانية (العدد 01).
86. مزغاش هيبه،(2021): أثر تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات على الأداء المالي و التجاري للبنوك التجارية الجزائرية - دراسة حالة عينة من البنوك التجارية النشطة في ولاية برج بوعرييج، مجلة التكامل الاقتصادي(العدد 03).
87. مزهوده عبد المليك ،(2001): الأداء بين الكفاءة و الفعالية مفهوم وتقييم، مجلة العلوم الانسانية جامعة محمد خيضر بسكرة (العدد 01).
88. مزيان محمد توفيق ، بديار أمينة،(2018): تنمية التكنولوجيات الحديثة للمعلومات والاتصالات في الجزائر: بين الواقع والمأمول، مجلة العلوم الإدارية والمالية (العدد 01).
89. مسعودي ربيع ، جرودي رنده،(2017): تحليل الاستبيان باستخدام برنامج Spss ، مجلة الاقتصاديات المالية والبنكية وإدارة الأعمال-جامعة بسكرة العدد(03).
90. مسعودي عبد الكريم، قريشي خير الدين،(2023): التكنولوجيا المالية كآلية لتحقيق جودة الأداء المصرفي، مجلة الدراسات المالية، المحاسبية و الإدارية(العدد 01).
91. مسيردي سيد أحمد، سعيدي خديجة، (2013): مشروع الجزائر الإلكترونية : واقع وتحديات، مجلة الإدارة للتنمية و الدراسات (العدد 02).
92. مطاي عبد القادر ،(2013): متطلبات ارساء التكنولوجيا المصرفية في دعم الذكاء التنافسي بالبنوك الجزائرية، مجلة الأكاديمية للدراسات الاجتماعية والانسانية(العدد 10).

93. مغزيلي نوال ، (2018): تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات -دراسة للمؤشرات و تشخيص للمعيقات ، المجلة الجزائرية للأمن و التنمية (العدد 12).
94. موساوي آسيا،(2021): تطوير البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات و الاتصالات (ICT) أساس الاقتصاد الرقمي دراسة حالة الجزائر خلال الفترة(2007-2017)، مجلة المنهل الاقتصادي(العدد03).
95. نصر حمود مزنان فهد،(2011): إمكانات التحول نحو الصيرفة الإلكترونية في البلدان العربية، مجلة كلية الادارة والاقتصاد، العدد(04).
96. يتوجي سامية ، (2015): أطر الرقمنة الإدارة العمومية في مشروع "الجزائر الإلكترونية 2013" ، مجلة معارف(العدد 18).
97. يحيوي نعيمة ، لحسيني فاطمة الزهراء،(2017): واقع تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات في الجزائر، مجلة الاقتصاد الصناعي (العدد 13).
98. يوب آمال ، بودبزة إكرام،(2019): أثر التغيير التنظيمي على نجاح التحول الرقمي بالمؤسسات العمومية الجزائرية، مجلة الاقتصاد الجديد (العدد 3).

III. الأطروحات و الرسائل الجامعية:

1. بركان أمينة،(2014): الصيرفة الالكترونية كحتمية لتفعيل أداء الجهاز المصرفي - حالة الجزائر -، أطروحة دكتوراه غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر - 3، الجزائر.

2. بشير عامر، (2012): دور الاقتصاد المعرفي في تحقيق الميزة التنافسية للبنوك- دراسة حالة الجزائر، أطروحة دكتوراه غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية و علوم التسيير جامعة الجزائر: الجزائر.
3. بلقيدوم صباح، (2012): أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصالات الحديثة على التسيير الاستراتيجي للمؤسسات الاقتصادية، أطروحة دكتوراه غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة قسنطينة2-قسنطينة، الجزائر.
4. بن ديلمى إسماعيل، (2018): أثر استخدام تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات على الأداء التسويقي للبنوك التجارية الجزائرية، أطروحة دكتوراه غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة باتنة1: الجزائر.
5. بوجلال أنفال، (2015): قياس الأداء المالي للبنوك الاسلامية في ظل الأزمات المالية-دراسة مقارنة لبعض البنوك خلال الفترة 2003-2013-، أطروحة دكتوراه غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية و علوم التسيير، جامعة فرحات عباس: سطيف، الجزائر.
6. بوزيرة عبد السلام، (2010): موقف طه عبد الرحمن من الحادثة، مذكرة ماجستير غير منشورة، كلية العلوم الانسانية والعلوم الاجتماعية، جامعة منتوري- قسنطينة، الجزائر.
7. بوعكاز عامر، (2020): تطبيق الإدارة الإلكترونية كآلية لتحسين جودة الخدمات المصرفية (دراسة ميدانية)، أطروحة دكتوراه غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية و علوم التسيير، جامعة زيان عاشور: الجلفة، الجزائر.

8. بوكفة حمزة، (2017): أثر استخدام الإنترنت على أداء المؤسسات الصغيرة و المتوسطة الناشطة في القطاع السياحي - دراسة عينة من المؤسسات الصغيرة و المتوسطة-، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية و علوم التسيير ، جامعة العربي بن مهيدي: أم البواقي، الجزائر.
9. حيث أحمد فتحي محمد، (2012): أثر تطبيق وظائف الإدارة الإلكترونية في تعزيز فاعلية البنوك و كفاءتها، أطروحة دكتوراه غير منشورة، كلية الأعمال، جامعة عمان العربية: الأردن.
10. رانية هدار، (2017): دور الإدارة الإلكترونية في ترشيد الخدمة العمومية في الجزائر، أطروحة دكتوراه غير منشورة، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة باتنة 01: باتنة ، الجزائر.
11. زينب جواد عبيد غالي الجليحاوي ، (2010): أثر الخدمات المصرفية غير المربحة على الأداء المصرفي-دراسة تطبيقية على عينة من المصارف التجارية الحكومية في العراق - ، مذكرة ماجستير غير منشورة، كلية الإدارة والاقتصاد، جامعة كربلاء: العراق.
12. زينب رمضاني، (2018): إمكانية تحسين الأداء المالي للبنوك العمومية الجزائرية، أطروحة دكتوراه غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر 3: الجزائر.
13. سعدان آسيا، (2017): دور تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في عصرنة النظام البنكي- دراسة حالة الجزائر -، أطروحة دكتوراه غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة باجي مختار - عنابة، الجزائر.

14. سعودي نادية، (2017): مدى استخدام الأساليب الحديثة لمراقبة التسيير في قياس و تقييم أداء البنوك التجارية الجزائرية، أطروحة دكتوراه غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير ، جامعة محمد بوضياف : المسيلة ، الجزائر .
15. شيروف فضيلة، (2017): دور إدارة علاقات العملاء الإلكترونية في تحسين أداء البنوك -دراسة حالة بعض البنوك في الجزائر-، أطروحة دكتوراه غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة العربي بن مهيدي: أم البواقي، الجزائر .
16. عامر بشير،(2005): تحديث البنوك التجارية-دراسة حالة الجزائر-، مذكرة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة سعد دحلب، البليدة: الجزائر .
17. عبان عبد القادر،(2016): تحديات الإدارة الإلكترونية في الجزائر، أطروحة دكتوراه غير منشورة، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، جامعة محمد خيضر ،بسكرة: الجزائر .
18. عداوي هناء،(2016): مساهمة في تحديد دور تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في اكساب المؤسسة ميزة تنافسية -دراسة حالة الشركة الجزائرية للهاتف النقال موبيليس-، أطروحة دكتوراه غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة محمد خيضر - بسكرة، الجزائر .
19. فاطمة محمود رزق زعرب،(2008): الأتمتة ودورها في تحسين أداء ادارات شؤون الموظفين في الوزارات الحكومية بقطاع غزة، رسالة ماجستير غير منشورة ، كلية التجارة، الجامعة الاسلامية، غزة ، فلسطين .

20. قارة عشيرة حميد ،(2022): دور تطبيقات الإدارة الإلكترونية في تحسين جودة الخدمات المصرفية- دراسة عينة من البنوك الجزائرية، أطروحة دكتوراه غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير، جامعة حسيبة بن بوعلي: الشلف ، الجزائر .
21. كحول محمد يزيد، (2015): مساهمة سياسات التسويق في الأداء التجاري لشركات التأمين: دراسة حالة الجزائر، أطروحة دكتوراه غير منشورة ، كلية العلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير ، جامعة باجي مختار : عنابة، الجزائر .
22. لطيف وليد،(2020): البنوك الالكترونية و علاقتها بالبنك المركزي-دراسة حالة سنغافورة 2001-2017- ، أطروحة دكتوراه غير منشورة ، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد خيضر ، بسكرة: الجزائر .
23. مروة مبروكي، (2023): مساهمة بطاقة الأداء المتوازن في قياس و تقييم الأداء المالي في المؤسسة الاقتصادية -دراسة حالة مجمع صيدال- ، أطروحة دكتوراه غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد خيضر: بسكرة، الجزائر .
24. الميلود سحانين،(2016): مساهمة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في تحقيق أبعاد التنمية المستدامة-دراسة حالة الجزائر، أطروحة مقدمة دكتوراه غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الجيلالي ليابس-سيدي بلعباس، الجزائر .

25. نعلاني سماح أحمد مروان ،(2015): استعدادات العاملين نحو أتمتة العمل الإداري في جامعة حلب دراسة حالة، رسالة ماجستير غير منشورة ، كلية الاقتصاد، جامعة حلب: سوريا.

IV.الملتقيات والمؤتمرات العلمية:

1. حيدر حمودي علي ، رضا أحمد عباس،(2022): استخدام التكنولوجيا في تعزيز الكفاءة المالية، المؤتمر الدولي العلمي استخدام التكنولوجيا في المؤسسات المالية والمؤسسات الناشئة المنعقد يومي 04 و05 جوان 2022، المركز الديمقراطي العربي، برلين، ألمانيا .

2. دهيني سعاد،(2021): التحول الرقمي من الاختياري الى الحتمي، الملتقى الدولي الافتراضي الثاني حول مستقبل تطبيقات الرقمنة في ظل الجائحة الواقع، التحديات والآفاق المنعقد يومي 10 و11 أفريل 2021 ، المركز الجامعي علي كافي ، تندوف.

3. رزيق كمال ، فضيلي عبد الحليم ،(2004): تحديث النظام المصرفي الجزائري، ملتقى المنظومة المصرفية الجزائرية والتحويلات الاقتصادية-الواقع و التحديات-،المنعقد يومي 14/15 ديسمبر 2004، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية ، جامعة الشلف.

4.طالة لاميعة،(2021): التكنولوجيا الحديثة للاعلام والاتصال المفهوم،التطور،الخصائص، أهم مجالات تطبيقها، الملتقى الدولي الافتراضي الثاني حول مستقبل تطبيقات الرقمنة في ظل الجائحة الواقع، التحديات والآفاق المنعقد يومي 10 و11 أفريل 2021 ، المركز الجامعي علي كافي ، تندوف، الجزائر.

قائمة المراجع

5. محمد يدو ، خالد قاشي، (2011): استراتيجية إدارة مخاطر الصيرفة الإلكترونية، ورقة مقدمة لأعمال الملتقى الدولي الرابع حول عصرنه نظام الدفع في البنوك الجزائرية و إشكالية اعتماد التجارة الإلكترونية في الجزائر -عرض تجارب دولية- يومي 26-27 أفريل 2011، المركز الجامعي بخميس مليانة، الجزائر.

6. مصباح إسماعيل، عاد محمد الصغير، (2023): دور الإدارة الإلكترونية في تطوير العمل الإداري للبنوك-دراسة حالة بنك الجزائر الخارجي BEA ، الملتقى الوطني جودة الخدمات في ظل التحول الرقمي و الإدارة الإلكترونية في المؤسسات الجزائرية رهانات و تحديات/ تقييم الواقع واستشراف المستقبل المنعقد يومي 08 و 09 نوفمبر 2023 ، كلية العلوم الاقتصادية و التجارية وعلوم التسيير، جامعة غرداية ، الجزائر.

V. التقارير، الجرائد الرسمية، القوانين و المراسيم التشريعية:

1. بنك الجزائر ،(2016): التطور الاقتصادي و النقدي في الجزائر، التقرير السنوي 2015

متوفر على الرابط: https://www.bank-of-algeria.dz/wp-content/uploads/2023/06/rapportba_2015ar.pdf

، تاريخ الاطلاع 2023/04/10.

2. بنك الجزائر،(2005): النظام 05-06 المؤرخ في 13 ذي القعدة 1426 ، متوفر

على الرابط: https://www.bank-of-algeria.dz/stoodroa/2023/02/06_05.pdf ،

تاريخ الاطلاع 2023/03/10.

3. بنك الجزائر،(2005)، النظام رقم 05-04 المؤرخ في 10 رمضان 1426 ،

متوفر على الرابط: <https://www.bank-of-algeria.dz/stoodroa/2023/02/04-05.pdf>

، تاريخ الاطلاع 2023/04/21.

قائمة المراجع

4. بنك الجزائر،(2020): التقرير السنوي 2019، متوفر على الرابط :
<https://www.bank-of-algeria.dz/stoodroa/2023/02/rapportBA2019ar.pdf> ، تاريخ
الاطلاع: 2024/04/30.
5. بنك الجزائر،(2021): التقرير السنوي 2020، متوفر على الرابط:
<https://www.bank-of-algeria.dz/stoodroa/2023/02/rapportba2020ar.pdf> ، تاريخ
الاطلاع : 2023/02/12.
6. بنك الجزائر،(2023): التقرير السنوي 2022، متوفر على الرابط: [https://www.bank-of-](https://www.bank-of-algeria.dz/stoodroa/2023/11/Rapport-BA-2022-Ar.pdf)
[algeria.dz/stoodroa/2023/11/Rapport-BA-2022-Ar.pdf](https://www.bank-of-algeria.dz/stoodroa/2023/11/Rapport-BA-2022-Ar.pdf) ، تاريخ الاطلاع : 2023/02/12.
7. البنك المركزي التونسي،(2020): التقرير السنوي 2019، متوفر على الموقع:
https://www.bct.gov.tn/bct/siteprod/documents/RA_2019_fr.pdf ، تاريخ
الاطلاع: 2023/03/15.
8. البنك المركزي التونسي،(2021): التقرير السنوي 2020 ، متوفر على الرابط:
https://www.bct.gov.tn/bct/siteprod/documents/RA_2020_fr.pdf ، تاريخ
الاطلاع: 2023/03/26.
9. البنك المركزي التونسي،(2023): التقرير السنوي 2022، متوفر على الرابط:
https://www.bct.gov.tn/bct/siteprod/arabe/documents/RA_ar.pdf ، تاريخ
الاطلاع: 2023/03/22.
10. بنك المغرب، (2023): التقرير السنوي للإشراف البنكي لسنة 2022، متوفر على
الموقع: <https://www.bkam.ma/> ، تاريخ الاطلاع 2023/05/01.

قائمة المراجع

11. سلطة ضبط البريد و الاتصالات الإلكترونية (2010): التقرير السنوي، متوفر على

الموقع ، <https://www.arpce.dz/ar/file/e8k3o0> ، تاريخ الاطلاع: 2024/05/10.

12. سلطة ضبط البريد و الاتصالات الإلكترونية (2019): التقرير السنوي، متوفر على

الموقع <https://www.arpce.dz/ar/file/j0z5o5> ، تاريخ الاطلاع: 2024/05/10.

13. سلطة ضبط البريد و الاتصالات الإلكترونية (2022): التقرير السنوي ، متوفر

على الموقع: <https://www.arpce.dz/ar/file/i4b1y5> ، تاريخ الاطلاع : 2024/05/10.

14. سلطة ضبط البريد و الاتصالات الإلكترونية (2023): مرصد الإنترنت في الجزائر، متوفر

على الموقع <https://www.arpce.dz/ar/file/f8n6m6> ، 10/05/2024 .

15. سلطة ضبط البريد و الاتصالات الإلكترونية (2023): مرصد سوق الهاتف الثابت

في الجزائر، متوفر على الموقع <https://www.arpce.dz/ar/file/k3l8z6> ، تاريخ الاطلاع : 2024/05/10 .

16. سلطة ضبط البريد و الاتصالات الإلكترونية (2023): مرصد سوق الهاتف النقال

في الجزائر، متوفر على الموقع <https://www.arpce.dz/ar/file/e1o6y0> ، تاريخ الاطلاع: 2024/05/10.

VI. المواقع الإلكترونية:

1. البريد التونسي، تاريخ البريد التونسي ، متوفر على الموقع:

<https://www.poste.tn/> ، تاريخ الاطلاع: 2023/04/13.

قائمة المراجع

2. جريدة البلاد، الجمعية المهنية للبنوك تطلق مشروع المدينة النموذجية للدفع الإلكتروني، متوفر على الموقع <https://www.elbilad.net/derniere-info/> : تاريخ الاطلاع 2024/05/25 .
3. مركز النقديّات المغربي، تاريخ النقديّات ، متوفر على الموقع: <https://www.cmi.co.ma/> ، تاريخ الاطلاع: 2023/04/13.
4. وزارة البريد و المواصلات السلكية و اللاسلكية ، متوفر على الموقع : <https://www.mpt.gov.dz/category/%d8%a3%d8%ae%d8%a8%d8%a7%d8%b1> تاريخ الاطلاع: 2024/05/11.
5. وزارة البريد والمواصلات السلكية واللاسلكية، اطلاق مشروع “ المدينة النموذجية للدفع الإلكتروني “، متوفر على الموقع: <https://www.mpt.gov.dz/> ، تاريخ الاطلاع 2024/05/24.
6. وزارة المالية ، متوفر على الموقع: <https://www.mf.gov.dz/index.php/ar/activites-ar/676-wimpay-bna> ، تاريخ الاطلاع: 2023/04/30.

ثانيا: المراجع باللغة الأجنبية

I.Ouvrage :

1. Barbaray Christian, (2016) : Satisfaction, fidélité et expérience client- Être à l'écoute de ses clients pour une entreprise performante -, Dunod : Paris, France.
2. Herlin Philippe, (2015) : Apple, Bitcoin, Paypal, Google : La Fin Des Banques ?, Eyrolles édition : paris, France.
3. Hervier Guy, (2001) : Le Commerce électronique Vendre en ligne et optimiser ses achats, édition d'Organisation : Paris , France.
4. Hubert Drouvot , Gérard Verna, (1994) : LES POLITIQUES DE DÉVELOPPEMENT TECHNOLOGIQUE, Éditions de l'IHEAL, Paris.

5. Julien Anne, Marot André, (2012) : Marketing de la banque et de l'assurance, Dunod : Paris, France.
6. Kotler Philip, Keller Kevin Lane, (2006) : Marketing Management, 12 édition, Pearson : paris , France.
7. Roman Bernard , Tchibozo Alain, (2020): Transformer la banque –Quelles stratégies à l'ère digitale ?- , 2° édition, DUNOD, Parie, France.
8. Vas Alain, (2017) : Les fondements de la stratégie : Un voyage illustré, de la conception à la mise en œuvre, Dunod : paris, France.

II.Articles scientifiques :

1. Abdelfadel Kaoutar, Sbiti Morad , (2020) : Les Indicateurs clés de performance : Facteurs De Succès Des Organisations, Revue du Contrôle de la Comptabilité et de l'Audit (N° 03).
2. Ahmed Abdul Razzak Al-Sayed Omar, (2023): Efficiency and Effectiveness in Management, Journal of Survey in Fisheries Sciences (N° 03).
3. Boulenuar Nassima, Daoudi Salah, (2019) : Impact des TIC sur la stratégie bancaire : Le cas du Crédit Populaire Algérien et de la Société Générale , Revue Algérienne d'Economie de gestion (N°1)..
4. Brahami Mohammed Amine , Belghaba Mohamed et Arslane Akram, (2022), Transformation Digitale et Usage du Numérique : quel engagement des entreprises algériennes ? , Journal Of Economics And Management (n° 01).
5. Charef Leila, (2015) : La gestion de la relation client dans les banques: un outil de fidélisation du client, El-Bahith Review (N° 01).
6. Cheng Gong , Vincent Ribiere,(2021); Developing a unified definition of digital transformation , Technovation journal (Vol 102).
7. Deghnouche Latra, Mezghiche Djamel, (2023) : E-Banking Risks Management, Afak For Sciences Journal, (N°03).
8. Essaid Taib, (2015) : « e-Algérie 2013 », ou l'échec d'une politique publique de modernisation de l'administration par les TIC, Revue Algérienne des Politiques Publiques (N° 7).
9. Ibeghouchene Saadia, Mokrane Ali, (2022) : Adoption et utilisation des paiements électroniques en Algérie: étude empirique de la période (2016-2022), Revue de l'économie financière & des affaires (N°03).

10. Jyoti Bathra , Usha Porwal, (2018) : A Comparative Analysis Of Traditional Banking And Electronic Banking With The Special Reference Of Indore District, International Journal of Creative Research Thoughts (N°01).
11. Kolli Sihem, Ouadah Khelil, (2023) La Gestion Electronique et Son Rôle dans Le Développement De La Performance de L'administration Electronique en Algérie, Scientific Research Bulletins (N°01).
12. Lazreg Mohammed , Sebbagh Rafika, (2017) : Les impacts des Nouvelles Technologies de l'Information et de la Communication (NTIC) sur la performance des banques algériennes, revue des sciences économiques et gestion et sciences commerciales (N°18).
13. Noui Noureddine, Douffi Maroua et Choubar Lyes, (2023) : Vers le E-banking sécurisé en Algérie, Revue Cahiers Economiques (N° 01) .
14. Sadouki ghrissi, Bouchikhi mohammed redha, (2022) : L'effet des services bancaires électroniques sur la performance financière des banques commerciales en Algérie - une étude empirique sur un échantillon de banques-, Revue Administration et Développement Pour les Recherches et les études (N° 01).
15. Savić Dobrica, (2020): From Digitization and Digitalization to Digital Transformation: A Case for Grey Literature Management, the grey journal, (N °1).

III.Séminaire et colloques :

1. Hafsi Mouaad et Saïd Assar, (2017), Le rôle de la modélisation d'entreprise dans la transformation numérique: une étude exploratoire, 22ème Conférence de l'Association Information et Management, Paris, France.

IV.Les Rapports

1. Bank Al-Maghrib, (2022) : Rapport annuel sur les infrastructures des marchés financiers et les moyens de paiement, leur surveillance et l'inclusion financière, sur le site: <https://www.bkam.ma/Publications-et-recherche/Publications-institutionnelles/> , consulté Le 15/02/2023.
2. Bank AL-Maghrib, (2022) : Rapport Annuel sur la supervision bancaire, sur le site :<https://www.bkam.ma/Publications-et-recherche/Publications-institutionnelles/> , consulté le 02/01/2023.

3. Bank Al-Maghrib, (2022), Statistiques des moyens de paiement scripturaux, sur le site : <https://www.bkam.ma/Systemes-et-moyens-de-paiement/Publications/Statistiques-des-moyens-de-paiement-scripturaux> , consulté le 20/03/2023.
4. Centre Monétique Interbancaire, (2022): Activité Monétique, sur le site : <https://www.cmi.co.ma/fr/chiffres-cles-activite-monetique-ecommerce-maroc>, consulté le 20/02/2023.
5. Data reportal, Digital report, sur le site : <https://datareportal.com/reports/digital-2022-october-global-statshot>, consulté le 01/09/2023.
6. Hannah Sausen, (2020): what is Digitalization? Opportunities and Challenges in East-Africa, Friedrich-Ebert-Stiftung Rwanda Office, Kigali, Rwanda.
7. International Telecommunication Union, Measuring digital development: The ICT Development Index 2023 (IDI), Sur le site: <https://www.itu.int/itu-d/reports/statistics/IDI2023/> , consulté le 02/05/2024.
8. Jerry Norton, Ralf Schlenker, (2019) : Banking Transformed : Des experts de CGI discutent de la modernisation des banques, Rapport disponible sur : file:///C:/Users/ERC/Downloads/fr_rt_modernize.pdf, consulté le 15/05/2021.
9. The World Bank Group, (2003), ICT and MDGs A World Bank Group Perspective, The World Bank Group's Global ICT Department: USA .
10. United Nations Conference On Trade And Development, (2003) ,INFORMATION AND COMMUNICATION TECHNOLOGY DEVELOPMENT INDICES, United Nations: New York and Geneva ..

V.Sites, études et documents numériques :

1. .GIE Monétique, Activité Retrait sur ATM, sur le site : <https://giemonetique.dz/ar/activite-retrait-sur-atm/>, consulté le 02/04/2023.
2. Agence Web Alphalives, Définition de la digitalisation, sur le site : <https://www.alphalives.com/digitalisation>, 10/05/2023.
3. Algérie poste, Service Paiement Mobile Barid Pay, Sur le site : https://www.poste.dz/services/corporate/Baridi_pay_cor , consulté le 30/04/2023.
4. Algérie Presse Service, Paiement électronique: 1400 souscripteurs au service Wimpay-BNA en un mois, sur le site : <https://www.aps.dz/economie/120823-paiement->

electronique-1400-souscripteurs-au-service-wimpay-bna-en-un-mois, consulté le : 30/04/2023.

5. Banque National d'Algérie, Wimpay-BNA, sur le site : <https://www.bna.dz/fr/particulier-wimpay-bna/>, consulté le 30/04/2023.

6. Bel Hadj Salah Maher , (2020) : Les déterminants de la performance bancaire : Cas des banques Tunisiennes, Sur Le Site : https://ifid-concours.org/biblio/38%C3%A8me_Banque/Bel_Haj_Salah_Maher.pdf , consulté le 09/05/2024.

7. billet de banque, Définition du mot Carte bancaire. Sur le site : <https://billetdebanque.panorabankes.com/> , consulté le 26/05/2022, 15 :30.

8. Consulté le 06/05/2024 , sur le site : https://dictionnaire.enap.ca/dictionnaire/docs/definitions/defintions_francais/performance_gestion.pdf

9. Distributique, Gartner, les dépenses IT mondiales, sur le site : [https://www.distributique.com/actualites/lire-selon-gartner-les-depenses-it-mondiales-depasseront-les-4-400-md\\$-en-2022-31756.html](https://www.distributique.com/actualites/lire-selon-gartner-les-depenses-it-mondiales-depasseront-les-4-400-md$-en-2022-31756.html) , consulté le 29/09/2023,

10. Fabiana Machiavelli , Nicolas Charest, (2012) : MODERNISATION DE L'ÉTAT, Le Dictionnaire encyclopédique de l'administration publique, Bibliothèque et Archives Canada, p1. sur le site www.dictionnaire.enap.ca, consulté le 08/05/2021.

11. Fastup, Transformation Numérique VS. Modernisation de l'informatique : Quelle est la différence?, sur le site : <https://fastup.be/transformation-numerique-vs-modernisation-difference/> consulté le 15/05/2021.

12. Geraldine O'Keeffe , Charlene Bachman et Omoneka Musa Oyier, (2017): Canaux De Distribution Alternatifs Et Technologies, world Bank Group ,Sur le site : <https://documents1.worldbank.org/curated/en/372781531285581358/pdf/Alternative-delivery-channels-and-technology-handbook.pdf> , consulté le 15/02/2022.

13. GIE Monétique, Sur le site : <https://giemonetique.dz/ar/qui-sommes-nous> , consulté le 22/05/2024.

14. GIE Monétique, Activité Paiement, Sur TPE sur le site : <https://giemonetique.dz/activite-paiement-sur-tpe/> , consulté le 12/03/2023.

15. Journaldunet, Le chiffre d'affaires e-commerce mondiale, sur le site : <https://www.journaldunet.com/ebusiness/commerce/1009561-chiffre-d-affaires-e-commerce-monde/> , consulté le 30/08/2023.
16. La banque mondiale , sur le site : <https://donnees.banquemondiale.org/indicateur/IT.NET.USER.ZS> ,consulté le 01/09/2023.
17. LinkedIn, Algeria e-Banking Services, sur le site : <https://www.linkedin.com/company/algeria-e-banking-services> , 23/05/2024.
18. Monétique Tunisie, Statistiques, sur le site : <https://www.monetiquetunisie.com/statistiques-2/> , consulté le 21/02/2023.
19. Monétique Tunisie, Statistiques, sur le site : <https://www.monetiquetunisie.com/statistiques-2/> , consulté le 22/02/2023.
20. Patrick Mikalef , Elena Parmiggiani : An Introduction to Digital Transformation, consulté le 01/05/2023, sur le site : (PDF) An Introduction to Digital Transformation (researchgate.net).
21. Red Hat, Comprendre l'automatisation, consulté le 01/03/2023, sur le site : <https://www.redhat.com/fr/topics/automation>.
22. Saifaddin Galal , sur le site : <https://www.statista.com/statistics/1274905/average-download-speed-in-north-africa-by-country/> , consulté le 21/04/2024, 23 :29.
23. SATIM, Sur le site : <https://www.satim.dz/ar/la-satim-2/2021-04-21-13-08-37.html> , 20/04/2023.
24. Speedtest Global Index, Sur le site : <https://www.speedtest.net/global-index> , consulté le 21/05/2024.
25. Statista, Number of internet users worldwide, Sur le site: <https://www.statista.com/statistics/273018/number-of-internet-users-worldwide/> , consulté le 01/09/2023.
26. Statista, Sur le site : <https://www.statista.com/statistics/1274905/average-download-speed-in-north-africa-by-country/> , consulté le 21/04/2024.
27. Stéphanet Jacquet , Management de la performance : des concepts aux outils, consulté le 06/05/2024, sur le site : https://creg.ac-versailles.fr/IMG/pdf/Management_de_la_performance_-_des_concepts_aux_outils.pdf

الملاحق

وزارة التعليم العالي و البحث العلمي

Badji Mokhtar Annaba University

جامعة باجي مختار - عنابة

Université badji Mokhtar-Annaba-



كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير

قسم: العلوم المالية

التخصص: مالية وبنوك

استبيان

موجه لموظفي الوكالات البنكية في ولاية عنابة

الأخ الكريم، الأخت الكريمة،

تحية طيبة و بعد،

تقوم الباحثة، بودشيشة ريمة، بإجراء دراسة حول استراتيجيات العصرية في المؤسسات البنكية وأثرها

على الأداء المالي و الأداء التجاري، تحت إشراف د/ كحول محمد يزيد لنيل شهادة الدكتوراه (LMD)

بجامعة باجي مختار - عنابة - كلية العلوم الاقتصادية و علوم التسيير.

يرجى التفضل بالإجابة على جميع الأسئلة الواردة في الاستمارة المرفقة، وأرجو تحري الدقة و

الموضوعية في الإجابة، علما بأن إجاباتكم ستعامل بشكل سري ولغايات البحث العلمي فقط، أقدم جزيل

الشكر سلفا على جهودكم وحسن تعاونكم الصادق.

تقبلوا منا فائق الاحترام و التقدير

ساعة الإجابة:.....

اسم الوكالة البنكية:.....

الاستبيان مقسم إلى قسمين: القسم الأول هو الاستبيان في صورته النهائية الموجه لموظفي الوكالات البنكية العمومية و الخاصة بولاية عنابة، أما القسم الثاني فهو الاستبيان الموجه للتحكيم.

المحور الأول: البيانات الشخصية

الرجاء وضع الإجابة المناسبة (الرقم) في الفراغات المقابلة لكل عبارة والمحددة في الجدول الموالي:

.....	(1) ذكر (2) أنثى	الجنس
.....	(1) من 22 إلى 32 سنة (2) من 33 سنة إلى 43 سنة (3) من 44 سنة فما أكبر	العمر
....	(1) بكالوريا (2) تقني سامي (3) ليسانس (4) ماجستير (5) دكتوراه	المستوى التعليمي
.....	(1) مدير (2) نائب مدير (3) رئيس قسم (4) رئيس مصلحة (5) أخرى	الوظيفة
.....	(1) أقل من 05 سنوات (2) من 05 إلى 10 سنوات (3) أكثر من 10 سنوات	الخبرة
.....	(1) عام (2) خاص	نوع البنك

المحور الثاني: درجة تطبيق استراتيجيات العصرية في المؤسسات البنكية

تعتبر الأبعاد عن مؤشرات تطبيق البنوك لاستراتيجيات العصرية (استراتيجية الصيرفة الإلكترونية و استراتيجية

الإدارة الإلكترونية)، و تعكس مدى استفادتها من التكنولوجيا الحديثة في أنشطتها.

الجزء الأول: استراتيجية الصيرفة الإلكترونية

يرجى الإجابة بوضع الإشارة (x) أمام العبارة التي تعكس وجهة نظركم:

البعد الأول: قنوات الصيرفة الإلكترونية					
ع1: حدد القنوات التي يوفرها بنكم للعملاء :					
لا	نعم				
		الصيرفة عبر الهاتف النقال			
		الصيرفة عبر الصراف الآلي			
		الصيرفة عبر طرفيات الدفع لدى التجار			
		الصيرفة عبر الموقع الإلكتروني			
مرتفعة جدا	مرتفعة	متوسطة	منخفضة	منخفضة جدا	
ع2: حدد درجة استخدام هذه القنوات من طرف عملاء بنكم:					
					الصيرفة عبر الهاتف النقال
					الصيرفة عبر الصراف الآلي
					الصيرفة عبر طرفيات البيع لدى التجار
					الصيرفة عبر الموقع الإلكتروني
ع3: حدد درجة طلب الخدمات من طرف العملاء عبر القنوات الصيرفة الإلكترونية:					
					فحص الحسابات
					دفع المشتريات والفواتير
					التحويلات المالية
					محاكاة الخدمة قبل الحصول عليها
					إعطاء أوامر مرتبطة بالبورصة
					التعرف على الخدمات المعروضة من طرف البنك و أسعارها.
البعد الثاني: أدوات الدفع الإلكترونية					
ع4: حدد أدوات الدفع الإلكترونية التي يقدمها بنكم:					
لا	نعم				
		البطاقات المصرفية			
		النقود الإلكترونية			
		الشبكات الإلكترونية			

مرتفعة جدا	مرتفعة	متوسطة	منخفضة	منخفضة جدا	
ع5: حدد درجة استخدام عملاءكم لكل أداة من أدوات الدفع السابقة:					
					البطاقات المصرفية
					النقود الإلكترونية
					الشبكات الإلكترونية
ع6: حدد درجة استخدام أدوات الدفع الإلكترونية عبر قنوات الصيرفة الإلكترونية التي يوفرها بنكم:					
					السحب من خلال أجهزة الصراف الآلي
					الدفع عبر طرفيات البيع لدى التجار
					الدفع عن طريق الهاتف النقال
					الدفع عبر الموقع الإلكتروني

الجزء الثاني: استراتيجية الإدارة الإلكترونية

يرجى الإجابة بوضع الإشارة (x) أمام العبارة التي تعكس وجهة نظركم:

البعد الأول: أجهزة الحاسوب (Hardware)					
موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة	
					ع7: يتوفر لدى بنكم العدد الكافي والمناسب من أجهزة الحاسوب لجميع الأقسام.
					ع8: يتم تحديث وتطوير أجهزة الحاسوب و ملحقاته(طابعة، ماسح ضوئي) بشكل دوري و مستمر.
البعد الثاني: البرمجيات (Software)					
					ع9: البرمجيات المعتمدة في البنك تساعد في فصل المهام وتحديد الصلاحيات.
					ع10: يوفر البنك البرامج الخاصة

					بالحماية من الأخطار الإلكترونية للحفاظ على أمن المعلومات.
البعد الثالث: شبكة الاتصالات					
					ع11: يعتمد البنك على شبكة اتصالات داخلية (الإنترنت) تساعد على تبادل و توزيع المعلومات بين مختلف موظفي الأقسام
					ع12: يعتمد البنك على شبكة اتصالات خارجية (الإكسترنات) تساعد على الارتباط بالفروع الأخرى.
البعد الرابع: صناع المعرفة (المورد البشري)					
					ع13: يتم إقامة دورات تدريبية لتطوير مهاراتهم وقدراتهم في مجال استخدام التكنولوجيا.
					ع14: تتناسب مهاراتهم ومعارفهم في مجال تكنولوجيا المعلومات مع طبيعة المهام الموكلة لهم.

المحور الثالث: الأداء المالي و التجاري

يتعلق هذا المحور مدى مساهمة استراتيجيات العصرية المعتمدة من طرف المؤسسات البنكية في زيادة و تحسين أدائها المالي و التجاري.

الجزء الأول: الأداء المالي

يرجى الإجابة بوضع الإشارة (x) أمام العبارة التي تعكس وجهة نظركم:					
البعد الأول: تخفيض التكاليف					
موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة	
					ع15: تساهم استراتيجيات العصرية في تقليل الحاجة إلى عدد كبير من الموظفين مما يساهم في تخفيض التكاليف التشغيلية.
					ع16: تساهم استراتيجيات العصرية في تخفيض تكاليف الإشهار و الترويج مما يساعد على التقليل من التكاليف الإدارية للبنك.

البعد الثاني: السيولة النقدية					
					ع17: تساهم استراتيجيات العصرية في تخفيض دورة استخدام النقود وبالتالي زيادة سيولة البنك.
					ع18: تساهم استراتيجيات العصرية في زيادة حجم الحسابات البنكية وبالتالي الرفع من سيولة النقدية.
البعد الثالث: الربحية					
					ع19: تساهم استراتيجيات العصرية في زيادة كفاءة التشغيل من خلال السرعة والدقة في التعامل مع المدخلات مما يساعد على زيادة هامش الربح المحقق.
					ع20: تساهم استراتيجيات العصرية في زيادة عدد المعاملات المنجزة في البنك مما ينعكس إيجابيا على هامش الربح المحقق.

الجزء الثاني: الأداء التجاري

يرجى الإجابة بوضع الإشارة (x) أمام العبارة التي تعكس وجهة نظركم:

البعد الأول: رضا العملاء					
موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة	
					ع21: تساهم استراتيجيات العصرية في تعزيز العلاقة مع العميل حيث يصبح التعامل معه أسرع وأقرب.
					ع22: تساهم استراتيجيات العصرية في تحسين مستوى رضا العملاء من خلال تقديم خدمات تستجيب لرغباتهم و حاجاتهم.
البعد الثاني: ولاء العملاء					
					ع23: تساهم استراتيجيات العصرية في تقوية العلاقة مع العميل، وبالتالي كسب ولاءه.
					ع24: تساهم استراتيجيات العصرية في تحسين الخدمات المقدمة، مما يساهم في الحفاظ على العملاء.

البعد الثالث: الحصة السوقية					
					ع25: تساهم استراتيجيات العصرية في توصيل البنك لخدماته لأكبر شريحة ممكنة من الزبائن وبالتالي كسب الأسواق الجديدة مما يزيد من حصصه السوقية.
					ع26: تساهم استراتيجيات العصرية في تحقيق استجابة البنك للتطورات التكنولوجية و مسايرتها خاصة في مجال الإنتاج مما يساعد على زيادة حصصه السوقية.

وزارة التعليم العالي و البحث العلمي

Badji Mokhtar Annaba University

Université badji Mokhtar-Annaba-



جامعة باجي مختار - عنابة

كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير

قسم: العلوم المالية

التخصص: مالية وبنوك

طلب تحكيم استبيان

سعادة الدكتور (ة) / الأستاذ(ة) ، السلام عليكم ورحمة الله تعالى وبركاته:

يسرني ان أضع بين أيديكم استمارة الاستبيان هذه، والتي تهدف إلى جمع البيانات الميدانية اللازمة لإتمام البحث الذي نقوم بإنجازه، استكمالا لمتطلبات الحصول على شهادة الدكتوراه في العلوم المالية تخصص مالية و بنوك، والموسومة بعنوان :

استراتيجيات عصنة المؤسسات البنكية وأثرها على الأداء المالي و التجاري-دراسة عينة
من المؤسسات البنكية الجزائرية-

وقد تم طرح الإشكالية الرئيسية التالية:

ما هو أثر استراتيجيات العصنة المعتمدة في المؤسسات البنكية الجزائرية على أدائها المالي

والتجاري؟

القسم الخاص بالتحكيم

تفضلوا بوضع علامة (x) في الخانة التي تعبر عن وجهة نظركم، إلى جانب تدوين ملاحظتكم إن وجدت.

الرقم	العبارة	مدى وضوحها			مدى أهميتها		مدى ملائمة العبارة للبعد الذي تنتمي إليه		التعديلات المقترحة
		واضحة	تعديل	تحذف	هامية	غير هامية	ملائمة	غير ملائمة	
المحور الأول: درجة تطبيق استراتيجيات العصرية في المؤسسات البنكية									
الجزء الأول: استراتيجية الصيرفة الإلكترونية									
البعد الأول: قنوات الصيرفة الإلكترونية									
01	حدد القنوات التي يوفرها بنكم للعملاء .								
02	حدد درجة استخدام هذه القنوات من طرف عملاء بنكم.								
03	حدد درجة طلب الخدمات من طرف العملاء عبر القنوات الصيرفة الإلكترونية:								
البعد الثاني: أدوات الدفع الإلكترونية									
04	حدد أدوات الدفع الإلكترونية التي يقدمها بنكم.								
05	حدد درجة استخدام عملاءكم لكل أداة من أدوات الدفع السابقة.								
06	حدد درجة استخدام أدوات الدفع الإلكترونية عبر قنوات الصيرفة الإلكترونية التي يوفرها بنكم.								
الجزء الثاني: استراتيجية الإدارة الإلكترونية									
البعد الأول: الحاسوب و ملحقاته									
07	ع7: يتوفر لدى بنكم العدد الكافي والمناسب من أجهزة الحاسوب لجميع الأقسام.								
08	ع8: يتم تحديث وتطوير أجهزة الحاسوب و ملحقاته(طابعة، ماسح ضوئي) بشكل دوري و مستمر.								
الرقم	العبارة	مدى وضوحها			مدى أهميتها		مدى ملائمة العبارة للبعد الذي تنتمي إليه		التعديلات المقترحة
		واضحة	تعديل	تحذف	هامية	غير هامية	ملائمة	غير ملائمة	
البعد الثاني: البرمجيات									
09	البرمجيات المعتمدة في البنك تساعد في فصل المهام وتحديد الصلاحيات.								
10	يوفر البنك البرامج الخاصة بالحماية من الأخطار الإلكترونية للحفاظ على أمن المعلومات.								

البعد الثالث: شبكة الاتصالات								
11	يعتمد البنك على شبكة اتصالات داخلية (الإنترنت) تساعد على تبادل و توزيع المعلومات بين مختلف موظفي الأقسام							
12	يعتمد البنك على شبكة اتصالات خارجية (الإكسترنال) تساعد على الارتباط بالفروع الأخرى.							
البعد الرابع: صناع المعرفة(المورد البشري)								
13	يتم إقامة دورات تدريبية لتطوير مهاراتكم وقدراتكم في مجال استخدام التكنولوجيا.							
14	تتناسب مهاراتكم ومعارفكم في مجال تكنولوجيا المعلومات مع طبيعة المهام الموكلة لكم.							
المحورالثاني: الأداء المالي و التجاري								
الجزء الأول: الأداء المالي								
البعد الأول: تخفيض التكاليف								
15	تساهم استراتيجيات العصرية في تقليل الحاجة إلى عدد كبير من الموظفين مما يساهم في تخفيض التكاليف التشغيلية.							
16	تساهم استراتيجيات العصرية في تخفيض تكاليف الإشهار و الترويج مما يساعد على التقليل من التكاليف الإدارية للبنك.							
البعد الثاني: السيولة النقدية								
17	تساهم استراتيجيات العصرية في تخفيض دورة استخدام النقود وبالتالي زيادة السيولة. البنك.							
18	تساهم استراتيجيات العصرية في زيادة حجم الحسابات البنكية وبالتالي الرفع من السيولة النقدية.							
البعد الثالث: هاش الربح المحقق								
19	تساهم استراتيجيات العصرية في زيادة كفاءة التشغيل من خلال السرعة والدقة في التعامل مع المدخلات مما يساعد على زيادة هاش الربح المحقق.							
20	تساهم استراتيجيات العصرية في زيادة عدد المعاملات المنجزة في البنك مما ينعكس إيجابيا على هامش الربح المحقق.							
الجزء الثاني: الأداء التجاري								

البعد الأول: رضا العملاء

21	تساهم استراتيجيات العصرية في تعزيز العلاقة مع العميل حيث يصبح التعامل معه أسرع وأقرب.						
22	تساهم استراتيجيات العصرية في تحسين مستوى رضا العملاء من خلال تقديم خدمات تستجيب لرغباتهم و حاجاتهم.						

البعد الثاني: ولاء العملاء

23	تساهم استراتيجيات العصرية في تقوية العلاقة مع العميل، وبالتالي كسب ولاءه.						
24	تساهم استراتيجيات العصرية في تقديم خدمة متميزة لكل عميل.						

البعد الثالث: الحصة السوقية

25	تساهم استراتيجيات العصرية في توصيل البنك لخدماته لأكبر شريحة ممكنة من الزبائن وبالتالي كسب الأسواق الجديدة مما يزيد من حصصه السوقية.						
26	تساهم استراتيجيات العصرية في تحقيق استجابة البنك للتطورات التكنولوجية ومسايرتها خاصة في مجال الإنتاج مما يساعد على زيادة حصصه السوقية.						

الرأي النهائي لمحكم الاستبيان

—
—
—
—
—
—
—
—
—
—

أقدم كل الشكر و الامتنان على روح تعاونكم وحسن توجيهاتكم.

Récapitulatif de traitement des observations

	N	%
Valide	80	100,0
Observations Exclues ^a	0	,0
Total	80	100,0

a. Suppression par liste basée sur toutes les variables de la procédure.

Statistiques de fiabilité

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
,765	3

Statistiques de fiabilité

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
,871	3

Statistiques de fiabilité

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
,907	6

Statistiques de fiabilité

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
,884	25

Statistiques de fiabilité

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
,839	6

Statistiques de fiabilité

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
,914	37

Corrélations

	الصيرفة قنوات الإلكترونية	الصيرفة استراتيجية الإلكترونية
Corrélation de Pearson	1	,927**
Sig. (bilatérale)		,000
N	80	80
Corrélation de Pearson	,927**	1
Sig. (bilatérale)	,000	
N	80	80

** . La corrélation est significative au niveau 0.01 (bilatéral).

Corrélations

	الحاسوب أجهزة	البرمجيات	الاتصالات قشبكة	المعرفة صناع	الإدارة استراتيجية الإلكترونية
Corrélation de Pearson	1	,781**	,742**	,295**	,917**
Sig. (bilatérale)		,000	,000	,008	,000
N	80	80	80	80	80
Corrélation de Pearson	,781**	1	,536**	,398**	,861**
Sig. (bilatérale)	,000		,000	,000	,000

	N	80	80	80	80	80
	Corrélation de Pearson	,742**	,536**	1	,177	,801**
الاتصالات قشبكة	Sig. (bilatérale)	,000	,000		,117	,000
	N	80	80	80	80	80
	Corrélation de Pearson	,295**	,398**	,177	1	,556**
المعرفة صناع	Sig. (bilatérale)	,008	,000	,117		,000
	N	80	80	80	80	80
	Corrélation de Pearson	,917**	,861**	,801**	,556**	1
الإدارة استراتيجية	Sig. (bilatérale)	,000	,000	,000	,000	
الإلكترونية	N	80	80	80	80	80

** . La corrélation est significative au niveau 0.01 (bilatéral).

Corrélations

	التكاليف تخفيض	النقدية السيولة	الربحية	المالي الأداء
Corrélation de Pearson	1	,426**	,432**	,752**
التكاليف تخفيض Sig. (bilatérale)		,000	,000	,000
N	80	80	80	80
Corrélation de Pearson	,426**	1	,704**	,862**
النقدية السيولة Sig. (bilatérale)	,000		,000	,000
N	80	80	80	80
Corrélation de Pearson	,432**	,704**	1	,861**
الربحية Sig. (bilatérale)	,000	,000		,000
N	80	80	80	80
Corrélation de Pearson	,752**	,862**	,861**	1
المالي الأداء Sig. (bilatérale)	,000	,000	,000	
N	80	80	80	80

** . La corrélation est significative au niveau 0.01 (bilatéral).

Corrélations

	العملاء رضا	العملاء رضا	السوقية الحصة	التجاري الأداء
Corrélation de Pearson	1	,751**	,694**	,912**
العملاء رضا Sig. (bilatérale)		,000	,000	,000
N	80	80	80	80
Corrélation de Pearson	,751**	1	,638**	,890**
العملاء رضا Sig. (bilatérale)	,000		,000	,000
N	80	80	80	80
Corrélation de Pearson	,694**	,638**	1	,875**
السوقية الحصة Sig. (bilatérale)	,000	,000		,000
N	80	80	80	80
Corrélation de Pearson	,912**	,890**	,875**	1
التجاري الأداء Sig. (bilatérale)	,000	,000	,000	
N	80	80	80	80

** . La corrélation est significative au niveau 0.01 (bilatéral).

الجنس

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
ذكر	36	45,0	45,0	45,0
أنثى	44	55,0	55,0	100,0
Total	80	100,0	100,0	

العمر

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
سنة 32 إلى سنة 22 من	21	26,3	26,3	26,3
سنة 43 إلى سنة 33 من	37	46,3	46,3	72,5
سنة 44 من أكبر	22	27,5	27,5	100,0
Total	80	100,0	100,0	

التعليمي المستوى

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
بكالوريا	1	1,3	1,3	1,3
سامي تقني	6	7,5	7,5	8,8
ليسانس	43	53,8	53,8	62,5
ماجستير	29	36,3	36,3	98,8
دكتوراه	1	1,3	1,3	100,0
Total	80	100,0	100,0	

الوظيفة

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
مدير	2	2,5	2,5	2,5
مدير نائب	3	3,8	3,8	6,3
قسم رئيس	13	16,3	16,3	22,5
مصلحة رئيس	17	21,3	21,3	43,8
أخرى	45	56,3	56,3	100,0
Total	80	100,0	100,0	

الخبرة

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
سنوات 05 من أقل	20	25,0	25,0	25,0
سنوات 10 إلى 05 من	31	38,8	38,8	63,8

سنوات 10 من أكثر	29	36,3	36,3	100,0
Total	80	100,0	100,0	

ع1 : النقل الهاتف عبر الصيرفة قناة

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
نعم	66	82,5	82,5	82,5
Valide لا	14	17,5	17,5	100,0
Total	80	100,0	100,0	

الآلي الصراف عبر الصيرفة قناة: ع1

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
نعم	70	87,5	87,5	87,5
Valide لا	10	12,5	12,5	100,0
Total	80	100,0	100,0	

ع1 :التجار لدى البيع طرفيات عبر الصيرفة قناة

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
نعم	68	85,0	85,0	85,0
Valide لا	12	15,0	15,0	100,0
Total	80	100,0	100,0	

ع1 :الإلكتروني الموقع عبر الصيرفة قناة

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
نعم	66	82,5	82,5	82,5
Valide لا	14	17,5	17,5	100,0
Total	80	100,0	100,0	

ع4:المصرفية البطاقات :البنك طرف من المقدمة الدفع أداة

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
نعم	71	88,8	88,8	88,8
Valide لا	9	11,3	11,3	100,0
Total	80	100,0	100,0	

ع4:الإلكترونية النقود :البنك طرف من المقدمة الدفع أداة

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide نعم	25	31,3	31,3	31,3

لا	55	68,8	68,8	100,0
Total	80	100,0	100,0	

ع4:الإلكترونية الشيكات :البنك طرف من المقدمة الدفع اداة

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
نعم	19	23,8	23,8	23,8
لا	61	76,3	76,3	100,0
Total	80	100,0	100,0	

Statistiques descriptives

	N	Minimum	Maximum	Moyenne	Ecart type	Variance
ع2:النقل الهاتف قناة استخدام درجة	80	1,00	5,00	2,9000	1,29849	1,686
ع2: الآلي الصرف قناة استخدام درجة	80	1,00	5,00	3,5875	1,35659	1,840
عبر الصيرفة قناة استخدام درجة	80	1,00	5,00	2,8250	1,15589	1,336
ع2:التجار لدى البيع طرفيات الموقع عبر الصيرفة استخدام درجة	80	1,00	5,00	2,9625	1,27730	1,631
ع2: الإلكتروني	80	1,00	5,00	3,8125	1,19168	1,420
ع3: الحسابات فحص خدمة طلب درجة	80	1,00	5,00	3,3375	1,21117	1,467
ع3: المشتريات دفع خدمة طلب درجة	80	1,00	5,00	3,5625	1,24111	1,540
ع3: والفواتير	80	1,00	5,00	2,9875	1,40067	1,962
ع3: المالية التحويلات خدمة طلب درجة	80	1,00	5,00	1,8000	1,19493	1,428
ع3: المحاكاة خدمة طلب درجة	80	1,00	5,00	3,2625	1,27034	1,614
مرتبطة أوامر إعطاء خدمة طلبية درجة	80	1,00	5,00			
ع3:بالبورصة	80	1,00	5,00			
الخدمات على التعرف خدمة طلبية درجة	80	1,00	5,00			
ع3: وأسعارها المعروضة	80	1,00	5,00			
N valide (listwise)	80					

Statistiques descriptives

	N	Minimum	Maximum	Moyenne	Ecart type	Variance
البطاقات الدفع اداة استخدام درجة	80	1,00	5,00	3,6500	1,32264	1,749
ع5:العملاء طرف من المصرفية	80	1,00	5,00	2,1375	1,38476	1,918
ع5:العملاء طرف من الإلكترونية	80	1,00	5,00	2,0125	1,37329	1,886
الشيكات الدفع اداة استخدام درجة	80	1,00	5,00			
ع5:العملاء طرف من الإلكترونية	80	1,00	5,00			

الدفع ادوات استخدام درجة						
الصراف من الإلكترونية للسحب	80	1,00	5,00	4,0125	1,31682	1,734
6ع:الآلي						
الإلكترونية الدفع أدوات استخدام درجة	80	1,00	5,00	2,8750	1,22604	1,503
6ع:التجار لدى البيع طرفيات عبر						
الإلكترونية الدفع أدوات استخدام درجة	80	1,00	5,00	2,5750	1,38505	1,918
6ع:النقل الهاتف عبر قناة						
الإلكترونية الدفع أدوات استخدام درجة	80	1,00	5,00	2,9500	1,41332	1,997
6ع:الإلكتروني الموقع عبر للدفع						
N valide (listwise)	80					

Statistiques descriptives

	N	Minimum	Maximum	Moyenne	Ecart type
والمناسب الكافي العدد بنكم لدى يتوفر	80	1,00	5,00	3,8625	1,22984
الأقسام لجميع الحاسوب أجهزة من					
الحاسوب أجهزة وتطوير تحديث يتم	80	1,00	5,00	3,5000	1,32168
بشكل (صوتي ماسح طابعة،ملحقاته و					
مستمر و دوري	80	1,00	5,00	3,9000	1,02624
في تساعد البنك في المعتمدة البرمجيات					
الصلاحيات وتحديد المهام فصل	80	1,00	5,00	4,2000	,94668
من بالحماية الخاصة البرامج البنك يوفر					
أمن على للحفاظ الإلكترونية الأخطار	80	1,00	5,00	4,0375	1,01188
المعلومات					
داخلية اتصالات شبكة على البنك يعتمد	80	1,00	5,00	3,5750	1,30989
و تبادل على تساعد (الإنترنت)					
موظفي مختلف بين المعلومات توزيع	80	1,00	5,00	3,7875	,97687
الأقسام					
خارجية اتصالات شبكة على البنك يعتمد	80	1,00	5,00	3,8500	,90148
الارتباط على تساعد (الإكسترانت)					
الأخرى بالفروع	80	1,00	5,00		
لتطوير تدريبية دورات إقامة يتم					
استخدام مجال في وقدراتكم مهاراكم	80	1,00	5,00		
التكنولوجيا					
مجال في ومعارفكم مهاراكم تتناسب	80	1,00	5,00		
المهام طبيعة مع المعلومات تكنولوجيا					
لكم الموكلة	80	1,00	5,00		
N valide (listwise)	80				

Statistiques descriptives

	N	Minimum	Maximum	Moyenne	Ecart type
--	---	---------	---------	---------	------------

تقليل في العصرية استراتيجيات تساهم مما الموظفين من كبير عدد إلى الحاجة التشغيلية التكاليف تخفيض في يساهم في العصرية استراتيجيات تساهم و الإشهار تكاليف تخفيض من التقليل على يساعد مما الترويج للبنك الإدارية التكاليف في العصرية استراتيجيات تساهم وبالتالي النفود استخدام دورة تخفيض البنك سيولة زيادة	80	1,00	5,00	3,5125	,94123
زيادة في العصرية استراتيجيات تساهم من الرفع وبالتالي البنكية الحسابات حجم النقدية سيولة	80	1,00	5,00	3,6500	,88732
زيادة في العصرية استراتيجيات تساهم والدقة السرعة خلال من التشغيل كفاءة يساعد مما التدخلات مع التعامل في المحقق الربح هاش زيادة على زيادة في العصرية استراتيجيات تساهم مما البنك في المنجزة المعاملات عدد الربح هامش على إيجابيا ينعكس المحقق	80	1,00	5,00	3,7625	,86043
زيادة في العصرية استراتيجيات تساهم والدقة السرعة خلال من التشغيل كفاءة يساعد مما التدخلات مع التعامل في المحقق الربح هاش زيادة على زيادة في العصرية استراتيجيات تساهم مما البنك في المنجزة المعاملات عدد الربح هامش على إيجابيا ينعكس المحقق	80	2,00	5,00	3,8750	,89124
زيادة في العصرية استراتيجيات تساهم والدقة السرعة خلال من التشغيل كفاءة يساعد مما التدخلات مع التعامل في المحقق الربح هاش زيادة على زيادة في العصرية استراتيجيات تساهم مما البنك في المنجزة المعاملات عدد الربح هامش على إيجابيا ينعكس المحقق	80	1,00	5,00	3,9500	,79396
زيادة في العصرية استراتيجيات تساهم والدقة السرعة خلال من التشغيل كفاءة يساعد مما التدخلات مع التعامل في المحقق الربح هاش زيادة على زيادة في العصرية استراتيجيات تساهم مما البنك في المنجزة المعاملات عدد الربح هامش على إيجابيا ينعكس المحقق	80	1,00	5,00	4,0250	,81092
N valide (listwise)	80				

Statistiques descriptives

	N	Minimum	Maximum	Moyenne	Ecart type
تعزيز في العصرية استراتيجيات تساهم التعامل يصبح حيث العميل مع العلاقة وأقرب أسرع معه	80	1,00	5,00	4,0000	,79556
تحسين في العصرية استراتيجيات تساهم تقديم خلال من العملاء رضا مستوى حاجاتهم و لرغبتهم تستجيب خدمات تقوية في العصرية استراتيجيات تساهم العميل مع العلاقة	80	1,00	5,00	4,0875	,76628
تقديم في العصرية استراتيجيات تساهم عميل لكل متميزة خدمة	80	1,00	5,00	3,9875	,81898
في العصرية استراتيجيات تساهم شريحة لأكبر لخدماته البنك توصيل كسب وبالتالي الزبائن من ممكنة حصصه من يزيد مما الجديدة الأسواق السوقية	80	1,00	5,00	4,0125	,83429
تحقيق في العصرية استراتيجيات تساهم و التكنولوجيا للتطورات البنك استجابة مما الإنتاج مجال في خاصة مساهمتها السوقية حصصه زيادة على يساعد	80	1,00	5,00	3,9625	,84858
تحقيق في العصرية استراتيجيات تساهم و التكنولوجيا للتطورات البنك استجابة مما الإنتاج مجال في خاصة مساهمتها السوقية حصصه زيادة على يساعد	80	1,00	5,00	3,9125	,79863

N valide (listwise)	80				
---------------------	----	--	--	--	--

Test de Kolmogorov-Smirnov à un échantillon

		العصرنة استراتيجيات	المالي الأداء	التجاري الأداء
N		80	80	80
Paramètres normaux ^{a,b}	Moyenne	3,4173	3,7958	3,9937
	Ecart-type	,61891	,64467	,67006
Différences les plus extrêmes	Absolue	,038	,113	,154
	Positive	,038	,113	,098
	Négative	-,036	-,112	-,154
Z de Kolmogorov-Smirnov		,338	1,013	1,375
Signification asymptotique (bilatérale)		1,000	,257	,046

a. La distribution à tester est gaussienne.

b. Calculée à partir des données.

Test de Kolmogorov-Smirnov à un échantillon

		التجاري الأداء الجديد
N		80
Paramètres normaux ^{a,b}	Moyenne	3,9169
	Ecart-type	1,13585
Différences les plus extrêmes	Absolue	,063
	Positive	,050
	Négative	-,063
Z de Kolmogorov-Smirnov		,561
Signification asymptotique (bilatérale)		,911

a. La distribution à tester est gaussienne.

b. Calculée à partir des données.

Récapitulatif des modèles^b

Modèle	R	R-deux	R-deux ajusté	Erreur standard de l'estimation
1	,624 ^a	,389	,381	,50708

a. Valeurs prédites : (constantes), العصرنة استراتيجيات

b. Variable dépendante : المالي الأداء

ANOVA^a

Modèle	Somme des carrés	ddl	Moyenne des carrés	D	Sig.
1 Régression	12,776	1	12,776	49,685	,000 ^b
Résidu	20,056	78	,257		
Total	32,832	79			

a. Variable dépendante : المالي الأداء

b. Valeurs prédites : (constantes), العصرنة استراتيجيات

Récapitulatif des modèles^b

Modèle	R	R-deux	R-deux ajusté	Erreur standard de l'estimation
1	,255 ^a	,065	,053	1,10537

a. Valeurs prédites : (constantes), العصرنة استراتيجيات

b. Variable dépendante : الجديد التجاري_الأداء

ANOVA^a

Modèle	Somme des carrés	ddl	Moyenne des carrés	D	Sig.
1 Régression	6,619	1	6,619	5,417	,023 ^b
Résidu	95,303	78	1,222		
Total	101,922	79			

a. Variable dépendante : الجديد التجاري_الأداء

b. Valeurs prédites : (constantes), العصرنة استراتيجيات

Récapitulatif des modèles^b

Modèle	R	R-deux	R-deux ajusté	Erreur standard de l'estimation
1	,683 ^a	,466	,459	,47417

a. Valeurs prédites : (constantes), الإلكترونية الإدارة استراتيجية

b. Variable dépendante : المالي الأداء

ANOVA^a

Modèle	Somme des carrés	ddl	Moyenne des carrés	D	Sig.
1 Régression	15,295	1	15,295	68,024	,000 ^b

Résidu	17,537	78	,225		
Total	32,832	79			

a. Variable dépendante : المالي الأداء

b. Valeurs prédites : (constantes), الإلكترونية الإدارة استراتيجية

Récapitulatif des modèles^b

Modèle	R	R-deux	R-deux ajusté	Erreur standard de l'estimation
1	,326 ^a	,106	,095	,61335

a. Valeurs prédites : (constantes), الإلكترونية الصيرفة استراتيجية

b. Variable dépendante : المالي الأداء

Coefficients^a

Modèle		Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés	t	Sig.
		A	Erreur standard	Bêta		
1	(Constante)	2,947	,287		10,263	,000
	الإلكترونية الصيرفة استراتيجية	,283	,093	,326	3,045	,003

a. Variable dépendante : المالي الأداء

Récapitulatif des modèles^b

Modèle	R	R-deux	R-deux ajusté	Erreur standard de l'estimation
1	,081 ^a	,007	-,006	1,13936

a. Valeurs prédites : (constantes), الإلكترونية الصيرفة استراتيجية

b. Variable dépendante : الجديد التجاري_الأداء

Coefficients^a

Modèle		Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés	t	Sig.
		A	Erreur standard	Bêta		
1	(Constante)	3,546	,533		6,648	,000
	الإلكترونية الصيرفة استراتيجية	,124	,173	,081	,716	,476

a. Variable dépendante : الجديد التجاري_الأداء

Récapitulatif des modèles^b

Modèle	R	R-deux	R-deux ajusté	Erreur standard de l'estimation
1	,329 ^a	,108	,097	1,07958

a. Valeurs prédites : (constantes), الإلكترونية الإدارة استراتيجية

b. Variable dépendante : الجديد_التجاري_الأداء

ANOVA^a

Modèle	Somme des carrés	ddl	Moyenne des carrés	D	Sig.
1 Régression	11,013	1	11,013	9,449	,003 ^b
Résidu	90,909	78	1,166		
Total	101,922	79			

a. Variable dépendante : الجديد_التجاري_الأداء

b. Valeurs prédites : (constantes), الإلكترونية الإدارة استراتيجيات