

# جامعة العربي التبسي - تبسة

كلية العلوم الاقتصادية، العلوم التجارية وعلوم التسيير

قسم: العلوم الاقتصادية

الرقم التسلسلي: ...../2018

مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات نيل شهادة ماستر أكاديمي "ل.م.د."

دفعة: 2018

الميدان: علوم اقتصادية، تسيير وعلوم تجارية

الشعبة: علوم اقتصادية

التخصص: اقتصاد نقدي وبنكي

## عصرنة الخدمات المصرفية وتأثيرها

### على الاداء البنكي

## دراسة حالة البنك الخارجي الجزائري وكالة تبسة

من إعداد الطلبة:

إشراف الأستاذ:

إسماعيل منصوري

ونام ملاح

نورية الحمزة

نوقشت أمام اللجنة المكونة من الأساتذة:

الاسم واللقب	الرتبة العلمية	الصفة
بنشوري عيسى	أستاذ محاضر-ب-	رئيسا
ملاح ونام	أستاذ محاضر-ب-	مشرفا ومقررا
خذري توفيق	أستاذ محاضر-ب-	عضوا ممتحنا

السنة الجامعية: 2017/2018



# جامعة العربي التبسي - تبسة

كلية العلوم الاقتصادية، العلوم التجارية وعلوم التسيير

الرقم التسلسلي: ...../2018

قسم: العلوم الاقتصادية

مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات نيل شهادة ماستر أكاديمي "ل.م.د"

دفعة: 2018

الميدان: علوم اقتصادية، تسيير وعلوم تجارية

الشعبة: علوم اقتصادية

التخصص: اقتصاد نقدي وبنكي

## عصرنة الخدمات المصرفية وتأثيرها

## على الاداء البنكي

## دراسة حالة البنك الخارجي الجزائري وكالة تبسة

إشراف الأستاذ:

✚ وئام ملاح

من إعداد الطلبة:

✚ إسماعيل منصوري

✚ نورية الحمزة

نوقشت أمام اللجنة المكونة من الأساتذة:

الاسم واللقب	الرتبة العلمية	الصفة
بنشوري عيسى	أستاذ محاضر-ب-	رئيسا
ملاح وئام	أستاذ محاضر-ب-	مشرفا ومقررا
خذري توفيق	أستاذ محاضر-ب-	عضوا ممتحنا

السنة الجامعية: 2018/2017

# شكر وعرفان

إن الاعتراف بالجميل لأهل الفضل واجب وأكد بعد السجود لله والشكر على

حسن توفيقنا على إتمام هذا العمل والذي لولاة لما وصلنا إليه من نعمته

وزودنا بقوة الإرادة عملاً بقوله تعالى [ وَعَلَّمَكَ مَا لَمْ تَكُن تَعْلَمُ وَكَانَ فَضْلُ اللَّهِ

عَلَيْكَ عَظِيمًا ]

نقدم بكل عبارات الشكر والتقدير وفائق الاحترام إلى الأساتذة المشرفين ملاح

ونام لقبولها الاشراف على هذه المذكرة وعلى نصائحها وتوجيهاتها القيمة طيلة فترة

إنجازها كما لم تبخل علينا بشيء من تشجيعاتها المعنوية لنا وحرصها على إتمام هذا

الإجاز على أحسن وجه ثم نوجه بالشكر إلى كل من ساعدنا من قريب أو بعيد

كما لا يفوتنا أن نقدم بخير إلى كل الأساتذة في مشوارنا الدراسي والجامعي كما

نشكر كل عمال وكالة البنك الجزائري الخارجي

الشكر الجزيل إلى السادة أعضاء اللجنة

على مناقشة هذا العمل المنواضع

# الإهداء

إلى كل أفراد عائلتي الكريمة  
إلى كل من علمني حرفاً أو فكرة من أساتذتي الأفاضل  
إلى كل الزملاء والزميلات  
إلى كل من جمعني معهم محطات الدراسة  
.....أهدي هذه الدراسة  
الحمزة نورية

أهدي هذا العمل المتواضع:  
إلى كل أفراد عائلتي  
إلى كل زملائي وزميلاتي في الدراسة  
إلى كل من علمني حرفاً من المهدي إلى اللحد.  
منصوري إسماعيل

# الفهرس العام

## الفهرس العام

أ.....	المقدمة العامة
	الفصل الأول: مدخل نظري حول الخدمات المصرفية
2.....	تمهيد
3.....	المبحث الأول: مفاهيم أساسية حول الخدمات المصرفية
3.....	المطلب الأول: مفهوم الخدمة المصرفية
6.....	المطلب الثاني: الحاجة إلى تطوير الخدمة المصرفية
8.....	المطلب الثالث: الخدمات المصرفية الالكترونية
13.....	المطلب الرابع: وسائل الدفع الالكترونية
18.....	المبحث الثاني: ماهية تقييم الأداء البنكي
18.....	المطلب الأول: مفهوم تقييم الأداء
20.....	المطلب الثاني: مؤشرات الأداء المالي
24.....	المطلب الثالث: قواعد ومراحل عملية تقييم الأداء
27.....	خلاصة الفصل الأول
	الفصل الثاني: المدخل النظري لتأثير عصنة الخدمات المصرفية على الأداء البنكي دراسة حالة - البنك الخارجي الجزائري
29.....	تمهيد
30.....	المبحث الأول: بطاقة تعريفية للبنك الخارجي الجزائري
30.....	المطلب الأول: تقديم البنك الخارجي الجزائري
32.....	المطلب الثاني: تقديم البنك الخارجي الجزائري وكالة تبسة - 46
37.....	المطلب الثالث: الخدمات البنكية التي يقدمها البنك الجزائري الخارجي - وكالة تبسة
40.....	المبحث الثاني: الإطار المنهجي للدراسة الميدانية

40	المطلب الأول: حدود العينة ومجتمع الدراسة
41	المطلب الثاني: أسلوب جمع البيانات وأداة الدراسة
44	المطلب الثالث: المعالجة الإحصائية واختبار الفرضيات
71	خلاصة الفصل الثاني
73	الخاتمة
77	قائمة المصادر والمراجع



# فهرس الأشكال والجداول

## فهرس الأشكال

رقم الشكل	عنوان الشكل	الصفحة
01	الهيكل التنظيمي للبنك الخارجي الجزائري	31
02	الهيكل التنظيمي لووكالة تبسة -46-	34
03	نسبة الموظفين من الذكور والإناث في البنك محل الدراسة	45
04	نسبة الفئة العمرية في الفرع	46
05	نسبة المؤهل العلمي في الفرع	47
06	يبين نسب موقع العمال بالفرع	48
07	نسبة الموظفين من الذكور والإناث في البنك محل الدراسة	49
08	نسبة الزبائن من الذكور والإناث في البنك محل الدراسة	55
09	نسبة الفئة العمرية للمتعاملين في البنك	56
10	نسبة المؤهل العلمي في الفرع	57
11	نسبة المؤهل العلمي في الفرع	58
12	نسبة الزبائن حسب عدد سنوات التعامل مع البنك	59
13	نسبة الزبائن حسب الدخل الشهري	60

## فهرس الجدول

رقم الجدول	عنوان الجدول	الصفحة
01	عينة الدراسة للبنك الخارجي الجزائري وكالة تبسة -46-	41
02	عينة الدراسة: الزبائن	41
03	مقاييس الاستبيان	42
04	اختبار ألفا كرونباخ لقياس ثبات الاستبانة	43
05	طول الخلايا مقياس ليكارت الخماسي	44
06	توزيع مفردات العينة حسب الجنس	45
07	توزيع مفردات العينة حسب الفئة العمرية	46
08	توزيع مفردات العينة حسب المؤهل العلمي	47
09	توزيع مفردات العينة حسب موقع العمل بالفرع	48
10	توزيع مفردات العينة حسب عدد سنوات العمل في البنك	49
11	عبارات البعد الأول الخاص بالعمال	50
12	عبارات البعد الثاني الخاص بالعمال	52
13	عبارات البعد الثالث الخاصة بالعمال	54
14	توزيع مفردات العينة حسب الجنس	55
15	توزيع مفردات العينة حسب الفئة العمرية	56
16	توزيع مفردات العينة حسب المؤهل العلمي	57
17	توزيع مفردات العينة حسب المهنة	58
18	توزيع مفردات العينة حسب عدد سنوات التعامل	59
19	توزيع مفردات العينة حسب الدخل الشهري	60

61	عبارات البعد الأول الخاصة بالزبائن	20
63	عبارات البعد الثاني الخاصة بالزبائن	21
65	عبارات البعد الثالث الخاصة بالزبائن	22
67	عبارات البعد الرابع الخاصة بالزبائن	23
68	ترتيب أبعاد نموذج تأثير عصرنة الخدمات المصرفية على الأداء المصرفي تنازليا	24
70	ترتيب أبعاد نموذج تأثير الخدمات المصرفية على الأداء تنازليا	25

المقدمة

العامّة

### المقدمة العامة

تعتبر الخدمات المصرفية أحد أهم الأنشطة الاقتصادية في أي دولة، إذ أن درجة الطلب عليها تدل على درجة التقدم الاقتصادي للبلد، وأما عرضها فهو يعمل على تحقيق رفاهية المجتمع، لذا نجد النشاط المصرفي يتأثر بالتطورات الاقتصادية المختلفة حيث انتقلت البنوك من تقديم خدمات تقليدية محصورة في الإيداع والاقراض إلى مجالات متعددة في تقديم خدماتها المصرفية، كما أن تقديم هذه الأخيرة لم يعد يستفيد من حماية الدولة فلقد أصبح السوق هو المسؤول عن تحديد نوعية التوجهات البنكية المصرفية ضرورة فرصتها التغيرات الاقتصادية المختلفة خاصة العولمة والتطورات التكنولوجية في مجال الاعلام والاتصال، والتوجه نحو تقديم خدمات مصرفية عن بعد، والصيرفة عبر الانترنت، وظهور المصارف الالكترونية.

لذلك أصبح القطاع المصرفي مطالب بالترفع عن الأعمال الروتينية والاهتمام بالاستراتيجيات والسياسات التي تساعد على استمراره وتقدمه لهذا اهتم العديد من الباحثين بدراسة الجوانب المختلفة للخدمات المصرفية كما عملت البنوك في إطار سياسة تقريب الخدمة من العميل على إدخال قنوات الاتصال المختلفة في تقديم خدماتها وكذا التقنيات الالكترونية وهذا التأقلم مع الاقتصاد الرقمي والذي يعمل في بيئة الكترونية. وقد استطاعت الصيرفة الالكترونية والتي تشكل بدورها أحد إفرازات الاقتصاد الرقمي أن تفرض حضورا متعاظم الأهمية في هذا الوقت إلى جانب تقنية المعلومات التي ساهمت بشكل كبير في تطويرها وأصبحت بذلك اتجاها حديثا ومختلف عن الأعمال المصرفية التقليدية لما تحققه من مزايا عديدة.

وتعاطم الاهتمام بالصيرفة الالكترونية نتيجة التطورات الهائلة التي حدثت في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات فأصبحت البنوك تنظر إليها على أنها فرصة لزيادة الربحية والحصة السوقية للبنك، إذ تؤكد الدراسات على أهمية الاستثمار في الخدمات المصرفية المرتكزة على التكنولوجيا الحديثة، كما تشير الاتجاهات الحديثة إلى تفضيل العملاء للخدمة الذاتية لإدارة أنشطتهم المالية.

واعتمدت البنوك في خدماتها المصرفية الحديثة نظم دفع حديثة أثناء رسم استراتيجياتها وذلك بفضل ما توفره هذه الوسائل من معلومات دقيقة عن الزبائن، وبالتالي توفير الوقت والجهد والمال المخصص لخدمة الزبائن، كما أن البنوك وجدت فيها أجوبة وحلولاً للمشاكل التي كانت تواجهها وعلى رأسها المخاطر التي تحملها التقنية الرقمية في طياتها من قرصنة المعلومات.

## المقدمة العامة

فقد كان الأداء المالي للبنوك الأوفر حظا بالتأثر الحالي لكفاءة الخدمات المصرفية الحديثة وما أنتجته العولمة والعالم الرقمي من انتشار سريع للهاتف والإنترنت وبالتالي تفعيل خدمات تحويل الأرصدة المالية والتحقق من الرصيد وتسديد الفواتير وإجراء بعض المعاملات المصرفية عبر شبكة الإنترنت، مما انعكس بشكل أو بآخر على أداء البنوك التجارية.

ونظرا لمحاولة الجزائر النهوض باقتصادها وتنشيط حركته وتطوره كان لا بد من أن تقدم بإصلاحات في نظامها المصرفي، والاستفادة من التطورات التكنولوجية واستخدامها لتطوير خدماتها المصرفية. ومن أجل تنظيم هذه العمليات المصرفية قام هذا الأخير بتبني مجموعة من الأفكار والمشاريع ولعل أهم هذه المشاريع اعتماد الصيرفة الإلكترونية والتنويع في وسائل الدفع بإدخال وسائل دفع تتماشى مع تطورات العصر.

### إشكالية الدراسة

من خلال ما تقدم وأمام كل هذه المستجدات التي يفرضها التطورات الهائلة لتكنولوجيا المعلومات والاتصال، توجهت المصارف إلى اعتماد الصيرفة الإلكترونية حيث تبرز إشكالية بحثنا في التساؤل التالي: ما مدى تأثير عصنة الخدمات المصرفية على البنوك التجارية وعلى مستوى البنك الخارجي

### الجزائري؟

### الأسئلة الفرعية

وهذا السؤال يندرج ضمنه مجموعة من الأسئلة والتي يمكن طرحها كالاتي:

- ما الحاجة لتطوير الخدمات المصرفية في البنك الخارجي الجزائري؟
- ما الخدمات المستحدثة في البنك محل الدراسة؟
- هل الخدمات المصرفية المستحدثة في البنك الخارجي الجزائري ساهمت في تحسين الأداء من خلال تخفيض التكاليف؟
- هل الخدمات المستحدثة في البنك الخارجي الجزائري أثرت على الأداء من خلال خفض الوقت والجهد؟

### فرضيات البحث

في ضوء الإشكالية العامة للدراسة والاسئلة الجزئية، تم صياغة الفرضيات التالية:

- إن تحديث الخدمات المصرفية يساهم في تحسين أداء المصارف.
- إن تحديث وسائل الدفع وخدمات الصيرفة الإلكترونية يساهم في جلب الزبائن للمصارف.

- تساهم الصيرفة الالكترونية في تحسين أداء العمال، وفي خفض الجهد والوقت.

### أهمية البحث

تكمن أهمية البحث من خلال المكانة التي يحتلها القطاع المصرفي في الاقتصاد وخاصة الاقتصاد الجزائري والتطورات والتحديات التي يشهدها، وفي ظل العولمة وما فرضتها من تطورات، كان لابد للقطاع المصرفي الجزائري تحديث خدماته من أجل المنافسة، واعتماده على وسائل دفع حديثة لتلبية رغبات العملاء واعتماد الصيرفة الالكترونية لتقليل الوقت والجهد.

### أهداف البحث

ترمي هذه الدراسة إلى تحقيق جملة من الأهداف نذكر منها ما يلي:

- محاولة تسليط الضوء على الصيرفة الالكترونية، وواقعها في النظام المصرفي الجزائري وتعتبر من أهم المواضيع في وقتنا.
- إبراز أهمية وسائل الدفع ومدى تطبيقها في المصارف الجزائرية.
- محاولة التعرف على أثر تحديث الخدمة المصرفية على تحسين أداء المصارف الجزائرية.

### أسباب اختيار الموضوع

هنالك عدة أسباب دفعتنا إلى اختيار الموضوع نذكر منها:

- الرغبة في التعرف على هذا الموضوع، وموقع البنوك الجزائرية منه.
- حداثة الموضوع في الجزائر.
- يعتبر الموضوع وهو حداثة الخدمات المصرفية في الجزائر من المواضيع الرئيسية المطروحة على الساحة المصرفية في الجزائر.

### المنهج المتبع في البحث

بناء على طبيعة الإشكالية المطروحة وقصد الإحاطة بجوانب موضوع الدراسة وعليه فالمنهج المستخدم هو المنهج الوصفي التحليلي وهذا لتوضيح الجوانب النظرية وبإضافة إلى أسلوب دراسة حالة في الجانب التطبيقي واتبعت المنهج الوصفي التحليلي الاحصائي للبيانات وذلك بالاعتماد على أسلوب الاستبيان.

### حدود البحث

يتم من خلال هذا البحث محاولة تسليط الضوء على الخدمات المصرفية الحديثة للصيرفة الالكترونية ووسائل الدفع بصفة عامة، على أن تتم دراسة حالة البنك الخارجي الجزائري دون المصارف الأخرى.



صعوبات البحث

- قلة المراجع المرتبطة مباشرة بالموضوع.
- صعوبة الدراسة الميدانية خاصة من جانب الاستثمارات وجمع الإجابات من العمال والزبائن، ومدى صدق الإجابات.

الدراسات السابقة

1. دراسة:

**Ahmad Zakaria Siam, role of the electronic banking services on the profits of Jordanian banks.**

تهدف هذه الدراسة إلى دراسة أثار الأعمال المصرفية الالكترونية على ربحية المصرف، كما تمثلت عينة الدراسة في المصارف العامة في دولة الأردن وقد تمت هذه الدراسة بالاعتماد على توزيع الاستبيان. وتم التوصل إلى أن الخدمة المصرفية الالكترونية تأثير سلبي على ربحية البنك في الآجال القصيرة وهذا نتيجة استثمار رأس المال في البنية الأساسية وكذا تدريب الموظفين في المصارف، وسيكون إيجابيا في الآجال الطويلة.

أوجه التشابه والاختلاف

- أوجه التشابه: إن أوجه التشابه بين الدراستين تكمن في الربحية حيث أن دراستنا تحدثنا فيها على تخفيض التكاليف، ولقد تحدثت هذه الدراسة على ربحية البنك.
- أوجه الاختلاف: وتختلف دراستنا عن الدراسة كون أن الخدمات المصرفية في البنك الأردني تأثرت سلباً على عكس دراستنا في الأجل القصير.

2. دراسة Kolodinsk, jane, hogarth jeanne, 2000 بعنوان: **Bricksor clicks consumers adaptation of electronic banking technologies**

وهي دراسة أجريت على عملاء البنوك الامريكية لمعرفة العوامل التي تؤثر على تبني العملاء لتكنولوجيا الصيرفة الالكترونية، وتناولت في هذه الدراسة الصراف الآلي، وبنوك الانترنت، وتحويل الأموال والدفع الالكتروني.

وتم التوصل إلى أن المتغيرات الديموغرافية تلعب دوراً كبيراً في تبني العملاء لتلك التكنولوجيا، وأن هنالك صعوبة في التعامل بالتكنولوجيا المصرفية الحديثة من قبل كبار السن، وحملة الشهادات الدراسات

## المقدمة العامة

المتدنية، وتم التوصل أيضا إلى ضرورة قيام البنوك بتشجيع العملاء على تبني تكنولوجيا الصيرفة الالكترونية من خلال تأكيد المزايا التي يحصل عليها العملاء من استخدام مثل: توفير الوقت والجهد وقد نصح بضرورة تبني البنوك سياسة تؤدي إلى زيادة ثقة العملاء بتكنولوجيا الصيرفة.

### أوجه التشابه والاختلاف

- أوجه التشابه: صعوبة التعامل مع الخدمات المصرفية الحديثة من قبل العملاء وخاصة كبار السن، ولقد اعتمدت الدراسة على أساس الاستبيان.
- أوجه الاختلاف: ضعف البنية التحتية في التكنولوجيا في البنك الجزائري على عكس الدراسة في البنوك الأمريكية.

3. دراسة رشا فؤاد عبد الرحمن بعنوان: إعادة هيكلة وتطوير الجهاز المصرفي وتأثيره على الأداء البنكي خلال 2005-2011، برنامج دكتوراه، قسم الاقتصاد، جامعة القاهرة، 2011.

حيث هدفت هذه الدراسة إلى دراسة المقومات الأساسية لتطبيق الخدمات الالكترونية البنكية في مصر وكذلك دراسة تطور تطبيق البنوك المصرية للخدمات الالكترونية وتأثير تطور تكنولوجيا المعلومات على أداء البنوك، واعتمد الباحث على المنهج الوصفي لدراسة الخدمات المصرفية الالكترونية في الجهاز المصرفي المصري والقيام بمسح شامل للبنوك المصرية لبحث مدى تطبيق هذه الخدمات في فترة محل الدراسة وتحليل تأثير تطور تكنولوجيا المعلومات والاتصال على المركز المالي ومستوى ربحية هذه البنوك وقد تم التوصل إلى النتائج التالية:

- ارتفاع نسبة البنوك التي لديها مواقع الكترونية من 87.5% سنة 2005 إلى 100% سنة 2011 وكذلك ارتفاع نسبة البنوك المقدمة لخدمة بنكية عبر الانترنت من حوالي 30% إلى 60%.

### أوجه التشابه والاختلاف

- أوجه التشابه: اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي للدراسة الميدانية كما أن نسبة البنوك المعتمدة على الخدمات المصرفية الحديثة ارتفعت مقارنة مع البنوك التقليدية.
- أوجه الاختلاف: اعتمد في دراستنا على تأثير الخدمة على تخفيض التكاليف وهذه الدراسة اعتمدت على المركز المالي.

4. دراسة: (Ahmadi, et ali 2015) بعنوان

**Review the influence of E-Banking service quality on consumer's commitment  
(case study : Persian Bank Tehran branches)**

هدفت هذه الدراسة إلى الكشف عن تأثير جودة الخدمة المصرفية الالكترونية على التزام الزبون، وكانت حالة الدراسة على فرع البنك .... في إيران وذكرت الدراسة أن زيادة التنافسية قد رافقتها اضطرابات واسعة في التجارة والأعمال المصرفية، وأن العديد من الأساليب التقليدية قد تغيرت وتولدت بيئة تنافسية جديدة نتيجة استخدام التكنولوجيا، كذلك فإن طريقة خدمة الزبائن قد تغيرت في جميع أنحاء العالم، وفي أيامنا هذه أصبحت المنافسة على تحسين جودة الخدمة قضية استراتيجية رئيسية للمنظمات، وقد حاولت البنوك استخدام تكنولوجيا من أجل متابعة الأساليب الحديثة وتحسين نوعية الخدمات التي تقدمها، وكان الهدف الرئيسي من الدراسة هو التحقق من تأثير جودة الخدمة المصرفية الالكترونية على التزام الزبائن، وللوصول إلى اهداف هذه الدراسة تم توزيع 350 استبانة على زبائن البنك الفارسي في طهران وكانت النتيجة أن جودة الخدمة لها تأثير على ابتهاج الزبائن.

**أوجه التشابه والاختلاف**

- أوجه التشابه: اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي وعلى الاستبيانات في الدراسة الميدانية، حيث أن التشابه في هذه الدراسة أكد أن الخدمات المصرفية الحديثة من شأنها اكتساب زبائن جدد والحفاظ على العملاء القدامى.
- أوجه الاختلاف: هدفت الدراسة إلى تأثير الخدمات المصرفية الالكترونية على التزام الزبائن أما دراستنا كانت من أجل معرفة تأثيرها على الأداء.

**محتوى الدراسة**

للإجابة على إشكالية البحث المطروحة واختبار الفرضيات إرتأينا تقسيم بحثنا إلى فصلين، سبقتهم مقدمة وتليهم خاتمة، وتتضمن ملخص عام عن البحث متبوع بأهم النتائج عليه مجموعة من التوصيات والمقترحات.

تناول الفصل الأول: مدخل نظري حول الخدمات المصرفية وذلك بتعريف الخدمة المصرفية وأهم خصائصها، الحاجة إلى تطوير الخدمات المصرفية وذلك بتعريف التطور وأهدافه ومراحله، وتطرقتنا أيضا في

## المقدمة العامة

---

هذا الفصل إلى الخدمات المصرفية الإلكترونية ووسائل الدفع الإلكتروني وذلك بتعريفهم وذكر أنواعهم، وأخيراً وفيما يخص الجانب النظري تطرقنا إلى الأداء البنكي بتعريفه وذكر أهم مؤشراتهِ وتعريف تقييم الأداء وأهدافه وأهميته وقواعده ومراحله.

أما في الفصل الثاني: قمنا بدراسة أثر تحديث الخدمات المصرفية على الأداء البنكي - دراسة حالة البنك الخارجي الجزائري - وكالة تبسة - 46 - حيث ذكرنا نبذة عن البنك وتقديم الفرع، دراسة ميدانية من خلال توزيع استمارات على الزبائن والعمال وتحليلها واستخلاص النتائج.

# الفصل الأول

## مدخل نظري حول الخدمات

### المصرفية

## تمهيد

إن المصارف الناجحة والتي تمتلك أكبر قدرة تنافسية هي المصارف التي تقدم خدماتها بنوعية وأداء مصرفي متميز معتمدة على قاعدة معلوماتية وتتمتع بمهارات مميزة للتعامل مع العملاء، كما أنها تتميز بالقدرة على استخدام التكنولوجيا المصرفية المتطورة، ولقد تطور مفهوم الخدمات المصرفية بشكل كبير في الآونة الأخيرة ودخلت الصيرفة الالكترونية وأنظمة الدفع عبر الانترنت والصراف الآلي وبطاقات التوفير وغيرها بحيث أصبح البعض يطلق على العمل المصرفي الصناعة المصرفية وهذا في ظل الانتقال إلى اقتصاد السوق. ويشكل تقييم الأداء المصرفي الوسائل المهمة لحماية البنك من الفشل ومواكبة التطور، بحيث تبوء مكانة هامة في غالبية الاقتصاديات، وقد تم التطرق في هذا الفصل إلى:

- مفاهيم أساسية حول الخدمات المصرفية
- تقييم الأداء البنكي

## المبحث الأول: مفاهيم أساسية حول الخدمات المصرفية

يعتبر القطاع المصرفي قاعدة أساسية لبناء القطاعات المختلفة في أي اقتصاد وعنصر فعال في تنمية الاقتصاد، وتزداد هذه الأهمية بتنوع وتطور الخدمات التي يقدمها، ونظرا للتطورات الحاصلة وكثرة العملاء فلا بد على كل مصرف السعي وراء تحسين خدماتها بالجودة التي يتطلع لها الزبائن.

### المطلب الأول: مفهوم الخدمة المصرفية

تعتبر الخدمة المصرفية أهم عنصر من عناصر المزيج التسويقي، الأمر الذي يحتم على إدارة المصارف ضرورة تقديم أكبر عدد ممكن من الخدمات المصرفية الشاملة، بحيث يتم تقديم مزيج خدمي متكامل بأفضل جودة ممكنة.

#### أولاً: تعريف الخدمة المصرفية

تعرف الخدمة المصرفية على أنها: "تصرفات وانشطة وأدوات تقدم من طرف إلى آخر، وهذه الأنشطة غير ملموسة ولا يترتب عليها حق ملكية شيء، كما أن تقديم الخدمة قد يقترن أولاً عند تقديمها بمنتج غير ملموس".<sup>1</sup>

وتعرف أيضاً: "عبارة عن مجموعة الأنشطة والعمليات فإن المضمون المنفي الكامن في العناصر الملموسة والمقدمة من طرف المصرف، والتي يدركها المستفيدون من خلال ملامحها وقيمها المنفعية والتي تشكل مصدر لإشباع حاجاتهم ورغباتهم المالية".<sup>2</sup>

وتعرف أيضاً على أنها: "مجموعة أنشطة تتعلق بتحقيق منافع للعميل سواء كان ذلك بمقابل مادي أو بدون".<sup>3</sup>

من خلال هذا التعريف يتضح أن الخدمة المصرفية هي مجموعة من الأنشطة يقدمها البنك للعميل وذلك سواء بمقابل مادي أو بدون.

<sup>1</sup> د عوض بدير الحداد، تمويل الخدمات المصرفية، ط01، البيان للطباعة والنشر، القاهرة، 1999، ص 48.

<sup>2</sup> محمود جاسم الصميدعي، ردينة عثمان يوسف، التسويق المصرفي، مدخل استراتيجي، ط01، دار المناهج للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2005، ص 28.

<sup>3</sup> زياد سليم رمضان، محفوظ أحمد جودة، الاتجاهات المعاصرة في إدارة البنوك، ط03، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، 2003، ص 307.

ثانياً: خصائص الخدمة المصرفية

يوجد مجموعة من الخصائص للخدمات المصرفية نذكر منها:<sup>1</sup>

أ. لا يمكن صنع الخدمة مقدماً أو تخزينها

من المستحيل انتاج الخدمة مقدماً وتخزينها لحين طلب العميل، فالموظف يصنع الخدمة بمجرد أن يظهر العميل أمامه.

ب. لا يمكن للموظف انتاج عينات من الخدمة

لا يستطيع الموظف أن ينتج عينات من هذه الخدمة لكي يرسلها إلى العميل ويحصل منه على الموافقة عن جودة هذه الخدمة قبل استعمالها.

ج. التأكد من تقديم ما يطلبه العميل

لأن الخدمة بطبيعتها ليست شيئاً مادياً ملموساً يمكن التحكم على موصفاتهما.

د. الخدمة المصرفية تنتج وتستهلك في نفس الوقت

يقوم العميل باستهلاك الخدمة التي تقدم إليه في نفس لحظة إنجازها أو انتاجها، وبالتالي فالعميل لا يستطيع أن يتداول هذه الخدمة مع طرف ثالث.

هـ. جودة الخدمات غير قابلة للفحص

إن الموظف يتعامل مع العملاء وانتاجه وتقديمه للخدمة يتم بناءً على تفاعل انساني بينه وبين العميل، ولا يمكن بطبيعة الحال اجراء عملية الفرز والرقابة على الجودة.

وهناك من يحدد خصائص للخدمات المصرفية باعتبارها خدمة في حد ذاتها فهي تتصف بنفس خصائص الخدمات.<sup>2</sup>

أ. اللاملموسية

وتعني بذلك أن الخدمة المصرفية لا يمكن رؤيتها أو الإحساس بها أو سماعها قبل شرائها لذلك فإن مهمة المقدم جعلها ملموسة بطريقة أخرى.

- إن عدم ملموسية الخدمة تجعل منها غير قابلة للجرد أو التخزين.

<sup>1</sup> قاسم نايف علون الحمياوي، إدارة الجودة والخدمات، ط01، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، 2007، ص 57.

<sup>2</sup> د. عوض بدير الحداد مرجع سابق، ص ص 52-53.



ب. عدم إمكانية فصل الخدمة التلازمية

إن الخدمة المصرفية تنتج وتوزع في آن واحد، فإن اهتمام المصرف ينصب عادة خلق، وتكوين المنفعة المكانية والزمانية، بمعنى توفير الخدمات المصرفية في مكان وزمان مناسب.<sup>1</sup>

ج. تباين الخدمة

إن نوعية الخدمات تعتمد على المهارة والأسلوب وكفاءة مقدمها، وزمان مكان تقديمها، كما أن مقدم الخدمة يقدم خدماته بطرق مختلفة اعتمادا على ظروف تقديمها وذلك وفقا للظروف النفسية والاجتماعية.<sup>2</sup> ونذكر أيضا من الخصائص:<sup>3</sup>

د. سرعة التلف والاهتلاك

يعني عدم إمكانية تخزينها أو بيعها أو استخدامها لاحقاً.

هـ. الانتشار الجغرافي

من بين مميزات الخدمة المصرفية الانتشار الجغرافي السريع من خلال فتح أكبر عدد من الفروع، وذلك بالوصول إلى العميل في أماكن تواجد.

و. التوازن بين النمو والمخاطرة

عندما يبيع المصرف قرضا فإنها في الحقيقة يشتري مخاطر، وهنا يجب إيجاد نوع من التوازن بين التوسع والحيلة والحذر.

ز. تعدد وتنوع الخدمات المصرفية

يتعين على المصرف تقديم مجموعة واسعة من الخدمات التي تلبي حاجات الزبائن.

تعد الخدمة المصرفية أسلوبا فعلا تنافسيا تستعمله البنوك كوسيلة لتميز خدماتها عن منافسيها ومدخل من مداخل تحسين القدرة التنافسية للبنوك، التي هي في حقيقتها عملية ديناميكية تتغير باستمرار بتغير مكوناتها الذاتية والتي تشمل الموارد البشرية والتقنية.

<sup>1</sup> د. عوض بدير الحداد، مرجع سابق، ص 54.

<sup>2</sup> حسام علي داود، ختالد محمد السواعي، الاقتصاد القياسي بين النظرية والتطبيق، ط 01، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، 2013، ص 48.

<sup>3</sup> سليمة عبد الله، دور تسويق الخدمات المصرفية الالكترونية في تفعيل النشاط البنكي دراسة حالة القرض الشعبي الجزائري، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية، تخصص تسويق، جامعة الحاج لخضر، باتنة، الجزائر، 2009/2008، ص 31.

## المطلب الثاني: الحاجة إلى تطوير الخدمة المصرفية

إن تطور الخدمة المصرفية يمثل محورا في أية استراتيجية يتبناها المصرف لمواجهة التحديات، وتهدف لضمان بقائها واستقرار المصرف، حيث يمكنها الارتقاء بهذه المنتجات الخدماتية إلى مستوى حاجات ورغبات الاستهلاكية التي تتحقق بدرجة عالية من التطور.

### أولاً: مفهوم تطور الخدمة المصرفية

لقد أصبح تطوير الخدمات المصرفية ضرورة حتمية تنتج من الظروف المتغيرة التي يشهدها العالم الآن، حيث صار مستوى تطوير الخدمة هو معيار الاختبار بين البنوك بالنسبة للزبون وليس الولاء للبنك. والخدمات المصرفية تعرف على أنها: "إضافة ميزة أو مزايا جديدة لتلك الخدمات، بحيث تؤدي هذه المزايا إلى زيادة الطلب على هذه الخدمات".<sup>1</sup>

وتعرف أيضا: "طرح منتجات معروفة حاليا في الأسواق ولكنها جديدة على المصارف مثل إدخال خدمات التخطيط المالي للمنشأة الصغيرة".<sup>2</sup>

وليس الشرط أن يكون التطور قائما على إدخال خدمات مصرفية جديدة تماما، ولكن يمكن أن يقوم على تطوير خصائص ومواصفات الخدمة المصرفية.

وبالتالي فإن مفهوم التطور ينطوي على الأبعاد التالية:<sup>3</sup>

- حذف أو إسقاط خدمة مصرفية حالية ووقف انتاجها.
- ابتكار خدمة جديدة.
- تعديل أو تحسين الخدمات المصرفية الحالية.
- وعموما فإن تحديث الخدمة المصرفية هو الرفع من مستوى الخدمة وتجديدها بتطبيق تقنيات حديثة مسايرة للتوجهات العالمية.

<sup>1</sup> بشير عباس العلق، مرجع سابق، ص 136.

<sup>2</sup> عبد القادر برشي، جودة الخدمات المصرفية كمدخل لزيادة القدرة التنافسية، مجلة شمال افريقيا، جامعة الشلف، العدد 03، ص 353.

<sup>3</sup> كمال رزيق، عبد الحليم فضيلي، تحديث النظام المصرفي في الجزائر، ورقة عمل مقدمة ضمن فعاليات الملتقى الوطني حول المنظومة الجزائرية والتحول الاقتصادي، جامعة الشلف 15/14 ديسمبر 2004، ص 337.

## ثانياً: أهداف تطوير الخدمات المصرفية

- إن الهدف من تطوير الخدمات المصرفية هو ضمان الحصة السوقية واستقطاب زبائن جدد وزيادة ولاء الزبائن الحاليين وذلك لتحسين وزيادة الأرباح، وتتمثل فيما يلي:<sup>1</sup>
- استقطاب مزيد من الزبائن؛
  - زيادة ولاء الزبائن الحاليين نحو خدمات البنك؛
  - تحقيق تكلفة تقديم الخدمات المماثلة التي تقدمها البنوك المنافسة؛
  - تحسين الوضع التنافسي للبنك، وزيادة حصته السوقية؛
  - تأكيد زيادة البنك وتفوقه وسبقه الدائم نحو الجديد والتجديد؛
  - تحسين ربحيته على المدى القصير؛

## ثالثاً: مراحل عملية تطوير الخدمات المصرفية

تتم عملية تطوير الخدمة المصرفية من خلال مجموعة من الخطوات وهي:<sup>2</sup>

1. **مرحلة توليد الأفكار:** وتشمل البحث عن أفكار جديدة ذات مضامين خدمية عالية وحتى يكون البنك نظام في تكوين الفكرة يجب أن تقوم بالخطوات التالية:
  - يجب ان يوجد التزام للبحث عن الأفكار بشكل دائم ورسمي؛
  - تحديد مسؤولية القيام بهذا العمل بحيث أن تكون موكلة لشخص أو جماعة معينة أو مصلحة معينة؛
  - يجب وضع إجراءات معينة للبحث عن الأفكار الجديدة بشكل نظامي؛يجب أن تضمن هذه الإجراءات مكونات حلقة فيما لو تم العثور على أفكار جديدة هذه هي الخدمات المصرفية.
2. **غربلة الأفكار:** وتتضمن عملية فرز الأفكار وتخفيض عددها إلى أقل عدد ممكن لكي يتم تحديد الخدمات الجديدة ذات الجودة العالية.
3. **تطوير مفهوم الخدمة المصرفية:** لعرض توضيح أهمية الخدمة ومدلولها للزبائن.

<sup>1</sup> هاني حامد الضمور، تسويق الخدمات، ط05، دار وائل للنشر، الأردن، 2009، ص 298.

<sup>2</sup> هواري معراج، تأثيرات السياسات التسويقية على تطور الخدمات المصرفية في البنوك التجارية، أطروحة دكتوراه (غير منشورة)، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، 2004، ص 123.

4. اختيار مفهوم الخدمة: لتحديد دور فعل واستجابات العملاء المرتقبين وإجراء التعديلات اللازمة للخدمة.  
5. التحليل التجاري: وينطوي على مواجهة التقديرات الخاصة بحجم المبيعات والخدمة والتكاليف الخاصة بإنتاج وتسويق الخدمة والأرباح المتوقعة منها للوقوف على مدى تلبيتها للأهداف الأساسية لمصرف وانسجامها معها.

6. التطوير النهائي للخدمة: وهنا يتم إخراج مفهوم الخدمة إلى صورته بوصفه منتجاً فعلياً.  
7. الاختيار التسويقي للخدمة: بهدف اختبار قدرة الخدمة على إيجاد موطنٍ قدم لها في السوق الحقيقية، أي معرفة مدى قبولها من قبل المستفيدين، ومن ثم معرفة ردود أفعال الزبائن نحو الخدمة الجديدة.  
8. تقديم الخدمة الجديدة: إلى السوق على نطاق واسع، والتي تشير إلى بدء دورة حياة الخدمة المصرفية. إن الطبيعة الحقيقية للخدمة المصرفية تدل على أنها يجب أن تستجيب للعملاء، والتكيف مع التطورات الحاصلة في الساحة المصرفية، وهذا يعني مستوى الخدمة المصرفية، يجب أن يلنقي أو يفوق توقعاتهم وهذه التوقعات يجب أن تترجم إلى معايير أداء وموصفات جودة عالية.<sup>1</sup>

### المطلب الثالث: الخدمات المصرفية الإلكترونية

نتيجة للنمو المتسارع في تقنية المعلومات، أصبح استخدام الخدمات الإلكترونية المصرفية من أهم أدوات المنافسة بين البنوك مما يتطلب ملاحقة التقنية الحديثة واستعراض أفضلها وقد اتخذت المصارف خطوات حثيثة نحو التحول إلى الخدمات الإلكترونية لكسب عملائها، فأصبحت تقدم بصور ميسرة وأمنة.

#### أولاً: تعريف الخدمة المصرفية الإلكترونية

لقد تعددت مفاهيم الصيرفة الإلكترونية ومن أهمها:

تعرف بأنها: "تقديم الخدمة المصرفية مباشرة للعملاء من خلال التفاعل الآلي مع القنوات الإلكترونية المختلفة، التي يوفرها البنك لجميع المستخدمين (الأفراد أو الشركات) على مدار الساعة".<sup>2</sup>  
وتعرف أيضاً: "الصيرفة الإلكترونية هي تقديم خدمات عن بعد أو عبر الخط، أو من خلال قنوات الإلكترونية سواء المقيمين، أو غير المقيمين داخل أو خارج البلد".<sup>3</sup>

<sup>1</sup> هوارى معراج، مرجع سابق، ص 124.

<sup>2</sup> وسيم محمد الحداد وآخرون، الخدمات المصرفية الإلكترونية، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، 2012، ص 149.

<sup>3</sup> د. أحمد بوراس، د. سعيد بركة، أعمال الصيرفة الإلكترونية - الإدوان والخاطر -، دار النشر للكتاب الحديث، 2013، ص 99.

وتعرف أيضا: "هي تقديم الخدمات المصرفية باستعمال تكنولوجيا المعلومات والاتصال، أي من خلال الخدمة المصرفية والموزعات الآلية والشبكات الخاصة والهاتف النقال، فهي تتيح الخدمة المصرفية عن بعد خلال 24 ساعة وكل أيام الأسبوع بسرعة فائقة، وبتكلفة أقل وبدون التقاء مكاني بين العميل والمصرف".<sup>1</sup> عموما إن الصيرفة الالكترونية هي اتجاه المصارف نحو التوسع في إنشاء مقرات لها عبر الانترنت، وذلك من خلال شبكات اتصال الكترونية تقتصر على المشتركين فيها.

فالخدمة المصرفية الالكترونية تتميز بالخصائص التالية:<sup>2</sup>

- خدمات تتم عن بعد وبدون اتصال مباشر بين أطراف الخدمة؛
- خدمات لا تعرف قيودا جغرافية؛
- خدمات تقوم على التعاقد دون مستندات ورقية؛
- يتم الدفع عن طريق النقود الالكترونية؛

ثانيا: أهمية الخدمات المصرفية الالكترونية

وتتمثل أهمية الخدمات الالكترونية فيما يلي:<sup>3</sup>

- تخفيض النفقات التي يتحملها البنك لإجراء المعاملات؛
- زيادة ارتباط العملاء بالبنك؛
- إمكانية الوصول إلى قاعدة أوسع من العملاء؛
- تقديم خدمات مصرفية كاملة وجديدة؛
- الصمود بوجه المؤسسات المصرفية الأخرى؛

ثالثا: منافذ الصيرفة الالكترونية

1. آلات الصرف الآلي: تعرف بأنها محطات الكترونية متصلة بالحاسب الآلي للمصرف، من خلالها

يقدم خدمات مصرفية دون توقف ودون مساعدة من موظف المصرف، تجدر الإشارة هنا أن الأن

الصرف الذاتي هي من أكثر الوحدات الالكترونية شيوعا.<sup>4</sup>

<sup>1</sup> مرزوق عاشور، معمورية صورية، عصرنة القطاع المالي والمصرفي وواقع الخدمات البنكية الالكترونية بالجزائر، المؤتمر الدولي العالمي حول إصلاح النظام المصرفي الجزائري في 11، جامعة ورقلة، 2008، ص 03.

<sup>2</sup> أحمد بوراس، العمليات المصرفية الالكترونية، مجلة العلوم الإنسانية، جامعة خيضر، بسكرة، العدد 11، 2007، ص 197.

<sup>3</sup> وسيم محمد الحداد وآخرون، مرجع سابق، ص 162.

<sup>4</sup> طارق طه، إدارة البنوك في بيئة العولمة والانترنت، الإسكندرية، دار المركز الجامعي، 2007، ص 511.

تعتمد آلية عمل آلات الصرف الذاتي على وجود اتصال بين الحاسب الرئيسي للمصرف وآلة الصرف الذاتي المتواجدة في أماكن جغرافية، بحيث يمكن استقبال بيانات العميل كرقم التعريف الشخصي ورقم الحساب ثم ادخال رمز الخدمة بعد ذلك بإعطاء استجابة فورية تتمثل في:  
السحب النقدي، الإيداع النقدي، إيداع الشيكات، كشف الحساب، وقف صرف الشيك.

كما أن هنالك 3 أنواع من آلات الصرف كقناة توزيع مصرفية هي:<sup>1</sup>

**1.1. آلات الصرف بعيد المدى:** محطات طرفية الكترونية متواجدة في أماكن بعيدة جغرافيا عن مبنى المصرف.

**2.1. آلات الصرف الداخلية:** تتواجد داخل كل المصارف، والغرض منها امتصاص الطلب الزائد، وتخفيف الضغط الناتج عن صفوف الانتظار.

**3.1. آلات الصرف خارج المبنى:** محطات طرفية الكترونية متواجدة حول المبنى الخارجي للمصرف بغرض توفير خدمات مصرفية بعد ساعات العمل الرسمية.

**2. الصيرفة عبر الهاتف:** يعتمد مفهوم الصيرفة على الهاتف إلى تقديم خدمات مصرفية، دون توقف إلى العميل الذي يملك جهاز هاتف، فالعميل في هذه الحالة الرصيد:<sup>2</sup>

- خدمات الاستعلام على الحالة الرصيد الرسائل الالكترونية تعمله على حالات الطوارئ المتعلقة بالرصيد؛

- الحصول على كشف دوري تاريخي لكل التعاملات والعمليات المصرفية التي حدثت متابعة كل الشيكات المحصلة متابعة كل التحويلات التي تمت على حسابه؛

**3. الصيرفة عبر الانترنت:** يتم التعامل مع الخدمات المصرفية على الانترنت من خلال آلية تتضمن عدد قيام العميل بزيادة موقع المصارف، على شبكة الانترنت عن طريق إدخال عنوان المصرف.<sup>3</sup>

- إجابة العميل عن مجموعة من التساؤلات المعروضة، من أجل التحقق من هويته، ويتم في هذه الخطوات إدخال رقم تعامل شخصي؛

<sup>1</sup> نوري منير، التجارة الالكترونية والتسويق والالكتروني، ط01، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2014، ص 230.

<sup>2</sup> طارق طه، المرجع السابق، ص 520.

<sup>3</sup> محمد توفيق سعودي، بطاقات الائتمان والاسس القانونية الناشئة عن استخدامها، دار أمين للنشر، عمان، الأردن، 2001، ص 206.

- التعامل مع خدمة الاستعلام عن الحسابات يقوم العميل بانتقاء الاختيار المسمى المناسب والحصول على الخدمات، وتنقسم الصيرفة عبر الانترنت إلى:

**1.3. الصيرفة عبر التلفزيون:** ظل التلفزيون عقد من الوسائل الناجحة للإعلام الجماهيري، وقد تم تطوير نظام التلفزيون ل يتيح المراسلة مع المشترك لمقدمي خدمة الارسال، وأصبح ما يطلق عليه بالتلفزيون التخطيبي أو التفاعلي، وأصبحت خدمة الانترنت يتم تقديمه عبر شبكة التلفزيون التخطيبي خاصة وأن التلفزيون أمثل مكانة في المنازل.<sup>1</sup>

**2.3. الموقع المعلوماتي:** هو الحد الأدنى من نشاط المصرف والصيرفة الالكترونية عبر الانترنت، ويعتمد على موقع واب على شبكة الانترنت ويقدم معلومات حول برامج الصرف.

**3.3. الموقع الاتصالي:** هو موقع يسمح بالتبادل الاتصالي بين المصرف والعميل، كالبريد الالكتروني.

**4.3. الموقع التبادلي:** وهو المستوى الذي يمارس فيه المصرف أنشطته وخدماته في بيئة الكترونية.<sup>2</sup>

رابعا: مميزات الصيرفة الالكترونية

**1. مزاياها:** ومن أبرز مزايا الصيرفة الالكترونية:<sup>3</sup>

- **الكفاءة:** عن صفقات النقد الالكتروني أقل تكلفة من الطرف الاخر وهذا ما يشجع على نشاط الأعمال، حيث يتم تحويل النقد الالكتروني على الانترنت أقل من إجراءات عمليات بطاقات الائتمان.

- **سهولة الحياة:** يستطيع كل فرد استخدام النقود الالكترونية، حيث لا يستلزم ان يكون لدى أحد الطرفين.

- **لا تخضع للحدود:** يمكن تحويل النقد الالكتروني من أي مكان إلى آخر في العالم، وفي أي وقت كان، وذلك لاعتمادها على الانترنت أو على الشبكات التي تفرق بالحدود الجغرافية، ولا تضر بالحدود السياسية.

- **بسيطة وسهلة الاستخدام:** تسهل النقود الالكترونية التعاملات المصرفية إلى حد كبير فهي تعنى ملاء الاستثمارات وإجراء الاستعلامات المصرفية عبر الهاتف.

<sup>1</sup> زيدان محمد، دور التسويق في القطاع المصرفي، حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية، أطروحة دكتوراه (غير منشورة) في العلوم الاقتصادية، جامعة الجزائر، 2005/2004، ص 88.

<sup>2</sup> المرجع السابق، ص 90.

<sup>3</sup> عبد الكريم قندوز، بومدين نورين، الصيرفة الالكترونية في المؤسسات المصرفية، كمدخل لبناء الاقتصاد الرقمي في الجزائر، الملتقى الدولي الثاني، المعرفة في ظل الاقتصاد الرقمي، جامعة حسيبة بن بوعلي، الشلف، ص 98.

- تسريع عمليات الدفع: تجري حركة التعاملات المالية ويتم تبادل معلومات التنسيق الخاص في الزمن الحقيقي دون الحاجة إلى وسيطة.
  - تشجيع عمليات الدفع الآمنة: تستخدم المصارف التي تتعامل بالنقود الالكترونية أجهزة خادمة تدعم بروتوكول الحركة المالية الآمنة، كما تستخدم مستعرضات لشبكة الويب تدعم البروتوكول الطبقات الآمنة، مما يجعل عمليات دفع النقود الالكترونية أكثر أمانا.
  - تخصيص التكاليف: من أهم المزايا هو تخفيض التكاليف على عاتق المصارف، حيث يتخلص المصارف من أعباء فتح فروع جديدة في أماكن مختلفة داخل أو خارج البلد، وذلك لأن نظام المصارف الالكترونية ينقل المصرف وخدماته المتنوعة إلى كل عميل حيث ما كان.
2. عيوبها: أما من عيوب المصارف الالكترونية نجد:<sup>1</sup>
- الضريبة: مشكلة الجباية على التجارة الالكترونية نظرا لتوافق التعاملات الالكترونية مع مبادئ الجباية التقليدية، وهذا راجع إلى اختلاف أماكن المتعاملين، ومشكلة هل يتم فرض الضريبة في البلد الذي يتم فيه المستفيد من الدخل، أو يتم فرضها على الدخل في البلد المصدر والجدل قائم لأن معظم البلدان تعرض الضرائب على المقيمين في أراضيها.
  - غسيل الأموال: من السهل وقوعه من خلال شراء سلع وخدمات بالنقد الالكتروني، الذي يمكن صرفه بدون إظهار اسم الشخص بالنسبة لسلع ذات قيمة وتباع مقابل نقد حقيقي في السوق المفتوحة، وبالطبع يمكن شراء السلع في الدول الأخرى مما يزيد من تعقيد الأمور.<sup>2</sup>
  - التزوير: ومثلما هو الحال بالنسبة إلى العملة الحقيقية فإن النقد الالكتروني عرضة للتزوير، فمن الممكن رغم أن هذا بالغ الصعوبة إيجاد وصرف نقد الكتروني مزيف.
  - مسألة الملازمة: وربما تكون الخاصية الأكثر أهمية للنقد، وهي الملازمة فإذا كانت المصارف الالكترونية، تتطلب نوعا خاصا من البرمجيات أو العناصر المادية أو الخبرة، حينئذ لن يكون ملائم الانسجام الناس.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> مصطفى كمال السيد الطايل، الصناعة المصرفية في ظل العولمة، اتحاد المصارف العربية، الإسكندرية، 2009، ص 68.

<sup>2</sup> المرجع السابق، ص 70.

<sup>3</sup> بورزيق إبراهيم فوزي، دراسة تحليلية حول التجربة الجزائرية في مجال النقد الآلي البنكي، مذكرة ماجستير، الجزائر، 2008/2007، ص 22.



إن قيام المصارف بتقديم خدمات مصرفية بديّة ومكمّلة ومبتكرة من خلال التقنيات الرقمية بالتعاملات المصرفية المنزلية أو التعاملات المصرفية الالكترونية، إن أشارت إلى شيء فهي تشير إلى أن هذه الخدمات أصبحت أكثر ملاءمة، وقبولا نتيجة للقيمة المضاعفة التي يستفيد منها الزبون، السهولة في الدخول إلى حسابه الخاص، التخلص من القيود الزمنية والمكانية لإنجاز المعاملات المصرفية بمفرده بعيدا عن المشكلات المتعلقة بالطواير، وما يترتب عنها من مشاكل بين العملاء أنفسهم.

### المطلب الرابع: وسائل الدفع الالكترونية

إن من أهم الأسباب التي أدت إلى استخدام وسائل الدفع الالكتروني هي التجارة الالكترونية، بعد ما كان الدفع يتم بوسائل تقليدية، حيث أدى إلى تحويل النقود من شكلها المادي الملموس إلى بطاقات ذكية أو على قرص صلب للكمبيوتر أو على الانترنت.

#### أولاً: تعريف وسائل الدفع

هنالك عدة تعريف لوسائل الدفع الالكترونية نظراً لاختلاف وجهات نظر الباحثين ومن أهمها:  
عرفه المشرع الجزائري كما يلي: "تعتبر وسائل الدفع كل الوسائل التي تمكن كل شخص من تحويل الأموال هما كانت الوسيلة والتقنية المستعملة"<sup>1</sup>.  
وتعرف أيضا بأنها: "عملية يتم من خلالها استبدال القيمة المالية بالبضاعة، أو الخدمات أو بالمعلومات، فهي تستخدم وسيط لتسهيل عملية التبادل مثل البنك"<sup>2</sup>.  
- هي: "عملية تحويل الأموال وهي في الأساس ثمن السلعة أو خدمة بطريقة رقمية أي باستخدام أجهزة الكمبيوتر، وإرسال البيانات عبر نمط تليفوني أو شبكة ما"<sup>3</sup>.  
وهنالك عدة خصائص لوسائل الدفع يمكن تلخيصها فيما يلي:<sup>4</sup>  
- يتسم الدفع الالكتروني بالطبيعة الدولية، أي أنه وسيلة مقبولة في جميع الدول حيث يتم استخدامه لتسوية الحسابات.

<sup>1</sup> بورزيق إبراهيم فوزي، دراسة تحليلية حول التجربة الجزائرية في مجال النقد الآلي البنكي، مذكرة ماجستير، الجزائر، 2008/2007، ص 22.

<sup>2</sup> بن رجالد جوهر، الانترنت والتجارة الالكترونية، مذكرة ماجستير، (غير منشورة)، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، 2002، ص 83.

<sup>3</sup> عصام عمر أحمد مندور، البنوك الوضعية والشرعية، دار التعليم الجامعي للطباعة والنشر والتوزيع، الإسكندرية، 2013، ص 147.

<sup>4</sup> رابح عرابية، دور تكنولوجيا الخدمات المصرفية الالكترونية، مجلة الأكاديمية للدراسات الاجتماعية والإنسانية، العدد 08، 2012، ص 15.

– يتم الدفع باستخدام النقود الالكترونية، وهذه الأخيرة عبارة عن قيمة نقدية تتضمنها بطاقة بها ذاكرة رقمية أو الذاكرة الرئيسية للمؤسسة؛

– يستخدم هذا الأسلوب لتسوية المعاملات الالكترونية عن بعد؛

### ثانيا: منافذ التوزيع الالكتروني

وتتمثل فيما يلي:<sup>1</sup>

1. **البطاقات البنكية:** أو البطاقات البلاستيكية، وهي عبارة عن بطاقة مغناطيسية يستطيع حاملها استخدامها في شراء معظم احتياجاته، وأداء مقابل ما يحصل عليه من خدمات دون الحاجة لحمل مبالغ كبيرة، وتتعرض لمخاطر السرقة. وتنظم إلى:

#### 1.1. **بطاقات السحب:** يوجد نوعان من بطاقات السحب هما:<sup>2</sup>

– **البطاقة العادية أو الفضية:** هي بطاقة ذات حدود ائتمانية منخفضة نسبيا وتوفر هذه البطاقة جميع أنواع الخدمات المصرفية المقدمة لشراء من التاجر، والسحب النقدي من المصارف وأجهزة السحب الآلي.

– **البطاقة الذهبية:** وهي بطاقة ذات حدود ائتمانية عادية لدى بعض المنظمات راعية البطاقة VISA أو إئتمانية غير محدودة بسقف معين، لدى بعض مثل امريكان اكسبريس وبجانب ذلك يتمتع حاملها ببعض المزايا الإضافية المجانية كالتأمين ضد الحوادث، والحصول على استشارات طبية وقانونية.<sup>3</sup>

#### 2.1. **البطاقة حسب الاستخدام:** ويوجد 03 أنواع:<sup>4</sup>

– **بطاقة الائتمان العادية:** وهي النوع الاغلب ويستخدم في الشراء من التجار والحصول على الخدمات والسحب النقدي.

– **بطاقة السحب النقدي الالكتروني:** وتستخدم فقط في عملية سحب النقود إما من أجهزة الصرف الآلي الدولية أو في أجهزة قارئ الشريط المغناطيسي المزودة بها المصارف المشتركة في عضوية البطاقة.

<sup>1</sup> محمد حسين منصور، **المسؤولية الالكترونية**، دار الجامعة الجديدة للنشر، الإسكندرية، 2003، ص 120.

<sup>2</sup> لوصيف عمار، **استراتيجيات نظام المدفوعات للقرن الحادي والعشرين مع الإشارة إلى التجربة الجزائرية**، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية والتسيير، قسم العلوم الاقتصادية، جامعة منتوري، قسنطينة، الجزائر، 2009/2008، ص 29.

<sup>3</sup> المرجع السابق، ص ص 120-122.

<sup>4</sup> مصطفى طويطي، **وسائل الدفع الكتروني، دراسة قياسية لبنك القرض الشعبي الوطني**، مجلة العلوم الاقتصادية والتسيير والعلوم التجارية، جامعة البويرة، العدد 09، 2013، ص 57.

– **بطاقة ضمان الشيك:** بمقتضاها يتعهد البنك مصدر البطاقة لعميله حامل البطاقة بأن يضمن سداد الشيكات التي يحررها العميل وذلك وفقا لشروط إصدار البطاقة، وتحتوي هذه البطاقة على اسم العميل وتوقيعه ورقم حسابه واحد الأقصى، الذي يتعهد البنك به في شكل يحرره العميل.

**2. النقود الالكترونية:** معالجة قيمة المدفوعات عبر الانترنت حيث تحل قيمة النقد محل السيولة النقدية، وتتم باستخدام الحوسبة والرقمية بأشكالها المختلفة، من حواسيب وهواتف نقالة وبطاقات ذكية أو أية وسيلة أخرى.

وهناك تقسيمات عديدة مقطوعة:<sup>1</sup>

**1.2. نقود الكترونية قابلة للتعرف عليها:** وتتميز باحتوائها على معلومات عن الشخص الذي قام بسحب النقود من المصرف، في بداية التعامل ثم الاستمرار كما هو الشأن بالنسبة للبطاقة الائتمانية.

**2.2. نقود الكترونية غير اسمية:** وهي تستخدم تماما كالأوراق النقدية من حيث كونها وثيقة الصلة بمن يتعامل بها، فلا تترك وراءها أثر يدل على هوية من انتقلت منه وإليه.

**3.2. نقود الكترونية عن طريق الشبكة:** وهي نقود رقمية في البداية سحبها من مصرف أو من مؤسسة مالية أخرى، وتخزينها في أداة معدنية داخلية توضع في جهاز الحاسوب الشخصي، وبالضغط على الفأرة الشخصية بهذا الجهاز ترسل النقود الرقمية عبر الانترنت إلى المستفيد في ظل إجراءات تضمن الأمان والسرية فهي نقود حقيقية ولكنها رقمية وليست مادية.<sup>2</sup>

**4.2. نقود الكترونية خارج الشبكة:** وهنا تتم التعاملات دون الحاجة للاتصال المباشر بالمصدر، فهي تتخذ عادات صور بطاقة بحوزة المستهلك، وتتضمن مؤشرا يطرأ له التغييرات التي تطرأ على قيمتها المخزنة، وهي تثير قدر كبير من المشاكل خاصة فيما يتعلق بالأمان.

**3. الشيكات الالكترونية:** عبارة عن وثيقة الكترونية تمل التزاما قانونيا، هو نفسه الالتزام في الشيكات الورقية، ويحمل نفس البيانات الأساسية ولكن يكتب بطريقة الكترونية وتتميز هذه الشيكات بالعديد من ميزاتها:<sup>3</sup>

– لا يتم تحميل الشيكات الالكترونية بالرسوم؛

<sup>1</sup> نوال بن عمارة، وسائل الدفع الالكترونية، (الأفاق والتوصيات)، الملتقى الدولي حول التجارة الدولية، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، أيام 15-16-

17 مارس 2014، ص 12.

<sup>2</sup> المرجع السابق، ص 13.

<sup>3</sup> أكرم حداد، مشهور هندلول، النقود والمصارف – مدخل تحليلي ونظري، ط01، دار وائل للنشر، الأردن، 2005، ص 57.

يتم تسوية المدفوعات خلال 48 ساعة عكس الشيكات العادية تتم في وقت أصول

- تتيح الشيكات الالكترونية القضاء على المشاكل التي تواجهها الشيكات العادية مثل الضياع، التأخر ... إلخ؛

4. البطاقة الذكية: كما نتابع التطورات الالكترونية ظهرت بطاقة ذكية، عبارة عن بطاقة بلاستيكية تحتوي على الكترونية يتم عليها تخزين جميع البيانات الخاصة بحاملها مثل: الاسم، العنوان، المصرف، المبلغ، ...<sup>1</sup>

ثالثا: مميزات الدفع الالكتروني

### 1. مزاياها

ومن أهم مزايا الدفع الالكتروني ما يلي:<sup>2</sup>

1.1. بالنسبة إلى حاملها: تحقق وسائل الدفع الالكتروني لحاملها مزايا عديدة أهمها، سهولة ويسير الاستخدام، كما تمنحه الأمان بدل حمل النقود الورقية وتقادي السرقة والضياع.

2.1. بالنسبة إلى التاجر: تعد أقوى ضمان لحقوق البائع تساهم في زيادة المبيعات، كما أنها أزلت عبء متابعة ديون الزبائن طالما أن العبء يقع على البنك والشركات المصدرة.

3.1. بالنسبة إلى مصدرها: تعتبر الفوائد والرسوم والغرامات من الأرباح التي تحققها المصارف والمؤسسات المالية.

### 2. عيوبها

وتتمثل فيما يلي:<sup>3</sup>

1.2. بالنسبة إلى حاملها: زيادة الاقتراض والافتاق بما يتجاوز القدرة المالية، وعدم سداد البطاقة قيمتها في الوقت المحدد يترتب عليه وضع اسمه في القائمة السوداء.

2.2. بالنسبة للتاجر: إن مجرد حدوث بعض المخالفات من جانبه أو عدم التزامه بالشروط يجعل البنك يلغي التعامل معه.

<sup>1</sup> د. منصور الزين، وسائل وأنظمة الدفع الالكتروني، الملتقى الدولي الرابع حول عصريّة أنظمة الدفع في البنوك الجزائرية، جامعة البليدة، 16-17-18 مارس 2010، ص 02.

<sup>2</sup> طارق عبد العال حماد، التجارة الالكترونية، المفاهيم، التجارب، التحديات، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2003، ص 140.

<sup>3</sup> أحمد محمد غنيم، إدارة البنوك تقليدية الماضي والكترونية المستقبل، ط01، المكتبة المصرية للنشر والتوزيع، مصر، 2007، ص 100.

**3.2. بالنسبة إلى المصدر:** أهم خطر هو مدى سداد حامل البطاقة الديون، وكذلك تحمل البنك المصدر نفقات ضياعها.

إن اتساع نطاق التجارة الالكترونية سمح بتضاؤل دور النقود الورقية والدفع التقليدي أمام ازدهار الدفع الالكتروني، حيث كانت النقود الوسيلة الرئيسية لتسوية المعاملات المالية، وكان الدفع يتم بصورة سائل أو بواسطة وسيلة بديلة كشيك، ومنها تزايدت أهمية وسائل الدفع مع بداية التحول إلى عصر المعلوماتية وما أحدثته من تغيير في مجال العمل التجاري، ولذلك كان نظام الدفع الالكتروني هو الوسيلة الأمثل في الاستجابة لمتطلبات التجارة الالكترونية.

أصبحت الخدمات المصرفية الحديثة تمثل الركيزة الأساسية للصناعة المصرفية، والعنوان الرئيسي للتعاملات المصرفية المستقبلية، والتي ستمكن العميل من إتمام غالبية عملياتهم واحتياجاتهم دون الحاجة لزيادة فرع البنك لذا أدركت البنوك المعاصرة أهمية تحقيق الترابط بين نجاح البنك وبين توجهه الإبداعي في مجال توظيف التكنولوجيا، واستثمارها في التعرف على حاجات العملاء والسعي لتحقيقها بما يحقق الميزة التنافسية، وتحقيق مستويات أعلى من إشباع حاجات العملاء ورغباتهم.

## المبحث الثاني: ماهية تقييم الأداء البنكي

يحتل موضوع تقييم الأداء أهمية كبرى للمؤسسات خاصة في الفترة الحالية نظرا لما يشهده العالم من تغيرات متسارعة، وإفلاس العديد من المؤسسات الكبرى، ويهدف تقييم الأداء في البنوك إلى قياس مدى كفاءتها في استخدام الموارد المتاحة لديها.

### المطلب الأول: مفهوم تقييم الأداء

إن عملية تقييم الأداء تهدف إلى إظهار واستخلاص جوانب القوة والضعف في المؤسسات المصرفية، وذلك بمقارنة ما كانت تهدف إليه أو ما تخطط له المؤسسة لتحقيقه بالفعل أو ما تم الوصول إليه فعليا.

#### أولاً: تعريف الأداء

يعرف الأداء على أنه: "مركز ذو مسؤولية يتمثل في الفعالية والإنتاجية التي يبلغ بهما هذا المركز الأهداف التي قبلها، فالفعالية تحدد المستوى المطلوب لتحقيق الأهداف، أما الإنتاجية تقارن النتائج المتحصل عليها بالوسائل المستخدمة في ذلك".<sup>1</sup>

كما يعرف كذلك على أنه: "مفهوم يربط بين أوجه النشاط وبين الأهداف التي تسعى المؤسسة إلى تحقيقها".<sup>2</sup>

ومن خلال ما سبق يمكن إعطاء تعريف شامل: الأداء يتمثل في قدرة المؤسسة على تحقيق النتائج التي تتطابق مع الخطط والأهداف فالمؤسسة، باستغلالها إلى مواردها المتاحة استغلالاً أمثل.

#### ثانياً: تعريف تقييم الأداء

ولقد تعددت التعاريف ونذكر منها:

يعرف تقييم الأداء المالي بأنه: "هو عملية قياس النتائج المحققة أو المنتظرة على ضوء معايير محددة سلفاً لتحديد ما يمكن قياسه، ومن ثم مدى تحقيق الأهداف لمعرفة مستوى الفعالية وتحديد الأهمية النسبية بين النتائج والموارد المستخدمة مما يسمح بالدعم على درجة الكفاءة".<sup>3</sup>

<sup>1</sup> د. توفيق محمد عبد المحسن، تقييم الأداء، مداخل جديدة والعالم الجديد، دار الفكر العربي، دار النهضة العربية، مصر، 2004/2003، ص 03.

<sup>2</sup> محمد جموعي قريشي، تقييم أداء المؤسسة المصرفية دراسة حالة مجموعة من البنوك الجزائرية، مجلة الباحث، العدد 03، 2004، ص 09.

<sup>3</sup> المنظمة العربية للتنمية الإدارية، قياس وتقييم الأداء كمدخل لتحسين جودة الأداء المؤسسي، القاهرة، مصر، 2009، ص 121.

ويعرف أيضا على أنه: "إحدى الحلقات المهمة في العملية الإدارية الشاملة تعتمد على استخدام مجموعة من المؤشرات والمقاييس لفحص مدى تحقيق الوحدة الاقتصادية لأهدافها الموضوعية وتحديد الانحرافات الإيجابية والسلبية.<sup>1</sup>

وهو أيضا: "عبارة عن قياس مدى نجاح الوحدات في تحقيق أهدافها المحددة مسبقا، أو التأكد من كفاءة استخدام الموارد المتاحة، والتحقق من تنفيذ الأهداف المخططة".<sup>2</sup>

تقييم الأداء هو التأكد من كفاية استخدام الموارد المتاحة لتحقيق الأهداف المخططة من خلال دراسة مدى جودة الأداء واتخاذ القرارات التصحيحية.

### ثالثا: أهداف تقييم الأداء المالي

تستهدف عملية تقييم الأداء المالي تحقيق ما يلي:<sup>3</sup>

- الوقوف على مستوى إنجاز الوحدة الاقتصادية مقارنة بالأهداف المدرجة في خطتها؛
- الكشف عن خلل والضعف في نشاط المؤسسة واجراء تحليل شامل لها وبيان مسبباتها وذلك بهدف وضع الحلول اللازمة لها وتصحيحها؛
- الوقوف على مدى كفاءة استخدام الموارد المتاحة بطريقة رشيدة تحقق عائدا أكبر وتكاليف أقل؛
- تقييم مدى تحمل المسؤولين للمسؤوليات المخولة لهم؛
- التمكين من اجراء المقارنات بين أداء مختلف الأقسام داخل المؤسسة لتحديد المجالات التي يجب أن تجرى فيها التحسينات؛
- ربط جميع الأجهزة الإدارية بمختلف مستوياتها بالوسائل التي تجعلها قادرة على قياس الأداء، وبالتالي اتخاذ القرارات المستندة إلى حقائق علمية وموضوعية توفرها عملية تقييم الأداء؛
- التحقق من أن الإنجاز الفعلي كان وفقا للأهداف والخطط الموضوعية؛

### رابعا: أهمية تقييم الأداء

تكمن أهمية تقييم الأداء فيما يلي:<sup>4</sup>

- يوفر تقييم الأداء معلومات هامة لمختلف المستويات الإدارية؛

<sup>1</sup> د. توفيق محمد عبد المحسن، نفس المرجع السابق، ص 06.

<sup>2</sup> زهير ثابت، *كيفية تقييم أداء الشركات والعمال*، دار قباء للنشر والتوزيع، القاهرة، 2001، ص 15.

<sup>3</sup> مسامح عبد المطلب عامر، *استراتيجيات إدارة الموارد البشرية*، دار الفكر ناشرون وموزعون، الأردن، 2011، ص 222.

<sup>4</sup> منير نوري وفريد كورتيل، *إدارة الموارد البشرية*، مكتبة المجتمع العربي للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2011، ص 323.

- يساعد على إيجاد نوع من المنافسة بين الأقسام الإدارية والمنظمات المختلفة؛
  - يؤدي إلى كشف العناصر الكفوة ووضعها في المواقع الأكثر إنتاجية؛
  - يساعد في مشف الانحرافات ومتعرفة أسبابها؛
  - يساعد في التحقق من سلامة المركز المالي للمنظمة وبيان مدى تناسق توزيع الأموال المتاحة على أوجه الاستثمار المختلفة؛
  - يساهم في تحقيق المتابعة للأهداف الموضوعة بالموازنة التخطيطية عن طريق مقارنة نتائج التنفيذ الفعلي بالتقديرات الموضوعة؛<sup>1</sup>
- ومن الأهداف والأهمية يتضح لنا تقييم الأداء يكمن في كشف الانحرافات، وتصحيحها وتحقيق من أن الإنجازات وفقا للخطط الموضوعة والمسطرة.
- يعتبر تقييم الأداء أمرا هاما بالنسبة للمصرف، أو الموظف فهو يمثل المعيار الذي يوضح ما إذا كان الموظف يؤدي مهام ومسؤوليات الوظيفة التي يقوم بأدائها على الوجه المطلوب أم لا، وتتضح للمنظمة من خلاله نقاط ضعف الموظف وقوته ويحدد تقييم الأداء تلك الفئة من الموظفين الذين لا يحققون للمنظمة أهدافها وفيما يتصل بالموظف، يشكل تقييم الأداء بالنسبة له تعبيرا عن إمكانية الاستمرار والرقى في الشركة.

### المطلب الثاني: مؤشرات الأداء المالي

قبل التطرق إلى مؤشرات الأداء المالي نعرف الأداء المالي.

#### أولا: تعريف الأداء المالي

يعرف الأداء المالي على أنه: "مدى مساهمة الأنشطة في خلق القيمة أو الفعالية في استخدام الموارد المالية المتاحة، من خلال بلوغ الأهداف المالية بأقل التكاليف المالية".<sup>2</sup>

<sup>1</sup> منير نوري وفريد كورتييل، المرجع السابق، ص 323.

<sup>2</sup> د. حاكم محسن الربيعي، د. حمد عبد الحسين راضي، حوكمة البنوك وأثرها في الأداء والمخاطرة، ط01، دار النشر البازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2013، ص 145.



ويمكن تعريفه أيضا: "هو مجموعة الوسائل اللازمة وأوجه النشاط المختلفة والجهود المبذولة لقيام المصارف بدورها، وتنفيذ وظائفها في ظل البيئة المصرفية المحيطة من أجل تقديم الخدمات المصرفية التي تحقق الأهداف".<sup>1</sup>

ويتمثل كذلك في: "قدرة المؤسسة على تحقيق أهدافها المالية وبأقل تكلفة ممكنة، أي تحقيق التوازن المالي وتوفير السيولة لتسديد ما عليها من التزامات وتحقيق معدل مردودية جيد بأقل تكلفة".<sup>2</sup> ومن خلال ما سبق نستنتج أن الأداء المالي هو آلية تمكن من فعالية تعبئة واستخدام الوسائل المتاحة في البنك بأحسن صورة، أي خفض التكاليف ورفع الفوائد.

### ثانيا: مؤشرات الأداء المالي

تعتبر مؤشرات الأداء المالي من أهم الأدوات التي تعتمد عليها الإدارة في تحليل قوائمها المالية لمعرفة مدى سلامة مركزها المالي وربحية المؤسسة، ومن بين هذه المؤشرات نجد:<sup>3</sup>

**1. نسبة السيولة:** تشير السيولة إلى مدى قدرة المؤسسة على سداد التزاماتها الجارية عندما يحين ميعاد استحقاقها، وتهدف هذه المجموعة من النسب إلى تحليل وتقييم رأس المال العام والتعرف على درجة تداول عناصره وتحكم على قدرة المؤسسة على مقابلة التزاماتها الجارية، وتتضمن مجموعة من النسب وهي:

**1.1. نسبة السيولة العامة:** تعبر هذه النسبة على مقارنة الأصول قصيرة الاجل مع الخصوم قصيرة الأجل وتحسب كما يلي:

$$\text{نسبة السيولة العامة} = \frac{\text{مخزون + حقوق + نقدية}}{\text{قروض قصيرة الأجل}}$$

أو نسبة السيولة العامة = الأصول المتداولة / القروض قصيرة الأجل  $\leq 1$ .

<sup>1</sup> عبد الوهاب دادن ورشيد حفصي، تحليل الأداء المالي للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية باستخدام طريقة التحليل العامل التمييزي (AED) خلال الفترة 2006/2011، مجلة الوحدات للبحوث والدراسات، جامعة غرداية، المجلد السابع، العدد 02، 2014، ص 20.

<sup>2</sup> رجاء رشيد عبد الستار، تقويم الأداء المالي لمصرف الرشيد وأهميته في قياس مخاطر السيولة المصرفية، مجلة، العدد 31، كلية العلوم الاقتصادية، العراق، 2012، ص 100.

<sup>3</sup> د. إبراهيم محمد المحاسنة، إدارة وتقييم الأداء الوظيفي، بين النظرية والتطبيق، دار جرير للنشر والتوزيع، ط01، 2013، ص 106.

يجب أن تكون هذه النسبة أكبر من 1 أي تحقيق رأس مال عامل صافي إيجابي، أما إن كانت أقل من 1 فالمؤسسة في حالة سيئة وعليها تدارك ذلك بزيادة الديون طويلة الأجل أو زيادة رأس مالها أو تخفيض ديون قصيرة الأجل.<sup>1</sup>

2.1. نسبة السيولة المختصرة: تقيس هذه النسبة قدرة سداد المؤسسة في المدى القصير وتحسب كما يلي:

$$\text{نسبة السيولة المختصرة} = (\text{الأصول قصيرة الأجل} - \text{المخزونات}) / \text{القروض قصيرة الأجل}.$$

تحسب هذه النسبة بعد السنة الأولى للتحقيق من تغطية الديون قصيرة الأجل.<sup>2</sup>

3.1. نسبة السيولة الفورية: تبين هذه النسبة قدرة المؤسسة على الدفع الفوري من موجوداتها لسداد ديونها وتحسب بالعلاقة التالية:

$$\text{نسبة السيولة الفورية} = \text{النقدية} / \text{قروض قصيرة الأجل}.$$

2. نسب النشاط: تقيس نسب النشاط الكفاءة التي تستخدم بها المؤسسة الموجودات او الموارد المتاحة لها عن طريق اجراء مقارنة فيما يبين مستوى المبيعات ومستوى الأسعار في عناصر الموجودات، ويمكن تلخيصها فيما يلي:<sup>4</sup>

1.2. معدل دوران المخزون: وهي تعبر عن عدد المرات التي يدور المخزون خلال دورة الاستغلال وتحسب كما يلي:

$$\text{معدل دوران المخزون} = \text{في المؤسسة التجارية: تكلفة شراء البضاعة} / \text{متوسط المخزونات}.$$

2.2. معدل دوران الأصول المتداولة: ويعني ذلك دراسة العلاقة بين الأصول واستخداماتها وتعبر هذه النسبة على مدى كفاءة إدارة هذا النوع من الأصول وتوليد مبيعات منها وتحسب كما يلي:<sup>5</sup>

$$\text{معدل دوران الأصول المتداولة} = \text{صافي المبيعات} / \text{الأصول المتداولة}.$$

<sup>1</sup> يحي سعدي، توفيق عصي، تقييم أداء البنوك العمومية الجزائرية باستخدام النسب المالية، دراسة حالة الصندوق الوطني للتوفير والاحتياط، مجلة العلوم الاقتصادية والتسيير والتجارة، العدد 09، ص 2013.

<sup>2</sup> محمد السعيد أنور سلطان، إدارة البنوك، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2005، ص 130.

<sup>3</sup> المرجع السابق، ص 131.

<sup>4</sup> عبد الغني دادن، محمد الأمين كمامي، الأداء المالي من منظور المحاسبة المالية، المؤتمر الدولي حول الأداء المتميز للمنظمات والحكومات، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، 08-09 مارس 2005، ص 10.

<sup>5</sup> المرجع السابق، ص 11.

### 3. نسبة التمويل والاستقلالية المالية

1.3. نسبة التمويل الدائم: تعتبر هذه النسبة على مدى تغطية الأموال الدائمة للأصول الثابتة للمؤسسة وتحسب بالعلاقة التالية:

$$\text{نسبة التمويل العام} = \frac{\text{الأموال الدائمة}}{\text{الأصول الثابتة}} = 1.$$

يجب أن تكون قيمة هذه النسبة تساوي 1، أي قيمة الأصول الدائمة مساوية لقيمة الأصول الثابتة، وهو ما يجعل رأس المال العامل معدوم.<sup>1</sup>

2.3. نسبة التمويل الذاتي: توضح هذه النسبة مدى اعتماد المؤسسة في تمويل استثماراتها بمواردها الخاصة، وتحسب بالعلاقة كالتالي:

$$\text{نسبة التمويل الذاتي} = \frac{\text{الأموال الخاصة}}{\text{الأصول الثابتة}}.$$

- كلما كانت هذه النسبة أكبر من 1 كان ذلك مؤشراً على الاستقلالية المالية للمؤسسة في تمويل استثماراتها.<sup>2</sup>

3.3. نسبة الاستقلالية المالية: تقيس هذه النسبة درجة استقلالية المؤسسة عن دائنيها وتحسب بالعلاقة التالية:

$$\text{نسبة الاستقلالية المالية} = \frac{\text{الأموال الخاصة}}{\text{مجموع الديون}}.$$

- عادة ما يفضل المليون أن تكون هذه النسبة محصورة بين 1 و2، وإذا كانت فإن البنوك توافق على إقراض المؤسسة.

4.3. نسبة التمويل الخارجي: تعبر هذه النسبة على مدى اعتماد المؤسسة على الأموال الخارجية في عملية التمويل، وتحسب بالعلاقة التالية:

$$\text{نسبة التمويل الخارجي} = \frac{\text{مجموع الديون}}{\text{مجموع الخصوم}}.$$

- كلما قلت هذه النسبة زادت من ثقة الممولين في قدرة المؤسسة بالوفاء بالديون.<sup>3</sup>

4. نسبة الربحية: تعطي هذه النسبة مؤشرات على مدى قدرة المؤسسة على توليد الأرباح من خلال مبيعاتها أو استثماراتها ومن بينها نجد:<sup>4</sup>

<sup>1</sup> وائل محمد صبحي، إريس محسن منصور الغالي، سلسلة إدارة الأداء الاستراتيجي أساسيات الأداء وبطاقة التقويم المتوازن، دار وائل للنشر، عمان، الأردن، 2009، ص 179.

<sup>2</sup> نفس المرجع السابق، ص 180.

<sup>3</sup> السعيد فرحات جمعة، الأداء المالي لمنظمات الأعمال، د.ط، الرياض، المملكة العربية السعودية، 2000، ص 38.

<sup>4</sup> عبادي محمد، سليم حمود، استخدام المؤشرات الدولية لقياس الأداء والفعالية في البنوك التجارية الجزائرية، الملتقى الدولي حول أداء وفعالية المنظمة في ظل التنمية المستدامة، جامعة محمد بوضياف، المسيلة، 10/11 نوفمبر 2009، ص 04.

1.4. معدل الفائدة على الاستثمار: ويحسب كما يلي:

معدل الفائدة على الاستثمار = صافي الربح بعد الضرائب / مجموع الموجودات

ويستفيد منها لتعظيم العائد على حقوق أصحاب المؤسسات مع أخذ المخاطرة بالحساب وهي: 11.4%

2.4. معدل العائد على حقوق الملكية: ويوضح هذا العائد المردود الذي يحققه المالكون قبل التوزيع مقسوم على الأرباح والنسبة النمطية هي: 15% ويحسب:

$$\text{معدل العائد على حقوق الملكية}^1 = \frac{\text{صافي الأرباح بعد الضريبة} - \text{توزيعات أسعار الممتازة}}{\text{صافي حقوق الملكية}}$$

تعتبر المؤشرات المالية أحد الأدوات والوسائل الأكثر استخداماً والنموذج الأكثر أهمية في التحليل للوصول إلى تقييم دقيق لنجاح المنشأة أو احتمالات الفشل فيها وتحديد نقاط القوة أو الضعف. وبعد اختيار مؤشرات الأداء المالي وتركيبها من أهم مراحل عملية تقييم الأداء المالي فنجاح عملية التقييم يعتمد بدرجة كبيرة على دقة وملاءمة المؤشرات المالية.

### المطلب الثالث: قواعد ومراحل عملية تقييم الأداء

#### أولاً: القواعد الأساسية لتقييم الأداء

وتتمثل فيما يلي:<sup>2</sup>

1. **تحديد الأهداف:** هي الخطوة الأولى في عملية تقييم الأداء لذلك يجب على المؤسسة تحديد أهدافها ودراستها قصد التعرف على مدى دقتها وواقعيتها.
2. **وضع الخطط التفصيلية لإنجاز العمل:** بعد تحديد الأهداف، يتم وضع الخطط التفصيلية للعمل لكل مجال من مجالات النشاط، بحيث تعكس السياسات الخاصة بالموارد اللازمة وكيفية الحصول عليها من ناحية، ومن ناحية أخرى يتم تحديد الكيفية التي تستخدم بها تلك الموارد بشكل يحقق أقصى عوائد ممكنة.

<sup>1</sup> نصر حمود مزناد فهد، أثر السياسات الاقتصادية في أداء المصارف التجارية، ط 01، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2009، ص 33.

<sup>2</sup> محمد قاسم القريوتي، الوجيز في إدارة الموارد البشرية، دار وائل للنشر، عمان، الأردن، 2010، ص ص 188-189.

3. تحديد مراكز المساعدة: حيث يتم وضع لكل قسم من اقسام البنك مسؤول خاص من أجل الرقابة والاشراف في عملية تقييم الأداء هنا تتطلب إيضاح اختصاصات كل من مركز مسؤولية، وكذلك تبيان العلاقات التنظيمية التي تربط هذه المراكز ببعضها البعض.
4. تحديد معايير ومؤشرات واضحة الأداء: وتتمثل في المعايير المحددة التي يتم على أساسها الأداء المؤسسة الاقتصادية بأكملها أو على مستوى مراكز المسؤولية فيها.<sup>1</sup>

#### ثانيا: مراحل عملية تقييم الأداء

وتتمثل فيما يلي:<sup>2</sup>

#### 1. جمع المعلومات الضرورية

تعد المعلومات مورداً من الموارد الأساسية وضرورية في عملية التقييم، فلا يمكن أن يوجد تخطيط أو اتخاذ القرار دون معلومات، ولا يمكن أن تكون رقابة دون معلومات، حيث يجب على المؤسسة توفيرها والحصول عليها بالجودة العالية، وفي الوقت المناسب ويمكن الحصول على المعلومات من خلال 03 مصادر هي:

- أ. الملاحظة الشخصية: تتمثل في نزول الملاحظين إلى ميدان العمل وملاحظة ما يجري فيه.
- ب. التقارير الشفوية: تتمثل في سلسلة المحادثات واللقاءات التي تكون بين الرئيس ومرؤوسيه، حيث يتم من خلالها التعرف على أهم الإنجازات والمشاكل التي تعترض مختلف الأعمال.
- ج. التقارير الكتابية: تقدم التقارير الكتابية معلومات ومعطيات كاملة في شكل إحصاءات مفصلة.

#### 2. قياس الأداء الفعلي

حيث يمكن هذه المرحلة المؤسسة من قياس كفاءاتها وفعاليتها، وذلك من خلال اختيارها لمجموعة من مؤشرات والمعايير، وعليه فإن قياس الأداء الفعلي يهدف إلى تشخيص ويمكن أن يتبنى من خلاله الانحرافات إن وجدت ويتم قياس الأداء الفعلي عادة بالاعتماد على ما توفره النظم المحاسبية والأساليب الإحصائية من بيانات معلومات، ويجب توفر عاملين مدربين للقيام بهذه الأعمال.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> محمد قاسم القريوني، المرجع السابق، ص 34.

<sup>2</sup> حمزة محمود الزبيدي، التحليل المالي لأغراض تقييم الأداء والتنبؤ بالفشل، ط02، مؤسسة الوراق للنشر، عمان، 2011، ص 89.

<sup>3</sup> محمد سعيد أنور سلطان، إدارة البنوك، دار الجامعة الجديدة الإسكندرية، 2005، ص 127.

### 3. اتخاذ القرار المناسب عند نتائج التقييم

ويتم ذلك بمقارنة الأداء الحالي بالأداء في السنوات الماضية، أو من خلال مقارنة أداء المؤسسة بأداء مؤسسات أخرى، أو كان الأداء ضمن الأهداف المخططة لتحديد نسبة انجاز أهدافها.<sup>1</sup>

### 4. دراسة الانحراف وإصدار الاحكم

إن عملية المقارنة تفصح عن ثلاثة نقاط هي: انحراف موجب، انحراف سالب، انحراف معدوم، فالأول في صالح المؤسسة كارتفاع الأرباح، أما الثاني فهو ضد المؤسسة كاستهلاك الموارد الأولية، أما الثالث فليس له تأثير على نتائج المؤسسة والحكم على الأداء من خلال الانحراف الكلي يعد من الحكم المضل بل يجب على المسؤولين القيام بتحليل الانحراف الكلي.<sup>2</sup>

إن تقييم الأداء المالي يعد من العناصر الأساسية للعملية الإدارية، حيث يوفر للإدارة معلومات وبيانات تستخدم في قياس تحقيق المنشأة لأهدافها والتعرف على الاتجاهات الأداء فيها، مما يوفر أساساً في تحديد سيرة المنشأة ونجاحها ومستقبلها.

إن اعتماد قياس تقييم الأداء من قبل المصرف يتيح لنا إمكانية تحديد الأخطاء والانحرافات وكذلك تحديد أسبابها والبحث عن الطريقة أو الكيفية لمعالجتها، بالإضافة إلى رسم سياسات مناسبة لرفع وتحسين مستوى الأداء على عكس عدم ممارسة تقييم في ظل التطورات والظروف السائدة في اقتصاد السوق، فتقييم الأداء بمثابة سياسة للتحوط من الوقوع في الأخطاء التي قد تؤدي إلى إفلاس المصرف.

<sup>1</sup> حمزة محمود الزبيدي، المرجع السابق، ص ص 89-90.

<sup>2</sup> مفلح محمد عقل، مقدمة في الإدارة المالية والتحليل المالي، ط01، مكتبة العربي للنشر والتوزيع، الأردن، 2010، ص 300.

## خلاصة الفصل الأول

لقد أصبح عصرنة الخدمات المصرفية ضرورة حتمية تنتج من الظروف المتغيرة والتحولات التي يشهدها العالم الآن، وعلى رأسها العولمة المالية وما تحمله من منافسة قوية بالإضافة إلى وجود العديد من محفزات التطوير الأخرى كارتفاع تطلعات الزبائن حيث صار مستوى تطوير الخدمة هو معيار الاختيار البنوك بالنسبة لزبائن وليس الولاء

يعتبر التقدم التكنولوجي من أهم المتغيرات التي ساهمت في إعداد تحول جذري في أنماط العمل المصرفي، إن هذه التكنولوجيا تضم على تطوير الخدمات التي تمثل محوراً هاماً في أية استراتيجية يتبناها المصرف.

## الفصل الثاني

المدخل النظري لتأثير عصنة الخدمات المصرفية

على الأداء البنكي دراسة حالة - البنك الخارجي

الجزائري



## تمهيد

من خلال هذا الفصل سيتم التعرض إلى تقديم المؤسسة المصرفية التي قمنا بإجراء الدراسة فيها حول تحديث الخدمات المصرفية، ألا وهي البنك الخارجي الجزائري - فرع تبسة - حيث هذا البنك العمومي يمثل أهم البنوك وتهدف هذه الدراسة إلى محاولة الوقوف على حالة الخدمات المصرفية الالكترونية ووسائل الدفع وأثارها على أداء البنوك الجزائرية.

سنتناول في هذا الفصل دراسة أثر عصنة الخدمات المصرفية على أداء البنك الخارجي الجزائري (BEA) حيث تعتبر الدراسة الميدانية مجالاً لجمع المعطيات من الواقع الاجتماعي المراد دراسته، وذلك استناداً إلى قواعد وإجراءات منهجية، ومن خلال هذا الفصل سنقوم بتحديد كيفية إنجاز هذه الدراسة، من اختيار مجتمع الدراسة وعينته وتحديد المتغيرات وكيفية تلخيص المعطيات، وأخيراً سنرى النتائج المتوصل إليها. وقمنا بتقسيم هذا الفصل إلى مبحثين:

- تقديم البنك الجزائري الخارجي

- الدراسة الميدانية

## المبحث الأول: بطاقة تعريفية للبنك الخارجي الجزائري

يعتبر البنك الخارجي الجزائري مؤسسة وطنية هدفها الرئيسي تسهيل وتطوير وتنمية العلاقات الاقتصادية والمالية للجزائر مع دول العالم، وذلك في إطار التخطيط الوطني ومن أهم وظائفه تسهيل تنمية مجالات العمليات التجارية مع سائر بلدان العالم ويمكن له التدخل في مختلف العمليات البنكية. لذلك سيتم التعريف بالبنك الجزائري الخارجي الأم ثم بوكالة تبسة -46- موقع التريص و تقديم هيكله التنظيمي وأهدافه ، وسيتم ذلك بعرض النقاط التالية:<sup>1</sup>

### المطلب الأول: تقديم البنك الخارجي الجزائري

يمكن تقديم البنك الخارجي الجزائري بالشكل التالي:

#### أولاً: نشأة البنك الخارجي الجزائري

تأسس البنك الخارجي الجزائري بموجب الأمر 67-204 المؤرخ في 10/10/1967 على أساس انه شركة وطنية أي بنك إيداع، وقد سجل هذا قائمة ضمن قائمة البنوك بصفة تلقائية، وبحكم القانون اكتسب صفة الوسيط المالي بالقيام بالعمليات التجارية مع الدول الأجنبية، يسير هذا البنك من طرف وزير المالية مع مراعاة القواعد التقنية الخاصة بالسياسة العامة المبلغة إلى رئيسه (المدير العام)، وقد تم تكوين البنك الخارجي الجزائري نهائيا ابتداء من 01/01/1968، وقد خصص له في البداية رأس مال يقدر بـ 20 مليون دينار جزائري مقدمة من الدولة ومنذ سنة 1970. كان البنك الخارجي الجزائري يمول شركات معينة فقط مثل سوناطراك والنقل البحري... الخ، ليتغير وضع البنك الخارجي الجزائري بعد إعادة تكوين المؤسسات الصناعية الكبيرة التي قامت بها السلطات العمومية في بداية الثمانينات حيث أصبح البنك شركة ذات أسهم.

#### ثانياً: أهداف البنك الخارجي الجزائري

حتى يظهر البنك الخارجي الجزائري في أحسن صورة داخل البلاد وحتى تكون علاقاته الخارجية متينة مع البنوك الأخرى، فإنه وضع أهداف يسعى دائما لتحقيقها ومنها:

- تسهيل وتنمية العلاقات الاقتصادية الجزائرية مع البلدان الأخرى في نطاق التخطيط الوطني.

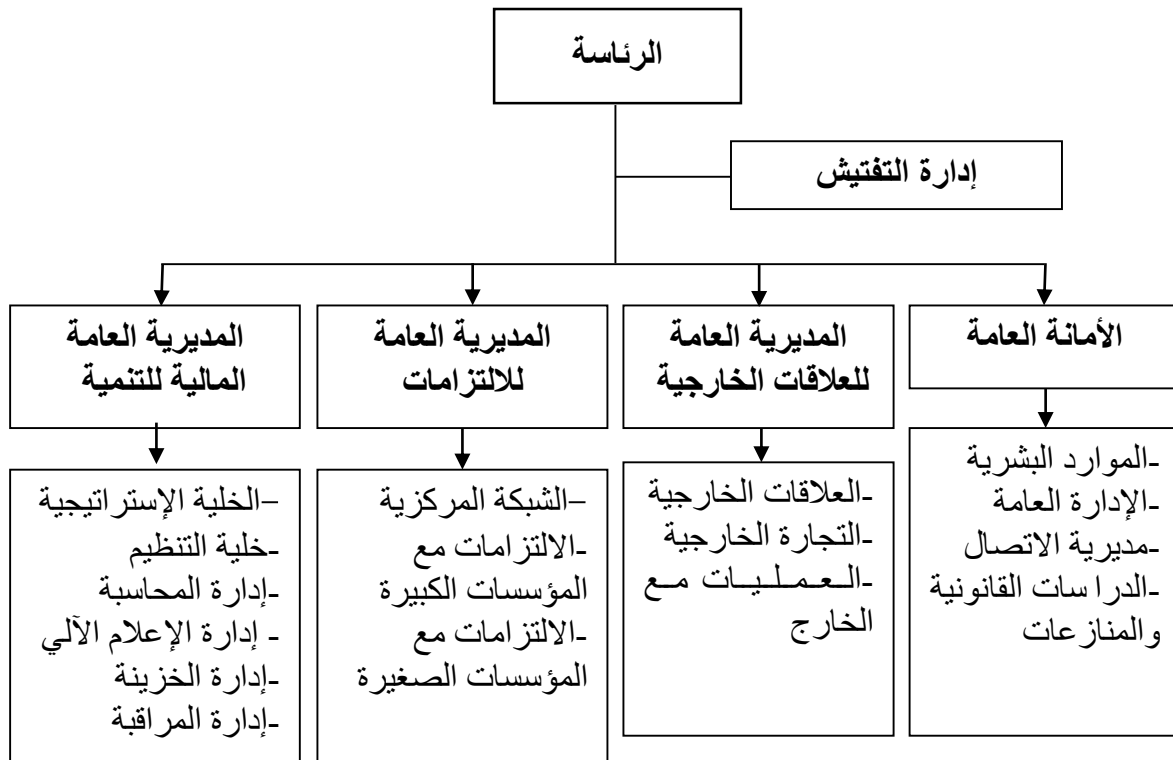
<sup>1</sup> مصادر مقدمة من طرف الوكالة.

- المشاركة في كل نظام أو تأسيس خاص بالتأمين على القرض بالنسبة للعمليات الخارجية مع البلدان الأجنبية ويمكن تكليفه بتأمين سيرها ومراقبتها.
- إنشاء مصلحة مركزية للاستعمالات التجارية عن البلدان الأجنبية ومصلحة لتطوير العمليات التجارية معها.
- تبديل جميع القروض التابعة للمؤسسات المصرفية العمومية الأخرى والمساهمة في مثل هذه القروض وإلحاق أي تحويلات يوافق عليها مختلف المؤسسات.
- القيام بجميع العمليات المصرفية الداخلية والخارجية التي تتلاءم مع هدفه إذ يحدد وزير المالية قواعد التطبيق الخاصة.

### ثالثا: التنظيم الداخلي للبنك الخارجي الجزائري

يمكن توضيح التنظيم الداخلي للبنك الخارجي الجزائري من خلال الشكل الموالي:

الشكل رقم 1: الهيكل التنظيمي للبنك الخارجي الجزائري



المصدر: معلومات مقدمة من طرف الوكالة.

من خلال الشكل يتضح لنا الهيكل التنظيمي للبنك الخارجي الجزائري فهو يتكون من عدة إدارات وكل إدارة لها مديرية خاصة بها مكلفة بأعمال معينة، فنجد مثلا: المديرية العامة للعلاقات الخارجية متخصصة بكل العمليات والعلاقات الخارجية التي يقدمها البنك لعملائه، وهي تخضع لنفس الرئاسة، التي بدورها تليها إدارة التفتيش التي مهمتها المراقبة العامة للبنك وكل فروعها.

### المطلب الثاني: تقديم البنك الخارجي الجزائري وكالة تبسة - 46 -

نظرا للتطورات التي يشهدها النظام المصرفي وسعيا منه لتحقيق التنمية ومواكبة التطور، قامت البنوك بإنشاء وحدات لها حتى تتمكن من مواصلة نشاطها عبر كافة التراب الوطني، وتقريب الخدمات من المواطنين إضافة للمساهمة في إحداث التنمية المحلية، هذه الوحدات تكون على مستوى الولايات وتتحدد مهامها تحت وصاية الإدارة المركزية للبنك.

#### أولا: نشأة البنك الخارجي الجزائري وكالة تبسة - 46 -

استجابة للحاجات المالية المحلية انشأ البنك الخارجي الجزائري وحدة وكالة تبسة -46- حيث تأسست بتاريخ 02 جانفي 1990، وهي خاضعة لأحكام القانون التجاري. تتمثل وظيفتها الأساسية في تسهيل وتنمية العلاقات الاقتصادية بين الجزائر والدول الأخرى، تقوم هذه الوكالة أيضا باستقبال الودائع ومنح الاعتمادات بالنسبة للمستوردين والضمانات بالنسبة للمصدرين الجزائريين لتسهيل مهمتهم في التصدير، وتضع اتفاقات واعتمادات مع البنوك الأجنبية ونظرا لتعدد مهام الوكالة فقد قسمت إلى قسمين:<sup>1</sup>

- قسم خاص بالائتمان: يقوم بقبول الودائع ومنح القروض.
  - قسم خاص بالعمليات الخارجية: يقوم بتجهيز وتمويل الشركات الكبرى (مثل: سوناطراك وشركة الاسمنت وشركة مناجم الحديد تبسة).
- ثم بدأت عمليات الوكالة تتوسع تدريجيا فأصبحت تنفرد بتسيير حسابات الشركات الصناعية الكبرى في ميدان المحروقات والصناعات الكيماوية والبتروكيماوية.

<sup>1</sup> معلومات مقدمة من طرف الوكالة.

### ثانيا: مهام البنك الخارجي الجزائري وكالة تبسة-46-

من أبرز مهام الوكالة ما يلي:<sup>1</sup>

- إدارة العلاقات التجارية مع الزبائن؛
- تنظيم وتحليل وإدارة ملفات القروض للخواص والمؤسسات ذات الطابع الاقتصادي أو ذات الطابع الصناعي؛
- المعالجة الإدارية والمحاسبية لعمليات الزبائن بالعملة الوطنية والأجنبية. أما بالنسبة لمهام مدير الوكالة فتمثل في الإشراف على:

- تطوير وتقييم رأس المال الاقتصادي للوكالة؛
- تنظيم وتطوير وتنشيط ومراقبة نشاطات الوكالة؛
- السهر على التكوين وتقديم المعلومات وتطوير مستوى موظفي الوكالة؛
- السهر على السير الحسن للخدمات المقدمة للزبائن؛
- تقديم تقارير بصفة دورية عن نشاطات الوكالة؛

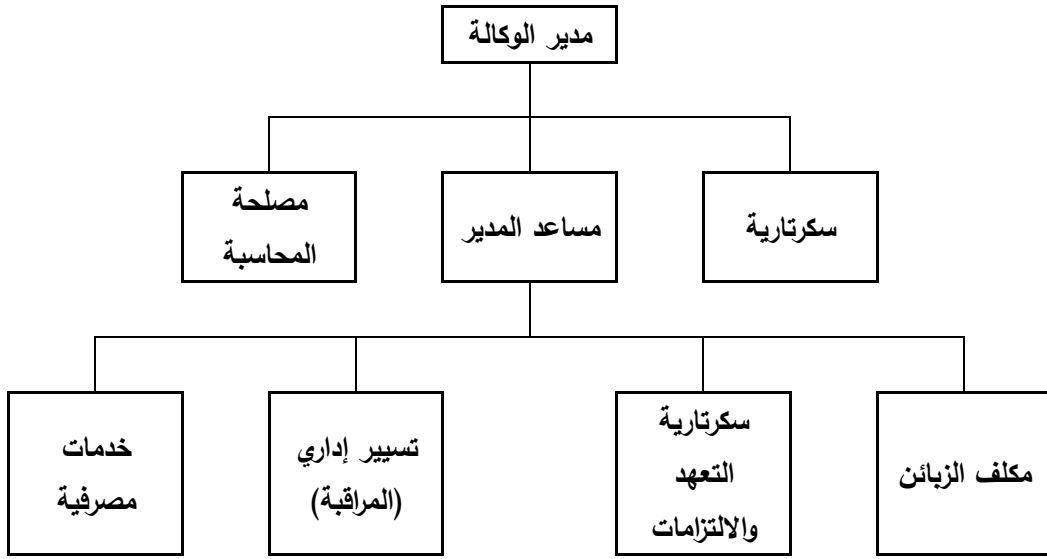
### ثالثا دراسة الهيكل التنظيمي لوكالة تبسة-46-

للبنك الخارجي الجزائري في ولاية تبسة وكالة واحدة وهي وكالة تبسة -46- وفيما يلي تقديم ودراسة هيكلها التنظيمي:

---

<sup>1</sup> معلومات مقدمة من طرف الوكالة.

الشكل رقم 2: الهيكل التنظيمي لوكالة تبسة -46-



المصدر: معلومات مقدمة من طرف الوكالة.

يشكل الفرع الخدمات القاعدية للبنك، ويلبي حاجيات العملاء بفضل هيكل الوكالة ويساعده مدير

مساعد مكلف بالأعمال الإدارية، وهيكل الوكالة كما يلي:<sup>1</sup>

**1. المدير**

وهو خاضع مباشرة تحت سلطة مدير الشبكة، ويعتبر المسؤول الأول عن تسيير البنك والنتائج التجارية لهيكله،

هو ممثل البنك الخارجي الجزائري على المستوى المحلي، مكلف بالمهام التالية:

1. تقييم عمل الاستغلال للإدارة بإعطاء التعليمات والتوجيهات.

2. استقبال الزبائن في حالة وجود مشكلة لتسويتها.

3. السهر على تطبيق القوانين التي تدير البنك.

4. الإمضاء على البريد.

**2. المدير المساعد**

ويوجد تحت سلطة المباشرة لمدير الفرع، وتتمثل مهامه الأساسية في تحقيق نشاطات وأهداف الفرع

وكذلك يقوم مقام المدير في حالة غيابه.

ويقوم كذلك بتسيير الوسائل البشرية والعتاد إضافة إلى الجانب المتعلق بالميزانية وأمن الفرع.

<sup>1</sup> معلومات مقدمة من طرف الوكالة.

### 3. سكرتارية (الأمانة)

وتتكلف بالبريد الوارد والصادر عن الوكالة والقيام بالأعمال المكتبية وكذلك ضمان وسائل الاتصال على مستوى الفرع (هاتف، فاكس، انترنت...) وتوصيل الملاحظات ونشرها الصادرة عن المدير.

### 4. مصلحة المحاسبة

وتقوم هذه المصلحة بعدة مهام مثل مراقبة العمليات المحاسبية التي تجري في المصالح الأخرى ومراقبة الوثائق المحاسبية لكل المصالح وتقوم بالتحقق من كتابات المحاسبة والجرد وهي المسؤولة عن كتابة الوثائق المحاسبية الشرعية والقانونية للبنك وهذه المصلحة تنفرع إلى:<sup>1</sup>

#### أ. مصلحة المحفظة

وتقوم بالمهام التالية:

- ضمان الاحتفاظ بالأوراق التجارية وسندات الصندوق المقدمة من طرف العملاء من اجل تحصيلها قبل تاريخ استحقاقها.
- مقاصة الأوراق التجارية، الشيكات وغيرها من القيم؛
- القيام بعملية الاكتتاب، الاحتفاظ والرهن الحيازي لسندات الصندوق؛
- دفع الأوراق التجارية؛
- إرسال القيم إلى البنوك الأخرى للتحصيل؛

#### ب. مصلحة عمليات الصندوق

وتقوم بالمهام التالية:

- استقبال الزبائن وتسيير حساباتهم وحسابات المستخدمين؛
- القيام بالتسديدات، والتحويلات والوضع تحت التصرف؛
- ضمان دفع وسحب الأموال (دينار وعملة صعبة)؛
- إصدار الشيكات المصادقة أو المصرفية؛
- معالجة عملية الصرف اليدويح
- القيام بمنح الشيكات ودفاتر التوفير؛
- ضمان تأجير الخزانات الحديدية؛

<sup>1</sup> معلومات مقدمة من طرف الوكالة.

## 5. المكلف بالزيائن

تابع لمدير الفرع وتكمن مهمته في وضع مخطط النشاط الاقتصادي للفرع عن طريق البحث والمشاركة استثمار الزبائن.

## 6. مصلحة التعهد والالتزامات

موضوعة تحت سلطة ومسؤولية رئيس المصلحة وتقوم بالنشاطات المتعلقة بدراسة وتحليل ملفات التمويل وذلك بتقديم الآراء حول الملفات المعالجة وترسلها إلى المديرية المركزية للإقرار فيها، وتقوم بالمصادقة على فتح وغلق الحسابات وكذلك ضمان المتابعة المستمرة وتحصيل الديون المتعثرة والمتنازع فيها وإعداد تقارير دورية حول شروط انجازها، وتقوم بإعداد ومنح عقود الالتزامات (اتفاقية منح التمويل، عقود الكفالات والقبول) وتتابع تطبيق الشروط المصرفية بصفة عامة في مجال الالتزامات.

## 6. مصلحة التعهد والالتزامات

موضوعة تحت سلطة ومسؤولية رئيس المصلحة وتقوم بالنشاطات المتعلقة بدراسة وتحليل ملفات التمويل وذلك بتقديم الآراء حول الملفات المعالجة وترسلها إلى المديرية المركزية للإقرار فيها، وتقوم بالمصادقة على فتح وغلق الحسابات وكذلك ضمان المتابعة المستمرة وتحصيل الديون المتعثرة والمتنازع فيها وإعداد تقارير دورية حول شروط انجازها، وتقوم بإعداد ومنح عقود الالتزامات (اتفاقية منح التمويل، عقود الكفالات والقبول) وتتابع تطبيق الشروط المصرفية بصفة عامة في مجال الالتزامات.

## 7. المراقبة

وتقوم بالمراقبة اليومية المحاسبية والسهر على مسك الجيد للحسابات وهي مكلفة أيضا بالأعمال المتعلقة (فتح وغلق النظام المعلوماتي، نسخ وضعيات نهاية اليوم..).

## 8. خدمات مصرفية

تتمثل في مجموع العمليات التي تقدمها الوكالة مثل: تقديم القروض وعمليات الصندوق وعمليات التجارة الخارجية (الاعتماد المستندي).



## المطلب الثالث: الخدمات البنكية التي يقدمها البنك الجزائري الخارجي - وكالة تبسة -

إن الخدمات المصرفية التي يقدمها المصرف محله مثل البنوك العمومية الأخرى وتتمثل في:<sup>1</sup>

### أولاً: الخدمات التقليدية

وهي كما يلي:

#### 1. الودائع

وتشمل مختلف الخدمات التي يقدمها البنك لجذب الودائع.

#### • سند الصندوق

وهو عبارة عن إيداع لأجل، ويصبح مادياً بواسطة سند يلتزم من خلاله الزبون الاكتتاب بمبلغ محدد بمدة من اختياره، وبمعدل فائدة متغير حسب مدة الإيداع، وهذا النوع موجه إلى الأشخاص الماديين والمعنويين.

#### • دفاتر التوفير

هو دفتر يخول لصاحبه الحق في فتح حساب للادخار، إذ يمكن صاحبه من إمكانية سحب أمواله المودعة في أي وقت يشاء، ومن أي وكالة من وكالات البنك، ويمكن هذا الدفتر صاحبه من الحصول على فائدة تضاف إلى رصيده كل ثلاثة أشهر، ويمكن للعميل أن يتابع حسابه لأن جميع العمليات مسجلة في ذلك الدفتر.

#### • دفتر توفير الأشبال

وهذا الدفتر يمكن صاحبه من الشباب دون سن 18 سنة عن طريق ممثله الشرعي من فتح حساب إيداع فيه، ولقد تم إلغاء هذه الخدمة من طرف البنك.

#### • حساب إيداع لأجل

يفتح هذا الحساب من طرف ثاني لصاحب الحساب بهدف إيداع أمواله مقابل حصوله على فائدة محددة من طرف البنك حسب مدة الإيداع.

<sup>1</sup> معلومات مقدمة من طرف الوكالة.

## 2. القروض

وتنقسم إلى نوعين كما يلي:<sup>1</sup>

### 1.2. قروض الاستغلال

سيتم في هذا العنصر التطرق إلى قروض الاستغلال في الوكالة بشيء من التفاصيل كما يلي:  
تمنح قروض الاستغلال للمؤسسات لمدة ثلاثة أشهر كحد أدنى 24 شهرا كحد أقصى، وهي موجهة لرفع رأس المال العامل قصد تجديد المخزونات وتمويل الخزينة النقدية للمؤسسة ويحدد المبلغ الأقصى للقروض من طرف البنك بحسب رقم أعمال المؤسسة مع الأخذ بعين الاعتبار نسبة المخاطرة.

5. يجب تقديم جميع الوثائق الضرورية ضمن ملف الحصول على القرض.

6. يقوم البنك بدراسة الملف ثم اتخاذ القرار إما بالموافقة أو الرفض.

### ثانيا: الخدمات الحديثة في الفرع

يقوم بنك الجزائر الخارجي بالعديد من الخدمات الحديثة منها ما يلي:

#### أولاً: الصيرفة الالكترونية في البنك الخارجي الجزائري فرع تبسة

لقد اعتمد البنك في توزيع الخدمات من تقليدية إلى حديثة ومنها:<sup>2</sup>

1. الصراف الآلي: هو عبارة عن جهاز يتواجد في الواجهات الامامية لفرع البنك يستعمل للسحب عن

طريق استخدام البطاقة البنكية CIB بنوعيتها وبطاقة VISA.

2. الهاتف البنكي: حيث قام البنك بفتح رقم أخضر تحت تصرف عملائه، من أجل استفسارهم عن

ارصدتهم وخدمات البنك وغيرها من الأمور.

3. الانترنت البنكي: والتي يبقى استعمالها محدودا في البنك الخارجي الجزائري فرع تبسة، حيث اكتفى

هذا الأخير فقط بإنشاء موقع له على شبكة الانترنت، يحمل بعض المعلومات على البنك وخدماته

وتمكن العميل من خلاله بمعرفة رصيده.

#### ثانيا: وسائل الدفع الالكترونية لفرع البنك الخارجي الجزائري

إن استعمال البطاقات البنكية تقنية جديدة يستعملها الفرع لتجميع عدة خدمات أو منتجات في منتج

واحد، حيث يصدر الفرع نوعين من البطاقات الالكترونية هي:

<sup>1</sup> معلومات مقدمة من طرف الوكالة.

<sup>2</sup> معلومات مقدمة من طرف الوكالة.

## 1. بطاقة الدفع

هي بطاقة ممغنطة تسمح لزبون البنك بسحب مقدار محدد من المال من الموزعات الآلية التابعة للبنك أو الموزعات الآلية التابعة للبنوك التي وقعت على إصدار هذه البطاقة، وتوجد نوعين من هذه البطاقة.

**1.1. البطاقة الكلاسيكية:** تعرض خدمات الدفع والسحب ما بين البنوك، وتعرض هذه البطاقة على الزبائن حاسب المعايير الموضوعية من طرف البنك ولون هذه البطاقة أزرق مدرج.

**2.1. البطاقة الذهبية:** تعرض أيضا على الزبائن حسب المعايير الموضوعية من طرف البنك بغض النظر عن كونها بطاقة دفع وسحب هذه البطاقة تقدم وظائف إضافية وسقف سحب أكثر أهمية.

## 2. البطاقة الذكية

ولقد اعتمدها البنك حديثا حيث تعد في مرحلتها الأولى ويعد البنك الخارجي الجزائري هو أول بنك في الجزائر الذي يعتمد صيغة الشركة في السوق الوطنية مشيرة إلى أن ذلك سيساهم في جعل عمليات السحب النقدي أكثر سهولة وأمان.

والبطاقة الذكية هي بطاقة بلاستيكية تحتوي على شريحة يمكن حفظ المعلومات الرقمية والابجدية فيها، وتتوافق مع أجهزة حاسوبية ونستطيع قراءة البيانات داخل الشريحة وتحويلها إلى معلومات مقروءة تعتمد على طبيعة البرنامج والشيفرة الالكترونية المحفوظة بها، تختلف أحجام التخزين من شريحة إلى أخرى. يمكن استخدامها كبطاقات الصراف الآلي وبطاقات الائتمان إلا أنها تحتوي على معالج صغير وذاكرة، وغالبا تحتوي البطاقة الذكية على معلومات مهمة بالسجلات الطبية أو معلومات الحسابات المصرفية للمستخدم، ويتطلب استخدامها إدخال رقم سري، وفي حالة سرقة البطاقة الذكية يكون من الصعب جدا على غير صاحب البطاقة معرفة الرقم السري الخاص بالبطاقة.

## المبحث الثاني: الإطار المنهجي للدراسة الميدانية

من أجل معرفة مدى تأثير الخدمات المصرفية على الأداء البنكي، من قبل الوكالة محل الدراسة، تم الاستعانة بأسلوب الاستبيان من خلال طرح مجموعة من الأسئلة على الموظفين وكذا زبائن البنك عن طريق استخدام برمجية SPSS واستخدام الأدوات الإحصائية اللازمة لتحليل نتائج الاستبيان.

### المطلب الأول: حدود العينة ومجتمع الدراسة

يتمثل مجتمع الدراسة في الأفراد العاملين وزبائن البنك الخارجي الجزائري BEA - وكالة تبسة 46- بمعرفة أثر تحديث الخدمات المصرفية من وجهة نظر الزبائن والموظفين، ولقد تم اختيار 30 زبون و25 عامل ويمكن توضيح أفراد الدراسة في الجدول التالي:

#### الجدول رقم 1: عينة الدراسة للبنك الخارجي الجزائري وكالة تبسة -46-

عدد أفراد الدراسة	عدد الاستبيانات الموزعة	عدد الاستبيانات المسترجعة	عدد الاستبيانات الصالحة
25	25	23	20

المصدر: من إعداد الطالبتين.

#### الجدول رقم 2: عينة الدراسة: الزبائن

عدد أفراد الدراسة	عدد الاستبيانات الموزعة	عدد الاستبيانات المسترجعة	عدد الاستبيانات الصالحة
30	30	30	30

المصدر: من إعداد الطالبتين.

## المطلب الثاني: أسلوب جمع البيانات وأداة الدراسة

### أولاً: أسلوب جمع البيانات

لقد تم الاعتماد على الاستبيان باعتباره من أكثر الأدوات المستخدمة في جمع البيانات المتعلقة بالدراسة في هذا الإطار قمنا بتوزيع استمارتين:

#### 1. الاستثمار الأولى: موجهة إلى الزبائن مقسمة إلى

المعلومات الشخصية، معلومات عن الاستعمال، أسباب عدم التعامل بالبطاقة الالكترونية، معوقات استعمال قنوات الصيرفة الالكترونية، مميزات الصيرفة الالكترونية.

#### 2. الاستثمار الثانية: موجهة إلى العمال ومقسمة إلى

معلومات شخصية، قابلية تطبيق التقنيات الحديثة من طرف العمال، معوقات تطبيقها، توقعات اتجاه الصيرفة الالكترونية.

### ثانياً: أداة الدراسة

قصد تسهيل الدراسة تم اعتماد استبيان بشكل يساعد على جمع البيانات ويمكن توضيح محتويات الاستبيان واختبار قياس ثباتها وصدقها من خلال العناصر الموالية:

#### 1. محتويات الاستثمار

تم تصميم الاستثمار كأداة أساسية تساعد في الحصول على البيانات والمعلومات الضرورية لتحقيق أغراض البحث، وقد احتوت الاستثمار على محاور تتضمن متغيرات الدراسة وفي شكلها النهائي احتوت الاستثمار على: 07 أسئلة رئيسية تتفرع عنها 42 سؤال فرعي (أنظر الملحق رقم )

#### 2. مقياس الاستثمار

لتحويل إجابات الدراسة إلى بيانات كمية تم الاستخدام مقياس ليكارت الخماسي لكونه أكثر تعبيراً وتنوعاً باعتباره يعطي مجالات أوسع للإجابة ويمكن توضيح الدرجات الخمس الموافقة في الجدول الموالي:

#### الجدول رقم 3: مقاييس الاستبيان

الإجابات	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة
الدرجة	1	2	3	4	5

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على نتائج SPSS.

### 3. صدق الأداة وثباتها

يقصد بصدق الأداة قدرة الاستبيان على قياس المتغيرات التي وضعت لقياسها ومن أجل معرفة صدق وثبات البيانات الواردة بالاستمارة تم استخدام اختبار كرونباخ وهذا الأخير يقيس دقة وثبات وصدق أداة الدراسة عن طريق معامل ألفا كرونباخ والجدول التالي يوضح نتائج الاختبار:

#### الجدول رقم 4: اختبار ألفا كرونباخ لقياس ثبات الاستبانة

المحور	تحديث الخدمات المصرفية للزبائن	تحديث الخدمات المصرفية للعمال	الاستبيان الكلي
معامل الثبات	0.627	0.66	0.76

المصدر: من مخرجات SPSS.

نلاحظ من الجدول رقم 04 أن معاملات الثبات لجميع معاملات الدراسة مقبولة وهي أكبر من النسبة المعيارية 0.60 حيث بلغ معامل ألفا كرونباخ للاستمارة لكل (0.76) ومنه الاستمارة تتمتع بالثبات وصدق أداة الدراسة.

#### ثالثا: الأساليب الإحصائية المستخدمة في الدراسة

لتحقيق أهداف الدراسة وتحليل البيانات سيتم الاعتماد على طرق إحصائية تم من خلالها وصف المتغيرات وتحديد نوعية العلاقة الموجودة بينها، بداية تجميع البيانات الموزعة وترميزها ثم إدخال البيانات بالحاسوب الآلي باستعمال برنامج الحزمة الإحصائية الاجتماعية SPSS حيث تضمنت المعالجة الأساليب الإحصائية الموالية:

#### 1. التكرارات والنسب المئوية

حيث استخدمت في وصف خصائص مجتمع الدراسة، ولتحديد الاستجابة اتجاه محاور أداة الدراسة وتحسب بالقانون الموالي:

$$\text{النسب المئوية} = \frac{\text{تكرار المجموعة} \times 100}{\text{المجموع الكلي للتكرارات}}$$

#### 2. معامل ألفا كرونباخ

تم استخدامه لتحديد معامل ثبات أداة الدراسة، ويعبر عنه بالمعادلة الموالية:

$$\alpha = \frac{n}{n-1} \left( 1 - \frac{\sum V_i}{Vt} \right)$$

حيث:

A: يمثل الفا كرونباخ

N: يمثل عدد الأسئلة

Vt: يمثل التباين في مجموع المحاور للاستمارة

Vi: يمثل التباين لأسئلة المحاور

### 3. المتوسط الحسابي والانحراف المعياري

تم حسابها لتحديد استجابات أفراد الدراسة نحو محاور أسئلة أداة الدراسة، حيث أن الانحراف المعياري عبارة عن مؤشر احصائي يقيس مدى التشتت في التغيرات ويعبر عنه بالعلاقة الموالية:

$$\delta = \frac{\sqrt{\sum(x_i - x)^2}}{N}$$

### 4. معامل الارتباط بيرسون

يستخدم معامل الارتباط بيرسون لتحديد مدى ارتباط متغيرات الدراسة ببعضها، وتم حسابه انطلاقا من برنامج الحزمة الإحصائية الاجتماعية SPSS.

كما تم تحديد طول خلايا مقياس ليكارت للتدرج الخماسي (الحدود الدنيا والعليا) حيث تم حساب المدى  $(4 = 5 - 1)$  ومن ثم تقسيمه على أكبر قيمة في المقياس للحصول على طول الخلية أي  $0.80 = \frac{4}{5}$  وبعد ذلك تم إضافة هذه القيمة إلى بداية المقياس وهي واحد وذلك لتحديد الحد الأعلى لهذه الخلية. ويمكن توضيح طول الخلايا في الجدول الموالي:

الجدول رقم 5: طول الخلايا مقياس ليكارت الخماسي

المستوى		المتوسط الحسابي المرجح للإجابات	الرمز
منخفض جدا	غير موافق بشدة	من 01 إلى أقل من 1.80	الفئة الأولى
منخفض	غير موافق	من 1.80 إلى أقل من 2.60	الفئة الثانية
متوسط	محايد	من 2.60 إلى أقل من 3.40	الفئة الثالثة
مرتفع	موافق	من 3.40 إلى أقل من 4.20	الفئة الرابعة
مرتفع بشدة	موافق بشدة	من 4.20 إلى أقل من 05	الفئة الخامسة

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على نتائج SPSS.

### المطلب الثالث: المعالجة الإحصائية واختبار الفرضيات

سوف نقوم بتحليل المعطيات التي تم جمعها من خلال الاستمارة المقدمة للموظفين والزبائن، وباستخدام برمجية SPSS والاستعانة بأدوات التحليل الإحصائي لتقديم وصف لبيانات العينة والوصول إلى نتائج لتوضيح تحديات وأثار عصرنة الخدمات المصرفية على الأداء البنكي.

أولاً: تحليل الاستبيان الخاص بالموظفين

#### 1. تحليل البيانات الشخصية

من خلال الإجابة المقدمة من طرف الموظفين، فإن العينة المدروسة تتميز بالخصائص التالية:

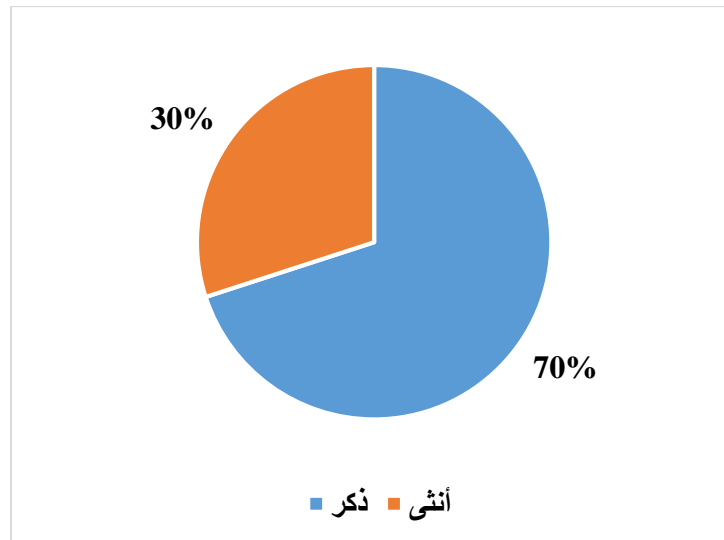
##### 1.1. الجنس

الجدول رقم 6: توزيع مفردات العينة حسب الجنس

60%	14	ذكر
40%	06	انثى
%100	20	المجموع

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على نتائج SPSS.

الشكل رقم 3: نسبة الموظفين من الذكور والإناث في البنك محل الدراسة



المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على معطيات الجدول رقم 06.



انطلاقا من النتائج المتحصل عليها من دراسة المعلومات الخاصة بجنس العمال نلاحظ أن الأغلبية هم من الذكور وهذا دليل على صعوبة المناصب الإدارية البنكية.

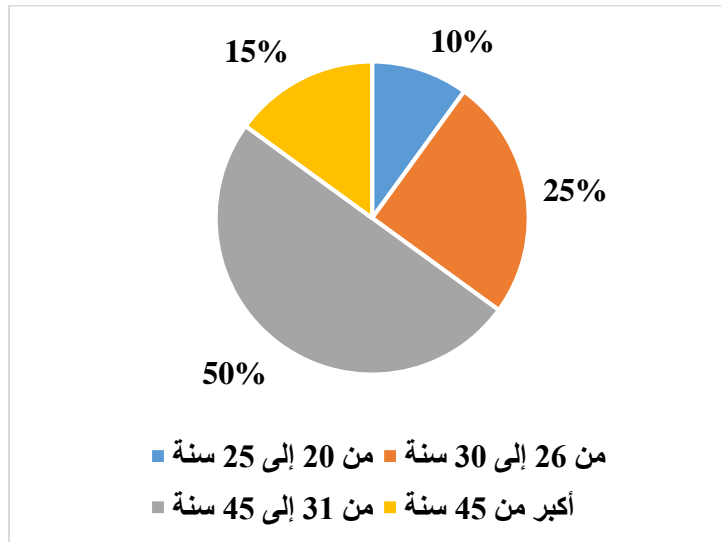
## 2.1. العمر

الجدول رقم 7: توزيع مفردات العينة حسب الفئة العمرية

النسبة	التكرارات	الفئة العمرية
10%	02	من 20 - 25 سنة
25%	05	من 26 - 30 سنة
50%	10	من 31 - 45 سنة
15%	03	أكبر من 45 سنة
%100	20	المجموع

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على نتائج SPSS.

الشكل رقم 4: نسبة الفئة العمرية في الفرع



المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على معطيات الجدول رقم 07.

من خلال تحليل النتائج الخاصة بعنصر العمر نلاحظ أن الأغلبية من الفئة الشبانية وهذا يمكن أن يقود المصرف إلى التغيير واستعمال التكنولوجيا الجديدة من خلال التركيز على العمال الشباب.

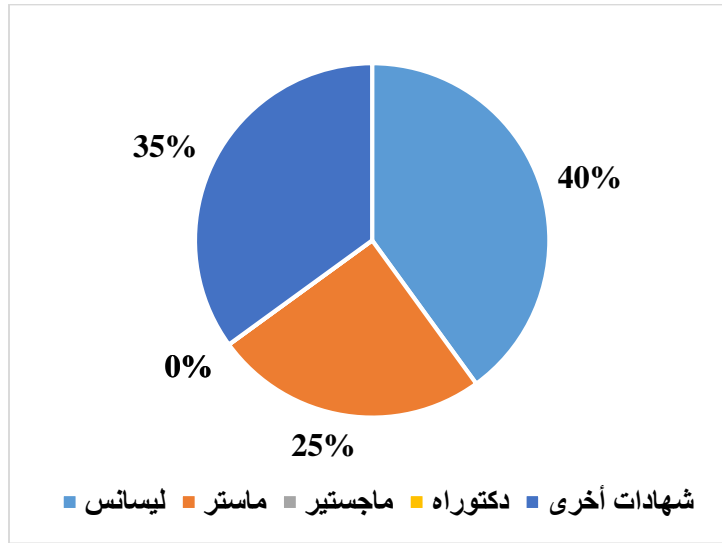
### 3.1. المؤهل العلمي

الجدول رقم 8: توزيع مفردات العينة حسب المؤهل العلمي

النسبة	التكرارات	المؤهل العلمي
40%	08	ليسانس
25%	05	ماستر
00%	00	ماجستير
00%	00	دكتوراه
35%	07	شهادات أخرى
%100	20	المجموع

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على نتائج SPSS.

الشكل رقم 5: نسبة المؤهل العلمي في الفرع



المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على معطيات الجدول رقم 08.

من خلال تحليل النتائج الخاصة بعنصر العمر نلاحظ أن الأغلبية من الفئة الشبانية وهذا يمكن أن يقود المصرف إلى التغيير واستعمال التكنولوجيا الجديدة من خلال التركيز على العمال الشباب.

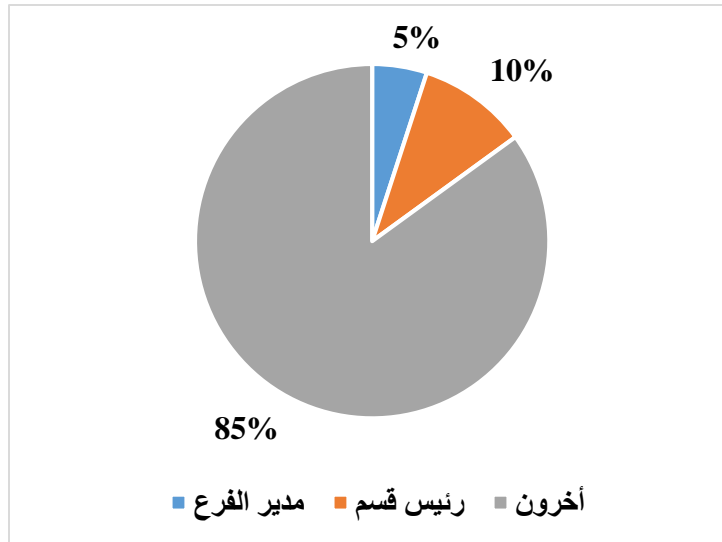
#### 4.1. المهنة

الجدول رقم 9: توزيع مفردات العينة حسب موقع العمل بالفرع

النسبة	التكرارات	المهنة
05%	01	مدير الفرع
10%	02	رئيس قسم
85%	17	آخرون
%100	20	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على نتائج SPSS.

الشكل رقم 6: يبين نسب موقع العمال بالفرع



المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على معطيات الجدول رقم 09.

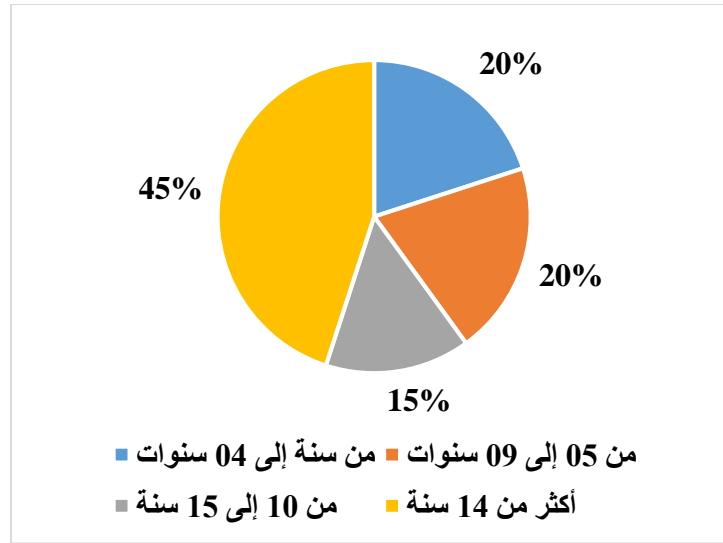
## 5.1. سنوات العمل بالفرع

الجدول رقم 10: توزيع مفردات العينة حسب عدد سنوات العمل في البنك

النسبة	التكرارات	سنوات العمل
20%	04	من سنة إلى 04 سنوات
20%	04	من 05 إلى 09 سنوات
15%	03	من 10 إلى 14 سنة
45%	09	أكثر من 15 سنة
%100	20	المجموع

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على نتائج SPSS.

الشكل رقم 7: نسبة الموظفين من الذكور والإناث في البنك محل الدراسة



المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على معطيات الجدول رقم 10.

نلاحظ من خلال دراسة توزيع العينة حسب سنوات العمل أن أغلبية العمال لديهم خبرة كافية للتعامل

مع الزبائن.

## 2. عرض وتحليل نتائج الدراسة

1.2. تحليل الفقرة الأولى: المتعلقة بقابلية تطبيق تقنيات الصيرفة الإلكترونية من طرف العمال حيث تتعلق

هذه الفقرة بمدى رغبة العال في اعتماد الصيرفة الإلكترونية ومدى تحسينها للأداء البنكي، والجدول التالي

يوضح التكرارات والنسب المئوية والمتوسط الحسابي والانحراف المعياري والتباين لكل فقرة من فقرات قابلية تطبيق تقنيات من طرف العمال.

الجدول رقم 11: عبارات البعد الأول الخاص بالعمال

الاتجاه	معامل التباين	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	التكرارات والنسب					المقياس	عبارات البعد الأول تطبيق الصيرفة الالكترونية من طرف العمال
				موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة		
	0.134	0.366	4.85	17	3	00	00	00	التكرارات	1 ما رأيك باعتماد الصيرفة الالكترونية بالبنك
				%85	%15	%00	%00	%00	النسبة	
	0.221	0.470	4.70	14	06	00	00	00	التكرارات	2 ما رأيك باستحداث وسائل الدفع الالكترونية
				%70	%30	%00	%00	%00	النسبة	
	0.261	0.510	4.45	09	11	00	00	00	التكرارات	3 ما رأيك بالانسجام بين هذه التقنيات وبين أنظمة العمل الموجودة في الفرع
				%45	%55	%00	%00	%00	النسبة	
	0.095	0.308	4.90	18	02	00	00	00	التكرارات	4 ما رأيك. هذه التقنيات تساهم في خفض التكاليف والجهد والوقت
				%90	%10	%00	%00	%00	النسبة	

من خلال الجدول رقم (11) نجد أن معظم الإجابات كانت مستوى موافق بشدة، وبالاعتماد على أساس الوسط الحسابي لفقرة بعد قابلية تطبيق الصيرفة الحديثة من قبل العمال نجد أن رقم (04) أن هذه التقنيات تساهم في خفض التكاليف والجهد والوقت حصلت على أكبر متوسط حسابي ويقدر ب(4.900) وانحراف معياري مساو ل(0.308)، وهذا ما يدل على ان الصيرفة الالكترونية من شأنها تحسين الأداء البنكي بشكل كبير وذلك من خلال تخفيض التكاليف وتليها العبارة رقم (01) اعتماد الصيرفة الالكترونية بالبنك حيث كانت رغبة العمال بذلك كبير ثم تليها العبارة رقم (02) استخدام وسائل الدفع الالكترونية ثم العبارة رقم (03) وهي انسجام بين الخدمات التقليدية والحديثة في الفرع.

وعموما فإن مؤشر قابلية تطبيق التقنيات من طرف العمال له متوسط حسابي يقدر بـ(4.725) وانحراف معياري بـ(1.1065) وبالرجوع إلى الجدول رقم (11) نجد أن هذه القيمة مقابلة لمستوى موافق بشدة وحسب هذا المؤشر فإن تطبيق الصيرفة الحديثة في البنك من شأنها تحسين الأداء البنكي وذلك من خلال تخفيض التكاليف والوقت والجهد.

2.2.. تحليل الفقرة الثانية: المتعلقة بمعوقات تطبيق تقنيات الحديثة من طرف العمال حيث هنالك مجموعة من المعوقات تواجه العمال وسنلخصها في الجدول التالي:

الجدول رقم 12: عبارات البعد الثاني الخاص بالعمال

الاتجاه	معامل التباين	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	التكرارات والنسب					المقياس	عبارات البعد الثاني معوقات تطبيق التقنيات الحديثة من طرف العمال	
				موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة			
	0.253	0.503	1.40	00	00	00	08	12	التكرارات	عدم وجود قناعة بالصيرفة الالكترونية	5
				%00	%00	%00	%40	%60	النسبة		
	0.568	0.754	3.60	00	15	02	03	00	التكرارات	عدم ثقافة تعامل بوسائل الدفع الالكترونية من طرف الزبائن	6
				%00	%75	%10	%15	%00	النسبة		
	0.050	0.224	4.95	19	01	00	00	00	التكرارات	عدم امتلاك بنية تحتية تكنولوجية	7
				%95	%5	%00	%00	%00	النسبة		
	1.713	1.309	3.65	05	10	00	03	02	التكرارات	عدم وجود خبرة باستخدام هذه التقنيات	8
				%25	%50	%00	%15	%10	النسبة		
	0.537	0.733	2.30	00	03	00	17	00	التكرارات	عدم المعرفة بالميزات والفوائد	9
				%00	%15	%00	%85	%00	النسبة		
	0.576	0.759	2.45	00	03	03	14	00	التكرارات	عدم مساهمة البنك المركزي في استخدام الصيرفة الالكترونية	10
				%00	%15	%15	%70	%00	النسبة		

من خلال الجدول رقم (12) وباعتماد الترتيب على أساس الوسط الحسابي ل فقرات بعد معوقات تطبيق  
هه التقنيات من طرف العمال نجد العبارة رقم (03) عدم امتلاك بنية تحتية تكنولوجية تحصلت على أكبر

موسط حسابي ويقدر بـ(4.95) وانحراف معياري مساو لـ(0.224) وهذا ما يجعلنا نستنتج بأن المعوقات لتطبيق هذه التقنيات هو عدم وجود بنية تحتية تكنولوجية ومن ثم العبارة رقم (02) عدم ثقافة التعامل بوسائل الدفع الالكترونية من طرف الزبائن وتليها العبارة رقم (04) عدم وجود حيرة باستخدام هذه التقنيات وهذا راجع إلى قلة الدوريات والدراسات في هذا المجال، ثم العبارة رقم (06) عدم مساهمة البنك المركزي في استخدام الصيرفة الالكترونية، ثم العبارة رقم (05) عدم المعرفة بالمزايا والفوائد وتليها العبارة رقم (01) عدم القناعة بالصيرفة الالكترونية.

عموما فإن مؤشر معوقات تطبيق الصيرفة الالكترونية من طرف العمال له متوسط حسابي يقدر بـ(3.0583) وانحراف معياري (0.7180) وإذا تمت مقارنة قيمة المتوسط الحسابي لهذا المؤشر بالقيم الموجودة فالجدول رقم (12) نجدها عند مستوى محايد وهذا ما يجعلنا نقول أن عدم امتلاك بنية تحتية تكنولوجية أثر بشكل سلبي وكبير على الصيرفة في الجزائر والفرع خاصة، وأيضا عدم ثقة الزبائن بالتعامل مع هذه التقنيات أثر سلبا على تحسينها وأيضا عدم وجود خبراء في هذا المجال أنقص من استخدامها.



3.2. تحليل الفقرة الثالثة: وتتضمن توقعات الصيرفة الالكترونية في المستقبل ويمكن توضيحها في الجدول الموالي:

الجدول رقم 13: عبارات البعد الثالث الخاصة بالعمال

الاتجاه	معامل التباين	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	التكرارات والنسب					المقياس	عبارات البعد الثالث معيقات تطبيق التقنيات الحديثة من طرف العمال	
				موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة			
	0.366	0.605	4.50	00	00	03	13	04	التكرارات	هل تتوقعون اقبال الزبائن للاصيرفة مستقبلا	11
				%00	%00	%15	%65	%20	النسبة		
	0.50	0.224	4.95	00	00	00	01	19	التكرارات	هل تساهم الصيرفة الالكترونية متقبلا في تحقيق ميزة تنافسية في البنك	12
				%00	%00	%00	%5	%95	النسبة		
	0.50	0.224	4.95	00	00	00	01	19	التكرارات	هل تساهم الصيرفة الالكترونية في تخفيف الضغط على البنوك	13
				%00	%00	%00	%5	%95	النسبة		

من خلال الجدول رقم (12) أن إجابات العمال كلها عند مستوى موافق بشدة وبالترتيب على أساس المتوسط الحسابي لفرقات توقعات الصيرفة الالكترونية نجد العبارتين (02) و(03) عند نفس المستوى بمتوسط حسابي (4.95) وانحراف معياري ب(0.4553) وهي تساهم الصيرفة الالكترونية مستقبلا في تحقيق ميزة تنافسية للبنك وتساهم الصيرفة الالكترونية في تخفيض الضغط على البنوك حيث نستنتج أن الصيرفة الالكترونية من شأنها تحسين الأداء البنكي بكثرة وذلك بضمان حصة سوقية للبنك وكذا اكتساب زبائن جدد واخفاض على العملاء القدامى، ومن شأنها خفض الضغط على البنوك، وتأتي في المرتبة الأخيرة العبارة (01) هل تتوقعون اقبال الزبائن على الصيرفة الالكترونية مستقبلا.

عموما فإن مؤشر توقعات الصيرفة الالكترونية وسط حسابي يقدر ب(4.8) وانحراف معياري (0.4553)، وإذا ما تم مقارنته بالجدول رقم (12) نجدها عند مستوى موافق بشدة وهذا ما يجعلنا نستنتج أن

الصيرفة الالكترونية من شأنها أن تساهم في تحقيق ميزة تنافسية بين البنوك كما أنها تضمن الحصة السوقية للبنك والحصول على عملاء جدد وتحسين الأداء البنكي من خلال تخفيض الضغط على البنك وتخفيض التكاليف والجهد والوقت.

ثانيا: تحليل الاستبيان الخاص بالزبائن

### 1. تحليل البيانات الشخصية

من خلال الإجابة المقدمة من طرف الزبائن فإن العينة المدروسة تتمتع بالخصائص التالية:

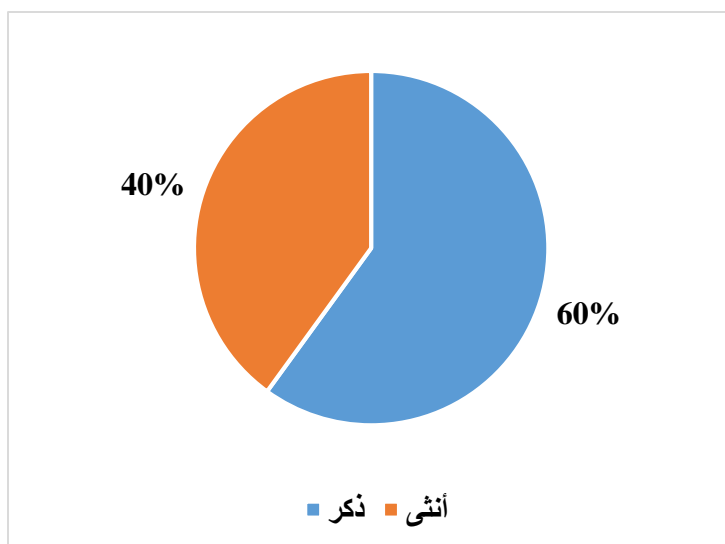
#### 1.1. الجنس

الجدول رقم 14: توزيع مفردات العينة حسب الجنس

60%	18	ذكر
40%	12	انثى
%100	30	المجموع

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على نتائج SPSS.

الشكل رقم 8: نسبة الزبائن من الذكور والإناث في البنك محل الدراسة



المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على معطيات الجدول رقم 13.

هذه النتائج تبين ان اغلبية الزبائن هم من الرجال مع أن النسبة متقاربة وهذا يمكن إرجاعه إلى طابع المنطقة وغياب المرأة المقابلة.

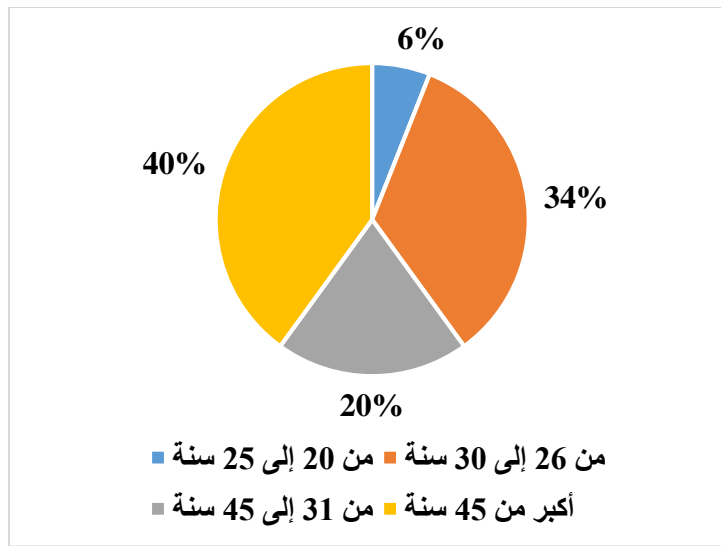
## 2.1. العمر

الجدول رقم 15: توزيع مفردات العينة حسب الفئة العمرية

النسبة	التكرارات	الفئة العمرية
06%	02	من 20 - 25 سنة
34%	10	من 26 - 30 سنة
20%	06	من 31 - 45 سنة
40%	12	أكبر من 45 سنة
%100	30	المجموع

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على نتائج SPSS.

الشكل رقم 9: نسبة الفئة العمرية للمتعاملين في البنك



المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على معطيات الجدول رقم 14.

تشير النتائج إلى أن الفئة العمرية ما بين 26 إلى ما فوق 45 سنة هم الفئة التي شكلت أكبر نسبة

مقارنة بالفئة العمرية ما بين 20-25 سنة.

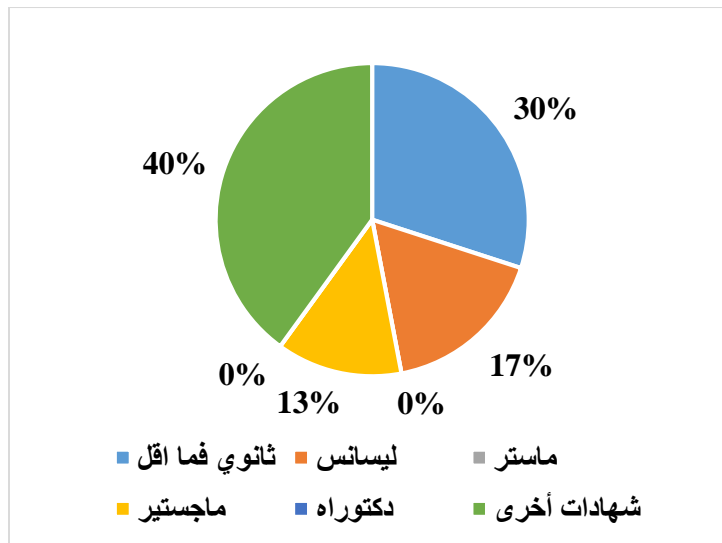
### 3.1. المؤهل العلمي

الجدول رقم 16: توزيع مفردات العينة حسب المؤهل العلمي

النسبة	التكرارات	المؤهل العلمي
30%	09	ثانوي فما أقل
17%	05	ليسانس
00%	00	ماستر
13%	04	ماجستير
00%	00	دكتوراه
40%	12	شهادات أخرى
%100	30	المجموع

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على نتائج SPSS.

الشكل رقم 10: نسبة المؤهل العلمي في الفرع



المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على معطيات الجدول رقم 15.

نلاحظ أن أغلبية الزبائن هم من ذوي تعليمي أكثر من ثانوي وهذا ما تزيد من صدق إيجابيات

الاستبيان.

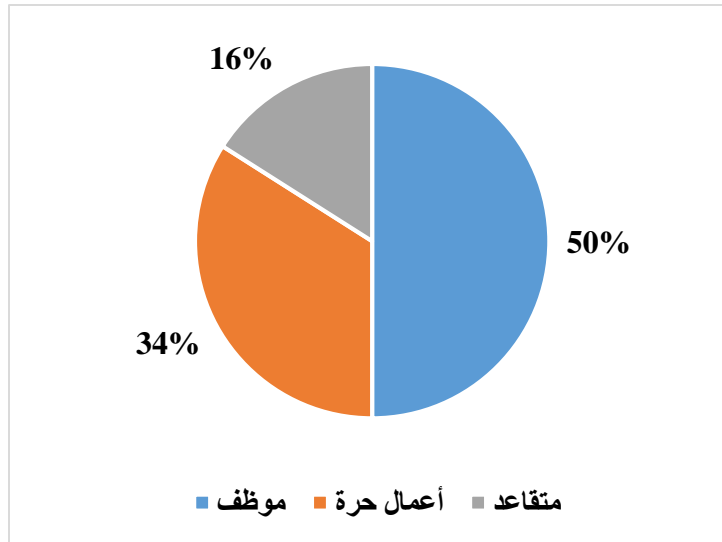
#### 4.1. المهنة

الجدول رقم 17: توزيع مفردات العينة حسب المهنة

النسبة	التكرارات	المهنة
50%	15	موظف
34%	10	أعمال حرة
16%	05	متقاعد
%100	30	المجموع

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على نتائج SPSS.

الشكل رقم 11: نسبة المؤهل العلمي في الفرع



المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على معطيات الجدول رقم 17.

من بين الزبائن التي اخترناها كعينة لدراسة وتحليل أثر الصيرفة الالكترونية على الزبائن نجد أن الموظفين يمثلون أعلى نسبة، بالمقارنة مع أصحاب الأعمال الحرة الذين يتواجدون في الدرجة الثانية، في حين يأتي المتقاعدين في المرتبة الأخيرة بسبب عدم تعاملهم بشكل كبير من البنك.

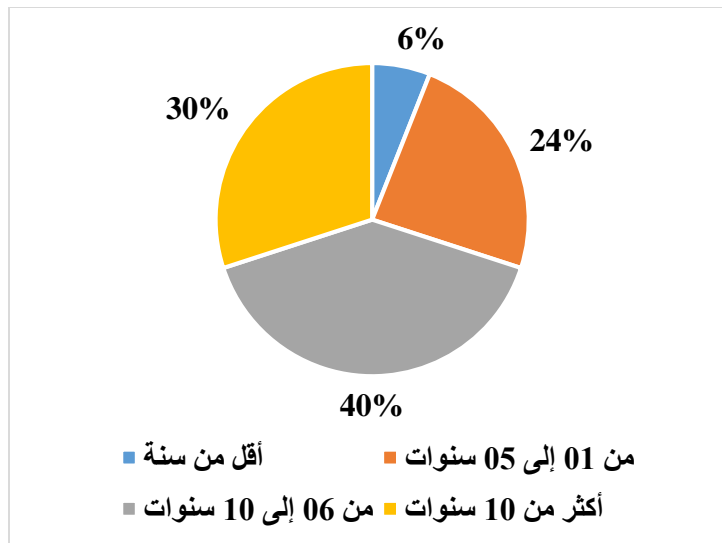
### 5.1. عدد سنوات التعامل مع البنك

الجدول رقم 18: توزيع مفردات العينة حسب عدد سنوات التعامل

النسبة	التكرارات	مدة التعامل مع البنك
06%	02	أقل من سنة
24%	07	من 01 إلى 05 سنوات
40%	12	من 06 إلى 10 سنوات
30%	09	أكثر من 10 سنوات
%100	30	المجموع

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على نتائج SPSS.

الشكل رقم 12: نسبة الزبائن حسب عدد سنوات التعامل مع البنك



المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على معطيات الجدول رقم 18.

نلاحظ أن أغلبية الزبائن هم زبائن دائمين للبنك حيث تعد نسبة من 06 إلى 10 سنوات هي الأكثر

تليها 09 سنوات وهذا دليل على حسن الأداء من طرف موظفي البنك.

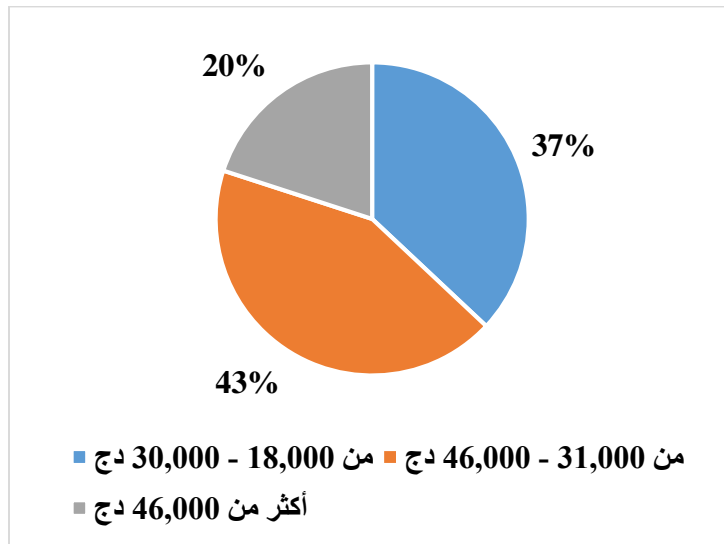
## 5.1. الدخل الشهري

الجدول رقم 19: توزيع مفردات العينة حسب الدخل الشهري

النسبة	التكرارات	الدخل الشهري
37%	11	من 18.000 - 30.000 دج
43%	13	من 31.000 - 46.000 دج
20%	06	أكثر من 46.000 دج
%100	30	المجموع

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على نتائج SPSS.

الشكل رقم 13: نسبة الزبائن حسب الدخل الشهري



المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على معطيات الجدول رقم 19.

تحليل النتائج الخاص بالدخل الشهري تبين ان هنالك تقارب في نسب سجلت في مجال 18.000 - 30.000 و 31.000 - 46.000 دج حيث أن هنالك تساوي تقريبا في عدد العمال الذين يحصلون على هذه المستويين من الدخل؟، بينما نجد أن عدد الزبائن أقل بالنسبة إلى الدخل في المجال أكثر من 46.000 دج.

## 2. عرض النتائج وتحليلها

### 1.2. تحليل الفقرة الأولى: المتعلقة بالمعلومات عن استعمال الخدمات المصرفية الحديثة من قبل الزبائن

وسنبينها في الجدول الموالي:

الجدول رقم 20: عبارات البعد الأول الخاصة بالزبائن

الاتجاه	معامل التباين	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	التكرارات والنسب					المقياس	عبارات البعد الأول استعمال الخدمات المصرفية الإلكترونية	
				غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة			
0.740	0.860	3.87	00	04	01	20	05	التكرارات	1	ما رأيك بالبطاقة الإلكترونية	
				%00	%13.3	%3.3	%66.7	%16.7			النسبة
									2	ما رأيك بالقتوات الإلكترونية	
0.144	0.379	4.167	00	00	00	25	05	التكرارات	الصراف الآلي		
				%00	%00	%00	%83.3	%16.7		النسبة	
0.961	0.980	3.267	00	10	03	16	01	التكرارات	الصيرفة عبر الهاتف		
				%00	%33.3	%10	%53.3	%3.3		النسبة	
									3	ماهي الوسيلة التي تعرفت بها على القنوات الإلكترونية	
0.395	0.629	2.467	00	18	10	02	00	التكرارات	الصحف		
				%00	%60	%33.3	%6.7	%00		النسبة	
0.575	0.758	3.333	00	05	10	15	00	التكرارات	الإعلانات التلفزيونية والإلكترونية		
				%00	%16.7	%33.3	%50	%00		النسبة	
0.202	0.450	4.267	00	00	00	22	08	التكرارات	الفروع		



				%00	%00	%00	%73.3	%26.7	النسبة	
	1.633	1.278	3.567	00	11	00	10	09	التكرارات	موقع البنك بالإنترنت
				%00	%36.7	%00	%33.3	%30	النسبة	

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على نتائج SPSS.

من خلال الجدول رقم (20) نجد أن أغلب الإجابات كانت مستوى موافق وموافق بشدة، وباعتماد الترتيب على أساس الوسط الحسابي لفقرات بعد استعمال الخدمات المصرفية الحديثة من قبل الزبائن حيث نجد العبارة رقم (03) والسؤال الفرعي الموجه للزبائن عن كيفية التعرف على الخدمات الحديثة والتي كانت الإجابة هي (الفرع) حصلت على أكبر متوسط حسابي بـ(4.267) وانحراف معياري (0.450) وهذا ما يدل على أن الوكالة لا تقوم بأي تسويق للخدمات المصرفية الحديثة عبر الصحف أو الإنترنت وتكتفي فقط بالمنشورات والملصقات داخل الفرع وتليها العبارة رقم (02) حيث أن أغلبية الزبائن يفضلون التعامل بالصراف الالهي على باقي الخدمات المصرفية الحديثة الأخرى كالصيرفة عبر الهاتف وتليها العبارة رقم (01) حيث عبر الزبائن الفرع عن رغبته في الحصول على البطاقة الإلكترونية.

عموما فإن مؤشر استعمال الصيرفة الحديثة من قبل زبائن الفرع له متوسط حسابي يقدر بـ(3.5614) وانحراف معياري مساو لـ(0.7132) وبالرجوع إلى الجدول رقم (20) نجد أن هذه القيمة مقابل لمستوى موافق وحسب هذا المؤشر فإن الصيرفة الإلكترونية تلقى استحسانا من قبل الزبائن رغم قلة التسويق من قبل البنك.

2.2. تحليل الفقرة الثانية: المتعلقة بأسباب عدم التعامل مع البطاقة الالكترونية من قبل الزبائن والذي سنوضحه في الجدول التالي:

الجدول رقم 21: عبارات البعد الثاني الخاصة بالزبائن

الاتجاه	معامل التباين	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	التكرارات والنسب					المقياس	أسباب عدم تعاملك مع البطاقة الالكترونية	
				موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة			
	0.723	0.850	3.633	02	20	03	05	00	التكرارات	عدم الحاجة إلى البطاقة كون رصيد الحساب قليل	1
				%6.7	%66.7	%10	%16.7	%00	النسبة		
	0.378	0.615	3.967	03	25	00	02	00	التكرارات	عدم الحاجة إلى البطاقة كون الرصيد هو فقط راتب الشهر	2
				%10	%83.3	%00	%6.7	%00	النسبة		
	1.978	1.406	2.567	02	10	00	09	09	التكرارات	عدم العلم أن تعليمات البنك تسمح بالحصول على البطاقة كون لا يوجد رصيد	3
				%6.7	%33.3	%00	%30	%30	النسبة		
	1.885	1.372	3.333	06	12	02	06	04	التكرارات	عدم القناعة بهذه البطاقة او الرغبة	4
				%20	%40	%6.7	%30	%13.3	النسبة		
	1.034	1.017	4	10	15	00	05	00	التكرارات	التعامل مع الفرع مباشرة	5
				%33.3	%50	%00	%16.7	%00	النسبة		
	0.944	0.971	2.567	00	09	00	20	01	التكرارات	عدم الحاجة إلى البطاقة كون الرصيد من أجل الادخار	6
				%00	%30	%00	%66.7	%3.3	النسبة		

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على نتائج SPSS.

من خلال الجدول رقم (21) وبعتماد الترتيب على أساس الوسط الحسابي لفقرات بعد أسباب عدم التعامل بالبطاقة الالكترونية من فوق الزبائن نجد العبارة رقم 05 الرغبة بالتعامل مع الفرع مباشرة من قبل الزبائن تحصلت على أكبر متوسط حسابي يقدر بـ(04) وانحراف معياري (1.017) هذا ما يجعلنا نستنتج بأن العملاء يفضلون التعامل مع الفرع عن باقي وسائل الدفع هو عدم اقتناعهم بعد بوسائل الدفع الحديثة، وفي المرتبة الثانية العبارة رقم (02) عدم الحاجة إلى البطاقة كون الرصيد هو الراتب الشهري فقط بوسط حسابي (3.967) وانحراف معياري (0.615) وهذا راجع إلى أن أغلبية الزبائن هم موظفين وتليهما العبارة رقم (05) عدم القناعة بهذه التقنية وهذا راجع إلى قلة الثقة بالتعامل مع البطاقة البنكية ثم تليها العبارة رقم (03) عدم العلم أن تعليمات البنك تسمح بالحصول على البطاقة كون لا يوجد رصيد وهذا راجع إلى ضعف الاعلام والاشهار فيما يخص وسائل الدفع الالكترونية لتوجيه العميل.

عموما فإن مؤشر أسباب عدم التعامل مع البطاقة الالكترونية له متوسط حسابي يقدر بـ(3.3445) وانحراف معياري (1.0385) وإذا تم مقارنة قيمة المتوسط الحسابي لهذا المؤشر بالقيم الموجودة في الجدول رقم (21) نجدها عند مستوى محايد، وهذا ما يجعلنا نقول أن نقص الاعلام والاشهار حول البطاقة الالكترونية تجعل العميل غير راغب او محايد لهذه التقنية وأيضا عدم الرغبة بهذه البطاقة هو أن أغلبية العملاء هم من الموظفين أن الرصيد يعد الراتب الشهري فقط.

3.2. تحليل الفقرة الثالثة: المتعلقة بمعوقات استخدام قوات الصيرفة الالكترونية ويمكن توضيحها في

الجدول الموالي:

الجدول رقم 22: عبارات البعد الثالث الخاصة بالزبائن

الاتجاه	معامل التباين	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	التكرارات والنسب					المقياس	معوقات استخدام قنوات الصيرفة الالكترونية	
				غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة			
	1.016	1.008	2.133	08	15	02	05	00	التكرارات	عدم توفر الأمان والسرية	1
				%26.7	%50	%6.7	%16.7	%00	النسبة		
	1.045	1.022	3.70	02	03	00	22	03	التكرارات	صعوبة الاستخدام، صعوبة اللغة، عدم توفر المنشورات الإرشادية	2
				%6.7	%10	%00	%73.3	%10	النسبة		
	0.993	0.996	3.80	01	04	00	20	05	التكرارات	عدم توفر المهارات اللازمة للاستخدام	3
				%3.3	%13.3	%00	%66.7	%16.7	النسبة		
	1.223	1.106	3.467	01	08	00	18	03	التكرارات	قلة الثقة بالتعامل بهذه القنوات والقناعة بالتعامل مع الفرع مباشرة	4
				%3.3	%26.7	%00	%60	%10	النسبة		
	0.230	0.479	4.333	00	00	00	20	10	التكرارات	وجود قيود على الخدمة مثل تحديد سقف أعلى للسحب النقدي	5
				%00	%00	%00	%66.7	%33	النسبة		
	1.983	1.408	3.50	03	07	01	10	09	التكرارات	عدم المعرفة بفوائد القنوات الالكترونية	6

				%10	%23.3	%3.3	%33.3	%30	النسبة	
	0.717	0.847	4.20	00	02	02	14	12	التكرارات	7
				%00	%6.7	%6.7	%46.7	%40	النسبة	
	0.168	1.080	4.267	00	02	02	10	16	التكرارات	8
				%00	%6.7	%6.7	%33.3	%53.3	النسبة	
	0.930	0.964	3.633	02	03	00	24	01	التكرارات	9
				%6.7	%10	%00	%80	%3.3	النسبة	

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على نتائج SPSS.

من خلال الجدول رقم (22) إن إجابات الزبائن كانت كلها عن مستوى موافق وبالترتيب على أساس المتوسط الحسابي لفقرات معيقات استخدام قنوات الصيرفة الالكترونية حيث نجد العبارة رقم (08) ضعف تسويق الخدمة المصرفية الالكترونية حصلت على أكبر متوسط حسابي (4.260) وانحراف معياري ب(1.080) ويعود ذلك إلى قلة الإشهارات والاعلانات من قبل البنك الذي يعتمد فقط على الملصقات داخل الفرع، تليها العبارة رقم (07) زيادة التكلفة هذه الخدمات مثل الاشتراك في الانترنت، إجراء مكالمات هاتفية والتي يعتبرها الزبون مصاريف إضافية تعد من المعوقات وتليها الفقرة رقم (05) وجود قيود على الخدمات المصرفية الحديثة مثل تحديد سقف أعلى للسحب النقدي حيث عبر العملاء عن رغبتهم عن عدم تسقيف السحب النقدي ثم عبارة رقم 03 عدم توفر المهارات اللازمة للاستخدام ثم عبارة رقم 02 صعوبات في الاستخدام مثل اللغة وعدم توفر الارشادات، ثم عبارة رقم 09 وجود الأعطال الفنية ثم عبارة رقم 06 عدم معرفة الفوائد وفي المرتبة الأخيرة العبارة رقم 01 عدم توفر الأمان والسرية.

عموما فإن مؤشر معيقات استخدام قنوات الصيرفة الالكترونية له وسط حسابي يقدر ب(3.669) وانحراف معياري (0.990) وإذا ما تم مقارنته بالوسط الحسابي لهذا المؤشر بالقيم الموجودة في الجدول رقم

(23) نجدها عند مستوى موافق، وهذا ما يجعلنا نقر أن من معيقات الصيرفة الالكترونية هي نقص الإعلانات والإشهارات من بل البنك محل الدراسة وقلة الثقة بالتعامل مع هذه القنوات والرغبة بالتعامل مع الفرع مباشرة وكثرة الأعطال الفنية وزيادة المصاريف على العميل.

4.2. تحليل الفقرة الرابعة: والتي تتضمن مميزات الصيرفة الالكترونية والتي تتمثل في الجدول التالي:

الجدول رقم 23: عبارات البعد الرابع الخاصة بالزبائن

الاتجاه	معامل التباين	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	التكرارات والنسب					المقياس	مميزات الصيرفة الالكترونية	
				موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة			
0.298	0.498	4.40	4.40	00	00	00	18	12	التكرارات	1	توفير الوقت
				%00	%00	%00	%60	%40	النسبة		
0.392	0.626	4.233	4.233	00	00	03	17	10	التكرارات	2	توفير الجهد
				%00	%00	%10	%56.7	%33.3	النسبة		
0.769	0.877	2.30	2.30	03	20	02	05	00	التكرارات	3	خفض التكاليف
				%10	%76.6	%6.7	%16.7	%00	النسبة		
0.648	0.805	2.20	2.20	03	22	01	04	00	التكرارات	4	سهولة الوصول على مدى 24 ساعة
				%10	%73.3	%3.3	%13.3	%00	النسبة		
0.276	0.525	2	2	03	25	01	01	00	التكرارات	5	منتشر في أماكن متعددة
				%10	%83.3	%3.3	%3.3	%00	النسبة		

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على نتائج SPSS.

من خلال الجدول رقم (23) نجد أن أغلبية الإجابات كانت مستوى غير موافق وبعتماد على أساس الوسط الحسابي لفقرات يعد أن مميزات الصيرفة الالكترونية نجد العبارة رقم (01) مميزات الصيرفة الالكترونية توفر الوقت تحصلت على أعلى متوسط حسابي يقدر ب(4.400) وانحراف معياري (0.498) حيث أقر أغلبية الزبائن أن الصيرفة الالكترونية توفر الوقت أكثر من التقليدية وتليها العبارة رقم (02) الصيرفة الالكترونية توفر الجهد حيث أن الوقت والجهد المبذول في الطوابير الطويلة قد تقلص بنسبة كبيرة حيث استخدم الصيرفة الالكترونية وثم العبارة رقم (03) أن الصيرفة الالكترونية تخفض التكاليف بمتوسط حسابي (2.300) وانحراف معياري (0.877) موافق المستوى غير موافق وهذا ما يدل على ان التكاليف بالنسبة للزبائن لم تخفض ولم يلتسوا الفرق بينهما وبين الخدمات التقليدية.

ثم تليها العبارة رقم (04) سهولة الوصول على مدار 24 ساعة وهذا ما نفوه أغلبية الزبائن وأكد ان هذه الخدمات تتوقف مع انتهاء الدوام. ثم تليها العبارة رقم (05) منتشرة في أماكن متعددة حيث عبر العملاء على أنها غير منتشرة في أماكن متعددة ولكنها محدودة ولم يشرع العمل بها بعد.

عموما فإن مؤشر مميزات الصيرفة الالكترونية لها متوسط حسابي يقدر ب(3.0266) وانحراف معياري يساوي (0.6662) وبالرجوع إلى الجدول رقم (23) نجد أن هذه القيمة مقابلة لمستوى محايد وحسب هذا المؤشر فإن الصيرفة الالكترونية ومميزاتها تتذبذب بين موافق وغير موافق حيث أنها وفرت الوقت والجهد للعملاء ولكنها في المقابل زادت في التكاليف وأيضا عدم توفرها في كل الأوقات.

#### الجدول رقم 24: ترتيب أبعاد نموذج تأثير عصنة الخدمات المصرفية على الأداء المصرفي تنازليا

رقم المؤشر	المؤشر	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
1	ما رأيك بالبطاقة الإلكترونية	3.5614	0.7132
2	ما رأيك بالقنوات الإلكترونية	3.3445	1.0385
3	ماهي الوسيلة التي تعرفت بها على القنوات الالكترونية	3.669	0.990

المصدر: من إعداد الطالبين بناء على مخرجات برمجية SPSS

### ثالثا: تحليل النتائج واختبار الفرضيات

تهدف الدراسة إلى التعرف على الخدمات المصرفية الحديثة وما مدى مساهمتها في تحسين الأداء البنكي وفيما يلي مناقشة تفصيلية لنتائج الدراسة ونختبرها كما يلي:

#### 1. فيما يخص العمال

**1.1. الفرضية الأولى:** إن كل العمال بالوكالة لديهم قابلية التعامل مع التقنيات المصرفية الحديثة وذلك لأنها هي السبب الأول في تحسين الأداء بخفض التكاليف والجهد واكتساب الوقت من أجل أداء أعمال أخرى. من خلال النتائج الإحصائية المتوصل إليها نجد أن العبارات الخاصة بأن التقنيات الحديثة تساهم في خفض التكاليف والجهد والوقت تصدر قائمة مؤشرات عصنة الخدمات المصرفية وتأثيرها على الأداء البنكي بوسط حسابي قدره (3.5614) المقابل لاتجاه موافق مما يرجع إلى أن التقنيات الحديثة تساهم في تحسين أداء العمال وهذا ما يؤكد صحة الفرضية الأولى.

**2.1. الفرضية الثانية:** يعود سبب معوقات تطبيق التقنيات الحديثة من طرف العمال إلى عدم امتلاك البنية التحتية التكنولوجية.

من خلال النتائج الإحصائية المتوصل إليها نجد العبارات الخاصة بعدم امتلاك بنية تحتية تكنولوجية تأتي في المرتبة الأولى في الجدول رقم 11 بمتوسط حسابي مقدر بـ(3.3445) المقابل لاتجاه موافق مما يدل على أن أهم سبب للمعوقات تطبيق التقنيات الحديثة من طرف العمال يكمن في عدم امتلاك بنية تحتية وهذا ما يؤكد صحة الفرضية الثانية.

**3.1. الفرضية الثالثة:** إن توقعات الصيرفة الالكترونية مستقبلا في الوكالة تحقق ميزة تنافسية وتخفيض الضغط على البنك.

من خلال النتائج الإحصائية المتوصل إليها نجد أن العبارات الخاصة بتحقيق ميزة تنافسية وتخفيض الضغط تأتي في الصدارة وهذا ما يؤكد صحة الفرضية الثالثة.



## 2. فيما يخص الزبائن

الجدول رقم 25: ترتيب أبعاد نموذج تأثير الخدمات المصرفية على الأداء تنازليا

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	المؤشر	رقم المؤشر
0.7132	3.5614	معلومات عن استعمال الصيرفة الالكترونية	1
1.0385	3.3445	أسباب عدم التعامل مع البطاقة الالكترونية	2
0.990	3.669	معيقات استخدام الصيرفة الالكترونية	3
0.6662	3.0266	مميزات الصيرفة الالكترونية	4

المصدر: من إعداد الطلبة.

### 1.2. الفرضية الأولى:

2.2. الفرضية الثانية: إن أسباب عدم التعامل بالبطاقات الالكترونية من طرف الزبائن يعد من الدرجة الأولى لكون الرصيد هو الراتب الشهري فقط.

من خلال النتائج الإحصائية المتوصل إليها نجد أن عبارات الخاصة بكون عدم الحاجة إلى البطاقة الالكترونية هو كون الرصيد هو فقط الراتب الشهري تأتي في المرتبة الأولى في الجدول رقم (25) بوسط حسابي يقدر ب(3.669) وهذا ما يؤكد صحة الفرضية الثانية.

3.2. الفرضية الثالثة: عن معيقات استخدام قنوات الصيرفة الالكترونية من قبل الزبائن هو القناعة يتعامل مع الفرع مباشرة وعدم الثقة بالتعامل بهذه القنوات.

من خلال النتائج الإحصائية المتوصل إليها نجد عبارات الخاصة بعدم الثقة بهذه القنوات والقناعة بالتعامل مع الفرع مباشرة تأتي في المرتبة الثانية في الجدول رقم (25) بمتوسط حسابي يقدر ب(3.5614) المقابل لاتجاه موافق، مما يدل على أن أهم سبب لعدم التعامل بالقنوات الالكترونية هي قلة الثقة وهذا ما يؤكد صحة الفرضية الثالثة.

4.2. الفرضية الرابعة: إن مميزات الصيرفة الالكترونية توفير الوقت والجهد والتكاليف بالمقارنة مع الصيرفة التقليدية.

من خلال النتائج الإحصائية المتوصل إليها نجد أن عبارات الخاصة بخفض التكاليف تأتي في المرتبة الثالثة في الجدول رقم (25) بمتوسط حسابي يقدر ب(3.3445) المقابل لاتجاه غير موافق مما يدل على أن

تخفيض التكاليف بالوكالة لا يمكن إرجاعه إلى مميزات الصيرفة الالكترونية وهذا ما ينفي صحة الفرضية الرابعة.

## خلاصة الفصل الثاني

من خلال هذا الفصل حاولنا معرفة تأثير الخدمات المصرفية الحديثة على الأداء البنكي ببنك الخارجي الجزائري وكالة تبسة -46- حيث قمنا باعتماد أسلوب الاستبيان هذا الأخير تم من خلاله وضع مجموعة من الفقرات تتناسب وأبعاد عصرنة الخدمات المصرفية على عينة شملت 20 موظف و30 زبون من الوكالة. وبعد القيام بالمعالجة الإحصائية لبيانات الاستبيان بالاعتماد على برمجية SPSS واستخدام الأدوات الإحصائية اللازمة للتحليل وجدنا أن الموظفين بالوكالة موافقين على عصرنة الخدمات المصرفية لأنها تساعد على تحسين الأداء بشكل جيد وكان كذلك رأي الزبائن في عصرنة الخدمات لكن كان هناك تخوف من هذه التقنيات ومن خلال هذه الدراسة توصلنا إلى:

- سبب عدم التعامل بالقنوات الالكترونية من قبل الزبائن هو الخوف وعدم الثقة بهذه القنوات والرغبة في التعامل مع الفرع مباشرة؛
- عدم امتلاك البنوك الجزائرية وخاصة بمدينة تبسة البنية التحتية للخدمات الالكترونية؛

الخاتمة

## الخاتمة

يعد الاهتمام بالخدمات المصرفية بشكل عام والخدمات المصرفية الحديثة بشكل خاص واحد من أهم الاتجاهات الحديثة التي شهدت توسعا كبيرا في السنوات الأخيرة حيث أن الأمر لم يعد يقتصر على تقديم الخدمة التقليدية فحسب، بل الأمر أصبح يتعدى ذلك إلى البحث على الأساليب والطرق التي يجب أن يتم بها تسويق الخدمات المصرفية الحديثة.

ونجد أن الصيرفة الالكترونية أصبحت ضرورة حتمية أوجبتها التغيرات الحاصلة في السوق والتكنولوجيا المستمرة في هذا المجال، من أجل تلبية رغبات الزبائن بالدرجة الأولى وتحسين أدائها حيث جاء الاقتصاد الرقمي بمفاهيم وأسس وأنظمة جديدة كانت نتيجة استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال أهمها الاعمال الالكترونية.

وإن وسائل الدفع هي تلك الوسائل المقبولة اجتماعيا من أجل تسهيل المعاملات التجارية وكذلك تسديد الديون، ومع تطور الخدمات المصرفية ظهر إلى الوجود ما يسمى بوسائل الدفع الالكترونية غير المكلفة ومجردة من المادة، حيث اتخذت أشكالا متعددة منها البطاقات البنكية والشيكات الالكترونية، حيث حلت محل وسائل الدفع التقليدية.

في ظل هذه التغيرات العالمية الجديدة وفي أعقاب الانفتاح الاقتصادي وفتح المجال أمام البنوك الأجنبية وسعي الجزائر لمواكبة التطورات العالمية، وجدت البنوك الجزائرية نفسها في وضع بالغ الحساسية وأصبحت ملزمة بتدعيم قدراتها التنافسية بمواجهة هذه التحديات واعتبر القطاع المصرفي هو العامل الأساسي للانتقال إلى اقتصاد السوق وكان لازما على البنوك مسايرة التغيرات التي تحدث في العالم خاصة كيفية مسايرة الصيرفة الالكترونية، حيث مازالت الجزائر في المراتب المتأخرة مقارنة بالأنظمة المصرفية الأخرى العربية رغم اعتماد الجزائر على الصيرفة الالكترونية مثل اصدار بعض البطاقات البنكية وتطويرها لشبكة الاتصال والبريد، ورغم ذلك تبقى الجزائر بعيدة عن التطورات الحاصلة في المجال المصرفي. ومن خلال الأهمية البالغة لتحديث الخدمات المصرفية زدنا دراستنا النظرية بدراسة ميدانية بالوكالة المصرفية بتبسة البنك الخارجي الجزائري - 46- وذلك من خلال معرفة واقع وأهم التحديات التي تواجه الخدمات المصرفية الحديثة.

## اختبار الفرضيات

بعد دراسة موضوع هذا البحث ومحاولة الإحاطة ببعض جوانبه يمكننا إجراء اختبار لفرضياته كما يلي:

**الفرضية الأولى:** إن الحاجة إلى لتطوير الخدمة المصرفية في البنك الخارجي الجزائري يساهم في اكتساب ميزات تنافسية والحفاظ على الحصة السوقية ومن شأنها تحسين الأداء، وهذه الفرضية صحيحة، من خلال دراستنا يتضح أن تطوير الخدمة المصرفية سوف يساهم في تحديث النظام المصرفي الجزائري إذا توفرت الشروط والعوامل الملائمة لتنمية هذا القطاع.

**الفرضية الثانية:** إن البنك الخارجي الجزائري قام باستحداث عدة خدمات مصرفية وهذه الفرضية صحيحة، فاعتمدت على الصيرفة الالكترونية ووسائل الدفع الحديثة لتخفيض الضغط على البنوك.

**الفرضية الثالثة:** إن الصيرفة الالكترونية خفضت من التكاليف وبالتالي حسنت من الأداء، وهذه الفرضية صحيحة، فالصيرفة الالكترونية من شأنها تخفيض التكاليف وزيادة الربحية للبنك.

**الفرضية الرابعة:** إن الخدمات المصرفية حسنت من الأداء من خلال خفض الوقت والجهد، وهذه الفرضية صحيحة، لأن اعتماد الصيرفة الالكترونية بخفض الطوابير على الشبائيك وتقليص الوقت.

## نتائج الدراسة

- يجب ان تستجيب الخدمات المصرفية المقدمة من قبل الجهاز المصرفي إلى التطورات الحاصلة في النشاط الاقتصادي والمجتمع ككل أين يجد تطورها الطبيعي هذا للتمكن من القيام بالدور الذي وجدت من أجله ألا وهو الاستجابة لمتطلبات وتفعيل النشاط للارتقاء بالمجتمع؛
- إن البطاقات البنكية لم تلق النجاح المنتظر ويتجسد هذا على أرضية الواقع بالعدد القليل من المستعملين لهذه البطاقات؛
- لم تكن وسائل الدفع الالكترونية التي اعتبرت الحل الأمثل للمشاكل المطروحة في مستوى التوقعات حيث خلقت هي الأخرى مشاكل وعيوب؛
- أدت البيئة الجديدة للعمل المصرفي والمنافسة الشديدة وتطبيق التقنية الالكترونية الحديثة إلى الضغط على البنوك لإيجاد آليات جديدة في استخدام وتنويع الخدمات المصرفية الالكترونية للمحافظة على العملاء وجذب عملاء جدد؛

- إن البيئة الاجتماعية والثقافية في الجزائر تشكل تحديا للبنوك من أجل إقناع العملاء بجدوى استخدام البطاقات البنكية وبالتالي ادخال ثقافة بنكية جديدة وهو ما يتطلب استراتيجية تسويقية فعالة؛
- إن ضعف الدعاية والاعلان بخصوص البطاقات واقتصارها على المطبوعات والملصقات التي توضح داخل مقرات الوكالة لا تسمح لإيصال الرسالة إلى عدد كبير من الزبائن؛
- إن عدم امتلاك بنية تحتية إلكترونية من أهم الأسباب في عدم تطور المنظومة المصرفية الجزائرية.

#### توصيات البحث

- بناء على ما تقدم من نتائج رأينا من الواجب تقديم بعض الاقتراحات والتوصيات التي نراها مناسبة:
- العمل على إيجاد آليات ووسائل جديدة واستخدام وتنويع الخدمات المصرفية الإلكترونية لغرض المحافظة على العملاء وجذب عملاء جدد؛
- وضع سياسة إعلامية وتسويقية من قبل البنك من شأنه إدخال الثقافة الإلكترونية لدى الزبون؛
- زيادة توعية العملاء بأهمية الخدمات المصرفية الإلكترونية؛
- الاهتمام بتطوير التجارة الإلكترونية حيث أن عدم اعتماد التجارة الإلكترونية في الجزائر يعتبر أكبر عائق وسائل الدفع الإلكترونية؛
- القيام بدورات تكوينية مكثفة لموظفي البنك في مجال الخدمات الإلكترونية.

#### أفاق الدراسة

- إن مجال الخدمات المصرفية الإلكترونية واسع ولا يزال الكثير من الغموض في خصوص هذا المجال ومن أفاق هذه الدراسة ما يلي:
- دراسة الموضوع في بيئة مالية مفتوحة ومختلفة عن بيئة الدراسة الحالية وتمتاز بنوع من الوضوح.
- آليات مواجهة التحديات التي تضيف انتشار وتطور وسائل الدفع الإلكتروني في الجزائر.
- إجراء الدراسة باستخدام طرق وأساليب أخرى من أجل ضبط نتائج الدراسة.

# قائمة المصادر والمراجع



قائمة المصادر والمراجع

أولاً: الكتب

1. إبراهيم محمد المحاسنة، إدارة وتقييم الأداء الوظيفي، بين النظرية والتطبيق، دار جرير للنشر والتوزيع، ط01، 2013.
2. أحمد بوراس، د. سعيد بركة، أعمال الصيرفة الالكترونية - الادوان والخاطر -، دار النشر للكتاب الحديث، 2013، ص 99.
3. أحمد محمد غنيم، إدارة البنوك تقليدية الماضي والكترونية المستقبل، ط01، المكتبة المصرية للنشر والتوزيع، مصر، 2007.
4. أكرم حداد، مشهور هندلول، النقود والمصارف - مدخل تحليلي ونظري، ط01، دار وائل للنشر، الأردن، 2005.
5. بشير عباس العلاق، تكنولوجيا المعلومات في الأعمال "مدخل تسويقي"، ط01، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، عمان، 2000.
6. توفيق محمد عبد المحسن، تقييم الأداء، مداخل جديدة والعالم الجديد، دار الفكر العربي، دار النهضة العربية، مصر، 2004/2003.
7. حاكم محسن الربيعي، د. حمد عبد الحسين راضي، حوكمة البنوك وأثرها في الأداء والمخاطرة، ط01، دار النشر البازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2013.
8. حمزة محمود الزبيدي، التحليل المالي لأغراض تقييم الأداء والتنبؤ بالفشل، ط02، مؤسسة الوراق للنشر، عمان، 2011.
9. زهير ثابت، كيفية تقييم أداء الشركات والعمال، دار قباء للنشر والتوزيع، القاهرة، 2001.
10. زياد سليم رمضان، محفوظ أحمد جودة، الاتجاهات المعاصرة في إدارة البنوك، ط03، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، 2003.
11. طارق طه، إدارة البنوك في بيئة العولمة والأنترنت، الإسكندرية، دار المركز الجامعي، 2007.
12. طارق عبد العال حماد، التجارة الالكترونية، المفاهيم، التجارب، التحديات، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2003.

## قائمة المصادر والمراجع

13. عصام عمر أحمد مندور، البنوك الوضعية والشرعية، دار التعليم الجامعي للطباعة والنشر والتوزيع، الإسكندرية، 2013.
14. عوض بدير الحداد، تمويل الخدمات المصرفية، ط01، البيان للطباعة والنشر، القاهرة، 1999.
15. قاسم نايف علون الحمياوي، إدارة الجودة والخدمات، ط01، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، 2007.
16. محمد السعيد أنور سلطان، إدارة البنوك، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2005.
17. محمد حسين منصور، المسؤولية الالكترونية، دار الجامعة الجديدة للنشر، الإسكندرية، 2003.
18. محمد سعيد أنور سلطان، إدارة البنوك، دار الجامعة الجديدة الإسكندرية، 2005.
19. محمد قاسم القريوتي، الوجيز في إدارة الموارد البشرية، دار وائل للنشر، عمان، الأردن، 2010.
20. محمود جاسم الصميدعي، ردينة عثمان يوسف، التسويق المصرفي، مدخل استراتيجي، ط01، دار المناهج للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2005.
21. مسامح عبد المطلب عامر، استراتيجيات إدارة الموارد البشرية، دار الفكر ناشرون وموزعون، الأردن، 2011.
22. مصطفى كمال السيد الطايل، الصناعة المصرفية في ظل العولمة، اتحاد المصارف العربية، الإسكندرية، 2009.
23. المنظمة العربية للتنمية الإدارية، قياس وتقييم الأداء كمدخل لتحسين جودة الأداء المؤسسي، القاهرة، مصر، 2009.
24. منير نوري وفريد كورتييل، إدارة الموارد البشرية، مكتبة المجتمع العربي للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2011.
25. نوري منير، التجارة الالكترونية والتسويقي والالكتروني، ط01، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2014.
26. هاني حامد الضمور، تسويق الخدمات، ط05، دار وائل للنشر، الأردن، 2009.
27. وسيم محمد الحداد وآخرون، الخدمات المصرفية الالكترونية، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، 2012.

ثانياً: المجالات

1. أحمد بوراس، العمليات المصرفية الالكترونية، مجلة العلوم الإنسانية، جامعة خيضر، بسكرة، العدد 11، 2007.
2. رابح عرابة، دور تكنولوجيا الخدمات المصرفية الالكترونية، مجلة الأكاديمية للدراسات الاجتماعية والإنسانية، العدد 08، 2012.
3. رجاء رشيد عبد الستار، تقويم الأداء المالي لمصرف الرشيد وأهميته في قياس مخاطر السيولة المصرفية، مجلة، العدد 31، كلية العلوم الاقتصادية، العراق، 2012.
4. عبد القادر برشي، جودة الخدمات المصرفية كمدخل لزيادة القدرة التنافسية، مجلة شمال افريقيا، جامعة الشلف، العدد 03.
5. عبد الوهاب دادن ورشيد حفصي، تحليل الأداء المالي للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية باستخدام طريقة التحليل العائلي التمييزي (AED) خلال الفترة 2006/2011، مجلة الوحدات للبحوث والدراسات، جامعة غرداية، المجلد السابع، العدد 02، 2014.
6. محمد جموعي قريشي، تقييم أداء المؤسسة المصرفية دراسة حالة مجموعة من البنوك الجزائرية، مجلة الباحث، العدد 03، 2004.
7. مصطفى طويطي، وسائل الدفع الكتروني، دراسة قياسية لبنك القرض الشعبي الوطني، مجلة العلوم الاقتصادية والتسيير والعلوم التجارية، جامعة البويرة، العدد 09، 2013.

ثالثاً: الرسائل والاطروحات

1. بن رجادل جوهر، الانترنت والتجارة الالكترونية، مذكرة ماجستير، (غير منشورة)، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، 2002.
2. بورزيق إبراهيم فوزي، دراسة تحليلية حول التجربة الجزائرية في مجال النقد الآلي البنكي، مذكرة ماجستير، الجزائر، 2007/2008.
3. عبادي محمد، سليم حمود، استخدام المؤشرات الدولية لقياس الأداء والفعالية في البنوك التجارية الجزائرية، الملتقى الدولي حول أداء وفعالية المنظمة في ظل التنمية المستدامة، جامعة محمد بوضياف، المسيلة، 11/10 نوفمبر 2009.

## قائمة المصادر والمراجع

4. عبد الكريم قندوز، بومدين نورين، الصيرفة الالكترونية في المؤسسات المصرفية، كمدخل لبناء الاقتصاد الرقمي في الجزائر، الملتقى الدولي الثاني، المعرفة في ظل الاقتصاد الرقمي، جامعة حسيبة بن بوعلي، الشلف.
5. كمال رزيق، عبد الحلیم فضيلي، تحديث النظام المصرفي في الجزائر، ورقة عمل مقدمة ضمن فعاليات الملتقى الوطني حول المنظومة الجزائرية والتحويلات الاقتصادية، جامعة الشلف 15/14 ديسمبر 2004.
6. مرزيق عاشور، معمورية صورية، عصرنة القطاع المالي والمصرفي وواقع الخدمات البنكية الالكترونية بالجزائر، المؤتمر الدولي العالمي حول إصلاح النظام المصرفي الجزائري في 11، جامعة ورقلة، 2008.
7. منصور الزين، وسائل وأنظمة الدفع الالكتروني، الملتقى الدولي الرابع حول عصرنة أنظمة الدفع في البنوك الجزائرية، جامعة البليدة.
8. نوال بن عمارة، وسائل الدفع الالكترونية، (الآفاق والتوصيات)، الملتقى الدولي حول التجارة الالكترونية، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، أيام 15-16-17 مارس 2014.
9. هوارى معراج، تأثيرات السياسات التسويقية على تطور الخدمات المصرفية في البنوك التجارية، أطروحة دكتوراه (غير منشورة)، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، 2004.
10. وائل محمد صبحي، إريس محسن منصور الغالي، سلسلة إدارية الأداء الاستراتيجي اساسيات الأداء وبطاقة التقييم المتوازن، دار وائل للنشر، عمان، الأردن، 2009.

## الملخص

هدفت الدراسة إلى معرفة الخدمات المصرفية الحديثة وإلى محاولة الوقوف على حالة الخدمات المصرفية الالكترونية في النظام المصرفي الجزائري وما مدى تأثيرها على الأداء البنكي وقد تم اختيار البنك الخارجي الجزائري وكالة تبسة -46- في دراسة الحالة حيث قمنا باختيار موظفين من البنك وزبائنه واعتمدنا على أسلوب الاستبيان كأداة لجمع البيانات، حيث وزعنا 20 استبانة على الموظفين و30 استبانة على زبائن البنك، وتم معالجة تلك البيانات باستخدام برمجية SPSS واستعمال أدوات التحليل الاحصائي حيث تم التوصل إلى أن الوكالة محل الدراسة تقرر أن تحديث الخدمات المصرفية من شأنها تحسين أداء البنك من حيث الوقت والجهد وتخفيض التكاليف على عكس الزبائن الذين يفضلون التعامل مع البنك مباشرة.

### الكلمات المفتاحية

الخدمات المصرفية؛ الخدمات المصرفية الالكترونية؛ الأداء البنكي؛ تقييم الأداء.

## Abstract

The purpose of this study is to learn modern banking services and to try to ascertain the situation of electronic banking in the Algerian banking system and what impact on Bank performance has been selected the External Bank of Algeria-Tebessa agency 46. Case study where we select staff from the Bank. And his customers and adopted the questionnaire method as a tool for data collection, where we distributed 20 identify staff and 30 identify bank customers, and process that data using SPSS software and use statistical analysis tools so that the Agency has been reached replace the study recognizes that update services Banking would improve the Bank's performance in terms of time, effort and reduce costs unlike customers who prefer dealing with the Bank directly.

### Keywords

Banking services; electronic banking; Bank performance; performance evaluation.