

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي



جامعة العربي التبسي - تبسة -



كلية العلوم الاقتصادية، العلوم التجارية وعلوم التسيير

الرقم التسلسلي: / 2020

قسم: العلوم الاقتصادية

مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة ماستر أكاديمي (ل م د)

دفعلة: 2020

الميدان: علوم اقتصادية، علوم تجارية وعلوم التسيير

الشعبة: علوم اقتصادية

التخصص: اقتصاد نقدي وبنكي

واقع الثقافة الائتمانية

في الجزائر

دراسة حالة: بنوك ولاية تبسة أنموذجاً

تحت إشراف الدكتور

- خالد براهيم

من إعداد الطالبين:

✓ مراد رمضاني

✓ رفيق طاهر

نوقشت أمام اللجنة المكونة من الأساتذة:

الاسم واللقب	الرتبة العلمية	الصفة
قدري شهلة	أستاذ محاضر - أ -	رئيس
خالد براهيم	أستاذ محاضر - أ -	مشرفا ومقررا
بن صغير فاطمة الزهراء	أستاذ محاضر - أ -	عضوا مناقشا

السنة الجامعية 2020/2019

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

شكر وتقدير

بعد حمد الله تبارك وتعالى حق حمده الذي وفقنا لإتمام هذا العمل المتواضع

وتتقدم بالشكر والامتنان الكبيرين لأستاذنا القدير براهيمى خالد

على قبوله الإشراف على هذه المذكرة رغم انشغالاته ومسؤولياته الكبيرة

ووعلى ما قدمه لنا من توجيهات قيمة سواء من ناحية المنهجية أو من ناحية المضمون العلمى

كما قم بالشكر والتقدير للأستاذ القدير عبايدية يوسف

على كل الجهود التي بذلها معنا ومن أجلنا وفجزاه الله عنا خير الجزاء

كما لا يفوتنا أن نتقدم بجزيل الشكر إلى أساتذتنا

أعضاء لجنة المناقشة على قبولهم مناقشة وتقييم هذه الدراسة العلمية

إهداء

إلى من وضع المولى- سبحانه وتعالى - الجنة تحت قدميها ،

ووقرها في كتابه العزيز (أمي الحبيبة)

إلى خالد الذكر، وكان خير قدوة ،

(أبي الموقر) طيبه الله ثراه وأسكنه فسيح جناته.

إلى صاحبة السيرة العطرة ، والفكر المستنير ،

إلى سندي ومضدي في الحياة (زوجتي الغالية)

إلى قرة عيني إبنتي العزيزة ((ريتا)).

إلى إخوتي حفظهم الله وأنار لهم سبل السلام.

(طاهر رفيق)

طاهر

الإهداء

أهدي ثمرة جسدي وتعبتي إلى والدي العزيزان

نسأل الله أن يطيل عمرهما

إلى زوجتي الفاضلة حفظها الله.

إلى أبنائي وبناتي رعاهم الله:

إلى جميع إخوتي وأخواتي سدي.

والى كل عزيز على قلبي.

سالك

الفهرس العام

الصفحة	المحتوى
-	شكر و عرفان
I	الفهرس العام
IV	فهرس الجداول
VI	فهرس الأشكال
VIII	فهرس الملاحق
أ-د	مقدمة عامة
الفصل الأول: الإطار النظري للدراسة	
02	تمهيد
03	المبحث الأول: مفاهيم نظرية للاتمان والوظيفة الائتمانية
03	المطلب الأول: ماهية الوظيفة الائتمانية
09	المطلب الثاني: أنواع الائتمان المصرفي
12	المطلب الثالث: نماذج معايير منح الائتمان
20	المبحث الثاني : مدخل للثقافة الائتمانية
20	المطلب الأول: مفاهيم حول الثقافة الائتمانية
22	المطلب الثاني: الثقافة الائتمانية
25	المطلب الثالث: معوقات وأسباب نقص الثقافة الائتمانية
28	المبحث الثالث: تحليل الدراسات السابقة
28	المطلب الأول: الدراسات السابقة باللغة العربية
31	المطلب الثاني: الدراسات السابقة باللغة الأجنبية
37	المطلب الثالث: ما يميز الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة
39	خلاصة
الفصل الثاني : الإطار التطبيقي للدراسة	
41	تمهيد
42	المبحث الأول: تشخيص واقع الثقافة الائتمانية بالجزائر
42	المطلب الأول: نظرة موجزة عن الجهاز المصرفي الجزائري
45	المطلب الثاني: تطور مؤشرات الوظيفة الائتمانية في البنوك الجزائرية

47	المطلب الثالث: واقع ومحددات نشر الثقافة الائتمانية في الجزائر
54	المبحث الثاني: الأدوات والبرامج المستخدمة في الدراسة
54	المطلب الأول : تحديد مجتمع لعينة الدراسة
56	المطلب الثاني: أدوات الدراسة وطرق جمع المعلومات
59	المطلب الثالث: الأساليب الإحصائية المستخدمة لتحصيل البيانات
61	المبحث الثالث: عرض نتائج الدراسة ومناقشتها
61	المطلب الأول: عرض وتحليل نتائج البيانات الشخصية الوظيفية
64	المطلب الثاني: عرض وتحليل محاور الدراسة
70	المطلب الثالث: نتائج اختبار فرضيات الدراسة
76	خلاصة
78	خاتمة عامة
83	قائمة المراجع
87	الملاحق

فہرست الجملہ اول

فهرس الجداول

الصفحة	العنوان	رقم الجدول
45	تطور شبكة البنوك وبعض المؤشرات المتعلقة بها (2017/2008)	01
46	تطور حجم الودائع بالبنوك الجزائرية .	02
46	حجم الإقراض المصرفي	03
49	تطور شبكة المصارف الجزائرية 2010-2014	04
54	تداول الاستبيان	05
57	توزيع أسئلة استمارة الاستبيان على محاور الدراسة	06
57	معايير تحديد الاتجاه	07
59	قيمة معامل الثبات للاتساق الداخلي لمتغيرات الدراسة	08
61	توزيع العينة حسب متغير الخبرة المهنية	09
62	توزيع العينة حسب متغير المستوى الدراسي	10
63	توزيع العينة حسب متغير الوظيفة الحالية	11
63	توزيع العينة حسب متغير نوع الخدمة البنكية	12
64	تحليل آراء العينة تجاه بعد التسهيلات البنكية	13
65	تحليل آراء العينة تجاه بعد سلوك العميل	14
66	تحليل آراء العينة تجاه بعد استخدام التكنولوجيا الحديثة	15
67	تحليل آراء المبحوثين تجاه المحور المستقل (واقع الخدمة البنكية)	16
68	تحليل آراء العينة تجاه محور الثقافة الانتمانية	17
70	نتائج اختبار التوزيع الطبيعي	18
71	نتائج اختبار الفرضيات الفرعية	19
74	نتائج اختبار الفرضية الرئيسية	20

فہرست الاسکا

فهرس الأشكال

الصفحة	العنوان	رقم الشكل
04	الوظيفة الائتمانية	01
44	هيكل الجهاز المصرفي الجزائري حتى عام 2017	02
55	نموذج الدراسة	03
61	التوزيع البياني للعينه حسب متغير الخبرة المهنية	04
62	التوزيع البياني للعينه حسب متغير المستوى الدراسي	05
63	التوزيع البياني للعينه حسب متغير الوظيفة الحالية	06
63	توزيع للعينه حسب متغير نوع الخدمة البنكية	07

فہرست الاحق

فهرس الملاحق

الصفحة	العنوان	رقم الملحق
87	قائمة المحكمين	01
88	استمارة الاستبيان	02
93	نتائج spss	03

معلمت عالمت

تقوم المصارف بدور جوهري وأساسي في حياتنا الاقتصادية والمالية المعاصرة مما وجب على الدول امتلاك جهاز مصرفي تعتمد عليه في تسيير وتوجيه شؤونها الاقتصادية وبما يحقق أهدافها القومية بل أكثر من هذا حدا بالكثير من الدول بأن يعتقدوا أن المصارف تمثل ملكات الصناعة والتجارة وأن عصرنا هذا هو عصر الائتمان حيث لاقت المصارف في أغلب دول العالم تنظيمًا قانونياً يجعلها أداة فعالة في نهضتها إقتصادية وإجتماعياً.

كما أن دراسة أعمال المصارف وجانب الثقة بينها وبين العملاء من حيث الدعوة للإدخار وحفظ الأموال واستثمارها وتبادل المصالح ما بين المصارف وجمهور العملاء؛ مرده كون المصارف بحاجة ماسة لتوفير السيولة التي من خلالها تبدأ عملية الاستثمار في الأنشطة التي تحددها أيًا كان نوعها تجارية، عقارية، صناعية، زراعية أو غيرها من الأنواع الأخرى وهذا بدوره يدفع المصرف لوضع برنامج متكامل لنشر الوعي المصرفي ونشر ثقافة العمل والتعامل المصرفي بين جمهور العملاء والمستثمرين وذلك بتعريفهم بالفوائد التي سيجنونها من خلال إيداعهم لأموالهم في المصارف . حيث إن المصارف تقوم بوضع برامج توعوية تثقيفية لغرض المحافظة على العملاء الحاليين والعمل على زيادة أعدادهم باستمرار بل يتخطى الأمر ذلك الهدف إلى معرفة إتجاهات الجمهور الداخلي والخارجي نحو المصرف والتعرف على الصورة الذهنية التي يكونونها عنه فإن كانت إيجابية عملت على تدعيمها باستمرار وإن كانت سلبية عملت على تحسينها وتصحيح المفاهيم الخاطئة وكذلك لا بد من التأكد من تحقق الرضا العام بالنسبة للجمهور الخارجي لأن مدخراته هي المقوم الأساسي لنشاط أي مصرف وهذا لا يتأتى إلا من خلال البحوث الاستطلاعية الدورية التي يقوم بها المصرف ومختلف الجهات المالية وذلك بغرض توفير المعلومات الصحيحة والدقيقة التي تعينهم في وضع الخطط والبرامج لتنظيم سير العمل وفق رؤية علمية واضحة وسليمة ومن ثمة الوصول إلى ثقافة ائتمانية جيدة.

علاوة على ذلك، فالخدمات المصرفية عديدة وهامة لزبائن البنك وهم في حاجة ماسة لها خاصة مع تزايد وابتكار خدمات مصرفية تتماشى ومختلف التطورات العلمية ومن خلال إستخدام مختلف الوسائل التكنولوجية لذا وجب تثقيفهم وتوعيتهم لتحسين نمط تعاملاتهم في مختلف العمليات المصرفية (حسابات التوفير والقروض الحسابات الجارية والفواتير،التسهيلات الائتمانية، البطاقات البنكية المختلفة،تحويلات العملة الحوالات الخارجية،خدمات الصناديق الجديدة والخزانات) وعليه تعمل مختلف المصارف من أجل تثقيف وتوعية الجمهور لتلك الخدمات والمنتجات انطلاقاً من عدة آليات

دون إهمال الدور الذي تقوم به السلطة النقدية والبنك المركزي في إرساء وخلق ثقافة ائتمانية في المجتمع لما له من أثر على الاستقرار المالي في البلاد.

أولاً: مشكلة الدراسة

بناءً على ما سبق يمكن لنا طرح الإشكالية في التساؤل الرئيسي التالي:

ما وواقع الثقافة الائتمانية ومدى تشخيص مساهمة الطرفين (بنك - عميل) في الوكالات

البنكية المحلية لولاية تبسة؟

وللوصول لإجابة على هذا التساؤل الرئيسي والجوهري وللإحاطة أكثر بالموضوع وجب علينا

طرح الأسئلة الفرعية التالية :

✓ ما هو واقع ثقافة ائتمانية من خلال التسهيلات البنكية في الوكالات البنكية المحلية لولاية تبسة؟

✓ ما هو واقع ثقافة الائتمانية من خلال سلوك العميل في الوكالات البنكية المحلية لولاية تبسة؟

✓ ما هو واقع ثقافة الائتمانية من خلال استخدام التكنولوجيا في وكالات بنكية محلية لولاية تبسة؟

ثانياً: فرضيات الدراسة

للإجابة على التساؤل الرئيسي والجوهري وجب علينا صياغة الفرضية الرئيسية والتي مفادها:

توجد مساهمة ذات دلالة معنوية $\alpha=0.05$ بين الطرفين (مصرف - عميل) وتشخيص واقع

الثقافة الائتمانية في الوكالات البنكية المحلية لولاية تبسة.

يندرج ضمن الفرض الرئيس جملة من الفرضيات الفرعية وهي:

✓ توجد مساهمة ذات دلالة معنوية $\alpha=0.05$ للتسهيلات البنكية وتشخيص واقعاثقافة الائتمانية في

الوكالات البنكية المحلية لولاية تبسة؛

✓ توجد مساهمة ذات دلالة معنوية $\alpha=0.05$ لسلوك العملاء وتشخيص واقعاثقافة ائتمانية في

الوكالات البنكية المحلية لولاية تبسة؛

✓ توجد مساهمة ذات دلالة معنوية $\alpha=0.05$ لاستخدام التكنولوجيا الحديثة وتشخيص واقعاثقافة

الائتمانية في الوكالات البنكية المحلية لولاية تبسة.

ثالثاً: أهمية الدراسة

تظهر أهمية الدراسة من خلال نقص هكذا مواضيع وبالتالي جدية وأصالة البحث وكون

المجتمع محل الدراسة يجهل الكثير من الخدمات المصرفية وكذا إهمال المؤسسات المصرفية للجانب

التوعوي والتكنولوجي في سبيل خلق ثقافة إئتمانية جيدة وعليه يمكن القول أن لهذه الدراسة أهمية لكثير من الأطراف ومنها:

❖ الأهمية بالنسبة لمختلف المؤسسات المالية العاملة في إقليم ولاية تبسة من خلال معرفة الدور الذي يلعبه سلوك العملاء ومعرفته لمختلف التسهيلات البنكية ودرجة استخدامه للتكنولوجيا من خلال معرفة معاملاته مع مختلف البنوك وتقييم هذا السلوك ومن ثمة العمل على وضع برامج توعوية تثقيفية لبلوغ الأهداف وترشيد سلوك العميل بولاية تبسة وإظهار الدور الذي تلعبه مختلف الوسائل التكنولوجية في إرساء ثقافة ائتمانية شاملة.

❖ الفائدة بالنسبة للمجتمع حيث أن انحصار بعض الخدمات الائتمانية المصرفية لدى فئات محددة من المجتمع وبالتالي إمكانية توسيع فئة العملاء وبمستوى ثقافي أعلى لمختلف العمليات الائتمانية وبالتالي بناء مجتمع واع ومتقف يُسهم بشكل فعال في مختلف عمليات التنمية الاقتصادية المسطرة وكذلك الاطلاع على مختلف الخدمات والتسهيلات المصرفية التي تقدمها المصارف ومن ثمة وصولها بالشكل الأمثل لجميع العملاء.

❖ الفائدة بالنسبة للباحثين والدارسين حيث نسعى من خلال هذه الدراسة إلى الوصول إلى معلومات ونتائج قد تضيف شيئاً لهذا الموضوع محل الدراسة وقد تطرح مواضيع تكون محل دراسات أخرى.

❖ الأهمية بالنسبة للطالب إذ أن هذا الموضوع ومن خلال المعلومات التي يحملها حتماً ستشكل إضافة علمية للإفادة سواء لإعداد دراسات أخرى أو للباحث في مختلف المؤسسات المالية.

رابعاً: أسباب اختيار الموضوع

يمكن ذكر أهمها وهي:

❖ الميول الشخصي لموضوع الدراسة؛

❖ الرغبة في معالجة هذا النوع من المواضيع الاجتماعية والكشف عن خباياه واكتساب معارف جديدة؛

❖ اختيار موضوع يمكن الاستفادة منه في الحياة المهنية؛

❖ حداثة موضوع الدراسة وقلته على غرار باقي المواضيع في ذات التخصص.

❖ رسم معالم أهم الآليات التي قد تساهم بفعالية في توجيه الأفراد والمؤسسات المصرفية وبالتالي المساهمة في التنمية الاقتصادية .

خامسا: حدود الدراسة

✓ الحدود الزمنية: 2020؛

✓ الحدود المكانية : الوكالات البنكية المحلية بولاية تبسة؛

سادسا: المنهج المتبع

استخدمنا في دراستنا المنهج الوصفي التحليلي كونه المنهج المناسب مثل هذه الأبحاث ذات البعد الاجتماعي وهذا من خلال جزء نظري يرتكز على الإطار النظري للائتمان ومن ثمة ربطه بمصطلح الثقافة حيث تم التطرق فيه إلى الثقافة الائتمانية كموضوع دراسة وجزء تطبيقي من خلال منهج دراسة الحالة وبالاعتماد على برنامج المعالجة الإحصائية للعلوم الاجتماعية لعينة مبحوثة تتكون من وكالات بنكية على مستوى ولاية تبسة حيث سيتم التركيز على جمع وتحليل البيانات المرتبطة بموضوع الدراسة وبالتالي تشخيص واقع الثقافة الائتمانية بولاية تبسة عن طريق استبيان.

سابعاً: صعوبات الدراسة

يمكن ذكر أهمها في ما يلي:

- ❖ كون الموضوع لم يسبق التطرق إليه سواء في الجزائر أو العالم العربي واجهنا صعوبات في الحصول على مراجع في الموضوع؛
- ❖ صعوبة الحصول على المراجع أغلبية فترة البحث تزامناً والجائحة العالمية كوفيد 19؛
- ❖ صعوبة تقبل ورقة الاستبيان والإجابة عليها على العينة محل الدراسة.

ثامناً: هيكل الدراسة

من خلال موضوع الدراسة قمنا بتقسيم البحث إلى فصلين مع مقدمة وخاتمة ووفق طريقة IMRAD؛ حيث كان الفصل الأول عبارة عن دراسة الإطار النظري لمتغيرات الدراسة أين تم التطرق في المبحث الأول إلى مدخل مفاهيمي لمتغيرات الدراسة وتم تقسيمه إلى عدة مطالب وتنفرع عنها فروع حيث في المبحث الأول والذي تضمن مفاهيم الوظيفة الائتمانية والمبحث الثاني تم التعرض فيه إلى ماهية الثقافة الائتمانية أما المبحث الثالث تم التعرّيج فيه إلى الدراسات السابقة من خلال مطلب أول للدراسات السابقة باللغة العربية ومطلب ثان للدراسات السابقة باللغة الأجنبية وكذا مطلب ثالث لإظهار موقع الدراسة من الدراسات السابقة، أما الفصل الثاني خصص للإطار التطبيقي لموضوع الدراسة وقسم إلى ثلاثة مباحث، المبحث الأول : تشخيص واقع الثقافة الائتمانية في الجزائر والمبحث الثاني الأدوات والبرامج المستخدمة في الدراسة والمبحث الثالث لتحليل البيانات واختبار فرضيات الدراسة.

الفصل الأول:

الإطار النظري للدراسة

تمهيد

يلعب الجهاز المصرفي دورا هاما في الحياة الاقتصادية لأي بلد، فالجهاز المصرفي له روابطه الوثيقة مع جميع فروع النشاط الاقتصادي والخدمات المتنوعة التي يقدمها تعمل على تطوير الحياة الاقتصادية، وتشهد السنوات الأخيرة كثيرا من التطورات والتغيرات الحاسمة في مجال العمل المصرفي على سبيل المثال التنوع في المنتجات والخدمات، استخدام أساليب وتقنيات تكنولوجية حديثة، تؤدي هذه التطورات إلى تعاظم أهمية الوظيفة الائتمانية للمصرف والتي هي مجموعة القواعد والتعليمات والأساليب التي من خلالها يمارس البنك وظيفة منح الائتمان .

كما أن نشر الوعي الائتماني من مسؤوليات النشاط الإداري لدى البنك، فالزبائن تنجذب إلى من يخدمها أفضل من غيره، وعليه نفهم من هذا أم مسؤولية تثقيف ووعي وإثارة انتباه الزبائن على الخدمات التي يقدمها البنك تقع على عاتق مسؤولي إدارة البنك، ولا بد لهذه الإدارة أن تضع في حساباتها تفعيل الثقافة الائتمانية عند العملاء والاستمرار في ذلك ، ولا شك أن التطورات الراهنة وتداعيات انتشار فيروس كورونا المستجد، ابرز بوضوح الأهمية الكبيرة للوعي المصرفي والحاجة لتعزيز الخدمات المالية الرقمية، وتوعية وتثقيف مستخدمي الخدمات المالية.

على ضوء ما سبق سنحاول التطرق إلى واقع الثقافة الائتمانية من خلال ثلاثة المباحث التالية:

✓ **المبحث الأول : مفاهيم نظرية للائتمان والوظيفة الائتمانية**

✓ **المبحث الثاني: مدخل للثقافة الائتمانية.**

✓ **المبحث الثالث: تحليل الدراسات السابقة.**

المبحث الأول: مفاهيم نظرية للإئتمان والوظيفة الائتمانية

يلعب الائتمان دوراً أساسياً في التنمية الاقتصادية والاجتماعية للاقتصاديات المتقدمة والنامية على حد سواء، وذلك لحاجة الاقتصاد المتزايدة لرأس المال واستخدام التسهيلات الائتمانية لتحفيز النشاط الاقتصادي حيث ساهم الائتمان بشكل كبير في تطوير اقتصاديات العديد من الدول كما ساهم في تعزيز نمو منشآت الأعمال وتوسيع نشاطها من خلال تزويدها بمقومات البدء بالنشاط وإعانتها على الاستمرار والبقاء كذلك أدى إلى إحداث تطور في المؤسسات المصرفية واضطلاعها بمسؤولياتها في توفير الائتمان اللازم وتقديم القروض والتسهيلات الائتمانية المختلفة وفق سياسة ائتمانية شاملة وواضحة وبالتالي فالائتمان يعتبر دعامة أساسية للدفع بالاقتصاد نحو النمو والاستقرار وزيادة معدلات الدخل والحد من البطالة.

المطلب الأول: ماهية الوظيفة الائتمانية

للنشاط الائتماني أهمية كبيرة في نجاح المؤسسات المصرفية والاقتصادية لأن نتائج أعمالها تعتمد بدرجة كبيرة على جودة وحجم المحفظة الائتمانية.

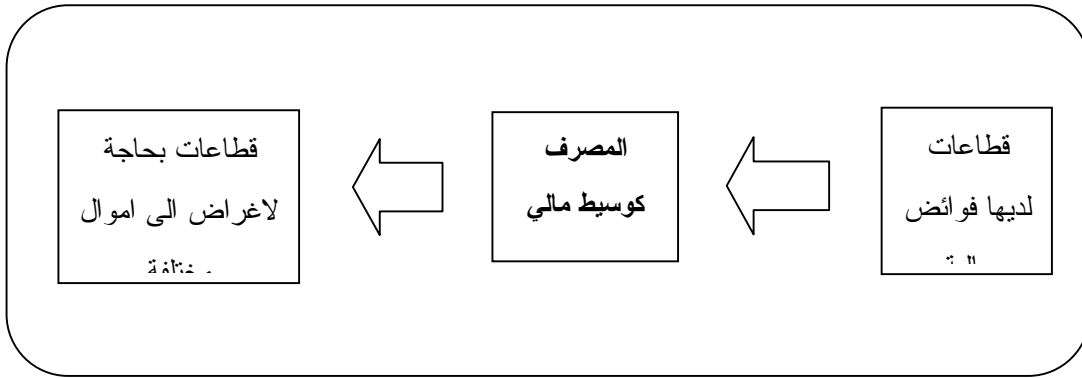
أولاً: نشأة وتطور الوظيفة الائتمانية

إن أول أشكال العمل المصرفي كان في قبول الودائع التي لم تكن تعطي أصحابها في البداية أي حق بالفائدة لا بل إنه كان يترتب عليهم في بعض الأحيان دفع جزء منها لمن أودعت لديه هذه الممتلكات لقاء حراستها والمحافظة عليها ومن ثم أخذت مؤسسات الإيداع هذه بممارسة عمليات الإقراض لقاء فوائد و ضمانات تختلف باختلاف طبيعة العمليات والمواد المقرضة حيث كانت عمليات الإقراض هذه تتم من ممتلكات المقرض نفسه. بعد ذلك ومع تطور العمل المصرفي وشيوع استعمال النقود وتراكم الودائع لدى المؤسسات التي تمارس العمليات المصرفية، لاحظت هذه المؤسسات أن قسماً من المودعين يتركون ودائعهم فترة طويلة دون استخدامها ففكروا باستخدام جزء من هذه الودائع، وتسليفها للمحتاجين مقابل فائدة بذلك بعد أن كان يدفع المودع عمولة إيداع أصبح يتلقى فائدة على ودائعه وبعد أن ازدادت هذه العمليات لاحظ الصيارفة أن باستطاعتهم منح قروض دون ودائع فعلية مقابلة لما لديهم وهكذا من مهمة قبول الودائع في البداية انتقل العمل المصرفي إلى ممارسة عمليات

الإقراض والتسليف ليصبح الركن الأساسي لأعمال المصارف الحديثة هو قبول الودائع والمدخرات من جهة وتقديم التسهيلات الائتمانية والخدمات المصرفية المتعددة الأشكال من جهة أخرى¹.

كما يرى البعض أن الوظيفة الأساسية للمصرف كمؤسسة مالية متخصصة هي وظيفة الوساطة المالية وتُعدى هذه الوظيفة ببساطة شديدة قيام المصرف بتعبئة المدخرات من الأفراد والقطاعات الاقتصادية المختلفة داخل المجتمع وهي القطاعات التي تتوفر لديها فوائض نقدية، ثم توجيه هذه المدخرات إلى من يحتاجها من الأفراد والقطاعات الاقتصادية المختلفة والتي تحتاج لهذه الأموال المدخرة للأغراض الإنتاجية والاستثمارية والشخصية المختلفة. ويمكن عرض تلك الصورة من العلاقة وفقاً للشكل التالي:

الشكل رقم (01): الوظيفة الائتمانية



المصدر: من إعداد الطلبة .

ووفق لما سبق أعلاه في الشكل نشأ ما يعرف بالائتمان المصرفي فهو شكل من أشكال التدفق فيما بين القطاعات وبهذا يمكن القول أن الائتمان المصرفي قد نشأ أصلاً عندما قام الذين لديهم فوائض مالية بتقديم الأموال إلى الطالبين لها من ذوي العجز وفق شروط اتفق عليها فيما بينهم، ثم ما لبثت هذه العلاقة الشخصية أن انقلبت إلى علاقة موضوعية بتطوير شكل ووظيفة الوسيط المالي إذ يقوم الآن معظم ذوي الفائض بإيداع أموالهم لدى المصارف والمؤسسات المالية الأخرى وضمن هذه العلاقة الموضوعية يستطيع المصرف من خلال ما يمارسه من أنشطة مختلفة أن يضمن تحقيق غايات الأطراف الثلاثة التي تشكل العلاقة وفق الشكل أعلاه وهي :

المدخر (المودع) + المقترض + المصرف (الوسيط)

¹ - توفيق حسون، الدارة المالية قرارات الاستثمار وسياسات التمويل في المشروعات الاقتصادية، منشورات جامعة دمشق، سورية، 2004، ص:240.

ثانيا: مضامين الوظيفة الائتمانية

هناك العديد من المفاهيم للوظيفة الائتمانية حسب القطاع والمدة الزمنية ومنها:

✓ يعتبر الائتمان شكلا من أشكال التمويل بكافة أنواعه القصيرة والمتوسطة وطويلة الأجل والمستخدم في غالبية قطاعات النشاطات التجارية والصناعية وأيضا الخدمية¹.

✓ يعرف الائتمان بأنه "الثقة التي يوليها المصرف لشخص ما سواء كان طبيعيا أو معنويا بأن يمنحه مبلغا من المال لاستخدامه في غرض محدد خلال فترة زمنية متفق عليها وبشروط معينة لقاء عائد ما متفق عليه وبضمانات تمكن المصرف من استرداد قرضه في حال توقف العميل عن السداد².

✓ الائتمان المصرفي هو قرض يقدمه المصرف للعميل لغرض معين حيث تعرف القروض المصرفية بأنها "الخدمات المقدمة للعملاء التي يتم بمقتضاها تزويد الأفراد والمؤسسات والمنشآت في المجتمع بالأموال اللازمة على أن يتعهد المدين بسداد تلك الأموال وفوائدها والعملات المستحقة عليها والمصاريف دفعة واحدة أو على أقساط في تواريخ محددة، ويتم تدعيم هذه العلاقة بتقديم مجموعة من الضمانات التي تكفل للمصرف استرداد أمواله في حالة وقف العميل عن السداد بدون أي خسائر".

✓ كذلك عرف الكتاب الاقتصاديون الائتمان بتعاريف متعددة يختلف مضمونها وفقاً لوجهة نظر الباحث، ويرجع ذلك إلى اختلاف الزاوية التي ينظر إليها كل منهم، ففي الوقت الذي يرى فيه جون ستيوارت ميل أن الائتمان هو تصريح باستخدام رأسمال لأخر، بمعنى أنه أضاف رأس مال جديد لرأسمال المشروع لاستخدامه، وهو تعريف غير واقعي لم ينظر إلى واقع الاختلاف الشاسع بين الائتمان وبين رأسمال؛ أي بين حقوق الغير على المشروع وبين حقوق الملكية.

✓ كما يمكن تعريف الائتمان من خلال تتبع المعنى اللفظي لكلمة الائتمان باعتبارها مصطلحا، اقتصاديا ذو دلالة معينة، وهي في الواقع ترجمة لكلمة انجليزية وهي (credit) وهي كلمة ذات أصل لاتيني يدور معناها حول الثقة والتصديق، فقد يراد به "الثقة التي يضعها الدائن (المقرض) في المدين (المقرض) من خلال منحه قرضا³؛ وهذا يعني أن الائتمان ثقة ولكن تختص بعمليات المداينة، فالدائن لا يدين إلا من يثق به، وهذه الثقة هي الائتمان، وتتعلق تلك الثقة بقدرة المدين واستعداده على أن يفي بالتزامه تجاه الدين.

¹ - عبد الحميد عبد المطالب، الائتمان المصرفي ومخاطره، الشركة العربية المتحدة للتسويق، القاهرة، 2010، ص: 19.

² - عامر عبد العزيز، البنوك والائتمان، المكتبة التجارية، مصر، 1979، ص: 64.

³ - عادل احمد حشيش، أساسيات الاقتصاد النقدي والمصرفي: دراسة للمبادئ الحاكمة لاقتصاد النقود والبنوك والائتمان، دار الجامعة الجديدة، مصر، 2004، ص: 56.

✓ أما المشرع الجزائري تطرق إلى الائتمان بلفظ (عملية القرض)، فقد عرفت المادة 68 من الأمر 11/03 المتعلق بالنقد والقرض، عملية القرض بأنها "كل عمل لقاء عوض يضع بموجبه شخص ما أو يعد بوضع أموال تحت تصرف شخص آخر أو يأخذ بموجبه لصالح شخص آخر، أو يأخذ بموجبه لصالح الشخص الآخر التزاماً بالتوقيع كالضمان الإحتياطي أو الكفالة أو الضمان"¹؛ وخلص من هذا النص، أنه يجب اعتبار كعمليات قرض كل تسبيقات للأموال أو كل وعد بتسبيقها، ويكون ذلك بعوض ويأخذ تلقى تسبيقات الأموال عدة أشكال، فغالباً ما تكون في شكل فتح قرض، كما تعد عملية قرض بمفهوم المادة 68 من الأمر 11/03 والمادة 1-313 من المدونة الفرنسية، كل دين لم يستحق تم خصمه أو كان موضوع عقد تحويل الفاتورة، أو تم التنازل عنه من أصحابه كما يمكن أن، تأخذ عملية القرض شكل توقيع، فعلاوة على الضمان الإحتياطي والكفالة المنصوص عليها صراحة في المادة 68 من الأمر 11/03، تعتبر كذلك عمليات قرض الاعتماد المستندي، الضمان عند أول طلب و ضمان الوفاء البنكي **DucroireBancaire**. ونصت الفقرة الثانية من المادة 68 من الأمر 11/03 على أنه " تعتبر بمثابة عمليات قرض، عمليات الإيجار المقرونة بحق خيار الشراء لاسيما عمليات القرض الإجاري وتمارس صلاحيات المجلس إزاء العمليات المنصوص عليها في هذه المادة ."

من خلال التعاريف السابقة للائتمان المصرفي، نلاحظ أنه رغم اختلافها في التعبير والصيغة إلا أنها تتفق على أن الائتمان المصرفي عبارة عن علاقة إقتصادية تجمع بين طرفين هما البنك المانح للائتمان والعميل الطالب للائتمان وعلى أساس هذه العلاقة يتبين لنا العناصر الأساسية التالية للائتمان المصرفي وهي:

- ❖ الثقة: وهي ما تستلزم قيام البنك بدراسة كافة المقومات والمتغيرات قصد التحقق من الجدارة الائتمانية للعميل؛
- ❖ مبلغ الائتمان: قد يقدم هذا المبلغ بشكل مباشر للعميل وقد يتاح له في صور أخرى كإضافته إلى حسابه الجاري أو غير ذلك من صور الإتاحة المتعارف عليها في العمل الائتماني.
- ❖ فترة الائتمان: تتمثل في الفترة الفاصلة بين تاريخ تقديم الائتمان إلى العميل وتاريخ سداه إلى البنك وتعتبر هذه الفترة العنصر الجوهرى في الائتمان لأنها أساس التفرقة بين المعاملات الفورية والمعاملات الائتمانية.

¹ - بلعزام مبروك، محاضرات في القانون البنكي، جامعة محمد لمين دباغين سطيف02، 2016-2017.

ثالثاً: أهمية وخصائص الائتمان

أصبح الائتمان أحد الأركان الأساسية في حياتنا اليومية وأن استخدامه يمكن أن يكون إيجابياً أو سلبياً، حيث يعتمد ذلك على أعراض الحاجة له وعلى قدرة المقترض لإعادة التسديد ضمن التوقيت الزمني المتفق عليه وسنتعرف في هذه الفرع على أهمية الائتمان بالنسبة لكل من الاقتصاد ومنشآت الأعمال وبالنسبة للمستهلكين.

3-1: أهمية الائتمان: تتمثل في:^{2،1}

أ. بالنسبة للاقتصاد: تقوم التسهيلات الائتمانية بدور هام في آليات الاقتصادية، حيث تعتمد عليها الأنشطة الاقتصادية لتوفير احتياجاتها من السيولة اللازمة لتغطية عملياتها الداخلية والخارجية المختلفة وتظهر أهمية الائتمان بالنسبة للاقتصاد ككل من خلال ما يلي:

❖ للتسهيلات الائتمانية دور هام في تمويل خطة التنمية الاقتصادية، بحيث يكون التمويل لغرض محدد ومواكبة لسياسة الدولة وذلك بتوفير الأموال اللازمة للقطاعات التي لها دور حيوي في توفير احتياجات المجتمع والمواطنين ورفع معدل نمو الصادرات والحد من الاستيراد، إضافة إلى تمويل التجار بما يتناسب مع مراكزهم المالية وبالشكل الذي يمكنهم من تنمية أنشطتهم في سهولة ويسر وتجنب التعرض للاختناقات أو الأزمات المالية.

❖ للائتمان دور كبير في نجاح وانتشار التجارة الداخلية والخارجية وذلك بما يقدمه من تيسير للعمليات التجارية الذي يؤدي إلى ازدهار النشاط التجاري وتوسيعه إضافة إلى دوره في تمويل التجارة الدولية الذي يؤدي إلى ازدهار النشاط التجاري وتوسعه إضافة إلى دوره في تمويل التجارة الدولية سواء بالنسبة للاعتمادات الاستيراد أم التصدير.

ودون الائتمان المصرفي تصبح المفاضلة بين المصادر المالية داخل الاقتصاد مقيدة، كما أن فوائض الوحدات الاقتصادية سوف لا تتدفق بكفاءة إلى الاستخدامات الأكثر إنتاجية.³

كما يستخدم الائتمان المصرفي كأساس لتنظيم عملية الإصدار النقود القانونية، فالبنك المركزي عندما يشرع في وضع سياسة الإصدار، يضع في اعتباره حجم الائتمان المنتظر من النظام المصرفي

¹ - عبد الحميد عبد المطلب، مرجع سابق، ص: 23.

² - Harold AWOLF, **personal finance**, allyn and bacon inc, U.S.A, 1975, p120.

³ - Catheart, **money, creditand economy activity**, hornewood, 1982 ; p:24

في نطاق الخطط العامة، فالنقود تخرج للتداول بصفة أساسية عن طريق قيام الوحدات الإنتاجية بصرف ما هو مخصص لها من ائتمان وبهذا يعمل على تدعيم الوحدات النقدية.¹

يعتبر الائتمان المصرفي أداة بيد الدولة تستخدمها في الرقابة على نشاط المشروعات، وذلك من خلال استخدامها للأرصدة الائتمانية المخصصة لها ويؤدي سحب الائتمان المصرفي من قبل المقترضين إلى زيادة حجم المعروض النقدي ولهذا فالائتمان المصرفي يعتبر عامل مهم يجب أن يؤخذ بعين الاعتبار عند تحديد حجم النفاق والقوة الشرائية المتاحة داخل الاقتصاد.² وللائتمان المصرفي تأثير مباشر على زيادة الادخار والحد من الاستهلاك وذلك لان البنوك تعمل على تشجيع الأفراد على الادخار لتوفير موارد للائتمان الأمر الذي يحد من الاستهلاك.

ب. بالنسبة للمستهلكين: للتسهيلات الائتمانية دور كبير في رفع المستوى المعيشي للمستهلكين، فالمستهلكون عموماً يستفيدون من استخدامهم للائتمان كونهم يمكنهم من استخدام دخلهم المستقبلي لدفع قيمة الخدمات والسلع المطلوبة حالياً، حيث يبرز ذلك بشكل جلي في السلع المعمرة التي قد لا يستطيع محدود الدخل شراءها نقداً فيمكنهم شراءها بالتقسيط أي بالائتمان.³ ومن جهة أخرى يمكن الائتمان المستهلكين من مواجهة الحالات الطارئة أو الأزمات ، فقد يضطر الإنسان لنفقات ضرورية تفوق ما لديهم من سيولة نقدية ، فيمكن هنا اللجوء إلى الائتمان بدلاً من تصفية بعض ما يملكه من أصول غير سائلة، الأمر الذي قد يحمله تكلفة أعلى من تكلفة الائتمان، كإنخفاض سعر تلك الأصول مثلاً.

ج. بالنسبة للبنك: يلعب الائتمان المصرفي دوراً هاماً بالغ الأهمية بالنسبة للبنك فهو يمثل المصدر الرئيسي لإيراداته، كما أن ارتفاع نسبة القروض الممنوحة في ميزانيات البنك يشير إلى زيادة أهمية الفوائد والعمولات وتوفير قدر مناسب من السيولة تمكن البنك من مواجهة سحبات العملاء.

3-2: خصائص الائتمان

يمنح الائتمان المصرفي للمؤسسات الكبيرة والصغيرة ، والمؤسسات الكبيرة باعتبارها أكبر حجماً وتوسعاً مقارنة بالمؤسسات الصغيرة فتحتاج أكثر للائتمان المصرفي لتمويل مشاريعها وباعتباره النشاط الأكثر شيوعاً فهو يتمتع بهذه الخصائص.

¹ - محمود حمزة الزبيدي، إدارة الائتمان المصرفي والتحليل الائتماني، عمان، دار الوراق للنشر، 2002، ص:24.

² - محمد كمال الحمزاوي ، اقتصاديات الائتمان المصرفي، دار المعارف، الإسكندرية، 1997، ص:25.

³ - صلاح الدين حسن السبيسي، قضايا مصرفية معاصرة ، دار الفكر العربي، ط1، القاهرة، 2004، ص:31.

أ. **الثقة بين الطرفين:** وهي من أهم خصائص الائتمان فلا بد من البنك أن تكون له ثقة في الزبون الذي سوف يقوم بالتسديد في الوقت المحدد؛

ب. **تحديد مدة الاستحقاق:** يجب أن تكون فجوة زمنية بين منح الأموال واستحقاقها؛

ج. **التعهد أو المبادرة:** يعد البنك الزبون بمنحه الائتمان بعد موافقة هذا الأخير على شروط العقد؛

د. **الربح أو الفائدة:** يجب على الزبون دفع ثمن القيام باستخدام هذه الأموال المتمثل في الفائدة.

المطلب الثاني: أنواع الائتمان المصرفي

يعد الائتمان الاستثمار الأكثر جاذبية لنشاط البنوك التجارية والمؤسسات المصرفية الأخرى

فمن جهة يضمن تحقيق الربحية العالية ومن جهة أخرى يتحمل البنك أكبر مقدار من المخاطر.

أولاً: تقسيم الائتمان حسب القطاع^{1؛2}

أ. **الائتمان الاستثماري:** تقرض البنوك التجارية أنواع مختلفة من الائتمان إذ تتغير هذه الأنواع وفقاً للتغيرات التي رافقت نشاط البنوك التجارية في الاقتصاد ومن بينها الائتمان الاستثماري، وهو الائتمان الذي يمنحه للمشروعات الإنتاجية لغرض استخدامه في تمويلات العمليات الاستثمارية طويلة الأجل ومتوسطة الأجل نظراً لضعف الموارد الذاتية للمؤسسة مثل الاستثمار في الأصول الثابتة كالأراضي والآلات وغيرها .

ب. **الائتمان التجاري:** من أحد أنواع التمويل قصير الأجل وتتحصل عليه المؤسسة من الموردين، ويتمثل في قيمة المشتريات الأصلية للسلع التي تتاجر فيها أو تستخدمها في عمليات الإنتاج، ويلعب الائتمان التجاري دور بالغ الأهمية في تمويل الكثير من المؤسسات خاصة التجارية منها، والمؤسسات الصغيرة التي تجد صعوبة في الحصول على القروض المصرفية ذات التكلفة المنخفضة، أو تعاني من عدم كفاية رأس مالها العامل في تمويل احتياجاتها التجارية.

ج. **الائتمان الاستهلاكي:** يشير إلى مختلف القروض التي تمنحها البنوك للأفراد لتمويل عملياتهم الاستهلاكية المعمرة فهو يعتبر ائتمان شخصي في أغلب الأحيان بحيث يقدم للشركات أو الأفراد الموظفين لدى الدولة، وغالباً ما يتم سداد هذا الائتمان في صورة دفعات شهرية للبنك.

¹ - جميل أحمد توفيق، على شريف بقة، الإدارة المالية، الدار الجامعية بيروت، 1998، ص: 388.

² - طارق طه، إدارة البنوك في بيئة العولمة والانترنت، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2007، ص: 452.

ثانياً: تقسيم الائتمان وفقاً للأجل

ونميز الأنواع الثلاثة التالية:¹

أ. **ائتمان قصير الأجل** : هو ائتمان لا تزيد مدة استحقاقه عن سنة واحدة وتمثل الجانب الأكبر من قروض المصارف التجارية وتعد أفضل لأنواع التوظيف لديها وهي تمنح بغرض تمويل الأنشطة الجارية للعملاء أو بصفة أخرى عمليات رأسمال العامل ذات الدوران السريع مثل تمويل شراء المواد الأولية أو النقدية ويتميز هذا النوع من الائتمان بأسعار فائدة منخفضة نظراً لقصراً أجله؛

ب. **ائتمان متوسط الأجل**: حيث تتراوح مدته بين السنة وخمس سنوات وهي تمنح بغرض تمويل الأنشطة الاستثمارية، يحدد لها برنامجاً للسداد يرتبط بالتدفقات النقدية الحالية والمتوقعة التي تظهرها الدراسات الاقتصادية لمشروع المقترض أو الاحتياجات الحقيقية للعمل ويمكن التمييز بين نوعين من القروض متوسطة الأجل ويتعلق الأمر بالقروض القابلة للتعبئة لدى مؤسسة مالية أخرى أو لدى معهد الإصدار، والقروض غير قابلة للتعبئة. ففيما يتعلق بالنوع الأول فيعني أم البنك المقرض بإمكانه إعادة خصم القروض لدى مؤسسة مالية أخرى أو لدى البنك المركز وأما فيما يتعلق بالقروض غير القابلة للتعبئة فمعناه أن البنك لا يتوفر على إمكانية إعادة خصم هذه القروض وبالتالي فإنه يكون مجبراً على انتظار سداد المقترض لهذا القرض.

ج. **ائتمان طويل الأجل**: هي القروض التي تزيد آجالها عن خمس سنوات وقد تصل إلى عشر سنوات أو عشرون سنة حيث تمنح لتمويل الأنشطة والعمليات ذات الطبيعة الرأسمالية أو بناء المصانع وإقامة مشاريع جديدة تقدم مثل هذه القروض عادة من البنوك المتخصصة مثل البنوك العقارية التي تمنح قروضا قد تصل إلى عشرين عام، وذلك لتمويل عمليات البناء واستصلاح الأراضي وإقامة مشروعات الري والصرف، إلى جانب البنوك الصناعية والفلاحية، فالأولى تقدم قروضا تتراوح مدتها بين 3 إلى 10 أعوام بغرض إقامة المباني، المستودعات وشراء الآلات ومعدات الإنتاج ... الخ ، أما الثانية فهي لا تختلف كثيراً عن سابقتها من البنوك المتخصصة فهي تمنح قروضا طويلة الأجل لتطوير القطاع الزراعي وذلك مقابل ضمانات عينية (الرهن العقاري، الرهن الحيازي) ونتيجة لارتفاع المخاطرة في تقديم مثل هذه القروض، فإن البنوك بمختلف أنواعها تتشدد وتتخذ إجراءات وقائية مثل

¹ - صلاح الدين حسن السيسي ، مرجع سابق ، ص:41.

أن تطلب من طالب القرض تعهد بعدم ممارسة أي نشاط آخر قد يؤثر على قدرته على السداد، أو طلب ضمانات إضافية كالعقارات والأراضي... وغيرها.

ثالثاً: تقسيم الائتمان المصرفي وفقاً للضمان

تعد الضمانات وسائل تأمين البنك ضد خطر عميله فهي تطلب بعد التأكد من سمعة العميل المالية ودراسة مصادر دخله ومركزه المالي، كما تساعد البنك على حقه عندما يتعثر العميل في موعد الاستحقاق وذلك بالتصرف في الضمان ، كما أن وجوده تحت يد البنك يعطي له الحق في جزء من الذمة المالية للعميل، وقد تكون الضمانات حقيقية أو عينية، ويمكن تصنيف هذا النوع كما يلي:¹

أ. **ائتمان مقابل أوراق مالية** : تراعي البنوك في هذا النوع من الائتمان أن تكون الأوراق المالية المتخذة كضمان للقرض هي من الأوراق القابلة للتداول في سوق الأوراق المالية (البورصة) والتي يمكن الاقتراض بضمانها من البنك المركزي.

ب. **ائتمان مقابل محاصيل زراعية**: هو ائتمان يقدم مقابل رهن العميل لجملة من محاصيله الزراعية بقدر قيمة القرض المعطى لتكون كضمان للبنك إذا لم يسدد العميل ما عليه.

ج. **ائتمان مقابل أوراق تجارية** : تتمثل في القروض التي تمنحها البنوك لعملائها مقابل الكمبيالات المسحوبة لصالح هؤلاء العملاء والمودعه لديها، ولتحتاط البنوك تقوم باقتطاع هامش معين من قيمة الكمبيالات الضامنة بما يجعل قيمتها الاقراضية تقل عن قيمة الضمان بنسبة بين 20% و 50%.

د. **ائتمان مقابل بضائع**: تعتبر البضائع المرهونة ضماناً للائتمان من السلع التي لا تتعرض للتلف السريع وتكون سهلة التصريف، لكي يتمكن البنك من بيعها لاستيفاء حقه في حالة تعذر العميل عن سداد القرض ، ويتم تحديد قيمة البضاعة على أساس ثمن شرائها أو تكلفة إنتاجها مع تخفيض نسبة معينة لمواجهة احتمالات انخفاض قيمتها السوقية خلال العام.

هـ. **ائتمان مقابل رهن عقاري**: يقدم العقار كضمان للبنك إذا رأى هذا الأخير حالة عدم الاستقرار في الوضعية المالية للعميل ليحول محله في حالة عدم سداده للقرض الأصلي.

و. **الائتمان المصرفي بغير ضمان**: قد تمنح البنوك بعض الائتمانات إلى بعض المقرضين بدون ضمان ويعرف هذا الائتمان عادة بالائتمان الشخصي أو السحب على المكشوف كونه مبني على أساس الثقة

¹ - طارق طه، مرجع سابق ، ص45.

بين المقرض والبنك لكن يعتمد في منحه أيضا على قوة ومثانة مركزه المالي وسلامة نتائج أعماله وحسن سمعته ليتم السداد في اقصر مدة ممكنة.¹

المطلب الثالث: نماذج معايير منح الائتمان

أولاً: نموذج المعايير الائتمانية المعروف بـ 5C'S²

يعتبر هذا النموذج ابرز منظومة ائتمانية لقيت قبولا عاماً لدى محلي وماني الائتمان على مستوى العالم حين منح القروض، والتي طبقا لها يقوم المصرف كمناح ائتمان بدراسة تلك الجوانب لدى عميله المقترح كمقرض أو كعميل ائتمان وهي: الشخصية (Character)، القدرة (Capacity)، رأس المال (Capital)، الضمان (Collateral)، الظروف المحيطة (Conditions) وحيث إن تحليل هذه المعلومات بمجموعها تشكل نقطة ارتكاز مهمة ل إدارة الائتمان، ومن خلالها نستطيع أن نحدد فيما إذا كان العميل يقع ضمن منطقة القبول أو الرفض. وفيما يلي استعراض لهذه المعايير:

أ. الشخصية: تعد شخصية العميل الركيزة الأساسية الأولى في القرار الائتماني وهي الركيزة الأكثر تأثيراً في المخاطر التي تتعرض لها المصارف، وبالتالي فإن أهم مسعى عند إجراء التحليل الائتماني هو تحديد شخصية العميل بدقة؛

فكلما كان العميل يتمتع بشخصية أمينة ونزيهة وسمعة طيبة في الأوساط المالية ، وملتزماً بكافة تعهداته وحريصاً على الوفاء بالتزاماته، كلما كان أقدر على إقناع المصرف بمنحه الائتمان المطلوب والحصول على دعم المصرف له. وقياس عامل معنوي كعامل الأمانة والنزاهة بدرجة دقيقة أمر تكتنفه بعض الصعوبات من الناحية العملية، ويتم التغلب على هذه الصعوبات من خلال الاستعلام الجيد وجمع البيانات والمعلومات من المحيط العملي والعائلي له، لمعرفة المستوى المعيشي وموارده المالية والمشاكل المالية التي يعانها ومستواه الاجتماعي وسجل أعماله التي قام بها وماضيه مع المصرف ومع الغير وسابق تصرفاته مع المصارف الأخرى، ويتم ذلك عن طريق الاتصال بالمنشأة والعاملين بها، وبمورديها والمصارف التي سبق للعميل المقترح التعامل معها، وهناك مجموعة من المؤشرات التي يتعين الحصول على بيانات كافية عنها أهمها ما يلي:

❖ مدى انتظام العميل في سداد التزاماته مع المصارف الأخرى التي يتعامل معها ومن ثم يجب الحصول على استعلام عن العميل من هذه المصارف.

¹ - صلاح الدين حسن السيسى، مرجع سابق، ص: 156.

² - الخضيرى، محسن أحمد ، الديون المتعثرة "الظاهرة، الأسباب، العلاج"، ايتراك للنشر و التوزيع، القاهرة، 1996، ص: 148.

❖ مدى وفائه بتعهداته مع الشركات والمؤسسات والهيئات التي يتعامل معها سواء أكانت موردة لاحتياجاته أو مستخدمة لمنتجاته.

❖ الاطلاع على سجلات المحاكم للوقوف على وجود أو عدم وجود حجوزات موقعه عليه أو أحكام لإخلاله بالتزاماته أو بعدم الدفع.

❖ الوقوف على السجلات التجارية والأحكام التجارية والخاصة لمعرفة هل سبق إشهار إفلاس العميل أم لا؟

❖ التصرفات الشخصية للعميل سواء في حياته الاجتماعية أو في محيط العمل، ومدى تمتعه باحترام المجتمع له.

وعلى هذا فإن الشخصية الخاصة بالعميل لها ثلاثة أبعاد وهي:¹

❖ البعد الأول: شخصية قانونية تتناول مدى أهليته القانونية ومدى أهليته للتعاقد مع المصرف وإبرام التزاماته، سواء كان هذا العميل شخصا طبيعيا أو شخصا معنويا؛

❖ البعد الثاني: شخصية وسلوكية اجتماعية تتناول تصرفات وسلوكيات العميل الخاصة، وقياس مدى تأثيرها الحالي والمستقبلي في قدرته ورغبته في سداد القرض الممنوح له؛

❖ البعد الثالث: شخصية مهنية وتنافسية، يتم التأكد فيها من حرص العميل على سداد التزاماته واحترامه لتعهداته، ويتم الاستعلام عن ذلك من الجهات والمؤسسات المتعاملة معه من تجار وموزعين وموردين ومصارف... وحرصه على جودة منتجاته وسمعتها وقيامه بالتحسين والتطوير المستمر لها، كما أن جوهر هذا الجانب ينصرف إلى الاطمئنان إلى سمعة العميل على المستوى الشخصي ومستوى نشاطه ومدى رغبته واحترامه للوفاء بالتزاماته قبل الآخرين.

ب. القدرة: وتعني باختصار قدرة العميل على تحقيق الدخل وبالتالي قدرته على سداد القرض والالتزام بدفع الفوائد والمصروفات والعمولات. ورغم أن معيار القدرة يحدد مقدرة العميل على تحقيق الدخل أو الربح وبالتالي قدرته على إعادة ما اقترضه من المصرف، إلا أن هناك عدة آراء حددت ماهية " القدرة " كمتغير في المخاطرة، ويمكن تجميع تلك الآراء في أربعة اتجاهات رئيسية مختلفة وهي:

❖ الاتجاه الأول: هو تفسير القدرة من خلال اقترابها من الشخصية فهي تعني اهلية الشخص على الاقتراض.

¹ - الزبيدي، حمزة محمود، ادارة الائتمان المصرفي والتحليل الائتماني، الوراق للنشر والتوزيع، الأردن، 2002، ص:142.

❖ الاتجاه الثاني: ينصرف إلى تحديد القدرة بالقابلية الإدارية للمقترض في أن يكون قادرا على مباشرة أعماله وإدارتها إدارة سليمة تضمن للمصرف سلامة إدارة الأموال المقدمة له في صورة قروض، ولهذا يشير البعض للقدرة إلى قدرة العميل على إدارة أعماله وهي تقاس من خلال عاملي أساسين حيث إن العامل الأول يرتبط بمدى خبرة العميل في ممارسة النشاط موضوع التمويل ، ويتم قياسها بعدد سنوات ممارسة هذا النشاط بنجاح ومقدار الأرباح المحققة في كل سنة ومدى تناسب معدل الربح مع عوائد الفرص البديلة. أما العامل الثاني فهو يرتبط بمدى تطبيقه لأسس وقواعد ومبادئ الإدارة العلمية في مجالات النشاط المختلفة التي يمارسها المشروع .

❖ الاتجاه الثالث: وينصرف عادة هذا الاتجاه إلى التركيز حول الأمور المالية البحتة في توضيحهم للقدرة، حيث ينصب تركيزهم حول قدرة طالب الائتمان على خلق عائد متوقع كاف لضمان مخاطرته، وتسديد ما عليه من التزامات مستحقة تجاه المصرف، وبشكل عام فان قدرة المقترض على تسديد القرض إنما تعتمد على حجم التدفق النقدي للمقترض.

❖ الاتجاه الرابع: ينظر إلى القدرة بمقدار التدفق المتوقع للعميل، إذ ينظر أصحاب هذا الاتجاه إلى أن قدرة العميل على سداد الائتمان تعتمد على مقدار التدفقات النقدية المتوقع تحقيقها في المستقبل. فجوهر هذا الجانب ينصرف إلى الاطمئنان على توافر الخبرة والكفاءة الفنية والإدارية والملاءة المالية للعميل المقترض.

جـ. رأس المال: يعتبر رأس مال العميل أحد أهم أسس القرار الائتماني، حيث يمثل ملاءة العميل المقترض وقدرة حقوق ملكيته على تغطية القرض الممنوح له، فهو بمثابة الضمان الإضافي في حال فشل العميل في التسديد، هذا وتشير الدراسات المتخصصة في التحليل الائتماني إلى أن قدرة العميل على سداد التزاماته بشكل عام تعتمد في الجزء الأكبر منها على قيمة رأس المال الذي يملكه، إذ كلما كان رأس المال كبيرا كلما انخفضت المخاطر الائتمانية والعكس صحيح ، فراس مال العميل يمثل قوته المالية. ويرتبط هذا العنصر بمصادر التمويل الذاتية أو الداخلية للمنشأة والتي تشمل كل من رأس المال المستثمر والاحتياطات المكونة والأرباح المحتجزة، حيث أنه لا بد أن يكون هناك تناسب بين مصادر التمويل للعميل المقترح الذاتية وبين الاعتماد على مصادر التمويل الخارجية، ويفضل في العادة أن تكون المصادر الذاتية أو الداخلية أكبر من المصادر الخارجية - والتي من بينها القرض المطلوب من البنك - وذلك لضمان جدية العميل في تنفيذ مشروعاته، خاصة إذا كان المشروع لازال في مرحلة الإنشاء أو مرحلة التشغيل الأولى، هذا وتعد القدرة على سداد الالتزامات أكثر العناصر

التي تهتم بها المصارف لتقييم مدى إمكانية منح العميل القرض أو الائتمان المطلوب، وبشكل عام يتعين على الباحث الائتماني في سبيل تحديده لقدرة العميل على سداد التزاماته الحصول على بيانات ومعلومات عن العميل تكفي للتعرف على النواحي التالية:

❖ حجم الاستثمارات المطلوبة لممارسة العميل لنشاطه؛

❖ مصادر التمويل هذه الاستثمارات ومدى تناسبها بين مصادر التمويل الداخلية (رأس المال والاحتياطيات) ومصادر التمويل الخارجية (القرض والالتزامات)؛

❖ قيمة أصول أو الموجودات الخاصة بالعميل أو الشركة ومدى ملاءمتها الائتمانية من حيث سرعة بيعها والتخلص منها بتحويلها إلى نقد سائل لسداد التزامات العميل إذا أخفق في سداها.

فجوهر هذا الجانب إذن ينصرف إلى أهمية التأكد من توافر رأس المال المناسب لدى العميل طالب القرض أو الائتمان ومن قوته المالية وقدرة حقوق ملكيته على تغطية القرض المطلوب، ومن ثم استعادة المصرف ما سبق ومنحه للعميل في حال فشل العميل بذلك.

د. الضمان: يقصد بالضمان مجموعة الأصول التي يضعها العميل تحت تصرف المصرف كضمان مقابل الحصول على القرض، ولا يجوز للعميل التصرف في الأصل المرهون، فهذا الأصل سيصبح من حق المصرف في حال عدم قدرة العميل على السداد. وإذا ما كان القرار الائتماني قد استلزم تقديم ضمانات معينة، فإنه يجب أن يراعي عند تحديد الضمان ما يلي: ¹

❖ أن يكون قابلاً للبيع أو للتصفية ولا يمثل الاحتفاظ به تكلفة أو عبئاً مرتفعاً؛

❖ عدم تقلب قيمة الضمان بشكل كبير خلال فترة الائتمان، فالضمان الذي يتعرض لتقلبات شديدة في قيمته لا يمكن الاعتماد عليه في استرداد حقوق المصرف؛

❖ أن تكون ملكية العميل للضمان ملكية كاملة وليست محل نزاع؛

❖ أن يتوفر لدى المصرف كافة المستندات القانونية التي تؤكد حق المصرف باستخدام هذه الضمانات وتسييلها وذلك لسداد قيمة الائتمان عند عجز العميل عن السداد؛

❖ كفاية الضمانات المقدمة لتغطية قيمة الائتمان والفوائد والعمولات الأخرى قدر المستطاع.

وقد يكون الضمان شخصاً ذو كفاءة مالية وسمعه مؤهلة لكي تعتمد عليه إدارة الائتمان في ضمان تسديد الائتمان، كما ويمكن أن يكون الضمان مملوكاً لشخص آخر وافق أن يكون ضامناً للعميل.

¹ - الزبيدي حمزة محمود، مرجع سابق، ص 152.

وعموماً فإن هناك العديد من الآراء تتفق على أن الضمان لا يمثل الأسبقية الأولى في اتخاذ القرار الائتماني، أي عدم جواز منح القروض بمجرد توافر ضمانات يرى المصرف المقترض أنها كافية، إنما الضمان بصفة عامة تقرضه مبررات موضوعية ومنطقية تعكسها دراسة طلب القرض. فجوهر القول من هذا الجانب ينصرف إلى أن الضمان يأتي بمثابة تعزيز للقرار الائتماني أو حماية لمخاطر معينة يتعرض لها المصرف عندما يتخذ القرار بمنح الائتمان، ولذلك كلما زاد احتمال الخطر الذي يحيط بالعملية الائتمانية كلما كانت الضمانات المطلوبة أكبر وذلك حماية لحقوق المصرف.

هـ. **الظروف المحيطة:** يجب على الباحث الائتماني أن يدرس مدى تأثير الظروف العامة والخاصة المحيطة بالعميل طالب الائتمان على النشاط أو المشروع المطلوب تمويله.

ويقصد هنا بالظروف العامة المناخ الاقتصادي العام في المجتمع، وكذلك الإطار التشريعي والقانوني الذي تعمل المنشأة في إطاره خاصة ما يتصل بالتشريعات النقدية والجمركية والتشريعات الخاصة بتنظيم أنشطة التجارة الخارجية استيراداً أو تصديراً، حيث تؤثر هذه الظروف العامة في مختلف قطاعات النشاط الاقتصادي.

أما الظروف الخاصة فهي ترتبط بالنشاط الخاص الذي يمارسه العميل، مثل الحصة السوقية لمنتجات المشروع أو خدماته التي يقدمها، شكل المنافسة، دورة حياة المنتج أو الخدمة التي يقدمها العميل، موقع المشروع من دورة حياته بمعنى هل هو في مرحلة التقديم أو النمو، أم في مرحلة الاستقرار أو الانحدار، وعليه يتعين تحدي ودراسة نوع السلعة أو الخدمة التي يقدمها العميل ومواصفاتها ومدى جودتها وقابليتها للتلف، ومتوسط تكلفة السلعة أو الخدمة وسعرها السائد في السوق حالياً والمتوقع مستقبلاً ومقدار هامش الربح، كذلك حجم الطلب على السلعة أو الخدمة التي يقدمها العميل، وكذلك حجم السوق فيما يتصل بعدد المستهلكين وخصائصهم فيما يتعلق بالسن، الدخل، وسلوكهم الاستهلاكي.. وأيضاً حجم المنافسة الحالية في السوق، وحجم المنافسة المتوقعة مستقبلاً وخصائص منافذ التوزيع من حيث الحجم، النوع، العدد، والانتشار الجغرافي وفي إطار هذه الدراسة يتم اتخاذ القرار الائتماني، وتحديد مقدار المخاطرة التي يكتنفها قرار منح العميل التسهيلات الائتمانية المطلوب.

ثانيا: نموذج المعايير الائتمانية المعرفة بـ 5p's¹

من الممكن أن يستخدم متخذ القرار الائتماني نموذج آخر من المعايير المستخدمة في دراسة الجوانب المحيطة بطلب القرض أو الائتمان، وتحليل المعايير وفق هذا النموذج يعطي ذات الدلالة التي يعطيها النموذج السابق 5C's وأن كان بأسلوب آخر، كما نجد أن هذا النموذج يهتم بالقرض والغرض منه، حيث تتم دراسة المعايير التالية: العميل (People) الغرض من الائتمان (Purpose) القدرة على السداد (Payment) الحماية (Protection)، النظرة المستقبلية (Perspective).

أ. **العميل:** وهنا يجب تكوين صورة كاملة وواضحة على مدى جدارة العميل المقترح للحصول على القرض من حيث التأكد من أهليته القانونية، والأخلاقية، الإدارية، وقدرته على إدارة نشاطه بنجاح وأهم المتعاملين معه، وأهم المنافسين، وخططه المستقبلية وغيرها.

لذلك فإن الخطوة الأولى في عملية تقييم المركز الائتماني للعميل واتخاذ القرار الائتماني هي مقابلة العميل، ومن خلال هذه المقابلة يتم تحديد المعلومات والبيانات التي يجب الحصول عليها عن العميل وتحديد الأعمال السابقة التي قام بها وهل قام العميل بالتغيير من عمل لآخر؟ لأن ذلك يعطي انطبعا بالنجاح أو الفشل وبالتالي تقييم وضع العميل المستقبلي، كذلك معرفة المصارف التي سبق التعامل معها والتي يتعامل معها حاليا

ب. **الغرض من الائتمان:** يجب معرفة الغرض من التسهيل الائتماني بشكل تفصيلي، وأن يحدد المجال الذي سوف يستخدم فيه هذا التسهيل بشكل دقيق بحيث يمكن اتخاذ قرار بشأنه، والحكم على مدى مناسبة منح هذا الائتمان من عدمه، وهل يتوافق مع سياسة المصرف ومع الأهداف الاقتصادية العامة للدولة ومع قدرات وخبرات العميل أم يتعارض معها فضلا عن مدى مناسبة حجم ومبلغ التسهيل ونوعه مع الغرض المطلوب منه.

ج. **القدرة على السداد:** يركز هذا المعيار على تحديد قدرة العميل على تسديد القرض مع الفوائد في موعد الاستحقاق ووفق الجدول المخصص لذلك، ويتم ذلك من خلال تقدير التدفقات النقدية الداخلة للعميل والتي تعد الركيزة الأساسية في تحديد قدرته على التسديد، وتحديد فيما إذا كان العميل سيقوم بسداد الائتمان من الموارد الناجمة عن النشاط الذي يستخدم التسهيل في تمويله أم من خلال موارد أخرى، وهل هي موارد تتصف بالانتظام والاستمرار أم التقلب؟

¹ - هندي منير ابراهيم، ادارة البنوك التجارية:مدخل اتخاذ القرارات، المكتب العربي الحديث، الإسكندرية، مصر 1996، ص:132.

د. **الحماية:** أساس هذا المعيار هو مدى توفر الحماية للائتمان المقدم للعميل، وأن يكون ذك بأقل مخاطرة ممكنة، وذلك من خلال تقييم الضمانات التي سيقدمها العميل سواء أكان من حيث قيمتها العادلة أم من حيث قابليتها للتسييل فيما لو عجز العميل عن الوفاء بالتزاماته تجاه المصرف، ونقصد بقابلية الضمان للتسييل هو إمكانية تحويله إلى نقد بسرعة وبأقل تكلفة ممكنة.

ه. **النظرة المستقبلية:** أن مضمون هذا المعيار ينحصر في دراسة المناخ الاقتصادي العام والذي يعمل فيه كل من العميل والمصرف، ومؤشرات الاقتصاد بشكل عام مثل نسب التضخم ومعدلات الفائدة ومعدلات النمو العام، ودراسة الظروف المحيطة بالعمل الحالية والمستقبلية سواء كانت داخلية أو خارجية، واستكشاف حالة عدم التأكد التي تحيط بالائتمان الممنوح للعميل ومستقبل ذلك الائتمان.

ثالثاً: نموذج المعايير الائتمانية المعروفة بـPRISM¹

يعتبر منهج المعايير الائتمانية أحدث ما توصلت إليه الصناعة المصرفية في التحليل الائتماني، ويعكس هذا المنهج جوانب القوة والضعف لدى العميل، ويتم من خلالها الموازنة بين المخاطر الائتمانية والقدرة على السداد، وفيما يلي عرض لهذه المعايير.

أ. **التصور "Perspective":** يقصد بالتصور هنا الإحاطة الكاملة بمخاطر الائتمان والعوائد المنتظر تحقيقها بعد منحه، ومضمون هذا المعيار هو: الفاعلية في تحديد المخاطر والعوائد التي تحيط بالعمل عند منحه للائتمان، وكذلك دراسة استراتيجيات التشغيل والتمويل عند العميل والتي من شأنها تحسين الأداء وتعظيم الربحية.

ب. **القدرة على السداد "Repayment":** ومضمون هذا المعيار هو تحديد قدرة العميل على تسديد القرض مع فوائده خلال الفترة المتفق عليها، ومن الأمور التي يجب إعطاؤها اهتماماً خاصاً هو تحديد نوع مصادر التسديد التي يلجأ إليها العميل عند السداد هل هي مصادر داخلية؛ أي من الموارد الناجمة عن النشاط الذي سيستخدم القرض في تمويله أم خارجية؟ وما يهم متخذ القرار الائتماني هو المصادر الداخلية، لأنها تعكس قدرة العمليات التشغيلية على توليد التدفقات النقدية الداخلية والتي يستطيع العميل استخدامها في تسديد ما بذمته من التزامات مستحقة.

ج. **الغاية من الائتمان "Purpose Intentionor":** ومضمون هذا المعيار هو تحديد الغاية من الائتمان المطلوب، وكقاعدة عامة فإن الغاية من الائتمان يجب أن تشكل أساس الدراسة وأن أحر ما يجب أن تفكر به إدارة الائتمان هو تصفية موجودات العميل لاسترداد التزاماته تجاه المصرف.

¹ - الخضيرى محسن أحمد ، مرجع سابق ، ص:159.

د. الضمانات "Safeguards": وهنا يجب تحديد الضمانات التي يطلبها المصرف ليكون ضامنا لاسترجاع الائتمان الذي سيتم منحه، وذلك لمواجهة احتمالات عجز العميل عد السداد، ويمكن أن تكون الضمانات عينية أو كفالات شخصية ، كما أنه من الممكن أن يعتمد المصرف على قوة المركز المالي للعميل فضلا عن ما يتم وضعه من شروط لضمان السداد.

هـ. الإدارة "Management": يركز الباحث الائتماني على تحليل قدرة العميل طالب الائتمان على إدارة، ويتم ذلك من خلال التعرف على أسلوب العميل المقترح في إدارة أعماله، وتحديد فيما إذا كان العميل يتسم بتنوع منتجاته أم يقتصر في عمله على منتج واحد؟ وأيضا هل نشاطه موسمي أم دائم؟ واستعراض الهيكل التنظيمي للعمل وتحديد قدرة العميل على النجاح والنمو.

مما سبق أعلاه نستنتج أنه لا يوجد تعارض بين النماذج الثلاثة لمعايير منح الائتمان، ومضامينها تتداخل وتشترك فيما بينها وذلك بهدف التأكد عند دراسة طلب الائتمان أو القرض من مدى ملاءمة العميل وقدرته على تسديد التزاماته تجاه المصرف، وكذلك تحديد المخاطر التي تكثف عملية منح الائتمان.

المبحث الثاني: مدخل للثقافة الانتمائية

تعتبر الثقافة من أصعب المفاهيم تعريفاً بسبب طبيعتها المتغيرة عبر العصور، مع تغير الزمان والمكان والبيئة الاجتماعية وموقع الشعب في ميدان الحضارة، حتى وصفها الباحثون بأنها واحدة من أصعب اثنين أو ثلاث كلمات تعريفاً لأنها يمكن أن تعني معاني كثيرة.

المطلب الأول: مفاهيم حول الثقافة والانتمان.

أولاً: مفهوم الثقافة

أ. المفهوم اللغوي: أصل الثقافة في اللغة العربية مأخوذة من الفعل الثلاثي - ثقّف - بضم القاف وكسرهما وتطلق في اللغة على معاني عدة فهي تعني الحذق والفتنة والذكاء وسرعة التعلم وتسوية الشيء وإقامة اعوجاجه والتأديب التهذيب والتعلم والمعارف والتعليم والفنون وفي تهذيب اللغة - ابن السكيت - رجل ثقّف لقف إذا كان ضابط لما يحويه قائماً به ويقال ثقّف الشيء وهو سرعة التعلم.¹

ب. الثقافة اصطلاحاً: قيل هي الرقي في الأفكار النظرية وذلك يشمل الرقي في القانون السياسة والإحاطة بقضايا التاريخ المهمة والرقي كذلك في الأخلاق أو السلوك وأمثال ذلك الاتجاهات النظرية.²

وهذه بعض التعاريف المقدمة للثقافة:

❖ تعرف الثقافة للمجتمع بأنها مجموع القيم والأفكار والفلسفات والاتجاهات والرموز التراكمية والمتطورة مع تطور الأمة والتي تحدد الأنماط السلوكية لأفرادها وتميزه عن أفراد المجتمعات الأخرى؛³

❖ كما يمكن تعريفها هي نظام من الأفكار والمعارف والتقنيات وأنماط السلوك والاتجاهات التي تميز مجتمع ما؛⁵⁴

¹ - محمد ابن احمد الأزهرى الهدوي أبو منصور، تهذيب اللغة، ت 370- تحقيق محمد عوض مرعب ، دار حياء، سنة الإصدار، ص:280

² -نادية شريف العمري،أضواء على الثقافة الإسلامية، مؤسسة الرسالة، طبعة 9، 2001، ص: 9.

³ - عبد العزيز صالح بن مبتور ،الإدارة الاستراتيجية إدارة جديدة في عالم متغير، دار المسيرة للنشر والتوزيع ،عمان، 2004 ،ص: 198.

⁴ - بدروي سفيان ،ثقافة المقولة لدى الشباب الجزائري المقاول،رسالة دكتوراه جامعة أبو بكر بلقايد كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية قسم

العلوم الاجتماعية تلمسان الجزائر، 2015 ، ص 19

⁵ -خوري زياد، الثقافة المصرفية بوابة الإصلاح المصرفي، منشورات مؤسسة الثورة، دمشق، سوريا، 2007، ص:55.

ثانيا: الوعي الثقافي

أ. الوعي: ويقصد به في اللغة الفهم وسلامة الإدراك واصطلاحا هو إدراك الفرد لنفسه وللبيئة المحيطة به وهو بهذا المعنى يتضمن إدراك الفرد لوظائفه العقلية والجسمية وإدراك لخصائص العالم الخارجي وأخيرا إدراكه لنفسه باعتباره عضوا في الجماعة

ب. مفهوم الوعي الثقافي: الوعي والثقافة مصطلحان مرنان يرتبطان بطبيعة الإنسان الاجتماعية وتطورها ونشاطاته الإبداعية والعلمية منذ الأزل، فالوعي يتطور بممارسة الإنسان لحياته الاجتماعية وطريقة تفاعله مع من حوله من الأفراد ومدى معرفته وتعامله مع طبيعة الأشياء التي تحيطه، وما يميز وعي الفرد الذاتي هو قدرته على اتخاذ أي قرار ومعرفة في سلوكه الخاص والعام، حيث ان اغلب أفكار الناس هي نتاج تقدمهم في إنتاج كل ما هو مادي فإن هناك صراع قائم بين الوجود الاجتماعي والوعي الاجتماعي حيث أن الوجود مادي والوعي فكري.¹

ج. الوعي المصرفي: يعرف بأنه اعتياد الأفراد والقطاعات الاقتصادية على إيداع أرصدهم النقدية في المصارف واعتمادهم على الشيكات المصرفية في معاملاتهم الاقتصادية ويرتبط الطلب على الودائع المصرفية بصورة إيجابية مع انتشار الوعي المصرفي والعكس يؤدي إلى الاكتناز كما يمثل خط الدفاع الأول ضد أي محاولة للاقتناع به أو التحايل عليه من قبل المتطفلين والمتحايين.²

ثالثا: تعريف الثقافة المصرفية

تعرف بأنها اعتياد الأفراد والقطاعات الاقتصادية على إيداع أرصدهم النقدية في المصارف واعتمادهم على الشيكات المصرفية في معاملاتهم الاقتصادية ويرتبط الطلب على الودائع البنكية بصورة إيجابية مع انتشار الوعي المصرفي والعكس يؤدي إلى الاكتناز.³

كما تعرف الثقافة المصرفية هي المحركات الفردية والسلوكيات التي بدورها تؤثر على الممارسات اليومية في المصارف وتفاعلها مع العملاء ولذلك فان الثقافة المصرفية هي المحرك الرئيسي والتخفيف المحتمل من سلوك الخطر على عملاء البنك والبنك خاصة⁴

منه فالثقافة المصرفية هي عبارة عن مجموعة من المعتقدات والقيم التي تمثل الطابع الفردي للمصرف وتوفر السياق لعمله.

¹ - بدروي سفيان، ثقافة المقولة لدى الشباب الجزائري المقال، مرجع سابق، 2015، ص: 19

² - خوري زياد، مرجع سابق، ص: 60.

³ - موقع بنك التجاري الفلسطيني الرابط [http / WWW.pcb.PS](http://WWW.pcb.PS) على الساعة 1315 بتاريخ 2020.06.11

⁴ - موقع بنك الرياض الرابط [http /WWW.riyadbank .com](http://WWW.riyadbank.com) على الساعة بتاريخ 2020.06.12

رابعاً: الثقافة والوعي المالي

يتعين على جميع الهيئات المعنية وذات الصلة تعزيزاً على الوصول بسهولة إلى كل التنقيف والوعي المالي أن يكون المستهلك قادراً المعلومات المتعلقة بحماية المستهلك وحقوقه وواجباته، وينبغي وضع آليات مناسبة لمساعدة المستهلكين الحاليين والمستقبليين لتطوير ثقافتهم ومهاراتهم من أجل فهم المخاطر بشكل مناسب، بما في ذلك المخاطر والفرص المالية واتخاذ القرارات المدروسة، بالإضافة لمعرفة سبل طلب المساعدة واخذ الإجراءات الفعالة لتحسين وضعهم المالي. كما يتعين كذلك تعزيز توافر معلومات وتنقيف مالي واسع النطاق وذلك لتعميق ثقافة المستهلك وقدرته، خاصة المجموعات الضعيفة. كذلك ومع الأخذ بالاعتبار ظروف كدولة، فإنه يجب التشجيع على أن يكون التنقيف من استراتيجيات واسعة لحماية المستهلك المالي وتنقيفه ونشرها بشكل الوعي المالي والتي تم تطويرها من قبل الشبكة الدولية المتشابهة حول الثقافة والوعي المالي من قبل المؤسسات الوطنية والمنظمات العالمية المعنية وذلك لتقييم وتعزيز فعالية منهجيات التوعية المالية. ويعزز توافر درجة عالية من ثقة المستهلك بالسوق المصرفي الذين يتميز بحسن الأداء والشفافية في توفير الخدمات المالية والمصرفية، من فرص المحافظة على الاستقرار المالي لتحقيق النمو من جهة، ويدفع من جهة أخرى للابتكار في الخدمات والمنتجات المالية ويرتبط تعزز الثقة بوجود بيئة اقتصادية وتشريعات وهيئات رقابية فعالة تهتم بحماية المستهلك من خطر الاحتيال أو سوء المعاملة كنتيجة لعدم وجود رقابة كافية على مزودي الخدمة أو المنتجات المالية.¹

مما سبق يمكن إعطاء تعريف شامل لثقافة المصرفية على أنها تنقيف المواطنين بالسياسات والقوانين والمفاهيم المصرفية والمالية بالإضافة إلى تعريفهم بالخدمات المصرفية.

المطلب الثاني: الثقافة الائتمانية

لقد أصبحت فكرة الثقافة من الأفكار المهمة في الحياة العادية لذلك تهتم الكثير من دول العالم في دعم المناهج الدراسية المعنية بتدريس معلومات حول الثقافة الائتمانية في مرحلة التدريس مما ساهم في زيادة الوعي المصرفي لدى الطلاب وأيضاً حرصت كافة الجامعات في العالم على الاهتمام بتدريس التخصصات الجامعية التي تحتوي على مسافات دراسية تهتم بالثقافة الائتمانية وفي مايلي نستعرض أكثر التعريفات انتشاراً حول الثقافة الائتمانية .

¹ - حماية المستهلك (العميل) في الخدمات المصرفية "اللجنة العربية للرقابة المصرفية صندوق النقد العربي، ورقة قدمت في الاجتماع السنوي الثاني والعشرين للجنة الذي عقد في أبوظبي، يومي 2012 نوفمبر 25-26

أولاً: تعريف الثقافة الائتمانية

❖ تتمثل في قيم الائتمان والاعتقاد والسلوكيات ما تم عمله وكيف تم عمله وجميعها لها اثر على أسلوب منح البنك للقرض وعلى إدارة مخاطر القرض.¹

❖ هي التعريف بأهمية المعلومات الائتمانية ودورها الذي أصبح جزء لا يتجزأ من عمل كافة القطاعات²

ثانياً: ثقافة الثقة والقرض

القرض أو الوديعة هو مبلغ من المال يضعه المقرض أو المودع لدى المقرض أو البنك لتوظيفه في عمليات استثمارية ولا يمكن أن يتحقق ذلك دون ثقة من المقرض في أمانة المقرض وفي قدرته على الوفاء ولذلك لم يكن غريباً أن يطلق على هذه العملية الائتمان أي الثقة في تعامل الأفراد أو المؤسسات المالية مع بعضهم البعض ولا يتوقف الأمر على القرض في صورته البسيطة بل أن تطورات الأوراق المالية وتعدد صورها لا يعد وأن يكون مرحلة متقدمة في هذا الصدد فالثروة الحقيقية هي ثروة عينية من أراضي ومباني ومصانع والآلات وأجهزة وطرق ومرافق لكن قامت إلى جانب هذه الثروة العينية ثروة أخرى تمثلها وتعبّر عنها فيما عرف بالثروة المالية من أسهم وسندات وحقوق وأوراق مالية متنوعة هذه الأصول المالية متداولة في الأسواق وتنتقل من يد إلى يد بسرعة دون المساس بالثروة من مشروعات وأراضي وقد ساعدت ذلك على توسيع مجالات السوق فأصبحت هذه الأوراق المالية تتداول بدلاً عن الثروة العينية في الأسواق المالية العالمية دون الحاجة إلى الاتصال الشخصي كل ذلك ساعد على تجميع وتعبئة المدخرات على مستوى العالم وبالتالي زيادة الكفاية .

ثالثاً: ثقافة الثقة والأصول المالية

مع تعدد وتنوع أشكال الأصول المالية لم تعد التفرقة بين ما هو مشاركة وما هو إقراض ولم يكن كل هذا التطور ممكن ما لم تتوفر الثقة في أن هذه الأوراق المالية أو تلك الرموز إذا شئنا أنما تمثل الثروة الحقيقية وإن لصاحبها جميع الحقوق والضمانات ولذلك فإنه لم يكن غريباً والحال كذلك أن تكون هذه الأسواق المالية أكثر الأسواق تأثراً باعتبارات الثقة والاطمئنان ولا يتوفر دور الثقة على هذه الأدوات من أوراق تجارية أو مالية أو على أشكال شركات مساهمة أو ذات مسؤولية محدودة أو

¹ - إبراهيم الكراسنة، الإطار المفاهيمي لإدارة الائتمان لدى البنوك، صندوق النقد العربي، الإمارات العربية المتحدة، 2013، ص: 09 .

² - لطان بن محمد الصامل، الائتمان، مجلة سمة السعودية، العدد 04، أكتوبر 2016، ص: 01

تضامن...؛ لأن النقود ذاتها وهي أساس النشاط الاقتصادي والتعامل لا تعدو أن تكون نفسها ثمرة لفكرة الثقة والاطمئنان.

لذلك فقد أظهرت التطورات الحديثة حقيقة النقود وجوهرها هي أنها نوع من الائتمان الذي يصدره البنك المركزي والنظام المصرفي بشكل عام ومن هنا فإن ثقة المتعاملين في النقود دائما هي ثقة في البنك المركزي والنظام المصرفي في النظام الاقتصادي بشكل عام ومن هنا فإن أي اهتزاز في الثقة في اقتصاد دولة معينة ورغم عدم المساس بجهازها الإنتاجي يؤدي إلى التأثير في قيمة نقدها¹

رابعا: ثقافة الائتمان وحجم المخاطرة

إن ثقافة الائتمان تختلف من بنك إلى آخر، فهناك بنك يتم منح الائتمان بطريقة متحفظة جدا ولا يتم منح القرض إلا لعميل قوي جدا. وبالمقابل يمكن أن يكون هناك بنك آخر يهدف إلى النمو لذلك يكون سخي في منح القروض ويمكن أن يتم منح قروض للعملاء ذوي المخاطر العالية من أجل تحصيل عائد أكبر. كما أن هذا الاختلاف في ثقافة الائتمان بين هذين البنكين يعتمد على أهداف كل بنك فيما يتعلق بنوعية الموجودات، النمو والإيرادات. أن التركيز على أحد هذه العوامل دون أخرى لا يؤدي إلى تحقيق الأهداف المرجوة من هذه الأهداف الثلاثة، ولكن التركيز سيؤثر على الكيفية التي يتم بها منح قروض للعملاء ذوي المخاطر العالية من أجل تحصيل عائد أكبر. أيضا هذا الاختلاف في ثقافة الائتمان بين هذين البنكين يعتمد على أهداف كل بنك فيما يتعلق بنوعية الموجودات، النمو والإيرادات. كما أن التركيز على أحد هذه العوامل دون الأخرى لا يؤدي إلى تحقيق الأهداف المرجوة من هذه الأهداف الثلاثة. ولكن التركيز سيؤثر على الكيفية التي يتم بها منح الائتمان وبالتالي يمكن أن يؤدي إلى تغيير سريع في سياسة الإقراض وأنظمة ضبط المخاطر. فمثلا بنك يهدف إلى نمو سريع يمكن أن يكون بحاجة إلى سياسة ائتمانية أكثر تفصيلا وكذلك المزيد من أنظمة رقابة وضبط للمخاطر بطريقة مناسبة.

حيث إن البنك الناجح يهدف باستمرار إلى تحقيق توازن بين أنظمة الموجودات، النمو والإيرادات كذلك يكون لدى هذا البنك قيم ثقافية وسياسات ائتمانية وإجراءات تعزز احداها الأخرى ويتم توصيلها بطريقة واضحة ومفهومة للجميع. لذا فإن ثقافة وممارسة الائتمان وحجم المخاطر يجب أن يكون مرتبطة مع بعضها البعض ويكون بينهما انسجام وتوافق تام. عندما لا تتوافق ممارسة منح

¹ - لطان بن محمد الصامل، مرجع سابق، ص ص: 09 - 11

الائتمان مع السياسات، فإن ذلك يعني أن ليس مانح الائتمانات فهم واضح لثقافة الائتمانات وبالتالي فإن ضبط الائتمانات يمكن أن يكون غير فعال وأن الأنظمة والسياسات غير مناسبة لبيئة الائتمانات، وعلى مجلس الإدارة وإدارة العمليات تقييم باستمرار ثقافة الائتمانات وحجم المخاطر وذلك من خلال التأكد من خطط التسويق والموازنة المالية مع أهداف مخاطر الائتمانات، كذلك التأكد من أن برنامج حوافز مانح الائتمانات تهدف إلى رفع سوية الائتمانات وأن سلوك الموظفين تعكس فهمهم لثقافة الائتمانات. منه فإن ثقافة الائتمانات تؤثر على من مراحل منح الائتمانات، وبالتالي على الإدارة أن تتأكد باستمرار من أن الثقافة تتوافق مع المستوى المرغوب من المخاطر¹.

المطلب الثالث: معوقات وأسباب نقص نشر الثقافة الائتمانية

أولاً: معوقات انتشار الثقافة الائتمانية.

يواجه نشر الثقافة الائتمانية عدداً كبيراً من المعوقات نذكرها في هذه النقاط²:

- ❖ تدني مستوى التعريف والإعلان عن الخدمات المصرفية المتنوعة
- ❖ نقص خبرة الموظفين وكفاءتهم وافتقارهم إلى روح المبادرة والاجتهاد خوفاً من المسألة في ظل نظرة الإدارات المصرفية إلى المواطن كصاحب حاجة في تعامله مع المصرف، وليس كزبون يجب السعي لإرضائه؛
- ❖ غياب الاستثمارات البنكية المميزة انعكس بشكل سلبي على المواطنين والإدارات البنكية على حد سواء ما يدخل كلا الطرفين في ارتباكات وتعقيدات عديدة، ودفع المواطن إلى البحث منافذ أكثر أماناً لمخزنته عن طريق تحويلها إلى مصاغ ذهبية أو شراء عملة صعبة، وقد نجد من يدخل بأمواله في استثمارات مربحة ولكنها غير آمنة في ظل عجز البنك عن تقديم بدائل مغرية.

ثانياً: أسباب نقص الثقافة الائتمانية.

يمكن تقسيم أسباب نقص الثقافة البنكية إلى فرعين حسب من هو الذي يتحمل مسؤولية نقصانها، وبذلك تكون مسؤولية نقصانها تابعة للجهاز المصرفي والمسؤول عن الخلل فيه، والثاني يتحمله الجمهور حسب الآتي³:

¹ عبد المطلب عبد الحميد، اقتصاديات البنوك من الأساسيات إلى المستحدثات (منهج متكامل)، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2015، ص:203.

² موقع سلطة النقد الفلسطينية الرابط: <http://www.pma.ps/ar-eg/home.aspx> تاريخ : 2020=06=25

³ موقع سلطة النقد الفلسطينية <http://www.pma.ps> تاريخ الاطلاع 12.12.2019

2-1: أسباب نقص الثقافة الائتمانية من ناحية البنوك

من بين أسباب نقص الثقافة الائتمانية عدة أسباب متأتية من المصرف أدت إلى هذا النقص الثقافي وهي على النحو التالي:

❖ الإدارة البنكية ظلت لسنوات طويلة مثقلة بالعبء الوظيفي غايتها تحقيق الربح البنكي فقط، ولم تكثر إلى أهمية الإعلان الذي يجذب العملاء تتبنى فكرة أن تعميم الإعلان تقتصر فقط على الإعلام مما أدى إلى عدم تطور الإعلان البنكي؛

❖ إن العمل البنكي لا يجب أن يقنع نفسه بأنه محدود؛ أي أن طموحات البنك يجب أن لا تعرف الحدود ولذلك لا ينبغي للبنك أن يتكاسل في الإعلان عن خدماته وتغيير في جودة منتجاته البنكية إذا ما وجد أن وضعه في السوق البنكي أصبح قوياً وراسخاً ولعل هو سبب تراجع الإعلان عند بعض البنوك؛

❖ سذاجة الإعلان بشكل لا يتماشى مع روح العصر ولا يشكل أي حافز لإقبال الناس؛

❖ عدم توفر أسباب الراحة للزبائن في البنك من مقاعد وتبريد او تدفئة ونظافة؛

❖ عدم اكتراث مدراء الفروع بشكاوي الزبائن؛

2-2: أسباب نقص الثقافة البنكية من ناحية الجمهور

من بين أسباب نقص الثقافة البنكية عند الجمهور عدة أسباب أدت إلى ذلك هي على النحو

التالي:

❖ الاستقرار الاقتصادي والأمن الداخلي؛

❖ يعتقد معظم الناس أن البنك هو مؤسسة ربوية ولذلك يجدون التعامل معه من المحرمات وهذا المعتقد هو سبب أحجام الكثيرين عن إيداع أموالهم في الحسابات التي تدرُ فائدة والتي تبقى لدى البنك لفترات طويلة؛

❖ المعتقدات الدينية لها تأثير على التعاملات البنكية لدى المجتمع الإسلامي؛

❖ الميل إلى الثقة في البنوك الإسلامية أكبر من البنوك التجارية لأنها تتماشى مع الشريعة رغم ذلك يتجاهلون التعاملات بها؛

❖ للشريعة الإسلامية موقف واضح من التعاملات الربوية وعمليات الإقراض بفائدة والتي تعتبر شكلاً

أساسياً من أشكال التعاملات البنكية كثيراً وبالتالي على الجمهور؛

- ❖ انحصار العلاقات بين بعض الزبائن بالبنوك بزوايا ضيقة مثل استلام الرواتب وتنظيم صكوك ومعاملات طفيفة؛
- ❖ قد تسبب طريقة تعامل الموظف مع الزبون استياء لدى الأخير ولذلك يحاول أن يتجنبه وعدم التعامل معه مرة أخرى.

المبحث الثالث : تحليل الدراسات السابقة

من خلال هذا المبحث تم التطرق إلى دراسات عربية عالجت موضوع تفعيل ونشر الوعي والثقافة البنكية لدى العملاء، وكذا دراسات أجنبية تناولت الثقافة البنكية لدى المجتمعات الغربية .

المطلب الأول: الدراسات السابقة باللغة العربية

تم في هذا المطلب التطرق خمسة (05) دراسات باللغة العربية اثنان (02) من الجزائر وواحدة من فلسطين وأخرى من الأردن والأخيرة من ليبيا أين تم معرفة هدف كل دراسة وكذا النتائج المحصلة من كل دراسة .

الدراسة الأولى: دور البنوك التجارية في تفعيل الثقافة البنكية لدى الجمهور - الطالبة أونيس وسام - رسالة ماجستير - جامعة العربي بن مهيدي - أم البواقي - 2017/ 2018

حيث سعت هذه الدراسة لمعرفة دور البنوك التجارية في تفعيل الثقافة البنكية لدى الجمهور وماهية آليات وأنشطة التسويق لدى البنوك من أجل تفعيل الثقافة البنكية لدى الجمهور، وما هي آليات وأنشطة التسويق لدى البنوك من أجل تفعيل الثقافة البنكية، وباعتبار البنوك مؤسسات مالية عريقة هل بإمكانها تسخير خبراتها الواسعة في القطاع البنكي من أجل تعزيز الثقافة البنكية في المجتمع المحلي ومن خلال هذه الدراسة بشقيها النظري والتطبيقي من خلال الدراسة الاستبائية لعينة من وكالات البنوك التجارية محل الدراسة خلصت الدراسة إلى النتائج التالية:

❖ نشر الثقافة البنكية تساهم في تنمية الاقتصاد خلال تعبئة المدخرات مما يحقق أهداف البنك على المدى طويل الأجل؛

❖ الثقة وكذا سمعة العاملين يعتبران من احد المعايير التي يعتمد عليها المودعون أثناء إيداع أموالهم لدى أي بنك، وبالتالي يعتبر المورد البشري البنكي من العناصر المهمة لجذب زبائن البنك؛

❖ استخدام الأساليب والخطط وكذا الأنشطة التسويقية تؤدي إلى زيادة الثقافة البنكية لدى زبائن البنوك التجارية.

الدراسة الثانية: دراسة حول الكثافة البنكية في نشر الثقافة الائتمانية - ولاية تبسة نموذجاً - الطالبين

خير الدين عبد الرزاق، صابر بوساحة - جامعة العربي التبسي - 2017/ 2018¹

هدفت الدراسة إلى التعرف على دور الكثافة البنكية في نشر الثقافة الائتمانية في ولاية تبسة من حيث استعراض مفهوم الكثافة البنكية واستراتيجياتها وأساليبها، وكذا أهم الأساليب المساعدة على

¹ - متاح على الموقع: www.library.iugaza.ps تاريخ الاطلاع :

نشر الوعي المصرفي، ومن ثمة تحليل دور الجهاز المصرفي في نشر الثقافة المصرفية وسبل تحسين نفاذ الخدمات المالية والمصرفية لكافة فئات المجتمع وبيان أثر الثقافة المصرفية على المجتمع التبسي. حيث اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي في دراسة وتحليل الجوانب المختلفة لدور الكثافة البنكية في نشر الثقافة الائتمانية في ولاية تبسة كما خلصت إلى مجموعة من النتائج أهمها أنه يوجد أثر معنوي وإيجابي للكثافة المصرفية في تفعيل الثقافة الائتمانية لدى عينة الدراسة؛ وكانت أهم التوصيات هي يجب على الوكالات البنكية الناشطة في ولاية تبسة العمل على تحسين خدماتها والاهتمام بالزبون كما يجب عليها العمل على زيادة عدد فروعها خاصة في المناطق الشبه نائية حتى يتناسب عددها مع عدد السكان وبالتالي تغطية حاجات الأفراد .

الدراسة الثالثة: دور الجهاز المصرفي في نشر الوعي المصرفي لدى العملاء: دراسة ميدانية من وجهة نظر عملاء المصارف التجارية في قطاع غزة -الطالب سليم عمر الحداد - الجامعة الإسلامية غزة - 2013.

حيث هدفت الدراسة إلى التعرف على دور الجهاز المصرفي المتمثل في المصارف وسلطة النقد الفلسطينية في نشر الوعي المصرفي لدى العملاء، حيث تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي كونه الأسلوب الأنسب للدراسة، عبر محور نظري ينصرف إلى صياغة وتحليل أدبيات الموضوع ومحور عملي يعتمد على جمع وتحليل البيانات المتعلقة بموضوع المشكلة، وذلك خلال استبانة تم توزيعها على عملاء المصارف التجارية العاملة في قطاع غزة. وقد خلصت الدراسة إلى عدد من النتائج أهمها:

❖ استخدام الخطط التسويقية للمصارف التجارية يؤدي إلى زيادة الوعي المصرفي لدى العملاء، حيث بلغت درجة الموافقة 69,97% ؛

❖ جهود وأنشطة سلطة النقد الفلسطينية تؤدي إلى زيادة الوعي المصرفي لدى العملاء، حيث أن المتوسط الحسابي النسبي لجميع فقرات المجال يساوي 64,44% ؛

❖ المتغيرات الاجتماعية تعمل على زيادة الوعي المصرفي لدى العملاء، حيث أن درجة الموافقة بلغت 78,29% ؛

كما خلصت الدراسة إلى أهم التوصيات وهي العمل على زيادة الوعي المصرفي الخاص لدى الجمهور، وتدريب موظفي البنوك على نشر الوعي المصرفي والتسويق للخدمات المصرفية المختلفة .

الدراسة الرابعة: الوعي المصرفي وأثره على تطور لخدمات المصرفية-دراسة ميدانية على مصرف الجمهورية 2017 -محبب محسم محمد -أستاذ كلية الاقتصاد بجامعة الزاوية.-الأردن.-

هدفت الدراسة إلى:

❖ التعرف على أهمية وأثر الوعي المصرفي لدى العملاء عن مستوى جودة الخدمة المصرفية التي يقدمها المصرف؛

❖ التعرف على مدى رضا الجمهور على مستوى لخدمات التي يقدمها المصرف بغية تحسينها سعياً لزيادة الحصة السوقية للمصارف.

وقد خلصت الدراسة إلى :

❖ تحسين بيئة تقديم الخدمات المصرفية من حيث (سعة المباني، تطوير وتحسين أداء المنظومة المصرفية) لضمان راحة ورضا المستفيدين من خدمات المصرف؛

❖ إدخال العاملين في المصارف بدورات تدريبية على كيفية حسن التعامل مع المستفيدين من هذه الخدمات باعتبارهم زبائن يتوقف نشاط المصرف وتطوره عليهم؛

❖ تطوير أساليب استثمار أموال المودعين والبحث عن الفرصة الاستثمارية المناسبة لخدمة الاقتصاد الوطني من جهة وللمتعاملين من المصارف من جهة أخرى بدلا من النظر إلى المصارف وكأنها (مقبرة أموال يتم استخدامها لحفظ هذه الأموال من السرقة والضياع)؛

❖ الانتقال من أسلوب الصيرفة التقليدية إلى أسلوب الصيرفة الإسلامية وهذا الأخير كفيل بتغيير المكون الفكري والمواقف والاتجاهات لدى بعض المتعاملين الراضين للتعامل مع المصارف ذات الاتجاه الربوي مما يؤدي إلى توسيع مدى التعامل مع النظام المصرفي الإسلامي وتوسيع إمكانات الاستفادة منه.

الدراسة الخامسة: دور العلاقات العامة في نشر الوعي المصرفي -دراسة وصفية تحليلية على

مصرف الجمهورية بسببها - علي حامد هارون -جامعة مصراتة- كلية الفنون والاعلام. - ليبيا-

حيث هدف هذا البحث إلى الوقوف على مفهوم العلاقات العامة لدى العملاء والمستثمرين في مصرف الجمهورية بسببها، والوقوف على الجهود التي تبذلها العلاقات العامة لنشر الوعي المصرفي ونشر ثقافة الادخار، وأخيرا الوصول لنتائج تسهم في تفعيل دور العلاقات العامة في نشر الوعي المصرفي.

كما أوضحت الدراسة صعوبة حصول العملاء على ما ينشره مصرف الجمهورية بسببها من معوقات، كما أثبتت الدراسة أن غالبية المبحوثين قد استفادوا من الخدمات التي يقدمها قسم العلاقات العامة وكشفت أيضا عن اهتمام قسم العلاقات العامة بالتعرف على آراء ومقترحات العملاء.

وخلصت الدراسة إلى مجموعة من التوصيات:

- ❖ تزويد العملاء والمستثمرين بالمعلومات وتعريفهم بكل المستجدات عن الخدمات المصرفية؛
- ❖ تطوير وسائل الاتصال المستخدمة في التواصل مع العملاء والمستثمرين؛
- ❖ التعرف على الآراء والمقترحات للعملاء والمستثمرين بالمصرف ودراستها وتنفيذها بصورة دورية؛

- ❖ زيادة الاهتمام بتحقيق الرضا العام للعملاء والمستثمرين، وذلك من خلال ترقية الخدمات المصرفية التي تقدم لهم باستمرار؛

المطلب الثاني: الدراسات السابقة باللغة الأجنبية

في هذا المطلب الثاني تطرقنا إلى دراسات باللغة الأجنبية أين تم معرفة هدف كل دراسة وكذا النتائج المحصلة من كل دراسة.

الدراسة الأولى: للباحث محافظ بنك Y.V. REDDY تحت عنوان :

((Credit Policy, Systems and Culture, Governor in Reserve Bank of India, at National Institute of Bank Management (NIBM) , 2004, Pune))

هذه الورقة البحثية لـ Y.V. REDDY بصفته محافظ البنك الاحتياطي للهند حيث تم الإشارة إلى سياسات الائتمان وعلاقتها بالأنظمة والثقافة حيث تناول عدة مسائل وإشكاليات منها العراقيل والمشاكل المرتبطة بالتدفق الائتماني كذلك تبأحث ما هو دور التدفق الائتماني في تصحيح البيئة المالية في الدول النامية؟ وكيف يمكن الحفاظ على الحالة التوازنية بين الاختلالات المتأتية من الأرباح على المدى المتوسط والبعيد والتدفق الائتماني أو تدفق الخزينة الذي يعتبرهم في مختلف القطاعات؟ كما سعت هذه الورقة للتطلع بنقل تلك الإشكالات والانشغالات إلى مستويات عليا في القطاع المالي للهند وذلك من خلال التطرق الى السياسة النقدية والائتمان والسياسات والتنظيمات المعمول بها في القطاع البنكي والإقرار بوجود اختلاف واضح كرابط بين السياسة النقدية ومنح الائتمان حيث تم تصحيح التسمية بسياسة النقدية والائتمانية والتي كانت بداية من سنة 1998 تحت اسم قسم السياسة النقدية وتهتم بمعدل الفائدة؛ لكن الخلل وجد في التركيز على السياسة النقدية وإهمال عنصر الائتمان بناء عليه فالمسألة المحورية التي تناولتها هذه الورقة هي معرفة طبيعة العلاقة بين السياسة النقدية وسياسات منح الائتمان حيث أشارت بعض التجارب بأن توظيف الائتمان وقيادة السعر تضمن مستوى معقول من تدفق الائتمان في اتجاه السعر المحتمل. لكن وجدت بأن التكاليف المتولدة توجد على عدة أوجه منها ما هو

متعلق نسبة الاحتياط النقدي CRR التي تصل إلى 15 بالمائة ونسبة السيولة القانونية Statutory Liquidity Ratio (SLR) التي تتراوح من 38.5 بالمائة إلى غاية 40 بالمائة . كما تم طرح التساؤل الذي مفاده: كيف يوفق بين الائتمان بسعر معقول يؤخذ بعين الاعتبار التكاليف؟ وخلصت هذه الدراسة إلى:

✓ ترى التجارب الحديثة بأن سياسات التحرير المالي والسماح بوجود بيئة مواتية للسيولة وبسعر معقول والتي لا تترجم آليا إلى تدفق نقدي ومنه التوجه من الاعتماد على السياسة النقدية إلى أنظمة ائتمانية؛

✓ تم الإشارة إلى وجود سعر التسليم الائتماني والسعر الائتماني في مراجعة القوائم المالية على المدى المتوسط؛

✓ القواعد والإجراءات تركز على التدفق الائتماني خاصة في الدورة القصيرة بهدف ضمان الاستقرار المالي والنقدي؛

✓ توجد حتمية تشير إلى ضرورة الربط بين السياسة النقدية وسياسة الائتمان والقوانين والأنظمة المعمول بها في وضعيات ديناميكية مع إدماج التحولات الهيكلية في النظام المالي والانفتاح الاقتصادي؛

✓ تم التطرق إلى المصفوفة الثلاثية لدراسة الرابط والتي تحوي ثلاث سياسات وثلاث أهداف فالأهداف للهند حسب المحافظ البنك المركزي هي : النمو واستقرار السعر وتحقيق الموازنة بين النمو واستقرار الأسعار كما يمكن إضافة الهدف الثالث وهو عصري ومرتبب بتنمية الأسواق المالية . أما السياسات الثلاث هي: السياسة النقدية، سياسة منح الائتمان والسياسة التنظيمية وهذه السياسات تتداخل مع الأهداف المختلفة. أما أنظمة الائتمان توجد ثلاث محاور لأنظمة الائتمان منها السعر الائتماني أو معدل الفائدة ثانيا عوامل مصاحبة "insisting on collateral" أما الثالث عوامل منصوص بها "prescribing the end-use".

✓ ضرورة وجود مكاتب استشارية هدفها تجميع المعلومات خاصة من المقرضين وجعلها متاحة في البنك والانتقال إلى مكاتب معلومات ائتمانية تمنح معلومات يحتاجها البنك . للعملاء ومعدلات الفائدة لمختلف أنواع القروض .

✓ أن مسألة الثقافة الائتمانية لها طابع سلوكي أكثر من تقني؛ إذ أن دارس الاقتصاد يتوقع بأن سلوك الإنسان عقلاني ويعمل ضمن هذه القاعدة لكن واقع تحقيق الرشادة شيء نسبي بل السعي إلى تعظيم

الحاجة هو الواقع لكن يوجد خوف يؤثر على السلوك الاقتصادي مثال على ذلك: الرسوم على منح الائتمان ففي حالة الرسم الذي يدفع من الفرد توجد نزعة مقارنة وليس النظر إلى معدل الرسم بمعزل نفس الشيء بالنسبة للائتمان من المراقب وإعادة الدفع وتقديم قروض للمقرضين الأوفياء الاعتراف أو أن الآخرين ليسوا جيدين والبحث على معدلات فائدة منخفضة. منه فاليبيئة وثقافة الائتمان تطرح فحوى الخوف عند شعب الهند وهناك صعوبة وعزوف عن تسديد القروض للتخلص من الخوف يجب ترسيخ ثقافة الائتمان في العقل فالتغير في القوانين والمبادرات السياسية ومنها الخوف من الافتراض.

الدراسة الثانية: للباحث Mulder Gert Jan تحت عنوان :

((Banks, credit and culture. Cross border lending and credit ratings, their effectiveness and the impact of cultural differences, thesis In partial fulfilment of the requirements for the degree of Doctorin Business Administration, school of management university of Bradford, 2005))

الرسالة عبارة عن أطروحة دكتوراه حيث إن هذا النوع من الدكتوراه لها طابع مهني فالمرشح له خبرة 25 سنة في مجال المالية والبنوك فهذه الرسالة تحاول التفكير في دور الجديد للبنك من خلال التركيز على حدود الإقراض والتصنيف الائتماني ودراسة تأثيرهما بتنوع واختلاف الثقافي للزبائن والمتعاملين مع البنوك فالبحوث الاستكشافية من هذا النوع تحاول الإجابة على انشغالات الممارسين في البنوك والمساعدة في تحقيق الأهداف التي ينشدها، كذلك فهذه الرسالة تساعد على إيجاد خارطة طريق واضحة المعالم للبنوك الدولية حول تصورهما لمجال أعمالها في العموم واختصاصها المهني على الخصوص وكذلك تحسين فهمها لزبائنها. حيث أشارت الدراسة إلى ضرورة وضع معايير وتكوين لجان خاصة هدفها وضع معايير موحدة فيما يخص قطاع البنوك والمجال المالي كما هو حال لجنة بازل 2 التي أصدرت معايير فيما يتعلق بالتنظيمات البنكية والإشراف والرقابة مع تقديم استشارات. كما اهتمت بمجال المخاطر والإشراف للمؤسسات المالية. كذلك فهذه الدراسة ركزت على حدود منح الائتمان من طرف البنوك للشركات وتزويده برؤية مزدوجة للممارسات الدولية للبنكيين من جهة وتوقعات زبائنهم من جهة أخرى. كما نصت الدراسة من وجهة نظر بازل 2 والتصنيف الائتماني وما تعلق المحيط والتنوع الثقافي فالعاملين في البنك عبر كل العالم يحاولون قراءة الميزانية المالية أيضا معايير المحاسبة المطبقة. علاوة على ذلك فالبنكيين يوجد لديهم اتفاق على المخاطر الائتمانية بأنها ترتبط بشكل كبير ب إدارة الكفاءات فالحكومة الفعالة للشركات والاندماج في إدارة الأعمال

والتنظيم. هذا الاتفاق يخلق تقييم للقدرات فالحوكمة والتكامل يمكن أن لا يظهر إذا كانت الثقافة غامضة.

ومن نتائج هذه الدراسة نجد:

✓ المخاطر الثقافية التي نتيجة الاختلاف الثقافي يمكن اعتبارها من طرف المشرعين والبنوك والتي أثبتت في هذا البحث. فتعديلات لجنة بازل 2 تتوافق مع الممارسات البنكية من خلال تأكيدها على الآثار وتحسين القوانين. وتوقع من خلال تحسين هيكل لتقنيات إدارة المخاطر وممارسات ستتنتج نتائج مرضية. بينما يمكن لهذه القوانين الجديدة أن تتلاءم مع أفضل المعايير ل إدارة المخاطر. من مخاطر السوق إلى مخاطر ائتمانية بالتالي فهي تحسن من القواعد وليس من حدود منح الائتمان ومن المخاطر ما تعلق بالعوامل المعنوية تتضمن الاختلاف الثقافي.

✓ إدارة البنوك تحتاج إدراك التي في السنوات الأخيرة تتمتع باستقلالية أكثر وقرارات تؤخذ بعين الاعتبار إدارة المخاطر والرقابة الداخلية للبنوك.

✓ تسويق و إدارة الإنتاج في البنوك تحتاج إلى إدراج تطبيقات تتلاءم مع معايير بازل 2 وبالتالي قبول قواعد وتعليمات جديدة، للدفاع عن مجال أعمالها وتتلاءم مع توقعات زبائنها . وتستعمل في التفاوض مع عملائها.

✓ إجماع على أن توازن الحاجات مؤسس عندما تتصلح الإرباح مع القواعد الجديدة ومع الفرص التسويقية التي يحتاجها البنك. إضافة إلى مرونة كافية للابتكار.

✓ لا يمكن إدراك النقد على القواعد الجديدة وبعض حاجات التكيف خاصة في مجال المرونة البنكية في مجال الائتمان المصرفي وفي الأسواق. وكحقيقة بأن العوامل المعنوية مثل الاختلاف الثقافي عنصر مهم في إدارة المخاطر.

الدراسة الثالثة: للباحثين Sumit Agarwal & all تحت عنوان:

((Do banks pass through credit expansions to consumers who want to borrow? Oxford University Press, United States, 2017))

✓ هذه الدراسة تقترح مقارنة جديدة للدراسة الائتمان من خلال الانتقال من التركيز على التوسع في سياسات منح الائتمان التي تركز على العراقيل والمثالب التي تدخل ضمن إدارة العلاقة مع الزبون مثل عدم تماثل المعلومات وخلصت الدراسة إلى أن:

✓ إن المعلومة التي لدى الزبون لا يمتلكها البنك وكذلك في حالة العكس وبالتالي ضعف التنسيق والاتصال بين المقرض والمقترض كما تمثل تكلفة بالنسبة للبنك والعميل إضافة إلى إضاعة فرصة سوقية حيث أن هذه الحالة - عدم تماثل المعلومات - تزيد من التداخل والتعارض بين البنوك والمقترضين.

✓ أشارت هذه الدراسة إلى دراسة أثر التغيير في تكاليف الأموال لدى البنوك تجاه المقرضين وذلك في شكل منتجات للبنوك تترجم في الميل الحدي للإقراض حيث يكون موجب أو سالب.

✓ كذلك في دراسة التطبيقية من خلال التوقع الغير متجانس للميل الحدي للإقراض والميل الحدي الخاص بمنح بطاقة الائتمان للسوق من خلال استخدام أداة إحصائية وهي معطيات بانل لـ 8.5 مليون بطاقة ائتمان و743 ائتمان لانحدار غير مستمر حيث وجد أن الميل الحدي لبطاقات الائتمان ينحدر إلى رصيد ائتماني.

الدراسة الرابعة: للباحث DevStrischek تحت عنوان :

((Credit Culture : Key Drivers Of Credit Culture , BankersHub Newsletter, july 2017))

✓ في هذا المقال الذي يتناول أربع أنواع للثقافة الائتمانية وأولويات إدارة البدائل المرافقة. وكذلك ما هي العوامل التي تؤثر على الثقافة الائتمانية وحيث خلصت الدراسة إلى أن من هذه الأنواع:

✓ أولاً: الاتفاق مع الإدارة العليا حيث أن هرم البنك هو الذي يعزز ويدعم الثقافة والممارسات المرتبطة بها فالحديث حول العالم يدور حول نوعية الائتمان

✓ ثانياً: التركيز على الأدبيات النظرية الائتمان؛

✓ ثالثاً: دراسة سلم الأولويات ؛

✓ رابعاً: إدارة المخاطر الائتمانية ومنها خطر عدم التسديد.

الدراسة الخامسة: للباحث Raj Aggarwal and all تحت عنوان :

((Culture and Finance: An Introduction, , Journal of Corporate Finance, April 17-18, 2015, Carolina))

المسألة المحورية التي تضمنتها هذه الورقة البحثية المقدمة لملتقى ممول من جامعة كارولينا الشمالية وجامعة "Wake Forest University" بعنوان الثقافة والمالية وهي تقدم نظرة موجزة عن طبيعة العلاقة بين المالية كعلم يعتمد على مؤشرات كمية والثقافة كسلوك نوعي وتم شرح نشأة هذا الحقل الجديد للمالية والثقافة وكيف ساهمت هذه العلاقة في تطور أدبيات الفكرية في مجال المالية السلوكية. ومن خلال دراسة اثر العوامل الثقافية على المالية. حيث خلصت إلى أن:

✓ الثقافة عامل مساعد في القرارات المالية والثقافة مؤثر على التوقعات والتفضيلات والسلوك ومن خلال دراسة آثار عمل هوفستد في مجال الأعمال والسلوك التنظيمي فدور الثقافة في اتخاذ القرارات المالية يعتبر من المسائل المعاصرة في مجال المالية.

✓ ضرورة وضع معايير لقياس عامل الثقافة والتي تعبر ضعيفة وبالتالي لا نستطيع قياس التأثير الفعلي للثقافة على مجال المالي. كذلك تم الإشارة إلى الأداء الاجتماعي للمؤسسة ومنه إدماج البعد الثقافي ضمن البعدين التنميين الاقتصادية والأنظمة السياسية، وفي البعد الثقافي توجد عدة عوامل وهي قوة الذات ، الانسجام ، السلطة الفكرية ، السلطة الفعالة ...

✓ الإشارة على وجود ثقافة على مستوى الفرد والثقافة التنظيمية التي تختلف من بلد إلى آخر.

✓ التنبيه لتأثير العولمة على عوامل الأداء الاجتماعي بما فيهم الثقافة؛ كذلك الإشارة إلى عامل الثقة والذي يتمثل في الشكل الغير رسمي للتنظيم والقواعد والإجراءات ضمن التنظيم الرسمي وتحليل العلاقة بينهما؛

✓ التركيز على الاختلاف الثقافي من خلال اخذ مثال عن شركات البريطانية التي تحوي على ما يقارب 95 بالمائة أسواق رأس المال عائد لأسهم لندن بين 2002 و2014 وكما أكد الدراسة أن الاختلاف له اثار سلبية على المجال المالي وعلى العائد على الاستثمار من خلال بطء الاتصال ويصبح التنسيق صعب والحصول على المعلومة بطيء.

الدراسة السادسة: للباحث **Bonga Wellington Garikai and all** تحت عنوان:

((analysis of credit culture in the Zimbabwean banking sector, dynamic research journals, journal of economics and finance , volume 4, Journal of Corporate Finance, April 2019))

هذا المقال البحثي موجهة للقروض الأقل فعالية في البنوك الزيمبابوية **Zimbabwean banks** منذ تعميم استخدام الدولار سنة 2009 فالبنوك وظيفتها من خلال التزويد بالسيولة للاقتصاد فالقروض العادية تتطلب تحليل ائتماني حيث أن التحليل الائتماني يقيس إمكانية الدفع من طرف المقرضين ومنه شروط التحليل الائتماني في البنك تشهد زيادة في مستويات القروض ضعيفة الأداء، فهذه الدراسة ترمي إلى:

✓ تحليل الثقافة الائتمانية في البنوك زيمبابوية حيث هذه الدراسة استخدمت أداة إحصائية نوعية وهي استمارة الكترونية لمعرفة مستوى الثقافة الائتمانية في هذه البنوك من خلال 188 مشاركين إجابة من

خلال نظرة الكترونية تتضمن 17 سؤال تتضمن جانب ديمغرافي فالدراسة تهدف إلى استعمال مختلف مسائل للثقافة الائتمانية للبنوك الزامبابوية؛

✓ تقع الثقافة الائتمانية في المستوى أسفل من المستوى الأمثل حيث أشارت استجابات تشير إلى أن إدارة المخاطر مهم جد ويمثل المستوى الأمثل؛

✓ الإشارة إلى أن مسألة حوكمة الشركات مغيبة في القطاع؛

✓ مساعدة الثقافة الائتمانية الضعيفة نتيجة عوامل داخلية وخارجية منها عنصر المحاباة للأقارب

والمطلع للحصول على القرض، كذلك التأثيرات السياسية هي عوامل تقود لثقافة ائتمانية ضعيفة؛

✓ كما خلصت الدراسة إلى اقتراح تعديلات مناسبة في مجال البنك لضمان بأن السلطة بيد السياسيين

وتطوير إطار للائتمان ومن خلال تحليل ائتماني فعال، معايير للتدريب وتوجيه المقرضين، فثقافة

ائتمانية جيدة يجب أن تدعم لضمان حيوية لقطاع البنكي وتعزيز النمو الاقتصادي. فالقروض العادية

مرتبطة بشكل وثيق الصلة بتحليل الائتماني الضعيف وتوظيف غير ملائم للقرض، ودعم حوكمة

مؤسسات جيدة والحفاظ على ثقافة تنظيمية جيدة.

كذلك أشارت هذه الدراسة إلى معايير الثقافة الائتمانية القوية وهي:

✓ توازن النمو من خلال الإدارة الجودة للأصول المالية؛

✓ نظام مقبول لأداء القروض؛

✓ تقسيم وفصل المهام؛

✓ تنويع المخاطر؛

✓ استقلالية في إعادة النظر في القرض وبرامج لتصنيف الأصول المالية؛

✓ مركزية سياسة الائتمان؛

✓ التدريب المستمر في مجال الإقراض؛

✓ اندماج جودة الائتمان في تقييم الأداء؛

✓ التأكيد وتعزيز سياسة الائتمان من طرف سلطة مستقلة في مجال الإقراض والتسويق.

المطلب الثالث: ما يميز الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة

إن المحيط المالي الجزائري له خصوصية في التحليل والدراسة خاصة مع تعلق بقطاع البنوك

يجعل الدراسات تختلف عن مثيلاتها في دول أخرى نتيجة عدة عوامل منها ما تعلق بجاهزية البنوك أو

السوق المالي الجزائري للانفتاح على الأسواق الدولية ومنها ما تعلق بنظام السياسي الجزائري والمالي

التي تتحكم فيه السياسة النقدية بالدرجة الأولى ومنه ما تعلق بالجانب الاجتماعي والثقافي كما أن هذه الدراسة تتناول موضع يعد من المواضيع المعاصرة للرفع من أداء البنوك والمتمثل في الثقافة الائتمانية ودراسة واقعها على مستوى محلي من خلال أداة إحصائية متمثلة في الاستمارة موجهة لعدة وكالات بنكية لمعرفة درجة ضعف أو قوة الثقافة الائتمانية على مستوى هذه الوكالات وباعتماد معايير نوعية تشخص السلوك المالي للمتعامل البنكي الجزائري إضافة إلى الاستفادة من التكنولوجيات الحديثة لتعميم استخدام الخدمات المالية وتسهيل الربط بين البنك كهيئة مانحة للقرض والذبون كجهة مقترضة. منه فهذه الدراسة اختلفت على الدراسات السابقة في جوانب يمكن أن نوردتها كما يلي:

✓ الدراسات السابقة ركزت على الثقافة الائتمانية وفق منظور دولي وبالاعتماد على لجان متخصصة مثل بازل 2 ومحاولة الربط بين تأثير الاختلاف الثقافي على حدود منح القرض؛ أما هذه الدراسة ستحاول دراسة الثقافة الائتمانية على مستوى محلي وعبر عدة وكالات ولائية من خلال دراسة تشخيصية دون الاعتماد على دراسة الروابط؛

✓ الدراسات السابقة تناولت موضوع الثقافة الائتمانية بالاعتماد على التحليل الائتماني وإدماج العوامل المعنوية وباعتبار القطاع البنكي يتسم بثقافة ائتمانية ضعيفة ودراسة تأثيرات تلك العوامل على قوة الثقافة؛ في حين نجد أن هذه الدراسة تركز على وجود ثقافة ائتمانية لدى الذبون وسبل تدعيم هذه الثقافة في سبيل تطوير قطاع البنوك؛

✓ سيتم الإشارة إلى التوجه الإسلامي للبنوك أما في شكل وكالات بنكية أو نوافذ إسلامية ومدى تدعيمه لمستوى الثقافة الائتمانية وهذا مغيب في الدراسات السابقة؛

✓ سيتم التطرق إلى الجاهزية التكنولوجية وما تعلق بالشمول المالي كمحطة لبزوغ ثقافة ائتمانية جديدة وذات معايير مختلفة.

خلاصة:

يعد موضوع الثقافة الائتمانية من المواضيع الهامة التي استحوذت على اهتمام الباحثين في المجال المصرفي ورغم تباين مواقف الكتاب الذين تناولوا هذا الموضوع بتباين اختصاصاتهم واتجاهاتهم الفكرية، إلا أنه لا يمكن إهمال دوره البارز في فعالية نشاط عمل المؤسسات المصرفية مثلما أشارت إليه الدراسات الحديثة.

لقد حاولنا في هذا المبحث إعطاء صورة عامة حول مفاهيم نظرية الائتمان والوظيفة الائتمانية من خلال استعراضنا مفاهيمه وأنواعه و نماذجه والتطرق إلى أسباب ومعوقات الثقافة الائتمانية، وفي الأخير تطرقنا إلى بعض الدراسات المشابهة لدراستنا مع إبرازنا لأوجه التشابه والاختلاف بينهما.

الفصل الثاني:

الإطار النظري للدراسة

تمهيد

بعد استعراضنا في الفصل السابق الجزء النظري الخاص بهذا الموضوع، نحاول من خلال هذا الفصل قدر المستطاع إسقاط المفاهيم السابقة لمعرفة مدى ملائمة الجانب النظري مع الواقع العملي في عينة من الوكالات البنكية المحلية على مستوى ولاية تبسة، من خلال دراسة استبناييه لمعرفة واقع الثقافة الائتمانية في المؤسسات المصرفية محل الدراسة، وعليه تم تقسيم الفصل إلى ثلاثة مباحث رئيسية.

- ✓ المبحث الأول: تشخيص واقع الثقافة الائتمانية بالجزائر.
- ✓ المبحث الثاني: الأدوات والبرامج المستخدمة في الدراسة.
- ✓ المبحث الثالث: تحليل البيانات واختبار الفرضيات ومناقشة النتائج.

المبحث الأول: تشخيص واقع الثقافة الائتمانية بالجزائر.

يعد الجهاز المصرفي الممول الرئيسي في اقتصاديات المديونية أين تكون الحاجات المالية كبيرة جدا بالنظر إلى الأموال المتاحة، وهذا نظرا لعدم كفاءة الأسواق المالية أو غيابها تماما، وهو ما جعل منه محورا أساسيا لتمويل الحركة التنموية بالجزائر، وقد عرف هذا القطاع إصلاحات عديدة منذ الاستقلال، لكن التزامه بتمويل القطاع العمومي شكل عبئا ثقيلا على وضعيته المالية مما حال دوت تحقيق الأهداف المرجوة.

المطلب الأول: نظرة موجزة عن الجهاز المصرفي الجزائري.

أولا: لمحة عن تطور الجهاز المصرفي الجزائري

لقد مر الجهاز المصرفي والمالي الجزائري بعدة مراحل، اتسمت كل مرحلة منها بخصائص معينة، فبعد الاستقلال السياسي ورثت الجزائر جهازاً مصرفياً متنوعاً قائماً على أساس النظام الليبرالي يخدم المصالح الفرنسية وهذا ما جعل السلطات العمومية الجزائرية سنة 1966 تأم البنوك ليتشكل بذلك الجهاز المصرفي الجزائري، واحتفظ هذا الأخير بهيكله إلى غاية بداية الثمانينات أين أعيد النظر في تنظيمه ووظائفه تماشياً مع الإصلاحات الاقتصادية أن ذاك.

وتجسد محاولة إصلاح المنظومة المصرفية في تعديل النصوص التشريعية والتنظيمية، حيث تم إصدار القانون 86-12 الصادر بتاريخ 19/08/1986 والخاص بنظام البنوك وشروط الإقراض كمحاولة لإصلاح النظام المصرفي بما يتوافق والإصلاحات التي مست باقي المؤسسات العمومية الاقتصادية. ويصدر القانون 90-10 المؤرخ في 14/04/1990 والمتضمن قانون النقد والقرض واستكمالاً للإصلاحات السابقة، تم إدخال تغييرات جذرية في تنظيم النشاط المصرفي ومقاييس تصحيح الوضعية المالية للبنوك، حيث تم إلغاء مبدأ التخصيص وأصبح بإمكان البنوك القيام بكل أنواع العمليات البنكية في كل القطاعات الاقتصادية، وبذلك تكون البنوك العمومية قد تحصلت على نظام بنكي شامل.

ثانياً: هيكل الجهاز المصرفي الجزائري

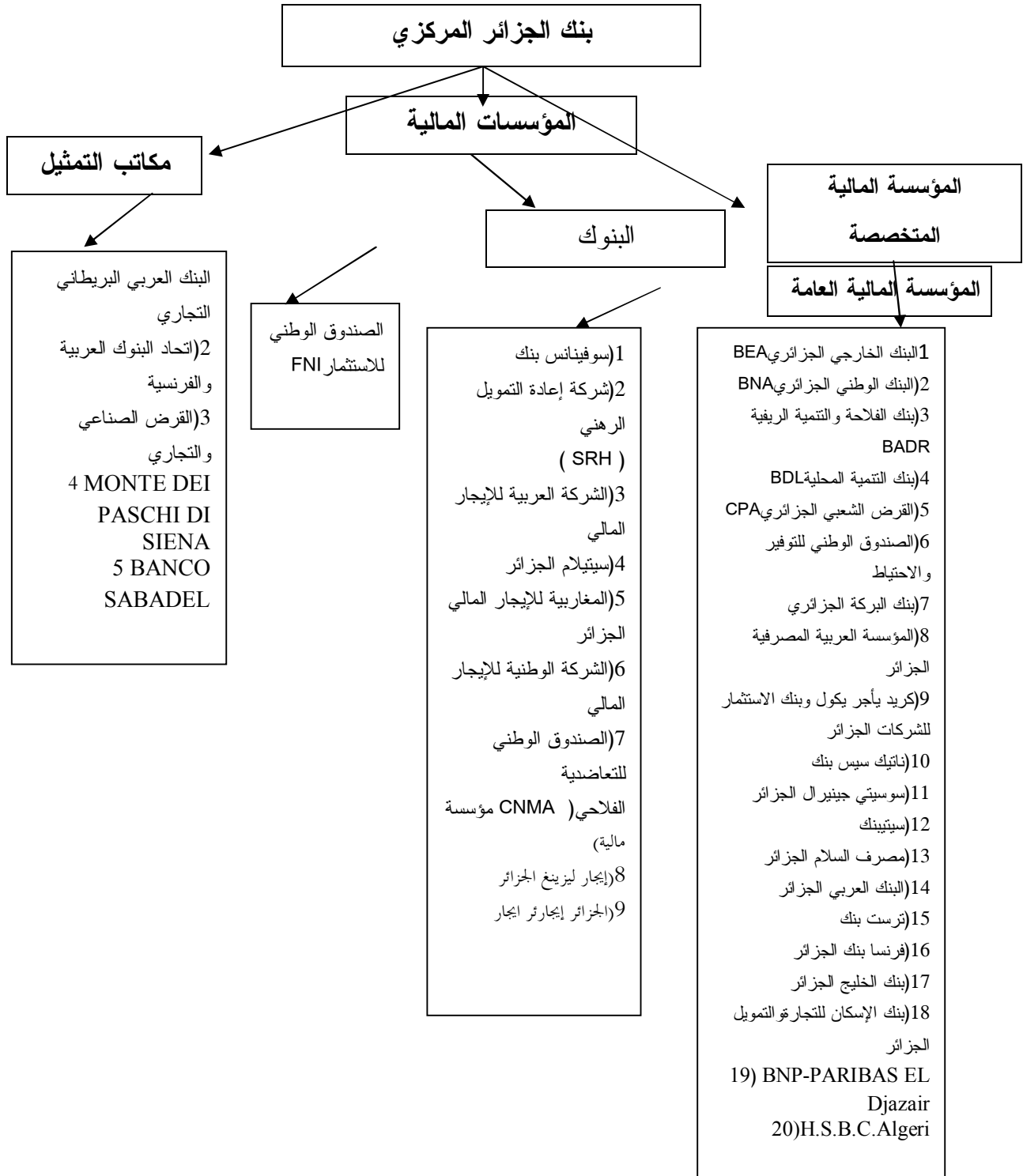
يتكون الجهاز المصرفي في الجزائري الذي يقف على رأسه البنك المركزي الجزائري من قطاعات رئيسية ثلاثة، هي البنوك والمؤسسات المالية بشقيها العامة والمتخصصة بالإضافة إلى مكاتب التمثيل، حيث تواصل المصارف العمومية هيمنتها في القطاع المصرفي من خلال أهمية شبكات وكالاتها الموزعة على كامل التراب الوطني رغم تسارع وتيرة إنشاء وكالات المصارف الخاصة في

هذه السنوات الأخيرة، تساهم هذه الزيادة المستمرة في نشاط المصارف الخاصة في ترقية المنافسة سواءا تعلق الأمر بجمع الموارد أو على مستوى توزيع القروض وعرض الخدمات المصرفية الأساسية للزبائن، والى غاية نهاية 2017 فإن الجهاز المصرفي الجزائري يتكون من 29 مصرفاً ومؤسسة مالية تتوزع كما يلي :

- ❖ ستة (06) مصارف عمومية ، من بينها صندوق التوفير؛
- ❖ أربعة عشر (14) مصرفاً خاصاً برؤوس أموال أجنبية، ومصرف واحد (01) برؤوس أموال مختلطة.
- ❖ ثلاثة (03) مؤسسات مالية، من بينها مؤسستين (02) عموميتين.
- ❖ خمسة (05) شركات تأجير من بينها ثلاثة (03) عمومية.
- ❖ تعاقدية واحدة (01) للتأمين الفلاحي، معتمدة للقيام بالعمليات المصرفية والتي اتخذت في نهاية 2009 صفة مؤسسة مالية؛

ويمكن توضيح هيكل الجهاز المصرفي الجزائري في الشكل الموالي:¹

شكل رقم (02) : هيكل الجهاز المصرفي الجزائري حتى عام 2017 .



المصدر: البنوك المعتمدة حتى 11.01.2017 تقرير بنك الجزائر على موقع الويب : BANK-OF-ALGERIA.DZ

14.02.2017

المطلب الثاني: تطور مؤشرات الوظيفة الانتمائية في البنوك الجزائرية

باعتبار أن البنوك محور عملية تمويل الأنشطة والقطاعات الاقتصادية، سنتطرق في هذا الفرع إلى تطور أهم مؤشرات الوظيفة الانتمائية في القطاع المصرفي الجزائري من ثمة تفعيل دوره في نشر الثقافة الانتمائية.

أولاً: قياس الكثافة المصرفية: من خلاله يمكن قياس مدى توسع شبكة البنوك في دولة ما مما يعني توفر الخدمات المصرفية لنسبة كبيرة من السكان وذلك دون تحمل تكلفة التنقل إلى الوكالات البنكية، كما يكشف أيضاً قدرة امتصاص الادخار العائلي.

الجدول رقم (01) تطور شبكة البنوك وبعض المؤشرات المتعلقة بها (2017/2008)

السنوات	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
عدد الشبايك	1367	1441	1478	1499	1525	1557	1557	1604
عدد الشبايك/عدد السكان	26.300	25.500	25.400	25.500	25.600	25.660	26.189	26.309
عدد السكان البالغين/عدد الشبايك	7.900	7.900	7.200	8.000	7.500	7.600	7.680	7.667

المصدر: التقرير السنوي لبنك الجزائر، النمو الاقتصادي والمالي بالجزائر.

من خلال الجدول يتضح لنا انه بالرغم من الارتفاع الذي شهده عدد الشبايك والوكالات البنكية والمقدر بـ 17.37% سنة 2017 مقارنة بسنة 2010، الا أن هذا التطور يبقى بطيئاً مقارنة بتطور عدد السكان، كما أن مؤشر الوساطة البنكية لم يشهد تحسناً وقدّر بحوالي 26.309 شخص لكل فرع بنكي ويعتبر ذلك الأضعف مقارنة ببعض الدول المجاورة إذ قدر مثلاً في تونس بـ 9000 شخص لكل فرع بنكي، علماً أن المعدل العالمي هو شباك لكل 3000 شخص.¹

ثانياً: حجم الودائع: تعتبر عملية تعبئة المدخرات أساس عملية الوظيفة الانتمائية واهم مورد لتمويل مختلف العمليات البنكية، حيث يتضح لنا من خلال الجدول رقم (...). أدناه ارتفاع نسبة حجم الموارد لدى البنوك من سنة لأخرى والتي لا تتعدى في متوسطها خلال فترة الدراسة 9%، إلا أنها كانت نسب متذبذبة، حيث عرفت نمو سنة 2017 مقابل انخفاض بـ (1.3% -) سنة 2016، وزيادة طفيفة سنة

¹ - التقرير السنوي لبنك الجزائر 2017

2015 بنسبة 0.9%، ويرجع التذبذب إلى الظروف الاقتصادية للبلاد خلال فترة الدراسة وكذا إلى مداخل.

الجدول رقم (02): تطور حجم الودائع بالبنوك الجزائرية .

السنوات	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
الودائع تحت الطلب	28770.7	3495.8	3356.4	3537.5	4434.8	3891.7	3732.2	4499.0
الودائع لاجل	2524.3	2787.5	3333.6	3691.7	4083.7	4443.3	4409.3	4708.5
الودائع كضمان	424.1	449.7	548.0	558.2	599.0	865.7	938.4	1024.7
اجمالي الودائع	5819.1	6733.0	7238.0	7787.4	9117.5	9200.7	9079.9	10232.2

المصدر: معلومات مجمعة للطالبين التقرير السنوي للبنك الجزائر .

ثالثا: حجم الإقراض المصرفي: يرتكز التمويل في الجزائر على القطاع المصرفي نظرا لمحدودية نشاط السوق المالي، مما يجعل القرض مصدر رئيسي لتمويل مختلف الأنشطة الاقتصادية ، من خلال الجدول أدناه يتضح لنا طابع نشاط الإقراض الموجه للاقتصاد الذي قامت به البنوك العمومية والخاصة، والذي شهد تحسن محسوس من سنة لأخرى وبوتيرة متذبذبة.

الجدول رقم (03): حجم الإقراض المصرفي

السنوات	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
قروض للقطاع العام	1461.4	1742.3	204.7	2434.3	3382.9	3689.0	3852.8	4311.8
قروض قطاع خاص	1805.3	1982.4	2244.9	2720.2	3120.0	3586.6	3955.0	4566.1
إجمالي قروض	3266.7	3724.7	4285.6	5154.5	6502.9	7275.6	7907.8	8877.9
حصة بنوك العمومية	0.868	0.858	0.867	0.865	0.878	0.875	0.876	0.868

0.132	0.124	0.125	0.122	0.135	0.133	0.142	0.132	حصة بنوك الخاصة
-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	--------------------

المصدر: معلومات مجمعة من التقرير السنوي لبنك لجزائر.

يتضح لنا من الجدول أعلاه أن البنوك العمومية لا تزال هي الممول الرئيسي تستحوذ على ما يقارب 86.8% من السوق المصرفية سنة 2017 ن في حين استقرت النسبة لدى البنوك الخاصة في 13.2% سنة 2017 مما يعكس ضعف النشاط الاقراضي للبنوك الخاصة. ومن خلال ما سبق نخلص إلى أن ضعف مؤشر الكثافة البنكية راجع إلى أن شريحة كبيرة من الزبائن لا يحصلون على خدمات مالية هم في حاجة إليها أو أنها لا ترقى إلى تطلعاتهم. كما أن القطاع المصرفي يبين ضعف في تعبئة الادخار وهذا راجع إلى ضعف الوعي الائتماني لدى الجمهور وأن معظم الودائع هي ودايع ترجع إلى مؤسسات عمومية.

كما أن عدم قدرة البنوك على تغيير الميل نحو الإيداع المصرفي وذلك نتيجة ضعف الوعي المصرفي والمنافسة الضعيفة في ظل ضعف البنوك الخاصة الأجنبية. كما أن السوق المصرفية الجزائرية تفتقر لصيغ تمويل حديثة تتجاوب مع احتياجات العملاء.

المطلب الثالث : واقع محددات نشر الثقافة الائتمانية في الجزائر.

سنركز في هذا المطلب على أهم المحددات من تسهيلات بنكية وسلوك العملاء واستخدام التكنولوجيا كعوامل مساعدة في وجود ثقافة ائتمانية.

أولاً : دور الجهاز المصرفي الجزائري في نشر الخدمات والتسهيلات البنكية

يلعب الجهاز المصرفي الجزائري دوراً هاماً في دفع عجلة التنمية الاقتصادية، حيث يتأكد هذا الدور خاصة من ناحية ما يقدمه من خدمات وتسهيلات مصرفية التي أصبحت واحدة من أهم دعائم ومظاهر النشاط الاقتصادي¹، ولتحقيق هذا الدور يجب أن يعمل الجهاز المصرفي الجزائري على توسيع شبكة فروعته، لكي يكون قريب أكثر من العملاء، حتى يمكنهم من الوصول إلى هذه الخدمات بأسرع وأسهل طريقة، وهذا لن يكون إلا بوجود موارد بشرية قادرة على تقديم تلك الخدمات من ناحية الكم والجودة، وبالتالي سيعمل بذلك على توفير فرص عمل مختلفة لأفراد المجتمع، مساهماً بذلك في نشر ثقافة ائتمانية واسعة .

¹ - عبد المطلب عبد الحميد، اقتصاديات البنوك من الأساسيات إلى المستحدثات (منهد متكامل)، الدار الجامعية ، الإسكندرية، مصر 2015، ص203.

فالخدمات والتسهيلات المصرفية هي مجموعة من الأنشطة والعمليات ذات المضمون المنفعي الكامن في العناصر الملموسة وغير الملموسة والمقدمة من قبل البنك، والتي يدركها المستفيدون من خلال ملامحها وقيمتها المنفعية والتي تشكل مصدرا لإشباع حاجاتهم ورغباتهم المالية والائتمانية الحالية والمستقبلية، وفي الوقت ذاته تشكل مصدرا لإرباح البنك من خلال العلاقة التبادلية بين الطرفين.

لعل من أساسيات المهارة في إتقان فن تقديم الخدمات والتسهيلات البنكية هي إدراك موظفي البنك الذين هم في اتصال مباشر بالعملاء للطبيعة المتميزة للخدمة بصفة عامة وخصائص الخدمات المصرفية بصفة خاصة، ويمكن تلخيص أهم خصائص الخدمة المصرفية فيما يلي:¹

أ. الخدمات المصرفية ليست مادية مجسمة، وبالتالي فهي غير قابلة للتلف ولا يمكن تخزينها.

ب. الخدمات المصرفية ليست محمية ببراءة الاختراع وكل خدمة جديدة يوحدها بنك ما يمكن لبنك آخر تقديمها.

ج. تعتمد الخدمات البنكية على التسويق الشخصي بدرجة كبيرة، حيث تعتمد في تقديمها على الاتصال الشخصي بين مقدم الخدمة والعميل .

د. لا يمكن صنع الخدمة البنكية مقدما أو تخزينها فهي تنتج وتقدم في نفس اللحظة التي يتقدم الزبون لطلبها.

هـ. لا يمكن لموظف البنك إنتاج عينات من الخدمة وإرسالها للزبون للحصول على موافقته عن جودتها قبل الشراء.

و. الخدمات البنكية غير قابلة للاستدعاء مرة أخرى في حالة وجود خطأ في إنتاجها أو عيوب عند تقديمها فان الاعتذار وترضية العميل هما البديل الوحيد أمام موظف البنك.

ر. أن تقديم الخدمة المصرفية غير نمطي وتختلف طريقة تقديم الخدمة من زبون لآخر حسب درجة التفاعل بين موف البنك والعميل.

أن انتشار المصارف يساهم في نشر الوعي المصرفي، ويساعد على تقديم الخدمات المصرفية لأكثر عدد ممكن من أفراد المجتمع الجزائري، فكلما كان هناك عدد كبير من الفروع للمصارف كلما كان أكثر انتشارا وخدمة للمجتمع وأقدر على تقديم وتيسير الخدمات المصرفية، حيث تواصل المصارف العمومية هيمنتها على الجهاز المصرفي من خلال أهمية شبكات وكالاتها الموزعة على كامل التراب

¹ - عوض بدير الحداد، تسويق الخدمات المصرفية، ط1، البيان للطبع و النشر، مصر، 1999، ص338.

الوطني رغم تسارع وتيرة إنشاء وكالات المصارف الخاصة في هذه السنوات الأخيرة ، حيث تساهم هذه الزيادة المستمرة في نشاط المصارف الخاصة في ترقية المنافسة سواء تعلق الأمر بجمع الموارد أو على مستوى توزيع القروض وعرض الخدمات المصرفية الأساسية للزبائن.

الجدول رقم (04) : تطور شبكة المصارف الجزائرية 2010-2014

السنوات	2010	2011	2012	2013	2014
عدد إجمالي الوكالات	1367	1441	1478	1499	1525
البنوك وكالات العمومية	1077	1086	1091	1099	1113
البنوك وكالات الخاصة	288	274	301	313	325
وكالات المالية المؤسسات		86	87	87	
/الوكالات عدد السكان عدد	26300	25500	25400	25500	25600

المصدر : التقرير السنوي لبنك الجزائر 2015.

ثانيا : دور العنصر البشري في نشر الثقافة الائتمانية (موظفوا البنك - سلوك العميل)

يعتبر التخطيط لنشر ثقافة ائتمانية من مسؤوليات النشاط الإداري ولا يمكن فصله عن إمكانيات وفرص السوق فهو ضمن المسؤوليات الإدارية في التسويق البنكي، فالزبائن تتجذب إلى من يخدمها أفضل من غيره، وعليه نفهم من هذا أم مسؤولية تثقيف ووعي وإثارة انتباه الزبائن على الخدمات التي يقدمها البنك تقع على عاتق مسؤولي إدارة البنك، ولا بد لهذه الإدارة أن تضع في حساباتها تفعيل الثقافة الائتمانية عند العملاء والاستمرار في ذلك، أي عدم الركون إلى ثوابت معينة منها عمر البنك وتاريخه التعامل وكثرة مراجعيه.¹

و لكسب ثقة العملاء لا بد على البنك من صب اهتمامه بشكل كبير في البحث عن كيفية نيل رضا وثقة العملاء لضمان استمراره ونجاحه، حيث يختلف العملاء عن بعضهم البعض في طريقة تعاملهم وسلوكهم تماما، كما يختلف العاملون عن بعضهم البعض في تركيبته النفسية وسلوكياتهم مع الآخرين، وإلتزام العمل بالشكل الصحيح من قبل العاملين في البنوك لا بد لهم من تفهم الشخص الآخر ، وهو العميل خاصة إذا كانت طبيعة عملهم تتطلب التعامل بشكل مستمر ومباشر مع العملاء هذا يلقي مسؤولية كبيرة على العاملين في البنك لأنهم يشكلون حلقة الوصل بين البنك وعملائه، الأمر الذي

¹ - خالد الراوي، محمود السعد، مبادئ التسويق الحديث-إدارته-بحوثه-، الدار الجماهيرية للنشر، ليبيا، 1993، ص30.

يتطلب أن تكون لديهم الخبرة البنكية والمهارات الضرورية لأداء العنصر البشري المتميز في البنوك، وبما يمكنهم من تفعيل الثقافة البنكية ووعي الزبائن و بالتالي جذب العملاء ، إضافة لمدى قدرة العاملين على توضيح إجراءات وشروط الخدمة المقدمة للزبائن ومدى قدرتهم في زيادة ثقتهم بالبنك من خلال المصداقية والمهنية في التعامل.¹

و هنا لا بد من الاهتمام الشخصي بالعملاء من طرف موظفي البنك لأنه لا توجد علاقة بين ثقافة البنكية لدى مقدمي الخدمات وجذب أو المحافظة على العملاء بصورة غير مباشرة عبر الثقافة البنكية، وذلك بإتباع عدة خطوات وهي:²

✓ تحديث أنظمة العمل بالبنوك وأساليبه، بما يؤدي إلى سرعة أداء الخدمات وتقليل معدلات الشكاوي العملاء.

✓ الحث المستمر لأماكن تأدية الخدمات وصلات الانتظار، بما يجعلها أكثر جاذبية، ويعطي العميل انطباعاً بأنه موضع ترحيب مستمر .

✓ تحديث قسم ضمن هيكله البنك مختص بالتوعية البنكية، والذي بدوره يعطي ثقة بالبنك لدى الجمهور ويزيد من ثقافة ووعي هذا الأخير لمختلف الخدمات البنكية وكل ما يتعلق بها.

✓ نشر برامج تثقيف والتوعية المالية للمواطنين، حيث سيتم عرض مواد تثقيفية وتوعوية تهدف إلى رفع مستويات الثقافة البنكية لدى المواطنين.

✓ التعريف بأنواع المنتجات والخدمات البنكية المقدمة من قبل المؤسسات المالية وتزويد المراجعين بالكتيبات الإرشادية والنشرات ذات العلاقة بحملات التوعية والتثقيف.

ثالثاً: استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال في البنوك الجزائرية.

أن تبني نظام الصيرفة الالكترونية يكون القاعدة نحو الانطلاق في مشاريع رقمية أخرى، تنتقل الاقتصاد الوطني نحو اقتصاد رقمي ، أن الجزائر وبالرغم من الجهود المبذولة خاصة في المجال البنكي لم تصل بعد إلى مرحلة متقدمة من الاستثمار في تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، بالرغم من التطور الملحوظ الذي شهده استخدام مختلف مؤشراتها.

¹ - شعشاع حاتم غازي، قياس جودة الخدمات المصرفية التي يقدمها بنك فلسطين المحدود في فلسطين من وجهة نظر العملاء، رسالة ماجستير، الجامعة الإسلامية، كلية التجارة، قسم إدارة الأعمال، فلسطين، 2004، ص-ص53-54.

² - سلطة النقد و القرض الفلسطينية ، الموقع <http://www.pma.ps> ، تاريخ الاطلاع 2020/08/30.

أولا : استخدام شبكات ووسائل الاتصال الالكترونية:

بادرت بعض البنوك الجزائرية بتطوير شبكات الكترونية للدفع والتسديد منتشرة في نقاط محدودة من التراب الوطني، لكن عدم القدرة على التحكم فيها وتسييرها جعل بعضها يتوقف عن أداء خدماتها، وذلك بسبب اعتماد هذه المؤسسات على حلول وأنظمة مستوردة وغير متوافقة وخصائص السوق البنكية في الجزائر.¹

اشبك الاتصالية DZ-PAC: هي شبكة تحويل البيانات للاتصالات الجزائرية لتحويل حزمة باستعمال معيار الآيتيو X25 للاتحاد العالمي للاتصالات السلكية واللاسلكية التي أطلقت منذ عام 1993، وهي تسمح بربط الأجهزة والشبكات الاتصالية حيث تتمثل مجالات استخدام هذه الشبكة في مختلف أصناف البرامج المستخدمة في الاتصالات بين البنوك ، وقد وصلت نسبة إيصال البنوك الجزائرية بخط الشبكة x25 سنة 2004 53% من طاقة الشبكة الكلية المخصصة للبنوك.

أ. **الشبكة البنكية swift :** تم إنشاء هذه الشبكة بواسطة مؤسسة عالمية للاتصالات المالية بين البنوك، يتم من خلالها انجاز التحويلات المالية والعمليات البنكية من خلال نظام واحد للاتصالات المالية بين البنوك، ولغة واحدة أيضا حيث تعتمد على نظم تشفير الكترونية لتحقيق السرية، الخصوصية، والأمان ويقع المقر الرئيسي للشبكة في بلجيكا.

جـ. **الشبكة النقدية المشتركة ما بين البنوك RMI :** لقد أطلقت شركة société algérienne d'automatisations des transactions interbancaires et de monétique SATIM مشروع وضع نظام نقدي مشترك ما بين البنوك سنة 1996، نتج عنه إرساء الشبكة النقدية الالكترونية البنكية المشتركة، والتي تتضمن حظيرة الموزعات الآلية للأوراق النقدية DAB الموزعة على كامل الوكالات البنكية والريديية المستعملة لشبكة نقل DZ-PAC ، حيث تقوم هذه الموزعات بمعالجة عمليا السحب المرتبطة بالبنوك الأعضاء وكذا التحويلات المالية المرتبطة بعمليات المقاصة الناتجة عن السحب.

¹ - زبير عياش، نسيم بكحيل، تطور وعصرنة الخدمات البنكية في ظل التوجه نحو اقتصاد المعرفة "حالة الجزائر"، مجلة ميلاف للبحوث والدراسات، العدد 05، جوان 2017، ص ص 588-589.

د. الانترنت: أن استخدام الانترنت في المصارف الجزائرية يشكل نافذة إعلامية لتعزيز الشفافية، وذلك من خلال التعريف بهذه المصارف وترويج لخدماتها والإعلام بالبنوك وتطورات المؤشرات المالية لوضعها تحت تصرف الباحثين وسائر الأطراف الأخرى المعنية بالأمر.¹

تمتلك معظم البنوك الجزائرية مواقع على شبكة الانترنت متفاوتة من حيث المعلومات المقدمة للمطالع من بنك لآخر لما لها من دور في العمل المصرفي، إلا أن الغرض من هذه المواقع لا يتعدى استخدامها كأداة تعريفية وتسويقية للمصرف وليس كأداة فعلية للقيام بالعمليات والإجراءات المصرفية المتداولة بين العملاء والمصارف.

ه. استخدام الهاتف: لا تزال الخدمات المقدمة من طرف البنوك الجزائرية لزبائنها عبر الهاتف المحمول تقتصر على الاطلاع على الأرصدة وطلب الصكوك، وكذا تحويل الأموال إضافة إلى إمكانية دفع الفواتير الخاصة بالمتعامل،² لذا يمكن القول أن البنوك الجزائرية لا تستخدم الهاتف المحمول في تقديم خدماتها رغم تطوره وانتشاره على كافة التراب الوطني، وعليها الاستفادة من عدد مشترك في خدمة الهاتف في تقديم خدماتها لجلب أكبر عدد من الزبائن.

ثانيا: أنظمة الدفع الالكترونية في البنوك الجزائرية:

لقد بدأت الجزائر في تنفيذ مشروع تحديث أنظمة الدفع سنة 2006 بانطلاق مشروع التسوية الإجمالية الفورية، ونظام المقاصة الالكترونية بدلا من المعالجة الورقية.

أ. نظام التسوية الإجمالية الفورية (RTGS) Real Time Gross Settlement system

أن نظام الدفع الفوري للمبالغ الكبيرة هو نظام تسوية المبالغ الإجمالية في وقت حقيقي ويتم فيه سير التحويلات بصفة مستمرة وعلى الفور بدون تأجيل وعلى أساس إجمالي.³

وقد جاء هذا النظام لمواكبة معايير المعدة من طرف لجنة أنظمة الدفع والتسوية على مستوى بنك التسويات الدولية.

ب. نظام المقاصة الالكترونية للمدفوعات . ATCAI .

إن عملية عصرنة نظام الدفع عرفت دفعة جديدة بإنشاء نظام مكمل لنظام RTGS هو نظام ACTI ، دخل هذا النظام حيز التنفيذ 15 ماي 2006 ، هذا النظام يختص بالمعالجة الآلية لوسائل الدفع

¹ - كمال آيت زيان، حورية آيت زيان، الصيرفة الالكترونية في الجزائر، مداخلة ضمن فعاليات المؤتمر العلمي الخامس نحو مناخ استثماري و أعمال مصرفية الكترونية، جامعة فيلاديلفيا، عمان، الاردن، 04 و 05 جويلية 2007

² - زبير عياش، نسيم بوكحيل ، مرجع سابق ، ص 590.

³ - كمال آيت زيان، حورية آيت زيان، مرجع سابق، ص 590.

العام، صكوك ، تحويل مالي ، اقتطاع ، عمليا السحب و الدفع بالبطاقات البنكية، وذلك باستعمال وسائل متطورة مثل الماسحات الضوئية SCANNERS والبرمجيات المختلفة، ويمثل هذا النظام القسم الثاني من أنظمة الدفع المتطورة، ووفق المعايير الدولية بهدف التحسين النهائي للخدمات البنكية المقدمة للزبائن، حيث تتم عملية المقاصة بصورة آلية بين البنوك بالاعتماد على الربط الشبكي فيما بينها.¹

ثالثا: أدوات الدفع الالكترونية في البنوك الجزائرية.

الدفع الالكتروني هو منظومة متكاملة من النظم والبرامج التي توفرها الحكومة الجزائرية، بهدف تسهيل إجراءات عمليات الدفع الالكتروني الآمنة، وتعمل هذه المنظومة تحت مظلة من القواعد والقوانين التي تضمن سرية تأمين وحماية إجراءات الشراء وضمان وصول الخدمة، وتدعم خاصية الدفع الالكتروني البطاقات الائتمانية الرئيسية بالإضافة إلى مختلف البطاقات البنكية ، والخصم المباشر من الحسابات.

أ. الموزع لآلي ATM: يعتمد مفهوم الصرافات الآلية على وجود اتصال بين الحاسب الرئيسي للبنك وآلة الصرف، بحيث يمكن استقبال بيانات الزبون بمجرد قيام الزبون بإدخال البطاقة في الصراف.

ب. البطاقات البنكية : بادرت بعض المؤسسات بإصدار بطاقة السحب مثل

✓ بطاقة السحب من الصرافات الآلية DAB لمؤسسة بريد الجزائر،

✓ البطاقات البنكية للسحب و الدفع CIB للبنوك التالية: القرض الشعبي الجزائري، بنك الفلاحة والتمنية

الريفية، بنك الجزائري الخارجي، بنك البركة .. الخ.

و هناك نوعين من بطاقة CIB التي تصدرها البنوك الجزائرية:²

✓ البطاقة الكلاسيكية: توفر عملية الدفع والسحب ما بين البنوك، وتمنح للزبائن وفق معايير تكون محددة لدى البنك.

✓ البطاقة الذهبية: وهي الأخرى تمنح وفق معايير تكون محددة لدى البنك، ولكن هذه البطاقة بالإضافة إلى العمليات السابقة، تمنح لحاملها ائتمان اكبر وسقوف السحب، وسرعة في إجراء التحويلات.

¹ – modernisation des systèmes de paiement, sur le site : Bank –of-algeria.dz.

² – <http://WWW.BDL.DZ/CATRE.HTML>. voir voir le 12.05.2020

المبحث الثاني: الأدوات والبرامج المستخدمة في الدراسة

تعد منهجية البحث ذلك الموجه الذي يقود الباحث لاستكشاف مختلف مراحل البحث وأيضاً الإجابة على مختلف الأسئلة وفك الغموض وإيجاد تفسيرات علمية واقعية لإشكال موضوع الدراسة، إلا أن هذه الأساليب والإجراءات تشكل مقياساً لجمع ومعرفة المعلومات التي يرجى من خلالها الوصول إلى نتائج نهائية وإيجاد حلول للتساؤلات الخاصة بموضوع الدراسة والتي تشتمل مايلي:

- ✓ **المطلب الأول:** تحديد مجتمع وعينة الدراسة؛
- ✓ **المطلب الثاني:** أدوات الدراسة وطرق جمع المعلومات؛
- ✓ **المطلب الثالث:** الأساليب الإحصائية المستخدمة لتحصيل البيانات.

المطلب الأول: تحديد مجتمع وعينة الدراسة

يتكون مجتمع الدراسة التطبيقية من مجموعة من موظفي بنوك ولاية-تبسة-والذين بلغ عددهم (43) مبحوث أي بنسبة 95.56% من مجتمع الدراسة، وقد تم توزيع 45 استبيان بما يوافق أغلبية عينة الدراسة، تم استرجاع 43 منها، ويمكن توضيح عدد الاستبيانات الموزعة وتلك التي لم يتم استرجاعها أو المستبعدة من خلال الجدول التالي:

الجدول رقم (05): تداول الاستبيان

النسبة (%)	العدد	الاستبيانات
100	45	الموزعة
4.44	02	التي لم يتم استرجاعها
95.56	43	الصالحة للتحليل

المصدر: من إعداد الطلبة.

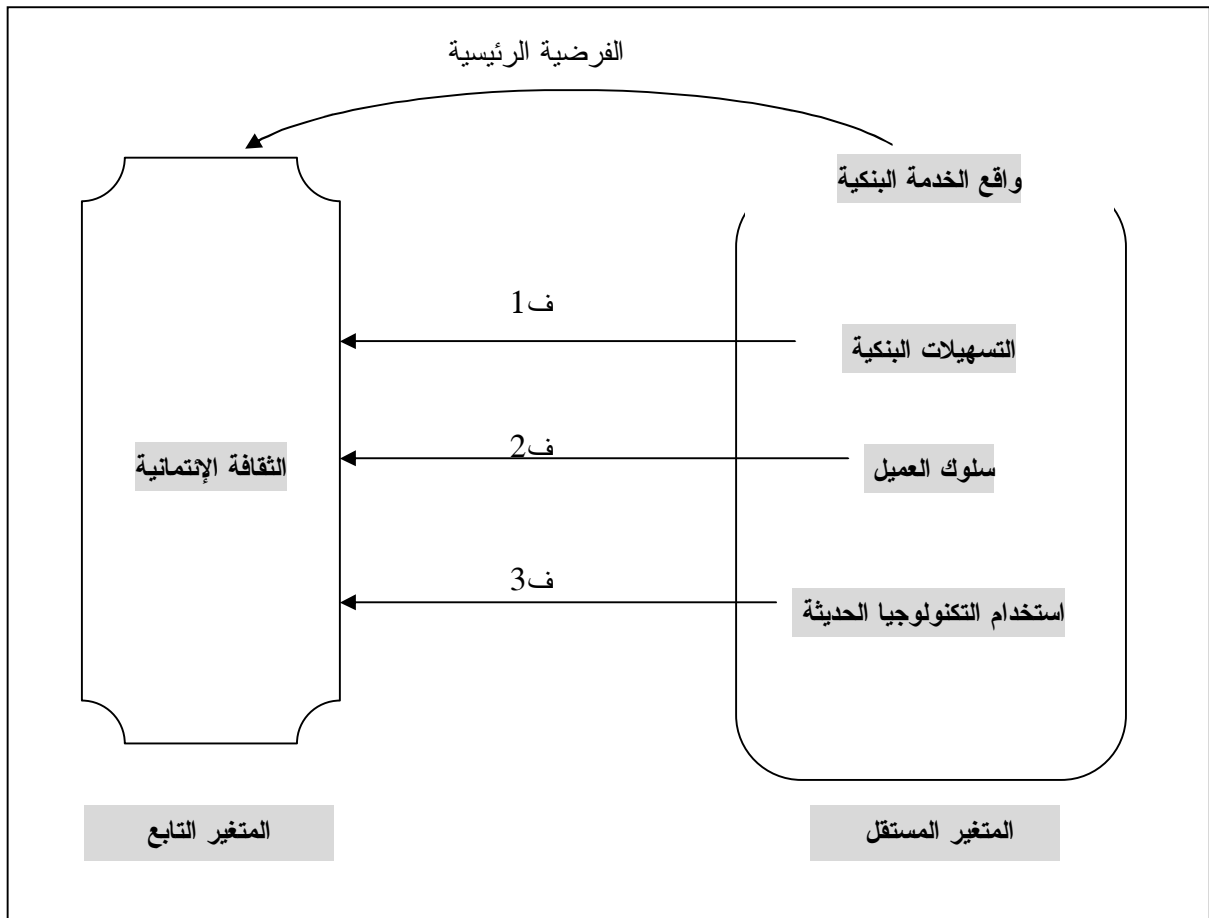
يلاحظ من الجدول رقم (01) أنه تم توزيع 45 استبيان بما يوافق أغلبية مجتمع الدراسة، حيث تم استرجاع 43 استمارة أي بنسبة 95.56% وهي نسبة مقبولة لأغراض البحث العلمي.

1- نموذج الدراسة

- تتناول الدراسة البحث في واقع الثقافة الائتمانية في الجزائر دراسة حالة ولاية تبسة، وبالتالي فهي تشتمل على المتغيرات التالية:
- المتغير المستقل: واقع الخدمة البنكية.
 - المتغير التابع: الثقافة الائتمانية .

ويمكن عرض مختلف تلك المتغيرات بيانيا من خلال الشكل التالي:

الشكل رقم (03): نموذج الدراسة



المصدر: من إعداد الطالبين.

وبالتالي تم اعتماد جملة من الإجراءات الموضوعية بغية الوصول إلى نتائج عملية دقيقة.

المطلب الثاني: أدوات الدراسة وطرق جمع المعلومات

لغرض إتمام عمليات البحث تم الاستعانة بالأدوات اللازمة والمناسبة لكل مرحلة من مراحل البحث، والمتمثلة في كل من المقابلة وذلك من خلال المقابلات المباشرة التي تم إجراؤها في بداية الدراسة الميدانية والتي تعذرت بعد ذلك بسبب ظروف الوباء الذي حل بالبلاد، وقد تم الاستعانة بالأدوات التالية:

الفرع الأول: الأدوات المستخدمة في الدراسة

1- استمارة الاستبيان

تعتبر استمارة الاستبيان من الأدوات الأساسية لجمع البيانات فهي مجموعة من الأسئلة المصاغة بطريقة خاصة تهدف بالدرجة الأولى للحصول على معلومات يراها الباحث ضرورية لتحقيق أغراض دراسته، وقد اشتملت على جزأين أساسيين، وفيما يلي وصف لهما:¹

- الجزء الأول: ويشتمل على متغيرات الدراسة الديمغرافية والمتمثلة في كل من (الخبرة المهنية، المستوى الدراسي، الوظيفة الحالية، نوعية الخدمة البنكية)

- الجزء الثاني: ويتضمن أسئلة الدراسة التي يقدر عددها بـ 40 عبارة تم تقسيمها على محورين أساسيين يعكسان القضايا الأساسية التي تناولتها الدراسة، ويوضح الجدول رقم (...).متغيرات الدراسة والفقرات التي تقيس كل متغير.

¹ - الملحق رقم (02).

الجدول رقم (06): توزيع أسئلة استمارة الاستبيان على محاور الدراسة

عدد الأسئلة (الفقرات)	محاور الدراسة	
07	التسهيلات البنكية	المحور المستقل، واقع الخدمة البنكية
07	سلوك العميل	
06	استخدام التكنولوجيا الحديثة	
20	مجموع المتغير المستقل	
20	المحور التابع: الثقافة الائتمانية	
40	المجموع الكلي	

المصدر: من إعداد الطلبة بناء على الاستبيان.

2- صدق أداة الدراسة

ويقصد بذلك التأكد من أن استمارة الاستبيان التي تم إعدادها سوف تقيس ما أعدت لقياسه أو شمولها على العناصر التي يجب أن تدخل في التحليل من ناحية، ووضوح فقراتها ومفرداتها من ناحية أخرى، وقد تم التأكد من صدق أداة الدراسة من خلال عرضها على الأستاذ المشرف للتحكيم واستاذ آخر في قسم المالية وفقا لسلم ليكارت الخماسي¹. وهو ما يوضحه الجدول الموالي:

جدول رقم (07): معايير تحديد الاتجاه

المتوسط المرجح	[1,79-1]	[2,59-1,80]	[3,39-2,60]	[4,19-3,40]	[5-4,20]
اتجاه الإجابة	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة
المستوى	منخفض جدا	منخفض	متوسط	مرتفع	مرتفع جدا

المصدر: بوقفلول الهادي، تحليل البيانات باستخدام spss، ندوة علمية، جامعة باجي مختار، عنابة، 2013، ص: 24.

3- ثبات أداة الدراسة

تم توزيع عدد من استمارات الاستبيان وعددها 43 على مجتمع الدراسة وللتأكد من ثباتها ، تم استخدام معامل الثبات ألفا كرونباخ ألفا (Cronbach's Alpha) للإتساق الداخلي لمتغيرات الدراسة التابعة والمستقلة، وكانت النتائج كما هي موضحة في الجدول التالي:

¹ - الملحق رقم (01).

الجدول رقم (08): قيمة معامل الثبات للاتساق الداخلي لمتغيرات الدراسة

معامل الثبات ألفا كرونباخ (%)	اسم المتغير	رقم الفقرة في استمارة الاستبيان
61.1	واقع الخدمة البنكية	من الفقرة 01 إلى 20
65.1	الثقافة الائتمانية	من الفقرة 21 إلى 40
67.7	معامل الثبات الكلي	من الفقرة 01 إلى 40

المصدر: تم إعداده بناء على نتائج التحليل الإحصائي¹.

يلاحظ من الجدول رقم (08) أن معاملات الثبات لجميع متغيرات الدراسة إيجابية، حيث بلغ معامل الثبات لكافة فقرات أداة الدراسة 67.7%، وأيضاً كانت معدلات باقي المحاور أعلى من نسبة الدلالة (60%) وهي نسبة ثبات عالية ومقبولة لأغراض إجراء الدراسة، لذا يمكن اعتماد استمارة الاستبيان.

المطلب الثالث: الأساليب الإحصائية المستخدمة لتحصيل البيانات

استخدمت للحصول على مؤشرات عامة عن خصائص مجتمع الدراسة، المعاملات الآتية والمتمثلة في:

1- معامل الارتباط البسيط بيرسون (Pearson): لقياس درجة الارتباط والعلاقة بين متغيرات الدراسة.

$$r = \frac{1}{n} \sum \left(\frac{x - \bar{x}}{s_x} \right) \left(\frac{y - \bar{y}}{s_y} \right)$$

n: عدد المشاهدات

X_i : قيم المتغير الأول

Y_i : قسم المتغير الثاني

s_x : الانحراف المعياري للمتغير الأول

s_y : الانحراف المعياري للمتغير الثاني

¹ - أنظر الملحق رقم (03)

2- التكرارات والنسب المئوية

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

$$\frac{\text{تكرار المجموعة} \times 100}{\text{المجموع الكلي التكرارات}} = \text{النسبة المئوية}$$

3- معامل ألفا كرونباخ

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

$$a = \frac{n}{n-1} \left(1 - \frac{\sum vi}{vt} \right)$$

حيث:

A: يمثل ألفا كرونباخ.

N: يمثل عدد الأسئلة.

Vt: يمثل التباين في مجموع المحاور للاستمارة.

Vi: يمثل التباين لأسئلة المحاور.

4- **الوسط الحسابي (Mean):** مؤشر لترتيب البنود حسب أهميتها من وجهة نظر أفراد العينة

المختارة.¹

5- **الانحراف المعياري (Déviation Standard):** لمعرفة مدى تشتت القيم عن وسطها الحسابي.²

تم حسابها لتحديد استجابات أفراد الدراسة نحو محاور وأسئلة أداة الدراسة، حيث أن الانحراف

المتغيري عبارة عن مؤشر إحصائي يقيس مدى التشتت في التغيرات ويعبر عنه بالعلاقة الموالية:

$$\delta = \frac{\sqrt{\sum (Xi - \bar{X})^2}}{N}$$

6- **اختبار التوزيع الطبيعي: (Kolmogrov-Smirnov)**

استخدم لمعرفة نوع البيانات هل تتبع التوزيع الطبيعي أم لا، لأن إجراء بعض الاختبارات

الإحصائية يتطلب أن يكون توزيع البيانات يتبع التوزيع الطبيعي.

¹ عبد اللاه إبراهيم الفقي، الإحصاء التطبيقي باستخدام برنامج SPSS، دار الثقافة للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان، 2014، ص:ص: 142-95.

² إبراهيم مراد الدعمة ومازن حسن الباشا، أساسيات في علم الإحصاء مع تطبيقات SPSS، دار المناهج للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان، 2013، ص: 121.

7- الانحدار الخطي البسيط: (Simple Regression Analysis)

ويستخدم هذا الاختبار لتحديد تأثير المتغير المستقل على المتغير التابع.¹ ويتعلق بتحليل الانحدار بالتنبؤ بالمستقبل (غير معروف) اعتماداً على بيانات جمعت عن الماضي (المعروف)، فهو يحلل احد المتغيرات (المتغير التابع) متأثراً بعامل آخر أو أكثر من عامل مستقل، وقد تم استخدام تحليل الانحدار الخطي البسيط لتوضيح تشخيص واقع الثقافة الانتمانية ببنوك ولاية تبسة من خلال أبرز محدداتها.²

8- اختبار (One Sample t-test): يستخدم لاختبار فرضيات الدراسة، وقد تم اعتماد مستوى معنوية (0,05) لقبول الفرضيات أو رفضها، وهو من المستويات المعنوية المتفق عليها في اختبار الفرضيات.³

¹ - وليد عبد الرحمن خالد الفراء، تحليل بيانات الاستبيان باستخدام البرنامج الإحصائي SPSS، الندوة العالمية للشباب الإسلامي، إدارة البرامج والشؤون الخارجية، ص: 15 (تم تحميل الملف من الموقع: www.guidespss.com)

² - ثائر فيصل شاهر، اختبار الفرضيات الإحصائية، دار الحامد للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، 2013، ص: 71.

³ - نفس المرجع السابق، ص: 71.

المبحث الثالث: عرض نتائج الدراسة ومناقشتها

يتضمن هذا المبحث عرض وتفسير النتائج ومناقشتها من خلال ما تم التوصل إليه في أدوات الدراسة، إذ هدفت إلى معرفة واقع الثقافة الائتمانية في الجزائر بالتطبيق على مجموعة من بنوك ولاية تبسة، وسيتم التطرق إلى النقاط التالية:

✓ **المطلب الأول:** عرض وتحليل نتائج البيانات الشخصية والوظيفية؛

✓ **المطلب الثاني:** عرض وتحليل محاور الدراسة؛

✓ **المطلب الثالث:** نتائج اختبار فرضيات الدراسة.

المطلب الأول: عرض وتحليل نتائج البيانات الشخصية والوظيفية

تم توزيع استمارات الاستبيان على مجتمع الدراسة والتعرف على البيانات الشخصية والوظيفية لمجتمع الدراسة وفيما يلي تحليل لذلك.

أولاً: توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الخبرة المهنية

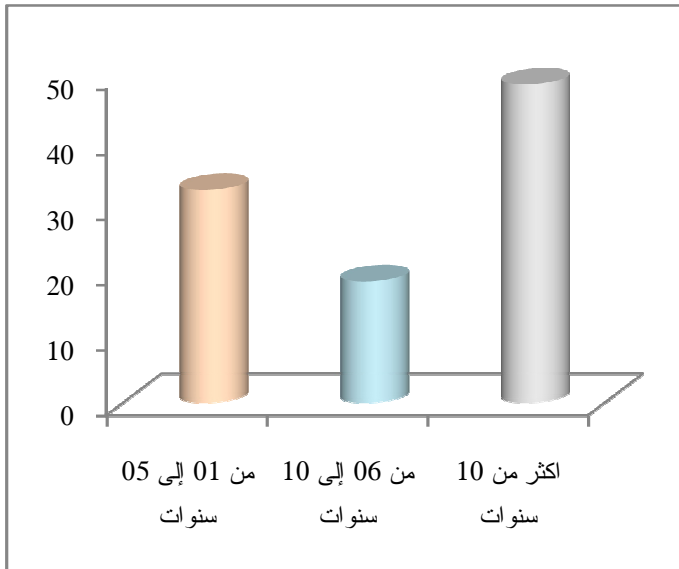
يوضح الجدول والشكل الموالين توزيع أفراد العينة وفقاً لمتغير الخبرة المهنية

شكل رقم (04): التوزيع البياني للعينة حسب متغير

جدول رقم (09): توزيع العينة حسب متغير

الخبرة المهنية

الخبرة المهنية



سبب اختيار المصرف	التكرار	النسبة %
من 01 إلى 05 سنوات	14	32.6
من 06 إلى 10 سنوات	8	18.6
أكثر من 10 سنوات	21	48.8
المجموع	43	100

المصدر: من إعداد الطلبة اعتماداً على نتائج الجدول

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على نتائج SPSS

يلاحظ من الجدول أعلاه أن أغلبية أفراد عينة الدراسة وفقاً لمتغير الخبرة المهنية كانوا من ضمن فئة (أكثر من 10 سنوات)، وذلك بنسبة قدرت بـ 48.8%، واحتلت الفئة (من 01 إلى 05 سنوات)، المرتبة الثانية بنسبة قدرت بـ: 32.6%، في حين احتلت الفئة (من 06 إلى 10 سنوات)

المرتبة الثالثة بنسبة قدرت بـ 18.6%، إجمالاً يمكن القول أن بنوك ولاية تبسة تتمتع بعامل خبرة مهم جداً قد يساعدها في تحسين أدائها.

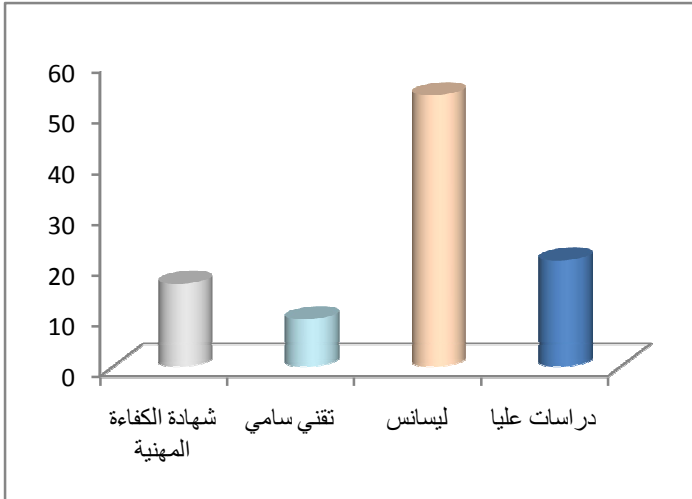
ثانياً: توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير المستوى الدراسي

يمثل الجدول والشكل الموالين توزيع العينة حسب متغير المستوى الدراسي

شكل رقم (05): التوزيع البياني للعينة حسب متغير

جدول رقم(10): توزيع العينة حسب متغير

المستوى الدراسي



المستوى الدراسي

المستوى الدراسي	التكرار	النسبة %
شهادة الكفاءة المهنية	7	16.3
تقني سامي	4	9.3
ليسانس	23	53.5
دراسات عليا	9	20.9
المجموع	43	100

المصدر: من إعداد الطلبة اعتماداً على نتائج الجدول

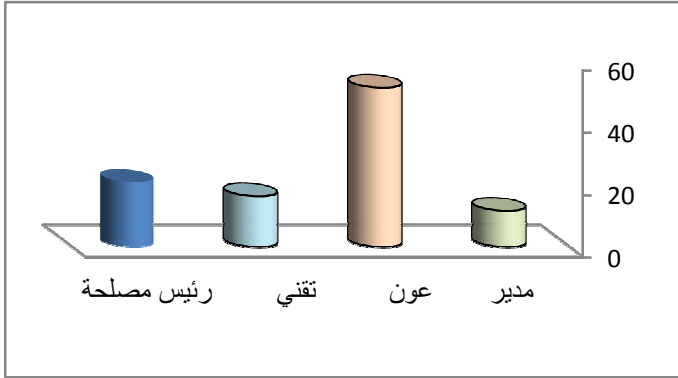
المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على نتائج SPSS

يتضح من خلال الجدول أعلاه أن النسبة الأعلى لعدد المبحوثين فيما يخص المستوى الدراسي كانت من ضمن مستوى الحاملين لشهادة (الليسانس)، وذلك بنسبة قدرت بـ 53.5%، وهو ما توضحه نتائج الجدول أعلاه، في حين سجلت فئة مستوى (دراسات عليا) نسبة قدرت بـ 20.9%، لتحتل في المرتبة الثالثة فئة (شهادات الكفاءة المهنية) وذلك بنسبة قدرت بـ 16.3% لكل منهما، واحتلت فئة (تقني سامي) المرتبة الأخيرة بنسبة هي الأضعف والتي قدرت بـ 9.3%، إجمالاً يمكن التأكيد على أن بنوك ولاية تبسة تعتمد بدرجة كبيرة على الكفاءات، وهو عامل مهم لكل مؤسسة تسعى للتطور وتعزيز المنافسة.

ثالثاً: توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الوظيفة الحالية

يوضح الجدول والشكل المواليين توزيع أفراد العينة وفقاً لمتغير الوظيفة

شكل رقم (06): التوزيع البياني للعينة حسب متغير الوظيفة الحالية



جدول رقم (11): توزيع العينة حسب متغير الوظيفة الحالية

الوظيفة الحالية	التكرار	النسبة %
مدير	5	11.6
رئيس مصلحة	9	20.9
تقني	7	16.3
عون	22	51.2
المجموع	30	100

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على نتائج SPSS

يلاحظ من الجدول أعلاه أن أغلبية أفراد عينة الدراسة وفقاً لمتغير الوظيفة يشغلون مناصب (عون)، حيث احتلت هذه الفئة المرتبة الأولى بنسبة قدرت بـ 51.2%، واحتلت فئة (رئيس مصلحة) المرتبة الثانية بنسبة قدرت بـ: 20.9%، وجاءت الفئة (تقني) في المرتبة الثالثة بنسبة قدرت بـ: 16.3%

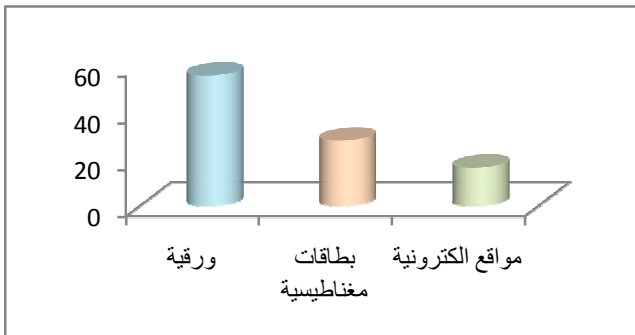
لتأتي في المرتبة الرابعة فئة (مدير) بنسبة قدرت بـ: 11.6%، ويمكن تفسير هذه النسب بما يتوافق والتخصصات العلمية وكذا نوع الوظائف المتاحة بالبنوك.

رابعاً: توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير نوع الخدمة

يوضح الجدول والشكل المواليين توزيع أفراد العينة وفقاً لمتغير الخبرة المهنية

شكل رقم (07): توزيع للعينة حسب متغير

نوع الخدمة البنكية



جدول رقم (12): توزيع العينة حسب متغير

نوع الخدمة البنكية

نوعية الخدمة البنكية	التكرار	النسبة %
ورقية	24	55.8
بطاقات مغناطيسية	12	27.9
مواقع الكترونية	7	16.3
المجموع	30	100

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على نتائج SPSS

يلاحظ من الجدول أعلاه أن أغلبية أفراد عينة الدراسة يستخدمون المعاملات الورقية في تعاملهم مع بنوك ولاية تبسة، حيث سجل هذا الخيار نسبة هي الأعلى قدرت بـ: 55.8%، وقد احتلت

فئة منيستخدمون (البطاقات المغناطيسية) المرتبة الثانية بنسبة قدرت بـ: 27.9%، واحتلت فئة من يقومون بالمعاملات عبر (المواقع الالكترونية) المرتبة الأخيرة بنسبة قدرت بـ 16.3%، إجمالاً يمكن القول أن عامل عدم ثقة مختلف العملاء في المعاملات الالكترونية وعدم إلمامهم بكيفيات استخدام مختلف التقنيات الالكترونية، جعل المعاملات الورقية تتصدر نوعية الخدمة المقدمة.

المطلب الثاني: تحليل نتائج متغيرات الدراسة

ويمكن توضيح أهم النتائج وفقاً لما يلي:

1- تحليل نتائج المتغير المستقل (واقع الخدمة البنكية)

وسيتم تفصيل إجابات أبعاد المتغير المستقل كما يلي:

والذي يشمل ثلاث أبعاد يمكن اختبارها من خلال المتوسط الحسابي والانحراف المعياري.

1-2- نتائج إجابات المبحوثين فيما يخص بعد التسهيلات البنكية .

الجدول الموالي يوضح نتائج إجابات العينة حول مدى توافر التسهيلات البنكية ببنوك ولاية

تبسة.

جدول رقم (13): تحليل آراء العينة تجاه بعد التسهيلات البنكية

رقم	العبرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الدرجة	الاتجاه	المستوى
01	الشبابيك على مستوى الوكالة موجودة وبعدهد كافي؛	2.21	0.965	6	غير موافق	منخفض
02	تعتمد الوكالة كثيرا على الشبابيك الفردية؛	2.19	0.932	7	غير موافق	منخفض
03	توافر شبابيك مختصة في التوجيه والاستقبال فقط؛	2.28	0.908	5	غير موافق	منخفض
04	يوجد تسهيلات في أقساط التسديد للعميل مهما كان نوعه " دائم، مؤقت"؛	2.42	0.763	4	غير موافق	منخفض
05	تحرص الوكالة على تقليص زمن إجراء المعاملة ودراسة الملفات بسرعة ؛	2.58	0.763	2	غير موافق	منخفض
06	تتوفر الوكالة على مطويات إرشادية وتوجيهية لمساعدة العملاء؛	2.67	0.644	1	محايد	متوسط
07	تُدعم الوكالة بأنظمة خاصة بالضمانات لكل معاملة مالية؛	2.44	0.734	3	غير موافق	منخفض

	موافق				
منخفض	غير موافق	/	0.465	2.39	إجمالي البعد الأول

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على نتائج SPSS

من خلال الجدول يتضح أن هناك مستوى منخفض لدرجة رضا المبحوثين في بنوك ولاية تبسة، عن عبارات بعد التسهيلات البنكية، حيث تم تسجيل متوسط حسابي منخفض والذي قدر بـ 2.39 وانحراف معياري (0.465)، والملاحظ أن قيمة هذا المتوسط تنتمي إلى المجال [1.80-2.59] حسب مقياس ليكارت الخماسي المستخدم، وعليه فإن درجة الموافقة في هذا البعد تتجه نحو الدرجة (غير موافق)، وبنسب منخفضة، وقد اتجهت عينة الدراسة نحو الحياد فيما يتعلق بالعبرة (06)، وهو ما يعني أن عينة الدراسة ترى بأن الوكالة يمكن أن تتوفر في أحيان على مطويات إرشادية وتوجيهية لمساعدة العملاء، إجمالاً وبشكل عام نلاحظ أن عينة الدراسة لم توافق على توفر بعد التسهيلات البنكية ببنوك ولاية تبسة.

2-2- نتائج إجابات المبحوثين فيما يخص بعد سلوك العميل

الجدول الموالي يوضح نتائج إجابات العينة حول مدى توافر بعد سلوك العميل ببنوك ولاية

تبسة جدول رقم (14): تحليل آراء العينة تجاه بعد سلوك العميل

الرقم	العبرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الدرجة	الاتجاه	المستوى
08	يلتزم العميل بتوجيهات العون على مستوى الوكالة.	2.21	0.861	4	غير موافق	منخفض
09	يستفسر العميل دوماً عن الخدمات الجديدة في الوكالة.	2.26	0.759	3	غير موافق	منخفض
10	العملاء الدائمون لهم دراية كافية بكل خدمات الوكالة ومنتجاتها.	2.40	0.821	2	غير موافق	منخفض
11	يحسن العميل عادة استخدام تكنولوجيا عبر مختلف وسائط "هاتف، الإنترنت".	1.70	0.860	7	غير موافق بشدة	منخفض جدا
12	يفضل العميل الوسائل التقليدية في إتمام المعاملة على الوسائل الحديثة.	2.49	0.736	1	غير موافق	منخفض

13	يتمتع العميل بثقة تامة في التعامل مع الوكالة خاصة في حالة وجود تعثر؛	1.91	0.811	6	غير موافق	منخفض
14	العميل على علم بكافة تحديثات وتغيرات التي تطرأ على منتجات وخدمات المالية.	1.95	0.754	5	غير موافق	منخفض
إجمالي البعد الثاني		2.12	0.342	/	غير موافق	منخفض

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على نتائج SPSS

من خلال الجدول يتضح أن هناك مستوى منخفض لدرجة رضا المبحوثين في بنوك ولاية تبسة، عن عبارات بعد سلوك العميل، حيث تم تسجيل متوسط حسابي منخفض والذي قدر بـ 2.12 وانحراف معياري (0.342) الذي يشير إلى عدم وجود اختلاف كبير بين توجهات عينة الدراسة نحو عبارات هذا البعد، والملاحظ أن قيمة هذا المتوسط تنتمي إلى المجال [1.80-2.59] حسب مقياس ليكارت الخماسي المستخدم، وعليه فإن درجة الموافقة في هذا البعد تتجه نحو الدرجة (غير موافق)، وبنسب منخفضة، وقد اتجهت عينة الدراسة نحو عدم الموافقة وبشدة فيما يتعلق بالعبارات (11)، وهو ما يعني أن عينة الدراسة تؤكد رفضها وبشدة أن العملاء يحسنون عادة استخدام التكنولوجيا عبر مختلف الوسائط "هاتف، انترنت". إجمالاً وبشكل عام نلاحظ أن عينة الدراسة لم توافق على توفر بعد سلوك العميل بينوك ولاية تبسة.

2-3- نتائج إجابات المبحوثين فيما يخص بعد استخدام التكنولوجيا الحديثة

الجدول الموالي يوضح نتائج إجابات العينة حول مدى توافر بعد استخدام التكنولوجيا الحديثة بينوك ولاية تبسة.

جدول رقم (15): تحليل آراء العينة تجاه بعد استخدام التكنولوجيا الحديثة

رقم	العبرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الدرجة	الاتجاه	مستوى
15	تعتمد الوكالة على مواقع الكترونية متخصصة للتعريف والوصول إلى الخدمة	2.26	0.848	2	غير موافق	منخفض
16	تتوفر الوكالة على جهاز موزع للأوراق النقدية حتى خارج أوقات العمل؛	2.30	0.887	1	غير موافق	منخفض
17	تعتمد الوكالة على التنوع في البطاقات الائتمانية؛	2.09	0.840	6	غير موافق	منخفض

18	يتم التركيز على نوع وحيد من بطاقات الدفع خاصة بتسديد الائتمان.	2.12	0.851	5	غير موافق	منخفض
19	تتوفر الوكالة على أنظمة تسوية الكترونية للمعاملات؛	2.19	0.906	3	غير موافق	منخفض
20	تتوفر الوكالة على بطاقات مسبقة الدفع؛	2.16	0.949	4	غير موافق	منخفض
إجمالي البعد الثالث		2.18	0.436	/	غير موافق	منخفض

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على نتائج SPSS

من خلال الجدول يتضح أن هناك مستوى منخفض لدرجة رضا المبحوثين في بنوك ولاية تبسة، عن عبارات بعد استخدام التكنولوجيا الحديثة، حيث تم تسجيل متوسط حسابي منخفض والذي قدر بـ 2.18 وانحراف معياري (0.436) الذي يشير إلى عدم وجود اختلاف كبير بين توجهات عينة الدراسة نحو عبارات هذا البعد، والملاحظ أن قيمة هذا المتوسط تنتمي إلى المجال [-1.80- 2.59] حسب مقياس ليكارت الخماسي المستخدم، وعليه فإن درجة الموافقة في هذا البعد تتجه نحو الدرجة (غير موافق)، وبنسب منخفضة. إجمالاً وبشكل عام نلاحظ أن عينة الدراسة لم توافق على توفر بعد استخدام التكنولوجيا الحديثة بينوك ولاية تبسة.

2- تقييم إجمالي بيانات المحور المستقل (واقع الخدمة البنكية)

جدول رقم (16): تحليل آراء المبحوثين تجاه المحور المستقل (واقع الخدمة البنكية)

المتغير التابع	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الدرجة	الاتجاه	المستوى
كفاءة رأس المال					
بعد التسهيلات البنكية	2.39	0.465	1	غير موافق	منخفض
بعد سلوك العميل	2.12	0.342	3	غير موافق	منخفض
بعد استخدام التكنولوجيا الحديثة	2.18	0.436	2	غير موافق	منخفض
المتوسط العام للمحور	2.62	0.252	/	غير موافق	منخفض

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على نتائج SPSS

يلاحظ من الجدول أعلاه أن إجمالي اتجاهات إجابات عينة الدراسة حول مختلف أبعاد واقع الخدمة البنكية كانت باتجاه غير موافق وبمستوى منخفض، حيث بلغ المتوسط الحسابي العام 2.62 وانحراف معياري قدر بـ 0.252 هذا الانحراف الذي يشير إلى عدم وجود اختلاف كبير بين

إجابات وتوجهات العينة نحو عبارات هذا المحور، وهو ما يدل أن محور واقع الخدمة البنكية غير محقق ببنوك ولاية تبسة-، وذلك حسب اتجاه عينة الدراسة.

3- تحليل نتائج المتغير التابع (الثقافة الائتمانية)

فيما يلي سيتم توضيح مدى توافر الثقافة الائتمانية ببنوك ولاية تبسة، كما هو موضح في

الجدول الموالي:

جدول رقم (17): تحليل آراء العينة تجاه محور الثقافة الائتمانية

الرقم	العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الدرجة	الاتجاه	المستوى
21	تشهد الوكالة زيادة في عدد المعاملات من سحب وإيداع؟	2.51	0.736	6	غير موافق	منخفض
22	تشهد وكالة توسع في منح الائتمان.	2.42	0.823	7	غير موافق	منخفض
23	هناك أولوية في التعامل مع ذوي الدخل المرتفع على الدخل المنخفض؟	2.58	0.663	3	غير موافق	منخفض
24	تركز البنك على إظهار التعليمات والقوانين بشكل ضمني للعملاء؟	2.53	0.667	4	غير موافق	منخفض
25	تحرص الوكالة على تحديد معايير خاصة بتقديم الخدمة للعميل؟	2.21	0.804	13	غير موافق	منخفض
26	التركيز على السعر في المعاملة المالية يمثل آخر اهتمام الوكالة؟	1.81	0.852	19	غير موافق	منخفض
27	أي معلومة في الوكالة الخاصة بالمعاملات تكون متاحة للطرفين؟	2.23	0.782	12	غير موافق	منخفض
28	يتم التركيز على عنصر السرية في إتمام المعاملة المالية؟	2.60	0.623	1	غير موافق	منخفض
29	توجد تعليمات ومعايير رقابية لمعاملة العملاء بشفافية وعدالة؟	2.51	0.703	5	غير موافق	منخفض
30	تتبع سلوكيات الوكالة اتجاه مختلف الأطراف من القاعدة وليس القمة.	1.98	0.859	18	غير موافق	منخفض
31	تحرص الوكالة على أن جميع منتجات التي يحتاجها العميل تكون متاحة؟	2.28	0.826	10	غير موافق	منخفض
32	يتم النظر في الوكالة إلى تحقيق الأرباح قبل تطلعات العميل؟	2.33	0.808	9	غير موافق	منخفض

	موافق					
33	تسهل الوكالة إلى ضمان المرونة في التعامل كمدخل لزيادة الأرباح؛	2.26	0.848	11	غير موافق	منخفض
34	تتحمل الوكالة المسؤولية الكاملة في حالة الخطأ؛	2.14	0.861	15	غير موافق	منخفض
35	تكون مسؤولية مشتركة بين بنك وعميل في حالة ظروف خارج نطاق وكالة؛	2.14	0.743	14	غير موافق	منخفض
36	الشفافية والوضوح أمر مطلوب في كل معاملة مع العميل.	2.58	0.626	2	غير موافق	منخفض
37	يتم تركيز على عنصر استباقية في وكالة لفهم تطلعات العميل المستقبلية؛	2.05	0.815	16	غير موافق	منخفض
38	كسر القواعد إن لزم الأمر لكسب رضا العميل الدائم؛	1.79	0.861	20	غير موافق	منخفض
39	تلتزم الوكالة بروح التطوع أحيانا؛	2.05	0.815	17	غير موافق	منخفض
40	تركز الوكالة على الشفافية في الأعباء والمصاريف الائتمانية؛	2.35	0.686	8	غير موافق	منخفض
إجمالي محور الثقافة الائتمانية		2.26	0.280	/	غير موافق	منخفض

المصدر: من إعداد الطلبة بالاعتماد على نتائج SPSS

من خلال الجدول يتضح أن هناك مستوى منخفض لدرجة رضا المبحوثين في بنوك ولاية تبسة، عن عبارات محور الثقافة الائتمانية، حيث تم تسجيل متوسط حسابي منخفض والذي قدر بـ 2.39 وانحراف معياري (0.280) هذا الانحراف الذي يشير إلى عدم وجود اختلاف كبير بين إجابات وتوجهات العينة نحو عبارات هذا المحور، والملاحظ أن قيمة هذا المتوسط تنتمي إلى المجال [1.80-2.59] حسب مقياس ليكارت الخماسي المستخدم، وعليه فإن درجة الموافقة في هذا البعد تتجه نحو الدرجة (غير موافق)، وبنسب منخفضة، وقد اتجهت عينة الدراسة نحو عدم الموافقة وبشدة وبمستوى منخفض جدا، فيما يتعلق بالعبارة (38)، وهو ما يعني أن عينة الدراسة ترى بأنه لا يتم كسر القواعد إن لزم الأمر لكسب رضا العميل الدائم، إجمالاً وبشكل عام نلاحظ أن عينة الدراسة لم توافق على توفر محور الثقافة الائتمانية ببنوك ولاية تبسة.

المطلب الثالث: نتائج اختبار فرضيات الدراسة.

من خلال هذا المطلب سيتم اختبار الفرضية الرئيسية للدراسة، وبالتالي سيتم رفض أو قبول فرضيات الدراسة.

أولاً- اختبار التوزيع الطبيعي

قبل تطبيق تحليل الانحدار لاختبار الفرضية الرئيسية تم إجراء اختبار (Kolmogrov-simirnov) من أجل ضمان ملائمة البيانات لافتراضات تحليل الانحدار او بعبارة اخرى للتحقق من مدى اتباع البيانات للتوزيع الطبيعي (Normal Distribution) كاختبار ضروري للفرضيات لأن معظم الاختبارات المعملية تشترط أن يكون توزيع البيانات طبيعياً.

و قد تم إجراء الاختبار بعد توزيع كل الاستثمارات وجمعها من قبل أفراد عينة الدراسة، وكانت نتائج كما يوضحها الجدول التالي:

الجدول رقم (18): نتائج اختبار التوزيع الطبيعي

محتوى المحور	قيمة Z	مستوى الدلالة (sig)	محاور الاستبيان
تشخيص واقع الخدمة البنكية من خلال عدة محددات	1.187	0.120	المحور الأول
الثقافة الائتمانية	1.146	0.144	المحور الثاني
	0.807	0.533	الاستبيان ككل

المصدر: من إعداد الطالبين بناء على مخرجات برنامج spss

يتضح من خلال نتائج الجدول أعلاه أن قيمة مستوى الدلالة لكل محور وكذا الإجمالي أكبر من (0.05)، أي أن مستوى الدلالة أكبر من 5%، وهذا يدل على أن البيانات تتبع التوزيع الطبيعي ويمكن استخدام الاختبارات المعلمية.

ثانياً- عرض وتحليل نتائج اختبار الفرضيات الفرعية للانحدار البسيط بين المتغير المستقل وأبعاده مع المتغير التابع

أ. اختبار الفرضيات الفرعية

لإجراء اختبار الفرضيات يتم وضع الفرضية قيد الاختبار ومنه تحتمل الرفض أو القبول وفقاً

لما يلي:

تقبل الفرضية الصفرية H_0 : عدم توافر أو تشخيص ضعيف ذو دلالة إحصائية إذا كان مستوى الدلالة α أكبر 0,05.

تقبل الفرضية البديلة H_1 : توافر أو تشخيص قوي ذو دلالة إحصائية إذا كان مستوى الدلالة α أصغر أو يساوي 0,05.

سيتم عرض وتفسير النتائج ومناقشة الفرضيات الفرعية أجل معرفة العلاقة بين (التسهيلات البنكية، سلوك العميل، واقع استخدام التكنولوجيا الحديثة) والثقافة الائتمانية بينوك ولاية -تيسة-، و لاختبار الفرضيات الفرعية تم الاعتماد على نتائج تحليل الانحدار الخطي البسيط ($Y = ax + b$) الذي يسمح بدراسة إمكانية وجود علاقة بين المتغير المستقل بمختلف أبعاده مع المتغير التابع، كما تم الاعتماد على معامل الارتباط (R) لمعرفة طبيعة العلاقة (طردية أو عكسية) عند مستوى دلالة (0.05) $\alpha \leq$ وقد تم حساب معامل التحديد (R^2) لمعرفة نسبة تفسير المتغير المستقل بمختلف أبعاده للمتغير التابع. ويمكن توضيح نتائج اختبار الفرضيات الفرعية من خلال الجدول التالي:¹

الجدول رقم (19): نتائج اختبار الفرضيات الفرعية

المتغيرات المستقلة	المتغير التابع	ثابت الانحدار (α)	معامل ارتباط (R)	معامل التحديد (R^2)	قيمة (t)	القيمة المحسوبة (F)	مستوى الدلالة (sig)
التسهيلات البنكية	الثقافة الائتمانية	0.127	0.212	0.045	1.386	1.921	0.173
سلوك العميل		0.067	0.082	0.007	0.528	0.279	0.600
واقع استخدام التكنولوجيا		0.171	0.266	0.071	1.769	3.128	0.084

المصدر: تم إعداده بناء على نتائج التحليل الإحصائي.

يتضح من خلال نتائج تحليل الانحدار البسيط الذي استخدم لمعرفة ما إذا كان هناك تأثير للمتغير المستقل على المتغيرات الجزئية التابعة، حيث تبين أنه:

1-1- الفرضية الفرعية الأولى

من خلال نتائج الجدول تم التوصل لقبول:

¹ - الملحق رقم (03).

- الفرضية التالية: أي وجود ارتباط ضعيف عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$) لواقع التسهيلات البنكية على مع الثقافة الائتمانية في بنوك ولاية تبسة، وذلك من خلال نتائج تحليل الانحدار الخطي البسيط الذي أستخدم لمعرفة العلاقة بين المتغيرين، ومنه تبين أنه لا يوجد هناك أثر أو دور ذو دلالة إحصائية، حيث بلغت قيمة معامل الانحدار لثابت ألفا (0.127) وبلغ معامل الارتباط بين المتغيرين (0.212)، وهو ارتباط ضعيف جدا، ومن خلال هذه المعاملات - معامل الانحدار والارتباط - يتضح عدم توافر للتسهيلات البنكية مما يؤثر سلبا على عدم وجود ثقافة الائتمانية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$)، وهذا ما بينه اختبار (T)، ومنه يتضح أن الثقافة الائتمانية لا تتحقق بشكل جيد من خلال بعد التسهيلات البنكية ببنوك ولاية تبسة، أما القابلية التفسيرية لنموذج الانحدار المتمثلة في معامل التحديد (R^2) فقد بلغت (0.045) مما يعني أن نسبة (4.5%) فقط من التغيرات في الثقافة الائتمانية ترجع لبعدها التسهيلات البنكية، كما أظهر اختبار (F) بأن نموذج الانحدار بشكل عام ليست له دلالة إحصائية.

كما أن مستوى الدلالة بلغ (0.173) وهو أكبر من مستوى المعنوية (0.05) وبهذه النتائج تقبل الفرضية الصفرية الموالية:

لا توجد مساهمة ذات دلالة معنوية $\alpha = 0.05$ للتسهيلات البنكية وتشخيص واقع الثقافة الائتمانية في الوكالات البنكية المحلية لولاية تبسة؛

1-2- الفرضية الفرعية الثانية

من خلال نتائج الجدول تم التوصل لقبول:

- الفرضية التالية: أي أنه لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$) لسلوك العميل على الثقافة الائتمانية في بنوك ولاية تبسة، وذلك من خلال نتائج تحليل الانحدار الخطي البسيط الذي أستخدم لمعرفة العلاقة بين المتغيرين، ومنه تبين أنه لا يوجد هناك أثر أو دور ذو دلالة إحصائية، حيث بلغت قيمة معامل الانحدار لثابت ألفا (0.067) وبلغ معامل الارتباط بين المتغيرين (0.082)، وهو ارتباط ضعيف جدا، ومن خلال هذه المعاملات - معامل الانحدار والارتباط - يتضح أنه لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$)، لسلوك العميل على الثقافة الائتمانية وهذا ما بينه اختبار (T)، ومنه يتضح أن الثقافة الائتمانية لا تتحقق بشكل جيد من خلال بعد

السلوك العميل بنوك ولاية تبسة، أما القابلية التفسيرية لنموذج الانحدار المتمثلة في معامل التحديد (R^2) فقد بلغت (0.007) مما يعني أن نسبة (0.7%) فقط من التغيرات في الثقافة الائتمانية ترجع لبعده سلوك العميل، وقد أظهر اختبار (F) بأن نموذج الانحدار بشكل عام ليست له دلالة إحصائية.

كما أن مستوى الدلالة بلغ (0.600) وهو أكبر من مستوى المعنوية (0.05) وبهذه النتائج تقبل الفرضية الصفرية الموالية:

لا توجد مساهمة ذات دلالة معنوية $\alpha=0.05$ لسلوك العملاء وتشخيص واقعاثقافة ائتمانية في الوكالات البنكية المحلية لولاية تبسة؛

3-1- الفرضية الفرعية الثالثة

من خلال نتائج الجدول تم التوصل لقبول:

- الفرضية التالية: أي أنه لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$) لاستخدام التكنولوجيا الحديثة على الثقافة الائتمانية في بنوك ولاية تبسة، وذلك من خلال نتائج تحليل الانحدار الخطي البسيط الذي أستخدم لمعرفة العلاقة بين المتغيرين، ومنه تبين أنه لا يوجد هناك أثر أو دور ذو دلالة إحصائية، حيث بلغت قيمة معامل الانحدار للثابت ألفا (0.171) وبلغ معامل الارتباط بين المتغيرين (0.266)، وهو ارتباط ضعيف بين المتغيرين، ومن خلال هذه المعاملات - معامل الانحدار والارتباط - يتضح أنه لا يوجد أثر أو دور ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) ، لاستخدام التكنولوجيا الحديثة على الثقافة الائتمانية وهذا ما بينه اختبار (T)، ومنه يتضح أن الثقافة الائتمانية لا تتحقق بشكل جيد من خلال بعد الاستخدام للتكنولوجيا الحديثة ببنوك ولاية تبسة، أما القابلية التفسيرية لنموذج الانحدار المتمثلة في معامل التحديد (R^2) فقد بلغت (0.071) مما يعني أن نسبة (7.1%) فقط من التغيرات في الثقافة الائتمانية ترجع لبعده استخدام التكنولوجيا الحديثة، وقد أظهر اختبار (F) بأن نموذج الانحدار بشكل عام ليست له دلالة إحصائية.

كما أن مستوى الدلالة بلغ (0.084) وهو أكبر من مستوى المعنوية (0.05) وبهذه النتائج تقبل الفرضية الصفرية الموالية:

لا توجد مساهمة ذات دلالة معنوية $\alpha=0.05$ لاستخدام التكنولوجيا الحديثة وتشخيص واقع الثقافة الائتمانية في الوكالات البنكية المحلية لولاية تبسة؛

ثالثاً: عرض وتحليل نتائج اختبار الفرضية الرئيسية

1- اختبار الفرضية الرئيسية

ويمكن تمثيل أهم نتائجها من خلال الجدول التالي:¹

الجدول رقم (20): نتائج اختبار الفرضية الرئيسية

المتغير المستقل	المتغير التابع	ثابت الانحدار (α)	معامل الارتباط (R)	معامل التحديد (R^2)	قيمة (t)	القيمة المحسوبة (F)	مستوى الدلالة (sig)
تشخيص واقع الخدمة البنكية من خلال محددات	الثقافة الائتمانية	0.321	0.290	0.084	1.938	3.758	0.059

المصدر: تم إعداده بناء على نتائج التحليل الإحصائي.

- الفرضية الصفرية: لا توجد مساهمة ذات دلالة معنوية $\alpha=0.05$ بين الطرفين (مصرف

- عميل) وتشخيص واقع الثقافة الائتمانية في الوكالات البنكية المحلية لولاية تبسة.

- الفرضية البديلة: توجد مساهمة ذات دلالة معنوية $\alpha=0.05$ بين الطرفين (مصرف -

عميل) وتشخيص واقع الثقافة الائتمانية في الوكالات البنكية المحلية لولاية تبسة.

من خلال نتائج الجدول تم التوصل لقبول:

الفرضية البديلة: لا توجد مساهمة ذات دلالة معنوية $\alpha=0.05$ بين الطرفين (مصرف - عميل)

وتشخيص واقع الثقافة الائتمانية في الوكالات البنكية المحلية لولاية تبسة؛ وذلك من خلال نتائج تحليل

الانحدار الخطي البسيط الذي أستخدم لمعرفة العلاقة بين المتغيرين، ومنه تبين أنه لا يوجد هناك أثر

أو دور ذو دلالة إحصائية، حيث بلغت قيمة معامل الانحدار لثابت ألفا (0.321) وبلغ معامل الارتباط

بين المتغيرين (0.290)، وهو ارتباط ايجابي لكنه ضعيف بين المتغيرين، ومن خلال هذه المعاملات

¹ - الملحق رقم (03).

- معامل الانحدار والارتباط - يتضح أنه لا يوجد أثر أو دور ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة $(\alpha \leq 0.05)$ ، لواقع الثقافة الائتمانية مع مجموع المحددات من تسهيلات بنكية وسلوك العملاء وكذلك استخدام التكنولوجيا وهذا ما بينه اختبار (T)، ومنه يتضح أن الثقافة الائتمانية لا تتحقق بشكل جيد من خلال محور واقع الثقافة الائتمانية ببنوك ولاية تبسة، أما القابلية التفسيرية لنموذج الانحدار المتمثلة في معامل التحديد (R^2) فقد بلغت (0.084) مما يعني أن نسبة (8.4%) فقط من التغيرات في تشخيص الثقافة الائتمانية، وقد أظهر اختبار (F) بأن نموذج الانحدار بشكل عام ليست له دلالة إحصائية.

كما أن مستوى الدلالة بلغ (0.059) وهو أكبر من مستوى المعنوية (0.050) وبهذه النتائج تقبل الفرضية الصفرية المولية:

" لا توجد مساهمة ذات دلالة معنوية $\alpha = 0.05$ بين الطرفين (مصرف - عميل) وتشخيص

واقع الثقافة الائتمانية في الوكالات البنكية المحلية لولاية تبسة.

"ويمكن كتابة العلاقة بين واقع الثقافة الائتمانية ومحدداتها التعريفية في شكلها الرياضي من خلال المعادلة الخطية للانحدار كما يلي: $Y = 0.321x + 0.290$ ، حيث أن:

X:مجموع محددات تشخيص واقع الخدمة البنكية؛

Y:الثقافية الائتمانية.

وبالتالي ومن خلال تحليل نتائج التحليل الإحصائي تم برهنة على عدم توافر الثقافة الائتمانية من خلال أهم محدداتها من تسهيلات بنكية وسلوك العميل وكذلك استخدام التكنولوجيا ببنوك ولاية تبسة.

خلاصة:

اشتمل الفصل على الدراسة التطبيقية التي أجريت على مستوى الوكالات المحلية البنكية لولاية تبسة والتي كان الهدف منها إسقاط الجزء النظري لمتغيري الدراسة ساعدنا على التعرف على واقع الثقافة الائتمانية بولاية تبسة .

ومن أجل ذلك قمنا بدراسة اتجاهات وأراء مجتمع الدراسة، وقد أكدت الإجابات على أن على واقع الثقافة الائتمانية بولاية تبسة سلبيا، وفي الأخير تم استخدام الأدوات الإحصائية لتشخيص واقع الثقافة الائتمانية لولاية تبسة، واستنتجنا من خلال التحليل لا توجد مساهمة ذات دلالة معنوية $\alpha=0.05$ بين الطرفين (مصرف - عميل) وتشخيص واقع الثقافة الائتمانية في الوكالات البنكية المحلية لولاية تبسة.

خانمہ عامتہ

تلعب البنوك والمؤسسات المالية دورا متزايد في حياة الناس اليومية من ابسط الاحتياجات إلى أكثرها جموحا من الأفراد إلى المؤسسات ومن الرغبات الاستهلاكية إلى الإستثمارية البعيدة والقصيرة المدى، من الادخار إلى الاقتراض وذلك بوضع استراتيجيات منظمة وهادفة لتنظيم هذا النمو وضبطه ورسم السياسات التي تحقق أهداف هذا القطاع الواعد، وأيضا بوضع استراتيجيات تسويقية تهدف إلى نشر ثقافة الوعي البنكي وتعميق الثقة في البنوك والمؤسسات المصرفية، وهذا لا يتم إلا من خلال وضع برامج تثقيفية تهدف إلى توعية المجتمع لكافة العمليات البنكية تعريف بالبنك ومختلف الخدمات والتسهيلات التي يقدمها وضوابط التي تحكم ثقافة البنك.

حيث يتعين على البنوك والمؤسسات المصرفية أن تضع خطط وبرامج وآليات مناسبة لتطوير ونشر المعارف المالية والبنكية لعملائها الحاليين المحتملين، والسعي لرفع مستوى الوعي والتثقيف لديهم بما يمكنهم من التعرف على كافة الجوانب المتعلقة بما يقدم إليهم من خدمات أو منتجات بنكية، ومن ثم المساعدة في اتخاذ قرارات مدروسة، وتوجيههم إلى الجهة المناسبة التي يمكن من خلالها الحصول على المعلومات الإضافية إذا كانت لديهم حاجة إليها، وكما يتعين على البنوك التجارية تعريف الزبائن بحقوقهم ومسؤولياتهم وخاصة الزبائن الأفراد محدودي الدخل والتعليم، كما يتعين على البنوك والمؤسسات المصرفية أن تحرص على ممارسة وأداء عملها بأسلوب مهني وبمسؤولية مأخوذة في الاعتبار لتحقيق أفضل مصلحة للزبائن في كافة مراحل تعاملهم مع البنك أو المؤسسة المصرفية، مع تأكيد من توافر التدريب الكافي لموظفي البنك الذين يتواصلون مع الزبائن ويقدمون الخدمات البنكية لهم، ولهذا أصبح من الضروري على البنوك والمؤسسات المصرفية أن تهتم بتفعيل الثقافة البنكية وذلك بالقيام بالجهود اللازمة لتعريف بالخدمة المعروضة وإبراز مواصفاتها ومزاياها ، هذه الخدمات والحاجات التي يمكن أن تلبها ومن ثم دفع الزبائن إلى اتخاذ قراراتهم بالتعامل مع البنك أو المؤسسة المقصودة، وهذا يتحقق من خلال تصميم منظومة تشمل كافة الجهود المتعلقة بتفعيل الثقافة البنكية ونشر الوعي البنكي والتأثير على الزبائن وإثارة اهتمامهم وإقناعهم على سلوك ايجابي اتجاه البنك.

أولاً: نتائج الدراسة

وبعد تطرقنا للبحث بشقيه النظري والتطبيقي وقيامنا بالدراسة الاستثنائية لعينة من موظفي البنوك لدى الوكالات المحلية لولاية تبسة والاستعانة بالاستبيان وتفريغ معطياته في برنامج واستخدام أدوات التحليل الإحصائية لتحليل النتائج توصلنا إلى:

✓ نتائج اختبار الفرضيات : هذا ما قادنا إلى معالجة هذا الموضوع للإجابة على الإشكالية المطروحة وهي :

ما هو واقع الثقافة الائتمانية ومدى تشخيص مساهمة (بنك-عميل) في الوكالات البنكية المحلية لولاية تبسة؟

للإجابة على هذه الإشكالية طرحت بعض التساؤلات عززت هي الأخرى بفرضيات أولية تم اختبارها كالتالي:

• الفرضية الرئيسية : توجد مساهمة ذات دلالة معنوية $\alpha=0.05$ بين الطرفين (مصرف - عميل) وتشخيص واقع الثقافة الائتمانية في الوكالات البنكية المحلية لولاية تبسة.

يندرج ضمن الفرض الرئيسية جملة من الفرضيات الفرعية وهي:

• لا توجد مساهمة ذات دلالة معنوية $\alpha=0.059$ للتسهيلات البنكية وتشخيص واقع الثقافة الائتمانية في الوكالات البنكية المحلية لولاية تبسة؛ (فرضية صفرية)

• لا توجد مساهمة ذات دلالة معنوية $\alpha=0.06$ لسلوك العملاء وتشخيص واقع الثقافة الائتمانية في الوكالات البنكية المحلية لولاية تبسة؛(فرضية صفرية)

• لا توجد مساهمة ذات دلالة معنوية $\alpha=0.084$ لاستخدام التكنولوجيا الحديثة وتشخيص واقع الثقافة الائتمانية في الوكالات البنكية المحلية لولاية تبسة؛(فرضية صفرية)

مما سبق نخلص إلى الاستنتاجات التالية .:

- تكتفي إدارات البنوك خاصة العمومية منها بتقديم الخدمة فقط دون الحرص على المبادرة بتطويرها، و يرجع ذلك لمركزية البنوك الجزائرية وعدم فتح المجال أمام العصرية والمنافسة.

- مازالت سياسات الائتمان في البنوك الجزائرية تثير حفيظة واستياء عدة عملاء وتتسبب في إعاقة سير عدة مشاريع وعلى رأسها معدلات الفائدة المرتفعة على القروض، الضمانات .

- يسيطر على السوق المصرفية عدد صغير من البنوك التي تقتصر على البنوك العمومية وهذا منذ أزيد من 30 سنة من الإصلاحات، مما يعني أن البنوك تعمل بطريقة غير تنافسية في ظل ضعف البنوك الخاصة الأجنبية وهذا بدوره يؤدي إلى ضعف الثقافة الائتمانية لدى العملاء.

- ضعف مؤشر الكثافة المصرفية مما يعني انه توجد فجوة كبيرة بين الزبائن والخدمة المصرفية إذ أن العملاء لا يحصلون على خدمات مالية هم بحاجة إليها.

- عدم قدرة البنوك على تغيير الميل نحو الإيداع المصرفي نظرا لسلوك العملاء وإحجامهم على المعاملات الربوية ،مما دفع الحكومة إلى إصدار المرسوم الرئاسي 02—20 والمؤرخ في 20 رجب عام 1441 الموافق لـ 15 مارس سنة 2020 المتضمن النظام المحدد للعمليات البنكية المتعلقة بالصيرفة الإسلامية وقواعد ممارستها من طرف البنوك والمؤسسات المالية، وكذا شروط الترخيص المسبق لها من طرف بنك الجزائر .

- يرجع ضعف الثقافة الائتمانية إلى التغيرات في الأوضاع السياسية التي تلة إحداث 22 فيفري 2019 التي أثرت سلبا على سلوك العملاء من خلال أحجام العملاء على أيدع أموالهم لدى البنوك والاقتصار فقط على سحب الودائع.

- عدم كفاءة منظومتنا البنكية في استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال والعجز في الاعتماد على المعاملات الالكترونية الرقمية.

- نظرا لأزمة السيولة التي شهدتها البلاد ابتداء من الثلاثي الثاني من سنة 2020، هذا أدى إلى زعزعة الثقة بين البنك وعملاءه وهذا ما يؤثر سلبا على علاقة الثقافة البنكية لدى العملاء .

ثانيا: الاقتراحات

في ضوء النتائج السابقة التي تم التوصل إليها يمكن تقديم مجموعة من الاقتراحات التي تساهم في تعزيز نقاط القوة أو معالجة نقاط الضعف من اجل تحقيق الأهداف المرجوة لتقليل مفهوم الثقافة الائتمانية لدى الجمهور ، واهم هذه الاقتراحات :

- تكثيف البيئة المصرفية بمضاعفة عدد المصارف الخاصة والعمومية .
- التحسين المستمر في نوعية الخدمات إذ أن الإصلاح الواجب تطبيقه يمر عبر إعادة هيكلة البيئة المصرفية على المستويين التنموي والعملي من جهة والإسراع في تطوير دعائم الاتصالات الالكترونية الحديثة.

- إخضاع موظفي البنك لدورات تدريبية لتنمية قدراتهم لتوصيل صورة ذهنية أفضل للجمهور .
- على البنوك أن تقوم بتزويد النشرات التوعوية البنكية لفئات المواطنين المختلفة تجاه الخدمات البنكية.

- يجدر بالبنوك الاهتمام بالعلاقة بين موظفي البنك والعملاء لتدعيم وتكميل مفهوم الثقافة الائتمانية والتقليل ن خطر تسرب العملاء وبناء الثقة بين الطرفين..

- أن تقديم البنك لخصومات مالية وتخفيض في أسعار الفائدة على القروض وتسهيل الحصول على قروض مناسبة لاحتياجات العملاء يحقق عنصر المنفعة المالية لدى العميل وإدراكه لها ، وهذا بدوره يرفع مستوى ثقافة الائتمان لدى الجمهور .
- تعزيز منظومة استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال، والتوجه لرقمنة المعاملات المالية.
- تقديم خدمات استشارية للعملاء ومساعدتهم في اتخاذ قراراتهم المالية بطريقة سليمة.
- مواصلة الإصلاحات المالية والمصرفية والتركيز على تحديث أنظمة الدفع.

قائمة المراجع

أولاً: المراجع باللغة العربية

1- الكتب

- 1- إبراهيم الكراسنة، الإطار المفاهيمي لإدارة الائتمان لدى البنوك، صندوق النقد العربي، الإمارات العربية المتحدة، 2013 .
- 2- إبراهيم مراد الدعمة ومازن حسن الباشا، أساسيات في علم الإحصاء مع تطبيقات SPSS، دار المناهج للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان، 2013.
- 3- الخضيرى، محسن أحمد ، الديون المتعثرة "الظاهرة، الأسباب، العلاج"، ايتراك للنشر و التوزيع، القاهرة، 1996.
- 4- الزبيدي ،حمزة محمود، ادارة الائتمان المصرفي والتحليل الائتماني، الوراق للنشر والتوزيع، الأردن، 2002.
- 5- بدروي سفيان،ثقافة المقولة لدى الشباب الجزائري المقاول، مرجع سابق، 2015.
- 6- توفيق حسون، الدارة المالية قرارات الاستثمار وسياسات التمويل في المشروعات الاقتصادية، منشورات جامعة دمشق، سورية، 2004.
- 7- ثائر فيصل شاهر، اختبار الفرضيات الإحصائية، دار الحامد للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، 2013.
- 8- جميل أحمد توفيق، على شريف بقة، الإدارة المالية ، الدار الجامعية بيروت، 1998.
- 9- خالد الراوي، محمود السعد، مبادئ التسويق الحديث-إدارته-بحوثه-، الدار الجماهيرية للنشر، ليبيا، 1993.
- 10- خوري زياد، الثقافة المصرفية بوابة الإصلاح المصرفي، منشورات مؤسسة الثورة، دمشق، سوريا، 2007.
- 11- صلاح الدين حسن السيبي، قضايا مصرفية معاصرة ، دار الفكر العربي، ط1، القاهرة، 2004،
- 12- طارق طه، إدارة البنوك في بيئة العولمة والانترنت، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2007.
- 13- عادل احمد حشيش، أساسيات الاقتصاد النقدي والمصرفي: دراسة للمبادئ الحاكمة لاقتصاد النقود والبنوك والائتمان، دار الجامعة الجديدة، مصر، 2004.
- 14- عامر عبد العزيز، البنوك والإئتمان، المكتبة التجارية، مصر، 1979 .

- 15- عبد الحميد عبد المطلب، الإئتمان المصرفي ومخاطره، الشركة العربية المتحدة للتسويق، القاهرة، 2010.
- 16- عبد العزيز صالح بن مبتور، الإدارة الاستراتيجية إدارة جديدة في عالم متغير، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، 2004.
- 17- عبد اللاه إبراهيم الفقي، الإحصاء التطبيقي باستخدام برنامج SPSS، دار الثقافة للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان، 2014.
- 18- عبد المطلب عبد الحميد، اقتصاديات البنوك من الأساسيات إلى المستحدثات (منهج متكامل)، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2015.
- 19- عبد المطلب عبد الحميد، اقتصاديات البنوك من الأساسيات إلى المستحدثات (منهج متكامل)، الدار الجامعية، الإسكندرية، مصر 2015.
- 20- عوض بدير الحداد، تسويق الخدمات المصرفية، ط1، البيان للطبع و النشر، مصر، 1999.
- 21- محمد ابن احمد الأزهرى الهدوي أبو منصور، تهذيب اللغة، ت 370- تحقيق محمد عوض مرعب، دار حياء، سنة الإصدار، ص:280
- 22- محمد كمال الحمزاوي، اقتصاديات الائتمان المصرفي، دار المعارف، الإسكندرية، 1997.
- 23- محمود حمزة الزبيدي، إدارة الائتمان المصرفي والتحليل الائتماني، عمان، دار الوراق للنشر، 2002.
- 24- نادية شريف العمري، أضواء على الثقافة الإسلامية، مؤسسة الرسالة، طبعة 9، 2001.
- 25- هندي منير ابراهيم، ادارة البنوك التجارية:مدخل اتخاذ القرارات، المكتب العربي الحديث، الإسكندرية، مصر 1996 .
- 2- المذكرات والرسائل
- 1- بدروي سفيان، ثقافة المقولة لدى الشباب الجزائري المقاول، رسالة دكتوراه جامعة أبو بكر بلقايد كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية قسم العلوم الاجتماعية تلمسان الجزائر، 2015 .
- 2- شعشاع حاتم غازي، قياس جودة الخدمات المصرفية التي يقدمها بنك فلسطين المحدود في فلسطين من وجهة نظر العملاء، رسالة ماجستير، الجامعة الإسلامية، كلية التجارة، قسم إدارة الأعمال، فلسطين، 2004.

3- المجالات والملتقيات

1- بلعزام مبروك، محاضرات في القانون البنكي، جامعة محمد لمين دباغين سطيف 02، 2016-2017.

2- حماية المستهلك (العميل) في الخدمات المصرفية "اللجنة العربية للرقابة المصرفية صندوق النقد العربي، ورقة قدمت في الاجتماع السنوي الثاني والعشرين للجنة الذي عقد في أبوظبي، يومي 25-26 نوفمبر 2012.

3- زبير عياش، نسيم بكحيل، تطور وعصرنة الخدمات البنكية في ظل التوجه نحو اقتصاد المعرفة "حالة الجزائر"، مجلة ميلاف للبحوث والدراسات، العدد 05، جوان 2017.

4- كمال آيت زيان، حورية آيت زيان، الصيرفة الالكترونية في الجزائر، مداخلة ضمن فعاليات المؤتمر العلمي الخامس نحو مناخ استثماري و اعمال مصرفية الكترونية، جامعة فيلاديلفيا، عمان، الاردن، 04 و 05 جويلية 2007.

5- لطان بن محمد الصامل، الائتمان، مجلة سمة السعودية ، العدد 04 ، أكتوبر 2016 .

4- الواقع الالكتروني

1- سلطة النقد و القرض الفلسطينية ، الموقع <http://www.pma.ps> .

2- متاح على الموقع www.library.iugaza.ps

3- موقع بنك التجاري الفلسطيني الرابط [http / WWW.pcb.PS](http://WWW.pcb.PS) .

4- موقع بنك الرياض الرابط [http /WWW.riyadbank .com](http://WWW.riyadbank.com) .

5- موقع سلطة النقد الفلسطينية الرابط : [http //www .pma.ps/ar-eg /home.aspx](http://www.pma.ps/ar-eg/home.aspx) .

6- وليد عبد الرحمن خالد الفراء، تحليل بيانات الاستبيان باستخدام البرنامج الإحصائي SPSS، الندوة العالمية للشباب الإسلامي، إدارة البرامج والشؤون الخارجية. (تم تحميل الملف من الموقع:

(www.guidespss.com)

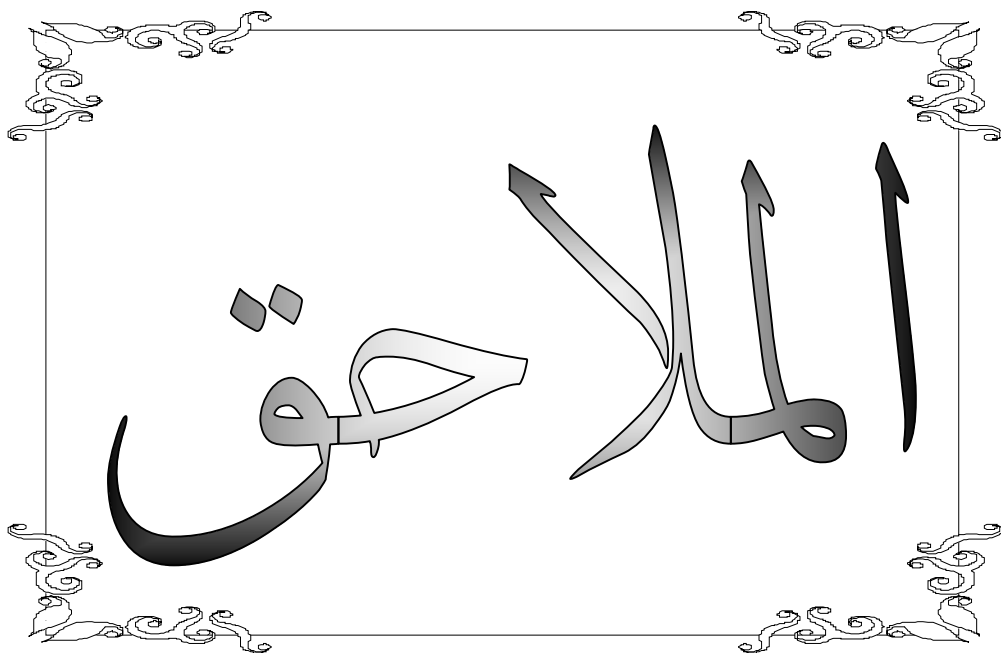
7- **modernisation des systèmes de paiement**, sur le site : Bank –of-algeria.dz.

8- <http://WWW.BDL.DZ/CATRE.HTML>. voir .

ثانيا: المراجع باللغة الأجنبية

1- –Catheart , money, **creditand economy activity** ,hornewood,1982 .

2- –Harold AWOLF, **personal finance** , allyn and bacon inc,U.S.A,1975.



الملحق رقم (01): قائمة الأساتذة المحكمين

الرتبة	الأستاذ
أستاذ محاضر - أ -	د. خالد براهيمى

الملحق رقم (02): استمارة الاستبيان

جامعة الشيخ العربي التبسي - تبسة-

كلية العلوم الإقتصادية، التجارية وعلوم التسيير

قسم علوم اقتصادية

الوثيقة رقم: /...../...../...../

الموضوع: / إستمارة موجهة للكوادر الإدارية والإطارات العليا والعمال بالوكالات البنكية في ولاية تبسة.

السلام عليكم ورحمة الله تعالى وبركاته...

تحية طيبة، وبعد:

في إطار استكمال مذكرة لاستكمال نيل شهادة ماستر في العلوم الاقتصادية تخصص نقدي

وبنكي الموسومة بعنوان:

واقع الثقافة الائتمانية في الجزائر

دراسة حالة: بنوك ولاية تبسة أنموذجاً

حيث تم إعداد هذه الاستمارة للتعرف على واقع الثقافة الائتمانية في قطاع البنوك في الجزائر والتركيز على الوكالات البنكية المحلية لولاية تبسة كعينة لهذه الدراسة وهذا ضمن خطة تطوير وعصرنة المنظومة المصرفية لتواكب تطورات مختلف الاطراف اصحاب المصلحة خاصة العملاء وكذلك تزامن مع التحولات التكنولوجية الهائلة في مجال المعلومات والاتصال ومن جهة أخرى التركيز على التسهيلات الائتمانية والرفع من جودة الخدمة البنكية.

نضع بين أيديكم الكريمة، هذه الاستبانة راجين أن تمنحونا جزءاً من وقتكم الثمين، والتكرم بالإجابة على هذه الأسئلة بكل صراحة وموضوعية، وذلك بوضع الإشارة (x) في المكان المناسب لكل فقرة لتوضح درجة الموافقة على كل منها.

علما أن المعلومات التي سيتم جمعها سوف تعامل بكل سرية، ولن تستخدم إلا لغرض البحث العلمي. وإن نجاح هذه الدراسة متوقف على مشاركتكم وإبداء رأيكم بكل موضوعية وجدية. مع فائق التقدير والإحترام... ولكم جزيل الشكر والتقدير على تعاونكم وشكراً.

الطالبة: -مراد رمضاني؛

- رفيق طاهر؛ الأستاذ المشرف: د. خالد براهيم

إذا أردتم معرفة نتائج هذه الدراسة أو نسخة من الأطروحة النهائية يمكنكم التواصل من خلال كتابة عنوان بريدكم.

المحور الأول: المتغيرات الديمغرافية للدراسة؛

ملاحظة: " من فضلك أشطب العبارة المناسبة"

❖ الخبرة المهنية

5-1 سنوات 6-10 سنوات أكثر من 10 سنوات

❖ المستوى الدراسي

شهادة الكفاءة المهنية تقني سامي ليسانس دراسات عليا

❖ الوظيفة الحالية

مدير رئيس مصلحة تقني عون

❖ نوعية الخدمة البنكية

ورقية بطاقات مغناطيسية مواقع الكترونية

المحور الثاني: واقع الخدمة البنكية؛

رقم الفقرة	البُعد	العبارة: متغيرات الفرعية للخدمة البنكية	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
1.	التسهيلات البنكية	الشبابيك على مستوى الوكالة موجودة وبعدهد كافي؛					
2.		تعتمد الوكالة كثيرا على الشبابيك الفردية؛					
3.		توافر شبابيك مختصة في التوجيه والاستقبال فقط؛					
4.		يوجد تسهيلات في أقساط التسديد للعميل مهما كان نوعه " دائم، مؤقت"؛					
5.		تحرص الوكالة على تقليص زمن إجراء المعاملة ودراسة الملفات بسرعة؛					
6.		تتوفر الوكالة على مطويات إرشادية وتوجيهية لمساعدة العملاء؛					
7.		تُدعم الوكالة بأنظمة خاصة بالضمانات لكل معاملة مالية؛					
8.	سلوك العميل	يتلزم العميل بتوجيهات العون على مستوى الوكالة.					
9.		يستسفر العميل دوماً عن الخدمات الجديدة في الوكالة.					
10.		العملاء الدائمون لهم دراية كافية بكل خدمات الوكالة ومنتجاتها.					
11.		يحسن العميل عادة استخدام تكنولوجيا عبر مختلف وسائط "هاتف، الانترنت".					
12.		يفضل العميل الوسائل التقليدية في اتمام المعاملة على الوسائل الحديثة.					
13.		يتمتع العميل بثقة تامة في التعامل مع الوكالة خاصة في حالة وجود تعثر؛					
14.		العميل على علم بكافة تحديثات وتغيرات التي تطرأ على منتجات وخدمات المالية.					
15.	تكنولوجيا استخدام	تعتمد الوكالة علمواقع الكترونية متخصصة للتعريف والوصول الى الخدمة					
16.		تتوفر الوكالة على جهاز موزع للاوراق النقدية حتى خارج أوقات العمل؛					

					تعتمد الوكالة على التنوع في البطاقات الائتمانية؛	17.
					يتم التركيز على نوع وحيد من بطاقات الدفع خاصة بتسديد الائتمان.	18.
					تتوفر الوكالة على أنظمة تسوية الكترونية للمعاملات ؛	19.
					تتوفر الوكالة على بطاقات مسبقة الدفع؛	20.

المحور الثالث: الثقافة الائتمانية

رقم الفقرة	/	العبرة: متغيرات فرعية للثقافة الائتمانية.	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
21.		تشهد الوكالة زيادة في عدد المعاملات من سحب وإيداع؛.					
22.		تشهد وكالة توسع في منح الائتمان.					
23.		هناك أولوية في التعامل مع ذوي الدخل المرتفع على الدخل المنخفض؛					
24.		تركز البنك على اظهار التعليمات والقوانين بشكل ضمنى للعملاء؛					
25.		تحرص الوكالة على تحديد معايير خاصة بتقديم الخدمة للعميل؛					
26.		التركيز على السعر في المعاملة المالية يمثل اخر اهتمام الوكالة؛					
27.		أي معلومة في الوكالة الخاصة بالمعاملات تكون متاحة للطرفين؛					
28.		يتم التركيز على عنصر السرية في اتمام المعاملة المالية؛					
29.		توجد تعليمات ومعايير رقابية لمعاملة العملاء بشفافية وعدالة؛					
30.		تتبع سلوكيات الوكالة اتجاه مختلف الاطراف من القاعدة وليس القمة.					
31.		تحرص الوكالة على أن جميع منتجات التي يحتاجها العميل تكون متاحة؛					
32.		يتم النظر في الوكالة الى تحقيق الارباح قبل تطلعات العميل؛					
33.		تسهر الوكالة الى ضمان المرونة في التعامل كمدخل لزيادة الارباح؛					

					تتحمل الوكالة المسؤولية الكاملة في حالة الخطأ؛	.34
					تكون مسؤولية مشتركة بين بنك وعميل في حالة ظروف خارج نطاق وكالة؛	.35
					الشفافية والوضوح أمر مطلوب في كل معاملة مع العميل.	.36
					يتم تركيز على عنصر استباقية في وكالة لفهم تطلعات العميل المستقبلية؛	.37
					كسر القواعد إن لزم الأمر لكسب رضا العميل الدائم؛	.38
					تلتزم الوكالة بروح التطوع أحيانا؛	.39
					تركز الوكالة على الشفافية في الاعباء والمصاريف الائتمانية؛	.40

ملحق رقم (03): نتائج SPSS

البيانات الشخصية

المهنية_الخبرة

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
سنوات 05 إلى 01 من	14	32.6	32.6	32.6
سنوات 10 إلى 06 من	8	18.6	18.6	51.2
سنوات 10 من أكثر	21	48.8	48.8	100.0
Total	43	100.0	100.0	

الدراسي_المستوى

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
المهنية الكفاءة شهادة	7	16.3	16.3	16.3
سامي تقني	4	9.3	9.3	25.6
ليسانس	23	53.5	53.5	79.1
عليا دراسات	9	20.9	20.9	100.0
Total	43	100.0	100.0	

الحالية_الوظيفة

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
مدير	5	11.6	11.6	11.6
مصلحة رئيس	22	51.2	51.2	62.8
تقني	7	16.3	16.3	79.1
عون	9	20.9	20.9	100.0
Total	43	100.0	100.0	

البنكية_الخدمة_نوعية

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
ورقية	24	55.8	55.8	55.8
مغناطيسية بطاقات	12	27.9	27.9	83.7
الكثرونية مواقع	7	16.3	16.3	100.0
Total	43	100.0	100.0	

معامل ألفا كرونباخ الاجمالي

Récapitulatif de traitement des observations

		N	%
Observations	Valide	43	100.0
	Exclus ^a	0	.0
	Total	43	100.0

a. Suppression par liste basée sur toutes les variables de la procédure.

Statistiques de fiabilité

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
.677	40

معامل ألفا كرونباخ لمحور واقع الخدمة البنكية

Récapitulatif de traitement des observations

		N	%
Observations	Valide	43	100.0
	Exclus ^a	0	.0
	Total	43	100.0

a. Suppression par liste basée sur toutes les variables de la procédure.

Statistiques de fiabilité

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
.116	20

معامل ألفا كرونباخ لمحور الثقافة الائتمانية

Récapitulatif de traitement des observations

		N	%
Observations	Valide	43	100.0
	Exclus ^a	0	.0
	Total	43	100.0

a. Suppression par liste basée sur toutes les variables de la procédure.

Statistiques de fiabilité

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
.651	20

المتوسطات والانحرافات المعيارية للعبارات الاستبيان

المحور الأول: واقع الخدمة البنكية
البعد الأول: التسهيلات البنكية

Statistiques descriptives

	N	Moyenne	Ecart type
الشبابيك على مستوى الوكالة موجودة وبعد كاف	43	2.21	.965
تعتمد الوكالة كثيرا على الشبابيك الفردية	43	2.19	.932
توافر شبابيك مختصة في التوجيه والاستقبال فقط	43	2.28	.908
يوجد تسهيلات في أقساط التسديد للعميل مهما كان نوعه " دائم، مؤقت"	43	2.42	.763
تحرص الوكالة على تقليص زمن اجراء المعاملة ودراسة الملفات بسرعة	43	2.58	.763
تتوفر الوكالة على مطويات ارشادية وتوجيهية لمساعدة العملاء	43	2.67	.644
تدعم الوكالة بأنظمة خاصة بالضمانات لكل معاملة مالية	43	2.44	.734
N valide (listwise)	43		

البعد الثاني: سلوك العميل

Statistiques descriptives

	N	Moyenne	Ecart type
يتلزم العميل بتوجيهات العون على مستوى الوكالة	43	2.21	.861
يستسفر العميل دوما عن الخدمات الجديدة في الوكالة	43	2.26	.759
العملاء الدائمون لهم دراية كافية بكل خدمات الوكالة ومنتجاتها	43	2.40	.821
يحسن العميل عادة استخدام تكنولوجيا عبر مختلف وسائط "هاتف، انترنت"	43	1.70	.860
يفضل العميل الوسائل التقليدية في اتمام المعاملة على الوسائل الحديثة	43	2.49	.736
يتمتع العميل بثقة تامة في التعامل مع الوكالة خاصة في وجود تعثر	43	1.91	.811
العميل على علم بكافة تحديثات وتغيرات التي تطرأ على منتجات وخدمات المالية	43	1.95	.754
N valide (listwise)	43		

البعد الثالث: استخدام التكنولوجيا الحديثة

Statistiques descriptives

	N	Moyenne	Ecart type
تعتمد الوكالة على مواقع الكترونية متخصصة للتعريف والوصول الى الخدمة	43	2.26	.848
تتوفر الوكالة على جهاز موزع للاوراق النقدية حتى خارج أوقات العمل	43	2.30	.887
تعتمد الوكالة على التنوع في البطاقات الائتمانية	43	2.09	.840
يتم التركيز على نوع وحيد من بطاقات الدفع خاصة بتسديد الائتمان	43	2.12	.851
تتوفر الوكالة على أنظمة تسوية الكترونية للمعاملات	43	2.19	.906
تتوفر الوكالة على بطاقات مسبقة الدفع	43	2.16	.949
N valide (listwise)	43		

المحور الثاني: الثقافة الائتمانية

Statistiques descriptives

	N	Moyenne	Ecart type
تشهد الوكالة زيادة في عدد المعاملات من سحب وإيداع	43	2.51	.736
تشهد وكالة توسع في منح الائتمان	43	2.42	.823
هناك أولوية في التعامل مع ذوي الدخل المرتفع على الدخل المنخفض	43	2.58	.663
تركز البنك على اظهار التعليمات والقوانين بشكل ضمنى للعملاء	43	2.53	.667
تحرص الوكالة على تحديد معايير خاصة بتقديم الخدمة للعميل	43	2.21	.804
التركيز على السعر في المعاملة المالية يمثل اخر اهتمام الوكالة	43	1.81	.852
أي معلومة في الوكالة الخاصة بالمعاملات تكون متاحة للطرفين	43	2.23	.782
يتم التركيز على عنصر السرية في اتمام المعاملة المالية	43	2.60	.623
توجد تعليمات ومعايير رقابية لمعاملة العملاء بشفافية وعدالة	43	2.51	.703
تتبع سلوكيات الوكالة اتجاه مختلف الاطراف من القاعدة وليس القمة	43	1.98	.859

تحرص الوكالة على أن جميع منتجات التي يحتاجها العميل تكون متاحة	43	2.28	.826
يتم النظر في الوكالة الى تحقيق الارباح قبل تطلعات العميل	43	2.33	.808
تسهل الوكالة الى ضمان المرونة في التعامل كمدخل لزيادة الارباح	43	2.26	.848
تتحمل الوكالة المسؤولية الكاملة في حالة الخطأ	43	2.14	.861
تكون مسؤولية مشتركة بين بنك و عميل في حالة ظروف نطاق وكالة	43	2.14	.743
الشفافية والوضوح أمر مطلوب في كل معاملة مع العميل	43	2.58	.626
يتم تركيز على عنصر استباقية في وكالة لفهم تطلعات العميل المستقبلية	43	2.05	.815
كسر القواعد ان لزم الامر لكسب رضا العميل الدائم	43	1.79	.861
تلتزم الوكالة بروح التطوع احيانا	43	2.05	.815
تركز الوكالة على الشفافية في الاعباء والمصاريف الائتمانية	43	2.35	.686
N valide (listwise)	43		

اجمالي المتوسطات والانحرافات المعيارية للعبارات الاسييان

Statistiques descriptives

	N	Moyenne	Ecart type
الإجمالي	43	2.2541	.21821
N valide (listwise)	43		

إجمالي المتوسطات والانحرافات المعيارية للمحاور

Statistiques descriptives

	N	Moyenne	Ecart type
الإجمالي	43	2.2541	.21821
الخدمة_البنكية	43	2.6209	.25266
الثقافة_الائتمانية	43	2.2674	.28028
التسهيلات_البنكية	43	2.3987	.46507
سلوك_العميل	43	2.1296	.34265
استخدام_تكنولوجيا_حديثة	43	2.1860	.43675
N valide (listwise)	43		

اختبار التوزيع الطبيعي

Test de Kolmogorov-Smirnov à un échantillon

		الإجمالي	الخدمة_البنكية	الثقافة_الائتمانية
	N	43	43	43
Paramètres normaux ^{a,b}	Moyenne	2.2541	2.6209	2.2674
	Ecart-type	.21821	.25266	.28028
Différences les plus extrêmes	Absolue	.123	.181	.175
	Positive	.115	.096	.118
	Négative	-.123-	-.181-	-.175-
	Z de Kolmogorov-Smirnov	.807	1.187	1.146
	Signification asymptotique (bilatérale)	.533	.120	.144

a. La distribution à tester est gaussienne.

b. Calculée à partir des données.

نتائج اختبار الفرضيات

- الفرضية الرئيسية -

Variables introduites/supprimées^a

Modèle	Variabes introduites	Variabes supprimées	Méthode
1	الخدمة_البنكية ^b	.	Entrée

a. Variable dépendante : الثقافة_الائتمانية

b. Toutes variables requises saisies.

Récapitulatif des modèles

Modèle	R	R-deux	R-deux ajusté	Erreur standard de l'estimation	Changement dans les statistiques				
					Variation de R-deux	Variation de F	ddl1	ddl2	Sig. Variation de F
1	.290 ^a	.084	.062	.27151	.084	3.758	1	41	.059

a. Valeurs prédites : (constantes), الخدمة_البنكية

ANOVA^a

Modèle	Somme des carrés	ddl	Moyenne des carrés	D	Sig.
1					
Régression	.277	1	.277	3.758	.059 ^b
Résidu	3.022	41	.074		
Total	3.299	42			

a. الثقافة_الانتمانية. Variable dépendante :
b. الخدمة_البنكية. Valeurs prédites : (constantes),

Coefficients^a

Modèle	Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés	t	Sig.
	A	Erreur standard	Bêta		
1					
(Constante)	1.425	.437		3.264	.002
الخدمة_البنكية ^b	.321	.166	.290	1.938	.059

a. الثقافة_الانتمانية. Variable dépendante :
الفرضية الفرعية الأولى

Variables introduites/supprimées^a

Modèle	Variabiles introduites	Variabiles supprimées	Méthode
1	التسهيلات_البنكية ^b	.	Entrée

a. الثقافة_الانتمانية. Variable dépendante :
b. Toutes variables requises saisies.

Récapitulatif des modèles

Modèle	R	R-deux	R-deux ajusté	Erreur standard de l'estimation	Changement dans les statistiques				
					Variation de R-deux	Variation de F	ddl1	ddl2	Sig. Variation de F
1	.212 ^a	.045	.021	.27726	.045	1.921	1	41	.173

a. التسهيلات_البنكية. Valeurs prédites : (constantes),

ANOVA^a

Modèle	Somme des carrés	ddl	Moyenne des carrés	D	Sig.
1					
Régression	.148	1	.148	1.921	.173 ^b
Résidu	3.152	41	.077		
Total	3.299	42			

a. الثقافة_الانتمانية. Variable dépendante :
b. التسهيلات_البنكية. Valeurs prédites : (constantes),

Coefficients^a

Modèle	Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés	t	Sig.	
	A	Erreur standard	Bêta			
1	(Constante)	1.962	.225	8.731	.000	
	التسهيلات البنكية	.127	.092	.212	1.386	.173

a. Variable dépendante : الثقافة_الانتمانية

الفرضية الفرعية الثانية

Variables introduites/supprimées^a

Modèle	Variables introduites	Variables supprimées	Méthode
1	سلوك العميل ^b	.	Entrée

a. Variable dépendante : الثقافة_الانتمانية

b. Toutes variables requises saisies.

Récapitulatif des modèles

Modèle	R	R-deux	R-deux ajusté	Erreur standard de l'estimation	Changement dans les statistiques				
					Variation de R-deux	Variation de F	ddl1	ddl2	Sig. Variation de F
1	.082 ^a	.007	-.017-	.28272	.007	.279	1	41	.600

a. Valeurs prédites : (constantes), سلوك_العميل

ANOVA^a

Modèle	Somme des carrés	ddl	Moyenne des carrés	D	Sig.	
1	Régression	.022	1	.022	.279	.600 ^b
	Résidu	3.277	41	.080		
	Total	3.299	42			

a. Variable dépendante : الثقافة_الانتمانية

b. Valeurs prédites : (constantes), سلوك_العميل

Coefficients^a

Modèle	Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés	t	Sig.	
	A	Erreur standard	Bêta			
1	(Constante)	2.124	.275	7.738	.000	
	سلوك العميل	.067	.127	.082	.528	.600

a. Variable dépendante : الثقافة_الانتمانية

الفرضية الفرعية الثالثة

Variables introduites/supprimées^a

Modèle	Variables introduites	Variables supprimées	Méthode
1	استخدام_تكنولوجيا_حديثة ^b		Entrée

a. Variable dépendante : الثقافة_الانتمانية

b. Toutes variables requises saisies.

Récapitulatif des modèles

Modèle	R	R-deux	R-deux ajusté	Erreur standard de l'estimation	Changement dans les statistiques				
					Variation de R-deux	Variation de F	ddl1	ddl2	Sig. Variation de F
1	.266 ^a	.071	.048	.27344	.071	3.128	1	41	.084

a. Valeurs prédites : (constantes), استخدام_تكنولوجيا_حديثة

ANOVA^a

Modèle	Somme des carrés	ddl	Moyenne des carrés	D	Sig.
1	Régression .234	1	.234	3.128	.084 ^b
	Résidu 3.066	41	.075		
	Total 3.299	42			

a. Variable dépendante : الثقافة_الانتمانية

b. Valeurs prédites : (constantes), استخدام_تكنولوجيا_حديثة

Coefficients^a

Modèle	Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés	t	Sig.
	A	Erreur standard	Bêta		
1	(Constante) 1.894	.215		8.798	.000
	استخدام_تكنولوجيا_حديثة .171	.097	.266	1.769	.084

a. Variable dépendante : الثقافة_الانتمانية

المخلص:

هدفت الدراسة إلى التعرف على واقع الثقافة الائتمانية ، ومدى تشخيص مساهمة كل من بنك والعميل في الوكالات البنكية المحلية لولاية تبسة، من حيث استعراض مفهوم الثقافة الائتمانية وتسليط الضوء على أهم محدداتها والمتمثلة في : التسهيلات البنكية، سلوك العميل، استخدام التكنولوجيا الحديثة، والتطرق إلى أهم الأسباب ومعوقات انتشار الثقافة الائتمانية بالجزائر.

اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي في دراسة كونه المنهج المناسب في مثل هذه الأبحاث ذات البعد الاجتماعي وتحليل الجوانب المختلفة لواقع الثقافة الائتمانية في ولاية تبسة، بالاعتماد على برنامج المعالجة الإحصائية للعلوم الاجتماعية spss .

خلصت الدراسة إلى مجموعة من النتائج يتمحور جلها حول الضعف الحاد للثقافة الائتمانية لدى مجتمع ولاية تبسة، وهذا راجع لأسباب داخلية منها ما يتعلق بالمنظومة البنكية ومنها ما يتعلق بسلوك العميل مرتبطة بعوامل اجتماعية وثقافية ، وأسباب خارجية تتمثل في الانكماش الحاصل في الاقتصاد الجزائري نتيجة للوضع السياسي في البلاد منذ أحداث 22 فيفري 2019 وكذا أزمة السيولة المالية في مطلع الثلاثي الثاني من سنة 2020 .

أما في ما يخص أهم التوصيات : تفعيل دور العنصر البشري موظفو البنك -عملاء ، الارتقاء بمستوى استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال ورقمنة المعاملات المالية، إعادة النظر في المنظومة البنكية في شقها المتعلق بتسويق وجودة الخدمة والتسهيلات البنكية.

الكلمات المفتاحية: الثقافة الائتمانية، سلوك العميل، التسهيلات البنكية، الوكالات المحلية

المصرفية بتبسة.



ABSTRACT:

The study aimed to identify the reality of the credit culture, and the extent of the diagnosis of the contribution of each bank and the customer in the local banking agencies of the state of Tebessa, in terms of reviewing the concept of credit culture and highlighting its most important determinants represented in: banking facilities, customer behavior, the use of modern technology, And he addressed the most important reasons and obstacles to the spread of credit culture in Algeria.

The study relied on the descriptive and analytical approach in studying it being the appropriate approach in such research with a social dimension and analyzing the different aspects of the reality of the credit culture in the state of Tebessa, relying on the statistical treatment program for social sciences.

The study concluded with a set of results, the bulk of which revolve around the severe weakness of the credit culture in the community of Tebessa province, and this is due to internal reasons, including what is related to the banking system, including what is related to customer behavior linked to social and cultural factors, and external reasons represented in the downturn in the Algerian economy As a result of the political situation in the country since the events of February 22, 2019, as well as the financial liquidity crisis at the beginning of the second quarter of the year 2020.

As for the most important recommendations: activating the role of the human element, bank employees - customers, upgrading the use of information and communication technology and digitizing financial transactions, reviewing the banking system in its part related to marketing, service quality, and banking facilities.

Key words: credit culture, customer behavior, banking facilities, local banking agencies in Tebessa.

